

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"  
ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม  
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาว รัฐธนา แสงอร่าม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาวิทยาศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-334-315-6

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MEDIA EXPOSURE , KNOWLEDGE , ATTITUDE  
TOWARD "THE DRINKABLE WATER SUPPLY" PROJECT  
AND WATER DRINKING BEHAVIOR OF POPULATION  
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



Miss Thatthana Saengaram

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations  
Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

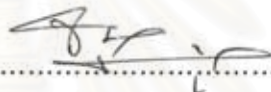
Academic Year 1999

ISBN 974-334-315-6

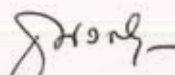
หัวข้อวิทยานิพนธ์      การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ ทักษะ และ  
พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร  
โดย                              นางสาว ชุติธนา แสงอร่าม  
ภาควิชา                         การประชาสัมพันธ์  
อาจารย์ที่ปรึกษา            รองศาสตราจารย์ ดร. ประมะ สตะเวทิน


---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

  
..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
( รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี )

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
( รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญสิทธิ์ )

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
( รองศาสตราจารย์ ดร. ประมะ สตะเวทิน )

  
..... กรรมการ  
( อาจารย์ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ )





## กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของรองศาสตราจารย์ ดร. ปรมะ สตะเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการวิจัยมาด้วยดีโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาช่วยให้คำแนะนำและความคิดเห็นเป็นอย่างดีแก่ผู้วิจัย รวมทั้งคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้มาตลอดช่วงระยะเวลาของการศึกษา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณการอุปถัมภ์ของสถาบันฯ สำหรับข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาใช้เวลาให้ความร่วมมือทุกท่าน

ท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ บิดา - มารดา ผู้ให้ทั้งกำลังร่างกาย และแรงใจอันมีค่ายิ่งสำหรับผู้วิจัยเสมอมา และขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและยังเป็นกำลังใจสำคัญในการดำเนินการศึกษาวิจัยจนสำเร็จลุล่วงในที่สุด

ฐัทธนา แสงอร่าม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ซ
บทที่	
1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	9
1.3 ปัญหาในการวิจัย .....	9
1.4 สมมติฐานในการวิจัย .....	10
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	10
1.6 ขอบเขตของการวิจัย .....	11
1.7 ข้อจำกัดในการวิจัย .....	11
1.8 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย .....	12
1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	13
2 ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	14
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ .....	14
2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ .....	16
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม .....	34
2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารนวงกรรม .....	55
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	63
3 ระเบียบวิธีวิจัย .....	71
3.1 ประชากร .....	71
3.2 กลุ่มตัวอย่าง .....	71
3.3 ตัวแปรและการวัดตัวแปร .....	74
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	78
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	81

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.6 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล .....	82
4 ผลการวิจัย .....	84
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย.....	85
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน.....	98
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	107
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	108
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	111
5.3 ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	122
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย.....	124
รายการอ้างอิง .....	126
ภาคผนวก .....	131
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม .....	132
ภาคผนวก ข โรงงานผลิตน้ำของการประปานครหลวง .....	140
ภาคผนวก ค สถานีสูบน้ำของการประปานครหลวง .....	143
ภาคผนวก ง การวิเคราะห์คุณภาพน้ำของการประปานครหลวง .....	144
ภาคผนวก จ มาตรฐานคุณภาพน้ำประปาของการประปานครหลวง .....	145
ภาคผนวก ฉ ตัวอย่างคุณภาพน้ำเฉลี่ยของโรงงานผลิตน้ำสามเสนและธนบุรี ปีงบประมาณ 2541 .....	147
ภาคผนวก ช ข้อคำถาม-คำตอบเกี่ยวกับน้ำดื่มและคุณภาพน้ำประปา .....	149
ภาคผนวก ซ โครงการสูบน้ำหยดเหริญ .....	155
ประวัติผู้วิจัย .....	156



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนผู้ใช้น้ำในแต่ละเขตสาขาสำนักงานประปาของการประปานครหลวง .....	73
2	การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้ใช้น้ำใน 6 สาขาสำนักงานประปา ของการประปานครหลวง .....	73
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ .....	85
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ .....	85
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา .....	86
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ .....	86
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน .....	87
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อประเภทต่าง ๆ .....	88
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ .....	90
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้	91
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ และค่าเฉลี่ยของความรู้ .....	92
12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริโภค น้ำประปา .....	93
13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา และค่าเฉลี่ยของทัศนคติ .....	94
14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยจำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม...	95
15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปา และค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม .....	97
16	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการ น้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ แยกตามประเภทกับความรู้ เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ .....	98
17	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการ น้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ แยกตามประเภท กับทัศนคติ ที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา .....	99

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
18	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ แยกตามประเภท กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม .....	102
19	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา .....	104
20	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม.....	104
21	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม .....	105
22	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มเป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ .....	105

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ



### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

น้ำเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในการดำรงชีวิต และความเป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตทั้งปวง ไม่ว่าจะเป็นมนุษย์ สัตว์ พืช ต่างก็มีน้ำเป็นองค์ประกอบสำคัญ สำหรับมนุษย์นั้น น้ำเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อร่างกายเป็นอันดับรองมาจากออกซิเจน ด้วยหากขาดน้ำเพียง 2-3 วัน ก็ทำให้เสียชีวิตได้แล้ว

ร่างกายของคนเรามีน้ำเป็นส่วนประกอบ 50-65% แต่ถ้าเป็นเด็กทารกจะมีน้ำเป็นส่วนประกอบ 70-75% น้ำในร่างกายนั้นจะพบได้ในเส้นเลือด ในเซลล์ รวมทั้งหล่อเลี้ยงอยู่รอบ ๆ เซลล์ เช่น น้ำเหลือง เป็นต้น โดยหน้าที่สำคัญของน้ำในร่างกายก็คือ เป็นตัวทำลายในกระบวนการย่อยอาหาร ทำให้สารอาหารต่าง ๆ อยู่ในสภาพสลายละลาย เพื่อให้สามารถดูดซึมผ่านผนังเซลล์ได้ และน้ำในเลือดจะเป็นตัวนำเอาสารอาหารไปหล่อเลี้ยงทั่วร่างกาย ส่วนของเสียจะถูกขับออกมากับน้ำ ทั้งทางลำไส้และทางไต นอกจากนี้ น้ำยังเป็นตัวควบคุมระดับอุณหภูมิของร่างกาย ผ่านการระเหยทางปอดและผิวหนังอีกด้วย

ดังนั้น น้ำที่มีคุณค่าสำหรับมนุษย์ในการใช้บริโภค จึงควรเป็นน้ำสะอาดปราศจากเชื้อโรคต่าง ๆ ทั้งนี้ องค์การอนามัยโลกและยูนิเซฟ ได้ให้คำจำกัดความ "น้ำดื่ม" ว่า หมายถึงน้ำซึ่งไม่มีสารเคมีหรือสารเป็นพิษในปริมาณที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพเจือปน และปราศจากกลิ่น สี และรสที่ไม่เป็นที่ยอมรับ (สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย กระทรวงมหาดไทย , 2535)

สำหรับแหล่งน้ำในประเทศไทยนั้น มาจากปริมาณน้ำฝนที่ตกทั่วประเทศปีละประมาณ 800,000 ล้านลูกบาศก์เมตร ส่วนที่ไหลสู่ดินซึ่งเราเรียกว่าน้ำบาดาล มีประมาณร้อยละ 75 ของปริมาณน้ำฝนที่ตกทั้งปี หรือประมาณ 600,000 ล้านลูกบาศก์เมตร น้ำส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 25 หรือประมาณ 200,000 ล้านลูกบาศก์เมตร จะไหลลงสู่แม่น้ำ ลำคลองต่าง ๆ เพื่อไหลออกสู่ทะเลต่อไป เรียกว่า น้ำผิวดิน อันเป็นแหล่งน้ำดิบที่การประปานครหลวง (กปน.) นำมาผ่านกระบวนการผลิตมากมายหลายขั้นตอน กว่าจะมาเป็นน้ำประปาที่มีคุณภาพเหมาะแก่การอุปโภคบริโภค และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ ซึ่งต้องมีการลงทุนที่สูงมาก ด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่การประปานครหลวงใช้นั้นได้มาตรฐานค่อนข้างสูงติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก (ที่มา : [www.mwa.or.th](http://www.mwa.or.th)) สามารถผลิตน้ำประปาได้มาตรฐาน ดังมีขั้นตอนการผลิตน้ำประปาที่สำคัญ ต่อไปนี้คือ

1. ปรับปรุงคุณภาพน้ำเบื้องต้น (Pretreatment) เริ่มต้นจากการที่เชื่อมชลประทานต่าง ๆ จัดสรรน้ำผ่านลงมาตามแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำแม่กลอง เป็นแหล่งน้ำดิบให้การประปานคร

หลงน้ำเข้าสู่กระบวนการผลิต โดยมีสถานีซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งน้ำสูบน้ำดิบจากแม่น้ำ แล้วชุดคลองเปิดลำเลียงน้ำไปยังโรงงานผลิตน้ำ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก ข) เพื่อแยกวัสดุที่ปนมากับน้ำ และไม่เป็นที่ต้องการขั้นต้นออกด้วยตะแกรงเหล็กอย่างหยาบและละเอียด นอกจากนี้ยังมีการเติมสารเคมีได้แก่ สารส้ม ปูนขาว ลงไปในอัตราส่วนที่เหมาะสมพอดีกับคุณภาพน้ำดิบในแต่ละฤดูกาลซึ่งมีความขุ่นมากบ้างน้อยบ้างแล้วแต่สภาวะในแม่น้ำ

2. การตกตะกอน (Coagulation & Flocculation & Sedimentation) เมื่อใส่สารเคมีแล้ว น้ำดิบจะไหลเข้ามาถึงถังตกตะกอนซึ่งมีหลายชนิด ทั้งชนิดเก่ารูปสี่เหลี่ยม และแบบทันสมัยขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชีย เพื่อผสมสารเคมีกับน้ำดิบและจับตะกอนให้ตกลงสู่ก้นถังและระบายแยกตะกอนออกจากน้ำ ทำให้น้ำใสขึ้นระดับหนึ่ง ปัจจุบันความขุ่นของน้ำดิบมีความแปรปรวนสูงมากระหว่าง 50-200 NTU. (หน่วยวัดความขุ่น) หลังจากน้ำผ่านกรรมวิธีการตกตะกอนซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 24 ชั่วโมงแล้ว จะได้น้ำที่มีความใสประมาณ 4-5 NTU.

3. การกรอง (Filtration) น้ำที่ผ่านการตกตะกอนแล้วจะไหลเข้าสู่บ่อกรอง ซึ่งมีประตูระบายน้ำเข้าออก ระบบล้างบ่อกรอง หัวกรอง และสารกรองซึ่งประกอบด้วยหินหยาบ ทรายละเอียด และแอนทราไซท์ (ถ่านหินชนิดหนึ่ง) ความละเอียดและการเรียงตัวของสารกรองจะสามารถกรองเอาตะกอนที่ละเอียดออกอีกครั้งหนึ่ง น้ำที่ผ่านการกรองแล้วจะใสมาก มีความขุ่นไม่เกิน 2 NTU.

4. การฆ่าเชื้อ (Disinfection) การใส่สารคลอรีนลงไปในน้ำที่กรองแล้วก็เพื่อฆ่าเชื้อโรคที่อาจหลงเหลืออยู่ รวมทั้งเชื้อโรคที่อาจปะปนเข้ามาภายหลังในน้ำขณะที่ไหลไปตามเส้นท่อได้

**หมายเหตุ** สารเคมีที่ใช้ในกระบวนการผลิตน้ำประปาของการประปานครหลวงนั้น ได้รับการตรวจสอบคุณภาพและกำหนดมาตรฐาน โดยนักวิทยาศาสตร์และมีวิศวกรควบคุมการใช้อย่างใกล้ชิดต่อเนื่อง ทุก 4 ชั่วโมง เพื่อให้การผลิตน้ำประปาได้มาตรฐานที่สุด

5. การสูบส่งและสูบน้ำจ่าย (Transmission & Distribution) น้ำสะอาดที่ได้จากกระบวนการผลิตนั้นเรียกว่า "น้ำประปา" ซึ่งจะถูกเก็บไว้ในถังน้ำใส ก่อนที่จะถูกสูบไปเก็บไว้ในถังสูงอีกต่อหนึ่ง เพื่อทำให้น้ำประปามีแรงดันน้ำมากพอที่จะจ่ายให้บริการแก่ประชาชน โดยส่งไปตามเส้นท่อต่อไป (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการผลิตและสูบน้ำจ่ายน้ำสู่ประชาชนใน ภาคผนวก ค)

6. การตรวจสอบคุณภาพน้ำ (Quality Control) การประปานครหลวงเล็งเห็นถึงความสำคัญของคุณภาพน้ำประปาที่ให้บริการแก่ประชาชนว่า ต้องมีคุณภาพดี ใช้อุปโภคบริโภคได้อย่างปลอดภัย จึงมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทุกขั้นตอน โดยนักวิทยาศาสตร์ที่ผ่านการอบรมเกี่ยวกับระบบประปาของการประปานครหลวง ตั้งแต่คุณภาพน้ำในระบบน้ำดิบ ซึ่งทำการตรวจสอบคุณภาพน้ำในแม่น้ำ และในคลองประปาเป็นประจำ เพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงคุณภาพน้ำ สุ่มสภาพแวดล้อม และหาแนวทางในการป้องกันแก้ไข โดยประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและเอกชน เพื่อติดตามมิให้น้ำมีคุณภาพเลวลงรวมทั้งในระบบการผลิต ระบบสูบน้ำ ระบบเส้นท่อจ่ายน้ำ จนถึงตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาจากผู้ใช้น้ำอย่างละเอียด ทั้งทางด้านเคมี-ฟิสิกส์ จุลชีวะ โลหะหนัก และเชื้อที่ก่อให้เกิดโรคในระบบทางเดินอาหาร(ดูตารางการวิเคราะห์คุณภาพน้ำของการประปานครหลวงในภาคผนวก ข ประกอบ) ด้วยการเก็บตัวอย่างน้ำเพื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์กำหนดขององค์การอนามัยโลก (WHO) 1993 (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก จ)

ส่วนในระบบการผลิตจะทำการวิเคราะห์ทุก 4-6 ชั่วโมง โรงงานผลิตน้ำประปา สถานีสูบน้ำจะนำน้ำประปาจากเส้นท่อจ่ายน้ำและบ้านผู้ใช้น้ำมาวิเคราะห์เป็นประจำทุกวัน โดยการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร ผลวิเคราะห์ปีงบประมาณ 2542 น้ำประปาทั้งในระบบผลิตและบ้านผู้ใช้น้ำมีคุณภาพได้มาตรฐานน้ำดื่ม กล่าวคือ ในระบบผลิตได้มาตรฐานน้ำดื่มทางด้านแบคทีเรีย 100% (ดูตารางคุณภาพน้ำเฉลี่ยของโรงงานผลิตน้ำ ปีงบประมาณ 2541 เพิ่มเติมในภาคผนวก ข) บ้านผู้ใช้น้ำได้มาตรฐานน้ำดื่มร้อยละ 97.3 สูงกว่าเกณฑ์กำหนดขององค์การอนามัยโลก (WHO) ซึ่งกำหนดคุณภาพของแบคทีเรียไว้ว่าต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 ของจำนวนตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ในรอบ 1 ปี ความขุ่นของน้ำประปาเฉลี่ย 1.1 NTU. ตรวจไม่พบเชื้อไวรัสโปลิโอ ไวรัสโรตา (อันเป็นสาเหตุของโรคอุจจาระร่วง) ไวรัสตับอักเสบบ ไม่พบเชื้อก่อโรคในระบบทางเดินอาหาร (Vibrio Cholerae , NAG Vibrio , Salmonella Shigella , Staphylococcus Aureus และ Clostridium Perfringen) มีปริมาณสารพิษทางการเกษตร โลหะหนัก สารกัมมันตภาพรังสี และสารก่อมะเร็ง (Trihalomethane) ต่ำกว่ามาตรฐานน้ำดื่ม

นอกจากการประปานครหลวงจะได้ทำการศึกษาวิจัยและพัฒนาระบบผลิตน้ำ โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้ น้ำประปามีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานกำหนด เช่น โรงงานผลิตน้ำเสริมหนองจอกของการประปานครหลวงรอบนอก ได้ศึกษาวิจัยกำจัดแอมโมเนียที่ละลายในน้ำ โดยใช้ด่างทับทิมในอัตราที่เหมาะสมและใช้ในปัจจุบัน หรือโรงงานผลิตน้ำเสริมคลองทวีพัฒนา จัดทำ Pilot Scale กำจัดกลิ่น สี ซึ่งเกิดจากคุณภาพน้ำดิบไม่เหมาะสม โดยใช้ Granular Activated Carbon Column จากการทดลองปรากฏว่าได้ผลเป็นอย่างดี ต่อมาโรงงานผลิตน้ำขนาดใหญ่ จึงได้มีการนำผงถ่านซึ่งเป็นสารเคมีที่มีคุณภาพสูงมากชื่อว่า ถ่านกัมมันต์ หรือ Activated Carbon Power มาใช้ด้วยคุณสมบัติในการดูดสารพิษและกลิ่นให้หมดไป เป็นต้นแล้ว ยังได้ขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร วิเคราะห์ปริมาณสารพิษทางการเกษตร , สำนักงานพลังงานปรมาณูเพื่อสันติ วิเคราะห์คุณลักษณะทาง

กัมมันตภาพรังสี , คณะสาธารณสุขศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล  
 วิเคราะห์สารก่อมะเร็ง และเชื้อไวรัส , กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมอนามัย สำนักงานอาหารและยา  
 กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร ทำการตรวจสอบยืนยันคุณภาพน้ำประปาเพื่อประกาศพื้นที่น้ำ  
 ประปาดื่มได้ และให้บริการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำให้กับหน่วยงานของรัฐและเอกชนทั่วไปอีกด้วย  
 โดยเริ่มจัดตั้งเป็น "โครงการน้ำประปาทุกที่คุณภาพดีดื่มได้" ขึ้นมาในปี พ.ศ. 2539 ตามวัตถุประสงค์หนึ่ง  
 ในสี่ของแผนวิสาทภิกขุฉบับที่ 2 พ.ศ. 2535-2539 ที่ทางการประปานครหลวงได้จัดทำตามมติรัฐมนตรีที่ว่า  
 "เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม ด้วยการรณรงค์ให้ประชาชนเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์  
 ทรัพยากร รวมทั้งกำหนดมาตรการควบคุมน้ำให้สะอาดได้มาตรฐานน้ำดื่ม และสามารถดื่มได้โดยตรง  
 จากก๊อกทั่วทุกพื้นที่รับผิดชอบ "

เนื่องด้วยมีความตระหนักดีว่า น้ำคือสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต การประปานครหลวงในฐานะผู้  
 ผลิตและจัดหาน้ำกินน้ำใช้จากการจัดการทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นสมบัติส่วนกลางของทุกคน จึงจำเป็นต้อง  
 นำทรัพยากรที่มีค่านี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนในการอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน  
 และเพื่อสร้างสุขอนามัยที่ดีให้แก่ประชาชนในสังคมไทย น้ำประปาจึงจำเป็นต้องมีคุณภาพ  
 ได้มาตรฐาน สะอาด และมีความปลอดภัย

ในการปรับปรุงคุณภาพน้ำประปาให้เหมาะสมสำหรับการดื่มได้จากก๊อก ตามโครงการน้ำประปา  
 ทุกที่คุณภาพดีดื่มได้นั้น จะมีส่วนช่วยให้ประชาชนในยุคเศรษฐกิจพอเพียง ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ดีที่  
 เดียว กล่าวคือ ประชาชนไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น ในการนำน้ำไปผ่านเครื่องกรองน้ำ หรือ  
 ผ่านการต้มอีกให้สูญเสียพลังงาน รวมถึงการซื้อหาน้ำดื่มบรรจุขวดมาบริโภค อันเนื่องมาจากวิถีการดำรง  
 ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้หลายคนหาสิ่งที่เป็นลักษณะสำเร็จรูปที่ให้ความสะดวกและประหยัดเวลา ซึ่ง  
 ความจริงแล้ว คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวด ก็ไม่ได้แตกต่างจากน้ำประปาที่เปิดจากก๊อก หรือ  
 บางครั้งกลับมีคุณภาพด้อยกว่าเสียด้วยซ้ำ หากจะเปรียบเทียบอัตราค่าน้ำดื่มบรรจุขวด ราคาดีตรละ  
 10 บาท แพงกว่าน้ำประปาซึ่งราคาดีตรละไม่ถึง 1 สตางค์ ถึง 1,000 เท่า (ข้อมูลจาก [www.mwa.or.th](http://www.mwa.or.th))  
 และขวดพลาสติกก็ยังทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

อย่างไรก็ดี แม้จะมีโครงการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการน้ำประปาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาแล้ว  
 ก็ตาม แต่การแจ้งข้อมูลข่าวสารของการประปานครหลวงให้ประชาชนได้รับทราบนั้นยังไม่เป็นที่แพร่  
 หลาย ทำให้ยังมีคำถามที่ผสมด้วยความเคลงใจของประชาชนที่ไม่ค่อยจะปลงใจเชื่อนักว่า น้ำประปาดื่ม  
 ได้โดยตรงและปลอดภัยจริง ๆ

สารพันปัญหาเกี่ยวกับน้ำประปาและน้ำดื่มนั้นได้แก่ ทำไมน้ำประปามีสีน้ำตาลแดง ควรติดตั้ง  
 เครื่องกรองน้ำหรือไม่ น้ำดื่มบรรจุขวดเหมาะสมเป็นน้ำดื่มหรือไม่ น้ำประปาปราศจากจุลชีวะจริงหรือไม่  
 น้ำมีกลิ่นคลอรีนเป็นอันตรายหรือไม่ งานซ่อมท่อประปาจะมีผลในเรื่องความสกปรกภายหลังหรือไม่ ควร  
 ดื่มน้ำที่ผ่านการกรองหรือไม่ เป็นต้น (ดูรายละเอียด ข้อคำถาม-คำตอบ เพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ข)

ดังนี้ การประสานครหลวงจึงหันมาดำเนินโครงการน้ำประปาทุกที่คุณภาพดีดื่มได้อย่างจริงจังมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2540 ร่วมกับอีกหลายหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเชื่อถือได้ อาทิเช่น กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร กรมอนามัย กรมประชาสัมพันธ์ กองวิเคราะหอาหาร กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ คณะกรรมการอาหารและยา ฯลฯ เพื่อร่วมมือกันรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ดี โดยทยอยวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาในพื้นที่บริการทั้งหมดของการประสานครหลวง อันได้แก่ เขตกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ พื้นที่ใดที่น้ำประปาคุณภาพดีผ่านเกณฑ์มาตรฐาน จึงจะประกาศในการรับรองเป็นพื้นที่น้ำประปามีคุณภาพดีสามารถดื่มได้ เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพน้ำประปาให้กับประชาชนว่าสะอาดสามารถดื่มได้จากก๊อกอย่างปลอดภัย ตามแผนวิสาหกิจฉบับที่ 3 ปีงบประมาณ 2540-2544 ซึ่งการประสานครหลวงจัดทำให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) และแผนมหาดไทย ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2540-2544) รวมด้วยเรื่องนโยบายของรัฐบาล นโยบายของกระทรวงมหาดไทย และภารกิจของการประสานครหลวง อันพอจะยกสาระที่มีส่วนเกี่ยวเนื่องกับโครงการน้ำประปาทุกที่คุณภาพดีดื่มได้ มากกล่าวถึงได้ดังนี้ คือ

- ในวัตถุประสงค์หลัก ข้อที่ 4 ของแผนวิสาหกิจ ฉบับที่ 3 กล่าวไว้ว่า "เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตโดยคำนึงถึงคุณภาพน้ำประปาดื่มได้ รวมถึงให้ความสำคัญของทรัพยากรน้ำและสิ่งแวดล้อม"

- จากแผนดำเนินงานทั้งหมด 9 แผน มีแผนการดำเนินงานที่ 8 ที่กล่าวถึงการปรับปรุงคุณภาพน้ำดื่มได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### แผนดำเนินงานที่ 8 การปรับปรุงคุณภาพน้ำให้ดื่มได้

กลยุทธ์ :

8.1 ควบคุมและเคร่งครัดในการวางท่อและซ่อมท่อ  
เป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานปี 2540-2544

1. จัดทำคู่มือมาตรฐานการวางและซ่อมท่อ เพื่อใช้บังคับแก่ผู้รับเหมาและผู้ปฏิบัติการ
2. ประสานงานและทำความเข้าใจกับกรุงเทพมหานคร และเทศบาลต่าง ๆ เพื่อขอระบายน้ำล้างเส้นท่อลงสู่ท่อระบายน้ำให้ได้
3. กำหนดวิธีการป้องกันมิให้มีสารปนเปื้อนเข้าสู่ระบบเส้นท่อประปา ในกรณีที่มีการวางหรือซ่อมท่อประปา

4. กำหนดมาตรการลงโทษผู้วางท่อ-ซ่อมท่อ ที่ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานที่การประปานครหลวงกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
5. จัดหาเครื่องสูบน้ำและเครื่องมือที่จำเป็นให้แก่หน่วยงานสนามทุกหน่วยที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้น
6. ติดตั้งประตูน้ำ (Gate Valve) เพิ่มขึ้นจากเดิมที่ท่อแยกทุกถนน-ซอย ประมาณปีละ 500 แห่ง รวมถึงการติดตั้งประตูน้ำอย่างเพียงพอในระบบท่อประปาที่จะวางใหม่ ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2540 (งบประมาณ 50 ล้านบาท)

**กลยุทธ์ :**

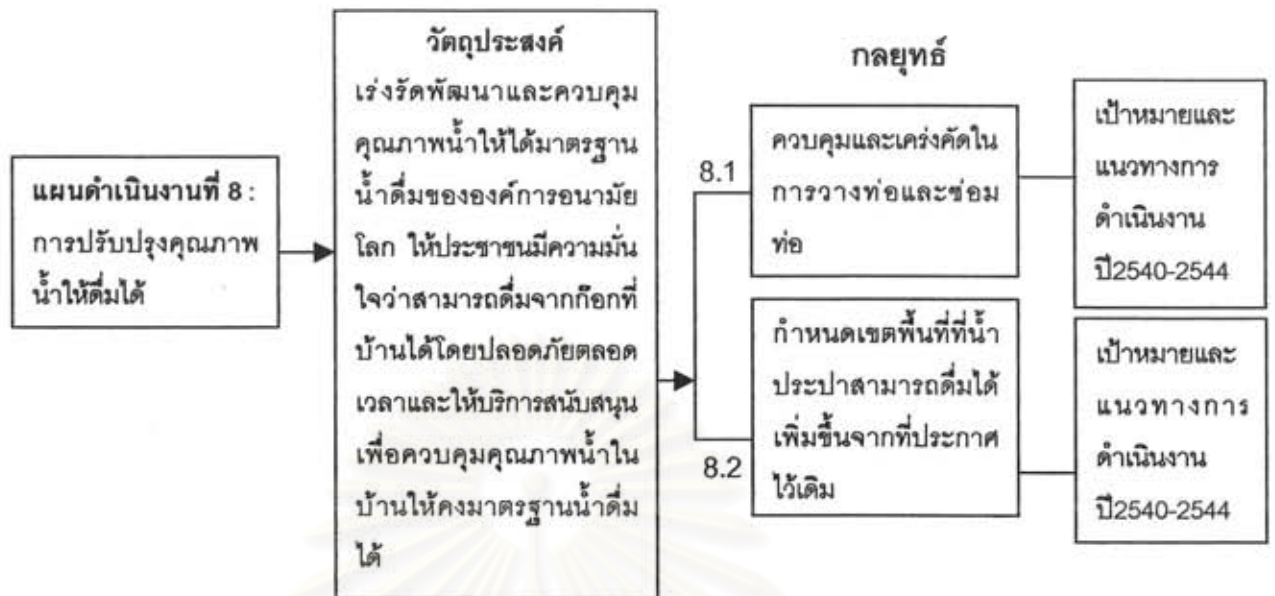
**8.2 กำหนดเขตพื้นที่ที่น้ำประปาสามารถดื่มได้เพิ่มขึ้นจากที่ประกาศไว้เดิม  
เป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานปี 2540-2544**

1. ดำเนินการให้มีการรับรองคุณภาพน้ำโดยองค์การวิชาชีพ ที่เป็นที่ยอมรับของสังคม และทำการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนและผู้ใช้น้ำทราบ
2. จัดให้มีชุดทดสอบคุณภาพน้ำเคลื่อนที่ประจำสำนักงานสาขา อย่างน้อยสาขาละ 2 ชุด ภายในปี 2540
3. จัดทำแผนการตรวจสุบน้ำภาคสนาม ทั้งในภาวะปกติและภาวะฉุกเฉิน
4. ติดตั้งจุดระบายน้ำล้างเส้นท่อ ในบริเวณที่มีปัญหาคุณภาพน้ำบ่อยครั้งให้ครบถ้วนในปีงบประมาณ 2544 และจัดให้มีการระบายน้ำล้างเส้นท่อในแต่ละพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ
5. รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้น้ำ เลิกการใช้เครื่องสูบน้ำสูบจากเส้นท่อโดยตรงให้หมดภายในปีงบประมาณ 2544
6. ทำการวิจัย วิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขสภาพภายในเส้นท่อให้สะอาด
7. ประกาศเขตพื้นที่ที่น้ำประปาสามารถดื่มได้เป็นอย่างน้อย 10 สาขา ในปี 2544
8. จัดคณะทำงานเฉพาะกิจติดตามการดำเนินงานทุก ๆ กิจกรรมอย่างต่อเนื่องให้

**สัมฤทธิ์ผล**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





จากการดำเนินตามแผนงานโครงการดังกล่าว ปรากฏว่าสามารถแล้วเสร็จพร้อมประกาศรับรองเขตน้ำประปาดื่มได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานองค์การอนามัยโลกครบทุกพื้นที่ที่กำหนด จากเดิมที่คาดว่าจะใช้เวลาถึงปี พ.ศ. 2544 มาเป็นปี พ.ศ. 2542 เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในโอกาสทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ โดยมาในปี พ.ศ. 2542 ใช้ชื่อโครงการว่า "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ซึ่งทางการประปานครหลวงก็ได้เผยแพร่ข่าวให้ประชาชนได้ทราบผ่านทางสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ว่า การประปานครหลวงได้พัฒนาคุณภาพน้ำประปาขึ้นมาตามเกณฑ์มาตรฐาน ในระดับที่พร้อมดื่มได้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องผ่านการต้มหรือกรองเพื่อฆ่าเชื้อโรคอย่างแต่ก่อน และต่อจากนี้ไปการประปานครหลวงจะเข้าไปดูแลคุณภาพน้ำภายในบ้าน หรือสถานที่ใช้น้ำอื่น ๆ หากประชาชนไม่มั่นใจคุณภาพน้ำ การประปานครหลวงก็พร้อมที่จะส่งนักวิทยาศาสตร์ไปให้บริการตรวจสอบคุณภาพน้ำ และให้คำแนะนำในการดูแลระบบท่อตลอดจนอุปกรณ์ใช้น้ำอีกด้วย

อย่างไรก็ดี การที่จะเปลี่ยนทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครให้ยอมรับน้ำประปาว่าได้คุณภาพมาตรฐานน้ำดื่ม และเกิดความเชื่อมั่นว่าน้ำประปาสะอาดคุณภาพดีสามารถเปิดดื่มได้ทันทีจากก๊อก กระทั่งปรับพฤติกรรมมาบริโภคน้ำประปาในชีวิตประจำวันในที่สุดนั้น แนวทางหนึ่งอันเป็นสาระสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้สัมฤทธิ์ผลก็คือ การรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้แก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปาไปในทางที่ดีขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนทัศนคติขึ้นอยู่กับการรับรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจที่ดีทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลง ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยความสมัครใจ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แนะนำ ชักชวน และกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงเรื่องน้ำประปาดื่มได้ ซึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนรับ

ทราบนั้น ต้องมีการใช้สื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจย่อมมีบทบาทอันสำคัญ

สำหรับโครงการน้ำประปาดื่มได้นั้น นอกจากจะมีการจัดแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ มาตลอดระยะเวลาการดำเนินการ ยังมีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางแผ่นพับ สติกเกอร์ เว็บไซต์ หนังสือ คู่มือวารสาร เอกสารของหน่วยงาน และกิจกรรมของโครงการ

โครงการรณรงค์และตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาในโรงเรียนในเขตพื้นที่รับผิดชอบของการประปานครหลวง (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 16 สิงหาคม 2542) เป็นกิจกรรมหนึ่งของโครงการน้ำประปาดื่มได้ระหว่างเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2542 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำประปาให้ครูอาจารย์และนักเรียนว่าน้ำประปาดื่มได้ อันจะเป็นจุดเริ่มที่จะขยายความมั่นใจไปสู่คนในครอบครัวต่อไป หรือในฐานะสื่อกลางนำไปบอกกล่าวผู้ปกครองให้ได้รับทราบ โดยก่อนหน้านี้นี้ทางการประปานครหลวงได้จัดส่งหนังสือพร้อมสติกเกอร์แจ้งให้โรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่บริการทราบข่าวน้ำประปาได้คุณภาพมาตรฐานน้ำดื่มองค์การอนามัยโลก หากโรงเรียนใดได้รับการตรวจสอบคุณภาพน้ำแล้วว่าได้มาตรฐาน ก็จะได้รับเกียรติบัตรรับรองคุณภาพน้ำประปาดื่มได้ และติดสติกเกอร์บริเวณจุดบริการน้ำดื่มของโรงเรียน

ดังนี้ หากโครงการน้ำประปาดื่มได้เผยแพร่ภาพลักษณ์ใหม่ เรื่องคุณภาพน้ำประปาได้สำเร็จว่ามี การปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตน้ำประปาด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และสามารถรักษาคุณภาพน้ำประปาให้ได้มาตรฐานน้ำดื่มตลอดไปได้ กระทั่งประชาชนมั่นใจและยอมรับหันมาดื่มน้ำประปาจากก๊อกแล้ว ก็เท่ากับมีส่วนช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตพื้นที่นครหลวง กล่าวคือ เมื่อประชาชนมีน้ำประปาสะอาด ปลอดภัยสำหรับดื่ม ก็จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องกรองน้ำ หรือน้ำดื่มบรรจุขวด ช่วยประหยัดพลังงานในการต้มน้ำ และช่วยลดปัญหาสภาพแวดล้อมอันเกิดจากขวดพลาสติก ตลอดจนเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศให้ทัดเทียมอารยะประเทศ\* ด้วยน้ำประปาไม่เพียงแต่มีไว้เพื่ออุปโภค-บริโภคภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญของบ้านเมืองได้ทางหนึ่งด้วย

ด้วยเหตุดังกล่าวทั้งหมดข้างต้นนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งให้ความสนใจในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะนำผลที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลอันยังอาจก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินการโครงการในทำนองเดียวกันนี้ได้ต่อไป

---

\*ปัจจุบันประเทศที่น้ำประปามีคุณภาพปลอดภัยสำหรับดื่มมีเพียงแค่ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา ประเทศในยุโรปตะวันตก ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น ข้อมูลจากข้อคำถาม-คำตอบ ของ The Missouri Section American Water Works Association ใน [www.awwa-mo.org/funfacts.html](http://www.awwa-mo.org/funfacts.html)

Q. If I travel overseas, in which countries is the water safe to drink?

A. Besides the United States and Canada, the water is generally safe to drink in western Europe, Australia, New Zealand and Japan. In other countries, you should insist on carbonated bottled water for drinking and brushing your teeth.

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"
2. เพื่อศึกษาความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาหาตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้มากกว่าตัวแปรอื่น

## ปัญหำนำในการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อย่างไร
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้เพียงใด
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติอย่างไรต่อการบริโภคน้ำประปา
4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มอย่างไร
5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่
6. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่
7. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่
8. ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่
9. ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่
10. ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่

11. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้มากกว่าตัวแปรอื่นหรือไม่

### สมมติฐานในการวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม
4. ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา
5. ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม
6. ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม
7. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้มากกว่าตัวแปรอื่น

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

(Conceptual Framework)



## ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งคุณภาพน้ำประปาได้รับการรับรองแล้วว่าเป็นเกณฑ์มาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลก และได้รับการตรวจสอบประกาศให้เป็นเขตน้ำประปาสะอาดคุณภาพดีดื่มได้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องผ่านการกรองหรือต้ม ตามโครงการน้ำประปาดื่มได้

2. การศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ศึกษาจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

- สื่อมวลชนที่ใช้ในการศึกษา ศึกษาเฉพาะวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร
- สื่อบุคคลที่ศึกษา ศึกษาเฉพาะ

- สมาชิกภายในครอบครัว ได้แก่ บิดามารดา สามีภรรยา บุตรหลาน ญาติพี่น้อง
- ครู อาจารย์
- เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียนนักศึกษา
- เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ข่าวสาร

เกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อาทิเช่น กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข กรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมประชาสัมพันธ์ การประปานครหลวง คณะกรรมการอาหารและยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล กองวิเคราะห์อาหาร กองควบคุมคุณภาพน้ำ เป็นต้น

- สื่อเฉพาะกิจที่ศึกษา ศึกษาเฉพาะแผ่นพับ สติกเกอร์ เว็บไซต์ หนังสือ คู่มือ วารสาร เอกสารขององค์การ ได้แก่ วารสาร "น้ำก็อก" เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง และกิจกรรมของโครงการ

## ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" กับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม เฉพาะกรณีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่อาจนำไปใช้อธิบายในเขตอื่น ๆ ทั่วประเทศได้ เนื่องจากประชาชนในเขตอื่น ๆ อาจมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างออกไป รวมทั้งกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เรื่องน้ำประปาดื่มได้นั้น ก็แตกต่างกันตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่และลักษณะทางประชากรด้วย

## นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ
2. สื่อมวลชน หมายถึง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร
3. สื่อบุคคล หมายถึง
  - 3.1 สมาชิกภายในครอบครัว ได้แก่ บิดามารดา สามีมภรรยา บุตรหลาน
  - 3.2 ครู อาจารย์
  - 3.3 เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียนนักศึกษา
  - 3.4 เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อาทิเช่น กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข กรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมประชาสัมพันธ์ การประปานครหลวง คณะกรรมการอาหารและยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล กองวิเคราะห์อาหาร กองควบคุมคุณภาพน้ำ เป็นต้น
4. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง แผ่นพับ สติกเกอร์ เว็บไซต์ หนังสือ คู่มือ วารสาร เอกสารขององค์การ ได้แก่ วารสาร "น้ำก็อก" เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง และกิจกรรมของโครงการ
5. "โครงการน้ำประปาดื่มได้" หมายถึง "โครงการน้ำประปาทุกที่คุณภาพดีดื่มได้" ที่การประปานครหลวงได้จัดตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2539 เพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำให้ประชาชนผู้ใช้น้ำ บริโภคน้ำประปาที่สะอาดมีคุณภาพมาตรฐานน้ำดื่ม ซึ่งมาเริ่มดำเนินการอย่างจริงจังในปี พ.ศ.2540 ในการตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพน้ำประปา พร้อมประกาศเขตน้ำประปาดื่มได้ให้ประชาชนมั่นใจว่าน้ำประปาสะอาดดื่มได้จากก๊อกอย่างปลอดภัย โดยมาในปี พ.ศ.2542 ใช้ชื่อโครงการว่า "โครงการน้ำประปาดื่มได้"
6. น้ำประปา หมายถึง น้ำที่ต้องผ่านกระบวนการผลิตต่าง ๆ มากมายหลายขั้นตอนจนมาเป็นน้ำที่ปราศจากเชื้อโรคต่าง ๆ ที่เหมาะสำหรับประชาชนในการใช้อุปโภคบริโภค
7. ความรู้ หมายถึง ความเข้าใจเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" และข้อมูลที่ประชาชนมีในเรื่องน้ำประปาดื่มได้ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การดำเนินการพัฒนาคุณภาพน้ำประปาให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริโภคเป็นน้ำดื่มได้อย่างปลอดภัย และการประกาศรับรองเขตน้ำประปาสะอาดคุณภาพได้มาตรฐานน้ำดื่มของการประปานครหลวง
8. ทัศนคติ หมายถึง ท่าทีของบุคคลที่มีต่อ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับการบริโภคน้ำประปา และความเชื่อในคุณภาพน้ำประปา ตามความรู้ ความเข้าใจ และข้อมูลที่มีอยู่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

9. พฤติกรรมกำรบริโภคน้ำดื่ม หมายถึง การดื่มน้ำประปาในชีวิตประจำวันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนถึงการที่ประชาชนมีส่วนร่วมแนะนำให้บุคคลอื่นมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ และชักชวนให้บุคคลเหล่านั้นบริโภคน้ำประปาด้วย.

10. น้ำดื่ม หมายถึง น้ำสะอาดซึ่งควรมีคุณสมบัติเป็นน้ำใสสะอาด ปราศจากกลิ่น สี รส ที่น่ารังเกียจ ไม่มีเชื้อโรค สารเคมี สารเป็นพิษ หรือสารปนเปื้อนในปริมาณที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพได้เจ็บปวย และมีแร่ธาตุต่าง ๆ ตามธรรมชาติที่เป็นประโยชน์ จำเป็นต่อความต้องการของร่างกาย เช่น ไอโอดีนป้องกันโรคคอพอก ฟลูออไรด์ป้องกันฟันผุ ในปริมาณที่พอเหมาะตามคำแนะนำในมาตรฐานขององค์การอนามัยโลก (WHO) และประกาศของกระทรวงสาธารณสุข

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อการประปานครหลวงจะได้นำไปพิจารณาถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของทางโครงการฯ และใช้เป็นแนวคิดประกอบการศึกษาหาแนวทางการวางแผนการรณรงค์ที่จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องเหมาะสมต่อไป อันจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ ได้ทางหนึ่ง

2. ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาในการดำเนินโครงการทำนองเดียวกันนี้ในเขตพื้นที่อื่น ๆ ของหน่วยงานต่าง ๆ อีกต่อไปได้ อันได้แก่ หน่วยงานภาครัฐบาลที่รับผิดชอบในการจัดหาและพัฒนา น้ำสะอาดในชนบท อาทิ กรมโยธาธิการ รพช. กรมทรัพยากรธรณี กรมการปกครอง กรมประชาสัมพันธ์ กรมการพัฒนาชุมชน กรป.กลาง และกรมอนามัย ยกตัวอย่างเช่น โครงการดื่มน้ำดื่มหยอดเหรียญ ( ดูรายละเอียดภาคผนวก ข ) หรือ โครงการน้ำบรรจุขวดของการประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process)

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ชั้น (Joseph T. Klapper , 1960 : 19-25)

##### 1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง ตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้และเข้าใจข่าวสารของคนเรานั้นก็แตกต่างกัน บางคนมักจะฟังมากกว่าอ่านก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ

##### 2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

คนเรามักเลือกให้ความสนใจข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ดั้งเดิม และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึนึกคิดและความเชื่อของตน



ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่าความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

### 3. การเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมย์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักจะเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะ ประสิทธิภาพ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันไม่ตรงกันได้ อีกทั้งในการเลือกรับรู้และตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังอาจจะมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพึงพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

### 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งด้านกับความคิดเห็นของตนเอง

ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทักษะ ค่านิยม หรือความเชื่อของคนแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง และมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

จากที่กล่าวมาในเรื่องของกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

นี้



กล่าวได้ว่า การทำให้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการน้ำประปาดื่มได้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงความสนใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ส่งสารจำเป็นต้องคำนึงถึงกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ด้วย โดยศึกษาให้เข้าใจว่าผู้รับสารจะมีพฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสาร เลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้-ตีความ และเลือกจดจำต่างกันไปตามลักษณะส่วนบุคคลมากมายหลายประการ ซึ่งอาจทำให้ผลหรือการตอบสนองต่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้นั้นไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของข่าวสารได้ แม้ข่าวสารต่าง ๆ จะได้รับการเตรียมอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากแล้วก็ตาม

## 2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อนับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในกระบวนการสื่อสาร การรณรงค์ให้ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครดื่มน้ำประปานั้น มีการใช้ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปพร้อม ๆ กัน เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และเกิดพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาในที่สุด

### สื่อมวลชน

#### 1) ความหมายของสื่อมวลชน

สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนเรียกว่า "สื่อมวลชน" (Mass Media) ซึ่งหมายถึงสื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกันหรือในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วสื่อที่เรียกว่าสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสารและภาพยนตร์ (ปรมา สตะเวทิน, 2540 : 134-135)

พัชนี เชนจรรยา เมตตา วิวัฒนานุกูล และภิกษณ์ อนุวัชศิริวงศ์ (2538 : 75-76) ได้อธิบายถึงคำว่า "สื่อมวลชน" ไว้ว่า มักมีความหมายครอบคลุมไปถึงเครื่องมือทางเทคนิค ซึ่งการสื่อสารถึงมวลชนต้องใช้ ประกอบด้วย

- สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ แผ่นพับ จดหมายเวียน ใบติดประกาศ ตัวอักษรที่เครื่องพิมพ์เป็นคว้นบนฟ้า และเครื่องมืออื่น ๆ ซึ่งนำสารไปสู่มวลชนโดยผ่านทางตา

- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ได้แก่ รายการวิทยุ และการบันทึกเสียงต่าง ๆ ซึ่งผ่านหู หรือรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์และการบันทึกวิดีโอ ซึ่งผ่านทั้งทางตาและหู

อย่างไรก็ตาม การจำกัดความคำว่า "สื่อมวลชน" มิได้ดูตัวเครื่องมือเป็นหลัก หากแต่จำกัดความตามวิธีที่สื่อถูกใช้ "สื่อมวลชน" จึงหมายถึงเครื่องมือทางเทคนิคซึ่ง

- ทำให้การสื่อสารเกิดขึ้นได้โดยผ่านเครื่องมือชนิดหนึ่ง ที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่เป็นการส่วนตัว
- สามารถใช้สื่อสารจากแหล่งสารหนึ่งไปถึงผู้รับสารจำนวนมาก

วาสนา จันทรสว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี (2532 : 47-48) กล่าวถึงคำว่า สื่อมวลชน (Mass Media) ในกระบวนการสื่อสารมวลชน ว่าหมายถึงเครื่องมือของการสื่อสารมวลชน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

- ก. สิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือวารสารต่าง ๆ
- ข. วิทยุกระจายเสียง
- ค. โทรทัศน์
- ง. ภาพยนตร์

ส่วนเกศินี จุฑาวิจิตร (2540 : 64) กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีความซับซ้อนทางเทคโนโลยี สามารถที่จะส่งสารไปยังผู้รับสารที่ไม่รู้จักเป็นจำนวนมาก และอยู่ห่างไกลกัน ได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน สื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์

สรุปได้ว่าสื่อมวลชน หมายถึงสื่อที่ผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับสาร ซึ่งเป็นกลุ่มคนจำนวนมากที่ไม่สามารถจำกัดจำนวน และอยู่ในที่ต่าง ๆ กัน อย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สำหรับเครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่วนสื่อมวลชนในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

## 2) แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Shramm, 1962 : 62-97 อ้างใน วาสนา จันทรสว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี, 2532 : 47-49) ได้กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน 4 ประเภท คือ

### 1. *Libertarianism* ฝ่ายอิสรภาพนิยม

แนวคิดนี้ สื่อมวลชนมีหน้าที่แจ้งข่าวสารให้ความบันเทิงกับประชาชน โดยไม่มีการควบคุมสื่อมวลชน แต่สื่อมวลชนจะดำเนินงานอย่างเสรี พิสูจน์ตนเองให้ประชาชนตัดสินใจเลือกรับข่าวสารด้วยตนเอง หรือในอีกกรณีหนึ่ง ผู้ควบคุมสื่อมวลชน คือประชาชนนั่นเอง

### 2. *Social Responsibility Theory* ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวคิดของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม คำนี้ถึงจรรยาบรรณของวิชาชีพเป็นหลักในการดำเนินงาน เน้นหน้าที่ต่อสังคม มติมหาชน ปฏิกริยาของผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม ความต้องการของประชาชน การควบคุมสื่อมวลชนกระทำโดยประชาชน ซึ่งแตกต่างจากฝ่ายอิสรภาพนิยมในเรื่องของการแสดงออก ฝ่ายอิสรภาพนิยมเป็นการแสดงออกตามธรรมชาติที่มีมาแต่กำเนิด แต่ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมใช้เสรีภาพของการแสดงออกมาจากหน้าที่ของปัจเจกชนซึ่งมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี

### 3. *Authoritarianism* ฝ่ายอำนาจนิยม

ตามแนวคิดนี้ถือว่า สื่อมวลชนจะต้องสนับสนุนส่งเสริมนโยบายของรัฐบาล ต้องรับใช้รัฐและไม่สามารถรายงานข่าววิพากษ์วิจารณ์นโยบายของรัฐได้

### 4. *Soviet Communist Theory* ทฤษฎีคอมมิวนิสต์โซเวียต

จากแนวคิดของทฤษฎีนี้ สื่อมวลชนคือเครื่องมือดำเนินงานของรัฐบาลในการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) และชักจูงใจมากกว่าที่จะเป็นข้อเท็จจริง (Truth) การควบคุมทั้งสิ้นอยู่ในอำนาจของรัฐโดยเด็ดขาด สื่อมวลชนไม่มีอิสระที่จะดำเนินงานด้วยตนเอง ไม่มีอิสระวิพากษ์วิจารณ์นโยบายของพรรคหรือรัฐบาล

ทฤษฎีนี้แตกต่างจากฝ่ายอำนาจนิยม 3 ประการคือ (Peter M. Sandman, David M. Rubin and David B. Schman, 1962 : 167)

4.1 ฝ่ายอำนาจนิยมนั้นเจ้าของสื่อมวลชนเป็นเอกชนก็ได้ แต่ต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองประเทศ ส่วนฝ่ายทฤษฎีคอมมิวนิสต์โซเวียต รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการทางสื่อมวลชนทั้งหมด

4.2 ฝ่ายอำนาจนิยมควบคุมสื่อมวลชนเฉพาะข่าวสารที่ผู้ปกครองไม่เห็นด้วย ส่วนทฤษฎีคอมมิวนิสต์โซเวียตนั้นควบคุมสื่อมวลชนให้เป็นกระบอกเสียงในการแถลงข่าวสารเรื่องราวเกี่ยวกับกิจกรรมของพรรค

4.3 ฝ่ายอำนาจนิยมไม่ยอมให้สื่อมวลชนวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล ขณะที่ทฤษฎีคอมมิวนิสต์โซเวียตห้ามเฉพาะเรื่องราวที่เป็นการขัดแย้งต่ออุดมการณ์ของพรรค

โดยสรุปก็คือ ฝ่ายอำนาจนิยมนั้นรัฐบาลจะเป็นผู้วินิจฉัยตัดสินใจว่า สื่อมวลชนควรหรือไม่ควรส่งข่าวสารอะไรบ้าง ส่วนทฤษฎีคอมมิวนิสต์โซเวียตนั้นรัฐบาลจะกำหนดว่า สื่อมวลชนควรจะทำอะไรบ้างให้แก่พรรค

### 3) หน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม

จากอดีตที่ผ่านมาถึงปัจจุบัน ความสำคัญและความจำเป็นของสื่อมวลชนต่อสังคมไทยมีมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด สังเกตได้จากการเติบโตของอุตสาหกรรมในวงการสื่อสารมวลชน ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ หากพิจารณาในแง่ของหน้าที่ของสื่อมวลชน ก็จะพบว่า สื่อมวลชนยังคงทำหน้าที่หลัก ๆ 4 ด้าน คือ การรายงานข่าวสาร การเสนอแนะความคิดเห็นต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา การสอนหรือให้ความรู้ และการให้ความบันเทิง

แอสโรวด์ ลาสเวลล์ (1948 : 37-51 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2540 : 137) ได้กล่าวถึงหน้าที่ที่สำคัญ 3 ประการของสื่อมวลชนคือ

- **สอดส่องระวังระวังเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Surveillance of the Environment)** คือการแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกสังคมหนึ่ง ๆ หน้าที่ในด้านนี้ก็หมายถึง **การรายงานข่าว (News Reporting)** หรือ **การแจ้งข่าวสาร (Informing)** นั้นเอง
- **ประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาตอบสนองสิ่งแวดล้อม (Correlation of the Parts of Society in Responding to the Environment)** หมายถึงการที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดเป็นข่าว เป็นการวิเคราะห์ และเสนอแนะว่าควรจะทำอย่างไรกับสิ่งนั้น ๆ หน้าที่นี้เรียกว่า **หน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasion)** หรือ **บทบรรณาธิการ (Editorial)**
- **ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นหลัง ๆ (Transmission of the Social Heritage from One Generation to the Next)** หมายถึงการเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ คงอยู่ต่อไป นี่คือนหน้าที่ด้าน **การให้การศึกษ (Education Function)** ของสื่อมวลชน

จากนั้นคนอื่น ๆ เช่น วิลเบอร์ ชรามม์ และชาร์ลส์ อาร์ ไรท์ (Wilbur Schramm, 1964 : 39-40 และ Charles R. Wright, 1975 : 9 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2540 : 137) ได้เพิ่มเติมหน้าที่ประการที่ 4 ของสื่อมวลชน คือ **หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment)** หมายถึงการเผยแพร่การแสดง ดนตรี และศิลปะ เพื่อสร้างความจรรโลงใจแก่มวลชน

สำหรับหน้าที่ที่วาสนา จันทรสว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี (2532 : 49-51) กล่าวว่า เป็นหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ควรกระทำ มีดังนี้

1. **หน้าที่ด้านเผยแพร่ข่าวสารแก่ประชาชน** เพื่อสนองสิทธิของผู้รับสารที่จะได้รับการบอกกล่าว โดยข่าวสารนั้นจะต้องเป็นข้อเท็จจริงซึ่งอยู่ในขอบเขตไม่ก้าวก่ายทำลายสิทธิของผู้อื่น และข่าวสารนั้นต้องเป็นสิ่งที่ จะเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้อื่น สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชนด้านสิ่งพิมพ์หรือการกระจายเสียง ซึ่งมีประสิทธิภาพมากที่สุดในการกระจายข่าวสารแก่มวลชนได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง โดยเฉพาะปัจจุบันไม่ว่าเหตุการณ์ใด ๆ จะเกิดขึ้นใน ส่วนไหนของโลก สื่อมวลชนด้านกระจายเสียงจะสามารถแจ้งข่าวนั้นได้อย่างรวดเร็ว หรือแม้กระทั่งรายงานถ่ายทอดเหตุการณ์ หรือถ่ายทอดสดข้ามทวีปก็สามารถทำได้ ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าหน้าที่ของสื่อมวลชน ในการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ นี้มีความสำคัญ มีอิทธิพลยิ่ง และการที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชน จำนวนมากที่รับข่าวสารนั้น จำเป็นที่สื่อมวลชนต้องมีความรับผิดชอบ มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และต้อง มีการควบคุมคุณภาพ ปริมาณ และขอบเขต ในการเสนอข่าวสารนั้นเสมอ

2. **หน้าที่ด้านเสนอข้อคิดเห็น** เป็นผู้นำความคิดเห็นของมวลชน โดยความคิดเห็นนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์สังคม เพื่อประโยชน์สุขส่วนรวม และควรจะให้ประชาชนได้เสนอ แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อมวลชนด้วย เพื่อให้การสื่อสารเป็นระบบสองทาง (Two-way Communication) เพื่อให้สื่อมวลชนเป็นตลาดเสรีแห่งการแสดงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคม ส่วนรวม โดยความคิดเห็นนั้นจะต้องไม่เกิดโทษหรือพิษภัยแก่บุคคลใด หรือไม่ควรมีแนวโน้มไปในทางที่ จะปลุกฝังค่านิยมหรือสร้างความเชื่อ ทัศนคติที่ผิด ๆ ให้แก่สังคม

3. **หน้าที่เฝ้าผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวม** หรือที่พูดกันว่า ทำหน้าที่เฝ้ายาม (Watch dog) โดยสื่อมวลชนต้องทำหน้าที่พิทักษ์ผลประโยชน์ของประชาชน และชาติบ้านเมือง ต้องทำหน้าที่ นักสืบขุดค้นเรื่องที่จะเป็นการเสียหายต่อประโยชน์ส่วนรวม

4. **หน้าที่ด้านให้การศึกษและการถ่ายทอดวัฒนธรรม** โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศ กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา สื่อมวลชนควรทำหน้าที่นี้ให้มาก เพราะสื่อมวลชนสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณีให้การศึกษาและการฝึกอบรมในทุกสาขา สามารถสอนแทนครูในสถานที่ขาดแคลนครูได้

5. **หน้าที่ในด้านโน้มน้าวชักจูงใจ** ให้เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อการพัฒนา ในด้านนี้สื่อมวลชนสามารถให้ประสบการณ์ ข้อเสนอแนะข้อมูล ด้านต่าง ๆ เพื่อชักจูงใจในการเปลี่ยนแปลงได้ แต่จะมีอิทธิพลสามารถเปลี่ยนได้เฉพาะพฤติกรรมบางอย่าง และเปลี่ยนทัศนคติได้ในบางทัศนคติ ที่ไม่ฝังรากลึกหรือสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยทางอ้อมเท่านั้น

6. **หน้าที่ด้านให้ความบันเทิง** สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ด้านบันเทิงอย่างเด่นชัดตั้งแต่อดีตถึง ปัจจุบัน จนถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าทำหน้าที่ทางด้านนี้มากเกินไป จนทำให้ทำหน้าที่สำคัญด้านอื่นลดน้อยลงไป โดยเฉพาะในประเทศด้อยพัฒนา สื่อมวลชนจะให้ความบันเทิง สนุกสนานแก่ประชาชนด้านต่าง ๆ

มากมายหลายรูปแบบ จนอาจจะเป็นการมอมเมา เป็นอุปสรรคต่ออนาคตของคุณภาพชีวิตเพื่อการพัฒนา

โดยรวมแล้วไม่ว่าจะเป็นหน้าที่ประการใดดังกล่าวมา ต่างล้วนเป็นหน้าที่ที่สถาบันสื่อมวลชนทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือภาพยนตร์ พึ่งปฏิบัติในสังคมทั้งสิ้น

#### 4) การเปรียบเทียบสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ

ลักษณะของสื่อมวลชนแต่ละชนิดนั้น มีจุดเด่นจุดด้อย ซึ่งได้เปรียบเทียบเปรียบเทียบแตกต่างกันไป ซึ่งเราอาจเปรียบเทียบสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ตามมิติดังต่อไปนี้ (พัชนี เจริญรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 79)

- ความคมชัดของสื่อในการเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (Fidelity) ไม่ว่าจะเป็นในแง่การเสนอสัญลักษณ์ทางคำพูด สัญลักษณ์ภาพ สี เสียง และการเคลื่อนไหว
- ความเร็วในการส่งสาร (Delivery Speed) คือระยะเวลาระหว่างเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น กับเวลาที่สื่อสามารถนำเสนอต่อมวลชน
- ความสามารถในการเคลื่อนของสื่อ (Portability) คือความสะดวกในการที่สื่อจะสามารถเคลื่อนไปมาในสภาพแวดล้อม เพื่อครอบคลุมเหตุการณ์และเพื่อเข้าถึงบุคคลที่มีข้อมูล
- ความสามารถในการทบทวน (Reviewability) คือความสะดวกในการที่ผู้รับสารสามารถทบทวนสารที่ได้รับ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง
- ความสามารถในการครอบคลุมเนื้อหาของสื่อ (Coverage) คืออัตราข้อมูลเป็นที่สนใจ ซึ่งสื่อสามารถเสนอต่อผู้รับสาร
- ความสามารถในการเข้าถึงปฏิกิริยาตอบสนอง (Accessibility to Feedback) คือความสะดวกในการที่ผู้รับสารสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสารที่ได้รับ

ในที่นี้ หากจะนำสื่อมวลชน (Mass Media) ที่จัดว่าเป็นสื่อปฐมภูมิ (Primary Media) ประเภทสิ่งพิมพ์ (Printed Media) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Media) อันได้แก่ วิทยุ และโทรทัศน์มาเปรียบเทียบกัน จะเห็นว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์เหนือกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในบางลักษณะ แต่ก็ด้อยกว่าในบางลักษณะ ดังนี้

หนังสือพิมพ์	วิทยุ	โทรทัศน์
1. เก็บไว้ได้นาน อ่านเมื่อใดก็ได้เมื่อสะดวก	1. ฟังแล้วก็ผ่านไป ยกเว้นบันทึกเทปไว้	1. ชมแล้วผ่านไป แต่บันทึกไว้ได้
2. เหมาะสำหรับผู้อ่านหนังสือได้ และชอบอ่าน มากกว่าฟังหรือชม	2. ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออก มีโอกาสรับฟังรายการ จากวิทยุ	2. ได้เห็นทั้งภาพได้ยินทั้งเสียง ทำให้เข้าใจได้ง่าย ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องอ่าน หนังสือออก
3. ให้อรรถาธิบายทั้งภาพ และการบรรยายได้มากกว่า สื่ออื่น ๆ เพราะมีเนื้อที่มาก	3. เวลาจำกัด การเสนอรายการ มีเวลากำหนดไว้	3. รายการจำกัดเวลา

(จงจิต ศรีพรรณ, 2524 : 16-17)

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาพบว่า ยิ่งคนมีการศึกษามากเท่าใด ก็มีแนวโน้มที่จะสนใจสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากเท่านั้น อีกทั้ง หากคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์ จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุดและเห็นว่าเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือที่สุด (พัชนี เที่ยงรญา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ กิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 77)

#### 5) อิทธิพลของสื่อมวลชน

ในสังคมมวลชนปัจจุบัน คนมีเวลาว่างอันจำกัด ความต้องการในการเปิดรับสื่อมวลชนต่าง ๆ ดูเหมือนจะเพิ่มขึ้นตามลำดับการศึกษา ด้วยสื่อมวลชนนับเป็นแหล่งข่าวสารที่สามารถพิสูจน์และทดสอบได้ แม้ว่าข่าวสารที่ถูกแพร่ออกมาอาจผิดหรือบิดเบือนจากความจริง แต่เราก็สามารถย้อนรอยหาแหล่งข่าวได้ ฉะนั้น สิ่งนี้จึงทำให้สังคมค่อนข้างมั่นใจว่า ข่าวสารที่เสนอทางสื่อมวลชนเป็นความจริง ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ซึ่งแผ่ไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง จึงมีอิทธิพลต่อแนวความคิด ชีวิตความเป็นอยู่ของสังคม และพฤติกรรมของผู้รับสารได้โดยไม่รู้ตัว

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960 : 15-49) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของผู้รับสารไว้ดังนี้



**5.1 อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม** เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กันอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

5.1.1 **ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions)** ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นมาสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

5.1.2 **การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes)** ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้อง หรือขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ทั้งยังเลือกที่จะตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดเห็น และค่านิยมของตน

5.1.3 **อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence)** ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจจะไม่ได้ไปถึงประชาชนโดยทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำทางความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักจะทำหน้าที่สอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย

5.1.4 **ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects)** การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนมีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนใดดี

## 5.2 อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น

คือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

## 5.3 สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน ในกรณีที่บุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว

หากสื่อมวลชน สามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

## 5.4 สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน

ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับข่าวสารหรือเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลในทันทีทันใด หรือในระยะเวลานานสั้น

## 6) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของสื่อมวลชน

การรับสื่อมวลชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนไทย ในด้านหนึ่งได้ทำให้คนมีการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่กว้างไกลขึ้น มีความพร้อมและตื่นตัวที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งหน่วยงานภาครัฐเอง ต่างก็ให้ความสำคัญกับงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ กล่าวคือ การใช้วิธีทางด้านประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นช่องทางในการกระจายข่าวสารของหน่วยงานรวมถึงข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาให้ประชาชนได้รับทราบ แต่ในอีกด้านหนึ่ง สื่อมวลชนก็มักตกเป็นผู้ต้องหาในหลาย ๆ กรณี จากการศึกษาวิเคราะห์วิจัยกันอย่างละเอียดแล้ว พบว่าสื่อมวลชนไม่ได้ทรงพลังมากอย่างที่คิดกัน แต่มีข้อจำกัดบางประการ เพราะสื่อมวลชนจะมีอิทธิพล มีประสิทธิภาพมากเพียงใดขึ้นอยู่กับสภาพการณ์หรือเงื่อนไขบางอย่างเป็นกรณี ๆ ไป ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของสื่อมวลชน คือ (วาสนา จันทรสว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี, 2532 : 51-55)

6.1 สื่อมวลชนเกือบทั้งหมด มีจุดมุ่งหมายเพื่อประกอบธุรกิจมากกว่าคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ การทำหน้าที่ที่ควรกระทำจึงลดน้อยลง เนื่องด้วยสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ สื่อมวลชนไม่ต้องการสูญเสียรายได้ทางการค้าทางการโฆษณา เพราะการที่ต้องลงทุนจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องแสวงหารายได้และหากำไรเพื่อความก้าวหน้าและความอยู่รอดของกิจการ ยกเว้นสื่อมวลชนที่เป็นรัฐบาล ซึ่งมีอยู่จำนวนน้อย และในจำนวนน้อยที่มีอยู่นี้ก็ยังมีธุรกิจเข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ด้วย เช่น สถานีวิทยุหรือสถานีโทรทัศน์บางแห่ง หน่วยงานการเป็นเจ้าของกิจการก็จริง แต่ผู้ดำเนินการ (โดยการเช่าหรือซื้อเวลา) ก็เป็นเอกชนที่มุ่งผลทางธุรกิจเป็นสำคัญ

6.2 สื่อมวลชนทุกประเภทอยู่ในความควบคุม กำกับดูแลของรัฐบาล ด้วยเหตุผลเพื่อความมั่นคงของประเทศ เพราะฉะนั้นสื่อมวลชนบางประเภทจึงมีหน้าที่เป็นเพียงกระบอกเสียงของรัฐบาล มุ่งโฆษณาประชาสัมพันธ์ โฆษณาชวนเชื่อผลงานของรัฐบาลมากกว่าให้ข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์สำหรับประชาชน หรือในการถ่ายทอดเสียงภาคบังคับ เนื้อหาไม่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน และการเสนอมักจะเป็นทางการมากเกินไป การใช้ศัพท์แสงใช้ภาษาต่างประเทศของผู้บริหาร ผู้นำบางคน ชาวบ้านธรรมดาโดยทั่วไปไม่อาจจะเข้าใจได้ถูกต้อง

6.3 ลักษณะต่าง ๆ ของสื่อมวลชน เช่น แหล่งข่าว เนื้อหาของสาร สถานการณ์ของการสื่อสาร เป็นต้น แหล่งสารของสื่อมวลชนส่วนมากยังรวมกลุ่มอยู่เฉพาะในนครหลวงหรือเมืองใหญ่ แม้ว่าปัจจุบันเราจะมีการคมนาคมที่สะดวกคือ สิ่งพิมพ์เข้าถึงโดยง่าย หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์สามารถไปถึง แต่การเผยแพร่เนื้อหาก็คงไม่เป็นประโยชน์สำหรับกลุ่มคนโดยทั่วไปอย่างทั่วถึง อีกทั้งคุณภาพของเนื้อหา ยังสนองให้ต้องการเกินจำเป็น ให้บริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย การเน้นด้านวัตถุ แต่ไม่ได้สอนวิธีการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ หรือการปรับปรุงวิถีชีวิตให้มีคุณภาพ

6.4 ทักษะคิดและกระบวนการเลือกของประชาชน ในกระบวนการเลือกของประชาชนนั้น จะเลือกรับสาร ดีความสาร และจดจำสาร โดยเฉพาะสารที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อทัศนคติดั้งเดิมของตนและการใช้สื่อมวลชนอย่างเดียวเพื่อการชักจูงใจ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ จะใช้ไม่ได้ผล สื่อมวลชนจะทำได้เพียงเสริมทัศนคติและแบบแผนพฤติกรรมที่เป็นอยู่ในขณะนั้นเท่านั้น

6.5 สถานการณ์บางอย่าง คุณลักษณะบางประการ สื่อมวลชนสามารถก่อให้เกิดผลโดยตรงด้วยตนเองได้ เช่น สามารถทำหน้าที่สอน ให้การศึกษาหรือเผยแพร่ข่าวสาร สื่อมวลชนจะทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ แต่บางกรณี เช่น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การเปลี่ยนพฤติกรรม โดยลำพังสื่อมวลชนไม่อาจกระทำให้ประสบผลสำเร็จได้ แต่จำเป็นต้องใช้ร่วมกับสื่อชนิดอื่น เช่น สื่อบุคคล เป็นต้น

## 7) ยุทธวิธีของการนำสื่อมวลชนไปใช้

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนเปรียบเสมือนดาบสองคม เมื่อพิจารณาการสื่อสารมวลชนโดยลักษณะคุณภาพ คุณสมบัติ วิธีการนำเสนอและเนื้อหาสาระแล้ว สื่อมวลชนนั้นทรงพลัง แต่จะเกิดประโยชน์ก็ต่อเมื่อมีการนำเขาไปใช้อย่างถูกต้อง ดังนั้น ความสำคัญจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพ และยุทธวิธีของการนำไปใช้ ดังจะกล่าวถึงการให้ที่จะให้ได้ผลที่ดีกว่าต่อไปนี้ คือ

7.1 ในประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา สื่อมวลชนที่จะใช้ได้ดีคือคุ้มค่าเหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจ คือสื่อมวลชนที่มีเทคโนโลยีระดับกลาง เช่น วิทยุกระจายเสียง ส่วนสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์เหมาะสำหรับเผยแพร่ข่าวสารแก่ผู้มีการศึกษา มีสภาพทางเศรษฐกิจดี แต่เนื้อหาสาระของสื่อมวลชนประเภทนี้ ก็มักจะเน้นไปในด้านบันเทิงมากกว่าให้การศึกษาหรือให้ความรู้เพื่อการพัฒนา

7.2 เนื้อหาสาระของสื่อมวลชน ต้องมีคุณภาพมีประโยชน์สำหรับผู้รับและควรมุ่งสู่ท้องถิ่น เพื่อประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ มากกว่าประชาชนส่วนน้อยในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่

7.3 การใช้การสื่อสารมวลชนให้ได้ประโยชน์เพื่อพัฒนาชาติ คือใช้สื่อมวลชนกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา เน้นการยกระดับการศึกษา ยกฐานะทางเศรษฐกิจ และพัฒนาสุขภาพอนามัยเพื่อคุณภาพชีวิต

7.4 การใช้สื่อสารมวลชนให้เกิดประสิทธิภาพ จากผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้น้อยมาก ฉะนั้นสื่อมวลชนควรใช้ร่วมกับเครือข่ายของการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งมีสายใยแพร่กระจายในทุกสังคมอยู่แล้ว

7.5 สื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการที่ถ่ายทอดสารไปโดยผลย้อนกลับของการสื่อสารลำช้ามาก ฉะนั้นสารที่ส่งต้องมีความชัดเจน แจ่มแจ้ง ง่ายต่อความเข้าใจโดยทันที และต้องมีการประเมินผลและตรวจสอบอย่างเป็นระบบ และไม่เป็นระบบ เช่น การวิจัยเรื่องทัศนคติ การประเมินจากจดหมายผู้รับ การตรวจสอบความคิดเห็นจากสื่อมวลชนอื่น ๆ โดยทั่วไป เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ เราจึงควรศึกษาสื่อมวลชนและพฤติกรรมการรับสาร การนำสื่อมวลชนมาใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้เกิดการนำศักยภาพของสื่อมวลชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่

## สื่อบุคคล

### 1) ความหมายของสื่อบุคคล

**สื่อบุคคล** (*Human Media หรือ Personal Media*) เป็นสื่อพื้นฐานที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจและความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีมาแต่ดั้งเดิมของมนุษย์ก่อนการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ และเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารระหว่างบุคคล จากอดีตถึงปัจจุบันสื่อบุคคลคงมีอิทธิพลต่อกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมาทุกยุคทุกสมัย แม้ในยุคสมัยที่มีการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กว้างไกลเช่นปัจจุบัน จะมีการนำคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์การสื่อสารมาใช้ เพื่อช่วยขจัดข้อจำกัดด้านระยะทางและเวลาในการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยผ่าน "สื่อบุคคล" ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตายังคงมีความสำคัญเสมอ ตราบใดที่มนุษย์ยังอยู่ในสังคมย่อมเสี่ยงไม่พ้นที่จะต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง (เกศินี จุฑาวิชิต, 2540 : 83-84)

### 2) ประเภทของสื่อบุคคลในสังคม

เสถียร เชยประทับ (2532 : 149) กล่าวว่า สื่อบุคคลในสังคมนั้นประกอบด้วย **สื่อบุคคลภายในท้องถิ่น** (*Localite*) ซึ่งได้แก่ ผู้นำความคิดเห็น และ **สื่อบุคคลภายนอกท้องถิ่น** (*Cosmopolite*) ได้แก่ นักพัฒนา

**ผู้นำความคิดเห็น** (*Opinion Leaders*) ในที่นี้แตกต่างจากผู้นำ (*Leaders*) ทั่วไปตรงที่มีได้เป็นผู้นำโดยตำแหน่งหรือแต่งตั้งเป็นทางการ ดังนั้น ผู้นำความคิดเห็น จึงไม่ได้มีอิทธิพลโดยตำแหน่ง แต่เป็นสื่อบุคคลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา ด้วยเป็นบุคคลที่สามารถมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ ตามที่บุคคลผู้นั้นต้องการ โดยอาศัยวิธีที่ไม่เป็นทางการ และสามารถมีอิทธิพลเช่นนี้ได้ค่อนข้างบ่อย (เสถียร เชยประทับ, 2528 : 177)

อีกนัยหนึ่ง ผู้นำความคิดเห็นจะเปรียบเสมือนช่องทางการเผยแพร่กระจายข่าวสารและสร้างเครือข่ายการสื่อสารในสังคม ซึ่งจะแพร่กระจายข่าวสารผสมผสานความคิดเห็นเป็นส่วนตัวไปยังสมาชิกในสังคมนั้น อย่างไรก็ตาม ผู้นำความคิดเห็นในเรื่องหนึ่งหรือกิจกรรมหนึ่ง ก็อาจไม่ใช่ผู้นำความคิดเห็นในเรื่องหนึ่งหรืออีกกิจกรรมหนึ่งก็ได้ (พัชนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 191)

ผู้นำความคิดเห็นในท้องถิ่น มีอาทิเช่น ครู แพทย์ พระ ฯลฯ ซึ่งบุคคลเหล่านี้นับเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญของชุมชนในท้องถิ่น และในสังคมไทย

ส่วนนักพัฒนานั้น (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540 : 88)หมายถึง บุคคลภายนอกชุมชนที่เข้าไปมีบทบาทผลักดันให้บุคคลในชุมชนเกิดความเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งนักพัฒนานี้จะรวมทั้งพัฒนากร เจ้าหน้าที่ส่งเสริม เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่ขององค์กรพัฒนาเอกชน (Non - Governmental Organization : NGO) และอาสาสมัคร ที่นำแนวคิดใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมไปเผยแพร่ในท้องถิ่น

### 3) บทบาทของสื่อบุคคล

โรเจอร์ส และ เมย์เนน (Rogers and Meynen, 1969 : 234) กล่าวว่า สื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ด้วยสื่อบุคคลมีลักษณะที่เชื่ออำนาจต่อการชักจูงและโน้มน้าวใจ ซึ่งสรุปได้จากทฤษฎีและรายงานการวิจัยต่าง ๆ ดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540 : 86)

3.1 การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ดำเนินไปอย่างง่าย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับ คู่สื่อสารมีความใกล้ชิดกัน ซึ่งกระบวนการกลุ่มสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลได้

3.2 การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา หรือเผชิญหน้า เป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้มีการซักถามได้ทันที ทั้งยังสามารถยืดหยุ่นการนำเสนอเนื้อหาได้ หากผู้ส่งสารได้รับการต่อต้านจากผู้ฟัง ก็อาจเปลี่ยนหัวข้อสนทนาได้

3.3 ผู้รับสารบางคน มีแนวโน้มที่จะเชื่อถือและยอมรับความคิดเห็น หรือทัศนคติของสื่อบุคคลที่เขารู้จักคุ้นเคย และนับถือมากกว่าที่จะเชื่อบุคคลที่เขาไม่รู้จักคุ้นเคย

### 4) ปัจจัยของสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ

ปัจจัยที่ทำให้สื่อบุคคลในฐานะที่เป็นผู้ส่งสารเหล่านี้ มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารเป้าหมาย ได้แก่ ปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540 : 86-88)

#### 4.1 ความน่าเชื่อถือ (Credibility)

ความน่าเชื่อถือในที่นี้ คือ ระดับของความรู้สึกที่ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ (Trustworthy) และมีความสามารถ (Competent) ถ้าผู้รับสารเป้าหมายมีความรู้สึกว่าคุณพัฒนาหรือผู้นำความคิดเห็นมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น (Middlebrook, 1974 : 161-164)

จากการศึกษาของอารอนสันและโกลเดน (Aronson and Golden 1962 : 135 -136) ช้างใน เกตินี จุฑาวิจิตร, 2540 : 87) พบว่า สื่อบุคคลที่ได้รับความเชื่อถือ จะต้องเป็นผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะ ด้านโดยเป็นความชำนาญที่มาจากประสบการณ์มากกว่าการศึกษา หรือสถานะทางสังคม ทั้งยังขึ้นอยู่กับ ความเป็นผู้มีไหวพริบ ความซื่อสัตย์ ความจริงใจ และความใจกว้าง

ลักษณะดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะหาข่าวสาร รับ ฟังคำแนะนำ ยอมรับและให้ความเชื่อถือสื่อบุคคล ไม่ว่าจะ เป็นนักพัฒนาหรือผู้นำความคิดเห็นที่พวกเขา เชื่อว่า เป็นบุคคลที่มีความสามารถมากกว่าตนเอง และความสามารถนี้อาจแสดงให้เห็นในรูปของสถานะ ทางสังคมที่สูงกว่า การศึกษาที่สูงกว่า ใช้สื่อมวลชนมากกว่า แต่ก็จะต้องไม่แตกต่างกันมากเกินไป และที่สำคัญ คือ จะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติบางประการดังกล่าวข้างต้นด้วย

#### 4.2 ความดึงดูดใจ (Attractiveness)

ผู้ส่งสารที่มีความดึงดูดใจ ย่อมกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจหรือพึงพอใจในการได้พบ เห็นพูดคุย เช่น ดาราภาพยนตร์ ศิลปินเพลง หรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียง ทั้ง ๆ ที่บุคคลผู้นั้นอาจไม่ใช่ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือหรือผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ แต่เป็นเพียงผู้ที่มีบุคลิกภาพน่าดึงดูดใจ ซึ่งก็ทำให้ผู้รับสารเกิด ความสนใจและคล้อยตามข่าวสารได้

#### 4.3 ความคล้ายคลึง (Similarity)

สื่อบุคคลหรือผู้ส่งสารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสารเป้าหมายในด้านต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ภาษา การแต่งกาย สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ และความคิดเห็นของผู้รับสาร เพราะความคล้ายคลึงนี้เองจะทำให้เกิดความรู้สึกเข้าใจกัน เห็นอกเห็นใจ กัน ชอบพอและไว้วางใจ

นอกจากผู้ส่งสารจะต้องมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ น่าดึงดูดใจ และมีความคล้ายคลึงกับผู้รับสาร แล้ว ลักษณะของข่าวสารที่ทำให้ผู้ส่งสารได้รับความเชื่อถือ และทำให้ผู้รับสารเห็นด้วย คล้อยตาม ก็ควร จะมีลักษณะดังนี้ คือ เป็นข่าวสารที่ตรงตามข้อเท็จจริง ไม่อวดอ้างเกินเลย และมีหลักฐานหรือเหตุผล สนับสนุน ทั้งนี้ข่าวสารและเหตุผลดังกล่าวควรจะมีความสอดคล้องกับประสบการณ์ของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายด้วย เพราะบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะยอมรับข่าวสารที่สอดคล้องกับประสบการณ์ที่ตนเองมีมา ก่อน

### 5) คุณสมบัติในการสื่อสารระหว่างสื่อบุคคลกับสื่อมวลชน

โรเจอร์สและสเวนนิ่ง (Rogers and Svenning 1969 : 125-126) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติในการสื่อสารของสื่อบุคคลเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนไว้ดังนี้

คุณสมบัติในการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
1. ลักษณะของการสื่อสาร	การสื่อสารสองทาง	การสื่อสารทางเดียว
2. ความรวดเร็วในการส่งสารไปยังคนจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	ต่ำ	สูง
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	สูง	ต่ำ
5. ความสามารถในการที่จะจัดการเลือกของผู้รับสาร	สูง	ต่ำ
6. การสื่อสารกลับของผู้รับสาร	สูง	ต่ำ
7. ผล	เปลี่ยนทัศนคติ	เพิ่มพูนความรู้

จากการเปรียบเทียบคุณสมบัติในการสื่อสารข้างต้น ทำให้เห็นภาพชัดเจนว่า ทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชนต่างก็มีข้อเด่นและข้อด้อยในตัวเอง ถ้ามีการใช้สื่อมวลชนกับสื่อบุคคลร่วมกัน ก็น่าจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะจะเป็นการแก้ไขจุดอ่อนหรือข้อจำกัดตามธรรมชาติของแต่ละสื่อได้

## สื่อเฉพาะกิจ

การสื่อสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต คุณภาพสังคม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนเป้าหมายนั้นมิใช่เรื่องง่าย จำเป็นต้องใช้สื่อและกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ ซึ่งนอกจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลแล้ว สื่อเฉพาะกิจก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ได้

### 1) ความหมายของสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540 : 135)

### 2) ประเภทของสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทกว้าง ๆ ดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540 : 135 -143)

#### 2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจควรมีลักษณะที่สำคัญคือ จะต้องตอบสนองวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน เช่น ต้องการให้ความรู้กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเรื่องความสะอาดของน้ำประปาว่า สามารถใช้เป็นน้ำดื่มได้ทันทีจากก๊อก เป็นต้น นอกจากนี้เนื้อหาหรือสารจะมีความชัดเจนแล้ว รูปแบบก็จะต้องมี

ความน่าสนใจด้วย เช่น การใช้สี การจัดหน้า ขนาดตัวอักษร การใช้ภาพที่สื่อความหมาย ฯลฯ ที่สำคัญที่สุดคือ การแจกจ่ายไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ จะต้องแจกจ่ายให้ทั่วถึง และตรงกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่สำคัญ มีดังนี้

2.1.1 ใบปลิว หรือ แผ่นปลิว (Leaflets) เอกสารที่ใช้แจกเป็นใบ ๆ

2.1.2 แผ่นพับ (Folders) มีลักษณะคล้ายใบปลิว อาจพับสอง พับสาม หรือพับสี่ ตามแต่จะออกแบบ ไม่เย็บกลางเล่ม

2.1.3 หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก (Pamphlets) เป็นหนังสือเล่มเล็ก ๆ คล้ายแผ่นพับ มักเย็บกลางเล่ม มีจำนวนหน้ามากกว่าแผ่นพับ แต่มักไม่เกิน 10 หน้า

2.1.4 เอกสารแนะนำประกอบ (Brochures) เป็นหนังสือคู่มือปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ

2.1.5 แผ่นโฆษณา (Poster) เป็นแผ่นแจ้งข่าวย่อ ๆ ไม่มีรายละเอียดมากนัก เพื่อกระตุ้นให้คนสนใจ เตือนความทรงจำให้เข้าประชุม หรือไปร่วมรายการกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีลักษณะที่เมื่อคนผ่านไปผ่านมาก็สามารถอ่านข้อความทั้งหมดเข้าใจได้ในทันที

2.1.6 คู่มือสื่อมวลชน (Press Kit) เป็นแฟ้มขนาดกะทัดรัดเพื่อใส่ข่าวสารหรือข้อมูลพื้นฐานด้านความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการรณรงค์ให้สื่อมวลชนได้นำไปพิมพ์ หรือ เผยแพร่ต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป

2.1.7 หนังสือฉบับพิเศษ (Newspaper Supplement) เป็นวิธีการที่หน่วยงานจัดขอหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1 - 2 หน้า หรือทั้งเล่ม หรือ เป็นใบแทรก หรือ หนังสือพิมพ์แทรก เป็นฉบับพิเศษ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมการรณรงค์ หรือ การระดมขอความร่วมมือจากประชาชนทั่วไป

2.1.8 จดหมายข่าว (Newsletter) เป็นเอกสารที่เสนอข่าวสั้น ๆ มีวาระการผลิตอย่างสม่ำเสมอ

2.1.9 จดหมาย (Letter) จดหมายถึงผู้รับจัดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จำหน่ายของถึงบุคคลต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของเราโดยตรง จุดเด่นตรงที่เข้าถึงตัวผู้รับโดยตรงนี้ เมื่อผู้รับได้รับแล้วก็เกิดความรู้สึกที่ดี มีความรู้สึกเป็นส่วนตัว สามารถเปิดอ่านเมื่อไร ที่ไหนก็ได้ จดหมายนี้ควรมีเนื้อหาเพียงสั้น ๆ ที่สื่อความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงประเด็น

2.1.10 ภาพพลิก เป็นสื่อที่จัดทำเป็นภาพขนาดใหญ่มีข้อความประกอบ ใช้ออกเล่าเรื่องราวหรือสารที่ต้องการนำเสนอ กลุ่มเป้าหมายสามารถพลิกอ่านเรื่องราวด้วยตนเองได้ หรือใช้เป็นสื่อประกอบการอบรม ภาพพลิกที่น่าสนใจอาจนำเสนอด้วยภาพวาดหรือการ์ตูน และมีการดำเนินเรื่องแบบละคร



## 2.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะกิจ คือ สื่อเฉพาะกิจที่ผลิตออกมาในรูปแสงและเสียง เช่น สปอตวิทยุ สปอตโทรทัศน์ เทปบันทึกเสียง วิทยุทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์ เป็นต้น

ลักษณะสำคัญที่สามารถนำมาใช้เพื่อการพัฒนา ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยการใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ เช่น การผลิตวิทยุทัศน์เพื่อการรณรงค์ให้ความรู้เรื่องมาตรฐานคุณภาพน้ำประปา แก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นครู อาจารย์ และนักเรียน โดยส่งไปยังโรงเรียนต่าง ๆ เพื่อให้ช่วยเผยแพร่ ซึ่งอาจจะนำเสนอด้วยรูปแบบสาระกึ่งละคร ที่น่าสนใจมากกว่าการนำเสนอด้วยรูปแบบของสารคดีทั่วไป

## 2.3 สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดแสดงนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดขบวนแห่ การจัดรถเคลื่อนที่ (Mobile Unit) การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุ หรือ โทรทัศน์ เป็นต้น ลักษณะที่สำคัญของการใช้สื่อกิจกรรมเป็นสื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมาย และผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์ และความบันเทิงไปพร้อมกัน

รูปแบบของกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

2.3.1 *การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Days and Weeks)* โดยการเลือกกำหนดเอาวันสำคัญหรือสัปดาห์สำคัญโดยเฉพาะเจาะจงขึ้นมาเอง แล้วถือเอาวันหรือสัปดาห์ช่วงนั้นเป็นระยะเวลาจัดกิจกรรมของตนขึ้น

2.3.2 *การจัดการแสดงและนิทรรศการ (Displays and Exhibitions)* เป็นการจัดแสดงผลงานความก้าวหน้าของโครงการ หรืออาจจะเป็นการจัดแสดงเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย การจัดกิจกรรมการแสดงและนิทรรศการที่ดีจะต้องมีความน่าสนใจและเข้าใจให้ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการที่จะได้เข้ามาสัมผัส ได้พบได้เห็นได้มีส่วนร่วมด้วยตนเอง

2.3.3 *การพบปะและการประชุม (Meetings and Conferences)* เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่ายได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เช่น การจัดประชุมทางวิชาการ การสัมมนาระหว่างผู้บริหาร การประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ การจัดอบรมให้ความรู้เฉพาะด้านแก่กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ได้รับทราบปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน ได้มีโอกาสสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างทีมงาน

2.3.4 *การจัดประกวด (Contest)* เป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ ได้มีโอกาสส่งผลงานเข้าร่วม อันจะเป็นการกระตุ้นให้พวกเขาเกิดความตระหนักในปัญหาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การจัดประกวดเรื่องสั้น การจัดประกวดเรียงความเรื่อง "น้ำประปาคุณภาพดีดื่มได้" เป็นต้น

2.3.5 *การจัดขบวนแห่ (Parades and Pageants)* การจัดกิจกรรมนี้ ส่วนใหญ่แล้วเป็นการจัดร่วมกับกิจกรรมประเภทการแสดงและนิทรรศการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มสีสันและบรรยากาศที่เข้าใจให้เข้าร่วมงาน การจัดขบวนแห่ที่น่าสนใจเป็นการกระตุ้นเตือนให้กลุ่มเป้าหมายและชุมชนเกิดความตื่นตัว

สำหรับสื่ออื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ *ของที่ระลึก* หรือ *ของขวัญ* ซึ่งทางโครงการหรือหน่วยงานจัดทำขึ้น เพื่อจำหน่ายหรือแจกจ่ายฟรีให้แก่กลุ่มเป้าหมายและผู้เข้าร่วมกิจกรรม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการ กระตุ้นเตือนย้ำให้นึกถึงหรือเกิดความตระหนักในปัญหา ของที่ระลึกหรือของขวัญในที่นี้ สามารถจัดทำขึ้นได้หลายรูปแบบ เช่น จาน เข็มกลัด พวงกุญแจ เน็คไท ปากกา ดินสอ นาฬิกา และเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันอื่น ๆ

โครงการใดโครงการหนึ่งอาจจะผลิตสื่อเฉพาะกิจขึ้นมา เพื่อเป้าหมายเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป เช่น โครงการน้ำประปาดื่มได้ผลิตแผ่นพับ เพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณภาพน้ำประปาแก่ประชาชน จัดกิจกรรมการตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาในโรงเรียน ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของการประปานครหลวง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ครู อาจารย์ และนักเรียนว่า น้ำประปาได้คุณภาพมาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลก อันจะเป็นจุดขยายความมั่นใจไปสู่คนในครอบครัวต่อไป เป็นต้น

การใช้สื่อเฉพาะกิจนั้น จะทำให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารข้อมูลสำหรับเผยแพร่รณรงค์เรื่องหนึ่งเรื่องใด ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง และเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ประชาชนเป้าหมายได้รับข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติ อาจกล่าวได้ว่าเหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญและความจำเป็นอย่างยิ่ง ก็คือ สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่สามารถควบคุมได้ ทั้งในแง่ความถูกต้องของเนื้อหาตามข้อเท็จจริง และแนวคิด อีกทั้งเป็นสื่อที่ค่อนข้างมั่นใจได้ว่าเข้าถึงตัวผู้รับสาร

จากแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อทั้ง 3 ประเภทที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งสื่อแต่ละประเภทมีคุณลักษณะจุดเด่นและจุดด้อยแตกต่างกันไป การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพน้ำประปาที่ได้มาตรฐานน้ำดื่มตามเกณฑ์ขององค์การอนามัยโลก ผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้นั้น นอกจากจะต้องศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารแล้ว การเลือกใช้สื่อ หรือการเลือกช่องทางในการสื่อสาร ก็ยังเป็นเสมือนกุญแจดอกสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการสื่อสาร เนื่องจากตัวสื่อไม่ใช่ตัวกำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสาร แต่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ส่งสาร ในการเลือกใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม

การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม มีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540 : 145-147)

### 1. สื่อที่จะเลือกใช้

สื่อนับเป็นสิ่งแรกที่จะต้องคำนึงถึงและพิจารณาดูว่า มีสื่อใดให้เลือกบ้าง โดยสื่อที่ดีสำหรับการสื่อสารครั้งหนึ่ง ๆ ควรเป็นสื่อที่เข้าถึงตัวผู้รับสาร และเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอสารได้อย่างชัดเจน ตรงประเด็น

### 2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย

เป็นการพิจารณาว่า โดยปกติแล้วกลุ่มเป้าหมายของเรามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างไร เช่น อ่านหนังสือประเภทไหนบ้าง ชมรายการโทรทัศน์หรือไม่ ชมรายการอะไร ทางสถานีใด ฟังวิทยุหรือไม่ ฟังรายการอะไรบ้าง สถานีใด มักจะชมหรือฟังช่วงไหน เวลาใด บ่อยครั้งหรือไม่ เพราะถ้าเราสามารถเลือกสื่อที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับอยู่แล้ว โอกาสที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับสารก็มีความเป็นไปได้มาก

### 3. งบประมาณ

เนื่องจากสื่อแต่ละสื่อ มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานการผลิตแตกต่างกันไป เช่น การผลิตรายการทางโทรทัศน์ ย่อมต้องใช้งบประมาณมากกว่าการผลิตรายการทางวิทยุ ดังนั้นการเลือกใช้สื่อจะถูกจำกัดโดยงบประมาณ แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าสื่อใดที่ใช้งบประมาณในการดำเนินงานสูง จะต้องมีประสิทธิภาพดีกว่าสื่อที่ใช้งบประมาณต่ำ

### 4. ค่าใช้จ่ายต่อหัว

นอกจากการคำนึงถึงงบประมาณโดยภาพรวมแล้ว ในการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนั้น ผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายต่อหัวด้วย นั่นคือ การคำนวณว่า การใช้สื่อหนึ่ง ๆ ต้องใช้งบประมาณเท่าไรในครั้งหนึ่ง ๆ แล้วจะมีผู้รับสารจำนวนเท่าใด จากนั้นเราก็จะได้ตัวเลขค่าใช้จ่ายต่อหัวเป็นเกณฑ์ประการหนึ่งที่จะใช้เปรียบเทียบสื่อแต่ละชนิด

### 5. ความเหมาะสมกับเนื้อหาของสาร

เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมีข้อดีและข้อด้อยที่แตกต่างกันไป เนื้อหาของสารประเภทหนึ่งอาจต้องการใช้สื่อชนิดหนึ่ง ในขณะที่เนื้อหาของสารอีกประเภทหนึ่งอาจต้องการใช้สื่ออีกชนิดหนึ่ง

### 6. ความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

ในบางครั้งผู้ส่งสารอาจต้องการใช้สื่อร่วมกับการทำกิจกรรม เช่น ต้องการที่จะให้ความรู้ หรือ ข้อมูลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งก่อน แล้วต่อกิจกรรมการเสวนาร่วมกัน ผู้ส่งสารก็ต้องพิจารณาว่าสื่อใดจะเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของตน

ดังนั้น ในการเลือกช่องทางการสื่อสารหลาย ๆ ช่องทางมาใช้ร่วมกัน เพื่อส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือที่เรียกว่าการใช้สื่อผสม (Media Mix หรือ Multi Media Approach) จึงเป็นการคำนึงถึงธรรมชาติ

ของสื่อแต่ละชนิด ความเหมาะสม และความพยายามที่จะจัดให้การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นไปอย่าง สอดคล้องและเสริมซึ่งกันและกัน อย่างการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานครดื่มน้ำประปาผ่านสื่อมวลชนทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร จะทำให้ ชาวสารเผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้รวดเร็วคราวละมาก ๆ ส่วนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อบุคคล ผู้ รับสารก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสาร เพื่อให้ตนเองมีความเข้าใจอย่างชัดเจน เช่น ประชาชนอาจสอบถามเกี่ยวกับการดูแลระบบท่อตลอดจนอุปกรณ์ใช้น้ำจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน ราชการ หรือนักเรียนอาจสอบถามวิธีการบริโภคน้ำประปาที่ถูกต้องจากครู อาจารย์ ซึ่งการสื่อสาร ระหว่างบุคคลนี้นับว่ามีผลดีในการโน้มน้าวใจให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างไร ก็ดี การเผยแพร่ข่าวสารโดยใช้สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารได้จำนวนน้อย และต้องใช้เวลามาก ด้านการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อเฉพาะกิจ เช่น หนังสือเกียรติบัตรรับรองคุณภาพ น้ำประปาดื่มได้ที่มอบให้แก่โรงเรียนต่าง ๆ ที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาแล้วว่าได้มาตรฐาน การติดสติ๊กเกอร์ตามจุดบริการน้ำดื่มของโรงเรียน ก็เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับคุณ ภาพน้ำประปาได้ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นและส่งเสริมให้อัตราการบริโภคน้ำประปาของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น อันเป็นพฤติกรรมตามความคาดหวังของทางโครงการน้ำประปาดื่มได้ในที่สุด

### 3. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

แนวความคิดนี้ เป็นแนวความคิดที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 2 กลุ่ม โดยมีการสื่อสารเป็นตัวแปร ต้นหรือตัวแปรอิสระ ส่วนตัวแปรตามคือ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในการวัดความสำเร็จของการสื่อ สาร ก็จะพิจารณาและตรวจสอบว่าความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร มีการเปลี่ยนแปลงไปใน ทางบวกหรือไม่ ถ้าไม่เปลี่ยนแปลง อะไรคืออุปสรรค นอกจากนั้น ยังอาจศึกษาความสัมพันธ์ในลักษณะ สายโซ่ที่เริ่มจากความรู้ไปสู่ทัศนคติและกลายเป็นพฤติกรรมต่อไป

ฟิลิป จี ซิมบาร์โด และคณะ (Philip G. Zimbardo et al., 1977 : 49-53) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะมีการเปลี่ยนแปลง และเมื่อ ทัศนคติเกิดการเปลี่ยนแปลง จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบ จะต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน

## แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

คาร์เตอร์ วี กูด (Carter V. Good, 1973 : 325) ได้ให้ความหมายของ ความรู้ ไว้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Fact) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์ และข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับ และรวบรวมสะสมไว้จากประสบการณ์ต่าง ๆ

เกดนี จุททาวิจิตร (2540 : 52) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถของผู้เรียนที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ โดยแบ่งออกเป็นความรู้ต่อสถานการณ์หนึ่ง ๆ และความรู้ต่อเรื่องราวทั่วไปในระดับกว้าง ความรู้จึงเป็นความสามารถในการใช้ข้อเท็จจริง ความคิด ความหยั่งรู้หยั่งเห็น ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงความรู้เข้ากับเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ อีกทั้งยังได้จำแนกระดับความรู้ออกเป็น 6 ระดับ ดังนี้

1. **ระดับที่ระลึกได้ (Recall)** หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จดจำเรื่องเฉพาะวิธีปฏิบัติ กระบวนการและแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้คือความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้

2. **ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension)** หมายความว่า บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจดจำเนื้อหาที่ได้รับ เช่น สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นด้วยถ้อยคำของตนเองได้ สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายที่ลึกซึ้ง แปลความและเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. **ระดับการนำไปใช้ (Application)** เป็นความสามารถที่จะนำข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรม ไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

4. **ระดับการวิเคราะห์ (Analysis)** สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. **ระดับการสังเคราะห์ (Synthesis)** คือ การนำข้อมูลและแนวความคิดมาประกอบกัน แล้วนำไปสู่การสร้างสรรค ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม

6. **ระดับการประเมินผล (Evaluation)** คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ การรวบรวมและวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

## แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

### 1) ความหมายของทัศนคติ

*ทัศนคติ (Attitude)* เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่าทัศนคตินั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

เบอร์โกวิทซ์ (Berkowitz อ้างใน พัทนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์านุกูล และถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 115-116) ได้ยกเอานิยามของมหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง 3 แห่ง ซึ่งเป็นผู้นำความคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้มาเป็นแนวพิจารณา มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งนิยามว่า "ทัศนคติ" คือ การประเมิน หรือปฏิบัติทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ฉะนั้นทัศนคติของบุคคลต่อวัตถุทางสังคมคือความรู้สึก "ชอบ" หรือ "ไม่ชอบ" ต่อสิ่งนั้น ๆ มหาวิทยาลัยอีกแห่งหนึ่งกล่าวว่า "ทัศนคติ" คือ การเตรียมพร้อมที่จะตอบสนองในทางหนึ่งทางใดต่อวัตถุทางสังคม และการเตรียมพร้อมนี้มีธรรมชาติเป็นการ "เห็นด้วย" และ "ไม่เห็นด้วย" ส่วนมหาวิทยาลัยอีกแห่งหนึ่งแย้งว่า "ทัศนคติ" คือ กลุ่มของความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่ประสมประสานกันต่อวัตถุทางสังคม

คำนิยามของมหาวิทยาลัยแห่งสุดท้าย ซึ่งรวมองค์ประกอบทางความรู้สึก อารมณ์ และความนึกคิดเข้าด้วยกัน เป็นคำนิยามที่นิยมใช้กันมากที่สุด ฉะนั้น "ทัศนคติ" จึงเป็นกลุ่มขององค์ประกอบที่มีการผสมผสานกันอย่างต่อเนื่องต่อวัตถุทางสังคม องค์ประกอบนี้รวมทั้งความเชื่อ (Belief) และการประเมินค่า (องค์ประกอบทางความคิด) ความรู้สึกและอารมณ์ (องค์ประกอบทางอารมณ์และความรู้สึก) และความเตรียมพร้อมทางพฤติกรรม (องค์ประกอบทางพฤติกรรม) องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้ มักปรากฏอยู่ในคำนิยามอื่น ๆ ที่ได้รับการยอมรับกันทั่วไป เช่น กูดส์ (Goods) นิยามทัศนคติว่า "เป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิริยาในทางบวกหรือในทางลบต่อสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคำนิยามของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่"

นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn, 1971 : 71) ได้ให้คำจำกัดความของทัศนคติว่า คือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งของ บุคคล เหตุการณ์ สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอดี ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

เดโช สวานานนท์ (2512 : 28) กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้ เปลี่ยนแปลงได้ และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

ธงชัย สันติวงษ์ (2540 :160) กล่าวว่าทัศนคติหมายถึงสิ่งซึ่งเราทำการอธิบายด้วยวิธีการอ้างอิงถึงสิ่งที่อยู่ในความนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งมีผลต่อแบบของพฤติกรรมที่แสดงออก อันเป็นส่วนที่สามารถสังเกตเห็นได้

และจากเอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร หน่วยที่ 1-8 (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช, 2531 : 179) ได้อธิบายไว้ว่า ทัศนคติก็คือ ความเชื่อและความรู้สึกที่ทนทาน และได้รับการจัดระเบียบ อันเป็นตัวชักนำให้เราปฏิบัติไปในทิศทางต่าง ๆ ทัศนคติจึงมิได้เป็นเพียงแต่ความคิดเห็น แต่มีลักษณะที่ฝังลึกมากกว่านั้น

## 2) องค์ประกอบทัศนคติ

ทัศนคติประกอบขึ้นด้วยส่วนประกอบ (Components) 3 ส่วนต่อไปนี้ (Harry C. Triandis, 1971 : 3) *ความรู้ความเข้าใจ หรือ ส่วนของความนึกคิดความเชื่อ (Cognitive or Belief Component) ความชอบพอ หรือ ส่วนของอารมณ์ความรู้สึก (Affective or Feeling Component)* การที่มีองค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้สึกทางอารมณ์เกี่ยวข้องอยู่ในทัศนคติด้วยนั้น ช่วยทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างทัศนคติกับความเชื่อทั่ว ๆ ไป กล่าวคือ หากไม่มีองค์ประกอบของความรู้สึกอยู่ด้วยก็ไม่นับเป็นทัศนคติ แต่เป็นเพียงการยอมรับทางความคิดกับสิ่งที่เชื่อว่าเป็นข้อเท็จจริง ดังนั้นในเรื่องทัศนคติซึ่งมีองค์ประกอบทางอารมณ์อยู่ด้วย จึงมีแนวโน้มที่จะบ่งชี้ว่า เราสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งที่เรามีทัศนคติด้วย และ *พฤติกรรมหรือส่วนของแนวโน้มในการกระทำหรือแสดงออก (Behavioral or Action - Tendency Component)* นั้น โดยทั่ว ๆ ไปมักจะพบว่ามีการแสดงพฤติกรรมไปตามทัศนคติ

สำหรับรายละเอียดอาจขยายความได้ดังนี้ คือ

2.1 *ความรู้สึกรู้ความเข้าใจหรือความนึกคิด ความเชื่อ* เป็นส่วนที่มีขอบเขตครอบคลุมถึงข่าวสารข้อมูลและความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ได้เก็บสะสมมา และมีประสบการณ์มาจากอดีต

ความเชื่อนี้จะเป็นความเชื่อที่ได้มาจากการประเมิน ซึ่งมักจะแสดงผลเป็นแนวโน้มทางใดทางหนึ่ง ดี-ไม่ดี ชอบ-ไม่ชอบ มีคุณค่า-ไม่มีคุณค่า เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ๆ หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

ตัวอย่างก็คือ คนกรุงเทพมหานครหลายคนอาจมีทัศนคติสืบเนื่องมาจากการประเมินและที่ได้สร้างเป็นความเชื่อที่น้ำประปาไม่สะอาด ไม่เหมาะสำหรับใช้เป็นน้ำดื่มได้โดยตรงจากก๊อก

นอกจากนี้ การเกิดความรู้หรือความเชื่อนั้น ยังเป็นกระบวนการของการจัดระเบียบข้อมูลของสิ่งที่เรารับรู้และเรียนรู้ให้เข้าเป็นหมู่พวก เรื่องที่คล้ายคลึงกันก็จะจัดให้เป็นประเภทเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการจดจำ อีกทั้งสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาอื่น ๆ ต่อไปได้ และถ้าการจัดระเบียบข้อมูลนั้นได้มาจากประสบการณ์โดยตรงซ้ำกันหลาย ๆ ครั้ง ก็จะเป็นความเชื่อที่คงทนมากขึ้น

2.2 *ความชอบพอ หรือ ส่วนของอารมณ์ความรู้สึก* เป็นส่วนที่มีขอบเขตครอบคลุมถึงอารมณ์ความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นจากสาเหตุหลายทาง และมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกลักษณะ ท่าทาง หรืออุปนิสัยของบุคคล ค่านิยมของแต่ละคน และสิ่งจูงใจ เป็นต้น

สำหรับการเกิดความรู้สึก ประกอบความรู้-ความเชื่อ นั้น อาจแสดงออกเป็น 2 ทิศทาง คือ *ทางบวก (ดี รัก ชอบ พอใจ ประทับใจ) หรือทางลบ (เลวเกลียด ไม่ชอบ รังเกียจ ไม่พอใจ ไม่ประทับใจ)* โดยมีกระบวนการเกิดความรู้สึกดังกล่าวได้เป็น 2 แบบ

*แบบแรก* ความรู้สึกเกิดขึ้นจากการตีความสิ่งนั้น โดยอาศัยประสบการณ์ และความเชื่อที่มีมาแต่เดิมอยู่แล้ว ในขณะที่เราจัดระเบียบบางสิ่งที่เราเรียนรู้ขึ้น สิ่งที่เราเรียนรู้ก็มีภาวะทางอารมณ์ที่เราถูกเร้าอยู่แล้วด้วย ดังนั้น ประสบการณ์และความประทับใจในการรับรู้และเรียนรู้ในครั้งแรก ๆ จึงมีความสำคัญต่อการเกิดองค์ประกอบทางอารมณ์ทางทัศนคติ เพราะคนเรามีแนวโน้มที่จะตีความไปตามประสบการณ์เดิมของตน

*แบบที่สอง* มีการศึกษาพบว่าความรู้สึกต่อสิ่งต่าง ๆ สามารถถูกสร้างขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยความเชื่อ การคิดไตร่ตรองหรือตีความสิ่งนั้นนำมาก่อน ทัศนคติในลักษณะนี้อาจจะสร้างขึ้นบนพื้นฐานการโยงความสัมพันธ์ตามการวางเงื่อนไขแบบเรียนรู้เงื่อนไขสิ่งเร้า เช่น การวางเงื่อนไขโดยการให้รางวัลก็อาจทำให้เกิดทัศนคติได้

2.3 *พฤติกรรมหรือส่วนของแนวโน้มในการกระทำหรือแสดงออก* เป็นส่วนของแนวโน้มเชิงในการที่จะปฏิบัติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไปในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากความรู้ ความคิด และความรู้สึก เช่น ถ้าหากมีทัศนคติไม่ดีแล้ว การปฏิบัติต่อทางพฤติกรรมก็จะพยายามโจมตี ทำลายไล่ไป หรือถ่มน้ำลายใส่สิ่งนั้น ๆ ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีทัศนคติดีต่อสิ่งนั้น ๆ ก็จะชมเชยสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ อุดหนุน ช่วยแนะนำคนอื่นต่อ ๆ ไป เป็นต้น

โดยทั่วไปการแสดงออกตามทัศนคติจะได้รับอิทธิพลมาจากบรรทัดฐานทางสังคมที่กลุ่มคาดหวังให้สมาชิกปฏิบัติตาม รวมทั้งเป็นกรอบกว้าง ๆ ในการแสดงออกด้วย บรรทัดฐานนี้เราได้รับอิทธิพลตั้งแต่เล็ก ๆ จากพ่อแม่ว่าอะไรควรทำ อะไรไม่ควรทำ รวมถึงการเลียนแบบอย่างจากพ่อแม่และบุคคลที่เราใกล้ชิดอื่น ๆ ด้วย



### 3) คุณลักษณะของทัศนคติ

คุณลักษณะของทัศนคติดังนี้คือ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540 :161-162)

3.1 **ทัศนคติเป็นสิ่งที่มียู่ภายใน** กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน

3.2 **ทัศนคติจะมีใช้สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด** ตรงกันข้ามทัศนคติจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยในภายนอก และทัศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกดังกล่าวแล้ว ทั้งหมดนี้ย่อมแสดงว่า ทัศนคติที่มีอยู่จะเป็นผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้จากการที่บุคคลนั้น ๆ ได้เกี่ยวข้องกับคนอื่น ๆ

ปัจจัยที่มีผลในการกำกับเป็นทัศนคติดังกล่าวนั้น ส่วนสำคัญมักเกิดจากอิทธิพลของกลุ่มที่เกี่ยวข้องด้วย ที่บุคคลนั้น ๆ ได้รับข่าวสารข้อมูลมา กลุ่มที่สำคัญก็คือ กลุ่มครอบครัว และเพื่อนร่วมงาน หรือกลุ่มทางสังคมที่ได้ไปเกี่ยวข้องด้วย นอกจากนี้ ทัศนคดียังขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะท่าทาง ซึ่งเป็นผลของการเรียนรู้ที่ได้จากการปฏิบัติต่อโลกภายนอกอีกด้วย

3.3 **ทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร** กล่าวคือ ภายหลังจากที่ทัศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทัศนคติดังกล่าวจะไม่เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเป็นการชั่วคราว หากแต่จะมีความมั่นคงถาวรตามสมควร และไม่เปลี่ยนแปลงในทันทีทันใดที่ได้รับตัวกระตุ้นที่แตกต่างไป ทั้งนี้เพราะทัศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้น จะมีกระบวนการการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวด้วย

3.4 **ทัศนคติจะมีความหมายอิงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ** ความหมายในที่นี้ก็คือ ทัศนคติจะมีใช้เกิดขึ้นมาได้เองจากภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้เอามาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงถึงได้ สิ่งที่ใช้อ้างอิงเพื่อการสร้างทัศนคติอาจเป็น ตัวบุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่นึกคิดต่าง ๆ

### 4) หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ (The Function of Attitude)

ทัศนคติจะทำหน้าที่เป็นกลไกที่สำคัญ 4 ประการดังนี้คือ (แดลเนี่ยล แคทซ์ Daniel Katz, 1960 : 163-191)

4.1 **เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว (Adjustment)** หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงที่สุด และให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถเป็นกลไกที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์

และที่ไม่พึงประสงค์ของเขา และด้วยสิ่งเหล่านี้เองที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไปในทางที่ ต้องการมากที่สุด

4.2 **เพื่อการป้องกันตัว (Ego - Defensive)** โดยปกติในทุกขณะ คนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งซึ่งเป็นที่ขัดแย้งกับความนึกคิดของตน (Self-Image) ดังนี้ ทักษะคิดจึงสามารถสะท้อนออกมาเป็นกลไกที่ป้องกันตัว โดยการแสดงออกเป็นความรู้สึกถูกเหยียดหยาม หรือตี ฉินนินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น

การก่อตัวที่เกิดขึ้นมาของทัศนคติในลักษณะนี้ จะมีลักษณะแตกต่างจากการมีทัศนคติ เป็นเครื่องมือในการปรับตัวดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ ทักษะคิดจะมีใช้พัฒนาขึ้นมาจากการมี ประสบการณ์กับสิ่งนั้น ๆ โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้นั้นเอง และสิ่งที่เป็นเป้าหมาย ของการแสดงออกมาซึ่งทัศนคตินั้น ก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้นหวังใช้เพียงเพื่อการระบายความรู้สึกเท่านั้น

4.3 **เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive)** ทักษะคตินั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่าง ๆ และด้วยทัศนคตินี้เองที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่าง ๆ ในลักษณะที่ จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถใช้สำหรับอธิบาย และบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยม ต่าง ๆ ได้

4.4 **เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge)** ทักษะคิดจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคล จะสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้ และเข้าใจถึงระบบ และระเบียบของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเขาได้

การพิจารณาในแง่นี้ ทักษะคิดจะเป็นมาตรฐานเพื่อเปรียบเทียบ หรือเป็นขอบเขตแนวทาง สำหรับที่จะใช้อ้างอิงถึงเพื่อสำหรับหาทางเข้าใจ ค้นหาความหมาย ขยายความให้เห็นข้อแตกต่าง ตรวจสอบความผิดปกติ และแม้แต่เพื่อเสริมสร้างให้การรับรู้ และเข้าใจเรื่องนั้น ๆ ละเอียดยิ่งขึ้นต่อไปอีก

## 5) แหล่งทัศนคติ (Source of Attitude)

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 64-65) ได้กล่าวถึงการเกิดขึ้นของทัศนคติว่า เป็นสิ่งที่เกิดจากการ เรียนรู้จากแหล่งทัศนคติต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งสำคัญที่ทำให้เกิดทัศนคติ คือ

5.1 **ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences)** เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะ อย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

5.2 **การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from Others)** จะทำให้เกิดทัศนคติ จากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้

5.3 **สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models)** การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้

5.4 ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) เช่น ครอบครัว โรงเรียน วัด หรือหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

## 6) การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitude)

ทัศนคติจะก่อตัวขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยหลายประการหลายทางด้วยกันคือ (องชัย สันติวงษ์, 2540 : 166-167)

6.1 การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivations) ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งกำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันพื้นฐานทางร่างกายอยู่ ตัวบุคคลดังกล่าวจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคล หรือสิ่งของที่สามารช่วยทำให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้ และในทางตรงกันข้ามจะสร้างทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งของหรือบุคคลที่ขัดขวางมิให้เขาตอบสนองความต้องการได้

6.2 ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิด ขนาดของข่าวสาร ข้อมูลที่แต่ละคนได้รับมา และลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสารข้อมูลอีกด้วย ด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็น และเข้าใจปัญหาต่าง ๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่ตัวบุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้

6.3 การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทัศนคติบางอย่างอาจจะมาจากกลุ่มต่างๆ ที่เขาเกี่ยวข้องกับอยู่ด้วย (เช่น ครอบครัว วัดที่ไปประกอบศาสนกิจ ในกลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา และกลุ่มสังคมต่าง ๆ) ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

กลุ่มต่าง ๆ หาได้มีความหมายเฉพาะแต่เพียงเป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่าง ๆ เท่านั้นไม่ หากแต่ยังมีการถ่ายทอดข้อมูลให้แก่ตัวบุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทัศนคติขึ้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มของครอบครัว และกลุ่มเพื่อนร่วมงาน ต่างก็เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะ เป็นแหล่งสร้างทัศนคติให้แก่บุคคลที่อยู่ในกลุ่มดังกล่าวได้

6.4 ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะ ทำให้บุคคลต่าง ๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มานั้นจนกลายเป็นทัศนคติได้

6.5 ลักษณะท่าทาง (Personality) ถึงแม้ว่าลักษณะท่าทางจะเป็นเรื่องที่มีความหมายกว้าง แต่ลักษณะท่าทางหลายประการ ต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติให้กับตัวบุคคลได้ด้วย

ปัจจัยต่าง ๆ ของการก่อตัวของทัศนคติเท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริงจะมีได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างไรเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทางเหล่านี้ ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของทัศนคติก็มากน้อย ย่อมสุดแล้วแต่ว่า การพิจารณาสีสร้างทัศนคติต่อสิ่งดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

## 7) การจัดระเบียบและการรวมตัวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของทัศนคติ (Attitude Organization)

โดยปกติทัศนคติจะไม่ใช่เป็นลักษณะที่เกิดขึ้นมาเป็นเอกเทศส่วนเดียว หากแต่เป็นโครงสร้างที่สลับซับซ้อนที่ประกอบขึ้นมา และมีลักษณะที่ค่อนข้างจะคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง โดยจะพยายามรักษาความสมดุล และจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากอิทธิพลภายนอกต่าง ๆ เสมอ นอกเหนือจากนี้ ส่วนประกอบภายในของทัศนคติ (คือ ขอบเขตของความเข้าใจ ความชอบพอ และพฤติกรรมตามที่กล่าวมาแล้ว) ก็เช่นกัน ต่างก็รวมตัวกันอย่างสมดุลระหว่างกันเสมอ ถ้าเราสังเกตให้ดีจะเห็นว่า มนุษย์ทุกคนต่างก็มีความต้องการพื้นฐานที่จะต้องรักษา เพื่อมิให้มีการเปลี่ยนแปลงในสิ่งดังกล่าวของตนอยู่ตลอดเวลา ดังนี้ ก่อนที่จะได้มีการพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จึงเป็นการสมควรยิ่งที่จะได้มีการพิจารณาถึงลักษณะที่คงที่ และไม่เปลี่ยนแปลงของทัศนคตินี้โดยละเอียดเสียก่อน

### 7.1 ความคงที่ที่เกิดขึ้นภายใน (Internal Consistency)

ทัศนคติจะมีลักษณะที่คงที่ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวข้างใน (Internal Organization) และจะอยู่ในภาวะที่คงที่ไม่ได้นาน ถ้าหากส่วนประกอบของความชอบพอ (Affective) และความเข้าใจ (Cognitive) ขาดความสมดุลไปในทางใดทางหนึ่ง (Rosenberg , 1965 :123-124)

ในขณะที่ความชอบพอและความเข้าใจรวมตัวอยู่ในสภาวะที่สมดุลนั้น ทัศนคติจะอยู่ในลักษณะที่คงที่เสมอตลอดเวลา แต่ถ้าหากมีสิ่งใดสิ่งหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป เช่น การได้รับข้อมูลใหม่เข้ามา ก็ย่อมจะมีผลกระทบต่อความสมดุลของส่วนประกอบดังกล่าว นั่นคือความคงที่จะทรงตัวอยู่ได้ในขนาดที่จำกัด และถ้าหากอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกมีมากถึงขนาดหนึ่ง ก็จะทำให้ความมั่นคงของทัศนคตินี้เสียดุลไปได้ การรวมตัวครั้งใหม่ก็จะเกิดขึ้นทันที จนกระทั่งเข้าที่และเกิดความสมดุลขึ้นอีกครั้งหนึ่ง

**การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติจากความสมดุลอันหนึ่งไปสู่ความสมดุลอีกอันหนึ่ง นั้น จะเป็นไปได้ด้วยวิธีการดังนี้ คือ**

ก. ด้วยวิธีการปฏิเสธหรือบดบัง (Rejection) สิ่งที่เข้ามา จากสภาพแวดล้อมที่ซึ่งจะทำให้เกิดความไม่สมดุล ให้ออกไป

ข. โดยการกระจายทัศนคติ เพื่อที่จะให้ส่วนประกอบของทัศนคติมีการรวมเอาตัวกระทบที่จะทำให้เกิดความไม่สมดุลดังกล่าว ให้เข้ามารวมอยู่ในลักษณะที่ไม่ใช่เป็นการรวมเข้ามาอย่างแท้จริง (Isolate)

ค. โดยการปรับตัวอย่างใดอย่างหนึ่ง จนมีทัศนคติใหม่ในลักษณะที่มีความสมดุลใหม่เกิดขึ้นภายใน

จากความรู้ดังกล่าวนี้เองจึงทำให้ทราบได้ว่า การจงใจหรือโน้มน้าวให้มีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ย่อมจะกระทำได้ โดยวิธีการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสมในส่วนประกอบแต่ละส่วนโดยผ่านการติดต่อสื่อสาร หรือการพยายามที่จะให้ทัศนคติมีการรวมตัวใหม่ โดยได้มีการนำเอาข้อมูลใหม่ประกอบเข้าไปด้วยนั่นเอง

## 7.2 ความสมดุลของทัศนคติโดยการปรับตัวกับสิ่งเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากภายนอก (The Introduction of Inconsistency)

ที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า ทัศนคติของแต่ละคนมักจะมั่นคงและไม่ค่อยจะเปลี่ยนแปลง อันสืบเนื่องมาจากการจัดระเบียบและการรวมตัวของทัศนคติภายใน (Internal Organization) ซึ่งพิจารณาเป็นการจัดระเบียบและการรวมตัวในส่วนประกอบของทัศนคติต่าง ๆ เอง (Within Attitudes) สำหรับกรณีแรก และเป็น การรวมตัวและจัดระเบียบระหว่างทัศนคติต่าง ๆ (Between Attitudes) สำหรับกรณีหลัง แต่ในความเป็นจริงจะเห็นได้ว่า ยังมีอีกกรณีหนึ่งที่เป็น *การรวมตัว และจัดระเบียบทัศนคติที่สัมพันธ์กับภายนอก (External Organization)* กล่าวคือสิ่งที่นำเข้ามาจากภายนอก (External Input) จะเป็นข้อมูลใหม่ที่มีโอกาสเข้าสู่ตัวบุคคลได้เสมอ ทั้งนี้เพราะเนื่องจากสาเหตุหลายประการ คือ มนุษย์ทุกคนย่อมจะหลีกเลี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมที่เป็นสภาพแวดล้อมไปไม่ได้ และการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมภายนอกดังกล่าวนี้เอง ก็จะทำให้คนเราต้องเปลี่ยนแปลงโลกแห่งความเป็นจริงของตนตามไปด้วย เขาจำต้องยอมรับและเปลี่ยนแปลงความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เสียใหม่อย่างแน่นอน

นอกจากนี้เนื่องจากมนุษย์ทุกคนมิได้อาศัยอยู่อย่างโดดเดี่ยว หากแต่ต้องสัมพันธ์ทางด้านสังคมกับกลุ่มต่าง ๆ แรงผลักดันจากกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้จะคอยกำกับมิให้พฤติกรรมของตนมีลักษณะผิดสมัย ไม่ร่วมสมัย หรือนอกคอก พฤติกรรมที่ถูกบังคับให้จำต้องคล้อยตามคนอื่นนี้เอง ที่ทำให้ทัศนคติต่าง ๆ ที่มีอยู่แต่ดั้งเดิมต้องเปลี่ยนตามไปด้วย และประการสุดท้ายที่สำคัญที่สุดก็คือ ข่าวสารข้อมูลใหม่ ๆ และการติดต่อสื่อสารที่ประสงค์จะจงใจหรือโน้มน้าวให้มีการเปลี่ยนแปลง เท่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน กำลังเป็นสิ่งที่มียากขึ้นและเข้มข้นขึ้นเรื่อย ๆ ภายในสังคมที่เจริญอย่างมากในทางวัตถุเช่นนี้ จึงยอมทำให้บุคคลที่อยู่ในสังคมต้องรับเอาสิ่งใหม่ที่รุกเข้าถึงตัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ด้วยเหตุต่าง ๆ ดังกล่าวนี้เอง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในภายนอก และถูกนำเข้ามา ความกดดันที่จะให้มีการเปลี่ยนตามจะเกิดขึ้นทันที บุคคลจึงยอมตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเสมอ ซึ่งต่อจากนั้นการจัดระเบียบของทัศนคติก็จะเกิดขึ้นตามมา กล่าวคือ เขาจะเก็บเอาสิ่งเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาคิด และดำเนินการปรับตัวให้ทัศนคติอยู่ในสภาวะสมดุล ด้วยวิธีการที่ช้าและเร็วแตกต่างกัน เช่น สำหรับบางคนอาจใช้เวลาในการปรับตัวนานกว่าด้วยวิธีการเสาะหาข้อมูล (ความเชื่อหรือทัศนคติฝ่ายอื่น) มาเปรียบเทียบกับตนเอง เพื่อประกอบสำหรับการพิจารณาเปลี่ยนทัศนคติของตนให้เหมาะสมที่สุด

กล่าวโดยสรุป ทักษะคิดต่าง ๆ จะมีลักษณะที่คงที่ไม่เปลี่ยนแปลง และจะเกิดขึ้นสืบเนื่องจากการรวบรวม และจัดระเบียบภายใน (Internal Organization) เป็นส่วนใหญ่ และด้วยปรากฏการณ์นี้เองที่ทำให้มีแนวโน้มที่ว่า แต่ละคนมักจะพยายามต่อต้านในสิ่งซึ่งผิดจากทัศนคติของตนที่มีอยู่ แต่ขณะเดียวกันทัศนคติก็น่าจะมีพื้นฐานที่รวบรวมและจัดระเบียบมาจากสิ่งซึ่งอยู่ภายนอกด้วย (External Organization) เช่นกัน

ทัศนคติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเกิดมาโดยการจัดระเบียบและรวบรวมในเชิงใดก็ตาม จะเปลี่ยนแปลงไปได้เสมอ เมื่อการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่าง ๆ สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในการรวมตัวและจัดระเบียบอย่างใดอย่างหนึ่งดังกล่าว แต่ถ้าเราสังเกตดูถึงการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของแต่ละคนแล้ว จะเห็นได้ว่า ทัศนคติของบางคนอาจเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วกว่าคนอื่น ๆ เหตุที่มีการแตกต่างกันเช่นนี้ ก็เพราะสืบเนื่องมาจากลักษณะของคนนั่นเอง ที่มีลักษณะเป็นคนที่มีความคิดรับหรือไม่รับต่อการเปลี่ยนแปลงในภายนอกอย่างไร (Open or Closed Mind)

ถ้าจะกล่าวอย่างกว้าง ๆ ลักษณะของคนอาจแบ่งแยกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่มีความคิดกว้าง และรับต่อสิ่งต่าง ๆ ที่มาจากภายนอก (Open Mind) และประเภทที่มีความคิดแคบ และไม่ค่อยยอมรับต่อสิ่งต่าง ๆ ที่มาจากภายนอก (Closed Mind)

ในกรณีที่บุคคลใดเป็นบุคคลที่มีความคิดกว้าง และเปิดโอกาสที่จะรับสิ่งต่าง ๆ ที่มาจากภายนอกเสมอ ย่อมจะเป็นคนที่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้รวดเร็วกว่า ทั้งนี้เพราะโอกาสที่ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่จะเข้ามาจะมีมากกว่า และกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะเป็นไปได้โดยรวดเร็วด้วยวิธีที่แต่ละคนทำการประเมินข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง โดยไม่มีความลังเลใจแต่อย่างใด ตรงกันข้ามสำหรับบุคคลที่มีความคิดแคบ และไม่ค่อยยอมรับสิ่งต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงนั้น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะเป็นไปได้อย่างยากและล่าช้า ทั้งนี้เพราะ ข่าวสารข้อมูลจะถูกกรองเป็นอย่างมากประการหนึ่ง และความลังเลใจหรือความไม่แน่ใจจะมีมาก บุคคลชนิดนี้มักจะมี ความลังเลใจอยู่ในใจ และไม่ประสงค์ที่จะทำการประเมินข่าวสารข้อมูลด้วยตนเอง ความกังวลย่อมทำให้กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นไปอย่างชักช้าและไม่เด็ดขาด ดังนั้นการที่ทัศนคติจะเปลี่ยนแปลงได้ก็ต่อเมื่อได้มีการแสดงหลักฐาน หรือประจักษ์พยานให้เห็นชัดตำตา และ/หรือ โดยวิธีการสร้างสิ่งบีบคั้นด้วยวิธีการแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนในสังคมได้ยอมรับกันแล้ว ซึ่งก็คือการสร้างสิ่งบีบคั้นโดยอาศัยบรรทัดฐาน (Norms) ทางสังคมเข้ามาเป็นเครื่องช่วยโดยทางอ้อมนั่นเอง (Engel, Kollat & Blackwell อ้างใน ธงชัย สันติวงษ์, 2540 : 169 -171)

#### 8. ทัศนคติและการเลือกเห็นสิ่งที่รับเข้ามา (Attitude and Selective Perception)

เท่าที่กล่าวมาเป็นที่ทราบทั่วกันว่า ทัศนคติมักจะเป็นสิ่งที่มีอยู่อย่างมั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลง และมักจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลงเสมอ และการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะทำได้ก็โดยการให้ข่าวสารข้อมูล เพื่อ

โน้มถ่วงหรือจิตใจให้มีการเปลี่ยน แต่ก็เป็นที่แน่ชัดว่า ข่าวสารข้อมูลที่ใช้จิตใจทุกอย่างมิใช่ว่าจะสามารถใช้เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้เสมอไป ทั้งนี้เพราะในกระบวนการเปรียบเทียบ และการคิดวิเคราะห์ของคนทุกคนมักจะสามารถในการกรอง หรือเลือกเฟ้นสิ่งที่รับรู้เข้ามามีได้เสมอนั่นเอง ข่าวสารข้อมูลที่ใช้จิตใจบางอย่างจึงอาจถูกตัดออกกลางคันได้เสมอภายในกระบวนการเปรียบเทียบดังกล่าว

การเลือกเฟ้นหรือกรองข่าวสารข้อมูลที่ใช้จิตใจดังกล่าวนี้ มีความเป็นไปอย่างไร อาจอธิบายให้ทราบด้วย *กระบวนการของการเลือกเฟ้น* 3 อย่างดังนี้คือ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540 : 171-173)

**8.1 ข่าวสารข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดนั้น ส่วนที่ขัดแย้งกับความประสงค์ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ย่อมจะถูกปิดออกไปเสมอ (Selective Exposure to Contradictory Appeals)**

หลักสำคัญสำหรับกรณีนี้ก็คือ ข้อมูลเพื่อการจูงใจหรือโน้มถ่วงใด ๆ ที่มีลักษณะตรงกันข้ามหรือเข้ากันไม่ได้ กับความชอบพอดตามทัศนคติที่มีอยู่แต่เดิมในตัวบุคคลที่ถูกชักจูง ย่อมจะทำให้เกิดปฏิกิริยาการปฏิบัติตอบ ที่มีการกลั่นกรองหรือเลือกเฟ้นในสิ่งที่เขาทำได้ทั้งหมด และข่าวสารข้อมูลที่ไม่เป็นที่ยอมรับจะถูกละเว้นหรือกรองออกไปเสมอ

**8.2 ข่าวสารข้อมูลที่ใช้จิตใจต่าง ๆ ที่แต่ละคนรับเข้ามาได้นั้น เนื้อหาข้อมูลจูงใจเฉพาะส่วนที่ขัดแย้งกับความประสงค์ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ย่อมจะถูกกรองออกไปอีกเสมอ (Selective Distortion of the Content of a Contradictory Message)**

หลักสำคัญสำหรับกรณีนี้ก็คือ ในขณะที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งรับข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ เข้ามาได้แล้วนั้น จะพิจารณาและตีความหมายไปในเชิงที่ว่า ถ้าข้อมูลส่วนใดของเรื่องดังกล่าวเข้ากันได้กับทัศนคติที่มีอยู่แล้ว ก็จะมีโอกาสได้รับความสนใจ ดังนี้ ข้อมูลที่จูงใจใด ๆ ที่มีลักษณะที่แตกต่างจากทัศนคติที่มีอยู่เป็นอันมาก จึงย่อมมีโอกาสที่จะถูกผู้บริโภคนำไปปิดออกไปอีก หรือไม่ก็จะถูกตีความหมายเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์สำหรับผู้นั้น

**8.3 ในกรณีที่ผู้บริโภคสามารถรับข้อมูลที่จูงใจเข้ามาแล้วนั้น ผู้บริโภคนั้นจะมีการเลือกเฟ้นข้อมูลที่จูงใจเหล่านี้อีกด้วย (Selective Recall of Appeals)**

สมมติว่าผู้บริโภคได้รับเอาข้อมูลที่จูงใจเข้ามาแล้ว โดยผ่านกระบวนการกลั่นกรองในการรับ (ตามหลักที่หนึ่ง) และได้เลือกเฟ้นเนื้อหาของข้อมูลที่ใช้จิตใจภายในกระบวนการเปรียบเทียบแล้ว (ตามหลักที่สอง) ปัญหาที่มีตามมายังเกิดขึ้นอีกว่าข้อมูลที่ใช้จิตใจดังกล่าวนั้นจะถูกเก็บไว้ในความทรงจำได้หรือไม่อย่างไร ถ้าหากว่าข้อมูลที่ใช้จิตใจดังกล่าวขัดแย้งกับทัศนคติของเขา ในเรื่องนี้ได้มีผู้ค้นพบว่าจะมีลักษณะเป็นไปตามหลักที่สามดังนี้ คือ

ผู้รับเอาข้อมูลที่ใช้จิตใจซึ่งถูกโน้มถ่วงตามกระบวนการติดต่อสื่อสารนั้น มักจะมีความจำเป็นลักษณะที่มีการเลือกเฟ้นเฉพาะข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่เข้ากันได้กับทัศนคติของเขามีอยู่ ข้อมูลที่ใช้จิตใจใด ๆ ที่ไม่เป็นที่ยอมรับนัก มักจะถูกลืมได้ง่าย และขณะเดียวกันข้อมูลที่ใช้จิตใจที่เป็นที่ยอมรับและชอบ จะถูกจำได้ง่ายกว่า

## 9) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

การศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ คือ การพยายามหาและเข้าใจกระบวนการต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ

### 9.1 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

#### (Determinants of Attitude Change)

ทัศนคติจะเปลี่ยนแปลงได้เพียงโดยอ้อมขึ้นอยู่กับ *ขนาดความเข้มแข็งของทัศนคติที่มีอยู่ (Attitude Strength)* นั่นคือ ถ้าหากทัศนคติมีความเข้มแข็งมาก โอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้วยวิธีการติดต่อสื่อสารที่ชักจูงใจ (Persuasive Communications) ย่อมจะกระทำได้น้อยมากนั่นเอง ปัจจัยตัวกำหนดที่จะช่วยให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติสามารถกระทำได้ง่าย (ธงชัย สันติวงษ์, 2540 : 175-176) ก็คือ

9.1.1 *จำนวนหรือขนาดของข่าวสารข้อมูลของเรื่องที่เกี่ยวข้องที่เก็บสะสมอยู่นั้น มีขนาดที่น้อยมาก* ในสภาพการณ์เช่นนี้จึงเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้แก่ข้อมูลใหม่ที่จะเข้ามาให้เข้ามาอีกได้

9.1.2 *กรณีที่ทัศนคติต่าง ๆ ที่รวมกันอยู่ มีลักษณะปะทะปะปนกันไปอย่างไม่ชัดเจนหรือเด่นชัด* ในกรณีเช่นนี้ย่อมแสดงว่า การรวมตัวที่แท้จริงของทัศนคติที่สืบเนื่องจากความนึกคิดของแต่ละคน (Self - Concept) ค่านิยมที่สำคัญ (Values) หรือสิ่งจูงใจต่าง ๆ (Motives) ยังไม่ชัดเจน ดังนั้น โอกาสที่จะใช้ข้อมูลที่จูงใจเพื่อให้มากกระตุ้นให้ทัศนคติรวมตัวอย่างชัดเจนและให้เป็นไปในทางใดทางหนึ่ง ย่อมจะมีมากกว่าและกระทำได้ง่ายกว่า

9.1.3 *กรณีที่ทัศนคติดังกล่าวมิได้สัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับทัศนคติอื่น ๆ* ตามปกติคนทุกคนมักจะต้องการที่จะรักษาระบบของทัศนคติของตนให้สมดุลเสมอ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของระบบ ย่อมจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทัศนคติอื่น ๆ ในระบบด้วย ดังนั้น ถ้าหากทัศนคติต่าง ๆ สัมพันธ์กันเป็นอันมาก การเปลี่ยนแปลงจึงย่อมจะเป็นไปได้ยากด้วย

9.1.4 *ขึ้นอยู่กับการที่บุคคลดังกล่าวไม่เป็นบุคคลที่มีความคิดแคบ หรือไม่รับสิ่งหนึ่งสิ่งใด* ถ้าหากบุคคลดังกล่าวเป็นคนที่มีความคิดแคบ โอกาสที่เขาจะรับเอาสิ่งต่าง ๆ เข้ามาแล้วประเมิน และคิดเพื่อเป็นความเชื่อใหม่ย่อมจะมีน้อยมาก ทัศนคติจึงย่อมเปลี่ยนได้ยากสำหรับบุคคลประเภทนี้

การที่จะให้ทราบได้ว่าปัจจัยเหล่านี้จะมีลักษณะเป็นอย่างไรนั้น จะทำได้ก็โดยการวัดว่าเขาผูกมัด หรือผูกพันตนเอง หรือไม่อย่างไร ขนาดของการผูกพันนี้ในปัจจุบันเป็นสิ่งที่สามารถวัดได้ตามสมควร ถ้าหากคนใดคนหนึ่งมีขนาดของการผูกพันมาก โอกาสที่เขาจะปฏิเสธข้อมูลที่ตรงกันข้ามกับความชอบพอของเขาย่อมมีมาก และเป็นไปได้โดยง่าย ตรงกันข้าม ถ้าหากขนาดของการผูกพันมีน้อย



การที่จะป้อนข้อมูลใหม่เพื่อให้เปลี่ยนแปลงซึ่งทัศนคติย่อมจะทำได้ง่ายขึ้นด้วยวิธีต่าง ๆ ดังที่จะกล่าวต่อไป

## 9.2 วิธีการเปลี่ยนทัศนคติ (Producing Attitude Change)

ถ้าหากทัศนคติที่มีอยู่มีลักษณะที่ผูกพันน้อยมาก การเปลี่ยนแปลงทัศนคติย่อมจะมีโอกาสกระทำได้ง่าย วิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจทำได้ดังนี้ คือ "จะต้องตั้งใจให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้วยชนิดของข้อมูลที่เหมาะสมอย่างยิ่งต่อโครงสร้างของทัศนคติที่เกี่ยวข้อง และจะต้องเป็นข้อมูลที่ต้องตรงกันกับพื้นฐานการจิตใจของทัศนคติมากที่สุด" หรือถ้าจะสรุปเป็นขั้น ๆ ให้เห็นโดยละเอียดก็จะได้ดังวิธีต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540 : 176-177)

9.2.1 *ด้วยการป้อนข้อมูลใหม่ (Provision of New Information)* เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงในความเข้าใจ (Cognitive) ซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติของผู้บริโภคเสียใหม่

9.2.2 *โดยการนำเอาการเปลี่ยนแปลงไปสัมพันธ์กับสิ่งที่เป็นที่ต้องการต่าง ๆ (Association of Change with Desirable Consequences)* ทั้งนี้เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงความชอบพอ (Affective) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ วิธีดังกล่าวนี้ก็คือ การย้าให้เกิดความชอบพอใหม่

9.2.3 *โดยการชักจูงให้กระทำในสิ่งซึ่งตรงกันข้ามกับพฤติกรรมที่เป็นปกติ (Inducing the Consumer to Undertake Action Contrary to his Behavioral Tendencies)* ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม ซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติ วิธีนี้จะทำได้โดยการชักจูงให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาทดลองกระทำในสิ่งซึ่งขัดแย้งกับทัศนคติ หรือความชอบพอ (Preference) ที่เขามีอยู่แต่เดิม ด้วยการให้ทดลองนี้เองจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลและซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ในที่สุด การเปลี่ยนตามวิธีนี้ก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของพฤติกรรมนั่นเอง

## 9.3 สื่อหรือเครื่องมือที่ใช้สำหรับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

*สื่อหรือเครื่องมือสำหรับการเปลี่ยนแปลง (The Change Agents)* ที่จะมีผลต่อทัศนคติจะมีอยู่หลายอย่างด้วยกัน ที่สำคัญที่สุดก็คือ กลุ่มคนที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้อง หรือฟังพาดอาศัยอยู่เสมอ วิธีการเปลี่ยนทัศนคติตามวิธีนี้จะสามารถทำได้โดยพยายามให้กลุ่มนั้นยอมรับในสิ่งใหม่ บุคคลที่อยู่ในกลุ่มก็ย่อมจะต้องเปลี่ยนทัศนคติตามและปฏิบัติตนให้คล้ายตาม เพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับของกลุ่มและเพื่อให้พฤติกรรมของตนเป็นไปในทางเดียวกันกับบรรทัดฐาน (Norm) ของกลุ่ม

กลไกของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยอาศัยกลุ่มที่บุคคลดังกล่าวเกี่ยวข้องอยู่นี้ จะมีผลอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในกรณีของการมีกระบวนการถ่ายทอดความคิดเห็นกันอย่างใกล้ชิด ด้วยกลไกของการพูดคุยกันแบบ Face - to - Face นี้ การติดต่อสื่อสารจะทำได้สะดวกและถ่ายทอดข้อมูลได้มากด้วย

และโดยที่ทุกคนในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดต่อกันนี้เอง ที่ทำให้การปฏิบัติต่าง ๆ เป็นไปในทำนองเดียวกันกับส่วนใหญ่ของกลุ่ม

บุคคลสำคัญที่จะช่วยให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้มากนั่นก็คือ *ผู้ที่ผู้นำของกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่เป็นศูนย์กลางของการติดต่อสื่อสารในกลุ่ม* คนดังกล่าวย่อมจะสามารถถ่ายทอดข้อมูลไปได้มากและทั่วถึงที่สุด และประกอบกับการเป็นผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ ฐานะตำแหน่งที่ตั้งของเขาในกลุ่มย่อมจะช่วยให้เกิดความเชื่อ หรือมีศรัทธาที่จะปฏิบัติตาม (ธงชัย สันติวงษ์ , 2540 : 177)

#### 9.4 กระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล

กระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลมีอยู่ด้วยกัน 3 ประการ คือ (Herbert, 1967 : 469-471)

9.4.1 *การยินยอม (Compliance)* จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อเขา และเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความพึงพอใจจากบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่เขาทำตามสิ่งที่บุคคลผู้มีอิทธิพลอยากให้ทำ ก็เพราะคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับ ทัศนคติที่เกิดขึ้นจากกระบวนการการยินยอมนี้ อธิบายได้ในแง่ของการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคม

จำนวนทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปจากกระบวนการยินยอมนี้ ขึ้นอยู่กับความสำคัญของผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากการยอมรับทำตามนั้น ๆ จึงอาจกล่าวได้ว่าการยอมรับทำตามนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งพลังที่ผลักดันให้บุคคลยอมรับทำตามนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความมากน้อย หรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ บุคคลจะยอมรับทำตามในบางสิ่งบางอย่างก็ต่อเมื่อเขาอยู่ในภาวะที่ผู้มีอิทธิพลจะบังคับเขาได้

9.4.2 *การเลียนแบบ (Identification)* เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น และเป็นผลมาจากการที่เขาต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พึงพอใจระหว่างตัวเขากับบุคคลอื่นหรือกลุ่มอื่น ความสัมพันธ์นี้อาจจะออกมาในรูปของการรับเอาบทบาททั้งหมดของบุคคลหรือกลุ่มมาเป็นของตน และ/หรือ เปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเลียนแบบนั้น กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการเลียนแบบ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความดึงดูดใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลังของแหล่งข่าว

เมื่อบุคคลยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยใช้กระบวนการเลียนแบบแล้ว บุคคลนั้นมีแนวโน้มจะกระทำสิ่งดังกล่าว เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่จะดำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพบางอย่างในสังคม นั้นหมายความว่า ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไป ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะคงไว้ซึ่งสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในสังคม

9.4.3 **ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization)** เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า เนื่องจากสิ่งนั้นตรงกับความต้องการภายในและค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยกระบวนการนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่เขาถืออยู่เดิม ความพอใจจะขึ้นอยู่กับเนื้อหารายละเอียดของพฤติกรรมนั้น ๆ

#### 9.5 กระบวนการที่เกิดขึ้นในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

กระบวนการที่เกิดขึ้นในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พอจะมีลำดับขั้นตอนดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2531 : 183-184)

9.5.1 **ความสนใจเอาใจใส่** เป็นกระบวนการขั้นแรกสุดที่จะทำให้คนเราเริ่มรับรู้ในข้อความหรือความเห็นใหม่ ๆ คนเราวันหนึ่ง ๆ แม้จะสัมผัสกับสื่อมวลชนมากมาย เช่น ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ แต่สิ่งที่สนใจจริง ๆ นั้น มีน้อยมาก ดังนั้นการสื่อสารที่จะเปลี่ยนทัศนคติคนได้จึงต้องมีคุณสมบัติลำดับที่หนึ่งก็คือ น่าสนใจ

9.5.2 **ความเข้าใจ** การสื่อสารที่ใช้ภาษาหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย ก็สามารถชักจูงได้ง่าย

9.5.3 **การยอมรับ** อาจเป็นไปโดยการคล้อยตาม หรือเป็นไปโดยกระบวนการที่บุคคลค่อย ๆ ดูซึมเอาความคิดหรือแบบอย่างของคนที่ตนเชื่อถือ ศรัทธาเข้ามาไว้ในตัว

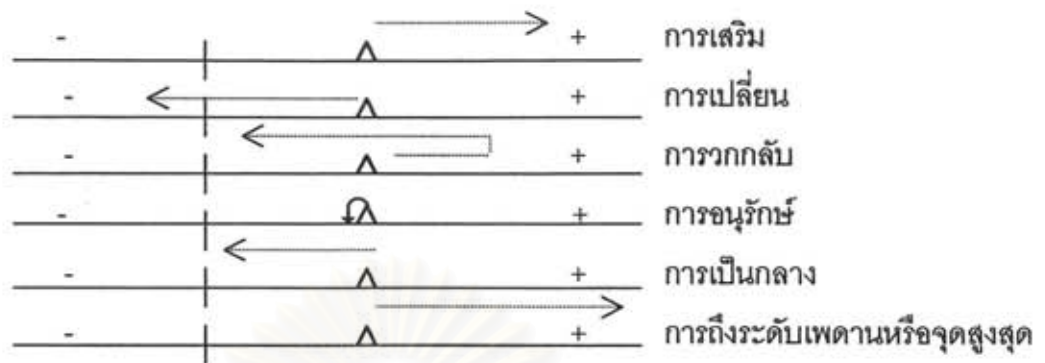
9.5.4 **ความจำ** เป็นตัวกำหนดความคงทนของทัศนคติ เพราะถ้าเขาประทับใจและเห็นว่าเรื่องนั้นมีความสำคัญต่อเขา คนเราก็ย่อมจะจดจำได้นาน ดังนั้นการเลือกใช้สื่อ จึงมีความสำคัญด้วย

9.5.5 **การกระทำ** เมื่อมีขั้นตอนอื่น ๆ พร้อมแล้ว ขั้นสุดท้ายก็คือการปฏิบัติไปตามทัศนคติใหม่ที่ตนเชื่อถือ

#### 9.6 ประเภทของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การรับสารไม่ว่าจะมาจากการสื่อสารประเภทใด จะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ในกลุ่มหรือที่สาธารณะ ล้วนสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ ในลักษณะหนึ่งลักษณะใดดังต่อไปนี้ (พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 119-120)

### ประเภทของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ



หมายเหตุ : ลูกศรแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

จากแผนภาพอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

9.6.1 **การเสริมทัศนคติที่มีอยู่เดิม (Attitude Reinforcement)** หรือบางครั้งเรียกว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติในทางที่สอดคล้องกัน การเสริมหรือย้าคือการให้ทัศนคติที่มีอยู่มีความหนักแน่นยิ่งขึ้น

9.6.2 **การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)** คือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติในทางตรงข้าม เช่น เปลี่ยนจากทัศนคติในทางบวกให้กลายเป็นทางลบ เป็นต้น

9.6.3 **ผลกระทบแบบวกกลับ (Boomerang Effect)** คือ การต้องการเปลี่ยนสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง แต่สิ่งที่เกิดขึ้นกลับเป็นไปในทางตรงกันข้ามกับสิ่งที่ต้องการ

**การอนุรักษ์ (Conservation)** คือ การคงทัศนคติที่มีอยู่ไว้ สารจึงถูกสร้างขึ้นมาเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ต่อทัศนคติที่มีอยู่

9.6.4 **การเป็นกลาง (Neutralization)** คือ การเปลี่ยนทัศนคติให้อยู่ที่ศูนย์ กล่าวคือไม่มีทัศนคติในทางบวก (สนับสนุน) หรือในทางลบ (ต่อต้าน) ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

9.6.5 **การถึงระดับเพดานหรือจุดสูงสุด (Ceiling Effect)** คือ การเสริมหรือย้าทัศนคติมีมากจนถึงขีดซึ่งการเสริมหรือย้าใด ๆ มากไปกว่านี้ไม่ก่อให้เกิดผลใด หรือไม่สามารถวัดผลของการเสริมที่เพิ่มเติมนอกเหนือจากจุดอิมิตัวนั้นแล้ว

## แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior / Practice)

พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติที่ต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้น เพราะความแตกต่างกันในการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่ต่างกัน อันมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล

โดยทั่วไป การโน้มน้าวให้บุคคลเปลี่ยนพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ อาจทำได้โดยอาศัยวิธีการดังนี้ (สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, 2533 : 123-124)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal)

เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตาม โดยใช้เสียงหรือภาพ หรือทั้งเสียงและภาพ

2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ ความกรุณาปรานี ยอมแพ้ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนให้ยอมรับได้

3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms)

เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลุกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม

4. การให้รางวัล (Reward)

เช่น การลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการจูงใจในการรณรงค์เพื่อให้ประชาชนร่วมมือ หรือเข้าร่วมในกิจกรรมตามที่ต้องการ

ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)

2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวินิจฉัยตัวประเด็นปัญหา การจัดหายุทธวิธีดำเนินงาน และการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

สำหรับพฤติกรรมด้านการบริโภคสินค้าและบริการนั้น คอตเลอร์ (Kotler, 1994 : 174-189) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของผู้บริโภคได้ 4 ประการ

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการ



จากแผนภาพจำลองข้างต้น อธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

### 1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นสิ่งแวดล้อมขั้นพื้นฐานที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ วัฒนธรรมวางแนวการดำเนินชีวิตของคน ซึ่งคนในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้ วัฒนธรรมยังแบ่งออกเป็น

- วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อ และพฤติกรรมการซื้อของบุคคลในด้านลักษณะนิสัยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมของสังคม
- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา สีมิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลในแต่ละวัฒนธรรมย่อยมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน
- ชั้นของสังคม สิ่งที่น่ามาแบ่งชั้นของสังคม คือ อาชีพ รายได้ฐานะ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ บุคลิกลักษณะ การศึกษา

### 2. ปัจจัยด้านสังคม

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อการซื้อ ซึ่งปัจจัยด้านสังคมประกอบด้วย

- กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล ซึ่งกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน ผู้ร่วมงาน เป็นต้น
- ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของครอบครัว
- บทบาทและสถานะ บุคคลเกี่ยวข้องกับคนหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์การและสถาบันต่าง ๆ ซึ่งบุคคลจะมีบทบาทและสถานะแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม ได้แก่ บทบาทการเป็นผู้ริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อและผู้ใช้

### 3. ปัจจัยส่วนบุคคล

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของคนเปลี่ยนแปลงไปตามอายุของชีวิต และวัฏจักรของชีวิต นอกจากนี้ อาชีพ สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกและแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคของมนุษย์ทั้งสิ้น ได้แก่

- อายุ อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน
- ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตในลักษณะของการมีครอบครัว ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนมีอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลในการบริโภคสินค้าและบริการที่ต่างกัน
- อาชีพ อาชีพที่ต่างกันนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน
- สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการ ทั้งนี้เกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจนั้น Kotler กล่าวว่า ประกอบด้วย
  - รายได้ที่สามารถใช้จ่ายได้ (ระดับรายได้ ความมั่นคง และระยะเวลาที่ได้มา)
  - เงินออมและทรัพย์สิน (รวมถึงสภาพคล่องที่จะนำออกใช้จ่าย)
  - หนี้สิน
  - อำนาจในการกู้ยืม
  - ทัศนคติต่อสัดส่วนในการใช้จ่ายและการออม

### 4. ปัจจัยด้านจิตใจ

ลักษณะต่าง ๆ ของจิตใจนั้น อาจมีผลมาจาก แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ ซึ่งทำให้คนเรามีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป

- การจูงใจ เป็นการชักนำให้บุคคลปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ

- การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกจัดประเภท ตีความและรับรู้ข้อมูลที่ได้รับ บุคคลที่ถูกกระตุ้นให้ตัดสินใจจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน การที่บุคคลสองคนอยู่ในภาวะถูกกระตุ้นอย่างเดียวกัน ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน แต่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน เนื่องมาจากการรับรู้ที่แตกต่างกัน และการมีประสบการณ์ในอดีตแตกต่างกัน
- การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งการเรียนรู้เกิดขึ้นเมื่อมีการกระตุ้นและเกิดการตอบสนอง
- ความเชื่อ เป็นการยอมรับเกี่ยวกับข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นความจริง และเป็นสิ่งที่ห้ามได้ยาก มีอิทธิพลต่อบุคคลมาก คนเรามักทำไปตามความเชื่อและความคิดเห็นของตนเป็นส่วนใหญ่
- ทศนคติ ที่คนมีต่อเรื่องต่าง ๆ จะมีผลต่อการพฤติกรรมการแสดงออก

จากแนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมดังที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาว่า เมื่อประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับข่าวสารของโครงการน้ำประปาดื่มได้ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแล้ว ประชาชนจะมีความรู้เกี่ยวกับคุณภาพน้ำประปา วิธีการบำรุงดูแลรักษาระบบท่อ ตลอดจนจนอุปกรณืใช้น้ำ รวมถึงการบริโภคน้ำประปาอย่างถูกต้อง ฯลฯ ซึ่งเมื่อประชาชนมีความรู้ความเข้าใจดีแล้ว ก็จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยมีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคน้ำประปา และเมื่อมีทัศนคติที่ดีก็จะมี การยอมรับปฏิบัติ หรือมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาตามมา

อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม อาจจะไม่เกิดขึ้นในลักษณะเช่นนี้เสมอไปทุกกรณี กล่าวคือ เกิดมีช่องว่างระหว่างความรู้ ทศนคติ และการยอมรับปฏิบัติขึ้นได้ หรือที่เรียกลักษณะเช่นนี้ว่า KAP - Gap : ช่องว่างระหว่างความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม อย่างเช่น ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครอาจจะได้รับข่าวสารจากโครงการน้ำประปาดื่มได้ มีความรู้เรื่องคุณภาพน้ำประปาที่ได้มาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลกเป็นอย่างดี และมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการบริโภคน้ำประปา แต่ประชาชนอาจจะไม่เคยบริโภคน้ำประปาโดยตรงจากก๊อกเลย หรืออาจจะดื่มบ้างเป็นบางครั้งบางคราว และเป็นบางสถานการณ์ก็ได้ ซึ่งโรเจอร์สและชูแมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971 : 288 -289) ก็ได้อธิบายถึงวิธีการในการปิดช่องว่างระหว่างความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม (Rogers and Shoemaker , 1971 : 288-289) ไว้ดังต่อไปนี้

### 1. ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น

คือ ต้องหาวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจวิธีการใช้ หรือการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้ นั้น ๆ อย่างแท้จริง



## 2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ

สามารถทำได้โดยให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือนักพัฒนาเข้าไปติดต่อกับ ผู้ที่ต้องการรับ นวัตกรรมโดยตรง และให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด

## 3. ให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม

โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติ เพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกใน สังคมคนอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ

## 4. ใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ

โดยวิธีการใช้สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็น เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้เชี่ยวชาญ ฯลฯ ไปติดต่อกับสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดการยอมรับปฏิบัติในที่สุด

## 4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารนวัตกรรม

*การสื่อสารนวัตกรรม* (ธนาดี บุญลือ, 2528 : 8-9) คือ การสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีความคิดใหม่ สิ่ง ใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ ถูกเผยแพร่หรือถูกถ่ายทอด จากที่หนึ่งไปยังสมาชิกในสังคม

การเผยแพร่ นวัตกรรมนี้ มีจุดมุ่งหมายประการสำคัญนอกเหนือจากการถ่ายทอดเผยแพร่ความรู้ คือ มุ่งเน้นที่จะชักจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือกระตุ้นให้เกิดกระทำ อันสืบเนื่องมาจากการเปิดรับข่าวสาร ด้วยการใช้สื่อทุกรูปแบบ ทุกช่องทาง ที่จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้

ในการเผยแพร่ นวัตกรรมทุกชนิดนั้นจำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1) นวัตกรรม 2) ช่องทางการสื่อสาร 3) ช่วงระยะเวลาหนึ่ง และ 4) สมาชิกในระบบสังคม (Rogers and Shoemaker, 1971 : 18-19) ซึ่งองค์ประกอบแต่ละส่วนนั้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1) นวัตกรรม

บาร์เน็ตต์ (Barnett, 1953 : 7) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมหมายถึง แนวความคิดต่าง ๆ แบบแผนพฤติกรรม หรือสิ่งของใหม่ที่แตกต่างไปจากที่มีอยู่เดิม คำว่าของใหม่ในที่นี้ ครอบคลุมไปถึงเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า ทั้งที่เป็นแบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติตามระบบสังคม ประเพณี และวัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์ วิทยาการ และสิ่งที่ไม่เห็นเป็นวัตถุ

ส่วนการเผยแพร่ นวัตกรรม (Rogers and Shoemaker, 1971 : 18-19) เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีความคิดใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ถูกเผยแพร่ไปยังสมาชิกในระบบสังคม โดยที่ความใหม่ของนว

กรรมอาจมีใช้ความคิด การกระทำหรือสิ่งของใหม่จริง ๆ บุคคลอาจจะเคยได้ยินเกี่ยวกับนวัตกรรมมาก่อน หรืออาจมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาชั่วระยะหนึ่งแล้วก็ได้ แต่ยังไม่ได้พัฒนาทัศนคติที่จะชอบหรือไม่ชอบ นวัตกรรมนั้น หรือยังไม่เคยยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น จึงกล่าวได้ว่า ถ้าบุคคลเห็นว่าอะไรเป็นสิ่งใหม่ สำหรับตนสิ่งนั้นก็ป็นนวัตกรรม ไม่ว่าจะสิ่งนั้นจะเป็นของใหม่ตั้งแต่แรกพบหรือไม่ก็ตาม อย่างการบริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่ม ก็จัดได้ว่าเป็นนวัตกรรมอย่างหนึ่ง ที่จะต้องมีการสื่อสารไปสู่ประชาชน

ทั้งนี้ การที่นวัตกรรมจะได้รับการยอมรับหรือไม่ และมากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรมด้วย จึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงลักษณะสำคัญของนวัตกรรม 5 ประการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งต่อการยอมรับของสมาชิกในสังคม ดังต่อไปนี้ (Rogers and Shoemaker, 1971 : 22-23)

### 1. ความได้เปรียบเชิงเทียบ (Relative Advantage)

หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมคิดว่านวัตกรรมดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าความดีเก่าหรือวิธีปฏิบัติเก่าที่นวัตกรรมถูกนำมาใช้แทน การวัดว่าจะไรดีกว่าหรือมีประโยชน์มากกว่า อาจทำได้หลายทาง เช่น อาจวัดในแง่เศรษฐกิจ คือทำกำไรให้ได้มากกว่า หรืออาจจะวัดในแง่อื่น อย่างเช่น ความเชื่อของสังคม ความสะดวกและความพอใจต่าง ๆ อย่างไรก็ดี ความได้เปรียบหรือผลประโยชน์ในลักษณะของรูปธรรมไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุด สิ่งที่สำคัญกว่าก็คือ การที่บุคคลเห็นหรือรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่มีความดี มีประโยชน์ต่อเขา ยิ่งบุคคลมีความรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นมีคุณค่า มีประโยชน์มากเพียงไร โอกาสที่นวัตกรรมนั้นจะถูกยอมรับก็ยิ่งมากขึ้นเพียงนั้น นั่นคือ เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพน้ำประปาว่าได้มาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลก แล้วรู้สึกว่าเป็นข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเอง เช่น คิดว่าการดื่มน้ำประปาจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายที่เคยต้องใช้สำหรับการซื้อน้ำบรรจุขวดมาดื่มได้

### 2. ความเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้ (Compatibility)

คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึก หรือคิดว่าการนวัตกรรมนั้นไปด้วยกันได้ หรือเข้ากันได้กับค่านิยมความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ประสบการณ์ในอดีต และความต้องการของผู้รับ สำหรับความคิดใหม่ วิธีปฏิบัติใหม่ หรือสิ่งใหม่ที่เข้ากับค่านิยมหรือบรรทัดฐานของสังคมในปัจจุบันไม่ได้ จะไม่ถูกยอมรับในระยะเวลาที่รวดเร็วเหมือนนวัตกรรมที่เข้ากันได้กับค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม ปกติการยอมรับนวัตกรรมที่เข้ากันไม่ได้กับค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม จะต้องมีการยอมรับระบบค่านิยมใหม่เสียก่อน จึงจะมีการยอมรับนวัตกรรม เช่น ประชาชนคิดว่าการดื่มน้ำประปาโดยตรงจากก๊อก ไม่ขัดต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มในชีวิตประจำวัน ตนเองยังได้น้ำดื่มที่มีคุณภาพดี เพียงแต่แทนที่จะเปิดร่อนน้ำดื่มจากก๊อกของเครื่องกรองน้ำ ก็ดื่มได้โดยตรงจากก๊อกน้ำประปาเลย

### 3. ความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)

คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมรู้สึกหรือคิดว่า นวัตกรรมนั้นยากแก่การเข้าใจและยากแก่การนำไปใช้นวัตกรรมบางอย่างเป็นเรื่องที่สามารถเข้าใจกันได้ทันที บางอย่างก็ยุ่งยากสลับซับซ้อนยากแก่การเข้าใจ และต้องใช้เวลาอันนานจึงจะยอมรับนวัตกรรมนั้น ดังนั้นนวัตกรรมที่ต้องอาศัยความเข้าใจเพียงเล็กน้อยเพื่อที่จะสามารถใช้มันได้ จะถูกยอมรับนำไปปฏิบัติได้รวดเร็วกว่านวัตกรรมซึ่งยากแก่การเข้าใจ เช่น ตามโรงเรียนที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาแล้วว่าได้มาตรฐาน และติดสติ๊กเกอร์บริเวณจุดบริการน้ำดื่ม นักเรียนเห็นสติ๊กเกอร์ก็เปิดก๊อกดื่มน้ำได้เลย การดื่มน้ำประปาจึงไม่ใช่วิธีการที่ยุ่งยาก ซับซ้อนแก่ความเข้าใจ และไม่ยากในการปฏิบัติ

### 4. ความสามารถในการนำไปทดลองใช้ได้ (Trialability)

คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมสามารถนำนวัตกรรมไปทดลองใช้ในปริมาณน้อยได้ เพื่อดูว่ามีผลดีหรือผลเสียแค่ไหน นวัตกรรมที่สามารถแบ่งเป็นส่วนย่อยๆ เพื่อนำไปทดลองได้ จะได้รับการยอมรับเร็วกว่านวัตกรรมที่ไม่สามารถแบ่งเป็นส่วนย่อยๆ ได้ เพราะเป็นการช่วยลดความเสี่ยงเกี่ยวกับนวัตกรรม อย่างกรณีที่ประชาชนได้รับข่าวสารความรู้เรื่องโครงการน้ำประปาดื่มได้ และได้ติดต่อการประสานครהלวงให้ช่วยส่งผู้เชี่ยวชาญมาตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาในบริเวณที่อยู่อาศัยของตน แล้วพบว่าได้มาตรฐานน้ำดื่มไม่แตกต่างหรือดีกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดที่ซื้อมาไว้บริโภคเป็นประจำ จึงเปลี่ยนมาใช้น้ำประปาเป็นน้ำดื่มประจำบ้านแทนการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

### 5. ความสามารถในการสังเกตเห็นผล (Observability)

คือ การที่ผลของนวัตกรรมสามารถมองเห็นได้ นวัตกรรมใดที่สามารถมองเห็นผลได้ง่ายและชัดเจน ก็จะได้รับยอมรับเร็วกว่านวัตกรรมที่สังเกตเห็นผลได้ยาก เช่น เมื่อประชาชนได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องน้ำประปาดื่มได้ ก็ปฏิบัติตามโดยเลิกบริโภคน้ำประปาที่ต้องผ่านการต้มเสียก่อน มาเป็นการดื่มน้ำประปาโดยตรงจากก๊อก ซึ่งเป็นการช่วยประหยัดพลังงาน และค่าใช้จ่ายในการหุงต้มอย่างเห็นได้ชัด

## 2) ช่องทางการสื่อสาร

**การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ นวัตกรรม** เป็นกระบวนการเผยแพร่ที่สารถูกส่งผ่านจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ผ่านช่องทางการสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร

**ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ** ก็คือ สิ่งที่ขนส่งสาร หรือยานพาหนะของสาร เป็นเครื่องมือหรือวิธีการที่สารไหลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารนั่นเอง (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540: 47)

การเลือกช่องทางการสื่อสารหรือสื่อมาใช้ในการเผยแพร่นวัตกรรมนั้น มีเกณฑ์ที่ผู้ส่งสารสามารถใช้ในการเลือก ดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน , 2540 : 72-73)

1. มีสื่ออะไรให้เลือกใช้ได้บ้าง
2. มีเงินมากน้อยแค่ไหนในการใช้สื่อนั้น ผู้ส่งสารจะถูกจำกัดการเลือกโดยงบประมาณ เพราะสื่อแต่ละชนิดย่อมมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแตกต่างกันไป เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ย่อมแพงกว่าโฆษณาทางวิทยุ โฆษณาทางหนังสือพิมพ์รายวันฉบับที่มีจำนวนจำหน่ายมาก ย่อมแพงกว่าโฆษณาในหนังสือพิมพ์ที่มีจำนวนจำหน่ายน้อย เป็นต้น
3. ความนิยมของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารบางคนอาจมีความผูกพัน หรือความนิยมที่จะใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น เลือกใช้ทีวีช่องหนึ่งมากกว่าช่องอื่น เพราะพอใจในเจ้าหน้าที่ พิธีกร หรือรายการของช่องนั้น
4. สื่อใดเข้าถึงประชาชนมากที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ในการสื่อสารโดยอาศัยสื่อมวลชนเพื่อให้สารไปถึงคนจำนวนมากนั้น ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงสมรรถนะในการเข้าถึงคนจำนวนมากโดยเสียค่าใช้จ่ายต่อหัวน้อยที่สุดเป็นเกณฑ์ด้วย
5. สื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด เกณฑ์อีกอันหนึ่งก็คือ การพิจารณาอิทธิพลของสื่อแต่ละชนิดว่าสื่อใดมีอิทธิพลมากกว่ากัน และสื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สถานที่ และผู้รับสาร
6. สื่อใดเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารมากที่สุด ผู้ส่งสารอาจมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ให้ความรู้ ให้ข่าวสาร ให้ความบันเทิงหรือชักจูงใจ ผู้ส่งสารก็ต้องพิจารณาดูว่าสื่อใดจะเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของตน
7. สิ่งใดเหมาะกับเนื้อหาของสารมากที่สุด เนื้อหาของสารก็มีส่วนที่ผู้ส่งสารสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกใช้สื่อของตนได้ เนื้อหาสาระของสารประเภทหนึ่งอาจต้องการใช้สื่อประเภทหนึ่ง ในขณะที่เนื้อหาสาระของสารอีกประเภทหนึ่งสามารถใช้สื่อประเภทอื่นได้

### 3) ช่วงระยะเวลาหนึ่ง

ช่วงระยะเวลาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญขององค์ประกอบหนึ่ง ที่ใช้ประกอบการพิจารณากระบวนการเผยแพร่ นวัตกรรม ในแง่ต่อไปนี้

#### 3.1 กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation - Decision Process)

เป็นกระบวนการ หรือการกระทำที่ไม่ได้เกิดขึ้นทันทีทันใด หากเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นติดต่อกันในช่วงระยะเวลาที่นานพอสมควร การตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมต้องผ่านขั้นต่าง ๆ ตั้งแต่ขั้นแรก ที่รับรู้เรื่องเกี่ยวกับนวัตกรรม ไปถึงขั้นตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม และขั้นยืนยันการตัดสินใจที่ทำ

ไปแล้วในที่สุด ซึ่งกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนี้ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ (Rogers, 1983 : 161-185)

### 3.1.1 **ขั้นความรู้ (Knowledge Stage)**

เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามีนวัตกรรมอยู่ และแสวงหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่ของนวัตกรรมนั้น ว่ามีวิธีใช้และหลักการทำงานเป็นอย่างไร เช่น วิธีการดูแลรักษาความสะอาดระบบท่อประปาและอุปกรณ์ใช้น้ำ เพื่อให้ได้รับน้ำประปาซึ่งมีคุณภาพได้มาตรฐานสะอาดพร้อมดื่มได้ตลอดเวลา

### 3.1.2 **ขั้นจูงใจ (Persuasion Stage)**

เป็นขั้นที่บุคคลสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม โดยที่บุคคลจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรม และตีความข้อมูลที่ได้มาร่วมกับสภาพการณ์ส่วนตัวของเขา ว่าการที่เขาจะรับนวัตกรรมนั้นมาใช้จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียอย่างไรทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพราะบุคคลจะรับรู้ว่านวัตกรรมทุกอย่างมีลักษณะของการเสี่ยงรวมอยู่ด้วย เขาจึงต้องการแรงเสริมจากการติดต่อระหว่างบุคคล ในการสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม ประกอบกับการพิจารณาถึงลักษณะของนวัตกรรม 5 ประการดังที่ได้กล่าวมาแล้ว อีกทางหนึ่งด้วย

ทัศนคติที่เกิดขึ้นในขั้นการจูงใจนี้ จะนำไปสู่การแสดงออกว่ายอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม แต่ก็มีหลายกรณีที่ทัศนคติและการกระทำไม่มีความสัมพันธ์กัน อีกทั้ง ทัศนคติที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อนวัตกรรม ก็ไม่ได้เป็นตัวนำไปสู่การตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับโดยตรง หรือทันทีเสมอไป

### 3.1.3 **ขั้นตัดสินใจ (Decision Stage)**

เป็นขั้นที่บุคคลได้ผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ มาจนถึงการที่จะต้องตัดสินใจเลือกว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม โดยที่บุคคลอาจจะทดลองใช้นวัตกรรมในสถานการณ์ของตนเอง หรือทดลองนวัตกรรมทางอ้อม ซึ่งเป็นการทดลองผ่านบุคคลอื่น อันได้แก่ เพื่อนที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมมาก่อน เพื่อดูว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์พอที่จะยอมรับหรือไม่

สำหรับการปฏิเสธนวัตกรรมในขั้นตัดสินใจนั้นมี 2 แบบด้วยกันคือ

- Passive Rejection หมายถึง ไม่เคยพิจารณาที่จะใช้นวัตกรรมนั้นเลย และ
- Active Rejection คือ การพิจารณายอมรับนวัตกรรมแล้ว แต่มาตัดสินใจไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้นในภายหลัง

สำหรับการตัดสินใจเลิกใช้ หรือเลิกยอมรับนวัตกรรมที่ได้มีการตัดสินใจยอมรับไปแล้วในตอนต้นนั้น เนื่องมาจาก

- ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะมีนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่ของเก่า ซึ่งก็เคยเป็นนวัตกรรมมาก่อนในช่วงระยะเวลาหนึ่งเสมอ ผู้ที่คิดว่าการนวัตกรรมใหม่ดีกว่า ก็จะเปลี่ยนนวัตกรรมจากเก่าไปใหม่

- ความไม่พอใจกับคุณสมบัติ ประโยชน์ หรือผลของนวัตกรรม เช่น นวัตกรรมนั้น อาจจะไม่เหมาะสมกับผู้ใช้ ไม่เหมาะสมกับฐานะทางเศรษฐกิจ มีผลข้างเคียงเป็นอันตรายต่อสุขภาพ หรืออาจเกิดจากการใช้นวัตกรรมอย่างผิด ๆ เหล่านี้เป็นต้น อันเป็นสาเหตุนำไปสู่การเลิกยอมรับนวัตกรรม

### 3.1.4 *ขั้นการนำไปใช้ (Implementation Stage)*

เป็นขั้นที่บุคคลนำนวัตกรรมไปใช้ ซึ่งในขั้นนี้บุคคลมีความต้องการรู้ว่า จะได้รับ นวัตกรรมจากที่ไหน จะใช้อย่างไร มีปัญหาในการดำเนินการใดที่จะเกิดขึ้น และมีวิธีแก้ปัญหาเหล่านั้นได้ อย่างไร ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมจึงมีความสำคัญ ที่จะช่วยผู้ที่เริ่มนำนวัตกรรมนั้นไปใช้ลงมือ ปฏิบัติ ดังเช่นบทบาทของเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาว่าได้มาตรฐาน คุณภาพน้ำดื่ม เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ประชาชนว่าสามารถดื่มน้ำโดยตรงจากก๊อกได้อย่างปลอดภัย

### 3.1.5 *ขั้นตอนการยืนยัน (Confirmation Stage)*

เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ เกี่ยวกับนวัตกรรมที่ได้กระทำไปแล้ว ซึ่งถ้าหากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาใหม่ขัดแย้งกับข้อมูลข่าวสารที่นำไปสู่การตัดสินใจครั้งก่อน บุคคลนั้นก็อาจจะเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเป็นตรงกันข้ามได้ เช่น ประชาชน อาจจะสอบถามถึงคุณภาพน้ำประปาจากเพื่อนบ้านที่บริเวณน้ำประปาเป็นน้ำดื่ม หรือ ติดตามศึกษางาน วิจัยที่เปรียบเทียบคุณภาพและมาตรฐานน้ำดื่ม ระหว่างผลิตภัณฑ์น้ำบรรจุขวดที่มีจำหน่ายตามท้อง ตลาด น้ำที่ผ่านการกรองจากเครื่องกรองน้ำ น้ำที่ได้รับการต้มฆ่าเชื้อ และน้ำประปา เป็นต้น

ดังนั้น การให้ข่าวสารความรู้ที่สนับสนุนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของบุคคล อย่างต่อเนื่องจึงมีความจำเป็น เพราะถ้าไม่มีการดำเนินการติดตามผลต่อ ก็ไม่มีหลักประกันว่าจะเกิด การเลิกยอมรับนวัตกรรมนั้นเมื่อใด เพราะในระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมาย ย่อมมีข่าวสารที่เป็นปฏิปักษ์ ต่อนวัตกรรมอยู่ ซึ่งอาจจะเข้ามามีอิทธิพลได้

## 3.2 *ภาวะนวัตกรรมและประเภทของผู้รับนวัตกรรม (Innovativeness and Adopter Categories)*

*ภาวะนวัตกรรม* หมายถึง ความเร็วหรือช้าเชิงเปรียบเทียบที่บุคคลยอมรับนวัตกรรม เมื่อเทียบกับ สมาชิกคนอื่น ๆ ภายในระบบสังคม ซึ่งการยอมรับนวัตกรรมโดยสมบูรณ์ ต้องเป็นการยอมรับด้วยจิตใจ และด้วยการกระทำ คือการนำนวัตกรรมไปใช้อย่างสม่ำเสมอ สำหรับ *ประเภทของบุคคลที่ยอมรับ นวัตกรรม* สามารถแบ่งตามระดับความเร็วในการยอมรับได้ 5 ประเภท ดังนี้ (Rogers, 1983 : 197-203)

### 3.2.1 *กลุ่มผู้ริเริ่ม (Innovators)*

เป็นผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนคนอื่น มีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ตัดสินใจเร็ว ชอบ เสี่ยงภัย มีความกล้าที่จะเสี่ยงอันตราย เสี่ยงลงทุน หรือเสี่ยงทดลอง ด้วยความที่ชอบทดลองของแปลก

ใหม่ และเต็มใจที่จะรับผลที่เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้อันเนื่องมาจากความล้มเหลวของนวัตกรรมที่พวกเขาเข้ามาใช้ กลุ่มนี้มักจะเป็นผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีการศึกษาสูง

### 3.2.2 กลุ่มรับเร็วส่วนแรก (Early Adopters)

คือ ผู้นำความคิดเห็นในระบบสังคมที่น่าเชื่อถือยกย่อง ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง มีเหตุผล บุคคลอื่น ๆ ที่จะยอมรับนวัตกรรมมักจะมาขอความคิดเห็น จึงทำหน้าที่เสมือนเป็นผู้ตรวจสอบนวัตกรรมให้บุคคลอื่น ๆ ว่าควรจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น

### 3.2.3 กลุ่มรับเร็วส่วนมาก (Early Majority)

ได้แก่ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมหลังจากที่พิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว คนกลุ่มนี้มักจะยอมรับบรรทัดฐานของสังคมว่ามีความสำคัญมาก และให้ความเชื่อถือต่อข่าวสารมาก ดังนั้นถ้ามีผู้ยอมรับกันมาก ๆ เขาก็จะปฏิบัติตามด้วย

### 3.2.4 กลุ่มรับช้าส่วนมาก (Late Majority)

คือ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมเพราะความจำเป็นทางเศรษฐกิจหรือแรงกดดันทางสังคม คนกลุ่มนี้มักเป็นผู้ที่มีความระแวง ช่างสงสัย ลังเลใจ จึงต้องแน่ใจเสียก่อนว่านวัตกรรมนั้น ๆ ไม่มีความเสี่ยงอันตรายใด ๆ แล้วจึงยอมรับ

### 3.2.5 กลุ่มล่าหลัง (Laggards)

เป็นพวกที่ยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุดในสังคม มักจะเป็นผู้ที่ยึดติดอยู่กับอดีต ยึดมั่นอยู่กับความคิดเก่า ๆ ของตน และยึดถือประเพณีเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตอย่างเหนียวแน่น ไม่สนใจโลกภายนอก ไม่ค่อยจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงอะไรง่าย ๆ การตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งใด ๆ ก็จะทำไปโดยอาศัยพื้นฐานของสิ่งที่เคยตัดสินใจมาแล้ว หรือเคยทำมาแล้วโดยบรรพบุรุษรุ่นก่อน ๆ การตัดสินใจรับนวัตกรรมของพวกเขาช้าลง จึงเป็นไปอย่างเชื่องช้ามาก มากจนนวัตกรรมที่ถูกยอมรับอาจกลายเป็นความล้าสมัยไปแล้ว

## 3.3 อัตราการยอมรับนวัตกรรมในระบบสังคม

หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลากับการยอมรับนวัตกรรมของสมาชิกในสังคม อัตราการยอมรับนวัตกรรมนี้วัดจากจำนวนสมาชิกในระบบสังคมที่ยอมรับนวัตกรรมนั้นในช่วงเวลาหนึ่ง เป็นการวัดความสำเร็จของนวัตกรรมใดนวัตกรรมหนึ่ง มากกว่าที่จะพิจารณาคูณสมบัติของบุคคลที่ยอมรับ นอกจากนี้คุณสมบัติของนวัตกรรมใดที่เหนือกว่านวัตกรรมอื่น ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับการยอมรับจากสมาชิกในสังคมได้รวดเร็วกว่า ยิ่งไปกว่านั้นอัตราการยอมรับในนวัตกรรมอย่างเดียวกัน ก็จะแตกต่างกันไปตามระบบสังคมแต่ละระบบด้วย (Rogers, 1983 : 206)

#### 4) สมาชิกในระบบสังคม

หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ไม่เป็นทางการ สมาชิกในองค์กรหรือในระบบสังคมย่อย ซึ่งสมาชิกจะรวมตัวกันเพื่อแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาพร้อมมือกัน หรือเพื่อกระทำการใดที่มีเป้าหมายร่วมกัน ระบบสังคมในการศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่นวัตกรรม อาจหมายถึง กลุ่มองค์กรธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มนักศึกษา เป็นต้น (Rogers, 1983 : 23 -24) ดังนั้น นวัตกรรมที่เผยแพร่เข้ามาสู่สังคม อาจจะได้รับที่ยอมรับหรือปฏิเสธโดยสมาชิกแต่ละคนในสังคมหรือระบบสังคมก็ได้ ซึ่งการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (*Type of Innovation - Decisions*) สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประการดังนี้ (Rogers, 1983 : 28 -30)

##### 4.1 การตัดสินใจระดับบุคคล (*Optional Innovation - Decisions*)

คือ การที่แต่ละบุคคลตัดสินใจด้วยตนเองได้โดยอิสระว่า จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม ซึ่งผลของการตัดสินใจจะกระทบต่อตัวบุคคลนั้น ๆ เอง ไม่ส่งผลถึงบุคคลอื่น ๆ ในสังคม

##### 4.2 การตัดสินใจร่วมกัน โดยกลุ่มหรือโดยส่วนรวม (*Collective Innovation - Decisions*)

เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่สมาชิกทุกคนของระบบสังคมมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คล้ายกับการแสดงประชามติต่อนวัตกรรม วิธีการตัดสินใจคือใช้เสียงข้างมาก เมื่อมีการตัดสินใจแล้ว สมาชิกทุกคนในระบบสังคมต้องทำตามการตัดสินใจนั้น การตัดสินใจประเภทนี้จึงส่งผลกระทบต่อทุกคนในสังคม

##### 4.3 การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ (*Authority Innovation - Decisions*)

คือ การตัดสินใจโดยคน ๆ เดียว หรือกลุ่มบุคคลกลุ่มเดียวที่อยู่ในตำแหน่งหรือฐานะสูงกว่า ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจในการนำนวัตกรรมมาใช้ อันเป็นการตัดสินใจที่ไม่เกี่ยวกับทัศนคติส่วนตัวของผู้ตัดสินใจที่มีต่อนวัตกรรมนั้น เมื่อมีการตัดสินใจแล้ว สมาชิกแต่ละคนของระบบสังคมก็จะถูกบังคับให้ยอมรับการตัดสินใจนั้น

หลังจากที่ผ่านการตัดสินใจรูปแบบหนึ่งรูปแบบใดใน 3 ประเภทข้างต้นแล้ว แต่ละคนอาจจะทำการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมอีกครั้งหนึ่งก็ได้ การใช้การตัดสินใจมากกว่าหนึ่งรูปแบบนี้ เรียกว่า (*Contingent Innovation - Decisions*)

สำหรับการตัดสินใจบริโภคน้ำประปานั้น เป็นการตัดสินใจระดับบุคคล (*Optional Innovation - Decisions*) ซึ่งหลังจากที่โครงการน้ำประปาดื่มได้ ได้ถูกเผยแพร่ออกไปแล้ว อาจจะมีผู้ที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพน้ำประปา และตัดสินใจบริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่มในชีวิตประจำวันทันที



เพราะเกิดทัศนคติที่ดีต่อนวนิกรรมนี้ที่เข้ามาในระบบสังคม ขณะที่บางคนอาจจะต้องใช้เวลาานกว่าจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้ ปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความเร็วหรือช้า ในการยอมรับนวนิกรรม และกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวนิกรรมของบุคคล

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่าม้งานวิจัยบางส่วนที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับน้ำประปาและน้ำ และม้งานวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ซึ่งพอจะยกมาอ้างอิงพร้อมประเด็นเฉพาะที่เห็นว่าเกี่ยวข้องและสำคัญ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ได้ ดังต่อไปนี้

### 5.1 งานวิจัยต่างประเทศ

โรเจอร์และเมย์เนน (Rogers and Meynen, 1969) วิจัยถึงความสัมฤทธิ์ผลในการเผยแพร่วิทยการใหม่ ๆ ในประเทศโคลอมโบ และได้ค้นพบว่าในการเผยแพร่่นั้น สื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวนิกรรม

แซซเซอร์ (Zacher, 1975) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมของนักเรียนชั้นปีที่ 11 ในรัฐมอนตানা โดยกลุ่มนักเรียน 436 คน จาก 6 โรงเรียน พบว่าเพศ ขนาดครอบครัว การอ่านหนังสือพิมพ์ การได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน และภูมิลำเนาของนักเรียน เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความรู้ทางด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ จากการเปรียบเทียบคะแนน พบว่า นักเรียนชายมีคะแนนสูงกว่านักเรียนหญิง เด็กจากครอบครัวเล็กมีคะแนนสูงกว่าเด็กจากครอบครัวใหญ่ และเด็กที่อ่านหนังสือพิมพ์ตั้งแต่สามฉบับขึ้นไปมีคะแนนสูงกว่าเด็กที่อ่านน้อยกว่านั้น

ซิงค์ (Singh, 1976) ได้วิจัยเรื่องกระบวนการยอมรับและการสื่อสารในประเทศอินเดีย พบว่า

- เจ้าหน้าที่ส่งเสริมและสื่อมวลชนเป็นสื่อที่สำคัญในชั้นรับรู้
- สื่อที่มีความสำคัญในชั้นประเมินผลก่อนตัดสินใจคือเพื่อนบ้าน
- ส่วนชั้นตัดสินใจยอมรับขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของตัวเองที่ได้ผลจากชั้นทดลอง

## 5.2 งานวิจัยในประเทศ

กองนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม กองมาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ได้ดำเนินโครงการศึกษาวิจัยคุณภาพน้ำแม่ น้ำสายหลัก (บางปะกง) กรกฎาคม 2529 รายงานการสำรวจการใช้ทรัพยากรน้ำและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อคุณภาพน้ำ และการใช้ทรัพยากรน้ำในเขตลุ่มน้ำบางปะกง จากการสัมภาษณ์ตามแบบสำรวจประชาชนที่อาศัยอยู่ริมฝั่งแม่น้ำในเขตอำเภอต่าง ๆ ภายในบริเวณลุ่มน้ำบางปะกง (แม่น้ำบางปะกง แม่น้ำปราจีนบุรี และแม่น้ำนครนายก) ผู้ใช้น้ำจากแม่น้ำเพื่อประโยชน์ในด้านต่าง ๆ โดยตรง จำนวนทั้งสิ้น 863 ครั้ง เรือน จาก 12 อำเภอ ได้แก่อำเภอในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และนครนายก ซึ่งลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชากรกลุ่มนี้ ส่วนมากจะมีสถานภาพในครอบครัวเป็นหัวหน้าครัวเรือน มีอายุอยู่ในช่วงวัยแรงงาน ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาเป็นอย่างสูง พบว่า

ลักษณะการใช้ทรัพยากรน้ำในเขตลุ่มน้ำบางปะกงเพื่อประโยชน์ในการบริโภคนั้น ประชาชนจะใช้น้ำในแม่น้ำบริโภคเมื่อน้ำฝนที่เก็บกักไว้หมด และไม่มีแหล่งน้ำที่อื่นทดแทน โดยจะต้องนำน้ำมาบำบัดก่อน ประชาชนที่นำน้ำจากแม่น้ำมาใช้บริโภคจะอยู่ในบริเวณ อ.บางคล้า ขึ้นมาถึงบริเวณทางต้นแม่น้ำ ส่วนประชาชนในเขต อ.เมืองฉะเชิงเทรา อ.บ้านโพธิ์ และ อ.บางปะกง ส่วนมากจะไม่ใช้น้ำในแม่น้ำเพื่อการบริโภค เนื่องจากน้ำในบริเวณดังกล่าวคุณภาพต่ำ

สำหรับในด้านทัศนคติของประชาชนต่อคุณลักษณะทางกายภาพของน้ำในเขตลุ่มน้ำบางปะกง ประชาชนที่ใช้น้ำจากแม่น้ำนครนายกและแม่น้ำปราจีนบุรีส่วนมากเห็นว่า น้ำในแม่น้ำยังคงสภาพดีอยู่ แต่ประชาชนที่ใช้น้ำจากแม่น้ำบางปะกงส่วนมากเห็นว่า น้ำมีคุณภาพลดต่ำลงกว่าเดิมมาก

เมื่อจำแนกทัศนคติตามคุณสมบัติด้านต่าง ๆ ประชาชนในเขตลุ่มน้ำบางปะกงทั้งหมดส่วนมากยังคงเห็นว่า แม่น้ำมีสี กลิ่น รส ความขุ่น เหมือนเดิม แต่มีปัญหาเรื่องวัชพืชและสาหร่ายมากขึ้น และปัญหาน้ำเค็มที่หนุนเข้ามาในแม่น้ำจะเริ่มเร็วขึ้นและกินระยะเวลาขึ้น

ส่วนทัศนคติของประชาชนต่อการใช้ทรัพยากรน้ำในเขตลุ่มน้ำบางปะกง ประชาชนส่วนมากยังคงมีทัศนคติในทางบวกต่อการใช้ทรัพยากรน้ำเพื่อการบริโภค อุปโภค คมนาคม ขนส่ง อุตสาหกรรม ประมงและการกสิกรรมอยู่

กนกรัตน์ สุขะวัฒน์ (2534) ได้ทำการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรคเอดส์และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของหญิงโสเภณี : กรณีศึกษาที่หน่วยควบคุมโรค อ.หาดใหญ่ ศูนย์กามโรค เขต 12 สงขลา โดยสื่อที่ทำการศึกษได้แก่สื่อบุคคล คือบุคลากรทางการแพทย์ซึ่งประจำอยู่ที่หน่วยควบคุมกามโรค อ.หาดใหญ่ และสื่อเฉพาะกิจที่ผลิตโดยกระทรวงสาธารณสุข

สุข และรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่มาทำการตรวจสุขภาพเป็นประจำที่หน่วยควบคุมภาวะโรค จำนวน 160 คน พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ทางภาคเหนือ มีอายุระหว่าง 19-22 ปี จบประถมศึกษาปีที่ 6 ประกอบอาชีพที่ อ.หาดใหญ่ เป็นระยะเวลา 2-3 ปี มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน สำหรับผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- ประชากรกลุ่มตัวอย่างเคยเห็นและจำข้อความบนสื่อสติ๊กเกอร์ได้มากที่สุด รองลงมาได้แก่สื่อโปสเตอร์และสื่อแผ่นพับ ตามลำดับ ส่วนสื่อที่ประชากรกลุ่มตัวอย่างเคยอ่านและมีความเข้าใจข้อความมากที่สุดคือสื่อโปสเตอร์ รองลงมาได้แก่สื่อสติ๊กเกอร์และสื่อแผ่นพับ ตามลำดับ และในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างไม่เข้าใจข้อความหรือความหมายในสื่อเฉพาะกิจ ก็จะสอบถามแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์มากที่สุด

- โสเภณีที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์จากสื่อเฉพาะกิจ จะมีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์

- โสเภณีจะมีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์จากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาได้แก่สื่อโปสเตอร์ แผ่นพับ และสติ๊กเกอร์ ตามลำดับ

- โสเภณีที่มีความรู้ในการป้องกันโรคเอดส์จะมีพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ แต่อย่างไรก็ดี โสเภณีที่มีทัศนคติเชิงบวกในการป้องกันโรคเอดส์ ก็ไม่จำเป็นว่าจะต้องมีพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์เสมอไป

กิตติศักดิ์ นภาพรณรัตน์ (2536) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารเพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำประปา กับพฤติกรรมการใช้น้ำประปาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นเวลา 1 ปีขึ้นไป และมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 225 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี ประกอบอาชีพค้าขายหรือเป็นเจ้าของกิจการ พักอาศัยในที่พักซึ่งเป็นตึกแถว มีพฤติกรรมการใช้น้ำประปาที่ยังไม่สอดคล้องกับแนวทางที่ประหยัด และมีการใช้น้ำประปามากกว่าเกณฑ์ปกติของการประปานครหลวง แม้ว่าจะเคยดูโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำประปาที่จัดทำโดยการประปานครหลวง โดยทราบว่ากำลังมีปัญหาการขาดแคลนน้ำประปา จำเป็นต้องมีการประหยัดการใช้น้ำ อีกทั้งคิดว่าโฆษณาจะสามารถช่วยให้คนอื่น ๆ ตระหนักถึงการประหยัดน้ำประปาได้ เหมาะกับการรณรงค์ เพียงแต่ยังมีไม่เพียงพอ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำประปา จากหนังสือพิมพ์ รายการวิทยุ ตามลำดับ และมีการพูดคุยในเรื่องเกี่ยวกับการประหยัดน้ำประปากับสมาชิกคนอื่น ๆ ในครัวเรือนด้วย สำหรับกลุ่มที่ไม่เคยดูโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อการรณรงค์ ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเกี่ยว

กับการรณรงค์จากรายการวิทยุ และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ โดยรับทราบถึงเนื้อหาสำคัญของการรณรงค์ เช่นเดียวกับกลุ่มที่เคยดูโฆษณาทางโทรทัศน์

ทั้งนี้ การเคยดูโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำนี้ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อว่าจะกำลังจะขาดแคลนน้ำประปาและน้ำดิบที่นำมาผลิตเป็นน้ำประปา แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้น้ำประปากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

สุภารักษ์ จุฑระกุล (2536) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภท เพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

- การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ ไปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภท เพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่
- การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว ไปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ
- การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ แผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

สุมาลี ตั้งจิตต์ศิลป์ (2536) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล พบว่า

ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-35 ปี ระดับการศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น เป็นเจ้าของกิจการ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำผ่านสื่อโทรทัศน์ และผ่านทางสามี/ภรรยามากที่สุด อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ ขณะที่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำจากสามี/ภรรยา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

พิมลพรรณ สุทธิวงศ์ (2537) ศึกษาการรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 432 คน ด้วยแบบสอบถาม พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง รับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนในระดับสูง มีจิตสำนึกและมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดในระดับสูง สำหรับพฤติกรรมกรรับทราบข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกในการใช้น้ำอย่างประหยัด และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด ส่วนจิตสำนึกในการใช้น้ำอย่างประหยัดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด

ศศิวิมล ปาลศรี (2537) ศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกรใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง รับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนในระดับต่ำ มีความรู้ และพฤติกรรมกรใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดในระดับสูง มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน และทัศนคติต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด ส่วนความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดและพฤติกรรมกรใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด

สนิ นัยวินิจ (2538) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล พบว่า

- พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากก้านัน ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ ปลัดอำเภอ พระสงฆ์ และหอกระจายข่าว มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

- พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร ก้านัน ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ ตำรวจ ทหาร พระสงฆ์ เพื่อนบ้าน และสื่อเฉพาะกิจทั้งหมด มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

- พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

- ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว
- ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว
- ทัศนคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

มงคล ปิยสิริวัฒน์ (2539) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้น้ำหยดเสริมไอโอดีนในน้ำดื่มเพื่อป้องกันโรคขาดสารไอโอดีน อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยกลุ่มตัวอย่างสุ่มจากประชากรใน 7 ตำบลของอำเภอบ้านตาก จำนวน 420 คน ดำเนินการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำหยดเสริมไอโอดีนลงในน้ำดื่มจากสื่อบุคคลมากที่สุด อันได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม) สำหรับคุณลักษณะทางนวัตกรรมการใช้น้ำหยดเสริมไอโอดีน ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด คือ เป็นสิ่งที่สามารถป้องกันโรคคอพอกได้ และส่วนใหญ่มีการตัดสินใจใช้น้ำหยดเสริมไอโอดีนด้วยตนเองเพียงคนเดียว ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้น้ำหยดเสริมไอโอดีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การเปิดรับข่าวสาร และรูปแบบการตัดสินใจ

โสภิตสุตา มงคลเกษม (2539) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามและทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 400 ราย พบว่า

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนและป้ายประชาสัมพันธ์ต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ แผ่นพับ และสติ๊กเกอร์ต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสติ๊กเกอร์ต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

และ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์ (2539) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 410 คน ที่มีสถานประกอบการอยู่ในเขตพื้นที่โครงการบำบัดน้ำเสีย และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียในระดับปานกลาง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย

สำหรับความรู้ในเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย แต่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียระดับปานกลาง

ส่วนทัศนคติในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย

दानินทร์ กิจนิษฐ์ (2540) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ โทรทัศน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน

และ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน

ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล (2540) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของชาวกรุงเทพฯ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 418 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม พบว่า

การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์และการลดปริมาณการบริโภคสินค้าต่างประเทศและการใช้บริการ สำหรับการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการลดปริมาณการบริโภคสินค้าในประเทศและการใช้บริการ

อัญชนี วิชยาภย์ (2540) ศึกษาการแสวงหาข่าวสาร ทักษะคิด และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน พบว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และมีพฤติกรรมการบริโภคในระดับต่ำ โดยผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีความสะดวกและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่ยังจัดเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือยและเกินจำเป็น และอาจมีความเสี่ยงจากการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีการบริโภคมากที่สุดคือวิตามิน อาหารเสริมและเครื่องสำอางต่าง ๆ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเพื่อบริโภคเอง และมีจำนวนไม่น้อยที่ได้รับเป็นของขวัญ เศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในด้านการแสวงหาข่าวสาร ผู้บริโภคส่วนใหญ่แสวงหาข่าวสารในระดับต่ำ โดยนิยมแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนและบริโภคข่าวสารประเภทใกล้ตัวมากที่สุด

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังปรากฏอีกว่า การกระทำกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพหรือพฤติกรรมสุขภาพ ทักษะคิดต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสื่อประเภทสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่ออื่น ๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยข่าวสารใกล้ตัวและสื่ออื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสูงที่สุด

จากการค้นคว้าหนังสือตำราวิทยานิพนธ์และเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วนี้ เพื่อศึกษาเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับน้ำ รวมถึงพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิต ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลมาเป็นหลักในการตั้งสมมติฐานงานวิจัยว่าจะมีแนวโน้มเป็นอย่างไร และยังนำข้อมูลที่ได้มาให้เป็นกรอบความคิดอันเป็นประโยชน์ประกอบการวางแผนและดำเนินการทำวิจัยอีกด้วย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### บทที่ 3

## ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ "น้ำประปาดื่มได้" ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ แบบวัดครั้งเดียว ซึ่งได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่การจ่ายน้ำของสำนักงานประปา สาขาต่าง ๆ ของการประปานครหลวง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผ่านการตรวจสอบและรับรองโดย กระทรวงสาธารณสุขแล้วว่า เป็นพื้นที่ที่น้ำประปามีคุณภาพดีและสามารถดื่มได้จากก๊อกตาม "โครงการ น้ำประปาดื่มได้"

### กลุ่มตัวอย่าง

1. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจากการคำนวณตามสูตร (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541 : 22)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร

จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร คือ 5,645,834 คน

ข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม 2542

ที่มา : [www.bma.go.th](http://www.bma.go.th)

e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้

ในที่นี้ ผู้วิจัยกำหนดว่าจะยอมให้เกิดความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5 %

และต้องการระดับความเชื่อถือได้เป็น 95% ( e = .05 )

$$\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงมีจำนวน} = \frac{5,645,834}{1 + (5,645,834) (.05)^2} = 399.99 \text{ หรือประมาณ } 400 \text{ คน}$$

2. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) กล่าวคือ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มเป็นกลุ่มที่เรียกว่า Cluster Sampling ด้วยการแบ่งประชากรออกเป็น 12 กลุ่ม ตามเขตพื้นที่จ่ายน้ำของการประปานครหลวง ซึ่งมีสำนักงานจ่ายน้ำประปาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 12 สาขา\*

จากนั้น ใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยผู้วิจัยเขียนชื่อสำนักงานประปาทั้งหมด 12 สาขา ทำเป็นฉลาก แล้วสุ่มจับฉลากขึ้นมาครั้งหนึ่ง คือจำนวน 6 สาขา

ส่วนจำนวนตัวอย่างจากแต่ละสาขา ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบจัดสัดส่วน (Quota Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน ซึ่งมีอย่างน้อยตามสัดส่วนของจำนวนผู้ใช้น้ำในแต่ละสาขาสำนักงานประปาที่จับฉลากได้มา ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตสาขาสามารถคำนวณได้จาก

$$\frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \times \text{จำนวนผู้ใช้น้ำแต่ละสาขา}}{\text{รวมจำนวนผู้ใช้น้ำทั้ง 6 เขต}}$$

สำหรับกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างและจำนวนตัวอย่างจากการคำนวณดังกล่าว ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

## สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

\*การประปานครหลวงแบ่งพื้นที่จ่ายน้ำของสำนักงานประปาสายต่าง ๆ ออกเป็น 15 สาขา ประกอบด้วยสำนักงานประปาในเขตกรุงเทพมหานคร 12 สาขา ได้แก่ สาขาตากสิน ทุ่งมหาเมฆ บางกอกน้อย บางเขน ประชาชื่น พญาไท พระโขนง ภาษีเจริญ กองประปามีนบุรี แม่นศรี ลาดพร้าว และสุขุมวิท ส่วนสำนักงานประปานอกเขตกรุงเทพมหานครมี 3 สาขา ได้แก่ นนทบุรี กองประปาบางบัวทอง สมุทรปราการรวมบางบ่อ (ที่มา : [www.mwa.or.th](http://www.mwa.or.th))

ตารางที่ 1 : จำนวนผู้ใช้น้ำในแต่ละเขตสาขาสำนักงาน  
งานประปาของการประปานครหลวง

สำนักงานประปาสาขาต่าง ๆ ของการประปานครหลวง	จำนวนผู้ใช้น้ำ
1. ดากสิน	182,865
2. ทุ่งมหาเมฆ	71,150
3. บางกอกน้อย	90,872
4. บางเขน	77,504
5. ประชาชื่น	77,315
6. พญาไท	79,668
7. พระโขนง	104,022
8. ภาษีเจริญ	121,359
9. กองประปาผืนบุรี	31,783
10. แม้นศรี	70,980
11. ลาดพร้าว	111,300
12. สุขุมวิท	88,593
รวม 12 สาขา	1,107,411

⇒

ตารางที่ 2 : การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้ใช้น้ำ  
ใน 6 สาขาสำนักงานประปาของการประปานครหลวง

สำนักงานประปาสาขาต่าง ๆ ของการประปานครหลวง	จำนวนผู้ใช้น้ำ	การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนตัวอย่าง ประมาณ
1. บางเขน	77,504	$400 \times 77,504$ 505,360	62(65*)
2. ประชาชื่น	77,315	$400 \times 77,315$ 505,360	61(63*)
3. พญาไท	79,668	$400 \times 79,668$ 505,360	63(63*)
4. แม้นศรี	70,980	$400 \times 70,980$ 505,360	56(56*)
5. ลาดพร้าว	111,300	$400 \times 111,300$ 505,360	88(90*)
6. สุขุมวิท	88,593	$400 \times 88,800$ 503,235	70(70*)
รวม 6 สาขา	505,360	รวม	400(407*)

ที่มา : สถิติจำนวนผู้ใช้น้ำปี 2541  
ข้อมูลจาก [www.mwa.or.th](http://www.mwa.or.th)

หมายเหตุ : การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตสาขา  
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  $\times$  จำนวนผู้ใช้น้ำแต่ละสาขา  
รวมจำนวนผู้ใช้น้ำทั้ง 6 เขต

\* จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่  
เก็บรวบรวมข้อมูลได้จริง

ทั้งนี้ ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 6 เขตสาขานั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ( Accidental Sampling ) ในแต่ละเขตสาขาจนได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ แต่จากการเก็บข้อมูลจริง รวบรวมได้ทั้งสิ้น 407 คน

## ตัวแปรและการวัดตัวแปร

### 1. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งตามสมมติฐานแต่ละข้อ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

**ตัวแปรอิสระ** คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"

**ตัวแปรตาม** คือ ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

**ตัวแปรอิสระ** คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"

**ตัวแปรตาม** คือ ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

**สมมติฐานที่ 3** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

**ตัวแปรอิสระ** คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"

**ตัวแปรตาม** คือ พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

**สมมติฐานที่ 4** ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

**ตัวแปรอิสระ** คือ ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

**ตัวแปรตาม** คือ ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

**สมมติฐานที่ 5** ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

**ตัวแปรอิสระ** คือ ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

**ตัวแปรตาม** คือ พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

สมมติฐานที่ 6 ทักษะที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค  
น้ำดื่ม

ตัวแปรอิสระ คือ ทักษะที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

สมมติฐานที่ 7 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อธิบายพฤติกรรมการ  
บริโภคน้ำดื่มได้มากกว่าตัวแปรอื่น

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ และทัศนคติ

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

## 2. การวัดตัวแปร

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปรดังต่อไปนี้

### 2.1 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"

2.1.1 วัดจากปริมาณ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ที่ผู้ตอบ  
แบบสอบถามเคยได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ รวมเป็น  
แหล่งข่าวสารทั้งสิ้น 13 แหล่ง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าเคยได้รับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภท  
บ่อยครั้งแค่ไหน หรือไม่เคยได้รับ สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

#### ก. สื่อมวลชน

- โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

ทุกวัน		5	คะแนน
สัปดาห์ละ	5-6 วัน	4	คะแนน
สัปดาห์ละ	3-4 วัน	3	คะแนน
สัปดาห์ละ	1-2 วัน	2	คะแนน
นานกว่านั้น		1	คะแนน

ไม่เคยเลย 0 คะแนน

- นิตยสาร

สัปดาห์ละ	1 ครั้ง	5	คะแนน
2 สัปดาห์ต่อ	1 ครั้ง	4	คะแนน
เดือนละ	1 ครั้ง	3	คะแนน
2-3 เดือนต่อ	1 ครั้ง	2	คะแนน
นานกว่านั้น		1	คะแนน
ไม่เคยเลย		0	คะแนน

ข. สื่อบุคคล

- สมาชิกภายในครอบครัว

ทุกวัน		5	คะแนน
สัปดาห์ละ	5-6 วัน	4	คะแนน
สัปดาห์ละ	3-4 วัน	3	คะแนน
สัปดาห์ละ	1-2 วัน	2	คะแนน
นานกว่านั้น		1	คะแนน
ไม่เคยเลย		0	คะแนน

- ครู อาจารย์ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักศึกษา เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยงาน

ราชการ

สัปดาห์ละ	1 ครั้ง	5	คะแนน
2 สัปดาห์ต่อ	1 ครั้ง	4	คะแนน
เดือนละ	1 ครั้ง	3	คะแนน
2-3 เดือนต่อ	1 ครั้ง	2	คะแนน
นานกว่านั้น		1	คะแนน
ไม่เคยเลย		0	คะแนน

ค. สื่อเฉพาะกิจ

สัปดาห์ละ	1 ครั้ง	5	คะแนน
2 สัปดาห์ต่อ	1 ครั้ง	4	คะแนน
เดือนละ	1 ครั้ง	3	คะแนน
2-3 เดือนต่อ	1 ครั้ง	2	คะแนน
นานกว่านั้น		1	คะแนน
ไม่เคยเลย		0	คะแนน

2.1.2 การคิดคะแนนของการเปิดรับข่าวสาร นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย กำหนดคะแนนเพื่อจัดแบ่งระดับการเปิดรับข่าวสารและแปลความหมายของค่าคะแนน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

ต่ำกว่า 1.50	คะแนน	หมายถึง	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก
1.50 - 2.49	คะแนน	หมายถึง	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ
2.50 - 3.49	คะแนน	หมายถึง	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง
3.50 - 4.49	คะแนน	หมายถึง	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง
4.50 - 5.00	คะแนน	หมายถึง	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก

## 2.2 ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ วัดจากการตอบคำถาม จำนวน 10 ข้อ โดยการเลือกตอบ มีเกณฑ์การวัดดังนี้

ถ้าตอบถูก ให้	1	คะแนน
ถ้าตอบผิด ให้	0	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและจัดแบ่งระดับความรู้เป็น 5 ระดับ คือ

1.00 - 2.49	คะแนน หมายถึง	มีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ในระดับต่ำมาก
2.50 - 4.49	คะแนน หมายถึง	มีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ในระดับต่ำ
4.50 - 6.49	คะแนน หมายถึง	มีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ในระดับปานกลาง
6.50 - 8.49	คะแนน หมายถึง	มีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ในระดับสูง
8.50 - 10.00	คะแนน หมายถึง	มีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ในระดับสูงมาก

## 2.3 ทักษะการบริโภคน้ำประปา

การวัดทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีข้อความเชิงบวกที่กำหนดเป็นตัวชี้วัด โดยในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
5	4	3	2	1

นำผลรวมของคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและจัดระดับค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ คือ

1.00 - 1.49	คะแนน หมายถึง	มีทัศนคติไม่ดีมาก ๆ ต่อการบริโภคน้ำประปา
1.50 - 2.49	คะแนน หมายถึง	มีทัศนคติไม่ดีต่อการบริโภคน้ำประปา
2.50 - 3.49	คะแนน หมายถึง	มีทัศนคติเป็นกลางต่อการบริโภคน้ำประปา
3.50 - 4.49	คะแนน หมายถึง	มีทัศนคติดีต่อการบริโภคน้ำประปา
4.50 - 5.00	คะแนน หมายถึง	มีทัศนคติดีมากต่อการบริโภคน้ำประปา

#### 2.4 พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

การวัดความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มแบ่งออกเป็น 6 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนขึ้นกับลักษณะข้อความว่าแสดงถึงพฤติกรรมเชิงบวกหรือเชิงลบต่อการบริโภคน้ำประปาและการแนะนำผู้อื่นเกี่ยวกับการบริโภคน้ำประปา ดังนี้

พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 5-6 วัน	สัปดาห์ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ละ 1-2 วัน	นานกว่านั้น	ไม่เคยเลย
เชิงบวก	5	4	3	2	1	0
เชิงลบ	0	1	2	3	4	5

การแนะนำผู้อื่นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคน้ำประปา	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	2 สัปดาห์ต่อ 1 ครั้ง	เดือนละ 1 ครั้ง	2-3 เดือนต่อ 1 ครั้ง	นานกว่านั้น	ไม่เคยเลย
เชิงบวก	5	4	3	2	1	0

นำผลรวมของคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยและจัดระดับค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ คือ

1.00 - 1.49	คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาน้อยมาก
1.50 - 2.49	คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาน้อย
2.50 - 3.49	คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปานกลาง
3.50 - 4.49	คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาสูง
4.50 - 5.00	คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาสูงมาก

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. ชนิดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้



ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีจำนวนคำถามรวมทั้งสิ้น 5 ข้อ เป็นคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่วัดการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีจำนวนคำถาม 3 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด 6 ตัวเลือก ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว สื่อที่ยกมามีสื่อมวลชน 4 ประเภท สื่อบุคคล 4 ประเภท และสื่อเฉพาะกิจ 5 ประเภท รวมทั้งสิ้น 13 ประเภท

ตอนที่ 3 เป็นคำถามวัดความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ในลักษณะปลายปิด 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นข้อความลักษณะเชิงบวกวัดทัศนคติที่มีต่อน้ำประปา และการบริโภคน้ำประปา ชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นข้อความที่วัดพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มและการแนะนำผู้อื่นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคน้ำประปา จำนวน 10 ข้อ ในลักษณะเชิงลบจำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 1-4) และเชิงบวกจำนวน 6 ข้อ (ข้อที่ 5-10) ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวใน 6 ตัวเลือก

## 2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการวิทยานิพนธ์พิจารณา ตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ความเที่ยงตรง (Validity) ตามเนื้อหาและตามโครงสร้าง และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคการสร้างเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบในเชิงเทคนิควิธี จากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ได้รับคำแนะนำมา

จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ไปทดสอบก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในเขตสาขางจริง โดยให้ทดลองตอบคำถาม เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อแต่ละตอนของแบบสอบถามสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการ และคำถามที่ใช้เหมาะสมหรือไม่ มีความยากหรือง่ายต่อความเข้าใจเพียงใด แล้วจึงนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability)

สำหรับการหาค่าความเชื่อถือได้ ในส่วนของความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ซึ่งเป็นแบบทดสอบที่มีการให้คะแนนแต่ละข้อเป็นแบบ 0 , 1 โดยอาศัยการวัดครั้งเดียวนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson's Method) สูตร KR21 ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541 : 92)

$$r_{tt} = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\bar{x}(k-\bar{x})}{ks^2} \right\}$$

เมื่อ	k	คือ	จำนวนข้อ
	$s^2$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับที่ได้จากการทดสอบ
	$\bar{x}$	คือ	คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งฉบับ

- ผลการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของความรู้ = 0.7559

ส่วนการทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ของคำถามเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ทศนคติและพฤติกรรมกาบริโภคน้ำดื่มซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ใช้สูตรในการคำนวณตามวิธีของของ ครอนบาค (Cronbach) ดังนี้ (จิเชียร เกตุสิงห์, 2541 : 93)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ	$\alpha$	คือ	ค่าความเชื่อถือได้ (Alpha Coefficient หรือ Coefficient Alpha)
	k	คือ	จำนวนข้อ
	$V_i$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	$V_t$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนทุกข้อ

- ผลการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของกาเปิดรับข่าวสาร = 0.8697
- ผลการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของทศนคติ = 0.8564
- ผลการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของพฤติกรรม = 0.7672

จากการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังกล่าว ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยพร้อมผู้ช่วยวิจัยอีก 5 คน ซึ่งได้รับการชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ให้ได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ รายละเอียดของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดีแล้ว ดำเนินการเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่าง ๆ ที่มีประชาชนหนาแน่น เช่น สถานที่ราชการ สถานศึกษา โรงพยาบาล บริษัท ห้างสรรพสินค้า หมู่บ้าน เป็นต้น ในพื้นที่ทั้ง 6 เขตสาขา ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ บางเขน ประชาชื่น พญาไท แม่จันศรี ลาดพร้าว และสุขุมวิท ด้วยการสัมภาษณ์หรือให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

สำหรับอาณาบริเวณที่ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ในแต่ละเขตบริการของสำนักงานประปาทั้ง 6 สาขา ครอบคลุมพื้นที่ดังต่อไปนี้

### 1. สำนักงานประปาบางเขน

- ทิศเหนือ : สุดเขตดอนเมือง
- ทิศใต้ : จรดคลองหลุมไผ่ คลองครุ
- ทิศตะวันออก : จรดคลองบางชันและคลองพระยาสุเรนทร์
- ทิศตะวันตก : จรดทางรถไฟสายเหนือ

### 2. สำนักงานประปาประชาชื่น

- ทิศเหนือ : จรดคลองบ้านใหม่
- ทิศใต้ : จรดคลองบางซื่อ
- ทิศตะวันออก : จรดทางรถไฟสายเหนือ
- ทิศตะวันตก : จรดคลองประปาและคลองบางเขน

### 3. สำนักงานประปาพญาไท

- ทิศเหนือ : จรดคลองบางเขน
- ทิศใต้ : จรดคลองสามเสน, คลองแสนแสบ
- ทิศตะวันออก : จรดคลองลาดพร้าว, คลองวังหิน
- ทิศตะวันตก : จรดแม่น้ำเจ้าพระยา, คลองบางซื่อ

### 4. สำนักงานประปาแม่จันศรี

- ทิศเหนือ : จรดทางรถไฟสายใต้ (บางซื่อ) คลองประปา
- ทิศใต้ : จรดคลองผดุงกรุงเกษม ถนนพระราม 4
- ทิศตะวันออก : จรดคลองประปา คลองเปรมประชากร ทางรถไฟสายชองนนทบุรี
- ทิศตะวันตก : จรดแม่น้ำเจ้าพระยา

#### 5. สำนักงานประปาลาดพร้าว

- ทิศเหนือ : จรดคลองลาดปลาเค้า  
 ทิศใต้ : จรดคลองแสนแสบ  
 ทิศตะวันออก : จรดคลองบางชัน  
 ทิศตะวันตก : จรดคลองลาดพร้าว

#### 6. สำนักงานประปาสุภูมิวิท

- ทิศเหนือ : จรดคลองสามเสนและคลองแสนแสบ  
 ทิศใต้ : จรดคลองพระโขนง  
 ทิศตะวันออก : จรดคลองลาดบัวขาว  
 ทิศตะวันตก : จรดทางรถไฟช่องนนทรี

### การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การประมวลผลข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามมากำหนดรหัส ถอดรหัสและลงรหัสของคำตอบในแบบสอบถาม เพื่อนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS คำนวณค่าสถิติที่ต้องการใช้ในการวิจัยต่อไป

#### 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมี 2 ประเภท คือ

##### 2.1 สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics)

เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

- ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา
- การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"
- ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้
- ทศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา
- พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลด้วยตาราง

## 2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.2.1 ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามคู่ต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ 1 - 6

2.2.2 ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาตัวแปรที่อธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้มากที่สุด ตามสมมติฐานที่ 7

นำผลที่ได้รับมาจัดทำเป็นตาราง แสดงค่าทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์และอธิบายความหมายข้อมูลของการวิจัย



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอน ตามลำดับดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ประกอบด้วยลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้เรื่องน้ำประปาทุกที่คุณภาพดื่มได้ ทักษะที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1-6 และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 7

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย

### 1.1 ลักษณะทางประชากร

การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ปรากฏผลดังนำเสนอในตารางที่ 3-7 ต่อไปนี้

#### - เพศ

#### ตารางที่ 3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	194	47.7
หญิง	212	52.1
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	407	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นหญิง ร้อยละ 52.1 และเป็นชาย ร้อยละ 47.7

#### - อายุ

#### ตารางที่ 4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 ปี และต่ำกว่า	32	7.9
21 - 25 ปี	57	14.0
26 - 30 ปี	64	15.7
31 - 40 ปี	180	44.2
41 - 50 ปี	40	9.8
51 ปีขึ้นไป	34	8.4
รวม	407	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 44.2 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี

- ระดับการศึกษา

## ตารางที่ 5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เข้ารับการศึกษาย่างเป็นทางการ	1	0.2
ประถมศึกษาตอนต้น	13	3.2
ประถมศึกษาตอนปลาย	12	2.9
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	1.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย	39	9.6
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	255	62.7
อื่น ๆ	82	20.1
รวม	407	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 62.7

- อาชีพ

## ตารางที่ 6

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	35	8.6
รับราชการ	26	6.4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	167	41.0
พนักงานบริษัทเอกชน	128	31.4
ประกอบอาชีพอิสระส่วนตัว	12	2.9
ค้าขาย (พ่อค้า / แม่ค้า)	3	0.7
รับจ้าง	23	5.7
แม่บ้าน	7	1.7
ยังไม่มีอาชีพ	4	1.0
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	407	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.4



- รายได้

## ตารางที่ 7

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	33	8.1
น้อยกว่า 5,000 บาท	17	4.2
5,000 - 10,000 บาท	60	14.7
10,001 - 20,000 บาท	125	30.7
20,001 - 30,000 บาท	44	10.8
มากกว่า 30,000 บาท	127	31.2
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	407	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.7

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"

## ตารางที่ 8

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย  
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"  
จากสื่อประเภทต่าง ๆ

ประเภทของสื่อ	ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"								
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 5-6 วัน	สัปดาห์ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ละ 1-2 วัน	นานกว่านั้น	ไม่เคยเลย	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
สื่อมวลชน 1. โทรทัศน์	18 (4.4)	15 (3.7)	18 (4.4)	110 (27.0)	139 (34.2)	107 (26.3)	407 (100)	1.05 1.38	ต่ำมาก ต่ำมาก
	11 (2.7)	7 (1.7)	11 (2.7)	66 (16.2)	94 (23.1)	218 (53.6)	407 (100)	0.84	ต่ำมาก
	18 (4.4)	8 (2.0)	28 (6.9)	54 (13.3)	117 (28.7)	182 (44.7)	407 (100)	1.06	ต่ำมาก
4. นิตยสาร	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	2 สัปดาห์ต่อ 1 ครั้ง	เดือนละ 1 ครั้ง	2-3 เดือนต่อ 1 ครั้ง	นานกว่านั้น	ไม่เคยเลย	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	22 (5.4)	15 (3.7)	25 (6.1)	35 (8.6)	57 (14.0)	253 (62.2)	407 (100)	0.91	ต่ำมาก
สื่อบุคคล 5. สมาชิกภายในครอบครัว (ได้แก่ พ่อแม่ สามีภรรยา บุตรหลาน ญาติพี่น้อง)	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 5-6 วัน	สัปดาห์ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ละ 1-2 วัน	นานกว่านั้น	ไม่เคยเลย	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	8 (2.0)	2 (0.5)	18 (4.4)	58 (14.3)	144 (35.4)	177 (43.5)	407 (100)	0.64 0.89	ต่ำมาก ต่ำมาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"								
	สัปดาห์ ละ 1 ครั้ง	2 สัปดาห์ ต่อ 1 ครั้ง	เดือน ละ 1 ครั้ง	2-3 เดือน ต่อ 1 ครั้ง	นาน กว่า นั้น	ไม่เคย เลย	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับการ เปิดรับ ข่าวสาร
6. ครู อาจารย์	7 (1.7)	1 (0.2)	4 (1.0)	14 (3.4)	30 (7.4)	351 (86.2)	407 (100)	0.27	ต่ำมาก
7. เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียน นักศึกษา	16 (3.9)	13 (3.2)	23 (5.7)	53 (13.0)	123 (30.2)	179 (44.0)	407 (100)	1.06	ต่ำมาก
8. เจ้าหน้าที่ นัก- วิชาการ บุคลากร ของหน่วยงานราช การ เช่น การประ- ปานครหลวง	5 (1.2)	3 (0.7)	7 (1.7)	19 (4.7)	45 (11.1)	328 (80.6)	407 (100)	0.35	ต่ำมาก
<b>สื่อเฉพาะกิจ</b>								0.56	ต่ำมาก
9. แผ่นพับ	5 (1.2)	6 (1.5)	9 (2.2)	28 (6.9)	85 (20.9)	274 (67.3)	407 (100)	0.53	ต่ำมาก
10. สติกเกอร์	13 (3.2)	8 (2.0)	10 (2.5)	37 (9.1)	42 (10.3)	297 (73.0)	407 (100)	0.60	ต่ำมาก
11. เว็บไซต์	1 (0.2)	0 (0)	7 (1.7)	12 (2.9)	8 (2.0)	379 (93.1)	407 (100)	0.14	ต่ำมาก
12. หนังสือ, คู่มือ, วารสาร "น้ำก๊อก", เอกสารข่าวประชา สัมพันธ์ ของการ ประปานครหลวง	14 (3.4)	3 (0.7)	21 (5.2)	32 (7.9)	97 (23.8)	240 (59.0)	407 (100)	0.75	ต่ำมาก
13. กิจกรรมของ โครงการน้ำประปา ดื่มได้	13 (3.2)	8 (2.0)	22 (5.4)	32 (7.9)	90 (22.1)	242 (59.5)	407 (100)	0.78	ต่ำมาก

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อแต่ละประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ ซึ่งรองลงมา ได้แก่ สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์และสื่อบุคคลประเภทเพื่อนร่วมงาน เพื่อนักเรียน นักศึกษา ส่วนอันดับสุดท้ายของการเปิดรับข่าวสารเป็นสื่อเฉพาะกิจประเภทเว็บไซต์

เมื่อนำพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อประเภทต่าง ๆ มาแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับต่ำมาก ต่ำ ปานกลาง สูง และสูงมาก ตามเกณฑ์การคิดคะแนนที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 ปรากฏผลดังตารางที่ 9 นี้

### ตารางที่ 9

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ	สื่อมวลชน		สื่อบุคคล		สื่อเฉพาะกิจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำมาก	322	79.1	366	89.9	368	90.4
ต่ำ	46	11.3	31	7.6	22	5.4
ปานกลาง	25	6.1	7	1.7	11	2.7
สูง	10	2.5	3	0.7	6	1.5
สูงมาก	4	1.0	0	0	0	0
รวม	407	100.0	407	100.0	407	100.0
ค่าเฉลี่ย	1.05		0.64		0.56	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.05		0.73		0.79	
ระดับการเปิดรับข่าวสาร	ต่ำมาก		ต่ำมาก		ต่ำมาก	

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 3 ใน 4 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำมาก โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพียงเล็กน้อยที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมากจากสื่อมวลชน และไม่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่างในระดับสูงมากเลย

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจ พบว่า อยู่ในระดับต่ำมาก โดยมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.05 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจ มีค่าเฉลี่ย 0.64 และ 0.56 ตามลำดับ

### 1.3 ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

#### ตารางที่ 10

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างและค่าเฉลี่ย  
จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้	ตอบถูก	ตอบผิด	รวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )
1. น้ำในข้อต่อไปนี้ไม่มีส่วนที่เป็นคุณสมบัติของน้ำดื่ม	153 (37.6)	254 (62.4)	407 (100)	0.38
2. ข้อใดกล่าวถูกต้องเกี่ยวกับน้ำประปา	156 (38.3)	251 (61.7)	407 (100)	0.38
3. น้ำประปามีคุณภาพดื่มได้ปลอดภัยครบทุก - พื้นที่ของกรุงเทพมหานครในมิใด	62 (15.2)	345 (84.8)	407 (100)	0.15
4. หน่วยงานใดต่อไปนี้ไม่ได้มีส่วนร่วมสร้างความ เชื่อมั่นในการบริโภคน้ำประปาให้กับประชาชน	169 (41.5)	238 (58.5)	407 (100)	0.42
5. น้ำประปาที่เหมาะสมสำหรับใช้ดื่มได้นั้น ควรมี คุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐานน้ำดื่มของหน่วย งานใด	104 (25.6)	303 (74.4)	407 (100)	0.26
6. ท่านสามารถขอรับบริการตรวจสอบน้ำประปา ในที่พักอาศัยของท่านว่ามีคุณภาพดีสามารถดื่ม ได้อย่างปลอดภัยหรือไม่จากหน่วยงานใด	117 (28.7)	290 (71.3)	407 (100)	0.29
7. หากเปรียบเทียบอัตราค่าน้ำประปากับผลิตภัณฑ์ น้ำดื่มส่วนใหญ่ที่มีขายอยู่ในท้องตลาดต่อลิตร - แล้ว ท่านพบว่า ...	258 (63.4)	149 (36.6)	407 (100)	0.63
8. ภาชนะใดต่อไปนี้ ไม่เหมาะสมสำหรับเก็บกัก น้ำประปาเพื่อการบริโภค	310 (76.2)	97 (23.8)	407 (100)	0.76
9. น้ำประปาที่ผ่านเข้าไปยังระบบจ่ายน้ำตามบ้าน บางครั้งมีลักษณะขุ่น มีตะกอน มีสีสีนึม หรือ กลายเป็นน้ำประปาที่ไม่ได้มาตรฐาน ด้อยคุณ - ภาพ อาจเป็นเพราะสาเหตุต่อไปนี้ ยกเว้นข้อใด	157 (38.6)	250 (61.4)	407 (100)	0.39
10. ข้อใดต่อไปนี้เป็นการดื่มน้ำประปาที่ยังไม่ตรง กับที่ทางโครงการน้ำประปาดื่มได้ทำการรณรงค์	195 (47.9)	212 (52.1)	407 (100)	0.48
รวม				4.13

จากตารางที่ 10 พบว่า จากคำถามวัดความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้จำนวน 10 ข้อ คำถามที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบถูกต้องคือ ข้อ 7 และ ข้อ 8 คิดเป็นร้อยละ 63.4 และ 76.2 ที่ทราบว่า น้ำประปาราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม และภาชนะใดที่ไม่เหมาะสมสำหรับเก็บกักน้ำประปาเพื่อบริโภค ส่วนข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ที่น้อยที่สุดคือ ข้อ 3 มีเพียงร้อยละ 15.2 ที่ทราบถึงการประกาศรับรองน้ำประปามีคุณภาพดีดื่มได้ปลอดภัยครบทุกเขตพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2542

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ตอบผิดและตอบถูกรายข้อโดยรวมแล้ว พบว่า มีจำนวนคำถามถึง 8 ใน 10 ข้อ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบที่ถูกต้อง จึงมีจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบผิดมากกว่าตอบถูก โดยมีคำถามเพียง 2 ข้อที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากกว่าตอบผิดคือ ข้อ 7 และ ข้อ 8 เท่านั้น และสำหรับค่าเฉลี่ยรวมซึ่งคิดเป็น 4.13 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนนนั้น จัดได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อยู่ในระดับต่ำ

เมื่อนำผลของการวิจัยในส่วนของความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ มาจัดแบ่งระดับเป็น 5 ระดับ คือ มีความรู้ในระดับต่ำมาก ต่ำ ปานกลาง สูง และสูงมาก ตามเกณฑ์การแบ่งระดับความรู้ที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 ปรากฏผลดังนี้

#### ตารางที่ 11

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ และค่าเฉลี่ยของความรู้

ระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำมาก	85	20.9
ต่ำ	153	37.6
ปานกลาง	120	29.5
สูง	46	11.3
สูงมาก	3	0.7
รวม	407	100.0
ค่าเฉลี่ย = 4.13 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.92 ✓ระดับความรู้ต่ำ		

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ในระดับต่ำ คือ ร้อยละ 37.6 รองลงมาที่มีความรู้ในระดับปานกลาง คือ ร้อยละ 29.5

1.4 ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

## ตารางที่ 12

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย  
จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

ทัศนคติที่มีต่อการ บริโภคน้ำประปา	ระดับของทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ทัศนคติ
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง			
1. ปัจจุบันคุณภาพน้ำ ประปาได้รับการพัฒนา ดีขึ้น	19 (4.7)	186 (45.7)	165 (40.5)	30 (7.4)	7 (1.7)	407 (100)	3.44	เป็นกลาง
2. น้ำประปาสะอาด ปลอดภัย ปราศจากเชื้อ โรค	6 (1.5)	63 (15.5)	254 (62.4)	65 (16.0)	19 (4.7)	407 (100)	2.93	เป็นกลาง
3. น้ำประปาเป็นน้ำที่ได้ มาตรฐานในเรื่องของ ปริมาณเกลือแร่	3 (0.7)	41 (10.1)	265 (65.1)	78 (19.2)	20 (4.9)	407 (100)	2.83	เป็นกลาง
4. น้ำประปาสามารถนำ มาใช้ประโยชน์ในการดื่ม ได้	20 (4.9)	171 (42.0)	135 (33.2)	58 (14.3)	23 (5.7)	407 (100)	3.26	เป็นกลาง
5. น้ำประปาดื่มได้โดย ตรงจากก๊อก	15 (3.7)	49 (12.0)	165 (40.5)	120 (29.5)	58 (14.3)	407 (100)	2.61	เป็นกลาง
6. การดื่มหรือกรองน้ำ ประปาก่อนจะนำมาใช้ ดื่ม ไม่ใช่สิ่งจำเป็น สำหรับท่านอีกต่อไป	9 (2.2)	52 (12.8)	110 (27.0)	166 (40.8)	70 (17.2)	407 (100)	2.42	ไม่ดี
7. การต้มน้ำประปาช่วย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการ จัดหาน้ำดื่มมาเพื่อ บริโภค	82 (20.1)	209 (51.4)	58 (14.3)	40 (9.8)	18 (4.4)	407 (100)	3.73	ดี
8. น้ำประปาเป็นน้ำดื่มที่ เหมาะสมกับร่างกายของ คนเรา	10 (2.5)	62 (15.2)	211 (51.8)	81 (19.9)	43 (10.6)	407 (100)	2.79	เป็นกลาง
<b>รวม</b>							<b>3.07</b>	<b>เป็นกลาง</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อการบริโภคน้ำประปา คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.07 จากข้อความที่เป็นตัวชี้วัดทัศนคติจำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ โดยหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเป็นกลาง มีจำนวนถึง 7 ข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยเป็นกลางสูงสุด 2 อันดับแรก ตามลำดับ คือ ข้อ 1 และ ข้อ 4 ที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเป็นกลางเกี่ยวกับคุณภาพน้ำประปาในปัจจุบันว่า ได้รับการพัฒนาดีขึ้น และ น้ำประปาสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการดื่มได้

สำหรับข้อที่จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างแสดงความเห็นด้วยมากที่สุด คือ ข้อ 7 ที่ว่าการดื่มน้ำประปาช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดหาน้ำดื่มมาบริโภคด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.73 ส่วนข้อที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ข้อ 6 ที่ว่า การต้มน้ำหรือกรองน้ำประปาก่อนจะนำมาใช้ดื่มไม่ใช่สิ่งจำเป็นสำหรับท่านอีกต่อไป ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดที่ 2.42

เมื่อนำผลของการวิจัยในส่วนของทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามาจัดระดับเป็น 5 ระดับ คือ มีทัศนคติไม่ดีมาก ๆ มีทัศนคติไม่ดี มีทัศนคติเป็นกลาง มีทัศนคติดี และมีทัศนคติดีมาก ตามเกณฑ์การแบ่งทัศนคติที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 ปรากฏผลดังตารางที่ 13

### ตารางที่ 13

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา และค่าเฉลี่ยของทัศนคติ

ระดับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ดีมาก ๆ	6	1.5
ไม่ดี	88	21.6
เป็นกลาง	236	58.0
ดี	69	17.0
ดีมาก	8	2.0
รวม	407	100.0
ค่าเฉลี่ย = 3.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.79 ระดับทัศนคติเป็นกลาง		

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 58.0 มีทัศนคติเป็นกลาง



1.5 พฤติกรรมกรบรีโคน้ำดื่ม

## ตารางที่ 14

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย  
จำแนกตามพฤติกรรมกรบรีโคน้ำดื่ม

พฤติกรรม	ทุกวัน	สัปดาห์ ละ 5-6 วัน	สัปดาห์ ละ 3-4 วัน	สัปดาห์ ละ 1-2 วัน	นาน กว่า นั้น	ไม่เคย เลย	รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับ พฤติกรรม
1. ท่านต้องนำน้ำประปาไป ต้มเพื่อฆ่าเชื้อโรคให้แน่ใจ ว่าสะอาดก่อนจึงจะนำไป ใช้สำหรับดื่ม	135 (33.2)	16 (3.9)	36 (8.8)	38 (9.3)	37 (9.1)	145 (35.6)	407 (100)	2.64	ปานกลาง
2. ท่านต้มน้ำประปาที่ผ่าน การกรองด้วยเครื่องกรอง น้ำทั้งเวลาที่อยู่บ้านและ เวลาปฏิบัติภารกิจนอก บ้าน	184 (45.2)	41 (10.1)	32 (7.9)	35 (8.6)	35 (8.6)	80 (19.7)	407 (100)	1.84	น้อย
3. ท่านบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำ ดื่มที่มีจำหน่ายตามห้อง ตลาดทั่วไป	142 (34.9)	39 (9.6)	49 (12.0)	94 (23.1)	48 (11.8)	35 (8.6)	407 (100)	1.93	น้อย
4. ท่านต้มน้ำแร่	33 (8.1)	15 (3.7)	39 (9.6)	88 (21.6)	142 (34.9)	90 (22.1)	407 (100)	3.38	ปานกลาง
5. ท่านต้มน้ำประปาโดย ตรงจากก๊อก	6 (1.5)	5 (1.2)	6 (1.5)	11 (2.7)	50 (12.3)	329 (80.8)	407 (100)	0.34	น้อยมาก
6. ท่านรองน้ำก๊อกใส่ ภาชนะ แล้วทิ้งไว้สักพักให้ กลิ่นคลอรีนระเหยหมดไป จึงนำมาใช้บริโภค	21 (5.2)	6 (1.5)	15 (3.7)	11 (2.7)	36 (8.8)	318 (78.1)	407 (100)	0.57	น้อยมาก
7. ท่านรองน้ำประปาใส่ ภาชนะ แล้วนำไปเก็บในตู้ เย็นสำหรับบริโภคต่อไป	17 (4.2)	6 (1.5)	9 (2.2)	7 (1.7)	26 (6.4)	342 (84.0)	407 (100)	0.43	น้อยมาก

พฤติกรรม .	สัปดาห์ ละ 1 ครั้ง	2 สัปดาห์ ต่อ 1 ครั้ง	เดือน ละ 1 ครั้ง	2-3 เดือน ต่อ 1 ครั้ง	นาน กว่า นั้น	ไม่ เคย เลย	รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับ พฤติกรรม
8. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นต้มน้ำ ประปาโดยตรงจากก๊อกเช่น เดียวกับตัวท่าน	1 (0.2)	1 (0.2)	7 (1.7)	1 (0.2)	18 (4.4)	379 (93.1)	407 (100)	0.12	น้อยมาก
9. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นคอย ระมัดระวังดูและระบบท่อจน ถึงอุปกรณ์ใช้น้ำภายใน บ้าน ด้วยท่านเชื่อว่าเป็นวิธี การหนึ่งที่จะช่วยให้การ บริโภคน้ำประปาในบ้าน เป็นไปได้อย่างปลอดภัย	19 (4.7)	7 (1.7)	18 (4.4)	38 (9.3)	99 (24. 3)	229 (55.5)	407 (100)	0.86	น้อยมาก
10. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นช่วย กันดูและระบบท่อซึ่งเป็น สมบัติของส่วนรวม ไม่ให้ผู้ ใดมาทำลายต่อคุณ ภาพน้ำประปา เพื่อรักษา มาตรฐานน้ำดื่มของน้ำ ประปา	16 (3.9)	9 (2.2)	28 (6.9)	31 (7.6)	104 (25. 6)	219 (53.8)	407 (100)	0.90	น้อยมาก
<b>รวม</b>								<b>1.47</b>	<b>น้อยมาก</b>

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาคิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 1.47 ซึ่งนับว่าน้อยมากจากจำนวนข้อความที่ใช้วัดพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มและการแนะนำผู้อื่นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคน้ำประปารวมทั้งสิ้น 10 ข้อ โดยหัวข้อที่จัดอยู่ในกลุ่มพฤติกรรมเชิงบวกต่อการบริโภคน้ำประปา และการแนะนำผู้อื่นเกี่ยวกับการบริโภคน้ำประปา จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 5-10 มีค่าเฉลี่ยต่ำมาก หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 8 การแนะนำให้ผู้อื่นต้มน้ำประปาโดยตรงจากก๊อก เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นน้อยมาก ส่วนพฤติกรรมที่คะแนนสูงสุด คือ การต้มน้ำแร่ร้อน ซึ่งคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38 นั้น จัดเป็นผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปา

เมื่อนำผลการวิจัยในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มมาจัดระดับ แบ่งเป็นพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปา 5 ระดับ คือ น้อยมาก น้อย ปานกลาง สูง และสูงมาก ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 15

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปา และค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม

ระดับพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยมาก	287	70.5
น้อย	88	21.6
ปานกลาง	21	5.2
สูง	4	1.0
สูงมาก	7	1.7
รวม	407	100.0
ค่าเฉลี่ย = 1.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.97 ระดับพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาน้อยมาก		

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 70.5 มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาน้อยมาก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานในที่นี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ 1-7 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 7 ข้อ จะปรากฏดังตารางที่ 16-22 ต่อไป

2.1 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาต้มได้" มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาต้มได้

### ตารางที่ 16

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ"โครงการน้ำประปาต้มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ แยกตามประเภทกับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาต้มได้

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P)
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	407	- .0762	.125
1. โทรทัศน์	407	- .0520	.295
2. วิทยุ	407	- .0280	.573
3. หนังสือพิมพ์	407	- .0683	.169
4. นิตยสาร	407	- .0898	.070
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	407	- .0434	.383
5. สมาชิกภายในครอบครัว (ได้แก่ พ่อแม่ สามีภรรยา บุตรหลาน ญาติพี่น้อง)	407	.0096	.847
6. ครู อาจารย์	407	- .0817	.100
7. เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียน นักศึกษา	407	- .0402	.418
8. เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยงานราชการ เช่น การประปานครหลวง	407	- .0182	.714
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	407	.0037	.940
9. แผ่นพับ	407	- .0202	.685
10. สติกเกอร์	407	- .0220	.658
11. เว็บไซต์	407	- .0079	.874

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับความรู้	ค่านัยสำคัญ ทางสถิติ (P)
12. หนังสือ, คู่มือ, วารสาร "น้ำก็อก", เอกสารข่าว ประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง	407	.0109	.827
13. กิจกรรมของโครงการน้ำประปาดื่มได้ เช่น โครงการ รณรงค์ตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาในโรงเรียน กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพน้ำตามสถานที่ราชการ โรงแรม และบ้านพักประชาชนตามหมู่บ้านต่าง ๆ	407	.0425	.395

จากตารางที่ 16 พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แต่ละประเภท *ไม่มีความสัมพันธ์* กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

2.2 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ที่ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

ตารางที่ 17

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจแยกตามประเภทกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับทัศนคติ	ค่านัยสำคัญ ทางสถิติ (P)
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	407	.0964	.052
1. โทรทัศน์	407	.0866	.081
2. วิทยุ	407	.0580	.243
3. หนังสือพิมพ์	407	.1229*	.013
4. นิตยสาร	407	.0449	.366

## ตารางที่ 17 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับทัศนคติ	ค่านัยสำคัญ ทางสถิติ (P)
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	407	.0668	.178
5. สมาชิกภายในครอบครัว (ได้แก่ พ่อแม่ สามีภรรยา บุตรหลานญาติพี่น้อง)	407	.0928	.062
6. ครู อาจารย์	407	.0226	.649
7. เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียน นักศึกษา	407	.0227	.648
8. เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยราชการ เช่น การประปานครหลวง	407	.0566	.255
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	407	.1128*	.023
9. แผ่นพับ	407	.0319	.521
10. สติกเกอร์	407	.1023*	.039
11. เว็บไซต์	407	.0151	.761
12. หนังสือ, คู่มือ วารสาร "น้ำก๊อก", เอกสารข่าว ประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง	407	.1165*	.019
13. กิจกรรมของโครงการน้ำประปาดื่มได้ เช่น โครงการรณรงค์ตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาในโรงเรียน กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพน้ำตามสถานที่ราชการ โรงแรม และบ้านพักประชาชนตามหมู่บ้านต่าง ๆ	407	.1293*	.009

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อเฉพาะกิจเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อเฉพาะกิจมาก จะเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคน้ำประปา แต่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำมากคือ 0.1128 ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นเพียงส่วนเล็กน้อยเท่านั้น

ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

และเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปา ต้มได้" จากสื่อแต่ละประเภทกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปาแล้ว พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาต้มได้" จากสื่อมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาต้มได้" จากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มาก จะเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคน้ำประปา แต่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำมากคือ 0.1229 ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ประเภทโทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

สำหรับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาต้มได้" จากสื่อบุคคลนั้น ไม่มีสื่อบุคคลประเภทใดเลยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ พบว่า สื่อเฉพาะกิจ 3 ประเภทได้แก่ สดิกเกอร์, หนังสือ คู่มือ วารสาร "น้ำก็อก" เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง และกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการน้ำประปาต้มได้ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาต้มได้" จากสื่อเฉพาะกิจประเภทนี้มาก จะเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคน้ำประปา แต่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบนั้นอยู่ในระดับต่ำมาก คือ 0.1023 0.1165 และ 0.1293 ตามลำดับ ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นเพียงเล็กน้อย

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ประเภทแผ่นพับและเว็บไซต์ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.3 การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ที่ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

ตารางที่ 18

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจแยกตามประเภทกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรม	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P)
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	407	.1204*	.015
1. โทรทัศน์	407	.1109*	.025
2. วิทยุ	407	.1455*	.003
3. หนังสือพิมพ์	407	.0785	.114
4. นิตยสาร	407	.0627	.207
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	407	.1190*	.016
5. สมาชิกภายในครอบครัว (ได้แก่ พ่อแม่ สามีกรรยา บุตรหลานญาติพี่น้อง)	407	.0603	.224
6. ครู อาจารย์	407	.0292	.558
7. เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียน นักศึกษา	407	.0720	.147
8. เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยราชการ เช่น การประปานครหลวง	407	.1905*	.000
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	407	.0512	.303
9. แผ่นพับ	407	.0039	.938
10. สติกเกอร์	407	.0140	.779
11. เว็บไซต์	407	.0341	.493
12. หนังสือ, คู่มือ วารสาร "น้ำก๊อก", เอกสารข่าว ประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง	407	.1272*	.010
14. กิจกรรมของโครงการน้ำประปาดื่มได้ เช่น โครงการรณรงค์ตรวจสอบคุณภาพน้ำประปาในโรงเรียน กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพน้ำตามสถานที่ราชการ โรงแรม และบ้านพักประชาชนตามหมู่บ้านต่าง ๆ	407	.0346	.486

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05



จากตารางที่ 18 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมาก จะมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปา ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

และเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อแต่ละประเภท กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มแล้ว พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ประเภทโทรทัศน์และวิทยุ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์และวิทยุมาก จะมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปา

ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สำหรับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล มีเพียงสื่อบุคคล ประเภทเจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยราชการเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชนบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ นักวิชาการ และบุคลากรของหน่วยราชการมาก จะมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปา

ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ประเภทสมาชิกภายในครอบครัว ครู อาจารย์ และเพื่อนร่วมงาน เพื่อนักเรียน นักศึกษานั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

ทางด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ มีสื่อเฉพาะกิจประเภทเดียว คือ หนังสือ คู่มือ วารสาร "น้ำก็อก" และเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง ที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือ คู่มือ วารสาร "น้ำก็อก" และเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวงมาก จะมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปา

ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ประเภทแผ่นพับ สติกเกอร์ เว็บไซต์ และกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการน้ำประปาดื่มได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

อย่างไรก็ตาม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบนั้น มีค่าอยู่ในระดับต่ำมาก ความสัมพันธ์ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ทั้งหมด ดังที่กล่าวมาแล้ว จึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

**2.4 การทดสอบสมมติฐานที่ 4** ที่ว่า ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

**ตารางที่ 19**

**ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่ม  
กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา**

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P)
ความรู้	407	.2426*	.000

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มาก จะมีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคน้ำประปา แต่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำ ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

**2.5 การทดสอบสมมติฐานที่ 5** ที่ว่า ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

**ตารางที่ 20**

**ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่ม  
กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม**

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรม	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P)
ความรู้	407	-.0069	.889

จากตารางที่ 20 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 5

2.6 การทดสอบสมมติฐานที่ 6 ที่ว่า ทักษะคดีที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

ตารางที่ 21

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างทักษะคดีที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรม	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P)
ทักษะคดี	407	.4960*	.000

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 พบว่า ทักษะคดีที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6 นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีทักษะคดีที่ดีต่อการบริโภคน้ำประปา จะมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำประปา ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบคือ .4960 ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงอยู่ในระดับปานกลาง

2.7 การทดสอบสมมติฐานที่ 7 ที่ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อธิบายพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้มากกว่าตัวแปรอื่น

ตารางที่ 22

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่มเป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวพยากรณ์	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์ถดถอย		T	p
				B	Beta		
ทักษะคดี	.4960	.2460	.2460	.6050	.4928	10.996	.000
อาชีพ :	.5178	.2681	.0221	-.2605	-.1329	- 3.108	.002
พนักงานรัฐวิสาหกิจ							
ความรู้	.5338	.2850	.0169	-.0630	-.1215	- 2.879	.004
ระดับการศึกษา	.5407	.2923	.0069	-.0806	-.0901	- 2.042	.042
ค่าคงที่				.4525		1.445	.149

F = 41.5127 (P < .05)

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพบว่าคุณพบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพียง 4 ตัวแปร ตามลำดับความสำคัญดังนี้ คือ *ทัศนคติ อาชีพ : พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรู้ และระดับการศึกษา* โดยตัวแปรดังกล่าวร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้ในปริมาณที่ไม่สูงนัก คือ ร้อยละ 29.2 และมีเพียงตัวแปรเดียว คือ *ทัศนคติ* ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มในทางบวก แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า เฉพาะตัวแปรทัศนคติเพียงตัวเดียวก็สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้ถึงร้อยละ 24.6 มากกว่าที่อธิบายได้โดยอีก 3 ตัวแปรที่เหลือรวมกัน กล่าวคือ เมื่อเพิ่มตัวแปรอีก 3 ตัว จะทำให้อธิบายได้ผลเพิ่มมากขึ้นอีกเพียงร้อยละ 2.2 ร้อยละ 1.7 และร้อยละ 0.7 ตามลำดับเท่านั้น โดยที่ตัวแปรเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มในทางลบ จึงกล่าวได้ว่า การประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ การมีความรู้มากและมีระดับการศึกษาสูงจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม คือจะมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาน้อยกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีความรู้น้อย และมีระดับการศึกษาต่ำ

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จึงไม่ใช่ตัวแปรที่อธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้มากกว่าตัวแปรอื่นตามที่สันนิษฐานไว้



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"
2. เพื่อศึกษาความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาหาตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้มากกว่าตัวแปรอื่น

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบวัดครั้งเดียว โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่การจ่ายน้ำของสำนักงานประปาของการประปานครหลวง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผ่านการตรวจสอบและรับรองโดยกระทรวงสาธารณสุขแล้วว่า เป็นพื้นที่ที่น้ำประปามีคุณภาพดีและสามารถดื่มได้ตาม "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จำนวน 407 คน ใน 6 สาขา ได้แก่ บางเขน ประชาชื่น พญาไท แม้นศรี ลาดพร้าว และสุขุมวิท จากทั้งหมด 12 เขตสาขา ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปประมวลผลข้อมูล สำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ทักษะที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## สรุปผลการวิจัย

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย

#### 1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 407 คน มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นหญิง โดยเกือบครึ่งหนึ่งมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระหว่าง 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

#### 1.2 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้"

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีการเปิดรับข่าวสารทั้งจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำมาก โดยได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ ซึ่งเมื่อแยกตามประเภทแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ และ สื่อบุคคลประเภทเพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียน นักศึกษา สำหรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจประเภทเว็บไซต์

#### 1.3 ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับต่ำ รองลงมาได้แก่ระดับปานกลาง

#### 1.4 ทักษะคิดที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะคิดเป็นกลางต่อการบริโภคน้ำประปา

#### 1.5 พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปำน้อยมาก

### 2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

**สมมติฐานที่ 1 :** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับความรู้อันเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแต่ละประเภท ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้อันเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**สมมติฐานที่ 2 :** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 : เป็นไปตามสมมติฐานเป็นบางส่วน

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจโดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

เมื่อพิจารณาสื่อแต่ละประเภท การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทสติ๊กเกอร์ หนังสือ คู่มือ วารสาร "น้ำก็อก" เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง กิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการน้ำประปาดื่มได้ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร จากสื่อบุคคลทุกประเภท และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทเว็บไซต์ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

**สมมติฐานที่ 3 :** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 : เป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลโดยรวม มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

เมื่อพิจารณาสื่อแต่ละประเภท การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ จากสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยงานราชการ และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือ คู่มือ วารสาร "น้ำก็อก" เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ นิตยสาร จากสื่อบุคคลประเภทสมาชิกภายในครอบครัว ครู อาจารย์ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียน นักศึกษา และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทแผ่นพับ สติ๊กเกอร์ เว็บไซต์ กิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการน้ำประปาดื่มได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 4 :** ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภค น้ำประปา

การทดสอบสมมติฐานที่ 4 : เป็นไปตามสมมติฐาน

ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

**สมมติฐานที่ 5 :** ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

การทดสอบสมมติฐานที่ 5 : ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 5

**สมมติฐานที่ 6 :** ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

การทดสอบสมมติฐานที่ 6 : เป็นไปตามสมมติฐาน

ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน 6

**สมมติฐานที่ 7 :** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้มากกว่าตัวแปรอื่น

การทดสอบสมมติฐานที่ 7 : ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียง 4 ตัวแปร โดยมีความสำคัญตามลำดับดังนี้ คือ ทัศนคติ การประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรู้ และระดับการศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน 7



## อภิปรายผลการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาต้มได้" มีความสัมพันธ์กับความรู้อย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับน้ำประปาต้มได้

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาต้มได้" จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แต่ละประเภท ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 (ตามตารางที่ 16)

สาเหตุที่ทำให้พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้นี้ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาต้มได้" อยู่ในระดับต่ำมาก (ตามตารางที่ 9) ทั้ง ๆ ที่การเผยแพร่ของทางโครงการน้ำประปาต้มได้กระทำผ่านสื่อหลายประเภท ทั้งนี้เพราะการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับน้ำประปาต้มได้อาจไม่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง และการรณรงค์ประชาสัมพันธ์มีปริมาณน้อย ทำให้ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพน้ำประปาเท่าที่ควร ว่าได้รับการพัฒนาจนได้มาตรฐานน้ำดื่ม สามารถดื่มได้โดยตรงจากก๊อก ประกอบกับเนื้อหาสาระของข่าวสารอาจมีไม่พอเพียงที่จะก่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาต้มได้ และเป็นได้ว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครขาดความสนใจข่าวสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาต้มได้ ด้วยเป็นเรื่องที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดที่ประชาชนมีต่อน้ำประปา ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรในการรับรู้ของมนุษย์ (Joseph T. Klapper , 1960 : 19-25) ที่ว่า บุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่งตามความสนใจของตน โดยมักเลือกสนใจ รับรู้ ตีความหมาย และจดจำเฉพาะข่าวสารที่สนับสนุนความคิดเห็นหรือทัศนคติที่มีอยู่ดั้งเดิม และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดหรือความเชื่อของตน ซึ่งมีผลทำให้บุคคลไม่รับข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสาร หรือข่าวสารบางอย่างถูกตัดทิ้ง บิดเบือนไปในทิศทางที่น่าพึงพอใจของแต่ละบุคคลได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงระดับความรู้เกิดจากความสนใจของบุคคลที่มีต่อข่าวสาร และสนใจจะแสวงหาความรู้จากข่าวสารนั้นด้วยเหตุนี้ ผลการวิจัยจึงออกมาว่า การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของสมาลี ตั้งจิตต์ศีล (2536) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อเฉพาะกิจโดยรวม มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 (ตามตารางที่ 17)

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์ (2539) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหน้าเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการแก้ปัญหาหน้าเสีย ทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า เนื่องมาจาก

1. สื่อเฉพาะกิจ สามารถสื่อสารข้อมูลสำหรับเผยแพร่รณรงค์เรื่องน้ำประปาดื่มได้ ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง จากการศึกษาพบว่า สื่อเฉพาะกิจที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ สติกเกอร์ หนังสือ คู่มือ วารสาร "น้ำก็อก" เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง และกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการน้ำประปาดื่ม อาจเป็นได้ว่า สื่อเฉพาะกิจ 3 ประเภทดังกล่าว มีรูปแบบในการนำเสนอที่น่าสนใจ สื่อความหมาย และ เนื้อหาสาระชัดเจน อีกทั้งการจัดทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการให้กลุ่มเป้าหมาย เข้ามามีส่วนร่วมสัมผัสกิจกรรมด้วยตนเอง ยังช่วยกระตุ้นย้ำให้กลุ่มเป้าหมายนึกถึงคุณภาพน้ำประปาที่ได้มาตรฐานน้ำดื่ม อันจะนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดีได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกรัตน์ สุระวัฒน์ (2534) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรคเอดส์และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของหญิงโสเภณี : กรณีศึกษาที่หน่วยควบคุมโรค อ.หาดใหญ่ ศูนย์กามโรค เขต 12 สงขลา พบว่า โสเภณีที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์จากสื่อเฉพาะกิจ จะมีทัศนคติในการป้องกันเอดส์

2. สื่อบุคคล ในฐานะผู้ส่งสารอาจขาดปัจจัย อันได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ความน่าเชื่อถือ ความดึงดูดใจ ที่จะมีส่วนช่วยให้ผู้รับสารเป้าหมายเกิดความสนใจ รู้สึกเห็นด้วย คล้อยตามข่าวสาร และเปลี่ยนแปลงทัศนคติดั้งเดิมเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ หรืออาจเป็นไปได้ว่า ผู้ที่จะช่วยทำหน้าที่เป็นแหล่งสารถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ด้วยกลไกการพูดคุยกันแบบ Face-to-Face ในกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดต่อกันนั้น มีไม่มากนัก ขนาดของข้อมูลข่าวสารเรื่องน้ำประปาดื่มได้ที่บุคคลได้รับจากการติดต่อกับบุคคลอื่น จึงมีปริมาณไม่เพียงพอที่จะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคน้ำประปาได้ ทั้งนี้ อันเนื่องมาจากแนวคิดของ โรเจอร์ และ เมย์เนน (Rogers and Meynen ,

1969 : 234) ซึ่งกล่าวไว้พอสรุปได้ว่า สื่อบุคคลมีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการชักจูงและโน้มน้าวใจ และการติดต่อสื่อสารระหว่างคู่สื่อสารที่มีความใกล้ชิดกัน สามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลในกระบวนการกลุ่มได้

3. สำหรับสื่อมวลชน พบว่า มีเพียงการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทหนังสือพิมพ์เท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากลักษณะบางประการที่เป็นข้อได้เปรียบของสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เช่น การกระจายข่าวสารสู่มวลชนได้อย่างรวดเร็วกว้างขวาง ความสะดวกในการที่ผู้รับสารสามารถทบทวนสารที่ได้รับเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ความสามารถในการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่อผู้รับสารได้อย่างครอบคลุม ให้รายละเอียดทั้งภาพและการบรรยายได้มาก ด้วยเนื้อที่ที่มากกว่า เป็นต้น ทั้งนี้ พิจารณาตามที่ จงจิต ศรีพรณ (2524 : 16-17) พัทณี เขยจรรยา เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์ (2538 : 79) ได้กล่าวเปรียบเทียบสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เอาไว้

อย่างไรก็ดี หากเป็นการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชนโดยรวมแล้วนั้น พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา ซึ่งในส่วนนี้อธิบายได้ด้วยแนวคิดของ วาสนา จันทร์สว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี (2532 : 49-51) ที่ว่า สื่อมวลชนสามารถให้ประสบการณ์ ข้อเสนอแนะ ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อชักจูงใจให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติเพื่อการพัฒนาได้ แต่จะมีอิทธิพลสามารถเปลี่ยนทัศนคติได้ในบางทัศนคติที่ไม่ฝังรากลึก หรือสามารถเปลี่ยนได้ทางอ้อมเท่านั้น และแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Joseph T. Klapper , 1960 : 19-25) กล่าวคือ ในการกระบวนการเลือกของประชาชนนั้น ประชาชนจะเลือกรับสาร เลือกให้ความสนใจ รับรู้ ติดตามสาร และจดจำสาร โดยเฉพาะสารที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อดั้งเดิมของตนเกี่ยวกับคุณภาพน้ำประปา การใช้สื่อมวลชนซึ่งทำได้เพียงเสริมทัศนคติที่เป็นอยู่แล้วเท่านั้นเพียงอย่างเดียว เพื่อการชักจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จึงใช้ไม่ได้ผล ดังผลการวิจัยที่ออกมาว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ฉะนั้น การจะใช้สื่อมวลชนให้เกิดประสิทธิภาพ จึงควรใช้ร่วมกับเครือข่ายของการสื่อสารอื่น ๆ ด้วย มาในส่วนของผลการวิจัยที่ออกมาว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา จึงอธิบายได้ว่า แม้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะทำได้โดยการให้ข่าวสารข้อมูลเพื่อชักจูงหรือโน้มน้าว แต่ก็ใช่ว่าข่าวสารข้อมูลที่ใช้ชักจูงทุกอย่างจะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้เสมอไป ทั้งนี้ เพราะกระบวนการเปรียบเทียบ คิดวิเคราะห์ เลือกเฟ้น หรือกรองข่าวสารข้อมูลที่รับเข้ามาของบุคคลมิได้เสมอเช่นนั้นเอง (ธงชัย สันติวงษ์ , 2540 : 171-173) ข่าวสารข้อมูลที่ใช้จูงใจบางอย่าง จึงอาจถูกตัดออกกลางคันได้เสมอภายในกระบวนการดังกล่าว

**สมมติฐานที่ 3** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 (ตามตารางที่ 18)

ผลการวิจัยนี้ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์ (2539) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหน้าเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการแก้ปัญหาหน้าเสียทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย

สำหรับแนวคิดที่สนับสนุนผลการวิจัยนี้ได้แก่ แนวคิดของแคลปเปอร์ (Klapper , 1969 : 15-49) ที่ว่า สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนอยู่แล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล เขาก็จะเปลี่ยนพฤติกรรมได้ อีกทั้งแนวคิดของ วาสนา จันทร์สว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี , 2532 : 51-55) ที่ว่าคุณลักษณะบางประการ สื่อมวลชนสามารถก่อให้เกิดผลโดยตรงได้ด้วยตนเอง เช่น สามารถทำหน้าที่สอนหรือเผยแพร่ข่าวสาร สื่อมวลชนจะทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ แต่บางกรณี เช่น การเปลี่ยนพฤติกรรม ลำพังสื่อมวลชนไม่อาจจะทำให้ประสบผลสำเร็จได้ แต่จำเป็นต้องใช้ร่วมกับสื่อชนิดอื่น เช่น สื่อบุคคล ทั้งนี้ โรเจอร์สและสเวนนิ่ง (Rogers and Svenning , 1969 : 125-126) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติในการสื่อสารของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลว่า ต่างก็มีข้อเด่นและข้อด้อยในตัวเอง ถ้ามีการใช้สื่อมวลชนกับสื่อบุคคลร่วมกันจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะจะเป็นการแก้ไขจุดอ่อนหรือข้อจำกัดตามธรรมชาติของแต่ละสื่อได้ ซึ่งเมื่อพิจารณาสื่อแต่ละประเภท พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อมวลชน มีเพียงสื่อประเภทโทรทัศน์และวิทยุเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำดื่มในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นไปได้ว่า โทรทัศน์และวิทยุเป็นสื่อมวลชนประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีลักษณะบางประการที่ได้เปรียบสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ตรงที่มีความคมชัดในการนำเสนอโดยใช้คำพูด เสียง หรือทั้งภาพ สี เสียง การเคลื่อนไหว ซึ่งตรงกับที่ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร (2533 : 123-124) ได้กล่าวไว้ในเรื่อง การโน้มน้าวให้บุคคลเปลี่ยนพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ว่า อาจทำได้โดยอาศัยวิธีการหนึ่ง คือ การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นตื้นเต้นหัวใจ ติดตาม โดยใช้เสียงหรือภาพ หรือทั้งเสียงและภาพ ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการดังกล่าว ก่อ

ให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ และหยุดยั้งพฤติกรรมเก่า ทั้งการกระตุ้น และ การหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อบุคคล มีสื่อประเภทเจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยงานราชการ เท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มงคล ปิยสิริวัฒน์ (2539) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้น้ำหยดเสริมไอโอดีนในน้ำดื่มเพื่อป้องกันโรคขาดสารไอโอดีน อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ที่พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้น้ำหยดเสริมไอโอดีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การเปิดรับข่าวสาร โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำหยดเสริมไอโอดีนลงในน้ำดื่มจากสื่อบุคคลมากที่สุด อันได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม) ปัจจัยที่ทำให้สื่อบุคคลประเภทดังกล่าว มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารเป้าหมาย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ มีความสามารถ เป็นผู้มีความชำนาญเฉพาะด้าน ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น (Middlebrook , 1974 : 161-164)

3. แม้ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อเฉพาะกิจโดยรวม จะไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เนื่องด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนเป้าหมายมิใช่เรื่องง่าย จำเป็นต้องใช้สื่อและกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ ซึ่งนอกจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลแล้ว สื่อเฉพาะกิจก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ จากการศึกษาจึงพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือ คู่มือ วารสาร "น้ำก็อก" เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะสื่อดังกล่าวสามารถสื่อเนื้อหาข่าวสาร ข้อมูลความรู้ ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนตามข้อเท็จจริง และเข้าถึงตัวผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากที่สุด

จะเห็นได้ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือ คู่มือ วารสาร "น้ำก็อก" เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ (ตามตารางที่ 16-18) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่มีช่องว่างระหว่างความรู้กับทัศนคติและการยอมรับปฏิบัติเกิดขึ้น กล่าวคือ เมื่อประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจดังกล่าวข้างต้นแล้ว อาจจะยังไม่มีความรู้เรื่องนี้ดีพอ แต่ทัศนคติต่อการบริโภคน้ำประปาก็ไม่เป็นบวกหรือลบ และยังมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาได้ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากมี

การใช้วิธีการปิดช่องว่างระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ตามที่โรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker , 1971 : 288-289) นำเสนอไว้ก็เป็นได้ เช่น โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับคุณภาพน้ำประปา วิธีการบำรุงดูแลรักษาระบบท่อตลอดจนอุปกรณ์ใช้น้ำ รวมถึงการบริโภคน้ำประปาอย่างถูกต้อง ให้ประชาชนเข้าใจเรื่องน้ำประปาดื่มได้ตามที่เผยแพร่ให้ นั้น ๆ อย่างแท้จริง ผ่านทางสื่อมวลชนประเภท โทรทัศน์และวิทยุ รวมถึงการให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่รณรงค์ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" เข้าไปติดต่อ ให้คำแนะนำกับผู้ที่ต้องการรับนวัตกรรมการบริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่มโดยตรงอย่างใกล้ชิด ด้วยการใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจโดยสื่อบุคคล เป็นต้น เหล่านี้ นับเป็นการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารหลาย ๆ ช่องทางมารวมกัน ซึ่งต้องมีการคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด ความเหมาะสม และความพยายามที่จะจัดให้การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นไปอย่างสอดคล้องเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมตามความคาดหวังของทาง "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ในที่สุด

นอกจากนี้ แม้ว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อบางประเภท จะไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ กับความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ และทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา แต่กลับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม เช่น การเปิดข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรของหน่วยงานราชการ ก็สามารถอธิบายได้ว่า อาจมีวิธีการชักจูงให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาทดลองกระทำในสิ่งที่ขัดแย้งกับความรู้ หรือทัศนคติที่เขามีอยู่แต่เดิม และด้วยการทดลองกระทำในสิ่งที่ตรงกันข้ามกับพฤติกรรมที่เป็นปกติหรือทดลองนำนวัตกรรมไปใช้นี้เอง จะก่อให้เกิดความไม่สมดุล บุคคลจึงมีความต้องการรู้ว่า จะได้รับนวัตกรรมจากที่ไหน จะใช้อย่างไร มีปัญหาในการดำเนินการใดที่จะเกิดขึ้น และมีวิธีแก้ปัญหาเหล่านี้ได้อย่างไร ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมจึงมีความสำคัญ ที่จะช่วยผู้ที่เริ่มนำนวัตกรรมไปใช้ลงมือปฏิบัติ ดังผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษา เช่น อาจเป็นกรณีที่ว่า ประชาชนไม่ได้สนใจเปิดรับข่าวสารความรู้จากเจ้าหน้าที่ของการประปานครหลวง ส่วนทัศนคติที่มีต่อน้ำประปานั้นก็ไม่ถึงขั้นดีหรือไม่ดีเสียทีเดียว แต่บทบาท หรืออาชีพ สถานะ ตำแหน่งในสังคม หรือกลุ่มที่ตนเกี่ยวข้อง บังคับหรือกำหนดให้ต้องทำหน้าที่เป็นตัวอย่างแก่บุคคลอื่น เพื่อปลูกศรัทธาให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มนี้ จึงไม่ใช่ความสัมพันธ์เชื่อมโยงต่อเนื่องมาจากความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติส่วนตัวของผู้ปฏิบัติเอง แต่จะเป็นการเปิดรับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ ผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวข้องกับ "โครงการน้ำประปา" โดยตรง เพื่อสร้างความมั่นใจในการดื่มน้ำประปาอย่างถูกต้องปลอดภัยจากก๊อกที่บ้านเท่านั้น เป็นการเปิดรับข่าวสารแนวทางปฏิบัติจากเจ้าหน้าที่ ทั้งที่ระดับความรู้และทัศนคดียังอาจมีการไม่เปลี่ยนแปลง เป็นต้น

อนึ่ง จากการเผยแพร่แนวกรรมแนวทางใหม่ในการบริโภคน้ำดื่มตาม "โครงการน้ำประปาดื่มได้" มาได้ระยะหนึ่ง ภายหลังจากมีการประกาศรับรองเขตน้ำประปาดื่มได้ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานองค์การอนามัยโลกครบทุกพื้นที่ในเขตนครหลวง ในปี พ.ศ. 2542 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มักยังมีความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ในระดับต่ำ (ตามตารางที่ 11) มีทัศนคติเป็นกลางต่อการบริโภคน้ำประปา (ตามตารางที่ 13) และยังมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปำน้อยมาก (ตามตารางที่ 15) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับกรรมนั้น เป็นกระบวนการที่ไม่ได้เกิดขึ้นทันทีทันใด หากเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร ตั้งแต่ขั้นแรกที่รับรู้เรื่องแนวกรรมการบริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่ม ไปจนถึงขั้นตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธแนวกรรม และขั้นยืนยันการตัดสินใจที่จะบริโภคน้ำประปาในที่สุด (Rogers , 1983 : 161-185) ดังนั้นการให้ข่าวสารความรู้อย่างต่อเนื่องจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะในระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมาย ย่อมมีข่าวสารที่เป็นปฏิปักษ์ต่อแนวกรรมการบริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่มอยู่ ซึ่งอาจเข้ามามีอิทธิพลต่อการไม่ยอมรับแนวกรรมได้

**สมมติฐานที่ 4** ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา

ผลจากการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ (ตามตารางที่ 19)

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สนิ นัยวินิจ (2538) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

สำหรับแนวคิดที่สามารถอธิบายถึงผลการวิจัยนี้ได้แก่

แนวคิดของ ฟิลิป จี. ซิมบาร์โด และคณะ (Philip G. Zimbardo et al., 1977 : 49-53) ซึ่งสรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้คือ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะมีการเปลี่ยนแปลงด้วยความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกัน

นอกจากนี้ในเรื่องขององค์ประกอบของทัศนคติ แฮร์รี ซี. ทริแอนดิส (Harry C. Triandis, 1971: 3) ยังได้อธิบายไว้ว่า ทัศนคติประกอบขึ้นด้วยส่วนประกอบ 3 ส่วน มีความรู้ความเข้าใจเป็นหนึ่งในองค์ประกอบนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า หากบุคคลมีความรู้ว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีความคิดที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น หรือในอีกนัยหนึ่ง การเกิดความรู้สึกประกอบความรู้ นั้น ๆ

อาจแสดงออกเป็น 2 ทิศทาง คือ ทางบวก (ดี ชอบ พอใจ) กับทางลบ (ไม่ชอบ รังเกียจ ไม่พอใจ) และ  
 รัชชีย์ สืบสันติวงศ์ (2540 : 176-177) ได้อธิบายถึงเรื่องวิธีการเปลี่ยนทัศนคติวิธีการหนึ่งไว้ว่า ทำได้ด้วย  
 การป้อนข้อมูลใหม่ เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงในความรู้ ความเข้าใจ อันเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่ง  
 ของทัศนคติของผู้บริโภคเสียใหม่

จากแนวคิดดังกล่าวประกอบกับผลที่ได้จากการวิจัย จึงกล่าวได้ว่า การที่ประชาชนมีความรู้เกี่ยว  
 กับน้ำประปาดื่มได้มากขึ้น เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำ  
 ประปาไปในทางที่ดีขึ้นได้

**สมมติฐานที่ 5** ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม  
 ผลจากการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำ  
 น้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 5 (ตามตารางที่ 20) สอดคล้องกับงาน  
 วิจัยของสนิ นัยวินิจ (2538) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์  
 สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพ  
 ท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม  
 อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยว  
 เนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

ทั้งนี้ อาจอธิบายได้ด้วยแนวคิดของ คอตเลอร์ (Kotler , 1994 : 174-189) ที่กล่าวถึง ปัจจัยที่มี  
 อิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของผู้บริโภคไว้ว่ามี 4  
 ประการ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตใจ

สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เข้ามามีผลทำให้ความรู้เกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ไม่มีความ  
 สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม นั่น อาจได้แก่ การที่บุคคลต้องมีสัมพันธ์ทางด้านสังคมกับกลุ่ม  
 ต่าง ๆ ซึ่งไม่บริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่ม และแรงผลักดันจากกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะคอยกำกับมิให้พฤติ  
 กรรมการบริโภคน้ำดื่มของบุคคลมีลักษณะผิดแปลก แตกต่างกันไปอันเป็นพฤติกรรมที่ถูกบังคับให้จำ  
 ต้องคล้อยตามที่บุคคลอาจจะได้รับการหล่อหลอมทางสังคมตั้งแต่เล็ก ๆ จากบุคคลในครอบครัวจนเป็น  
 ลักษณะนิสัย หรืออาจจะเป็นการเลียนแบบผู้ที่มีอิทธิพลต่อค่านิยมของบุคคล เช่น การที่บุคคลเลือกดื่ม  
 น้ำแร่เลียนแบบนักกีฬาที่มีชื่อเสียงที่ตนชื่นชอบ ซึ่งกรณีนี้อาจจะประกอบกับปัจจัยส่วนตัวทางเศรษฐกิจ  
 ด้านรายได้ด้วย ที่บุคคลสามารถจะใช้จ่ายซื้อหาผลิตภัณฑ์น้ำแร่นำเข้าจากต่างประเทศที่นักกีฬานั้นดื่ม  
 มาใช้สำหรับการบริโภคเป็นน้ำดื่มในชีวิตประจำวันได้ เป็นต้น



**สมมติฐานที่ 6** ทศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

ผลจากการวิจัยพบว่า ทศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .456 เป็นความสัมพันธ์ระดับปานกลาง (ตามตารางที่ 21)

งานวิจัยที่สอดคล้องกับผลจากการวิจัยนี้คืองานวิจัยของสุมาลี ตั้งจิตต์ศีล (2536) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ กับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

อีกทั้งแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทศนคติ ที่แฮร์รี ซี. ทริแอนดิส (Harry C. Triandis , 1971 : 3) ได้กล่าวไว้ว่า ทศนคติประกอบขึ้นด้วยส่วนประกอบ 3 ส่วนนั้น ส่วนที่สามารถนำมาอธิบายผลจากการวิจัยนี้ได้ดี คือ ส่วนของพฤติกรรม หรือส่วนของแนวโน้มในการกระทำหรือแสดงออก (Behavioral or Action-Tendency Component) หมายถึง ส่วนของแนวโน้มเชิงในการที่จะปฏิบัติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ไปในทางใดทางหนึ่ง อันเป็นผลมาจากความรู้ ความคิด และความรู้สึก ซึ่งโดยทั่วไปมักจะพบว่า มีการแสดงออกทางพฤติกรรมไปตามทศนคติ เช่น ถ้าหากมีทศนคติไม่ดีแล้ว การปฏิบัติของบุคคลต่อสิ่งนั้นก็พยายามโจมตี ทำลาย ไล่ไปหรือกลั่นแกล้งสิ่งนั้น ๆ ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีทศนคติดีต่อสิ่งนั้น ๆ ก็จะชมเชย สนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ อุดหนุน ช่วยแนะนำคนอื่น ๆ ต่อไป หรือ ในแง่ของการศึกษาคั้งนี้ ก็คือ ประชาชนที่มีทศนคติดีต่อการบริโภคน้ำประปา มีส่วนช่วยให้การสนับสนุนส่งเสริม "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อาจจะโดยการแนะนำผู้อื่นต่อไปนั่นเอง

นอกจากนี้ แดลเนียร์ แคทซ์ (Daniel Katz , 1960 : 163-191) ยังให้แนวคิดที่สนับสนุนความสัมพันธ์ของทศนคติและพฤติกรรมว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทศนคติเป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงที่สุด และให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนั้น ทศนคติจึงสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ของบุคคลได้ และด้วยสิ่งเหล่านี้เองที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไปในทางที่ต้องการมากที่สุด

**สมมติฐานที่ 7** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้มากกว่าตัวแปรอื่น

ผลจากการวิจัย พบว่า มีตัวแปรเพียง 4 ตัวแปร ที่สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในปริมาณซึ่งนับไม่สูงนัก คือ ร้อยละ 29.5 ตามลำดับความสำคัญดังนี้ ทศนคติ อาชีพ : พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรู้ และระดับการศึกษา โดยมีเฉพาะ

ตัวแปรทัศนคติเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มในทางบวก และเพียงทัศนคติตัวแปรเดียวก็สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้ถึงร้อยละ 24.6 มากกว่าที่อธิบายได้โดยอีก 3 ตัวแปรที่เหลือรวมกัน ทัศนคติจึงเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลและอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มมากกว่าตัวแปรอื่น ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 (ตามตารางที่ 22)

การที่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้นั้น อาจเนื่องมาจากในสังคมมีสาระข่าวสารมากมาย บางอย่างบุคคลก็เลือกที่จะรับ และบางอย่างก็เลือกที่จะไม่รับ ซึ่งเรียกว่า การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เช่น การเลือกอ่านหนังสือพิมพ์บางเล่ม การเลือกฟังวิทยุบางสถานี การเลือกชมรายการโทรทัศน์บางรายการ และก็ไม่ใช่ว่าทุกสาระข่าวสารจากสื่อที่เลือกอ่าน ฟัง หรือดูจะได้รับความสนใจ แต่จะมีการเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) เช่น เลือกให้ความสนใจสาระต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริโภคน้ำดื่มที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและสนับสนุนทัศนคติที่อยู่ดั้งเดิม โดยหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อของตนที่มีต่อคุณภาพน้ำประปา และเมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารใดแล้ว ก็เชื่อว่าจจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายข่าว (Selective Perception and Interpretation) ไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย สภาวะทางอารมณ์และจิตใจ อันทำให้ข่าวสารบางอย่าง เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้บางส่วนถูกตัดทิ้งไป หรืออาจมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าสนใจของแต่ละบุคคลได้ จนกระทั่งขั้นตอนสุดท้าย คือ การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในสิ่งที่ตนไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วย เช่นนี้ ข่าวสารการบริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่ม ซึ่งขัดแย้งกับความเชื่อเดิมของบุคคลเกี่ยวกับน้ำประปา จึงไม่ได้รับความสนใจที่จะจดจำนำไปปฏิบัติหรือถ่ายทอด ส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้อื่นดื่มน้ำประปาต่อไป ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานั้นก็คือ เรื่องของกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ หรือ Selective Process (Joseph T. Klapper , 1960 : 19-25) นั่นเอง

นอกจากนี้ อาจกล่าวได้ว่าการใช้การสื่อสารอย่างเดียว ไม่เพียงพอสำหรับการสร้างอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ เนื่องจากยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่มีผลส่งเสริมหรือขัดขวางการมีอิทธิพลของการสื่อสารเรื่องน้ำประปาดื่มได้ ได้แก่ ความเชื่อเดิมของบุคคลเกี่ยวกับคุณภาพน้ำประปา คุณลักษณะของนวัตกรรมการบริโภคน้ำดื่มไม่ตรงกับความต้องการหรือไม่เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค เช่น มีกลิ่น รสชาติไม่เหมาะสำหรับดื่มในความรู้สึกของผู้บริโภค ความกลัวว่าการดื่มน้ำประปาจะไม่ปลอดภัยเป็นอันตรายต่อสุขภาพ หรือพิจารณาเห็นว่านวัตกรรมนั้นไม่ได้ดีไปกว่าผลิตภัณฑ์น้ำดื่มเดิมที่ใช้บริโภคอยู่แล้ว การมีผลิตภัณฑ์น้ำดื่มให้เลือกมากมายหลายรูปแบบหลายราคาในท้องตลาด ความสะดวกในการจัดหา มาเพื่อการบริโภค ความเชื่อมั่นในคุณภาพความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์น้ำดื่มอื่น ๆ ภูลักษณะของผลิตภัณฑ์น้ำดื่มและวิธีการบริโภคน้ำดื่มอื่น ๆ ที่ดูดีมีรสนิยมมากกว่าการดื่มน้ำประปาโดยตรงจาก

ก็อก ความภักดีในตราสินค้าอันเป็นนิสัยที่ถูกสร้างจนมั่นคงในการเลือกน้ำดื่มของผู้บริโภค และยากที่จะเปลี่ยนแปลงนิสัยนั้นให้หันมาบริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่มแทน หรือเป็นปัญหาทางเศรษฐกิจคือไม่มีเงินพอที่จะซื้อหาผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม หรือบริโภคน้ำด้วยวิธีการอื่นที่มีค่าใช้จ่ายสูงจึงดื่มน้ำประปาเป็นน้ำดื่มโดยตรงจากก๊อกแทน ฯลฯ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีเองที่เป็นส่วนหนึ่งทำให้การเปิดรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถกระตุ้นพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้

สำหรับตัวแปร 4 ตัวแปร คือ ทศนคติ อาชีพ : พนักงานรัฐวิสาหกิจ ความรู้ และระดับการศึกษา ที่สามารถร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มได้นั้น มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิลิป จี. ซิมบารโด และคณะ (Philip G. Zimbardo et al., 1977 : 49-53) ที่ว่า ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม มีความเชื่อมโยงกัน การที่จะให้เกิดการยอมรับปฏิบัติในสิ่งใด จะต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อนโดยการให้ความรู้ กล่าวคือ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงก็จะมี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา

ในด้านของอาชีพนั้น กล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มต่าง ๆ ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ในแต่ละวันซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีส่วนปรุงแต่งและควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) นี้ นับเป็นแหล่งที่มาสำคัญแหล่งหนึ่งที่สนับสนุน และทำให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520 : 64-65) แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเดียวกัน ก็มักต้องปฏิบัติตามครรลองของสังคมแวดล้อม และย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้น ซึ่งมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย

ส่วนระดับการศึกษา สตีเฟน ดับบลิว. ลิตเติล จอห์น (Stephen W. Little John, 1978 : 66-71) อ้างใน พัทธนี มะลิขาว, 2529 : 12) กล่าวว่า ผู้ที่มีการศึกษาดีจะมีข้อได้เปรียบคือมีความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ กว้างขวาง และสามารถวิพากษ์วิจารณ์ข่าวสารที่ไม่ได้สนับสนุนความเชื่อของตน โดยจะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ ซึ่งความเชื่อนั้นก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งของทัศนคติ

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์เชื่อมโยงของตัวแปรระดับการศึกษา อาชีพ ความรู้ และทัศนคติ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในการร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า แม้ทาง "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จะได้ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแล้วก็ตาม แต่การเปิดรับข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" จากสื่อทุกประเภท ยังอยู่ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ ประชาชนยังไม่ทราบว่าน้ำประปาในเขตนครหลวงได้รับการพัฒนาคุณภาพจนได้มาตรฐานน้ำดื่ม สามารถดื่มได้โดยตรงจากก๊อกอย่างปลอดภัยครบทุกเขตพื้นที่แล้ว อาจเป็นเพราะการเผยแพร่สื่อสารทางด้านนี้ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนมีน้อยมากและเป็นไปอย่างไม่ทั่วถึง หรืออาจเป็นเพราะประชาชนเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" นี้น้อยมากก็เป็นได้ ดังนั้น เพื่อให้การรณรงค์สัมฤทธิ์ผลและมีผลต่อความรู้ จึงควรเพิ่มปริมาณและความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ว่าด้วยประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยพิจารณาถึงความน่าสนใจและความหลากหลายของรูปแบบ เนื้อหา วิธีการนำเสนอผ่านสื่อแต่ละประเภท ตามความเหมาะสมของคุณสมบัติของสื่อเหล่านั้น ๆ รวมถึงเวลาในการเผยแพร่และความต้องการของประชาชน ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ก็จะมีเพิ่มขึ้นได้ อันจะส่งผลทำให้ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ที่ประชาชนมีอยู่ในระดับต่ำสูงขึ้น และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" และความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ขึ้นได้อีกด้วย

2. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ทักษะคดีที่มีต่อการบริโภคน้ำประปามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มมากที่สุด ดังนั้นจึงควรหาวิธีการเพื่อสร้างทัศนคติเป็นกลางที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีต่อการบริโภคน้ำประปาให้ดียิ่งขึ้น และทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมซึ่งอยู่ในระดับปานกลางนั้นสูงขึ้น เพื่อยังผลให้พฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาของประชาชนที่มีอยู่น้อยมากสูงขึ้นได้ ซึ่งอาจกระทำได้หลายวิธี อาทิเช่น

- การสร้างกระแสขึ้นในสังคม เพื่อสร้างทัศนคติใหม่ในการบริโภคน้ำดื่ม และการให้ความรู้ โดยชี้ให้เห็นว่าคุณภาพน้ำประปาในปัจจุบันได้รับการพัฒนาจนได้ระดับมาตรฐานน้ำดื่มขององค์การอนามัยโลก ขั้นตอนการผลิต กระบวนการจ่ายน้ำ และการควบคุมคุณภาพน้ำมีประสิทธิภาพ
- การใช้สื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปาในทางบวก มานำเสนอข่าวสาร ความรู้ต่าง ๆ ที่ถูกต้องเกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ อาทิเช่น สื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือ คู่มือ วารสาร "น้ำก็อก" เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของการประปานครหลวง และสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์

- การใช้สื่อสติกเกอร์ เพื่อให้ประชาชนจดจำภาพและข้อความที่แสดงว่า น้ำประปาบริเวณจุดนั้นได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้วว่า ปลอดภัยดื่มได้โดยตรงจากก๊อก หรือ
- การจัดกิจกรรมพิเศษ เปิดจุดบริการน้ำประปาดื่มได้ ตามงานแสดง งานนิทรรศการ วันพิเศษที่มีผู้เข้าร่วมงานหนาแน่น เป็นการกระตุ้นประชาชนให้รับทราบถึง “โครงการน้ำประปาดื่มได้” โดยมุ่งใจให้ประชาชนทดลองดื่มฟรี เพื่อให้มีประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมการบริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่ม ว่ามีลักษณะที่พอจะยอมรับได้เพียงใด

นอกจากนี้ ควรมีการย้ำเน้นต่อเนื่องด้วยสื่อที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาในทางบวก ได้แก่

- การสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ผ่านทางสื่อมวลชนประเภทวิทยุ โทรทัศน์ที่เป็นรายการบันเทิง เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการบริโภคน้ำประปา
- การนำสื่อบุคคลที่ประชาชนให้ความเชื่อถือและยอมรับสูง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ บุคลากรจากหน่วยราชการ เช่น กองวิเคราะห์อาหาร กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมอนามัย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข คณะสาธารณสุขศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นต้น มานำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถโต้ถาม ขอข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความเข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น หรือจะใช้สื่อบุคคลที่มีอิทธิพล สามารถเป็นตัวอย่างในการประชาสัมพันธ์ ใ้มน้ำใจได้ดี เช่น ศิลปิน ดารา นักแสดง นักกีฬา ที่มีชื่อเสียง เป็นต้น โดยให้เป็นไปในลักษณะบันเทิงที่แฝงไปด้วยความรู้ ไม่ใช่ลักษณะที่เป็นวิชาการมากเกินไป กลุ่มบุคคลผู้นำความคิดเหล่านี้จึงนับว่ามีความสำคัญยิ่ง และควรได้รับการฝึกอบรมให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” เป็นอย่างยิ่ง จนเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคน้ำประปา และมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาในที่สุด ทั้งนี้ เพื่อจะส่งเสริมให้บทบาทด้านการบรรยาย เผยแพร่ ถ่ายทอดความรู้ของบุคคลเหล่านี้ ในการชักชวนให้ผู้อื่นหันมาบริโภคน้ำประปาเป็นน้ำดื่มเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และ
- การเผยแพร่ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการบำรุงดูแลรักษาระบบท่อ ตลอดจนอุปกรณ์ใช้น้ำ และวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคน้ำประปาที่ถูกต้องปลอดภัย ผ่านทางสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือ คู่มือวารสาร เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ทั้งนั้นก็เพื่อที่ประชาชนจะได้มีทัศนคติที่ดี และหันมาให้ความร่วมมือกับทาง “โครงการน้ำประปาดื่มได้” โดยมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาในที่สุด และทั้งหมดที่กล่าวมานี้ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือรณรงค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แก่หน่วยงานที่

เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” รวมถึงการนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาในการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการทำนองเดียวกันนี้ในเขตพื้นที่อื่นของหน่วยงานต่าง ๆ อาทิเช่น หน่วยงานของรัฐบาลที่รับผิดชอบในการจัดหาน้ำและพัฒนา น้ำสะอาดในชนบท เพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างถูกต้องเหมาะสม และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น ๆ ได้ทางหนึ่งนั่นเอง

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. หากมีการศึกษาต่อในประเด็นของผู้ส่งสารว่ามีความรู้เกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” เพียงใด มีทัศนคติอย่างไรต่อการบริโภคน้ำประปา มีพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มอย่างไร ก็จะทำให้การศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งเป็นการศึกษาในแง่ของผู้บริโภค คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความชัดเจนขึ้นว่า การที่ประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปานั้นน้อยมาก มาจากในส่วนของประชาชนเองที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ต่ำมาก และมีทัศนคติเป็นกลางต่อการบริโภคน้ำประปา หรือมาจากในส่วนของผู้ส่งสาร อันจะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการวางแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

2. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น และจากการศึกษาหาตัวแปรที่อธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มมากกว่าตัวแปรอื่น ๆ พบว่า ตัวแปรอาชีพ และตัวแปรระดับการศึกษา เข้ามามีอิทธิพลในทางลบ ซึ่งเมื่อคิดเป็นค่าร้อยละและเปรียบเทียบกับตัวแปรทัศนคติที่มีอิทธิพลสูงสุดและเป็นไปในทางบวกแล้ว แม้ตัวแปรทั้งสองดังกล่าวจะมีอิทธิพลน้อยมาก แต่ก็ยังนับว่าเป็นตัวแปรสำคัญ 2 ใน 4 ที่มีอิทธิพลสำคัญ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรศึกษาตัวแปรลักษณะทางประชากรเพิ่มเติมว่า ความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างมีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “โครงการน้ำประปาดื่มได้” ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อให้เห็นอิทธิพลของลักษณะทางประชากรของประชาชนในมุมมองที่ลึกซึ้ง

สำหรับตัวแปรทัศนคติ ที่พบว่า มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มมากที่สุดนั้น ก็ควรจะมีการศึกษาในรายละเอียดต่อไป เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงให้ประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาที่เหมาะสมมากขึ้น

3. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและสามารถส่งผลถึงพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม โดยศึกษาการรับรู้ถึง "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความตระหนักในเรื่องน้ำประปาดื่มได้ แรงจูงใจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริโภคน้ำดื่ม ค่านิยมเกี่ยวกับการบริโภคน้ำดื่ม และความพึงพอใจที่มีต่อการบริโภคน้ำดื่มต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนให้เป็นพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาได้อย่างเหมาะสมต่อไป

4. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ รูปแบบ วิธีการใช้สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจที่มีอยู่ของ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" รวมถึงประเด็นเนื้อหาในการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์แต่ละสื่อ เพื่อนำมาพิจารณาหาแนวทางการสื่อสาร และปรับปรุงคุณภาพสื่อที่มีผลต่อความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ทศนคตที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา และพฤติกรรมการบริโภคน้ำประปาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

5. ควรมีการใช้วิธีการดำเนินการศึกษานอกเหนือจากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ เพื่อให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น โดยอาจเก็บข้อมูลด้านการสัมภาษณ์เจาะรายละเอียดในส่วนที่เป็นทัศนคติ ประสพการณ์ ความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มต่าง ๆ อาทิเช่น กลุ่มผู้บริโภคน้ำประปา กลุ่มผู้ไม่บริโภคน้ำประปา กลุ่มผู้เคยบริโภคน้ำประปา และกลุ่มผู้มีความโน้มเอียงจะบริโภคน้ำประปาในอนาคต

หรือสัมภาษณ์แบบเจาะลึกสื่อมวลชนผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ในส่วนของความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้ ทศนคตที่มีต่อการบริโภคน้ำประปา พฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่ม รูปแบบ วิธีการ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ รณรงค์ ให้ความรู้ เชิญชวนประชาชนให้บริโภคน้ำประปา

หรือหากเป็นงานวิจัยที่ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาและเงินทุน ควรใช้วิธีการติดตามผลเชิงปฏิบัติ โดยให้กลุ่มตัวอย่างทดลองปฏิบัติ ดื่มน้ำประปาในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของกลุ่มตัวอย่าง ที่ทางหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับน้ำประปาในเขตนครหลวง จะได้นำไปพัฒนาน้ำประปาให้เป็นน้ำดื่มที่ได้รับการยอมรับยิ่งขึ้น อันจะเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนหันมาบริโภคน้ำประปาอย่างเหมาะสมได้มากขึ้นต่อไป

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กนกรัตน์ สุชะวัฒน์. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรคเอดส์ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของหญิงโสเภณี : กรณีศึกษาที่หน่วยควบคุมโรค อ.หาดใหญ่ ศูนย์กามโรค เขต 12 สงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- กรุงเทพมหานคร. ข้อมูลสถิติ [ เพิ่มข้อมูล ]. กรุงเทพมหานคร, พฤษภาคม 2542. <http://www.bma.go.th> ; INTERNET.
- การประปานครหลวง. การให้บริการ ข้อมูลทั่วไป [ เพิ่มข้อมูล ]. การประปานครหลวง. <http://www.mwa.or.th> ; INTERNET.
- การประปานครหลวง. เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฉบับที่ 26 เดือนมกราคม 2540.
- การประปานครหลวง, กองแผนวิสาหกิจ ฝ่ายวางแผนและงบประมาณ. แผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2541. กรุงเทพมหานคร : กองแผนวิสาหกิจ ฝ่ายการวางแผนและงบประมาณ, 2541.
- การประปานครหลวง, คณะกรรมการกำหนดนโยบายและบริหารแผนวิสาหกิจ คณะทำงานยกร่างแผนวิสาหกิจ ฉบับที่ 3 คณะทำงานย่อยยกร่างแผน กองแผนวิสาหกิจ ฝ่ายวางแผน. แผนวิสาหกิจ ฉบับที่ 3 ปีงบประมาณ 2540-2544. กรุงเทพมหานคร : การประปานครหลวง, 2539.
- การประปานครหลวง, สำนักงานการประชาสัมพันธ์. กปน.ของเรา ประชายุคใหม่ มุ่งให้บริการ. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานการประชาสัมพันธ์ การประปานครหลวง, 2540.
- กิตติศักดิ์ นภาพรรณวัฒน์. การเปิดรับข่าวสารเพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำประปา กับพฤติกรรมการใช้น้ำประปาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540.
- จงจิตร ศรีพรรณ. การสื่อสารมวลชน. เชียงใหม่ : ศูนย์หนังสือเชียงใหม่, 2524.
- ดาเนินทร์ กิจนิชี. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการ คณานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- เดโช สอนานนท์. ปทานุกรมจิตวิทยา. พระนคร : โอเดียนสโตร์, 2521.
- ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2540.



- ธนวดี บุญลือ. การสื่อสารเพื่อพัฒนาชาวเขา. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด, 2528.
- น้ำประปาดื่มได้. นิตยสารสกุลไทย ปีที่ 45 ฉบับที่ 2332 (29 มิถุนายน 2542) : 12.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540.
- ประกษาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2530.
- พิมลพรรณ สุทธิวงศ์. การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนากิจการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เบลโล่การพิมพ์ (1988) จำกัด, 2538.
- พัชนี มะลิขาว. บทบาทของพฤติกรรมกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อทัศนคติต่อการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณีหมู่บ้านห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.
- มงคล ปิยสิริวัฒน์. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้น้ำเสริมไอโอดีนในน้ำดื่มเพื่อป้องกันโรคขาดสารไอโอดีน อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- มหาดไทย, กระทรวง, สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการบริหารกิจการ และการบำรุงรักษาระบบประปาชนบท. กระทรวงมหาดไทย, 2535.
- รณรงค์ดื่มน้ำประปา 50 โรงเรียนในกรุงเทพมหานคร. 16 สิงหาคม 2542. ไทยรัฐ : 12.
- ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล. การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์พัฒนากิจการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วาสนา จันทร์สว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี. การสื่อสารเพื่อชีวิต. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2532.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2541.
- ศศิวิมล ปาลศรี. การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชน

- ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- สนิ นัยวินิจ. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรุ้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจงานท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- สาวิตรี สุตรา. การเปิดรับสื่อ ความรุ้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการออมของชาวชนบทในจังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ. โครงการศึกษาวิจัยคุณภาพน้ำแม่น้ำสายหลัก (บางปะกง) กรกฎาคม 2529 รายงานการสำรวจการใช้ทรัพยากรน้ำและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อคุณภาพน้ำ และการใช้ทรัพยากรน้ำในเขตลุ่มน้ำบางปะกง. กองนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม กองมาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, กรกฎาคม 2529.
- สุภาภักษ์ จุตระกุล. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารความรุ้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภท เพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- สุมาลี ตั้งจิตต์ศิลป์. พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ กับความรุ้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกามีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- สุโขทัยธรรมธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช, 2531.
- เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารงานนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพฯ : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528.
- โสภิตสุดา มงคลเกษม. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรุ้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกาคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับซีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาค

วิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหน้าเสี่ยในโครงการบำบัดน้ำเสี่ยของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

## ภาษาอังกฤษ

Barnett, Homer G. Innovation : The Basis of Cultural Change. New York : McGraw - Hill Book Company, 1953.

Christensen, Scott R. and Areeya Boon-Long. Institutional Problems in Thai Water Mangement. Bangkok : TDRI, 1994.

Economic and Social Commission For Asia and The Pacific Bangkok, Thailand. Water Resources Development in Asia and The Pacific : Dam Safety Evaluation and Monitoring. Water Tariffs and Rain-Water Harvesting. Bangkok : United Nations, 1989.

Good, Carter V. Dictionary of Education. New York : McGraw - Hill Book Company, 1973.

Herbert, Kelman C. "Compliance, Identification and Internalization : Three Process of Attitude Change, in Attitude Theory and Measurement. New York : John Wiley and Sons, Inc, 1967.

Katko, Tapio K. The Development of Water Supply Associations in Finland and its Significance For Developing Countries. Washington D.C. : International Bank for Reconstruction and Development, c1982.

Katz, Daniel. "The Functional Approach to the Study of Attitudes," Public Opinion Quarterly Vol. 24 Summer, 1960.

Kotler, Philip. Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control. New York : Prentice - Hall, 1994.

Middlebrook, P.N. Social Psychology and Modern Life. New York : Alfred A. Knopf, 1974.

Missouri Section American Water Works Association. Water Facts & Link You Can Use : Fun Facts [ Machinereadable data file ]. The Missouri Section of the American Water Works Association. Available from <http://www.awwa-mo.org/index.html> ; INTERNET.

Norman, Munn L. Introduction to Psychology. Boston : Houghton Mufflin Co., 1971.

- Rogers, Everett M. Diffusion of Innovations. New York : The Free Press, 1995.
- Rogers, Everett M. and F. Floyd Shoemaker. Communication of Innovations : A Cross Cultural Approach. New York : The Free Press, 1971.
- Rogers, Everett M. and Lynne Svenning. Modernization Among Peasants. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969.
- Rogers, Everett M. and Wickey L. Meynen. "Communication Source for 2, 4-D Weed Spray Among Columbian Peasants." *Rural Social* 30. Cited by Gardner Lindzey and Elliot Aronson. The Handbook of Social Psychology Vol 3. Massachusetts : Addison - Wesley Publishing Company, 1969.
- Rosenberg, M. J. "Inconsistency Arousal and Reduction in Attitude Change," in Ivan D. Steiner and Martin Fishbein (eds.) Current Studies in Social Psychology. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1965.
- Sandman, Peter M., David M. Rubin and David B. Schman. "Government Control" Media. Eagle - Cliffs, New Jersey : Prentice - Hall, Inc., 1962.
- Singh, K.N. What research says about communication with rural people. Communication and Rural Change, P.R.R. Singh Ed. Singapore : Asian Mass Communication Research and Information Center, 1976.
- Triandis, Harry C. Attitude and Attitude Change. New York : John Wiley and Sons, Inc., 1971.
- Zacher, Lawrence J. A Study of Factors Affecting the Environment Knowledge of Eleventh Grade Students in Montana. Dissertation Abstracts International. 35 (8) February, 1975 P 4883-A
- Zimbardo, Philip G. Ebb B. Effesen and Christina Maslach. Influencing Attitudes and Changing Behavior. London : Addison - Wesley Publishing Company, 1977.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ก

## แบบสอบถาม

สำหรับผู้วิจัย		
เลขที่แบบสอบถาม .....	(1)	(2) (3)
เขต : .....	—	(4)

**คำชี้แจง** แบบสอบถามเรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (ส่วนที่ 1-5 รวม 8 หน้า) จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ อันเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่เป็นคำตอบของท่าน หรือตอบคำถามลงในช่องว่าง (5 ข้อ)

1. เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ ..... ปี

3. การศึกษาสูงสุดของท่าน

- ( ) 1. ไม่ได้เข้ารับการศึกษาย่างเป็นทางการ ( ) 4. มัธยมศึกษาตอนต้น  
 ( ) 2. ประถมศึกษาตอนต้น ( ) 5. มัธยมศึกษาตอนปลาย  
 ( ) 3. ประถมศึกษาตอนปลาย ( ) 6. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า  
 ( ) 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

4. อาชีพหลักของท่าน คือ

- ( ) 1. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ( ) 6. ค้าขาย (พ่อค้า/แม่ค้า)  
 ( ) 2. รับราชการ ( ) 7. รับจ้าง  
 ( ) 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) 8. แม่บ้าน  
 ( ) 4. พนักงานบริษัทเอกชน ( ) 9. ยังไม่มีอาชีพ  
 ( ) 5. ประกอบอาชีพอิสระส่วนตัว ( ) 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

สำหรับผู้วิจัย

—  
(5)— —  
(6) (7)—  
(8)— —  
(9) (10)







### ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาดื่มได้

โปรดทำเครื่องหมาย O ล้อมรอบข้อคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว (10 ข้อ)

	สำหรับ ผู้วิจัย
1. น้ำในข้อใดต่อไปนี้มี <u>ไม่มี</u> ส่วนที่เป็นคุณสมบัติของน้ำดื่ม	
ก. น้ำที่มีเกลือแร่ต่าง ๆ สลายอยู่ในปริมาณที่พอเหมาะ	
ข. น้ำกลั่นบริสุทธิ์ที่ไม่มีสารใดใดเจือปนอยู่เลย	
ค. น้ำที่ปราศจากเชื้อโรคซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพ	— (25)
ง. น้ำประปาที่การประปานครหลวงผลิตจ่าย	
2. ข้อใดกล่าวถูกต้องเกี่ยวกับน้ำประปา	
ก. น้ำประปาในปัจจุบันยังมีคุณภาพต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานน้ำดื่ม	— (26)
ข. น้ำประปาไม่สะอาดพอสำหรับใช้ดื่ม	
ค. น้ำประปาเป็นน้ำที่อยู่ในเกณฑ์สะอาด ปลอดภัย ไม่ใช่บริสุทธิ์	
ง. การดื่มน้ำประปาโดยตรงจากก๊อกอาจเป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น ทำให้เป็นโรคนี้	
3. น้ำประปามีคุณภาพดีดื่มได้ปลอดภัยครบทุกพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร ในปีใด	
ก. 2542            ข. 2543            ค. 2544            ง. ยังไม่มีกำหนดแน่นอน	— (27)
4. หน่วยงานใดต่อไปมี <u>ไม่ได้มี</u> ส่วนร่วมสร้างความเชื่อมั่นในการบริโภคน้ำประปาให้กับประชาชน	
ก. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์	— (28)
ข. สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ	
ค. คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล	
ง. การประปานครหลวง	
5. น้ำประปาที่เหมาะสมสำหรับใช้ดื่มได้นั้นควรมีคุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐานน้ำดื่มของหน่วยงานใด	
ก. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	— (29)
ข. กรมอนามัย	
ค. กองวิเคราะห์อาหาร	
ง. องค์การอนามัยโลก	

6. ท่านสามารถขอรับบริการตรวจสอบน้ำประปาในที่พักอาศัยของท่านว่ามีคุณภาพดี สามารถดื่มได้อย่างปลอดภัยหรือไม่ จากหน่วยงานใด
- ก. คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ข. กองวิเคราะห์อาหาร กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- ค. การประปานครหลวง
- ง. ยังไม่มีหน่วยงานใดที่ให้บริการทางด้านนี้
7. หากเปรียบเทียบอัตราค่า น้ำประปา กับ ผลผลิตก้นน้ำดื่มส่วนใหญ่ ที่มีขายอยู่ในท้องตลาดต่อลิตรแล้ว ท่านพบว่า
- ก. น้ำประปาราคาถูกกว่าผลผลิตก้นน้ำดื่ม
- ข. น้ำประปาราคาแพงกว่าผลผลิตก้นน้ำดื่ม
- ค. น้ำประปา กับ ผลผลิตก้นน้ำดื่มมีราคาเท่ากัน
- ง. นำน้ำประปามาเปรียบเทียบกับราคากับผลผลิตก้นน้ำดื่มไม่ได้
8. ภาชนะใดต่อไปนี้ไม่เหมาะสมสำหรับเก็บกักน้ำประปาเพื่อการบริโภค
- ก. ตุ่ม หรือ โอ่ง
- ข. ถังน้ำไฟเบอร์กลาส
- ค. ถังน้ำสแตนเลส
- ง. ถังโลหะ
9. น้ำประปาที่ผ่านเข้าไปยังระบบจ่ายน้ำตามบ้าน บางครั้งมีลักษณะขุ่น มีตะกอน มีสีสนิม หรือกลายเป็นน้ำประปาที่ไม่ได้มาตรฐาน ด้อยคุณภาพ อาจเป็นเพราะสาเหตุต่อไปนี้ ยกเว้นข้อใด
- ก. น้ำประปาผ่านเครื่องปั้มน้ำที่ติดตั้งไว้ตามบ้านเพื่อสูบน้ำโดยตรงจากเส้นท่อ
- ข. ขั้นตอนการผลิต กระบวนการจ่ายน้ำ และการควบคุมคุณภาพน้ำประปาที่ขาดประสิทธิภาพเพียงพอ
- ค. น้ำประปาผ่านท่อประปาแยกเข้าบ้านที่เก่าขึ้นสนิม หรือแตก รั่ว
- ง. น้ำประปาผ่านเครื่องกรองน้ำที่เก่า ขาดการล้างหรือเปลี่ยนไส้กรอง หรือผ่านถังพักน้ำที่ไม่เคยล้าง

สำหรับ  
ผู้วิจัย

—

(30)

—

(31)

—

(32)

—

(33)

10. ข้อใดต่อไปนี้เป็นกรต็มน้ำประปาที่ ยังไม่ตรง กับที่ทาง โครงการน้ำประปาต็มได้  
 ทำการรณรงค์
- ก. ต็มน้ำประปาจากก๊อกที่ต้อมจากท้อประปาโดยตรง
- ข. เอาภาชนะรณรงค์น้ำประปาจากก๊อก แล้วนำไปแช่ตู้เย็น เก็บไว้สำหรับต็ม
- ค. รณรงค์น้ำประปาจากก๊อกใส่ภาชนะ ต้งท้งไว้สั๊กพักให้กลั่นคลอรีนระเหยไปจนหมด ก่อนการบริโภ
- ง. นำน้ำประปามาต็มเพียงไม่กี่นาทีแค้ให้กลั่นคลอรีนระเหยหมดไปเท่านั้น แล้วจึงนำมาใช้ต็ม

สำหรับ  
ผู้วิจัย—  
(34)

#### ส่วนที่ 4 ทศนคตต่อการบริโภคน้ำประปา

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคตเห็นของท่านมากที่สุด  
 เพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ (8 ข้อ)

ท่านมีความคตเห็นอย่างไรในเรื่องต้อมไปนี้	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	สำหรับ ผู้วิจัย
1. บัจจุบันคุณภาพน้ำประปาได้รับการพัฒนาต็มขึ้น						__ (35)
2. น้ำประปาสะอาด ปลอดภัย ปราศจากเชื้อโรค						__ (36)
3. น้ำประปาเป็นน้ำที่ได้มาตรฐานในเรื่องของปริมาณเกลือแร่						__ (37)
4. น้ำประปาสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการต็มได้						__ (38)
5. น้ำประปาต็มได้โดยตรงจากก๊อก						__ (39)
6. การต็มหรือรณรงค์น้ำประปาก่อนจะนำมาใช้ต็ม ไม่ใช่สิ่งจำเป็นสำหรับท่านอีกต้อมไป						__ (40)
7. การต็มน้ำประปาช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้ดหาน้ำต็มมาเพื่อบริโภค						__ (41)
8. น้ำประปาเป็นน้ำต็มที่เหมาะสมกับร่างกายของคนเรา						__ (42)



พฤติกรรม	สัปดาห์ ละ 1 ครั้ง (5)	2 สัปดาห์ ต่อ 1 ครั้ง (4)	เดือนละ 1 ครั้ง (3)	2-3 เดือน ต่อ 1 ครั้ง (2)	นานกว่า นั้น (1)	ไม่เคย เลย (0)	สำหรับ ผู้วิจัย
8. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นดื่มน้ำประปาโดยตรงจากก๊อกเช่นเดียวกับตัวท่าน							__(50)
9. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นคอยระมัดระวังดูแลระบบท่อจนถึงอุปกรณ์ใช้น้ำภายในบ้าน ด้วยท่านเชื่อว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้การบริโภคน้ำประปาในบ้านเป็นไปได้อย่างปลอดภัย							__(51)
10. ท่านแนะนำให้ผู้อื่นช่วยกันดูแลระบบท่อซึ่งเป็นสมบัติของส่วนรวม ไม่ให้ผู้ใดมาทำลายต่อคุณภาพน้ำประปา เพื่อรักษามาตรฐานน้ำดื่มของน้ำประปา							__(52)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ข

### โรงงานผลิตน้ำของการประปานครหลวง

โรงงานผลิตน้ำหลักของการประปานครหลวงมี 4 แห่ง ดังนี้

#### 1. โรงงานผลิตน้ำสามเสน

สถานที่ตั้ง :

โรงงานผลิตน้ำสามเสนเป็นโรงงานผลิตน้ำแห่งแรกของ กปน. จัดตั้งขึ้นในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว<sup>๓</sup>

กำลังการผลิต :

สามารถผลิตจ่ายน้ำได้วันละประมาณ 678,000 ลูกบาศก์เมตร

แหล่งน้ำดิบที่ใช้ในการผลิต :

ใช้น้ำดิบจากแม่น้ำเจ้าพระยา โดยผ่านคลองประปาจนถึงโรงงานผลิตน้ำเป็นความยาวประมาณ 31 กิโลเมตร

เปิดดำเนินการเมื่อ :

เปิดดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2457

เขตพื้นที่จ่ายน้ำ :

สามารถให้บริการในพื้นที่ เขตพญาไท ดุสิต พระนคร และราชเทวี

<sup>๓</sup> วันที่ 13 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2452 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ประกาศพระบรมราชโองการ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้กรมสุขาภิบาลจัดการที่จะนำน้ำมาใช้ในพระนครตามแบบอย่างที่เหมาะสมแก่ภูมิประเทศ การที่จะต้องจัดทำนั้นคือ

1. ให้จัดทำที่น้ำซึ่งที่คลองเชียงราก แขวงเมืองปทุมธานี อันเป็นที่ทันเขตน้ำเค็มขึ้นถึงทุกฤดู
2. ให้ขุดคลองแยกจากที่ซึ่งน้ำนั้นเป็นทางน้ำลงมาถึงคลองสามเสนฝั่งเหนือ ตามแนวทางรถไฟ
3. ตั้งโรงสูบน้ำขึ้น ณ ที่ตำบลนั้น สูบน้ำขึ้นยังที่เกราะกรองตามวิธีให้น้ำสะอาดบริสุทธิ์ปราศจากสิ่งซึ่งจะเป็นเชื้อโรค แล้วจำหน่ายน้ำไปยังที่ต่าง ๆ ตามควรแก่ท้องที่ของเขตพระนคร

กิจการอย่างนี้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เรียกตามภาษาสันสกฤต เพื่อจะให้เป็นคำสั้นว่า "การประปา"

ตอนหนึ่งของพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว

ในการเปิดกิจการประปาสยาม 14 พฤศจิกายน 2457

"ขอประปาจงเป็นผลสำเร็จสมความพระราชประสงค์ของสมเด็จพระชนกนาถของเรา และความประสงค์ของเรา และความประสงค์ของท่านทั้งหลาย บรรดาที่ได้ช่วยทำการอันนี้สำเร็จ ขออำนาจอันจะหลังจากประปานี้ จงเป็นเครื่องประหารสรรพโรคภัยที่จะเบียดเบียนให้ร้ายแก่ประชาชนผู้เป็นพสกนิกรของเรา ขออำนาจนี้ที่ได้รับพรแล้ว โดยพระสงฆ์ได้สวดมนต์ และโดยเราได้ตั้งใจให้พร จงบันดาลให้เป็นน้ำมนต์ทำให้ประชาชนมีความสุขสวัสดิ์ผ่องแผ้ว เจริญทั่วทุกตัวคนตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป"

## 2. โรงงานผลิตน้ำธนบุรี

สถานที่ตั้ง :

โรงงานผลิตน้ำธนบุรีเป็นโรงงานผลิตน้ำแห่งที่ 2 ของ กปน. ตั้งอยู่บริเวณถนนจรัลสนิทวงศ์ แขวง บ้านช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย กทม.10700

กำลังการผลิต :

เนื่องจากเป็นโรงงานผลิตน้ำขนาดเล็ก จึงสามารถผลิตจ่ายน้ำได้วันละประมาณ 161,000 ลูกบาศก์เมตร

แหล่งน้ำดิบที่ใช้ในการผลิต :

ใช้น้ำดิบจากแม่น้ำเจ้าพระยา โดยผ่านคลองประปาจนถึงโรงงานผลิตน้ำเป็นความยาวประมาณ 28 กิโลเมตร และผ่านเส้นท่อขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 900 มม. ความยาว 10 กม. เข้าสู่โรงงานผลิตน้ำ

เปิดดำเนินการเมื่อ :

เปิดดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2507

เขตพื้นที่จ่ายน้ำ :

สามารถให้บริการในพื้นที่ เขตบางกอกน้อย คลองจั่น และบางพลัด

## 3. โรงงานผลิตน้ำบางเขน

สถานที่ตั้ง :

โรงงานผลิตน้ำบางเขนเป็นโรงงานผลิตน้ำแห่งที่ 3 ของ กปน. ตั้งอยู่ริมถนนประชาชื่น แขวงทุ่งสองห้อง เขตดอนเมือง กทม.10210

กำลังการผลิต :

โรงงานผลิตน้ำบางเขนเป็นโรงงานผลิตน้ำขนาดใหญ่ สามารถผลิตจ่ายน้ำได้ประมาณวันละ 3,200,000 ลูกบาศก์เมตร

แหล่งน้ำดิบที่ใช้ในการผลิต :

ใช้น้ำดิบจากแม่น้ำเจ้าพระยา โดยผ่านคลองประปาจนถึงโรงงานผลิตน้ำเป็นความยาวประมาณ 18.5 กิโลเมตร

เปิดดำเนินการเมื่อ :

เปิดดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522

เขตพื้นที่จ่ายน้ำ :

เนื่องจากเป็นโรงงานผลิตน้ำขนาดใหญ่มีกำลังการผลิตสูง จึงสามารถให้บริการในพื้นที่ส่วนใหญ่ของ กทม. คือ ตั้งแต่เขตดอนเมือง บางเขน นนทบุรี ปากเกร็ด บางซื่อ จตุจักร พญาไท ดินแดง ห้วยขวาง พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ บางรัก ปทุมวัน สาทร บางคอแหลม ยานนาวา คลองเตย

สวนหลวง ลาดพร้าว บางกะปิ บึงกุ่ม พระโขนง พระประแดง สมุทรปราการ ภาษีเจริญ บางกอกใหญ่  
หนองแขม ราษฎร์บูรณะ จอมเทียน และบางขุนเทียน

#### 4. โรงงานผลิตน้ำมหาสวัสดิ์

สถานที่ตั้ง :

โรงงานผลิตน้ำมหาสวัสดิ์เป็นโรงงานผลิตน้ำประปาแห่งที่ 4 ตั้งอยู่ริมถนนวงแหวนรอบนอก ติด  
คลองมหาสวัสดิ์ บริเวณ ต.ปลายบาง อ.บางกรวย จ.นนทบุรี เนื้อที่ประมาณ 550 ไร่ ใช้วงเงินก่อสร้าง  
2,200 ล้านบาท

กำลังการผลิต :

ในช่วงแรกจะผลิตน้ำประปาได้ 4 แสนลูกบาศก์เมตรต่อวัน หรือ 3.2 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน  
เมื่อโครงการเสร็จสิ้น

แหล่งน้ำดิบที่ใช้ในการผลิต :

ในระยะแรกใช้น้ำดิบจากคลองประปาชุดใหม่ (ยาว 36 กิโลเมตร) ที่ขุดจากแม่น้ำท่าจีนมายังโรง  
งานผลิตน้ำ และในระยะที่ 2 จะใช้น้ำดิบจากแม่น้ำแม่กลอง และเขื่อนวชิราลงกรณ์เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ  
เปิดดำเนินการเมื่อ :

ได้เริ่มทำการทดลองเปิดจ่ายน้ำเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2539

เขตพื้นที่จ่ายน้ำ :

สามารถให้บริการน้ำให้แก่พื้นที่หลัก ได้แก่ ถนนวงแหวนรอบนอกตั้งแต่อำเภอบางบัวทองจรด  
เขตบางขุนเทียน ถนนรัตนวิเศษ ถนนบางกรวย-ไทรน้อย ถนนพระราชชนนี ถนนเพชรเกษม ถนนเอก  
ชัย ถนนบางขุนเทียน และถนนพรานนกตัดใหม่ ซึ่งเดิมประสบปัญหาขาดแคลนน้ำ จะมีน้ำประปาใช้  
อย่างเพียงพอ โดยสามารถให้บริการผู้ใช้น้ำได้ 6 แสนคน

นอกจากนี้ยังมีโรงงานผลิตน้ำเสริมของการประปานครหลวงรอบนอกอีกด้วย

-โรงงานผลิตน้ำขนาดเล็ก และ โรงงานผลิตน้ำเสริม

เพื่อเสริมในระบบรอบนอก เช่น ที่มีนบุรี หนองจอก บริเวณเชิงสะพานพระรามหก และบางบัว  
ทอง สามารถผลิตและจ่ายน้ำได้ ในอัตรารวมกันวันละประมาณ 80,000 ลูกบาศก์เมตร

-บ่อบาดาลเสริม

ในจุดที่น้ำจากโรงงานผลิตและสถานีสูบน้ำจ่ายต่าง ๆ ไปไม่ถึง จะมีระบบบ่อบาดาลเสริมรวมอัตรา  
สูบน้ำประมาณวันละ 130,000 ลูกบาศก์เมตร



## ภาคผนวก ค

### สถานีสูบน้ำของการประปานครหลวง

การประปานครหลวงผลิตและสูบน้ำส่งประชาชนประมาณวันละ 3.5 ล้านลูกบาศก์เมตร โดยแบ่งแยกตามสถานที่ผลิตและสูบน้ำดังนี้

1. สถานีสูบน้ำบางเขน ตั้งอยู่ในโรงงานผลิตน้ำบางเขน รับน้ำที่ผลิตขึ้นในโรงงานผลิตน้ำบางเขน สูบน้ำในอัตราวันละประมาณ 500,000 ลูกบาศก์เมตร
2. สถานีสูบน้ำพหลโยธิน ตั้งอยู่ที่ถนนสุทธิสาร รับน้ำจากระบบอุโมงค์ส่งน้ำ มีอัตราการสูบน้ำประมาณวันละ 200,000 ลูกบาศก์เมตร
3. สถานีสูบน้ำลุมพินี ตั้งอยู่ที่ถนนราชดำริ รับน้ำจากระบบอุโมงค์ส่งน้ำ มีอัตราการสูบน้ำประมาณวันละ 310,000 ลูกบาศก์เมตร
4. สถานีสูบน้ำท่าพระ ตั้งอยู่ที่สามแยกท่าพระ รับน้ำจากระบบอุโมงค์ส่งน้ำ มีอัตราการสูบน้ำประมาณวันละ 460,000 ลูกบาศก์เมตร
5. สถานีสูบน้ำคลองเตย ตั้งอยู่ที่ซอยบ้านกล้วยใต้ รับน้ำจากระบบอุโมงค์ส่งน้ำ มีอัตราการสูบน้ำได้ประมาณวันละ 260,000 ลูกบาศก์เมตร
6. สถานีสูบน้ำลาดพร้าว ตั้งอยู่ที่ซอยลาดพร้าว 86 รับน้ำจากระบบอุโมงค์ส่งน้ำ มีอัตราการสูบน้ำได้ประมาณวันละ 270,000 ลูกบาศก์เมตร
7. สถานีสูบน้ำสำโรง ตั้งอยู่ที่ถนนรถไฟสายปากน้ำ รับน้ำจากระบบอุโมงค์ส่งน้ำ มีอัตราการสูบน้ำได้ประมาณวันละ 270,000 ลูกบาศก์เมตร
8. สถานีสูบน้ำราษฎร์บูรณะ ตั้งอยู่ที่ถนนพระรามที่ 2 รับน้ำจากระบบอุโมงค์ส่งน้ำ มีอัตราการสูบน้ำได้ประมาณวันละ 130,000 ลูกบาศก์เมตร
9. สถานีสูบน้ำบริเวณโรงงานผลิตสามเสน เป็น โรงสูบน้ำขนาดเล็กหลายโรงประกอบกัน โดยได้รับน้ำจากโรงงานผลิตน้ำสามเสน และสูบน้ำออกรอบบริเวณโรงงานผลิตสามเสนรวมกัน ในอัตราสูบน้ำจ่ายประมาณวันละ 700,000 ลูกบาศก์เมตร
10. สถานีสูบน้ำธนบุรี ตั้งอยู่ในโรงงานผลิตน้ำธนบุรี ถนนจรัลสนิทวงศ์ รับน้ำจากโรงงานผลิตน้ำธนบุรี มีอัตราการสูบน้ำได้ประมาณวันละ 2000,000 ลูกบาศก์เมตร

## ภาคผนวก ง

### การวิเคราะห์คุณภาพน้ำของการประปานครหลวง

การวิเคราะห์คุณภาพน้ำของการประปานครหลวง สามารถจำแนกได้ดังนี้

ประเภทของน้ำ	ความถี่	พารามิเตอร์ที่วิเคราะห์
น้ำดิบก่อนการผลิต	ปกติ 12 ครั้งต่อปี วิกฤต ทุกสัปดาห์ ทุก 3 เดือน ทุกปี	ทางเคมี-ฟิสิกส์ และจุลชีวะอย่างละเอียด ตามสิ่งที่ก่อให้เกิดวิกฤต เชื้อก่อโรคในระบบทางเดินอาหาร โลหะหนัก, สารพิษทางการเกษตร, ไขมันตภาพรังสี
น้ำในระบบ ผลิตรวมน้ำประปา	4-6 ครั้งต่อวัน ทุกวัน ทุกเดือน ทุก 3 เดือน ทุกปี	ความขุ่น ,pH, การใช้สารเคมีที่เหมาะสมคลอรีนอิสระ ความขุ่น ,pH, ค่าการนำไฟฟ้า ,สารละลายทั้งหมด ,คลอรีน อิสระ, โคลิฟอร์มแบคทีเรีย, E.coli ทางเคมี-ฟิสิกส์ และจุลชีวะอย่างละเอียด เชื้อก่อโรคในระบบทางเดินอาหาร โลหะหนัก, สารพิษทางการเกษตร, ไขมันตภาพรังสี
น้ำในระบบ ส่งน้ำและจ่ายน้ำ	ทุกวัน ทุกเดือน ทุก 3 เดือน ทุกปี	ความขุ่น ,pH, ค่าการนำไฟฟ้า ,สารละลายทั้งหมด ,คลอรีน อิสระ, โคลิฟอร์มแบคทีเรีย, E.coli ทางเคมี-ฟิสิกส์ และจุลชีวะอย่างละเอียด เชื้อก่อโรคในระบบทางเดินอาหาร โลหะหนัก, สารพิษทางการเกษตร, ไขมันตภาพรังสี
น้ำบาดาล	ทุก 6 เดือน ทุกปี	ทางเคมี-ฟิสิกส์ และจุลชีวะอย่างละเอียด โลหะหนัก, สารพิษทางการเกษตร

## ภาคผนวก จ

## มาตรฐานคุณภาพน้ำประปาของการประปานครหลวง

(ตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลก WHO ปี 2536)

พารามิเตอร์	หน่วย (units)	คำแนะนำ
<b>1. คุณสมบัติทางแบคทีเรีย (Bacteriological quality)</b>		
โคลิฟอร์มแบคทีเรีย (Total coliform bacteria)	MPN/100ml	ไม่พบ
แบคทีเรียชนิดอีโคไล (E. coli)	MPN/100ml	ไม่พบ
<b>2. คุณสมบัติทางเคมี ฟิสิกส์</b>		
สีปรากฏ (Appearance colour)	True colour unit	15
ความขุ่น (Turbidity)	NTU	5
รสและกลิ่น (Taste and odour)	-	ไม่เป็นที่ยอมรับ
สารหนู(Arsenic)	mg/1	0.01
แคดเมียม (Cadmium)	mg/1	0.003
โครเมียม (Chromium)	mg/1	0.05
ไซยาไนด์ (Cyanide)	mg/1	0.07
ตะกั่ว (Lead)	mg/1	0.01
ปรอท (Mercury)	mg/1	0.001
เซเลเนียม (Selenium)	mg/1	0.01
ฟลูออไรด์ (Fluoride)	mg/1	1.5
คลอไรด์ (Chloride)	mg/1	250
ทองแดง (Copper)	mg/1	1
เหล็ก (Iron)	mg/1	0.3
แมงกานีส (Manganese)	mg/1	0.1
อลูมิเนียม (Aluminium)	mg/1	0.2
โซเดียม (Sodium)	mg/1	200
ซัลเฟต (Sulfate)	mg/1	250

พารามิเตอร์	หน่วย (units)	คำแนะนำ
สังกะสี (Zinc)	mg/1	3
ไฮโดรเจนซัลไฟด์ (Hydrogen sulfide)	mg/1	0.05
ปริมาณมวลสารที่ละลายทั้งหมด (Total dissolved solids)	mg/1	1,000
ไนเตรทในรูปไนโตรเจน (Nitrate as N)	mg/1	10
แอมโมเนียในรูปไนโตรเจน (Ammonia as N)	mg/1	1.5
เบนซีน (Benzene)	µg/1	10
คาร์บอนเตตระคลอไรด์ (Carbon Tetrachloride)	µg/1	2
ไดโครโรมีเทน (Dichloromethane)	µg/1	20
หนึ่ง,สอง · ไดโครโรอีเทน (1,2 · Dichloroethane)	µg/1	30
เบนโซไพรีน (Benzo[a]pyrene)	µg/1	0.7
<b>3. สารเคมีที่ใช้ป้องกันและกำจัดศัตรูพืช (Pesticides)</b>		
อัลดรินและดีลดริน (Aldrin / Dieldrin)	µg/1	0.03
คลอเดน (Chlordane)	µg/1	0.2
ดีดีที (DDT)	µg/1	2
สอง,สี่ . ดี (2,4 · D)	µg/1	30
เฮปตาคลอและเฮปตาคลออีพอกไซด์ (Heptachlor and Heptachlor epoxide)	µg/1	0.03
เฮกซะคลอโรเบนซีน (Hexachlorobenzene)	µg/1	1
ลินเดน (Lindane)	µg/1	2
เมททอซคลอ (Methoxychlor)	µg/1	20
เพนตาคลอโรฟีนอล (Pentachlorophenol)	µg/1	9
<b>4. ไตรฮาโลมีเทน (Trihalomethanes)</b>		
คลอโรฟอร์ม (Chloroform , CHCl <sub>3</sub> )	µg/1	200
โบรมไคคลอโรมีเทน (Bromodichloromethane , CHBr <sub>2</sub> Cl <sub>2</sub> )	µg/1	60
ไดโบรมไคคลอโรมีเทน (Dibromochloromethane , CHBr <sub>2</sub> Cl)	µg/1	100
โบรมิฟอร์ม (Bromoform , CHBr <sub>3</sub> )	µg/1	100
<b>5. กัมมันตภาพรังสี (Radioactive)</b>		
ความเข้มรวมรังสีแอลฟา (Gross alpha activity)	Bg/1	0.1
ความเข้มรวมรังสีเบต้า (Gross beta activity)	Bg/1	1

## ภาคผนวก จ

ตัวอย่างคุณภาพน้ำเฉลี่ยของโรงงานผลิตน้ำสามเสนและธนบุรี ปีงบประมาณ 2541

พารามิเตอร์	หน่วย	โรงงานผลิตน้ำ สามเสน	โรงงานผลิตน้ำ ธนบุรี
สีจริง/สีปรากฏ	แพลตตินัม-โคบอลต์	0/6	0/4
กลิ่น	-	คลอรีน	คลอรีน
ความขุ่น	เอ็นทียู	1.06	0.97
ความเป็นกรด-ด่าง	-	7.28	7.37
ความนำจำเพาะ	ไมโครโมส/ซม.	274	273
ความเป็นต่างทั้งหมด	มก./ล.	82	84
ความเป็นต่างฟีนอลทาสีน	มก./ล.	0	0
ปริมาณมวลสารทั้งหมด	มก./ล.	165	165
สารละลาย	มก./ล.	164	164
สารแขวนลอย	มก./ล.	-	-
สารกระด้างทั้งหมด	มก./ล.	97	97
สารกระด้างชั่วคราว	มก./ล.	82	84
สารกระด้างถาวร	มก./ล.	15	13
คลอไรด์	มก./ล.	14	14
ซัลเฟต	มก./ล.	38	35
ออกซิเจนคอนซุม	มก./ล.	2.45	2.59
แอมโมเนียอิสระ-ไนโตรเจน	มก./ล.	0.05	0.05
แอมโมเนียอัลบูมินอย-ไนโตรเจน	มก./ล.	1.27	0.14
ไนเตรท-ไนโตรเจน	มก./ล.	0.30	0.25
ไนไตรท์-ไนโตรเจน	มก./ล.	0.00	0.00
แคลเซียม	มก./ล.	22.5	23.3
เหล็ก	มก./ล.	0.04	0.02
ฟลูออไรด์	มก./ล.	0.28	0.4
แมงกานีส	มก./ล.	0.10	0.01

พารามิเตอร์	หน่วย	โรงงานผลิตน้ำ สามเสน	โรงงานผลิตน้ำ ธนบุรี
แมกนีเซียม	มก./ล.	7.4	6.1
คลอรีนอิสระ	มก./ล.	0.80	1.00
บคทีเรียทั้งหมด 37 องศา 43 ซม.	โคโลนี/มล.	-	-
โคลิฟอร์มแบคทีเรีย	MPN/100 มก.	0	0
สาหร่าย	ยูนิต/100 มก.	397	507



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ช

### ข้อคำถาม-คำตอบ เกี่ยวกับน้ำดื่มและคุณภาพน้ำประปา

(ข้อมูลจาก กองควบคุมคุณภาพน้ำประปา การประปานครหลวง : twqc\_div@water.mwa.or.th)

#### 1. ทำไมน้ำประปามีสีน้ำตาลแดง

- ลักษณะที่เกิดคือ เมื่อเปิดก๊อกน้ำตอนเช้าปรากฏว่าน้ำประปามักจะมีสีน้ำตาลแดง
- สาเหตุเนื่องจาก สนิมเหล็กที่เกิดภายในท่อประปา หรือข้อต่ออุปกรณ์ท่อที่เป็นชนิดเหล็ก อาบสังกะสี
- สนิมเหล็กเกิดขึ้นเพราะมีการเสื่อมสภาพของท่อและอุปกรณ์ดังกล่าว ซึ่งมีอายุการใช้งาน ประมาณ 5 ปี
- จึงควรเปลี่ยนไปใช้ท่อชนิดพลาสติก (PVC) แทน

#### 2. ควรติดตั้งเครื่องกรองน้ำหรือไม่

- น้ำประปาที่มีกลิ่นคลอรีนเหลือในน้ำ แสดงถึงความปลอดภัยต่อการดื่ม และปราศจากเชื้อโรคต่าง ๆ ในน้ำ
- ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นต้องติดตั้งเครื่องกรองน้ำ
- แต่หากผู้ใช้น้ำไม่ต้องการให้มีกลิ่นคลอรีนในน้ำประปา อาจะติดตั้งเครื่องกรองน้ำใช้งานด้วย
- การเลือกประเภทเครื่องกรองน้ำ ต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการด้วย
- จึงควรบอกผู้ขายด้วยว่าต้องการกำจัดอะไรบ้าง เช่น กลิ่น สี ความขุ่น ความกระด้าง
- ไม่เช่นนั้นแล้วผู้ขายจะจัดเครื่องกรองชนิดครอบจักรวาล ทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูงโดยไม่จำเป็น
- ควรหลีกเลี่ยงเครื่องกรองน้ำชนิดผลิตน้ำกลั่นหรือชนิด Reverse Osmosis (R.O.)\*\*\* ที่อาจจะสกัดเอาสารเคมี,เกลือแร่ที่จำเป็นต่อร่างกายออกไป
- การใช้เครื่องกรองน้ำจะต้องระลึกอยู่เสมอว่า จำเป็นต้องทำความสะอาดเครื่องกรองน้ำตามคำแนะนำของผู้ผลิตอย่างสม่ำเสมอ มิฉะนั้นเครื่องกรองน้ำนั้นจะกลายเป็นแหล่งเพาะเชื้อโรค และทำให้น้ำประปาที่ได้มาตรฐานแล้วกลับปนเปื้อนได้เมื่อผ่านเครื่องกรอง

#### น้ำดื่มที่ผ่านการกรอง

- ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่เข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับการดื่มน้ำที่ผ่านเครื่องกรองน้ำ
- ระบบการกรองน้ำมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการนำน้ำชนิดนั้น ๆ

- หากท่านคิดจะติดตั้งอุปกรณ์ดังกล่าวไว้ที่บ้านสักเครื่อง ขอให้คิดให้รอบคอบเสียก่อนว่า เครื่องกรองน้ำนั้น มีคุณสมบัติในการกรองอะไรที่อยู่ในน้ำ
- กรองเฉพาะตะกอนที่แขวนลอย หรือกรองเกลือแร่บางชนิดที่อยู่ในน้ำ
- หากเป็นการกรองเกลือแร่ที่อยู่ในน้ำ ก็ควรทราบว่าเป็นการกรองเอาเกลือแร่ชนิดใดออกไปบ้าง
- และประการสำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ น้ำที่จะนำมาผ่านเครื่องกรองนั้นเป็นน้ำจากแหล่งใด
- หากเป็นน้ำประปา ซึ่งเป็นน้ำที่ได้มาตรฐานในเรื่องของปริมาณเกลือแร่และสารอื่น ๆ ที่ปนอยู่ในน้ำแล้ว ท่านก็ไม่จำเป็นต้องนำไปผ่านเครื่องกรองสารเกลือแร่อีกต่อไป
- ท่านอาจได้รับภัยทางกาย เมื่อใช้เครื่องกรองที่ไม่เหมาะสมนาน ๆ
- อาจทำให้ท่านขาดสารอาหารบางตัวได้ หากพฤติกรรมการบริโภคของท่านไม่ดีเท่าที่ควร

\*\*\*หมายเหตุ : น้ำ อาร์ โอ คือน้ำที่ผ่านการกรองด้วยกระบวนการรีเวิร์สออสโมซิส (Reverse Osmosis หรือ R.O.) ซึ่งหลักการกรองอธิบายได้ง่าย ๆ ก็คือการกรองน้ำโดยให้น้ำผ่านเยื่อบาง ๆ ที่เรียกว่าเมมเบรน (Membrane) ซึ่งจะมีแต่โมเลกุลของน้ำที่ผ่านไปได้ ส่วนสารละลายอื่น ๆ แร่ธาตุอาหารต่าง ๆ ที่อยู่ในน้ำจะถูกกรองไว้ น้ำที่ผ่านระบบ อาร์ โอ จึงเป็นน้ำที่บริสุทธิ์คล้ายน้ำกลั่น มีสภาพเป็นกรดอ่อน ๆ เหมาะสำหรับใช้ในวงการแพทย์ เช่น การล้างไต และอุตสาหกรรมผลิตยา ไม่เหมาะที่จะนำมาใช้เป็นน้ำดื่ม

เนื่องจากตามหลักวิชากาสน้ำบริสุทธิ์ไม่ใช่สำหรับดื่ม คนปกติต้องการน้ำสะอาดไม่จำเป็นต้องดื่มน้ำบริสุทธิ์หรือน้ำกลั่น น้ำดื่มควรเป็นน้ำที่สะอาดปราศจากเชื้อโรคที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย และมีเกลือแร่ต่าง ๆ ที่ร่างกายต้องการในปริมาณที่พอเหมาะตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลก และประกาศของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งน้ำประปาก็มีเกลือแร่ต่าง ๆ อยู่ในมาตรฐานขององค์การอนามัยโลก เช่นกัน

น้ำที่ผ่านระบบ อาร์ โอ เป็นน้ำที่ไม่มีแร่ธาตุต่าง ๆ ที่ร่างกายต้องการผสมอยู่น้อยมากหรือไม่มีเลย ดังนั้นผู้ที่ดื่มน้ำ อาร์ โอ มาก ๆ จะทำให้ร่างกายเสียสมดุล เพราะน้ำบริสุทธิ์จะสามารถละลายหรือสกัดเกลือแร่ออกจากร่างกายได้ แม้ว่าจะยังไม่มีการวิจัยทางการแพทย์ที่ชี้ชัดว่า การดื่มน้ำ อาร์ โอ จะก่อให้เกิดโทษต่อร่างกาย แต่ในบางประเทศก็มีรายงานการศึกษาพบว่า ผู้ที่ดื่มน้ำที่ผ่านกรรมวิธีกำจัดเกลือแร่บางชนิดออกไป กับผู้ที่ดื่มน้ำประปา พบว่าผู้ที่ดื่มน้ำประปามีโอกาสเป็นโรคหัวใจได้น้อยกว่า เพราะการทำงานของกล้ามเนื้อหัวใจต้องอาศัยเกลือแร่

ปัจจุบันน้ำ อาร์ โอ มีจำหน่ายทั้งในรูปแบบบรรจุขวด บางรายมีการนำเครื่องผลิตน้ำ อาร์ โอ ซึ่งมีราคาเป็นหมื่นขึ้นไป ไปเสนอขายให้กับผู้บริโภค โดยมีการสาธิตด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์เชิงเล่นกล เพื่อชี้ให้เห็นให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่า น้ำประปาหรือน้ำดื่มทั่วไปไม่สะอาดเท่ากับน้ำที่ผ่านระบบ อาร์ โอ ล่าสุดได้มีการค้าชนิดหนึ่งที่เรียกว่า ระบบแฟรนไชส์ (Franchise) นำตู้น้ำดื่มระบบ อาร์ โอ ขายตามปั้มน้ำมันห้างสรรพสินค้า หรืออพาร์ทเมนท์ต่าง ๆ ซึ่งตู้น้ำดื่มที่ว่า จะกรองน้ำจากท่อประปาจำหน่ายให้ผู้บริโภคในราคาลิตรละ 2 บาท โดยผู้บริโภคจะต้องนำภาชนะไปรองน้ำเอง ซึ่งเป็นการฉกฉวยช่องทางตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อน้ำดื่มในราคาที่ถูกลงกว่า น้ำดื่มบรรจุขวด

โดยปกติน้ำประปาก็เป็นน้ำที่ผ่านกระบวนการการผลิตที่ได้มาตรฐานมีเกลือแร่ที่มีประโยชน์ ดื่มได้อย่างปลอดภัยอยู่แล้ว เมื่อเอาเครื่อง อาร์ โอ มากกรองน้ำประปาอีกครั้งหนึ่ง จึงทำให้แร่ธาตุต่าง ๆ ในน้ำลดลงไป ถ้ามองในแง่ของการใช้ทรัพยากร ก็นับว่าสิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ เพราะน้ำประปาเป็นน้ำที่ดื่มได้ตามมาตรฐานองค์การอนามัยโลก (WHO) อีกทั้งราคาก็ไม่แพง เพียงลิตรละ 1 สตางค์เท่านั้น แต่พอนำไปผ่านระบบ อาร์ โอ กลับมีราคาพุ่งขึ้นถึง 200 เท่า และยังเป็นการตอกย้ำให้ประชาชนคิดว่าน้ำประปาไม่สะอาดพอ ต้องนำมากรองเสียก่อนจึงจะดื่มได้ แต่หากนำเครื่อง อาร์ โอ นี้ไปกรองน้ำทะเลหรือน้ำบาดาลในที่ที่ขาดแคลนน้ำดื่มที่สะอาดก็คงจะเป็นเรื่องที่เหมาะสมกว่า แต่ก็ไม่ว่าระบบของเครื่อง จะสามารถกรองรับสภาพน้ำเค็มหรือน้ำบาดาลเหล่านั้นได้แค่ไหน และจะสามารถจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในราคาลิตรละ 2 บาทหรือเปล่า



### 3. น้ำกลั่นเหมาะสมกับการดื่มหรือไม่

- น้ำกลั่นไม่เหมาะสมสำหรับการดื่ม (แต่จะใช้ในการแพทย์เพื่อผลสมยา)
- เพราะเป็นน้ำอ่อนมากมีสภาพเป็นกรดเล็กน้อย มีผลต่อร่างกาย
- ทางกรแพทย์พบว่า อาจจะเป็นสาเหตุโรคหัวใจได้ง่ายกว่าผู้ที่ดื่มน้ำที่มีแร่ธาตุครบถ้วน อย่างเช่นน้ำประปา
- มีราคาแพงเกินไป
- ที่สำคัญเป็นน้ำที่ได้กำจัดแร่ธาตุที่จำเป็นต่อร่างกายออกไปหมด จึงอาจเป็นอันตรายต่อร่างกายได้

### 4. น้ำดื่มบรรจุขวดเหมาะสมเป็นน้ำดื่มหรือไม่

- น้ำดื่มบรรจุขวด สะดวกต่อการดื่มในขณะที่เดินทางหรือปฏิบัติภารกิจนอกบ้าน
- แต่ควรระมัดระวังน้ำดื่มบรรจุขวดที่ไม่ได้มาตรฐาน ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
- หากต้องการน้ำดื่มบรรจุขวดที่ปรุงรส หรือเติมเกลือแร่บางชนิดเป็นพิเศษ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายควรจะไปปรึกษาแพทย์หรือนักโภชนาการ
- ควรตรวจสอบหลักฐานการอนุญาตผลิตภัณฑ์ อย. ให้แน่ชัดเมื่อซื้อน้ำบรรจุขวด
- น้ำดื่มบรรจุขวดราคาแพงกว่าน้ำประปาถึง 1,000 เท่า

### 5. น้ำประปาปราศจากจุลชีวะจริงหรือไม่

- น้ำประปาได้ผ่านการฆ่าเชื้อโรคด้วยคลอรีนแล้ว จะไม่มีสิ่งมีชีวิตพวกเชื้อโรคอยู่ได้
- น้ำประปามีคลอรีนเหลืออยู่ในน้ำ เพื่อทำหน้าที่สำหรับฆ่าเชื้อโรคที่อาจจะปนเปื้อนจากภายนอกในระดับหนึ่ง
- ถ้าภาชนะรองรับสกปรกมาก ก็อาจไม่สามารถฆ่าเชื้อโรคหรือสิ่งมีชีวิตได้เช่นกัน
- ดังนั้นภาชนะที่จะรองรับน้ำประปาจำเป็นต้องมีความสะอาดด้วย จึงจะทำให้ น้ำประปาสะอาดเมื่อนำไปใช้

### 6. น้ำประปามีรสฝื่อน แก้ไขได้อย่างไร

- น้ำประปามีรสฝื่อน อาจเกิดขึ้นจากกลิ่นคลอรีน สามารถแก้ไขได้โดยนำน้ำนั้นไปใส่ภาชนะ เช่น ตุ่ม ขวด เปิดฝาทิ้งไว้สักครึ่งชั่วโมง คลอรีนซึ่งเป็นก๊าซก็จะระเหยไป กลิ่นคลอรีนก็จะหายไปเอง หรือใส่น้ำไว้ในภาชนะที่เป็นแก้วหรือพลาสติกสะอาดทิ้งไว้ เพื่อให้กลิ่นคลอรีนหมดไปสักระยะแล้วจึงนำไปเก็บในตู้เย็น

- หากไม่คุ้นเคยกับกลิ่นคลอรีนที่เติมในน้ำประปา ให้นำน้ำประปาไปต้มประมาณ 5 นาที คลอรีนจะระเหยหมดไป
- น้ำที่ต้มแล้วควรเก็บรักษาให้ดี เพราะอาจปนเปื้อนได้ง่ายในภายหลัง (เนื่องจากไม่มีคลอรีนหลงเหลืออยู่เพื่อฆ่าเชื้อโรค)
- การเติมน้ำมะนาวหรือสารอย่างอื่น เช่น ใบเตยหอม, มะตูม จะทำให้น้ำมีรสขมน่าดื่มยิ่งขึ้น

#### 7. น้ำมีกลิ่นคลอรีนเป็นอันตรายหรือไม่

- การประปานครหลวง ใช้สารคลอรีนเป็นตัวฆ่าเชื้อโรคในน้ำประปา
- ทำให้น้ำประปาได้มาตรฐานน้ำดื่มและมีความปลอดภัยต่อประชาชน
- ในบางพื้นที่จะพบว่าน้ำประปามีกลิ่นคลอรีนจุน โดยเฉพาะพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งผลิตจ่ายน้ำ
- การประปานครหลวง มีการควบคุมปริมาณคลอรีนให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานตลอดเวลา
- ปริมาณคงค้างของกลิ่นคลอรีนในน้ำแสดงถึงความปลอดภัยในการฆ่าเชื้อโรคในน้ำ
- หากท่านไม่คุ้นเคยกับกลิ่นคลอรีน ปล่อยน้ำทิ้งไว้สักพัก กลิ่นก็จะหายไป
- คลอรีนได้ถูกควบคุมให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลก
- คลอรีนในน้ำประปาจึงไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ หรือทำให้เจ็บป่วยเมื่อดื่มน้ำประปา

#### 8. จัดการกับตะกอนในกาต้มน้ำอย่างไรดี

- เกล็ดแร่ที่ละลายอยู่ในน้ำประปา เมื่อได้รับความร้อนจะตกตะกอนหรือระเหยไป
- ส่วนที่เป็นตะกอนสะสมอยู่ที่ก้นกาต้มน้ำเป็นตะกอน
- หากเติมน้ำส้มสายชูลงไปจะละลายตะกอนเหล่านี้ได้
- วิธีป้องกันที่ดีที่สุด ก็คือการทำ ความสะอาดกาต้มน้ำที่ใช้แล้วแต่ครั้งอย่างสม่ำเสมอ โดยการขัดถูภายใน และล้างให้สะอาด

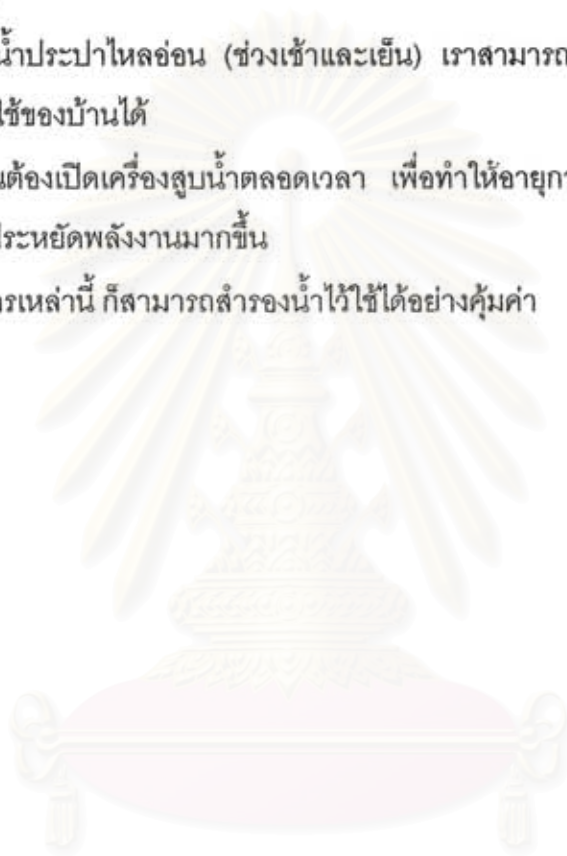
#### 9. งานซ่อมท่อประปาจะมีผลในเรื่องความสกปรกภายหลังหรือไม่

- การประปานครหลวงพยายามซ่อมท่อโดยใช้เทคนิคป้องกันไม่ให้สิ่งสกปรกเข้าไปในเส้นท่อ
- ได้แก่การใช้แหวนรัดท่อพิเศษ การสูบน้ำออกจากแนวร่องดิน และการล้างเส้นท่อภายหลังซ่อมท่อ หรือตัดบรรจบท่อเมื่องานแล้วเสร็จ
- นอกจากนี้ปริมาณคลอรีนที่มีเหลืออยู่ในเส้นท่อ ก็สามารถฆ่าเชื้อโรคได้

## 10. การสำรองน้ำและติดตั้งเครื่องสูบน้ำอย่างถูกวิธี

- การเก็บกักน้ำถือเป็นการสำรองน้ำวิธีหนึ่ง ที่ให้ประโยชน์ใช้สอยและเป็นการประหยัดน้ำ
- ในสมัยก่อนเรานิยมเก็บน้ำฝนเพื่อการบริโภคเท่านั้น โดยใช้ตุ่มเป็นภาชนะรองรับที่คนไทยต่างคุ้นเคยมาช้านาน ต่อมา ได้มีการประดิษฐ์คิดค้นภาชนะเก็บสำรองน้ำขึ้นจากวัสดุหลาย ๆ ชนิด
- ที่กำลังเป็นที่นิยมกันมากคือ ถังน้ำไฟเบอร์กลาส, ถังน้ำสแตนเลส
- วัสดุดังกล่าวมีคุณลักษณะเหมาะสม เป็นประโยชน์ต่อการใช้สอยอย่างคุ้มค่า
- เพราะทนทานต่อสภาพดินฟ้าอากาศ ไม่แตกชำรุดง่าย ให้น้ำได้มาก ไม่เป็นสนิม และง่ายต่อการติดตั้งกับระบบน้ำใช้ของอาคาร การเก็บกักน้ำจากน้ำประปา จึงควรเลือกใช้ภาชนะที่ทนทาน และปราศจากสารพิษ
- น้ำประปามีส่วนผสมของคลอรีน ซึ่งจะทำปฏิกิริยากับถังโลหะบางชนิด เกิดการผุกร่อนและเป็นสนิมได้
- ในถังโลหะบางชนิดอาจมีสารละลายโลหะหนักปนเปื้อนออกมาผสมน้ำ เกิดอันตรายต่อการบริโภค และส่งผลไปยังสุขภาพของร่างกายในที่สุด
- ควรหมั่นล้างถังพักน้ำที่สำรองน้ำไว้สม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าไม่มีสิ่งสกปรกแปลกปลอมอยู่ในถังพักน้ำ
- การเก็บสำรองน้ำไว้ใช้งาน เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการใช้งาน ผู้ใช้น้ำจึงควรติดตั้งเครื่องสูบน้ำไว้ด้วย
- แต่ส่วนใหญ่จะติดตั้งเครื่องสูบน้ำที่ไม่ถูกวิธี กล่าวคือ จะทำการติดตั้งเครื่องสูบน้ำโดยตรงจากเส้นท่อ ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อผู้บริโภคเอง
- เนื่องจากเครื่องสูบน้ำจะดูดเอาสิ่งสกปรกจากภายนอกเส้นท่อเข้ามาเจือปนในน้ำ ในกรณีที่มีท่อแตกรั่วเกิดขึ้น
- การติดตั้งเครื่องสูบน้ำแบบนี้ เป็นการก่อความเดือดร้อนให้กับเพื่อนบ้านใกล้เคียง เพราะทำให้น้ำไม่ไหล
- และการติดตั้งโดยตรงจากเส้นท่อ อาจจะทำให้มาตรวัดน้ำเดินเร็วกว่าปกติ สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย
- ที่สำคัญคือยังมีความผิดตามข้อบังคับของการประปานครหลวง ซึ่งจะถูกงดการใช้น้ำอีกด้วย
- ฉะนั้นจึงควรติดตั้งเครื่องสูบน้ำอย่างถูกต้อง ด้วยการมีถังพักน้ำเก็บกักน้ำไว้ก่อนเท่านั้น
- การวางถังพักน้ำ ทำได้ทั้งตั้งไว้ระดับพื้นดิน หรือฝังดินตามความเหมาะสม

- จากนั้นทำการเดินท่อประปาจากมิเตอร์ไปยังถังพักน้ำ โดยมีการติดตั้งวาล์วและลูกลอยตัดน้ำ
- จากนั้นเดินท่อประปาออกจากถังพักน้ำไปเข้าเครื่องสูบน้ำ
- ทำการเดินท่อออกจากเครื่องสูบน้ำเข้ากับระบบจ่ายน้ำประปาภายในบ้าน
- ควรต่อระบบประปาจากเส้นท่อเข้าบ้านโดยตรง เพื่อใช้ในกรณีที่น้ำประปาไหลแรงในบางเวลาด้วย
- ในเวลาที่น้ำประปาไหลอ่อน (ช่วงเช้าและเย็น) เราสามารถเปิดเครื่องสูบน้ำจากถังพักน้ำ เข้าระบบน้ำใช้ของบ้านได้
- ไม่จำเป็นต้องเปิดเครื่องสูบน้ำตลอดเวลา เพื่อให้อายุการใช้งานของเครื่องสูบน้ำยืนยาวยิ่งขึ้น และประหยัดพลังงานมากขึ้น
- ด้วยวิธีการเหล่านี้ ก็สามารถสำรองน้ำไว้ใช้ได้อย่างคุ้มค่า



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ข

### โครงการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ

เนื่องจากปัจจุบัน น้ำดื่มบรรจุขวดที่จำหน่ายอยู่ในท้องตลาดมีราคาแพงมาก การประสานงานภูมิภาค (กปก.) จึงเริ่มคิดค้นเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญขึ้นมา เพื่อบริการน้ำดื่มสะอาดแก่ประชาชนในราคาถูก เป็นการแบ่งเบาภาระในการที่ประชาชนต้องซื้อน้ำดื่มในราคาแพง ซึ่งก็นับว่าเป็นทางเลือกใหม่สำหรับน้ำดื่มของประชาชนโดย กปก.

สำหรับคุณภาพของน้ำดื่มที่ผ่านตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญนั้น จากผลการวิเคราะห์คุณภาพน้ำจากนักวิทยาศาสตร์ ปรากฏว่ามีคุณภาพดีกว่าน้ำดื่มในท้องตลาดทั่วไป จัดเป็นน้ำดื่มที่สะอาด ปราศจากรส กลิ่น สี เนื่องจากตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญจะมีเครื่องกรองน้ำที่มีคุณภาพดีเยี่ยม และมีเครื่องมือที่ทันสมัยที่สุด

วิธีการใช้บริการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ ให้ผู้ใช้บริการหยอดเหรียญ 1 บาทเล็กลงในเครื่อง และต้องนำภาชนะมารองรับน้ำ ซึ่งเหรียญ 1 บาท จะได้ปริมาณน้ำเท่ากับ 1 ลิตร หรือ 1,000 ซีซี หากจะเปรียบเทียบอัตราค่าน้ำดื่มจากตู้หยอดเหรียญดังกล่าว กับน้ำดื่มบรรจุขวดในท้องตลาด จะเป็นดังนี้คือ

	ปริมาณ	ราคา
1. น้ำดื่มจากตู้หยอดเหรียญของ กปก.	1,000 ซีซี (1 ลิตร)	1 บาท
2. น้ำดื่มบรรจุขวดในท้องตลาด	500 ซีซี	3-5 บาท
	1,000 ซีซี (1 ลิตร)	6-10 บาท

ขณะนี้โครงการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญของ กปก. ยังเป็นโครงการนำร่องอยู่ โดย กปก. ร่วมกับการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ให้พื้นที่ในการติดตั้งให้บริการในชั้นแรก

ส่วนโครงการน้ำดื่มบรรจุขวด กปก. จะติดตั้งเพิ่มเติมในอนาคต ด้วยมีวัตถุประสงค์เพื่อแบ่งเบาภาระ และบริการประชาชนให้ได้ดื่มน้ำสะอาด และมีราคาถูกอีกเช่นกัน

## ประวัติผู้วิจัย

นางสาวฐัทธนา แสงอร่าม เกิดวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2509 จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2532 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2541 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย (มหาชน) จำกัด



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย