


ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม



นางสาวปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน      ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

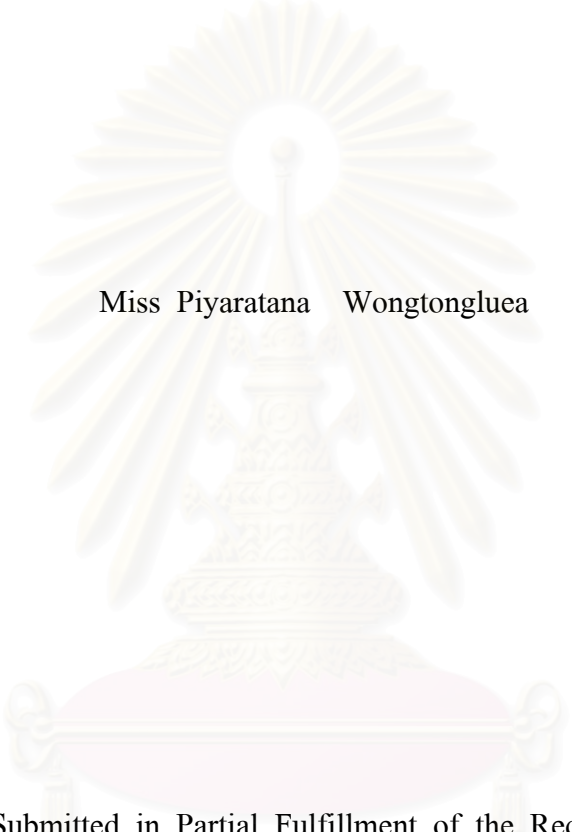
คณะนิเทศศาสตร์      จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-17-0395-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE EFFECTIVENESS OF MEDIA USE IN THE ENVIRONMENTAL  
CAMPAIGNS OF THE DEPARTMENT OF INDUSTRIAL WORKS



Miss Piyaratana Wongtongluea

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

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic year 2001

ISBN 974-17-0395-3

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม
โดย	นางสาวปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ
สาขาวิชา	การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ ก้นภัย

---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร. จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริชูวงศ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติ ก้นภัย)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล)

สํานักงานวิทยานิพนธ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ : ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์  
สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม (THE EFFECTIVENESS OF MEDIA USE IN  
THE ENVIRONMENTAL CAMPAIGNS OF THE DEPARTMENT OF INDUSTRIAL  
WORKS)

อ.ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติ กันภัย , 300 หน้า. ISBN 974-17-0395-3

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อประเมินประสิทธิภาพแผนงานการรณรงค์  
ด้านสิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม(2)เพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อ รูปแบบ  
สาร และเนื้อหาสาร เพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยวิจัยข้อมูล  
จากเอกสาร ตัวอย่างสื่อทุกชนิด และ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลัก  
และ บุคคลที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า

1. แผนงานการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้ง 3 โครงการ มีการ  
ปรับเปลี่ยนจากแผนเดิมที่วางไว้ในทุกโครงการ โดยส่วนใหญ่ การปรับแผนรณรงค์ยังไม่ใช่  
เป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของการรณรงค์ และ เพื่อให้การรณรงค์ได้รับผลสำเร็จมาก  
ยิ่งขึ้น แต่เป็นผลจากการพบปัญหาอุปสรรคการใช้สื่อที่ได้กำหนดไว้ตามแผนหรือสถานการณ์  
แวดล้อมที่มาบังคับ โดยการปรับเปลี่ยนแผนโดยส่วนใหญ่ เป็นการยกเลิกการใช้สื่อที่ประสบ  
ปัญหา และนำวงเงินไปเพิ่มเติมการใช้สื่อในประเภทอื่น ดังนั้น จะเห็นได้ว่า แผนงานการ  
รณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่ ยังคงมีประสิทธิภาพค่อนข้างน้อย

2. การใช้สื่อรณรงค์ พบว่า ความถี่ ความครอบคลุม และ ความต่อเนื่อง  
การใช้สื่อ ยังมีน้อย และ ไม่สม่ำเสมอ รวมถึง การเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร  
พบการใช้สื่อ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ มากกว่า การสร้างจิตสำนึก หรือ ความตระหนัก  
ซึ่งยังไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการรณรงค์

3. รูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ พบการเลือกใช้ในลักษณะการเน้นย้ำมาก  
ที่สุด รองลงมาได้แก่ รูปแบบสารเร้าความกลัว สำหรับรูปแบบสารที่มีความซับซ้อน ไม่มีการ  
เลือกใช้รูปแบบสารประเภทนี้ในการรณรงค์ทุกโครงการ

ภาควิชา .....การสื่อสารมวลชน.....      ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา .....การสื่อสารมวลชน      .... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

ปีการศึกษา .....2544.....      ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## 4185270328 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: EFFECTIVENESS / ENVIRONMENTAL CAMPAIGNS /

DEPARTMENT OF INDUSTRIAL WORKS

PIYARATANA WONGTONGLUEA : THE EFFECTIVENESS OF  
MEDIA USE IN THE ENVIRONMENTAL CAMPAIGNS OF THE  
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL WORKS. THESIS

ADVISOR : ASST. PROF. KITTI GUNPAI, Ph.D. 300 pp. ISBN  
974-17-0395-3

The objectives of this research are to evaluate the effectiveness of environmental campaign plannings by the Department of Industrial Works and the effectiveness of media use as well as message patterns. The research is qualitative. Information from documents and all kinds of media produced for the campaigns are compiled for content analysis. In-depth interviews with involved personnels as key informants were conducted.

Results of the research are as follows:

1. Three campaign plans were revised after launch. For some plans, the revision are not relevant to solving emergent problems of the campaigns. But, it was due to the difficulty of media use caused by a situation force. The adjustment of the plans involves the cancellation some of media use and the production of new kinds of media. It is likely that the plans are not effective.

2. For the media use, it was found that media frequency, coverage and continuity are at low level. Media use purpose is to construct among targets rather than building awareness.

3. Campaign message format strategies are repetition and fear appeal, respectively. However, the complexity of message format was not found.

Department/Program.....	Mass Communication	Student's signature .....
Field of study	Mass Communication	Advisor's signature .....
Academic year .....	2001	Co-advisor's

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กันภัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย และ ท่านกรรมการวิทยานิพนธ์ ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ประธานกรรมการ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล กรรมการวิทยานิพนธ์ ซึ่งทั้ง 3 ท่าน ได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย ทำให้ความสนใจที่มีมาแต่เดิมจากการปฏิบัติหน้าที่ราชการของผู้วิจัย ได้เริ่มก่อเป็นรูปร่างขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานในอนาคตของผู้วิจัยต่อไป รวมถึง เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และ หน่วยงานต่างๆ ในการนำไปใช้เป็นแนวทาง และ แก้ไขปรับปรุงการรณรงค์ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้คุณภาพ สิ่งแวดล้อมของไทยดียิ่งขึ้นด้วย

ผู้วิจัย ขอกล่าวขอบคุณ พี่ ๆ และเพื่อน ๆ ในคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ กรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งผู้วิจัยปฏิบัติงานอยู่ แม้จะไม่อาจกล่าวนามได้ทั้งหมด แต่ผู้วิจัยขอขอบคุณด้วยความซาบซึ้งใจ สำหรับกำลังใจที่มีให้ และ ขอขอบคุณ นักบริหาร ตลอดจน เจ้าหน้าที่ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึง เจ้าหน้าที่จากบริษัท ที่ปรึกษา ซึ่งรับผิดชอบการรณรงค์แต่ละโครงการ สำหรับความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำมาใช้ประมวลผลข้อมูล และทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้วเสร็จด้วยความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ บิดาผู้ล่วงลับ ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจให้ดิฉันเข้ารับการศึกษาในคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จนสำเร็จตามหลักสูตร และ ขอขอบคุณ มารดา ซึ่งช่วยสนับสนุนในด้านการเงิน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา ตลอดจน พี่ชาย และญาติ ๆ ทุกคน ที่คอยเป็นห่วงเป็นใย ช่วยเหลือ และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย จนมาถึง วันแห่งความสำเร็จในวันนี้

## สารบัญ

### หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ญ
สารบัญภาพ .....	ฎ

### บทที่

1. บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
ปัญหานำวิจัย .....	8
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	8
ขอบเขตการวิจัย .....	8
นิยามศัพท์ .....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	11
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ .....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ .....	19
แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนสื่อ .....	27
แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล .....	31
แนวความคิดในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม .....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	40
3. ระเบียบวิธีวิจัย .....	44
แหล่งข้อมูลในการศึกษา .....	44



## สารบัญ (ต่อ)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	50
การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ .....	51
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล .....	52
4. แหล่งสาร รูปแบบสาร เนื้อหาสาร และการใช้สื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของ .....	53
กรมโรงงานอุตสาหกรรม	
4.1 แหล่งสารที่ใช้ในการรณรงค์ .....	53
4.2 เนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์ .....	69
4.3 รูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ .....	90
4.4 การใช้สื่อสำหรับการรณรงค์ .....	109
4.4.1 ประเภทของสื่อ .....	109
4.4.2 ความถี่ของการใช้สื่อ .....	139
4.4.3 ความต่อเนื่องการใช้สื่อ .....	149
4.4.4 การใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย .....	156
4.4.5 การใช้สื่อ กับเป้าหมายของการสื่อสาร .....	163
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	
การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการใช้สื่อ เพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของ .....	174
กรมโรงงานอุตสาหกรรม .....	174
ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยสนับสนุน .....	182
ข้อจำกัดในการวิจัย .....	184
ข้อเสนอแนะทั่วไป .....	185
ข้อเสนอแนะสำหรับกรมโรงงานอุตสาหกรรม .....	185
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งต่อไป .....	186
รายการอ้างอิง .....	187



สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. ....	192
ภาคผนวก ข. ....	201
ภาคผนวก ค. ....	224
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	300



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 การวางแผนเรื่องประชากรของโลกในแถบต่างๆ ที่สำคัญ และในประเทศที่เลือก เป็นตัวอย่าง .....	1
2.1 แบบจำลองแสดงกระบวนการรณรงค์ .....	13
2.2 แสดงคุณลักษณะที่แตกต่างกันของสื่อแต่ละชนิด .....	20
2.3 แสดงลักษณะที่แตกต่างกันของการสื่อสาร .....	23
4.1 แสดงจำนวน (ร้อยละ) การใช้รูปแบบสารผ่านสื่อประเภท สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และ สื่อบุคคล สำหรับ การรณรงค์ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม.....	91
4.2 แสดงจำนวน (ร้อยละ) การใช้รูปแบบสารผ่านสื่อประเภท สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และ สื่อนิทรรศการ สำหรับการรณรงค์โครงการ โรงงานสีเขียว .....	98
4.3 แสดงจำนวน (ร้อยละ) การใช้รูปแบบสารผ่านสื่อประเภท สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และ สื่อบุคคล สำหรับการรณรงค์ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ .....	103
4.4 แสดงรายละเอียดของประเภทสื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์โครงการจัดตั้ง ศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้อุตสาหกรรม .....	110
4.5 แสดงรายละเอียดของประเภทสื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์โครงการ โรงงานสีเขียว .....	119
4.6 แสดงรายละเอียดของประเภทสื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ .....	129
4.7 แสดงความถี่การใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหาร จัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม .....	139
4.8 แสดงความถี่การใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการ โรงงานสีเขียว .....	142
4.9 แสดงความถี่การใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการ โรงงาน ยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ .....	145

## สารบัญตาราง (ต่อ)

4.10	แสดงความเนื่องการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหาร จัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม .....	150
4.11	แสดงความเนื่องการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว .....	152
4.12	แสดงความเนื่องการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงาน ยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ .....	154
4.13	แสดงรายละเอียดการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม .....	157
4.14	แสดงรายละเอียดการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์ โครงการโรงงานสีเขียว .....	159
4.15	แสดงรายละเอียดการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ .....	161
4.16	แสดงจำนวนร้อยละ การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม .....	165
4.17	แสดงจำนวนร้อยละ การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์ โครงการโรงงานสีเขียว .....	168
4.18	แสดงจำนวนร้อยละ การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ .....	171

## สารบัญภาพ

แผนภูมิที่	หน้า
2.1 CONCEPTUAL FRAMEWORK	43
4.1 แสดงตัวอย่างสื่อโปสเตอร์ การรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการ วัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม	117
4.2 แสดงตัวอย่างสื่อโปสเตอร์ การรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการ วัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม	118
4.3 แสดงตัวอย่างสื่อโปสเตอร์ การรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว	126
4.4 แสดงตัวอย่างสื่อแผ่นพับ การรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว	127
4.5 แสดงตัวอย่างสื่อสติ๊กเกอร์ การรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ	135
4.6 แสดงตัวอย่างสื่อแผ่นพับ การรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ	136

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสำคัญที่เกี่ยวข้องกับชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชน และยังเกี่ยวข้องกับปัญหาสังคม การจัดการทรัพยากร สุขภาพอนามัย และนิเวศวิทยา โดยที่สาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้น เกิดจากมนุษย์ ปัจจุบันการเพิ่มของประชากรมากขึ้นเรื่อย ๆ ย่อมส่งผลต่อการสร้างกิจกรรมการบริโภค ก่อให้เกิดความหนาแน่น ความเข้มข้นของของเสียและสารพิษอย่างมาก รวมถึง ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้นเป็นเงาตามตัว โดยในปี ค.ศ. 1975 การเพิ่มจำนวนประชากรทั่วโลก เพิ่มขึ้น 75 ล้านคนต่อปี และในปี ค.ศ. 2000 คาดว่า มีการเพิ่ม ของประชากร ประมาณ 100 ล้านคนต่อปี โดยประชากรของโลกส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ของการเจริญเติบโตนี้ อยู่ในกลุ่มประเทศด้อยพัฒนา (เกษม จันทร์แก้ว , 2541) ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 การวางแผนเรื่องประชากรของโลกในแถบต่างๆ ที่สำคัญ และในประเทศที่เลือก เป็นตัวอย่าง

	จำนวนประชากร (ล้านคน)	จำนวนประชากร ค.ศ. 2000	อัตราที่เพิ่ม ในปี ค.ศ. 2000 (ร้อยละ)	อัตราที่เพิ่ม โดย เฉลี่ยแต่ละปี (ร้อยละ)	ประชากร ทั่วโลกในปี ค.ศ. 2000 (ร้อยละ)
ประชากรในโลกทั้งหมด	4,090	6,351	55	1.8	100
ประชากรในกลุ่มประเทศพัฒนา	1,131	1,323	17	0.6	21
ประชากรในกลุ่มประเทศด้อยพัฒนา	2,959	5,028	70	2	79
กลุ่มทวีปและประเทศ-บางประเทศ					
แอฟริกา	399	814	104	2.9	13
เอเชียและหมู่เกาะต่าง ๆ	2,274	3,630	60	1.9	57

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

	จำนวนประชากร (ล้านคน)		อัตราที่เพิ่ม ในปี	อัตราที่เพิ่ม โดย เฉลี่ยแต่ละปี	ประชากร ทั่วโลกในปี
	ค.ศ. 1975	ค.ศ. 2000	ค.ศ. 2000 (ร้อยละ)	ค.ศ. 2000 (ร้อยละ)	ค.ศ. 2000 (ร้อยละ)
ละตินอเมริกา	325	637	96	2.7	10
สหภาพโซเวียตและยุโรปตะวันออก	384	460	20	0.7	7
อเมริกาเหนือ ยุโรปตะวันตก ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์	708	809	14	0.5	13
ประเทศบางประเทศที่คัดเลือกมาจากแถบต่าง ๆ					
สาธารณรัฐประชาชนจีน	935	1,329	42	1.4	21
อินเดีย	618	1,021	65	2	16
อินโดจีน	135	226	68	2.1	4
บังกลาเทศ	79	159	100	2.8	2
ปากีสถาน	71	149	111	3	1
ฟิลิปปินส์	43	73	71	2.1	1
<b>ประเทศไทย</b>	<b>42</b>	<b>75</b>	<b>77</b>	<b>2.3</b>	<b>1</b>
เกาหลีใต้	37	57	55	1.7	1
อียิปต์	37	65	77	2.3	1
ไนจีเรีย	63	135	144	3	2
บราซิล	109	226	108	2.9	4
เม็กซิโก	60	131	119	3.1	2
สหรัฐอเมริกา	214	248	16	0.6	4
สหภาพโซเวียต	254	309	21	0.8	5
ญี่ปุ่น	112	133	19	0.7	2
ยุโรปตะวันออก	130	152	17	0.6	2
ยุโรปตะวันตก	344	378	10	0.4	6

ที่มา : Global 2000 Technical

จากการศึกษาอัตราการเพิ่มประชากรของไทย ซึ่งรวบรวมโดยกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พบว่า ในปี พ.ศ. 2513 ประเทศไทยมีจำนวนประชากร 34.39 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2523 เพิ่มขึ้นเป็น 46.96 ล้านคน กระทั่งในปี พ.ศ. 2533 มีประชากร 56.84 ล้านคน และตัวเลขประมาณการสำหรับปี พ.ศ. 2543 คือประเทศไทยจะมีประชากรทั้งหมด 65.75 ล้านคน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในเมืองและในชนบท ตลอดจน สภาวะเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ โดยผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมนับวันยังมีความรุนแรงมากขึ้นทุกขณะ โดยเฉพาะปัญหาขยะและสิ่งปฏิกูล มลพิษทางน้ำ อากาศและเสียง โดยมีประเด็นปัญหาหลักประการหนึ่งมาจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนประชากร ตัวอย่างที่มองเห็นได้ชัดเจนและเป็นปัญหาใกล้ตัว คือเรื่องปัญหาการตกค้างของขยะมูลฝอย จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูล ซึ่งรวบรวมโดยสำนักศึกษาความสะอาดกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ในปี 2539 กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีประชากรประมาณ 5.5 ล้านคน มีปริมาณขยะมูลฝอยที่ทิ้งจำนวนประมาณ 1,270 กรัมต่อคนต่อวัน คิดเป็นปริมาณวันละ 7,000 ตัน แต่ทาง กทม. สามารถเก็บขยะได้วันละ 6,650 ตัน คิดเป็น 95 % คงมีขยะที่ตกค้างอีกถึง วันละประมาณ 350 ตัน

ปัจจุบันปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติเกิดขึ้นอย่างกว้างขวางทั่วไป โดยมีสาเหตุการถูกทำลายทั้งทางธรรมชาติและจากมนุษย์ รวมทั้งการขาดความเอาใจใส่และให้ความสำคัญต่อธรรมชาติมาตั้งแต่อดีต ความเสื่อมโทรมที่เกิดขึ้นนั้นนับวันจะกลายเป็นปัญหาใหญ่ และทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, 2530) อนึ่ง การพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา ได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มอัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก โดยนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ โดยไม่คำนึงถึงความประหยัด ไม่มีแผนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและการขจัดมลพิษสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม ทรัพยากรธรรมชาติที่เหลืออยู่จึงอยู่ในสภาพเสื่อมโทรม (สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, 2522, น.36) ทั้งนี้ปัจจุบัน ประเทศไทยยังติดอันดับ 1 ใน 50 ที่ใช้สารพิษมากที่สุด โดยกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (กลุ่มกรีนพีซ) ได้ออกมาเปิดเผยข้อมูลต่อที่ประชุมแก้ปัญหากลุ่มสารประกอบอินทรีย์ที่ย่อยสลายได้ยาก (POPs-Persistent Organic Pollutants) ซึ่งจัดโดย United Nations Environment Programme (UNEP) ระหว่างวันที่ 6-11 กันยายน 2542 ณ นครเจนีวา (มติชน, 2542, น.24)

ด้วยเหตุนี้ วิธีการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่น่าจะได้ผลดี จึงควรแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ คือ คนและสังคม โดยการปลูกฝังค่านิยมที่ถูกต้อง สร้างความสำนึกและความตระหนักเกี่ยวกับ



ปัญหาสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นกับคน ทั้งนี้ เพราะเมื่อคนมีค่านิยม ความสำนึก และเจตคติที่ถูกต้องแล้ว ก็จะลดการกระทำที่จะก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมลงได้

สำหรับการปลูกฝังค่านิยม การให้ความรู้ และความสำนึกแก่ประชาชนทั่วไปในเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยผ่านสื่อต่างๆ ย่อมมีความสำคัญ และความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เนื่องจากสื่อต่างๆ จะมีอิทธิพลในการสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตื่นตัวต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ดี ดังจะเห็นได้จากการที่สื่อมีส่วนช่วยในการสนับสนุน หรือ คัดค้านโครงการต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเขื่อน หรือ การคัดค้านโครงการก่อสร้างท่าอากาศยานจากแหล่งยอดานา ประเทศสหภาพพม่า ซึ่งได้กลายเป็นชนวนความขัดแย้งที่ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นองค์กรพัฒนาเอกชนด้านสิ่งแวดล้อม และองค์กรสิทธิมนุษยชน กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจน คณาจารย์จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ออกมาคัดค้านโครงการ เป็นต้น (สุกรานต์ โรจนไพรวรงค์, 2542) และ ในกรณีนี้ สื่อมวลชนยังถือเป็นสิ่งแวดล้อมศึกษานอกระบบโรงเรียน หรือ ที่เรียกว่า สิ่งแวดล้อมศึกษาอีกด้วย โดยเป็นกระบวนการที่มีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาประชากรโลก ให้มีความตระหนักและห่วงใยในเรื่องสิ่งแวดล้อมทั้งหมด และปัญหาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในการประชุมเชิงปฏิบัติการสิ่งแวดล้อมศึกษา ณ กรุงเบลเกรด ได้ระบุวัตถุประสงค์ของสิ่งแวดล้อมศึกษาไว้ดังนี้ (เต็มดวง รัตนทัศนัย, 2529)

1. ความรู้ (knowledge) : เพื่อช่วยให้บุคคลและกลุ่มสังคม มีความเข้าใจพื้นฐานต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งระบบปัญหาที่เกี่ยวข้อง และแสดงความรับผิดชอบเพื่อเผชิญกับปัญหา
2. เจตคติ (attitude) : เพื่อช่วยให้บุคคลและสังคม มีค่านิยมทางสังคม มีความรู้สึกที่มั่นคงต่อสิ่งแวดล้อมและมีแรงจูงใจ ในการให้ความร่วมมืออย่างแข็งขันในการป้องกัน และแก้ปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม
3. ความตระหนัก (awareness) : เพื่อช่วยให้บุคคลและกลุ่มสังคม มีความตระหนักของความรู้สึกที่ไวต่อสิ่งแวดล้อมทั้งระบบ รวมถึง ปัญหาที่เกี่ยวข้องด้วย
4. ทักษะ (skill) : เพื่อช่วยให้บุคคลและสังคม มีทักษะในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

5. ความสามารถในการประเมินผล (evaluation capacity) : เพื่อช่วยให้บุคคล และสังคมสามารถประเมินเครื่องมือทางสิ่งแวดล้อม และ โปรแกรมทางการศึกษาในรูปของ นิเวศน์วิทยา การเมือง เศรษฐกิจ สังคม จริยธรรม และปัจจัยทางการศึกษา

6. การให้ความร่วมมือ (cooperation) : เพื่อช่วยให้บุคคล และกลุ่มสังคมพัฒนา ความรู้สึกของความรับผิดชอบ และพิจารณาถึงปัญหาเร่งด่วนทางสิ่งแวดล้อม เพื่อให้แน่ใจว่ามี พฤติกรรมที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาเหล่านี้

ปัจจุบันสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นสำคัญที่รณรงค์กันอย่างกว้างขวางทั้งกลุ่ม ประเทศที่พัฒนาแล้ว และกำลังพัฒนา โดยเป็นที่เข้าใจว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ได้ขยายตัวขึ้นเป็น ปัญหาระดับโลกนั้น เป็นผลรวมมาจากการสร้างสมปัญหาขึ้นมาในแต่ละประเทศ ดังนั้น แต่ละ ประเทศจึงรับพันธกรณี ที่จะต้องเร่งสร้างรณรงค์ปลูกจิตสำนึกขึ้นในประชากรของประชาชาติ ทั้มวล ทั้งนี้ เพราะประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ต่างก็กำลังประสบปัญหาอย่างเดียวกันสำหรับการ จัดปฏิบัติการปลูกจิตสำนึก (Public Awareness) ด้านการป้องกันแก้ไข และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมใน แต่ละประเทศ โดยมีเป้าหมายดำเนินการไปยังกลุ่มต่าง ๆ อาทิ กลุ่มผู้นำธุรกิจ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ ก่อมลพิษสูง กลุ่มชุมชน ฯลฯ (ธารจันทร์ วนะโพธิ์, 2539)

ปัจจุบัน หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน ต่างหันมาให้ความสนใจและ เข้ามามีบทบาทในการรณรงค์ในหลายรูปแบบด้วยกัน ที่สำคัญคือการรณรงค์ผ่านสื่อมวลชน เนื่องจาก สื่อมวลชนทุกแขนงสามารถเป็นสื่อส่งผ่านความรู้สิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี ทั้งในเรื่อง ของข้อมูล ข้อเท็จจริง ข่าว วิธิดำเนินการ และจัดการ ฯลฯ (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2537) สำหรับสื่อมวลชนเอง จะเห็นได้ว่า ได้มีการขานรับและมีความตื่นตัวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วย เช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้จาก การนำเสนอข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมสู่สังคมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งผ่าน ทางรายการโทรทัศน์หลายรายการ อาทิ รักเรา .....รักโลก เเชิญหน้าสภาวะแวดล้อม โลกสีเขียว พัทธ์ภัยสิ่งแวดล้อมพิทักษ์ชีวิต ดินค่าน้ำชุ่ม โลกสวยด้วยมือเรา รวมใจภักดิ์รักสิ่งแวดล้อม ไม้งามน้ำใส ดินรักฟ้าปลารักน้ำ อนุรักษ์พลังงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โลกน่ารู้ ป่าสวยน้ำใส เป็นต้น ส่วนรายการวิทยุกระจายเสียง ทางผู้จัดรายการสร้างสรรค์กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม โดยให้เยาวชน หรือผู้ฟังรายการร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น คลื่นวิทยุของกรีนเวฟ เป็นต้น สำหรับ ด้านสื่อหนังสือพิมพ์มีคอลัมน์ที่นำเสนอข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ เช่น ผู้จัดการรายวัน คู่แข่งรายวัน มติชนรายวัน บ้านเมือง เดลินิวส์ และไทยรัฐ เป็นต้น

สำหรับกลุ่มธุรกิจเอกชน ก็ได้มีการปรับกลยุทธ์การค้าด้วยการผสมผสานธุรกิจเข้ากับสิ่งแวดล้อมตามกระแสโลกาภิวัตน์ที่เรียกกันว่า กรีนมาร์เก็ต หรือ ธุรกิจสีเขียว กลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ ได้มีบทบาทในการจัดโครงการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อมวลชนอย่างมากมาย อาทิ กลุ่มธุรกิจรถยนต์ ที่ปรากฏให้เห็นค่อนข้างเด่นชัดในเรื่องสิ่งแวดล้อมคือบริษัทในกลุ่มสยามกลการ จัดโครงการคิดส์เอิร์ธ (Think Earth) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จัดโครงการถนนสีขาว กลุ่มธุรกิจน้ำมันเคลื่อนไหวรณรงค์การใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว การลดควันขาว กลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้ารณรงค์เรื่องตู้เย็นประหยัดไฟฟ้า กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า จัดโครงการรณรงค์ลดปริมาณการใช้น้ำ นอกจากนี้ ยังมีโครงการรณรงค์รักษาความสะอาดและรักษาแม่น้ำเจ้าพระยาของสมาคมสร้างสรรค์ไทย - ตาวิเศษ โครงการเซฟ เดอะฟอเรสต์ ซึ่งมุ่งสร้างจิตสำนึกให้เยาวชนรักธรรมชาติด้วยการจัดหาต้นไม้กว่าแสนต้นมอบให้สถาบันการศึกษาในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เป็นต้น พระไพศาล วิสาโล กล่าวว่า แม้ทางเลือก "สีเขียว" จะยังมีใช้กระแสหลักในสังคม แต่มันได้ปรากฏเป็นจริงมากขึ้นทุกที และกำลังจะกลายเป็นทางเลือกอันทรงพลังสำหรับอนาคตที่โลกมีอาจปฏิเสธได้อีกต่อไป (อ้างใน นภาเดช กาญจนะ 2541 : 71)

ทางด้านหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ความสำคัญกับการรณรงค์ในเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้จาก โครงการถึงขยะแยกประเภท โครงการรณรงค์รีไซเคิล ของ กทม. เป็นต้น สำหรับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในฐานะเป็นหน่วยงานหนึ่งของภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2540 ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสังแวดล้อมที่เกิดจากการประกอบกิจการ โรงงาน โดยมีพันธกิจในการกำหนดนโยบาย แผนงาน หลักเกณฑ์ และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมโรงงาน นอกจากนี้ ยังมีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำหลักเกณฑ์เกี่ยวกับเคมีภัณฑ์ เพื่อป้องกันอันตราย และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อบุคคล สัตว์ พืช ทรัพย์สินและสิ่งแวดล้อม รวมถึง ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักของประเทศไทย ในการดำเนินการตามพิธีสารมอนทรีออลว่าด้วยการเลิกใช้สารทำลายชั้นบรรยากาศโอโซนและปฏิบัติหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจควบคุม (Competent Authority) ตามอนุสัญญาบาเซลว่าด้วยการควบคุมการเคลื่อนย้าย และการกำจัดกากของเสียที่เป็นอันตรายข้ามประเทศ (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2537) กรมโรงงานอุตสาหกรรม จึงได้ดำเนินการจัด โครงการเพื่อรณรงค์ในเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นเดียวกัน

กรมโรงงานอุตสาหกรรม ได้เริ่มทำการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่ปี 2539

จนถึงปัจจุบัน โดยการว่าจ้างบริษัทเอกชน ให้ดำเนินการตามขอบเขตงาน (TOR) ที่ทางกรมโรงงานอุตสาหกรรมกำหนด โดยภายหลังจากการทำสัญญา กรมโรงงานอุตสาหกรรมจะประสานควบคุม และดำเนินการร่วมกับทางบริษัทผู้รับจ้าง โดยใช้ขอบข่ายการปฏิบัติงานที่ทางบริษัทได้นำเสนอ (proposal) เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาดำเนินการร่วมกัน ซึ่งขอบข่ายการปฏิบัติงานของบริษัทดังกล่าว จะเป็นไปตามข้อกำหนดขอบเขตงาน (TOR) ที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้กำหนดด้วยแล้ว และเพิ่มเติมในรายละเอียดของแผนงานย่อยในแต่ละโครงการ เช่น ตารางการปฏิบัติงานโดยละเอียด รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลาการใช้สื่อ ประเภทสื่อที่ใช้ และแนวความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละแผนงาน (creativity) เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินการในเรื่องการใช้สื่อสำหรับการรณรงค์ โดยทั่วไป จะพิจารณาจากขอบข่ายการปฏิบัติงานที่ทางบริษัทได้นำเสนอ (proposal) ซึ่งจะครอบคลุมรายละเอียดตามขอบข่ายงานจริง ที่ต้องดำเนินการได้มากกว่า เช่น ข้อกำหนดตาม TOR กำหนดให้นำเสนอสปอตวิทยุ ไม่น้อยกว่า 100 ตอน แต่ proposal ของบริษัท เสนอที่จะออกสปอตวิทยุให้จำนวน 120 ตอน โดยการนี้ การตรวจรับงาน และผลการปฏิบัติงาน จึงยึดตามข้อเสนอที่ทางบริษัทเสนอ ซึ่งถือเป็นขอบข่ายงานที่ต้องควบคุมดูแล และให้ดำเนินการได้จริง รวมถึง เป็นการทำให้ราชการได้รับประโยชน์จากการนำเงินงบประมาณไปใช้อย่างสูงสุดอีกด้วย

การรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ที่ผ่านมา พบว่า ได้จัดให้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด (รายละเอียดความเป็นมาของการรณรงค์ และ สภาพปัญหาผู้วิจัยได้แสดงไว้ในบทที่ 2 ด้วยแล้ว) ทั้งนี้ โดยมุ่งหวังว่า หากภาครัฐสามารถจะรณรงค์เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมให้ประชาชนทั่วไปได้รับความรู้ และเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพมากเพียงใด ความร่วมมือที่ทางราชการจะได้รับจากประชาชน ก็จะมีเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น และนั่นหมายถึง ความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นกับโครงการต่างๆของหน่วยงานราชการ และรัฐบาลด้วย โดยที่การรณรงค์ทุกโครงการ สื่อได้เข้าไปมีบทบาทต่อการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์การรณรงค์ และเจตนาต่างๆที่ผู้ทำการรณรงค์ มุ่งหวัง แต่ในการนี้ พบว่า การใช้สื่อในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมนั้น ยังไม่ได้มีการจัดการประเมินผลอย่างเป็นรูปธรรม และเป็นระบบ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อ โดยพิจารณาจากขอบข่ายการปฏิบัติงานที่ทางบริษัทได้นำเสนอ (proposal) โดยจะทำการประเมินโครงการรณรงค์ที่มีกิจกรรมการรณรงค์ทุกโครงการในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือน กันยายน 2539 - เดือนเมษายน 2543 รวมเวลา 3 ปี 7 เดือน สำหรับโครงการแรก ในช่วงปี 2536 เนื่องจากไม่ได้มีกิจกรรมการรณรงค์ เป็นเพียงการประเมิน และ

สำรวจวิจัยในเบื้องต้นเท่านั้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงจะไม่นำโครงการดังกล่าวมาใช้ประเมินในงานวิจัยครั้งนี้ด้วย ทั้งนี้ ผลการศึกษาวิจัยที่ได้ นอกจากจะใช้เป็นข้อมูลประกอบการหาแนวทาง แก้ไขปัญหา และอุปสรรค หรือ พัฒนาวิชาการเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์ด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมโดยใช้สื่อที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไปด้วย เนื่องจากการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมนั้น จัดว่าเป็นงานระดับชาติ และมีความสำคัญดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

### ปัญหาคำถามวิจัย

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น สามารถกำหนดแนวทางคำถามวิจัย ได้ดังนี้

1. ในการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมด้วยสื่อมวลชน และสื่ออื่น ๆ นั้น แผนงานการรณรงค์ที่ใช้มีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร
2. ผู้ส่งสารใช้กลวิธีในการกำหนดการใช้สื่อ รูปแบบสาร และเนื้อหาสารในการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินประสิทธิภาพแผนงานการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อ รูปแบบสาร และเนื้อหาสาร เพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะเป็นการศึกษาโดยมุ่งประเด็นเฉพาะเรื่องสาร (message) และช่องทางการสื่อสาร (channel) และแหล่งสาร (source) โดยเหตุผลในการจำกัดขอบเขตการวิจัย เนื่องจาก การวิจัยครั้งนี้ มุ่งที่จะประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อในการรณรงค์สิ่งแวดล้อม ดังนั้น เรื่องช่องทางการสื่อสาร จึงจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างสูงสุด สำหรับประเด็นใน



เรื่องสาร (message) และแหล่งสาร (source) จัดเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้อง และมีความสำคัญด้วยเช่นกัน โดยทั้งนี้ การประเมินประสิทธิภาพเพียงลำพังจากการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง อาจพบว่า ไม่มีประสิทธิภาพที่แท้จริงได้ ดังนั้น เพื่อให้ได้คำตอบที่เพียงพอต่อการวิจัย และช่วยเสริมความเข้าใจในเรื่องความเหมาะสมของการเลือกใช้สื่อ และช่วยให้การประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในครั้งนี้ มีความครอบคลุม สมบูรณ์ และมีความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น (Validity) ผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นต้องพิจารณาทั้งในส่วนของสาร ช่องทางการสื่อสาร และแหล่งสารควบคู่ไปด้วย ดังได้กล่าวแล้วข้างต้น

## นิยามศัพท์

แหล่งสาร หมายถึง บุคคล หรือ สถาบันที่เป็นแหล่งกำเนิดของสาร

เนื้อหาสาร หมายถึง ประเด็นต่างๆ ที่ปรากฏในสาร ซึ่งผู้ส่งสารใช้ส่งความหมาย เพื่อให้ผู้รับสารตีความ ตามเจตนาของผู้ส่งสาร และเป็นแหล่งข้อมูลในการวิเคราะห์เรื่องเส้นทางการโน้มน้าวของผู้รับสาร

เส้นทางการโน้มน้าวต่อผู้รับสาร หมายถึง กระบวนการตอบสนองต่อสารที่มีลักษณะโน้มน้าวใจ โดยมีเส้นทางที่มีความเด่นชัด 2 เส้นทาง คือ สารนั้น มีแนวโน้มนำให้ผู้รับสารพิจารณาสารอย่างละเอียดรอบคอบ หรือ สารนั้น มีแนวโน้มนำให้ผู้รับสารไม่คิดพิจารณาสารอย่างละเอียดรอบคอบ

รูปแบบสาร หมายถึง แนวคิดในการนำเสนอสารที่ผู้รณรงค์เลือกใช้ เพื่อมุ่งหวังให้เกิดผลสำเร็จทางการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย รูปแบบสารเน้นย้ำ รูปแบบสารเร้าความกลัว และ รูปแบบสารที่มีความซับซ้อน

รูปแบบสารเน้นย้ำ หมายถึง แนวคิดในการนำเสนอสารในลักษณะที่เน้นเด่นชัด เพื่อให้เห็น และ เข้าใจในประเด็นต่างๆที่ต้องการสื่อสาร

รูปแบบสารเร้าความกลัว หมายถึง แนวคิดในการนำเสนอสารที่ชักจูงใจ หรือมุ่ง

กระตุ้นให้เกิดการคิดพิจารณา และจงใจให้เกิดการกระทำที่ส่งผล ตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์

รูปแบบสารที่มีความซับซ้อน หมายถึง แนวคิดในการนำเสนอสารในลักษณะแบบแอบแฝงซ่อนเร้นในความคิด เพื่อนำไปสู่การสร้างจินตภาพ และการเชื่อมโยงความรู้สึกนึกคิดกับเนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์

การประเมินประสิทธิภาพ หมายถึง การตัดสินคุณค่า หรือระดับความสำเร็จในการใช้สื่อในด้านต่าง ๆ โดยนำปัจจัยด้านการใช้สื่อที่ผ่านช่องทางการสื่อสาร เนื้อหาสาร และแหล่งสาร นำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานซึ่งได้จากผลการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม หรือทฤษฎี

การใช้สื่อ หมายถึง วิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานที่รณรงค์ คือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม กับ กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์ โดยองค์ประกอบต่างๆของการใช้สื่อ เพื่อให้บรรลุถึงผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ ประกอบด้วย ประเภทของสื่อที่เลือกใช้ ความถี่ และความต่อเนื่องของการใช้สื่อ รวมถึงการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

ความถี่ หมายถึง จำนวนครั้งภายในระยะเวลาที่กำหนดที่ประชาชนได้รับฟังข่าวสารนั้น โดยทั่วไปจะกำหนดระยะเวลาไว้อย่างน้อยในช่วงระยะ 4 สัปดาห์

ความต่อเนื่อง หมายถึง ความสม่ำเสมอในการใช้สื่อรณรงค์โครงการ

การใช้สื่อเพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง การใช้สื่อ เพื่อให้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยหากมีความครอบคลุมการใช้สื่อมาก หรือ ครบในทุกสื่อ จะยังมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร หมายถึง การเลือกสื่อรณรงค์ เพื่อนำไปสู่แนวทางที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการรณรงค์

สื่อรณรงค์ หมายถึง เครื่องมือสื่อสารในการถ่ายทอดเนื้อหาและข่าวสารการ



รณรงค์สิ่งแวดล้อม จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อมวลชน ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อนิทรรศการ

สื่อบุคคล ได้แก่ การจัดสัมมนาและการจัดเสวนา โดยมีเจ้าหน้าที่และนักวิชาการของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร

สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ จุลสาร สติกเกอร์ วิดีทัศน์ และแถบบันทึกเสียง

การรณรงค์สิ่งแวดล้อม หมายถึง การสร้างกิจกรรมเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมไปยังสาธารณชน โดยการส่งผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความสำนึก ค่านิยม และเจตคติที่ถูกต้องในการมีส่วนร่วมรักษาหรือปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อม

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการปรับปรุง และการเลือกใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษารูปแบบสาร และการใช้สื่อ เพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมที่สมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้นต่อไป
3. เป็นประโยชน์ในการพัฒนาวิชาการสื่อสารมวลชน และเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยด้านการใช้สื่อที่มีอยู่ของหน่วยงานรัฐบาล องค์กรที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจทั่วไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อม มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา 6 กลุ่ม ดังนี้คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนสื่อ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล
5. แนวความคิดในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผู้ศึกษาวิจัยมาแล้ว

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์

ศิริชัย ศิริกาษา และกาญจนา แก้วเทพ (2531) กล่าวว่า " การรณรงค์ " มักจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่มีลักษณะแน่นอน มีระบบ มีระเบียบเป็นสถาบัน ซึ่งพฤติกรรม ข้อมสอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม เป็นการชี้แนะ ตอกย้ำและกระตุ้นแนวโน้มที่นำไปสู่ เป้าหมายที่สังคมยอมรับอยู่แล้ว เช่น การรณรงค์ออกเสียงเลือกตั้ง และการรณรงค์เป็น กระบวนการที่ส่งข่าวสารไปให้ผู้รับที่เป็นปัจเจกชนเพื่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งพอจะสรุป เป็นแบบจำลองได้ดังนี้

##### ตารางที่ 2.1 แบบจำลองแสดงกระบวนการรณรงค์

แหล่งผู้ ส่งสาร	ช่องทาง หลาย ๆ	ข่าวสาร หลาย ๆ	เงื่อนไขที่ทำหน้าที่ กลั่นกรอง	การเข้าถึงกลุ่ม สาธารณะในระดับ	ผลที่จะเกิดขึ้น
รวมหมู่	ช่องทาง	ประเภท		ต่าง ๆ	

- |                       |              |
|-----------------------|--------------|
| - ความสนใจ            | - ความเข้าใจ |
| - การรับรู้           | - ความรู้สึก |
| - สภาพการ<br>ของกลุ่ม | - พฤติกรรม   |

แบบจำลองนี้มีกระบวนการที่น่าสนใจคือ แหล่งต้นตอของการรณรงค์มักไม่ใช่ปัจเจกบุคคลแต่จะเป็นกลุ่มเสมอ การรณรงค์มักจะประกอบด้วยเนื้อหาข่าวสารหลาย ๆ แบบ ผ่านหลาย ๆ สื่อ ดังนั้นโอกาสที่จะเข้าถึงผู้รับและผลที่จะเกิดขึ้น จึงแปรไปตามลักษณะช่องทางและเนื้อหาของข่าวสาร นอกจากนี้จะมีกลุ่มของเงื่อนไขที่ทำหน้าที่กลั่นกรองเป็นกำแพงกั้นระหว่างผู้รับกับผู้ส่งที่อาจจะสนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคของการหลั่งไหลของข่าวสาร ไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่เราจะจงใจเอาไว้

Salmon (1989) กล่าวว่า การรณรงค์เกิดขึ้นเมื่อองค์กรได้นิยามสถานการณ์ซึ่งคุกคามต่อคุณค่าของสังคม สำหรับประเด็นในเรื่องสิ่งแวดล้อมจะเริ่มจากกลุ่มที่สนใจปัญหา กลุ่มหนึ่ง แล้วจึงตามด้วยความสนใจของสาธารณชนที่เป็นกลุ่มเฉพาะ แล้วจึงตามด้วยความสนใจของรัฐบาล ซึ่งนำไปสู่ความสนใจของสื่อมวลชนและสาธารณชนที่เกี่ยวข้องโดยทั่วไป (Strodthoff, Hawkins&Schoenfeld,1985;Tichenor,Donohue,Olien&Bowers,1971) Salmon กล่าวว่า การรณรงค์ส่วนใหญ่เป็นความพยายามที่จะโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป มากกว่าการเปลี่ยนแปลงแบบทันทีทันใด

Brown & Einsiedel (1988) กล่าวว่า บางการรณรงค์มีความพยายามที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แต่เนื่องจากไม่ได้ออกแบบการรณรงค์ เพื่อให้ได้ผลสูงสุด เช่น การรณรงค์จากภาครัฐบาล จึงจะเห็นได้ชัดว่า มีช่วงการรณรงค์แบบระยะสั้น ขนาดของการรณรงค์เป็นขนาดเล็ก และสื่อที่ใช้ในการรณรงค์มีผลกระทบน้อยต่อพฤติกรรม ทำให้การเปลี่ยนแปลงนั้น ไม่ฝังแน่นอยู่ในวิถีชีวิตของปัจเจกบุคคล ดังนั้น ความไม่สมเหตุสมผลของการรณรงค์ การรณรงค์แบบไม่

เจาะจง และการรณรงค์ด้วยระยะเวลาอันสั้น เหล่านี้จะเป็นจุดเลือกที่เหมาะสมสำหรับประเมิน การรณรงค์ ได้

Salmon (1989) กล่าวว่า การรณรงค์ที่เหมาะสมสำหรับภาครัฐบาล จะต้องมีการ แบ่งกลุ่มย่อยของผู้รับสารตามหลักจิตวิทยา เพื่อนำไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์การรณรงค์ให้ เหมาะสม การวางกลยุทธ์สื่อ เวลาที่ใช้รณรงค์ และนำไปพัฒนาสารเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่ม เป้าหมาย รวมถึงนำไปใช้ดำเนินการ โครงการรณรงค์ผ่านสื่อมวลชน โรงเรียน พนักงาน และที่เป็น สื่ออื่น ๆ โดยผลการรณรงค์จะต้องได้รับการประเมินอย่างรอบคอบ โดยการวิจัยประเมินโครงการ

ปัจจัยที่ทำให้การรณรงค์ประสบความสำเร็จได้ คือการทำความเข้าใจ กระบวนการซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ โดยกระบวนการจะเอื้อต่อผู้วางแผนการรณรงค์ให้สามารถ ออกแบบกลยุทธ์สาร เพื่อให้เข้าถึงเป้าประสงค์ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การตอกย้ำอย่าง สม่ำเสมอ และเสริมด้วยการสื่อสารระหว่างบุคคล ก็จะทำให้การรณรงค์นั้น มีผลต่อพฤติกรรมได้

Hornik (1988) กล่าวว่า การที่จะอธิบายถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของ โครงการได้ดีที่สุดคือ คือการที่มีจำนวนคนมากเท่าไรที่เข้าถึงสาร มีความถี่แค่ไหนในการเข้าถึง และตัวสารมีการให้ข้อมูลที่ชัดเจนเพียงใด ซึ่งสิ่งนี้จะช่วยให้ผู้รับสาร สามารถที่จะจดจำสารได้ สำหรับการรณรงค์ ไม่จำเป็นจะต้องได้ผลเสมอไป ทั้งนี้เพราะประสิทธิภาพไม่สามารถที่จะกำหนด นิยามความหมายโดยสมบูรณ์ได้ ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้ประเมิน โดยเป็นผลมาจากความ คาดหมายและคุณค่าของผู้ประเมิน ความสำเร็จของการรณรงค์ มาจากการคำนวณแยกแยะระหว่าง ความคาดหวังของผู้ทำการรณรงค์ กับความสำเร็จที่ได้รับ หากความคาดหวังของผู้วางแผนรณรงค์ สูง ผลที่ได้รับจะถูกพิจารณาว่าไม่มีประสิทธิภาพ ในขณะที่ความคาดหวังของผู้วางแผนรณรงค์ต่ำ ผลที่ได้รับเหมือนกันนั้น จะถูกมองว่ามีประสิทธิภาพ

Salmon (1989) กล่าวว่า การประเมินประสิทธิภาพการรณรงค์ เดิมมุ่งที่ผลลัพธ์ มากกว่ากระบวนการ ซึ่งการเน้นที่ผลลัพธ์ดังกล่าวมีข้อจำกัด เช่น ผู้ซื้อที่มีทัศนคติที่ดีต่อรถที่มีราคา แพงอยู่แล้ว และมีความตั้งใจที่จะซื้อในขณะนั้น แต่ไม่สามารถที่จะกระทำได้ อันเนื่องมาจาก ข้อจำกัดทางด้านการเงิน ด้วยเหตุนี้ จึงแสดงให้เห็นได้ว่า ยังมีปัจจัยแวดล้อมอีกหลายประการที่ทำให้ไม่สามารถปรากฏผลลัพธ์ในช่วงเวลาทำการรณรงค์ได้ นอกจากนี้ การรณรงค์ที่มุ่ง ประเมินผลลัพธ์ ไม่สามารถที่จะบอกกลยุทธ์ที่ใช้ได้ว่า ทำไมการรณรงค์หนึ่งถึงประสบความสำเร็จ แต่ ในขณะที่การรณรงค์อื่นๆ ต้องประสบกับความล้มเหลว (ในข้อนี้ต้องมีความ

เข้าใจที่ตรงกันว่า การรณรงค์นั้นมักจะดำเนินการตามแบบแผนการรณรงค์ที่เคยประสบความสำเร็จมาก่อน ไม่มีผู้ใดที่ต้องการทำการรณรงค์ตามแบบที่ประสบความสำเร็จกับความล้มเหลว แต่การทำตามแบบที่ประสบความสำเร็จนั้น พบว่าไม่จำเป็นต้องได้รับผลสำเร็จเสมอไป)

สำหรับการวิเคราะห์ด้านจิตวิทยาสังคมในด้านกลยุทธ์สารนั้น เนื่องจากการรณรงค์เป็นความพยายามที่จะมีอิทธิพลเหนือความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรม ซึ่งคนมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการใช้สื่อมวลชนหรือช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ ดังนั้น การรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพจึงจะต้องมีการประเมินผ่านเกณฑ์ต่างๆ

Salmon (1989) กล่าวว่า ขอบเขตการพิจารณาที่เกี่ยวข้องกับการประเมินการสื่อสารเพื่อโน้มน้าว มีอยู่ 3 ข้อ ดังนี้ คือ

1. เน้นที่ความเป็นธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ (ซึ่งหมายความรวมถึง การบริการ และแนวคิดต่างๆ) ซึ่งในที่นี้หมายถึง เรื่องที่จะสื่อสารนั่นเอง
2. กระบวนการในการสื่อสาร
- และ 3. ผลผลิตหลังการสื่อสาร

ซึ่งสองหัวข้อแรก มักจะได้รับความสนใจอย่างมาก เนื่องจากเห็นได้อย่างชัดเจน และโดยทันที

สำหรับ Information campaign เป็นกลยุทธ์การโน้มน้าว หรือทวนความรู้ (reeducation) เพื่อให้บรรลุถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และเป็นการโน้มน้าวในเชิงจริยธรรมมากกว่าการรณรงค์ประเภทอื่นๆ (Atkin, 1981) นอกจากนี้ ยังเป็นความพยายามที่จะส่งเสริมชีวิตของปัจเจกบุคคล และโครงสร้างของสังคมให้ดีขึ้น (Rice and Paisley, 1981) โดยมีเป้าหมายของการรณรงค์ ประกอบด้วย 1. เพื่อแจ้งให้ทราบ 2. เพื่อโน้มน้าว และ 3. เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวของสาธารณชน (Roger and Storey, 1987) นอกจากนี้ information campaign ยังเป็นความพยายามทางการตลาดเพื่อสังคม โดยมุ่งหวังเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Paisley, 1981) โดยกระบวนการทางการตลาดเพื่อสังคมนั้น Salmon กล่าวว่า ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนแรกคือ การกำหนดปัญหา ขั้นที่สอง คือการนิยามปัญหา ขั้นที่สาม การปฏิบัติการ ในที่นี้หมายถึงการดำเนินกิจกรรมการรณรงค์ ซึ่งสามารถประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการรณรงค์ได้จาก

องค์ประกอบการวิจัยผู้รับสาร การวางแผน การจัดการ การปฏิบัติการและการประเมินผล สำหรับในขั้นตอนสุดท้าย คือ การประเมินผล

การสื่อสารโน้มน้าวนั้น สารเป็นตัวแปรสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม โดยในการพิจารณาเงื่อนไขเกี่ยวกับตัวสาร เพื่อให้เหมาะสมกับการรณรงค์ หรือ การสื่อสารโน้มน้าวต่าง ๆ นั้น Message - Based Models จะเป็นแบบจำลองที่ให้ความสำคัญกับการพิจารณาเกี่ยวกับตัวสาร และมีความเหมาะสมสำหรับที่จะนำมาใช้ประเมินการรณรงค์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีด้วย

### Message - Based Models

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับตัวสารซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะยังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยการสื่อสารที่นำไปสู่ทัศนคติเชิงบวก จะนำไปสู่พฤติกรรมในเชิงบวกด้วยเช่นเดียวกัน โดยแบบจำลองตามทฤษฎีนี้ มีอยู่ 3 แบบ ประกอบด้วย

1. Information - Processing Model
2. Cognitive - Response Theory
3. Elaboration Likelihood Model

#### 1. Information - Processing Model

แบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองที่แสดงกระบวนการลำเลียงข้อมูลข่าวสารภายในของผู้รับสาร โดยผู้รับสารมีแนวโน้มว่า จะก่อทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสาร หากมีการกำหนดรูปแบบสาร เช่น เป็นการสื่อสารซึ่งเป็นแบบจังหวะเดียวหรือสองจังหวะ เป็นการใส่สารตอกย้ำซ้ำทวน เป็นการใส่สารที่มีความซับซ้อน หรือเป็นการใส่สารเร้าความกลัว เป็นต้น ส่วนการกำหนดด้านแหล่งสาร เช่น มีความน่าเชื่อถือ มีความดึงดูดใจ หรือสามารถตรึงผู้รับสารให้หยุดฟังด้วยความตั้งใจ และใส่สารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสาร ทางด้านองค์ประกอบของผู้รับสาร จะต้องเป็นผู้มีสติปัญญา ส่วนสื่อที่ใช้จะต้องกำหนดการเลือกใช้ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือเป็นการสื่อสารแบบ face-to-face เป็นต้น



McGuire (1981) ได้เสนอว่า การตอบสนองต่อการสื่อสารโน้มน้าวจะเกิดขึ้นตามลำดับขั้น ดังนี้

1. ขั้นเปิดรับข่าวสาร (exposure)
2. ขั้นให้ความสนใจ (attention)
3. ขั้นความเข้าใจ (comprehension)
4. ขั้นการยอมรับ (yielding)
5. ขั้นการจดจำข่าวสาร (retention of the message)

นอกจากจะอาศัยทั้ง 5 ขั้นตอนแล้ว ยังต้องอาศัยความระลึกหรือความทรงจำเกี่ยวกับตัวสารหรือทัศนคติของผู้รับสารด้วย

Petty and Cacioppo (1981) กล่าวว่า ความมุ่งหมายที่สำคัญในขั้นตอนดังกล่าวข้างต้นนั้น จะต้องเกิดขึ้นตามลำดับเหตุการณ์ที่แน่นอน ดังนั้น หากขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไม่เกิดก็จะเกิดการล่มสลายทั้งกระบวนการ

ข้อด้อยของแบบจำลองนี้คือ เน้นที่ผลลัพธ์ของกระบวนการ จึงไม่ได้ระบุถึงกระบวนการซึ่งสัมพันธ์กับการตอบสนองการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวเช่นไม่ชัดเจนในรายละเอียดว่า ทำไมขั้นการยอมรับถึงเกิดขึ้น

## 2. Cognitive - Response Theory

Greenwald (1968) กล่าวว่า การตอบสนองของผู้รับสารในแง่ความรู้คิด ทั้งเชิงบวกและลบ อันเนื่องมาจากการสื่อสารโน้มน้าว เป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดผลลัพธ์ของความพยายามโน้มน้าว กล่าวคือ เมื่อจำนวนความคิดเชิงบวก หรือที่เรียกว่า " proargument " มีมากกว่าความคิดเชิงลบ สถานการณ์การโน้มน้าวครั้งนั้นจะเป็นผล แต่ถ้าผู้รับสารมีความคิดในเชิงลบซึ่งเรียก " Counterargument " มากกว่าความคิดเชิงบวก ก็จะเกิดผลสะท้อนกลับไปยังผู้ส่งสาร เรียกว่า " boomerang occurs " ดังนั้น แบบจำลองนี้ จึงเสนอแนะว่า จะทำให้การสื่อสารครั้งนั้นสัมฤทธิ์ผลได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับการทำให้ความรู้คิดของผู้รับสารเป็นบวกหรือลบ

Sternthal, Dholakia and Leavitt (1978) กล่าวว่า ถ้าเราใช้แหล่งสารที่มีความน่า



เชื่อถือต่ำ (low credibility source) จะสามารถทำการสื่อสารโน้มน้าวได้มากกว่า แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง ทั้งนี้ ถือเป็นผลอันหนึ่งที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดคิดจากผลลัพธ์ของกระบวนการสื่อสาร โดยเมื่อหัวข้อการรณรงค์มีความสำคัญต่อผู้รับสาร แต่การสื่อสารในครั้งนั้น มีสถานะความน่าเชื่อถือต่ำ เมื่อผู้รับสารได้ฟังการสื่อสาร จะไม่เชื่อมั่นต่อความเห็นของผู้ส่งสาร แต่ในสถานการณ์เช่นนี้ ผู้รับสารจะเกิดความสงสัยเห็นใจ และพยายามหาเหตุผลหรือสารมาสนับสนุน แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำนั้น และโดยที่เหตุผลที่มาสนับสนุน มักผนวกเอาข้อสรุปของตัวเองเข้าไว้ด้วย คนจึงมีความเชื่อในเหตุผลที่มาสนับสนุนนั้น

### 3. Elaboration Likelihood Model

แบบจำลองนี้ เสนอว่า การโน้มน้าวจะได้ผลภายใต้เงื่อนไขที่ผู้รับสารมีความคิดพิจารณาอย่างรอบคอบต่อสารที่โน้มน้าว

Petty and Cacioppo (1986) เสนอแบบจำลองที่เน้นการอธิบายในแง่กระบวนการว่า ผู้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสารที่มีลักษณะโน้มน้าวใจอย่างไร เบื้องต้นมีสองทางสำหรับการโน้มน้าวคือ " central route " และ " peripheral route " การโน้มน้าวเส้นทางไหนจะเด่นชัดขึ้นอยู่กับความเป็นไปได้ของผู้รับสารว่าได้พิจารณาสารอย่างละเอียดรอบคอบหรือไม่

สำหรับ " central route processing " ผู้รับสารมีแนวโน้มจะพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบมาก เมื่อประเด็นการสื่อสารเกี่ยวข้องกับปัจเจกบุคคลหรือผู้รับสาร ผู้รับสารมีความต้องการอยากได้ข้อมูล และมีเวลาเพียงพอที่จะพิจารณาเกี่ยวกับตัวสาร สำหรับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ผ่านทางเส้นทางนี้จะอยู่ได้ยั่งยืนกว่า และมีโอกาสที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมได้มากกว่า

ส่วน " peripheral route processing " จะเกิดขึ้นในสภาวะที่ผู้รับสารไม่มีความคิดพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับตัวสาร หรือประเด็นที่การสื่อสารมีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารน้อย ผู้รับสารมีความต้องการข้อมูลน้อย ต้องการการรู้คิณ้อย รวมถึง มีความกดดันทางด้านเวลา หรือมีเวลาที่จะคิดน้อย

Salmon กล่าวว่า กลยุทธ์การโน้มน้าว ที่มุ่งสร้างอิทธิพลต่อทัศนคติ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้แตกต่างกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับ

ประเภทสถานการณ์ หรือประเด็นที่ทำการณรงค์ วัตถุประสงค์ของการณรงค์ หรือผลลัพธ์ที่ผู้ทำการณรงค์พึงปรารถนา สำหรับการประเมินการสื่อสารโน้มน้าว กลยุทธ์แบบ Message - Based จะเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด เช่น หากสารมีเหตุมีผล ก็จะเกิดการโน้มน้าวได้ เป็นต้น

จุดสำเร็จของการณรงค์ คือ ความพยายามที่จะเข้าใจกระบวนการซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ ซึ่งการพิจารณาเรื่องกลยุทธ์สาร การออกแบบสาร และการเลือกใช้สารได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการณรงค์ด้วย เช่นเดียวกัน ดังนั้น เพื่อให้ได้กรอบการวิเคราะห์ที่มีรายละเอียดชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจะได้นำกลยุทธ์การโน้มน้าว ตามแบบจำลองของ Message - Based Model มาใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมิน ทั้งในเรื่อง แหล่งสาร รูปแบบสาร เนื้อหาสาร และเส้นทางการโน้มน้าว เนื่องจากแบบจำลองตามทฤษฎีนี้ เน้นให้ความสำคัญเกี่ยวกับตัวสาร ซึ่งถือเป็นตัวแปรสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะยังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา ดังนั้น ผู้วิจัย จึงจะได้นำองค์ประกอบต่างๆ ที่ได้เกี่ยวกับตัวสาร ทั้งในเรื่องรูปแบบสาร และเนื้อหาสารที่มีแนวโน้มนำต่อการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสาร รวมถึง เรื่องแหล่งสาร มาใช้เป็นแนวทางในการประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อ เพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในครั้งนี้ด้วย

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ

ในการรณรงค์สื่อสารจะต้องอาศัยสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จะต้องอาศัยการวางแผนการดำเนินการการใช้สื่อให้เหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

David K. Berlo (1960) ผู้ที่มีอิทธิพลมากในการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ได้ให้ "ข้อพิจารณา" เกี่ยวกับการเลือกสื่อมวลชน โดยกล่าวว่า การสื่อสารที่จะมีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับ การเลือกใช้สื่อ โดยจะพิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้คือ

- 1) ความชอบในสื่อชนิดต่าง ๆ ของผู้รับสาร
- 2) สื่อที่จะมีผลกระทบต่อผู้รับสารมากที่สุด
- 3) สื่อที่ผู้ส่งสารสามารถนำมาปรับใช้ได้ตามประสงค์มากที่สุด
- 4) สื่อที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

สำหรับ Simon (1984) ได้นำแนวคิดของ Berlo มาประยุกต์ใช้ดังนี้

1. มีสื่อไหนที่จะใช้ได้บ้าง
2. สื่อไหนที่จะรับได้โดยประชาชนกลุ่มใหญ่ที่สุด
3. สื่อไหนที่จะทำให้ได้รับผลกระทบมากที่สุด
4. สื่อไหนที่สามารถใช้ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้รับสารมากที่สุด
5. สื่อไหนที่สามารถใช้ได้เหมาะสมกับเนื้อหาของข่าวสารได้ดีที่สุด

ข้อพิจารณาของ Berlo และ Simon ช่วยทำให้ทราบว่า มีตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่ออยู่มาก คือ วัตถุประสงค์ เนื้อหาของสาร ผลจากการวิจัย เวลา งบประมาณ ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย และคุณสมบัติของสื่อ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2538) เสนอความเห็นเห็นว่า สื่อต่าง ๆ ที่นำมาใช้มีความแตกต่างกัน ดังนี้ คือ

ตารางที่ 2.2 แสดงคุณลักษณะที่แตกต่างกันของสื่อแต่ละชนิด

สื่อ	ข้อดี	ข้อเสีย
- คำพูด - วิทยู	สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายน้อย ประทับใจ โต้ตอบได้ ปรับเนื้อหาได้ แพร่หลายรวดเร็ว ไร้อารมณ์ น่าเชื่อถือ เข้าถึงทุกแห่ง ราคาถูก เสนอเหตุการณ์ทันใจ ใกล้ชิดคนฟัง	ขาดความคงทนถาวร ไม่เข้าใจ ผลสำเร็จต่ำ เสนอรายละเอียดได้น้อย ต้องเลือกเวลาที่เหมาะสม ไม่คงทน ทบทวนไม่ได้ ไม่เห็นภาพพจน์

## ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

สื่อ	ข้อดี	ข้อเสีย
โทรทัศน์	รวมสื่อ ใ้เราใจ ประทับใจรวดเร็ว คนไม่รู้หนังสือเข้าใจได้ง่าย	ราคาแพง ไม่คงทน คลื่นส่งรัศมีเฉพาะที่ ต้องมีสมาธิ และออกอากาศ เป็นเวลา
- ภาพยนตร์	สี แสง เสียง อธิบายได้ดี ใ้เราใจ มีระเบียบ และสร้างเหตุการณ์ได้ แทนสายตา นำอดีตมาเสนอได้ ขยายภาพโตขึ้นได้ น่าเชื่อถือและ แทรกความคิด	ราคาแพงต้องมีคุณภาพ
- ภาพนิ่ง	ดึงดูด บรรยายได้ดีกว่าการพูด สะดวก ประหยัด หยุดภาพได้	ไม่เคลื่อนไหว ไม่มีชีวิตชีวา
- ฟิล์มสตริป	เข้าใจได้เอง ง่าย สะดวก และ ประหยัด	ภาพนิ่งไม่ดึงดูดและใ้เราใจ
- หนังสือพิมพ์	คงทน อ่านย้อนหลังได้ ราคาถูก เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย สม่ำเสมอในการเสนอข่าว มีภาพประกอบ	เข้าไม่ถึงถิ่นทุรกันดาร อายุสั้นอ่านแล้วต้องทิ้ง อ่านเฉพาะเรื่องที่สนใจ
- วารสาร	เข้าถึงกลุ่มที่ต้องการ ดึงดูด ย้ำความ ทรงจำ มีเนื้อที่มาก สูญเปล่าน้อย จะเปลี่ยนแปลงยืดหยุ่นได้ง่าย	ยกเลิกได้ง่าย ขาดงบประมาณ คุณภาพไม่ดี ขาดประโยชน์
- นิตยสาร	ค่าส่งต่ำ รูปเล่มสวยงาม เนื้อหาลึกซึ้ง เข้าถึง เป้าหมาย ทบทวน เปลี่ยนทัศนะได้	ต้นทุนสูง ไม่ทันเหตุการณ์ และจำนวนไม่มาก

## ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

สื่อ	ข้อดี	ข้อเสีย
- จุลสาร	แนะนำรายละเอียด และกำหนดการ กิจกรรมต่างๆของโครงการได้ดี	มักพบเห็นสื่อเฉพาะสถานที่ จัดกิจกรรม การเผยแพร่ กระจายข่าวสารครอบคลุม กลุ่มเป้าหมายได้น้อย
- จดหมาย ถ้อยแถลง	ราคาถูก เจาะจงเฉพาะกลุ่มประทับใจ สะดวกรวดเร็ว เอาใจใส่	ไม่ถึงมือคนรับหากส่งไม่ดี
- ไปสเตอร์ แผ่นพับ	สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ	ไม่สามารถให้รายละเอียด ได้มาก

พชนี เษจรรยา (2541) ได้แสดงให้เห็นลักษณะที่แตกต่างกันในการนำรูปแบบ  
การสื่อสารต่างๆ มาใช้ ดังนี้ คือ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.3 แสดงลักษณะที่แตกต่างกันของการสื่อสาร

	ผู้ส่งสาร	สาร	ช่องทาง	ผู้รับสาร	รูปแบบปฏิสัมพันธ์	บริบททางสังคม	ตัวอย่างสภาพการสื่อสาร
การสื่อสารระหว่างบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ มักจะสื่อสารเป็นอิสระจากองค์การใด ๆ</li> <li>λ ไม่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวข้องกับ</li> <li>λ มีลักษณะเป็นผู้นำทางความคิด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ ส่งผ่านภายในสภาพการณ์ที่เป็นส่วนตัวและค่อนข้างจำกัด</li> <li>λ ไม่มีการจำกัดเนื้อหา</li> <li>λ อุปสรรคที่ทำให้พูดคุยกันไม่ได้เป็นตัวกำหนดความเร็วในการถ่ายทอดสาร</li> </ul>	ไม่เป็นทางการ (ระหว่างบุคคลหรือแบบซึ่งหน้า)	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ จำนวนน้อย</li> <li>λ กลุ่มเดียวกันหรือไม่มีความแตกต่างกัน</li> <li>λ สามารถระบุได้</li> <li>λ อยู่ในระยะใกล้กัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ ไม่มีโครงสร้างหรือรูปแบบแน่นอนตายตัว (เกิดขึ้นชั่วคราว เกิดขึ้นเพราะแรงกระตุ้นและอาจไม่เป็นขึ้นเป็นอัน)</li> <li>λ มีปฏิริยาตอบสนองในฉับพลันทันที</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>หน่วยสังคมพื้นฐานหรือปฐมภูมิคือครอบครัว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ การสนทนาตัวต่อตัว</li> <li>λ การพูดคุยกันในบ้าน</li> <li>λ การพบปะสังสรรค์</li> </ul>
การสื่อสารแบบกึ่งกลาง	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ มีค่าใช้จ่าย</li> <li>λ เป็นบุคคลที่มีสถานภาพหรืออยู่ในวงการวิชาชีพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ ส่งผ่านภายใต้สภาพการณ์ที่เป็นส่วนตัวและ</li> </ul>	ไม่เป็นทางการและเป็นทางการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ จำนวนน้อย</li> <li>λ มีความหลากหลายหรืออาจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ อาจมีโครงสร้างที่แน่นอนตายตัวหรือไม่แน่นอนตายตัว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>หน่วยสังคมปฐมภูมิ หรือทุติยภูมิ เช่น โรงเรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ คนสองคนคุยกันทางโทรศัพท์</li> </ul>



ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

	ผู้ส่งสาร	สาร	ช่องทาง	ผู้รับสาร	รูปแบบปฏิสัมพันธ์	บริบททางสังคม	ตัวอย่างสภาพการสื่อสาร
		<p>ค่อนข้างจำกัด</p> <p>λ เนื้อหาค่อนข้างเฉพาะและ / หรือเน้นเฉพาะวงการ</p> <p>λ มีการแลกเปลี่ยนความคิด</p>		<p>เป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน</p> <p>λ อยู่ในระดับใกล้หรือไกล</p> <p>λ สามารถระบุได้</p>	<p>λ ปฏิริยาตอบสนองฉับพลันหรือไม่</p> <p>สนองในทันทีทันใด</p>		<p>λ จากกลามหาสมุทรถึงฝั่ง</p> <p>λ การสอนโดยใช้โตดทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ</p>
การสื่อสารแบบกึ่งกลาง		<p>λ การถ่ายทอดสารรวดเร็ว</p>					
การสื่อสารมวลชน	<p>λ ผู้ส่งสารสื่อสารในองค์การที่ซับซ้อน</p> <p>λ มีการใช้จ่ายสูง</p>	<p>λ ส่งผ่านอย่างเปิดเผยให้สาธารณชนรู้</p>	<p>เป็นทางการ (สื่อมวลชน)</p>	<p>λ จำนวนมาก</p> <p>λ มีความหลากหลาย</p>	<p>λ มีโครงสร้างและรูปแบบ</p>	<p>หน่วยสังคม</p> <p>ทุติยภูมิ</p>	<p>λ โฆษณาทางโทรทัศน์</p> <p>หนังสือพิมพ์</p>

	ผู้ส่งสาร	สาร	ช่องทาง	ผู้รับสาร	รูปแบบปฏิสัมพันธ์	บริบททางสังคม	ตัวอย่างสภาพการสื่อสาร
		<ul style="list-style-type: none"> <li>λ ส่งผ่านอย่างรวดเร็ว</li> <li>λ เนื้อหาไม่มุ่งเน้นเฉพาะวงการ</li> <li>λ ต้องเคารพกฎเกณฑ์</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>λ ไม่รู้จักมักคุ้นกัน</li> <li>λ อยู่ในระยะห่างกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>λ ปฏิกริยาตอบสนองไม่เกิดขึ้นในทันทีทันใด</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>ภาพยนตร์</li> <li>วิทยุ ฯลฯ</li> <li>λ การตีตประกาศ</li> <li>λ การส่งจดหมาย</li> <li>    รณรงค์</li> <li>λ การนำเครื่องบินขึ้นไปปล่อยควันเป็นตัวอักษรในอากาศ</li> </ul>

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Klapper (อ้างใน เสถียร เขยประทับ ,2531) ได้สรุปไว้เป็นหลักกว้างๆที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถและข้อจำกัดของการสื่อสารมวลชน โดยมีประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจ คือในเรื่องของประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชน ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของสื่อมวลชน สารแหล่งสาร และสถานการณ์ของการสื่อสาร ภาพพจน์ของแหล่งสารในทัศนะของผู้รับสาร เช่น ความน่าเชื่อถือ ความน่าไว้วางใจ และเกียรติยศชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการจูงใจผู้รับสาร สื่อมวลชนโดยตัวของมันเองสามารถให้สถานภาพแก่ผู้ทำการสื่อสารและแก่นแนวคิดที่ถ่ายทอดโดยสื่ออื่น ในขณะที่สื่อมวลชนแต่ละประเภทต่างมีประสิทธิภาพแตกต่างกัน แต่การสื่อสารแบบตัวต่อตัวที่ไม่เป็นทางการ ได้พิสูจน์ให้เห็นตลอดมาว่า มีประสิทธิภาพในการจูงใจมากกว่าการสื่อสารมวลชนใดๆ เป็นที่ทราบกันดีว่าเทคนิคในการสื่อสารบางอย่างมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกันมาก และความรู้สึกรักของประชาชนในขณะนั้นที่มีต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการจูงใจ

จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2534) กล่าวถึงการใช้สื่อว่าผู้วางแผนจะต้องคำนึงถึงความครอบคลุม (coverage) หรือการที่สื่อสามารถเข้าถึงประชาชนได้มากน้อยเพียงใด

ความครอบคลุม หมายถึง การที่สื่อเข้าถึงประชาชนเป้าหมาย ณ ช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ณ ช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ ประชาชนเป้าหมายควรมีโอกาสรับฟังข่าวสารอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยทั่วไปจะกำหนดระยะเวลาประมาณ 4 สัปดาห์ และยังคงคำนึงถึงความบ่อยครั้งหรือความถี่ (Frequency) หมายถึงจำนวนครั้งภายในระยะเวลาที่กำหนดที่ประชาชนได้รับฟังข่าวสารนั้น (อย่างน้อยในช่วงระยะ 4 สัปดาห์) และสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาคือความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง การใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารออกไปในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ (เช่น ในช่วงของการรณรงค์)ว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใด ซึ่งบางครั้งอาจจะใช้ฤดูกาล เทศกาล หรือวันสำคัญทางประเพณี เป็นเครื่องช่วยในการพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้สื่อให้มีความต่อเนื่องอย่างไร นอกจากนี้ควรพิจารณาด้วยว่า จะใช้สื่อตัวใด เนื่องจากสื่อชนิดเดียวกันมีความหลากหลาย เช่น หนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารต่างมีความหลากหลาย ในเนื้อหารูปแบบกลุ่มเป้าหมาย หรือสื่อวิทยุซึ่งมีหลายสถานีที่ทำการกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีรายการในช่วงเวลาต่าง ๆ มากมาย แต่ละรายการอาจมีความแตกต่างในด้านกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม อันมีผลต่อการจัดทำ เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ เพื่อออกอากาศเผยแพร่ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ด้วยเหตุนี้ การใช้สื่อจึงต้องมีความพิถีพิถันพอสมควร เพื่อให้การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์นั้นได้ผลมากที่สุด หรือมีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วย

เมื่อพิจารณาถึงข้อจำกัดของการใช้สื่อแต่ละประเภท จึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อ การเข้าถึงผู้รับสาร ความครอบคลุม ความถี่ และความต่อเนื่องในการใช้สื่อ ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ได้กล่าวถึงข้างต้น จะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการรณรงค์โน้มน้าวใจให้มีประสิทธิภาพ และใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจเลือกใช้สื่อ ให้ได้เหมาะสมกับเนื้อหาสารมากที่สุด ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงจะได้นำองค์ประกอบต่างๆ จากแนวคิดการใช้สื่อ มาใช้เป็นแนวทางในการประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อ เพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในครั้งนี้ด้วย

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนสื่อ

Barban, Cristol and Kopec (1993) กล่าวว่า องค์ประกอบพื้นฐานของการวางแผนสื่อ ประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ ดังนี้

- 1) การทบทวนภูมิหลัง (background review)  
เป็นการทบทวนข้อสมมติฐาน และความรู้เกี่ยวกับโครงการ
- 2) กำหนดวัตถุประสงค์ (statement of objectives)  
เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ และวัตถุประสงค์สื่อ เพื่อนำไปสู่การวางแผนให้บรรลุถึงผลสำเร็จ
- 3) นิยามกลุ่มเป้าหมาย (target definition)  
การวางแผนจะต้องนิยามกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เพื่อให้เหมาะสมกับสื่อที่จะเลือกใช้อย่างสูงสุด
- 4) การผสมผสานสื่อ (media mix)  
การวางโครงร่างสำหรับการผสมผสานสื่อ นั้น จะต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของระดับประสิทธิภาพที่คาดหวังจากแต่ละสื่อ และประเภทของสื่อที่จะเลือกใช้
- 5) การพิจารณารางสื่อทั้งหมด (overall scheduling considerations)  
ในการวางแผนสื่อ จะต้องระบุถึงการจัดวางสื่อ ภายในกรอบเวลาที่กำหนด

ด้วย

Surmanek (1996) กล่าวว่า การวางแผนเป็นการตัดสินใจเลือกวิธีการ หรือสิ่งที่สมควรจะต้องปฏิบัติเอาไว้ล่วงหน้า โดยกระบวนการวางแผนจะมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานขององค์กรต่าง ๆ มาก เพราะแผนงานที่วางไว้จะมีส่วนช่วยให้การดำเนินงานต่างๆ มีความสอดคล้องต้องกัน ทำให้งานมีประสิทธิภาพบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และยังใช้เป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนหรือไม่ สำหรับการวางแผนสื่อ เป็นการเลือกช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย และเพื่อให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า โดยสิ่งแรกที่จะต้องทำในการวางแผนก็คือ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) เช่น อายุ, เพศ, รายได้, ที่อยู่อาศัย, การศึกษา, อาชีพ, สถานภาพทางการสมรส ฯลฯ และข้อมูลเชิงจิตวิทยา (Psychographic) เช่น ทัศนคติ, แรงจูงใจ, ความต้องการ, บุคลิกภาพ, รูปแบบการดำเนินชีวิต ฯลฯ ทั้งนี้ เพื่อที่จะได้ทราบว่า กลุ่มเป้าหมายซึ่งเราต้องการจะให้เข้าถึงนั้น เป็นใคร อยู่ที่ไหน มีอาชีพ การศึกษา ลักษณะอุปนิสัยส่วนใหญ่เป็นอย่างไร และควรใช้สื่อประเภทใดจึงจะสามารถเข้าถึงได้มากที่สุด และได้ผลที่สุด เมื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว จึงกำหนดว่าจะใช้ความถี่ในการเข้าถึงเท่าใด อาจวัดไม่ได้ว่าต้องใช้ความถี่กี่ครั้งจึงจะดี ต้องอาศัยการคาดคะเนว่า ประมาณกี่ครั้งจึงจะเห็นและจดจำได้

ขั้นตอนสุดท้ายของการวางแผน เมื่อได้ข้อมูลทุกอย่างครบถ้วนทั้งกลุ่มเป้าหมายและความถี่ที่จะต้องใช้แล้ว ผู้จัดทำแผน จะต้องพิจารณาถึงการเลือกใช้สื่อ โดยการเลือกใช้สื่อแต่ละครั้งนั้น นอกจากต้องอาศัยข้อมูลประกอบจำนวนมากแล้ว ยังต้องอาศัยการประเมินผลด้านประสิทธิภาพการใช้งบการเงินด้วย โดยจะต้องพิจารณาถึงผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดล้วนมีราคาแพง และมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังต้องจัดทำรายละเอียดว่าสื่อที่ใช้ สื่อใดเป็นสื่อหลัก สื่อรอง และสื่อสนับสนุน และจะใช้กับสื่อใดบ้าง (Intermedia Selection) พร้อมจัดสรรงบประมาณที่จะต้องใช้ในแต่ละสื่ออย่างคร่าวๆ โดยพิจารณาจากความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อ พร้อมเลือกรายละเอียดของสื่อ (Intramedia Selection) โดยกำหนดประเภทรายการ สถานี ประเภทของหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร เป็นต้น สำหรับรายละเอียดอื่นๆ ที่ควรระบุไว้ในแผนการซื้อสื่อ ยังมีอีกมากมาย อาทิเช่น ระดับของการครอบคลุม ระดับการเข้าถึง ประเภทสื่อ ชื่อของสื่อ (อาจรวมถึงคุณสมบัติของสื่อด้วย) และราคาของสื่อต่างๆ ด้วย เป็นต้น

Goodrich และ Sissors (1993) กล่าวว่า เราสามารถประเมินการวางแผนซื้อบนพื้นฐานของการประเมินประสิทธิภาพได้ เกณฑ์การตัดสินคุณค่าและพิจารณาการวางแผนซื้อนี้ได้แบ่งหัวข้อสำคัญออกเป็น 11 หัวข้อ และประกอบด้วยแนวคำถามต่างๆ ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ของซื้อ

- วัตถุประสงค์ของซื้อมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ที่วางไว้หรือไม่
- กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่
- วัตถุประสงค์นั้นมีความสมบูรณ์แล้วหรือยัง หรือว่ายังขาดในบางส่วน

หรือไม่

2) กลยุทธ์ซื้อ และการวางกลยุทธ์

- มีการเข้าถึงวัตถุประสงค์ซื้อของกลยุทธ์เป็นอย่างดีหรือไม่ และอย่างไร
- การเลือกใช้ซื้อมีความละเอียดรอบคอบอย่างไร (ต้องมีข้อพิสูจน์เพียงพอ)
- มีการพิจารณาตัวเลือกที่เป็นไปได้ก่อนการเลือกกลยุทธ์หรือไม่
- มีความสมบูรณ์ครบถ้วนหรือไม่ และมีส่วนใดที่ยังขาดหายไปหรือไม่

3) การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและความถี่ในการเข้าถึง

- มีระดับการเลือกในแต่ละอันที่ถูกต้องหรือไม่ และมีข้อพิสูจน์หรือไม่
- มีความสัมพันธ์กันระหว่างการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและความถี่ในการเลือก

อย่างถูกต้องหรือไม่ และมีข้อพิสูจน์หรือไม่

4) การเลือกคุณภาพซื้อ

- คุณภาพซื้อที่เลือกมีความถูกต้องหรือไม่
- มีการให้ข้อพิสูจน์ทางสถิติเกี่ยวกับผู้รับสารไว้หรือไม่
- มีความเหมาะสมในการพิจารณาทางเลือกหรือไม่
- มีการประเมินเรื่องคุณภาพซื้อเพื่อให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

หรือไม่

5) ด้านภูมิศาสตร์

- มีการเชื่อมโยงทางด้านภูมิศาสตร์เป็นอย่างดีหรือไม่ และอย่างไร



- การเชื่อมโยงเป็นเหตุเป็นผล และมีความสอดคล้องกันหรือไม่
- การเชื่อมโยงนั้นสมบูรณ์หรือไม่

6) เวลาและตารางเวลา

- มีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและความถี่ที่เข้าถึงได้อย่างไร และมีค่าใช้จ่ายเท่าไร
- มีความสมเหตุสมผลในเรื่องของเวลาหรือไม่

7) การวางแผนเรื่องการใช้จ่าย

- ผู้วางแผนได้ใช้เงินงบประมาณที่มีอยู่ไปอย่างดีหรือไม่
- มีความสมเหตุสมผลในการใช้หรือไม่

8) การนำกลยุทธ์สร้างสรรค์ไปใช้

- แผนได้นำไปสู่การพิจารณาสร้างสรรค์กลยุทธ์การรณรงค์เป็นอย่างดีหรือไม่ และอย่างไร

9) การคาดคะเน และความแม่นยำ

- มีความแม่นยำในการคาดคะเนข้อมูล เพื่อให้เป็นที่ต้องการของผู้รับสารได้อย่างไร
- มีความสมบูรณ์ในข้อมูลอย่างไร

10) แผนการปรับปรุง

- เมื่อแผนที่วางไว้ ได้พบกับเกณฑ์หรือปัจจัยอื่นๆ มีผลต่อการแก้ไขปัญหามีการนำมาใช้ปรับปรุงหรือไม่

11) กลไกทางโครงสร้าง และความสามารถในการสื่อสารของแผน

- แผนนั้นมีการจัดการที่ดีหรือไม่
- มีรายละเอียดของแผนหรือไม่
- ข้อมูลทางสถิติที่แสดงในแผน อ่านง่าย หรือสามารถเข้าใจได้ง่ายหรือไม่
- แผนนั้นอ่านง่าย หรือทำความเข้าใจได้ง่ายหรือไม่

สำหรับแนวคิดในการวางแผนสื่อข้างต้น จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในด้านขนาดของผู้รับสาร และข้อมูลเชิงจิตวิทยาอื่น ๆ ซึ่งจะทำได้ที่จะเลือกสารได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้นำองค์ประกอบต่างๆที่ได้ ไปใช้เป็นแนวทางการประเมินประสิทธิภาพการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อมครั้งนี้ด้วย

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล

##### 4.1 ความหมายของการประเมินผล

คำว่าประเมินผลในความหมายดั้งเดิม มักจะหมายความถึงกระบวนการที่มุ่งแสวงหาคำตอบสำหรับคำถามที่ว่า นโยบาย/แผนงาน/โครงการ บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้แต่แรกหรือไม่ และระดับใด ซึ่งในปัจจุบันการมุ่งตอบคำถามเช่นที่กล่าว จัดเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการประเมินผลรวบยอด (การมองทั้งระบบ หรือเป็นการมองทั้งกระบวนการ) สำหรับคำว่า "การวิจัยประเมินผล" (Evaluation Research) นั้น จะรวมหมายความถึง การประเมินสถานะแวดล้อม การประเมินปัจจัยนำเข้า การประเมินกระบวนการ ตลอดจนการประเมินผลลัพธ์และผลกระทบ โดยการนำระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมและพฤติกรรมศาสตร์มาประยุกต์ใช้

"การวิจัยประเมินผล" ได้มีนักวิชาการจำนวนมากที่ได้กำหนดนิยามไว้หลายความหมายทั้งที่คล้ายคลึงและแตกต่างกัน ดังพอสรุปได้ดังนี้ คือ (อ้างใน ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ 2529: 7-12)

รัทแมน (Rutman, 1977 : 16) กล่าวว่า การวิจัยประเมินผลในประการสำคัญที่สุดก็คือกระบวนการซึ่งประยุกต์ใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อสังเคราะห์หลักฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือและแม่นยำภายใต้ลักษณะและขอบเขตที่สามารถบ่งบอกได้ว่า กิจกรรมที่ดำเนินการอยู่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ หรือสิ่งส่งออกเฉพาะประเภท

รัทแมนได้แยกพิจารณานิยามนี้ออกเป็น 4 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบแรก การเน้นความสำคัญของการประยุกต์ใช้หลักการทางวิทยาศาสตร์เพื่อการแสวงหาคำตอบที่น่าเชื่อถือและแม่นยำ องค์ประกอบที่สอง การมุ่งความสนใจไปที่ลักษณะและขอบเขตซึ่ง

กิจกรรมที่กำหนดก่อให้เกิดผลที่วัดได้ภายใต้กระบวนการสาเหตุและผล องค์ประกอบที่สาม การวิจัยประเมินผลไม่ควรจำกัดขอบเขตแต่เพียงการศึกษาผลลัพธ์และผลกระทบตามที่กำหนดไว้ ภายใต้เป้าประสงค์และวัตถุประสงค์ แต่ควรครอบคลุมถึงผลอื่น ๆ อันอาจเกิดขึ้นได้ และ องค์ประกอบที่สี่ การพิจารณาข้อมูลที่สำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหารเป็นประเด็นสำคัญ ประการหนึ่งในงานวิจัยประเมินผล

สมาคมสาธารณสุขอเมริกัน (American Public Health Association ,1955) ได้พยายามขยายความของคำว่า "การวิจัยประเมินผล" ให้ชัดเจนขึ้น โดยกล่าวว่า การวิจัยประเมินผลคือ กระบวนการในการพิจารณาค่าหรือระดับความสำเร็จในการบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้แต่ต้น กระบวนการดังกล่าวอย่างน้อยประกอบด้วยขั้นตอน ต่อไปนี้

- (1) กำหนดวัตถุประสงค์
- (2) ระบุเกณฑ์มาตรฐานสำหรับวัดความสำเร็จ
- (3) พิจารณาและอธิบายถึงระดับความสำเร็จ
- (4) เสนอแนะสำหรับโครงการต่อไป

สำหรับคำจำกัดความนี้ได้กำหนดความหมายครอบคลุมทั้งนิยามมโนทัศน์ (conceptual definition) และนิยามปฏิบัติการ (operational definition) ผนวกเข้าไว้ด้วยกัน

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการหลายท่าน ที่ได้ให้ความหมายของการประเมินไว้ และสามารถนำมาพิจารณา เพื่อเสริมความเข้าใจได้ เช่น

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2527) ให้ความหมายของการประเมินผลไว้ว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นระบบจากประสบการณ์ จากการประเมินค่าและใช้ความรู้ที่เป็นบทเรียนในการปรับปรุงกิจกรรมปัจจุบันและดำเนินการวางแผนให้ดีขึ้น โดยการคัดเลือกการปฏิบัติที่เหมาะสม ดังนั้นรูปแบบของการประเมินผลจึงมี 2 รูปแบบ คือ

1. การประเมินผลขณะดำเนินโครงการ (Formative Evaluation) เป็นการประเมินผลเพื่อพัฒนารูปแบบของการดำเนินการให้ดีขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้
2. การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดโครงการ (Summative Evaluation) เพื่อที่จะสรุป

ว่า ผลสำเร็จเป็นอย่างไร จะขยายโครงการในพื้นที่เดิมหรือไม่ มีบทเรียนอะไรบ้างที่จะนำไปใช้ในโครงการอื่นๆ

สมหวัง พิริยานุวัฒน์ (2528) ได้ให้ความหมายของการประเมินไว้ว่า หมายถึง การตัดสินคุณค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ อีกนัยหนึ่งการประเมินเป็นกระบวนการให้ได้มาซึ่งข้อสนเทศสำหรับตัดสินคุณค่า ผลผลิต กระบวนการและจุดมุ่งหมายของโครงการหรือโปรแกรม หรือทางเลือกต่าง ๆ ที่นำไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย จุดเน้นการประเมินคือ การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ ตลอดจนเพื่อการตัดสินคุณค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Hyman (1962 : 3 อ้างในรังสฤษฎ์ บุญสิน 2533 : 7) ให้นิยามว่า การประเมินผล หมายถึง ขั้นตอนการแสวงหาความเป็นจริง ซึ่งเป็นผลมาจากการกระทำทางสังคม (Social Action) ที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า นอกจากนั้นการวิจัยประเมินผลจัดเป็นการวิจัยประยุกต์ประเภทหนึ่ง ซึ่งเป้าหมายหลักมิใช่เพื่อการเสริมสร้างองค์ความรู้ แต่เพื่อการศึกษาประสิทธิผลของการประยุกต์ใช้ความรู้ให้เกิดประโยชน์ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

## 1.2 พัฒนาการของการประเมินผล

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2529) กล่าวว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับการวิจัยประเมินผลได้รับการพัฒนามาเป็นลำดับขั้นตอนตามหลักทฤษฎีของ Karl Marx โดยแบ่งออกเป็น 3 ยุค กล่าวคือ

1) การประเมินความพยายาม (Effort Evaluation) เป็นการประเมินที่มุ่งความสนใจไปที่ปัจจัยนำเข้า โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบด้านต่าง ๆ มีฐานคติที่ว่า กิจกรรมที่กำลังดำเนินการอยู่นั้น คือ มรรควิธีซึ่งสามารถจะนำไปสู่ความสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ได้ โดยไม่ต้องศึกษาถึงผลลัพธ์ที่แท้จริง

จากนั้นได้มีการพัฒนาแนวความคิดแย้งขึ้นมา เนื่องจาก การประเมินความพยายาม (Effort Evaluation) ไม่ให้ความสนใจต่อการแสวงหาคำตอบ สำหรับความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการ ซึ่งได้พัฒนาเข้าสู่ยุคที่สองคือการประเมินผลลัพธ์

2) การประเมินผลลัพธ์ (Output Evaluation) เป็นการประเมินที่มุ่งตอบคำถามที่

ว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ หรือว่าโครงการมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) เพียงใด ซึ่งรวมไปถึงผลลัพธ์อื่น ๆ ซึ่งได้แก่ ผลลัพธ์ทางอ้อม ผลลัพธ์ทางข้าง และผลลัพธ์ที่ไม่ได้คาดหมาย นอกจากประสิทธิภาพแล้ว การประเมินผลลัพธ์ยังครอบคลุมถึงการประเมินผลที่สำคัญอีก 2 ประเภท คือ ประสิทธิภาพ (Efficiency) และความพอเพียง (Adequacy)

การประเมินประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถของบุคลากร องค์กร เครื่องอำนวยความสะดวก การปฏิบัติ และกิจกรรม ซึ่งมุ่งผลิตผลลัพธ์โดยมีสัดส่วนกับความพยายามที่ลงทุนไปก่อนหน้านี้ (Glossary of Administrative Terms in Public Health, 1960 : 226) หรือหมายถึง อัตราส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ของโครงการกับปัจจัยนำเข้าสู่โครงการนั้น ๆ ในอดีตเกณฑ์ "ประสิทธิภาพ" ถูกมองข้ามไปและมักไม่ให้ความสำคัญ แต่ปัจจุบันได้รับความสนใจในการประเมินผลโครงการสาธารณะขึ้นมาก เนื่องจากทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของประเทศเริ่มจำกัดลงอย่างรวดเร็ว

การประเมินความพอเพียง หมายถึง ระดับการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จะสามารถจัดหรือแก้ไขปัญหาได้ (Deniston et al, 1972 : 142) หรือหมายถึงการเปรียบเทียบอัตราส่วน ระหว่างผลลัพธ์ของโครงการกับความต้องการทั้งหมดของประชาชนหรือสังคม

แม้ว่าการประเมินผลลัพธ์จะมีส่วนเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการวิจัย ประเมินผลให้มีความลึกซึ้ง สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงมากขึ้นก็ตาม แต่การประเมินผลลัพธ์ก็ยังมีข้อจำกัดในแง่ที่มุ่งความสำคัญของผลลัพธ์ จนขาดความสนใจเชื่อมโยงว่า ผลลัพธ์ที่ปรากฏนั้นสืบเนื่องมาจากโครงการให้ลักษณะกระบวนการ สาเหตุและผลอย่างไรหรือไม่ รวมทั้งขาดการประเมินกระบวนการเกี่ยวกับการปฏิบัติตามแผน ซึ่งวางไว้สำหรับการดำเนินงานโครงการ บางครั้งผลลัพธ์ที่ปรากฏอาจไม่ได้สืบเนื่องมาจากโครงการ หรือกิจกรรมที่ทำโดยตรง แต่กลับกลายเป็นผลของปัจจัยแทรกซ้อนอื่นๆ ที่แอบแฝงอยู่ ความสลับซับซ้อนของปรากฏการณ์ทางสังคม ทำให้จำเป็นต้องพัฒนาหลักประเมินผลให้มีความแข็งแกร่ง พอที่จะแสวงหาคำตอบที่น่าเชื่อถือ และเที่ยงตรงยิ่งขึ้น จึงพัฒนาการมาเป็นการประเมินผลรวบยอด

3) การประเมินผลรวบยอด (Overall Evaluation) หมายถึง การประเมินผล เพื่อที่จะพิจารณาว่าปัจจัย (Input) ที่ใช้ในการดำเนินงานโดยการได้รับการดำเนินการตามที่วางแผนไว้หรือไม่ และเพื่อกำหนดว่า โครงการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือขยายผลไปในทิศทางที่



สอดคล้องกับความตั้งใจหรือไม่ (Freeman, 1975 : 146) ซึ่งเป็นความพยายามในการผสมผสานองค์ความรู้ของการประเมินความพยายามและการประเมินผลลัพธ์เข้าด้วยกัน การประเมินผลรวบยอดถือเป็นแนวการประเมินที่นิยมใช้กันอยู่ในปัจจุบัน วิธีการที่ใช้ในการประเมินส่วนใหญ่ใช้การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม หรือสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับโครงการในสภาพการณ์ต่าง ๆ ขณะที่โครงการกำลังดำเนินงานอยู่ เพื่อประมวลข้อเท็จจริงต่าง ๆ รวมถึง ให้ได้มาซึ่งคำตอบและทางเลือกต่าง ๆ

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกที่จะประเมินผลในประเภทของการประเมินผลลัพธ์ โดยพิจารณาในส่วนของการประเมินประสิทธิภาพเป็นหลัก และจะได้ประเมินผลโครงการรณรงค์เมื่อสิ้นสุดโครงการ (Summative Evaluation)

## 5. แนวความคิดในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

### ความเป็นมาของการรณรงค์

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม สืบเนื่องมาจากการที่ประชาชนในพื้นที่ ได้มีกระแสคัดค้านเกี่ยวกับการจัดสร้างศูนย์วิจัยและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรม) ที่จังหวัดชลบุรี โดยได้มีการเดินขบวนต่อต้านอย่างต่อเนื่อง และกรมโรงงานอุตสาหกรรมต้องตกอยู่ในสภาวะเป็นฝ่ายรับ และตามชี้แจงอยู่ตลอดเวลา โดยในระยะต่อมา กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้มีโครงการที่จะจัดสร้างศูนย์วิจัยและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมขึ้นอีก ที่จังหวัดราชบุรี เพื่อให้บริการกำจัดกากอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทุกประเภท โดยมีการติดตั้งอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพในการจัดการของเสียที่เป็นพิษ และมีผู้เชี่ยวชาญควบคุมดูแลประจำศูนย์ ทั้งนี้ เพื่อป้องกันมิให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะต่อชุมชนในละแวกใกล้เคียง แต่ในการนี้ เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการคัดค้านดังเช่นที่เกิดขึ้นในจังหวัดชลบุรี จึงต้องรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายในเบื้องต้น เพื่อวางแผนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ถูกต้องกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างความเข้าใจที่ดี และเป็นการสนับสนุนการก่อสร้างศูนย์ฯ ให้ประสบผลสำเร็จด้วย โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม ได้ใช้งบประมาณในวงเงิน 1 ล้านบาท เพื่อว่าจ้างบริษัทเอกชน (บริษัท SPINDLER & ASSOCIATE) ดำเนินการสำรวจทัศนคติกลุ่มเป้าหมายในท้องถิ่น ในช่วงระหว่างวันที่ 6-18 ตุลาคม 2536 ผลปรากฏว่า กลุ่มเป้าหมายมีความเห็นสนับสนุน 73% ไม่เห็นด้วย 46% ซึ่งในเสียงสนับสนุน 73 % ดังกล่าวนี้นี้ พร้อมทั้งจะเปลี่ยนจากผู้สนับสนุนเป็นผู้คัดค้านทันที หากเงื่อนไขหรือการดำเนินงานของศูนย์ฯ ไม่เป็นไปตามที่เขาต้องการ



การสำรวจในครั้งนั้น ยังพบว่าประชาชนในจังหวัดราชบุรี รับรู้ข่าวสารที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับศูนย์ฯ จากทางสื่อหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ วิธีการทางสังคม เช่นการประชุม การพูดคุยในร้านกาแฟ สำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและวิทยุมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารบ้าง แต่ไม่มาก สำหรับผลการสำรวจทำให้ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของโครงการ (S.W.O.T.) รวมทั้ง ทศนคติของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ในเวลาต่อมา

สำหรับในช่วงปี 2537 - 2538 กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้ประสบปัญหาการคัดค้านการจัดสร้างศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรมจากมวลชนในท้องถิ่นอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง ปัญหาดังกล่าวได้ทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นปัญหายืดเยื้อมาโดยตลอด ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญของปัญหา พบว่า เกิดจากความไม่เข้าใจของประชาชนในท้องถิ่น และประชาชนโดยทั่วไป ประกอบกับไม่ได้มีการบอกกล่าวหรืออธิบายให้เข้าใจในรายละเอียดอย่างชัดเจน ก่อนที่จะมีการดำเนินการจัดตั้งศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรม ทำให้ท้ายที่สุด ในเดือนกุมภาพันธ์ 2540 รัฐบาลจำเป็นต้องยกเลิกโครงการในพื้นที่ดังกล่าวอย่างสิ้นเชิง (ภารดี มาวิจักขณ์, 2541)

#### ประเภทโครงการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

จากเหตุการณ์การคัดค้านเกี่ยวกับการจัดสร้างศูนย์วิจัยและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งที่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดราชบุรี และจังหวัดระยอง กรมโรงงานอุตสาหกรรมเห็นว่า เพื่อไม่ให้เกิดประวัติศาสตร์ซ้ำรอยในการต่อต้านจากมวลชนสำหรับโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ทั้ง 7 แห่ง ในเขตพื้นที่บางขุนเทียน กรุงเทพฯ , เขตสุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ , จังหวัดราชบุรี , จังหวัดสระบุรี , จังหวัดพิจิตร , จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดสงขลา ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติให้กรมโรงงานอุตสาหกรรมดำเนินโครงการในช่วงปีงบประมาณ 2539 กรมโรงงานอุตสาหกรรม จึงได้ทำการว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาเอกชน (บริษัท NORMAS MASS COMMUNICATION) ดำเนินการจัดทำแผน และกำหนดความเหมาะสมในการรณรงค์ควบคู่ไปกับการเตรียมการจัดสร้างศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ทั้ง 7 แห่ง ดังกล่าว โดยตั้งงบประมาณไว้ในวงเงิน 15,000,000.- บาท (สิบห้าล้านบาทถ้วน) และมีระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่ 26 กันยายน 2539 - 31 สิงหาคม 2540 ทั้งนี้ ได้มีการผลิตสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องกากของเสียอันตราย และการบำบัด

กากของเสียอันตราย ทั้งทางโทรศัพท์, วิทยุ, บทความในหนังสือพิมพ์, โปสเตอร์, แผ่นพับ, จดสาร, ภาพยนตร์สารคดี, Computer Presentation ในรูปของ software เรื่องขยะอันตราย (Hazardous Waste) รวมถึง การจัดนิทรรศการ และสัมมนาผู้นำชุมชนท้องถิ่นต่างๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้โครงการดังกล่าวต้องถูกตัดงบประมาณไปในช่วงปี 2540 - 2541 และทำให้การจัดสร้างศูนย์บริหารวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมทั้ง 7 แห่ง ไม่เกิดขึ้นตามแผนงานที่วางไว้

ต่อมาในช่วงปี 2541 - 2542 กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้หันมาจัดการรณรงค์ในลักษณะการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ภายใต้ชื่อโครงการ "โรงงานสีเขียว" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้องในการกำจัดผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึง สร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการผลิตและการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้รูปแบบการสร้างแรงจูงใจในลักษณะการให้ส่วนลดสินค้า สำหรับการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ ทั้งประเภทถ่านไฟฉายดูราเซลล์ และหลอดฟลูออเรสเซนต์ และจัดการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ โดยการว่าจ้างบริษัทเอกชน (บริษัท IMAGE POOL) เป็นผู้ดำเนินการในเรื่องดังกล่าว ร่วมกับทางกรมโรงงานอุตสาหกรรม และ บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ

สำหรับในช่วงเดือนตุลาคม 2542 - เมษายน 2543 นั้น กรมโรงงานอุตสาหกรรม ได้ จัดโครงการรณรงค์ " โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ " ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยในโรงงานให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม รวมถึง เป็นการสร้างแนวร่วมที่จะช่วยผลักดันให้เกิดกระแสความร่วมมือ และการปฏิบัติตาม โดยการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ และจัดกิจกรรมสนับสนุนอื่นๆร่วมด้วย เช่น การนำสมาชิก และสื่อมวลชนเยี่ยมชมโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับรางวัลด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย ทั้งนี้ ได้ว่าจ้าง บริษัท MERCUROUS (1996) จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ ร่วมกับทางกรมโรงงานอุตสาหกรรม

#### ลักษณะการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

จากการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้ง 3 โครงการดังกล่าว พบว่า มีแนวโน้มที่จะรณรงค์สิ่งแวดล้อม โดยเน้นหนักในด้านการกำจัดกากอุตสาหกรรม โดยโครงการแรก เป็นโครงการรณรงค์จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้อุตสาหกรรม (ศูนย์กำจัดกาก

อุตสาหกรรม) ซึ่งเป็นการสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญและความจำเป็นในการก่อสร้างศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรม เพื่อบำบัดกากอุตสาหกรรมที่เป็นอันตราย ในขณะที่โครงการโรงงานสีเขียว เน้นในเรื่องการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกต่อการใช้ และการกำจัดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อย่างเช่น ถ่านไฟฉายดูราเซลล์ และหลอดฟลูออเรสเซนต์ สำหรับโครงการสุดท้าย คือ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ถึงแม้จะไม่ได้เน้นหนักในเรื่องของการกำจัดกากอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคัดค้านของมวลชนมาโดยตลอด แต่ก็ยังเป็นโครงการที่มุ่งจะสร้างจิตสำนึกและสร้างแนวร่วมให้เกิดกระแสความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมด้วย เช่นเดียวกัน โดยเป็นการจัดรณรงค์ เน้นหนักควบคู่ไปกับประเด็นในเรื่องความปลอดภัย สำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และสื่อมวลชน

### แผนงานการรณรงค์ และ แผนการใช้สื่อ

แผนการรณรงค์ เริ่มจากหน่วยงานที่รณรงค์ หรือ หน่วยงานภายในกรมโรงงานอุตสาหกรรม พิจารณากำหนดแนวทางเรื่อง และ การใช้สื่อที่ใช้ในการรณรงค์ เพื่อประกอบการจัดทำคำของบประมาณ และ การคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษา หรือ บริษัทผู้รับจ้าง ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 โดยในขั้นตอนการคัดเลือก จะให้ผู้เสนอราคาจัดทำแผนรณรงค์ กิจกรรมการรณรงค์ และ แผนการใช้สื่อโดยละเอียดอีกครั้ง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการแสดงศักยภาพความพร้อมในการรณรงค์ และ การผลิตสื่อ รวมถึง เพื่อประกอบการคัดเลือกของคณะกรรมการจัดจ้าง ซึ่งทางกรมโรงงานอุตสาหกรรมได้แต่งตั้ง เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535

สำหรับ แผนการใช้สื่อที่ปรากฏอยู่ในแผนรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม พบมีการใช้ใน 2 ระดับ ระดับแรก พบจุดประสงค์ในการนำไปใช้เพื่อประกอบการจัดทำคำของบประมาณ และการคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษา หรือ ผู้รับจ้าง ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 ดังนั้น แผนการใช้สื่อในขั้นตอนนี้ จึงมีลักษณะเป็นการกำหนดรายการผลิตสื่อ หรือ รายการค่าใช้จ่าย แต่ยังไม่ใช่เป็นการวางแผนการใช้สื่อในลักษณะแผนปฏิบัติการ โดยมักจะไม่วางแผนว่าสื่อใดเป็นสื่อหลัก สื่อรอง และ จะเริ่มดำเนินการเมื่อใด ทำให้ยังไม่เป็นไปตามหลักของการวางแผนในความหมายของแผนการใช้สื่อ (Media Planning)

สำหรับ แผนการใช้สื่อของการรณรงค์ในระดับที่ 2 จะปรากฏชัดในขั้นตอนการ

คัดเลือกบริษัทผู้รับจ้าง โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม จะให้บริษัทที่ปรึกษา ซึ่งสนใจเข้ารับการคัดเลือกทุกราย เป็นผู้เสนอแผนการใช้สื่อ (Media Planning) และการผลิตสื่อทุกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดเค้าโครงเรื่องแนวคิด และลักษณะการนำเสนอ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือกของคณะกรรมการจัดจ้าง ทั้งนี้ ภายหลังจากที่ทราบผลการพิจารณาคัดเลือก และลงนามสัญญาการว่าจ้างแล้ว ทางบริษัทที่ปรึกษาจะจัดทำบท Layout จัดทำ และ กำหนดตัวผู้แสดง ถ่ายทำ ตัดต่อ และ Mix เสียง จนเสร็จสิ้นขบวนการผลิต เพื่อให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ โดยมีคณะผู้แทนจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในรูปแบบคณะกรรมการตรวจการจ้าง ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 เป็นผู้ดูแลความถูกต้องของเนื้อหาในด้านวิชาการที่จะเผยแพร่ และตรวจสอบแก้ไขบทให้สมบูรณ์ โดยประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพิจารณา รูปแบบของสื่อว่า เป็นไปตามเงื่อนไขของการว่าจ้างหรือไม่ นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ ยังมี หน้าที่ในการพิจารณาให้ความเห็นชอบในแต่ละขั้นตอนการจัดทำ และผลิตสื่อต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อให้การใช้สื่อเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ด้วย

#### สภาพปัญหาของการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

จากลักษณะของการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม จะเห็นได้ว่า แม้ว่ากรมโรงงานอุตสาหกรรม จะจัดให้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง แต่ปรากฏว่า ยังไม่เคยจัดให้มีการประเมินเรื่องประสิทธิภาพการใช้สื่อ โดยการประเมินผลจัดเป็นขั้นตอนสำคัญของการรณรงค์และมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนรณรงค์ และการใช้สื่ออย่างเป็นระบบสำหรับโครงการรณรงค์ที่ต้องใช้ระยะเวลาการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง รวมถึง โครงการรณรงค์อื่นๆ ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งนี้ ผลการประเมินที่ได้ ยังสามารถนำมาใช้ประกอบแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี ในการนี้ จึงจะต้องให้ความสำคัญต่อการประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อในการรณรงค์อย่างเป็นระบบ เพื่อประโยชน์ต่อหน่วยงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไปด้วย

สำหรับการศึกษาวิจัยในเรื่องการประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้นำแนวความคิดต่างๆ และผลงานวิจัยมาประกอบในการกำหนดกรอบความคิดในการวิจัย และใช้เป็นแนวทางในการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการใช้สื่อว่า มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เนื้อหาสาระ และกลุ่มเป้าหมายแล้วหรือไม่ ทั้งนี้ ผลจากการประเมินจะเป็นแนวทางและส่งผลถึง

ความสำเร็จของการรณรงค์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และจะเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ปรับปรุงการใช้สื่อของกรมโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึง เป็นแบบอย่างให้กับหน่วยงานราชการ และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องนำไปศึกษาและนำไปปรับใช้ในการรณรงค์ให้เหมาะสมยิ่งขึ้นต่อไปด้วย

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยทั้งในประเทศ และต่างประเทศที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ รวมถึงนำเสนอประกอบเป็นแนวคิดในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีดังนี้คือ

ศรีธรณี โรจน์สุพจน์ (2534) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อมวลชนกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการอ่านหนังสือพิมพ์และการดูโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน แต่ถ้าจะให้ดีแล้ว การอ่านหนังสือพิมพ์ และการดูโทรทัศน์นั้นต้องเป็นแบบเจาะจง คือ ถ้าประชาชนมุ่งแสวงหาข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมแล้ว ประชาชนก็สามารถเรียนรู้ได้อย่างดีจากทั้งหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์

เพ็ญศรี วงศ์ศิริโรจน์กุล (2524) ศึกษาอิทธิพลของสื่อต่าง ๆ คือ สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ และเสียงตามสายกับสื่อบุคคลกับการให้ความรู้เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ โดยศึกษากลุ่มสตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีบุตรอย่างน้อย 1 คน จำนวน 250 คน ที่จังหวัดขอนแก่นพบว่า สื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญที่สุดในการให้ความรู้เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ส่วนการเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การศึกษาและรายได้

ไพลิน ศศิธนากรแก้ว (2535) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมสื่อมวลชนนั้น ประชาชนส่วนใหญ่เปิดชมรายการโทรทัศน์ด้วยความถี่บ่อยมาก และได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมจากโทรทัศน์มากที่สุด รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก ซึ่งได้รับความสนใจจากประชาชนเรียง 3 อันดับแรก คือ รายการกระจกหกด้าน รายการทุ่งแสงตะวัน และ



รายการโลกสวยด้วยมือเรา ประเด็นปัญหาที่ได้รับทราบบ่อยมากคือ เรื่องป่าไม้ และต้นไม้ รongลงมาคือ การอนุรักษ์สัตว์ป่าและอากาศเป็นพิษ

ประชาชนเห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมีอยู่ระดับปานกลาง ควรมีรายการประเภทดังกล่าวเพิ่มขึ้น โดยการนำเสนอควรเป็นสารคดี หรือรายการวาไรตี้ ที่มีรูปแบบหลากหลาย ขณะที่ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับการรักษาสีงแวดล้อมในระดับปานกลาง รongลงมาคือระดับสูงและระดับต่ำ นอกจากนี้ ประชาชนส่วนใหญ่มีความตระหนักในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม แต่มีการร่วมรักษาคุณภาพและสิ่งแวดล้อมมากแค่ระดับปานกลาง รongลงมาคือระดับสูงและต่ำ

พจนานาวาสกริตน์ (2536) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการซิงค์เอิร์ธ ในการให้ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนมีความประทับใจในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโครงการ จากคำตอบของเด็ก ร้อยละ 69.2 ตอบว่า การเผยแพร่ทำให้ได้รับความรู้ และความสนุกสนาน และอยากเข้ารับฟังถ้ามีการมาเผยแพร่อีก รวมทั้งยังต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นักเรียนมีความเข้าใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพอสมควร อาจเพราะเป็นเรื่องที่สามารถทำความเข้าใจได้ไม่ยากเกินไป นอกจากนี้ยังจะนำความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ต่อให้แก่บุคคลอื่นที่อยู่ใกล้ชิด เช่น พ่อ แม่ พี่ น้อง เพื่อน ฯลฯ ด้วย

ผลการวิจัยในด้านปัจจัยประชากร เศรษฐกิจ และสังคมนั้น พบว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร คาดว่าเนื่องจากบิดามารดาของนักเรียนที่ครอบครัวมีรายได้สูง มีเวลาสนทนาพูดคุย อบรมให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมได้มากกว่าครอบครัวที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งพ่อแม่ต้องใช้เวลาส่วนมากในการทำมาหาเลี้ยงชีพ

นอกจากนี้การที่นักเรียนสมัครเข้าเป็นสมาชิกชมรมอนุรักษ์ ส่วนหนึ่งมาจากมีความสมัครใจ และสนใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว เมื่อได้อาจารย์และชมรมอนุรักษ์มาให้ความรู้ในเรื่องสิ่งแวดล้อม ตอกย้ำและเพิ่มความถึงยิ่งทำให้เกิดการเพิ่มเติมความรู้ในด้านดังกล่าวมากขึ้นกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกชมรม

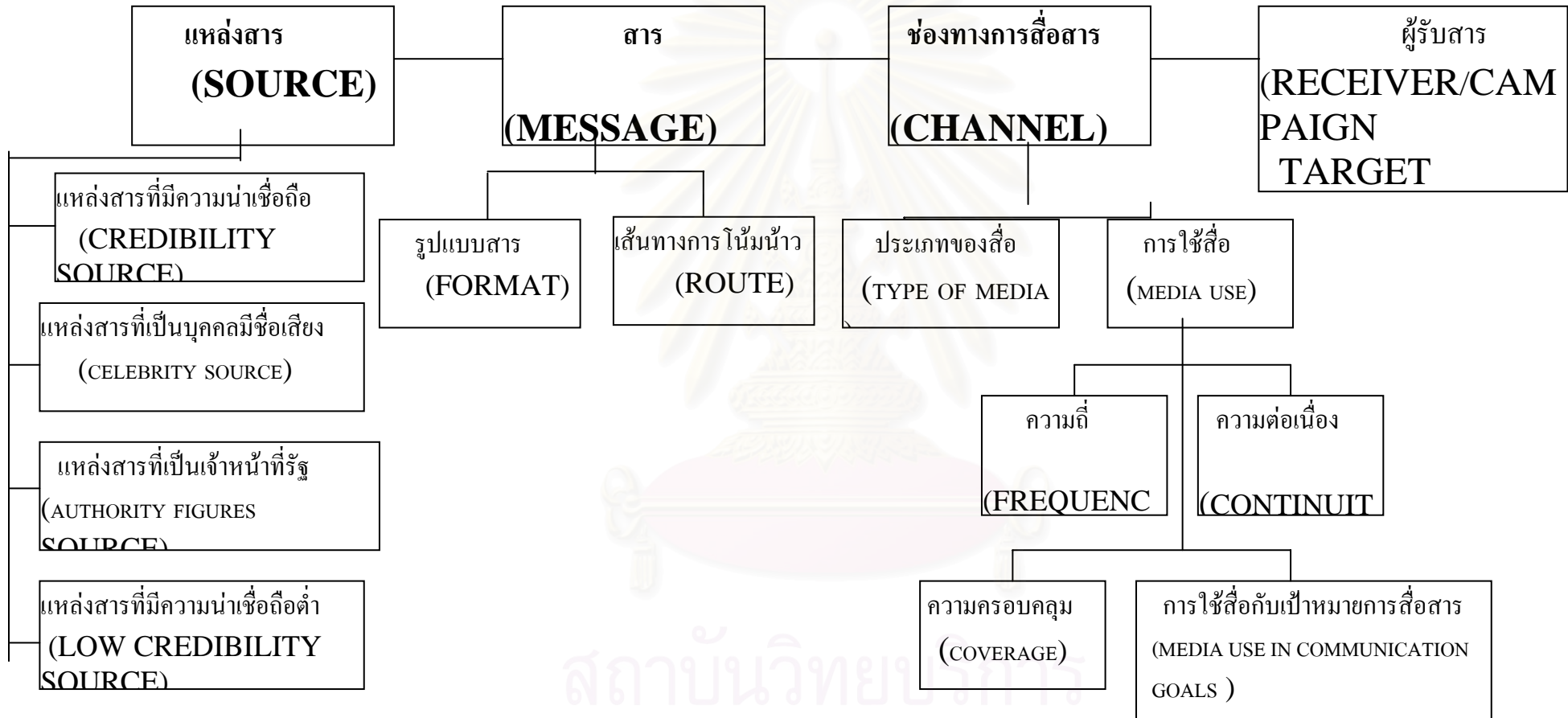


เอเดอร์ (Christine R. Ader ,1995) ได้ทำการวิจัยแบบระยะยาวเกี่ยวกับการกำหนดวาระ หรือการกำหนดเรื่องพิจารณาในประเด็นเรื่องมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 - 1990 โดยผลการวิจัยพบว่า ภาวการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริงไม่มีความสัมพันธ์กับการกำหนดเรื่องพิจารณาของสาธารณชน ขณะที่ประเด็นมลภาวะของเสียจากโรงงานกลับพบความสัมพันธ์ทางบวก ระหว่างการกำหนดเรื่องพิจารณาของสื่อมวลชนและภาวการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสรุปว่า ภาวการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริงไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการกำหนดเรื่องพิจารณาของสื่อมวลชนและสาธารณชน เนื่องจากสาธารณชนต้องการสื่อมวลชนในการชี้แนะ หรือบอกว่าประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมประเด็นใดสำคัญบ้างและอย่างไร อีกทั้ง ปัจเจกบุคคลก็มิได้เรียนรู้ถึงสัญญาณบอกเหตุจากโลกแห่งความเป็นจริงด้วย

จากแนวความคิดและผลงานวิจัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้ชี้ให้เห็นว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญต่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เนื่องจากสาธารณชนมักไม่ได้เรียนรู้ถึงสภาวะการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริง และยังต้องการให้สื่อมวลชนเป็นผู้ชี้แนะประเด็นและความสำคัญของปัญหาด้วย สำหรับในด้านการให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม สื่อบุคคลย่อมมีบทบาทสำคัญที่สุด ทั้งนี้ พบว่าในขณะที่ประชาชนเปิดรับโทรทัศน์ด้วยความถี่บ่อยมาก แต่กลับได้รับความรู้ และร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง หรือพอสมควร โดยคนกรุงเทพฯ จะได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ขณะที่คนต่างจังหวัดจะได้รับความรู้ผ่านทางสื่ออื่นๆ มากกว่า เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล เป็นต้น ดังนั้นในด้านการใช้สื่อ นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลายๆประการร่วมด้วย เช่น ประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านประชากร เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร รวมถึงคุณสมบัติของสื่อ ชนิดของสื่อ การวางแผนสื่อ วิธีการใช้สื่อ และประสิทธิภาพของสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นส่วนประกอบด้วย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรอบความคิดในการวิจัย  
( CONCEPTUAL FRAMEWORK)



ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาถึงสาร แหล่งสาร และช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยพิจารณาจากปัจจัยทั้งในเรื่องรูปแบบสาร เนื้อหาสาร ประเภทสื่อ และ การใช้สื่อ ซึ่งประกอบด้วย การใช้สื่อกับเป้าหมายการสื่อสาร ความถี่ ความต่อเนื่อง และ การใช้สื่อเพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง " ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม" ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมุ่งศึกษาถึงการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อม โดยมีแหล่งข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลดังต่อไปนี้

#### แหล่งข้อมูลในการศึกษา

##### 1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

1.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแผนประชาสัมพันธ์ ในส่วนที่เกี่ยวกับการรณรงค์สิ่งแวดล้อม รวมถึง หนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทย และ ภาษาต่างประเทศ ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่

- การรณรงค์โครงการ "จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม "
- การรณรงค์โครงการ "โรงงานสีเขียว "
- การรณรงค์โครงการ "โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ "

##### 1.2 แหล่งข้อมูลที่เป็นสื่อ

ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ สติกเกอร์ จุลสาร วิทยุทัศน์ และ แถบบันทึกเสียงที่ผลิตขึ้น เพื่อใช้ในการรณรงค์สิ่งแวดล้อม รวมถึง สื่อสนับสนุนที่เป็นกิจกรรมต่างๆ ที่ต้องใช้สื่อบุคคล เข้ามาเกี่ยวข้อง

##### 2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

เพื่อให้การวิจัยได้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงความเป็นจริงมากที่สุด การวิจัยในครั้งนี้

จะได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) กลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) เพื่อศึกษาถึงกลวิธีที่ผู้ส่งสารใช้ในการกำหนดรูปแบบ และเนื้อหาการใช้สื่อในการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม โดยการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มดังกล่าวมีบทบาทเสมือนเป็นผู้วางแผนสื่อ (media planner) ในกระบวนการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม รวมทั้ง มีความรู้ความเข้าใจ และได้ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ว่าวิจัยมีความต้องการจะศึกษา สำหรับการใช้นวัตกรรมสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นความพยายามที่จะดึงข้อมูลที่มีความละเอียดซับซ้อน และเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่ได้สัมผัสกับปัญหาต่าง ๆ ได้มีโอกาสถ่ายทอดความคิดและประสบการณ์กับผู้วิจัย และให้ได้รายละเอียด ซึ่งผู้วิจัยเองไม่สามารถคาดคะเนหรือใช้เทคนิคการเก็บข้อมูลแบบอื่น ๆ เช่น การประชุมกลุ่ม (Focus Group) ซึ่งอาจเป็นการสกัดกั้นการให้ข้อมูล เนื่องจากอาจมีบุคคลเข้าประชุมมากกว่า 10 คน ขึ้นไป ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมบางคน ไม่สามารถพูดถึงปัญหาหรือประสบการณ์ของตนเองได้อย่างเต็มที่

สำหรับการสัมภาษณ์จะทำกับกลุ่มบุคคลเฉพาะกลุ่มที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการวางแผน และการใช้สื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อม ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ดังนี้

1. นายสังจา สอดระกุล ตำแหน่ง ผู้ตรวจการราชการกระทรวงอุตสาหกรรม (นักบริหาร 10)

ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะที่เป็นผู้มีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ และ รณรงค์ รวมถึง เป็นผู้ที่รับผิดชอบดูแลการรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ปลอดภัย ไร้มลพิษ ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

2. นายอิสสระ โชติบุรการ ตำแหน่ง รองอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม (นักบริหาร 9)

ผู้ให้สัมภาษณ์ ในฐานะที่เป็นผู้รับผิดชอบกำกับดูแล การรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

3. นางภารดี มาวิจักขณ์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 8 กรมโรงงานอุตสาหกรรม

ผู้ให้สัมภาษณ์ ในฐานะที่เป็นผู้รับผิดชอบกำกับดูแล การรณรงค์โครงการจัดตั้ง ศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

4. นายสุรชัย มิ่งขวัญ ตำแหน่ง เลขานุการกรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม (นักบริหาร 8)

ผู้ให้สัมภาษณ์ ในฐานะที่เป็นผู้รับผิดชอบกำกับดูแลงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม

5. นางสาวตรี อัครบรรกุล ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม (นักประชาสัมพันธ์ 7)

ผู้ให้สัมภาษณ์ ในฐานะที่เป็นผู้รับผิดชอบกำกับดูแลงาน ด้านการใช้สื่อรณรงค์ ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

6. นายบุญช่วย ทองเจริญพลพร ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการบริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด

ผู้ให้สัมภาษณ์ ในฐานะที่รับผิดชอบกำหนดแผนงาน และ การใช้สื่อรณรงค์ของโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม

7. นางสาวชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด

ผู้ให้สัมภาษณ์ ในฐานะผู้ประสานงาน และกำกับดูแลงานทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

8. มล.อัจฉราพร ณ สงขลา ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท อิมเมจพล จำกัด  
ผู้ให้สัมภาษณ์ ในฐานะที่รับผิดชอบกำหนดแผนงาน และ การใช้สื่อรณรงค์ของ

## โครงการ โรงงานสีเขียว กรมโรงงานอุตสาหกรรม

9. นางกัทนี ชัยฤทธิ์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของ บริษัท EWIT CO,LTD.

ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะผู้ประสานงาน และ กำกับดูแลงานทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์โครงการ โรงงานสีเขียวของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในช่วงระยะแรกที่รณรงค์ ก่อนที่จะลาออกจากบริษัท อิมเมจพูล จำกัด ในตำแหน่ง ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์

10. นางสาวเพชรรัตน์ วงศ์เทียนทอง ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท อิมเมจพูล จำกัด

ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะผู้ประสานงาน และกำกับดูแลงานทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ โครงการโรงงานสีเขียวของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ภายหลังจากที่นางสาวกัทนี หม่อมสนธิ ได้ลาออกจากบริษัท อิมเมจพูล จำกัด

11. คุณณฤมล โชติปทุมวรรณ ตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกการตลาด บริษัท ปตท. มาร์ท จำกัด ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะเป็นตัวแทนบริษัทผู้เข้าร่วมโครงการโรงงานสีเขียว ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

12. นายสาโรช วงศ์ธนูน้อย ตำแหน่ง ผู้จัดการโรงงาน บริษัท ยิลเลคต์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะเป็นตัวแทนบริษัทผู้เข้าร่วมโครงการโรงงานสีเขียว ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

13. นายนิพิฐ เรืองอภิศิริ ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ออสแรม (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะเป็นตัวแทนบริษัทผู้เข้าร่วมโครงการโรงงานสีเขียว ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

14. นายสมนึก โอวุฒิธรรม ตำแหน่ง ผู้จัดการโรงงาน บริษัท ลีทิจเจริญแสง จำกัด ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะเป็นตัวแทนบริษัทผู้เข้าร่วมโครงการโรงงานสีเขียว ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม



15. คุณวรทิพย์ ดวงวิทย์สุธี ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์ บริษัท ฟิลิปส์ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะเป็นตัวแทนบริษัทผู้เข้าร่วมโครงการ โรงงานสีเขียว ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

16. คุณปิยะพร เอี่ยมจิตวิวัฒน์ ตำแหน่ง ผู้จัดการการตลาด บริษัท ไทยโตชิบา ไทเทค จำกัด ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะเป็นตัวแทนบริษัทผู้เข้าร่วมโครงการ โรงงานสีเขียว ของกรม โรงงานอุตสาหกรรม

17. นายวิชัย ไม้แก่นสาร ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป บริษัท บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำกัด (มหาชน) ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะเป็นตัวแทนบริษัทผู้เข้าร่วมโครงการ โรงงานสีเขียว ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

18. นายวีรวุฒิ สังฆพรหม ตำแหน่ง กรรมการบริหาร และผู้อำนวยการทั่วไป บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด

ผู้ให้สัมภาษณ์ ในฐานะที่รับผิดชอบกำหนดแผนงาน และ การใช้สื่อรณรงค์ของโครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

19. นางสาวภัทราภรณ์ ทวีชาติเมธีกุล ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด

ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะผู้ประสานงาน และ กำกับดูแลงานทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ โครงการ โรงงาน ยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

20. นางสาวฉัฐวรรณ นิลกระจ่าง ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด

ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะผู้ช่วยผู้ประสานงาน และกำกับดูแลงานทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

21. นางมาลี เกียรตินันท์ ตำแหน่ง นักวิชาการเงินและบัญชี 7 กองคลัง กรม  
โรงงานอุตสาหกรรม

ผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะที่มีความชำนาญด้านการจัดซื้อจัดจ้าง ตามระเบียบสำนัก  
นายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 และ เป็นผู้ที่ยื่นเรื่องขั้นตอนการว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษา  
เพื่อดำเนินการรณรงค์แต่ละโครงการโดยละเอียด เนื่องจาก เป็นผู้ที่เคยดำรงตำแหน่ง นักวิชาการ  
พัสดุ 6 มาก่อน

สำหรับแนวประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ เฉพาะกลุ่มบุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับ  
กับการวางแผนซื้อ และการใช้สื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ประกอบด้วย

1. การวางกลยุทธ์ซื้อ เป็นไปตามวัตถุประสงค์การรณรงค์หรือไม่ และมีความ  
สัมพันธ์กันอย่างไร
2. ในการเลือกซื้อสื่อ ได้คำนึงถึงเรื่องความถี่ และการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร ความ  
ครอบคลุม และความต่อเนื่องบ้างหรือไม่ และอย่างไร
3. มีการประเมินเรื่องคุณภาพสื่อเพื่อให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย  
อย่างไรบ้าง
4. มีการพิจารณาตัวเลือกสื่อที่เป็นไปได้ ก่อนการวางแผนอย่างไรบ้าง
5. เกณฑ์หรือแนวทางการเลือกซื้อสื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงาน  
อุตสาหกรรมที่ผ่านมา มีแนวทางอย่างไร
6. การกำหนดรูปแบบการใช้สื่อ และเนื้อหา มีแนวทางอย่างไรบ้าง
7. แนวทางการเลือกรูปแบบสารและแหล่งสารที่ใช้ ในการรณรงค์เป็นอย่างไร
8. สื่อที่ใช้ในการรณรงค์มีความครบถ้วนตามวัตถุประสงค์แล้วหรือไม่ และมี

ส่วนใดที่ยังขาดหายไป เพราะเหตุใด

9. เมื่อพบกับปัจจัยที่มีผลต่อการแก้ไขปัญหา ได้มีการนำมาใช้ปรับปรุงแก้ไขในการใช้สื่อข้างหรือไม่ และมีแนวทางอย่างไร

10. ได้พิจารณาถึงความสอดคล้องของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย กับวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้อย่างไรบ้าง

11. มีการวางแผนและจัดสรรงบประมาณสำหรับการใช้สื่อต่างๆ ในการรณรงค์ไว้ อย่างไรบ้าง

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ดังต่อไปนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อ เพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อม จากแผนประชาสัมพันธ์ แผนการใช้สื่อ และเอกสารที่เกี่ยวข้องต่างๆ รวมทั้งค้นคว้าเอกสารจากห้องสมุดของหน่วยงาน โดยการถ่ายเอกสารเก็บไว้
2. ศึกษารวบรวมเอกสาร หนังสือ บทความ และงานวิจัย ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง
3. เก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ วิดีทัศน์ แอลบั้มทอล์กเสียง แผ่นพับ โปสเตอร์ และจุลสาร ที่ใช้เพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อม โดยการถอดเทป วิดีทัศน์ แอลบั้มทอล์กเสียง จัดทำสำเนาแผ่นพับ โปสเตอร์ จุลสาร เพื่อจรายการลักษณะของสื่อและเนื้อหาของสื่อทุกรายการ
4. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) โดยบันทึกลงในแอลบั้มทอล์กเสียง

## การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะได้สร้างเกณฑ์ประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อ โดยยึดตามแนวคิด และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก และจะได้นำเกณฑ์ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอ คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข จนได้ความสมบูรณ์และความเที่ยงตรง (Validity) สำหรับ การวัด ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ลงรหัสทดสอบความน่าเชื่อถือโดยให้ ผู้สังเกตการณ์ 1 คน เป็นผู้ตรวจสอบเปรียบเทียบกับจำนวนคะแนนที่นับได้ทั้งหมด เพื่อตรวจสอบ การลงรหัสว่าตรงกันกี่ครั้ง จึงนำมาทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยหลักการคำนวณของ Holsti (อ้างใน Budd et al.,1967 : 68)

$$R = \frac{2 (C_1 + C_2 + C_3 + \dots + C_n)}{C_1 + C_2 + C_3 + \dots + C_n}$$

เมื่อ  $C_1, 2, 3 \dots n$  = จำนวนครั้งที่ผู้ลงรหัสทั้งสองคนมีความเห็นตรงกัน  
 และ  $C_1 + C_2 + C_3 \dots n$  = จำนวนครั้งรวมกันทั้งหมด ที่ผู้ลงรหัสทั้งสองคน  
 พิจารณา

ในการคำนวณด้วยสูตรนี้ ค่าที่คำนวณออกมาได้ไม่ควรต่ำกว่า 0.75 จึงนับว่า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ

ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวนครั้งที่ผู้ลงรหัส และ ผู้ร่วมลงรหัสมีความเห็นตรงกัน จำนวน 1,527 ครั้ง และ จำนวนครั้งที่ผู้วิจัยพิจารณาคือ 1,692 ครั้ง ผู้ร่วมลงรหัส 1,692 ครั้ง

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตรทดสอบความน่าเชื่อถือ} &= \frac{2 (1,527)}{1,692 + 1,692} \\ &= \frac{3,054}{3,384} \\ &= 0.90 \end{aligned}$$

ผลจากการคำนวณเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ปรากฏค่าที่ได้สูงกว่า 0.75 ดังนั้น เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ จึงอยู่ในเกณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์เรื่องความถี่ ความต่อเนื่อง และ การใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายรวมถึง รูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ ด้วย

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละประเภท แล้วนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด โดยเรียบเรียงเสนอในลักษณะของการพรรณนา (Descriptive method) ถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ร่วมกับข้อเท็จจริงที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อและกระบวนการรณรงค์ โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยในบทที่ 4 และบทที่ 5 ดังนี้

**บทที่ 4** เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในประเด็นการใช้สื่อ รูปแบบสาร แหล่งสาร และเนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นผลมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแผนรณรงค์ การใช้สื่อรณรงค์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (indepth interview) กับบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) แล้วนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับเกณฑ์ต่างๆ รวมทั้ง นำเสนอในรูปแบบของตาราง และ แผนภาพ ในการวิเคราะห์การรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ

**บทที่ 5** เป็นการสรุปผลการวิจัยโดยใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ และข้อเสนอต่างๆที่เป็นผลมาจากการวิจัย

## บทที่ 4

### แหล่งสาร รูปแบบสาร เนื้อหาสาร และ การใช้สื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อม ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

จากการวิเคราะห์ถึงประสิทธิภาพของแหล่งสาร รูปแบบสาร เนื้อหาสาร และ การใช้สื่อ ที่ใช้ในการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ ได้แก่ โครงการ จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม โครงการโรงงานสีเขียว และโครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ โดยการรวบรวมจากเอกสาร การสัมภาษณ์ บทสารคดี โทรทัศน์ บทสารคดีวิทยุ และตัวอย่างสื่อต่างๆ มีข้อค้นพบที่สามารถแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 แหล่งสารที่ใช้ในการรณรงค์
- 4.2 เนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์
- 4.3 รูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์
- 4.4 การใช้สื่อสำหรับการรณรงค์
  - 4.4.1 ประเภทของสื่อ
  - 4.4.2 ความถี่ของการใช้สื่อ
  - 4.4.3 ความต่อเนื่องการใช้สื่อ
  - 4.4.4 การใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย
  - 4.4.5 การใช้สื่อ กับเป้าหมายของการสื่อสาร

#### 4.1 แหล่งสารที่ใช้ในการรณรงค์

ปัจจัยทางด้านแหล่งสาร ประกอบด้วย (กิตติ กันภัย, 2542)

1. แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ (Perceived Credible Source)

แหล่งสารประเภทนี้ เป็นแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่อผู้รับสาร โดยเมื่อ



แหล่งสาร ได้ทำการสื่อสารเรื่องใด จะได้รับความเชื่อถือจากผู้รับสาร

## 2. แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียง (Celebrity Source)

แหล่งสารประเภทนี้ เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในสาขาอาชีพต่างๆ เช่น นักการเมือง นักร้อง และ นักแสดง เป็นต้น

## 3. แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ (Authority Figures)

แหล่งสารประเภทนี้ เป็นบุคคลที่ทำงานอยู่ในหน่วยงานรัฐบาล และองค์กร ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล

### โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

การณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม มีการเลือกใช้แหล่งสารทั้ง 3 ประเภท กล่าวคือ มีการเลือกใช้แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียง และแหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ

โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ได้เลือกใช้แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ โดยใช้นักวิชาการทั้งจากภายในกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการณรงค์ และ นักวิชาการจากภายนอกหน่วยงาน รวม 12 ท่าน ดังนี้

1. ดร.ประเสริฐ ตปนียางกูร ที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อม  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : ประโยชน์จากการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม  
โรงงานอุตสาหกรรม)

2. Mr. Bernhard Meyhoefer ผู้เชี่ยวชาญระยะยาวประจำโครงการ  
สิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม

## กรมโรงงานอุตสาหกรรม

(ประเด็นการสื่อสาร : โครงการนำร่องการลดปริมาณการสูญเสียน้ำล้างกรด  
ในอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ)

3. ดร.ขวัญฤดี ลิ้มวรพิทักษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม  
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

(ประเด็นการสื่อสาร : โครงการประยุกต์ใช้หลักการทางเศรษฐศาสตร์การจัดการ  
มลพิษโรงงาน)

4. คุณกรณิการ์ บุญตานนท์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนพัฒนา  
การขนส่งทางน้ำ กรมเจ้าท่า  
กระทรวงคมนาคม

(ประเด็นการสื่อสาร : การจัดการคราบน้ำมันในทะเล)

5. ศ.ดร.ปิยะสาร ประเสริฐธรรม อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมเคมี  
คณะวิศวกรรมศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(ประเด็นการสื่อสาร : บริษัทที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบมาตรฐานของศูนย์ฯ แสมคำ)

6. ผศ.ดร.เพชรพร เขาวกิจเจริญ อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม  
คณะวิศวกรรมศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(ประเด็นการสื่อสาร : แนวทางลดต้นทุนการผลิตในการจัดการของเสียอันตราย)

7. นายบุญยง โล่ห้วงศ์วัฒน์ อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม  
คณะวิศวกรรมศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(ประเด็นการสื่อสาร : ของเสียอันตรายอุตสาหกรรม.....อันตรายที่ไม่ควรมองข้าม)

8. ดร.ไพศาล กิตติศุภกร อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์



แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ

ผู้รณรงค์ได้เลือกใช้แหล่งสาร ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ทั้งจากภายในหน่วยงานที่รณรงค์ คือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง รวม 34 ท่าน โดยขณะที่รณรงค์ ดำรงตำแหน่ง ดังต่อไปนี้

แหล่งสารภายในหน่วยงานที่รณรงค์โครงการ

1. นายเทียร เมฆมนนัทชัย                      อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : ของเสียอันตรายสามารถจัดการได้)
2. นายวิระ มาวิจักขณ์                              รองอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : ศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม)
3. นายไพจิตร บุญยานุเคราะห์                  ผู้อำนวยการสำนักจดทะเบียนเครื่องจักรกลาง  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : โครงการนำร่องสำนักควบคุมและตรวจสอบโรงงาน  
ภาคตะวันออก)
4. นายเกษม สุนทรมนโนกุล                      ผู้อำนวยการสำนักควบคุมวัตถุอันตราย  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : กฎหมายควบคุมวัตถุอันตราย)
5. นายสาโรจน์ ปาสาทิกกา                      ผู้อำนวยการสำนักเทคโนโลยี-  
สิ่งแวดล้อมโรงงาน  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : เทคโนโลยีใหม่ในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม)
6. นายวีระศักดิ์ จินดาชะพานิชย์              ผู้อำนวยการกองนิติการ  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม



3. นายศิริชัย ไพโรจน์บริบูรณ์ รองอธิบดีกรมควบคุมมลพิษ  
กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม  
(ประเด็นการสื่อสาร : กรมควบคุมมลพิษกับสถานการณ์ปัญหาสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย)
4. นายพรชัย ธรรมธรรม รองอธิบดีกรมควบคุมมลพิษ  
กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม  
(ประเด็นการสื่อสาร : สถานการณ์และปัญหาของเสียอันตรายจากอุตสาหกรรม)
5. นายปรากร บุญช่วยดี ผู้อำนวยการกองจัดการสารอันตรายและ  
กากของเสีย กรมควบคุมมลพิษ  
(ประเด็นการสื่อสาร : การจัดการขยะชุมชน และขยะอันตรายจากแหล่งต่างๆ)
6. ดร.สมศักดิ์ พิทักษานุรัตน์ รองคณบดีฝ่ายบริหาร  
คณะสาธารณสุขศาสตร์  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
(ประเด็นการสื่อสาร : ร่วมใจใช้เทคโนโลยีอย่างคุ้มค่า เพื่อลดปริมาณของเสีย  
อันตราย)
7. ศ.นพ.วันชัย วัฒนศัพท์ ผู้อำนวยการสถาบันสันติศึกษา  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
(ประเด็นการสื่อสาร : สถาบันสันติศึกษากับปัญหาความขัดแย้งระหว่างรัฐกับชุมชน)
8. ศ.ดร.วสันต์ พงศาพิชญ์ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
(ประเด็นการสื่อสาร : สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อมกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม)
9. นายแพทย์ จักรกฤษณ์ ภูมิสวัสดิ์ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์  
สาธารณสุข กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์  
(ประเด็นการสื่อสาร : มูลฝอยติดเชื้อ ขยะอันตรายจากสถานพยาบาล)



10. ดร.พิมล เรียงวัฒนา   นายกสมาคมเคมี คณะวิทยาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยมหิดล  
(ประเด็นการสื่อสาร : ผลกำไรจากโรงงานคืนสู่ประชาชน)
11. ดร.สุทิน ลีปิยะชาติ   หัวหน้าฝ่ายสารสนเทศ และเผยแพร่งาน  
พัฒนา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา  
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
(ประเด็นการสื่อสาร : นโยบายแผน 8 กับการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม)
12. Dr.Emill Schnell   ประธานกรรมการผู้จัดการองค์กรร่วม  
ระหว่างไทย – เยอรมัน  
(ประเด็นการสื่อสาร : องค์กรร่วมระหว่างไทย-เยอรมัน)
13. ดร.ธีระ พันธุมวนิช   ประธานสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย  
(ประเด็นการสื่อสาร : การพัฒนาสิ่งแวดล้อมกับการยกระดับมาตรฐานของสินค้า)
14. ดร.ไชยศ บุญญากิจ   ผู้อำนวยการฝ่ายธุรกิจและสิ่งแวดล้อม  
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย  
(ประเด็นการสื่อสาร : เทคโนโลยีสะอาดรักษ์สิ่งแวดล้อม)
15. ดร.พิสมัย เอี่ยมสกุลรัตน์   ผู้จัดการสำนักงานสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม  
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย  
(ประเด็นการสื่อสาร : พื้นฐานความเข้าใจกับนโยบายการจัดการของเสียในประเทศไทย)
16. นายเทวินทร์ เลิศวาสนา   ผู้จัดการบริษัท ไทยสเปเชียลไวร์ จำกัด  
(ประเด็นการสื่อสาร : แนวทางใหม่เพื่อนำนำกรดกลับมาใช้ใหม่ในอุตสาหกรรม  
เหล็ก)
17. นายโชติ เจียมสกุล   รองผู้จัดการบริษัท ไบเออร์ ประเทศไทย  
(ประเด็นการสื่อสาร : การจัดเก็บสารเคมีที่ปลอดภัย)

18. นาวาเอกจักรรัฐ ทรัพย์เผือก รองประธานกรรมการบริหาร  
บริษัทไทยแลนด์ ไอออน เวคส์ จำกัด  
(มหาชน)  
(ประเด็นการสื่อสาร : การหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม  
อุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ)
19. นายมานะ อัสวางกูร กรรมการผู้จัดการบริษัท ซีเอ็มเอส  
เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ เมนเทนแนนซ์ จำกัด  
(ประเด็นการสื่อสาร : การจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรมผลิตแป้งมัน  
สำปะหลัง)
20. Dr.Yaron Yoel ผู้จัดการศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม  
แสมดำ  
(ประเด็นการสื่อสาร : วิธีการบำบัดหรือกำจัดกากปรอทภายในศูนย์ฯแสมดำ)
21. แพทย์หญิง อรพรรณ เมธาคิลกุล นายกสมาคมแพทยอาชีวเวชศาสตร์และ  
สิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย  
(ประเด็นการสื่อสาร : ร่วมใจใช้ผลิตภัณฑ์จากสารเคมีให้ถูกวิธี)
22. ดร.เมธี เวชรัตน์ ประธานสมาคมนักวิชาการไทยในสหรัฐ  
อเมริกา และแคนาดา  
(ประเด็นการสื่อสาร : การแลกเปลี่ยนเศษวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิต)
23. นายไกรศักดิ์ ชุณหะวัณ ประธานคณะกรรมการด้านมลพิษและ  
สิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร  
(ประเด็นการสื่อสาร : การจัดการขยะของ กทม.)

จากผลการศึกษาเรื่องแหล่งสารที่ใช้ในการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการ  
วัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ มีการเลือกใช้แหล่งสารทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียง และ แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ โดยพบว่า บริษัทที่รับจ้างรณรงค์ จะเป็นผู้กำหนดแหล่งสาร และ นำเสนอขอความเห็นชอบ ผ่านทางคณะกรรมการตรวจการจ้าง ที่ได้รับการแต่งตั้งจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม และเป็นตัวแทนของหน่วยงานในการตรวจรับงานจากทางบริษัทผู้รับจ้าง

สำหรับ แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ พบการเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นนักวิชาการจากภายในหน่วยงานที่รณรงค์ คือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม และ นักวิชาการจากภายนอกหน่วยงานอีก รวม 13 ท่าน ทั้งนี้ การพิจารณาสถานภาพของแหล่งสารว่า มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ นั้น จะพิจารณาจากประสบการณ์ หรือ ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพเป็นสำคัญ เช่น เป็นที่ปรึกษาของหน่วยงาน หรือ เป็นอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยต่างๆ นอกจากนี้ ยังได้พิจารณาถึงคุณวุฒิ ซึ่งจะแสดงถึงความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา เช่น จบปริญญาเอก รวมถึง ตำแหน่งทางวิชาการด้วย เช่น ดำรงตำแหน่งเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ เป็นต้น ในขณะที่โครงการนี้ได้เลือกใช้แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียงจากแวดวงนักการเมือง ซึ่งมีความสำคัญ และ เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ด้วย คือ นาย กร ทัพพะรังสี เนื่องจาก ขณะนั้นดำรงตำแหน่งเป็น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม และ ดร.พิจิตต รัตตกุล ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งเป็น ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สำหรับ แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ พบว่า มีการเลือกใช้แหล่งสารประเภทนี้มากที่สุด รวม 34 ท่าน โดยส่วนใหญ่ เป็นบุคคลระดับนักบริหารของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงแหล่งสาร ซึ่งมีแนวโน้มต่อการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสาร และ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม พบว่า นอกจากแหล่งสารจะต้องมีความน่าเชื่อถือแล้ว ยังต้องมีความดึงดูดใจ หรือ สามารถดึงดูดผู้รับสารให้หยุดฟังด้วยความตั้งใจ รวมถึง แหล่งสารยังต้องใช้สารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสารด้วย แต่การที่ผู้รณรงค์เลือกใช้แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นนักวิชาการ หรือแม้แต่การเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐในระดับนักบริหาร และ แหล่งสารที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญในระดับนักบริหารเช่นเดียวกันด้วย นั้น ย่อมไม่สามารถคาดคะเนได้ว่า แหล่งสารจะสามารถดึงดูดผู้รับสารให้หยุดฟังด้วยความตั้งใจ และมีความดึงดูดใจสำหรับผู้รับสารหรือไม่

จากการสัมภาษณ์ คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท นอร์



ผู้ทรงร้งศ์ได้เลือกใช้แหล่งสาร์ ซึ่งเป็นนัการเมืองที่มีชื่อเสียง เพียงท่านเดี้ยว คือ นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ โดยขณะที่ยร้งศ์ ดำรงตำแหน่งเป็นนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม (ประเด็นการสื่อสาร : กล่าวถึงภาพรวมโดยทั่วไปของโครงการร้งศ์)

แหล่งสาร์ที่เป็นเข้าหน้าที่ยรัฐ

ผู้ทรงร้งศ์ได้เลือกใช้แหล่งสาร์ ซึ่งเป็นเข้าหน้าที่ยรัฐจากภายในหน่วยงานที่ยร้งศ์ คือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม รวม 5 ท่าน โดยขณะที่ยร้งศ์ ดำรงตำแหน่ง ดังนี้

1. นายเทียร เมฆานนท์ชัย อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : รายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมการรับแลกชื่อผลิตภัณฑ์  
ในการร้งศ์โครงการ)
2. นายสัจจา สอตระกุล รองอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : วัตถุประสงค์ และประเภทผลิตภัณฑ์ของโครงการที่รับแลก)
3. นายรัชดา สิงคาลวนิช รองอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : รายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมการและประเภทผลิตภัณฑ์ที่  
รับแลกชื่อของโครงการ)
4. นายอิสสระ โขติบุรการ ผู้อำนวยการสำนักเทคโนโลยี  
สิ่งแวดล้อมโรงงาน  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม  
(ประเด็นการสื่อสาร : รายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมการและประเภทผลิตภัณฑ์ที่  
รับแลกชื่อของโครงการ)
5. นางสุราตรี อัศรบวรกุล หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์  
สำนักงานเลขานุการกรม  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม

(ประเด็นการสื่อสาร : วัตถุประสงค์ และประเภทผลิตภัณฑ์ของโครงการที่รับแลกร)  
จากผลการศึกษาเรื่องแหล่งสารที่ใช้ในการรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว สามารถ  
สรุปการวิเคราะห์ได้ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ มีการเลือกใช้แหล่งสารทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งสารที่มี  
ความน่าเชื่อถือ แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียง และ แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ โดยพบว่า บริษัท  
ที่รับจ้างรณรงค์ จะเป็นผู้กำหนดแหล่งสาร และ นำเสนอขอความเห็นชอบ ผ่านทางคณะกรรมการ  
ตรวจการจ้างที่ได้รับการแต่งตั้งจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม และ ตรวจรับงานของทางบริษัทผู้  
รับจ้าง ซึ่งมีรูปแบบดำเนินการเช่นเดียวกันกับ โครงการรณรงค์จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้  
จากอุตสาหกรรม

สำหรับ การเลือกใช้แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ พบว่า มีการเลือกใช้แหล่งสาร  
ที่เป็นนักบริหารจากบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ รวม 2 ท่าน โดยการพิจารณาสภาพของแหล่งสาร  
ที่มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ นั้น จะพิจารณาจากความเชี่ยวชาญ หรือ ประสบการณ์ในวิชาชีพเป็น  
สำคัญ ทั้งนี้ จะเห็นได้จากการเลือกใช้แหล่งสาร ซึ่งมีประสบการณ์ในระดับนักบริหาร เช่น ดำรง  
ตำแหน่งเป็นผู้จัดการ หรือ ผู้อำนวยการ เป็นต้น แต่ความมีประสบการณ์ในระดับชั้นบริหารนั้น  
สิ่งสำคัญยิ่งกว่า คือ จะต้องเป็นผู้ที่ให้ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับการรณรงค์โครงการได้เป็นอย่างดี  
ด้วย ดังนั้น ผู้รณรงค์จึงได้มีกำหนดการใช้แหล่งสาร เฉพาะที่เป็นนักบริหารจากบริษัทที่เข้าร่วม  
โครงการรณรงค์ ในขณะที่เดียวกัน ได้มีการเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียงจากแวดวงนัก  
การเมืองที่มีความสำคัญ และเกี่ยวข้องกับหน่วยงานที่รณรงค์ด้วย คือ นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ เนื่องจาก  
ขณะนั้นดำรงตำแหน่งเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม สำหรับแหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่  
รัฐ มีการเลือกใช้แหล่งสารประเภทนี้มากที่สุด รวม 5 ท่าน โดยส่วนใหญ่ เลือกใช้แหล่งสารที่เป็น  
ระดับนักบริหารภายในหน่วยงานที่รณรงค์ หรือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า แหล่งสารที่ใช้ในการรณรงค์โครงการนี้ ได้กำหนดขึ้นจาก  
เหตุผล และความจำเป็นในการคัดเลือกแหล่งสาร เฉพาะทางด้านฝ่ายของผู้รณรงค์เป็นสำคัญ ทั้งนี้  
หากพิจารณาถึงการเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นนักบริหารของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และ บริษัทที่  
เข้าร่วมโครงการ รวมถึง บุคคลที่มีชื่อเสียงเฉพาะที่มีความสำคัญ และ เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม หรือ หน่วยงานที่รณรงค์ นั้น ย่อมไม่สามารถคาดคะเนได้ว่า แหล่งสาร  
จะมีความดึงดูดใจสำหรับผู้รับสาร และสามารถดึงผู้รับสารให้หยุดฟังด้วยความตั้งใจ



จากการสัมภาษณ์ มล.อัจฉราพร ณ สงขลา กรรมการผู้จัดการบริษัท อิมเมจพูล จำกัด และเป็นผู้ที่วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ การกำหนดแหล่งสารลักษณะ เช่นนี้ ส่วนใหญ่เป็นผลจากการที่ได้มีการพิจารณาร่วมกันกับทางหน่วยงานที่รณรงค์ หรือ กรมโรงงาน อุตสาหกรรม โดยมีจุดประสงค์หลักของการพิจารณาคัดเลือกแหล่งสาร เน้นที่บุคคล ซึ่งทราบ รายละเอียดของโครงการรณรงค์ เพื่อที่จะสามารถให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และมีความชัดเจนในการสื่อสารแต่ละครั้ง ” (สัมภาษณ์, 20 กันยายน 2543)

### โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

การรณรงค์โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการเลือกใช้แหล่งสารทั้ง 3 ประเภท กล่าวคือ มีการเลือกใช้แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียง และแหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ

โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ได้เลือกใช้แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ

โดยใช้แหล่งสารที่เป็นนักวิชาการของกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 1 ท่าน คือ ดร.ประเสริฐ ตปนียางกูร ซึ่งในขณะที่รณรงค์ มีตำแหน่งเป็นที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อม ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม (ประเด็นการสื่อสาร : เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด)

#### แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียง

ผู้รณรงค์ได้เลือกใช้แหล่งสาร ซึ่งเป็นนักการเมืองที่มีชื่อเสียงจำนวนเพียงท่านเดียว เช่นกัน คือ นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ โดยในขณะที่ทำการรณรงค์ ดำรงตำแหน่งเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม (ประเด็นการสื่อสาร : เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด)

#### แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ

ผู้สมัครก็ได้เลือกใช้แหล่งสาร ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่รัฐจากภายในหน่วยงานที่สมัคร หรือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม รวม 2 ท่าน โดยขณะที่สมัคร ดำรงตำแหน่ง ดังนี้

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. นางสาวกัญญา สิ้นสกุล | อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม<br>กรมโรงงานอุตสาหกรรม |
|-------------------------|--|

(ประเด็นการสื่อสาร : เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด)

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| 2. นายวิฑูรย์ สิมะโชคดี | ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยี<br>ความปลอดภัยโรงงาน<br>กรมโรงงานอุตสาหกรรม |
|-------------------------|---|

(ประเด็นการสื่อสาร : การประเมินความเสี่ยงในโรงงานอุตสาหกรรม)

จากผลการศึกษาเรื่องแหล่งสารที่ใช้ในการสมัครโครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ดังนี้

การสมัครโครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการเลือกใช้แหล่งสาร ทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียง และ แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ สำหรับ แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ พบการเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นนักวิชาการของกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 1 ท่าน โดยการกำหนดแหล่งสารดังกล่าว ทางบริษัทที่สมัครจะเป็นผู้กำหนดแหล่งสาร โดยผ่านความเห็นชอบจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งนี้ การพิจารณาสถานะภาพของแหล่งสารว่า มีความน่าเชื่อถือหรือไม่นั้น จะพิจารณาจากควมมีประสบการณ์ หรือ ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ รวมถึง คุณวุฒิที่จะแสดงถึงความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยจะเห็นได้จากการเลือกใช้แหล่งสารที่มีคุณวุฒิจบปริญญาเอกทางด้านสิ่งแวดล้อม และ เป็นบุคคลที่ดำรงตำแหน่งเป็นที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม คือ ดร.ประเสริฐ ตปนียางกูร ในขณะเดียวกัน มีการเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียงจากแวดวงนักการเมือง ซึ่งมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานที่สมัครด้วย คือ นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ เนื่องจาก ขณะนั้นดำรงตำแหน่งเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม สำหรับ แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ มีการเลือกใช้ แหล่งสารประเภทนี้มากที่สุด รวม 2 ท่าน โดยเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นระดับนักบริหารภายในหน่วยงานที่สมัคร หรือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม นั้นเอง

สำหรับการเลือกใช้แหล่งสารเฉพาะนักบริหาร และ นักวิชาการภายในหน่วยงาน

ที่รณรงค์ รวมถึง บุคคลมีชื่อเสียงที่มีความเกี่ยวข้องในการกำกับดูแลหน่วยงานที่รณรงค์ ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์โครงการ ย่อมส่งผลให้มีความหลากหลายในการใช้แหล่งสาร ก่อนข้างน้อย รวมถึง ไม่มีการเลือกใช้แหล่งสารจากหน่วยงาน หรือ องค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องด้วย ทั้งนี้ การเลือกใช้แหล่งสารในลักษณะดังกล่าวข้างต้น เมื่อเปรียบเทียบกับข้อกำหนดด้านแหล่งสาร ซึ่งมีแนวโน้มต่อการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสาร และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม พบว่า นอกจากแหล่งสารจะต้องมีความน่าเชื่อถือแล้ว ยังต้องมีความดึงดูดใจ หรือสามารถดึงดูดผู้รับสารให้หยุดฟังด้วยความตั้งใจ รวมถึง แหล่งสาร ยังต้องใช้สารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสารอีกด้วย แต่การที่ผู้รณรงค์เลือกใช้แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ แหล่งสารซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ และแหล่งสารที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นบุคคลที่กำกับดูแลหน่วยงานที่ดำเนินการรณรงค์ ย่อมไม่สามารถคาดคะเนได้ว่า แหล่งสารที่ใช้จะสามารถดึงดูดผู้รับสารให้หยุดฟังด้วยความตั้งใจ และมีการใช้สารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสารหรือไม่

จากการสัมภาษณ์ คุณวิรุฒิ สังฆพรหม กรรมการบริหารและผู้อำนวยการทั่วไป บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด และเป็นผู้วางแผนรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ บริษัทได้กำหนดการใช้แหล่งสาร สำหรับการรณรงค์ไว้เป็นเช่นนี้ เพราะต้องการให้กรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานเจ้าของโครงการ เป็นแรงสำคัญในการผลักดันให้โครงการนี้เป็นที่รู้จัก สำหรับเหตุผลที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ มีความตั้งใจที่จะทำให้โครงการนี้เป็นโครงการที่ต่อเนื่อง โดยในช่วงระยะแรก ต้องการที่จะปลูกฝังความรู้ในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการก่อน เพื่อจะได้นำไปสู่การสร้างจิตสำนึก และ ความปลอดภัยที่ดีในโรงงานต่อไป....ส่วนการกำหนดเลือกใช้แหล่งสาร จะเน้นบุคคลที่อยู่ในหน่วยงานรณรงค์เป็นหลัก เพราะจะเป็นผู้ที่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการได้เป็นอย่างดี รวมถึง สามารถให้ข้อมูลในด้านต่างๆได้โดยละเอียด และมีความถูกต้อง ชัดเจนด้วย ส่วนการคัดเลือกตัวบุคคลที่จะมาเป็นแหล่งสารให้กับโครงการนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ได้มีการพิจารณาร่วมกัน กับทางกรมโรงงานฯ ด้วย ” (สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2543)

#### สรุปการวิเคราะห์ภาพรวมของแหล่งสารที่ใช้ในการรณรงค์ของกรมโรงงาน

อุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ พบว่า มีความคล้ายคลึงกันในการกำหนดใช้แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐมากที่สุดในการรณรงค์แต่ละโครงการ โดยเป็นการเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นระดับนักบริหารภายในหน่วยงานที่ดำเนินการรณรงค์เป็นส่วนใหญ่ รองลงมา ได้แก่ แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งแหล่งสารประเภทนี้ มักกำหนดการเลือกใช้ เฉพาะกลุ่มนักวิชาการ ทั้งนี้ พบว่า มีการเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียง ก่อนข้างน้อย ในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทุก

โครงการ โดยส่วนใหญ่ที่มีการเลือกใช้ มักเป็นแหล่งสารที่เป็นนักการเมืองที่มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลหน่วยงานที่รณรงค์ คือ เป็นผู้ที่ดำรงตำแหน่งเป็น ๗พล๗ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม

สำหรับการเลือกใช้แหล่งสาร โดยมุ่งเน้นการเลือกใช้แหล่งสาร เฉพาะภายในหน่วยงานที่รณรงค์ ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ อาจทำให้แหล่งสารไม่มีความตั้งใจ และไม่สามารตรับสารให้หยุดฟังด้วยความตั้งใจ ซึ่งจะส่งผลต่อแนวโน้มการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ตามที่โครงการรณรงค์มุ่งหวัง ทั้งนี้ พบว่า การรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ ไม่มีการเลือกใช้แหล่งสารประเภทที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ สำหรับการรณรงค์โครงการ เนื่องจาก แหล่งสารดังกล่าว พบว่า มีแนวโน้มที่จะสามารถทำการโน้มน้าว และทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสารในแต่ละครั้งได้มากกว่า แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง โดยถือเป็นผลอันหนึ่งที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดคิดจากผลลัพธ์ของกระบวนการสื่อสาร เนื่องจาก เมื่อหัวข้อการรณรงค์มีความสำคัญต่อผู้รับสาร แต่การสื่อสารในครั้งนั้น มีสถานะความน่าเชื่อถือต่ำ เมื่อผู้รับสารได้ฟังการสื่อสาร จะไม่เชื่อมั่นต่อความเห็นของผู้ส่งสาร แต่ในสถานการณ์เช่นนี้ ผู้รับสารจะเกิดความสงสัยเห็นใจ และพยายามหาเหตุผล หรือสารมาสนับสนุนแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำนั้น และโดยที่เหตุผลที่มาสนับสนุน มักผนวกเอาข้อสรุปของตัวเองเข้าไว้ด้วยแล้ว คนจึงมีความเชื่อในเหตุผลที่มาสนับสนุน (Sternthal, Dholakia and Leavitt ,1978) ดังนั้น หากผู้รณรงค์ได้กำหนดการเลือกใช้แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ โดยเป็นแหล่งสารที่สามารถตรึงผู้รับสารให้หยุดฟังด้วยความตั้งใจ และ ใช้สารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสาร สำหรับการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ จะมีแนวโน้มที่ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีในการสื่อสารแต่ละครั้งได้มากกว่าด้วย

#### 4.2 เนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์

เนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์ เป็นประเด็นต่างๆที่ปรากฏในสาร ซึ่งผู้ส่งสารใช้ส่งความหมาย เพื่อให้ผู้รับสารตีความ ตามเจตนาของผู้ส่งสาร จากการศึกษาเนื้อหาสาร พบว่า เนื้อหาสารมีประเด็นที่หลากหลาย อภิปรายได้ตามลำดับโครงการ ต่อไปนี้

โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

เนื้อหาสาระของการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ แบ่งออกเป็น

1. การให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่องที่รณรงค์ ซึ่งแบ่งเนื้อหาย่อย ออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

**ประเด็นที่ 1** ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของเสียอันตราย หรือ กากสารพิษ ซึ่งประกอบด้วย ความหมายของเสียอันตราย ปริมาณ และ แหล่งกำเนิดของเสียอันตราย พิษภัยจากของเสียอันตราย ปัญหา และสถานการณ์ของกากของเสียอันตราย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับของเสียอันตราย เช่น กฎหมายควบคุมกากของเสียอันตราย ประเภทของเสียอันตราย ได้แก่ ของเสียอันตรายจากชุมชน โรงพยาบาล และ อุตสาหกรรม รวมถึง ผลกระทบของกากอุตสาหกรรมต่อสิ่งแวดล้อมที่ทำให้สภาวะแวดล้อมเกิดเสื่อมโทรม ผลกระทบของกากอุตสาหกรรมต่อเศรษฐกิจ และ ผลกระทบของกากอุตสาหกรรมต่อสุขภาพอนามัย โดยเน้นเรื่องโรคร้ายต่างๆที่เกิดขึ้นจากของเสียอันตราย เช่น โรคพิษอลูมิเนียม โรคแพ้พิษแมงกานีส โรคพิษตะกั่วจากแบตเตอรี่ เป็นต้น

#### ตัวอย่าง

เจ้าของเสียอันตราย หรือ ที่เรียกกันเป็นชื่อภาษาอังกฤษว่า Hazardous Waste เนี่ยะ คือ วัสดุเหลือใช้ หรือ ของทิ้งจากกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของคน และสิ่งแวดล้อม ของเสียสามารถเกิดขึ้นได้จากทุกแหล่ง ตั้งแต่บ้านเรือน ที่พักอาศัย สถานบริการ โรงพยาบาล ไปจนถึงโรงงานอุตสาหกรรม ครับ

ตัวการหลักที่ก่อให้เกิดเหตุขึ้นก็คือ มนุษย์เราเองนี่แหละครับ ที่เป็นผู้ใช้ และทิ้งของเสียด้วยตนเอง โดยไม่มีมาตรการจัดการที่ถูกต้อง เช่น ยารักษาโรคที่หมดอายุ ถ่านไฟฉายที่หมดสภาพการใช้งานแล้ว หรือ สารเคมีต่างๆที่ปนเปื้อนไปกับน้ำทิ้งของโรงงาน เป็นต้น หากมนุษย์ผู้ใดได้รับสารพิษเหล่านี้เข้าไปในร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นทางกิน การหายใจ หรือ แม้กระทั่งการสัมผัส ก็จะทำให้เกิดการสะสม นานวันเข้า ก็จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ทำให้ร่างกายอ่อนแอ เกิดโรคร้ายไข้เจ็บ และ เสียชีวิตในที่สุด

(ตอน ตัวการร้ายของเสียอันตราย ออกอากาศในรายการ เปิดโลกอุตสาหกรรม วันที่ 6 กรกฎาคม 2540)



**ประเด็นที่ 2** ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการกำจัดของเสียอันตราย โดยเนื้อหาประเภทนี้ ประกอบด้วย เทคโนโลยีต่างๆที่ใช้ในการกำจัดของเสียอันตราย เช่น การทำลายฤทธิ์กากของเสียที่ปนเปื้อนยาฆ่าแมลง การบำบัดของเสียอันตรายด้วยวิธีชีววิทยา วิธีเคมีบำบัด วิธีฟิสิกส์ การเผา และการทำให้เป็นก้อนแข็ง รวมถึง เทคโนโลยีที่ใช้ลดปริมาณของเสียอันตราย เช่น การรีไซเคิล เทคโนโลยีที่สะอาด (Clean Technology) นอกจากนี้ ยังมี เทคโนโลยีที่ใช้ภายในศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรมด้วย

#### ตัวอย่าง

การทำให้ของเสียเป็นกลางด้วยวิธีเคมีนั้น เป็นขบวนการทำลายฤทธิ์น้ำเสียที่เป็นกรด หรือน้ำเสียที่เป็นด่าง ซึ่งมีฤทธิ์กัดกร่อนรุนแรง ด้วยน้ำด่าง หรือน้ำกรดจนหมดฤทธิ์ ซึ่งนั่นหมายถึง การที่น้ำเสียกลายเป็นกลาง นั่นเองค่ะ

ในกรณีที่น้ำเสียที่เป็นกรด เราอาจใช้สารเคมีจำพวกน้ำปูนขาว น้ำโซดาไฟ หรือ โซดาแอช เพื่อทำให้น้ำเสียเป็นกลางได้ ส่วนกรณีของน้ำเสียที่เป็นด่างนั้น เราอาจใช้น้ำกรด กำมะถัน น้ำกรดเกลือ หรือ แม้แต่ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ก็ได้ค่ะ

น้ำเสียที่ผ่านการทำให้เป็นกลางแล้วนี้ เมื่อได้รับการบำบัดต่อจนได้คุณภาพตามมาตรฐานน้ำทิ้งของทางราชการแล้ว จะไม่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม สามารถระบายออกสู่ทางน้ำสาธารณะได้ค่ะ

(ตอน การทำของเสียให้เป็นกลางด้วยวิธีเคมีนั้น...เป็นอย่างไร ออกอากาศในรายการ สารหน้ารู้ วันที่ 25 ธันวาคม 2539)

**ประเด็นที่ 3** ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม และ ศูนย์ฝังกลบ โดยเนื้อหาประเภทนี้ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ และ ข้อดีของการมีศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม และ ศูนย์ฝังกลบ จังหวัดราชบุรี รวมถึง อัตราค่าบริการต่างๆ นอกจากนี้ ยังมี ส่วนประกอบ และ ขั้นตอนการบำบัดของเสียอันตรายของศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรมแสมดำ และ ศูนย์ฝังกลบ จังหวัด ราชบุรี เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพ และ ความปลอดภัยของศูนย์ฯ ด้วย

#### ตัวอย่าง



ศูนย์วิจัยและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จังหวัดราชบุรี ..... ภายในศูนย์แห่งนี้ ประกอบไปด้วย อาคารสำนักงานควบคุม และตรวจสอบกากที่จะขนมาฝัง หลุมฝังกลบแบบนิรภัย ซึ่งจะแยกฝังเป็นหลุมๆ ไป โดยจะมีการปูรองกันหลุมด้วยชั้นดินเหนียว และ แผ่นยางสังเคราะห์ เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำไหลซึมเข้าไปชะละลายเอาของเสียอันตราย ออกสู่สิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกัน ยังมีระบบบ่อบำบัด และ บ่อน้ำบาดาล สำหรับนำน้ำตัวอย่างจากบ่อบำบัด ตรวจสอบคุณภาพได้ตลอดเวลา

นอกจากนั้น ศูนย์ฝังกลบ ราชบุรี ยังมีแผนในการที่จะทำกิจกรรมอื่นๆ อีก เช่น งานวิจัย และ พัฒนา การติดตามเก็บตัวอย่าง และ ดูแลผลกระทบจากการฝังที่จะมีต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งคุณภาพของน้ำ ดิน และอากาศรอบๆ หลุมฝังกลบ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ ล้วนสนับสนุนให้การดำเนินงานกำจัดของเสียอันตรายขั้นสุดท้าย มีประสิทธิภาพ และ ปลอดภัยสูงสุด

(ตอน ภายในศูนย์ฝังกลบราชบุรี ประกอบด้วยอะไรบ้าง ออกอากาศในรายการ สาระนำรู้ วันที่ 19 มิถุนายน 2540)

**ประเด็นที่ 4** ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภารกิจ และ บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่รณรงค์ หรือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม ในด้านการแก้ไข และการจัดการปัญหาของเสียอันตราย

#### ตัวอย่าง

กรมโรงงานอุตสาหกรรม หน่วยงานของกระทรวงอุตสาหกรรม คือ องค์กรหนึ่งที่มีหน้าที่จัดการในเรื่องของเสียอันตรายครับ ปัจจุบัน สังคมไทย มีของเสียอันตรายเพิ่มมากขึ้นทุกปี จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายต่างๆเกิดขึ้น เพื่อควบคุมผลร้ายที่จะตามมา กรมโรงงานอุตสาหกรรม จึงได้กำหนด พ.ร.บ.ขึ้นหลายฉบับ อาทิ พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 และ พ.ร.บ. วัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 โดยมุ่งเน้นในเรื่องระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับของเสียอันตราย การบำบัดและกำจัด รวมทั้ง บทลงโทษต่างๆ นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แสมดำ ศูนย์ฝังกลบนิรภัย จังหวัดราชบุรี และศูนย์ในภูมิภาคอื่นขึ้น เพื่อรองรับของเสียที่เกิดจากภาคอุตสาหกรรมมาทำการกำจัดให้สิ้นฤทธิ์อีกด้วยครับ

(กรอ.กับความรับผิดชอบในเรื่องของเสีย ออกอากาศในรายการ กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม วันที่ 9 มิถุนายน 2540)

2. การสร้างความตระหนักในเรื่องการกำจัดกากของเสียอันตรายอย่างถูกวิธี ซึ่งแบ่งเนื้อหาย่อยได้เป็น 2 ประเด็น คือ

**ประเด็นที่ 1** ให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เกิดความตระหนักในการจัดการเกี่ยวกับของเสียอันตราย หรือ ส่งของเสียอันตรายไปบำบัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

#### ตัวอย่าง

แนวทางการจัดการของเสียอันตรายที่ถูกต้องนั้น ควรคำนึงถึงการป้องกัน และการลดปริมาณของเสียให้เหลือน้อยที่สุด เช่น การเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบชนิดใหม่ หรือ การนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งในขณะนี้ ผู้ประกอบการโรงงานหลายแห่งได้เริ่มให้ความสนใจ บางแห่งก็ได้ลงมือทำไปแล้ว เช่น การใช้ประโยชน์จากน้ำกากส่าของโรงงานสุรา ซึ่งมีค่าความสกปรกสูงมาก โดยการเผา หรือ หมักเอาแก๊สออกมา เพื่อนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงในโรงงานแทนการใช้น้ำมัน อย่างไรก็ตาม แม้เราจะพยายามลดปริมาณของเสียให้น้อยลงแล้ว ก็ยังคงต้องมีของเสียเหลืออยู่อีกจำนวนหนึ่ง ซึ่งโรงงานจะต้องนำไปจัดการต่อ โดยการนำไปทำลายฤทธิ์ ตัวอย่างเช่น สารเคมีเสื่อมคุณภาพ ประเภทกรดต่าง จะทำลายฤทธิ์ด้วยวิธีเคมีเพื่อทำให้เป็นกลาง หลังจากนั้น จะต้องนำกากตะกอนที่เหลือจากการทำลายฤทธิ์ ไปฝังกลบให้ถูกต้องตามหลักวิชาการต่อไป

ยิ่งโรงงานอุตสาหกรรม สามารถจัดการของเสียอันตรายที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากเท่าไร ความปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัย และ สิ่งแวดล้อม ก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น

(ตอน ความรับผิดชอบของโรงงานในการจัดการของเสียอันตราย ตอน 2 ออกอากาศในรายการ สารหน้ารู้ วันที่ 26 ธันวาคม 2539)

**ประเด็นที่ 2** ให้ประชาชน เกิดความตระหนักถึงอันตรายจากการทิ้งของเสียไม่ถูกวิธี และ ผลเสียที่จะเกิดขึ้น หากไม่มีการตั้งศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม หรือ ศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม รวมถึง ให้เกิดความตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการจัดตั้งศูนย์ฯ

### ตัวอย่าง

การทิ้งของเสียอันตรายในที่รกร้างว่างเปล่า รอบๆชุมชน หรือ การนำของเสียไปฝังหมกไว้ในหลุมหลังโรงงานอย่างไม่ถูกวิธี ..... ไม่ว่าที่ดินที่ใช้ที่นั้น จะเป็นของเทศบาล หรือของใครก็ตาม ก็ย่อมจะก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมตามมาทั้งสิ้น เนื่องจาก การทิ้งขี้ของเสียอันตรายอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์นี้ อาจทำให้ สารเคมีผสมปนกันจนเกิดการลุกติดไฟขึ้นเอง หรือ เกิดการระเบิดขึ้นในบางครั้ง ก็อาจเกิดปฏิกิริยาเคมีกลายเป็นไอควันสีต่างๆ ทำให้ผู้คน หรือ สัตว์ที่เดินผ่านบริเวณนั้น มีโอกาสรับของเสียอันตรายเข้าสู่ร่างกายโดยการสูดดม หรือ ผ่านทางผิวหนังได้ค่ะ นอกจากนี้ ของเสียอันตรายที่กองทิ้งหมักหมมไว้นานๆ ก็อาจผุกร่อน ฟูงกระจาย ละลายน้ำ แพร่ออกสู่พื้นดิน และ แหล่งน้ำ ซึ่งเป็นวงจรรอาหารที่สำคัญของคนเรา และเมื่อของเสียอันตรายสะสมในร่างกายมากขึ้น ก็จะก่อให้เกิดโรคร้ายขึ้นได้ค่ะ

ผลกระทบจากของเสียอันตรายที่มีต่อสุขภาพอนามัยและสิ่งแวดล้อมนี้ เราสามารถป้องกันและจัดการได้ โดยการนำของเสียอันตรายไปทำลายฤทธิ์ให้ปลอดภัยเสียก่อน เพราะการจัดการที่ถูกหลักวิชาการที่แหล่งกำเนิด ดีกว่าที่เราจะคอยไปติดตามขุดคุ้ยตามหลุมหมกต่างๆ แล้วนำมาบำบัด และกำจัดกันในภายหลัง ซึ่งอาจสายเกินไป รวมทั้ง จะต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายที่แพงมากค่ะ

(ตอน อันตรายจากการทิ้งของเสียอันตรายอย่างไม่ถูกวิธี ออกอากาศในรายการสารน่ารู้ วันที่ 9 เมษายน 2540)

การรณรงค์โครงการนี้ ยังพบว่า มีการเลือกใช้เนื้อหาสารที่ไม่มีความเกี่ยวข้อง หรือ มีความเกี่ยวข้องน้อยในการรณรงค์อยู่ด้วย โดย เนื้อหาสารที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับการรณรงค์ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นใหญ่ๆ ดังนี้

1. เรื่องสิ่งแวดล้อมทั่วไป โดยนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องการจัดกากของอุตสาหกรรม เช่น ISO 14000 ความสำคัญของชั้นโอโซน และ แผนแม่บทในการกำจัดของเสียอันตรายจากชุมชน เป็นต้น

### ตัวอย่าง

หลักการตรวจสอบประเมินผลทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้ตามมาตรฐานสากล เป็นสิ่งสำคัญที่เจ้าหน้าที่ และ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ควรนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม เพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีควบคู่ไปกับการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของไทย... เพื่อให้เจ้าหน้าที่ และ ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆของไทย ได้ตระหนักถึงการรักษาสภาพแวดล้อม พร้อมๆไปกับการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จึงได้เชิญผู้เชี่ยวชาญจากประเทศแคนาดา มาเผยแพร่ถึงหลักการ และวิธีการในการตรวจสอบประเมินผลด้านสิ่งแวดล้อมในโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้มาตรฐานโลกขึ้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ก่อนเข้าสู่ระบบ ISO 14000 ....

(ตอน การเตรียมความพร้อมของโรงงานอุตสาหกรรม...ก่อนเข้าสู่ระบบ ISO 14000 ออกอากาศในรายการ ข่าวอุตสาหกรรม วันที่ 16 พฤษภาคม 2540)

2. หลักเศรษฐศาสตร์ในการจัดการปัญหามลพิษโรงงาน โดยนำเสนอรายละเอียดของหลักการ เพื่อเตรียมบังคับใช้กับโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเนื้อหาดังกล่าว พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรง กับการรณรงค์โครงการ

#### ตัวอย่าง

...จากการเพิ่มของจำนวนโรงงานอุตสาหกรรม ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการสะสมของปริมาณเศษวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมเรื่อยๆ ซึ่งในปัจจุบัน ปัญหาด้านมลพิษได้กลายมาเป็นปัญหาสำคัญที่ทุกฝ่ายต้องร่วมมือกันในการหามาตรการที่เหมาะสมมาดำเนินการ ดังนั้น กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จึงได้ทำแผนในการจัดการ โดยการกำหนดให้มีการศึกษาพัฒนาแนวทางในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมมลพิษจากกลุ่มผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมขึ้น ซึ่งผลจากการศึกษาได้เสนอแนะเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ 2 เครื่องมือ คือ การจัดเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อจัดการมลพิษ และค่าปล่อยสารมลพิษ โดยจากการศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมฟอกหนัง และอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม มีความเป็นไปได้ ที่จะนำมาตรการจัดเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อจัดการมลพิษมาใช้ ส่วนค่าธรรมเนียมในการปล่อยมลพิษนั้น กรมโรงงานอุตสาหกรรม จะนำมาใช้กับโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนจำนวนมาก

(ตอน โครงการประยุกต์ใช้หลักการทางเศรษฐศาสตร์การจัดการมลพิษโรงงาน ออกจากอากาศในรายการ ข่าวอุตสาหกรรม วันที่ 12 มิถุนายน 2540)

3. การกิจ และการดำเนินงานของหน่วยงานที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ เช่น การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การแก้ปัญหาสารเคมีปนเปื้อนในสิ่งแวดล้อมของศูนย์พิษวิทยา คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี และการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมขององค์กรร่วม ระหว่างไทย-เยอรมัน เป็นต้น

#### ตัวอย่าง

การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่กำลังดำเนินการ... ทางประเทศเยอรมัน ซึ่งเป็นประเทศหนึ่งที่ได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวด้วยเช่นกัน จึงได้ให้การสนับสนุนการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมของไทย โดยการจัดตั้งองค์กรร่วมระหว่างไทย-เยอรมัน หรือ GTZ ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศไทยได้มีการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ของไทยได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมที่ทางประเทศเยอรมันได้ให้ความสนใจและช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสิ้น 4 ประเภท คือ อุตสาหกรรมฟอกหนัง อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม อุตสาหกรรมปลาทูน่า และ อุตสาหกรรมเหล็ก

ทั้งนี้ Dr.Emill Schnell ประธานกรรมการผู้จัดการองค์กรร่วมระหว่างไทย-เยอรมัน หรือ GTZ พร้อมคณะ ได้เดินทางมาดูผลงานความคืบหน้าของโครงการในอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ ซึ่งก็ได้แสดงความพอใจในผลการดำเนินงานของไทย และ ยังกล่าวอีกว่าจะให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนประเทศไทยในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการพัฒนาอุตสาหกรรมของไทยต่อไป

(ตอน องค์กรร่วมระหว่างไทย-เยอรมัน เพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมของไทย ออกจากอากาศในรายการ ข่าวอุตสาหกรรม วันที่ 29 พฤษภาคม 2540)

สำหรับเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องน้อยกับการรณรงค์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการนำเสนอเนื้อหา ด้านการประสานประโยชน์ระหว่างโรงงานกำจัดกากกับประชาชน ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้ ควรนำเสนอในช่วงที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุ



เหลือใช้จากอุตสาหกรรมแล้ว หรือ อยู่ในระหว่างการก่อสร้าง หรือ ก่อสร้างศูนย์แล้วเสร็จ ทั้งนี้ ยังพบเนื้อหาอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องน้อยกับการรณรงค์อีก เช่น ความร่วมมือทางวิชาการระหว่างไทย-สหรัฐฯในการกำจัดกากสารพิษ เป็นต้น

### ตัวอย่าง

การประสานประโยชน์ มาตรการนี้ประกอบด้วย การพิจารณารับชาวบ้านในละแวกนั้น เข้าทำงานเป็นกลุ่มแรก การให้เงินอุดหนุนจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และการร่วมลงทุนกับชุมชนในรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ ยังมีอีกองค์ประกอบหนึ่งในมาตรการที่สำคัญไม่แพ้กัน นั่นคือ การแบ่งผลประโยชน์กับท้องถิ่น

การแบ่งผลประโยชน์ หรือ รายได้ให้กับท้องถิ่น เป็นการจัดแบ่งผลกำไรออกเป็นเงินก้อน เพื่อใช้ในการสร้างสาธารณูปโภคให้แก่ชุมชน เช่น ถนน ระบบไฟฟ้า โรงเรียน ห้องสมุด และ ศาลาว่าการ เป็นต้น หรือ อาจใช้วิธีแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน ตามสัดส่วนของรายได้ หรือ ต่อปริมาณของเสียอันตรายที่ส่งมาบำบัด กรณีที่ประชาชนในบริเวณนั้น ต้องการส่วนแบ่งมากขึ้น ก็จะต้องร่วมเสี่ยงลงทุนกับเจ้าของโครงการ ซึ่งวิธีนี้จะมีอัตราเสี่ยงสูง แต่ก็มักจะคุ้มค่า โดยจะมีภาครัฐทำหน้าที่ในการกำกับดูแล และ ให้ความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นโรงงาน เทศบาลหรือ ภาคธุรกิจอื่นที่จำเป็นต้องใช้บริการของศูนย์ฯ ในทางกลับกันรัฐยังจะได้รับประโยชน์ จากการที่ประชาชนช่วยกันสอดส่องดูแลการดำเนินการของศูนย์ฯอีกด้วย

(ตอน การประสานประโยชน์ มาตรการเพื่อการยอมรับ 2 ออกอากาศในรายการ กอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม วันที่ 28 เมษายน 2540)

จากผลการศึกษาเรื่องเนื้อหาสาระที่ใช้ในการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถนำไปสู่การวิเคราะห์เส้นทางการโน้มน้าวที่เด่นชัดของการรณรงค์ และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการใช้สื่อของโครงการได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ มีวัตถุประสงค์หลักที่แท้จริง เพื่อให้เกิดการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม แต่เนื้อหาสาระที่เลือกใช้โดยส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในเรื่องการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับของเสียอันตราย เทคโนโลยีที่ใช้ในการกำจัดของเสีย



อันตราย และ ศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม โดยผู้รณรงค์ได้เลือกใช้เนื้อหาสาร เพื่อให้เกิดผลด้านการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ค่อนข้างน้อย จำนวน เพียง 48 ตอน จากเนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์ ทั้งหมด 733 ตอน ดังนั้น การรณรงค์โครงการนี้ จึงพบว่า มีแนวโน้มในการเลือกใช้เนื้อหาสารในลักษณะการให้ข้อมูล เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย มากกว่าการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกนึกคิด

สำหรับ การเลือกใช้เนื้อหาสาร เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ พบมีการเลือกใช้ศัพท์เทคนิควิชาการค่อนข้างมากในเนื้อหาสารที่ใช้รณรงค์ ทั้งที่ กลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนในเขตพื้นที่ที่มีการคัดค้านการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มบุคคลที่มีคุณวุฒิ วิทยุฒิ ประสบการณ์ และ อาชีพที่หลากหลาย ทั้งนี้ หากมีการเลือกใช้เนื้อหาสารที่มีศัพท์เทคนิควิชาการมาก เช่น เรื่องเทคโนโลยีที่ใช้ในการกำจัดกากของเสียอันตราย เป็นต้น ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ และ ความเข้าใจของกลุ่มชาวบ้านที่มีวุฒิการศึกษาน้อย ซึ่งเป็นกลุ่มคนขนาดใหญ่ของการรณรงค์โครงการด้วย ทั้งนี้ หากกลุ่มชาวบ้าน มีความเข้าใจในเนื้อหาสารน้อย หรือ ไม่มีความเข้าใจในเรื่องที่รณรงค์เพียงพอ ย่อมทำให้ความวิตกกังวล และความหวาดกลัวเกี่ยวกับของเสียอันตราย และ การจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ยังคงมีอยู่ต่อไป และส่งผลให้เกิดการคัดค้านอย่างต่อเนื่องด้วย

สำหรับ เนื้อหาสารเพื่อการสร้างความตระหนัก ให้ผู้ประกอบการเกิดการนำของเสียอันตรายไปบำบัดอย่างถูกวิธีนั้น พบว่า เนื้อหาสารที่ใช้ ยังเป็นลักษณะของการให้ข้อมูล โดยพบเนื้อหาสารในลักษณะการเร้าอารมณ์ หรือ กระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดการคิดพิจารณาเกี่ยวกับตัวสารค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ พบว่า แม้เรื่องของเสียอันตราย จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการโดยตรง เนื่องจากเป็นแหล่งที่ทำให้เกิดของเสีย แต่หากขาดแรงจูงใจในการกระตุ้น เพื่อให้เกิดการคิดพิจารณา ย่อมมีผลต่อความสำเร็จในการสร้างจิตสำนึกได้ เนื่องจาก การส่งของเสียอันตรายไปบำบัด จะส่งผลให้เพิ่มค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิตมากขึ้น เมื่อไม่สามารถส่งสารที่กระตุ้นให้เกิดการคิดได้ ย่อมส่งผลให้ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะไม่คิดพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับตัวสาร แม้ว่า ผู้รณรงค์จะได้ใช้เวลาที่เพียงพอในการสื่อสารแต่ละครั้งแล้วก็ตาม

การรณรงค์ ยังจะเห็นได้ว่า เนื้อหาสารที่เลือกใช้ มีบางส่วนที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์การรณรงค์ โดยเฉพาะเนื้อหาสารที่มาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้นำเสนอ ทั้งนี้

พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ มักจะสนทนาในหัวข้อที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ เช่น การเชิญผู้เชี่ยวชาญจากกรมเจ้าท่า เพื่อให้สัมภาษณ์ในหัวข้อ “การจัดการคราบน้ำมันในทะเล” ซึ่งออกอากาศทางรายการ “คุยกันก่อนเที่ยง” เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2540 และ วันที่ 25 กรกฎาคม 2540 โดยพบว่า เนื้อหาการให้สัมภาษณ์ นั้น ยังมีความเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ที่ต้องการให้เกิดการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ก่อนข้างน้อย

จากการสัมภาษณ์ คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด และ เป็นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบกำกับดูแลการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ การรณรงค์โครงการนี้ มีข้อจำกัดในเรื่องของการสนับสนุนข้อมูลจากหน่วยงานที่รณรงค์ (กรมโรงงานอุตสาหกรรม) เพื่อประกอบการจัดทำเนื้อหาสาร เนื่องจาก ในขณะที่รณรงค์ มีสถานการณ์การคัดค้านที่ค่อนข้างรุนแรง ดังนั้น หน่วยงานที่รณรงค์ จึงไม่สามารถออกมาเผชิญหน้าโดยตรงได้เต็มที่ และได้มีการปรับเปลี่ยนการกำหนดเนื้อหาสารโดยใช้วิธีให้คนรอบข้าง หรือ บุคคล และ หน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องเป็นผู้นำเสนอ ด้วยเหตุนี้ ทางบริษัทจึงมีความจำเป็นต้องไปจัดหาข้อมูลจากหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อมากำหนดเป็นเนื้อหาสารของการรณรงค์ซึ่งอาจส่งผลให้มีการเลือกใช้น้ำในประเด็นอื่นๆที่เกี่ยวข้องค่อนข้างมาก” (สัมภาษณ์, 29 ตุลาคม 2542)

### โครงการโรงงานสีเขียว

เนื้อหาสารของการรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์  
ของ  
โครงการ แบ่งออกเป็น

1. การให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่องที่รณรงค์ ซึ่งสามารถแบ่งเนื้อหาย่อยได้เป็น 3 ประเด็น ดังนี้

**ประเด็นที่ 1** ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่รับแลก จุดแลกซื้อ ระยะเวลา และ รายชื่อของบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ เป็นต้น

### ตัวอย่าง

กรมโรงงานฯ จับมือ เจน โโก้-บริษัทเอกชน ขึ้น โครงการโรงงานสีเขียว นำถ่านไฟฉาย-หลอดฟลูออเรสเซนต์มาใช้แล้วมาแลกซื้อของใหม่ รับส่วนลดทันที 15-20 % ปตท.ไฟฟ้าเขียว กระจายจุดรับแลกซื้อผ่านเอเอ็มพีเอ็มได้ทั่วกรุงเทพฯ ต่างจังหวัดมี 10 แห่งในหัวเมืองใหญ่

..... โครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีในการผลิต และ การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้กับผู้ประกอบการและประชาชน รวมทั้ง ให้ความรู้ และ แนะนำวิธีการกำจัดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และ การกำจัดขยะอุตสาหกรรมที่ถูกต้องแก่ ประชาชน เพราะหากจัดการไม่ถูกต้องจะกลายเป็นปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม และ สุขอนามัยของ ประชาชนได้ สำหรับผู้ร่วมโครงการ ประกอบด้วย 1) ผู้ผลิตถ่านไฟฉาย 1 ราย คือ บริษัทยิลเลตต์ (ประเทศไทย) ยี่ห้อ DURACELL 2) ผู้ผลิตหลอดฟลูออเรสเซนต์ 4 ราย ได้แก่ บริษัทฟิลิปส์ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) ยี่ห้อฟิลิปส์ , หจก.ก.กิจเจริญแสง ยี่ห้อ ไคอิชิ ไคชิคา และอิตาชิ , บริษัท ไทย โดชิบาไลท์ติ้ง ยี่ห้อโดชิบา , บริษัท ออสแรม (ประเทศไทย) ผู้ผลิตและจำหน่ายยี่ห้อ ออสแรม 3) บริษัท บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำกัด (มหาชน) หรือ เจน โโก้ .... โดยมีระยะดำเนินการประมาณกลางเดือนกันยายน – ธันวาคม 2542 นี้

(ตอน โรงงานสีเขียวปุ่พรมจุดแลกซื้อถ่าน / หลอดนีออน หนังสือพิมพ์ ประชาชาติธุรกิจ วันที่ 23 - 25 สิงหาคม 2542)

**ประเด็นที่ 2** ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการกำจัดกากของเสียอันตราย โดยการ ให้ความรู้เกี่ยวกับ การกำจัดกากของเสียอันตรายในต่างประเทศ การสร้างเตาเผากากอุตสาหกรรม และ การสร้างที่ฝังกลบกากอุตสาหกรรม

### ตัวอย่าง

สวัสดิ์คະคุณผู้ฟัง การกำจัดกากอุตสาหกรรม ที่ใช้กันมากวิธีหนึ่งก็คือ การฝัง กลบค้ะ ซึ่งกากอุตสาหกรรมที่จะนำมาฝังกลบนั้น จะต้องเหมาะสมที่จะนำมาจัดการได้โดยไม่ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และต้องถูกต้องตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 6 พ.ศ. 2540 ค้ะ โดยผู้ประกอบการที่มีเงินทุนในการจัดการกับกากอุตสาหกรรมของตน สามารถจัดสร้าง สถานที่ฝังกลบเองได้ แต่ทั้งนี้ การสร้างหลุมฝังกลบนั้น จะต้องได้รับการออกแบบตามมาตรฐาน

รวมทั้ง วัสดุที่ใช้ก็จะต้องได้มาตรฐาน และ ได้รับความเห็นชอบจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม เสียก่อนค่ะ และ เมื่อจะทำการปิดหลุมฝังกลบขั้นสุดท้าย ก็จะต้องแจ้งให้กรมโรงงานอุตสาหกรรม ทราบ เพื่อทำการตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนการปิดหลุมค่ะ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ดูแล รักษาและตรวจสอบหลุมฝังกลบไปอีกเป็นระยะเวลา 30 ปี หรือ ตามแต่กรมโรงงานอุตสาหกรรม จะกำหนด ในกรณีที่ไม่น่าใจในความปลอดภัยของหลุมฝังกลบนั่นค่ะ .....

(ตอน การก่อสร้างที่ฝังกลบกากอุตสาหกรรม ออกอากาศในรายการ รั้วรอบ ประอบการ วันที่ 10 มีนาคม 2542)

**ประเด็นที่ 3** ความรู้ ความเข้าใจในหลักเศรษฐศาสตร์จัดการมลพิษโรงงาน โดยมี เนื้อหา ประกอบด้วย ความหมาย และ องค์ประกอบต่างๆ ของหลักเศรษฐศาสตร์ในการจัดการ มลพิษโรงงาน เช่น ค่าปล่อยมลพิษ (EMISSION CHARGE) เป็นต้น

#### ตัวอย่าง

.... การสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐศาสตร์ โดยให้กำไร และ ตลาดเข้ามาจัดการแทน รัฐ นั่นคือ การใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการจัดการของเสีย เรียก “เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์” .... จูงใจให้แหล่งกำเนิดของเสียที่อยู่ในกระบวนการผลิต และ การบริโภคมีการลงทุน หรือ มี พฤติกรรมไปทางที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการทำให้เกิดของเสีย หรือ ภาวะมลพิษ .... ในการนำ เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์หลายเครื่องมือมาใช้ พบว่า เครื่องมือที่น่าจะเหมาะสมที่สุด คือ ระบบ ค่าปล่อยมลพิษ (Emission Charge) และ ระบบค่าธรรมเนียมเพื่อการจัดการมลพิษ (Pollution Management Fee) ระบบค่าปล่อยมลพิษ หมายถึง ค่าธรรมเนียมที่รัฐเรียกเก็บจากเจ้าของ แหล่งกำเนิดในกรณีที่ปล่อยมลพิษออกสู่ภายนอกทั้งที่เกินและไม่เกินมาตรฐาน โดยคำนึงถึงความ สูญเสียทางสิ่งแวดล้อม และ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสุขภาพอนามัย.... ระบบค่าธรรมเนียมเพื่อ การจัดการมลพิษ เป็นค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้โอกาสแก่ผู้ประกอบการ ปรับปรุงกระบวนการผลิต ซึ่งอาจทำให้เกิดการลดปริมาณของเสีย หรือ มลพิษที่เกิดขึ้น

ผลที่กรมโรงงานฯ คาดว่า จะได้รับจากการนำหลักการทางเศรษฐศาสตร์มาใช้ ก็ คือ จะทำให้ผู้ก่อมลพิษหันมาปรับปรุงกระบวนการผลิต และ กิจกรรมเพื่อลดมลพิษที่เกิดขึ้นให้

น้อยที่สุด โดยมีการนำเทคโนโลยีที่สะอาด มีการหมุนเวียนของเสียกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดค่า  
ธรรมเนียมที่ต้องเสียให้กับรัฐ

(ตอน กรมโรงงานซึ่งใครทำคนนั้นจ่าย ดันแก้มลพิษด้วยเศรษฐศาสตร์  
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ระหว่างวันที่ 19 - 25 เมษายน 2542)

2. การสร้างความตระหนักด้านการแยก และ ส่งของเสียอันตรายไปกำจัดอย่างถูก  
วิธี ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

**ประเด็นที่ 1** ให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เกิดความรับผิดชอบในการจัดการ  
ของเสียอันตราย หรือ ลดของเสียอันตราย ณ แหล่งกำเนิด

*ตัวอย่าง*

.... ความเป็นพิษของกากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม ต่อสุขภาพอนามัยของ  
มนุษย์เกิดขึ้น เนื่องจาก สารพิษที่เจือปนอยู่ในของเสียนั้น ก่อให้เกิดโรคมะเร็งใช้เจ็บต่อร่างกายมนุษย์

การแก้ไขปัญหาเรื่องกากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรมนั้น จำเป็นต้องมี  
แนวทางการจัดการที่ถูกต้อง เพราะจะปล่อยให้ขยะเหล่านั้นปะปนกับขยะทั่วไปไม่ได้ เพราะเป็น  
อันตรายต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน ....ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการลดปริมาณของเสียให้  
เกิดขึ้นน้อยที่สุด และ มาตรการจัดการนั้นๆ ต้องสามารถตามจัดการได้ตั้งแต่จุดกำเนิดของเสียไป  
จนถึงการฝังกลบขั้นสุดท้าย รวมถึง นำเทคโนโลยีสะอาด Clean Technology เข้ามาใช้ใน  
กระบวนการผลิต และการเข้าสู่ระบบ ISO 14000 ที่ช่วยให้โรงงานอุตสาหกรรม มีระบบการจัดการ  
สิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานสากล รวมทั้ง ให้มีการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ด้วย

(ตอน กากอุตสาหกรรม อันตรายที่พึงตระหนัก หนังสือพิมพ์บ้านเมือง วันที่ 14  
เมษายน 2542)

**ประเด็นที่ 2** ให้ประชาชนเกิดความตระหนักถึงพิษภัย และ อันตรายจากการทิ้ง  
ของเสียไม่ถูกวิธี โดยสร้างกิจกรรมสำหรับการณรงค์ และ นำหลักการทางเศรษฐศาสตร์มา  
ประยุกต์ใช้ โดยผลิตภัณฑ์ที่ใช้รณรงค์ ได้แก่ หลอดฟลูออเรสเซนต์ และ ถ่านไฟฉาย

*ตัวอย่าง*



อุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวก และ ให้ความปลอดภัย อย่างเช่น ไฟฉาย กล้องถ่ายรูป นาฬิกาติดผนัง วิทยุขานค้อะเบ้าท์ วิทยุติดตามตัว หรือ เกมกอนันน์ เชื่อได้ว่า อย่างน้อยทุกคนในบ้าน ก็ต้องมีไม่ต่ำกว่า 1 ชิ้นแน่นอน การใช้งานของอุปกรณ์เหล่านี้จึงเป็นสาเหตุทำให้เกิดขยะถ่านไฟฉาย จากการสำรวจพบว่า ในแต่ละปี ประเทศไทยมีขยะถ่านไฟฉายมากถึง 400 ล้านก้อนทีเดียว ถ่านไฟฉายเหล่านี้ เมื่อใช้งานหมดพลังแล้ว ก็ถือว่าเป็นขยะที่จะต้องแยกทิ้งเพื่อนำไปกำจัดให้ถูกวิธี ซึ่งส่วนมาก เราจะโยนทิ้งปนไปกับขยะอื่นๆ เมื่อถูกรวบรวมนำไปกำจัดตามวิธีเดียวที่ใช้กับขยะทั่วไป นั่นคือ การทิ้งไว้ให้ย่อยสลาย นานเข้าจะเกิดการสึกกร่อน เป็นสาเหตุให้โลหะหนัก และ สารเคมีต่างๆที่อยู่ภายใน รั่วไหลออกมาละลายปนเปื้อนในดิน และ แหล่งน้ำ เกิดเป็นมลพิษทางน้ำได้ หรือ หากผสมไปกับขยะที่ต้องใช้วิธีการเผา สารพิษนั้นๆ ก็จะแพร่กระจายเกิดเป็นมลภาวะทางอากาศอีกด้วย เพราะฉะนั้น แนวทางการแก้ไขปัญห ขยะอันตรายจากถ่านไฟฉายที่เราจะทำได้ก็คือ เมื่อใช้ถ่านไฟฉายแล้ว ควรแยกทิ้งจากขยะทั่วไป เพื่อให้ได้รับการกำจัดอย่างถูกวิธีนั่นเองค่ะ

(ตอน โครงการโรงงานสีเขียว 3 ออกอากาศในรายการ กรอ. 2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ ก้าวไกล สู่สากล ระหว่างวันที่ 1-15 พฤศจิกายน 2542)

จากผลการศึกษาเรื่องเนื้อหาสาระที่ใช้ในการรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียวสามารถนำไปสู่การวิเคราะห์เส้นทางการโน้มน้าวที่เด่นชัดของการรณรงค์ และ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการใช้สื่อของโครงการได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ มีวัตถุประสงค์หลักที่แท้จริง เพื่อให้ผู้ประกอบการ และ ประชาชนมีจิตสำนึก ร่วมกันในการกำจัดกากสารพิษอย่างถูกวิธี โดยกำหนดกิจกรรมเสริม เพื่อนำไปสู่การเสริมสร้างจิตสำนึก ทั้งนี้ พบว่า ผู้รณรงค์ได้เลือกใช้เนื้อหาสาระเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึก เพียง 62 ตอน จากเนื้อหาที่ใช้ในการรณรงค์โครงการทั้งหมด จำนวน 441 ตอน จึงมีแนวโน้มการเลือกใช้ในลักษณะการให้ข้อมูล เกี่ยวกับกิจกรรมการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการค่อนข้างมาก ทำให้เลือกใช้เนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับการสร้างจิตสำนึกต่อการใช้ และการกำจัดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ค่อนข้างน้อย

การรณรงค์โครงการนี้ ผู้รณรงค์พยายามสร้างแรงจูงใจในลักษณะการให้ส่วนลด



สินค้า เพื่อมุ่งหวังให้ผู้รับสารเกิดจิตสำนึกที่ดีต่อการใช้ และ นำผลิตภัณฑ์ประเภท ถ่านไฟฉาย และ หลอดไฟฟลูออเรสเซนต์ที่ใช้แล้ว ไปกำจัดอย่างถูกวิธี โดยการสร้างแรงจูงใจ เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะพิจารณาสารอย่างละเอียดรอบคอบ และ มีความต้องการที่อยากจะได้ข้อมูล รวมถึง มีโอกาสที่จะเกิดพฤติกรรมได้ตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรมรณรงค์ ดังนั้น จึงพบว่า ผู้รณรงค์ ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้ข้อมูลกิจกรรมของโครงการค่อนข้างมาก แต่การให้ข้อมูลโดยใช้ถ้อยคำง่ายๆ ไม่เป็นเชิงวิชาการเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีการเลือกใช้นโยบายในเชิงกระตุ้นให้คนคิด อาจไม่สามารถกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมาย เกิดความรู้สึกนึกคิดในการเตรียมจัดเก็บผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อการรับแลก ดังจะเห็นได้จากข้อมูลการรับแลกเมื่อสิ้นสุดโครงการ ซึ่งพบว่า มีจำนวนไม่ถึง 20 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวนสินค้าทั้งหมดของโครงการที่นำไปจำหน่าย

จากการสัมภาษณ์ นางสาวกัทนี ชัยฤทธิ์ ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์ บริษัท อิมเมจพูล จำกัด และเป็นผู้ที่ประสานงานและกำกับดูแลการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ การเลือกใช้นโยบายด้านการสร้างจิตสำนึก มีการใช้ค่อนข้างน้อย เนื่องจาก ในช่วงระยะแรกของการรณรงค์ พบปัญหาอุปสรรคในการกำหนดเนื้อหาสาระ และการใช้สื่อ โดยเมื่อเริ่มโครงการรณรงค์ บริษัทจะต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษารายละเอียดเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการค่อนข้างมาก เช่น หลักเศรษฐศาสตร์ในการจัดการมลพิษโรงงาน ซึ่งถือเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ สำหรับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นเรื่องที่บริษัทเอง ก็ไม่มีความคุ้นเคยด้วยเช่นกัน นอกจากนี้แล้ว ก็ยังต้องใช้ระยะเวลาในการเตรียมการส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมรณรงค์อีก เช่น ติดต่อประสานกับโรงงานต่างๆ ที่จะเข้าร่วมโครงการ การประชุมเพื่อเตรียมรายละเอียดเกี่ยวกับการรับแลกต่างๆ เช่น การกำหนดสถานที่การรับแลก การกำหนดราคาส่วนลดสำหรับรับแลกผลิตภัณฑ์ รวมถึง การเตรียมออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ และ สื่อเสริม ที่ใช้ในการรณรงค์ด้วย ทำให้ช่วงระยะเวลาแรกๆ ของการรณรงค์ มีการกำหนดเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับการสร้างจิตสำนึกได้ค่อนข้างน้อย.....ส่วนเนื้อหาสาระอื่นๆ ที่มีการเลือกใช้ในการรณรงค์มาก จะเน้นเรื่องหลักเศรษฐศาสตร์ในการจัดการมลพิษโรงงาน และ กิจกรรมการรับแลก โดยเลือกใช้นโยบายประเภทนี้มาก เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ” (สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2542)

#### โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

เนื้อหาสาระของกิจกรรมรณรงค์โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ แบ่งออกเป็น

1. การให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย

สิ่งแวดล้อม ให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่อง เทคโนโลยีที่สะอาด และ เรื่องมลพิษทางอากาศ รวมถึง กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น การเตรียมบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับหลักเศรษฐศาสตร์ในการจัดการมลพิษโรงงาน

#### ตัวอย่าง

แนวคิดของคลื่นเทคโนโลยี เป็นความพยายามป้องกันปัญหาโรงงานก่อนมลพิษจากเดิมที่จะใช้วิธีการควบคุมหลังจากที่ได้ปล่อยมลพิษออกมาแล้ว ซึ่งคลื่นเทคโนโลยีจะเป็นการปรับปรุง หรือ เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต เพื่อให้การใช้วัตถุดิบ พลังงาน และทรัพยากรธรรมชาติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้เปลี่ยนเป็นของเสียให้เหลือน้อยที่สุด หรือไม่มีเลย เป็นการลดมลพิษที่แหล่งกำเนิดในโรงงาน....

(ตอน กรมโรงงานอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสะอาด หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ระหว่างวันที่ 9 - 12 มีนาคม 2543)

ความปลอดภัยโรงงาน ให้ความรู้ในเชิงการป้องกัน การแก้ไข และ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยด้านการป้องกัน เน้นสร้างความเข้าใจในเรื่องโครงสร้างการป้องกันไฟสำหรับอาคารโรงงาน การป้องกันอุบัติเหตุในโรงงานอุตสาหกรรม และ การป้องกันอุบัติเหตุจากหม้อน้ำ รวมถึง ประกาศเกี่ยวกับมาตรการคุ้มครองความปลอดภัยในโรงงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงในโรงงาน อุตสาหกรรม เพื่อให้โรงงานได้จัดทำรายงาน และ มีการตรวจสอบประเมินทุกจุดที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุอย่างสม่ำเสมอ สำหรับ ด้านการแก้ไข เน้นการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการแก้ไขปัญหาการเกิดอุบัติเหตุจากสารเคมี ส่วน กฎหมายที่เกี่ยวข้องความปลอดภัย เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองความปลอดภัยทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศ

#### ตัวอย่าง (ด้านการป้องกัน)

หม้อไอน้ำจัดเป็นเครื่องจักรที่มีอันตราย และ มีความเสี่ยงสูง กล่าวคือ อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุหม้อไอน้ำระเบิดได้ หากผู้ใช้ไม่มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้การควบคุมดูแลอย่างถูกต้อง และ ปลอดภัย

การควบคุม กำกับ ดูแลความปลอดภัยเกี่ยวกับหม้อไอน้ำ เริ่มจากการควบคุมโรงงานที่สร้างหม้อไอน้ำ ให้มีการออกแบบ การคำนวณ การใช้วัสดุ การติดตั้งให้เป็นไปตามหลักวิศวกรรม..... กำหนดให้มีการตรวจสอบความปลอดภัยการใช้หม้อไอน้ำ ปีละครั้งเป็นอย่างน้อย โดยวิศวกรที่มีคุณวุฒิ และมีผู้ควบคุมประจำหม้อไอน้ำที่มีคุณวุฒิอยู่ดูแลประจำหม้อไอน้ำตลอดเวลา ในกรณีที่เป็นหม้อไอน้ำขนาดใหญ่ ตั้งแต่ 20 T/hr ขึ้นไป นอกจากนี้ผู้ควบคุมประจำหม้อไอน้ำแล้ว ยังต้องมีวิศวกรควบคุมและอำนวยการใช้หม้อไอน้ำอยู่ประจำโรงงานดังกล่าวด้วย เมื่อมีการชำรุดในส่วนโครงสร้างหม้อไอน้ำ การซ่อมหม้อไอน้ำ ต้องทำภายใต้การควบคุมของวิศวกรซ่อมหม้อไอน้ำโดยเคร่งครัด

(ตอน การป้องกันอุบัติเหตุจากหม้อไอน้ำ “Safety & Health Care” ฉบับเดือน มีนาคม 2543)

#### ตัวอย่าง (ด้านการแก้ไข)

สารเคมีที่นำมาใช้ หรือ ผสมขึ้นมาใช้ ถ้าสารเคมีใดที่เกิดปฏิกิริยาเคมีรุนแรงได้ง่าย อาจเติมสารบางชนิดไปหยุดยั้งปฏิกิริยาเคมีลงไป นอกจากนั้น เมื่อนำมาบรรจุในภาชนะที่มีมาตรฐาน ก็ย่อมก่อให้เกิดความปลอดภัยได้ แต่ประเทศไทยยังขาดมาตรการ หรือ ข้อกำหนดฉบับบังคับในเรื่องการจัดจำแนกหมวดหมู่ของสารเคมี ระบบหีบห่อที่มีมาตรฐาน ระบบฉลากคำเตือนที่ติดอยู่บนบรรจุภัณฑ์ ระบบเอกสารประกอบสารเคมีที่ต้องส่งจากผู้ผลิต ตลอดเส้นทางไปจนถึงมือผู้ใช้ ดังนั้น จึงต้องเร่งรีบในการจัดทำกฎเกณฑ์สากล เพื่อออกบังคับใช้

อุบัติเหตุ เป็นภัยที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด ดังนั้น มาตรการในการป้องกันนับว่าเป็นวิธีการที่ง่ายและดีที่สุด ทั้งนี้ การป้องกัน จะต้องประกอบไปด้วยหลักใหญ่ 3 ประการคือ 1. การให้การศึกษาทั้งภาครัฐ เอกชน ผู้ใช้สารเคมี บุคคลทั่วไป ให้เข้าใจถึงอันตรายของสารเคมีต่างๆ ที่ต้องสัมผัสอยู่ 2. ต้องกำหนดกฎเกณฑ์ และ มาตรการความปลอดภัยทางกฎหมายให้ผู้ผลิต ผู้เก็บ และ ผู้ใช้ปฏิบัติอย่างจริงจัง 3. มาตรการบังคับใช้กฎหมายต้องจริงจัง และ เข้มงวด หาก

ดำเนินการได้เช่นนี้แล้ว คาดว่า อุบัติภัยจากสารเคมีทุกชนิดในประเทศไทยจะลดน้อยลง

(ตอน การแก้ไขปัญหามลพิษจากสารเคมี 3 รายการ กรอ. 2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ ก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 1-31 ธันวาคม 2543)

#### ตัวอย่าง (กฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัย)

.... ประเทศไทย มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับสารเคมีอันตราย พอสรุปได้ดังนี้

- กฎหมายสิ่งแวดล้อมของกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดให้โรงงานที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ เช่น อุตสาหกรรมปิโตรเคมี โรงกลั่นน้ำมัน สารเคมี และการแยกหรือแปรสภาพก๊าซธรรมชาติ ต้องมีการประเมินอันตรายร้ายแรง ซึ่งรายงานภายใต้รายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

- ประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่องความปลอดภัยในการทำงานเกี่ยวกับสารเคมีอันตรายของกระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคม ซึ่งกำหนดให้นายจ้างที่มีการใช้ การเก็บสารเคมีตามรายชื่อ และ จำนวนที่กำหนด ต้องรายงานความปลอดภัย และประเมินการก่อดอันตรายของสารเคมีอันตรายในสถานประกอบการ.....

(ตอน กฎหมายคุ้มครองความปลอดภัยในเมืองไทย ออกอากาศในรายการ กรอ.2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ ก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม 2543 )

2. การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และ ความปลอดภัย เลือกใช้เนื้อหาสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่สะอาด เพื่อการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ส่วน ทางด้านความปลอดภัย เลือกใช้เนื้อหาสารเกี่ยวกับ จิตสำนึกทางด้านความปลอดภัยในการทำงาน

#### ตัวอย่าง

ความปลอดภัยในการทำงาน เป็นสิ่งที่มองข้ามไม่ได้ เช่นเดียวกับการทำงานกับเครื่องจักร หากขาดสติเพียงนิดเดียว ก็อาจนำมาซึ่งความสูญเสียอย่างใหญ่หลวง เช่น เสียชีวิต

ทรัพย์สิน หรือ อวัยวะส่วนหนึ่งส่วนใดจากร่างกาย

อุบัติเหตุเราสามารถป้องกันได้โดยต้องระมัดระวังและมีสติตลอดเวลา ในส่วนผู้ประกอบการ หากมุ่งเน้นความอยู่รอดของกิจการมากเกินไป จนลืมคำนึงถึงความปลอดภัย ก็จะทำให้เกิดผลเสียตามมา เช่น เพลิงไหม้ คนงานได้รับบาดเจ็บ ผลผลิตด้อยคุณภาพ หรือ ถึงขนาดที่จะต้องปิดกิจการ .....

(ตอน จิตสำนึกความปลอดภัยในการทำงาน ออกอากาศในรายการ กรอ.2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ ก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 1-15 พฤศจิกายน 2542)

จากผลการศึกษาเรื่องเนื้อหาสาระที่ใช้ในการรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถนำไปสู่การวิเคราะห์ เส้นทางการโน้มน้าวที่เด่นชัดของการรณรงค์ และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการใช้สื่อของโครงการได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้ผู้ประกอบการมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยในโรงงาน รวมถึง ประชาชนมีส่วนในการให้ความร่วมมือในเรื่องดังกล่าว แต่พบว่า ผู้รณรงค์ได้ให้ความสำคัญในการเลือกใช้นโยบายด้านสร้างจิตสำนึกเพียงจำนวนประมาณ 1 ใน 3 ของเนื้อหาสาระทั้งหมดที่ใช้ในการรณรงค์ กล่าวคือ มีการใช้เนื้อหาสาระประเภทดังกล่าว จำนวน 228 ตอน จากเนื้อหาสาระที่ใช้ในการรณรงค์ทั้งหมด จำนวน 602 ตอน ทั้งนี้ ยังพบว่า ผู้รณรงค์ เลือกใช้ประเด็นเนื้อหาสาระที่มีความเกี่ยวข้องกับนัยกับการรณรงค์อีกจำนวน 15 ตอน ของจำนวนเนื้อหาสาระทั้งหมดที่ใช้ในการรณรงค์

โครงการนี้ มีแนวโน้มในการเลือกใช้นโยบาย ในลักษณะของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดโครงการ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายในเรื่องสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย มากกว่าการเลือกใช้นโยบายเพื่อการสร้างจิตสำนึก ทั้งนี้ ยังพบว่า เนื้อหาสาระที่ใช้เป็นลักษณะของการให้ข้อมูล โดยเลือกใช้ศัพท์เทคนิควิชาการค่อนข้างมากในเนื้อหาที่รณรงค์สำหรับ เนื้อหาสาระในลักษณะการเร้าอารมณ์ หรือ กระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดการคิดพิจารณาเกี่ยวกับตัวสาร พบมีการเลือกใช้ค่อนข้างน้อย ดังนั้น การรณรงค์โครงการนี้ จึงมีแนวโน้มว่า ผู้รณรงค์ยังเลือกใช้เนื้อหาสาระที่ยังไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ รวมถึง มีความเกี่ยวข้องกับนัยกับกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ ซึ่งอาจส่งผลให้กลุ่มเป้าหมาย หรือ ผู้รับสารมีความต้องการที่จะได้



ข้อมูลน้อย รวมถึง มีแนวโน้มที่จะไม่คิดพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับตัวสาร แม้ว่าผู้รณรงค์จะ  
ได้ใช้เวลาที่เพียงพอในการสื่อสารแต่ละครั้งแล้วก็ตาม

จากการสัมภาษณ์ นางสาวภัทรภรณ์ ทวีชาติเมธิกุล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์  
บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด และเป็นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบประสานงานและกำกับดูแลการ  
รณรงค์โครงการนี้ กล่าวว่า “ การกำหนดเนื้อหาแต่ละตอนของโครงการนี้ จะต้องมีการพิจารณา  
ร่วมกันกับทางคณะกรรมการตรวจการจ้าง ซึ่งทางหน่วยงานที่รณรงค์เป็นผู้แต่งตั้ง ดังนั้น เนื้อหา  
สารต่างๆ ที่นำมาใช้ในการรณรงค์ จะเห็นได้ว่า กรมโรงงานฯ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดเนื้อหา  
ของการรณรงค์อยู่ด้วย โดยที่บริษัทยังมีความจำเป็นต้องเลือกใช้เนื้อหาสารที่ผ่านความเห็นชอบจาก  
ทางหน่วยงาน

หรือ คณะกรรมการตรวจการจ้างแล้ว เพื่อให้ไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการตรวจรับงาน และ การรับ  
เงินงวดค่าจ้างด้วย” (สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2543)

**สรุปเนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์** กรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ พบ  
ว่า การกำหนดเนื้อหาสาร แบ่งออกเป็น 1. การให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่อง  
ต่างๆ ที่รณรงค์ โดยเนื้อหาสารประเภทนี้ มีเนื้อหาย่อยที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์การ  
รณรงค์แต่ละโครงการ และ 2. การสร้างความตระหนัก หรือ จิตสำนึกในเรื่องที่รณรงค์ให้กับ  
กลุ่มเป้าหมาย โดยโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม เน้นสร้าง  
ความตระหนักในเรื่องการกำจัดกากของเสียอันตรายอย่างถูกวิธี สำหรับ โครงการโรงงานสีเขียว  
เน้นสร้างความตระหนักในลักษณะเนื้อหาที่ใกล้เคียงกัน คือ เน้นสร้างความตระหนักด้านการแยก  
และส่งของเสียอันตรายไปกำจัดอย่างถูกวิธี ส่วน โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ  
เป็นโครงการเดียวที่มีการเลือกใช้เนื้อหาสารด้านการสร้างจิตสำนึกในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม  
และความปลอดภัย ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับหัวข้อรณรงค์ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ”  
และวัตถุประสงค์ของการรณรงค์โครงการด้วยนั่นเอง

เส้นทางการโน้มน้าวที่เด่นชัดของการรณรงค์ พบมีเส้นทางที่เด่นชัดอยู่ 2 เส้นทาง  
สารนั้น มีแนวโน้มทำให้ผู้รับสารพิจารณาสารอย่างละเอียดรอบคอบ หรือ สารนั้น มีแนวโน้มทำ  
ให้ผู้รับสารไม่คิดพิจารณาสารอย่างละเอียดรอบคอบ

การกำหนดเนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์ของโครงการบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้



จากอุตสาหกรรม และ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ยังมีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารค่อนข้างน้อย ทำให้ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะต้องการข้อมูลน้อย การรู้คติน้อย และมีแนวโน้มที่ผู้รับสารจะไม่คิดพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบเกี่ยวกับตัวสาร ทำให้โอกาสการเกิดพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการ เกิดขึ้นได้น้อยด้วยเช่นกัน สำหรับ โครงการโรงงานสีเขียว แม้จะมีโอกาสการเกิดพฤติกรรมได้ มากกว่าอีก 2 โครงการ แต่เนื่องจาก เนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์โดยส่วนใหญ่ ยังไม่สามารถสร้างแรงจูงใจต่อผู้รับสาร ให้มีแนวโน้มที่จะพิจารณาสารอย่างละเอียดรอบคอบ จึงทำให้มีโอกาสการเกิดพฤติกรรมได้ค่อนข้างน้อยเช่นเดียวกัน

#### 4.3 รูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์

การกำหนดรูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการต่างๆของกรมโรงงานอุตสาหกรรมได้ดี ทั้งนี้พบว่า หากมีการกำหนดรูปแบบสารต่างๆ ในลักษณะการสร้างความเข้าใจ (Appeals) เช่น การใช้สารเร้าความกลัว (Arousal of Fear) การใช้สารที่มีความซับซ้อน (Complexity of Message) การใช้สารตอกย้ำซ้ำทวน (Repetition) รวมถึง การสื่อสารเป็นแบบจังหวะเดียว หรือ สองจังหวะ (One-Step-Flow or Two-Step-Flow Communication) จะมีแนวโน้มที่ทำให้ผู้รับสารก่อทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสารได้ (Salmon, C.T. , 1989)

การวิเคราะห์เรื่องรูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้ง 3 โครงการ สามารถแสดงผลได้ในรูปแบบของตารางแสดงจำนวนร้อยละ และ จำนวนการใช้รูปแบบสาร ประเภทต่างๆ ทั้งนี้ โดยอาศัยข้อมูลที่เป็นไปตามแผนการใช้สื่อที่ได้มีการพิจารณาร่วมกันระหว่างคณะกรรมการตรวจการจ้างของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และทีมงานของทางบริษัทผู้รับจ้าง โดยรวมถึงเรื่องจุดประสงค์ของการใช้รูปแบบสารในแต่ละตอนไว้ด้วย ดังนั้น จึงทำให้สามารถแสดงผลจำนวนนับได้อย่างชัดเจน และค่อนข้างมีความถูกต้อง รวมถึง มีความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยผลของการวัดความน่าเชื่อถือ ได้เป็นไปตามหลักคำนวณของ Holsti ด้วยแล้ว (รายละเอียดการคำนวณ ได้กล่าวถึงไว้ในบทที่ 3 หน้า 50)

สำหรับการแสดงผลในรูปแบบของตาราง จะแสดงผลรวม ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และ สื่อบุคคล โดยใช้หน่วยกลางในการวิเคราะห์ คือ จำนวนครั้งของการใช้รูปแบบสารผ่านสื่อต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถแสดงภาพ ของการเปรียบเทียบในแต่ละ

สื่อได้ชัดเจน นอกจากนี้ การวิเคราะห์เรื่องรูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ สำหรับการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการในครั้งนี้ จะไม่นำรูปแบบสารที่มีความเกี่ยวข้องน้อย หรือ ไม่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการ มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้กรอบของการวิเคราะห์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นด้วย

#### โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

รูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ของโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม มีรายละเอียดปรากฏ ตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละ การใช้รูปแบบสารผ่านสื่อประเภท สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล สำหรับการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

ประเด็นเนื้อหาสาร	รูปแบบสารเน้นย้ำ		รูปแบบสารเร้าความกลัว		รูปแบบสารที่มีความซับซ้อน	
	จำนวน (ครั้ง)	จำนวน ร้อยละ	จำนวน (ครั้ง)	จำนวน ร้อยละ	จำนวน (ครั้ง)	จำนวน ร้อยละ
1. การให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกากสารพิษ	189	32.93	23	4.00	0	0.00
2. การสร้างความไว้วางใจ และเชื่อมั่นในการกำจัดกากอุตสาหกรรมของกรมโรงงาน	109	18.99	0	0.00	0	0.00
3. การสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบในการกำจัดกากสารพิษ	94	16.38	30	5.83	0	0.00
4. การให้ประชาชนเห็นถึงประสิทธิภาพและความปลอดภัยของเทคโนโลยีที่ใช้ในการกำจัดกากสารพิษ	87	15.16	0	0.00	0	0.00

ประเด็นเนื้อหาสาร	รูปแบบสาร เน้นย้ำ		รูปแบบสาร เร้าความกลัว		รูปแบบสาร ที่มีความซับซ้อน		
	จำนวน (ครั้ง)	ร้อยละ	จำนวน (ครั้ง)	ร้อยละ	จำนวน (ครั้ง)	ร้อยละ	
5. การสร้างความตระหนักถึง ความจำเป็นในการสร้างศูนย์ บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้ จากอุตสาหกรรม	41	7.14	1	0.17	0	0.00	
	<b>100%</b>	<b>520</b>	<b>90.60</b>	<b>54</b>	<b>9.40</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>

การรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม พบว่า มีการเลือกใช้รูปแบบสาร เฉพาะรูปแบบสารเน้นย้ำ และ รูปแบบสารเร้าความกลัว ส่วน รูปแบบสารที่มีความซับซ้อน พบว่า ไม่มีการใช้รูปแบบสารประเภทนี้ ในการรณรงค์โครงการ

สำหรับ รูปแบบสารเน้นย้ำ พบการใช้รูปแบบสารประเภทนี้มากถึง ร้อยละ 90.60 ของรูปแบบสารทั้งหมดที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ โดยเน้นย้ำในเรื่องประเภทต่างๆของกากสารพิษ แหล่งกำเนิด ปริมาณ และ สถานการณ์เกี่ยวกับกากอุตสาหกรรมของประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการปูพื้นความรู้ นำไปสู่ความตระหนักในด้านการกำจัดกากสารพิษอย่างถูกวิธี และ นำไปสู่การสนับสนุนจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมด้วย ดังตัวอย่าง

..... ของเสียอันตรายมีแหล่งกำเนิดจาก 2 แหล่งใหญ่ๆ ครับ แหล่งแรกก็คือ ชุมชน ที่เราอาศัยอยู่นี่เอง ไม่ว่าจะเป็นบ้านเรือน สถานพยาบาล การพาณิชย์ หรือ ธุรกิจบริการต่างๆ เช่น ร้านถ่ายรูป ปั่นน้ำมัน ล้วนมีส่วนทำให้เกิดของเสียอันตรายทั้งนั้นครับ ส่วนอีกแหล่งหนึ่ง ก็คือ โรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งในกระบวนการผลิตของโรงงานต่างๆ นอกจากจะได้ผลิตภัณฑ์แล้ว ยังมีของเหลือทิ้งที่ปนเปื้อนวัตถุอันตรายต่างๆ ที่เราเรียกกันว่า ของเสียอันตราย เกิดขึ้นด้วย และ จากรายงานก็พบว่า ร้อยละ 73 ของปริมาณของเสียอันตรายที่เกิดขึ้นทั้งหมดทั่วประเทศ ก็มาจากโรงงานอุตสาหกรรมนี้แหละครับ

(ตอน ของเสียดันตรายมาจากไหน ออกอากาศในรายการ “สารน่ารู้” วันที่ 12 พฤษภาคม 2540)

นอกจากนี้แล้ว ผู้ทรงรังค์ยังได้นำรูปแบบสารเน้นย้ำไปใช้ เพื่อให้เกิดผลด้านความไว้วางใจ และ เชื่อมั่นในการดำเนินการเกี่ยวกับการกำจัดของเสียอุตสาหกรรมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมด้วย โดยเน้นย้ำในเรื่องการดำเนินงานส่วนต่างๆ ภายในศูนย์กำจัดกากของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ที่ได้เปิดให้บริการแล้ว ประกอบด้วย ศูนย์กำจัดกากแสมดำ และ ศูนย์ฝังกลบ จังหวัดราชบุรี เพื่อแสดงให้เห็นว่า ศูนย์ดังกล่าว มีมาตรการป้องกันภัย และ ระบบต่างๆที่มีความปลอดภัยสูง ดังตัวอย่าง

.... หลักการบำบัดของเสียดันตรายที่ถูกต้อนั้น จำเป็นต้องมีการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้ง และ ตะกอนที่ผ่านการทำให้เสถียรแล้ว ขณะเดียวกัน เราต้องวัดคุณภาพอากาศที่ระบายออกทางปล่องของเตา ตลอดจน จี๊เส้าต่างๆด้วย เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่า ของเสียที่ส่งมาบำบัดที่ศูนย์บริการบำบัดของเสียดันตรายนี้ ได้รับการทำลายฤทธิ์ และมีความปลอดภัยอย่างแท้จริง....

คุณผู้ฟัง คุณจะเห็นแล้วนะคะว่า ของเสียดันตรายทุกชนิดที่ถูกส่งมาทำลายฤทธิ์ยังศูนย์บริการนั้น ต้องทำการบำบัด และตรวจสอบให้มีความปลอดภัยมากที่สุด จึงจะปล่อยคืนกลับสู่ธรรมชาติได้ค่ะ

(ตอน การควบคุมมลพิษในศูนย์บริการบำบัดของเสียดันตราย ออกอากาศในรายการ สารน่ารู้ วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2540)

สำหรับ รูปแบบสารเน้นย้ำอีกประเภทหนึ่ง ที่ผู้ทรงรังค์เลือกใช้ พบว่า เป็นการเน้นย้ำ เพื่อแสดงให้เห็นถึงเทคโนโลยีต่างๆที่ใช้ในการกำจัดของเสียดันตราย ซึ่งมีความปลอดภัย และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งเป็น เทคโนโลยีที่มีใช้โดยทั่วไป และ เทคโนโลยีที่มีใช้ภายในศูนย์กำจัดกากของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง เทคโนโลยีทั่วไป

เทคโนโลยีที่สะอาด หรือ ที่หลายคนอาจเรียกว่า เทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม นั้น เรา

สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับอุตสาหกรรมทุกประเภท และในวันนี้เราจะไปรู้จักกับตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีสะอาดในโรงงานฟอกหนังกันค่ะ .....

อย่างไรก็ตาม หากเรานำเทคโนโลยีในการผลิตที่สะอาด เข้ามาใช้ในการสกัดสารโครเมียม ออกจากน้ำทิ้งของโรงงานฟอกหนัง จะทำให้เราสามารถนำสารโครเมียมกลับมาใช้ใหม่ได้ค่ะ โดยการเติมสารแมกนีเซียมออกไซด์ และปูนขาวลงในน้ำทิ้ง เพื่อให้โครเมียมตกตะกอน หลังจากนั้น จึงเติมกรดซัลฟิวริกลงในตะกอนโครเมียมที่ได้ จะทำให้สามารถสกัดสารโครเมียมออกมาอยู่ในรูปของสารละลายโครเมียมซัลเฟต ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ในการฟอกหนังได้โดยตรงค่ะ

การนำเทคโนโลยีในการผลิตที่สะอาดเข้ามาใช้ในโรงงานฟอกหนังนี้ นอกจากได้โครเมียมกลับมาใช้ใหม่แล้ว ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในกรรมวิธีการฟอกหนัง และ ช่วยลดค่าบำบัดน้ำเสีย และ กากตะกอนด้วยค่ะ

(ตอน การใช้เทคโนโลยีที่สะอาดในโรงงานฟอกหนัง ออกอากาศในรายการ “สารหน้ารู้” วันที่ 1 พฤษภาคม 2540)

ตัวอย่าง เทคโนโลยีที่ใช้ภายในศูนย์กำจัดกาก

...ตะกอนของเสียที่นำไปฝังนั้น จะหมดพิษ และไม่ละลายน้ำแล้ว ในหลุมฝังกลบยังมีการปูด้วยวัสดุกันซึมหลายชั้นด้วยกันค่ะ ที่บริเวณก้นหลุมฝัง จะมีการปูรองพื้นด้วยชั้นดินเหนียวที่บดอัดจนแน่น เพื่อป้องกันการซึมผ่านของน้ำ หลังจากนั้น จึงปูทับด้วยแผ่นยางสังเคราะห์ถึง 2 ชั้น โดยระหว่างชั้นยางสังเคราะห์ทั้ง 2 ชั้นนี้ จะมีชั้นทราย และท่อกระดุกงู เพื่อระบายน้ำอีกด้วยค่ะ เพียงเท่านี้ยังไม่พอนะคะ เมื่อฝังกลบของเสียอันตรายจนเต็มแล้ว เรายังต้องปิดหลุมฝังด้วยชั้น ดินเหนียวอีก และยังปูทับด้วยชั้นยางสังเคราะห์อีกชั้น เพื่อป้องกันการซึมของน้ำฝนเข้าสู่หลุมฝังค่ะ

ได้ฟังอย่างนี้แล้ว คุณผู้ฟังที่เคยกลัวว่า หลุมฝังกลบ จะมีอันตราย ก็คงจะสบายใจได้นะคะ เพราะหลุมฝังกลบที่เรียกกันว่า หลุมฝังกลบแบบนิรภัยนี้ ไม่ใช่เป็นที่ทิ้งสารเคมีที่อันตราย หากแต่เป็นที่เก็บกากของเสียที่หมดพิษภัยแล้ว ด้วยหลักวิชาการที่ให้ความมั่นใจได้ว่า มีความปลอดภัยสูงสุดค่ะ



(ตอน ทำไมหลุมฝังกลบของเสียอันตราย จึงมีความปลอดภัยสูง ออกอากาศ ใน  
รายการ “สารน่ารู้” วันที่ 18 มีนาคม 2540)

สำหรับ รูปแบบสารเร้าความกลัว พบว่า โครงการนี้ได้เลือกนำมาใช้ เพียงร้อยละ  
9.40 โดยนำรูปแบบสารประเภทนี้ ไปใช้ในเรื่องการสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบในการกำจัด  
กากสารพิษมากกว่าประเด็นเนื้อหาสารประเภทอื่นๆ โดยผู้รณรงค์ได้เลือกนำมาใช้ในลักษณะการ  
เร้าอารมณ์ เพื่อให้เกิดความกลัวถึงพิษภัย และอันตรายจากของเสียอุตสาหกรรม ที่ไม่ผ่านการบำบัด  
ทิ้งนี้ เพื่อส่งผลให้เกิดจิตสำนึก และ ความร่วมมือในการนำของเสียอันตรายไปกำจัดอย่างถูกต้อง โดย  
ใช้จำนวนผู้ป่วย หรือ ผู้ที่เสียชีวิตจากของเสียอันตราย อาการของผู้ป่วย พิษภัยจากของเสียอันตราย  
การเพิ่มจำนวนของสารอันตรายต่างๆ ที่มีใช้ในโรงงาน และ ปริมาณของเสียที่เพิ่มมากขึ้น เป็น  
ส่วนประกอบของการใช้รูปแบบสารประเภทนี้ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง จำนวนผู้ป่วย และ อาการของผู้ป่วยที่ได้รับสารพิษ

..... สาเหตุการสะสมของสารปรอทในสัตว์น้ำเหล่านี้ ก็เนื่องมาจากการปล่อยน้ำทิ้ง  
ของโรงงานพลาสติกที่มีสารปรอทหลงเหลือมาเป็นเวลาหลายปี เหตุการณ์ครั้งนั้น ทำให้มีผู้ได้รับ  
อันตรายถึงประมาณ 3,500 คน เลยทีเดียว ซึ่งผู้ป่วยจากโรคดังกล่าว มีอาการชามือและเท้า ตลอดจน  
แขนขาและริมฝีปาก ต่อจากนั้น ก็มีอาการอื่นๆ ตามมา คือ ม่านตาหรี่เล็ก อารมณ์หงุดหงิด พุดซำ  
และไม่เป็นภาษา ฟังไม่ได้ยิน การใช้มือและเท้า หรือ กล้ามเนื้อแขนขาไม่สัมพันธ์กัน ในรายที่มี  
อาการหนักมาก จะควบคุมตนเองไม่ได้ และ ทำให้เกิดเป็นอัมพาตในที่สุด ....

เหตุการณ์อันน่าสะเทือนใจแบบนี้ เราคงไม่ต้องการให้เกิดขึ้นในบ้านเรา จึงจำเป็น  
อย่างยิ่งที่จะต้องมีการกำจัดพิษปรอทที่เกิดขึ้นอย่างถูกวิธี เพื่อป้องกันไม่ให้สารปรอท ซึ่งเรานำมาใช้  
ประโยชน์ในอุตสาหกรรม ย้อนกลับมาทำร้ายตัวเราเองค่ะ

(ตอน จากปรอท.....สู่มินามาตะ ออกอากาศในรายการ “สารน่ารู้” วันที่ 29  
ตุลาคม 2539)

ตัวอย่าง พิษภัยของของเสียอันตราย



กรดซัลฟูริก นับเป็นกากของเสียอันตรายที่มีฤทธิ์กัดกร่อน และ ทำให้เกิดการระคายเคือง หากมีการปนเปื้อนในแหล่งน้ำ จะส่งผลให้ผู้สัมผัส มีอาการคัน และเป็นผื่น ปวดแสบปวดร้อน ผิวหนังเปื่อยหลุดลอก ส่งผลให้ร่างกายมีความต้านทานต่อเชื้อโรคต่ำ รับเชื้อโรคเข้าทางผิวหนังได้ง่ายขึ้น ค่ะ

อันตรายจากกรดซัลฟูริกนี้ ไม่ได้เกิดจากการลักลอบทิ้งซากแบตเตอรี่ที่นั่นนะคะ แต่ของเหลือจากการผลิตในโรงงาน แบตเตอรี่ ก็นับเป็นภัยเงียบที่จะทำอันตรายต่อสุขภาพของคนเราได้ หากกรดซัลฟูริก ซึ่งปนเปื้อนอยู่ในของเสียไม่ได้รับการกำจัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ ค่ะ

(ตอน กรดซัลฟูริกจากแบตเตอรี่ ออกอากาศในรายการ “สารน่ารู้” วันที่ 5 พฤศจิกายน 2539)

ตัวอย่าง การเพิ่มจำนวนของสารอันตราย และ ปริมาณของเสีย

..... การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม โดยขาดการควบคุมอย่างเข้มงวด ได้ก่อให้เกิดมลพิษในสิ่งแวดล้อม เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว

ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้สารอันตรายเพิ่มขึ้นจากเดิม 300 โรงงาน เป็น 600 โรงงาน และ ในจำนวนนี้ มีโรงงานที่ก่อมลพิษอย่างร้ายแรงรวมอยู่ด้วย หลายประเภท อาทิ โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร เคมีภัณฑ์ โลหะ สิ่งทอ และ วัสดุอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น จากรายงานต่างๆ พบว่า ปริมาณของเสียอันตรายจากโรงงานอุตสาหกรรม มีปริมาณกว่า 930,000 ตัน ในปี 2534 และ เพิ่มขึ้นเป็น 1.6 ล้านตันในปี 2539 และ คาดว่าในปี 2544 จะมีปริมาณสูงถึง 2.8 ล้านตัน ซึ่งของเสียอันตรายที่มีปริมาณสูงที่สุด ได้แก่ กากตะกอนของแข็งที่เป็นสารโลหะหนัก จากอุตสาหกรรมถลุงเหล็ก และ ฟอกย้อม รองลงมา คือ กากอุตสาหกรรม ประเภทน้ำมัน

ทราบใดที่ของเสียอันตรายเหล่านี้ ยังไม่มีการจัดการที่ดีพอ ปัญหาต่างๆ ก็คงต้องทวีความรุนแรงมากขึ้น ถึงเวลาแล้วหรือยังที่เราจะต้องร่วมมือกันใส่ใจดูแลในเรื่องนี้ เพื่อให้ลูกหลานของเราได้เจริญเติบโตขึ้นมาบนโลกใบนี้อย่างแข็งแรง และ ปลอดภัย

(ตอน ภัยมืดจากโรงงานอุตสาหกรรม ออกอากาศในรายการ“กรอ.รักษ์สิ่งแวดล้อม”  
วันที่ 16 ธันวาคม 2539)

จากผลการศึกษารูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ สำหรับโครงการจัดตั้งศูนย์  
บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า มีการเลือกใช้รูปแบบสารเน้นย้ำมากที่สุด ในการ  
รณรงค์โครงการ โดยเลือกใช้รูปแบบสารประเภทนี้ เพื่อเน้นย้ำในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโครงการ  
โดยเฉพาะเรื่องการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกากสารพิษ เพื่อเป็นการปูพื้นความรู้ และ นำไปสู่  
ความตระหนักในด้านการกำจัดกากสารพิษอย่างถูกวิธี ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การรณรงค์โครงการนี้  
ยังเลือกใช้รูปแบบสารโดยส่วนใหญ่ เพื่อสร้างความรู้ และ ความเข้าใจเป็นหลัก สำหรับ รูปแบบสาร  
ที่มีการเลือกใช้เป็นลำดับรองลงมา ได้แก่ รูปแบบสารเร้าความกลัว โดยผู้รณรงค์เลือกใช้รูปแบบสาร  
ประเภทนี้ ในสัดส่วนที่น้อยกว่ารูปแบบสารเน้นย้ำ เนื่องจาก ในช่วงที่รณรงค์ กลุ่มเป้าหมายเริ่มมี  
ความหวาดกลัวเกี่ยวกับของเสียอันตราย และเริ่มมีกระแสต่อต้านการจัดสร้างศูนย์บริหารจัดการวัสดุ  
เหลือใช้จากอุตสาหกรรม หรือ ศูนย์กำจัดกากด้วย แล้ว ดังนั้น ทางผู้รณรงค์ จึงเกรงว่า หากมีการ  
เลือกใช้รูปแบบสารเร้าความกลัวมาก จะยิ่งเป็นการเพิ่มความหวาดกลัวให้กับกลุ่มเป้าหมาย และ  
ก่อให้เกิดกระแสการคัดค้านที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น ด้วย

โครงการนี้ พบว่า ไม่มีการเลือกใช้รูปแบบสารที่มีความซับซ้อนในการรณรงค์  
เนื่องจาก เนื้อหาการรณรงค์ ค่อนข้างเป็นเรื่องเทคนิควิชาการ ประกอบกับ ในช่วงที่รณรงค์ พบว่า  
เรื่องของเสียอันตราย ยังเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น หากเลือกใช้รูปแบบ  
สารที่มีความซับซ้อน จะยิ่งเพิ่มความยากในการทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย ตามไปด้วย

จากการสัมภาษณ์ คุณบุญช่วย ทองเจริญพลพร กรรมการผู้จัดการบริษัท นอร์มาส  
แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด และ เป็นผู้วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ การที่ไม่ได้  
กำหนดการเลือกใช้รูปแบบสารที่มีความซับซ้อนในการรณรงค์ เนื่องจาก เนื้อหาของการรณรงค์  
โครงการ ค่อนข้างเป็นเรื่องใหม่ และ กลุ่มเป้าหมายยังไม่คุ้นเคย รวมถึง เป็นเรื่องเชิงวิชาการด้วย  
ดังนั้น การที่จะเลือกใช้รูปแบบสารที่มีความซับซ้อน จะยิ่งเพิ่มความยากในการสื่อสารกับ  
กลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น จึงไม่ได้มีการเลือกใช้รูปแบบสารประเภทนี้ สำหรับการรณรงค์โครงการ

และ ในช่วงที่รณรงค์ตอนนั้น ก็มีการคัดค้านที่ค่อนข้างรุนแรง และ ประชาชนยังค่อนข้างมีความหวาดกลัวในเรื่องของเสียอันตราย จึงเลือกใช้รูปแบบสารเร้าความกลัวค่อนข้างน้อย เนื่องจากเกรงว่าจะทำให้เกิดการนำมาเป็นประเด็นโจมตี หรือ เกิดกระแสคัดค้านได้อีก ” (สัมภาษณ์, 28 ตุลาคม 2542)

### โครงการโรงงานสีเขียว

รูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว มีรายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละ การใช้รูปแบบสารผ่านสื่อประเภท สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์

และ สื่อนิทรรศการ สำหรับ การรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว

ประเด็นเนื้อหาสาร	รูปแบบสารเน้นย้ำ		รูปแบบสารเร้าความกลัว		รูปแบบสารที่มีความซับซ้อน	
	จำนวน (ครั้ง)	จำนวน ร้อยละ	จำนวน (ครั้ง)	จำนวน ร้อยละ	จำนวน (ครั้ง)	จำนวน ร้อยละ
1. การสร้างความเข้าใจ รายละเอียดของโครงการรณรงค์	361	81.49	1	0.23	0	0.00
2. การสร้างความเข้าใจในหลักเศรษฐศาสตร์จัดการมลพิษโรงงาน	38	8.58	0	0.00	0	0.00
3. การสร้างจิตสำนึกด้านการผลิต และ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	31	7.00	6	1.35	0	0.00
4. การสร้างความเข้าใจถึง การกำจัดขยะอุตสาหกรรม ที่ถูกต้อง	6	1.35	0	0.00	0	0.00
	<b>436</b>	<b>98.42</b>	<b>7</b>	<b>1.58</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>

โครงการโรงงานสีเขียว มีการเลือกใช้รูปแบบสาร เฉพาะรูปแบบสารเน้นย่ำ และ รูปแบบสารเร้าความกลัว ส่วนรูปแบบสารที่มีความซับซ้อน พบว่า ไม่มีการใช้รูปแบบสารประเภทนี้ ในการรณรงค์โครงการ

สำหรับรูปแบบสารเน้นย่ำ พบการใช้รูปแบบสารประเภทนี้มากถึง ร้อยละ 98.42 ของรูปแบบสารทั้งหมดที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ โดยจะใช้รูปแบบสารประเภทนี้มาก เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของโครงการรณรงค์ โดยเน้นย่ำในเรื่องวัตถุประสงค์ของโครงการ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่รับแลกซื้อ สถานที่ และ ระยะเวลาการรับแลก ดังตัวอย่าง

โครงการโรงงานสีเขียว ..... มีวัตถุประสงค์ เพื่อรณรงค์ให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงการใช้อย่างปลอดภัย และ การกำจัดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้อย่างถูกวิธี และ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจาก ขยะอุตสาหกรรม เป็นกากของเสียที่มีอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน รวมทั้ง เป็นการสะสมพิษในสิ่งแวดล้อม และมากขึ้นเรื่อยๆ หากผู้บริโภคยังมีพฤติกรรมทิ้งขยะโดยไม่แยกประเภทในรูปแบบเดิม ..... อย่าลืมนำหลอดไฟฟลูออเรสเซนต์ และ ถ่านไฟฉายที่ใช้แล้ว มาแลกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ในราคาพิเศษ ตามร้านค้าสะดวกซื้อ AM PM ในปั้มน้ำมัน ปตท. 72 สาขาทั่วประเทศ โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 9 ตุลาคม เป็นต้นไป จนกระทั่งถึง 31 ธันวาคม ศกนี้

(ตอน รับแลกซื้อหลอดไฟ-ถ่านไฟฉายใช้แล้ว หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ วันที่ 12 ตุลาคม 2542)

นอกจากนี้ ผู้รณรงค์ยังเลือกใช้รูปแบบสารเน้นย่ำ เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านการผลิต และใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นย่ำในเรื่องการแยกทิ้งผลิตภัณฑ์ประเภท ถ่านไฟฉาย หรือ หลอดฟลูออเรสเซนต์ เพื่อนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี รวมถึง การแลกซื้อผลิตภัณฑ์ในโครงการ ดังตัวอย่าง

ถ่านไฟฉายเหล่านี้ เมื่อใช้จนหมดพลังแล้ว ก็ถือว่าเป็นขยะที่จะต้องแยกทิ้ง เพื่อนำไปกำจัดให้ถูกวิธี ซึ่งส่วนมากเราจะโยนทิ้งปนไปกับขยะอื่นๆ เมื่อถูกรวบรวมนำไปกำจัดตามวิธีที่ใช้กับขยะทั่วไปนั่นคือ การทิ้งไว้ให้ย่อยสลาย นานเข้าจะเกิดการสีกกร่อน เป็นสาเหตุให้โลหะหนัก และ สารเคมีต่างๆที่อยู่ภายในรั่วไหล ออกมาละลายปนเปื้อนในดิน และ แหล่งน้ำเกิดเป็น

มลพิษทางน้ำได้ หรือ หากผสมไปกับขยะที่ต้องใช้วิธีการเผา สารพิษนั้นๆ ก็จะแพร่กระจายเกิดเป็นมลภาวะทางอากาศอีกด้วย

เพราะฉะนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหามลพิษอันตรายจากถ่านไฟฉายที่เราพอจะทำได้ก็คือ เมื่อใช้ถ่านไฟฉายแล้ว ควรแยกทิ้งจากขยะทั่วไป เพื่อให้ได้รับการกำจัดอย่างถูกวิธีด้วยนั่นเองค่ะ เมื่อแยกถ่านไฟฉายในบ้านออกมาแล้ว ก็อย่าลืม นำไปเป็นส่วนลดในการแลกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ร้าน เอเอ็มพีเอ็ม ตามปั้มน้ำมัน ปตท.72 สาขาทั่วประเทศ จนถึงสิ้นเดือนธันวาคมปีนี้ สวัสดิ์ค่ะ

(ตอน โครงการโรงงานสีเขียว ตอน 3 ออกอากาศในรายการ กรอ.2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 1-15 พฤศจิกายน 2542)

สำหรับการใช้รูปแบบสารเร้าความกลัว พบการใช้รูปแบบสารประเภทนี้ เพียงร้อยละ 1.58 ของรูปแบบสารทั้งหมดที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ โดยเลือกใช้รูปแบบสารประเภทนี้มากในประเด็นการสร้างจิตสำนึกด้านการผลิต และใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยผู้รณรงค์ได้นำมาใช้ในลักษณะการเร้าความกลัวถึงอันตรายจากหลอดไฟ และถ่านไฟฉาย ซึ่งเป็นประเภทผลิตภัณฑ์ ที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ นอกจากนี้ ยังนำรูปแบบสารเร้าความกลัวไปใช้ในลักษณะที่ชี้ให้เห็นถึงอันตรายที่แอบแฝงอยู่ในอากาศสารพิษ และปัญหาจากขยะอุตสาหกรรมด้วย ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง อันตรายจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ

..... สำหรับผลกระทบของหลอดฟลูออเรสเซนต์ ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นั้น จากการสำรวจ พบว่า ร้อยละ 90 อยู่ระหว่างการใช้งานในรูปแบบการใช้ไฟฟ้า ส่วนผลกระทบอีกร้อยละ 10 เกิดขึ้นระหว่างการผลิต เช่น การระเหยของปรอท และ เมื่อหลอดไฟเสื่อมคุณภาพ หมดยุการใช้งาน หลอดไฟจะกลายเป็นขยะอันตรายปนเปื้อนกับขยะมูลฝอยจากบ้านเรือนทันที

ปรอทที่ฉาบเคลือบอยู่ในหลอดไฟ เป็นสารพิษที่มีอันตรายต่อสุขภาพ และห่วงโซ่อาหารในสิ่งแวดล้อม ถ้าอยู่ในรูปไอระเหยจะส่งผลกระทบต่อระบบประสาทมากที่สุด และ เมื่อมีการเผาขยะปรอทจะอยู่ในสถานะที่เป็นไอ และเป็นพิษรุนแรง สามารถเข้าสู่ร่างกายได้ทั้งทางปาก และจมูก...



(ตอน ระงับภัยจากหลอดไฟ หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ วันที่ 7 พฤศจิกายน 2542 )

ตัวอย่าง อันตรายที่แอบแฝงอยู่ในกาสสารพิษ และปัญหาจากขยะอุตสาหกรรม

ทุกวันนี้ เริ่มมีข่าวคราวเกี่ยวกับการลักลอบทิ้งขยะสารพิษกันบ่อยขึ้น และ เริ่มปรากฏพิษภัยกันบ้างแล้ว ..... กากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม จะมีทั้งที่อยู่ในสภาพของแข็งของเหลว และ ตะกอน เช่น ตะกอนปรอทจากโรงงานผลิตโซดาไฟ เศษหลอดแก้วปนเปื้อนปรอทจากการผลิตหลอดฟลูออเรสเซนต์ ตะกอนโลหะหนักจากโรงงานชุบโลหะ เปลือกหม้อแบตเตอรี่เก่า จากโรงงานถลุงตะกั่วจากหม้อแบตเตอรี่ใช้แล้ว ถ่านไฟฉายไม่ได้คุณภาพจากโรงงานผลิตภาชนะบรรจุยาฆ่าแมลง เป็นต้น

ทั้งนี้ จากการศึกษาของกรมโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า ปริมาณกากของเสียในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถึงปีละประมาณ 2,000,000 ตัน และในปี พ.ศ. 2539 ได้มีของเสียอันตรายเกิดขึ้นถึงปีละ 1.6 ล้านตัน โดยร้อยละ 55 จะมาจากอุตสาหกรรมหลอม หรือ ถลุงโลหะ ร้อยละ 17 จะเกิดจากขบวนการผลิตของโรงงาน นอกจากนั้น ก็จะมาจากด้านธุรกิจพาณิชย์ การเดินเรือ โรงพยาบาล ห้องวิเคราะห์ หรือ ปะปนในขยะชุมชน และกิจกรรมทางเกษตรกรรม ... ซึ่งในเอกสารวิชาการส่วนใหญ่ ระบุกันเสมอว่า 70-90 % ของโรคมะเร็ง มีสาเหตุเกิดจากสิ่งแวดล้อม ความเป็นพิษของกากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรมต่อสุขภาพอนามัยของมนุษย์เกิดขึ้น เนื่องจาก สารพิษที่เจือปนอยู่ในของเสียนั้น ก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บต่อร่างกายมนุษย์ เช่น สารปรอททำให้เกิดโรคมินามาตะ แคลเดียม ทำให้เกิดโรคอิต-อิต อาซินิก ทำให้เป็นมะเร็งผิวหนัง

(ตอน กากอุตสาหกรรมอันตรายที่ฝังตระหนักร หนังสือพิมพ์ บ้านเมือง วันที่ 14 เมษายน 2542 )

จากผลการศึกษาเรื่องรูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ สำหรับโครงการโรงงานสีเขียว สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่ามีการเลือกใช้รูปแบบสารเน้นย้ำมากที่สุดในการรณรงค์โครงการ โดยเน้นซ้ำทวนในเรื่องวัตถุประสงค์ของโครงการ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่รับแลก



ชื่อ สถานที่ และ ระยะเวลาการรับแลก รองลงมาได้แก่ รูปแบบสารเร้าความกลัว โดยนำมาใช้ในลักษณะการเร้าความกลัวให้เห็นถึงอันตรายจากหลอดไฟ และถ่านไฟฉาย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ในการรณรงค์โครงการ

สำหรับ รูปแบบสารที่ไม่มีการเลือกใช้ คือ รูปแบบสารที่มีความซับซ้อน เนื่องจากทางผู้รณรงค์มีความเห็นว่า การรณรงค์โครงการนี้ มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักในเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยต้องมีการจัดเก็บ และ แยกทิ้งให้ถูกวิธี ส่วนผู้ผลิตต้องมีจิตสำนึกในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากลำบากสำหรับการรณรงค์ ดังนั้น หากเลือกใช้รูปแบบสารที่มีความซับซ้อนในการรณรงค์ จะยิ่งยากต่อการทำความเข้าใจ และ ไม่สามารถนำไปสู่การสร้างจิตสำนึก ตามที่ได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ไว้ด้วย

จากการสัมภาษณ์ มล.อัจฉราพร ณ สงขลา ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท อิมเมจพูล จำกัด ซึ่งเป็นผู้วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ โครงการนี้ ไม่ได้กำหนดการเลือกรูปแบบสารที่มีความซับซ้อนในการรณรงค์ เนื่องจาก การรณรงค์โครงการ มุ่งสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นเรื่องยาก สำหรับการรณรงค์อยู่แล้ว การที่จะเลือกรูปแบบสารที่มีความซับซ้อน จะยิ่งยากต่อการทำความเข้าใจ และ กิจกรรมของโครงการยังเน้นเรื่องการรับแลกผลิตภัณฑ์ และเตือนให้มีการเก็บผลิตภัณฑ์สำหรับมารับแลก จึงเลือกรูปแบบสารเน้นย้ำเป็นส่วนใหญ่ เพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบถึงกิจกรรมดังกล่าว สำหรับ ประเด็นการสร้างจิตสำนึกก็ได้มีการเลือกรูปแบบสารทั้งรูปแบบสารเร้าความกลัว และ รูปแบบสารเน้นย้ำ ควบคู่กันไป ” (สัมภาษณ์,30 ตุลาคม 2542)

#### โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

รูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีรายละเอียดปรากฏ ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละ การใช้รูปแบบสารผ่านสื่อประเภท สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และ สื่อบุคคล สำหรับการณรงค์โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

ประเด็นเนื้อหาสาร	รูปแบบสาร เน้นย้ำ		รูปแบบสาร เร้าความกลัว		รูปแบบสาร ที่มีความซับซ้อน	
	จำนวน (ตอน)	จำนวน ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	จำนวน ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	จำนวน ร้อยละ
1. การสร้างจิตสำนึกด้าน สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย	218	39.85	0	0.00	0	0.00
2. การให้ความรู้และความเข้าใจ เรื่องความปลอดภัยโรงงาน	201	36.75	0	0.00	0	0.00
3. การสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจน ในภารกิจด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย	112	20.48	0	0.00	0	0.00
4. การสร้างกระแสความร่วมมือ ด้านสิ่งแวดล้อมและความ	16	2.92	0	0.00	0	0.00
	<b>547</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการเลือกใช้รูปแบบสาร เฉพาะ รูปแบบสารเน้นย้ำ ในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ส่วน รูปแบบสารเร้าความกลัว และ รูปแบบสารที่มีความซับซ้อน พบว่า ไม่มีการใช้รูปแบบทั้ง 2 ประเภท สำหรับ การณรงค์โครงการ

การใช้รูปแบบสารเน้นย้ำ พบการใช้ในลักษณะของการสร้างจิตสำนึก ด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย มากเป็นอันดับหนึ่ง โดยเน้นย้ำในเรื่องการป้องกันอุบัติเหตุ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน ส่วน ทางด้านสิ่งแวดล้อม เน้นย้ำเพื่อให้ความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่สะอาด ดังตัวอย่าง

### ตัวอย่าง ด้านความปลอดภัย

.... อุบัติเหตุเราสามารถป้องกันได้โดยต้องระมัดระวัง และมีสติตลอดเวลา ในส่วนผู้ประกอบการ หากมุ่งเน้นความอยู่รอดของกิจการมากเกินไป จนลืมนำถึงความปลอดภัย ก็จะทำให้เกิดผลเสียตามมา เช่น เพลิงไหม้ คนงานได้รับบาดเจ็บ ผลผลิตด้อยคุณภาพ หรือ ถึงขนาดที่จะต้องปิดกิจการ

อย่าลืมนะคะว่า การลงทุนด้านความปลอดภัย เป็นการลงทุนที่เห็นผลได้ยาก แต่ถ้าไม่ลงทุน เมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้นมา ความสูญเสียที่ได้รับจะมากมายกว่าหลายเท่า ถ้าการลงทุนนั้นสามารถป้องกันเหตุร้ายได้ คุณจะไม่ต้องยอมลงทุนชีวิตหรืออะ

(ตอน จิตสำนึกความปลอดภัยในโรงงาน ออกอากาศในรายการ กรอ. 2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ ก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 1-15 พฤศจิกายน 2542)

### ตัวอย่าง ด้านสิ่งแวดล้อม

.... เทคโนโลยีสะอาด คือ การพัฒนาเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของกระบวนการผลิต การบริการ และการบริโภค โดยก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ในขณะนั้น

หลักการคิดของเทคโนโลยีสะอาด คือ การลดมลพิษที่แหล่งกำเนิด เพื่อขจัดปัญหาการสูญเสีย และการเกิดมลพิษที่ต้นตอ หากยังมีของเสียที่เกิดขึ้น จะต้องพยายามนำของเสียเหล่านั้น กลับมาใช้ซ้ำ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อให้มีของเสียที่ต้องการบำบัด หรือ ฝังทิ้งเหลืออยู่น้อยที่สุด หรือ ไม่มีเลย

(ตอน เทคโนโลยีสะอาด ตอน 1 ออกอากาศในรายการ กรอ. 2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ ก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 16-30 พฤศจิกายน 2542)

นอกจากนี้ ยังเลือกใช้รูปแบบสารเน้นย้ำ ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจเรื่องความ

ปลอดภัยโรงงานด้วย โดยเน้นย้ำในเรื่องการจัดทำรายงานวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งรายงานดังกล่าว จัดเป็นเครื่องมือที่จะช่วยทำให้รายงานมีการตรวจสอบ และ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่เดียวกัน กรมโรงงานอุตสาหกรรม ก็สามารถตรวจสอบการดำเนินงานของโรงงาน จากรายงานดังกล่าวได้โดยสะดวก จึงเป็นการเน้นเสริมสร้างให้เกิดความปลอดภัย

ปลอดภัย หรือ เป็นการให้ความรู้ในเชิงป้องกัน มากกว่า การแก้ไข ทั้งนี้ ผู้ทรงร้งค์ยังได้เลือกใช้รูปแบบสารเน้นย้ำ เพื่อเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในโรงงานด้วย ดังตัวอย่าง

... รายงานวิเคราะห์ความเสี่ยงฯ เป็นเครื่องมือที่สำคัญ และมีคุณภาพประการหนึ่งของการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง ในเชิงของการป้องกันอุบัติเหตุอันตราย อันจะช่วยให้ความสูญเสียต่างๆของโรงงาน และสังคมโดยรวมลดลง ตลอดจนคุ้มครองประชาชนผู้อยู่อาศัยใกล้เคียงกับโรงงานนั้นด้วย นอกจากนี้ รายงานการวิเคราะห์ความเสี่ยง ฯ ยังเป็นการสร้างความตระหนักแก่ผู้ประกอบการโรงงานในด้านการป้องกันอุบัติเหตุ และสร้างเสริมความปลอดภัย ทำให้ผู้ประกอบการมีการพิจารณาทบทวนการดำเนินงานของโรงงานเองในการจัดการความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมด้วย

(ตอน การจัดทำรายงานวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงในโรงงานอุตสาหกรรม ตอน 2 ออกอากาศในรายการ กรอ. 2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ ก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม 2543)

สำหรับ การนำรูปแบบสารเน้นย้ำ มาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ในการกิจด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย พบว่า ได้เน้นย้ำในเรื่องรายงานการวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงในโรงงานอุตสาหกรรมเช่นกัน แต่มีความแตกต่างในการเลือกนำมาใช้ โดยในด้านของกรมโรงงานอุตสาหกรรม จะเลือกใช้รูปแบบสารเน้นย้ำ เพื่อให้เห็นถึงการดำเนินการกับโรงงาน โดยใช้รายงานการวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงฯ และ กฎหมายต่างๆ เพื่อให้เกิดความปลอดภัย ดังตัวอย่าง

การป้องกัน และควบคุมอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการประกอบการโรงงาน เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐ ต้องเข้ามามีบทบาทในการควบคุม กำกับ ดูแล เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อชีวิต ทรัพย์สิน และสิ่งแวดล้อม แนวทางหนึ่งที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมสามารถดำเนินการได้

โดยอาศัยอำนาจ ตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 คือ การกำหนดกฎระเบียบ เพื่อให้โรงงานอุตสาหกรรม ได้ถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงงานอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดอุบัติเหตุร้ายแรง เพื่อให้ผู้ประกอบการ จัดทำการประเมินความเสี่ยงอันตรายที่อาจเกิดขึ้น จากการประกอบกิจการของกิจกรรมทั้งหมดที่เกิดขึ้นในโรงงาน เพื่อชี้บ่งอันตรายที่อาจเกิดขึ้น จากเครื่องจักร อุปกรณ์ กระบวนการผลิต การขนถ่าย การเก็บ การใช้สารอันตราย ทั้งในภาวะการทำงานปกติ ผิดปกติ และฉุกเฉิน

(ตอน หลักการ เหตุผล และความจำเป็นที่ต้องมีมาตรการคุ้มครองความปลอดภัย ตอน 1 ออกอากาศในรายการ กรอ. 2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ ก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 1-31 มกราคม 2543)

ทั้งนี้ พบว่า มีการนำรูปแบบสารเน้นย้ำ มาใช้ในการสร้างกระแสความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม และ ความปลอดภัยด้วย โดยเน้นให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เห็นถึงความสำคัญในการเสริมสร้างความปลอดภัย เพื่อเป็นการป้องกัน และลดความสูญเสีย อันเนื่องมาจากการเกิดอุบัติเหตุ

**ความสูญเสีย อันเนื่องมาจากการเกิดอุบัติเหตุในโรงงานอุตสาหกรรม..... ส่งผลให้ผลผลิตลดลง** เนื่องจากกระบวนการผลิตขัดข้อง ต้องหยุดการผลิต รวมทั้ง เสียค่าสวัสดิการของพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บ และค่าจ้างแรงงานของผู้บาดเจ็บ ซึ่งโรงงานยังต้องจ่ายตามปกติ แม้ว่าผู้บาดเจ็บ จะทำงานไม่ได้เต็มที่ หรือ ต้องหยุดงาน .... นอกจากนั้น ผู้บาดเจ็บจนถึงขั้นพิการ หรือทุพพลภาพ จะกลายเป็นภาระของสังคม ซึ่งทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบ ความสูญเสียทางอ้อม จึงมีค่ามหาศาล เมื่อเทียบกับความสูญเสียทางตรง ดังนั้น จึงควรอย่างยิ่งที่ผู้บริหาร จะต้องให้ความสำคัญต่อการป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุขึ้น โดยการเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงานเข้าไป เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงาน และ กำหนดเป็นนโยบายของบริษัทที่ชัดเจนด้วยค่ะ

(ตอน การเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงาน ตอน 4 ออกอากาศในรายการ กรอ. 2000 เพื่อโรงงานยุคใหม่ ก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 1-31 ธันวาคม 2542)

**สรุปการวิเคราะห์ภาพรวมของรูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ** พบว่า มีการเลือกใช้รูปแบบสารในลักษณะการเน้นย้ำมากที่สุด เพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นเนื้อหาสารทางด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ โดยโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม เลือกใช้รูปแบบสารประเภทนี้ เพื่อสร้างความรู้ ความ



เข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกาศสารพิษ ส่วน โครงการโรงงานสีเขียว เน้นใช้รูปแบบสารเน้นย้ำการสร้างความเข้าใจในเรื่องรายละเอียดของโครงการรณรงค์ เช่น วัตถุประสงค์ของการรณรงค์ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่รับแลกซื้อ และ ระยะเวลาการรับแลก ในขณะที่ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ เลือกใช้รูปแบบสารประเภทนี้ กับ การสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัยโรงงาน

สำหรับ รูปแบบสารเร้าความกลัว พบมีการเลือกใช้เป็นอันดับสอง โดยมีจุดมุ่งหมายของการนำรูปแบบสารประเภทนี้ไปใช้ในลักษณะที่แตกต่างกัน ตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ โดยพบว่า โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม เลือกใช้รูปแบบสารเร้าความกลัว เพื่อสร้างจิตสำนึก และ ความรับผิดชอบในการกำจัดกาศสารพิษ ในขณะที่ โครงการโรงงานสีเขียว เลือกใช้รูปแบบสารประเภทนี้ เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านการผลิต และใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ พบว่า การรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ไม่มีการเลือกใช้รูปแบบสารเร้าความกลัวในการรณรงค์โครงการ

การรณรงค์ทั้ง 3 โครงการ ยังพบว่า ไม่มีการเลือกใช้รูปแบบสารที่มีความซับซ้อนในการรณรงค์ ซึ่งผู้รณรงค์โดยส่วนใหญ่ ให้เหตุผลตรงกันว่า การที่ไม่มีการเลือกใช้รูปแบบสารประเภทนี้ เนื่องจาก เนื้อหาที่รณรงค์ค่อนข้างที่จะเป็นวิชาการ และยากต่อการทำความเข้าใจอยู่แล้ว จึงไม่มีการเลือกใช้รูปแบบสารประเภทนี้ในการรณรงค์โครงการอีก

การศึกษาเรื่องรูปแบบสาร ช่วยให้เข้าใจถึงประเภทของการสื่อสาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถนำมาอภิปรายถึงประสิทธิภาพในการสื่อสารได้ โดยการสื่อสารซึ่งแบ่งเป็น การสื่อสารแบบจังหวัดเดียว และการสื่อสารแบบสองจังหวัดนั้น พบว่า การรณรงค์ทั้ง 3 โครงการ มีความคล้ายคลึงกันในการเลือกใช้การสื่อสารแบบจังหวัดเดียว หรือ เป็นการเลือกใช้สื่อมวลชนในการรณรงค์เป็นส่วนใหญ่ โดยให้ความสำคัญในการเลือกใช้การสื่อสารแบบสองจังหวัดค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ พบว่า โครงการโรงงานสีเขียว ไม่ได้เลือกใช้การสื่อสารแบบสองจังหวัดในการรณรงค์โครงการอีกด้วย ทั้งที่วัตถุประสงค์การรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้ง 3 โครงการ ต้องการที่จะเปลี่ยนความคิด ทศนคติ และ สร้างจิตสำนึกให้แก่กลุ่มเป้าหมาย สำหรับ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม นั้น พบเหตุผลการเลือกใช้การสื่อสารแบบสองจังหวัดในลักษณะผ่านผู้นำทางความคิด ค่อนข้างน้อย เนื่องจาก มีการปรับเปลี่ยนการใช้สื่อตามแผนที่วางไว้ และ เป็นผลจากการที่ไม่สามารถใช้สื่อบุคคลในพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายด้วย



จากการสัมภาษณ์ คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด และเป็นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบกำกับดูแลการรณรงค์โครงการนี้ กล่าวว่า “ การที่โครงการรณรงค์ เลือกใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสองจังหวะ โดยใช้การสื่อสารผ่านทาง ผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ค่อนข้างน้อย เนื่องจาก พบปัญหาอุปสรรคในการคัดเลือก ผู้นำทางความคิด เพื่อเป็นตัวกลางส่งผ่านความคิดของการรณรงค์ เพราะช่วงที่รณรงค์นั้น สถานการณ์การคัดค้าน ค่อนข้างรุนแรง จึงเป็นเรื่องค่อนข้างยาก และ ไม่มีผู้ใดสนใจที่จะมาเป็นส่วนหนึ่งของโครงการโดยตรง ” (สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2543)

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการเลือกใช้การสื่อสารแบบสองจังหวะ ค่อนข้างน้อยเช่นเดียวกัน โดยเป็นผลเนื่องมาจาก ข้อจำกัดในด้านระยะเวลาของการรณรงค์ ที่ค่อนข้างสั้น และ ไม่สามารถลงพื้นที่ เพื่อใช้สื่อถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงได้ ประกอบกับ ผู้รณรงค์มีจุดมุ่งหมายที่ต้องการจะปลูกฝัง และ ให้ความรู้ในแต่ละเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ก่อน ดังนั้น จึงมีการเลือกใช้การสื่อสารประเภทนี้ในการรณรงค์ ค่อนข้างน้อย

จากการสัมภาษณ์ คุณวิรุฒิ สังฆพรหม กรรมการบริหาร และผู้อำนวยการทั่วไป บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด และเป็นผู้วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ ผมเลือกใช้ สื่อสารมวลชน ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบจังหวะเดียว ก็เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย ซึ่งต้องการที่จะปลูกฝัง และ ให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละเรื่องแต่ละด้าน ที่เกี่ยวข้องกับโครงการก่อน โดยเมื่อผู้ประกอบการได้รับทราบภาพรวมในทุกจุดแล้ว จึงขยายผลในเรื่องการสร้างจิตสำนึกให้กับกลุ่มผู้ประกอบการต่อไป ” (สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน 2542)

สำหรับ โครงการโรงงานสีเขียว พบเป็นโครงการเดียวที่เลือกใช้การสื่อสารแบบจังหวะเดียวเพียงรูปแบบเดียว ส่วน การสื่อสารแบบสองจังหวะ ซึ่งเป็นการสื่อสารโดยผ่านผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) พบว่า ไม่มีการเลือกใช้สำหรับการรณรงค์โครงการนี้แต่อย่างใด โดยเป็นผลเนื่องมาจาก ข้อจำกัดในการเลือกลงพื้นที่ ประกอบกับ ระยะเวลาในการรณรงค์ค่อนข้างสั้น จึงไม่สามารถที่จะเลือกใช้การสื่อสารแบบสองจังหวะ ในการรณรงค์โครงการนี้ได้

จากการสัมภาษณ์ มล.อัจฉราพร ณ สงขลา ได้กล่าวว่า “ การเลือกใช้การสื่อสารแบบจังหวะเดียว เนื่องจาก กลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้ ประกอบด้วย ประชาชน หรือ ผู้บริโภค และ ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างใหญ่ ดังนั้น การที่จะให้สื่อเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมาก มีความจำเป็นต้องเลือกใช้สื่อมวลชน ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบจังหวะเดียว ส่วน การสื่อสารแบบสองจังหวะที่ไม่มีการเลือกใช้ เนื่องจาก โครงการนี้มีอายุสัญญาเป็นข้อกำหนดอยู่ และ ยังมีระยะ

เวลาในการรณรงค์โครงการค่อนข้างสั้น เพียง 9 เดือน ดังนั้น จึงเป็นข้อจำกัดในการเลือกผลงานที่ใช้สื่อบุคคล หรือ ผู้นำทางความคิดในแต่ละพื้นที่ ” (สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2542)

#### 4.4 การใช้สื่อสำหรับการรณรงค์

การใช้สื่อสำหรับการรณรงค์ เป็นวิธีการนำสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกำหนดไว้ในแผนการใช้สื่อสำหรับการรณรงค์ โดยองค์ประกอบต่างๆของการใช้สื่อ เพื่อให้บรรลุถึงผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ ประกอบด้วย ประเภทสื่อรณรงค์ที่เลือกใช้ ความถี่สื่อ ความครอบคลุม และ ความต่อเนื่องในการใช้สื่อ

##### 4.4.1 ประเภทของสื่อ

โดยปกติทั่วไป มีการแบ่งประเภทของสื่อไว้หลายประเภท และ หลายหลักเกณฑ์ (Criteria)

เกษม จันทรน้อย (2537) ได้กล่าวถึงประเภทของสื่อว่า สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อที่บังคับได้ หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารสามารถควบคุมการทำงานได้ กำหนดการวางแผนปฏิบัติ และประเมินผลได้เอง เช่น สื่อบุคคล อีกประเภท คือ สื่อที่บังคับไม่ได้ หมายถึง สื่อสารมวลชน ที่ต้องไปอาศัยความสัมพันธ์ให้สื่อมวลชน เป็นตัวกลางในการนำเสนอข่าวสารให้ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และ นิตยสาร เป็นต้น

การวิจัยนี้ จะใช้เกณฑ์ดังกล่าวในการวิเคราะห์การใช้สื่อของแผนรณรงค์ ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 แผน ดังนี้

##### โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม มีการกำหนดประเภทสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ ไว้ในแผนการใช้สื่อ ซึ่งการวางแผนสื่อที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพิจารณาถึงจุดเด่น จุดด้อยของสื่อแต่ละประเภท เพื่อการเลือกประเภทของสื่อ ให้เหมาะสมกับลักษณะเนื้อหา รูปแบบสาร และ กลุ่มเป้าหมาย โดยรายละเอียด และ เหตุผลประกอบการกำหนดประเภทสื่อ ตามแผนการใช้สื่อรณรงค์ มีดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงรายละเอียดของประเภทสื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์โครงการ  
จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

ประเภทสื่อ	รายการ / สถานี	หมายเหตุ
1. สื่อโทรทัศน์	1. ข่าว “HEADLINES” สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 2. ข่าวอุตสาหกรรม สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 3. เปิดโลกทัศน์ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. 4. เปิดโลกอุตสาหกรรม สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. 5. อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. และ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 11	รายการข่าว  สารคดีเชิงข่าว  สารคดีสั้น  สารคดีสั้น  สารคดีสั้น
2. สื่อวิทยุ	1. อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม สถานีวิทยุ FM 92.5 2. คู่กันก่อนเที่ยง สถานีวิทยุ AM 1494 3. สารน่ารู้ สถานีวิทยุ FM 92.5	รายการสนทนา  รายการสนทนา  สารคดีสั้น
3. สื่อหนังสือพิมพ์	1. ข่าว	
4. สื่อสิ่งพิมพ์	2. บทความ	
	1. แผ่นพับ	
	2. จุลสาร	
	3. โปสเตอร์	
5. สื่อเฉพาะกิจ	1. วิดีทัศน์	ใช้ควบคู่กับการ
	2. ซีดีรอม	ใช้สื่อนิทรรศการ
	3. พวงกุญแจ	
6. สื่อนิทรรศการ		จำนวนการจัด 5 ครั้ง
7. สื่อบุคคล ครั้ง		จำนวนการจัด 2

1. สื่อโทรทัศน์ เพื่อให้ข่าวสารในลักษณะข่าว ซึ่งจะให้ความน่าเชื่อถือ สมจริง กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ และ พร้อมเปิดรับสารได้ง่ายขึ้น โดยเลือกใช้รายการ “ข่าว อุตสาหกรรม” โดยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งมีรายการแพร่ภาพ ใกล้เคียงกับ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ทั้งนี้ ได้มีการผลิตและเผยแพร่เป็นรายการสารคดี เชิงข่าว ความยาว 2 นาที ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในรายการ “เปิด โลกทัศน์” ด้วย

2. สื่อวิทยุ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศ โดยผ่านทางสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ของกรมประชาสัมพันธ์ และ เลือกใช้ในลักษณะเป็นรายการ สนทนา ความยาว 50 นาที รายการสารคดีสั้น ความยาว 2 นาที และ รายการสารคดีพิเศษ เพื่อ เผยแพร่ออกอากาศหลังการเสนอข่าวประจำวัน เวลา 7 โมงเช้า โดยมีความยาวของรายการ ประมาณ 3-5 นาที

3. สื่อหนังสือพิมพ์ นำสื่อประเภทนี้ ไปใช้ในลักษณะสนับสนุนการเผยแพร่ผ่าน สื่อโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง และ เพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางยิ่งขึ้น รวมถึง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของข่าวสาร ด้วยการยืนยันผ่านตัวหนังสือที่เป็นหลักฐาน นอกจากนี้ ยัง เป็นการให้รายละเอียดปลีกย่อย โดยแสดงภาพประกอบได้ หรือ เป็นการอ่านซ้ำ เพื่อช่วยสร้าง ความทรงจำ โดยปรากฏการใช้ใน 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 ข่าว โดยเผยแพร่ในลักษณะการรายงานตามสถานการณ์ความ เคลื่อนไหว กิจกรรม หรือ การดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม และประเด็นสำคัญที่ต้องการสร้างขึ้น เพื่อก่อกระแสความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

3.2 บทความ โดยเผยแพร่ในลักษณะการสนับสนุนข้อมูลแก่คอลัมนิสต์ เน้นการใช้หนังสือพิมพ์ฉบับที่มีผู้อ่านมาก เช่น ไทยรัฐ ข่าวสด เดลินิวส์ มติชน เป็นต้น

4. สื่อสิ่งพิมพ์ โดยเลือกใช้สื่อประเภทนี้ เพื่อให้รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ และประกอบการจัดสัมมนา รวมถึง เพื่อเผยแพร่แก่สื่อมวลชน ซึ่งประกอบด้วย

4.1 แผ่นพับ จำนวน 5,000 ชุด

4.2 จุลสาร สำหรับการประชุมสัมมนา จำนวน 5,000 เล่ม

4.3 โปสเตอร์ ขนาดตัด 2 (17 x 23 นิ้ว) พิมพ์ 4 สี จำนวน 10,000 แผ่น

5. สื่อนิทรรศการ เพื่อจัดแสดงให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการ โดยดำเนินการใน 2 ลักษณะ ดังนี้

5.1 จัดแสดงนิทรรศการถาวร โดยจัดแสดงที่ห้องสมุดของโรงเรียน และมุมใดมุมหนึ่งของโรงพยาบาลในพื้นที่ที่จะมีการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

5.2 จัดแสดงนิทรรศการสัญจร “สัปดาห์อุตสาหกรรม และสิ่งแวดล้อม” โดยเลือกพื้นที่จัดแสดงในบริเวณแหล่งชุมชน เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล ที่ว่าการอำเภอ ศาลากลางจังหวัด หรือ วัด เป็นต้น สำหรับการจัดแสดง จะตระเวนไปยังสถานที่ต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการจัดตั้งศูนย์ฯ รวม 5 จังหวัด โดยใช้เวลาในพื้นที่แต่ละแห่ง รวม 7 วัน

6. สื่อบุคคล โดยการสร้างกิจกรรมพิเศษต่างๆ ดังนี้

6.1 กิจกรรมมวลชนสัมพันธ์ โดยเป็นการจัดเฉพาะใน 2 พื้นที่ คือ

- พื้นที่ตั้งโรงงานปรับเสถียร ที่ไม่มีการฝังกลบ ได้แก่ เขตพื้นที่บางขุนเทียน กทม. หรือ เขตสุขสวัสดิ์ จังหวัด สมุทรปราการ เป็นต้น
- พื้นที่ตั้งโรงงานปรับเสถียร และมีพื้นที่กลบฝัง เช่น กิ่งอำเภอวังม่วง จังหวัด สระบุรี หรือ จังหวัด ราชบุรี เป็นต้น

6.2 การศึกษาดูงานต่างประเทศ ซึ่งเป็นการนำตัวแทนผู้นำชุมชนและสื่อมวลชน เยี่ยมชมตัวอย่างของศูนย์กำจัดกากที่ได้เปิดดำเนินการ ณ ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งจะเป็นการช่วยเผยแพร่ และ ถ่ายทอดความรู้ที่ถูกต้องไปสู่กลุ่มประชาชน ทั้งโดยตรง และโดยอ้อม

6.3 จัดการประชุมสัมมนาเกี่ยวกับการระดมแนวคิด เพื่อป้องกัน และ แก้ไขปัญหาความขัดแย้ง ระหว่างรัฐกับชุมชน ในการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม โดยกำหนดจัด รวม 2 ครั้ง และมีช่วงระยะเวลาห่างกันประมาณ 3 เดือน สำหรับผู้เข้าร่วมสัมมนา ประกอบด้วย ตัวแทนจากสถาบันการศึกษา เช่น คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เจ้าหน้าที่จากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ และผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ตัวแทนจากสภาอุตสาหกรรม พระ ตัวแทนเกษตรกร สื่อมวลชนส่วนกลาง และส่วนท้องถิ่น ทั้งนี้ ผลการสัมมนา จะมีการเผยแพร่ผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง และ ประเด็นที่ยังเป็นข้อสงสัย สามารถนำมาสนทนาต่อได้ทางสื่อวิทยุ ซึ่งมีรายการของโครงการฯ จัดอยู่เป็นประจำทุกสัปดาห์ในช่วงที่รณรงค์โครงการ



7. สื่อเฉพาะกิจ โดยนำสื่อประเภทนี้ไปใช้ประกอบการจัดแสดงนิทรรศการ โดยมีจุดมุ่งหมายให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจ และ ได้รับความรู้เกี่ยวกับการรณรงค์ โดยสื่อเฉพาะกิจ ดังกล่าว ทางบริษัทผู้รับจ้างได้ผลิตขึ้นตามสัญญาว่าจ้างเพียงครั้งเดียว โดยนำไปใช้ประกอบการจัดแสดงนิทรรศการ และ มอบให้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ไว้ใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ ซึ่งประกอบด้วย

7.1 วิดีทัศน์	จำนวน 400 ม้วน
7.2 ภาพยนตร์ เรื่อง ขยะอันตราย	จำนวน 400 แผ่น
ในรูปแบบ CD-ROM	

สำหรับการรณรงค์โครงการนี้ เมื่อดำเนินการรณรงค์แล้ว พบว่า มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงรายละเอียดในสื่อบางประเภท ดังนี้

1. สื่อโทรทัศน์ โดยเพิ่มรายการข่าว “HEADLINES” ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และ รายการ “เปิดโลกอุตสาหกรรม” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. รวมถึงรายการอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. และ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 ของกรมประชาสัมพันธ์

2. สื่อนิทรรศการ ยกเลิกการจัดแสดงนิทรรศการถาวร ที่ห้องสมุดของโรงเรียนและโรงพยาบาลในพื้นที่ที่จะมีการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม เนื่องจากมีการคัดค้านในพื้นที่ที่ค่อนข้างรุนแรง ประกอบกับ ผู้วางแผนรณรงค์ต้องการให้สื่อประเภทนี้ มีโอกาสการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อที่มีความเคลื่อนไหว จึงไม่มีการติดตั้งเฉพาะจุด และได้ปรับเปลี่ยนการเลือกใช้สื่อประเภทนี้ ให้เป็นในรูปแบบของการจัดแสดงนิทรรศการแบบเคลื่อนที่ หรือ การจัดแสดงนิทรรศการแบบสัญจร

3. สื่อบุคคล เปลี่ยนแปลงโดยยกเลิก การจัดกิจกรรมมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นการสร้างสัมพันธ์ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของโครงการ กับประชาชนในพื้นที่ รวมถึง การศึกษาดูงานต่างประเทศ เพื่อนำสื่อมวลชน และตัวแทนผู้นำชุมชน เข้ามชมนตัวอย่างของศูนย์กำจัดกากในต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นการช่วยเผยแพร่ และ ถ่ายทอดความรู้ที่ถูกต้องไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดดังกล่าว ได้ส่งผลกระทบต่อวงเงินค่าใช้จ่าย ที่ลดน้อยลง



ตามไปด้วย ดังนั้น ทางบริษัทที่รับดำเนินการรณรงค์โครงการนี้ จึงได้เลือกนำเงินจำนวนดังกล่าวไปเพิ่มเติมการใช้สื่อประเภทโทรทัศน์ โดยการเพิ่มเติมรายการต่างๆ ดังรายละเอียดที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในข้อที่ 1 สำหรับ ด้านการจัดสัมมนา ได้มีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมการสัมมนา ซึ่งเดิมประกอบด้วยตัวแทนจากกลุ่มต่างๆที่หลากหลาย เพื่อให้เป็นตัวแทนในการสื่อสารถึงบุคคลหลายๆกลุ่มได้ ทั้งจากสถาบันการศึกษา ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ตัวแทนจากสภาอุตสาหกรรม กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ ผู้ว่าราชการจังหวัด พระ ตัวแทนเกษตรกร และ สื่อมวลชน โดยได้เปลี่ยนแปลงผู้เข้าร่วมการสัมมนา เป็นลักษณะที่เฉพาะเจาะจงกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และ ข้าราชการของกรมโรงงานอุตสาหกรรม สำหรับ การจัดสัมมนาให้กับข้าราชการกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 1 ครั้ง ได้เพิ่มการศึกษาดูงานด้านการฟังกลกภาคของบริษัทบริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำกัด (GENCO) จังหวัด ระยอง เพื่อให้เห็นตัวอย่างจริงของการกำจัดกากเข้าไว้ด้วย

จากผลการศึกษาเรื่องประเภทสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ โดยส่วนใหญ่ มีการกำหนดประเภทสื่อที่ใช้รณรงค์ โดยเน้น สื่อสารมวลชนเป็นหลัก เนื่องจาก ได้มีการเปลี่ยนแปลง โดยยกเลิกประเภทสื่อบุคคลหลายรายการ ดังนั้น จึงจะเห็นได้ว่า การรณรงค์ยังเป็นการสื่อสารในระดับมวลชน โดยเป็นผลจากการที่ประสบปัญหาเรื่องการจัดดำเนินการจัดตั้งโครงการฯจากประชาชนในพื้นที่อย่างรุนแรง ในช่วงที่เริ่มการรณรงค์ ทำให้ไม่สามารถที่จะเลือกประเภทสื่อ ระดับปัจเจกบุคคลได้ นอกจากนี้ การรณรงค์ยังดำเนินการได้ล่าช้า และ ไม่ทันต่อเหตุการณ์ โดยเป็นผลเนื่องมาจากข้อจำกัดในเรื่องการขออนุมัติเงินงบประมาณตามระเบียบราชการ โดยมีความจำเป็นต้องรอการอนุมัติเงินค่าใช้จ่ายสำหรับการรณรงค์ให้เรียบร้อยก่อน จึงจะเริ่มดำเนินการรณรงค์ได้ ทำให้เมื่อเริ่มการรณรงค์ มีกระแสการคัดค้านที่รุนแรงเกิดขึ้นแล้ว และ เป็นผลทำให้เกิดการต่อต้านการใช้สื่อต่างๆในพื้นที่ หรือ ประเภทการสื่อสารระหว่างบุคคลติดตามมาด้วย ดังนั้น ผู้รณรงค์จึงต้องหันกลับมาพิจารณาเลือกใช้ประเภทสื่อมวลชนเป็นหลัก ในการรณรงค์โครงการ

สำหรับ การใช้สื่อมวลชน ประเภทสื่อวิทยุมากที่สุดในการรณรงค์ พบว่า ทำให้สามารถเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการได้จำนวนมาก และ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ของการรณรงค์ ซึ่งอยู่ในพื้นที่ที่ตั้งโครงการ หรือ ต่างจังหวัด ส่วน สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อ

ที่มีราคาแพง และมีการออกอากาศเป็นเวลา จึงมีการเลือกใช้สื่อประเภทนี้ ในจำนวนครั้งที่น้อยกว่า สื่อวิทยุ สำหรับ สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นประเภทสื่อที่ผู้ณรงค์ให้ความสำคัญในการเลือกใช้เป็นลำดับรองลงมา เนื่องจาก มีราคาถูก และเป็นสื่อที่สามารถนำมาใช้ เพื่อให้เกิดความสม่ำเสมอในการนำเสนอประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ได้ดี

สำหรับ ประเภทสื่อนิทรรศการ ผู้ณรงค์ได้เลือกใช้สื่อเฉพาะกิจมาใช้ ควบคู่ไปกับสื่อประเภทนี้ด้วย ซึ่งประกอบด้วย สื่อภาพยนตร์ และวีดิทัศน์เรื่องขยะอันตราย โปสเตอร์ แผ่นพับ และจุลสาร ทั้งนี้ สื่อภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ พบข้อดีที่เป็นสื่อสามารถอธิบายได้ดี มีความน่าเชื่อถือ จึงกำหนดการเลือกใช้ โดยให้สื่อประเภทนี้ เป็นสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ไปยังกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ส่วนสื่อโปสเตอร์ แผ่นพับ และจุลสาร มีข้อดีที่สามารถดึงดูดความสนใจ และให้รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการได้ดี ผู้ณรงค์จึงเลือกนำมาใช้เป็นสื่อเสริม ควบคู่ไปกับการจัดแสดงนิทรรศการในแต่ละครั้งด้วย สำหรับ ตัวอย่างสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ ปรากฏตามแผนภาพที่ 4.1 และ แผนภาพที่ 4.2

จากการสัมภาษณ์ คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ ได้กล่าวว่า “ บริษัทได้กำหนดเลือกใช้สื่อต่างๆไว้ ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน โดยพิจารณาจากงบประมาณเป็นส่วนประกอบ (เงินงบประมาณ 15 ล้านบาท) และโดยที่โครงการนี้ ยังได้รับเงินงบประมาณในการรณรงค์ ไม่เพียงพอที่จะเลือกใช้สื่อ ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ในสื่อแต่ละประเภทได้ ดังนั้น ทางบริษัท จึงต้องเลือกใช้สื่อในลำดับรองลงมา โดยยังคงคำนึงถึงการเลือกใช้คุณสมบัติของสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากด้วย ” (สัมภาษณ์, 29 ตุลาคม 2542)


จากการกำหนดประเภทสื่อในการรณรงค์นั้น ยังทำให้ทราบถึงโอกาสในการใช้ช่องทางการสื่อสาร เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร เนื่องจาก บางช่องทางมีความไม่เหมาะสมในการใช้กับกลุ่ม ผู้รับสารบางกลุ่ม เช่น ในเขตที่มีคนอ่านหนังสือไม่ออกโดยส่วนใหญ่ ไม่ควรเลือกใช้ช่องทางอย่างเป็นทางการ (สื่อมวลชน) ประเภทสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังทำให้ทราบถึงแนวโน้ม รูปแบบปฏิสัมพันธ์ หรือ ปฏิริยาที่ตอบสนองจากช่องทางการสื่อสารด้วย

สำหรับ สื่อมวลชน ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และ สื่อนิทรรศการ นั้น จัดเป็นช่องทางการสื่อสาร แบบเป็นทางการ และเป็นช่องทางที่มีความเหมาะสมในการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดทั่วไปของโครงการ เนื่องจาก ช่องทางการสื่อสารประเภท

นี้นั้น เป็นช่องทางที่สามารถส่งผ่านสารอย่างเปิดเผยให้สาธารณชนได้รับรู้ และ เอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มผู้รับสารที่มีความหลากหลาย จำนวนมาก ไม่รู้จักมักคุ้นกัน และอยู่ในระยะที่ห่างไกลกัน แต่ไม่สามารถที่จะทำให้เกิดรูปแบบปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้ดังเช่นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล แบบไม่เป็นทางการ จึงมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่การเผยแพร่ให้ความรู้แก่กลุ่มคนจำนวนมาก มากกว่าที่จะมุ่งสร้างความตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม และ การสร้างจิตสำนึก และความรับผิดชอบร่วมกันในการกำจัดกากสารพิษ ตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ ทั้งนี้ พบว่า โครงการนี้ไม่มีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล แบบไม่เป็นทางการในการรณรงค์โครงการ โดยเป็นผลจากสถานการณ์คัดค้านที่ค่อนข้างรุนแรงในช่วงที่รณรงค์ ทำให้ไม่สามารถที่จะเลือกใช้การสื่อสารประเภทนี้ได้ สำหรับ ช่องทางการสื่อสารแบบกึ่งกลาง แม้พบว่าโครงการนี้ มีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารประเภทนี้ โดยนำไปใช้ในลักษณะการจัดสัมมนา แต่ยังคงพบว่า มีการนำไปใช้ ค่อนข้างน้อย

จากการสัมภาษณ์ คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชันส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบกำกับดูแลการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวโดยให้เหตุผลว่า “ขณะที่รณรงค์นั้น ไม่สามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ เนื่องจาก มีสถานการณ์คัดค้านที่ค่อนข้างรุนแรง และไม่สามารถลงพื้นที่ เพื่อใช้สื่อ รวมถึง ไม่สามารถสรรหาบุคคลที่จะสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ได้” (สัมภาษณ์, 29 ตุลาคม 2542)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ทุกคนที่คุณรัก  
กำลังถูกคุกคามจากภัยมืด

อย่าเพิ่ง  
**HAZARDOUS**  
ขยะอันตราย **WASTE**

ทุกคนที่คุณรักได้ถูกคุกคามจากภัยมืดไปแล้ว แต่ไม่มีใครจะสังเกตเห็นจากคุณ  
โรงเรียน และโรงเรียนอุตสาหกรรม ถูกปล่อยทิ้งไว้โดยไม่มีใครสนใจ จะเป็นส่วนหนึ่งของ  
ลูกหลานเราอย่างไร ทุกชีวิตกำลังเสี่ยงต่อจากภัยอันตราย

กรมโรงงานอุตสาหกรรม มีศูนย์ให้บริการกำจัดมูลพิษจากโรงงาน  
โดยไร้เศษในสิ่งแวดล้อมแล้ว จึงนำไปฝังกลบหรือเผาทำลายวิธี เราภาคภูมิใจที่มีส่วนช่วย  
ดูแลลูกหลานของเรา

ท่านเมืองไทยให้น้ำอยู่

กรมโรงงานอุตสาหกรรม  
75/6 ถนนพระรามที่ 6 ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

กำลังบูรณาการแผนผัง

แผนภาพที่ 4.1 แสดงตัวอย่างสื่อโปสเตอร์ การรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหาร  
จัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม



## ที่หน้ากลัวไม่ใช่ขยะที่อยู่ในหลุม แต่เป็นขยะที่ยังไม่ได้ฝังกลบ

ขยะอันตรายแตกต่างจากขยะทั่วไป ขยะอันตรายเหล่านี้มีต้นกำเนิดหลาย ซึ่งได้แก่ การผลิตสินค้าและบริการ ขยะเหลือทิ้งเหล่านี้มาจากชุมชน โรงเรียนและโรงงานอุตสาหกรรม หากไม่จัดการด้วยการฝังกลบอย่างถูกวิธีแล้ว ก็จะเป็นพิษปนเปื้อนในสิ่งแวดล้อมและเป็นอันตรายต่อชีวิตทุกชีวิตกำลังเสี่ยงภัยจากโรคร้าย

การฝังกลบขยะอันตรายเป็นสิ่งจำเป็น แต่ต้องดำเนินการอย่างถูกวิธี กรมโรงงานอุตสาหกรรมและกรุงเทพมหานคร ได้ร่วมมือกันเพื่อกำจัดขยะอันตรายเหล่านี้ให้หมดไป แม้ว่าภาระนี้จะยังหนักอยู่แต่ก็ดีกว่าปล่อยให้

อย่างนี้  
HAZARDOUS  
WASTE

ทำเมืองไทยให้น่าอยู่

กรมโรงงานอุตสาหกรรม  
ถนนพหลโยธินที่ 6 ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400  
โทร. 202-4014 โทรสาร. 202-4218

แผนภาพที่ 4.2 แสดงตัวอย่างสื่อโปสเตอร์ การรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหาร  
จัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

## โครงการ โรงงานสีเขียว

โครงการ โรงงานสีเขียว มีการกำหนดประเภทสื่อที่ใช้รณรงค์ โดยมีรายละเอียด และ เหตุผลประกอบการกำหนดประเภทสื่อ ตามแผนการใช้สื่อรณรงค์ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงรายละเอียดของประเภทสื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์ โครงการ โรงงานสีเขียว

ประเภทสื่อ	รายการ / สถานี	หมายเหตุ
1. สื่อวิทยุ	1. คู่ข่าวกับ 94 FM สถานีวิทยุ FM 94 2. ฐอรอบประกอบการ สถานีวิทยุ FM 101 3. สปอศวิทยุ สถานีวิทยุ FM 94 และ FM 101	รายการข่าว  สารคดีสั้น
2. สื่อหนังสือพิมพ์	1. ข่าว 2. บทความวิชาการ 3. สัมภาษณ์พิเศษผู้บริหาร	
3. สื่อสิ่งพิมพ์	1. จดสาร 2. โปสเตอร์ 3. แผ่นพับ	
4. สื่อเฉพาะกิจ	1. จดหมายขอความร่วมมือ 2. แบนเนอร์ 3. หน่วยเคลื่อนที่ 4. ชู่มแสดงโครงการ	จำนวน 131 ฉบับ
5. สื่อนิทรรศการ		จำนวนการจัด 3 ครั้ง



1. สื่อวิทยุ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศ และ สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด โดยเลือกใช้สื่อประเภทนี้ใน 2 ลักษณะ

1.1 การสัมภาษณ์ โดยออกอากาศผ่านทางรายการ “คุยข่าวกับ 94 FM”

1.2 สารคดี เผยแพร่ทางรายการ “รู้รอบประกอบการ” ทางสถานีวิทยุ FM 101

2. สื่อหนังสือพิมพ์ เพื่อเผยแพร่เนื้อหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ รวมถึงเป็นการเผยแพร่ความคืบหน้าของโครงการด้วย โดยดำเนินการใน 3 รูปแบบ ดังนี้ คือ

2.1 การเผยแพร่บทความทางวิชาการ และ หลักการทางเศรษฐศาสตร์ในการจัดการปัญหามลพิษโรงงาน (จำนวน 15 เรื่อง)

2.2 จัดสัมภาษณ์พิเศษผู้บริหารของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

2.3 ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อแจ้งความคืบหน้า และ ผลงานของกรมฯ (โครงการ) ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว และ แผนงานที่จะดำเนินการในอนาคตเป็นระยะ

3. สื่อสิ่งพิมพ์ โดยเลือกสื่อประเภทนี้ เพื่อเผยแพร่รายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับโครงการณรงค์ ประกอบด้วย

3.1 ลงเผยแพร่โครงการ ทางจุลสาร ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

3.2 จัดทำโปสเตอร์ ขนาด 20 x 30 นิ้ว โดยติดที่ร้าน am pm รวม 72 จุด จุดละ 5 แผ่น บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 180 แผ่น และกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 100 แผ่น รวมถึง แจกจ่ายตามหน่วยงานราชการ และ โรงเรียนต่างๆ รวมจำนวนทั้งสิ้น 1,000 แผ่น

3.3 จัดทำแผ่นพับ เพื่อเผยแพร่โครงการฯ รวม 2,000 ชุด

4. สื่อบุคคล โดยเลือกใช้สื่อประเภทนี้ ในลักษณะการนำสื่อมวลชนเยี่ยมชมโครงการ เพื่อให้สื่อมวลชนทุกแขนงเป็นสื่อกลาง ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลสำเร็จของโครงการไปสู่กลุ่มเป้าหมาย

สำหรับการรณรงค์โครงการนี้ เมื่อดำเนินการรณรงค์แล้ว พบว่า มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงรายละเอียด และ เพิ่มเติมสื่อบางประเภท ดังนี้

1. สื่อบุคคล เปลี่ยนแปลงโดยขยับเลิก การนำสื่อมวลชนเยี่ยมชมโครงการ โดยนำวงเงินงบประมาณที่จะต้องใช้ในการในกิจกรรมดังกล่าว ไปเพิ่มเติมการผลิตและเผยแพร่สปอตวิทยุ ในลักษณะแคมเปญสร้างกระแสนิยม และ แคมเปญสร้างความรู้ รวม 2 สถานี ซึ่งได้แก่ สถานีวิทยุ FM 101 และ ทางสถานีวิทยุ FM 94

2. สื่อนิทรรศการ เป็นการเพิ่มประเภทสื่อที่ใช้ในโครงการรณรงค์ โดยไม่เพิ่มค่าใช้จ่ายของโครงการ เนื่องจาก ทางกรมฯ ได้รับวงเงินจัดจ้างดำเนินการในเรื่องเกี่ยวกับการจัดนิทรรศการสัญจร ภายใต้ชื่อโครงการ “อุตสาหกรรมสัญจร ” โดยใช้วงเงินงบประมาณที่ได้รับ ในอีกส่วนหนึ่งมาดำเนินการ ดังนั้น จึงได้ขอให้ผู้รับจ้างที่ได้รับการคัดเลือก คือ บริษัทเมอร์คิวริส (1996) เป็นผู้ดำเนินการเรื่องการเผยแพร่โครงการ โรงงานสีเขียว สู่ประชาชนในเขตพื้นที่ภูมิภาคด้วย

3. สื่อเฉพาะกิจ เป็นการเพิ่มเติมประเภทสื่อ จากข้อเสนอของบริษัทผู้รับจ้างรณรงค์ และ บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ

*บริษัทที่รับจ้างรณรงค์*

3.1 จัดหมายขอความร่วมมือ (Direct Mail) เพื่อส่งตรงถึง โรงเรียน และหน่วยงานราชการต่างๆ จำนวน 131 ฉบับ

*บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ*

3.2 จัดทำ Banner ขนาด 3 ม. x 1 ม. สำหรับติดหน้าร้าน am pm ทั้ง 72 จุด และมอบให้บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ บริษัทละ 1 ผืน และติดหน้าบริเวณกระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 1 ผืน

3.3 หน่วยเคลื่อนที่ (Mobile Unit) เป็นหน่วยเคลื่อนที่ เพื่อขยายจุดการรับ แลกซื้อสินค้าในพื้นที่ 71 จังหวัด (ไม่รวมจังหวัดกรุงเทพฯ) โดยเป็นลักษณะของหน่วยรถบริการ ลูกค้า และ แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 6 สาย ดังนี้

สายเหนือตอนบน

จังหวัดแพร่ น่าน พะเยา เชียงราย เชียงใหม่ ลำปาง ลำพูน แม่ฮ่องสอน  
ปราจีนบุรี นครนายก นครราชสีมา

สายเหนือตอนล่าง

จังหวัดลพบุรี เพชรบูรณ์ พิษณุโลก พิจิตร ตาก สุโขทัย อุตรดิตถ์  
นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง สุพรรณบุรี กำแพงเพชร อuyuยา นครปฐม

สายใต้ตอนบน

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร ระนอง เพชรบุรี สมุทรสาคร พังงา  
ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี ราชบุรี กาญจนบุรี และ สมุทรสงคราม

สายใต้ตอนล่าง

จังหวัดนครศรีธรรมราช สตูล ตรัง สงขลา พัทลุง ปัตตานี ยะลา  
นราธิวาส ชลบุรี ฉะเชิงเทรา

สายอีสานตอนบน

จังหวัดอุดรธานี เลย มุกดาหาร นครพนม สกลนคร หนองบัวลำภู  
ร้อยเอ็ด มหาสารคาม กาฬสินธุ์

สายอีสานตอนล่าง

จังหวัดชัยภูมิ สระบุรี ขอนแก่น ยโสธร อำนาจเจริญ สุรินทร์ ศรีสะเกษ  
อุบลราชธานี บุรีรัมย์ ระยอง จันทบุรี ตราด สระแก้ว

จากผลการศึกษาเรื่องประเภทสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ โครงการ โรงงานสีเขียว  
สามารถสรุปการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ มีการวางแผนโดยเลือกประเภทสื่อในการรณรงค์ เฉพาะ  
สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และ สื่อหนังสือพิมพ์ ดังนั้น การกำหนดประเภทสื่อที่ใช้โดยส่วนใหญ่ จึงมี  
ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนเป็นหลัก และ ยังเป็นการสื่อสารในระดับมวลชนด้วย โดยเน้นใช้  
เพื่อให้รายละเอียดเกี่ยวกับการรณรงค์โครงการ และ กิจกรรมต่างๆ เช่น ระยะเวลา และ  
รายละเอียดเกี่ยวกับการรับแลกผลิตภัณฑ์ในโครงการ เป็นต้น

สำหรับ การยกเลิกประเภทสื่อบุคคลในการรณรงค์ เป็นผลเนื่องมาจากสื่อประเภทนี้ ได้วางแผนนำไปใช้ในลักษณะของการนำสื่อมวลชนเยี่ยมชมโครงการ เพื่อให้สื่อมวลชน เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเมื่อดำเนินการรณรงค์ พบปัญหาอุปสรรค ทั้งด้านระยะเวลาการรณรงค์ ที่มีระยะเวลาดำเนินการ และการเตรียมการในส่วนต่างๆทั้งหมดของโครงการที่ต้องดำเนินการไปพร้อมๆกัน ทั้งการกำหนดรายละเอียดของกิจกรรม และ การใช้สื่อ จึงทำให้ต้องมีการชะลอการใช้สื่อบุคคล โดยท้ายที่สุดต้องยกเลิกการใช้สื่อประเภทนี้ไปในที่สุด เนื่องจาก เป็นสื่อที่ค่อนข้างมีรายละเอียดในการนำมาใช้ มากกว่าสื่ออื่นๆ เนื่องจาก ต้องมีการประสานนัดวัน และ เวลาที่ตรงกันสำหรับสื่อมวลชน นอกจากนี้ ยังต้องมีการศึกษา และ เลือกโรงงานตัวอย่างของโครงการที่จะนำไปชม โดยต้องไม่เป็นโรงงานที่สื่อมวลชนรายใด ได้มีโอกาสไปเยี่ยมชมมาก่อนหน้านี้แล้วด้วย ดังนั้น สื่อประเภทนี้ จึงมีข้อกำหนดในรายละเอียดสำหรับการนำมาใช้ที่ค่อนข้างยุ่งยากพอสมควร เพราะฉะนั้น ในช่วงระยะหลัง ทางผู้รณรงค์จึงขออนุมัติยกเลิกการใช้สื่อบุคคล โดยนำวงเงินที่จะใช้กับสื่อประเภทนี้ ไปเพิ่มเติมจำนวนครั้งของการออกอากาศรณรงค์ ทางสื่อวิทยุแทน

การใช้สื่อมวลชนประเภท สื่อวิทยุมากที่สุดในการรณรงค์ พบว่า ทำให้มีการเลือกประเภทสื่ออื่นๆ เข้ามาใช้ร่วมในการรณรงค์ได้น้อย ดังเช่น สื่อนิทรรศการ เป็นต้น และแม้ว่า สื่อวิทยุจะมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ สำหรับเผยแพร่รายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับโครงการได้ดี แต่ก็พบข้อด้อยที่เสนอรายละเอียดได้น้อย และยังคงเลือกเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้รับสารด้วย ดังนั้น ผู้รณรงค์จึงมีความจำเป็นต้องเสริมการใช้สื่อประเภทอื่นๆ ร่วมด้วย โดยพบว่า ผู้รณรงค์ได้ให้ความสำคัญในการเลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นลำดับรองลงมา เนื่องจาก เป็นสื่อที่สามารถเสนอข่าว หรือ ประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ได้อย่างสม่ำเสมอ

สำหรับ สื่อสิ่งพิมพ์ และ สื่อเฉพาะกิจในรูปแบบต่างๆ ที่นำมาใช้เสริมในการรณรงค์ ประกอบด้วย โปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายขอความร่วมมือ (DIRECT MAIL) และ BANNER โดยโปสเตอร์ และแผ่นพับ ได้เลือกนำไปใช้ เพื่อดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย ส่วนจดหมายขอความร่วมมือ เนื่องจาก เป็นสื่อที่มีข้อดีในด้านที่เจาะจงเฉพาะกลุ่มได้ และมีราคาถูก ผู้รณรงค์ จึงนำสื่อประเภทนี้ไปใช้ในลักษณะการส่งตรงถึงโรงเรียน และ หน่วยงานต่างๆ ซึ่งมีอยู่จำนวนมาก เพื่อให้เกิดการสนับสนุน และ ร่วมรณรงค์ในการติดโปสเตอร์

ของโครงการด้วย สำหรับ ตัวอย่างของสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ ปรากฏตามแผนภาพที่ 4.3 และแผนภาพที่ 4.4

ประเภทของสื่อ ที่ไม่พบการเลือกนำมาใช้ในการรณรงค์โครงการนี้ พบว่า เป็นสื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคล โดยที่สื่อโทรทัศน์ จะเป็นสื่อที่ช่วยเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการได้ดี ส่วน สื่อ คำพูด หรือ สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีแนวโน้มที่จะสามารถก่อทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสารได้ เนื่องจาก เป็นสื่อที่ช่วยสร้างความประทับใจ และสามารถปรับเนื้อหาให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้เป็นอย่างดีด้วย แต่เนื่องจากโครงการนี้ พบข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ และ ระยะเวลาที่รณรงค์ จึงไม่มีการเลือกใช้สื่อทั้ง 2 ประเภทในการรณรงค์โครงการ

จากการสัมภาษณ์ มล.อัจฉราพร ณ สงขลา กรรมการผู้จัดการ บริษัท อิมเมจพูล จำกัด และเป็นผู้ที่วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ทางบริษัท ได้พิจารณาจากข้อกำหนดการใช้สื่อ ตามขอบเขตการจ้าง และเงินงบประมาณที่ได้รับ รวมถึง วัตถุประสงค์ของการรณรงค์เป็นสำคัญ สำหรับ การรณรงค์โครงการนี้ ทางบริษัทได้เลือกใช้สื่อวิทยุในรูปแบบการสนทนา เพื่อให้เหมาะสมกับงบประมาณที่ได้รับ และ เพื่อให้เป็นสื่อที่สามารถให้ข้อมูลแก่กลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า” (สัมภาษณ์, 30 ตุลาคม 2542)

จากการกำหนดประเภทสื่อในการรณรงค์ ยังสามารถทำให้ทราบถึงโอกาสการใช้ช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ด้วย โดยการเลือกใช้สื่อมวลชนในการรณรงค์โครงการ ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และ สื่อนิทรรศการนั้น เป็นการเลือกใช้ผ่านช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการ ซึ่งช่องทางการสื่อสารประเภทนี้สามารถส่งผ่านสารอย่างเปิดเผยให้สาธารณชนได้รับรู้ รวมถึง เข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากที่มีความหลากหลาย และ อยู่ในระยะห่างไกลกันได้ดี และโดยที่โครงการนี้เน้นกิจกรรมการรับแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ จึงมีความสอดคล้องในการเลือกใช้ช่องทางอย่างเป็นทางการ เพื่อให้เกิดความแพร่หลาย และให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

แต่การที่ผู้รณรงค์ ไม่ได้เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล ควบคู่ไปกับการรณรงค์โครงการนั้น พบว่า มีแนวโน้มที่จะไม่ก่อให้เกิดรูปแบบปฏิสัมพันธ์ ในลักษณะปฏิริยาตอบสนองแบบฉับพลันทันทีกับทางผู้รับสาร หรือ ที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้

ซึ่งนั้นย่อมหมายถึงการส่งผลกระทบต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ในด้านการสร้างจิตสำนึกต่อการผลิต และ การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามไปด้วย

จากการสัมภาษณ์ มล.อัจฉราพร ณ สงขลา กรรมการผู้จัดการ บริษัทอิมเมจพูล จำกัด ซึ่งเป็นผู้ที่วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวโดยให้เหตุผลว่า “ การดำเนินการส่วนใหญ่ของโครงการนี้ จะเป็นไปตามข้อกำหนดการว่าจ้าง และ เนื่องจาก การวางแผนรณรงค์ ไม่ได้มีการกำหนดการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ด้วย ดังนั้น ทางบริษัท จึงไม่ได้เลือกนำช่องทางการสื่อสารดังกล่าว มาใช้ในการรณรงค์โครงการ ” (สัมภาษณ์,20 กันยายน 2543)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





แผนภาพที่ 4.3 แสดงตัวอย่างสื่อโปสเตอร์ การณรงค์โครงการโรงงานซีเมนต์

- ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เนื่องจากได้รับสิ่งแวดล้อมที่ดีกลับคืน
- ประชาชนมีจิตสำนึกและความภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม
- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและยอมรับหลักการ "ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย"
- ภาครัฐและเอกชนมีความร่วมมือในการจัดการดูแลผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถขยายผลการทำงานให้กว้างขวางขึ้นได้

**สำ**หรับกิจกรรมขั้นต้นของโครงการมุ่งไปที่ **การตรวจพื้นที่** ที่เกิดการใช้และกำจัดผลิตภัณฑ์อย่างถูกวิธีโดยขอความร่วมมือไปยังผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตหลอดฟลูออโรเรสเซนต์และถ่านไฟฉาย เป็น 2 ผลิตภัณฑ์แรกของโครงการซึ่งขณะนี้บริษัทไฮลิสเสดส์ (ประเทศไทย) จำกัดเข้าร่วมโครงการในส่วนของการผลิตภัณฑ์ถ่านไฟฉาย แล้ว 1 ราย ส่วนผลิตภัณฑ์หลอดฟลูออโรเรสเซนต์ นั้นมี บริษัท ฟิลิปส์ อิเลคทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ไทยโตชิบา ไท้ตัง จำกัด บริษัท ออสแรม (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ลี กิจเจริญแสง จำกัด เข้าร่วมโครงการ ฯ ดำเนินการโดยให้ส่วนผลิตพิเศษแก่ผู้บริโภคที่นำผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้ว มาแลกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ ณ ศูนย์รับแลกคืนผลิตภัณฑ์ของโครงการ ฯ ร้านสะดวกซื้อ AM PM ตามปั้มน้ำมัน ปตท. 72 สาขาทั่วประเทศ สำหรับสินค้าที่รับแลกชื้อนั้น จะได้นำไปผ่านกระบวนการกำจัดอย่างถูกต้องโดย บริษัท บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำกัด (มหาชน) หรือเจนโก้ ซึ่งรับผิดชอบดำเนินการในระยะต้นของโครงการ ฯ ให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ใดๆ ทั้งสิ้น



DURACELL™ PHILIPS DAI-SHIDA OSRAM  
TOSHIBA HITACHI DAI-ICHI



ถนนพหลโยธิน 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400  
โทร. 202-4800, 202-3967

# โครงการ โรงงานสีเขียว

แผนภาพที่ 4.4 แสดงตัวอย่างสื่อแผ่นพับ

การณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว



กรมโรงงานอุตสาหกรรม  
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL WORKS





ปัจจุบันปัญหาในเรื่องของขยะ  
ป็นคำยุดอุตสาหกรรมที่ใช้แล้ว  
เช่น หลอดไฟฟลูออโรสเซสเซินท์  
และถ่านไฟฉายนั้นล้วนจะยัง  
ก่อให้เกิดปัญหาเพิ่มมากขึ้น  
เรื่อยๆ สินค้าเหล่านี้เมื่อผู้  
บริโภคใช้แล้วและไม่มีระบบ  
การจัดการที่เหมาะสมจะก่อ  
ให้เกิดขยะที่เป็นมลพิษ ดังนั้น  
เพื่อเป็นการลดปัญหาในเรื่อง

กล่าว กรมโรงงานอุตสาหกรรมจึงได้จัดทำโครงการ  
งานสีเขียว ขึ้นโดยอาศัยข้อเท็จจริงว่าปัญหาเป็นเรื่อง  
ๆ ทุกคนสิ่งแวดล้อมไม่ใช่ว่าใคร โรงงานอุตสาหกรรม  
ยเดี่ยวไม่สามารถดูแล รักษา สิ่งแวดล้อมได้ตามลำพัง  
จริงของสินค้าที่มีทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่ายทุกฝ่าย  
รับภาระร่วมกันในการจัดการผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อ  
สิ่งแวดล้อมภายใต้หลักการ "ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย"  
ยมุ่งหวังที่จะสร้างความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐและเอกชน  
ให้มีการดูแลจัดการผลิตภัณฑ์ที่มีมลพิษอย่างถูกต้อง  
เป็นระบบไม่เป็นปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม และสุขอนามัยของ  
ประชาชน ที่ยังเป็นการสร้างจิตสำนึกร่วมกันในการรักษา  
แวดล้อม และในขณะเดียวกันส่งผลให้ผู้ประกอบการ  
เข้าร่วมโครงการฯ ได้รับภาพพจน์ที่ดีกลับสู่สังคมและ

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการผลิตและใช้ผลิตภัณฑ์  
ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้กับผู้ประกอบการและ  
ประชาชน



- เพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องใน  
การกำจัดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นพิษอย่างถูกวิธี  
และเป็นระบบ
- เพื่อสร้างจิตสำนึก และเป็น การปลูกกระแส  
ให้ประชาชนเกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม
- เพื่อเป็นโครงการ ฯ นำร่อง ประสานความร่วมมือ  
ระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการนำหลักเศรษฐศาสตร์  
มาจัดการกับมลพิษในชีวิตประจำวัน

กลุ่มเป้าหมาย

- ประชาชนบริโภคโดยทั่วไป
- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม (ผู้ผลิตถ่านไฟ  
ฉายและหลอดฟลูออโรสเซสเซินท์)และบริษัท บริหาร  
และพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (เจนโก้)
- สื่อมวลชน

รูปแบบการดำเนินการ

- ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ฯ จัดตั้ง  
ศูนย์โครงการเฉลิมพระเกียรติ เพื่อให้ผู้บริโภค  
รับแลกรู้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วทดแทนผลิตภัณฑ์  
ใหม่ในราคาต่ำกว่าท้องตลาดประมาณ 20%
- ส่งผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้ว ไปกำจัดอย่างถูกวิธี  
โดยบริษัทบริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ประชาสัมพันธ์ รมรงค์โครงการ ฯ อย่าง  
แพร่หลายเพื่อปลูกจิตสำนึกทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย  
และผู้บริโภค

ระยะเวลาดำเนินการ

- เริ่มต้น เดือน ตุลาคม 2542
- สิ้นสุด เดือน ธันวาคม 2542

## โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการกำหนดประเภทสื่อที่ใช้ในการรณรงค์โดยมีรายละเอียด และ เหตุผลประกอบการกำหนดประเภทสื่อ ตามแผนการใช้สื่อรณรงค์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงรายละเอียดของประเภทสื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

ประเภทสื่อ	รายการ / สถานี	หมายเหตุ
1. สื่อวิทยุ	1. รายการสนทนาอุตสาหกรรม สถานีวิทยุ FM 102 2. รายการเครือข่าย...สายตรง วิทยุสถาบัน สถานีวิทยุ FM 101.5 3. รายการสนทนาโต๊ะกลม สถานีวิทยุ FM 101.5 4. รายการ กรอ.2000 เพื่อ โรงงานยุคใหม่ ก้าวไกลสู่สากล สถานีวิทยุ FM 102 , FM 98.5 FM 89.25 , FM 102.75 , FM 107.5 FM 107.75 , AM 585 , AM 999 , AM 1044 , AM 1215 , AM 1350 ,	สนทนา  สนทนา  สัมภาษณ์สด  สารคดีสั้น
2. สื่อโทรทัศน์	1. รายการ โฟกัสเศรษฐกิจ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 7	สัมภาษณ์สด
3. สื่อหนังสือพิมพ์	1. ข่าว 2. บทความ	
4. สื่อสิ่งพิมพ์	1. โปสเตอร์ 2. แผ่นพับ	
5. สื่อเฉพาะกิจ	1. สตีกเกอร์ 2. วิดีทัศน์	

ประเภทสื่อ	รายการ / สถานี	หมายเหตุ
6. สื่อนิทรรศการ 7. สื่อบุคคล	1. DINNER TALK 2. สัมมนา	จำนวนการจัด 6 ครั้ง จำนวนการจัด 1 ครั้ง จำนวนการจัด 5 ครั้ง (เป็นการใช้สื่อร่วมกับการจัดนิทรรศการ)

1. สื่อวิทยุ เพื่อให้มีโอกาสดำเนินกิจกรรมเป้าหมาย เนื่องจาก เป็นสื่อที่มีศักยภาพครอบคลุมพื้นที่ได้มาก รวมถึง เป็นสื่อที่มีราคาไม่แพง และ สอดคล้องกับวงเงินการจ้างที่ได้รับ (500,000.- บาท) โดยได้นำสื่อประเภทนี้ ไปใช้ใน 2 ลักษณะ

1.1 การสัมภาษณ์ หรือ สนทนาความรู้ ด้านการพัฒนอุตสาหกรรม และ สิ่งแวดล้อม ผ่านทางรายการอุตสาหกรรมกับสิ่งแวดล้อม ตอน โรงงานยุคใหม่ พลอดภัย ไร้มลพิษ จำนวนความยาว 30 นาที

1.2 รายการสารคดี ความยาว 2 นาที

2. สื่อโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมวันแถลงข่าวโครงการ โดยกำหนดแหล่งสาร ที่สื่อมวลชนสนใจ มาเป็นประธานการแถลงข่าว เช่น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม หรือ อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ยังใช้สื่อประเภทนี้ เพื่อเป็นการเผยแพร่กิจกรรมอื่นๆ ของโครงการ เช่น การนำผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเยี่ยมชมโรงงาน และการจัดงานมอบรางวัลสื่อมวลชนดีเด่นที่เสนอข่าวเกี่ยวกับโครงการอย่างต่อเนื่อง และ มีความถูกต้อง ชัดเจน โดยเผยแพร่ผ่านทางรายการ ช่อง 5 ไร่ดี และ มีระยะเวลาเผยแพร่ในช่วงที่รณรงค์ 2 เดือน / ครั้ง

3. สื่อหนังสือพิมพ์ เพื่อเผยแพร่เนื้อหาต่างๆของโครงการ โดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ข่าว และ บทความ โดยเผยแพร่ผ่านทางหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน

ข่าวสด และ หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ประชาชาติ กรุงเทพมหานคร สำหรับวารสาร ได้แก่ หนังสืออินคัสเตรียล

4. สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ และ ใช้ประกอบการจัดสัมมนา และ จัดแสดงนิทรรศการ รวมถึง เพื่อเผยแพร่แก่สื่อมวลชนด้วย โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

4.1 แผ่นพับของโครงการ ขนาด A4 พับ 3 จำนวน 2,000 แผ่น

4.2 โปสเตอร์เผยแพร่โครงการ ขนาด A 3 จำนวน 2,000 แผ่น

4.3 โปสเตอร์ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศจากการจัดประกวดในหัวข้อ

“โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ” เพื่อตีพิมพ์ และ เผยแพร่ จำนวน 5,000 แผ่น

5. สื่อเฉพาะกิจ เพื่อเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการ และประชาชน รวมถึง เพื่อหาแนวร่วมการรณรงค์โดยเลือกใช้สติ๊กเกอร์ ขนาด 15 x 6.5 เซนติเมตร จำนวน 2,000 แผ่น

6. สื่อนิทรรศการ เพื่อจัดแสดงให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการ โดยสื่อประเภทนี้ได้นำไปใช้ใน 2 ลักษณะ

6.1 จัดนิทรรศการ สัปดาห์ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ” รวม 5 วัน  
ที่กรมโรงงานอุตสาหกรรม

6.2 จัดนิทรรศการ เพื่อแสดงผลงานที่ได้จากการจัดประกวดโปสเตอร์

7. สื่อบุคคล เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิด อันจะนำไปสู่การสร้างทัศนคติ และ สร้างความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย โดยเลือกการจัดสัมมนา Dinner Talk และมีผู้เข้าร่วมการสัมมนาดังกล่าว ประกอบด้วย สื่อมวลชน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และ ผู้บริหารของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

สำหรับการรณรงค์โครงการนี้ เมื่อดำเนินการรณรงค์แล้ว พบว่า มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงรายละเอียด และ เพิ่มเติมสื่อบางประเภท ดังนี้

1. สื่อโทรทัศน์ เปลี่ยนแปลงโดยยกเลิกการใช้สื่อโทรทัศน์ตามแผน เนื่องจากไม่มีการจัดงานแถลงข่าว ตามแผนที่วางไว้ พร้อมนี้ ได้ปรับเปลี่ยนการใช้สื่อประเภทนี้ ในลักษณะการขอความอนุเคราะห์จากสื่อมวลชน ในการเผยแพร่



2. สื่อสิ่งพิมพ์ เปลี่ยนแปลง โดยยกเลิกการจัดทำโปสเตอร์เผยแพร่โครงการ และโปสเตอร์ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศจากการจัดประกวด เนื่องจาก ได้มีการยกเลิกการจัดประกวด ตามแผนที่กำหนดไว้เดิม

3. สื่อนิทรรศการ ยกเลิกการจัดแสดงนิทรรศการผลงานที่ได้จากการจัดประกวดโปสเตอร์ เนื่องจาก ไม่มีการจัดประกวด ซึ่งเป็นผลจากระยะเวลาการรณรงค์ที่ไม่เพียงพอ และเพิ่มเติมการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับรายละเอียดของโครงการ โดยใช้เงินงบประมาณในส่วนของการจัดนิทรรศการสัญจร ภายใต้ชื่อโครงการ “อุตสาหกรรมสัญจร” มาดำเนินการ เนื่องจาก ผู้รับจ้างเป็นรายเดียวกันกับที่รณรงค์โครงการนี้

จากผลการศึกษาเรื่องประเภทสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถสรุปการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ มีการกำหนดประเภทสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ โดยเน้นการเลือกใช้สื่อมวลชนเป็นหลัก แม้จะได้มีการปรับเปลี่ยน โดยยกเลิกรายละเอียดในบางประเภทสื่อ แต่สื่อที่เลือกใช้โดยส่วนใหญ่ ยังคงเป็นการสื่อสารในระดับมวลชน ทั้งนี้ เพื่อเผยแพร่รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ และ สร้างจิตสำนึกในเรื่องสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย สำหรับ การใช้สื่อบุคคล ผู้รณรงค์ได้เลือกจัด Dinner Talk โดยมีจุดประสงค์ที่จะเชิญสื่อมวลชน ผู้ประกอบการ และผู้บริหารของกรมโรงงานอุตสาหกรรมมาสัมมนา และให้ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น อันจะนำไปสู่ความเข้าใจที่ดี และเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อีกทางหนึ่ง

สำหรับ สื่อสิ่งพิมพ์ และ สื่อเฉพาะกิจในรูปแบบต่างๆ ซึ่งนำมาใช้เสริมในการรณรงค์ ประกอบด้วย โปสเตอร์ แผ่นพับ และ สติกเกอร์ ทั้งนี้ พบว่า โปสเตอร์ และ แผ่นพับ ผู้รณรงค์ ได้เลือกนำไปใช้ เพื่อกระตุ้นความสนใจ และ ให้รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ ส่วน สติกเกอร์ นำไปใช้เป็นสื่อเสริม เพื่อให้เกิดการจดจำได้ และ นำไปสู่การสร้างกระแสความร่วมมือให้กับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับ ตัวอย่างของสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ ปรากฏตามแผนภาพที่ 4.5 และ แผนภาพที่ 4.6

จากการสัมภาษณ์ คุณวีรุติ สังฆพรหม กรรมการบริหารและผู้อำนวยการทั่วไป บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด และ เป็นผู้ที่วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ การใช้

สื่อ มันจะไปถึงเรื่องงบประมาณด้วย งบประมาณที่ตั้งโครงการนี้ ประมาณ 5 แสนบาท โดยแยก  
 อย่างที่แจ้งไปแล้ว ผมจะไม่ค่อยเน้นที่วีมากนัก เพราะว่า งบประมาณแค่นี้ มันค่อนข้างเปลือง  
 พอสมควร ถ้าผมเปิดตัว แล้วเชิญสื่อมวลชนมา มันก็จะกระจายข่าวได้ แต่ไม่ได้เปิดตัว ก็เลย  
 กระจายข่าวไม่ได้ มันเป็น Dinner Talk ไป .... เดิม ผมพยายามเลือกสื่อโทรทัศน์ เพราะเป็น  
 ช่องทางหนึ่งที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย แล้ววิทยุ ก็จะสลับการออกข่าวไป เพราะเราเน้น  
 ผู้ประกอบการเสียส่วนใหญ่ ภาคกลางวันที่อยู่โรงงาน ภาคค่ำ ซึ่งบางคนอาจจะรถติดอยู่ ก่อน  
 กลับบ้านก็จะได้ยินข่าว และให้มีโทรศัพท์ เข้ามาในรายการด้วย โดยพยายามให้ผู้ประกอบการมี  
 ส่วนร่วมเข้ามาถามตอบในรายการมากขึ้นกว่าปกติ การโทรศัพท์เข้ามาในรายการ พยายามทำอยู่  
 เหมือนกัน แต่ต้องเปลี่ยนแนวความคิดไป เพราะบางช่วง มันมีงานที่ค่อนข้างจะเร่งด่วน เลยไม่ได้  
 จัดทำโดยตรง แต่สารคดี 2 นาที ออกทุกครั้ง (สัมภาษณ์,3 พฤศจิกายน 2542)

สำหรับการกำหนดประเภทสื่อในการรณรงค์นั้น ยังทำให้ทราบถึงโอกาสการใช้  
 ช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ด้วย โดยสื่อมวลชนที่เลือกใช้ใ  
 การรณรงค์โครงการ จัดเป็นช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการ ซึ่งมีความเหมาะสมในการสร้าง  
 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดทั่วไปของโครงการ เนื่องจาก เป็นช่องทางการสื่อสารที่  
 สามารถส่งผ่านสารถึงผู้รับสารจำนวนมากที่มีความหลากหลายได้ อย่างไรก็ตาม ช่องทางการ  
 สื่อสารประเภทนี้ พบว่า ไม่สามารถทำให้เกิดรูปแบบปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้ ดังเช่นการ  
 เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล แบบไม่เป็นทางการ ดังนั้น โครงการนี้จึงมีแนวโน้ม  
 ของการเลือกใช้สื่อผ่านช่องทางการสื่อสาร เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ และ หาแนวร่วมในการ  
 รณรงค์มากกว่าการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย ตามวัตถุประสงค์ของการ  
 รณรงค์

คุณวีรุติ สังฆพรหม ได้กล่าวว่า “วัตถุประสงค์ของผมนั้นจริงๆ คือ สร้างจิตสำนึก  
 ด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยให้โรงงาน หาแนวร่วมในการผลักดันให้เกิดกระแส ณ ตอนนี  
 ผมต้องการหาแนวร่วมสร้างภารกิจที่ชัดเจนด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมโรงงาน ให้กับกรมโรงงาน  
 อุตสาหกรรม เป็นการสร้างฐานแนวร่วมแค่นั้นเอง เพื่อที่จะสานงานต่อไปในปีถัดไป จึงได้  
 เลือกใช้ช่องทางสื่อมวลชนในการรณรงค์” (สัมภาษณ์,3 พฤศจิกายน 2542)

จากการสัมภาษณ์ นางสาวภัทราภรณ์ ทวีชาติเมธิกุล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์  
 บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด ได้กล่าวว่า “ถ้าจะให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ  
 มากกว่านี้ น่าจะมีการใช้สื่อประเภทลงพื้นที่ คือ เน้นช่องทางด้านสื่อบุคคล แล้วสื่อมวลชนก็ตาม

ไป สื่อสิ่งพิมพ์ เราต้องตามไป เสร็จแล้วก็เป็นสปอตวิทยุ โทรทัศน์ ตอกย้ำซ้ำเติม ถ้าเพื่อเราไป  
ใช้โทรทัศน์ วิทยุ ก่อน เราเสียแพง แต่ได้ผลน้อย” (สัมภาษณ์,3 พฤศจิกายน 2542)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



กรมโรงงานอุตสาหกรรม โทร. 202-4007, 202-4014 โทรสาร 202-4005

# โรงงานยุคใหม่!

ปลอดภัย... ไร้มลพิษ...



แผนภาพที่ 4.5 แสดงตัวอย่างสื่อสติ๊กเกอร์ การณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ



1. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม
2. สื่อมวลชน



### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการมีจิตสำนึกที่ดีในเรื่องสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในโรงงาน
2. สถานประกอบการมีการพัฒนาให้ได้มาตรฐานในระดับสากล
3. คนงานมีสุขภาพดีและปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ผู้ประกอบการเป็นแนวร่วมรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในโรงงาน

### กลุ่มเป้าหมายรอง

1. ประชาชนทั่วไป
2. หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน



### รูปแบบและการดำเนินงาน

1. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในรูปแบบการจัดเสวนา (Dinner Talk) หัวข้อ "โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ"
2. เชิญผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ
3. จัดพิมพ์เอกสารเผยแพร่แก่สมาชิกและผู้สนใจ
4. จัดพาสมาชิกโครงการเยี่ยมชมโรงงานดีเด่นที่ได้รับรางวัลทางด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย
5. จัดพิมพ์ Stickers แจกสมาชิกผู้เข้าร่วมโครงการ

# โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

แผนภาพที่ 4.6 แสดงตัวอย่างสื่อแผ่นพับ

การณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ



กรมโรงงานอุตสาหกรรม  
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL WORKS

ถนนพระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

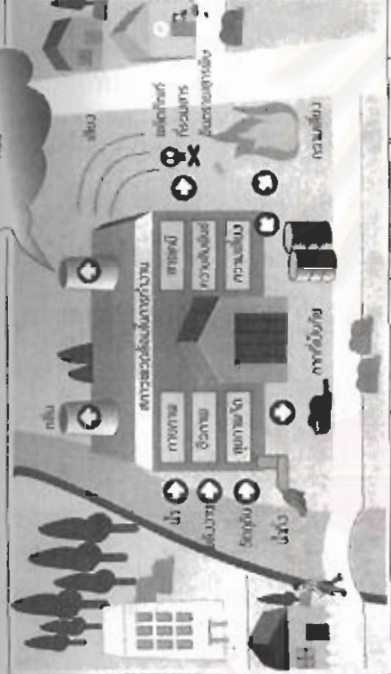
โทร. 202-4000, 202-3967

### หลักการและเหตุผล

กรมโรงงานอุตสาหกรรม ยุค 2000 ได้ผ่าน การ Reengineering แล้วและกำลังก้าวเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ISO 9002 มีวิสัยทัศน์ที่จะให้การสนับสนุนทั้งด้านวิชาการด้านให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนรณรงค์ เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในโรงงาน ทั้งนี้มุ่งสนับสนุนผู้ประกอบการกิจอุตสาหกรรมเพื่อให้สามารถพัฒนาได้อย่าง

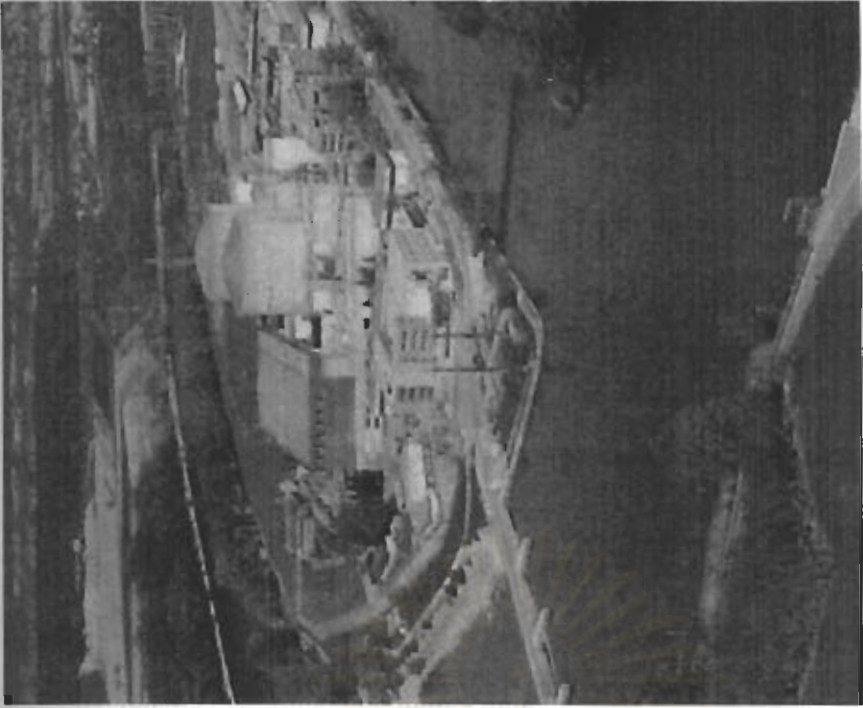
ยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับในระดับมาตรฐานสากลเพื่อเพิ่มการบริการ

ดังนั้น เพื่อให้บรรลุสัมฤทธิ์ผลดังกล่าว กรมโรงงานอุตสาหกรรม จึงจัดโครงการ **โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ** ขึ้น เพื่อหาแนวร่วมที่จะช่วยผลักดันให้เกิดกระแสการปฏิบัติเป็นรูปธรรมมากขึ้น โครงการนี้ นับเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกให้แก่ผู้



### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยในโรงงานและปลูกกระแสให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม
2. เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานความเข้าใจเกี่ยวกับ



3. เพื่อทบทวนร่วมในการผลักดันให้ผู้ประกอบการเกิดความสนใจและเกิดกระแสการปฏิบัติตามพันธกิจด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยในโรงงาน

4. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานในพันธกิจด้านการ



### สรุปวิเคราะห์ภาพรวมของประเภทสื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์ของกรมโรงงาน

อุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ พบว่า มีความคล้ายคลึงกันในการกำหนดประเภทสื่อมวลชน เป็นสื่อหลักในการรณรงค์โครงการ ทั้งนี้ การกำหนดสื่อประเภทต่างๆที่ใช้โดยส่วนใหญ่ ได้กำหนดไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน โดยพิจารณาจากเงินงบประมาณดำเนินการเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ด้วย โดยสื่อมวลชนที่เลือกใช้ในการรณรงค์โครงการ เป็นการใช้สื่อผ่านช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการ เพื่อเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากที่มีความหลากหลาย แต่ช่องทางการสื่อสารประเภทนี้นั้น ไม่สามารถที่จะทำให้เกิดรูปแบบปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกให้กับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ พบว่า การรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยส่วนใหญ่ มีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารแบบกึ่งกลาง ในลักษณะของการจัดสัมมนา และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ ยังไม่พบว่ามีการใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล แบบไม่เป็นทางการ ควบคู่ไปกับการรณรงค์ในทุกๆ โครงการอีกด้วย

สื่อที่มีการยกเลิก หรือ เปลี่ยนแปลงการใช้สื่อจากแผนเดิมที่กำหนดไว้ พบว่า โดยส่วนใหญ่ เป็นประเภทสื่อบุคคล ซึ่งมีเหตุผลและความจำเป็นที่แตกต่างกัน โดยโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ไม่สามารถเลือกใช้สื่อบุคคลได้ เนื่องจาก พบปัญหาอุปสรรคในการใช้สื่อในพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นผลเนื่องมาจากกระแสการคัดค้านโครงการที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงในขณะที่รณรงค์โครงการ ส่วนโครงการโรงงานสีเขียว พบอุปสรรคในด้านระยะเวลาการรณรงค์ที่มีระยะสั้น และ ยังต้องเตรียมการในส่วนต่างๆของการรณรงค์ไปพร้อมๆกันด้วย ดังนั้น จึงมีการปรับเปลี่ยน โดยยกเลิกการใช้สื่อบุคคลในการรณรงค์โครงการ

สำหรับ การรณรงค์ มักจะประกอบด้วย เนื้อหาข่าวสารหลายๆแบบ ผ่านหลายๆสื่อ แต่การรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ ยังพบว่า มีการเลือกใช้เฉพาะสื่อมวลชนเป็นหลักในการรณรงค์โครงการ ดังนั้น จึงยังเป็นการสื่อสารในระดับมวลชน ซึ่งพบว่าค่อนข้างไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยส่วนใหญ่ของโครงการ ที่ต้องการสร้างจิตสำนึกในระดับปัจเจกบุคคล สำหรับ การเลือกใช้สื่อบุคคล ตามที่ปรากฏในโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม และ โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ พบว่า เป็นการสื่อสารในระดับกลุ่มบุคคล (Group) โดยยังไม่เป็นลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคล แบบไม่เป็นทางการ

#### 4.4.2 ความถี่ของการใช้สื่อ

ความถี่ของการใช้สื่อ หมายถึง จำนวนครั้งภายในระยะเวลาที่กำหนดที่ประชาชนได้รับฟังข่าวสารนั้น โดยทั่วไปจะกำหนดระยะเวลาไว้อย่างน้อยในช่วงระยะ 4 สัปดาห์ สำหรับหลักเกณฑ์ของ Krugman (อ้างใน Surmanek,1993) ได้กำหนดเกณฑ์ความถี่ในการใช้สื่อไว้อย่างน้อย 3 ครั้ง ในช่วงระยะเวลา 4 สัปดาห์ จึงจะเป็นความถี่ที่มีประสิทธิภาพ

#### โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

การณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม มีการเลือกใช้ความถี่สื่อมาก ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และ สื่อหนังสือพิมพ์ เพื่อให้สอดคล้องกับโอกาสการใช้สื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในส่วนกลาง และ ส่วนภูมิภาค ส่วน การเลือกใช้ความถี่สื่อ นิตยสาร และ สื่อบุคคล เน้นใช้ความถี่ในพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย เฉพาะที่อยู่ในส่วนภูมิภาค หรือต่างจังหวัด ทั้งนี้ การเลือกใช้ความถี่ในสื่อแต่ละประเภทโดยส่วนใหญ่ จะเป็นไปตามข้อเสนอ การจ้างงาน (Proposal) และ แผนการใช้สื่อที่บริษัทผู้รับจ้างได้วางไว้ด้วยแล้ว รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงความถี่การใช้สื่อ สำหรับการณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

ประเภทสื่อ	ความถี่ที่ใช้ในการณรงค์ (ระหว่างเดือน ตุลาคม 2539 – กันยายน 2540)												จำนวนรวมรายสื่อ (ครั้ง)
	ต.ค. 2539	พ.ย. 2539	ธ.ค. 2539	ม.ค. 2540	ก.พ. 2540	มี.ค. 2540	เม.ย. 2540	พ.ค. 2540	มิ.ย. 2540	ก.ค. 2540	ส.ค. 2540	ก.ย. 2540	
สื่อวิทยุ	22	27	29	36	36	41	49	46	39	56	0	0	381
สื่อโทรทัศน์	9	18	17	16	18	38	39	36	32	43	21	3	290
สื่อหนังสือพิมพ์	3	5	3	8	5	0	14	5	4	8	0	0	55
สื่อนิตยสาร	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	5
สื่อบุคคล	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
<b>จำนวนรวมทุกประเภทสื่อ (ครั้ง)</b>	<b>34</b>	<b>50</b>	<b>49</b>	<b>60</b>	<b>59</b>	<b>80</b>	<b>104</b>	<b>88</b>	<b>78</b>	<b>107</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>733</b>

โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม มีการใช้ความถี่สื่อในการรณรงค์ สำหรับสื่อประเภท สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล ในช่วงการรณรงค์ ระหว่างเดือน ตุลาคม 2539 ถึงเดือน กันยายน 2540 โดยเน้นใช้ความถี่สื่อในสื่อประเภทวิทยุมากที่สุด ถึง 381 ครั้ง รองลงมาเป็น สื่อโทรทัศน์ จำนวน 290 ครั้ง สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 55 ครั้ง สื่อนิทรรศการ จำนวน 5 ครั้ง และสื่อบุคคล จำนวน 2 ครั้ง

สำหรับช่วงระยะที่มีการใช้ความถี่สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการนี้มากที่สุด คือ ช่วงเดือน กรกฎาคม 2540 หรือ เดือนที่ 10 ของการรณรงค์ ซึ่งจะอยู่ในช่วงระยะเวลาที่ใกล้สิ้นสุดการรณรงค์โครงการ โดยเดือนที่มีการใช้ความถี่สื่อมากเป็นลำดับรองลงมา คือ ช่วงเดือน เมษายน 2540 ซึ่งอยู่ในช่วงเดือนที่ 7 หรือ ในระยะกลางของการรณรงค์โครงการ

สำหรับการเลือกใช้ความถี่สูงสุดในเดือนที่ 10 ของการรณรงค์ เป็นผลเนื่องมาจากการนำบางประเด็นในสารคดี ไปจัดทำในรูปแบบของข่าว และ การสัมภาษณ์ รวมถึง นำไปติดต่อเพื่อออกอากาศซ้ำอีกครั้ง ดังนั้น ในช่วงเดือนดังกล่าว จึงมีความถี่การใช้สื่อ ในจำนวนครั้งที่สูงที่สุดของการรณรงค์ สำหรับการเลือกประเด็นที่เคยออกอากาศแล้ว นำมาจัดทำในรูปแบบต่างๆอีกครั้ง นั้น อาจเป็นผลมาจากสาเหตุที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ผู้รณรงค์ได้มีการใช้สื่อครบถ้วน และ เสร็จสิ้น ตามแผนงานที่วางไว้แล้ว เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกปรับ กรณีที่ดำเนินการได้ล่าช้ากว่าที่ระบุในสัญญา ทั้งนี้ จากตารางที่ 4.7 ได้แสดงให้เห็นว่า ภายหลังจากที่มีการใช้ความถี่สูงสุดในเดือนที่ 10 แล้ว ไม่มีการใช้ความถี่สื่อในสื่อประเภทใดๆอีก ยกเว้นเพียงสื่อโทรทัศน์ ที่ยังคงมีการเลือกใช้ความถี่ จนสิ้นสุดโครงการ ดังนั้น ผู้รณรงค์ จึงยังมีเวลาที่เพียงพอในการเลือกใช้ความถี่สื่อประเภทอื่นๆ ได้นอกเหนือจากที่ต้องใช้ระยะเวลาดำเนินกิจกรรมในส่วนต่างๆ ที่ยังคงเหลือของโครงการ

จากจำนวนความถี่สื่อที่ใช้ในแต่ละเดือน พบว่า สื่อโทรทัศน์ มีการใช้ความถี่ในจำนวนตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไป จนกระทั่งสูงสุดถึง 43 ครั้ง ในเดือนกรกฎาคม 2540 หรือ เดือนที่ 10 ของการรณรงค์โครงการ ส่วนสื่อวิทยุ มีการใช้ความถี่สื่อ จำนวนตั้งแต่ 22 ครั้งขึ้นไป จนสูงสุด 56 ครั้ง ในเดือนที่ 10 ของการรณรงค์เช่นกัน แต่ในช่วงระยะ 2 เดือนสุดท้ายของการรณรงค์ ไม่ปรากฏเรื่องความถี่ในการใช้สื่อ สำหรับ สื่อหนังสือพิมพ์ มีการใช้ความถี่สื่อ จำนวน 3 ครั้งขึ้นไป จนสูงสุดถึง 14 ครั้ง ในเดือนเมษายน 2540 หรือ เดือนที่ 7 ของการรณรงค์ แต่ในช่วงเดือนที่ 6 หรือ ระยะกลางของการรณรงค์ และ ระยะ 2 เดือนสุดท้ายของการรณรงค์ ไม่ปรากฏการใช้ความถี่สื่อประเภทนี้ในการรณรงค์โครงการ

สำหรับ สื่อนิทรศการ มีการเลือกใช้ความถี่สื่อประเภทนี้ เฉพาะในช่วงเดือน มีนาคม 2540 หรือ เดือนที่ 6 ซึ่งเป็นระยะกลางของการรณรงค์โครงการ จำนวน 1 ครั้ง และเดือน เมษายน 2540 จำนวน 2 ครั้ง รวมถึง เดือนพฤษภาคม 2540 จำนวน 1 ครั้ง และในเดือน มิถุนายน 2540 จำนวนเพียง 1 ครั้ง ส่วนสื่อบุคคล มีการใช้ความถี่สื่อประเภทนี้ในช่วงระยะเวลาเดียว คือ เฉพาะช่วงเดือนมิถุนายน 2540 หรือ เดือนที่ 9 ของการรณรงค์โครงการในจำนวนเพียง 2 ครั้ง เท่านั้น

ผลการศึกษาเรื่องความถี่ของการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์ บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า การเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ และ สื่อวิทยุ มีความถี่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และเป็นไปตามเกณฑ์ของ Krugman กล่าวคือ มีการกำหนดความถี่ในการใช้สื่อไว้ อย่างน้อย 3 ครั้งใน 4 สัปดาห์ โดยมีการใช้ความถี่สูงสุดในเดือนกรกฎาคม 2540 หรือ เดือนที่ 10 ของการรณรงค์ ส่วน สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นไปตามเกณฑ์ และมีการใช้ความถี่สูงสุดในเดือนเมษายน 2540 หรือ เดือนที่ 7 ของการรณรงค์ แต่ในช่วงระยะกลาง และ ระยะ 2 เดือน สุกท้ายของการรณรงค์ ไม่ปรากฏการใช้ความถี่สื่อประเภทนี้ในการรณรงค์โครงการ สำหรับ สื่อ นิทรศการ และ สื่อบุคคล พบว่า ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของ Krugman เนื่องจาก มีการใช้สื่อเป็น เฉพาะบางช่วงของการรณรงค์

จากการสัมภาษณ์ คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท นอร์ มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด และ เป็นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบกำกับดูแลการรณรงค์โครงการนี้ ได้ กล่าวว่า “ การเลือกใช้ความถี่สื่อมากในเดือน กรกฎาคม 2540 เนื่องจาก มีการนำประเด็นที่เคย ออกอากาศไปแล้ว มาทำเป็นรูปแบบข่าว และการสัมภาษณ์ โดยออกอากาศในรายการข่าว อุตสาหกรรม ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 รวมถึง นำประเด็นที่น่าสนใจ เพื่อไปติดต่อ และ ออกอากาศซ้ำอีกครั้ง ในรายการอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 ด้วย สำหรับเหตุผลที่ทางบริษัทเลือกการออกอากาศซ้ำ เพราะเห็นว่าเรื่องกากของเสียอันตรายเป็นเรื่อง ค่อนข้างใหม่ และ กลุ่มเป้าหมายยังมีความเข้าใจน้อยในเรื่องดังกล่าว ดังนั้น จึงต้องมีการตอกย้ำอยู่ เสมอ ” (สัมภาษณ์ ,28 กันยายน 2543)

สำหรับ สื่อนิทรศการ ซึ่งมีการใช้สื่อเฉพาะช่วงระยะกลาง และสื่อบุคคล ที่มีการ





ประเภท สื่อ	ความถี่ที่ใช้ในการรณรงค์ (ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ - พฤศจิกายน 2542)											จำนวนรวม รายชื่อ (ครั้ง)
	ก.พ. 2542	มี.ค. 2542	เม.ย. 2542	พ.ค. 2542	มิ.ย. 2542	ก.ค. 2542	ส.ค. 2542	ก.ย. 2542	ต.ค. 2542	พ.ย. 2542	ธ.ค. 2542	
สื่อบุคคล	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำนวนรวม ทุกประเภทสื่อ (ครั้ง)	4	8	2	3	1	3	1	0	149	245	27	443

โครงการโรงงานสีเขียว มีการใช้ความถี่สื่อในการรณรงค์ สำหรับสื่อประเภท สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิทรรศการ ในช่วงการรณรงค์ ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ 2542 ถึงเดือน ธันวาคม 2542 โดยเน้นการใช้ความถี่สำหรับสื่อประเภทวิทยุ มากที่สุดถึง 414 ครั้ง รองลงมา ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 26 ครั้ง และสื่อนิทรรศการ จำนวน 3 ครั้ง

สำหรับ ช่วงระยะที่มีการใช้ความถี่สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการนี้มากที่สุด คือ ช่วงเดือน พฤศจิกายน 2542 หรือ เดือนที่ 10 ของการรณรงค์ ซึ่งอยู่ในช่วงระยะเวลาใกล้สิ้นสุดโครงการรณรงค์ โดยเดือนที่มีการใช้ความถี่สื่อมากเป็นลำดับรองลงมา คือ ช่วงเดือนตุลาคม 2542 หรือ เดือนที่ 9 ของการรณรงค์ ซึ่งอยู่ในช่วงระยะเวลาใกล้สิ้นสุดการรณรงค์เช่นกัน

จากจำนวนความถี่สื่อที่ใช้ในแต่ละเดือน พบว่า สื่อวิทยุ มีการใช้ความถี่ในจำนวน ตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป จนกระทั่งสูงสุดถึง 240 ครั้ง ในเดือน พฤศจิกายน 2542 หรือ เดือนที่ 10 ของการรณรงค์โครงการ ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์ มีการใช้ความถี่ ตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป จนถึงสูงสุด 12 ครั้ง ในเดือนตุลาคม 2542 หรือ เดือนที่ 9 ของการรณรงค์โครงการ แต่การใช้ความถี่สื่อ สำหรับสื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ ยังพบระยะบางเดือนที่ไม่ปรากฏการใช้ความถี่สื่อในการรณรงค์อยู่ด้วย สำหรับ สื่อนิทรรศการ มีการใช้สื่อเฉพาะช่วง 3 เดือนสุดท้ายของการรณรงค์ จำนวนความถี่เพียงเดือนละ 1 ครั้ง ในช่วงเดือนที่ 9-11 ของการรณรงค์ หรือ ช่วงเดือนตุลาคม 2542 เดือนพฤศจิกายน 2542 และเดือนธันวาคม 2542 ทั้งนี้ ปรากฏว่า สื่อโทรทัศน์ และ สื่อบุคคล ผู้รณรงค์ไม่ได้เลือกใช้ความถี่สื่อทั้งสองประเภทนี้ ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์โครงการแต่อย่างใด

ผลการศึกษาเรื่องความถี่ของการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว

สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การณรงค์โครงการ โรงงานสีเขียว พบว่า ความถี่ในการใช้สื่อ โดยส่วนใหญ่ ทั้งสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และ สื่อนิทรรศการ ยังไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของ Krugman เนื่องจาก สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ มีการใช้ความถี่สื่อไม่ครบอย่างน้อย 3 ครั้ง ใน 4 สัปดาห์ ทั้งนี้ พบว่า ในบางเดือน มีการใช้ความถี่สื่อ เพียง 1 ครั้ง และ ปรากฏว่า ในบางระยะของการณรงค์ ไม่มีการเลือกใช้ความถี่สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ ในการณรงค์อีกด้วย ส่วน สื่อนิทรรศการ พบมีการใช้ความถี่สื่อเฉพาะช่วงสุดท้ายของการณรงค์ ทำให้ช่วงอื่นๆของการณรงค์ มีการใช้ความถี่สื่อไม่เป็นไปตามเกณฑ์ สำหรับ สื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคล พบว่า ไม่ปรากฏการใช้ความถี่สื่อ ตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการณรงค์ จึงเป็นสื่อประเภทที่ผู้ณรงค์ไม่ได้เลือกใช้ความถี่ในการณรงค์โครงการนี้

จากการสัมภาษณ์ มล.อัจฉราพร ณ สงขลา กรรมการผู้จัดการ บริษัทอิมเมจพูล จำกัด และเป็นผู้ที่วางแผนการณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ สาเหตุที่ไม่มีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ เพราะบริษัทที่ได้รับงบประมาณค่อนข้างจำกัด จึงไม่มีการเลือกใช้สื่อประเภทนี้ แต่ได้มีการเลือกใช้สื่อวิทยุที่มีศักยภาพการครอบคลุมพื้นที่ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดแทน สำหรับการเลือกใช้ความถี่สื่อวิทยุค่อนข้างมาก ในช่วงระยะสุดท้ายของการณรงค์ เนื่องจาก เป็นช่วงที่มีกิจกรรมการรับแลกผลิตภัณฑ์ จึงต้องมีการใช้ความถี่สื่อที่ค่อนข้างมาก เพื่อให้เกิดความแรงและเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบถึงกิจกรรมดังกล่าวของโครงการ สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่ใช้จัดทำเป็นข่าวแจก จึงอยู่ในรูปแบบของการขอความอนุเคราะห์ ซึ่งเป็นผลให้ไม่สามารถที่จะกำหนดจำนวนครั้งของความถี่ในการใช้สื่อได้อย่างสม่ำเสมอ ตลอดระยะเวลาที่ณรงค์ ส่วนสื่อนิทรรศการ ที่พบว่ามีการใช้สื่อในช่วงระยะ 3 เดือนสุดท้ายของการณรงค์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่กรมโรงงานฯ ได้มีการ ว่าจ้างบริษัท (บริษัท เมอร์คิวริส 1996 ) จัดนิทรรศการ (ชื่อนิทรรศการอุตสาหกรรมสัญจร เริ่ม ดำเนินการในช่วงเดือนตุลาคม 2542) และได้มีการผนวกเอารายละเอียดของโครงการ โรงงานสีเขียวนี้นี้ เข้าร่วมไว้ในโครงการนี้ด้วย จึงเป็นผลให้มีการใช้ความถี่สื่อนิทรรศการ ปรากฏอยู่ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ด้านสื่อบุคคล เป็นสื่อที่ค่อนข้างนำมาใช้ได้ยาก สำหรับการณรงค์ เนื่องจาก เป็นสื่อที่ไม่มีอยู่ในรายละเอียดขอบเขตการจ้าง ซึ่งหากมีการดำเนินการในส่วนนี้เพิ่ม จะเป็นผลทำให้ไม่สามารถดำเนินการส่วนอื่นๆได้ครบตามกำหนดของสัญญา และส่งผลให้ทางบริษัทถูกปรับลดวงเงินค่าจ้างได้ นอกจากนี้ การดำเนินการต่างๆ ในส่วนที่นอกเหนือสัญญาจ้าง ก็จะไม่นับว่าเป็นผลงานที่สามารถรับเงินค่าจ้างได้ เนื่องจาก ทางคณะกรรมการ

ตรวจการจ้าง ซึ่งทางหน่วยงานเป็นผู้แต่งตั้ง จะต้องทำหน้าที่ในการพิจารณา และ ตรวจรับงาน เพื่อให้ครบตามที่ระบุไว้ในสัญญาจ้างด้วย”

(สัมภาษณ์, 20 กันยายน 2543)

การรณรงค์โครงการนี้ จะเห็นได้ว่า มีการเลือกใช้ความถี่สื่อหลักๆ ตามแผนการรณรงค์ไว้รวม 3 ประเภท ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ ส่วน สื่อนิทรรศการ เป็นประเภทสื่อที่ทางหน่วยงาน หรือ กรมโรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มเติมให้ โดยใช้งบประมาณในส่วนอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ ทั้งนี้ พบว่า ผู้รณรงค์เลือกใช้ความถี่สื่อในแต่ละประเภท ในจำนวนที่น้อย และ ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการใช้ความถี่สื่อในการรณรงค์ คือ เรื่องวงเงินงบประมาณ ซึ่งได้รับค่อนข้างจำกัด สำหรับการรณรงค์โครงการ จึงส่งผลให้มีการเลือกใช้สื่อได้ ไม่หลากหลาย และ ไม่สามารถเลือกใช้ความถี่สื่อได้ครบทุกระยะของการรณรงค์ ดังนั้น การเลือกใช้ความถี่สื่อในการรณรงค์โครงการนี้ จึงยังสวนทางกันกับจุดมุ่งหมายของการรณรงค์ ที่ต้องการสร้างจิตสำนึกให้กลุ่มผู้บริโภค และ ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ รวมถึง เป็นเรื่องยากสำหรับการรณรงค์ หากมีการใช้ความถี่สื่อไม่ครบทุกประเภท และ จำนวนไม่มากพอ ตามเกณฑ์

#### โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

การใช้ความถี่สื่อสำหรับการรณรงค์โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการเลือกใช้ความถี่สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และ สื่อบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือ โอกาสการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในพื้นที่ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยเน้นการใช้ความถี่สื่อวิทยุ เป็นสื่อหลักในการรณรงค์ รายละเอียดปรากฏ ตามตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงความถี่การใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์ โครงการ โรงงาน ยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

ประเภท สื่อ	ความถี่ที่ใช้ในการรณรงค์ (ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2542 – เมษายน 2543)						จำนวนรวม รายสื่อ (ครั้ง)
	พ.ย. 2542	ธ.ค. 2542	ม.ค. 2542	ก.พ. 2542	มี.ค. 2542	เม.ย. 2542	
สื่อวิทยุ	180	106	256	1	0	0	543
สื่อหนังสือพิมพ์	1	1	1	2	2	0	7
สื่อบุคคล	1	1	1	1	1	1	6
สื่อนิทรรศการ	1	1	1	1	0	1	5

ประเภท สื่อ	ความถี่ที่ใช้ในการรณรงค์ (ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2542 - เมษายน 2543)						จำนวนรวม รายสื่อ (ครั้ง)
	พ.ย. 2542	ธ.ค. 2542	ม.ค. 2542	ก.พ. 2542	มี.ค. 2542	เม.ย. 2542	
สื่อโทรทัศน์	0	1	0	0	0	0	1
จำนวนรวม ทุกประเภทสื่อ (ครั้ง)	183	110	259	5	3	2	562

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการใช้ความถี่สื่อในการรณรงค์ สำหรับสื่อประเภท สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล ในช่วง การรณรงค์ ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2542 ถึง เดือน เมษายน 2543 โดยเน้นใช้ความถี่สื่อในสื่อ ประเภท สื่อวิทยุมากที่สุดถึง 543 ครั้ง รองลงมาได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 7 ครั้ง สื่อ นิทรรศการ จำนวน 5 ครั้ง สื่อบุคคล จำนวน 4 ครั้ง และ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 1 ครั้ง

สำหรับช่วงระยะที่มีการใช้ความถี่สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการนี้มากที่สุด คือ ช่วงเดือน มกราคม 2543 ซึ่งเป็นช่วงระยะกลางของการรณรงค์ หรือ เดือนที่ 3 ของการรณรงค์ โดย ช่วงระยะที่มีการใช้ความถี่สื่อมากเป็นลำดับรองลงมา ได้แก่ ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2542 หรือ ในช่วง เดือนแรกของการรณรงค์

จากจำนวนความถี่สื่อที่ใช้ในแต่ละเดือน พบว่า สื่อโทรทัศน์ ผู้รณรงค์มีการใช้ ความถี่สื่อเพียง 1 ครั้ง เฉพาะช่วงเดือนธันวาคม 2542 หรือ ในช่วงเดือนที่ 2 ของการรณรงค์ ส่วน สื่อวิทยุ มีการใช้ความถี่สื่อ ตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป จนกระทั่งสูงสุดถึง 256 ครั้ง ในช่วงเดือนมกราคม 2543 ซึ่งเป็นระยะกลางของการรณรงค์โครงการ ยกเว้นช่วง 2 เดือนสุดท้ายของการรณรงค์ ซึ่งไม่ ปรากฏความถี่ในการใช้สื่อ สำหรับ สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล มีการใช้สื่อโดยเฉลี่ยเพียง เดือนละ 1 ครั้ง แต่ช่วงระยะใกล้สิ้นสุดโครงการ พบการงดใช้สื่อ ลักษณะการสลับช่วงในสื่อทั้ง 2 ประเภท

ผลการศึกษาเรื่องความถี่ของการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ พบว่า มีความถี่ในการใช้สื่อ ทั้งสื่อ โทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล โดยส่วนใหญ่ ไม่ถึง 3 ครั้ง ในช่วงเวลา 4 สัปดาห์ ดังนั้น จึงยังไม่เป็นความถี่ที่มีประสิทธิภาพ ตามเกณฑ์ของ Krugman นอกจากนี้ ยังพบว่า สื่อวิทยุ มีความถี่ในการใช้สื่อตามเกณฑ์ เฉพาะช่วงแรกของการรณรงค์ เนื่องจาก มีการเน้นใช้ความถี่ทางสื่อวิทยุอย่างมาก เฉพาะช่วง 3 เดือนแรก ทำให้การใช้ความถี่สื่อ ในช่วง 3 เดือนหลังของการรณรงค์ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์

สำหรับการเลือกใช้ความถี่สื่อในช่วงแรกมาก มีสาเหตุมาจากการที่ ผู้รณรงค์ได้ ติดต่อบริษัทสื่อไปแล้วเป็นจำนวนมาก จึงต้องเร่งการใช้สื่อ เพื่อให้เป็นไปตามรายละเอียดข้อตกลง กับทางสถานี ซึ่งข้อตกลงดังกล่าว ปรากฏอยู่ในรูปแบบของใบจองสื่อ โดยระบุช่วงเวลา รายการ และ เดือนที่จะออกอากาศไว้แล้วอย่างชัดเจน

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า แผนรณรงค์ที่ทางบริษัทได้กำหนดไว้ เป็นแผนซึ่ง พร้อมจะเริ่มปฏิบัติการได้ทันที แต่เนื่องจากโครงการนี้มีการจัดจ้างในช่วงใกล้สิ้นสุดปีงบประมาณ 2542 ทำให้ไม่สามารถจัดทำสัญญาจ้างได้ทันในปีงบประมาณ (งบประมาณปี 2542 สิ้นสุดในเดือน กันยายน 2542) โดยโครงการนี้ เริ่มรณรงค์ในเดือนพฤศจิกายน 2542 จึงเป็นการรณรงค์ในปี งบประมาณ 2543 สำหรับ การรณรงค์ที่เริ่มล่าช้ากว่าแผนที่วางไว้ พบว่า ได้ส่งผลกระทบต่อ ระยะเวลาการใช้สื่อรณรงค์ที่สั้นลงด้วย เช่น บริษัทได้ทำสัญญาจองสื่อไว้ รวม 6 เดือน ในช่วง เดือน มกราคม – เดือนมิถุนายน 2544 เริ่มรณรงค์จริง เดือนเมษายน 2544 จึงเหลือระยะเวลาในการจองสื่อ เพื่อออกอากาศเพียง 3 เดือน แต่จำนวนครั้งตามที่ระบุในสัญญา ยังคงต้องดำเนินการ เช่นเดิม ดังนั้น ทางบริษัทจึงได้นำจำนวนครั้งของการออกอากาศ ในช่วง 3 เดือนแรก ที่ยังไม่ได้มีการออกอากาศมารวมเข้าไว้ด้วย ทำให้เกิดการใช้ความถี่สื่อตามแผนจริงที่ใช้รณรงค์ ในช่วงแรก มาก และ เป็นผลให้ไม่มีการใช้ความถี่สื่ออย่างสม่ำเสมอ ตลอดทั้งโครงการ หรือ มีการใช้ความถี่ สื่อในช่วงหลัง ของการรณรงค์ ค่อนข้างน้อย

จากการสัมภาษณ์ คุณวีรวิทย์ สังฆพรหม กรรมการบริหาร และ ผู้อำนวยการทั่วไป บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด และเป็นผู้ที่วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ เหตุที่มีการ ใช้ความถี่สื่อวิทยุในช่วงแรกมาก เพราะทางบริษัทได้มีการซื้อสื่อไว้แล้วค่อนข้างมาก จึงทำให้ต้องมีการใช้สื่อเพื่อให้เป็นไปตามแผน สำหรับในช่วงระยะหลังของการรณรงค์ มีการใช้สื่อน้อยลง หรือไม่มีการใช้ความถี่สื่อบางประเภท เนื่องจากว่า ได้มีการใช้สื่อตามแผนจนครบแล้ว และ ทาง



บริษัทที่มีความจำเป็นต้องใช้ช่วงระยะเวลาหนึ่งที่จะดำเนินการตามขอบข่ายของงานที่ต้องปฏิบัติในส่วนอื่นๆ ของโครงการ เพื่อให้เสร็จสิ้นภายในกำหนดระยะเวลาตามสัญญาจ้างด้วย สำหรับการจ้างงานของโครงการนี้ เนื่องจาก เป็นแบบเหมารวม คือ ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้กับทางกรม โรงงานฯควบคู่ไปด้วย ดังนั้น จึงต้องเร่งทำให้ครบทุกสื่อ เพราะทางบริษัทก็มีระยะเวลาในการดำเนินการตามงานทั้ง 2 ส่วน ภายในระยะเวลาที่จำกัด ตามสัญญาเพียงแค่ 6 เดือน ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่วงระยะเวลาที่ค่อนข้างสั้นมาก ” (สัมภาษณ์,3 พฤศจิกายน 2542)

**สรุปการวิเคราะห์ภาพรวมเรื่องการใช้ความถี่สื่อ** สำหรับการรณรงค์โครงการของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ พบว่า โครงการโรงงานสีเขียว และโครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการใช้ความถี่สื่อ ทั้งสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล ยังไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของ Krugman ในขณะที่ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม พบว่า มีการใช้ความถี่สื่อโทรทัศน์ อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม กล่าวคือ มีการใช้ความถี่สื่อในการรณรงค์ อย่างน้อย 3 ครั้ง ใน 4 สัปดาห์ และ มีการเลือกใช้ความถี่สื่อเฉพาะสื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ ที่ค่อนข้างเป็นไปตามเกณฑ์ ทั้งนี้ พบว่า การรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ มีความคล้ายคลึงกันในเรื่องการไม่เน้นใช้ความถี่สื่อ สำหรับสื่อประเภท สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคลด้วย

การใช้ความถี่สื่อในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ พบว่า โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม มีการเลือกใช้ความถี่สื่อโทรทัศน์ เป็น สื่อหลักในการรณรงค์โครงการ ส่วน สื่อรอง ได้แก่ สื่อวิทยุ ในขณะที่โครงการโรงงานสีเขียว และโครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ เลือกใช้ความถี่สื่อวิทยุ เป็นสื่อหลัก และสื่อรองที่ใช้ ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ พบว่า การรณรงค์ทั้ง 3 โครงการ ยังขาดการใช้ความถี่ประเภทสื่อบุคคล โดยส่วนใหญ่ ยังมีการเลือกใช้ความถี่สื่อบุคคล ในจำนวนที่น้อยมาก และในบางโครงการ ได้แก่ โครงการโรงงานสีเขียว พบว่า ไม่มีการเลือกใช้ความถี่สื่อประเภทนี้ ในการรณรงค์โครงการอีกด้วย

สำหรับการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ พบความถี่ที่อยู่ในเกณฑ์ความเหมาะสม เฉพาะบางประเภทสื่อ และในบางโครงการเท่านั้น โดยส่วนใหญ่ ยังคงมีการใช้ความถี่สื่อ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ ทั้งนี้ หากมีความบ่อยครั้งในการใช้สื่อ หรือ มีความถี่ในการใช้สื่อมาก จะยิ่งบรรลุวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ได้มากยิ่งขึ้น ตามไปด้วย แต่เนื่องจาก แต่ละโครงการ

การ มีข้อจำกัดในด้านการเลือกใช้ความถี่ที่ต่างกัน โดยโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ประสบปัญหาการคัดค้านการจัดตั้งศูนย์ ทำให้มีการปรับเปลี่ยนระยะเวลาการใช้ความถี่จากแผนเดิมที่วางไว้ และ ต้องใช้ระยะเวลาในการปรับปรุงแต่ละสื่อ รวมถึงเลือกใช้ความถี่ซ้ำในบางประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายของโครงการ ยังไม่ค่อยมีความเข้าใจ เช่น เรื่องการกำจัดกากสารพิษ เป็นต้น สำหรับ โครงการโรงงานสีเขียว พบข้อจำกัดทางด้านงบประมาณเป็นหลัก เนื่องจาก ได้รับงบประมาณในการณรงค์ที่ค่อนข้างจำกัด ทำให้ไม่สามารถที่จะเลือกใช้ความถี่สื่อแต่ละเดือนในจำนวนมากได้ ส่วนโครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ พบปัญหาอุปสรรคบางประการในเรื่องการจัดจ้าง ทำให้ไม่สามารถเริ่มการใช้สื่อ ตามแผนการใช้สื่อที่วางไว้ และ เป็นผลให้มีการปรับเปลี่ยน และ ลดระยะเวลาการใช้ความถี่สื่อแต่ละประเภทลงด้วย

การเลือกใช้ความถี่สื่อของบริษัทผู้รับจ้างณรงค์ทั้ง 3 โครงการ พบว่า มีการเลือกใช้ความถี่สื่อ โทรทัศน์ หรือ สื่อวิทยุ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้เป็นไปตามสัญญาณออกอากาศที่ได้ทำไว้กับทางสถานี ดังนั้น จึงทำให้ทราบข้อมูลในเรื่องวันที่ และ เวลาการออกอากาศ แต่ข้อมูลที่ลึก และ ละเอียดไปกว่านั้น เช่น รายการที่จองเวลาการออกอากาศไว้ ได้ออกอากาศก่อนหรือ หลังรายการอะไร พบว่า ยังขาดข้อมูลรายละเอียดในส่วนนี้ โดยส่วนหนึ่งเป็นผลเนื่องมาจากขาดการตรวจสอบติดตามผล (monitoring) การใช้สื่อจากทางผู้รับจ้างณรงค์ เนื่องจาก ในช่วงที่รณรงค์ ทางบริษัทผู้รับจ้าง ต้องเร่งกำหนดรายละเอียดการใช้สื่อต่างๆ รวมถึง ต้องเร่งใช้สื่อ เพื่อให้ทันตามระยะเวลาสัญญาจ้างด้วย ดังนั้น เมื่อมีการใช้สื่อรณรงค์ จึงไม่มีเวลาเพียงพอที่จะตรวจสอบ และ ติดตามการใช้สื่อที่อยู่ระหว่างการออกอากาศ หรือ ออกอากาศแล้วได้

#### 4.4.3 ความต่อเนื่องการใช้สื่อ

ตามหลักเกณฑ์ของ Barban, Cristol and Kopec (1993) ได้ให้เกณฑ์การพิจารณาในเรื่องความต่อเนื่องของแผนการใช้สื่อที่เหมาะสม กล่าวคือจะต้องปรากฏสื่อหลักที่ใช้อย่างต่อเนื่องตลอดการรณรงค์ อย่างน้อย 1 สื่อ สำหรับ สื่ออื่นๆ แต่ละประเภท ให้ใช้สื่อนั้นหนักเป็นบางช่วงได้

#### โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

การแสดงผลในเรื่องความต่อเนื่องของการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการจัดตั้ง

ศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถแสดงรายละเอียดได้ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

**ตารางที่ 4.10 แสดงความต่อเนื่องการใช้สื่อสำหรับการรณรงค์  
โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม**

ประเภทสื่อ	ระยะเวลารณรงค์											
	เดือนที่ 1	...2	...3	...4	...5	...6	...7	...8	...9	...10	...11	...12
- สื่อโทรทัศน์	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
- สื่อวิทยุ	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	X	X
- สื่อหนังสือพิมพ์	/	/	/	/	/	X	/	/	/	/	X	X
- สื่อนิทรรศการ	X	X	X	X	X	/	/	/	/	X	X	X
- สื่อบุคคล	X	X	X	X	X	X	X	X	/	X	X	X

โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม มีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อหลักที่เน้นความต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลาที่ทำการรณรงค์ สำหรับ สื่อวิทยุ ผู้รณรงค์เลือกใช้อย่างต่อเนื่อง เกือบทั้งโครงการ ส่วน สื่อที่ผู้รณรงค์เลือกใช้แบบเน้นหนักบางช่วง ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ โดยเลือกใช้ในลักษณะเน้นความต่อเนื่องในช่วงระยะแรก มากกว่าในช่วงครึ่งหลังของการรณรงค์

สำหรับ สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล เป็นประเภทสื่อที่ไม่มีความต่อเนื่องในการรณรงค์ โดยสื่อนิทรรศการ พบว่า มีลักษณะของการเน้นหนักใช้สื่อ แบบเฉพาะเจาะจงเป็นบางช่วงเวลา กล่าวคือ ผู้รณรงค์เลือกใช้สื่อนิทรรศการ เน้นหนักเพียงช่วงระยะเวลาเดียว ในช่วงเดือนที่ 6-9 ของการรณรงค์ สำหรับ สื่อบุคคล พบมีการเลือกใช้สื่อเพียงครั้งเดียว ในช่วงเดือนที่ 9 ของการรณรงค์ โดยระยะอื่นๆ ของการรณรงค์ ไม่พบความต่อเนื่องในการใช้สื่อประเภทนี้เช่นกัน

จากผลการศึกษาเรื่องความต่อเนื่องการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อหลักที่ใช้อย่างต่อเนื่อง ตลอดทั้งโครงการ สำหรับสื่อวิทยุ และ สื่อหนังสือพิมพ์ พบมีการใช้สื่อแบบเน้นหนักเบาเป็นบางช่วง และต่อเนื่องเกือบทั้งโครงการ ส่วน สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล พบว่า เป็นสื่อที่ไม่เน้นความต่อเนื่องในการใช้สื่อ เนื่องจาก มีการใช้สื่อ เป็นเฉพาะบางช่วงเวลา และไม่พบการใช้สื่อ ในช่วงระยะอื่นๆของการรณรงค์โครงการ

เมื่อพิจารณาตามหลักเกณฑ์ แม้จะพบว่า โครงการนี้ ปรากฏสื่อหลักที่ใช้อย่างต่อเนื่อง อย่างน้อย 1 สื่อ และ พบสื่อที่มีลักษณะเน้นหนักเป็นบางช่วงก็ตาม แต่ยังคงมีสื่อบางประเภทของการรณรงค์ ที่ไม่เป็นตามเกณฑ์ กล่าวคือ สื่อนิทรรศการ และ สื่อบุคคลมีลักษณะของการไม่เลือกใช้สื่อแบบเน้นหนักเป็นบางช่วง เนื่องจาก มีการใช้สื่อที่เฉพาะเจาะจงบางช่วงเวลา สำหรับช่วงระยะอื่นๆ ที่ไม่เน้นความต่อเนื่อง พบเป็นช่วงที่มีการงดใช้สื่อรณรงค์ โดยเป็นผลมาจากการที่ประสบปัญหาเรื่องการใช้สื่อ ในพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์ คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ การรณรงค์เน้นใช้สื่อโทรทัศน์ เพื่อให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดระยะเวลาการรณรงค์โครงการ จึงปรากฏว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหลักที่ใช้อย่างต่อเนื่องในการรณรงค์ สำหรับ สื่อวิทยุ และ สื่อหนังสือพิมพ์ มีการเลือกใช้สื่อเป็นแบบเน้นหนักเบาบางช่วง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตเนื้อหา เพื่อนำเสนอในทิศทางที่สอดคล้องกับประเด็นที่ได้นำเสนอไปแล้วทางสื่อโทรทัศน์.... สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล เนื่องจาก ประสบปัญหาในการลงพื้นที่ จึงเป็นสื่อที่ไม่สามารถใช้ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการรณรงค์ได้ ” (สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2543)

คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ ยังได้กล่าวเพื่อให้ข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า “ การที่กรมโรงงานอุตสาหกรรม มีความประสงค์ที่จะทำให้ศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมเกิดขึ้นได้นั้น จะต้องให้ความสำคัญในการใช้สื่อให้มีความต่อเนื่องด้วย เพราะหากกำหนดระยะเวลา เพียง 1 ปี และ มุ่งหวังว่าจะให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ โดยที่ทางกรมโรงงานอุตสาหกรรมสามารถที่จะสร้างศูนย์ดังกล่าวได้ด้วยนั้น เป็นเรื่องค่อนข้างยาก เพราะเรื่องของการให้ความรู้ ก็มี

ลำดับขั้นตอนอยู่พอสมควร จะเห็นได้ว่า อย่างโครงการณรงค์เรื่องโรคเอดส์ ยังต้องใช้ระยะเวลาในการณรงค์ ต่อเนื่องหลายปี กว่าที่จะรณรงค์ได้สำเร็จ อีกประการหนึ่ง ต้องยอมรับว่าเรื่องของเสียนอรรถา เป็น

เรื่องวิชาการที่ค่อนข้างยาก แม้แต่เจ้าหน้าที่ของทางบริษัท ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการเรื่องนี้ ก็ยังต้องใช้ระยะเวลาพอสมควรในการที่จะศึกษา และ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนี้ ” (สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2543)

### โครงการโรงงานสีเขียว

การแสดงผลในเรื่องความต่อเนื่องของการใช้สื่อ สำหรับการณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว สามารถแสดงรายละเอียดได้ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

**ตารางที่ 4.11 แสดงความต่อเนื่องการใช้สื่อสำหรับการณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว**

ประเภทสื่อ	ระยะเวลารณรงค์										
	เดือนที่ 1	...2	...3	...4	...5	...6	...7	...8	...9	...10	...11
- สื่อโทรทัศน์	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
- สื่อวิทยุ	/	/	x	/	x	x	x	x	/	/	/
- สื่อหนังสือพิมพ์	x	x	/	/	/	/	/	x	/	/	/
- สื่อนิทรรศการ	x	x	x	x	x	x	x	x	/	/	/
- สื่อบุคคล	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

โครงการโรงงานสีเขียว ไม่พบสื่อหลักที่เน้นความต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์โครงการ นอกจากนี้ ยังพบว่า มีการใช้สื่อเพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง แบบเน้นหนักเบาเป็นบางช่วง ไม่ครบในทุกสื่อ โดยพบว่า สื่อนิทรรศการ ผู้รณรงค์ได้เลือกใช้สื่อประเภทนี้แบบ



เฉพาะเจาะจงเป็นบางช่วงเวลา ในช่วงเดือนที่ 9-11 ของการรณรงค์ ทำให้ระยะอื่นๆของการรณรงค์ ไม่มีความต่อเนื่องในการใช้สื่อ

สำหรับ สื่อที่พบการเลือกใช้ แบบเน้นหนักเป็นบางช่วง ได้แก่ สื่อวิทยุ และ สื่อหนังสือพิมพ์ โดยสื่อวิทยุ ผู้รณรงค์เลือกการใช้สื่อต่อเนื่อง แบบเน้นหนักเฉพาะในช่วงระยะแรก และระยะสุดท้ายของการรณรงค์ ส่วน สื่อหนังสือพิมพ์ ผู้รณรงค์เลือกการใช้สื่อต่อเนื่อง และเน้นหนัก เป็นบางช่วงเวลาเช่นกัน โดยเฉพาะในช่วงระยะกลาง และ ระยะสุดท้ายของการรณรงค์

จากผลการศึกษาเรื่องความต่อเนื่องการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า ความต่อเนื่องในการใช้สื่อ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของ Barban, Cristol and Kopec (1993) กล่าวคือ ไม่พบสื่อหลักที่ใช้อย่างต่อเนื่อง ตลอดการรณรงค์โครงการ และพบว่ามีการใช้สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ ในลักษณะเน้นหนักเป็นบางช่วง โดยเป็นการใช้สื่อ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องแบบเป็นระยะที่เฉพาะเจาะจง ทั้งนี้ เนื่องมาจาก การที่โครงการได้รับงบประมาณสำหรับรณรงค์ ในวงเงินที่จำกัด

สำหรับ สื่อนิทรรศการ พบว่า ไม่มีความต่อเนื่องในการใช้สื่อ เนื่องจาก ผู้รณรงค์ได้ใช้สื่อประเภทนี้ เฉพาะช่วงระยะเวลาเดียว คือ ในช่วง 3 เดือนสุดท้ายของการรณรงค์ ส่วน สื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคล พบว่า เป็นประเภทสื่อที่ไม่ได้เลือกใช้ในการรณรงค์ จึงไม่ปรากฏเรื่องความต่อเนื่องในการใช้สื่อ ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์โครงการ

จากการสัมภาษณ์ นางสาวกัทนี ชัยฤทธิ์ ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์ บริษัท อิมเมจพูล จำกัด และ เป็นท่านหนึ่งที่ได้รับผิดชอบการกำกับดูแลการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ บริษัทมีความพยายามที่จะใช้สื่อให้มีความต่อเนื่อง แต่เนื่องจากโครงการนี้ ได้รับงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด โดยมีวงเงินสำหรับการรณรงค์เพียง 1 ล้านบาท การที่จะทำให้เกิดความต่อเนื่องในการใช้สื่อ จึงทำได้ค่อนข้างจะจำกัดตามไปด้วย ” (สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2542)

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

การแสดงผลในเรื่องความต่อเนื่องของการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงาน  
ยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถแสดงรายละเอียดได้ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

**ตารางที่ 4.12 แสดงความต่อเนื่องการใช้สื่อสำหรับการรณรงค์  
โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ**

ประเภทสื่อ	ระยะเวลาการรณรงค์					
	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6
- สื่อโทรทัศน์	x	/	x	x	x	x
- สื่อวิทยุ	/	/	/	/	x	x
- สื่อหนังสือพิมพ์	/	/	/	/	/	x
- สื่อนิทรรศการ	/	/	/	/	x	/
- สื่อบุคคล	/	/	/	/	/	/

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการเลือกใช้สื่อบุคคล เป็นสื่อหลัก  
ที่เน้นความต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์โครงการ สำหรับ สื่ออีก 2 ประเภท ซึ่งพบว่า  
ค่อนข้างมีความต่อเนื่องในการใช้สื่อ คือ สื่อหนังสือพิมพ์ และ สื่อนิทรรศการ ส่วนสื่อวิทยุ พบว่า  
มีความต่อเนื่อง เฉพาะช่วงระยะแรก และ ระยะกลางของการรณรงค์ ส่วนระยะสุดท้ายของการ  
รณรงค์ ไม่มีความต่อเนื่องในการใช้สื่อ เนื่องจาก มีการงดใช้สื่อประเภทนี้ในการรณรงค์  
โครงการ

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ไม่มีมีความต่อเนื่อง ตลอด  
การรณรงค์โครงการ เนื่องจาก มีการเลือกใช้เพียงครั้งเดียว เฉพาะในช่วงเดือนที่ 2 ของการรณรงค์

จากผลการศึกษาเรื่องความต่อเนื่องการใช้สื่อ สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงาน  
ยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า สื่อบุคคล เป็นสื่อหลักที่ใช้อย่างต่อเนื่อง ตลอดทั้งโครงการ ทั้งนี้ โดยภาพรวมของการใช้สื่อ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องแบบเน้นหนักเป็นบางช่วง พบความชัดเจนในสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ

สำหรับการเลือกใช้สื่อวิทยุ และ สื่อนิทรรศการในการรณรงค์ พบว่ามีความต่อเนื่อง หรือ สม่ำเสมอ เกือบทุกระยะ ยกเว้นในช่วงระยะสุดท้ายของการรณรงค์ที่ขาดความต่อเนื่องในการใช้สื่อ เนื่องจาก มีการงคใช้สื่อทั้ง 2 ประเภท ทั้งนี้ พบว่า ผู้รณรงค์ได้เลือกใช้สื่อวิทยุมากขึ้นในช่วง 4 เดือนแรก จึงเป็นผลให้ช่วงระยะหลังของการรณรงค์ ไม่สามารถใช้สื่อเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องได้ สำหรับ สื่อนิทรรศการ แม้มีการใช้สื่อที่ค่อนข้างสม่ำเสมอเกือบทั้งโครงการ แต่ยังมีการใช้สื่อในระดับต่ำถึงต่ำมากใกล้เคียงกัน โดยเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง จึงยังเป็นสื่อที่ผู้รณรงค์ไม่ได้เลือกใช้ เพื่อเน้นหนักเขาเป็นบางช่วง จึงยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของ Barban, Cristol and Kopec (1993)

สำหรับ สื่อโทรทัศน์ พบว่า ไม่มีความต่อเนื่องในการรณรงค์ เนื่องจาก มีการเลือกใช้สื่อประเภทนี้เพียงครั้งเดียว โดยเป็นผลจากการที่ผู้รณรงค์ได้รับงบประมาณ สำหรับการรณรงค์ ในวงเงินที่จำกัดนั่นเอง

จากการสัมภาษณ์ คุณวีรุฒิ สังฆพรม กรรมการบริหารและผู้อำนวยการทั่วไป บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด และ เป็นผู้ที่วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ การเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ในการรณรงค์เพียงครั้งเดียว เป็นผลสืบเนื่องมาจากงบประมาณที่ได้รับในการรณรงค์ค่อนข้างมีจำกัด โดยมีการใช้งบประมาณ สำหรับโครงการนี้เพียง 5 แสนบาท ทำให้ต้องเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ในรูปแบบของการขอความอนุเคราะห์ และ เป็นผลให้ไม่สามารถกำหนดความต่อเนื่องในการใช้สื่อ รวมถึง ไม่สามารถวางแผนการใช้สื่อประเภทนี้ ในช่วงเวลาที่แน่นอนได้ตามต้องการ ” (สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2543)

**สรุปการวิเคราะห์ภาพรวมของความต่อเนื่องในการใช้สื่อ** สำหรับการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ พบว่า ส่วนใหญ่ ปรากฏสื่อหลักที่ใช้ตลอดระยะเวลาการรณรงค์ อย่างน้อย 1 สื่อ ตามเกณฑ์พิจารณาในเรื่องความต่อเนื่องของแผนการใช้สื่อที่เหมาะสม

ยกเว้น โครงการโรงงานสีเขียว ที่ไม่ปรากฏสื่อหลักที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ แม้จะปรากฏสื่อหลักในการรณรงค์ แต่การเลือกใช้สื่อรณรงค์ แบบเน้นหนักเป็นบางช่วงนั้น พบว่า ไม่ปรากฏการใช้ครบในทุกสื่อ โดยมีสาเหตุสำคัญเนื่องมาจาก การขาดแคลนงบประมาณการใช้สื่อ นอกจากนี้ ยังพบว่ามีปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการใช้สื่อ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องด้วย เช่น กรณีโครงการบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ซึ่งประสบปัญหาการคัดค้านของประชาชน ทำให้ไม่สามารถใช้สื่อในพื้นที่ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องได้ เป็นต้น สำหรับ สื่อที่เน้นความต่อเนื่อง แบบหนักเบาบางช่วงพบว่า การรณรงค์ทั้ง 3 โครงการ เลือกใช้สื่อวิทยุ และ สื่อหนังสือพิมพ์ เช่นเดียวกันทุกโครงการ

สำหรับ สื่อที่ขาดความต่อเนื่องในการรณรงค์ พบมีความแตกต่างกัน โดย โครงการบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม พบขาดความต่อเนื่องในการใช้สื่อนิตรรศการ และ สื่อบุคคล ในขณะที่ โครงการโรงงานสีเขียว พบขาดความต่อเนื่องในการใช้สื่อนิตรรศการ นอกจากนี้ ยังไม่มีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคล เป็นสื่อเพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง ตลอดระยะของการรณรงค์ด้วย สำหรับ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ พบว่าสื่อที่ขาดความต่อเนื่อง คือ สื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังพบว่า สื่อนิตรรศการ ไม่มีลักษณะของการใช้สื่อแบบเน้นหนักเบาบางช่วง เนื่องจาก มีการใช้สื่อโดยเฉลี่ยในแต่ละเดือนที่ใกล้เคียงกันด้วย

#### 4.4.4 การใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วางแผนต้องคำนึงถึงความครอบคลุมการใช้สื่อ ณ ช่วงระยะเวลาใด เวลาหนึ่งที่กำหนดไว้ โดยหากมีการเลือกใช้ทุกสื่อมาก จะยังมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

#### โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

การแสดงผลเรื่องการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถแสดงรายละเอียดได้ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

#### **ตารางที่ 4.13 แสดงรายละเอียดการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม**

ระยะเวลา	ประเภทสื่อ				
	สื่อโทรทัศน์	สื่อวิทยุ	สื่อหนังสือพิมพ์	สื่อนิทรรศการ	สื่อบุคคล
ตุลาคม 2539	/	/	/	0	0
พฤศจิกายน 2539	/	/	/	0	0
ธันวาคม 2539	/	/	/	0	0
มกราคม 2540	/	/	/	0	0
กุมภาพันธ์ 2540	/	/	/	0	0
มีนาคม 2540	/	/	0	/	0
เมษายน 2540	/	/	/	/	0
พฤษภาคม 2540	/	/	/	/	0
มิถุนายน 2540	/	/	/	/	/
กรกฎาคม 2540	/	/	/	0	0
สิงหาคม 2540	/	0	0	0	0
กันยายน 2540	/	0	0	0	0

โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม มีการเลือกใช้สื่อที่ค่อนข้างครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายใน 3 ประเภทสื่อ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และ สื่อหนังสือพิมพ์ สำหรับ สื่อนิทรรศการ มีความครอบคลุมการใช้สื่อค่อนข้างน้อย ส่วน สื่อบุคคล พบยังไม่มีครอบคลุมในการใช้สื่อ ทั้งนี้ ระยะเวลาที่มีความครอบคลุมสูงสุดในทุกประเภทสื่อพบว่า อยู่ในช่วงเดือน มิถุนายน 2540 ซึ่งเป็นระยะกลางของการรณรงค์โครงการ



จากผลการศึกษาเรื่องการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า สื่อที่ใช้ส่วนใหญ่ ก่อนข้างมีความครอบคลุมในการใช้สื่อ แต่ไม่ครบทุกระยะของการรณรงค์ สำหรับ สื่อที่ไม่มีความครอบคลุม พบเป็นสื่อ นิทรรศการ และ สื่อบุคคล ทั้งนี้ การเลือกใช้สื่อต่างๆที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่า ก่อนข้างที่จะมีความหลากหลาย และผู้รับก่อนข้างจะเปิดกว้างกับสื่อทุกตัว ดังนั้น หากผู้รณรงค์เลือกใช้สื่อ เพื่อให้มีความครอบคลุมสูง ในทุกสื่อของการรณรงค์ ย่อมมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ได้มาก ดังนั้น การรณรงค์โครงการนี้ จะเห็นได้ว่า ผู้รณรงค์ได้พยายามวางแผนการใช้สื่อ เพื่อให้มีความครอบคลุม เพราะได้คำนึงถึงว่า หากเน้นใช้เพียงสื่อใดสื่อหนึ่ง ย่อมไม่สามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่วางไว้ได้ แต่โดยข้อเท็จจริง เมื่อได้ดำเนินการรณรงค์พบว่า ผู้รณรงค์ มีความจำเป็นต้องปรับลดการใช้สื่อบางประเภท ที่ปรากฏในแผนการใช้สื่อ โดยเฉพาะสื่อบุคคล จึงพบว่า สื่อบางประเภทของการรณรงค์ มีความครอบคลุมน้อย และ เป็นผลให้มีโอกาส เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ ได้น้อยตามไปด้วย

จากการสัมภาษณ์ คุณชนานันท์ คงธนาฤทธิ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด และเป็นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบกำกับดูแลการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ การวางแผนรณรงค์ ต้องการให้มีความครอบคลุมในทุกสื่อ เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยคำนึงถึงว่า หากเน้นสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงอย่างเดียว อาจไม่ครอบคลุม เพราะสื่อต่างๆที่มีการเลือกใช้กันอยู่ ก่อนข้างมีจำนวนมาก และ คนก่อนข้างที่จะเปิดกว้างกับสื่อทุกตัว แต่เนื่องจาก ทางบริษัทพบอุปสรรคในการดำเนินการหลายๆด้าน เช่น การลงพื้นที่ เพื่อใช้สื่อนิทรรศการ และการใช้สื่อบุคคล ดังนั้น จึงได้มีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ เพื่อให้เป็นสื่อที่มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือ มีความครอบคลุมในการใช้สื่อมากที่สุด ทั้งนี้ เป็นเพราะสื่อ โทรทัศน์ เป็นสื่อที่ก่อนข้างมีเครือข่ายมาก และเป็นสื่อที่ดึงดูดความสนใจได้มากกว่าสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ ยังได้เลือกใช้สื่อวิทยุ และ สื่อหนังสือพิมพ์ในจำนวนก่อนข้างมาก และ สม่่าเสมอ เพื่อให้เกิดความครอบคลุมในการใช้สื่อ และ ช่วยเสริมให้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ให้ได้มากที่สุด เนื่องจาก กลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้ ก่อนข้างกว้าง โดยเน้นไปที่ประชาชน ผู้คัดค้าน ประชาชนทั่วไป และ ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งศูนย์ฯ อยู่ด้วย ” (สัมภาษณ์, 29 ตุลาคม 2542)

โครงการโรงงานสี่เขียว

การแสดงผลเรื่องการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการณรงค์โครงการ  
โครงการโรงงานสี่เขียว สามารถแสดงรายละเอียดได้ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

**ตารางที่ 4.14 แสดงรายละเอียดการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย  
สำหรับการณรงค์ โครงการโรงงานสี่เขียว**

ระยะเวลา	ประเภทสื่อ				
	สื่อโทรทัศน์	สื่อวิทยุ	สื่อหนังสือพิมพ์	สื่อนิตรสาร	สื่อบุคคล
กุมภาพันธ์ 2542	0	/	0	0	0
มีนาคม 2542	0	/	0	0	0
เมษายน 2542	0	0	/	0	0
พฤษภาคม 2542	0	/	/	0	0
มิถุนายน 2542	0	0	/	0	0
กรกฎาคม 2542	0	0	/	0	0
สิงหาคม 2542	0	0	/	0	0
กันยายน 2542	0	0	0	0	0
ตุลาคม 2542	0	/	/	/	0
พฤศจิกายน 2542	0	/	/	/	0
ธันวาคม 2542	0	/	/	/	0

โครงการ โรงงานสีเขียว มีการเลือกใช้สื่อที่ค่อนข้างไม่ครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อประเภทเดียวที่พบว่า ค่อนข้างมีความครอบคลุม คือ สื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อวิทยุ และ สื่อ นิตยสาร พบยังไม่มีความครอบคลุมในการใช้สื่อ สำหรับ สื่อที่ไม่มีการเลือกใช้ เพื่อให้เกิด ความครอบคลุมในการใช้สื่อ พบว่าเป็นสื่อประเภท สื่อโทรทัศน์ และ สื่อบุคคล

จากผลการศึกษาเรื่องการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์ โครงการ โรงงานสีเขียว สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า สื่อที่ใช้ ค่อนข้างไม่มีความครอบคลุมในการใช้สื่อ โดยสื่อที่ พบว่า ค่อนข้างจะมีความครอบคลุมในการใช้สื่อ คือ สื่อหนังสือพิมพ์ แต่ก็ยังมีการใช้ไม่ ครบทุกระยะของการรณรงค์ สำหรับ สื่อวิทยุ พบว่ามีความครอบคลุมในการใช้สื่อ เฉพาะช่วงต้น และระยะสุดท้ายของการรณรงค์ ส่วน สื่อ นิตยสาร พบว่า โดยส่วนใหญ่ยังมีความครอบคลุม ในการใช้สื่อ ค่อนข้างน้อยเช่นกัน เนื่องจาก ผู้รณรงค์เลือกใช้สื่อประเภทนี้ เพื่อให้ครอบคลุม กลุ่มเป้าหมาย สำหรับโอกาสที่จะได้รับฟังข่าวสารเฉพาะระยะ 3 เดือนสุดท้ายของการรณรงค์ โครงการ ส่วน สื่อโทรทัศน์ และ สื่อบุคคล ไม่ปรากฏเรื่องความครอบคลุมการใช้สื่อ เนื่องจาก ไม่มีการใช้สื่อทั้งสองประเภท ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์โครงการ

จากการสัมภาษณ์ มล.อัจฉราพร ณ สงขลา กรรมการผู้จัดการ บริษัท อิมเมจพูล จำกัด ซึ่งเป็นผู้ที่วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ โครงการนี้ มีกลุ่มเป้าหมายที่ ค่อนข้างใหญ่มาก แต่ด้วยงบประมาณที่จำกัด และระยะเวลาในการรณรงค์ที่ค่อนข้างสั้น โดยมี ระยะเวลาเพียง 11 เดือน ซึ่งรวมระยะเวลาการประสานงาน และการจัดเตรียมรายละเอียดต่างๆ ตามแผนรณรงค์ ทำให้ไม่สามารถใช้สื่อในปริมาณที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดได้ แต่ทาง บริษัท ก็ได้คำนึงถึงการเลือกใช้สื่อวิทยุที่มีศักยภาพความครอบคลุมสูงสุด เพื่อให้มีโอกาสเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ และ สอดคล้องกับงบประมาณที่ได้รับด้วยแล้ว แต่หากโครงการ ได้รับงบประมาณที่มากพอ และมีระยะเวลาในการรณรงค์ที่ค่อนข้างต่อเนื่อง จะสามารถใช้สื่อ รณรงค์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ” (สัมภาษณ์, 20 กันยายน 2543)

การรณรงค์โครงการนี้ จะเห็นได้ว่า ผู้รณรงค์มีข้อจำกัดทั้งด้านงบประมาณ และ ระยะเวลาในการรณรงค์ ทำให้ไม่สามารถที่จะเลือกใช้สื่อให้เกิดความครอบคลุมได้ ทั้งที่เป็นการ รณรงค์ขนาดใหญ่ โดยมุ่งหวังให้ประชาชน หรือ ผู้บริโภคทั่วประเทศ รวมถึง ผู้ประกอบการมี

จิตสำนึก และ ความรับผิดชอบร่วมกันในการกำจัดกากสารพิษ สำหรับ สื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์ หากพบว่า มีความครอบคลุมการใช้สื่อน้อย ย่อมทำให้โอกาสการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้น้อย รวมถึง ทำให้โอกาสที่จะบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ ลดน้อยลงตามไปด้วย

### โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

การแสดงผลเรื่องการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถแสดงรายละเอียดได้ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

#### ตารางที่ 4.15 แสดงรายละเอียดการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

ระยะเวลา	ประเภทสื่อ				
	สื่อโทรทัศน์	สื่อวิทยุ	สื่อหนังสือพิมพ์	สื่อนิตยสาร	สื่อบุคคล
พฤศจิกายน 2542	0	/	/	/	/
ธันวาคม 2542	/	/	/	/	/
มกราคม 2543	0	/	/	/	/
กุมภาพันธ์ 2543	0	/	/	/	/
มีนาคม 2543	0	0	/	0	/
เมษายน 2543	0	0	0	/	/

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ พบการเลือกใช้สื่อที่ค่อนข้างครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายใน 3 ประเภทสื่อ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อหนังสือพิมพ์ และ สื่อนิตยสาร

สำหรับ สื่อวิทยุ พบมีความครอบคลุมการใช้สื่อค่อนข้างน้อย ส่วนสื่อที่ไม่มีการเลือกใช้ เพื่อให้เกิดความครอบคลุมในการใช้สื่อ พบว่าเป็น สื่อโทรทัศน์

จากผลการศึกษาเรื่องการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

โครงการนี้ พบว่า สื่อที่มีความครอบคลุมการใช้สื่อสูงสุด คือ สื่อบุคคล สำหรับสื่อประเภทเดียวที่ไม่มีความครอบคลุมการใช้สื่อ คือ สื่อโทรทัศน์ เนื่องจาก มีการใช้สื่อประเภทนี้เพียงครั้งเดียว เฉพาะในช่วงเดือนที่ 2 ของการรณรงค์ ส่วน สื่ออื่นๆที่ใช้ในการรณรงค์ ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิทรรศการ และ สื่อวิทยุ พบค่อนข้างมีความครอบคลุมในการใช้สื่อ แต่ยังไม่ครบทุกระยะของการรณรงค์ โดยสื่อวิทยุ มีความครอบคลุมการใช้สื่อน้อยกว่า สื่อหนังสือพิมพ์ และ สื่อนิทรรศการ

จากการสัมภาษณ์ คุณ วิรุฒิ สังฆพรหม กรรมการบริหารและผู้อำนวยการทั่วไป บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด และ เป็นผู้ที่วางแผนการรณรงค์โครงการนี้ ได้กล่าวว่า “ การใช้สื่อมีความครอบคลุม ไม่ครบทุกระยะของการรณรงค์ เนื่องจากพบปัญหาอุปสรรคในการใช้สื่อบางประเภท เช่น การใช้สื่อนิทรรศการควบคู่ไปกับการใช้สื่อบุคคลในการจัดสัมมนา พบว่าการเชิญผู้ประกอบการเข้าร่วมสัมมนา ยังไม่ค่อยได้รับการตอบรับ หรือ ให้ความสนใจเท่าที่ควร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ไปร่วมงาน ยังมีข้อซักถามค่อนข้างน้อย ดังนั้น ทางบริษัทจึงต้องปรับปรุง และ ใช้เวลาเตรียมการในการจัดสัมมนา และนิทรรศการในแต่ละครั้งค่อนข้างมากในช่วงหลัง จึงอาจเป็นผลให้สื่ออื่นๆ มีความครอบคลุมในการใช้สื่อน้อยตามไปด้วย ระยะเวลาในการรณรงค์โครงการนี้ ก็ค่อนข้างสั้น จึงไม่มีเวลามากพอที่จะใช้สื่อ เพื่อให้มีความครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด ได้ ดังนั้น ผมจึงได้เลือกใช้สื่อสารมวลชนเป็นหลัก รวมถึงใช้วิธีส่งข่าวให้สื่อมวลชน ซึ่งวิธีนี้ค่อนข้างสะดวกกว่าการจัดสัมมนามาก ส่วน สื่อโทรทัศน์ไม่สามารถกำหนดการใช้สื่อให้มีความครอบคลุมได้ ตามความต้องการ เพราะอยู่ในรูปแบบของการขอความร่วมมือจากสื่อมวลชน ” (สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2543)

การรณรงค์โครงการนี้ จะเห็นได้ว่า ยังพบสื่อบางประเภทของการรณรงค์ที่ไม่มีความครอบคลุมในการใช้สื่อตามเกณฑ์ และ แม้ในสื่อที่มีความครอบคลุมตามเกณฑ์ ก็ไม่มีความครอบคลุมในการเลือกใช้สื่อ ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์โครงการ โดยเป็นผลเนื่องมาจาก ข้อจำกัด



ทางด้านงบประมาณ และ ระยะเวลาที่ใช้ในการรณรงค์ เช่นเดียวกับกับโครงการโรงงานสีเขียว ทำให้ไม่สามารถที่จะเลือกใช้สื่อทุกประเภท ให้เกิดความครอบคลุมได้ ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์ ยกเว้นเพียงสื่อบุคคลที่พบว่า มีการใช้สื่อที่ครอบคลุมตามเกณฑ์ที่กำหนด ตลอดการรณรงค์ โครงการ ทั้งนี้ หากสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ มีความครอบคลุมในการใช้สื่อน้อย ย่อมมีโอกาสการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้น้อย และ ยังผลให้สามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ได้น้อยด้วย เช่นเดียวกันด้วย

**สรุปการวิเคราะห์เรื่องการใช้สื่อ เพื่อครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการรณรงค์**  
ทั้ง 3 โครงการ พบว่า สื่อที่ใช้โดยส่วนใหญ่ ก่อนข้างที่จะมีความครอบคลุมในการใช้สื่อ แต่ไม่ครบทุกระยะของการรณรงค์ ยกเว้นเพียงโครงการโรงงานสีเขียว ที่พบว่า สื่อที่เลือกใช้ในการรณรงค์ ก่อนข้างไม่มีความครอบคลุมในการใช้สื่อ โดยหากพิจารณาเป็นรายชื่อจะพบว่า สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิทรรศการ ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อที่มีความครอบคลุมเป็นบางช่วงเวลา ในขณะที่ สื่อบุคคล จะเป็นสื่อที่มีความครอบคลุมน้อย เนื่องจากมีการใช้สื่อเป็นเฉพาะบางช่วงของการรณรงค์ ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงการรณรงค์สร้างจิตสำนึก และการมุ่งหวังให้เปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค ดังเช่น โครงการโรงงานสีเขียว กลับไม่พบความครอบคลุมในการใช้สื่อบุคคลในการรณรงค์ ทำให้ไม่มีความครอบคลุมการใช้สื่อประเภทนี้ ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์โครงการ สำหรับสื่อโทรทัศน์ พบว่า เป็นสื่อที่มีความครอบคลุมในการใช้สื่อตามเกณฑ์มาก เฉพาะโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ส่วนอีก 2 โครงการ คือ โครงการโรงงานสีเขียว และโครงการโรงงาน ยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ พบไม่มีการเลือกใช้สื่อ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นผลเนื่องมาจากการได้รับงบประมาณการรณรงค์ที่น้อยกว่าโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม นั่นเอง

#### 4.4.5 การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร

การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารเป็นการกำหนดสื่อรณรงค์ที่ใช้ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการรณรงค์โครงการในแต่ละเรื่องที่เกี่ยวข้อง โดยการวิเคราะห์เรื่องการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารที่ใช้ในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้ง 3 โครงการ สามารถแสดงผลได้ในรูปแบบของตารางแสดงจำนวนร้อยละ และจำนวนการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารประเภทต่างๆ ทั้งนี้ โดยอาศัยข้อมูลที่เป็นไปตามแผนการใช้สื่อ ซึ่งได้ผ่านการพิจารณาร่วมกันในรายละเอียด ระหว่างคณะกรรมการตรวจการจ้างของกรมโรงงาน

อุตสาหกรรม และ ทีมงานของทางบริษัทผู้รับจ้าง ทำให้วัตถุประสงค์ของการเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารในแต่ละตอน ค่อนข้างมีความชัดเจน และ มีความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยผลของการวัดความน่าเชื่อถือ ได้เป็นไปตามหลักคำนวณของ Holsti (รายละเอียดของการคำนวณ ได้กล่าวถึงไว้ในบทที่ 3 หน้า 50) ด้วยแล้ว

### โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายของการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

- 1) การให้ประชาชนได้รับความรู้ และความเข้าใจเรื่องกากสารพิษ
- 2) การให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม
- 3) การให้ประชาชนไว้วางใจและเชื่อมั่นในการดำเนินการกำจัดกากอุตสาหกรรมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม
- 4) การให้ประชาชนได้เห็นถึงประสิทธิภาพและความปลอดภัยของเทคโนโลยีที่ใช้ในการกำจัดกากสารพิษ
- 5) การสร้างจิตสำนึก และความรับผิดชอบร่วมกันในการกำจัดกากสารพิษ

การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทั้งด้านกากสารพิษ และ การจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดผลในด้านการลดกระแสคัดค้านการจัดตั้งศูนย์ฯ
2. การสร้างจิตสำนึก และ ความตระหนักในด้านการกำจัดกากสารพิษ โดยให้กลุ่มเป้าหมาย ทั้งผู้ประกอบการมีจิตสำนึกที่ดี และ มีความรับผิดชอบที่จะนำกากสารพิษ ไปกำจัดอย่างถูกต้องที่ศูนย์ฯ และ ให้ประชาชนมีจิตสำนึกในเรื่องการกำจัดกากสารพิษในผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้อยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น ถ่านไฟฉาย หลอดไฟ แบตเตอรี่ โดยการนำไปทิ้งอย่างถูกต้อง และร่วม

รับผิดชอบในการสอดส่องดูแลการลักลอบทิ้งกากสารพิษอย่างไม่ถูกวิธี รวมถึง สนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์ เพื่อให้เกิดการกำจัดกากสารพิษอย่างถูกต้อง ตามหลักวิชาการด้วย

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

ประเด็นการสื่อสาร	สื่อโทรทัศน์		สื่อวิทยุ		สื่อหนังสือพิมพ์		สื่อ นิตยสาร		สื่อบุคคล	
	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ
1. การสร้างความรู้ความเข้าใจ	150	24.31	249	40.36	26	4.21	5	0.81	0	0.00
2. การสร้างจิตสำนึก และสร้าง ความตระหนัก	77	12.48	91	14.75	17	2.76	0	0.00	2	0.32
<b>รวม 617 100 %</b>	<b>227</b>	<b>36.79</b>	<b>340</b>	<b>55.11</b>	<b>43</b>	<b>6.97</b>	<b>5</b>	<b>0.81</b>	<b>2</b>	<b>0.32</b>

หมายเหตุ การแสดงผลในรูปแบบของตาราง สำหรับประกอบการวิเคราะห์เรื่อง การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์ โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม จะไม่นำการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องน้อย หรือ ไม่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการ มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้กรอบของการวิเคราะห์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม มีการเลือกใช้สื่อ กับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์โครงการ ดังนี้

1. ด้านการสร้างความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับกากสารพิษ และ การจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม พบว่า ผู้รณรงค์ มีการเลือกใช้สื่อวิทยุ มากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 40.36 ในการให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับของเสียอันตราย รองลงมาเป็น สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 24.31 สื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 4.21 และสื่อ นิตยสาร ร้อยละ 0.81 ของจำนวนรวมการใช้สื่อทั้งหมด โดยการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อ

หนังสือพิมพ์ และ สื่อนิทรรศการ มีเป้าหมายของการสื่อสาร เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ ความเข้าใจในเรื่องเดียวกัน กับการใช้สื่อวิทยุ ทั้งนี้ ไม่พบว่ามี การเลือกใช้สื่อบุคคล สำหรับ เป้าหมายของการสื่อสารประเภทนี้แต่อย่างใด

2. ด้านการสร้างจิตสำนึก และ ความตระหนักในด้านการกำจัดกากสารพิษ พบว่า ผู้รณรงค์มีการเลือกใช้สื่อวิทยุ มากเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 14.75 โดยมี เป้าหมายให้นำของเสียอันตรายไปบำบัดอย่างถูกต้อง รองลงมา เป็นสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 12.48 สื่อ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 2.76 และสื่อบุคคล ร้อยละ 0.32 ของจำนวนรวมการใช้สื่อทั้งหมด โดย เลือกใช้สื่อกับ เป้าหมายของการสื่อสารในลักษณะเดียวกัน ทั้งนี้ ไม่พบการเลือกใช้สื่อ นิทรรศการ สำหรับเป้าหมายในการสื่อสารประเภทนี้แต่อย่างใด

จากผลการศึกษาเรื่องการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารในการรณรงค์โครงการ จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

โครงการนี้มีการเลือกใช้สื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการสื่อสาร ทั้งด้าน การสร้างความรู้ ความเข้าใจ และ การสร้างจิตสำนึก ความตระหนัก โดยผ่านทางสื่อวิทยุมากเป็น อันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ และ สื่อหนังสือพิมพ์ ส่วน สื่อนิทรรศการ และ สื่อบุคคล แม้ผู้รณรงค์จะให้ความสำคัญในการเลือกนำมาใช้ในการรณรงค์ที่ค่อนข้างน้อยก็ตาม แต่ก็ยังพบ ความแตกต่างในการเลือกนำสื่อ ทั้ง 2 ประเภท มาใช้ในการรณรงค์ โดยพบว่า สื่อนิทรรศการ เป็น สื่อที่เลือกนำมาใช้ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการสื่อสารด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในขณะที่ เลือกใช้สื่อบุคคลกับเป้าหมายด้านการสร้างจิตสำนึก และ ความตระหนัก

สำหรับ การเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารในโครงการนี้ พบว่า มีการใช้ สื่อรณรงค์ทุกประเภท โดยมีเป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ มากกว่าที่จะสร้างจิตสำนึก และความตระหนัก ซึ่งวัตถุประสงค์ที่สำคัญของโครงการ ต้องการให้ประชาชนได้ตระหนักถึง ความ จำเป็นในการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม และ การสร้าง จิตสำนึก ความรับผิดชอบร่วมกันในการกำจัดกากสารพิษ แต่พบว่า มีการเลือกใช้สื่อจำนวนกว่า ครึ่งกับ เป้าหมายของการสื่อสารในด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ มากกว่าจะมุ่งสร้าง จิตสำนึก ความตระหนัก และ ด้านการเปลี่ยนความคิด ทิศนคติของกลุ่มผู้คัดค้านโครงการ ดังนั้น จึงมีแนวโน้มว่า โครงการนี้ยังมีเป้าหมายของการใช้สื่อ ที่ยังค่อนข้างไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของการรณรงค์โครงการ

## โครงการโรงงานสีเขียว

โครงการโรงงานสีเขียว ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายของการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

- 1) การสร้างจิตสำนึกที่ดีด้านการผลิตและการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 2) การสร้างความเข้าใจถึงวิธีการกำจัดขยะอุตสาหกรรมที่ถูกต้องแก่ประชาชน
- 3) การสร้างความเข้าใจเบื้องต้น ในหลักเศรษฐศาสตร์จัดการมลพิษโรงงาน
- 4) การให้กลุ่มเป้าหมาย เข้าใจรายละเอียดของโครงการรณรงค์

สำหรับการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ โครงการโรงงานสีเขียว สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. สร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการกำจัดขยะอุตสาหกรรมที่ถูกต้อง เพื่อเป็นผลเชื่อมโยงถึงเป้าหมายของการสื่อสารด้านการสร้างจิตสำนึกให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะในด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึง มีเป้าหมาย เพื่อจะสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องหลักเศรษฐศาสตร์ในการจัดการมลพิษโรงงาน ซึ่งจะเชื่อมโยงถึงการสร้างกิจกรรมการแลกซื้อผลิตภัณฑ์ในโครงการต่อไป

2. เผยแพร่ระยะเวลา และ รายละเอียดของกิจกรรมการรับแลกซื้อผลิตภัณฑ์ในโครงการ

3. สร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการผลิต และใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดวงจรในการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมีจิตสำนึกที่ดีต่อการผลิตสินค้าโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่วนผู้บริโภค หรือ ประชาชนก็มีจิตสำนึกที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ โดยจะต้องมีการแยกทิ้ง เพื่อส่งไปทำลายอย่างถูกต้อง ทั้งนี้ การรับคืนผลิตภัณฑ์อย่างเดียว อาจไม่เป็นแรงจูงใจที่มากพอ ผู้รณรงค์จึงต้องมีการกำหนดส่วนลดในการรับแลก เพื่อนำผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่กลับไปใช้ และ เพื่อให้เกิดการส่งผลิตภัณฑ์ชิ้นเดิมกลับไปทำลายอย่างถูกต้อง สำหรับ การกำหนดกิจกรรมการรับแลกซื้อผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่า



การรณรงค์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนักว่า ผลกระทบเหล่านี้ เมื่อหมดอายุการใช้งานแล้ว จัดเป็นขยะอันตรายประเภทหนึ่ง ซึ่งต้องมีการคัดแยก เพื่อนำไปกำจัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการด้วยนั่นเอง

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละ การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์โครงการ โรงงานสีเขียว

ประเด็นการสื่อสาร	สื่อโทรทัศน์		สื่อวิทยุ		สื่อหนังสือพิมพ์		สื่อนิตรรศการ		สื่อบุคคล	
	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ
1. การสร้างความรู้ความเข้าใจ	0	0.00	42	9.52	4	0.91	3	0.68	0	0.00
2. การเผยแพร่กิจกรรมของโครงการ	0	0.00	60	13.60	13	2.95	0	0.00	0	0.00
3. การสร้างจิตสำนึก และสร้างความตระหนัก	0	0.00	312	70.75	7	1.59	0	0.00	0	0.00
<b>รวม 441 100 %</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>414</b>	<b>93.87</b>	<b>24</b>	<b>5.45</b>	<b>3</b>	<b>0.68</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>

โครงการ โรงงานสีเขียว มีการเลือกใช้สื่อ กับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์โครงการ ดังนี้

1. ด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการกำจัดขยะอุตสาหกรรม พบว่าผู้รณรงค์มีการเลือกใช้สื่อวิทยุ มากเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 9.52 ในการให้เห็นถึงหลายๆวิธีการในการกำจัดขยะอุตสาหกรรมอย่างปลอดภัย รองลงมาเป็น สื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 0.91 และสื่อนิตรรศการ ร้อยละ 0.68 โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ ความเข้าใจในตนเองเดียวกัน ทั้งนี้ ไม่พบการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคล สำหรับเป้าหมายของการสื่อสารประเภทนี้

2. ด้านการเผยแพร่ระยะเวลา และ รายละเอียดของกิจกรรม พบว่า ผู้รณรงค์ มีการเลือกใช้สื่อวิทยุมากเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 13.60 ในการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการแลกซื้อผลิตภัณฑ์ในโครงการ รองลงมา ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 2.95 โดยเลือกใช้สื่อ กับเป้าหมายของการสื่อสารในลักษณะเดียวกัน สำหรับ สื่อโทรทัศน์ สื่อนิตรสาร และสื่อบุคคล ไม่พบการเลือกใช้ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการสื่อสารประเภทนี้

3. ด้านการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการผลิต และ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้รณรงค์มีการเลือกใช้สื่อวิทยุมากเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน คิดเป็น ร้อยละ 70.75 ในการให้ส่งของเสีย เพื่อไปกำจัดอย่างถูกต้อง รองลงมาเป็น สื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 1.59 ของจำนวนรวมการใช้สื่อทั้งหมด โดยมีเป้าหมายของการสื่อสารในลักษณะเดียวกัน ทั้งนี้ ไม่พบการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อนิตรสาร และสื่อบุคคล สำหรับเป้าหมายในการสื่อสารประเภทนี้ แต่อย่างใด

จากผลการศึกษาเรื่องการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร ในการรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

โครงการนี้ มีการเลือกใช้สื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการสื่อสาร ทั้งด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการเผยแพร่กิจกรรมของโครงการ รวมถึง การสร้างจิตสำนึกให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านทางสื่อวิทยุ มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ สำหรับ สื่อนิตรสาร พบเป็นสื่อที่มีความแตกต่างในการเลือกนำมาใช้ โดยนำไปใช้ให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการสื่อสาร เฉพาะด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทั้งนี้ ยังเป็นสื่อที่มีการเลือกใช้ในการรณรงค์น้อยที่สุดอีกด้วย

สำหรับ การรณรงค์โครงการนี้ พบว่า มีการเลือกใช้สื่อวิทยุ กับเป้าหมายของการสื่อสารด้านการสร้างจิตสำนึก และ ความตระหนักมากกว่าการสร้างความรู้ ความเข้าใจ สำหรับ สื่อหนังสือพิมพ์ พบมีการเลือกใช้ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการสื่อสารในด้านการเผยแพร่กิจกรรมของโครงการ มากกว่าการสร้างความรู้ความเข้าใจ และการสร้างจิตสำนึกและความตระหนัก

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายของการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

- 1) การให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมได้รับรู้และเข้าใจเรื่องความปลอดภัยโรงงาน
- 2) การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย
- 3) การหาแนวร่วมผลักดันให้เกิดกระแสความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม และความ  
ปลอดภัย
- 4) การสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในภารกิจด้านดูแลสิ่งแวดล้อม และความ  
ปลอดภัย  
โรงงาน ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

สำหรับการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. การสร้างความรู้ ความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยในโรงงาน มีเป้าหมายเพื่อให้  
ความรู้ ข้อมูลโดยทั่วไปเกี่ยวกับความปลอดภัยในโรงงาน รวมถึง ให้เข้าใจถึงความจำเป็นใน  
การป้องกัน เพื่อให้เกิดความปลอดภัย และ นำไปสู่การสร้างจิตสำนึกที่ดีในด้านความปลอดภัย  
ต่อไปด้วย

2. การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย มุ่งเน้นให้เกิดการป้องกัน  
โดยชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับในระยะยาว เพื่อลดการสูญเสีย แม้จะต้องมีความ  
จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในบางส่วนบ้างก็ตาม

3. เผยแพร่ภารกิจของกรมโรงงานอุตสาหกรรมด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม และ  
ความปลอดภัยในโรงงาน โดยมีเป้าหมายเพิ่มเสริมกับเป้าหมายของการสื่อสาร ด้านการสร้าง  
ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัยโรงงาน โดยเมื่อเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องแล้ว หากได้  
รับทราบภารกิจที่ชัดเจนของหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลในเรื่องนี้โดยตรงด้วย ก็จะได้ภาพที่ชัดเจน  
มากยิ่งขึ้นด้วย

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนร้อยละ การใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์  
โครงการ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ

ประเด็นการสื่อสาร	สื่อโทรทัศน์		สื่อวิทยุ		สื่อหนังสือพิมพ์		สื่อนิตรรศการ		สื่อบุคคล	
	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ ร้อยละ	จำนวน (ตอน)	ร้อยละ ร้อยละ
1. การสร้างความรู้ความเข้าใจ	1	0.22	300	65.50	0	0.00	5	1.09	0	0.00
2. การสร้างจิตสำนึก และสร้างภาพลักษณ์	0	0.00	75	16.38	4	0.87	0	0.00	6	1.31
<b>รวม 458 100 %</b>	<b>1</b>	<b>0.22</b>	<b>489</b>	<b>95.86</b>	<b>7</b>	<b>1.52</b>	<b>5</b>	<b>1.09</b>	<b>6</b>	<b>1.31</b>

หมายเหตุ การแสดงผลในรูปแบบของตาราง สำหรับประกอบการวิเคราะห์เรื่องการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ จะไม่นำการใช้สื่อกับเป้าหมายการสื่อสารอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องน้อย หรือ ไม่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการ มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้กรอบของการวิเคราะห์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ มีการเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร สำหรับการรณรงค์โครงการ ดังนี้

1. ด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความปลอดภัยในโรงงาน พบว่า ผู้รณรงค์มีการเลือกใช้สื่อวิทยุ มากเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 65.50 ในการให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องเสริมสร้างความปลอดภัยในโรงงาน รองลงมาเป็นสื่อนิตรรศการ ร้อยละ 1.09 ทั้งนี้ พบว่ามีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์น้อยที่สุด เพียงร้อยละ 0.22 ของจำนวนรวมการใช้สื่อทั้งหมด โดยมีเป้าหมายของการสื่อสารในลักษณะเดียวกัน นอกจากนี้ ยังไม่มีการเลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์ และ สื่อบุคคล สำหรับเป้าหมายของการสื่อสารประเภทนี้ด้วย

2. ด้านการสร้างจิตสำนึกสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย พบว่า ผู้รณรงค์มีการเลือกใช้สื่อวิทยุ มากเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 16.38 ในการสร้างจิตสำนึก เพื่อให้เกิดการนำเทคโนโลยีที่สะอาดไปใช้ เพื่อลดปริมาณของเสีย และ นำการประเมินความเสี่ยง ไปใช้ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในโรงงาน รองลงมาเป็นสื่อบุคคล ร้อยละ 1.31 และ สื่อหนังสือพิมพ์

ร้อยละ 0.87 ของจำนวนรวมการใช้สื่อทั้งหมด โดยเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายการสื่อสารในลักษณะเดียวกัน ทั้งนี้ ไม่พบการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ และ สื่อนิทรรศการ สำหรับเป้าหมายในการสื่อสารประเภทนี้ แต่อย่างใด

3. การเผยแพร่ภารกิจด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของกรมโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า ผู้รณรงค์มีการเลือกใช้สื่อวิทยุมากเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 13.97 ในการเผยแพร่การดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย รองลงมา ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 0.66 ในการเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารในลักษณะเดียวกัน ทั้งนี้ ไม่พบการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อนิทรรศการ และสื่อบุคคล สำหรับเป้าหมายของการสื่อสารในประเภทนี้แต่อย่างใด

จากผลการศึกษาเรื่องการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารในการรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

โครงการนี้มีการใช้สื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการสื่อสาร ทั้งด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ การสร้างจิตสำนึก และ การเผยแพร่ภารกิจของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยโรงงาน ส่วน สื่อที่เลือกใช้ เป็นลำดับรองลงมา พบความแตกต่างในการเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารแต่ละประเภท โดยพบว่า ด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ สื่อที่เลือกใช้ลำดับรองลงมา ได้แก่ สื่อนิทรรศการ และ สื่อโทรทัศน์ ส่วนด้านการสร้างจิตสำนึก พบสื่อที่ใช้เป็นลำดับรองลงมา ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ทั้งนี้ ด้านการเผยแพร่ภารกิจด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย พบสื่อที่เลือกใช้เป็นลำดับรองลงมา เพียงสื่อเดียว คือ สื่อหนังสือพิมพ์

โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ พบว่า มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยในโรงงาน ให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม แต่พบว่า มีการใช้สื่อจำนวนกว่าครึ่ง ในประเด็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ มากกว่าจะมุ่งสร้างจิตสำนึกให้กลุ่มเป้าหมาย หรือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ดังนั้น โครงการนี้ จึงยังมีการใช้สื่อกับประเด็นการสื่อสาร ซึ่งค่อนข้างไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ



สำหรับเป้าหมายของการสื่อสารในโครงการนี้ พบว่า มีการใช้สื่อรณรงค์ โดยมีเป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ มากกว่าการสร้างจิตสำนึกในด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย ซึ่งวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการรณรงค์ มุ่งที่จะสร้างจิตสำนึกและหาแนวร่วมที่จะผลักดันให้เกิดกระแสความร่วมมือในด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย ดังนั้น จึงมีแนวโน้มว่าโครงการนี้ ยังมีเป้าหมายของการใช้สื่อ ที่ค่อนข้างไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการรณรงค์

**สรุปวิเคราะห์ภาพรวมของการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร** สำหรับการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้ง 3 โครงการ พบว่า มีการเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อ

สารทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ทั้งด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการสร้างจิตสำนึก ความตระหนัก โดยผ่านทางสื่อวิทยุมากเป็นอันดับหนึ่งเช่นเดียวกัน ส่วนสื่ออื่นๆ ที่มีความสำคัญลำดับรองลงมา พบว่า มีการเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันไปตามความประสงค์ของผู้รณรงค์ และวัตถุประสงค์ของโครงการ ทั้งนี้ พบว่า ประเด็นการสื่อสารด้านการสร้างจิตสำนึก และ ความตระหนักโดยส่วนใหญ่ มีการเลือกใช้สื่อบุคคล แต่ยังมีการใช้สื่อในจำนวนที่ค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ ยังพบว่า โครงการโรงงานสีเขียว ไม่มีการเลือกใช้สื่อประเภทนี้ เพื่อให้เหมาะสมกับประเด็นการสื่อสารด้านการสร้างจิตสำนึกในการรณรงค์อีกด้วย

สำหรับการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสารในการรณรงค์ทุกโครงการ พบว่า มีการใช้สื่อกับเป้าหมายของการสร้างความรู้ ความเข้าใจ มากที่สุดในการรณรงค์ โดยพบว่า ประเด็นการ สื่อสารด้านการสร้างจิตสำนึก เป็นประเด็นสำคัญที่มีการใช้สื่อเป็นลำดับรองลงมา ซึ่งยังค่อนข้างไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการ ที่ต้องการสร้างจิตสำนึก และ ความตระหนักให้กับกลุ่มเป้าหมาย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อประเมินประสิทธิภาพแผนงานการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้สื่อ และ เนื้อหาสาร เพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อม ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ แผนรณรงค์ หนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลในฐานะเป็นกลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลัก (key-informants) ได้แก่ นักบริหาร และ เจ้าหน้าที่ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึง ผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่ของบริษัทผู้รับจ้าง หรือ บริษัทที่ปรึกษา ซึ่งรับผิดชอบเกี่ยวกับการรณรงค์ให้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึง แหล่งข้อมูลที่เป็นสื่อ ได้แก่ วิทยุทัศน์ แถบบันทึกเสียง แผ่นพับ โปสเตอร์ สติกเกอร์ และจุดสารต่างๆ

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการใช้สื่อ เพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของโครงการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้ง 3 โครงการ ผู้วิจัยได้ใช้ปัจจัยด้านแหล่งสาร เนื้อหาสาร รูปแบบสาร และ ช่องทางการสื่อสาร เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการใช้สื่อ เพื่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า

1. การคัดเลือกแหล่งสารที่ใช้ในการรณรงค์ พบว่า ได้กำหนดขึ้นจากเหตุผล และความจำเป็นจากทางด้านฝ่ายของผู้รณรงค์เป็นสำคัญ โดยแหล่งสารจะต้องเป็นผู้ที่สามารถให้ ข้อมูล และ รายละเอียดเกี่ยวกับการรณรงค์ของโครงการได้เป็นอย่างดี สำหรับในแนวทางปฏิบัติ ทางบริษัทที่รับจ้างรณรงค์ จะเป็นผู้กำหนดแหล่งสาร และ นำเสนอขอความเห็นชอบผ่านทาง คณะกรรมการตรวจการจ้างที่ได้รับการแต่งตั้งจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม ดังนั้น ผลการวิจัย จึงพบว่า มีการเลือกใช้แหล่งสารที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐมากที่สุดในการรณรงค์แต่ละโครงการ เนื่องจาก ต้องผ่านความเห็นชอบจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งเป็นเจ้าของโครงการก่อน สำหรับ ประเภทของแหล่งสารที่ให้ความสำคัญในการเลือกใช้ ลำดับรองลงมา คือ แหล่งสารที่มีความ น่าเชื่อถือ โดยแหล่งสารประเภทนี้ ทางกรมโรงงานอุตสาหกรรม ยังคงมีบทบาทสำคัญในการ กำหนดการเลือกใช้แหล่งสารอยู่ด้วยเช่นกัน โดยเลือกพิจารณาจากประสบการณ์ หรือ ความ เชี่ยวชาญในวิชาชีพเป็นสำคัญ เช่น เป็นนักบริหาร หรือ ที่ปรึกษาของหน่วยงาน รวมถึง พิจารณา จากคุณสมบัติที่แสดงถึงความ เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา เช่น กลุ่มนักวิชาการที่ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ เช่น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เป็นต้น สำหรับ แหล่งสารที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียง พบการเลือกนำมาใช้ที่ ค่อนข้างน้อยในทุก โครงการ ทั้งนี้ ยังพบความคล้ายคลึงกันในการเลือกใช้แหล่งสารที่เป็น นักการเมือง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกรมโรงงานอุตสาหกรรม หรือ ๗พบ๗ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหลัก สำหรับแหล่งสารประเภทบุคคลที่มีชื่อเสียง ด้วย

ผลการวิจัย ยังพบว่า การเลือกใช้แหล่งสารเฉพาะนักบริหาร และ นักวิชาการ ภายในหน่วยงานที่รณรงค์ รวมถึง บุคคลมีชื่อเสียงที่มีความเกี่ยวข้องในการกำกับดูแลหน่วยงานที่ รณรงค์ ตลอดระยะเวลาที่รณรงค์โครงการ ได้ส่งผลให้มีความหลากหลายในการใช้แหล่งสาร ค่อนข้างน้อย รวมถึง มีการเลือกใช้แหล่งสารจากหน่วยงาน หรือ องค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องค่อนข้าง น้อยด้วยเช่นกัน

จากแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ ได้ให้แนวทางการกำหนดด้านแหล่งสารไว้โดย กล่าวไว้ว่า แหล่งสารนั้น จะต้องมีความน่าเชื่อถือ มีความดึงดูดใจ หรือ สามารถตรึงผู้รับสารให้ หยุดฟังด้วยความตั้งใจ และใช้สารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสาร ซึ่งการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า ได้มีการกำหนดเลือกใช้แหล่งสารจากทางด้านผู้รณรงค์เป็น สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อแนวโน้มที่ทำให้ไม่มีความดึงดูดใจต่อกลุ่มเป้าหมาย หรือ กลุ่มเป้าหมายอาจให้

ความสนใจน้อย แม้จะถูกกำหนดแล้วว่า เป็นแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือก็ตาม ดังนั้น จึงมีแนวโน้มที่ยากต่อการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสาร และ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่โครงการณรงค์แต่ละโครงการมุ่งหวัง ทั้งนี้ พบว่า แหล่งสารได้สื่อสารประเด็นที่อยู่นอกเหนือโครงการค่อนข้างมาก จึงมีแนวโน้มที่จะใช้สารที่ไม่มี ความคล้ายคลึงกับผู้รับสาร หรือไม่สามารถตรึงผู้รับสารให้หยุดฟังด้วยความตั้งใจ ดังจะได้กล่าวถึงรายละเอียดเรื่องนี้อีกครั้ง ในการวิเคราะห์เนื้อหาสาร ซึ่งอยู่ในหัวข้อถัดไป

2. การกำหนดเนื้อหาสารในแต่ละตอน ได้มีการพิจารณาปรึกษาร่วมกันกับทางคณะกรรมการตรวจการจ้าง ซึ่งกรมโรงงานอุตสาหกรรมเป็นผู้พิจารณาแต่งตั้ง ดังนั้น เนื้อหาสารต่างๆ ที่นำมาใช้ในการณรงค์ จะเห็นได้ว่า กรมโรงงานอุตสาหกรรม ยังคงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดเนื้อหาสารของการณรงค์อยู่ด้วย โดยที่บริษัทผู้รับจ้าง มีความจำเป็นที่จะต้องเลือกใช้ เนื้อหาสารที่ผ่านความเห็นชอบจากทางหน่วยงาน หรือ คณะกรรมการตรวจการจ้าง ซึ่งมักเป็นกลุ่มนักวิชาการของกรมโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อที่จะไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการตรวจรับงาน และ การรับเงินงวดค่าจ้าง ดังนั้น จึงจะเห็นได้ว่า เนื้อหาสารที่ใช้ ค่อนข้างมีการใช้ภาษาที่เป็นทางการ โดยมีการเลือกใช้ศัพท์เทคนิควิชาการค่อนข้างมากในเนื้อหาสารที่ใช้รณรงค์ ซึ่งเนื้อหาสารในลักษณะเช่นนี้ ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ และ เข้าใจของกลุ่มเป้าหมายด้วย ดังเช่น การรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายของโครงการเป็นกลุ่มชาวบ้านซึ่งอยู่ในพื้นที่ที่มีการคัดค้านโครงการ และ มีวุฒิการศึกษาน้อย เมื่อกลุ่มชาวบ้าน สามารถทำความเข้าใจในเนื้อหาสารได้น้อย หรือ ไม่มีความเข้าใจในเรื่องที่รณรงค์เพียงพอ ย่อมทำให้ความวิตกกังวล และ ความหวาดกลัวเกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จาก อุตสาหกรรม และ ของเสียอันตราย ยังคงมีอยู่ต่อไป และส่งผลให้เกิดการคัดค้านอย่างต่อเนื่องด้วย

ผลการวิจัย ยังพบว่า เนื้อหาสารที่มาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้นำเสนอ มักมีความเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ค่อนข้างน้อย เนื่องจาก ผู้ให้สัมภาษณ์ มักจะสนทนาให้หัวข้อที่ตนเองมีความชำนาญ หรือ มีความเชี่ยวชาญ เช่น การรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ซึ่งมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากกรมเจ้าท่า มาให้สัมภาษณ์ ในหัวข้อ “การจัดการคราบน้ำมันในทะเล” ซึ่งเป็นประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาสารโดยตรงของการรณรงค์ ซึ่งต้องการสื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นถึงความจำเป็นในการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม เป็นต้น

การรณรงค์โครงการ มีแนวโน้มในการเลือกใช้เนื้อหาสารในลักษณะของการให้ข้อมูล เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย มากกว่าการเลือกใช้เนื้อหาสารในลักษณะการ

เร้าอารมณ์ หรือ กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกนึกคิด ทั้งนี้ เมื่อไม่สามารถที่จะส่งสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการคิดได้ ย่อมจะส่งผลให้ผู้รับสาร มีแนวโน้มที่จะไม่คิดพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับตัวสาร แม้ว่า ผู้รณรงค์จะได้ใช้เวลาที่เพียงพอในการสื่อสารแต่ละครั้งแล้วก็ตาม ดังเช่น การรณรงค์โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และ ความปลอดภัย แต่แนวโน้มการเลือกใช้นโยบายของโครงการ พบว่าเป็นในลักษณะของการให้ข้อมูล โดยเลือกใช้ศัพท์เทคนิควิชาการค่อนข้างมากในเนื้อหาที่รณรงค์ จึงมีแนวโน้มที่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไป จะไม่เข้าใจในเนื้อหาที่ได้ทำการสื่อสาร ซึ่งอาจส่งผลให้ไม่สามารถนำไปสู่ความสนใจ และการยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึง สามารถสร้างจิตสำนึกได้ ตามกำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการนั้น แม้จะพอสามารถเข้าใจในเนื้อหาสารได้ เนื่องจาก เป็นเรื่องที่มีความคุ้นเคยในการประกอบกิจการอยู่บ้าง เช่น เรื่องที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิตและความปลอดภัยในโรงงาน แต่หากเนื้อหาสารขาดแรงจูงใจในการกระตุ้นผู้ประกอบการ ให้เกิดความคิดที่จะป้องกัน และ ปรับปรุง ก่อนการแก้ไขปัญหา เช่น เรื่องการป้องกันอุบัติเหตุในโรงงาน ซึ่งโดยข้อเท็จจริงแล้วต้องยอมรับว่า การป้องกันต่างๆ นั้น บางครั้งจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือ หรือ ฝึกอบรมบุคลากรด้วย ดังนั้น หากไม่สามารถโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายได้ ก็ยังคงมี แนวโน้มที่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการ จะยังคงประกอบกิจการในลักษณะที่เสี่ยงต่ออุบัติเหตุ หรือ ขาดความระมัดระวังในการประกอบกิจการอยู่เช่นเดิม ซึ่งส่งผลทำให้เกิดอุบัติเหตุขึ้นบ่อยครั้ง ดังที่ปรากฏเป็นข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์อยู่เป็นประจำนั่นเอง

การกำหนดเนื้อหาสาร นั้น มักพบปัญหาอุปสรรคในช่วงระยะแรกของการรณรงค์ ซึ่งทางบริษัทผู้รับจ้างรณรงค์ ต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษารายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการก่อน เนื่องจาก ไม่มีความคุ้นเคยในเรื่องที่รณรงค์ และ ยังต้องเตรียมงานส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมรณรงค์ รวมถึง บางโครงการยังต้องดำเนินโครงการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปด้วย ดังนั้น จึงส่งผลกระทบต่อการจัดเตรียมเนื้อหาสื่อ และ การใช้สื่อของการรณรงค์ด้วย

การวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ใช้รณรงค์ทุกโครงการของกรมโรงงานอุตสาหกรรมพบว่า มีลักษณะที่เด่นชัด 2 ประการ คือ เป็นเนื้อหาสารด้านการให้ความรู้เป็นสำคัญ รวมถึง มีเนื้อหาสารที่เป็นลักษณะกึ่งโน้มน้าว กึ่งให้ความรู้ ทำให้เนื้อหาสารที่เลือกใช้ มีลักษณะของการเสริมสร้างทัศนคติ ซึ่งมีแนวโน้มนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมได้ค่อนข้างน้อย



เนื่องจาก เนื้อหาสารของการรณรงค์ ได้เน้นสร้างความรู้ มากกว่าการสร้างทัศนคติ ดังนั้น จึงทำให้ได้ภาพที่ไม่ฝังลึกเพียงพอที่จะทำให้สังคมเกิดความตระหนัก และ เกิดการผลักดันกันเอง ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเวลาต่อมา ทั้งนี้ การกำหนดเนื้อหาสารที่ใช้รณรงค์โดยส่วนใหญ่ ยังมีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารน้อย ทำให้ผู้รับสารมีความต้องการข้อมูล และ การรู้คิคน้อย รวมถึง มีแนวโน้มที่ผู้รับสารจะไม่คิดพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบเกี่ยวกับตัวสาร ทำให้โอกาสการเกิดพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ของโครงการเกิดขึ้นได้น้อยด้วยเช่นเดียวกัน สำหรับในบางโครงการ เช่น โครงการโรงงานสีเขียว แม้จะมีโอกาสการเกิดพฤติกรรมได้มากกว่า เนื่องจาก ผู้รณรงค์ ได้พยายามสร้างแรงจูงใจในลักษณะการให้ส่วนลดสินค้า โดยให้กลุ่มเป้าหมาย หรือ ผู้บริโภคนำถ่านไฟฉาย และหลอดไฟฟลูออเรสเซนต์ที่ใช้แล้ว มาแลกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ในราคาส่วนลดพิเศษ เพื่อนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไปกำจัดอย่างถูกวิธี จึงมีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้รับสาร พิจารณาเนื้อหาสาร และ มีความต้องการที่อยากจะได้ข้อมูล รวมถึง มีโอกาสที่จะเกิดพฤติกรรมได้มาก แต่ทั้งนี้ กลับพบว่า เนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ ยังไม่สามารถสร้างแรงจูงใจต่อผู้รับสาร ให้มีแนวโน้มที่จะพิจารณาสารอย่างละเอียดรอบคอบ จึงทำให้มีโอกาสดังกล่าวเกิดขึ้นได้น้อยด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ ผลการวิจัย ยังพบว่า เนื้อหาสารมักจะได้รับการออกแบบ ให้เป็นในลักษณะของการให้ข้อมูล เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ มากกว่าการสร้างจิตสำนึก ดังนั้น รูปแบบสารที่เลือกใช้โดยส่วนใหญ่ จึงมีความสอดคล้องกัน โดยมักกำหนดเป็นรูปแบบสารเน้นย้ำ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ มากกว่า รูปแบบสารเร้าความกลัว หรือ กระตุ้นเร้าอารมณ์ความสนใจ ทำให้สื่อส่วนมาก ยังขาดความดึงดูดใจ และมีรูปแบบไม่น่าสนใจ ทำให้ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม ตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการได้ค่อนข้างน้อย สำหรับ รูปแบบสารที่ไม่พบการเลือกใช้ในการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทุกโครงการ พบว่า เป็นรูปแบบสารที่มีความซับซ้อน โดยผู้รณรงค์ได้ให้เหตุผลในทิศทางที่ตรงกันว่า เนื้อหาที่รณรงค์นั้น ค่อนข้างเป็นเรื่องเทคนิควิชาการ และ ยากต่อการทำความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย หรือ ผู้รับสารอยู่แล้ว ดังนั้น หากมีการเลือกรูปแบบสารที่มีความซับซ้อน จะยิ่งเพิ่มความยากในการทำความเข้าใจให้กับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นด้วย ทั้งนี้ ผู้วางแผนรณรงค์ ยังมีความคาดหวังที่ต้องการเห็นผลของการรณรงค์ที่ค่อนข้างเร็ว ประกอบกับเนื้อหาที่รณรงค์แต่ละโครงการ เน้นเรื่องสร้างความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการรักษาสีเขียว รวมถึง ประเด็นที่เป็นเชิงเทคนิควิชาการ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำไปสู่การเรียนรู้ และสร้างความตระหนักได้ จึงจำเป็นที่จะต้องวางรูปแบบสารในลักษณะที่ไม่ซับซ้อน และ ยากต่อการทำความเข้าใจด้วย

จากการเปรียบเทียบแนวคิดแบบ Message-Based Models ที่ให้ความสำคัญในเรื่องตัวสาร ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และ ยังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา ได้พบว่า แบบจำลองของ Elaboration Likelihood Model อธิบายในแง่กระบวนการของผู้รับสารไว้ว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสารที่มีลักษณะโน้มน้าวใจอย่างไร โดยเบื้องต้นนั้น พบว่ามีอยู่ 2 เส้นทาง คือ central route ซึ่งเป็นเส้นทางที่ผู้รับสารมี แนวโน้มจะพิจารณาสารอย่างละเอียดรอบคอบมาก เมื่อประเด็นการสื่อสารเกี่ยวข้องกับปัจเจกบุคคลหรือผู้รับสาร ผู้รับสารมีความต้องการอยากได้ข้อมูล และมีเวลาเพียงพอที่จะพิจารณาเกี่ยวกับตัวสาร สำหรับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ผ่านทางเส้นทางนี้ พบว่า จะอยู่ได้ยิ่งยืนกว่า และมีโอกาสที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมได้มากกว่า ส่วน peripheral route นั้น เป็นเส้นทางที่จะเกิดขึ้นในสถานะที่ผู้รับสารไม่มีความคิดพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับตัวสาร หรือ ประเด็นที่การสื่อสารมีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารน้อย ทำให้ผู้รับสารมีความต้องการข้อมูลน้อย ต้องการรู้คติน้อย ทั้งนี้ จากผลการวิจัย พบว่า เนื้อหาสารที่ใช้ในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่ มีแนวโน้มที่จะนำไปสู่เส้นทางที่ผู้รับสารอยู่ในสถานะที่ไม่มีความคิดพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับตัวสาร (peripheral route processing) เนื่องจาก ประเด็นที่สื่อสาร ยังมีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารน้อย จึงทำให้มีแนวโน้มที่ผู้รับสารจะต้องการการรู้คติน้อย รวมถึง มีความต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการที่รณรงค์น้อยอีกด้วย

จากแนวคิดที่เกี่ยวกับการรณรงค์ ยังได้ให้แนวทางการกำหนดรูปแบบสารไว้ด้วย โดยกล่าวว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะก่อทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสารได้ หากมีการกำหนดรูปแบบสาร เช่น การใช้สารเน้นย้ำ การใช้สารที่มีความซับซ้อน หรือ เป็นการใช้สารเร้าความกลัว เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ผู้รณรงค์ได้ให้ความสำคัญในการเลือกใช้รูปแบบสารในลักษณะเน้นย้ำมาก เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาสารที่เป็นในลักษณะให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องที่รณรงค์ด้วยนั่นเอง สำหรับ การเลือกใช้รูปแบบสารในลักษณะดังกล่าว ได้ส่งผลให้มีการเลือกใช้รูปแบบสารประเภทอื่น ค่อนข้างน้อย เช่น รูปแบบสารเร้าความกลัว รวมถึง ไม่มีการเลือกใช้รูปแบบสารที่มีความซับซ้อนในการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้ง 3 โครงการ ด้วย

3. แผนการรณรงค์ พบว่า กรมโรงงานอุตสาหกรรม ได้มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้กำหนดกรอบแนวความคิดไว้ให้ โดยประเด็นรายละเอียด และ หัวข้อที่จะทำการรณรงค์ ได้มี

การศึกษาร่วมกันกับทางบริษัทที่ปรึกษา ซึ่งจะเห็นได้ว่า สถานการณ์รณรงค์ที่กำหนด อาจมีความจำเป็นน้อยต่อการรณรงค์ได้ เนื่องจาก แนวทางเรื่องที่รณรงค์ ได้ถูกกำหนดจากฝ่ายของผู้ทำการรณรงค์เพียงด้านเดียว ทั้งนี้ ผลจากการวิจัย ยังพบว่า การวางแผนการใช้สื่อ (Media Planning) ยังมีลักษณะของการวางแผนการใช้สื่อที่แท้จริงอยู่น้อยมาก และยังมีกรณีที่จ้างบริษัทเอกชนเป็นผู้ดำเนินการให้ ทั้งนี้ พบสาเหตุสำคัญ ดังนี้ คือ 1) บุคลากรของกรมโรงงานอุตสาหกรรมยังขาดความรู้ ประสบการณ์ในการวางแผนการใช้สื่อ และการใช้สื่อผสมน้อยมาก ดังจะเห็นได้ว่า เมื่อหน่วยงานต้องใช้สื่อในลักษณะของการใช้สื่อผสม จะต้องว่าจ้างบริษัทเอกชนแทบทั้งสิ้น สำหรับการใช้อินเตอร์เน็ตสื่อผสมนี้ พบว่า ต้องใช้งบประมาณสูงในการรณรงค์ ดังนั้น หน่วยงานที่มีงบประมาณน้อย และได้รับการจัดสรรงบประมาณไม่แน่นอน เช่นนี้ ยังจะไม่สามารถวางแผนการใช้สื่อดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ผู้ปฏิบัติงานมีความคุ้นเคยกับการใช้สื่อ เพื่อการเผยแพร่ความรู้ ทำให้มีการใช้สื่อเดี่ยวมากกว่าสื่อผสม ซึ่งเป็นการปฏิบัติกันมานานด้วยความสะดวก คุ้นเคย และ มีความประหยัด รวมถึง สามารถดำเนินการได้เอง โดยไม่ต้องว่าจ้างบริษัทเอกชน ดังนั้น จึงพบว่า แม้บางกิจกรรมจะใช้สื่อมากกว่าหนึ่งสื่อ แต่ยังคงจัดเป็น สื่อเดี่ยว เพราะไม่มีการวางแผนการใช้สื่อเหล่านั้นร่วมกัน

สำหรับการประเมินผลนั้น นับได้ว่า มีความเกี่ยวข้องกับการวางแผนอย่างใกล้ชิด หรือ อาจกล่าวได้ว่า เมื่อมีการวางแผน ก็ต้องมีการประเมินผล แต่จากข้อมูลที่ได้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ไม่มีการประเมินผลในแต่ละโครงการอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ (คุณสุราตรี อัครบรรกุล) ได้กล่าวว่า ที่ผ่านมายังไม่ได้มีการประเมินผลในแต่ละโครงการ

โดยมีสาเหตุจากภารกิจหลักของฝ่าย ที่มีความหลากหลาย และ จำนวนมาก นอกจากนี้ ยังต้องทำงานติดต่อกันในหลายโครงการ และยังต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนในแต่ละปีให้เสร็จเรียบร้อยเป็นอันดับแรก จึงทำให้เกิดงานล้นมือ ประกอบกับ การประเมินผลเป็นเรื่องที่ต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และ ประสบการณ์เฉพาะด้าน ซึ่งพบว่า บุคลากรในฝ่าย ยังไม่มีความพร้อมในเรื่องดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ได้มีการใช้วิธีประเมินผลเบื้องต้นโดยสังเกตกระบวนการ และขั้นตอนในการทำงานของบริษัทผู้รับจ้างว่า เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้แล้วหรือไม่ ด้วย

เมื่อพิจารณาในภาพรวมของประสิทธิภาพแผนงานการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า แผนงานการรณรงค์ ยังมีประสิทธิภาพค่อนข้างน้อย เนื่องจาก เรื่องที่ทำการรณรงค์ หน่วยงานที่รณรงค์ หรือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม จะเป็นผู้กำหนดกรอบความคิดไว้ให้ ซึ่งอาจไม่ตรงตามสถานการณ์จริงที่จำเป็นต่อการรณรงค์ ทั้งนี้ ยังไม่พบการจัดทำวิจัยก่อนการรณรงค์ (Formative Research) ซึ่งจะประโยชน์ต่อการนำไปประกอบการวางแผน และ หาเหตุปัจจัยสำหรับการแก้ไขสถานการณ์ปัญหาที่เกี่ยวข้อง รวมถึงช่วยในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนของการรณรงค์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ และ เนื้อหาสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึง ทำให้การวางกลยุทธ์สื่อ และ เวลาที่ใช้รณรงค์ มีความเหมาะสมสำหรับการรณรงค์ด้วย แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการจัดทำวิจัยก่อนการรณรงค์ และ วางแผนการใช้สื่อได้ดีเพียงใด ก็ยังพบอุปสรรคในเรื่องเงื่อนไขของระยะเวลาการใช้เงินงบประมาณ ซึ่งต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จ ภายในระยะเวลาที่กำหนด เนื่องจาก ทางบริษัทผู้รับจ้างต้องใช้ระยะเวลาที่จะเข้ามาศึกษา และ เรียนรู้งานในกรมโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึง รายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ในระยะหนึ่งก่อน ดังนั้น บริษัทผู้รับจ้างทุกรายในทุกโครงการ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนระยะเวลาการใช้สื่อจากเดิมที่วางไว้ด้วยกันทั้งสิ้น ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนแผนการใช้สื่อดังกล่าว พบว่า ได้ส่งผลให้ระยะเวลาการใช้สื่อในช่วงระยะกลาง และ ท้ายของการรณรงค์ มีความกระชั้นชิด ขาดความพิถีพิถันในการกำหนดเนื้อหาสาร และ รูปแบบสาร รวมถึง ไม่สามารถกำหนดเวลาการใช้สื่อให้เหมาะสม และ สอดคล้องกันตามแผน ดังนั้น สื่อใดดำเนินการได้เสร็จเรียบร้อยก่อน จะได้รับการเผยแพร่ไปก่อน ทำให้การใช้สื่อนั้นขาดพลัง

4. การใช้สื่อรณรงค์ พบมีความคล้ายคลึงกันในการเลือกใช้สื่อมวลชน ซึ่งเป็น การสื่อสารแบบจังหวะเดียวเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ เพื่อให้สื่อมีโอกาสถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนจำนวนมาก ส่วนที่มีการปรับลด หรือการเลิกใช้สื่อ พบเป็นประเภทสื่อบุคคล ซึ่งมีเหตุผลและความจำเป็นแตกต่างกัน โดยโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม พบปัญหาอุปสรรคในการคัดเลือกผู้นำทางความคิด เพื่อเป็นตัวกลางส่งผ่านความคิดของการรณรงค์ เนื่องจาก สถานการณ์คัดค้านในช่วงที่รณรงค์ ค่อนข้างรุนแรง จึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก และ ไม่มีผู้ใดที่จะมาเป็นส่วนหนึ่งของโครงการโดยตรง ส่วน โครงการโรงงานสีเขียว และ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ พบข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาของการรณรงค์ที่ค่อนข้างสั้น การลงพื้นที่ เพื่อใช้สื่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ประกอบกับ เป็นสื่อที่ค่อนข้างมีรายละเอียดในการนำมาใช้มากกว่าสื่ออื่นๆ ดังนั้น จึงจะเห็นได้ว่า การรณรงค์ได้เลือกใช้สื่อมวลชนเป็นหลัก



ในการรณรงค์โครงการ นอกจากนี้ บริษัทผู้รับจ้างรณรงค์โครงการโรงงานสีเขียว และโครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ยังได้รับการว่าจ้างให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ ควบคู่ไปกับการรณรงค์โครงการ จึงเป็นการทำงาน 2 อย่าง พร้อมๆกันไปในเวลาเดียวกัน จึงค่อนข้างมีผลกระทบต่อการใช้สื่อบุคคล เพื่อให้เป็นไปตามแผน เนื่องจาก เป็นสื่อที่ค่อนข้างมีรายละเอียดในการนำมาใช้มากกว่าสื่ออื่นๆ โดยท้ายที่สุด ต้องยกเลิกการใช้สื่อประเภทนี้ไปในที่สุด และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการใช้สื่อ

การรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า แม้การรณรงค์จะได้มีการเลือกใช้สื่อที่หลากหลาย แต่ยังคงมีลักษณะของการใช้สื่อที่ไม่ผสมผสานกัน ทั้งนี้ พบการใช้สื่อมวลชน ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อหลักในการรณรงค์ ซึ่งการรณรงค์ผ่านสื่อมวลชนดังกล่าว พบว่า ยังไม่สามารถโน้มน้าว และสร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ เนื่องจาก เนื้อหาสารที่มุ่งเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เป็นหลัก ทั้งนี้ การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเป้าหมายของการสื่อสารด้านการสร้างความรู้ ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ และการสร้างจิตสำนึก พบ ผู้รณรงค์ให้ความสำคัญในการเลือกใช้สื่อวิทยุมากที่สุด เช่นเดียวกัน ยกเว้น โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ที่เลือกใช้สื่อโทรทัศน์มากเป็นอันดับหนึ่งในการรณรงค์ ทั้งนี้ การเลือกใช้ สื่อวิทยุ หรือ สื่อโทรทัศน์ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการสื่อสารด้านการสร้างจิตสำนึกนั้น พบว่า ยังคงมีความเหมาะสมน้อย สำหรับการรณรงค์ เนื่องจาก สื่อวิทยุ พบข้อด้อยที่เป็นสื่อที่ไม่คงทน ทบทวนไม่ได้ ไม่เห็นภาพพจน์ และสามารถเสนอรายละเอียดได้น้อย รวมถึง ต้องเลือกเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้รับสาร ในขณะที่ สื่อโทรทัศน์ พบข้อด้อยที่เป็นสื่อไม่คงทน เช่นกัน มีการออกอากาศเป็นเวลา มีราคาแพง ไม่เหมาะสมกับงบประมาณที่ได้รับสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้ ยังพบว่า ผู้รับสาร หรือ กลุ่มเป้าหมาย ยังต้องมีสมาธิในการรับชมด้วย จึงจะเกิดผลจากการวิจัย ยังพบว่า ประเด็นการสื่อสารด้านการสร้างจิตสำนึก เป็นประเด็นที่ให้ความสำคัญ รองลงมา จึงยังค่อนข้างไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการที่ต้องการสร้างจิตสำนึก และ ความตระหนักให้กับกลุ่มเป้าหมาย ด้วย

สำหรับ สื่ออีกประเภท ซึ่งพบว่า ผู้รณรงค์ให้ความสำคัญน้อยในการรณรงค์ โดยมีการเลือกใช้สื่อ เพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาสารในแต่ละโครงการค่อนข้างน้อย พบว่า เป็นสื่อคำพูดหรือ สื่อบุคคล ทั้งนี้ สื่อประเภทนี้ พบว่าสามารถสร้างความประทับใจ และ ผู้ส่งสารสามารถปรับเนื้อหาสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ดี แต่กลับมีการใช้ในการรณรงค์โครงการ ค่อนข้างน้อย และ บางโครงการไม่มีการเลือกใช้สื่อประเภทนี้ เพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาสารของการรณรงค์อีกด้วย



## ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยสนับสนุน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ที่นำเสนอมาแล้ว จะพบว่า การใช้สื่อในการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม มีปัญหาและอุปสรรคอยู่หลายประการที่ทำให้การรณรงค์ มีแนวโน้มที่จะไม่ได้ผลเท่าที่ควร โดยพบว่า ขาดการวางแผนการใช้สื่อที่เหมาะสม ซึ่งมักจะเป็นการวางแผนการผลิต มากกว่าการวางแผนการใช้สื่อ ไม่มีกิจกรรมระยะยาวรองรับ มีการใช้สื่อเดี่ยว มากกว่าการใช้หลายสื่อร่วมกันสำหรับเนื้อหาสารอย่างเดียวกัน ทำให้การใช้สื่อขาดพลัง ไม่มีความสม่ำเสมอ และ ต่อเนื่อง รวมถึง ไม่ได้ผลเท่าที่ควร นอกจากนี้ ยังมีลักษณะของการสื่อสารในเชิงรับ (Passive) ไม่มีการสื่อสารในเชิงรุก ทำให้การสื่อสารยังมีประสิทธิภาพน้อย ทั้งนี้ ยังพบว่ามีการใช้การสื่อสารทางเดียว (one-way communication) มากกว่า การสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) อีกด้วย

นอกจากนี้ ยังพบปัญหาอุปสรรคด้านการประเมินผล ซึ่งพบว่า ยังขาดแคลนผู้ปฏิบัติงานทางด้านนี้ ทำให้ไม่ทราบว่า การใช้สื่อที่ดำเนินการอยู่นั้น มีข้อบกพร่อง ซึ่งควรจะได้ ทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ ยังพบว่า การบริหารงานในระบบราชการเป็นอุปสรรคพอสมควรต่อการกำหนดกรอบแนวความคิด และการสร้างสรรค์งานสื่อของบริษัทผู้รับจ้าง ทั้งนี้ ยังพบการขาดความต่อเนื่องในการรณรงค์ เนื่องจาก การรณรงค์แต่ละโครงการต้องขึ้นกับวงเงินงบประมาณที่จะได้รับในแต่ละปี จึงมักพบว่า เมื่อจัดกิจกรรมการรณรงค์ใดเสร็จสิ้นหัวข้อการรณรงค์นั้นจะหายไป ทำให้ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาการรณรงค์อย่างต่อเนื่องแก่สาธารณชนได้ นอกจากนี้ ข้อจำกัดในเรื่องการขออนุมัติเงินงบประมาณ ตามระเบียบราชการโดยจำเป็นต้องรอการอนุมัติเงินค่าใช้จ่าย สำหรับการรณรงค์ให้เรียบร้อยก่อน จึงจะเริ่มดำเนินการรณรงค์ได้ ทำให้การรณรงค์ดำเนินการได้ล่าช้า และ ไม่ทันต่อเหตุการณ์ ดังจะพบตัวอย่างได้จากการรณรงค์โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ซึ่งเมื่อได้รับงบประมาณการรณรงค์ ก็มีกระแสการคัดค้านที่รุนแรงเกิดขึ้นแล้ว และเป็นผลทำให้เกิดการต่อต้านการใช้สื่อต่างๆในพื้นที่ หรือ ประเภทการสื่อสารระหว่างบุคคลติดตามมา ทำให้ผู้รณรงค์ต้องหันกลับมาพิจารณาเลือกใช้ประเภทสื่อมวลชนเป็นหลักในการรณรงค์โครงการ

ทางด้านงบประมาณ มีส่วนสำคัญในการช่วยกำหนดให้การเลือกใช้สื่อ เช่น โครงการโรงงานสีเขียว และโครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ซึ่งไม่สามารถที่จะกำหนดเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ได้ จึงกำหนดการใช้สื่อประเภทนี้ในรูปแบบของการขอความ

อนุเคราะห์ ในขณะที่ โครงการโรงงานสีเขียว เลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์ โดยการขอความ อนุเคราะห์เช่นกัน ดังนั้น จะเห็นได้ว่า งบประมาณได้ส่งผลกระทบต่อ การกำหนดความถี่ ความ ต่อเนื่อง และความครอบคลุมในการใช้สื่อด้วยเช่นกัน

สำหรับ ปัจจัยสนับสนุน พบว่า ต้องมีแผนการใช้สื่อที่ชัดเจน ทั้งเป้าหมาย และกลยุทธ์ที่ใช้ต้องตอบสนองต่อเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึง กิจกรรม การใช้สื่อ และกิจกรรมอื่นๆ ในโครงการ ต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และประสานเป็นงาน เดียวกัน ทั้งนี้ การใช้สื่อในการรณรงค์ จะต้องสามารถติดตาม ควบคุมและประเมินผลได้ทุก ระยะ เพื่อป้องกัน และสามารถแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ด้วย

## ข้อจำกัดในการวิจัย

### ข้อจำกัดในการรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลเกี่ยวกับการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมด ตั้งแต่ ปีงบประมาณ 2539 นั้น ส่วนใหญ่ ถูกจัดเก็บไว้อย่างกระจัดกระจาย เนื่องจาก มีการ โยกย้าย การเก็บเอกสารต้นฉบับเกี่ยวกับสรุปผลการปฏิบัติงาน ไปเก็บไว้ยังอาคารเก็บเอกสาร ของกรม โรงงานอุตสาหกรรมที่อาคาร บางลำพู ซึ่งเอกสารชุดนี้ เป็นเอกสารสำหรับใช้ ประกอบการ เบิกจ่ายเงินงวดค่าจ้างของบริษัท ผู้รับจ้าง หรือ บริษัทที่ปรึกษา และเป็นเอกสาร ชุดที่ถูกจัดเก็บ ไว้ตามรายการ การวางฎีกาเบิกจ่ายเงิน จึงไม่เป็นการรวบรวมเอกสาร หรือ ข้อมูลเฉพาะของแต่ละโครงการไว้ สำหรับเอกสารชุดสำเนาที่ทางบริษัทที่ปรึกษา ได้มอบไว้ ใให้กับคณะกรรมการตรวจการจ้างทุกท่าน เพื่อทราบถึงผลการปฏิบัติงาน และ ประกอบการ ค่าจ้างด้วยนั้น ปรากฏว่า ทางคณะกรรมการฯ ได้จัดเก็บไว้เพียงการรณรงค์เสร็จสิ้นเท่านั้น ดังนั้น จึงต้องรอกการค้นหาเอกสารต้นฉบับ ซึ่งจัดเก็บไว้ที่อาคารบางลำพู รวมถึง ต้องตรวจสอบ ความถูกต้องจากหลายแหล่ง และ ต้องตรวจสอบกับคณะกรรมการตรวจการจ้างบางท่านที่ทราบ ข้อมูล นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่เดิมที่เคยปฏิบัติงานด้านนี้มาก่อน ทำให้การรวบรวมข้อมูล เป็นไปด้วยความล่าช้า

### ข้อจำกัดของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ พบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เกิดการชำรุด และ ได้รับ

ความเสียหายหลายครั้ง ทำให้การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นไปด้วยความล่าช้า ทั้งนี้ พบการสัมภาษณ์ ซึ่งอาศัยการเก็บข้อมูลโดยเทปบันทึก มีปัญหาเรื่องเครื่องบันทึกเทปชำรุด ทำให้ได้คุณภาพเสียงที่ได้ไม่สมบูรณ์ เป็นเหตุให้ได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน บางรายต้องมีการนัดสัมภาษณ์ใหม่อีกครั้ง นอกจากนี้ ยังพบว่า เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการประมวลผล และ วิเคราะห์ข้อมูล เกิดความเสียหายเช่นกัน ทำให้ข้อมูลที่จัดเก็บไว้ เกิดความเสียหาย รวม 3 ครั้ง โดยเป็นผลเนื่องมาจากการที่ผู้วิจัยไม่ได้มีการใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงเครื่องเดียว จึงต้องเสียเวลาในการย้อนกลับมาปรับปรุง และ แก้ไขข้อมูลให้ถูกต้องหลายครั้ง

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรจัดทำวิจัย เพื่อให้ทราบวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย (lifestyle) สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อจะได้เผยแพร่สื่อได้อย่างครอบคลุม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึง ลดการสูญเสียค่าของการใช้เงินงบประมาณ และเวลาในการผลิตสื่อด้วย
2. ควรสร้างเครือข่ายในการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน เพราะนอกจากจะเป็นวิธีการใช้งบประมาณที่ประหยัดแล้ว ยังจะช่วยให้ได้ทางเลือกที่ดีและเหมาะสม และเป็นการนำทรัพยากร มาใช้ร่วมกันด้วย เนื่องจาก ทุกหน่วยงานมีงบประมาณจำกัด และไม่มากเพียงพอที่จะดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

### ข้อเสนอแนะสำหรับกรมโรงงานอุตสาหกรรม

1. ควรมีการแบ่งกลุ่มย่อยของผู้รับสาร โดยอาศัยข้อมูลเชิงจิตวิทยา เช่น เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) เพื่อที่จะสามารถเลือกช่องทางการสื่อสาร ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และ เป็นไปตามข้อเท็จจริงที่เป็นอยู่
2. การปรับแผนการใช้อินเทอร์เน็ต ควรเป็นไปในลักษณะการปรับปรุง เพื่อแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต และ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ตยิ่งขึ้น มากกว่าการปรับแผนโดยการปรับลดการใช้อินเทอร์เน็ตบางประเภท หรือ ยกเลิกการใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจาก พบปัญหาอุปสรรคบางประการ
3. การกำหนดการเลือกใช้แหล่งสาร ควรคำนึงถึงความสอดคล้องกับเนื้อหาสาร ของการรณรงค์เป็นหลัก เพื่อลดความสูญเสียของการสื่อสารที่ไม่เป็นตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
4. การใช้อินเทอร์เน็ตของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ควรเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในลักษณะเชิงรุก

และ โน้มน้าว เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ นอกเหนือจาก การใช้สื่อเพื่อให้ความรู้ และ ควรจะมีรายการประจำ เพื่อให้ผู้ชม หรือผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ และมีโอกาสได้ติดตาม ได้อย่างต่อเนื่องด้วย

5. ควรจัดให้มีการประเมินผลในการรณรงค์ทุกโครงการ เพื่อนำผลที่ได้ มาใช้ประกอบเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหา และ อุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับโครงการ รวมถึง เพื่อให้เกิดผลการรณรงค์ที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

### ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งต่อไป

ภายหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเรื่องนี้เสร็จสิ้นแล้ว มีหลายสิ่งหลายอย่างที่ทำให้ได้คิดว่า น่าจะได้มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม จึงใคร่ขอเสนอไว้ในผลงานวิจัยในเรื่องนี้ด้วย ดังนี้

1. การศึกษาวิจัยเรื่องที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับงานวิจัยชิ้นนี้ ควรจะเริ่มเก็บข้อมูล ในขณะที่แผนการรณรงค์กำลังดำเนินการอยู่ จะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์กว่า การเก็บข้อมูลหลังสิ้นสุดการรณรงค์ โครงการ
2. ควรได้มีการวิจัยเจาะลึกนโยบาย และ แผนการรณรงค์สิ่งแวดล้อมของหน่วยงาน องค์กร สถาบันด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อให้เห็นภาพรวมของการรณรงค์ในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต
3. ควรได้มีการศึกษาถึงประสิทธิภาพการใช้สื่อในการรณรงค์สิ่งแวดล้อม ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น กรมควบคุมมลพิษ กระทรวง-วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อในการรณรงค์สิ่งแวดล้อม ให้ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่.

กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

กิตติ กันภัย. เอกสารประกอบการสอนวิชาการบรรณารักษ์ด้วยสื่อมวลชน. กรุงเทพมหานคร: คณะ

นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

เกษม จันทรแก้ว และคนอื่นๆ. สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และชีวิต. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.

เกษม จันทรน้อย. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : รุ่งแสงการพิมพ์, 2537.

คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, สำนักงาน. สิ่งแวดล้อมฉบับครบรอบ 12 ปี. กรุงเทพมหานคร:

สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, 2530.

คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, สำนักงาน. รายงานสัมมนาทางวิชาการเรื่องพิษของสารเคมีต่อ

สิ่งแวดล้อม และสุขภาพอนามัยของประชาชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะ

กรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, 2522.

จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2534.

ดิเรก ฤกษ์ห่วย. การพัฒนาชนบทเน้นการพัฒนาสังคม และแนวคิดความจำเป็นพื้นฐาน.

กรุงเทพมหานคร : กรุงเทพมหานครการพิมพ์, 2527.

เต็มดวง รัตนทัศนีย์. การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของโรงเรียนประถมศึกษาและ

มัธยมศึกษา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชา

ศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2529.

นภาเดช กาญจนะ. ปรัชญาชีวิตยุค IMF 200 วิถีแห่งอิสรภาพของมนุษย์. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์สร้อยทอง , 2541.

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. การวิจัยประเมินผล:หลักการและกระบวนการ. กรุงเทพมหานคร: การ

พิมพ์พระนคร, 2529.

พจนา วาสีรัตน์. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการชิงค์เอิร์ธในการให้ความรู้และ

ทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขต

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์



มหาวิทยาลัย, 2536.

พัชนี เขยจรยา เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์  
กรุงเทพมหานคร: บริษัทเวิลด์การพิมพ์ (1988), 2541.

เพ็ญศรี วงศ์สิโรจน์กุล. อิทธิพลของสื่อกับการให้ความรู้การส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่.  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ไพลิน ศศิชนากรแก้ว. การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนักและ  
ส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์  
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

การดี มาวิจักขณ์. การวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์การจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุ  
เหลือใช้อุตสาหกรรม. ผลงานขอรับการประเมินเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งเจ้าหน้าที่  
วิเคราะห์นโยบายและแผน 8 ว กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2541.

มติชน. (12 กันยายน 2542) : 24.

รังสฤษฎ์ บุญสิน. ผลกระทบด้านเศรษฐกิจสังคมของโครงการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดเล็ก จังหวัด  
จันทบุรี. กรมพัฒนาที่ดิน, 2533.

โรงงานอุตสาหกรรม, กรม. ประเทศไทยกับการฟื้นฟูชั้นโอโซน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, (ม.ป.ป.) .

โรงงานอุตสาหกรรม, กรม. อนุสัญญาบาเซลว่าด้วยการควบคุมการเคลื่อนย้าย และการกำจัด  
ของเสียที่เป็นอันตรายข้ามประเทศ. กรุงเทพมหานคร : กรมโรงงานอุตสาหกรรม,  
2537.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2538.

ศรัทธา โรจนสุพจน์. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อมวลชนกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของ  
ประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2531.

ส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, กรม. สิ่งแวดล้อม '37 : แนวทางในการมีส่วนร่วมของประชาชน ต่อ  
การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริม  
คุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2537.

สมหวัง พิริยานุวัฒน์. รวมบทความทางการประเมินโครงการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

สุกรานต์ โรจนไพรวงศ์. สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย 2540-2542. กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์  
พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2542.

เสถียร เชยประดับ. การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศด้อยพัฒนา.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

ภาษาอังกฤษ

Ader, Christine R. A longitudinal study of agenda setting for the issue of environmental  
pollution. Journalism & Mass Communication Quarterly 2, 1995.

Arnold, M.B., Cristol, S.M. and Kopec, F.J. Essentials of media planning. 3rd , Ill : NTC  
Business Books, 1993.

Bandura, A. Principles of behavior modification. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1969.

Barban, A.M., Cristol, S.M. and Kopec, F.J. Essentials of media planning. 3 rd edition, Ill :  
NTC Business Books, 1993.

Berlo, David K. The process of communication. New York : Holt, Rinehart and Winston,  
1960.

Brown, J.D., and Einsiedel, E.F. Public health campaigns : Mass media strategies. In E.B. Ray  
and L. Donohew (Eds.), Communication in health care contexts : A systems  
perspective. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 1988.

Budd, R.W., Robert K.T. and Lewis,D. Content Analysis Communication. New York :  
Macmillan, 1967.

Deniston, O.L., Rosenstock. I.M, Welch, W., and Getting, V.A. "Relating Program Evaluation to  
Planning" In F. Lyden, and E.G. Miller (eds). Planning, Programming, Budgeting.  
Chicago : Markham, 1972.

Freeman. E.H. and Clarence, C. Social Research and Social Policy. C. Englewood (ed). NJ :  
Prentice-Hall, 1970.

Goodrich, W.B. and Sissors, J.Z. Media planning workbook. 4 th edition, Ill : NTC Business  
Books, 1993.

- Greenwald, A.G. Psychological foundations of attitudes. New York : Academic Press, 1968.
- Hornik, R.C. Development communication : Information, agriculture and nutrition in the Third World. New York : Longman, 1988.
- McGuire, W.J. Public communication campaigns. Beverly Hills, CA : Sage, 1981.  
New Zealand. Report on seminar on environmental education. Wellington : (n.p.), 1976.
- Paisley, W.J. Public communication campaigns : The American Experience. In R.E. Rice & W.J. Paisley (Eds.), Public communication campaigns. Beverly Hills, CA : Sage, 1981.
- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T. Attitudes and persuasion : Classic and contemporary approaches. Dubuque, IA: William.C.Brown, 1981.
- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T. Communication in persuasion : Central and peripheral routes to attitude change. New York : Springer/Verlag, 1986.
- Rogers, E.M., and Shoemaker, F.F. Communication of innovations : A cross Culture Approach. New York : The Free Press, 1971.
- Rogers, E.M., and Storey, J.D. Communication campaign. In C.R. Berger and S.H. Chaffee (Eds.), Handbook of communication science. Newbury Park, CA: Sage, 1987.
- Rogers, E.M., and Svenning, L. Modernization among peasants : The impact of communication. New York : Hoit, 1969.
- Salmon, C.T. Information campaigns : Balancing social values and social change. New Bury Park : Sage, 1989.
- Simon, Rayman. Public relations concepts and Practices. 3 rd edition, New York : John Willey and Son, 1984.
- Sternthal, B., Dholakia, R., & Leavitt, C. The persuasive impact of source credibility : A test of cognitive response. Journal of Consumer Research, 4 , 1978.
- Strodhoff, G.G., Hawkins, R.P., and Schoenfeld, A.C. Media roles in a social movement : A model of ideology diffusion. Journal of Communication, 35 (2) , 1985.
- Surmanek, J. Media planning : A practical guide. 3 rd edition, Lincolnwood. Ill : NTC Business Books, 1996.
- Surmanek, J. Introduction to advertising media . Lincolnwood. Ill : NTC Business Books, 1993.
- Tichenor, P.J., Donohue, G.A., Olien, C.N., and Bowers, J.K. Environment and opinion. The

Journal of Environmental Education, 2 (4), 1971.

Wilbert, E.M., and Robert, M.C. Reading on social change. NJ : Prentice-Hall , 1967.



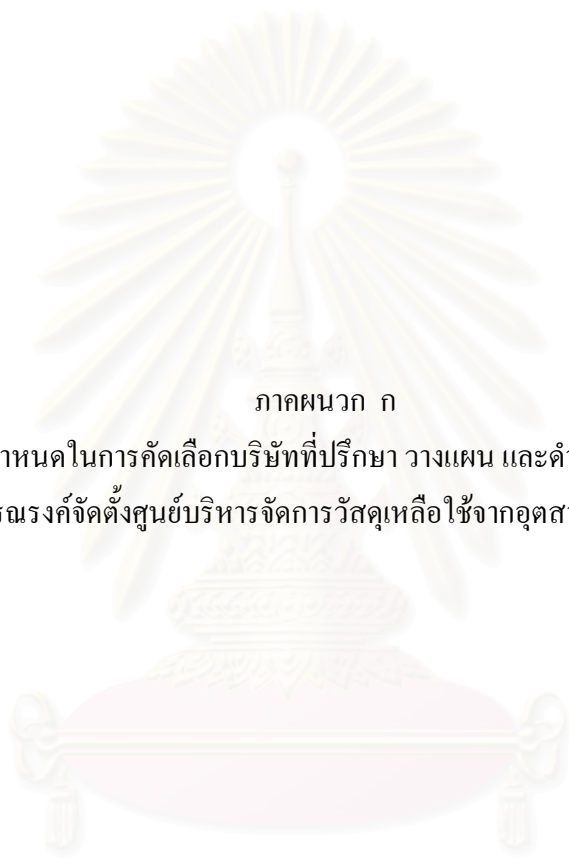
สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาคผนวก ก

ข้อกำหนดในการคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษา วางแผน และดำเนินการ  
รณรงค์จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ข้อกำหนดในการคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษา วางแผนและดำเนินการ รณรงค์จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

### 1. ความเป็นมา

กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้รับอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีให้ดำเนินการในโครงการ การจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม จำนวน 7 แห่ง ในเขตพื้นที่ บางขุนเทียน กทม. เขต สุขสวัสดิ์ จ.สมุทรปราการ จ. ราชบุรี จ.สระบุรี จ.พิจิตร จ.ขอนแก่น และจังหวัดสงขลา เนื่องจากโครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม เป็นเรื่องใหม่ที่ประชาชนโดยทั่วไปยังไม่ค่อยเข้าใจและเห็นความสำคัญว่าสิ่งเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมและสุขอนามัยในการดำรงชีพได้อย่างไร ประกอบกับเมื่อมีการเริ่มจัดทำโครงการ กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้ประสบปัญหาความวุ่นวายในท้องถิ่น การคัดค้านในการจัดตั้งศูนย์ฯ และปัญหาดังกล่าวได้ทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ โดยปัจจัยสำคัญของปัญหาเกิดจากความไม่รู้ ไม่เข้าใจของประชาชน หรือความเข้าใจผิด ทั้งนี้เพราะมิได้มีการบอกกล่าวหรืออธิบายให้เข้าใจอย่างละเอียดชัดเจนและทันต่อเหตุการณ์ ทำให้เกิดการสะสมของปัญหามากยิ่งขึ้น ในบางครั้งกรมโรงงานอุตสาหกรรมก็ไม่สามารถสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจหรือความกระจ่างได้ เนื่องจากเรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่เสี่ยงต่อการคัดค้าน ถ้าไม่สร้างความเข้าใจที่ดี จะทำให้โครงการของกรมฯ ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จึงเห็นสมควรที่จะใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดี โดยจัดหาผู้มีความชำนาญพิเศษในด้านการให้คำปรึกษาดำเนินการรณรงค์ หรือดำเนินการในรูปแบบต่างๆ ให้เข้าถึงมวลชนและท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี จึงต้องดำเนินการคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษาฯ เพื่อดำเนินการในเรื่องดังกล่าว

### 2. วัตถุประสงค์

เพื่อให้บริษัทที่ปรึกษาวางแผนและดำเนินการในด้านการรณรงค์ประชาสัมพันธ์

2.1 ให้ประชาชนโดยทั่วไปและประชาชนในท้องถิ่นได้รับความรู้ รับรู้และเข้าใจถึงความสำคัญของบทบาทหน้าที่ของศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

2.2 ให้สาธารณชนได้รับรู้ถึงความแตกต่าง ระหว่างกากของเสียจากอุตสาหกรรมกับขยะ โดยทั่วไป โดยเน้นถึงความจำเป็นว่าวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ต้องได้รับการกำจัดอย่าง

ถูกวิธีตามหลักวิชาการ ทั้งนี้เพื่อป้องกันสารมลพิษที่จะเป็นอันตรายต่อสุขภาพของชีวิต และสิ่งแวดล้อมได้

2.3 ให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี

2.4 เพื่อเป็นสื่อกลางแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในการเผยแพร่ข้อมูลและคำปรึกษาแนะนำแก่โรงงานอุตสาหกรรม เพื่อการกำจัดของเสียอันตรายอย่างเหมาะสม

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ประชาชนโดยทั่วไป

3.2 ประชาชนในท้องถิ่นที่จะจัดตั้งศูนย์ฯ

3.3 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

3.4 สื่อมวลชน นักเรียน นักศึกษา ผู้นำท้องถิ่น

3.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของกรมโรงงานอุตสาหกรรมและหน่วยงานราชการอื่น ๆ

### 4. ขอบเขตของงาน

4.1 การให้คำปรึกษา

บริษัทที่ปรึกษาต้องทำหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านการรณรงค์ให้กรมโรงงานอุตสาหกรรมในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

4.2 การจัดทำแผนการรณรงค์

บริษัทที่ปรึกษาต้องดำเนินการจัดทำแผนการรณรงค์ และกำหนดความเหมาะสมของวิธีการผลิตรายการและการดำเนินการเผยแพร่ ทั้งนี้ การวางแผนบริษัทที่ปรึกษาต้องดำเนินการวางแผนโดยรวมสาระดังนี้บรรจุเข้าไว้ในแผนด้วย

4.2.1 การจัดหาสื่อมวลชน, กลุ่ม NGO, นักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์ และผู้นำประชาชนในท้องถิ่น ไปดูงานเกี่ยวกับศูนย์ฯ ในต่างประเทศ เพื่อให้เห็นภาพที่เป็นจริง

4.2.2 การจัดทำสารคดีเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นข้อมูลที่เป็น

ประโยชน์ประกอบการดำเนินการกำจัดของเสียแก่ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ตลอดจนเป็นการเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชนโดยทั่วไป ทั้งนี้ เพื่อมุ่งหวังประโยชน์สูงสุดและคุณภาพชีวิตที่ดีต่อประชาชนและสิ่งแวดล้อมและในการวางแผนดังกล่าว บริษัทที่ปรึกษาฯต้องเป็นผู้กำหนดประเภทสื่อ ระยะเวลา และความถี่ของการเผยแพร่

4.3 การจัดทำกิจกรรมสัมพันธ์/มวลชนสัมพันธ์ สำหรับประชาชนในท้องถิ่น ที่เป็นสถานที่จัดตั้งศูนย์ทั้ง 7 แห่ง

## 5. ระยะเวลาดำเนินการ

บริษัทฯที่ปรึกษาต้องดำเนินการตามแผนการรณรงค์ที่วางไว้ โดยใช้ระยะเวลาดำเนินการ 10 เดือน หลังจากทำสัญญา

สิทธิของผู้ว่าจ้างในการปรับปรุงแก้ไข หลังจากทำสัญญาแล้วผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตสื่อต่างๆ ตามข้อกำหนดและผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิ์ที่จะให้ผู้รับจ้างส่งมอบตัวอย่างสื่อ เพื่อผู้ว่าจ้างจะได้พิจารณาอีกชั้นหนึ่ง สื่อที่ผู้ว่าจ้างยอมรับแล้วเป็นสื่อที่ผู้ว่าจ้างตกลงให้ผู้รับจ้างทำการผลิต และดำเนินการได้

## 6. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

- เป็นนิติบุคคลสัญชาติไทยที่มีวัตถุประสงค์หรือมีอาชีพรับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising) และต้องไม่เป็นผู้ถูกแจ้งเวียนชื่อเป็นผู้ทำงานของทางราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ

- จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี และมีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน)

- เป็นนิติบุคคลที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์กับกระทรวงการคลัง

- เคยมีผลงานรับจ้างโฆษณาประชาสัมพันธ์มาแล้วในสัญญาเดียวกัน มีมูลค่าไม่น้อยกว่า 10,000,000 (สิบล้านบาทถ้วน)

- สามารถแสดงศักยภาพความพร้อมในการวางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งด้านวิชาการ การผลิตสื่อ และเผยแพร่

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องยื่นหลักฐานแสดงคุณสมบัติดังกล่าวประกอบด้วย หากผู้เสนอราคา รายใดที่ขาดคุณสมบัติตามที่กล่าว ไม่ว่าประการหนึ่งประการใด หรือไม่สามารถยื่นหลักฐาน

ประกอบได้ จะถือว่าผู้เสนอราคานั้นเสนอราคาผิดเงื่อนไขที่เป็นสาระสำคัญ และจะไม่พิจารณา  
ผ่อนปรนเด็ดขาด

ข้อเสนอด้านราคานี้ให้ครอบคลุมการผลิต (Production) สื่อต่าง ๆ ตามที่ได้เสนอไว้ใน  
แผนการรณรงค์ และดำเนินการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางการเผยแพร่ (Media)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ข้อกำหนดในการวางแผนและดำเนินการรณรงค์**  
**โครงการ “โรงงานสีเขียว” และโครงการ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ”**

สำหรับการรณรงค์โครงการ “โรงงานสีเขียว” และ โครงการ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ” เป็นโครงการรณรงค์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของบริษัทผู้รับจ้าง จึงไม่ได้กำหนดรายละเอียดและข้อกำหนด (Term of Reference : TOR) การว่าจ้างจากภาครัฐ หรือ กรมโรงงานอุตสาหกรรม ใ้มากนัก มีเพียงการกำหนดเรื่องการวางสื่อไว้โดยรวมดังนี้

**การรณรงค์โครงการ “โรงงานสีเขียว”**

**1. วัตถุประสงค์**

เพื่อดำเนินการรณรงค์เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้หลักการเศรษฐศาสตร์ในการจัดการปัญหามลพิษโรงงาน

**2. ขอบเขตงาน**

ให้บริษัทผู้รับจ้างวางแผน ดำเนินการรณรงค์ และผลิตสื่อเพื่อรณรงค์ปลูกจิตสำนึก โดยมีข้อกำหนดเรื่องการวางสื่อไว้อย่างน้อย ดังนี้

**2.1 สื่อสิ่งพิมพ์**

ผลิตบทความเผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เรื่องหลักการทางเศรษฐศาสตร์ในการจัดการปัญหามลพิษโรงงาน จำนวน 10 เรื่อง โดยศึกษาจากรายงานของสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย และจัดทำการรณรงค์ให้สอดคล้องกับรายงานดังกล่าว

**2.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์**

จัดทำข้อมูลเพื่อลง WEB SITE ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับโครงการในรูปแบบที่น่าสนใจ

### 2.3 PRESS TOUR

จัดกิจกรรมสื่อมวลชนเยี่ยมชมโครงการ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลสำเร็จของโครงการ รวมถึง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงนโยบายในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้

สื่อมวลชนในส่วนกลางทุกแขนงเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลสำเร็จของโครงการไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางตามความเหมาะสม

### 3. ระยะเวลาดำเนินการ

บริษัทผู้รับจ้าง ต้องดำเนินการตามแผนการรณรงค์ที่วางไว้ โดยใช้ระยะเวลาดำเนินการ 9 เดือน หลังจากทำสัญญา

#### การรณรงค์โครงการ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ”

##### 1. วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยในโรงงานในการประกอบการอุตสาหกรรม และสร้างทัศนคติที่ดีในการร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง

##### 2. ขอบเขตงาน

ให้บริษัทผู้รับจ้างวางแผน ดำเนินการรณรงค์ และผลิตสื่อเพื่อรณรงค์ปลุกจิตสำนึก โดยมีข้อกำหนดเรื่องการวางสื่อไว้อย่างน้อย ดังนี้

- 2.1 สื่อสิ่งพิมพ์
- 2.2 สื่อวิทยุ
- 2.3 สื่ออื่น ๆ ตามความเหมาะสม

##### 3. ระยะเวลาดำเนินการ

บริษัทผู้รับจ้าง ต้องดำเนินการตามแผนการรณรงค์ที่วางไว้ โดยใช้ระยะเวลาดำเนินการ 6 เดือน หลังจากทำสัญญา



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข  
แผนการดำเนินงานของบริษัทที่ปรึกษา

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แผนการดำเนินงานของบริษัทที่ปรึกษา การณรงค์จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมของไทยนั้น นอกจากจะส่งผลต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศแล้ว “ของเสียอันตราย” หรือ “ขยะอุตสาหกรรม” อันเกิดจากเทคโนโลยี และกระบวนการผลิตที่ซับซ้อน มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นตามจำนวนของโรงงานอุตสาหกรรม ดังนั้นการกำจัดของเสียอันตรายที่เกิดขึ้นนี้ จึงจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง เพราะหากขาดการกำจัดอย่างถูกวิธีแล้ว ก็จะทำให้ของเสียอันตรายเหล่านี้ปนเปื้อนไปกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย จนส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในสังคมได้

ศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรมเสมาคำ เขตบางขุนเทียน ภายใต้การดำเนินงานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กำลังประสบกับปัญหาที่ไม่สามารถรองรับ การกำจัดของเสียอุตสาหกรรมที่เพิ่มจำนวนขึ้นทุกปีได้ จึงจำเป็นต้องอย่างยั้งที่จะต้องมีการสร้างศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม แม้ว่าการจัดตั้งศูนย์บริหารของกรมโรงงานอุตสาหกรรมนี้ ถือเป็นเรื่องเร่งด่วน แต่ยังมีงานที่เร่งด่วนกว่าคือ ทำความเข้าใจกับประชาชนให้ทุกคน ได้มีส่วนร่วมและยอมรับการดำเนินการครั้งนี้

แต่ตลอดเวลาที่ผ่านมาอุปสรรคสำคัญในการจัดตั้งศูนย์บริหารฯ นั้น คือ กระแสการต่อต้านจากประชาชนในท้องถิ่น ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากความขัดแย้งในเรื่องข่าวสาร อีกส่วนหนึ่งเป็นความขัดแย้งในแง่ผลประโยชน์ การแย่งชิงการใช้ทรัพยากร การขาดความเข้าใจสามารถแก้ไขได้โดยการให้ข่าวสาร การขัดผลประโยชน์ต้องแก้ไขได้ด้วยการมีผลประโยชน์ร่วมกัน ปัญหาที่ลุกลามมากขึ้น เพราะสื่อมวลชนช่วยเพิ่มกระแสความรุนแรง ข่าวสารที่ปรากฏตามสื่อยิ่งทวีความรุนแรงในการต่อต้านจากชุมชนมากยิ่งขึ้น จนกลายเป็นปัญหาเรื้อรังที่ไม่อาจหาข้อสรุปได้

บริษัท นอร์มาส แมสคอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด จึงขอเสนอแผนประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วยกลยุทธ์ และวิธีการประชาสัมพันธ์ ที่จะเสริมสร้างความเข้าใจต่อสาธารณชน ให้เห็นถึงภาระกิจของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในฐานะหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการจัดการของเสียอันตราย และเพื่อให้การจัดตั้งศูนย์บริหารฯ ที่มีอยู่และกำลังจะเกิดขึ้นใหม่ ดำเนินการได้อย่างราบรื่นบรรลุ



วัตถุประสงค์ของสำนักงานพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโรงงาน กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวง  
อุตสาหกรรม

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้และเข้าใจในเรื่องการสารพิษ
2. เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการป้องกันสารพิษ และความสำคัญในการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม
3. เพื่อให้ประชาชนไว้ใจ และเชื่อมั่นในการดำเนินการกำจัดกากอุตสาหกรรม ของสำนักงานพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโรงงาน กรมโรงงานอุตสาหกรรม
4. เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพ และความปลอดภัยของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใช้ในการกำจัดกากอุตสาหกรรม
5. เพื่อสร้างจิตสำนึก และความรับผิดชอบร่วมกันในเรื่องการกำจัดสารพิษ

### กลุ่มเป้าหมาย

1. ประชาชนในท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบจากการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม
2. ประชาชนโดยทั่วไป
3. สื่อมวลชนทุกแขนง
4. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม
5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมและส่วนราชการอื่นๆ

### ระยะเวลาดำเนินงาน

ตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2539 – เดือนกรกฎาคม 2540 รวมระยะเวลา 10 เดือน

## รายละเอียดการดำเนินงาน

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ การให้ข่าวสารแก่กลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ (Perception) และวางตำแหน่งในความทรงจำอย่างเหมาะสม ต้องอาศัยสื่อมวลชนผลักดันข่าวสารเพื่อให้เกิดกระแสใหม่ด้านสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น แผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้ จึงใช้สื่อมวลชนหลายช่องทาง เพื่อเจาะให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียดของการใช้สื่อดังนี้

### 1. สื่อโทรทัศน์

วัตถุประสงค์ เพื่อให้ข่าวสารในลักษณะข่าวโทรทัศน์ ซึ่งให้ความน่าเชื่อถือ สมจริง ด้วยภาพจริง เสียงจริง และผู้ประกาศข่าวประจำวัน กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ และพร้อมเปิดจิตใจที่จะรับสารได้ง่ายขึ้น ประกอบกับช่วงเวลาดังกล่าวมีผู้ชมจำนวนมาก กำลังรอดูรายการขอดนิยมทางโทรทัศน์ วิธีการผลิตและเผยแพร่แยกเป็น 2 รูปแบบ

#### 1.1 รายการข่าวอุตสาหกรรม

ผลิตและเผยแพร่เป็นรายการข่าวความยาว 1 ½ - 2 นาที เผยแพร่ออกอากาศเป็นประจำทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งปัจจุบันมีรัศมีการแพร่ภาพใกล้เคียงกับ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ช่วงเวลาเสนอข่าว 20.30 – 21.00 น. เป็นช่วงที่มีผู้ชมมาก จำนวน สัปดาห์ละ 2 วัน ทุกวันอังคารและพฤหัสบดี เดือนละ 8 ตอน ระยะเวลาในการออกอากาศ 7 เดือน ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2539 – พฤษภาคม 2540 รวม 56 ตอน

#### 1.2 รายการสารคดีเชิงข่าวเปิดโลกทัศน์ใหม่

ผลิตและเผยแพร่เป็นรายการสารคดีเชิงข่าว ความยาว 2 นาที เผยแพร่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ช่วงเวลาประมาณ 12.30 น. ในช่วงเวลาปิดตลาดหลักทรัพย์

ปัจจุบัน ไม่เพียงแต่นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เท่านั้น ที่คอยติดตามราคาปิดประจำวัน

ของตลาดหลักทรัพย์ แม้แต่นักลงทุนนอกตลาดทั่วประเทศใช้เลขหลักสุดท้าย 2 ตัว หลังทศนิยม แทนการฟังประกาศของกองสลากกินแบ่งของรัฐบาล เวลาในช่วงนี้ จึงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น นอกเหนือไปจากนักลงทุนในเมือง

จำนวน สัปดาห์ละ 2 วัน ทุกวันจันทร์ และพุธ เดือนละ 8 ตอน ระยะเวลาในการออกอากาศ 10 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2539 – กรกฎาคม 2540 รวม 80 ตอน

## 2. สื่อวิทยุ

วัตถุประสงค์ เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศ โดยใช้เครือข่ายวิทยุที่ ทรงพลังที่สุดในประเทศไทย คือวิทยุกรมประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทาง (TWO – WAYS COMMUNICATION) เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางผ่านรายการวิทยุ ดังนั้น วิธีการผลิตรายการจึงมีลักษณะแตกต่างกัน 3 รูปแบบ ดังนี้

### 2.1 ผลิตรายการสด

ผลิตรายการสนทนาเป็นรายการสด ความยาว 50 นาที เผยแพร่ออกอากาศ ช่วงเวลา ประมาณ 10.00 - 12.00 น. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM 92.5 MHz จำนวน 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ หรือ 4 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาการออกอากาศ ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2539 - กรกฎาคม 2540 ตลอด 10 เดือน รวม 40 ตอน

### 2.2 รายการสารคดีสั้น

ผลิตรายการสารคดี ความยาว 2 นาที ออกอากาศช่วงข่าวต้นชั่วโมงทาง แม่ข่าย FM. 92.5 MHz และลูกข่ายกระจายเสียงผ่านเครือข่ายวิทยุทั่วประเทศของกรมประชาสัมพันธ์ (ประกอบด้วยคลื่นแถบ FM. 50 สถานี และแถบ AM 52 สถานี) จำนวนอย่างน้อยวันละ 1 ตอน ทุกวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ เดือนละ 20 ตอน ระยะเวลาในการออกอากาศ 10 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2539 – กรกฎาคม 2540 รวม 200 ตอน

### 2.3 รายการสารคดีสั้นหลังข่าว 7 โมงเช้า

เป็นสารคดีพิเศษ เหมือนบทความพิเศษความยาวประมาณ 3-5 นาที ออกอากาศในช่วงเวลาการเสนอข่าวประจำวัน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กระจายเสียงออกอากาศพร้อมเครือข่ายทั่วประเทศทุกคลื่นความถี่ จำนวน เดือนละอย่างน้อย 2 ครั้ง ระยะเวลาในการออกอากาศ 10 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2539 – กรกฎาคม 2540 รวม 20 ครั้ง

## 3. สื่อสิ่งพิมพ์

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางขึ้น สนับสนุนสื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง สร้างความน่าเชื่อถือของข่าวสาร ด้วยการยืนยันผ่านตัวหนังสือที่เป็นหลักฐาน และสามารถให้รายละเอียดปลีกย่อย และแสดงภาพละเอียดได้ หรืออ่านซ้ำเป็นการช่วยสร้างความทรงจำ

### 3.1 ข่าว

เผยแพร่ผ่านหนังสือพิมพ์ด้วยลักษณะการรายงานตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวกิจกรรม หรือการดำเนินการใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมและประเด็นที่สำคัญที่ต้องการสร้างชิ้น เพื่อก่อกระแสความสนใจกลุ่มเป้าหมาย ความถี่ในการเผยแพร่ 2 ข่าวต่อเดือน แต่ละข่าวมีการตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์อย่างน้อย 2 ฉบับ ตลอดแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (ตุลาคม 2539 – กรกฎาคม 2540) รวม 40 ครั้ง

### 3.2 บทความ

เผยแพร่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ในลักษณะการสนับสนุนข้อมูลแก่ คอลัมนิสต์ เน้นการใช้หนังสือพิมพ์ฉบับที่มีผู้อ่านมาก เช่น ไทยรัฐ ข่าวสด เดลินิวส์ มติชน เป็นต้น ความถี่ในการเผยแพร่อย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน ตลอดแผนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ (ตุลาคม 2539 – กรกฎาคม 2540) รวม 10 ครั้ง

### 3.3 โปสเตอร์ 4 สี และสิ่งพิมพ์อื่นๆ

- 3.3.1 โปสเตอร์ ขนาดตัด 2 (17 x 23 นิ้ว) พิมพ์ 4 สี จำนวน 10,000 แผ่น
- 3.3.2 แผ่นพับแจกสื่อมวลชน และการประชุมสัมมนา จำนวน 5,000 ชุด
- 3.3.3 จุลสาร สำหรับการประชุมสัมมนา จำนวน 5,000 เล่ม

#### 4. ภาพยนตร์สารคดี 15 นาที และ Computer Presentation

- 4.1 จัดทำภาพยนตร์สารคดีโทรทัศน์ ความยาว 15 นาที เรื่อง “การเดินทางของเบตเตอร์” เพื่อใช้ประกอบในงานนิทรรศการ การประชุมสัมมนาเผยแพร่ จำนวน 1 เรื่อง
- 4.2 จัดทำสื่อผ่าน Computer Presentation พร้อม เครื่อง เพื่อใช้ประโยชน์ในการอบรม สัมมนาทางวิชาการ และให้ผู้ชมสามารถคืบสอบถามข้อมูล ด้านการบริการกำจัดกากอุตสาหกรรมของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีการกำจัดกากที่สะอาดปลอดภัย จัดทำ Software จำนวน 1 ชุด และ Hardware จำนวน 3 ชุด

#### 5. กิจกรรมพิเศษ

เป้าหมายหลักสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้คือ การทำความเข้าใจกับประชาชน และผู้นำทางความคิดในพื้นที่เป้าหมาย ที่จะมีการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จาก อุตสาหกรรม ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันสามารถแยกพื้นที่ได้เป็น 2 กลุ่มคือ

Group A เป็นพื้นที่ที่ตั้งโรงงานปรับเสถียรเท่านั้นไม่มีการฝังกลบ ได้แก่ เขตพื้นที่บางขุนเทียน กทม. , เขตสุขสวัสดิ์ จ.สมุทรปราการ เป็นต้น

Group B เป็นพื้นที่ตั้งโรงงานปรับเสถียรและมีพื้นที่กลบฝัง ได้แก่ กิ่งอำเภอวังม่วง จ.สระบุรี , จ.ราชบุรี เป็นต้น

กิจกรรมมวลชนสัมพันธ์ในพื้นที่ทั้ง 2 แห่ง มีลักษณะงานแตกต่างกัน ในพื้นที่ Group A กิจกรรมจัดเป็นสัปดาห์ณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย นิทรรศการย่อย ซึ่งจะมีกิจกรรมตาม สถานศึกษา โรงพยาบาล สถานที่ราชการ เน้นหาเน้นการให้ความรู้ถึงวัตถุมิพิษ และการกำจัดพิษ ตลอดจนมาตรการด้านความปลอดภัยต่าง ๆ สำหรับพื้นที่ Group B กิจกรรมมวลชนสัมพันธ์จะมีมากเป็นพิเศษ เนื่องจากกระแสการต่อต้านมีความรุนแรงแตกต่างจากเขตอื่น ๆ กิจกรรมสำคัญ



## ประกอบด้วย

- การนำผู้นำชุมชนไปศึกษาดูงานต่างประเทศ
- เชิญเข้าร่วมสัมมนาทางวิชาการเพื่อลด ความขัดแย้งด้านข่าวสาร
- เชิญเข้าร่วมอภิปรายในปัญหาความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์การใช้ที่ดิน

### 5.1 จัดการประชุมสัมมนาแก้ปัญหาการแย่งชิงทรัพยากร

ปัญหาความขัดแย้งของนโยบายรัฐในเรื่องสถานที่กลบฝังกากสารพิษกับ คล้ายกับ ปัญหาอื่นในเรื่องประโยชน์สาธารณะและประโยชน์ท้องถิ่น ประเด็นสำคัญอยู่ที่ความขัดแย้งนั้น มักจะลุกลามเป็นปัญหาใหญ่ เพราะขาดกลไกในการจัดการกับปัญหา แท้ที่จริงแล้ว มูลเหตุมาจากการแย่งกันใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และมีเรื่องผลกระทบจากการทำกินในที่ดิน ผลประโยชน์ของชุมชนในท้องถิ่นขาดเครื่องมือช่วยตัดสินใจ

ปัญหาความขัดแย้งมีหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ ความขัดแย้งเรื่องข่าวสาร เนื่องจากขาดการ ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้อง ความขัดแย้งระดับที่สอง คือ ความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ เช่น การจ่ายเงินชดเชย ในกรณีของชุมชนที่มีกากกลบฝัง เช่น กิ่งอำเภอวังม่วงมีความเสี่ยง จำเป็นต้องได้รับการชดเชย เพราะเท่ากับได้เสียสละเสี่ยงภัยแทนชุมชนอื่น ๆ

ความขัดแย้งในเรื่องโครงสร้างการจัดการ ปัญหาการปกครองท้องถิ่น และรัฐบาล กลาง ที่สำคัญคือการขาดการตัดสินใจร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านการดำเนินงานของกรม โรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นตัวแทนรัฐบาลกลาง กับ อ.บ.ต. หรือ อ.บ.จ. ไม่มีเวที หรือที่ประชุมที่ ชอบด้วยกฎหมายเป็นกลไกในการแก้ปัญหา

หลักการใหญ่ 3 ข้อนี้ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ได้สัมมนาร่วมกันใน ระดับผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อหาทางแก้ไขความขัดแย้งในเรื่องนี้ ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการ จัดการ และเป็นหัวข้อในการสัมมนาเพื่อแก้ไขปัญหของการกำจัดการได้พอสมควร

กลุ่มสื่อมวลชน , กลุ่ม NGO , ผู้นำชุมชนท้องถิ่น , นักวิชาการ หน่วยงานราชการที่ เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ควรมีโอกาสใช้เวทีนี้เป็นที่แก้ปัญหา หรือหาวิธี แก้

## ไขปัญหา

การประชุมควรมีขึ้น 2 ครั้ง โดยมีช่วงระยะเวลาห่างกันประมาณ 3 เดือน ผู้เข้าร่วมสัมมนา รวมทั้งหมคประมาณ 250 คน ผลการสัมมนาจะมีการเผยแพร่ผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง และประเด็นที่ยังค้างอยู่สามารถมาคุยต่อได้ทางสถานีวิทยุ ซึ่งเป็นรายการที่จัดอยู่ประจำทุกสัปดาห์

ตัวอย่างการเตรียมการ สัมมนาเรื่อง “การระดมแนวคิดเพื่อป้องกัน และแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง ระหว่างรัฐกับชุมชน ในการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม”

## หลักการ

ความขัดแย้งระหว่างนโยบายของรัฐและชุมชน ในเรื่องการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ได้กลายเป็นปัญหาที่มีความซับซ้อนมากขึ้น และยังไม่สามารถหาข้อยุติได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในพื้นที่ที่มีการต่อต้านจากประชาชนที่เป็นที่ตั้งโรงงานปรับเสถียร และมีพื้นที่กลบฝัง เช่น จ.สระบุรี จ.ราชบุรี และจ.ขอนแก่น

การสัมมนาระดมความคิดจากผู้ชำนาญการในสาขาอาชีพต่าง ๆ เพื่อหาแนวคิดในการแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งอย่างสันติวิธี การดำเนินงานจะร่วมกับสถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งเป็นสถาบันที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อหาแนวทางการลดความขัดแย้งในสังคม โดยเน้นปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้เรียนรู้กระบวนการ และเทคนิคการแก้ปัญหาคความขัดแย้งของชุมชนโดยสันติวิธี
2. เพื่อระดมความคิดและหาข้อยุติในการแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งที่เกิดขึ้น

## ผู้เข้าร่วมสัมมนา

1. ตัวแทนจากสถาบันการศึกษา เช่น คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นต้น

2. เจ้าหน้าที่จากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ และผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นต้น
3. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ตัวแทนจากสภาอุตสาหกรรม
4. สื่อมวลชนส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น
5. พระ
6. ตัวแทนเกษตรกร

ระยะเวลาการดำเนินงาน จัดสัมมนาแต่ละครั้งใช้เวลา 2 วัน

การจัดสัมมนาครั้งที่ 1 เดือน มกราคม 2540

การจัดสัมมนาครั้งที่ 2 เดือน มีนาคม 2540

สถานที่

การจัดสัมมนาครั้งที่ 1 โรงแรมฟอเรสฮิลล์ จ.สระบุรี

การจัดสัมมนาครั้งที่ 2 โรงแรมริเวอร์แคว จ.กาญจนบุรี

การดำเนินการ

จัดสัมมนา บรรยาย ร่วมระดมความคิดและแสดงความคิดเห็น

รูปแบบการจัดสัมมนา

1. อภิปรายและบรรยายหัวข้อพิเศษ โดย
  - อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม
  - ผู้เชี่ยวชาญจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม
  - ผู้อำนวยการสถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น
  - ตัวแทนผู้นำชุมชน
  - ตัวแทนกลุ่มคนทางสังคมต่าง ๆ เช่น พระสงฆ์ เป็นต้น
2. ฉายภาพยนตร์สารคดี

### 3. มุมนิทรรศการ

- บอร์ดให้ความรู้, โปสเตอร์, คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย
- การจำลองหรือการสาธิตวิธีการกำจัดของเสียอันตรายโดยผู้เชี่ยวชาญจากกรม

โรงงานอุตสาหกรรม

### เนื้อหาของการสัมมนา

วิธีคิด วิธีแก้ปัญหา ความขัดแย้งของนโยบายรัฐในเรื่องการกำจัดสารพิษ ซึ่งต้องใช้เวลาที่กลบฝัง และการเสียประโยชน์ของชุมชน

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
2. นำข้อสรุป จากการสัมมนาไปปรับปรุงการนำเสนอ และเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ

## 5.2 กิจกรรมมวลชนสัมพันธ์ในท้องถิ่น

### หลักการ

นอกเหนือจากสื่อประเภทต่างๆ ที่จะให้ความรู้กับประชาชนแล้ว การจัดกิจกรรมมวลชนสัมพันธ์ ต้องการเจาะลึกโดยตรงถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องได้รับข่าวสาร และต้องมีความเป็นมิตรกับ กรมโรงงานอุตสาหกรรมเป็นพิเศษ

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่และผู้นำชุมชนที่จะมีการจัดตั้งศูนย์บริหารฯ ได้ เกิดความรู้ในเรื่องขยะอุตสาหกรรมและเข้าใจถึงวิธีการ และขั้นตอน การกำจัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ
2. เพื่อแสดงศักยภาพของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในการดำเนินการป้องกันและแก้ไข

## ปัญหาขยะอุตสาหกรรม

3. เพื่อให้เห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญในการจัดตั้งศูนย์บริหารฯ

### 5.2.1 นิทรรศการถาวร

#### สถานที่

ห้องสมุดของโรงเรียน และมุมใดมุมหนึ่งของโรงพยาบาลในพื้นที่จะมีการจัดตั้งศูนย์บริหารฯ

#### กลุ่มเป้าหมาย

1. นักเรียน นักศึกษา
2. ครู อาจารย์ และหัวหน้าสถานศึกษา
3. แพทย์ พยาบาล
4. ประชาชนทั่วไป

#### รูปแบบ

1. บอร์ดความรู้ โปสเตอร์
2. แผ่นพับ และจุลสาร
3. วิดีโอภาพยนตร์สารคดี

### 5.2.2 นิทรรศการสัญจร “สัปดาห์อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม”

#### กลุ่มเป้าหมาย

1. ประชาชนในพื้นที่
2. ผู้นำชุมชน
3. เจ้าอาวาส พระ



4. ผู้อำนวยการโรงเรียน ครูใหญ่ และอาจารย์
5. นักเรียน นักศึกษา
6. แพทย์ พยาบาล
7. สื่อมวลชนท้องถิ่น

### สถานที่

ในแต่ละพื้นที่ที่จะเลือกจัดในบริเวณที่เป็นแหล่งชุมชน เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล ที่ว่าการอำเภอ ศาลากลางจังหวัด หรือ วัด เป็นต้น

### ระยะเวลา

ในพื้นที่แต่ละจังหวัด จะใช้เวลา 7 วัน เพื่อตระเวน ไปยังสถานที่ต่างๆ เริ่มประมาณเดือนมกราคม 2540 – กรกฎาคม 2540

### จำนวนการจัด

พื้นที่ที่จะมีการจัดตั้งศูนย์ฯ 5 จังหวัด

### รูปแบบ

1. การอภิปราย บรรยายหัวข้อพิเศษ โดยผู้เชี่ยวชาญจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม และตัวแทนผู้นำชุมชนในบริเวณใกล้เคียง
2. ฉายภาพยนตร์สารคดี
3. การแข่งขันตอบปัญหา / การเล่นเกมสัจของรางวัล
4. มุมนิทรรศการ

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับความรู้ที่ถูกต้อง และเข้าใจเรื่องขยะ

อุตสาหกรรมมากขึ้น

2. ประชาชนในพื้นที่เกิดความเชื่อมั่น และไว้วางใจในการดำเนินงานของกรม  
โรงงานอุตสาหกรรม
3. ประชาชนในพื้นที่เกิดความมั่นใจต่อความปลอดภัยในเทคโนโลยีที่นำมาใช้  
ในการกำจัดขยะอุตสาหกรรม

การจัดนิทรรศการที่ได้กล่าวข้างต้นนี้ จะขอความร่วมมือจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่จะมาสนับสนุนในเรื่องข้อมูล ความรู้ และวิทยากรพิเศษ เช่น กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม , กองทุนสิ่งแวดล้อม , กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร (NGO) ท้องถิ่น หรือสมาคม ชิงค์ เอิร์ธ เป็นต้น

### 5.3 การศึกษา คูงานต่างประเทศ

#### หลักการ

การดำเนินการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรมนับเป็น สิ่งใหม่สำหรับประเทศไทย และคนไทยจำนวนมากที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจ ดังนั้นการได้นำกลุ่มที่เป็นผู้นำชุมชนและกลุ่มสื่อมวลชนศึกษา คูงานตัวอย่างศูนย์กำจัดกากของประเทศที่ได้ดำเนินการในลักษณะเดียวกันแล้ว ก็จะเป็นการช่วยถ่ายทอดความถูกต้องไปสู่กลุ่มประชาชนทั้งโดยตรงและโดยอ้อมอีกด้วย

#### วัตถุประสงค์

เพื่อให้ตัวแทนผู้นำชุมชนและสื่อมวลชนได้รับความรู้และเห็นตัวอย่างของการจัดตั้งศูนย์กำจัดกากของต่างประเทศที่ได้ดำเนินการแล้ว

#### จำนวนผู้เดินทาง

50 คน ประกอบด้วย ตัวแทนผู้นำชุมชน ตัวแทนหน่วยงานราชการ ตัวแทนสื่อมวลชน

#### สถานที่ ประเทศอินโดนีเซีย

### 6. การประเมินผลการรณรงค์

ว่าจ้างสถาบันการศึกษาทำโครงการวิจัยในพื้นที่ เพื่อให้ทราบว่ามีกลุ่มเป้าหมายรับทราบข่าวสารมากน้อยเพียงใด โดยกำหนดหัวข้อให้ในภายหลัง ช่วงระยะเวลาดำเนินการ กุมภาพันธ์ - เมษายน 2540 งบประมาณ 400,000 บาท

#### 7. การพิจารณางานก่อนเผยแพร่

จะมอบบทโทรทัศน์ และเทปวิดีโอที่พร้อมออกอากาศ บทสารคดีวิทยุและเทปที่พร้อมออกอากาศ รวมถึงบทความ ข่าว และอื่น ๆ ให้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 5 ชุด เพื่อพิจารณา และให้ความเห็นชอบก่อนนำออกเผยแพร่เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 7 วันทำการ

#### 8. การส่งมอบงาน

จะส่งรายงานผลการดำเนินงานของแต่ละเดือนให้กรมโรงงานอุตสาหกรรม ภายใน 7 วันทำการ นับจากวันสิ้นสุดการดำเนินการในแต่ละรอบเดือน และจะส่งสรุปผลการดำเนินการพร้อมทั้งเอกสาร บทความ และอื่น ๆ ที่จะนำออกเผยแพร่ทั้งหมด รวมจำนวน 5 ชุด ให้กรมโรงงานอุตสาหกรรม ภายใน 30 วัน นับจากสิ้นสุดวันดำเนินการ

หมายเหตุ การดำเนินงานของบริษัท ได้มีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดหลายรายการ ในช่วงที่ทำการรณรงค์ โดยเฉพาะยกเลิกการประเมินผลรณรงค์ และตัดโอนงบประมาณการใช้สื่อหลาย เพื่อเพิ่มกิจกรรมในส่วนอื่นของการรณรงค์

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แผนการดำเนินงานของบริษัทที่ปรึกษาการรณรงค์โครงการ “โรงงานสีเขียว”

### หลักการและเหตุผล

จากการที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมจะนำเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการจัดการมลพิษโรงงาน ในอนาคตอันใกล้นี้ และการจัดเก็บค่าธรรมเนียม “Product Charges” เป็นวิธีหนึ่งที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมจะนำมาใช้ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับทั้ง “ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดมลพิษ” และ “ผู้บริโภคที่บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ก่อมลพิษ” ต้องร่วมรับภาระ ภายใต้หลักการ “ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย” การจัดกิจกรรมโครงการโรงงานสีเขียว โดยนำแนวคิดการจัดเก็บ Product Charges เป็นแนวทางจะเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเข้าใจหลักการ การนำเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการจัดการมลพิษโรงงาน และจะมีการต่อต้านน้อยลง และปัจจุบันปัญหาเรื่องขยะอุตสาหกรรมที่ใช้แล้ว เช่น หลอดฟลูออเรสเซนต์ ถ่านไฟฉาย สินค้าเหล่านี้เมื่อใช้แล้วหากดูแลจัดการไม่ถูกต้อง จะกลายเป็นปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัยของประชาชนได้ ดังนั้น เพื่อลดปัญหาดังกล่าว กรมโรงงานอุตสาหกรรมจึงได้ ริเริ่ม “โครงการโรงงานสีเขียว” ขึ้น โดยมุ่งหวังที่จะสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และเอกชน ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ด้วยการรับแลกซื้อหลอดฟลูออเรสเซนต์ และถ่านไฟฉายที่ใช้แล้ว เพื่อนำไปจัดการอย่างถูกต้อง

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการทดลองใช้หลักเศรษฐศาสตร์จัดการมลพิษโรงงาน
2. เพื่อให้โรงงานอุตสาหกรรม และประชาชนเข้าใจในหลักการเบื้องต้น ก่อนนำหลักกฎหมายมาใช้อย่างเต็มรูปแบบ
3. เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีในการผลิตและการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้กับผู้ประกอบการ และประชาชน
4. เพื่อให้ความรู้และแนะนำวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอย่างถูกต้องแก่ประชาชน
5. เพื่อเป็นโครงการนำร่องในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการนำหลักเศรษฐศาสตร์ในการจัดการมลพิษมาใช้ในชีวิตประจำวัน
6. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนว่า ขยะอุตสาหกรรม เป็นสิ่งที่จะต้องมีการจัดการอย่างถูกต้องมีระบบ จะปล่อยให้ปนกับขยะทั่วไปไม่ได้ เพราะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

อนามัยของประชาชน

### กลุ่มเป้าหมาย

1. ประชาชนทั่วไป
2. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม (ผู้ผลิตถ่านไฟฉาย และ หลอดฟลูออเรสเซนต์)
3. สื่อมวลชน

### เจ้าของโครงการ

1. กรมโรงงานอุตสาหกรรม
2. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตถ่านไฟฉาย ได้แก่ บริษัท ยิลเลตต์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิต และจำหน่ายถ่านไฟฉาย DURACELL
3. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตหลอดฟลูออเรสเซนต์ ได้แก่
  - บริษัท ฟิลิปส์ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายหลอดฟลูออเรสเซนต์ ฟิลิปส์
  - หจก. ส. กิจเจริญแสง ผู้ผลิตและจำหน่ายหลอดฟลูออเรสเซนต์ ไคอิจิ ไคชิคา และอิตาชิ
  - บริษัท ไทยโตชิบา ไลท์ติ้ง จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายหลอดฟลูออเรสเซนต์ โตชิบา
  - บริษัท ออสแรม (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายหลอดฟลูออเรสเซนต์ ออสแรม
4. บริษัท บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำกัด (มหาชน) หรือ GENCO

### ระยะเวลาปฏิบัติโครงการ

ระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนธันวาคม 2542 (ขึ้นการวางแผน และ เตรียมการณรงค์ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2541)



## วัน เวลา จัดประชุมโครงการ

ตามเวลาปิด – เปิดของศูนย์การค้า

## ขนาดพื้นที่จัดประชุมโครงการ

ไม่เกิน 15 ตารางเมตร (ห้องเก็บของ 1 ห้อง)

## กิจกรรมในโครงการ

1. จัดประชุมโครงการฯ แลกซื้อสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ที่ให้ความร่วมมือ 8 จุด
2. จัดรถรับแลกซื้อสินค้าเคลื่อนที่ (mobile 1-2 คัน)
3. จัดแถลงข่าว
4. ออกสโปดวิทยุ

## สิ่งที่คาดว่าจะได้รับ

### ประเทศชาติ

- สภาพแวดล้อมได้รับการฟื้นฟู และอนุรักษ์ไว้สำหรับชนรุ่นลูกหลาน
- ลดความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้สามารถประหยัด

งบประมาณแผ่นดินในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อนำงบประมาณที่ต้องเสียไปใช้พัฒนาประเทศในด้านอื่นที่จำเป็น โดยเฉพาะในด้านการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

### กรมโรงงานอุตสาหกรรม

- สามารถดำเนินนโยบายในการกำกับดูแลโรงงานอุตสาหกรรม ในด้านสิ่งแวดล้อมได้ตามแผนงานที่สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกำหนด
- มีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ประกอบการในด้านการประสานความร่วมมือในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

### ผู้ประกอบการ

- ได้ภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กรและสินค้า เพราะเป็นหน่วยงานที่รักษาสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง และให้ความร่วมมือในกิจกรรมกับหน่วยงานของรัฐเป็นอย่างดี
- สามารถประยุกต์ใช้เป็น โครงการส่งเสริมการตลาดและการขาย หรือ การประชาสัมพันธ์บริษัท และสินค้าได้

#### ประชาชน / ผู้บริโภค

- มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพราะได้รับสิ่งแวดล้อมที่ดีกลับคืน
- ความภูมิใจที่ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสิ่งแวดล้อม



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**แผนการดำเนินงานของบริษัทที่ปรึกษา**  
**การณรงคัโครงการ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ”**

**แนวความคิดโครงการ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ”**

เช้า สัมมนา บ่าย ชมโรงงาน

**กิจกรรม**

1. พาผู้ประกอบการเยี่ยมชมโรงงานที่มีระบบสิ่งแวดล้อมดี / สื่อบุคคล + สื่อมวลชน  
ทำข่าว
2. จัดสัปดาห์ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ” แสดงนิทรรศการ
3. ประกวดโปสเตอร์  
โปสเตอร์ที่ชนะเลิศจะได้รับการตีพิมพ์ / สื่อสิ่งพิมพ์
4. มอบรางวัล / ทำข่าว
5. สัมมนา เชิง Dinner Talk
  - โรงงาน
  - ผู้บริหารของกรมโรงงานอุตสาหกรรม
6. สื่อมวลชนดีเด่นด้านการเสนอข่าวโครงการ
  - หนังสือพิมพ์

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยในโรงงาน ให้แก่ผู้ประกอบการ  
อุตสาหกรรม
2. หาแนวร่วมในการผลักดันให้เกิดกระแสความร่วมมือ
3. สร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในภารกิจด้านดูแลสิ่งแวดล้อมโรงงานให้กับกรมฯ

**รูปแบบโครงการ**

1. แดลงข่าวเปิดตัวโครงการ

2. จัดสัปดาห์ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ” 5 วัน ที่กรมโรงงานอุตสาหกรรม
3. รับสมัครสมาชิกโครงการ (ผู้ประกอบการ) ไม่เสียค่าใช้จ่ายในช่วงการจัดสัปดาห์ โดยมี  
นิทรรศการประกอบ
  4. จัดพาสมาชิก และสื่อมวลชน เยี่ยมชม โรงงานอุตสาหกรรม ที่ได้รับรางวัลด้านการจัดการ  
สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย พร้อมบรรยายประกอบ
  5. จัดประกวดโปสเตอร์ “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ” ในมุมมองของ
    - ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม (ในนามของโรงงาน)
    - ประชาชนทั่วไป
    - นักเรียน / นักศึกษา
  6. รางวัลผู้ชนะเลิศ 3 รางวัล ๆ ละ 10,000 บาท (3 ประเภท)  
รางวัลชมเชย 6 รางวัล ๆ ละ 3,000 บาท (3 ประเภท)
  7. โปสเตอร์ที่ชนะเลิศจะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ 1 แบบ จำนวน 5,000 แผ่น
  8. จัดนิทรรศการโชว์ผลงานการประกวดโปสเตอร์
  9. จัดพิมพ์ Stickers “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ” แจกผู้ประกอบการ และ  
ประชาชน เพื่อการรณรงค์หาแนวร่วม
  10. สรุปประเมินผลโครงการ
    - แบบสอบถามสมาชิก
    - Feed back จากสื่อมวลชน
  11. จัดงานสังสรรค์ มอบรางวัลสื่อมวลชนดีเด่นที่เสนอข่าวโครงการ “โรงงานยุคใหม่  
ปลอดภัย ไร้มลพิษ” อย่างต่อเนื่องและถูกต้อง ชัดเจน

## สื่อที่ใช้

1. สื่อสิ่งพิมพ์
  - หนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน ข่าวสด
  - หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ ได้แก่ ประชาชาติ กรุงเทพธุรกิจ
  - วารสารอุตสาหกรรม (หนังสือ INDUSTRIAL)
  - การลงบทความ
  - Brochure โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ จำนวน 2,000 แผ่น ขนาด

- Sticker โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ จำนวน 2,000 แผ่น ขนาด 15 x 6.5 เซนติเมตร เฉพาะผู้เข้าร่วมการรณรงค์
- โปสเตอร์ โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ (ภาพประกวดที่ชนะเลิศ) จำนวน 2,000 แผ่น ขนาด A 3

## 2. สื่อวิทยุ

- รายการอุตสาหกรรมกับสิ่งแวดล้อม ตอน (โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ) เป็นการสัมภาษณ์ หรือสนทนาความรู้ทั้งในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม เทป และการสัมภาษณ์ ความยาว 30 นาที
- รายการสารคดี 2 นาที

## 3. สื่อโทรทัศน์

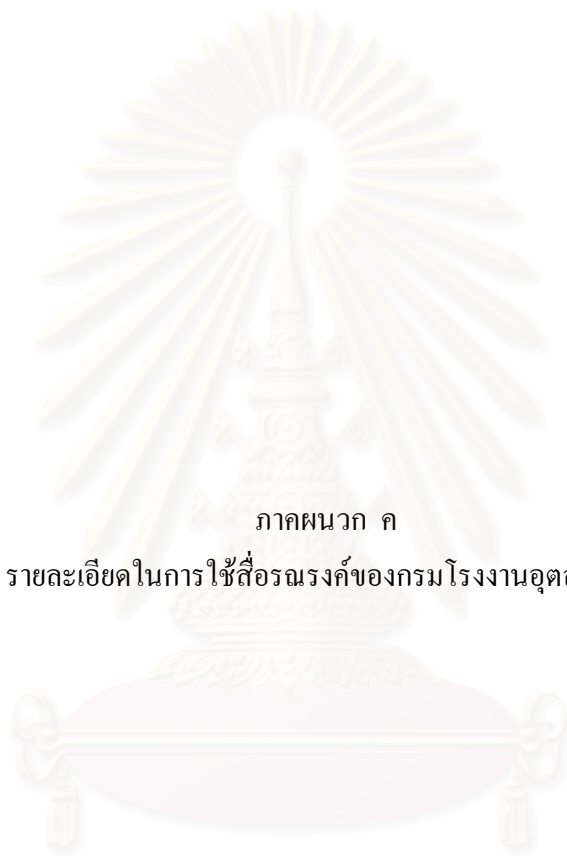
- รายการช่อง 5 ไร่ดี วันอาทิตย์ เวลา 16.30 – 17.00 น. 2 เดือน / ครั้ง
- ใช้สื่อบุคคลในการให้สื่อโทรทัศน์ออกข่าวให้
- ในวันแถลงข่าว (รัฐมนตรี / อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม เป็นประธาน)
- วันพาผู้ประกอบการชมโรงงาน
- วันมอบรางวัล

## 4. สื่ออื่นๆ

- Dinner Talk

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาคผนวก ค

รายละเอียดในการใช้สื่อรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**การออกอากาศรายการทางโทรทัศน์ "โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม"**

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
1.	พื้นฐานความเข้าใจกับนโยบายการจัดการของเสียในประเทศไทย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	5 พ.ย. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
2.	ปัญหาของเสียอันตรายกับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมไทย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	7 พ.ย. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
3.	ผลกำไรจากโรงงานคืนสู่ประชาชน	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	12 พ.ย. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
4.	ของเสียอันตรายแท้จริงคืออะไร	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	14 พ.ย. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
5.	ปัญหาที่เกิดจากความรู้อาจไม่ถึงการณ์	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	19 พ.ย. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
6.	ร่วมใจสร้างแหล่งบำบัด เพื่อมาตรฐานของชีวิต	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	21 พ.ย. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
7.	เลือกใช้และกำจัดหรือบำบัดให้ถูกวิธี	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	26 พ.ย. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
8.	การจัดการของเสียอันตรายในโรงงานอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	28 พ.ย. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
9.	ร่วมมือร่วมใจในการกำจัดกากอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	3 ธ.ค. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
10.	ร่วมใจใช้ผลิตภัณฑ์จากสารเคมีให้ถูกวิธี	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	5 ธ.ค. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
11.	พิษภัยจากของเสียอันตราย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	10 ธ.ค. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
12.	การจัดการของเสียอันตราย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	12 ธ.ค. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
13.	ของเสียอันตรายกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	17 ธ.ค. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
14.	Clean Technology ทางเลือกใหม่ในการลดของเสียอันตราย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	19 ธ.ค. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
15.	การจัดการของเสียอันตราย...กรณีสารเคมีระเบิด	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	24 ธ.ค. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
16.	ความร่วมมือระหว่างไทย-สหรัฐฯ ในการกำจัดสารพิษ	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	26 ธ.ค. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
17.	กฎหมายกับการป้องกันอุบัติเหตุจากสารเคมี	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	31 ธ.ค. 2539	20.15 - 21.00 น.	1	
18.	โครงการสัมมนาปัญหาอากาศของเสียอันตรายและแนวทางแก้ไข	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	7 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.	1	
19.	การคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษาของศูนย์ฯ แสมดำ	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	14 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.	1	
20.	การสัมมนา การประเมินความเสี่ยงในบริเวณที่มีของเสียอันตราย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	21 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.	1	
21.	กรอ. เร่งหาแนวทางจัดการสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรมเป็งมันสำปะหลัง	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	28 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.	1	
22.	กรอ. หาแนวทางเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมใน	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	4 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.	1	

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
23.	การหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อลดปัญหา สิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	11 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.	1	
24.	โครงการจัดตั้งศูนย์วิจัย เพื่อแก้ไขปัญหา สิ่งแวดล้อม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	18 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.	1	
25.	สถานการณ์กากของเสียอันตรายในประเทศไทย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	25 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.	1	
26.	การหามาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหา กากของเสียอันตราย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	2 พ.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
27.	โครงการสำรวจ ศึกษาและจัดทำแผนแม่บท ในการจัดสร้างโรงงานกำจัดกากอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	9 พ.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
28.	การเตรียมความพร้อมของโรงงานอุตสาหกรรม... ก่อนเข้าสู่ระบบ ISO 14000	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	16 พ.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
29.	ความจำเป็นในการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม โรงงานอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	23 พ.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
30.	ผลการศึกษานำน้ำกรดกลับมาใช้ใหม่ ในอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	30 พ.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	

31.	โครงการนำร่องการนำหลักเศรษฐศาสตร์มาช่วยจัดการมลพิษ	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	6 มิ.ย. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
32.	แนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมโรงงานอุตสาหกรรม	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	13 มิ.ย. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
33.	เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ที่เหมาะสมในการจัดการมลพิษโรงงาน	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	20 มิ.ย. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
34.	ลดปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วยระบบกำจัดน้ำเสียรวม	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	27 มิ.ย. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
35.	การทำลายฤทธิ์กากของเสียปนเปื้อนยาฆ่าแมลง	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	4 ก.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
36.	ประเทศไทยกับการจัดการกากของเสียประเภทปนเปื้อนยาฆ่าแมลง	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	11 ก.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
37.	เศรษฐศาสตร์กับการจัดการสิ่งแวดล้อม	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	18 ก.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	
38.	กฎหมายที่ผู้ประกอบการโรงงานต้องปฏิบัติ	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	11 ก.พ. 2540	11.55 - 12.15 น.	1	
39.	ร่วมใจใช้เทคโนโลยีอย่างคุ้มค่า เพื่อลดปริมาณของเสียอันตราย	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	13 ก.พ. 2540	11.55 - 12.15 น.	2	สารคดีเชิงข่าว
		ห้อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	14 ก.พ. 2540	11.45 - 12.00 น.		สารคดีสั้น
40.	การจัดการของเสียอันตราย ... กรณีโยกย้ายโรงงาน	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	18 ก.พ. 2540	11.55 - 12.15 น.	2	
		ห้อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	14 มี.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.		

41.	ปริมาณของเสียอันตรายในไทย ปี 2538	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	20 ก.พ. 2540	11.55 - 12.15 น.	1	
42.	แผนแม่บทในการจัดสร้างโรงบำบัดและกำจัดของเสียอันตรายอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	25 ก.พ. 2540	11.55 - 12.15 น.	1	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
43.	ค่าบริการบำบัดและกำจัดของเสียอันตราย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	27 ก.พ. 2540	11.55 - 12.15 น.	1	
44.	ความคืบหน้าข้อตกลงร่วมระหว่างกระทรวงอุตสาหกรรม และกรุงเทพมหานคร เรื่อง การจัดการของเสียอันตรายจากโรงงานและชุมชน	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	4 มี.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	3	
		ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	28 มี.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.		
		ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	7 มี.ค. 2540	22.45 - 23.15 น.		รายการข่าว
45.	แผนแม่บทในการกำจัดกากอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	6 มี.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	4 เม.ย. 2540	11.45 - 12.00 น.		
46.	ปริมาณของเสียอันตรายของไทย ระหว่าง ปี 2537 และ 2538	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	11 มี.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
47.	ศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	13 มี.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
48.	การจัดจ้างบริษัทที่ปรึกษา เพื่อเพิ่มมาตรฐานของศูนย์ฯ แสมดำ	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	18 มี.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	21 มี.ค. 2540	22.45 - 23.15 น.		
49.	การสำรวจปริมาณกากของเสียในเขตกรุงเทพมหานคร	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	20 มี.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	



50.	การประเมินความเสี่ยงในบริเวณที่มี ของเสียอันตราย	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	25 มี.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
51.	การจัดการสิ่งแวดลอม สำหรับอุตสาหกรรมผลิต แป้งมันสำปะหลัง	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	27 มี.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
52.	กลยุทธ์ในการยกระดับมาตรฐานจัดการสิ่งแวดลอม ของไทยให้เป็นที่ยอมรับของนานาชาติ	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	1 เม.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
53.	ปัจจัยหนึ่งในการแก้ไขปัญหาของเสียอันตราย	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	3 เม.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
54.	โครงการศึกษาลดผลกระทบต่อสิ่งแวดลอม ในอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ ตอน 1	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	8 เม.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ห้อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดลอม	11 เม.ย. 2540	11.45 - 12.00 น.		
55.	โครงการศึกษาลดผลกระทบต่อสิ่งแวดลอม ในอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ ตอน 2	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	10 เม.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ห้อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดลอม	18 เม.ย. 2540	11.45 - 12.00 น.		
56.	การจัดทำฐานข้อมูลกากของเสียอันตราย	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	15 เม.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
57.	โครงการนำร่องการลดปริมาณการสูญเสีย น้ำล้างกรดในอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	17 เม.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
58.	ของเสียอันตรายสามารถจัดการได้ ตอน 1	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	22 เม.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ห้อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดลอม	23 พ.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.		

59.	ของเสียอันตรายสามารถจัดการได้ ตอน 2	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	24 เม.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ห้อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	30 พ.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.		
60.	การนำเข้าสารเคมีในประเทศไทย	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	29 เม.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
61.	การจัดเก็บสารเคมีที่ปลอดภัย	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	1 พ.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ห้อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	16 พ.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
62.	การรีไซเคิลสารเคมี	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	6 พ.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
63.	แนวทางการป้องกันและแก้ไขหลังเกิดอุบัติเหตุจากสารเคมี	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	8 พ.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
64.	กฎหมายควบคุมวัตถุอันตราย	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	13 พ.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
65.	หลักสากลในการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมโรงงานอุตสาหกรรม	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	15 พ.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
66.	ประโยชน์จากการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมโรงงานอุตสาหกรรม	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	20 พ.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
67.	การตรวจสอบสิ่งแวดล้อมกับมาตรฐาน ISO 14000	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	22 พ.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
68.	เทคโนโลยีใหม่ในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	27 พ.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	

69.	ในอุตสาหกรรมเหล็ก องค์กรร่วมระหว่างไทย-เยอรมัน (GTZ) เพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมของไทย	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	29 พ.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
70.	ประโยชน์จากโครงการนำร่องการนำน้ำกรด กลับมาใช้ใหม่ในอุตสาหกรรมเหล็ก	ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	6 มิ.ย. 2540	11.45 - 12.00 น.		
		ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	3 มิ.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	13 มิ.ย. 2540	11.45 - 12.00 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
71.	แนวทางใหม่เพื่อนำน้ำกรดกลับมาใช้ใหม่ ในอุตสาหกรรมเหล็ก	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	5 มิ.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
72.	ความคืบหน้าของศูนย์ฝึกลบ ราชบุรี	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	10 มิ.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	4 ก.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.		
73.	โครงการประยุกต์ใช้หลักการทางเศรษฐศาสตร์ ในการจัดการมลพิษโรงงาน	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	12 มิ.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
74.	แนวทางใหม่เพื่อร่วมกันลดปริมาณ ของเสียอันตรายในโรงงานอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	17 มิ.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	20 มิ.ย. 2540	11.45 - 12.00 น.		
75.	สถานที่ในการจัดการของเสียอันตรายจาก โรงงานอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	19 มิ.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	

76.	ความรับผิดชอบของเจ้าของโรงงานอุตสาหกรรม	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	24 มิ.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
77.	การกำจัดขยะที่เป็นพิษจากโรงงานในเขตกรุงเทพฯ	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	26 มิ.ย. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
78.	นโยบายแผน 8 กบกับการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	1 ก.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
79.	บริษัทที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบมาตรฐานของศูนย์ฯ แสมดำ	ห้อง 5 ห้อง 9	ข่าวอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	3 ก.ค. 2540 11 ก.ค. 2540	12.00 - 12.30 น. 11.45 - 12.00 น.	2	
80.	แนวทางลดต้นทุนการผลิตในการจัดการของเสียอันตราย	ห้อง 5 ห้อง 9	ข่าวอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	8 ก.ค. 2540 18 ก.ค. 2540	12.00 - 12.30 น. 11.45 - 12.00 น.	2	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
81.	มาตรการเกี่ยวกับการจัดการของเสียอันตรายจากโรงงานอุตสาหกรรม	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	10 ก.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
82.	มาตรการแก้ไขปัญหาสารพิษในเขตนิกมอุตสาหกรรมมาบตาพุด	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	15 ก.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
83.	โครงการลดมลพิษก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์จากโรงงานอุตสาหกรรม	ห้อง 5 ห้อง 9	ข่าวอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	22 ก.ค. 2540 25 ก.ค. 2540	12.00 - 12.30 น. 11.45 - 12.00 น.	2	
84.	แนวทางการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในประเทศสหรัฐอเมริกา	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	24 ก.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
85.	แนวทางการจัดการของเสียอันตรายจาก	ห้อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	29 ก.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	

	โรงงานอุตสาหกรรม						
86.	การลักลอบทิ้งถังสารเคมีใน จ.สมุทรปราการ	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	31 ก.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
87.	การป้องกันสารเคมีภายในโรงงานอุตสาหกรรม	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	18 ส.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
88.	การแต่งตั้งคณะทำงานติดตามแก้ไขปัญหากรณี ในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	20 ส.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
89.	ความคืบหน้าในการแก้ไขปัญหากรณีจากโรงงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	22 ส.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
90.	ปัญหาที่เกิดขึ้นในการควบคุมและป้องกันสารเคมี ภายในโรงงาน	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	25 ส.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
91.	อัตราค่าบริการใหม่ในการบำบัดหรือกำจัด ของเสียอันตรายของศูนย์ฯ แสมดำ	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	27 ส.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
92.	วิธีการบำบัดหรือกำจัดกากปรอทภายในศูนย์ฯ แสมดำ	ช่อง 5	ข่าวอุตสาหกรรม	29 ส.ค. 2540	12.00 - 12.30 น.	1	
93.	ความเข้าใจพื้นฐานก่อนการสร้างสถานที่ฝังกลบ ตอนที่ 1	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	17 ม.ค. 2540	22.45 - 23.15 น.	1	

94.	ความเข้าใจพื้นฐานก่อนการสร้างสถานที่ฟังกลบ ตอนที่ 2	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	22 ม.ค. 2540	22.45 - 23.15 น.	1	
95.	การจัดตั้งศูนย์วิจัยร่วมระหว่างมหาวิทยาลัยและ ภาคอุตสาหกรรมเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม และ กากของเสียอันตราย	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	31 ม.ค. 2540	22.45 - 23.15 น.	1	
96.	ของเสียอันตราย	ช่อง 5 ช่อง 9 ช่อง 9	ข่าว "HEADLINES" รายการ "เปิดโลกทัศน์" อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	5 ก.พ. 2540 9 ต.ค. 2539 7 ก.พ. 2540	22.45 - 23.15 น. 12.20 - 12.30 น. 11.45 - 12.00 น.	3	
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีโทรทัศน์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
97.	อีกทางเลือกหนึ่งในการจัดการของเสียอันตราย	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	13 ก.พ. 2540	22.45 - 23.15 น.	1	
98.	สถานการณ์กากอุตสาหกรรมไทย	ช่อง 5 ช่อง 9 ช่อง 9 ช่อง 11	ข่าว "HEADLINES" รายการ "เปิดโลกทัศน์" อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	28 ก.พ. 2540 2 ต.ค. 2539 7 มี.ค. 2540 8 มี.ค. 2540	22.45 - 23.15 น. 12.20 - 12.30 น. 11.45 - 12.00 น. 20.00 - 21.00 น.	4	
99.	การพัฒนาสิ่งแวดล้อมกับการยกระดับมาตรฐาน ของสินค้า	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	28 มี.ค. 2540	22.45 - 23.15 น.	1	



100.	ร่วมแก้ไขปัญหาคาของเสียอันตราย เพื่อทุกชีวิตบนพื้นโลก	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	4 เม.ย. 2540	22.45 - 23.15 น.	1	
101.	แนวทางการลดปริมาณของเสียอันตรายในอุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	11 เม.ย. 2540	22.45 - 23.15 น.	2	
102.	หลักการจัดการของเสียอันตรายในสหรัฐอเมริกา	ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	25 เม.ย. 2540	11.45 - 12.00 น.		
103.	การจัดการของเสียอันตรายในเขตกรุงเทพมหานคร	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	18 เม.ย. 2540	22.45 - 23.15 น.	1	
104.	การลดปริมาณและการใช้ประโยชน์จากของเสียอันตราย	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	24 เม.ย. 2540	22.45 - 23.15 น.	1	
105.	กากอุตสาหกรรม --- มหันตภัยเงียบ	ช่อง 5	ข่าว "HEADLINES"	25 เม.ย. 2540	22.45 - 23.15 น.	1	
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	7 ต.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	6 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีโทรทัศน์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
106.	ของเสียอันตรายมาจากไหน	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	14 ต.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	1	
107.	พิษภัยที่ไม่ควรมองข้าม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	16 ต.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	15 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
108.	มลพิษร้ายใกล้ตัว	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	21 ต.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	13 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
109.	ผลพวงมหากภัย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	23 ต.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	1	

110.	ของเสียอันตรายจากชุมชน	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	28 ต.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	20 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
111.	ของเสียอันตรายจากอุตสาหกรรม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	30 ต.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	22 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
112.	มูลเหตุของพิษภัย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	4 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	27 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
113.	หนทางสู่ความปลอดภัย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	6 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	3	
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	2 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.		
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	29 มี.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
114.	พระราชบัญญัติเพื่อความปลอดภัย ตอนที่ 1	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	11 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	3 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีโทรทัศน์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
115.	พระราชบัญญัติเพื่อความปลอดภัย ตอนที่ 2	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	13 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	5 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
116.	กฎหมายที่ควรใส่ใจ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	15 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	10 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
117.	ส่วนหนึ่งของปัญหาสิ่งแวดล้อม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	18 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	1	

118.	ปัญหาที่ไม่ควรนิ่งเฉย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	20 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	1	
119.	คุณรู้จักของเสียอันตรายแค่ไหน	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	22 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	4	
		ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	16 ม.ค. 2540	11.57 - 11.59 น.		
		ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	21 ส.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.		
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	12 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
120.	เศรษฐกิจนี้ไม่ฟื้น	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	25 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	1	
121.	เบื้องหลังความสำเร็จ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	27 พ.ย. 2539	12.20 - 12.30 น.	1	
122.	วิกฤตการณ์ที่น่าหวาดกลัว	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	2 ธ.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	17 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
123.	ผลกระทบที่คุณคาดไม่ถึง	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	4 ธ.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	3	
		ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	17 ม.ค. 2540	11.57 - 11.59 น.		
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	19 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีโทรทัศน์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
124.	สิ่งแอบแฝงที่ควรจัดการ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	9 ธ.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	24 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
125.	ภัยมืดจากโรงงานอุตสาหกรรม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	16 ธ.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	26 เม.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

126.	แนวทางที่ถูกต้อง	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	18 ธ.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	1 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
127.	การจัดการที่คุ้มค่า	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	23 ธ.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	3	
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	11 เม.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.		
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	3 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
128.	องค์ประกอบที่สำคัญ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	23 ธ.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	8 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
129.	กระบวนการเพื่อความปลอดภัย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	30 ธ.ค. 2539	12.20 - 12.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	10 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
130.	การบำบัดของเสียอันตรายขั้นต้น	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	3 ม.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	15 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
131.	เคมีบำบัด .... หนึ่งในแนวทางกำจัด ของเสียอันตราย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	6 ม.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	17 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีโทรทัศน์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
132.	ของเสียอันตรายกับการจัดการขั้นสุดท้าย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	8 ม.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	22 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
133.	ทำเลที่เหมาะสม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	13 ม.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	

134.	ขั้นตอนในการฝึกลงที่ถูกต้อง	ห้อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	24 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
		ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	15 ม.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	3	
		ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	28 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.		
135.	Clean Technology เทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม	ห้อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	29 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
		ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	20 ม.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ห้อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	31 พ.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
136.	เทคโนโลยีสะอาด เพื่ออุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม	ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	22 ม.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
137.	เทคโนโลยีสะอาด เพื่ออุตสาหกรรมฟอกหนัง	ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	27 ม.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
138.	พิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการ Recycle	ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	29 ม.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
139.	ศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แสมคำ	ห้อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	5 มิ.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
		ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	10 ก.พ. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ห้อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	7 มิ.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
140.	ประโยชน์ที่คุณจะได้รับ	ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	12 ก.พ. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ห้อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	12 มิ.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
141.	กว่าจะเป็นศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม	ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	17 ก.พ. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ห้อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	14 มิ.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
142.	องค์ประกอบที่ขาดไม่ได้	ห้อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	19 ก.พ. 2540	15.28 - 15.30 น.	3	

143.	ข้อดีของศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	20 มิ.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	19 มิ.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
144.	ปฐมบทในการรับของเสียอันตราย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	26 ก.พ. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	21 มิ.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
145.	อัตราค่าบริการต่างๆของศูนย์ฯ แสมดำ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	28 ก.พ. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	26 มิ.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
146.	ศูนย์ฝึงคลบ จังหวัดราชบุรี	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	3 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	28 มิ.ย. 2540	20.00 - 21.00 น.		
147.	ข้อดีของศูนย์ฝึงคลบ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	5 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	10 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.		
148.	ส่วนประกอบต่างๆ ของศูนย์ฝึงคลบ จ.ราชบุรี	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	3 ก.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.	2	
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	12 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.		
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	5 ก.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีโทรทัศน์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
149.	ที่มาที่ไปของศูนย์ฝึงคลบ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	14 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	10 ก.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		



150.	การปิดหลุมฝังกลบ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	17 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	12 ก.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
151.	มาตรการป้องกันการรั่วซึมของสารพิษ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	19 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	17 ก.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
152.	สถานที่ฝังกลบกับทำเลที่เหมาะสม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	24 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	19 ก.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
153.	ระบบป้องกันการแพร่กระจายมลพิษ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	26 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	24 ก.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
154.	การระงับภัยด้วยบ่อรวบรวมน้ำกันหลุม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	31 มี.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	26 ก.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
155.	หลักประกันเพื่อความมั่นใจ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	2 เม.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	31 ก.ค. 2540	20.00 - 21.00 น.		
156.	ทางเลือกในการแก้ปัญหาสารมลพิษ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	7 เม.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
157.	ข้อตกลงเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	9 เม.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	18 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.		
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีโทรทัศน์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
158.	มวลชนสัมพันธ์หลักแห่งความสำเร็จ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	16 เม.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	

159.	การเปิดเผยข้อมูลของศูนย์บริการฯ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	21 เม.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
160.	การประสานประโยชน์ มาตรการเพื่อการยอมรับ 1	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	23 เม.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
161.	การประสานประโยชน์ มาตรการเพื่อการยอมรับ 2	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	28 เม.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
162.	หลักประกันความเสี่ยง ตอนที่ 1	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	30 เม.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
163.	หลักประกันความเสี่ยง ตอนที่ 2	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	7 พ.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
164.	ตัวการร้าย "ของเสียอันตราย"	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	12 พ.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
165.	แหล่งกำเนิดของเสียใกล้ตัว	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	6 ก.ค. 2540	20.30 - 20.32 น.		
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	14 พ.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
166.	ผู้พิทักษ์ความปลอดภัย	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	12 ก.ค. 2540	20.30 - 20.32 น.		
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	19 พ.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
167.	แหล่งกำเนิดใหญ่ของของเสียอันตราย	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	5 ก.ค. 2540	20.30 - 20.32 น.		
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	21 พ.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
168.	สถิติของเสียที่ควรสนใจ	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	19 ก.ค. 2540	20.30 - 20.32 น.		
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	23 พ.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	20 ก.ค. 2540	20.30 - 20.32 น.		
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีโทรทัศน์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>

169.	ผลกระทบลูกโซ่จากของเสียอันตราย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	26 พ.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	26 ก.ค. 2540	20.30 - 20.32 น.		
170.	ข้อยับยั้งในการเกิดของเสียอันตราย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	28 พ.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
171.	แหล่งกำเนิดสำคัญในการเกิดของเสียอันตราย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	4 มิ.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
172.	หลักการป้องกันภัยจากของเสีย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	6 มิ.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
173.	กรอ. กับความรับผิดชอบในเรื่องของเสีย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	9 มิ.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
174.	ศูนย์กำจัดของเสียแห่งแรก	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	11 มิ.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
175.	สองแนวทางในการบำบัดของเสีย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	16 มิ.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
176.	ขั้นตอนที่ละเอียดไม่ได้	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	18 มิ.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
177.	ระบบป้องกันมลพิษทางอ้อม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	23 มิ.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
178.	ค่าบริการกำจัดมลพิษร้าย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	30 มิ.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
179.	ศูนย์ฝังกลบต้นแบบ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	4 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
180.	ทำเลทองของศูนย์ฝังกลบ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	7 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
181.	ขั้นตอนการฝังมลพิษร้าย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	9 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
182.	ระบบระวางกักชั้นเยี่ยม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	14 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
183.	ข้อมูลที่ควรเปิดเผย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	16 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีโทรทัศน์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>

184.	การประสานประโยชน์ ... ข้อแลกเปลี่ยน ที่น่าสนใจ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	21 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
185.	หลักประกันแห่งความปลอดภัย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	23 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
186.	แนวทางการลดของเสียอันตราย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	28 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
187.	โครงการที่สมบูรณ์แบบ	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	30 ก.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
188.	ของเสียอันตรายใกล้ตัว	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	26 ส.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	21 ส.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.		
189.	คุณรู้จักของเสียอันตรายมากแค่ไหน	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	27 ส.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
190.	สถานการณ์ปัญหาจากอุตสาหกรรม	ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	22 ส.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.	2	
		ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	29 ส.ค. 2540	15.28 - 15.30 น.		
191.	หลักการลดปริมาณของเสีย	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	1 ก.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
192.	ศูนย์บริการฯ ตัวอย่างสำหรับอนาคต	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	2 ก.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	1	
193.	ศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรม	ช่อง 9	รายการ "เปิดโลกทัศน์"	3 ก.ย. 2540	15.28 - 15.30 น.	2	
		ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	22 ส.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.		
194.	การจัดการของเสียอันตรายอุตสาหกรรม ตอนที่ 1	ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	24 ม.ค. 2540	11.57 - 11.59 น.	1	
195.	การจัดการของเสียอันตรายอุตสาหกรรม ตอนที่ 2	ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	31 ม.ค. 2540	11.57 - 11.59 น.	1	

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีโทรทัศน์	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
196.	อีกทางเลือกหนึ่งในการลดปริมาณของเสียอันตราย	ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	28 ก.พ. 2540	11.45 - 12.00 น.	1	
197.	ค่าบริการหรือกำจัดของเสียอันตราย	ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	21 มี.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.	1	
198.	การนำเข้าสารเคมีประเทศไทย	ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	9 พ.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.	1	
199.	การลดปริมาณของเสียอันตราย ... ภาระที่ต้องช่วยกัน	ช่อง 9	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	29 ส.ค. 2540	11.45 - 12.00 น.	1	
200.	แหล่งสำคัญในการเกิดของเสียอันตราย	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	27 ก.ค. 2540	20.30 - 20.32 น.	1	
201.	ภัยใหม่ที่ควรรู้จัก	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	16 ส.ค. 2540	20.20 - 20.45 น.	1	
202.	โรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก กับ ของเสียอันตราย	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	17 ส.ค. 2540	20.20 - 20.45 น.	1	
203.	กฎหมายเกี่ยวกับของเสียอันตรายจากโรงงาน	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	23 ส.ค. 2540	20.20 - 20.45 น.	1	
204.	การบำบัดของเสียอันตรายของศูนย์ฯ แสมดำ	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	24 ส.ค. 2540	20.20 - 20.45 น.	1	
205.	ศูนย์ฝังกลบตัวอย่างแห่งแรก	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	30 ส.ค. 2540	20.20 - 20.45 น.	1	
206.	แนวทางการจัดการของเสียอันตราย	ช่อง 9	เปิดโลกอุตสาหกรรม	31 ส.ค. 2540	20.20 - 20.45 น.	1	
207.	แนวทางสู่ความปลอดภัย	ช่อง 11	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	29 ส.ค. 2540	20.15 - 21.00 น.	1	

หมายเหตุ จำนวนตอนออกอากาศทางโทรทัศน์ รวม 207 ตอน จำนวนครั้งการออกอากาศ 290 ครั้ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การออกอากาศรายการวิทยุ " โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม"

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
1.	ของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	9 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	1	สารคดีสั้น สนทนาสด
2.	ของเสียอันตรายจากชุมชน	FM 92.5	สารระนำรัฐ	10 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	3	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	15 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.		
		AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	31 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.		
3.	ของเสียอันตรายจากอุตสาหกรรม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	11 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	1	
4.	ปัญหาจากของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	14 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	1	
5.	พิษภัยจากของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	15 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	1	
6.	อุตสาหกรรมกับสิ่งแวดล้อม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	16 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	1 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
7.	สารเคมีและวัตถุอันตรายในอุตสาหกรรมไทย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	2 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
8.	ของเสียอันตรายในอุตสาหกรรมใหม่	FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	3 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
9.	อุตสาหกรรม ... แหล่งกำเนิดกากของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	21 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	6 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		



ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
10.	ชุมชน ... อีกแหล่งกำเนิดของกากของเสียอันตราย	FM 92.5	สารน่ารู้	22 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	1	
11.	ผลกระทบของกากอุตสาหกรรมต่อสุขภาพอนามัย	FM 92.5	สารน่ารู้	23 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	8 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
12.	ผลกระทบของกากอุตสาหกรรมต่อสิ่งแวดล้อม	FM 92.5	สารน่ารู้	24 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	1	
13.	สารปรอท	FM 92.5	สารน่ารู้	25 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	10 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
14.	พิษภัยจากปรอท	FM 92.5	สารน่ารู้	28 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	1	
15.	จากปรอท ... สู่มินามาตะ	FM 92.5	สารน่ารู้	29 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	14 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
16.	ขยะอันตรายจากโรงพยาบาล	FM 92.5	สารน่ารู้	30 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	15 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
17.	ฝุ่นหินทรายมาจากไหน	FM 92.5	สารน่ารู้	31 ต.ค. 2539	17.00 - 17.02 น.	1	
18.	อันตรายจากฝุ่นหินทราย	FM 92.5	สารน่ารู้	1 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	17 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
19.	โรคพิษตะกั่วจากแบตเตอรี่	FM 92.5	สารน่ารู้	4 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	3 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
20.	กรดซัลฟูริกจากแบตเตอรี่	FM 92.5	สารน่ารู้	5 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	29 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
21.	โรคพิษอหิวาต์	FM 92.5	สารน่ารู้	6 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	28 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
22.	หลอดฟลูออเรสเซนต์ ... ภัยร้ายใกล้ตัว	FM 92.5	สารน่ารู้	8 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	5 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
23.	สารแคดเมียมมาจากไหน	FM 92.5	สารน่ารู้	11 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	6 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
24.	อันตรายจากสารแคดเมียม	FM 92.5	สารน่ารู้	12 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	7 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
25.	หลักการตรวจสอบของเสียอันตราย	FM 92.5	สารน่ารู้	13 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	10 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
26.	กฎหมายควบคุมกากของเสียอันตราย	FM 92.5	สารน่ารู้	14 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	14 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
27.	แนวทางจัดการกากของเสียอันตราย	FM 92.5	สารน่ารู้	15 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
28.	ฝุ่นอันตรายในอุตสาหกรรมไทย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
29.	การใช้สารอันตรายในประเทศไทย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	4 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	19 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
30.	ของเสียอันตรายในน้ำทิ้งโรงงาน	FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	20 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
31.	กากอุตสาหกรรมที่เป็นของแข็ง	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	21 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
32.	กฎหมายควบคุมจัดการของเสียอันตรายจากโรงงานอุตสาหกรรม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	22 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
33.	ของเสียอันตราย 3 ลักษณะที่ควรรู้จัก	FM 92.5	สารระนำรัฐ	26 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
34.	โรคแพ้พิษแมงกานีส	FM 92.5	สารระนำรัฐ	7 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	26 พ.ย. 2539	17.00 - 17.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	10 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		

35.	โครเมียม ... อันตรายอย่างไร?	FM 92.5 FM 92.5	สารน่ารู้ สารน่ารู้	27 พ.ย. 2539 11 มี.ค. 2540	17.00 - 17.02 น. 10.00 - 10.02 น.	2	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
36.	วัฏจักรของเสียในสิ่งแวดล้อม	FM 92.5 FM 92.5	สารน่ารู้ สารน่ารู้	28 พ.ย. 2539 12 มี.ค. 2540	17.00 - 17.02 น. 10.00 - 10.02 น.	2	
37.	ผลกระทบของกากอุตสาหกรรมต่อเศรษฐกิจ	FM 92.5 FM 92.5	สารน่ารู้ สารน่ารู้	29 พ.ย. 2539 13 มี.ค. 2540	17.00 - 17.02 น. 10.00 - 10.02 น.	2	
38.	ของเสียอันตราย ... ทำไมจึงต้องจัดการ	FM 92.5 FM 92.5	สารน่ารู้ สารน่ารู้	2 ธ.ค. 2539 14 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น.	2	
39.	ปัญหาของเสียอันตรายส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ได้อย่างไร?	FM 92.5 FM 92.5	สารน่ารู้ สารน่ารู้	6 ธ.ค. 2539 20 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น.	2	
40.	ทำไมจึงต้องมีการจัดการกากของเสียในโรงงาน อุตสาหกรรม	FM 92.5 FM 92.5	สารน่ารู้ สารน่ารู้	9 ธ.ค. 2539 21 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น.	2	
41.	ความรับผิดชอบของโรงงานในการจัดการของเสีย อันตราย ตอน 1	FM 92.5 FM 92.5	สารน่ารู้ สารน่ารู้	10 ธ.ค. 2539 24 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น.	2	
42.	การจัดการของเสียอันตราย ตามหลักสากล	FM 92.5	สารน่ารู้	13 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	

43.	การขนส่งของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	8 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	16 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	3 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
44.	ใบกำกับการขนส่งมีความสำคัญอย่างไร?	FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	4 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
45.	อันตราย ... ที่เกิดจากการปนกันของ ของเสียต่างชนิด	FM 92.5	สารระนำรัฐ	20 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	7 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
46.	วิธีบำบัดของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	23 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	27 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
47.	ลดของเสียก่อนคิดบำบัด	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	31 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
48.	การทำของเสียให้เป็นกลางด้วยวิธีเคมีนั้น ... เป็นอย่างไร ?	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	1 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
49.	เราสามารถทำของเสียให้ตกตะกอนได้ด้วยวิธีเคมี	FM 92.5	สารระนำรัฐ	26 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	2 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		

50.	การบำบัดของเสียอันตรายด้วยวิธีชีววิทยา	FM 92.5	สารน่ารู้	27 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	10 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
51.	วิธีฟลิคส์ ... การบำบัดของเสียอันตรายขั้นต้น	FM 92.5	สารน่ารู้	30 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	11 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
52.	ของเสียหมคพิษได้ด้วยการทำให้เป็นก้อนแข็ง	FM 92.5	สารน่ารู้	31 ธ.ค. 2539	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	14 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
53.	การเผาด้วยเตาเผาอุณหภูมิสูง	FM 92.5	สารน่ารู้	1 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	15 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
54.	เตาเผาที่ดีต้องมีระบบป้องกันมลพิษ	FM 92.5	สารน่ารู้	2 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	16 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
55.	ข้อควรระวัง ... สำหรับการเผาของเสียอันตราย	FM 92.5	สารน่ารู้	3 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	17 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
56.	การเก็บรักษารอเทคโนโลยีในการบำบัด	FM 92.5	สารน่ารู้	10 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารน่ารู้	24 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
57.	ทำไมจึงต้องนำกากตะกอนของเสียไปฝังกลบ	FM 92.5	สารน่ารู้	13 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	



58.	การนำของเสียไปใช้ประโยชน์	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	14 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	28 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
59.	การใช้เทคโนโลยีที่สะอาดในโรงงานฟอกหนัง	FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	1 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
60.	เทคโนโลยีสะอาดเพื่ออุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	20 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	2 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
61.	การกำจัดของเสียอันตรายในเขตรมัน	FM 92.5	สารระนำรัฐ	21 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	5 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
62.	การนำของเสียในโรงงานสุรากลั่นมาใช้ประโยชน์	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	8 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
63.	การเลือกวิธีบำบัดของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	27 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	9 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
64.	ส่วนรับและเก็บพักรของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	28 ม.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	12 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		

65.	จะเกิดอะไรขึ้น ... ถ้าไม่มีโรงงานกำจัดกาก ?	FM 92.5	สารระนำรัฐ	3 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	16 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
66.	ทำไมจึงต้องมีศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	4 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	19 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
67.	ประโยชน์ที่จะได้รับจากศูนย์ฯ แสมดำ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	7 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	22 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
68.	แนวทางแก้ปัญหา ... การลักลอบทิ้งของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	10 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	23 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
69.	ศูนย์ฯ แสมดำช่วยโรงงานชุบโลหะได้อย่างไร ?	FM 92.5	สารระนำรัฐ	14 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	29 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
70.	ปัญหาการจัดการกากอุตสาหกรรมในประเทศไทย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	30 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
71.	ข้อดีของศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	2 มี.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
72.	การสำรวจข้อมูลเพื่อสร้างโรงกำจัดกาก	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	

73.	อุตสาหกรรม รถขนส่งของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
74.	การตรวจสอบตัวอย่างของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	6 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
75.	ศูนย์ฝึกลบ ราชบุรี	FM 92.5	สารระนำรัฐ	26 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	9 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	28 ก.พ. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
76.	การฝึกลบของเสียอันตรายมีข้อดีอย่างไร ?	FM 92.5	สารระนำรัฐ	3 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
77.	ข้อดีของการมีหลุมฝึกลบร่วมกัน	FM 92.5	สารระนำรัฐ	4 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
78.	ภายในศูนย์ฝึกลบ ราชบุรี ประกอบด้วย อะไรบ้าง ?	FM 92.5	สารระนำรัฐ	5 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	19 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
79.	บ่อตรวจสอบ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	6 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
80.	บ่อบาดาลสังเกตการณ์	FM 92.5	สารระนำรัฐ	7 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	20 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

81.	การปิดหลุมฝังกลบ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	10 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 มี.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
82.	บ่อตรวจสอบสำหรับสาธารณชน	FM 92.5	สารระนำรัฐ	11 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	26 มี.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
83.	ขวดเก็บตัวอย่างน้ำเสียเพื่อนำไปตรวจสอบ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	12 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	27 มี.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
84.	ระบบป้องกันการรั่วซึมของหลุมฝังกลบ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	13 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	30 มี.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
85.	การแก้ปัญหาสารมลพิษปนเปื้อนชั้นน้ำบาดาล	FM 92.5	สารระนำรัฐ	14 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	1 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
86.	ทำเลของศูนย์ฝังกลบ ราชบุรี	FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	2 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
87.	ทำไมหลุมฝังกลบของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
	จึงมีความปลอดภัยสูง ?	FM 92.5	สารระนำรัฐ	3 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
88.	การล้างทำความสะอาดรถขนส่งของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	19 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

89.	การตรวจพิษากตะกอนของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	4 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	20 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	7 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
90.	การบันทึกชนิดและประเภทของกากที่นำมาฝัง	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
91.	ของเสียอันตรายกับคุณภาพของน้ำบาดาล	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
92.	การตรวจสอบและป้องกันระยะยาว	FM 92.5	สารระนำรัฐ	26 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
93.	ศักยภาพของศูนย์ฯ แสมดำ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	27 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
94.	สิ่งที่ประชาชนควรรู้ในการจัดตั้ง	FM 92.5	สารระนำรัฐ	28 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
	โรงงานกำจัดกาก						
95.	โรงกำจัดกากอุตสาหกรรมช่วยสร้างงานแก่ชุมชน	FM 92.5	สารระนำรัฐ	31 มี.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทย์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
96.	การแบ่งปันรายได้ให้กับท้องถิ่น	FM 92.5	สารระนำรัฐ	1 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
97.	หลักประกันความเสี่ยง	FM 92.5	สารระนำรัฐ	2 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
98.	ความรับผิดชอบร่วมกันในการจัดการ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	3 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
	ของเสียอันตราย						
99.	การจัดการของเสียอันตรายตามหลักสากล	FM 92.5	สารระนำรัฐ	4 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
100.	ชุมชนรวยเพราะขยะ ตอนที่ 1	FM 92.5	สารระนำรัฐ	7 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

101.	ชุมชนรายเพราะขยะ ตอนที่ 2	FM 92.5	สารนารัฐ	8 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
102.	อันตรายจากการทิ้งของเสียอันตรายอย่างไม่ถูกวิธี	FM 92.5	สารนารัฐ	9 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
103.	อันตรายจากการขนส่งของเสียมีมากจริงหรือไม่	FM 92.5	สารนารัฐ	10 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
104.	การป้องกันอันตรายจากการสะสมของเสียไว้ในศูนย์บำบัดฯ	FM 92.5	สารนารัฐ	11 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
105.	บทเรียนราคาแพง ตอนที่ 1	FM 92.5	สารนารัฐ	14 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
106.	บทเรียนราคาแพง ตอนที่ 2	FM 92.5	สารนารัฐ	15 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
107.	ผลตอบแทนที่คุ้มค่า	FM 92.5	สารนารัฐ	16 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
108.	ทำไมเมืองไทยจึงยังไม่มีการจัดการของเสียอันตรายที่ถูกต้อง	FM 92.5	สารนารัฐ	17 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
109.	อันตรายที่แท้จริงคืออะไร	FM 92.5	สารนารัฐ	18 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
110.	ประกันภัยประกันความเสี่ยง	FM 92.5	สารนารัฐ	21 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
111.	ร่วมกันกำจัดของเสียอันตราย	FM 92.5	สารนารัฐ	22 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
112.	เราจะช่วยกันแก้ไขปัญหาของเสียอันตรายได้อย่างไร?	FM 92.5	สารนารัฐ	23 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	



113.	ของเสียอันตรายแตกต่างจากของเสียชนิดอื่นอย่างไร	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
114.	ของเสียอันตรายปลอดภัยได้ด้วยการกำจัดในแนวทางเดียวกัน	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
115.	ฐานข้อมูลกากของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	28 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
116.	เครือข่ายศูนย์วิจัยเพื่อการแก้ปัญหาของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	29 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
117.	ทำไมจึงต้องเผาของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	30 เม.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
118.	ทำไมจึงต้องฝังกากของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	1 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
119.	ตรวจสอบเพื่อความมั่นใจ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	2 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
120.	ผู้กำจัดของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	5 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
		AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	10 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.		
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทยุ</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
121.	ของเสียอันตรายคืออะไร ตอนที่ 1	FM 92.5	สารระนำรัฐ	6 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
122.	ของเสียอันตรายคืออะไร ตอนที่ 2	FM 92.5	สารระนำรัฐ	7 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
123.	ความเหมือนในความแตกต่าง	FM 92.5	สารระนำรัฐ	8 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
124.	ภัยมืดในยุคอุตสาหกรรม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	9 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

125.	ของเสียอันตรายมาจากไหน	AM 1494 FM 92.5	คุยกันก่อนเที่ยง สารระนำรัฐ	29 ก.ค. 2540 12 พ.ค. 2540	11.00 - 12.00 น. 16.00 - 16.02 น.	2	
126.	คาดไม่ถึง	AM 1494 FM 92.5	คุยกันก่อนเที่ยง สารระนำรัฐ	16 ก.ค. 2540 13 พ.ค. 2540	11.00 - 12.00 น. 16.00 - 16.02 น.	1	
127.	อันตรายเพราะความไม่รู้	FM 92.5	สารระนำรัฐ	14 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
128.	ของเสียอันตรายจากโรงงานอุตสาหกรรม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	16 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
129.	ปริมาณของเสียอันตรายในประเทศไทย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	19 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
130.	ของเสียอันตรายทำลายสุขภาพ	AM 1494 FM 92.5	คุยกันก่อนเที่ยง สารระนำรัฐ	21 ก.ค. 2540 21 พ.ค. 2540	11.00 - 12.00 น. 16.00 - 16.02 น.	1	
131.	ของเสียอันตรายในวงจรอาหาร	FM 92.5	สารระนำรัฐ	22 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	2	
132.	เศรษฐกิจแย่เพราะปัญหาของเสียอันตราย ตอนที่ 1	AM 1494 FM 92.5	คุยกันก่อนเที่ยง สารระนำรัฐ	22 ก.ค. 2540 23 พ.ค. 2540	11.00 - 12.00 น. 16.00 - 16.02 น.	1	
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทยุ</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
133.	เศรษฐกิจแย่เพราะปัญหาของเสียอันตราย ตอนที่ 2	FM 92.5	สารระนำรัฐ	26 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
134.	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับของเสียอันตราย ตอนที่ 1	FM 92.5	สารระนำรัฐ	28 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

135.	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับของเสียอันตราย ตอนที่ 2	FM 92.5	สารระนำรัฐ	29 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
136.	ของเสียอันตรายปัญหาที่ต้องร่วมกันแก้ไข	FM 92.5	สารระนำรัฐ	30 พ.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
137.	ป้องกันก่อนกำจัด	FM 92.5	สารระนำรัฐ	2 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
138.	เราจะบำบัดของเสียอันตรายให้ปลอดภัยได้อย่างไร	FM 92.5	สารระนำรัฐ	3 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
139.	ความจำเป็นในการจัดตั้งศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	5 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
140.	ศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรมแห่งแรกของไทย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	6 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
141.	ความสามารถในการบำบัดของเสียอันตรายของศูนย์ฯ แสมดำ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	9 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
142.	ของเสียอันตรายปลอดภัยได้ด้วยเคมีบำบัด	FM 92.5	สารระนำรัฐ	11 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
143.	การบำบัดของเสียอันตรายโดยการเผา ตอนที่ 2	FM 92.5	สารระนำรัฐ	13 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
144.	รูปแบบการดำเนินงานของศูนย์ฯ แสมดำ	FM 92.5	สารระนำรัฐ	16 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทยุ</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
145.	โครงการนำร่องสำหรับอนาคต	FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
146.	กฎของความปลอดภัยในการขนส่ง	FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

147.	หลักฐานสำคัญในการขนส่งของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	20 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
148.	ใบกำกับกาขนส่ง	FM 92.5	สารระนำรัฐ	23 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
149.	กาขนส่งของเสียอันตรายที่เป็นของเหลว	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
150.	ผลกำไรที่ไม่อาจประเมินค่าได้	FM 92.5	สารระนำรัฐ	30 มิ.ย. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
151.	การกำจัดของเสียอันตรายขั้นสุดท้าย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	1 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
152.	หลุมฝังกลบของเสียอันตรายมีความปลอดภัย อย่างไร?	FM 92.5	สารระนำรัฐ	4 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
153.	ประโยชน์ของการมีหลุมฝังกลบร่วมกัน	FM 92.5	สารระนำรัฐ	11 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
154.	การเปิดเผยข้อมูล ตอนที่ 1	FM 92.5	สารระนำรัฐ	14 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
155.	การตัดสินใจที่คุ้มค่า	FM 92.5	สารระนำรัฐ	21 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
156.	ปัญหาของเสียอันตรายในสหรัฐอเมริกา	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
157.	ผลประโยชน์อันมหาศาล ตอนที่ 1	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
158.	ผลประโยชน์อันมหาศาล ตอนที่ 2	FM 92.5	สารระนำรัฐ	28 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
159.	บทบาทของกรมโรงงานอุตสาหกรรมในการ จัดการของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	29 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทยุ</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
160.	กรมโรงงานอุตสาหกรรมสนับสนุนการลด	FM 92.5	สารระนำรัฐ	30 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

	ปริมาณของเสียอันตราย						
161.	ร่วมกันป้องกันและกำจัดของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	31 ก.ค. 2540	16.00 - 16.02 น.	1	
162.	โรคภัยอันเกิดจากของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	23 ธ.ค. 2539	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
163.	ของเสียอันตรายกับระบบห่วงโซ่อาหาร	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 ธ.ค. 2539	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
164.	ผลกระทบของกากอุตสาหกรรมต่อสังคม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 ธ.ค. 2539	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	19 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
165.	ความรับผิดชอบของโรงงานในการจัดการของเสีย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	26 ธ.ค. 2539	10.00 - 10.02 น.	2	
	อันตราย ตอน 2	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
166.	ขนส่งอย่างไรจึงจะปลอดภัย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	27 ธ.ค. 2539	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	26 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
167.	สถานีขนถ่ายกับการลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 ธ.ค. 2539	10.00 - 10.02 น.	3	
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	30 ธ.ค. 2539	10.00 - 10.02 น.		
		FM 92.5	สารระนำรัฐ	9 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทยุ</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

168.	ภาชนะบรรจุของเสียอันตรายที่ปลอดภัย ... ควรเป็นอย่างไร	FM 92.5	สารละลาย	31 ธ.ค. 2539	10.00 - 10.02 น.	1	
169.	การฝังกลบอย่างปลอดภัย ตอนที่ 1	FM 92.5	สารละลาย	20 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารละลาย	18 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
170.	การฝังกลบอย่างปลอดภัย ตอนที่ 2	FM 92.5	สารละลาย	21 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารละลาย	21 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
171.	หลุมฝังกลบที่ดี ... ต้องมีระบบตรวจสอบ	FM 92.5	สารละลาย	22 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารละลาย	22 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
172.	ทำเลสถานที่ฝังกลบที่ดี ... ควรเป็นอย่างไร	FM 92.5	สารละลาย	23 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารละลาย	23 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
173.	เทคโนโลยีที่สะอาด	FM 92.5	สารละลาย	24 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารละลาย	29 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
174.	แนวทางการใช้เทคโนโลยีที่สะอาด	FM 92.5	สารละลาย	27 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารละลาย	30 เม.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.		
175.	ออสเตรเลียนกับการกำจัดของเสียอันตราย	FM 92.5	สารละลาย	30 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารละลาย	6 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ



176.	ของเสียอันตรายปลอดภัยได้ด้วยหลักวิชาการ	FM 92.5	สารแนะนำ	31 ม.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารแนะนำ	7 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
177.	หอกลับศักดิ์ของมีค่ากลับคืน	FM 92.5	สารแนะนำ	11 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารแนะนำ	13 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
178.	เตาเผาของเสียอันตราย	FM 92.5	สารแนะนำ	12 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารแนะนำ	14 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
179.	การควบคุมมลพิษในศูนย์บริการบำบัดของเสีย อันตราย	FM 92.5	สารแนะนำ	13 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารแนะนำ	15 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
180.	วัตถุประสงค์ของศูนย์บริการกำจัดกาก อุตสาหกรรม	FM 92.5	สารแนะนำ	19 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารแนะนำ	20 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
181.	เราได้รับอะไรบ้างจากศูนย์ฯ แสมดำ	FM 92.5	สารแนะนำ	20 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารแนะนำ	21 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
182.	การดำเนินงานของศูนย์ฯ แสมดำ	FM 92.5	สารแนะนำ	21 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารแนะนำ	27 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
183.	ภาครัฐกับการจัดตั้งโรงงานกำจัดกาก	FM 92.5	สารแนะนำ	27 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารแนะนำ	26 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
184.	องค์ประกอบของศูนย์ฯ แสมดำ	FM 92.5	สารนารัฐ	28 ก.พ. 2540	10.00 - 10.02 น.	2	
		FM 92.5	สารนารัฐ	28 พ.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.		
185.	การป้องกันการแพร่กระจายของมลพิษ อันเกิดจากน้ำฝน	FM 92.5	สารนารัฐ	28 มี.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
186.	การบำบัดของเสียอันตรายของศูนย์ฯ แสมดำ	FM 92.5	สารนารัฐ	3 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
187.	การรับของเสียอันตรายเข้าสู่ศูนย์ฯ แสมดำ	FM 92.5	สารนารัฐ	4 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
188.	ใบกำกับการขนส่งนั้นสำคัญอย่างไร	FM 92.5	สารนารัฐ	5 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
189.	ค่าบริการบำบัดและกำจัดของเสียอันตราย	FM 92.5	สารนารัฐ	10 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
190.	ของเสียอันตรายเข้าสู่ร่างกายคนเราได้อย่างไร ?	FM 92.5	สารนารัฐ	11 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
191.	ของเสียอันตรายกับความเสื่อมโทรมของ สภาพแวดล้อม	FM 92.5	สารนารัฐ	12 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
192.	กรมโรงงานอุตสาหกรรมกับการแก้ไขปัญหา ของเสียอันตราย	FM 92.5	สารนารัฐ	13 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
193.	ไม่ยากอย่างที่คิด	FM 92.5	สารนารัฐ	16 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
194.	การบำบัดของเสียอันตรายโดยการเผา ตอนที่ 1	FM 92.5	สารนารัฐ	23 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
195.	3 ฝ่ายผู้เกี่ยวข้องกับการขนส่งของเสียอันตราย	FM 92.5	สารนารัฐ	24 มิ.ย. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	

196.	การปิดหลุมฝังกลบนั้น ... ต้องทำอะไร ?	FM 92.5	สารระนำรัฐ	22 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทยุ</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
197.	ศูนย์ฝังกลบแบบนิรภัยแห่งแรกของไทย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	11 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
198.	ทำเลที่เหมาะสม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	14 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
199.	เทคโนโลยีที่สะอาดคืออะไร	FM 92.5	สารระนำรัฐ	17 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
200.	ดวงตาที่คอยเฝ้าระวังภัย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	18 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
201.	การเฝ้าระวังภัยระยะยาว	FM 92.5	สารระนำรัฐ	21 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
202.	ข้อดีของการฝังกลบของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	23 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
203.	การขนส่งของเสียอันตรายไม่น่ากลัวอย่างที่คิด	FM 92.5	สารระนำรัฐ	24 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
204.	อัตราค่าบำบัดของเสียอันตราย	FM 92.5	สารระนำรัฐ	25 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
205.	การเปิดเผยข้อมูล ตอนที่ 2	FM 92.5	สารระนำรัฐ	28 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
206.	ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการขอมให้มีการจัดตั้ง โรงงานกำจัดกาก	FM 92.5	สารระนำรัฐ	29 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
207.	การแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน	FM 92.5	สารระนำรัฐ	30 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
208.	การแบ่งปันรายได้อย่างยุติธรรม	FM 92.5	สารระนำรัฐ	31 ก.ค. 2540	10.00 - 10.02 น.	1	
209.	โครงการนำร่องสำนักควบคุมและตรวจโรงงาน ภาคตะวันออก	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	11 ต.ค. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	

210.	อุตสาหกรรมไทย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	18 ต.ค. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
211.	ของเสียอันตราย อันตรายที่ไม่ควรมองข้าม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	25 ต.ค. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	รายการสนทนา
212.	โอโซนนั้น ... สำคัญไฉน	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	1 พ.ย. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	ออกอากาศ
213.	สถานการณ์และปัญหาของเสียอันตราย จากอุตสาหกรรม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	8 พ.ย. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
214.	ผลกระทบและพิษภัยที่เกิดจากของเสียอันตราย ที่มีต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	15 พ.ย. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	(ทุกวันศุกร์)
215.	ตัวอย่างการบริหารจัดการของเสียอันตราย ของต่างประเทศ	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	22 พ.ย. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	
216.	ของเสียอันตรายส่งผลกระทบต่อ เศรษฐกิจไทยอย่างไร	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	29 พ.ย. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	
217.	ของเสียอันตรายอุตสาหกรรม ..... อันตรายที่ ไม่ควรมองข้าม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	6 ธ.ค. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	
218.	แนวทางการจัดการของเสียอันตรายอุตสาหกรรม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	13 ธ.ค. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	
219.	การจัดการของเสียอุตสาหกรรมของ	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	20 ธ.ค. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	

220.	การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กฎหมายนำไว้ในเรื่องของเสียอันตรายอุตสาหกรรม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	27 ธ.ค. 2539	15.00 - 16.00 น.	1	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
221.	ของเสียอันตรายควรรีบแก้ไข	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	10 ม.ค. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
222.	การจัดการขยะของ กทม.	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	17 ม.ค. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
223.	การกำจัดขยะอุตสาหกรรม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	31 ม.ค. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
224.	จัดการของเสียอย่างไร ... ไม่ให้มีปัญหา	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	14 ก.พ. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
225.	กรมโรงงานอุตสาหกรรมกับการจัดการ ปัญหาสิ่งแวดล้อม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	21 ก.พ. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
226.	สถาบันสันติศึกษากับปัญหาความขัดแย้ง ระหว่างรัฐกับชุมชน	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	28 ก.พ. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
227.	แนวทางการแก้ปัญหาของเสียอันตราย จากโรงงานอุตสาหกรรม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	14 มี.ค. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
228.	เรามีหลักการจัดการของเสียอันตรายกันอย่างไร	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	28 มี.ค. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
229.	กรมควบคุมมลพิษกับสถานการณ์ปัญหา สิ่งแวดล้อมในประเทศไทย	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	11 เม.ย. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	

230.	สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม กับการดำเนินงาน ด้านสิ่งแวดล้อม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	25 เม.ย. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
231.	แนวคิดผู้ก่อมลพิษต้องรับผิดชอบคืออะไร	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	9 พ.ค. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
232.	มาตรฐาน ISO 14000 กับการพัฒนาอุตสาหกรรม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	23 พ.ค. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
233.	กรมเจ้าท่า กับการควบคุมและดูแลมลพิษ ทางทะเล	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	6 มิ.ย. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
234.	เทคโนโลยีสะอาดรักษ์สิ่งแวดล้อม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	20 มิ.ย. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
235.	ศูนย์พิษวิทยา กับการสาธารณสุขเคมีปนเปื้อน ในสิ่งแวดล้อม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	11 ก.ค. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
236.	มูลฝอยติดเชื้อ ขยะอันตรายจากสถานพยาบาล	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	25 ก.ค. 2540	15.00 - 16.00 น.	1	
237.	มาตรการการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	1 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	รายการสนทนา
238.	การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของสถาบัน วิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	2 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	2	ออกอากาศ
239.	การจัดการคราบน้ำมันในทะเล	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	24 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	2	จันทร์ - สุกร์
		AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	25 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.		

สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



240.	ของเสียอันตรายคืออะไร	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	4 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	2	
		AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	11 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.		
241.	การจัดการขยะชุมชนและขยะอันตราย จากแหล่งต่าง ๆ	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	7 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทย์</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
242.	นโยบายกระทรวงอุตสาหกรรมในการจัดการ ของเสียอันตรายที่เกิดจากการประกอบการ อุตสาหกรรม	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	8 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	
243.	ผลกระทบจากของเสียอันตราย	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	9 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	
244.	ของเสียอันตรายกับสิ่งแวดล้อม	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	14 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	
245.	การจัดการกากของเสียอันตราย	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	15 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	
246.	แผนแม่บทในการกำจัดของเสียอันตราย จากชุมชน	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	17 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	
247.	กากสารพิษคืออะไร	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	18 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	
248.	ปัญหาการกากสารพิษอุตสาหกรรม	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	23 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	
249.	ประโยชน์หรือโทษจากการเป็นประเทศ	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	28 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

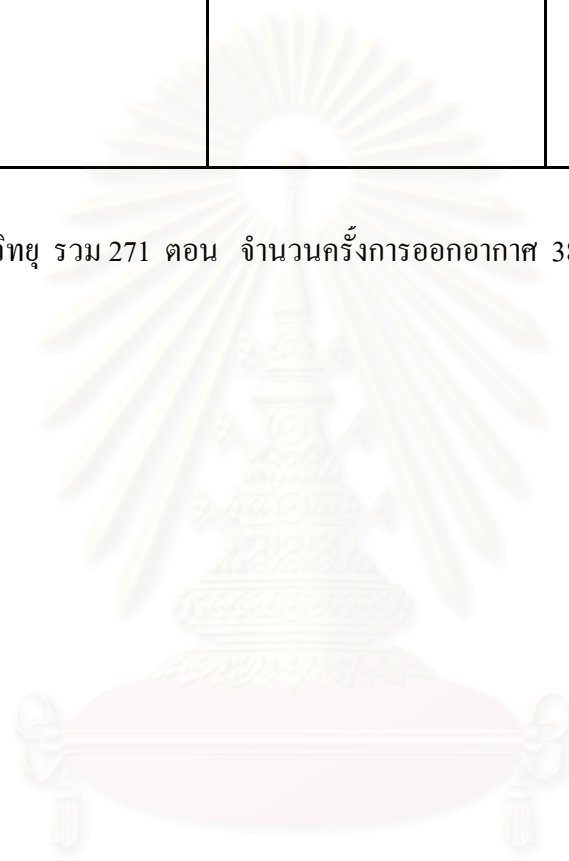
250.	อุตสาหกรรมใหม่ การพัฒนาแบบยั่งยืน ทางออกเพื่อคุณภาพชีวิต	AM 1494	คุยกันก่อนเที่ยง	30 ก.ค. 2540	11.00 - 12.00 น.	1	
251.	ของเสียอันตราย ... ภัยใกล้ตัว	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	23 ต.ค. 2539	07.00 - 07.03 น.	1	บทความวิทยุ
252.	ภัยของสารปรอท	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	30 ต.ค. 2539	07.00 - 07.03 น.	1	ออกอากาศ
253.	ผลกระทบจากกากของเสียอันตราย	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	13 พ.ย. 2539	07.00 - 07.03 น.	1	สัปดาห์ละ
254.	ทำไมถึงต้องกำจัดกากของเสียอันตราย	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	27 พ.ย. 2539	07.00 - 07.03 น.	1	1 ครั้ง หลังข่าว
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทยุ</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
255.	แนวทางจัดการของเสียอันตรายที่ถูกต้อง	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	11 ธ.ค. 2539	07.00 - 07.03 น.	1	(ทุกวันพุธ)
256.	ผลกระทบของกากอุตสาหกรรมต่อเศรษฐกิจไทย	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	25 ธ.ค. 2539	07.00 - 07.03 น.	1	
257.	ของเสียอันตรายกับมาตรการการค้า ด้านสิ่งแวดล้อม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	8 ม.ค. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
258.	เทคโนโลยีสะอาด	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	22 ม.ค. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
259.	ความร่วมมือระหว่างกระทรวงอุตสาหกรรม และกรุงเทพมหานครในการกำจัดกาก อุตสาหกรรมและของเสียอันตรายจากชุมชน	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	5 ก.พ. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
260.	การจัดการของเสียอันตรายในสหรัฐอเมริกา	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	19 ก.พ. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
261.	ยังไม่สายเกินไปสำหรับการแก้ไขปัญหา	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	5 มี.ค. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

262.	ของเสียอันตราย กว่าจะเป็นศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แสมดำ	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	19 มี.ค. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
263.	ศักยภาพของศูนย์บริการกำจัดกาก อุตสาหกรรม แสมดำ	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	2 เม.ย. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
264.	การกำจัดกากตะกอนของเสียอันตรายขั้นสุดท้าย ที่ศูนย์ฝังกลบ ราชบุรี	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	16 เม.ย. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
<b>ลำดับ</b>	<b>หัวข้อ/ประเด็น</b>	<b>สถานีวิทยุ</b>	<b>รายการ</b>	<b>วันออกอากาศ</b>	<b>เวลาออกอากาศ</b>	<b>จำนวนครั้ง</b>	<b>หมายเหตุ</b>
265.	กลวิธีสู่ความสำเร็จในการจัดตั้งโรงงาน กำจัดกากอุตสาหกรรม	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	30 เม.ย. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
266.	การประสานประโยชน์ระหว่างโรงงานกำจัดกาก กับประชาชน	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	14 พ.ค. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
267.	ผู้ก่อให้เกิดของเสียอันตรายควรร่วมกันรับผิดชอบ	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	28 พ.ค. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
268.	ISO 14000 กับการแก้ปัญหาของเสียอันตราย	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	11 มิ.ย. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
269.	ศูนย์วิจัยร่วมเพื่อการแก้ไขปัญหาของเสียอันตราย	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	25 มิ.ย.2540	07.00 - 07.03 น.	1	
270.	หลักเศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการปัญหามลพิษ	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	9 ก.ค. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	
271.	กรมโรงงานอุตสาหกรรมกับการจัดการปัญหา	FM 92.5	อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม	23 ก.ค. 2540	07.00 - 07.03 น.	1	

ของเสียอันตราย						
----------------	--	--	--	--	--	--

หมายเหตุ จำนวนตอนการออกอากาศทางรายการวิทยุ รวม 271 ตอน จำนวนครั้งการออกอากาศ 381 ครั้ง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การออกอากาศรายการวิทยุ โครงการ "โรงงานสีเขียว"

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
1.	การใช้เครื่องมือตามหลักเศรษฐศาสตร์จัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมในต่างประเทศ ตอนที่ 1	FM 101	รู้รอบประกอบการ	25 ก.พ. 2542	9.08 - 9.10 น. 14.08 - 14.10 น.	2	
2.	การใช้เครื่องมือตามหลักเศรษฐศาสตร์จัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมในต่างประเทศ ตอนที่ 2	FM 101	รู้รอบประกอบการ	26 ก.พ. 2542	9.08 - 9.10 น. 14.08 - 14.10 น.	2	
3.	การนำเครื่องมือตามหลักเศรษฐศาสตร์มาใช้ในการจัดการมลพิษโรงงาน	FM 101	รู้รอบประกอบการ	27 ก.พ. 2542	9.08 - 9.10 น. 14.08 - 14.10 น.	2	
4.	ค่าปล่อยมลพิษ (EMISSION CHARGE)	FM 101	รู้รอบประกอบการ	28 ก.พ. 2542	9.08 - 9.10 น. 14.08 - 14.10 น.	2	
5.	ปัญหาจากขยะอุตสาหกรรม	FM 101	รู้รอบประกอบการ	25 มี.ค. 2542	9.08 - 9.10 น. 14.08 - 14.10 น.	2	
6.	การก่อสร้างที่ฝังกลบกากอุตสาหกรรม	FM 101	รู้รอบประกอบการ	26 มี.ค. 2542	9.08 - 9.10 น. 14.08 - 14.10 น.	2	
7.	การสร้างเตาเผากากอุตสาหกรรม	FM 101	รู้รอบประกอบการ	27 มี.ค. 2542	9.08 - 9.10 น. 14.08 - 14.10 น.	2	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
8.	การกำจัดกากอุตสาหกรรมในต่างประเทศ	FM 101	รู้รอบประกอบการ	28 มี.ค. 2542	9.08 - 9.10 น. 14.08 - 14.10 น.	2	
9.	สัมภาษณ์สดเกี่ยวกับโครงการ "โรงงานสีเขียว"	FM 94	คุยข่าวกับ 94	14 พ.ค. 2542	8.15 - 9.00 น.	1	ผู้ให้สัมภาษณ์ รองอธิบดี
10.	RADIO SPOT โรงงานสีเขียว (30 วินาที)	FM 101	สลับรายการของ ทางสถานี	9 ต.ค - 5 ธ.ค. 2542 ออกอากาศทุกวัน	10.00 - 11.00 น. 11.00 - 12.00 น. 13.00 - 14.00 น. 15.00 - 16.00 น. 20.00 - 21.00 น. * 19.00 - 20.00 น.	วันละ 5 ครั้ง  *วันเสาร์-อาทิตย์ 3 สัปดาห์แรก ออกอากาศ วันละ 6 ครั้ง (เพิ่ม version campaign ในช่วงเวลา 19.00 -20.00 น.)  รวม 296 ครั้ง	VERSION CAMPAIGN วันละ 2 ครั้ง VERSION CORPORATE วันละ 3 ครั้ง



ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
11.	RADIO SPOT โรงงานสีเขียว (30 วินาที)	FM 94	ก่อนเข้ารายการ ครอบครัวรวม	11 ต.ค. -19 พ.ย. 2542	9.00 - 9.10 น.	ออกอากาศ จันทร์-ศุกร์ วันละ 1 ครั้ง  รวม 30 ครั้ง	สลับ VERSION ทุก 3 วัน
12.	โครงการโรงงานสีเขียว ตอน 1	กทม. FM 102	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน	1 พ.ย. - 15 พ.ย.	10.00 - 10.02 น.	15	
13.	โครงการโรงงานสีเขียว ตอน 2	FM 98.5	ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	2542	14.00 - 14.02 น.	15	
14.	โครงการโรงงานสีเขียว ตอน 3	คจว. FM 89.25			10.00 , 16.00 น.	15	
15.	การประยุกต์ใช้หลักการทางเศรษฐศาสตร์ในการ จัดการมลพิษโรงงาน ตอน 1	FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585, AM 999 AM1044, AM1215 AM1350			05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 , 14.00 น. 16.00 , 10.00 น. 9.00 - 9.02 น.	15	
16.	การประยุกต์ใช้หลักการทางเศรษฐศาสตร์ในการ จัดการมลพิษโรงงาน ตอน 2	" -----"		16 พ.ย. - 30 พ.ย. 2542	" -----"	15	

หมายเหตุ จำนวนตอนการออกอากาศทางรายการวิทยุรวม 16 ตอน จำนวนครั้งการออกอากาศ 418 ครั้ง

การออกอากาศรายการวิทยุและโทรทัศน์ โครงการ "โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ"

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
1.	จิตสำนึกความปลอดภัยในการทำงาน	กทท. FM 102 FM 98.5 ตจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 พ.ย. - 15 พ.ย. 2542	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	ออกอากาศ ตอนละ 1 ครั้ง จำนวน 11 สถานี
2.	อุบัติเหตุ	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
3.	กฎเบื้องต้นแห่งความปลอดภัย 10 ประการ	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
4.	การป้องกันอุบัติเหตุในโรงงานอุตสาหกรรม ตอน 1	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
5.	การป้องกันอุบัติเหตุในโรงงานอุตสาหกรรม ตอน 2	กทท. FM 102 FM 98.5 ตจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 พ.ย. - 15 พ.ย. 2542	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	ออกอากาศ ตอนละ 1 ครั้ง จำนวน 11 สถานี
6.	การป้องกันอุบัติเหตุในโรงงานอุตสาหกรรม ตอน 3	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
7.	เทคโนโลยีสะอาด ตอน 1	" -----"	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน	16 พ.ย. - 30 พ.ย.	" -----"	15	
8.	เทคโนโลยีสะอาด ตอน 2	" -----"	ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	2542	" -----"	15	
9.	เทคโนโลยีสะอาด ตอน 3	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
10.	เทคโนโลยีสะอาด ตอน 4	กทท. FM 102 FM 98.5 คจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	16 พ.ย. - 30 พ.ย. 2542	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	ออกอากาศ ตอนละ 1 ครั้ง จำนวน 11 สถานี
11.	เทคโนโลยีสะอาด ตอน 5	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
12.	เทคโนโลยีสะอาด ตอน 6	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
13.	การเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงาน ตอน 1	" -----"	" -----"	1 ธ.ค. - 31 ธ.ค.	" -----"	15	
14.	การเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงาน ตอน 2	" -----"	" -----"	2542	" -----"	15	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
15.	การเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงาน ตอน 3	กทท. FM 102 FM 98.5 คจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 ธ.ค. - 31 ธ.ค. 2542	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	ออกอากาศ ตอนละ 1 ครั้ง จำนวน 11 สถานี
16.	การเสริมสร้างความปลอดภัยในการทำงาน ตอน 4	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
17.	การแก้ไขปัญหาการเกิดอุบัติเหตุจากสารเคมี ตอน 1	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
18.	การแก้ไขปัญหาการเกิดอุบัติเหตุจากรถบรรทุก ตอน 2	กทท. FM 102 FM 98.5 ตจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 ธ.ค. - 31 ธ.ค. 2542	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	ออกอากาศ ตอนละ 1 ครั้ง จำนวน 11 สถานี
19.	การแก้ไขปัญหาการเกิดอุบัติเหตุจากรถบรรทุก ตอน 3	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
20.	การจัดทำรายงานการวิเคราะห์ประเมิน ความเสี่ยงในโรงงานอุตสาหกรรม ตอน 1	" -----"	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 ม.ค. - 31 ม.ค. 2543	" -----"	15	



ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
21.	การจัดทำรายงานการวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงในโรงงานอุตสาหกรรม ตอน 2	กทท. FM 102 FM 98.5 ตจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงานยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 ม.ค. - 31 ม.ค. 2543	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	ออกอากาศ ตอนละ 1 ครั้ง จำนวน 11 สถานี
22.	ประกาศมาตรการคุ้มครองความปลอดภัยในโรงงาน ตอน 1	" -----"	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงานยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 ม.ค. - 31 ม.ค. 2543	" -----"	15	
23.	ประกาศมาตรการคุ้มครองความปลอดภัยในโรงงาน ตอน 2	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
24.	ประกาศมาตรการคุ้มครองความปลอดภัย ในโรงงาน ตอน 3	กทพ. FM 102 FM 98.5 คจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 ม.ค. - 31 ม.ค. 2543	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	
25.	ประกาศมาตรการคุ้มครองความปลอดภัย ในโรงงาน ตอน 4	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
26.	ประกาศมาตรการคุ้มครองความปลอดภัย ในโรงงาน ตอน 5	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
27.	ประกาศมาตรการคุ้มครองความปลอดภัย ในโรงงาน ตอน 6	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
28.	การแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาแผนแม่บท ป้องกันอุบัติภัยในโรงงาน	กทท. FM 102 FM 98.5 ตจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 ม.ค. - 31 ม.ค. 2543	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	
29.	หลักการเหตุผลและความจำเป็นที่ต้องมีมาตรการ คุ้มครองความปลอดภัย ตอน 1	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
30.	หลักการเหตุผลและความจำเป็นที่ต้องมีมาตรการ คุ้มครองความปลอดภัย ตอน 2	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
31.	หลักการและความจำเป็นที่ต้องมีมาตรการ คุ้มครองความปลอดภัย ตอน 3	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
32.	กฎหมายคุ้มครองความปลอดภัยในต่างประเทศ	กทท. FM 102 FM 98.5 คจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 ม.ค. - 31 ม.ค. 2543	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	ออกอากาศ ตอนละ 1 ครั้ง จำนวน 11 สถานี
33.	กฎหมายคุ้มครองความปลอดภัยในเมืองไทย	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
34.	โครงการป้องกันการไฟฟ้าสำหรับอาคารโรงงาน ตอน 1	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	
35.	โครงการป้องกันการไฟฟ้าสำหรับอาคารโรงงาน ตอน 2	" -----"	" -----"	" -----"	" -----"	15	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
36.	โครงสร้างการป้องกันไฟฟ้าสำหรับอาคารโรงงาน ตอน 3	กทท. FM 102 FM 98.5 ตจว. FM 89.25 FM 102.75 FM 107.5 FM 107.75 AM 585 AM 999 AM 1044 AM 1215 AM 1350	"กรอ. 2000" เพื่อโรงงาน ยุคใหม่ก้าวไกลสู่สากล	1 ม.ค. - 31 ม.ค. 2543	10.00 - 10.02 น. 14.00 - 14.02 น. 10.00 , 16.00 น. 05.00 , 19.00 น. 9.00 , 17.00 น. 8.55 , 18.55 น. 17.55 -17.57 น. 14.00 - 14.02 น. 16.00 - 16.02 น. 10.00 - 10.02 น. 9.00 - 9.02 น.	15	ออกอากาศ ตอนละ 1 ครั้ง จำนวน 11 สถานี
37.	มาตรการคุ้มครองความปลอดภัย ในการดำเนินการ	FM 102	รายการสนทนา อุตสาหกรรม	28 ธ.ค. 2542	19.30 - 20.00 น.	1	
38.	มาตรการคุ้มครองความปลอดภัย ในโรงงานอุตสาหกรรม	FM 101.5	เครือข่าย..... สายตรง วิทยุสถาบัน	8 ก.พ. 2543	12.00 - 12.30 น.	1	

ลำดับ	ประเด็น/เนื้อหา	สถานีวิทยุ	รายการ	วันออกอากาศ	เวลาออกอากาศ	จำนวนครั้ง	หมายเหตุ
39.	การประเมินความเสี่ยง	FM 101.5	รายการสนทนาโต๊ะกลม	17 ม.ค. 2543	9.00 - 10.00 น.	1	สัมภาษณ์สด
40.	การประเมินความเสี่ยงในโรงงานฯ	ช่อง 7	รายการโฟกัสเศรษฐกิจ	9 ธ.ค. 2542	11.00 - 11.45 น.	1	รายการสด

หมายเหตุ จำนวนตอนการออกอากาศทางรายการวิทยุและโทรทัศน์ รวม 40 ตอน จำนวนครั้งการออกอากาศ 544 ครั้ง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**การเผยแพร่ข่าวและบทความทางสื่อสิ่งพิมพ์**  
**โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม**

ลำดับ	เรื่อง	หนังสือพิมพ์	ฉบับประจำวัน
	<b>ข่าว</b>		
1.	กระทรวงอุตสาหกรรมต่อสัญญาเงินกู้ บริหารแสมดำ	วิญญูจักรรายวัน กรุงเทพธุรกิจ มติชน	2 ต.ค. 2539 2 ต.ค. 2539 2 ต.ค. 2539
2.	กระทรวงอุตสาหกรรมค้าน เขตควบคุมมลพิษระยอง	ไทยโพสต์ สยามรัฐ ไทยโพสต์	4 พ.ย. 2539 5 พ.ย. 2539 6 พ.ย. 2539
3.	กรมโรงงานอุตสาหกรรม เร่งจัดการกาก อุตสาหกรรมก่อนจะสายเกินไป	กรุงเทพธุรกิจ อินดีสเตรียล	6 ธ.ค. 2539 ฉบับเดือน ม.ค. 2540
4.	กรอ.วอนช่วยสอดส่องการลักลอบทิ้งกาก อุตสาหกรรม	สยามโพสต์	12 ธ.ค. 2539
5.	นักวิชาการไทยในต่างประเทศชี้ต้องเร่งแก้ ปัญหากากอุตสาหกรรม	สยามโพสต์	16 ม.ค. 2540
6.	แนะป้องกันปัญหากากอุตสาหกรรม ก่อนสายเกินไป	ผู้จัดการรายวัน สยามรัฐ	23 ม.ค. 2540 24 ม.ค. 2540
7.	นักวิชาการไทยในต่างประเทศเสนอ 4 ประสานแก้ปัญหากากอุตสาหกรรม	สยามโพสต์ แนวหน้า	28 ม.ค. 2540 28 ม.ค. 2540
8.	เตรียมออกกฎหมายคุมเข้ม กากอุตสาหกรรม	ผู้จัดการรายวัน ผู้จัดการรายวัน สยามโพสต์	28 ม.ค. 2540 4 ก.พ. 2540 4 ก.พ. 2540
9.	กรอ. เร่งจัดทำแผนแม่บท กำจัดกากอุตสาหกรรม	สยามโพสต์ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน อินดีสเตรียล	27 ก.พ. 2540 27 ก.พ. 2540 28 ก.พ. 2540 ฉบับเดือน เม.ย. 2540

ลำดับ	เรื่อง	หนังสือพิมพ์	ฉบับประจำวัน
10.	จุฬาฯ เตรียมตรวจเข้ม "เจนโก้" บริหารศูนย์แสมดำ	เดลินิวส์ สยามโพสต์ มติชน อินคัสเตรียล	1 เม.ย. 2540 1 เม.ย. 2540 4 เม.ย. 2540 ฉบับเดือน พ.ค. 2540
11.	กรอ. เน้นแนวทางจัดการสิ่งแวดล้อม สำหรับอุตสาหกรรมเป็งมันสำปะหลัง เป็งมันแปรรูปและเป็งมันคัดแปร	สยามโพสต์ สื่อธุรกิจ	4 เม.ย. 2540 8 เม.ย. 2540
12.	กรมควบคุมมลพิษและชาวบ้านมาบตาพุด เชื้อ "ศูนย์พัฒนาสิ่งแวดล้อม จ.ระยอง" มีความปลอดภัย และได้มาตรฐาน	สยามรัฐ กรุงเทพธุรกิจ ไทยรัฐ มติชน	18 เม.ย. 2540 18 เม.ย. 2540 18 เม.ย. 2540 22 เม.ย. 2540
13.	กทม.ต่อรองค่าบริการขยะพิษตามบ้าน	ผู้จัดการรายวัน	22 เม.ย. 2540
14.	กรอ. หาวิธีการนำน้ำกรดในโรงงาน อุตสาหกรรมเหล็กและโลหะ กลับมาใช้ใหม่	สยามโพสต์	26 เม.ย. 2540
15.	กรอ. จัดอบรมกฎหมายวัตถุเคมี	สยามโพสต์ สยามรัฐ สยามโพสต์ อินคัสเตรียล	14 พ.ค. 2540 15 พ.ค. 2540 10 มิ.ย. 2540 ฉบับเดือน มิ.ย. 2540
16.	กรมโรงงานให้ความรู้เรื่อง ของเสียอันตรายผ่านอินเทอร์เน็ต	สยามโพสต์ ไทยโพสต์ แนวหน้า ผู้จัดการรายวัน อินคัสเตรียล	1 ก.ค. 2540 1 ก.ค. 2540 1 ก.ค. 2540 21 ก.ค. 2540 ฉบับเดือน ก.ค. 2540
17.	กรมโรงงาน-กทม. จับมือร่วมกัน กำจัดขยะจากโรงงาน	สยามโพสต์ สื่อธุรกิจ	9 ก.ค. 2540 9 ก.ค. 2540
18.	กรอ. จัดจ้างจุฬาฯ เป็นที่ปรึกษาและ ตรวจสอบการดำเนินงานของ GENCO	สื่อธุรกิจ	14 ก.ค. 2540

ลำดับ	เรื่อง	หนังสือพิมพ์	ฉบับประจำวัน
	<b>บทความ</b>		
19.	กรอ.เตรียมนำหลักการ "ใครก่อนลพิษ ต้องเป็นผู้จ่าย" บังคับใช้กับโรงงาน อุตสาหกรรม"	สยามโพสต์	14 พ.ย. 2539
20.	วิวัฒนาการด้านเทคโนโลยี VS กาก ของเสียอันตราย	สยามโพสต์	25 พ.ย. 2539
21.	ภัยมืดใกล้ตัว	อินดีสเตรียล	ฉบับเดือน ธ.ค. 2540
22.	กากอุตสาหกรรม	แนวหน้า	20 ม.ค. 2540
23.	ขยะอุตสาหกรรมปัญหาที่รอกอຍการแก้ไข	สื่อธุรกิจ	8 เม.ย. 2540
24.	การหลอมตะกั่วจากแบตเตอรี่เก่า พิษภัยที่เราต้องป้องกัน	อินดีสเตรียล	ฉบับเดือน เม.ย. 2540
25.	กระทรวงอุตสาหกรรมและการจัดทำ แผนแม่บท ในการจัดสร้าง โรงกำจัดกากอุตสาหกรรม	สื่อธุรกิจ	7 พ.ค. 2540
26.	กากของเสียอันตราย	มติชน	27 พ.ค. 2540
27.	ทำไมต้องจัดการกากของเสียอันตราย	สยามรัฐ	8 มิ.ย. 2540
28.	วิธีจัดการกำจัดกากของเสียอันตราย เขาทำกันอย่างไร	สยามโพสต์	28 มิ.ย. 2540

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**การเผยแพร่ข่าวและบทความทางสื่อสิ่งพิมพ์**  
**โครงการ "โรงงานสีเขียว"**

ลำดับ	เรื่อง	หนังสือพิมพ์	ฉบับประจำวัน
	<b>ข่าว</b>		
1.	ถ่านคูลราเซลล์เจมโครงการลดมลพิษ	ข่าวสด	19 พ.ค. 2542
2.	Factories to pay for pollution	Bangkok Post	25 พ.ค. 2542
3.	กรมโรงงาน-กทม. จับมือร่วมกัน กำจัดขยะจากโรงงาน	สยามโพสต์ สื่อธุรกิจ	9 ก.ค. 2540 9 ก.ค. 2540
4.	โรงงานสีเขียว ปูพรมจุดแลกซื้อ ถ่าน/หลอดนีออน	ประชาชาติธุรกิจ	23 - 25 ส.ค. 2542
5.	รวม.อุตสาหกรรม เปิดโครงการ โรงงานสีเขียว	ไทยโพสต์	5 ต.ค. 2542
6.	กรมโรงงานจัดโครงการโรงงานสีเขียว	เดลินิวส์	10 ต.ค. 2542
7.	โรงงานสีเขียวจูงใจ ซื้อหลอดไฟลด 20 %	ECONNEWS	11 ต.ค. 2542
8.	กรมโรงงานจัดโครงการโรงงานสีเขียว	แนวหน้า	12 ต.ค. 2542
9.	โครงการสีเขียว	เดลินิวส์	12 ต.ค. 2542
10.	รับแลกซื้อหลอดไฟ - ถ่านไฟฉายใช้แล้ว	ไทยโพสต์	12 ต.ค. 2542
11.	โรงงานสีเขียวรับแลกซื้อหลอดไฟ - ถ่านก่	กรุงเทพธุรกิจ	12 ต.ค. 2542
12.	กรมโรงงานฯ จับมือผู้ค้าหลอดไฟ โครงการ สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อม	ไทยรัฐ	13 ต.ค. 2542
13.	โครงการสีเขียวจากกรมโรงงาน	ฐานเศรษฐกิจ	14 - 16 ต.ค. 2542
14.	กรมโรงงานเปิดตัวโครงการสีเขียว	ผู้จัดการรายวัน	26 ต.ค. 2542
15.	โครงการโรงงานสีเขียวรณรงค์ลดมลพิษ นำถ่าน-หลอดไฟใช้แล้วแลกซื้อของ	มติชน	29 ต.ค. 2542
16.	ถ่านไฟเก่ายังร้อนแรง	เดลินิวส์	31 ต.ค. 2542
17.	ระวังภัยจากหลอดไฟ	เดลินิวส์	7 พ.ย. 2542

ลำดับ	เรื่อง	หนังสือพิมพ์	ฉบับประจำวัน
18.	โรงงานหลอดไฟและถ่านไฟฉายนำร่อง "โครงการโรงงานสีเขี้ยว"  <b>บทความ</b>	วารสาร "วิศวกรรม สิ่งแวดล้อมไทย"	ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2542
19.	กากอุตสาหกรรมอันตรายที่ฝังตระหนักร	บ้านเมือง	14 เม.ย. 2542
20.	กรมโรงงานฯ ใครทำคนนั้นจ่าย คืนแก้มลพิษด้วยเศรษฐศาสตร์	ผู้จัดการรายสัปดาห์	19 - 25 เม.ย. 2542
21.	กากสารพิษจากโรงงาน : ภัยมืดที่ย่อมองข้าม	ผู้จัดการรายสัปดาห์ บ้านเมือง	26 มิ.ย. - 4 ก.ค. 2542 4 ก.ค. 2542
22.	โรงงานหลอดไฟและถ่านไฟฉายนำร่อง "โครงการโรงงานสีเขี้ยว"	วิศวกรรม สิ่งแวดล้อมไทย	ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2542
23.	โครงการโรงงานสีเขี้ยว	INDUSTRIAL	ฉบับเดือน พ.ย. 2542
24.	โครงการโรงงานสีเขี้ยว	ฐานเศรษฐกิจ เอ็กเซกคิวทีฟ มีเดีย (เป็น supplement)	16 - 18 ธ.ค. 2542

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**การเผยแพร่ข่าวและบทความทางสื่อสิ่งพิมพ์**  
**โครงการ "โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ"**

ลำดับ	เรื่อง	หนังสือพิมพ์	ฉบับประจำวัน
1.	เราจะต้องเสี่ยงกันอีกกี่มากน้อย	ผู้จัดการรายวัน	2 พ.ย. 2542
2.	เร่งแผนป้องกันอุบัติเหตุ	เดลินิวส์	10 ธ.ค. 2542
3.	มาตรการคุ้มครองความปลอดภัย	SAFETY & HEALTH CARE	ฉบับเดือน กุมภาพันธ์ 2543
4.	การป้องกันอุบัติเหตุจากหม้อน้ำ	SAFETY & HEALTH CARE	ฉบับเดือน มีนาคม 2543
5.	กรมโรงงานฯ "เทคโนโลยีสะอาด"	ประชาชาติธุรกิจ	9 - 12 มี.ค. 2543
	<b>บทความ</b>		
6.	สารพิษในอากาศ ภัยใกล้ตัวที่รอเหยี่ยวา	วิศวกรรม สิ่งแวดล้อมไทย	ฉบับเดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ 2543
7.	มาตรการคุ้มครองความปลอดภัย ในการดำเนินงาน	INDUSTRIAL	ฉบับเดือน กุมภาพันธ์ 2543

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## การรณรงค์ผ่านสื่อเฉพาะกิจ

ลำดับ	โครงการ	จำนวน	หมายเหตุ
■	<p><u>โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้</u> <u>จากอุตสาหกรรม</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. โปสเตอร์ ขนาด 17 x 23 นิ้ว</li> <li>2. แผ่นพับ ขนาด A 4 พับ 3</li> <li>3. จุลสาร ขนาด B 5</li> <li>4. CD-ROM เรื่อง ขยะอันตราย</li> <li>5. วิดิทัศน์</li> <li>6. การจัดนิทรรศการ</li> <li>7. จัดทำพวงกุญแจที่ระลึก</li> <li>8. จัดทำ HOME PAGE เรื่องขยะอันตราย</li> <li>9. การจัดสัมมนา ฝึกอบรม และศึกษาดูงาน</li> </ol>	<p>10,000 แผ่น</p> <p>5,000 ชุด</p> <p>5,000 เล่ม</p> <p>400 แผ่น</p> <p>400 ม้วน</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>4,000 ชิ้น</p> <p>1 เรื่อง</p> <p>2 ครั้ง</p>	<p>จัดทำเป็น 2 แบบ แบบละ 5,000 แผ่น</p> <p>สำหรับแจกผู้เข้าชม นิทรรศการ ชื่อ HOME PAGE WWW.INDUST .COM เป็นการใช้สื่อ ประเภทสื่อบุคคล</p>

ลำดับ	โครงการ	จำนวน	หมายเหตุ
■	<p><u>โครงการ "โรงงานสีเขียว"</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. โปสเตอร์ ขนาด 20 x 30 นิ้ว</li> <li>2. จุลสาร</li> <li>3. แผ่นพับโครงการ</li> <li>4. จดหมายขอความร่วมมือ (DIRECT MAIL)</li> <li>5. BANNER ขนาด 3 x 1 เมตร</li> <li>6. การจัดนิทรรศการ</li> <li>7. ชุมนุมแสดงโครงการ</li> </ol>	<p>1,000 แผ่น</p> <p>1,000 ฉบับ</p> <p>1,000 ฉบับ</p> <p>131 ฉบับ</p> <p>80 แผ่น</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>2 ชุมนุม</p>	<p>จัดแสดงที่ห้องโถงอาคารกรมโรงงานฯ และ ปตท. สำนักงานใหญ่</p>
■	<p><u>โครงการ "โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ"</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แผ่นพับ ขนาด A 4 พับ 3</li> <li>2. STICKER โครงการ ขนาด 15 x 6.5 cm.</li> <li>3. จัดทำวิดีโอทัศน์โครงการ "โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ" ความยาว 30 นาที</li> <li>4. การจัดนิทรรศการ</li> <li>5. การจัดงาน DINNER TALK (วันที่ 24 มีนาคม 2543 ณ โรงแรมสยามซิตี)</li> <li>6. การจัดสัมมนา</li> </ol>	<p>1,000 แผ่น</p> <p>2,000 แผ่น</p> <p>1 ม้วน</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p>	<p>สำหรับประกอบการจัดนิทรรศการสัญจร</p> <p>การใช้สื่อบุคคลในรูปแบบการเสวนา โดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐ และผู้ประกอบการร่วมการเสวนา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเป็นการใช้สื่อบุคคล</p>

การจัดนิทรรศการ เรื่อง กากของเสียอันตราย จำนวน 5 ครั้ง  
โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

บริษัท นอร์มาส ฯ ได้จัดนิทรรศการให้ความรู้เรื่องกากของเสียอันตราย จำนวน 5 ครั้ง พร้อมจัดทำพวงกุญแจที่ระลึก “อย่าทิ้งขยะอันตราย” จำนวน 4,000 ชิ้น ให้กับกรมโรงงาน อุตสาหกรรม

1. การจัดนิทรรศการในงานประจำปีของจังหวัดนครราชสีมา ระหว่างวันที่ 23 มีนาคม – 3 เมษายน 2540 ณ บริเวณศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา

2. การจัดนิทรรศการในงานสัมมนา เรื่อง “มาตรฐาน ISO 9000 และ ISO 14000 ช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมของท่านได้อย่างไร ?” วันที่ 22 – 23 เมษายน 2540 ณ สโมสรสมาคมนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา

3. การจัดนิทรรศการในโครงการสัมมนาผู้นำเยาวชนในด้านวิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยี แห่งชาติ ครั้งที่ 9 วันที่ 30 เมษายน 2540 ณ เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัด นครราชสีมา

4. การจัดนิทรรศการในงานสัมมนาเรื่อง “โครงการประยุกต์ใช้หลักการทางเศรษฐ ศาสตร์ ในการจัดการมลพิษโรงงาน” วันที่ 21 พฤษภาคม 2540 ณ โรงแรมรอยัล ออร์คิด เซอรادتัน กรุงเทพฯ

5. การจัดนิทรรศการในงานสัมมนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ภาคตะวันออก เรื่อง นโยบายกระทรวงอุตสาหกรรมในการจัดการของเสียอันตราย ที่เกิดจากการประกอบการ อุตสาหกรรม วันที่ 11 มิถุนายน 2540 ณ ห้องกมลทิพย์ โรงแรมสยามซิตี้ กรุงเทพฯ

การจัดสัมมนา ฝึกอบรม ศึกษาดูงาน (สื่อบุคคล)  
โครงการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากอุตสาหกรรม

บริษัท นอร์มาสฯ ได้จัดการจัดประชุมสัมมนา การฝึกอบรมและศึกษาดูงานให้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 2 ครั้ง

1. การสัมมนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เรื่อง นโยบายกระทรวงอุตสาหกรรมในการจัดการของเสียอันตราย ที่เกิดจากการประกอบการอุตสาหกรรม วันที่ 11 มิถุนายน 2540 ณ ห้องกมลทิพย์ โรงแรมสยามซิตี้

2. การฝึกอบรมและศึกษาดูงาน “การป้องกันภัยด้วยเทคนิคการบริหารสมัยใหม่ และการจัดการของเสียอันตรายจากอุตสาหกรรม” สำหรับข้าราชการกรมโรงงานอุตสาหกรรม ระดับ 7 (หัวหน้าส่วน / ฝ่าย / ศูนย์) วันที่ 27 – 29 มิถุนายน 2540

- ฝึกอบรม ณ โรงแรมรอยัล คลิฟ บีช รีสอร์ท จังหวัดชลบุรี
- ศึกษาดูงาน ณ บริษัท บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำกัด (GENCO) จังหวัดระยอง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การจัดนิทรรศการ “อุตสาหกรรมสีเขียว” และการจัดสัมมนา  
โครงการโรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ จำนวน 5 ครั้ง

บริษัท เมอร์คิวริส (1996) จำกัด ได้จัดแสดงนิทรรศการ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการ  
รณรงค์ “ โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัย ไร้มลพิษ ” จำนวน 5 ครั้ง ดังนี้

1. การจัดแสดงนิทรรศการในงาน Asia Automotive '99 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 25 – 28  
พฤศจิกายน 2542 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ กรุงเทพฯ (BITEC)
2. การจัดแสดงนิทรรศการในงาน THAITECH '99 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 3 – 12  
ธันวาคม 2542 ณ บริเวณเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
3. การจัดแสดงนิทรรศการในงานฤดูหนาว และ งานกาชาดจังหวัดเชียงใหม่ ประจำปี  
2543 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 28 ธันวาคม 2542 – 9 มกราคม 2543 ณ ศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่
4. การจัดแสดงนิทรรศการในงาน บีโอไอ แฟร์ 2000 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 3 – 17  
กุมภาพันธ์ 2543 ณ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ อิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี
5. การจัดแสดงนิทรรศการในงานฟ้าใส ช่วยไทยสร้างโอกาส ครั้งที่ 1 ซึ่งจัดขึ้นระหว่าง  
วันที่ 5 – 9 เมษายน 2543 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียน

นางสาวปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ เกิดวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2511 กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีศิลปศาสตร์ วิชาเอกภาษาอังกฤษ (เกียรตินิยม อันดับ 2) สถาบันราชภัฏสวนดุสิต ในปีการศึกษา 2533 และ เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2541 ปัจจุบันรับราชการในตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ 6 ว ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย