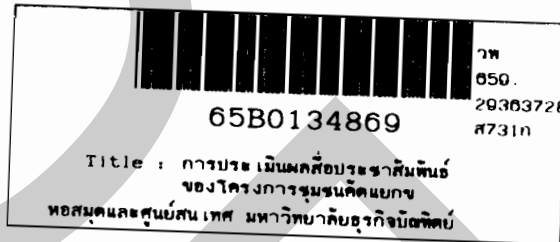




การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคิดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
ศึกษาจากชุมชนบุญโตปาร์ควิลล์ ระหว่าง กุมภาพันธ์ - กันยายน 2541



นางสาว สิริพร น้อยกลาง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาโทศึกษาศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2542

ISBN 974-281-282-9

AN EVALUATION OF THE PUBLIC RELATIONS MEDIA OF THE COMMUNITY
PROJECT TO SELECT SOLID WASTE IN NONTHABURI MUNICIPALITY :
CASE - STUDY THE BUNTO PARK VILLE DURING FEBRUARY - SEPTEMBER 1998.

MISS SIRIPORN NOIKLANG

A Thesis Submitted in Partial Fullfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Business Communication Arts
Graduate School Dhurakijpundit University

1999

ISBN 974-281-282-9



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
ศึกษาจากชุมชนมูญไคปาร์ควิลล์ ระหว่าง กุมภาพันธ์ - กันยายน 2541

โดย น.ส.สิริพร น้อยกลาง

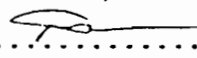
สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.สุวิมา วงษ์กะพันธ์

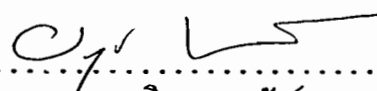
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(ศ.สุกัญญา สุขบรรทัด)


..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผศ.สุวิมา วงษ์กะพันธ์)

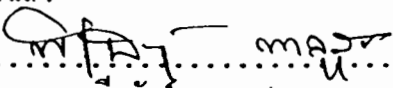
..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม


..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(รศ.อรนุช เลิศจรยารักษ์)

..... กรรมการ


..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ประจวบ อินอ้อ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(คร.พรพันธ์ พาลุสุข)

วันที่ 6 เดือน มกราคม พ.ศ. 2542

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒน์ วัชรกะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาแนะนำ รวมทั้งการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ สุกัญญา สุตบรรทัด ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อรุณ เลิศจรรยาภักดิ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ประจวบ อินอืด กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย ที่ได้สละเวลามาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณสมศักดิ์ ศรีเพ็ง เจ้าพนักงานสุขาภิบาล 4 กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี นางสาวศิริประภา จันทรดี และ นางสาวปริชาต น้อยกลาง ที่ยังคงให้กำลังใจมาโดยตลอดจนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ นายกวีวงศ์ น้อยกลางและนางเพ็ญศรี น้อยกลาง บิดาและมารดา ที่ให้การสนับสนุนในทุก ๆ เรื่อง ตลอดจนให้ความรัก ความห่วงใย และเป็นกำลังใจอันยิ่งใหญ่ที่อยู่เบื้องหลังแห่งความสำเร็จของผู้เขียนไว้ตลอดไป

อนึ่ง หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยค้นคว้าของผู้สนใจ ผู้เขียนขออุทิศให้แก่บุพการีและผู้มีพระคุณทุกท่าน ล้วนความผิดพลาดและข้อบกพร่องใด ๆ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่ผู้เดียว

สิริพร น้อยกลาง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๑
กิตติกรรมประกาศ	๗
สารบัญตาราง	๘
สารบัญภาพ	๕
บทที่	
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาการนำวิจัย	6
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
สมมติฐานในการวิจัย	8
นิยามศัพท์	8
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	9
2. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์	16
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	24
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลของการสื่อสาร	27
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน	35
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล	37
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
3. ระเบียบวิธีวิจัย	43
รูปแบบการวิจัย	43
ประเภทของข้อมูล	43
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	44
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	44
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45
กรรมวิธีทางข้อมูล	49
การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	50
บทที่	
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	53
ผลการวิเคราะห์ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ	55
ชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี	
ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของ	59
เทศบาลนครนนทบุรี	
ผลการวิเคราะห์ความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะของประชาชน	61
ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของ	63
เทศบาลนครนนทบุรี	
ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ	66
ชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี	
ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ	69
ชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี	
ผลการทดสอบสมมติฐาน	73
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	86
สรุปผลการวิจัย	86
การอภิปรายผล	92
ข้อเสนอแนะ	95
บรรณานุกรม	98

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	103
ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ	109
ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ	112
ประวัติผู้เขียน	134

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
13	76
ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะกับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาล นครนนทบุรี	
14	79
ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทในโครงการ ชุมชนคัดแยกขยะกับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี	
15	82
ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทในโครงการ ชุมชนคัดแยกขยะกับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี	

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กระบวนการติดต่อสื่อสาร	16
2 ความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินผลกับการตัดสินใจใน แบบจำลองซิป	37
3 ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	45

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ศึกษาจากชุมชนบุญโตปาร์ควิลล์ ระหว่าง กุมภาพันธ์ – กันยายน 2541
ชื่อนักศึกษา	นางสาวสิริพร น้อยกลาง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2541

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ศึกษาจากชุมชนบุญโตปาร์ควิลล์ ระหว่าง กุมภาพันธ์ – กันยายน 2541 เพื่อศึกษาถึงการประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะที่มีต่อความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

วิธีการวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลล์ จำนวน 375 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 230 คน เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ ซึ่งอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป คือ SPSS เพื่อประมวลผลข้อมูล สำหรับสถิติค่าที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายถึงข้อมูลทั่วไปของประชากร ความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติที่ประชาชนมีต่อโครงการฯ และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษา

จากสมมติฐานในการทำวิจัย 4 ข้อ สรุปผลได้ดังนี้

1. เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ สื่อประเภทรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการฯ ที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. สื่อประเภทแผ่นพับ, โบปลิว, เจ้าหน้าที่งานสุขภาพ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการ ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. สื่อประเภทวิดีโอ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการ ที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. สื่อประเภทโปสเตอร์, แผ่นพับ, โบปลิว, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำมาใช้ในการสนับสนุนแนวความคิด ทฤษฎีทางการสื่อสารและจิตวิทยาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี และนอกจากจะใช้เป็นแนวทางในการศึกษา การดำเนินงานและการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์แล้ว ยังใช้ประกอบการพิจารณาแก้ไขปรับปรุง ตลอดจนถึงการวางแผนงานการรณรงค์ การกำหนดสื่อประชาสัมพันธ์ และการเลือกใช้ ข้อมูลข่าวสารในการเสริมสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ การมีทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินงานของโครงการรณรงค์ต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำมาซึ่งความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินโครงการ และประชาชนนั่นเอง

Thesis Title	An Evaluation Of the Public Relations Media Of the Community Project To Select Solid Waste in Nonthaburi Municipality : Case – Study Of the Bunto Park Ville During February – September 1998.
Name	Miss Siriporn Noiklang
Thesis Advisor	Assistant Prof.Suwattana Vonggapan
Department	Business Communication Arts
Academic Year	1998

Abstract

This research, has the objectives to evaluate the effectiveness of the public relations media on community project to select solid waste in Nonthaburi Municipality : Case – Study Of the Bunto Park Ville During February – September 1998.

The methodology used is the survey research using purposive sampling method from among 375 peoples in Bunto Park Ville. A questionnaire is formulated to interview 230 samples representing the whole population.

The data are analyzed and assessed by SPSS computer program. Descriptive statistics are used to explain the data in terms of percentage and average analysis for describing the general backgrounds of the subjects ; the knowledge, understanding, and attitude toward this project. The Inference statistics is used to test the relationship between the variables by employing the Chi-square method.

Followings are the outcome of the analysis :

1. Regarding the public relations media exposure, Mobile Units are significantly correlated to the knowledge of the population (statistically at 0.05 level).
2. Folder, Leaflets and the Sanitation Officers are significantly correlated to the attitude of the population (statistically at 0.05 level).

3. As the public relations media in this project, Videos are significantly correlated to the knowledge of the population (statistically at 0.05 level).

4. Poster, Folder, Leaflets, and Mobile Units are significantly related to the attitude of the population (statistically at 0.05 level).

The results of the study may be used to support the communication and psychological theory. It can also be used to develop various studies of mass media including strategies and campaign in selecting mass media sources which will lead to better efforts and more co-operation among project administrators and people.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ปัญหาการจัดการมูลฝอย เป็นปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เล็งเห็นความสำคัญ และความจำเป็นในการร่วมมือแก้ไขกันอย่างเต็มความสามารถ เพราะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนทุกระดับตั้งแต่ระดับสุขาภิบาล เทศบาล และเมืองใหญ่ และปัญหานี้นับวันจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เป็นผลสืบเนื่องมาจากความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ และการพัฒนาประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการรับเอาผลผลิตเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไปใช้ในชีวิตรประจำวัน ตลอดจนจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ มาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้เกิดวัสดุเหลือใช้หรือมูลฝอยมีปริมาณสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว ผลกระทบด้านผลเสียต่อสภาพแวดล้อมที่เห็นเด่นชัดในชุมชนของแต่ละเมือง โดยเฉพาะในด้านสถานที่และวิธีการกำจัดมูลฝอยที่ไม่ถูกหลักสุขาภิบาล ได้แก่ ปัญหาความสกปรกจากกองขยะขนาดใหญ่ที่มีกลิ่นเหม็น แหล่งเพาะพันธุ์และแพร่กระจายของสัตว์ แมลง รวมทั้งเชื้อโรคต่าง ๆ การปนเปื้อนต่อแหล่งน้ำและน้ำใต้ดินจากน้ำชะล้างมูลฝอย ผลกระทบเหล่านี้ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญและเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง รวมทั้งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานหรือผู้ที่ใช้อาศัยเกี่ยวข้องกับจัดการมูลฝอย

ปัจจุบัน มูลฝอยที่เกิดจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเมืองต่าง ๆ ทั่วประเทศมีปริมาณรวมกันวันละประมาณ 13,500 ตันหรือ 5 ล้านตันต่อปี ในจำนวนนี้เป็นมูลฝอยที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร ประมาณ 6,000 ตันต่อวันหรือประมาณ 2.2 ล้านตันต่อปี ปริมาณมูลฝอยเหล่านี้ นับวันจะเพิ่มมากขึ้น คาดว่าในอีก 15 ปีข้างหน้า (พ.ศ.2550) จะเพิ่มเป็นวันละประมาณ 30,000 ตัน ซึ่งจะเป็นภาระหนักของหน่วยราชการท้องถิ่นที่จะต้องทำการเก็บขนและนำไปกำจัดให้หมดไป แต่จากสภาพปัจจุบันปรากฏว่า ปริมาณมูลฝอยที่เกิดขึ้นทั้งหมดในชุมชนเมืองเฉลี่ยประมาณร้อยละ 70 เท่านั้น ที่ได้รับการเก็บขนและนำไปกำจัด และชุมชนมากกว่าร้อยละ 95 ได้ใช้วิธีกำจัด

โดยการเทกองบนพื้น เพื่อปล่อยให้ย่อยสลายตามธรรมชาติและการเผากลางแจ้ง ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ถูกหลักวิชาการ ทั้งนี้เนื่องจากท้องถิ่นต่าง ๆ ขาดความรู้ทางเทคนิคของวิธีการกำจัดที่เหมาะสม ขนาดงบประมาณและบุคลากรในการดำเนินงาน และการขาดความเอาใจใส่ของผู้บริหาร ทำให้ประชาชนที่มีถิ่นฐานอยู่ในละแวกใกล้เคียงสถานที่กำจัดเกิดการต่อต้าน ไม่ให้นำมูลฝอยเข้าไปกำจัดในสถานที่นั้น ๆ เพราะมีทัศนคติที่ไม่ดีอย่างมากต่อการดำเนินงานของเมืองต่าง ๆ ที่ผ่านมา ซึ่งนับวันกระแสต่อต้านจะรุนแรงยิ่งขึ้น ถ้าไม่รีบดำเนินการแก้ไขวิธีการกำจัดให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล

วิธีการกำจัดมูลฝอยที่ดีกว่า เป็นวิธีที่ถูกสุขลักษณะ และก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยนั้นมีหลายวิธี เช่น วิธีฝังกลบอย่างถูกหลักสุขาภิบาล (Sanitary Landfill) วิธีหมักทำปุ๋ย (Composting) และวิธีเผาในเตาเผา (Incineration) เป็นต้น ซึ่งแต่ละวิธีมีข้อจำกัดหรือข้อดีข้อเสียในการดำเนินงานแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ เช่น ปริมาณและลักษณะของมูลฝอย ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าดำเนินการระบบ ฯลฯ นอกจากนี้วิธีกำจัดมูลฝอยที่เหมาะสมกับท้องถิ่นหนึ่ง อาจจะไม่เหมาะสมกับท้องถิ่นอื่นก็ได้ ขึ้นอยู่กับสภาพทางภูมิศาสตร์ ข้อจำกัดทางกายภาพของเมือง สภาพทางเศรษฐกิจสังคม เป็นต้น ดังนั้น จึงควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการพัฒนาบ้านเมือง เพราะในการพัฒนาใด ๆ ถ้ามีการวางแผนงานของประชาสัมพันธ์ที่กำหนดให้มีการรักษาความสะอาด โดยใช้การสื่อสารอย่างเป็นระบบ และมีการใช้กลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการพัฒนาแล้ว การพัฒนานั้น ๆ ก็จะสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะหน้าที่สำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ก็คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในองค์การอย่างถูกต้องซึ่งต้องอาศัยการวางแผนและดำเนินการใช้การสื่อสารประเภทต่าง ๆ การเผยแพร่กระจายข่าวสารเรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงาน และการดำเนินงานขององค์การ เพื่อสร้างความเข้าใจ นิยมศรัทธา มีทัศนคติที่ดี และเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนโดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาที่จำเป็นต้องได้รับการยอมรับและร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนให้มากที่สุด

ฉะนั้น ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชน จึงต้องใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ มาช่วยเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ หรือครอบคลุม

ทั่วประเทศ การดำเนินงานจึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ตามความต้องการได้อย่างสะดวก ประหยัด และสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เครื่องมือสื่อสารที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายประเภทด้วยกัน เช่น สื่อบุคคล คำพูด สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ ป้าย ประกาศ ฯลฯ นอกจากนี้การใช้ "โครงการรณรงค์" ก็เป็นเครื่องมือสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาที่มีความสำคัญอย่างหนึ่ง โครงการรณรงค์นั้น เป็นโครงการที่ได้จัดทำขึ้น โดยใช้การสื่อสารในลักษณะของประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดประเด็นที่ต้องการ กระตุ้นเร้ากลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อ หรือกิจกรรมประเภทต่าง ๆ หลาย ๆ รูปแบบ พร้อมกันอย่างต่อเนื่อง โครงการรณรงค์ส่วนมากเป็นโครงการที่ต้องการให้เกิดผลอย่างรวดเร็ว และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง การดำเนินงานจึงต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญ โดยการใช้สื่อและกิจกรรมประเภทต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างมีประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการจัดทำโครงการรณรงค์ กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากทั้งภาคธุรกิจ เอกชนและรัฐบาล

ในปัจจุบันนี้ มีองค์การจำนวนมากที่ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน เทศบาลนครนนทบุรีก็เป็นหน่วยงานราชการหน่วยงานหนึ่ง ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อม และได้มีพระราชกฤษฎีกายกฐานะจากเทศบาลเมืองนนทบุรีเป็นเทศบาลนครนนทบุรี โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2538 เทศบาลนครนนทบุรีเป็นเทศบาลขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นชุมชนที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีการประกอบธุรกิจต่าง ๆ มากมาย ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ได้ก่อให้เกิดขยะในแต่ละวันเป็นจำนวนมาก โดยเฉลี่ยประมาณ 253 ตันต่อวัน ในขณะที่เทศบาลสามารถกำจัดได้เพียง 200 ตันต่อวัน หรือประมาณร้อยละ 80 ของปริมาณขยะมูลฝอยในแต่ละวัน ดังนั้น จึงมีขยะมูลฝอยตกค้างถึงวันละ 53 ตันต่อวัน หรือร้อยละ 20 ของปริมาณขยะมูลฝอยในแต่ละวัน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาด้านมลภาวะเป็นอย่างยิ่ง

จากสถิติการชั่งน้ำหนักปริมาณขยะของรถบรรทุกขยะในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ใน พ.ศ. 2538 มีอัตราเฉลี่ย 250 - 260 คัน ต่อวัน ใน พ.ศ. 2539 มีอัตราเฉลี่ย 270 - 290 คัน ต่อวัน และในปี พ.ศ. 2540 มีอัตราเฉลี่ย 290 - 340 คัน ต่อวัน ในด้านการจัดเก็บขยะมูลฝอย ถือว่าสามารถจัดเก็บขยะได้เฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 80 - 95 ของจำนวนขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมดในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ซึ่งปัญหาขยะมูลฝอยตกค้างส่วนหนึ่งเกิดจากการบริการของรัฐยังไม่เพียงพอ

และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมกาารทิ้งขยะมูลฝอยของประชาชนไม่เป็นที่ ไม่มีการคัดแยกขยะ ทิ้งกองไว้กับพื้น ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ทำให้พนักงานเก็บขยะมูลฝอยต้องใช้เวลาในการจัดเก็บขยะในแต่ละครั้งนานมาก ทำให้ไม่สามารถจัดเก็บจากแหล่งอื่นได้ทันตามเวลาที่กำหนด จึงก่อให้เกิดปัญหาขยะตกค้างเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ กองขยะมูลฝอยเหล่านี้ยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน ก่อให้เกิดมลพิษต่อระบบนิเวศน์ และเป็นตัวแพร่กระจายเชื้อโรค อีกทั้งเป็นตัวทำลายทัศนียภาพของบ้านเมือง

กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี ได้ตระหนักและเห็นถึงปัญหาและความสำคัญของการคัดแยกขยะมูลฝอย ซึ่งจะทำได้ง่าย และสะดวกต่อการจัดเก็บขยะมูลฝอยจึงได้ร่วมมือกับประชาชนในหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลล์ จัดทำโครงการชุมชนคัดแยกขยะขึ้น เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนในหมู่บ้านช่วยกันคัดแยก ขยะเปียก ขยะแห้ง ก่อนที่จะนำไปทิ้ง และให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ต่อไป

ปัญหาที่พบ

1. เครื่องมือเครื่องใช้ในการกำจัดขยะไม่เพียงพอ
2. ประสิทธิภาพด้านการจัดเก็บ ตลอดจนด้านการขนถ่ายขยะยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ
3. การรวบรวมเก็บขนและการนำไปกำจัด ต้องอาศัยสถานที่กำจัดขององค์การบริหารส่วนจังหวัดที่ยังใช้วิธีการกำจัดที่ไม่ถูกวิธี

จากปัญหาดังกล่าวนี้ กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี จึงได้มีมาตรการการแก้ไขปัญหามูลฝอยขึ้น โดยมีแนวทางการแก้ไขปัญหทั้งระยะสั้นและระยะยาว พอสรุปได้ดังนี้

แนวทางการแก้ไขปัญหาระยะสั้น

จะจัดให้มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ให้สนองความต้องการของประชาชนมากที่สุด โดยใช้งบประมาณประจำปีเป็นตัวกำหนด

แนวทางการแก้ไขปัญหาระยะยาว

จะจัดทำแผนสิ่งแวดล้อม 5 ปี วางแผนทางการแก้ไขในเขตเทศบาล โดยเฉพาะขยะมูลฝอย เพื่อเสนอขอใช้งบเทศบาล, ส่วนกลาง, ส.ส. มุ่งเน้นการพัฒนาคนให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8

จากแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จะเห็นว่า นอกเหนือจากการแก้ไขที่ตัวปัญหา คือ การกำจัดขยะมูลฝอยแล้ว การใช้การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความสะอาดของบ้านเมือง และเข้าใจถึงผลกระทบที่จะได้รับ ก็เป็นแนวทางหนึ่งในมาตรการการแก้ไขปัญหามูลฝอยที่สามารถกระทำได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

การแก้ไขปัญหาล้างแ้วดล้อมนั้น ทางกองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี เล็งเห็นถึงความสำคัญในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาล้างแ้วดล้อม คือ การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนร่วมมือกันรักษาความสะอาด โดยใช้การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการจัดทำเป็นโครงการรณรงค์ คือ "โครงการชุมชนคัดแยกขยะ" วัตถุประสงค์ของโครงการ คือ เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนมีการคัดแยก ขยะเปียก ขยะแห้ง ในครัวเรือน เพื่อสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรคต่าง ๆ ในชุมชน เพื่อปลูกจิตสำนึกของประชาชนถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ตามโครงการนั้นมีการใช้สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ ใบปลิว รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ ดังขยะ วิดีโอเทป และสื่อบุคคลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่งานสุขาภิบาล ประธานในหมู่บ้าน

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อม โดยเลือกศึกษาจากโครงการชุมชนคัดแยกขยะ โดยกองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี โครงการนี้จะบรรลุผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะว่า ทำให้ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดีต่อโครงการหรือไม่อย่างไร ผลการวิจัยครั้งนี้ อาจจะช่วยพิจารณาการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิผลมากที่สุดในการโครงการต่อไป หรือในโครงการรณรงค์เกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อมอื่น ๆ

ปัญหาการนำวิจัย

1. ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีหรือไม่อย่างไร
2. ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีหรือไม่อย่างไร
3. สื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีมากน้อยเพียงใด
4. สื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ มีความสัมพันธ์เกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีมากน้อยเพียงใด
5. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีหรือไม่อย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะที่มีต่อความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
5. เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะซึ่งมีความแตกต่างทางด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะระหว่าง กุมภาพันธ์ – กันยายน 2541 ที่สัมพันธ์กับความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ดังนี้

2. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

2.1 สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่

- รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่
- แผ่นพับ
- ใบปลิว
- โปสเตอร์
- ถังขยะ
- ป้ายโฆษณา
- วีดีโอเทป

2.2 สื่อบุคคล ได้แก่

- เจ้าหน้าที่งานสุขาภิบาลของเทศบาลนครนนทบุรี
- ประธานในหมู่บ้าน

3. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านบุญไศยศิริวิไลซ์ ในเขตเทศบาลนครนนทบุรีเท่านั้น

4. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- แนวคิดเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์
- ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
- แนวคิดเกี่ยวกับผลของการสื่อสาร
- แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน
- แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมมติฐานในการวิจัย

1. ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
2. ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
3. สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
4. สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

นิยามศัพท์

1. การประเมินผล หมายถึง การวัดผลว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ทำมาแล้วตั้งแต่ต้นนั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้หรือไม่ สำเร็จหรือล้มเหลว ได้ผลมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคหรือปัญหาใดบ้างที่องค์กรจะต้องปรับปรุงแก้ไข เป็นการหาทางจัดข้อบกพร่องสำหรับการดำเนินงานครั้งต่อไป และปรับปรุงการทำงานให้รัดกุมยิ่งขึ้นด้วย
2. สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ไปยังประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี เพื่อให้ได้รับความรู้และเกิดทัศนคติที่ดีต่อโครงการฯ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ
 - 2.1 สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ต่าง ๆ ได้แก่ รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ แผ่นพับ โบปปลิว ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ ถึงขยะ วีดีโอเทป
 - 2.2 สื่อบุคคล หมายถึง ประธานในหมู่บ้าน, เจ้าหน้าที่งานสุขาภิบาลของเทศบาลนครนนทบุรี ซึ่งเป็นผู้ที่จะให้ความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ และมีความพร้อมสำหรับการปฏิบัติงานในโครงการฯ
3. ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการใช้สติปัญญาการเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ
4. ความรู้ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ รวมถึงการเรียนรู้ และเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการฯ ที่ต้องการสร้างจิตสำนึกของประชาชนถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม

5. ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการใช้สถิติปัญญาและทักษะเบื้องต้นแปลความหมายเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเผยแพร่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ โดยสามารถรักษาความหมายไว้ได้อย่างถูกต้อง

6. ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด และความเชื่อของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีที่มีต่อโครงการชุมชนคัดแยกขยะ และสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในโครงการฯ

7. โครงการชุมชนคัดแยกขยะ หมายถึง โครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการรณรงค์ให้ประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีมีการคัดแยกขยะเปียก ขยะแห้ง ในครัวเรือน และปลูกจิตสำนึกของประชาชนถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ระยะเวลาการดำเนินการ ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ - กันยายน พ.ศ. 2541 โดยกองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี

8. ประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลต่าง ๆ ของเทศบาลนครนนทบุรี ได้แก่ ตำบลบางกระสอบ, ตำบลตลาดขวัญ, ตำบลสวนใหญ่, ตำบลบางเขน, ตำบลท่าทราย แต่ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ จะมีกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนทุกครัวเรือน ในหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลล์ จำนวน 75 ครัวเรือน ซึ่งอาศัยอยู่ในตำบลบางกระสอบ และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ โดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการฯ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เป็นประโยชน์ในการแก้ไขข้อบกพร่องในการวางแผนใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

2. ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยนี้ เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายและวางแผนการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์รักษาความสะอาด ทั้งของเทศบาลนครนนทบุรีและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนรับผิดชอบในการรณรงค์เกี่ยวกับการรักษาความสะอาด

3. เพื่อใช้เป็นการพัฒนาทางด้านวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาสังคมต่อไป

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษามผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งประเด็นที่จะศึกษาได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับผลของการสื่อสาร
5. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน
6. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

"การประชาสัมพันธ์" เป็นคำที่มาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" กล่าวคือ "Public" นั้น หมายถึง ประชาชน หรือ สาธารณชน และคำว่า "Relations" ซึ่งหมายถึง ความสัมพันธ์ นั่นเอง

ทั้งนี้ โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ได้นิยาม "การประชาสัมพันธ์" ว่า หมายถึงการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2531) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องในระยะยาว โดยหลักการทั่วไปแล้ว การขาดการรับรู้ข่าวสารเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดความเข้าใจไม่ดี ผิดพลาด คลาดเคลื่อน หรือมีผลในทางลบต่อภาพพจน์ของสถาบันได้ ในบางกรณีการประชาสัมพันธ์อาจต้องเริ่มจากสิ่งที่เป็นนามธรรมแล้วพยายามทำให้ผลที่เห็นเป็นรูปธรรม ดังนั้น การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาวจึงเป็นปัจจัยสำคัญของการประชาสัมพันธ์

สมควร กวียะ (2532 : 70) แบ่งการประชาสัมพันธ์ตามลำดับของความสัมพันธ์ได้ดังนี้

1. การเผยแพร่ข่าวสารองค์กรไปสู่ประชาชน เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความนิยมชมชอบในองค์กร
2. การจัดระบบบริการข่าวสาร เพื่อเผยแพร่ข่าวสารองค์กรและข่าวสารอื่น ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ออกไปสู่ประชาชนโดยมีเป้าหมายที่จะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน
3. การวางแผนและปฏิบัติการระยะยาว ในการสร้างระบบเครือข่ายการสื่อสารเพื่อส่งข่าวสารและภาพลักษณ์องค์กรสู่ประชาชน และรับข่าวสารและพฤติกรรมของประชาชนต่อองค์กร โดยอาศัยกระบวนการวิจัย การรับฟังความคิดเห็นเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาองค์กรทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม

สะอาด ตันคุณผล ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานการเรียนการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ได้ให้คำนิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจไว้ด้วยกัน กล่าวคือเป็นวิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ และนำไปสู่ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดี สมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

ซึ่งจากความหมายข้างต้น ทำให้สามารถสรุปคุณลักษณะของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2530 : 2) ได้ดังนี้

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันและประชาชนให้บังเกิดขึ้น
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผนการดำเนินงานอย่างสุ่มรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผลตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้
3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารแบบสองทาง และเป็นการสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการโน้มน้าวใจ
4. เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นหรือทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลในระยะยาว มิใช่ดำเนินการเพียงครั้งเดียวหรือเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น

ดังที่ทราบแล้วว่า งานประชาสัมพันธ์นั้นมีลักษณะการดำเนินงานอย่างมีระเบียบแบบแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องกันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชน ด้วยวิธีการที่ประชาชนยอมรับ และมีการติดต่อระหว่างกันทั้งสองฝ่าย (วีระอรุณมงคล, 2538 : 25) ทั้งนี้ เนื่องจากหน่วยงานเป็นส่วนหนึ่งของสังคมจึงจำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างกัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสังคม และในขณะเดียวกันทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนในสังคมก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของหน่วยงานเช่นกัน ดังนั้น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องนี้ จะมีผลให้ระบบต่าง ๆ ของสังคมสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่นและบังเกิดความร่วมมือที่ดีต่อกันตลอดจนเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานมีความเจริญ ด้วยเหตุนี้เอง การประชาสัมพันธ์จึงนับได้ว่ามีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน

ในปัจจุบัน การดำเนินงานด้วยประชาสัมพันธ์ได้แพร่ขยายออกไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ซึ่งแต่ละหน่วยงานต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่ามีความจำเป็นยิ่งที่จะต้องดำเนินการ เพื่อบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจในหน่วยงานอย่างถูกต้อง ซึ่งมีได้จำกัดเฉพาะเพียงบุคลากรภายในหน่วยงานเท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงสาธารณชนภายนอกด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากหน่วยงานนั้น ๆ เป็นสมาชิกหน่วยหนึ่งของสังคมนั้นเอง ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้รับทราบ จึงช่วยให้ประชาชนบังเกิดความเข้าใจ มีความนิยม ศรัทธา และให้ความร่วมมือ การสนับสนุนแก่หน่วยงานนั่นเอง

อย่างไรก็ดี หน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชนย่อมมีภารกิจหน้าที่ในการดำเนินงานตามนโยบายเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งหากหน่วยงานเหล่านั้นมีความรู้และความเข้าใจในการนำวิธีการประชาสัมพันธ์ไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพก็ย่อมคาดหวังได้ว่าจะมีส่วนช่วยทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานมีความราบรื่นยิ่งขึ้น การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคล ในขณะเดียวกันก็ต้องใช้ความพยายามในการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บังเกิดความกลมเกลียวอย่างราบรื่นระหว่างหน่วยงานกับ

หน่วยงานหรือกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน รวมทั้งการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลกันอย่างสม่ำเสมอด้วย

ทั้งนี้ โดยในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น สก็อต เอ็ม.คัทลิป และ แอลเลน เอช. เชนเตอร์ (1978 : 139) ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์พื้นฐานออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังอธิบายไว้ คือ

1. การวิจัย-รับฟัง (Research-Listening) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการที่มีความสำคัญยิ่ง เนื่องจากการตรวจสอบสถานการณ์ปัจจุบันของสถาบันหรือองค์กรเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
2. การวางแผน-ตัดสินใจ (Planning-Decision Making) เป็นขั้นตอนการศึกษาข้อมูลที่ได้รับ เพื่อวางแผนการสื่อสาร ทั้งในด้านวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลา งบประมาณ และทิศทางในการดำเนินงาน ตลอดจนกลยุทธ์และกิจกรรมเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์
3. การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นขั้นตอนของการดำเนินการปฏิบัติงาน โดยใช้สื่อหรือเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาสาระที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้ง เทคนิคและกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร
4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการตรวจสอบว่าจากแผนงานที่ได้กำหนดไว้ นั้น เมื่อนำไปปฏิบัติการสื่อสารแล้วได้รับผลเช่นใด ประสบสัมฤทธิ์ผลหรือมีข้อควรปรับปรุง และควรดำเนินการต่อไปเช่นไร

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถนำมาใช้สนับสนุนสมมติฐานการศึกษาวิจัยเรื่อง "การประเมินผลโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนทบุรี" คือ สืบเนื่องจากในปัจจุบันการประกอบการใด ๆ มิอาจจะประสบผลสำเร็จได้เลยหากปราศจากความสนใจสังคม ดังนั้นหน่วยงานจึงต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ สัมพันธภาพ ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยม ศรัทธา ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการให้บริการแก่สังคม เพื่อให้ประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ สนับสนุนการดำเนินงาน อีกทั้งยังเป็นการป้องกันปัญหาและอุปสรรคซึ่งอาจส่งผลให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จอีกด้วย

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาความหมายของคำว่า "การรณรงค์" ซึ่งหมายถึง การระดมความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายให้ความร่วมมือผลักดันให้การดำเนินงานนั้นบรรลุผลสำเร็จแล้ว พบว่าการดำเนินงานรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นการระดมข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน จากนั้นจึงจะดำเนินการและประเมินผลการปฏิบัติการโดยการวิเคราะห์ว่าเมื่อกลุ่มเป้าหมายรับสารแล้วมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมอย่างไร ตลอดจนให้ร่วมมือปฏิบัติตามการรณรงค์ดังที่หน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ ต้องการหรือไม่ (เกษมจันทร์น้อย, 2537 : 102) ซึ่งในการดำเนินการรณรงค์โครงการใด ๆ นั้น ย่อมต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสาร ซึ่งทราบกันดีแล้วว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น จะสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงเพื่อให้ประชาชนบังเกิดความเชื่อถือ ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ผู้ดำเนินการจึงต้องวิเคราะห์ว่าในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายประสบปัญหาพื้นฐานสำคัญใด รวมทั้งการศึกษาลักษณะกลุ่มเป้าหมายและเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่จึงให้คล้อยตามและปฏิบัติตาม ตามที่ผู้ดำเนินการสื่อสารมุ่งหวัง ดังจะพบว่าการรณรงค์ที่จัดเป็นกิจกรรมพิเศษจะเกิดขึ้นเสมอ เช่น การรณรงค์ต่อต้านหรือให้สนับสนุนในกิจกรรมบางอย่างซึ่งขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่จะดำเนินการ ส่วนปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารนั้นจะขึ้นอยู่กับสภาพของโครงสร้างข่าวสารที่จะสื่อสารให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายรับรู้และตอบสนองกลับมายังผู้ส่งสารนั่นเอง โดยจะใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ผสมผสานกันเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เช่น การโฆษณา การติดต่อโดยตรงโดยใช้สื่อบุคคล เป็นต้น ดังนั้น การรณรงค์จึงเป็นการระดมสื่อประเภทที่พิจารณาแล้วว่าเมื่อเผยแพร่ข่าวสารออกไปแล้ว จะสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้และบังเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาให้การสนับสนุนในเรื่องที่องค์กรหรือหน่วยงานประสงค์

สำหรับขั้นตอนที่ใช้ในการดำเนินการรณรงค์ จะสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์และประเด็นหลักของการรณรงค์ให้ชัดเจน กล่าวคือ จะต้องกำหนดประเด็นการรณรงค์และการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนวิเคราะห์ข้อบกพร่องและลักษณะเด่นของประเด็นปัญหาเพื่อทราบสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งการพิจารณาว่าสามารถดำเนินการในด้านใดบ้าง จากนั้นจึงกำหนดแผนการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาวโดยรวม
2. กำหนดแผนการรณรงค์ ได้แก่ การพิจารณาข้อจำกัดในการดำเนินการรณรงค์เพื่อให้สามารถกำหนดแผนงานได้เหมาะสมกับเนื้อหาและโครงสร้างของหน่วยงาน กำหนดประเด็นหลักสำหรับการรณรงค์ กลุ่มเป้าหมาย การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม งบประมาณ และติดตามผลการประเมินทุกระยะ

อย่างไรก็ดี ในการกำหนดแผนงานดังกล่าว นั้น จะต้องกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงานให้ชัดเจน ตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การกำหนดแผนงานเพื่อให้ทราบว่าช่วงระยะเวลาใดจะต้องดำเนินการใดตามลำดับก่อน-หลัง หรือดำเนินการควบคู่กันไป การกำหนดกิจกรรมซึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่กำหนดไว้ การปฏิบัติการรณรงค์ และการประเมินผลการดำเนินงาน

1. การดำเนินงานรณรงค์ เป็นการก่อให้เกิดการเรียนรู้หรือมีแนวคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ โดยจะต้องเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม อย่างไรก็ดี ในการเผยแพร่การสื่อสารนั้นควรจะต้องพิจารณาหลักความต้องการพื้นฐานของผู้รับสารด้วยเสมอ

2. การประเมินผล คือ การติดตามตรวจสอบผลการดำเนินงาน โดยกำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลของกระบวนการปฏิบัติการเพื่อทดสอบแผนงานเป็นระยะ เริ่มตั้งแต่ก่อนดำเนินการรณรงค์จนถึงสิ้นสุดการดำเนินการ รวมถึงพิจารณาเวลาและการคุ้มทุนว่า สื่อประชาสัมพันธ์สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด กลุ่มเป้าหมายมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมาเช่นใดบ้าง นอกจากนี้ ยังจะต้องประเมินผลกระทบจากการสื่อสารอีกด้วย

ดังนั้น การรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเป็นการจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารด้วยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ ดำเนินการสื่อสารข้อมูลไปยังผู้รับสาร ซึ่งจะพิจารณาจากระยะเวลา งบประมาณ บุคลากร และสื่อหรือเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร ดังนั้น การใช้สื่อเพื่อการรณรงค์จึงจะต้องเลือกใช้อย่างเหมาะสม โดยมีตัวแปรน้อยที่สุดและคุ้มทุนที่สุด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบข้อมูลและคล้อยตามหรือมีพฤติกรรมตามที่มุ่งหวังอันจะนำไปสู่การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถนำมาใช้สนับสนุนสมมติฐานการศึกษาวิจัยเรื่อง "การประเมินผลโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนทบุรี" คือ ดังที่ได้ทราบแล้วว่าการประชาสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์หนึ่ง ที่มีความสำคัญในการสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชน ด้วยเหตุนี้เอง ในการดำเนินการรณรงค์ของโครงการฯ จึงนำการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญและปัญหาสภาพแวดล้อมที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ประชาชนบังเกิดความรู้และความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการฯ และนำไปสู่การให้ความร่วมมือสนับสนุนโครงการนั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

"สื่อ" (Channel หรือ Media) เป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการการสื่อสาร เพราะสื่อทำหน้าที่เป็นพาหะหรือตัวกลาง ในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ ด้วยเหตุนี้เอง หากไม่มีสื่อเป็นตัวกลางนำสารไปยังผู้รับสารแล้ว การสื่อสารนั้น ๆ ย่อมมีอาจบังเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม "สื่อ" ที่ใช้ในความหมายของการติดต่อสื่อสารนั้น สามารถแปลความหมายได้อย่างกว้างขวางตามลักษณะและตามวัตถุประสงค์ในการจำแนกประเภทของสื่อ ซึ่งในบางครั้งก็มักจะมี ความหมายซ้ำซ้อนกับ "สาร" หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ของการสื่อสารที่มีลักษณะบทบาทหน้าที่ที่คล้ายคลึงกัน

ภาพที่ 1

กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process)



องค์ประกอบของการติดต่อสื่อสาร

ในการติดต่อสื่อสารจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ประการ ที่จะทำให้การติดต่อสื่อสารเกิดขึ้นและดำเนินไปได้ตามขั้นตอน องค์ประกอบเหล่านี้ได้แก่

1. ผู้ส่งสาร (Sender) ได้แก่บุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร สถาบัน
2. ข่าวสารหรือตัวสาร (Message) ได้แก่ เนื้อหาสาระหรือสัญลักษณ์ ภาษา สัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายหรือตีความหมายให้เข้าใจได้
3. สื่อหรือช่องทาง (Channel) คือ วิถีทางที่จะนำข่าวสารนั้น ๆ ไปสู่ผู้รับ หากไม่มีสื่อแล้วก็จะไม่เกิดการสื่อสารขึ้น
4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นจุดหมายปลายทางในการรับสาร

เดวิด เค เบอริล (David K. Berlo, 1960 : 30 - 38) และนักทฤษฎีทางการสื่อสารได้แยกความหมายของสื่อออกเป็น 3 ประการ คือ

1. วิธีการเข้ารหัส และถอดรหัสสาร ได้แก่ วิทยาของการสร้างสาร เช่น การพูดหรือ การเขียน ถือเป็น การเข้ารหัส

2. ตัวนำสาร ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ ภาพถ่าย เป็นต้น หรือหมายถึง พาหนะ ที่นำข่าวสารไปสู่ผู้รับ

3. ตัวพาหนะ ได้แก่ ตัวนำ ซึ่งทำหน้าที่พาหนะที่นำข่าวสาร เช่น สายเคเบิล ที่ใช้ส่ง สัญญาณเคเบิลทีวีหรือโทรทัศน์ตามสายไปยังบ้านสมาชิก หรืออากาศซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงวิทยุ ดาวเทียม ซึ่งเป็นตัวกลางรับสัญญาณวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์จากสถานีหนึ่งต่อไปยังอีก สถานีหนึ่งที่อยู่ห่างไกลเพื่อออกอากาศในท้องถิ่นนั้น

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D.Laswell, 1948 : 37-51) ได้กล่าวถึง กระบวนการ ติดต่อสื่อสารและกล่าวถึงสื่อไว้ โดยกล่าวเป็นคำถามง่าย ๆ ว่า ใคร กล่าวอะไร ในช่องทาง ไດ แก่ใคร เกิดผลอย่างไร คำว่า ช่องทางใด หมายถึง สื่อประเภทต่าง ๆ ที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่ม เป้าหมาย ตามทิศทางที่ผู้ส่งสารกำหนดไว้

ชวรัตน์ เชิดชัย (2527 : 91 - 92) กล่าวถึงสื่อไว้ว่า สื่อ คือ ช่องทางข่าวสาร (Channel) ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด ตัวอักษรหรืออย่างอื่น โดยประยุกต์มาจากคำในระบบการสื่อสารโทรคมนาคม ดังนั้น สื่อ จึงหมายถึง หนทาง ซึ่งผู้ส่งสารใช้ส่งข่าวสารไปสู่ผู้รับ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าเป็น ช่องทางข่าวสาร หรือ พาหนะ ที่นำข่าวสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทางนั่นเอง

เสถียร เขยประทับ (2528 : 32) ได้จำแนกประเภทของสื่อออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สื่อมวลชน

หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคล สามารถส่ง ข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก และอาศัยอยู่อย่างกระจัดกระจายได้ภายใน เวลาอันรวดเร็ว

2. สื่อบุคคล

หมายถึง ตัวบุคคลผู้นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยการติดต่อ สื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่า

อย่างไรก็ดี Wilbur Schramm (1973 : 125) กล่าวว่า ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชนหรือกลุ่มบุคคล สร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งตีพิมพ์ (Printed Media) ต่าง ๆ

สื่อเฉพาะกิจดังกล่าว นับได้ว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสาร เพราะเป็นสื่อที่ได้รับการจัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการเผยแพร่ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการกำหนดไว้แน่นอนแล้ว ทั้งนี้ เพราะนอกจากจะได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้รับสารบังเกิดความนิยมแล้ว ยังเป็นการจัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้รับสารบังเกิดความเข้าใจอีกด้วย อย่างไรก็ตาม การจัดทำสื่อเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ไปยังผู้รับสารนั้นสามารถจัดทำได้หลายรูปแบบ โดยพิจารณาตามความเหมาะสมของสภาพท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม งบประมาณ ตลอดจนความพร้อมของผู้รับสารและผู้ส่งสาร

อย่างไรก็ดี ประมะ สตะเวทิน (2527 : 59) กล่าวเกี่ยวกับเรื่องประสิทธิผลของสื่อไว้ว่า ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารเช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่นๆ ของการสื่อสาร ดังนั้น การเลือกใช้สื่อจึงย่อมสามารถเพิ่มหรือลดสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในการสื่อสารแล้ว สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารนั้นก็ย่อมจะบังเกิดขึ้นได้มาก

ด้วยเหตุนี้เอง การเผยแพร่หรือการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ในงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจำเป็นต้องใช้สื่อและเครื่องมือเป็นช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสารเพื่อให้ผู้รับสารได้รับข่าวสารอย่างถูกต้องตรงกัน แล้วนำไปสู่การบังเกิดความเข้าใจ ชื่นชมศรัทธา และให้ความร่วมมือสนับสนุน ในที่สุด อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับศักยภาพในการเลือกใช้เครื่องมือและสื่อในการดำเนินการให้เหมาะสมตามลักษณะการใช้สื่อที่ถูกต้องและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เป็นสำคัญ ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าการติดต่อสื่อสารจะบรรลุผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด นอกจากจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ร่วมกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารแล้ว ยังขึ้นอยู่กับลักษณะของข่าวสารและ

วิธีการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนกลยุทธ์ต่าง ๆ ประกอบด้วย จึงทำให้การติดต่อสื่อสารประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

โดยปกติแล้ว "สื่อ" ที่นักประชาสัมพันธ์ใช้เป็นพาหนะในการนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารนั้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

1. สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถควบคุมได้

1.1 นักประชาสัมพันธ์สามารถควบคุมได้ทั้งการผลิตและการเผยแพร่

1.2 นักประชาสัมพันธ์สามารถซื้อเนื้อที่และเวลาเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารที่ต้องการ หรืออาจอยู่ในรูปของการตกลงแลกเปลี่ยนกับสื่อมวลชนเพื่อให้เผยแพร่ข่าวสารนั้น ๆ

2. สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถควบคุมได้

2.1 สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีความเป็นอิสระและมีดุลยพินิจของตนเองในการพิจารณาข่าวสารที่นักประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือในการเผยแพร่ ว่ามีความน่าสนใจและเหมาะสมที่จะเผยแพร่ต่อไปยังสาธารณชนหรือไม่

2.2 สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีความเป็นอิสระในการเผยแพร่ข่าวสารเช่นกัน โดยเฉพาะผู้นำทางความคิดนั้น เป็นผู้ที่มีความเชื่อถือและมีบทบาทต่อทัศนคติของผู้รับสาร

ด้วยความแตกต่างของสื่อทั้งสองประเภทนี้เอง ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์จึงต้องพยายามใช้สื่อดังกล่าวประสมกัน เพราะหากสื่อทั้งสองประเภทต่างก็เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกันแล้ว ก็จะเป็นการเพิ่มความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือให้บังเกิดแก่ผู้รับสารได้มากขึ้นนั่นเอง

อย่างไรก็ดี นอกจากจะต้องตระหนักอยู่เสมอว่าสื่อแต่ละประเภทจะมีความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารได้แตกต่างกันแล้ว ยังมีความเหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันอีกด้วย ดังนั้น จึงจะต้องเลือกใช้สื่อให้ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อให้การสื่อสารนั้น ๆ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุสัมฤทธิ์ผลทางการสื่อสารที่พึงประสงค์

แม้ว่ารูปแบบและวิธีการของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมีจำนวนมากและมีความหลากหลายก็ตาม แต่จากผลการศึกษาวิจัยพบว่าสื่อที่นักประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยนิยมนำมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มากที่สุดมีเพียง 7 ชนิดเท่านั้น ได้แก่ หนังสือพิมพ์และ

นิตยสาร วิทยุโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง สื่อบุคคล ภาพยนตร์ วีดีโอ และกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (พรทิพย์ วรภิจโกคาทร, 2530 : 80-86)

ดังนั้น ในการพิจารณาเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น นักวิชาการส่วนใหญ่ทั้งไทยและต่างประเทศจะเน้นที่คุณสมบัติข้อดี-ข้อด้อยของแต่ละสื่อเป็นสำหรับปัจจัยหลัก อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้ว ตัวแปรที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุนให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้นั้น นอกจากจะพิจารณาจากคุณสมบัติข้อดี-ข้อด้อยเป็นรายสื่อ การเปรียบเทียบระหว่างสื่อ และหลักเกณฑ์อื่น ๆ เช่น ผลการศึกษาวิจัยดังที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่จะต้องนำมาพิจารณาร่วมด้วยอีก คือ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ ระยะเวลา ลักษณะเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ผลที่คาดว่าจะได้รับ ประสิทธิภาพของสื่อที่เลือกใช้ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ คุณสมบัติและความสามารถของบุคลากร ลักษณะและนโยบายของสถาบัน ความพร้อมทางด้านวัสดุและเครื่องมือ ความสัมพันธ์และความร่วมมือจากเจ้าของสื่อ รวมทั้งตัวแปรอื่น ๆ ด้วย (เกษม จันทร์น้อย, 2537 : 46-47)

สำหรับตัวแปรที่นักประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยจะต้องนำมาพิจารณาประกอบการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท (พรทิพย์ วรภิจโกคาทร, 2530 : 104-110) ได้แก่

1. สิ่งพิมพ์ที่ต้องอาศัยสื่อมวลชน ตัวแปรจะขึ้นอยู่กับ เนื้อหาของข่าวสาร เวลาเป้าหมายและงบประมาณ
2. สิ่งพิมพ์ที่สามารถผลิตได้เอง จะพิจารณากลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ รวมถึงงบประมาณ และเนื้อหาของข่าวสาร
3. สื่อบุคคล จะพิจารณากลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาของข่าวสาร บุคลากร และเวลา
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จะต้องพิจารณางบประมาณ เนื้อหาข่าวสาร คุณสมบัติของบุคลากร และความพร้อมของเครื่องมือ

จากตัวแปรต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่าการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทใด ๆ นั้น จะต้องคำนึงถึงตัวแปรสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ งบประมาณ ประเภทของข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย ความพร้อมของบุคลากร และวัสดุอุปกรณ์

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถนำมาสนับสนุนสมมติฐานการศึกษาวิจัยเรื่อง "การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี" ในครั้งนี้ คือ แม้ว่าผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ต่าง ๆ จะสามารถเลือกสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้มากมายและหลากหลายตามศักยภาพของตนก็ตาม หากแต่นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวแปรซึ่งได้แก่ข้อดีและข้อด้อยของสื่อแต่ละประเภทด้วย ทั้งนี้ เพราะตัวแปรดังกล่าวจะเป็นเครื่องบ่งชี้ให้ทราบว่า ผู้ส่งสารควรปรับปรุงสื่อให้เหมาะกับแต่ละสถานการณ์เช่นใด เพื่อให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลนั้น ๆ ดังนั้นการพิจารณาและตัดสินใจเลือกใช้สื่อจึงเป็นดัชนีที่ใช้ในการวัดได้เป็นอย่างดีว่านักประชาสัมพันธ์จะสามารถใช้สื่อได้มากน้อยเพียงใด

การเลือกใช้สื่อนั้น มักมีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับ (Type of Audience) ลักษณะของข่าวสาร (Message) และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร (Recipient's Stage In Adoption Process) หากเลือกและให้สื่อแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการนั้นอาจเป็นไปได้ยาก ในการส่งข่าวสารการให้การศึกษาย่อมต้องอาศัยสื่อ (Media) เป็นเครื่องช่วยนำเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับให้เกิดความเข้าใจชัดเจนถูกต้อง แต่การจะใช้สื่ออะไร อย่างไร ให้บังเกิดผลตามความต้องการนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ต้องทำความเข้าใจกับสื่อเหล่านั้นให้ดีเสียก่อน และจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงธรรมชาติและหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิด เพื่อวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสม (อนันต์ธนา อังกินันท์, 2524 : 40)

มีรายงานผลการประชุมที่เมืองคิงส์ตัน ประเทศจาไมกา บุคคลที่เข้าประชุมในครั้งนั้น ได้ร่วมกันวางแผนแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ ดังนี้ (Caribbean Food And Nutrition Institute, 1976 : 6)

1. การใช้สื่อแต่ละประเภท ควรจะพิจารณาถึงข้อจำกัดและอุปสรรคในการสื่อสารกับผู้รับสาร เช่น การอยู่ในท้องถิ่นที่ห่างไกลความเจริญ ความยากไร้ ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ ตลอดจนลักษณะสังคมและวัฒนธรรม
2. การพิจารณาใช้สื่อแต่ละประเภท จะต้องพิจารณาถึงการเข้าถึงผู้รับสารพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสาร
3. ขนาดของผู้ฟัง ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่เลือกเปิดรับ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation) และการยอมรับข่าวสารจากสื่อ
4. พิจารณาถึงปฏิกริยาตอบโต้ในพฤติกรรมกรับสื่อของผู้รับสาร

5. หากเนื้อหาของสารมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร (To Inform) หรือกระตุ้นความสนใจ (Reinforce Or Motivate) จะใช้ตัดสินใจเลือกได้เหมาะสมที่สุด

แคทซ์ กับ ลาซาสเฟล (Katz and Lazarsfeld, 1955 : 27) ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับ ที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้น สื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่า สื่อมวลชนในชั้นจูงใจส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสาร โดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวความคิดของ Lazarsfeld และคณะ มี 4 ประการ คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการรับฟังหรือการสนทนาเป็นไปได้อย่างกว้างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของคน หรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนากันนั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น จะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน(Multi- Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้จึงจะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อ ๆ กันไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งผู้ถ่ายทอดจะสอดแทรกทัศนคติหรือความคิดเห็นของตนลงไปด้วย ทำให้ผู้รับสาร

คนท้าย ๆ ได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนาแทรกมาด้วย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสาร คล้อยตาม (Menzel H. and E. Katz 1955:377-452)

ประสิทธิผลของสื่อเฉพาะกิจ อันได้แก่ โบปลิวิ โบประกาศ คู่มือภาพโฆษณา เอกสารรายงานประจำปี หนังสือเล่มเล็ก จุลสาร แผ่นปลิว แผ่นพับ เสียงตามสาย เป็นต้น สื่อเหล่านี้จัดทำขึ้น เพื่อปลูกฝังความนิยมสร้างความสำเร็จแก่ผู้รับสาร โดยมีหลักคือ ใช้ข้อความและ ภาษาง่าย ๆ ใช้ศิลปการพิมพ์ที่ดี ใ้ใจผู้อ่านด้วยภาพประกอบ ตัวอักษร สี่ และการจัดหน้าเล่ม (อนันต์ธนา อังกิ้นันท์, 2524 : 7 - 8) การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ความสามารถจัดได้หลายรูปแบบ แล้วแต่ความเหมาะสมของสภาพท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม งบประมาณ ความพร้อมของผู้รับ บริการและผู้จัดการ สื่อเฉพาะกิจที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารความรู้ ที่ผู้รับสารให้ความสนใจสูงเรียงลำดับ ได้ดังนี้

1. งานแพร่กระจายเสียงในหมู่บ้าน (เสียงตามสาย)
2. งานจัดป้ายข่าวสารความรู้ (ป้ายนิเทศ, ภาพโฆษณา)
3. งานพิมพ์เอกสารแพร่ข่าวสารความรู้ (เอกสารเผยแพร่)
4. งานห้องสมุด เช่น ห้องสมุดชุมชน ที่อ่านหนังสือหมู่บ้าน เป็นต้น
5. การจัดกิจกรรมเสริมงานแพร่ข่าวสารความรู้ เช่น การสาธิต การได้วาที่ การจัด

นิทรรศการ เป็นต้น

สื่อเฉพาะกิจในงานวิจัย คือ สิ่งตีพิมพ์ ได้แก่ ไปสเตอร์ และแผ่นป้ายโฆษณาผ้า, ไม้ ได้แก่ ป้ายโฆษณาตามถนนหนทาง ประกอบด้วยการเขียนด้วยการเขียนภาพ หรือบางครั้ง ก็มีทั้งตัวอักษรสลับภาพ หรือมีความข้อความสั้นกะทัดรัดอ่านแล้วเข้าใจทันที ใช้ติดตั้งในสถานที่ เด่น ๆ ให้คนเห็นโดยทั่วถึง เพื่อแจ้งข่าวสารด้านใดด้านหนึ่งให้อ่านทราบ ประโยชน์ของภาพ โฆษณา คือ

1. ช่วยอธิบายความคิดต่าง ๆ ให้ประชาชนทราบ
2. กระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจในสิ่งที่ต้องการ
3. ใช้เพื่อเตือนสติและลดอุบัติเหตุต่าง ๆ ในถนน โรงงานหรืออื่น ๆ (วิวัฒน์ จุฑะวิภาค, 2523 : 89)

ส่วนแผ่นป้ายโฆษณาหรือป้ายประกาศ เป็นอุปกรณ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับแสดงรูปแบบหรือวัสดุอุปกรณ์ เพื่อประโยชน์ในการอธิบายเหตุการณ์สำคัญ ๆ เพื่อรายงานกิจกรรมเพื่อสร้างความสนใจ เพื่อสรุปสาระสำคัญ ๆ เนื่องจากการเห็นด้วยตาสามารถสร้างความคิดรวบยอดแก่ผู้ดูได้มากถึง 75 % (วัฒนะ จุฑะวิภาค, 2523 : 77 - 86)

ดังนั้น การเลือกและใช้สื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร ลักษณะของเนื้อหา และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร การเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทหากไม่เหมาะสมแล้ว สัมฤทธิ์ผลกิจกรรมนั้น ๆ อาจจะมีอุปสรรคขัดขวางเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อแต่ละประเภทการเรียนรู้ถึงธรรมชาติ และหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิด จึงเป็นสิ่งจำเป็นมากในการวางแผนใช้สื่อในโครงการใด ๆ

นอกจากนี้ยังมีผู้วิจัยพบว่า สื่อเพียงประเภทเดียวย่อมไม่มีประสิทธิผลเพียงพอ การใช้สื่อแบบผสมผสานจะสำเร็จผลตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างรวดเร็วกว่า (Singh , 1976 : 54)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

คอลิน เชอร์รี่ (Colin Cherry 1978 : 17) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์ กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An Act of Sharing) กันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้ จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจ และกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

ชาร์ลส์ เค อัทคิน (Charles K. Atkin , 1973 : 208) กล่าวว่า ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น โดยจะแสวงหาข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั้งสี่ประการ คือ ความต้องการรู้ในเหตุการณ์ ความต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติตนให้ถูกต้อง ความต้องการข่าวสารเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง และความต้องการข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่น ดังนั้น บุคคลที่เปิดรับ

ข่าวสารมาก "ยอม" มีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

จากแนวความคิดข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารนั้น เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในกระบวนการตัดสินใจ เพราะการได้มาซึ่งข่าวสารต่าง ๆ จะช่วยให้บุคคลตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง

สำหรับทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่น่าสนใจ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selectivity Process) (Klapper, 1960) ประกอบไปด้วย

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจ ความคิดเห็น และความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองตอบความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากจะเลือกเปิดรับสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อที่ตนมีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อเดิมของตนอีกด้วย

3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) บุคคลจะเลือกรับรู้ หรือเลือกแปลความหมายของข่าวสารที่ได้รับไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่ตนมีอยู่ ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่ มีความขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อเดิมแล้ว บุคคลมักจะมีพฤติกรรมบิดเบือนข่าวสารนั้น ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อเดิมของตน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับเลือกให้ความสนใจ และเลือกตีความข่าวสารไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังต้องเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปและจะพยายามลืม ในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ Wilbur Schramm (1973 : 933) ได้ให้ความเห็นว่า ข่าวสารที่สามารถเข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มากนั้น จะมีแนวโน้มทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

สำหรับเหตุผลที่บุคคลเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารนั้น ก็เนื่องจากเป็นหนทางที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงความรู้ที่มีอยู่เดิม หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เพื่อเป็นการลดความขัดแย้งนั่นเอง โดยบุคคลจะ

พยายามแสวงหาข่าวสารที่บุคคลอื่น ๆ มีความเห็นพ้องกับตน และไม่เลือกข่าวสารที่มีความขัดแย้งกัน นอกจากนี้แล้ว ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอีก 2 ประการ คือ ความพร้อมหรือความไม่พร้อมที่จะเปิดรับข่าวสาร กล่าวคือ ในกรณีของความไม่พร้อมที่จะเปิดรับข่าวสารนั้น จากการวิจัยแสดงให้เห็นทราบว่า หากข่าวสารนั้น ๆ ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความรู้ที่บุคคลนั้นมีอยู่เดิมแล้ว จะทำให้บุคคลนั้นยังเกิดความขัดแย้งขึ้น และไม่พร้อมที่จะเปิดรับข่าวสาร แต่หากบุคคลนั้น ๆ มีความพร้อมที่จะเปิดรับข่าวสารแล้ว ก็จะทำให้บุคคลนั้น ๆ มีความสนใจในเนื้อหา เพราะบุคคลต่างก็มีจุดมุ่งหมายที่ตนได้กำหนดไว้แล้ว อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกกรณีหนึ่งที่มีผลให้บุคคลมีความพร้อมที่จะเปิดรับข่าวสาร นั่นคือ ความต้องการที่จะลดความขัดแย้งในเรื่องที่ได้ตัดสินใจไปแล้วนั่นเอง (Ronald L. Applbaum and Others, 1973 : 173-174)

จากแนวคิดดังกล่าวนี้ สามารถนำมาใช้สนับสนุนสมมติฐานในการศึกษาวิจัยเรื่อง "การประเมินผลโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ระหว่าง กุมภาพันธ์ - กันยายน พ.ศ. 2541" กล่าวคือ ในการสื่อสารใด ๆ ก็ตาม หากผู้รับสารมิได้มีการเปิดรับสื่อแล้ว ย่อมไม่สามารถที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ได้เลย ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินการสื่อสารนั้น ไม่ก่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้แต่ประการใด ด้วยเหตุนี้เอง การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ จึงนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจเลือกเปิดรับข่าวสารเรื่องใด ๆ ของผู้รับสารนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้รับสารที่ต่อข่าวสารและความเชื่อถือที่มีต่อแหล่งข่าวสารและสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ด้วย ซึ่งรวมถึงความต้องการที่จะรับรู้หรือวัตถุประสงค์ที่มุ่งหวังของผู้รับสารที่ต่อเรื่องดังกล่าวเป็นสำคัญ เพราะหากผู้รับสารมีความสนใจแล้ว ย่อมจะส่งผลต่อไปยังทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งทัศนคติดังกล่าวนี้เอง จะมีความสัมพันธ์กับทิศทางการแสดงพฤติกรรมของผู้รับสารต่อเรื่องนั้นในเวลาต่อไปนั่นเอง หรือกล่าวโดยสรุปได้ว่า หากผู้รับสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแล้วย่อมจะมีผลให้เกิดการรับรู้และการเรียนรู้ ซึ่งจะนำไปสู่การมีทัศนคติและการแสดงออกเป็นพฤติกรรมต่อเรื่องดังกล่าวนี้ได้ในที่สุด เช่นเดียวกับสัมฤทธิ์ผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ จะบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ในการที่จะทำให้ผู้รับสารบังเกิดความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งนำไปสู่การมีทัศนคติที่ดีและพฤติกรรมในการรักษาความสะอาดตามที่มุ่งหวังไว้หรือไม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับการที่ผู้รับสารจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารหรือไม่เป็นสำคัญ เพราะหากผู้รับสารไม่เปิดรับข่าวสารแล้ว สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารนั้น ๆ ย่อมไม่สามารถบังเกิดขึ้นได้นั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับผลของการสื่อสาร

ดังที่ทราบแล้วว่า "การสื่อสาร" (Communication) เป็นกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนสัญลักษณ์ซึ่งกันและกันโดยมีองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญคือ ผู้ส่งสาร ข่าวสาร สื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และผู้รับสาร โดยมีปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับสารเป็นดัชนีแสดงให้เห็นถึงผลของการสื่อสารในครั้งนั้น ๆ ว่าประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารหรือไม่ อย่างไร

ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผลของการสื่อสาร (Communication Effect) หมายถึง ความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้รับสารที่บังเกิดขึ้นภายหลังจากที่บุคคลตีความหมายของข่าวสารที่ได้รับผ่านกระบวนการสื่อสารแล้ว โดยอาจบังเกิดขึ้นในระยะสั้นหรือระยะยาวก็ได้ ทั้งนี้ มักจะปรากฏในรูปของการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ นั่นเอง

ด้วยเหตุนี้ ผลของการสื่อสารซึ่งหมายถึงการที่บุคคลได้กระทำในสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิม อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการได้รับข่าวสารอาจจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมนั้น จะเกิดขึ้นระหว่างที่บุคคลมีการเปิดรับสัญญาณการสื่อสารและการที่บุคคลแสดงการกระทำออกมา หรืออีกนัยหนึ่งคือข่าวสารนั้นมีผลต่อโครงสร้างของภาพและค่านิยมภายในของบุคคลทำให้บังเกิดกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลแล้วถ่ายทอดออกมาเป็นการกระทำ (Wilbur Schramm, 1973: 193-195) ซึ่งผลกระทบของการสื่อสารนั้นมีตั้งแต่ระดับบุคคลไปจนถึงระดับสังคม อย่างไรก็ตาม สำหรับผลกระทบที่จะนำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ เรื่องการตอบสนองของบุคคล

การตอบสนองของบุคคลเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะดำเนินไปในทิศทางเดียวกันหรือตรงข้ามกับสิ่งเร้าก็ได้ นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ อีกด้วย (Danis McQuail, 1983 :180-186) อันอาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าเป็นผลกระทบของการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย

1. The Attention Effect

เป็นผลกระทบต่อผู้รับสารในการแยกข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารเลือกที่จะรับในสิ่งที่ตนมีความสนใจ โดยตัดสินใจจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา

2. The Main Effect

เป็นผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติของผู้รับสาร

3. The Action Effect

เป็นผลกระทบที่ทำให้ผู้รับสารแสดงพฤติกรรมอย่างเปิดเผย ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Main Effect) หรืออื่น ๆ ในขณะที่เดียวกันการที่ข่าวสารสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารบังเกิดความสนใจ (Attention Effect) ได้นั้น อาจจะมีผลทำให้ผู้รับสารบังเกิดการแสดงออกก็ได้

จากแนวคิดของทฤษฎีดังกล่าว สามารถนำมาใช้สนับสนุนสมมติฐานการศึกษาวิจัยเรื่อง "การประเมินผล" ได้ กล่าวคือในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการชุมชนคัดแยกขยะ ผู้ส่งสารมุ่งหวังที่จะให้บังเกิดผลทางการสื่อสาร คือ ผู้รับสารมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าและความสำคัญของสภาพแวดล้อม เพื่อให้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องร่วมกันอนุรักษ์ไว้ให้ยั่งยืนสืบไป รวมทั้งการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้ความร่วมมือและการมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการชุมชนคัดแยกขยะ นั่นเอง

อย่างไรก็ดี ผลของการสื่อสารที่พึงประสงค์ดังกล่าวย่อมจะมาจากการที่ผู้รับสารได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการรณรงค์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ จนบังเกิดความรู้ความเข้าใจเสียก่อน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้จะได้รับการเผยแพร่ไปยังผู้รับสารได้ โดยผ่าน "สื่อ" ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่มีความหลากหลายตามความเหมาะสมนั่นเอง ซึ่งเมื่อสื่อดังกล่าวได้รับการเผยแพร่ไปยังผู้รับสารแล้ว "ผู้รับสาร" ซึ่งเป็นปัจเจกหรือองค์ประกอบหนึ่งทางการสื่อสารที่มีความสำคัญยิ่งต่อสัมฤทธิ์ผลของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารทั้งหมดโดยรวม จะรับทราบข่าวสารที่เผยแพร่หรือไม่ขึ้นอยู่กับการที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อหรือไม่นั่นเอง ซึ่งนอกจากผู้รับสารจะพิจารณาถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสารหรือผู้ส่งสารแล้ว ยังขึ้นอยู่กับความสนใจ แรงจูงใจหรือวัตถุประสงค์ที่คาดหวังว่าจะได้รับจากการสื่อสารตลอดจนประสบการณ์เดิมเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว รวมทั้งความพร้อมที่จะเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ นั้น ๆ

ทฤษฎีทางทัศนคติ

และภายหลังจากที่บุคคลได้รับทราบข้อมูลจากการสื่อสารจนบังเกิดการเรียนรู้ ซึ่งนำไปสู่การบังเกิดความรู้และความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ แล้ว ย่อมจะส่งผลให้บุคคลบังเกิดทัศนคติและนำไปสู่การมีพฤติกรรมการแสดงออกต่อเรื่องนั้น ๆ ในที่สุดดังสามารถอธิบายได้ดังนี้

คำว่า "ทัศนคติ" นั้น มีรากศัพท์มาจากคำในภาษาละตินว่า "Aptus" ซึ่งแปลว่า ความโน้มเอียง หรือความเหมาะสมโดย ทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของความคิด และความรู้สึกที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือ เป็นปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะของความคิด ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อตัวบุคคล แนวความคิด คำพูด สิ่งของ ตลอดจนสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าความคิดดังกล่าวนี้เองที่เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น หากต้องการศึกษาทัศนคติที่บุคคลมีต่อเรื่องใดแล้วก็สามารถกระทำได้โดยการวัดระดับของความมากน้อยทางความคิดของบุคคลที่มีต่อเรื่องนั้น ๆ

เทอร์สโตน (Thurstone, 1969 : 2) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางการพูด เป็นความคิด และความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากจะทำทัศนคติเราก็ทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ทัศนคติเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นอะไรก็ได้หลายอย่าง เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ฯลฯ ความรู้สึกเหล่านี้ ผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

อัลพอร์ต (Allport, 1935 : 810) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปแล้ว ทัศนคติคือ ความคิดเห็น ความรู้ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตนของบุคคล

ทฤษฎีทางทัศนคติที่สำคัญ ๆ มีดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับความตรงกันและความเหมือนกัน

ทฤษฎีนี้ หมายถึง การที่นาย ก ชอบนาย ข และนาย ข ชอบสิ่งของ ค จะมีแนวโน้มทำให้ นาย ก ชอบสิ่งของ ค ซึ่งสังเกตถึงความสัมพันธ์ว่า จะมีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน ซึ่งจะทำให้เกิดภาวะสมดุล แต่ถ้าบุคคลมีปัญหาภาวะความไม่สมดุลแล้ว บุคคลก็จะพยายามแก้ปัญหาให้อยู่ในภาวะสมดุลได้หลายทาง เช่น เปลี่ยนความคิดตัวเอง ไม่ยอมรับเพื่อนคนนั้น พยายามลืมความขัดแย้ง

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้งของความคิด

ทฤษฎีนี้ มีพื้นฐานมาจากธรรมชาติกลไกของการปรับตัวของมนุษย์ ซึ่งสรุปว่า มนุษย์ไม่สามารถทนต่อสิ่งที่เปลี่ยนแปลงขัดแย้ง หรือไม่ลงรอยกัน คือ เมื่อใดมนุษย์มีสิ่งที่ยึดแย้งกัน มนุษย์จะพยายามหาทางขจัดความขัดแย้งนั้นให้หมดไป โดยที่บุคคลนั้นมีกิจกรรมและทิศทางให้บุคคลนั้นมีปฏิกิริยาไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งการทำกิจกรรมนั้น ๆ จะทำให้ภาวะความไม่สบายใจจากความขัดแย้งของความคิดลงได้

3. ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการปรับตัวให้เข้ากับสังคม

ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ขบวนการในการปรับตัวของบุคคลนั้น เกิดจากปฏิกิริยาของทัศนคติของบุคคลนั้นกับสิ่งแวดล้อม และในขบวนการของการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินี้ มีขั้นของขบวนการเกิดขึ้น 2 ขั้น คือ

ขั้นที่ 1 บุคคลจะตัดสินใจและให้การวินิจฉัยข่าวสารที่เขาได้รับใหม่ โดยเอาความรู้หรือข่าวสารที่เขาเคยได้รับมามีส่วนเกี่ยวข้องกันด้วย

ขั้นที่ 2 ทัศนคติจะเกิดขึ้นภายหลังจากการได้ทำการวินิจฉัยแล้ว หรือตัดสินใจแล้ว

องค์ประกอบของทัศนคติ

ทัศนคติประกอบด้วย (Triandis : 3)

1. องค์ประกอบทางด้านความคิด (Cognitive) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น รู้ว่าการศึกษเล่าเรียนทำให้มีความรู้และเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพในภายภาคหน้า

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective) เป็นองค์ประกอบที่ต่อเนื่องจากองค์ประกอบที่ 1 คือ เมื่อมีความรู้แล้วก็เกิดความรู้สึกต่อสิ่งนั้น เช่น การเห็นประโยชน์และคุณค่า

ของการศึกษาเล่าเรียน แสดงว่า มีความรู้สึกทางด้านบวกต่อการเรียน ก็จะเกิดความรู้สึกพอใจและสนใจที่จะเรียน

3. องค์ประกอบทางการกระทำ (Psychomotor) เมื่อเกิด 2 องค์ประกอบแรก เช่น รับรู้และเข้าใจว่าการศึกษเล่าเรียนเป็นสิ่งที่มีความหมายเกิดความรู้สึกพอใจสนใจที่จะเรียน แล้วก็ทำให้เกิดความพร้อมทางการกระทำ เช่น มาเรียนสม่ำเสมอ ตั้งใจฟังเวลาครูสอน มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน และหมั่นศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม

ด้วยเหตุนี้เอง จึงอาจสรุปลักษณะสำคัญของทัศนคติได้ 3 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือประสบการณ์ของแต่ละคนมิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร

ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติอาจแบ่งออกกว้าง ๆ ได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ทัศนคติทั่วไป (General Attitude) ได้แก่ สภาพจิตใจอันกว้างขวาง ซึ่งเป็นแนวคิดประจำตัวของบุคคลนั้นเป็นพฤติกรรมบุคลิกภาพอย่างกว้าง ๆ เช่น การมองโลกในแง่ดี การเคร่งในระเบียบประเพณี เป็นต้น
2. ทัศนคติเฉพาะอย่าง (Specific Attitude) ได้แก่ สภาพทางจิตใจที่บุคคลมีต่อวัตถุสิ่งของ บุคคลอื่น สถานการณ์ และสิ่งอื่น ๆ เป็นอย่าง ๆ ไป ทัศนคติในวงแคบเช่นนี้มักแสดงออกในลักษณะที่ว่าชอบหรือไม่ชอบ ถ้าชอบหรือเห็นว่าดีก็เรียกว่า มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น ถ้าไม่ชอบหรือเห็นว่าไม่ดี ก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น

แหล่งที่มาของทัศนคติ

ทัศนคตินั้นเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งต่าง ๆ ที่สำคัญ ดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ โดยขั้นแรกเมื่อมีเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะสังเกตว่า บุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้น จะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของทัศนคติ

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือ หน่วยงาน เป็นต้น

เมื่อมาพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าวจะเห็นได้ว่า องค์ประกอบสำคัญที่จะเป็นตัวเชื่อมโยงทำให้มนุษย์เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ก็คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมีการติดต่อสื่อสารแทรกอยู่เสมอ จึงอาจกล่าวได้ว่า การติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญมาก ที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ขึ้นได้

ฟิลิป จี. ซิมบาโด ได้เสนอแนวคิดว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นขึ้นอยู่กับความรู้ นั่นคือ หากมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ดีแล้ว ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงและส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วย ดังนั้น การที่จะทำให้ผู้รับสารบังเกิดการยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งหนึ่งสิ่งใด ผู้ส่งสารก็ต้องพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารให้ได้เสียก่อนโดยการให้ความรู้นั้นเอง (Phillip G. Zimbardo, 1977 : 48-53) อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทัศนคตินี้อาจจะบังเกิดขึ้นได้จากการเปลี่ยนแปลงภาวะการจูงใจ ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปตามแนวความคิดของ Roger เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารอันเป็นผลจากการสื่อสารได้ว่ามี 3 ประการ (Roger, Everett M., 1973 : 43) คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกัน กล่าวคือเมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งแล้วจะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งมีผลทำให้เกิดทัศนคติ และก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ตามมา

จากแนวคิดดังกล่าว จึงสามารถนำมาสนับสนุนการศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินผลโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ในครั้งนี้ได้ว่า แม้ว่าทัศนคติของบุคคลจะบังเกิดขึ้นจากประสบการณ์ส่วนบุคคลและมีลักษณะค่อนข้างมั่นคง อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมแสดงออกของบุคคลนั้น ๆ ก็ตาม หากแต่จากการศึกษาพบว่าทัศนคตินั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้น การที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปในทิศทางที่มุ่งหวังไว้ นั้น ผู้ส่งสารจึงจะต้องทำการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลให้เป็นไปในแนวทางที่มุ่งหวังเสียก่อนโดยการให้ข่าวสารเพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจถูกต้องในเรื่องนั้น ๆ การรณรงค์ขอความร่วมมือให้ประชาชนร่วมกันอนุรักษ์ความสะอาดก็เช่นกัน ผู้ส่งสารอันได้แก่หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามโครงการรณรงค์ดังกล่าวก็ควรจะทำ การสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติตนในการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้รับสารบังเกิดความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญ ตลอดจนบังเกิดจิตสำนึกและความภาคภูมิใจที่ตนเป็นบุคคลผู้หนึ่งที่มีความร่วมมือในการรักษาความสะอาด ซึ่งในท้ายที่สุดย่อมนำไปสู่การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้แน่นอน

ทฤษฎีจิตวิทยาการเรียนรู้

เมื่อพิจารณาถึงผลที่บังเกิดขึ้นต่อผู้รับสารภายหลังจากได้มีการสื่อสารแล้ว พบว่า นอกจากจะมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ความเข้าใจแล้ว ยังส่งผลต่อไปยังทัศนคติและพฤติกรรมแสดงออกอีกด้วย

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom) ได้พูดถึงความสามารถหรือผลสัมฤทธิ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ความรู้ (Knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำและการระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งออกเป็น

- * ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาโดยเฉพาะ
- * ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- * ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้าง

2. ความเข้าใจ (Comprehension) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญา และทักษะเบื้องต้น แบ่งออกเป็น

* การแปลความ คือ แปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง โดยรักษาความหมายได้ถูกต้อง

- * การตีความ คือ ขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยสร้างขึ้นด้วยรูปแบบใหม่

แพทริค เมอร์ดิท (Patrick Merediths) ได้พูดถึงความรู้ว่า จำเป็นต้องมียอดประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understand) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้ หมายถึง ความสามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเคยเข้าใจมาแล้วนั่นเอง

ครอนบาค (Cronbach) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ได้รับมาจากประสบการณ์ ซึ่งองค์ประกอบของการเรียนรู้มีดังนี้

1. ความสามารถทางสติปัญญาในการเรียนรู้ใด ๆ ก็ตาม ถ้าผู้เรียนขาดความสามารถทางสติปัญญา ย่อมทำให้การเรียนรู้ครั้งนั้น ๆ ไม่ได้ผลหรือเรียนรู้ไม่ได้เลย การเรียนรู้สิ่งใดก็ตาม จำต้องคำนึงถึงความสามารถทางด้านสติปัญญาของผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถของเด็กที่มีอายุแรกเกิด จนถึงอายุ 18 ปี จะเป็นช่วงที่มีการพัฒนาการทางด้านสติปัญญาอย่างรวดเร็ว เด็กแต่ละคนจะมีพัฒนาการทางสติปัญญาแตกต่างกัน ดังนั้น ทำให้การเรียนรู้ของบุคคลที่มีระดับสติปัญญาแตกต่างกันจะมีการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไป

2. แรงจูงใจ ของแต่ละคน จะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เมื่อแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันออกไป จะทำให้ความจำ แรงขับ ความต้องการ เป้าหมาย หรือแรงกระตุ้นของแต่ละบุคคลนั้นมีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป

แรงจูงใจในการเรียนรู้ อาจเกิดได้ด้วยสาเหตุ 2 ประการ คือ

- แรงจูงใจ เนื่องมาจากตัวผู้เรียนรู้ ลักษณะแรงจูงใจประเภทนี้ ขึ้นอยู่กับธรรมชาติ ความต้องการ ลักษณะนิสัยของบุคคลนั่นเอง
- แรงจูงใจ อันเป็นผลเนื่องมาจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มาบังคับให้ผู้เรียนรู้เกิดการเรียนรู้ เช่น การได้รับการเสริมแรง สถานการณ์ที่น่าสนใจ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดแรงจูงใจได้ง่าย

3. การจำและการลืม การจำจะมีส่วนช่วยให้การเรียนรู้ประสบผลสำเร็จได้รวดเร็วขึ้น ส่วนการลืมจะเป็นอุปสรรคที่ทำให้เกิดการลืมเลือน หรือทำให้การเรียนรู้ไม่เกิดขึ้น ลักษณะการจำเกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนได้มีการเรียนรู้ และมีการรับรู้เข้าไปสะสมในสมอง บางครั้งอาจจะมีความรู้สึกทางอารมณ์เข้ามาผสมกลายเป็นความประทับใจ ซึ่งความประทับใจนี้มีผลต่อความจำทั้งสิ้น

4. ความสนใจ จะมีส่วนทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้เร็วขึ้น ถ้าผู้เรียนไม่มีความสนใจแล้ว จะทำให้ขาดความตั้งใจ และทำให้การเรียนรู้ครั้งนั้น ๆ ไม่มีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การทำความเข้าใจในเรื่องของ ทฤษฎีทางทัศนคติจิตวิทยาการ เรียนรู้และองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งทางด้านทัศนคติและการเรียนรู้ มีความสำคัญต่อการสร้าง สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ใด ๆ เป็นอย่างยิ่ง เพราะทำให้สามารถคาดเดาความต้องการรับสื่อ ของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสามารถคาดเดาสื่อที่จะช่วยสร้างความสนใจในการรับสารได้ด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2515: 19) ได้ให้คำจำกัดความของ "ชุมชน" ว่า หมายถึง การ ประกอบด้วยประชาชนซึ่งอาศัยอยู่บนผืนแผ่นดินที่ต่อเนื่องกันและเป็นผู้ที่มีความสนใจร่วมกันกับ ผู้อื่น อย่างน้อยหนึ่งอย่างหรือมากกว่าที่เป็นเหตุให้ต้องอยู่อาศัยบนผืนแผ่นดินนั้น

มาร์วิน อี ออลเซน (Marvin E. Olsen, 1968: 91) ได้ให้คำจำกัดความของชุมชน ว่า หมายถึง องค์การทางสังคมอย่างหนึ่งที่มีอาณาเขตครอบคลุมท้องถิ่นหนึ่งและของสมาชิก สามารถ บรรลุถึงความต้องการพื้นฐานส่วนใหญ่ได้ และสามารถแก้ไขปัญหาล้วนใหญ่ในชุมชนของตนเอง ได้

แดเนียล เลอเนอร์ (Daniel Lerner, 1958) การพัฒนาสังคม ทฤษฎีของ Lerner ให้ ความสำคัญแก่การสื่อสารมาก เขากล่าวว่า เพราะการสื่อสารนี้เองทำให้สังคมพัฒนาหรือไม่ พัฒนา หากสังคมใดมีระบบการสื่อสารเจริญก้าวหน้า ก็จะทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าไปด้วย โดย ให้รายละเอียดในสาระสำคัญว่า ระบบการสื่อสารจะไปกระตุ้นให้คนในสังคมคาดหวังอันสูงส่งขึ้น (Revolution of Rising Expectation) เมื่อเป็นดังนั้น คนในสังคมนั้นก็ลงทุนความพยายาม กระทำกิจกรรมมากขึ้น เพื่อสนองความคาดหวังของตน หากความพยายาม (Effort) ของเขาได้รับการ ตอบแทนหรือตอบแทน (Reward) ตามที่คาดหมาย ความพอใจของเขาและความเจริญของ สังคมก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าหากความพยายามของเขาไม่ได้รับผลตอบแทนอย่างได้ดุลกัน เขาก็จะเกิด ความไม่พอใจขึ้น (Revolution of Rising Frustration) เมื่อเป็นเช่นนั้น ความเจริญในสังคมก็จะไม่ เกิดขึ้น มีหน้าซ้ำบุคคลเหล่านั้นก็จะก่อความยุ่งยากแก่สังคมขึ้น เช่น มีการนัดหยุดงานดำเนินการ ทางการเมือง เพื่อให้สังคมสนองความต้องการของเขา หรือมิฉะนั้น ก็หนีห่างออกไปจากสังคม สังคมก็จะเกิดความไม่มีระเบียบ (Anomie) ขึ้น

หากระบบการสื่อสารทำหน้าที่ของมันได้ผล ความพยายามของบุคคลได้รับผลเป็นที่พอใจแล้ว สังคมจะมีการเลื่อน (Mobility) ของบุคคลเป็นสามประเภทด้วยกัน คือ

1. มีการย้ายถิ่น (Physical Mobility) เช่น ย้ายจากถิ่นชนบทเข้าสู่ตัวเมืองหรือย้ายจากห้องที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งที่มีความเจริญมากกว่า มีงานมากกว่า จะได้มีทางหารายได้มากกว่า ได้รู้ได้เห็นโลกกว้างขึ้น
2. มีการเลื่อนทางสังคม (Social Mobility) เป็นการเปลี่ยนแปลงสถานภาพ เช่น จากชราวนาชาวไร่เป็นกรรมกร คนขับรถ เสมียน ข้าราชการหรือพ่อค้า การเลื่อนทางสังคมนี้จะทำให้ผู้เลื่อนมีความจำเป็นต้องเรียนบทบาทใหม่ อันเป็นทางทำให้คนเจริญขึ้นได้ทางหนึ่ง
3. มีการเลื่อนทางจิตใจ (Psychic Mobility) ได้แก่ การเปลี่ยนตัวตน หรืออัตตา (Self) คือเปลี่ยนแปลงความรู้ (เพิ่มความรู้มากขึ้น) ความคิดความเห็น (มีความคิดความเห็นแบบใหม่) ค่านิยมและทัศนคติ เป็นต้น เมื่อเปลี่ยนแปลงทางจิตใจแล้ว บุคคลจะเป็นคนใหม่เต็มตัว ในขณะที่มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงภายนอกไม่มีความคงทนถาวรนัก การเปลี่ยนแปลงทางจิตจะฝังรากแน่นหนายากที่จะเลือนหายไป

การที่ระบบการสื่อสารจะทำหน้าที่ได้สำเร็จหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับบุคคลในสังคมด้วย กล่าวคือ บุคคลจะต้องมีความสามารถที่จะรับผลิตผลของระบบสื่อสารได้ นั่นคือ มีความสามารถที่จะเข้าใจและนำเอาผลิตภณณ์นั้นไปใช้ให้เกิดผลได้อย่างดี ในการนี้บุคคล จึงต้องการการศึกษา มากพอควร มิเช่นนั้นก็จะไม่สามารถเข้าใจและใช้ประโยชน์ได้ นอกจากนั้น ระบบการสื่อสารยังจะต้องพึ่งความสามารถของสังคมในการที่จะผลิตข่าวสาร (Media Products) ที่ดีมีคุณค่า และในรูปแบบที่คนในสังคมจะเข้าใจและนำไปใช้ได้ด้วย ผลทางบวกจึงจะเกิดขึ้นแก่สังคม

เบนโน แกลจาร์ท (Benno Galjart ,1967 : 36) เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความเข้าใจ พฤติกรรมของคนในการที่จะรับหรือไม่รับนวัตกรรม ไว้ 3 ประการ คือ

1. ความไม่รู้ (Ignorance) การที่ใครจะรับหรือไม่รับนวัตกรรม อาจเนื่องมาจากความไม่รู้ เช่น การศึกษาของเขา ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคในการที่เขาจะเข้าใจนวัตกรรมนั้นได้
2. ความไม่สามารถ (Inability) การที่คนไม่รับนวัตกรรม อาจสืบเนื่องมาจากการที่เขาไม่สามารถจะรับได้ เช่น เขาไม่มีทุน ไม่มีแรงงานเพียงพอ เป็นต้น ทั้งนี้ทั้งรู้อยู่เป็นอย่างดีว่า นวัตกรรมนั้นเป็นของดีมีประโยชน์

3. ความไม่เต็มใจ (Unwillingness) บางคนไม่รับนวัตกรรมไม่ใช่เพราะเขาไม่รู้ไม่เข้าใจ หรือไม่ใช้เพราะไม่สามารถจะรับนวัตกรรมได้ แต่เขาไม่รับเขา เพราะเขาไม่เต็มใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเขาเห็นว่า นวัตกรรมไม่มีค่าเท่าสิ่งที่มีอยู่ นวัตกรรมขัดกับระเบียบประเพณี นวัตกรรมทำให้เขาเสียผลประโยชน์ที่เขาเคยมีอยู่ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล

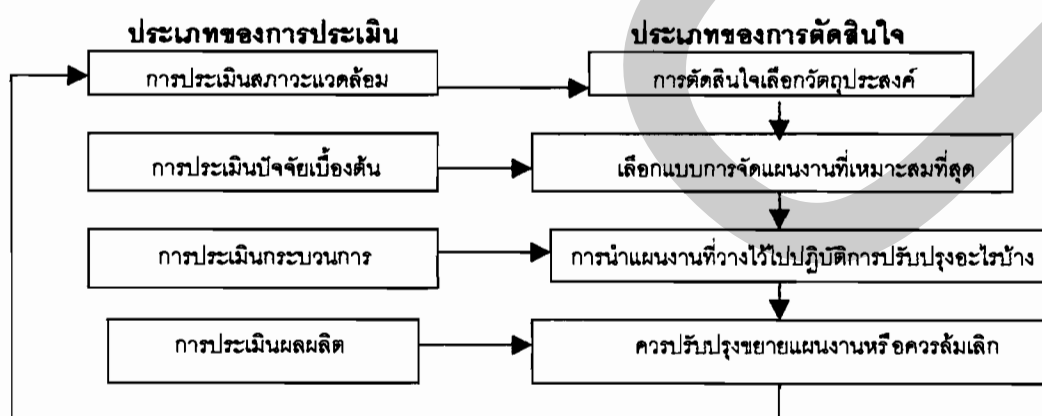
The American Public Health Association (Edward, 1967: 28-29) ความหมายของการประเมินผลไว้ดังนี้ว่า เป็นกระบวนการในการตัดสินใจคุณค่าหรือปริมาณความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งรวมขั้นตอนดังต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย คือ

- การตั้งวัตถุประสงค์
- กำหนดวิธีการหรือเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับใช้วัดความสำเร็จนั้น
- กำหนดและอธิบายความมากน้อยของความสำเร็จนั้น
- การเสนอแนะสำหรับกิจกรรมแผนงานอันต่อไป

D.L. Stufflebeam และคนอื่น ๆ (1977 : 261-265) ได้ให้ความหมายของการประเมินว่าเป็นกระบวนการของการวิเคราะห์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่

ภาพที่ 2

ความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินกับการตัดสินใจในแบบจำลองชิป



การนำเอาแบบจำลองซิปไปใช้ประเมินทำได้ในโครงการ 3 ลักษณะ คือ

1. จัดหาโครงการ ศึกษาให้ประจักษ์ว่า มีปัญหาอะไรที่น่าจะทำ
2. โครงการที่มีอยู่แต่ยังไม่ได้ลงมือดำเนินการ
3. โครงการในระหว่างที่กำลังดำเนินอยู่

วีรพล สุวรรณนันต์ (2525 : 64-68) ได้แบ่งประเภทของการประเมินผลออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. การประเมินผลเกี่ยวกับการกำหนดปัญหาและความเหมาะสมของโครงการหรือประเมินความต้องการ (Need Assessment) ได้แก่ การประเมินผลเพื่อต้องการทราบว่าปัญหาเกิดขึ้นหรือไม่ เป็นปัญหาเร่งด่วนขนาดไหน แขนหรือโครงการเหมาะสมหรือไม่

2. การประเมินผลความพยายาม (Effort Evaluation) เป็นการประเมินที่มุ่งความสนใจไปถึงทรัพยากรที่ใช้ไป (Input) ไม่ว่าจะเป็นคน เงิน วัสดุ และเวลา โดยไม่คำนึงถึงผลลัพธ์ เพียงแต่ต้องการทราบว่า ทรัพยากรที่ใช้ไปเพียงพอหรือไม่ ต้องการใช้คนประเภทใด ต้องการทรัพยากรอะไรมากน้อยเท่าใด

3. การประเมินผลกระบวนการ (Process Evaluation) เป็นการประเมิน เพื่อให้ทราบถึงการปฏิบัติงานตามโครงการ หรือการบริหารงานที่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน การจัดองค์การ ปัญหาบุคลากร การสื่อข้อความ เทคนิคการบริหารต่าง ๆ ตลอดจนปัญหาการบริหารในองค์การ

4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) เป็นการประเมินผลเพื่อให้ทราบว่า วัตถุประสงค์ของโครงการสอดคล้องกับความต้องการของสังคม หรือประชาชนเพียงใด ผลของโครงการคุ้มเงินลงทุนหรือไม่ การบริหารโครงการมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ เพียงใด

5. การประเมินผลลัพธ์ (Outcome Evaluation) เป็นการศึกษาถึงผลที่ปรากฏโดยไม่คำนึงทรัพยากรที่ป้อนเข้าไป การประเมินในลักษณะนี้มุ่งเปรียบเทียบเฉพาะผลที่ปรารถนาเท่านั้น การประเมินผลในปัจจุบันมักนิยม การประเมินผลความพยายามและการประเมินผลลัพธ์เข้าด้วยกัน

6. การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) การประเมินผลกระทบเป็นการประเมินเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างกิจกรรมหรือการใช้ปัจจัยตามโครงการกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปจะพิจารณาถึงการกระทบใน 4 มิติคือ

- พิจารณาศึกษาคุณลักษณะของโครงการซึ่งก่อให้เกิดความสำเร็จมากหรือน้อย
- พิจารณาศึกษาผู้รับบริการในโครงการว่าผู้ใดได้รับผลกระทบมากหรือน้อย
- พิจารณาศึกษาเงื่อนไขซึ่งทำให้โครงการประสบความสำเร็จมากหรือน้อย
- พิจารณาศึกษาผลกระทบซึ่งเกิดจากโครงการ เช่น การกระจายรายได้ ท่ำที่ของประชาชน เป็นต้น

ไกรยุทธ ธีรตยาสินันท์ (2533 : 73-108) ได้กล่าวว่า การประเมินผลโดยทั่วไปสามารถทำได้ 2 ลักษณะ คือ

1. การประเมินผลขณะมีการปฏิบัติงาน (Formative Evaluation) คือ ปฏิบัติงานไปประเมินผลเป็นระยะ ๆ ตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน เช่น การประเมินผลโครงการต่าง ๆ ทุก 4 เดือน หรือ 6 เดือน เป็นต้น การประเมินผลแบบนี้จะช่วยให้ได้ข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการดำเนินงานอยู่เสมอ

2. การประเมินผลเมื่องานนั้น ๆ ได้สำเร็จแล้ว (Sumative Evaluation) การประเมินผลลักษณะนี้ โดยปกติจะประเมินเพื่อวัดความสัมฤทธิ์ผลของงานข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการประเมินแบบนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับการเตรียมโครงการครั้งต่อไป และส่วนมากมักเป็นการประเมินเพื่อทดสอบดูว่างานที่ทำสำเร็จไปนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใดหรือได้ผลอย่างไร

แนวความคิดในการประเมินผลโครงการโดยสามารถประเมินได้ 2 ลักษณะ ดังนี้คือ

1.การประเมินโครงการก่อนทำ เป็นการประเมินที่มีขึ้นก่อนที่การดำเนินงานเพื่อพิจารณาถึงความคุ้มค่าของโครงการที่จะกระทำว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่

2.การประเมินโครงการหลังทำ เป็นการประเมินที่เกิดขึ้นเมื่อการดำเนินงานสิ้นสุดแล้วเพื่อวิเคราะห์ว่าโครงการประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ซึ่งมักจะเป็นการประเมินที่วัดความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการเปรียบเทียบกับเป้าหมาย

การทำกิจกรรมใด ๆ เมื่อดำเนินงานนั้นสิ้นสุดแล้วจะก่อให้เกิดผลขึ้น 3 ลักษณะ คือ ผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impacts)

ผลผลิต เป็นผลที่เกิดขึ้นทันทีที่มีการดำเนินงานหรือทันทีที่โครงการได้แล้วเสร็จ ซึ่งจัดเป็นผลโดยตรงของโครงการ

ผลลัพธ์ เป็นผลที่ตามมาหลังจากเกิดผลผลิตแล้ว เพราะผลชนิดนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ มีการใช้ผลผลิตที่เกิดจากกิจกรรมนั้น ๆ หากกิจกรรมใดปราศจากผลผลิตแล้วผลลัพธ์จะไม่เกิดขึ้น

ผลกระทบ เป็นผลที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการทำโครงการซึ่งอาจเกิดจากโครงการนั้น ๆ โดยตรง หรือเกิดจากผลลัพธ์ของโครงการนั้น ๆ อีกทอดหนึ่ง มีลักษณะเป็นผลพลอยได้มากกว่าเป็นผลที่เกิดจากความตั้งใจโดยตรงและมักจะเกิดในรอบที่ห่างไกลออกไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชลธิชา ตั้งอัน (2534 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความรู้ความเชื่อและการปฏิบัติของแม่บ้านในการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล:ศึกษากรณีครัวเรือนริมคลองแสนแสบ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แม่บ้านมีความรู้ที่เกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลอยู่ในระดับปานกลางและไม่แตกต่างกันตามตัวแปรต่อไปนี้ คือ อายุ ศาสนา ภูมิลำเนา ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ศึกษา จำนวนสมาชิกภายในครัวเรือน แหล่งข่าวสารทางด้านสิ่งแวดล้อม แต่แตกต่างกันอย่างมีนัยสถิติที่ระดับ 0.05 ตามระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และความถี่ในการรับฟังข่าวสาร

แม่บ้านมีความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูลอยู่ในระดับสูงและไม่แตกต่างกันตามตัวแปรต่อไปนี้ คือ อายุ ศาสนา ระยะเวลาที่อาศัยและแหล่งข่าวสาร แต่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการรับฟังข่าวสาร

สำหรับการปฏิบัติแม่บ้านมีการปฏิบัติถูกต้องเกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูลในระดับปานกลาง และไม่แตกต่างกันตามอายุ แต่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามศาสนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา สมาชิกภายในครัวเรือน ระยะเวลาที่พักอาศัย ความถี่ในการรับฟังข่าวสารและแหล่งข่าวสาร

ประกิต ไปชนันท์ (2530 : 32-33) ได้ศึกษาเรื่อง วิธีการกำจัดมูลฝอยที่เหมาะสมกับกรุงเทพมหานคร ซึ่งกรรมวิธีในการกำจัดมูลฝอยที่ศึกษาครั้งนี้จะพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะของมูลฝอย กล่าวไว้ว่า มูลฝอยของกรุงเทพมหานครมีความเหมาะสมที่จะกำจัดได้ทั้ง 3 วิธี คือ โดยวิธีเผา วิธีการฝังกลบ และวิธีหมักเพื่อผลิตปุ๋ยอินทรีย์ วิธีการหมักเพื่อผลิตปุ๋ยอินทรีย์ น่าจะเหมาะสมที่สุด ด้านกำลังความสามารถทางการเงินของกรุงเทพมหานคร ปรากฏว่า งบประมาณที่ได้รับสามารถกำจัดมูลฝอย โดยวิธีการหมักทำปุ๋ยได้เพียงร้อยละ 10.53 ของขยะมูล

ฝอยที่จะต้องนำไปกำจัดทั้งหมด ในปี พ.ศ.2529 เท่านั้น โดยสรุปก็คือ กรรมวิธีในการกำจัดขยะมูลฝอยที่เหมาะสมกับกรุงเทพมหานคร สามารถกำจัดได้ทั้ง 3 วิธี คือ วิธีเผา วิธีการฝังกลบ และวิธีหมัก เพื่อผลิตปุ๋ยอินทรีย์ โดยที่กรุงเทพมหานครจะต้องใช้วิธีกำจัดทั้ง 3 วิธี จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ถ้ามีการศึกษาเกี่ยวกับการคัดแยกประเภทขยะมูลฝอย เพื่อนำกลับไปใช้ประโยชน์ และมีมาตรการในการปฏิบัติอย่างจริงจัง จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะมูลฝอยลงได้มาก และยังจะช่วยเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกวิธีกำจัดขยะมูลฝอยได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย

วัลลภา ขายหาด (2532 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชากรในเขตดุสิต บางกะปิ เขตหนองแขม ที่มีต่อการบริการทางด้านการรักษาความสะอาดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งการบริการดังกล่าวออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) บริการเก็บขนขยะมูลฝอยจากอาคารบ้านเรือน 2) บริการกวาดถนน ตรอก ซอย โดยแรงงานคน 3) บริการตั้งถังรองรับขยะมูลฝอย ผลการศึกษารูปได้ว่า

1. อายุของประชากรและลักษณะของเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการเก็บขนขยะมูลฝอยจากอาคารบ้านเรือน
2. ลักษณะของเขตการปกครองและความรู้ ความเข้าใจของประชากรเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจในบริการกวาด ถนน ตรอก ซอย โดยแรงงานคน
3. ระดับการศึกษาของประชากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการตั้งถังรองรับขยะมูลฝอย
4. อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะของเขต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการสาธารณะทางด้านการรักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร

สุจริต ปัจฉิมพันธ์ (2539 : 272) ศึกษาถึงแนวคิดยุทธศาสตร์ในการกำจัดขยะมูลฝอยของจังหวัดนนทบุรี ช่วง 20 ปี (พ.ศ.2539 - 2558) พบว่า การกำจัดขยะมูลฝอยของจังหวัดนนทบุรีมีแนวโน้มจะเพิ่มความรุนแรงมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยที่ปริมาณขยะมูลฝอยจะเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี ซึ่งจะแปรเปลี่ยนไปตามการเพิ่มขึ้นของประชากร และแหล่งกำเนิดที่สำคัญต่าง ๆ ในแต่ละเทศบาลและสุขาภิบาล ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาและวางแผนทั้งระบบเก็บรวบรวม-ขนส่ง และระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่มีประสิทธิภาพ เพื่อจะได้รองรับและสอดคล้องกับปริมาณขยะมูลฝอยที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

สุวรรณา เตียรธสุวรรณ (2533 : 26-27) ได้กล่าวถึง สถานการณ์การจัดการขยะมูลฝอยของประเทศไทยว่า สภาพการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นปัญหาทางด้านการจัดการ อันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะ แต่ขาดวิธีการกำจัดที่เหมาะสม ปัญหาการจัดการขยะมูลฝอยมีหลายประการ ดังนี้

- ขาดแนวทางและผู้เชี่ยวชาญในการจัดการขยะ คือ หน่วยงานที่รับผิดชอบไม่มีแผนจัดการขยะที่แน่นอน ไม่มีการแยกประเภทขยะ บุคลากรขาดความรู้ในการทำงาน
- ปัญหาทางด้านเทคนิค คือ ภาชนะรองรับขยะมูลฝอยไม่มีขนาดและแบบที่เป็นมาตรฐาน จำนวนภาชนะไม่เพียงพอ ไม่มีการนำขยะมาใช้ประโยชน์
- คุณลักษณะของขยะมูลฝอย ส่วนใหญ่เป็นขยะเปียก การทิ้งขยะเป็นแบบถังเดียว ไม่มีการคัดแยกขยะ
- ขาดแคลนอุปกรณ์การเก็บขน จำนวนรถเก็บขนขยะไม่เพียงพอ
- ระบบเก็บขนขยะขาดประสิทธิภาพ
- ปัญหาการจราจร
- ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดเนื่องจากขยะ เช่น ถังขยะไม่มีฝาปิด รถเก็บขนขยะที่เปิดโล่ง คนและสัตว์คุ้ยเขี่ยขยะ น้ำจากกองขยะที่ทำให้ดินและแหล่งน้ำปนเปื้อน ฯลฯ
- ขาดแคลนสถานที่กำจัดขยะมูลฝอย โดยเฉพาะในเขตเมือง
- ขาดความร่วมมือจากประชาชน และนักท่องเที่ยวในการรักษาความสะอาด

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์โครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ระหว่าง กุมภาพันธ์ - กันยายน พ.ศ. 2541" เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงการประเมินผลของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการฯ ที่มีต่อความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และพฤติกรรมของประชาชน โดยแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการเผยแพร่โครงการดังกล่าว ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

ประเภทของข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลทั้งในระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามที่ตรงตามความเป็นจริง ซึ่งเป็นความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี โดยการสำรวจความคิดเห็น การรับรู้ทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมายในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ และเอกสารการวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกประชากรเป้าหมาย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านบุญโต ปาร์ควิลล์ ซึ่งเป็นประชาชนที่ได้เลือกไว้ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี เท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงหรือการสุ่มตัวอย่างโดยมีจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) จากประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านบุญโต ปาร์ควิลล์ จำนวน 75 ครัวเรือน หรือ 375 คน โดยการกำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน +5% และมีความเชื่อมั่น 95% (Taro Yamane 1973 : 886 อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2534 : 29) จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 222 คน อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้นจำนวน 230 คน เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด.

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

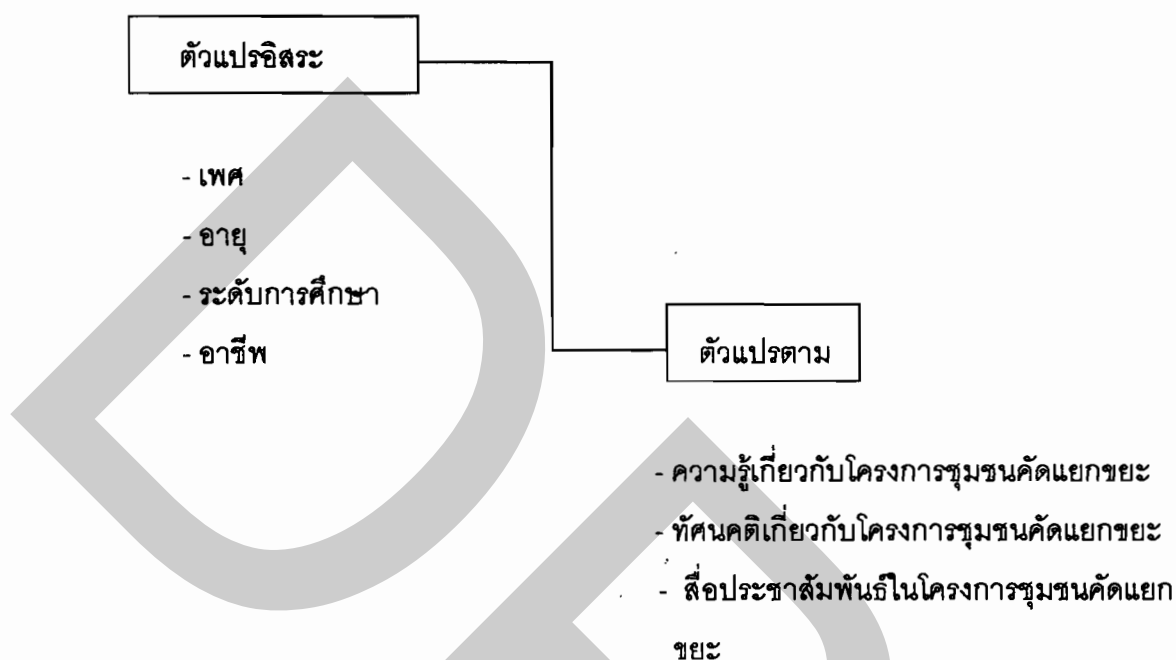
1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- 1.1 ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ
- 1.2 ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการใช้สติปัญญาการเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

- 2.1 ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ
- 2.2 ทักษะคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ
- 2.3 สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

ภาพที่ 3
ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามนี้ ได้สร้างขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ 7 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.1 เพศ แบ่งเป็น ชายและหญิง
- 1.2 อายุ แบ่งเป็น ต่ำกว่า 20 ปี, 21 – 30 ปี, 31 – 40 ปี, 41 – 50 ปี และ 50 ปีขึ้นไป
- 1.3 การศึกษา แบ่งเป็น ต่ำกว่ามัธยมศึกษา, มัธยมศึกษา, ปริญญาตรี, สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.4 อาชีพ แบ่งเป็น นักเรียน/นักศึกษา, รับจ้าง, แม่บ้าน, พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ค้าขาย, ช่างราชการ, พนักงานบริษัท และอื่น ๆ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับความบ่อยครั้งของความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์โครงการชุมชนคัดแยกขยะ

แบ่งสื่อดังกล่าวออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ โปสเตอร์, แผ่นพับ, โบปลิว, ป้ายโฆษณา, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่, วีดีโอเทป, ถังขยะ

2.2 สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี และประธานในหมู่บ้าน

การจัดลำดับความคิดเห็นของแบบสอบถามได้กำหนดคะแนนออกเป็น 3 ระดับ คือ

3 คะแนน = การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนั้น ๆ ทุกวัน

2 คะแนน = การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนั้น ๆ ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์

1 คะแนน = การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนั้น ๆ น้อย

และในการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย จะยึดเกณฑ์ในการประเมินดังนี้

ระดับความรู้และความเข้าใจในการเปิดรับสื่อ	ช่วงคะแนน
การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนั้น ๆ ทุกวัน	2.22 – 2.82
การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนั้น ๆ ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์	1.61 – 2.21
การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนั้น ๆ น้อย	1.00 – 1.60

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยทั้งสิ้น 9 สื่อ มีคะแนนรวมสูงสุด 24 คะแนน และมีคะแนนรวมต่ำสุด 12 คะแนน จึงกำหนดแบ่งค่าคะแนนรวมออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

มีคะแนนรวม 12 – 15 คะแนนแสดงว่าเปิดรับสื่อมานาน ๆ ครั้ง

มีคะแนนรวม 16 – 19 คะแนนแสดงว่าเปิดรับสื่อน้อย

มีคะแนนรวม 20 – 23 คะแนนแสดงว่าเปิดรับสื่อบ่อยมาก

มีคะแนนรวม 24 – 27 คะแนนแสดงว่าเปิดรับสื่อบ่อยมากที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ประกอบด้วยคำถาม 10 ข้อ

กำหนดการให้คะแนนของผู้ที่ตอบถูก จะได้ 1 คะแนน ตอบผิด ได้ 0 คะแนน

ความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ มีคะแนนรวมสูงสุด 10 คะแนน และมีคะแนนรวมต่ำสุด 0 คะแนน จึงกำหนดแบ่งค่าคะแนนรวมออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

มีคะแนนรวม 0 – 3 คะแนน แสดงว่ามีความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ ต่ำ

มีคะแนนรวม 4 – 6 คะแนน แสดงว่ามีความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ ปานกลาง

มีคะแนนรวม 7 – 10 คะแนน แสดงว่ามีความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ สูง

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะ ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ

กำหนดการให้คะแนนของผู้ที่ตอบถูก จะได้ 1 คะแนน ตอบผิด ได้ 0 คะแนน

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เป็นการวัดความคิดเห็น ประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ

การจัดลำดับความคิดเห็นของแบบสอบถามได้กำหนดคะแนนออกเป็น 5 ระดับคือ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5 คะแนน
เห็นด้วย	=	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	=	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1 คะแนน

และในการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย จะยึดเกณฑ์ในการประเมินดังนี้

ระดับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการฯ	ช่วงคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.24 – 5.04
เห็นด้วย	3.43 – 4.23
ไม่แน่ใจ	2.62 – 3.42
ไม่เห็นด้วย	1.81 – 2.61
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00 – 1.80

ตอนที่ 6 เป็นแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

แบ่งสื่อดังกล่าวออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

การจัดลำดับความคิดเห็นของแบบสอบถามได้กำหนดคะแนนออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- 3 คะแนน = การได้รับความรู้จากสื่อประเภทนั้น ๆ มากที่สุด
 2 คะแนน = การได้รับความรู้จากสื่อประเภทนั้น ๆ ปานกลาง
 1 คะแนน = การได้รับความรู้จากสื่อประเภทนั้น ๆ น้อย

และในการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย จะยึดเกณฑ์ในการประเมินดังนี้

ระดับความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ	ช่วงคะแนน
การได้รับความรู้จากสื่อประเภทนั้น ๆ มากที่สุด	2.22 – 2.82
การได้รับความรู้จากสื่อประเภทนั้น ๆ ปานกลาง	1.61 – 2.21
การได้รับความรู้จากสื่อประเภทนั้น ๆ น้อย	1.00 – 1.60

ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ มีคะแนนรวมสูงสุด 24 คะแนน และมีคะแนนรวมต่ำสุด 13 คะแนน จึงกำหนดแบ่งค่าคะแนนรวมออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- มีคะแนนรวม 13 – 16 คะแนน แสดงว่ามีความรู้เกี่ยวกับสื่อโครงการฯ ต่ำ
 มีคะแนนรวม 17 – 20 คะแนน แสดงว่ามีความรู้เกี่ยวกับสื่อโครงการฯ ปานกลาง
 มีคะแนนรวม 21 – 24 คะแนน แสดงว่ามีความรู้เกี่ยวกับสื่อโครงการฯ สูง

ตอนที่ 7 เป็นแบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ

การจัดลำดับความคิดเห็นของแบบสอบถามได้กำหนดคะแนนออกเป็น 5 ระดับคือ

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน
 เห็นด้วย = 4 คะแนน
 ไม่แน่ใจ = 3 คะแนน
 ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน

และในการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย จะยึดเกณฑ์ในการประเมินดังนี้

ระดับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการฯ	ช่วงคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.24 – 5.04
เห็นด้วย	3.43 – 4.23
ไม่แน่ใจ	2.62 – 3.42
ไม่เห็นด้วย	1.81 – 2.61
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00 – 1.80

ทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ มีคะแนนรวมสูงสุด 34 คะแนน และมีคะแนนรวมต่ำสุด 19 คะแนน จึงกำหนดแบ่งค่าคะแนนรวมออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

มีคะแนนรวม 19 – 23 คะแนนแสดงว่ามีทัศนคติเกี่ยวกับสื่อโครงการฯต่ำ

มีคะแนนรวม 24 – 29 คะแนนแสดงว่ามีทัศนคติเกี่ยวกับสื่อโครงการฯปานกลาง

มีคะแนนรวม 30 – 34 คะแนนแสดงว่ามีทัศนคติเกี่ยวกับสื่อโครงการฯสูง

แบบสอบถามที่ร่างขึ้น ได้นำไปทดสอบในหมู่บ้านที่ประชากรมีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายในการศึกษา หลังจากนั้นได้ทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเที่ยงตรงในเนื้อหามากที่สุด รวมถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ ของแบบสอบถามทั้งในด้านเนื้อหาสาระ การเรียงลำดับคำถาม ซึ่งได้ทำการปรับปรุงเพื่อจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์ต่อไป

กรรมวิธีทางข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม แล้วจึงทำการลงรหัส (Coding) หลังจากนั้นจะทำการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS /PC⁺ (Statistical Package for Social Sciences)

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ตามสมมติฐานทั้ง 4 ข้อ โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานทางสถิติใช้สูตรดังนี้

2.1 การหาค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างการศึกษา สูตรในการวิเคราะห์แบบร้อยละ

$$P = \frac{X}{n} \times 100$$

P = ค่าร้อยละ

X = จำนวนประชากรที่ตอบคำถามนั้น

n = จำนวนประชากรของกลุ่มนั้น

2.2 สูตรการหาค่าสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ แบบไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$X^2 = \frac{(O - E)^2}{E}$$

เมื่อ X^2 = แทนค่าไคสแควร์

O = แทนค่าความถี่ที่ได้จากสังเกต (Observed Frequency)

E = แทนค่าความถี่ที่คาดหวังไว้ หรือความถี่ที่ได้มาตามทฤษฎี (Expected Frequency)

- เมื่อ R คือ ผลรวมของความถี่ในแถวนั้น
C คือ ผลรวมของความถี่ในคอลัมน์นั้น
N คือ ผลรวมของความถี่ทั้งหมด

เมื่อคำนวณค่าไคสแควร์แล้ว นำผลที่ได้ไปเปรียบเทียบค่าของตารางไคสแควร์ โดยกำหนดเปรียบเทียบค่าที่มีนัยสำคัญในระดับ 0.05 และกำหนดอัตราเป็นอิสระ (Degree of Freedom หรือ df) ดังนี้

$$df = (r - 1)(c - 1)$$

r = จำนวนกลุ่มชั้นของตัวแปรที่อยู่ในแถวบน

c = จำนวนกลุ่มชั้นของตัวแปรที่อยู่ในคอลัมน์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งออกเป็น 8 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
- ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
- ส่วนที่ 4 ความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะของประชาชน
- ส่วนที่ 5 ทักษะเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
- ส่วนที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
- ส่วนที่ 7 ทักษะเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
- ส่วนที่ 8 การทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้
 - 8.1 ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
 - 8.2 ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
 - 8.3 สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
 - 8.4 สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 1

แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	1. ชาย	85	36.96
	2. หญิง	145	63.04
	รวม	230	100.00
อายุ	1. ต่ำกว่า 20 ปี	22	9.57
	2. 21 – 30 ปี	67	29.13
	3. 31 – 40 ปี	88	38.26
	4. 41 – 50 ปี	34	14.78
	5. 50 ปีขึ้นไป	19	8.26
	รวม	230	100.00
ระดับการศึกษา	1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	13	5.65
	2. มัธยมศึกษา	79	34.35
	3. ปริญญาตรี	114	49.57
	4. สูงกว่าปริญญาตรี	24	10.43
	รวม	230	100.00
อาชีพ	1. นักเรียนนักศึกษา	46	20.00
	2. รับจ้าง	34	14.78
	3. แม่บ้าน	13	5.65
	4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33	14.35
	5. ค้าขาย	19	8.26
	6. ข้าราชการ	21	9.13
	7. พนักงานบริษัท	42	18.26
	8. อื่น ๆ	22	9.57
	รวม	230	100.00

1. เพศ

จากข้อมูลที่ได้รับพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 63.04 และเป็นเพศชาย จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 36.96

2. อายุ

จากข้อมูลที่ได้รับพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 38.26 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.57 และมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26

3. ระดับการศึกษา

จากข้อมูลที่ได้รับพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 49.57 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 34.35 การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.43 และการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65

4. อาชีพ

จากข้อมูลที่ได้รับพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พนักงานบริษัท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18.26 รับจ้าง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.35 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.57 ข้าราชการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.13 ค้าขาย 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26 และแม่บ้าน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65

ตอนที่ 2 ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

ตารางที่ 2

แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสื่อ

ประเภทของสื่อ	ระดับความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ			รวม	ค่าเฉลี่ย	
	ทุกวัน	ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์	น้อย			
<u>สื่อเฉพาะกิจ</u> 1. โปสเตอร์		82	129	19	230	2.27
	คิดเป็นร้อยละ	35.65	56.09	8.26	100.00	
2. แผ่นพับ		55	135	40	230	2.07
	คิดเป็นร้อยละ	23.91	58.70	17.39	100.00	
3. โบปปลิว		65	115	50	230	2.07
	คิดเป็นร้อยละ	28.26	50.00	21.74	100.00	
4. ป้ายโฆษณา		203	25	2	230	2.87
	คิดเป็นร้อยละ	88.26	10.87	0.87	100.00	
5. รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่		7	110	113	230	1.54
	คิดเป็นร้อยละ	3.04	47.83	49.13	100.00	
6. วิทยุเทป		-	10	220	230	1.04
	คิดเป็นร้อยละ	-	4.35	95.65	100.00	
7. ถังขยะ		90	128	12	230	2.34
	คิดเป็นร้อยละ	39.13	55.65	5.22	100.00	
<u>สื่อบุคคล</u> 8. เจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี		5	125	100	230	1.59
	คิดเป็นร้อยละ	2.17	54.35	43.48	100.00	
9. ประธานในหมู่บ้าน		5	84	141	230	1.41
		2.18	36.52	61.30	100.00	

สื่อเฉพาะกิจ

1. โปสเตอร์

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโปสเตอร์ส่วนใหญ่ ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 56.09 รองลงมา จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทดังกล่าวเป็นประจำทุกวัน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 35.65 และจะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโปสเตอร์น้อย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.27

2. แผ่นพับ

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับส่วนใหญ่ ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมา จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทดังกล่าวเป็นประจำทุกวัน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 23.91 และจะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับน้อย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.07

3. โบปลิว

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโบปลิวส่วนใหญ่ ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทดังกล่าวเป็นประจำทุกวัน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 28.26 และจะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโบปลิวน้อยหรือไม่เปิดรับสื่อประเภทนี้เลย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 21.74 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.07

4. ป้ายโฆษณา

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากป้ายโฆษณาส่วนใหญ่เป็นประจำทุกวัน จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 88.26 รองลงมา จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทดังกล่าวประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.87 และจะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโปสเตอร์น้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.87 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.87

5. รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่เล็กน้อย จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 49.13 รองลงมา จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทดังกล่าวประมาณ 3 ครั้ง/

สัปดาห์ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 และจะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากธรณีสัมพันธ์เคลื่อนที่ประจำทุกวัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.04 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.54

6. วิดีโอเทป

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากวิดีโอเทปส่วนใหญ่จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากวิดีโอเทปน้อย จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 95.65 รองลงมา จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทดังกล่าวประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.35 ในขณะที่ไม่พบว่ามีผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนี้เป็นประจำทุกวันเลย โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.04

7. ดังขยะ

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากดังขยะส่วนใหญ่ ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 55.65 รองลงมา จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทดังกล่าวเป็นประจำทุกวัน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13 และจะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากดังขยะน้อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.34

สื่อบุคคล

8. เจ้าพนักงานสุขาภิบาล

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเจ้าพนักงานสุขาภิบาลส่วนใหญ่ ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 54.35 รองลงมา จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทดังกล่าวน้อย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 43.48 และจะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเจ้าพนักงานสุขาภิบาลเป็นประจำทุกวัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.17 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.59

9. ประธานในหมู่บ้าน

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากประธานในหมู่บ้านส่วนใหญ่จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 รองลงมา จะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทดังกล่าวประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 36.52 และจะมีความรู้และความเข้าใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก

การประชุมคณะกรรมการชุมชนประจำทุกวัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.18 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.41

ตารางที่ 3

แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ (คิดเป็นคะแนน)	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	คิดเป็นร้อยละ
เปิดรับสื่อ นาน ๆ ครั้ง (คะแนน 12 – 15)	19	8.27
เปิดรับสื่อน้อย (คะแนน 16 – 19)	151	65.65
เปิดรับสื่อบ่อยมาก (คะแนน 20 – 23)	59	25.65
เปิดรับสื่อบ่อยมากที่สุด (คะแนน 24 – 27)	1	0.43
รวม	230	100.00

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ น้อย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 65.65 รองลงมาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ บ่อยมาก จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 25.65 และเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.27 ส่วนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.43 จะเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ บ่อยมากที่สุด

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนทบุรี

ตารางที่ 4

แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนทบุรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ	ความเข้าใจในความรู้		รวม
	ตอบถูก	ตอบผิด	
1. ขยะมูลฝอย ถือเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งของชุมชน	230	-	230
คิดเป็นร้อยละ	100.00	-	100.00
2. จุดมุ่งหมายหนึ่งของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เพื่อสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง	230	-	230
คิดเป็นร้อยละ	100.00	-	100.00
3. โครงการชุมชนคัดแยกขยะนี้อยู่ภายใต้การดำเนินงานของกองอนามัยและสิ่งแวดล้อมเทศบาลนครนทบุรี	223	7	230
คิดเป็นร้อยละ	96.96	3.04	100.00
4. ผู้รับผิดชอบโครงการชุมชนคัดแยกขยะ คือ ปลัดเทศบาล	188	42	230
คิดเป็นร้อยละ	81.74	18.26	100.00
5. "นครนนท์ เมืองสะอาด โปร่งทั้งขยะใสดู่ง" เป็นข้อความที่ใช้ในการเผยแพร่โครงการชุมชนคัดแยกขยะ	164	66	230
คิดเป็นร้อยละ	71.30	28.70	100.00
6. การคัดแยกขยะมูลฝอยเป็นขยะเปียก ขยะแห้ง ก่อนนำไปทิ้ง จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะมูลฝอย	227	3	230
คิดเป็นร้อยละ	98.70	1.30	100.00
7. ปัญหาขยะมูลฝอยนั้นเป็นปัญหาการบริหารจัดการของเทศบาลนครนทบุรี ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทิ้งขยะของประชาชน	194	36	230
คิดเป็นร้อยละ	84.35	15.65	100.00
8. การสูดดมกลิ่นเหม็นจากกองขยะมูลฝอยทุกวัน ในปริมาณเล็กน้อย ไม่มีผลต่อสุขภาพ	224	6	230
คิดเป็นร้อยละ	97.39	2.61	100.00
9. การนำขยะมูลฝอยประเภทพลาสติกและกระดาษ มาใช้เป็นวัสดุดิบเพื่อผลิตใหม่ที่เรียกว่า รีไซเคิล นั้นเป็นวิธีบำบัดประมาณขยะมูลฝอยวิธีหนึ่ง	229	1	230
คิดเป็นร้อยละ	99.57	0.43	100.00
10. ขยะมูลฝอยไม่เป็นปัญหาของเทศบาลนครนทบุรีแล้ว เนื่องจากปัจจุบันเทศบาลนครนทบุรีมีระบบการกำจัดขยะมูลฝอยที่ทันสมัย คัดแยกและทำลายขยะมูลฝอยได้	144	86	230
คิดเป็นร้อยละ	62.61	37.39	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ที่ถูกต้อง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ทราบว่า ขยะมูลฝอย ถือเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งของชุมชน และในจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ยังทราบว่า จุดมุ่งหมายหนึ่งของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เพื่อสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 99.57 ทราบว่า การนำขยะมูลฝอยประเภทพลาสติกและกระดาษ มาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตใหม่ ที่เรียกว่า รีไซเคิล นั้นเป็นวิธีลดปริมาณขยะมูลฝอยวิธีหนึ่ง และจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 98.70 ทราบว่า การคัดแยกขยะมูลฝอยเป็นขยะเปียก ขยะแห้ง ก่อนนำไปทิ้ง จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะมูลฝอย

สำหรับความรู้ที่ไม่ถูกต้องนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 37.39 ตอบว่า ขยะมูลฝอยไม่เป็นปัญหาของเทศบาลนครนนทบุรีแล้ว เนื่องจากปัจจุบันเทศบาลนครนนทบุรี มีระบบการกำจัดขยะมูลฝอยที่ทันสมัย คัดแยกและทำลายขยะมูลฝอยได้ รองลงมาคือ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 ตอบว่า "นครนนท์ เมืองสะอาด โปรดทิ้งขยะใส่ถุง" เป็นข้อความที่ใช้ในการเผยแพร่โครงการชุมชนคัดแยกขยะ และตอบผิด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 15.65 ตอบว่า ปัญหาขยะมูลฝอยนั้น เป็นปัญหาการบริหารจัดการของเทศบาลนครนนทบุรี ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการทิ้งขยะของประชาชน

ตารางที่ 5
แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำ (คะแนน 0 - 3)	-	-
ปานกลาง (คะแนน 4 - 6)	3	1.31
สูง (คะแนน 7 - 10)	227	98.69
รวม	230	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 98.69 มีความรู้ในระดับสูง รองลงมาคือ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.31 มีความรู้ในระดับปานกลาง ในขณะที่ไม่พบว่ามีผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะในระดับต่ำ

ตอนที่ 4 ความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะของประชาชน

ตารางที่ 6

แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะ	มีความรู้และความเข้าใจ		รวม
	ถูก	ผิด	
1. ท่านเข้าใจความหมายของคำว่า "คัดแยกขยะ" อย่างไร	203	27	230
คิดเป็นร้อยละ	88.26	11.74	100.00
2. ท่านเข้าใจความหมายของคำว่า "ขยะเปียก" อย่างไร	227	3	230
คิดเป็นร้อยละ	98.70	1.30	100.00
3. ท่านเข้าใจความหมายของคำว่า "ขยะแห้ง" อย่างไร	229	1	230
คิดเป็นร้อยละ	99.57	0.43	100.00
4. ท่านคิดว่า การแยกขยะก่อนนำทิ้ง จะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดปริมาณขยะมูลฝอยที่ต้องนำไปกำจัดลงได้	208	22	230
คิดเป็นร้อยละ	90.43	9.57	100.00
5. ถ้าเทศบาลนครนนทบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดเก็บขยะต้องการให้ท่านแยกขยะมูลฝอยเป็นขยะเปียกและขยะแห้งก่อนนำทิ้ง ท่านคิดว่าท่านจะทำหรือไม่	224	6	230
คิดเป็นร้อยละ	97.39	2.61	100.00
6. เพื่อให้การคัดแยกขยะมีความเป็นจริงยิ่งขึ้น ท่านคิดว่าเทศบาลนครนนทบุรี ควรจะดำเนินการโดย	128	102	230
คิดเป็นร้อยละ	55.65	44.35	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ที่ถูกต้อง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 99.57 ตอบคำถามที่ว่า ท่านเข้าใจความหมายของคำว่า "ชยะแห้ง" อย่างไร รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 98.70 ตอบคำถามที่ว่า ท่านเข้าใจความหมายของคำว่า "ชยะเปียก" อย่างไร และจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 97.39 ตอบคำถามที่ว่า ถ้าเทศบาลนครนนทบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดเก็บชยะ ต้องการให้ท่านแยกชยะมูลฝอยเป็นชยะเปียกและชยะแห้ง ก่อนนำทิ้งท่านคิดว่าท่านจะทำหรือไม่

สำหรับความรู้ที่ไม่ถูกต้องนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 44.35 ตอบคำถามที่ว่า เพื่อให้การคัดแยกชยะมีความเป็นจริงยิ่งขึ้น ท่านคิดว่าเทศบาลนครนนทบุรี ควรจะดำเนินการโดย.. รองลงมาคือ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 11.74 ตอบคำถามที่ว่า ท่านเข้าใจความหมายของคำว่า "คัดแยกชยะ" อย่างไร และจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.57 ตอบคำถามที่ว่า ท่านคิดว่า การแยกชยะก่อนนำทิ้ง จะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดปริมาณชยะมูลฝอยที่ต้องนำไปกำจัดลงได้

ตอนที่ 5 ทศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

ตารางที่ 7

แสดงจำนวนและร้อยละของทศนคติเกี่ยวกับโครงการคัดแยกขยะ ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ข้อความ	ทศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็นด้วย	3 ไม่แน่ใจ	2 ไม่เห็น ด้วย	1 ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
1. โครงการชุมชนคัดแยกขยะ สามารถสร้างจิตสำนึกของประชาชน เกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง	92	124	13	1	-	230	4.33
คิดเป็นร้อยละ	40.00	53.91	5.65	0.43	-	100.00	
2. โครงการชุมชนคัดแยกขยะ สามารถส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักลดวัน การทิ้งสิ่งของลงบนพื้นถนน	68	134	11	17	-	230	4.10
คิดเป็นร้อยละ	29.57	58.26	4.78	7.39	-	100.00	
3. การที่จะปลูกจิตสำนึกของประชาชนถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ควร กระทำตั้งแต่ในวัยเด็ก	178	47	4	1	-	230	4.75
คิดเป็นร้อยละ	77.39	20.43	1.74	0.44	-	100.00	
4. โครงการชุมชนคัดแยกขยะเป็นตัวอย่างที่ดีที่จะทำให้โครงการ รณรงค์เพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ตามมา	63	155	11	1	-	230	4.22
คิดเป็นร้อยละ	27.39	67.39	4.78	0.44	-	100.00	
5. ท่านคิดว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการชุมชนคัดแยก ขยะมีความแพร่หลายและต่อเนื่องดีอยู่แล้ว	17	122	71	19	1	230	3.59
คิดเป็นร้อยละ	7.39	53.04	30.87	8.26	0.44	100.00	
6. ท่านคิดว่าโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาที่แท้ จริงได้เลย เพราะเป็นการแก้ปัญหาปลายเหตุเท่านั้น	16	34	56	86	38	230	2.58
คิดเป็นร้อยละ	16.52	37.39	24.35	14.78	6.96	100.00	
7. ท่านคิดว่าโครงการชุมชนคัดแยกขยะนี้ทำให้ท่านให้ความร่วมมือใน การคัดแยกขยะเปียก ชยะแห้ง ในครัวเรือน	73	149	7	1	-	230	4.28
คิดเป็นร้อยละ	31.74	64.78	3.04	0.44	-	100.00	
8. โครงการชุมชนคัดแยกขยะ ควรจะเน้นแต่เฉพาะประชาชนที่อยู่ อาศัยประกอบอาชีพ ในเขตเทศบาลนครนนทบุรี เท่านั้น	4	2	6	94	124	230	1.56
คิดเป็นร้อยละ	1.74	0.87	2.61	40.87	53.91	100.00	

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับโครงการฯ กับข้อความที่ว่า โครงการชุมชนคัดแยกขยะ สามารถสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 53.91 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.33

สำหรับข้อความที่ว่า โครงการชุมชนคัดแยกขยะ สามารถส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักละเว้นการทิ้งสิ่งของลงบนพื้นถนน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 58.26 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 29.57 และไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.39 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.10

สำหรับข้อความที่ว่า การที่จะปลูกจิตสำนึกของประชาชนถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ควรกระทำตั้งแต่ในวัยเด็ก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความนี้ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 77.39 เห็นด้วย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 20.43 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.74 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.75

สำหรับข้อความที่ว่า โครงการชุมชนคัดแยกขยะเป็นตัวอย่างที่ดีที่จะทำให้โครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ตามมา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 67.39 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.78 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.22

สำหรับข้อความที่ว่า ท่านคิดว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความแพร่หลายและต่อเนื่องดีอยู่แล้ว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 53.04 ไม่แน่ใจ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 30.87 และไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.26 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.59

สำหรับข้อความที่ว่า ท่านคิดว่าโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาที่แท้จริงได้เลย เพราะเป็นการแก้ที่ปลายเหตุเท่านั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78 ไม่แน่ใจ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ

24.35 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความนี้ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 6.96 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.58

สำหรับข้อความที่ว่า ท่านคิดว่าโครงการชุมชนคัดแยกขยะนี้ทำให้ท่านให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะเปียก ขยะแห้ง ในครัวเรือน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 64.78 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 31.74 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.04 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.28

สำหรับข้อความที่ว่า โครงการชุมชนคัดแยกขยะ ควรจะเน้นแต่เฉพาะประชาชนที่อยู่อาศัย/ประกอบอาชีพ ในเขตเทศบาลนครนนทบุรีเท่านั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความนี้ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 53.91 ไม่เห็นด้วย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 40.87 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.61 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.56

ตอนที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

ตารางที่ 8

แสดงจำนวนและร้อยละของการได้รับความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสื่อ

ประเภทของสื่อ	ระดับการได้รับความรู้			รวม	ค่าเฉลี่ย		
	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อย				
สื่อเฉพาะกิจ	1. โปสเตอร์	89	129	12	230	2.33	
	คิดเป็นร้อยละ	38.69	56.09	5.22	100.00		
	2. แผ่นพับ	75	115	40	230	2.15	
	คิดเป็นร้อยละ	32.61	50.00	17.39	100.00		
	3. ใบปลิว	91	98	41	230	2.22	
	คิดเป็นร้อยละ	39.56	42.61	17.83	100.00		
	4. ป้ายโฆษณา	205	24	1	230	2.89	
	คิดเป็นร้อยละ	89.13	10.43	0.44	100.00		
	5. รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่	12	105	113	230	1.56	
	คิดเป็นร้อยละ	5.22	45.65	49.13	100.00		
	6. วิดีโอเทป	-	10	220	230	1.04	
	คิดเป็นร้อยละ	-	4.35	95.65	100.00		
	7. ถังขยะ	103	115	12	230	2.40	
	คิดเป็นร้อยละ	44.78	50.00	5.22	100.00		
	สื่อบุคคล	8. เจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี	32	111	87	230	1.76
		คิดเป็นร้อยละ	13.91	48.26	37.83	100.00	
		9. ประธานในหมู่บ้าน	8	61	161	230	1.33
			3.48	26.52	70.0	100.00	

สื่อเฉพาะกิจ

1. โปสเตอร์

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากโปสเตอร์ส่วนใหญ่ในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 56.09 รองลงมา จะได้รับความรู้จากสื่อประเภทดังกล่าวมากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 38.69 และจะได้รับความรู้จากโปสเตอร์น้อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.33

2. แผ่นพับ

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากแผ่นพับส่วนใหญ่ในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา จะได้รับความรู้จากสื่อประเภทดังกล่าวมากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 32.61 และจะได้รับความรู้จากแผ่นพับน้อย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.15

3. โบปลิว

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากโบปลิวส่วนใหญ่ในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 42.61 รองลงมา จะได้รับความรู้จากสื่อประเภทดังกล่าวมากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 39.56 และจะได้รับความรู้จากโบปลิวน้อย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.83 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.22

4. ป้ายโฆษณา

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากป้ายโฆษณาส่วนใหญ่ในระดับมากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 89.13 รองลงมา จะได้รับความรู้จากสื่อประเภทดังกล่าวในระดับปานกลาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.43 และจะได้รับความรู้จากโปสเตอร์น้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.44 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.89

5. รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ในระดับน้อย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 49.13 รองลงมา จะได้รับความรู้จากสื่อประเภทดังกล่าวในระดับปานกลาง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 45.65 และจะได้รับความรู้จากรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ในระดับมากที่สุดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.56

6. วีดีโอเทป

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากวีดีโอเทปส่วนใหญ่ในระดับน้อย จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 95.65 รองลงมา จะได้รับความรู้จากสื่อประเภทดังกล่าวในระดับ

ปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.35 ในขณะที่ไม่พบว่ามีผู้ที่มีความรู้จากวิดีโอเทปในระดับมากที่สุดเลย โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.04

7. ถึงขยะ

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากถึงขยะส่วนใหญ่ในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา จะได้รับความรู้จากสื่อประเภทดังกล่าวมากที่สุด จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 44.78 และจะได้รับความรู้จากถึงขยะน้อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.22 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.40

สื่อบุคคล

8. เจ้าพนักงานสุขาภิบาล

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากเจ้าพนักงานสุขาภิบาลส่วนใหญ่ในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 48.26 รองลงมา จะได้รับความรู้จากสื่อประเภทดังกล่าวน้อย จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 37.83 และจะได้รับความรู้จากเจ้าพนักงานสุขาภิบาลในระดับมากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.91 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.76

9. ประธานในหมู่บ้าน

จากข้อมูลที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากประธานในหมู่บ้านส่วนใหญ่ในระดับน้อย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมา จะได้รับความรู้จากสื่อประเภทดังกล่าวในระดับปานกลาง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 26.52 และจะได้รับความรู้จากประธานในหมู่บ้านในระดับมากที่สุดจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.48 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.33

ตอนที่ 7 ทศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของ
เทศบาลนครนนทบุรี

ตารางที่ 9

แสดงจำนวนและร้อยละของทศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์
ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อความ	ทศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย
	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็น ด้วย	3 ไม่แน่ ใจ	2 ไม่เห็น ด้วย	1 ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
1. ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เช่น ป้ายโฆษณา สามารถทำให้ท่านรู้จักโครงการชุมชนคัดแยกขยะเป็นอย่างดี	105	113	9	3	-	230	4.39
คิดเป็นร้อยละ	45.65	49.13	3.91	1.31	-	100.00	
2. สื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้ทำให้ท่านตระหนักถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะมูลฝอยมากยิ่งขึ้น	70	145	13	2	-	230	4.23
คิดเป็นร้อยละ	30.44	63.04	5.65	0.87	-	100.00	
3. ท่านคิดว่าเมื่อได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ทุกประเภทแล้วท่านรู้สึกพอใจเป็นอย่างมาก	47	150	25	8	-	230	4.03
คิดเป็นร้อยละ	20.43	65.22	10.87	3.48	-	100.00	
4. โปสเตอร์ ไม่สามารถทำให้ท่านรู้จักโครงการชุมชนคัดแยกขยะเท่าใดนัก	4	30	90	100	6	230	3.32
คิดเป็นร้อยละ	1.74	13.04	39.13	43.48	2.61	100.00	
5. สื่อโฆษณาป้ายรถเมล์ไม่สามารถกระตุ้นเตือนให้ประชาชนรักษาความสะอาดของบ้านเมืองเท่าใดนัก	6	41	77	100	6	230	3.26
คิดเป็นร้อยละ	2.61	17.82	33.48	43.48	2.61	100.00	
6. การจัดทำเอกสารและคู่มือเผยแพร่ต่าง ๆ ไม่สามารถทำให้ท่านรู้จักโครงการชุมชนคัดแยกขยะ	2	39	67	116	6	230	3.37
คิดเป็นร้อยละ	0.87	16.96	29.13	50.43	2.61	100.00	
7. สื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่งานสุขาภิบาลเป็นสื่อที่ดี เพราะสามารถแนะนำประชาชนเกี่ยวกับการคัดแยกขยะได้โดยตรง	47	134	37	11	1	230	3.93
คิดเป็นร้อยละ	20.43	58.26	16.09	4.78	0.44	100.00	
8. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า สื่อประชาสัมพันธ์ใด ๆ ต่างก็ไม่มีผลกับจิตสำนึกของผู้ที่ทิ้งขยะไม่เป็นที่ ควรจะมีมาตรการลงโทษที่เด็ดขาดดีกว่า	91	115	13	6	5	230	1.78
คิดเป็นร้อยละ	39.57	50.00	5.65	2.61	2.17	100.00	

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ กับข้อความที่ว่า ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เช่น ป้ายโฆษณา สามารถทำให้ท่านรู้จักโครงการชุมชนคัดแยกขยะเป็นอย่างดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 49.13 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 45.65 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.91 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.39

สำหรับข้อความที่ว่า สื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้ทำให้ท่านตระหนักถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะมูลฝอยมากยิ่งขึ้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 63.04 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 30.44 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.87 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.23

สำหรับข้อความที่ว่า ท่านคิดว่าเมื่อได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ทุกประเภทแล้วท่านรู้สึกพอใจเป็นอย่างมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 65.22 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 20.43 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.87 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.03

สำหรับข้อความที่ว่า โบปลิว ไม่สามารถทำให้ท่านรู้จักโครงการชุมชนคัดแยกขยะเท่าใดนัก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 43.48 ไม่แน่ใจ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13 และเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.32

สำหรับข้อความที่ว่า สื่อโฆษณาป้ายรถเมล์ไม่สามารถกระตุ้นเตือนให้ประชาชนรักษาความสะอาดของบ้านเมืองเท่าใดนัก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 43.48 ไม่แน่ใจ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 33.48 และเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.82 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.26

สำหรับข้อความที่ว่า การจัดทำเอกสารและคู่มือเผยแพร่ต่าง ๆ ไม่สามารถทำให้ท่านรู้จักโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้

จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 50.43 ไม่แน่ใจ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.13 และเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 16.96 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.37

สำหรับข้อความที่ว่า ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สื่อบุคคล คือ เจ้าพนักงานสุขภาพ เป็นสื่อที่ดี เพราะสามารถแนะนำประชาชนเกี่ยวกับการคัดแยกขยะได้โดยตรง จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 58.26 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 20.43 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.09 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.93

สำหรับข้อความที่ว่า ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า สื่อประชาสัมพันธ์ใด ๆ ต่างก็ไม่มีผลกับจิตสำนึกของผู้ที่ทิ้งขยะไม่เป็นที่ ควรจะมีมาตรการลงโทษที่เด็ดขาดดีกว่า ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีทัศนคติเห็นด้วยกับข้อความนี้ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 39.57 และไม่แน่ใจกับข้อความนี้ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.65 โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.78

ตารางที่ 10

แสดงจำนวนและร้อยละของระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์
ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อฯ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำ (คะแนน 19 - 23)	5	2.18
ปานกลาง (คะแนน 24 - 29)	157	68.26
สูง (คะแนน 30 - 34)	68	29.56
รวม	230	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 68.26 มีทัศนคติในระดับปานกลาง รองลงมาคือ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 29.56 มีทัศนคติในระดับสูงและจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.18 มีทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการชุมชนคัดแยกขยะในระดับต่ำ

ตารางที่ 11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นการประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
- ควรมีมาตรการลงโทษกับผู้ที่ไม่ร่วมมือคัดแยกขยะ	32	13.90
- ควรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการให้แพร่หลายและต่อเนื่อง	44	19.13
- ควรมีการปลูกฝังในเรื่องของการคัดแยกขยะตั้งแต่ในวัยเด็ก	40	17.40
- อยากให้รัฐบาลและภาคเอกชนสนับสนุนโครงการอย่างเต็มที่ เพื่อความสะอาดของบ้านเมือง	24	10.43
- เป็นโครงการที่ดี มีความน่าสนใจ และสร้างนิสัยที่ดีให้กับประชาชน จึงควรจัดทำโครงการชุมชนคัดแยกขยะให้ครอบคลุมทั่วประเทศ	28	12.16
- ควรจะจัดถังขยะเพิ่มมากขึ้น	13	5.70
- ควรรายงานความคืบหน้าของโครงการฯ อย่างต่อเนื่อง	10	4.34
- ควรมีกิจกรรมเกี่ยวกับโครงการฯ ให้กับประชาชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น	9	3.90
- ไม่ตอบ	30	13.04
รวม	230	100.00

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.13 มีความคิดเห็นว่าควรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการฯ ให้แพร่หลายและต่อเนื่อง รองลงมาคือ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 ควรมีการปลูกฝังในเรื่องของการคัดแยกขยะตั้งแต่ในวัยเด็ก และจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 ควรมีมาตรการลงโทษกับผู้ที่ไม่ร่วมมือคัดแยกขยะ และจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04 ไม่แสดงความคิดเห็น

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ตารางที่ 12

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะกับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ประเภทของสื่อ	ระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อ							
สื่อเฉพาะกิจ							
1. โปสเตอร์					2.598	2	0.273
ทุกวัน	81	1	-	82			
ร้อยละ	35.2	0.4	-	35.7			
3 ครั้ง/สัปดาห์	128	1	-	129			
ร้อยละ	55.7	0.4	-	56.1			
น้อย	18	1	-	19			
ร้อยละ	7.8	0.4	-	8.2			
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			
2. แผ่นพับ					0.890	2	0.641
ทุกวัน	54	1	-	55			
ร้อยละ	23.5	0.4	-	23.9			
3 ครั้ง/สัปดาห์	134	1	-	135			
ร้อยละ	58.3	0.4	-	58.7			
น้อย	39	1	-	40			
ร้อยละ	17.0	0.4	-	17.4			
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			
3. โบปลิว					0.385	2	0.825
ทุกวัน	64	1	-	65			
ร้อยละ	27.8	0.4	-	28.3			
3 ครั้ง/สัปดาห์	114	1	-	115			
ร้อยละ	49.6	0.4	-	50.0			

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	ระดับความรู้เกี่ยวกับ โครงการฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อ	น้อย	49	1	-	50		
	ร้อยละ	21.3	0.4	-	21.7		
	รวม	227	3	-	230		
	ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0		
4. ป้ายโฆษณา					1.598	2	0.450
ทุกวัน	ทุกวัน	201	2	-	203		
	ร้อยละ	87.4	0.9	-	88.2		
3 ครั้ง/สัปดาห์	3 ครั้ง/สัปดาห์	24	1	-	25		
	ร้อยละ	10.4	0.4	-	10.9		
น้อย	น้อย	2	-	-	2		
	ร้อยละ	0.9	-	-	0.9		
รวม	รวม	227	3	-	230		
	ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0		
5. รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่					9.451	2	0.009
ทุกวัน	ทุกวัน	6	1	-	7		
	ร้อยละ	2.6	0.4	-	3.0		
3 ครั้ง/สัปดาห์	3 ครั้ง/สัปดาห์	109	1	-	110		
	ร้อยละ	47.4	0.4	-	47.8		
น้อย	น้อย	112	1	-	113		
	ร้อยละ	48.7	0.4	-	49.2		
รวม	รวม	227	3	-	230		
	ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0		
6. วิดีโอเทป					0.138	1	0.710
ทุกวัน	ทุกวัน	-	-	-	-		
	ร้อยละ	-	-	-	-		
3 ครั้ง/สัปดาห์	3 ครั้ง/สัปดาห์	10	-	-	10		
	ร้อยละ	4.3	-	-	4.3		
น้อย	น้อย	217	3	-	220		
	ร้อยละ	94.3	1.3	-	95.7		
รวม	รวม	227	3	-	230		
	ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0		
7. ดังขยะ					1.020	2	0.601
ทุกวัน	ทุกวัน	88	2	-	90		
	ร้อยละ	39.3	0.9	-	39.1		

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	ระดับความรู้เกี่ยวกับ โครงการฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อ							
3 ครั้ง/สัปดาห์	127	1	-	128			
ร้อยละ	55.2	0.4	-	55.7			
น้อย	12	-	-	12			
ร้อยละ	5.2	-	-	5.2			
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			
สื่อบุคคล					0.689	2	0.709
8. เจ้าหน้าที่งานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี							
ทุกวัน	5	-	-	5			
ร้อยละ	2.2	-	-	2.2			
3 ครั้ง/สัปดาห์	124	1	-	125			
ร้อยละ	53.9	0.4	-	54.3			
น้อย	98	2	-	100			
ร้อยละ	42.6	0.9	-	43.5			
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			
9. ประธานในหมู่บ้าน					1.919	2	0.383
ทุกวัน	5	-	-	5			
ร้อยละ	2.2	-	-	2.2			
3 ครั้ง/สัปดาห์	84	-	-	84			
ร้อยละ	36.5	-	-	36.5			
น้อย	138	3	-	141			
ร้อยละ	60.0	1.3	-	61.3			
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			

จากผลที่ได้จากตารางจะเห็นว่าค่า X^2 ในส่วนของการทดสอบของความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประเภทรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประเภทเดียวที่มีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด (0.05) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

และค่า χ^2 ในส่วนของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทโปสเตอร์, แผ่นพับ, โบปลิว , ป้ายโฆษณา, วิดีโอเทป, ถังขยะ, เจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี และประธานในหมู่บ้าน เป็นสื่อที่มีค่ามากกว่า α ที่กำหนด (0.05) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าความรู้และความเข้าใจ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน ในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

สมมติฐานข้อที่ 2

ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ตารางที่ 13

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะกับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ประเภทของสื่อ ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อ	ระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		χ^2	df	Sig.
สื่อเฉพาะกิจ							
1. โปสเตอร์					14.162	4	0.273
ทุกวัน	29	50	3	82			
ร้อยละ	12.6	21.7	1.3	35.7			
3 ครั้ง/สัปดาห์	37	92	-	129			
ร้อยละ	16.1	40.0	-	56.1			
น้อย	2	15	2	19			
ร้อยละ	0.9	6.5	0.9	8.2			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
2. แผ่นพับ					13.219	4	0.010
ทุกวัน	21	32	2	55			
ร้อยละ	9.1	13.9	0.9	23.9			
3 ครั้ง/สัปดาห์	40	95	-	135			
ร้อยละ	17.4	41.3	-	58.7			
น้อย	7	30	3	40			
ร้อยละ	3.0	13.0	1.3	17.4			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	ระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
3. โปสเตอร์					10.915	4	0.028
ทุกวัน	22	42	1	65			
ร้อยละ	9.6	18.3	0.4	28.3			
3 ครั้ง/สัปดาห์	39	75	1	115			
ร้อยละ	17.0	32.6	0.4	50.0			
น้อย	7	40	3	50			
ร้อยละ	3.0	17.4	1.3	21.7			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
4. ป้ายโฆษณา					9.257	4	0.055
ทุกวัน	66	133	4	203			
ร้อยละ	28.7	57.8	1.7	88.2			
3 ครั้ง/สัปดาห์	1	23	1	25			
ร้อยละ	0.4	10.0	0.4	10.9			
น้อย	1	1	-	2			
ร้อยละ	0.4	0.4	-	0.9			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
5. รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่					2.118	4	0.714
ทุกวัน	1	6	-	7			
ร้อยละ	0.4	2.6	-	3.0			
3 ครั้ง/สัปดาห์	30	78	2	110			
ร้อยละ	13.0	33.9	0.9	47.8			
น้อย	37	73	3	113			
ร้อยละ	16.1	31.7	1.3	49.1			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
6. วิดีโอเทป					0.762	2	0.683
ทุกวัน	-	-	-	-			
ร้อยละ	-	-	-	-			
3 ครั้ง/สัปดาห์	2	8	-	10			
ร้อยละ	0.9	30.5	-	4.3			
น้อย	66	149	5	220			
ร้อยละ	28.7	64.8	2.5	95.7			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	ระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
7. ถึงขยะ					9.131	4	0.087
ทุกวัน	25	61	4	90			
ร้อยละ	10.9	26.5	1.7	39.1			
3 ครั้ง/สัปดาห์	41	87	-	128			
ร้อยละ	17.8	37.8	-	55.7			
น้อย	2	9	1	12			
ร้อยละ	0.9	3.9	0.4	5.2			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
สื่อบุคคล					11.673	4	0.020
8. เจ้าพนักงานสุขภาพเทศบาลนครนนทบุรี							
ทุกวัน	1	3	1	5			
ร้อยละ	0.4	1.3	0.4	2.2			
3 ครั้ง/สัปดาห์	32	92	1	125			
ร้อยละ	13.9	40.0	0.4	54.3			
น้อย	35	62	3	100			
ร้อยละ	15.2	27.0	1.3	43.5			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
8. ประธานในหมู่บ้าน					1.727	4	0.786
ทุกวัน	1	4	-	5			
ร้อยละ	0.4	1.7	-	2.2			
3 ครั้ง/สัปดาห์	28	55	1	84			
ร้อยละ	12.2	23.9	0.4	36.5			
น้อย	39	98	4	141			
ร้อยละ	17.0	42.6	1.7	61.3			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			

จากผลที่ได้จากตารางจะเห็นว่าค่า χ^2 ในส่วนของการทดสอบของความรู้และความเข้าใจ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประเภทแผ่นพับ, โบปลิว และเจ้าพนักงานสุขภาพเทศบาลนครนนทบุรี เป็นสื่อที่มีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด (0.05) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

และค่า χ^2 ในส่วนของสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประเภทโปสเตอร์, ป้ายโฆษณา, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่, วิทยุเทป, ถังขยะ และประธานในหมู่บ้าน เป็นสื่อที่มีค่ามากกว่า α ที่กำหนด (0.05) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

สมมติฐานข้อที่ 3

สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ตารางที่ 14

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะกับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ประเภทของสื่อ การได้รับความรู้จากสื่อ	ระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		χ^2	df	Sig.
สื่อเฉพาะกิจ 1. โปสเตอร์	มากที่สุด	88	1	-	4.909	2	0.086
	ร้อยละ	38.3	0.4	-			
	ปานกลาง	128	1	-			
	ร้อยละ	55.7	0.4	-			
	น้อย	11	1	-			
ร้อยละ	4.8	0.4	-	12	5.2		
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			
2. แผ่นพับ	มากที่สุด	75	-	-	1.604	2	0.448
	ร้อยละ	32.6	-	-			

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ การได้รับความรู้จากสื่อ	ระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ			รวม	Chi-Square Tests					
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.			
ปานกลาง	113	2	-	115	5.393	2	0.067			
ร้อยละ	49.1	0.9	-	50.0						
น้อย	39	1	-	40						
ร้อยละ	17.0	0.4	-	17.4						
รวม	227	3	-	230						
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0						
3. ใบปลิว										
มากที่สุด	90	1	-	91						
ร้อยละ	39.1	0.4	-	39.6						
ปานกลาง	98	-	-	98						
ร้อยละ	42.6	-	-	42.6						
น้อย	39	2	-	41						
ร้อยละ	17.0	0.9	-	17.8						
รวม	227	3	-	230						
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0						
4. ป้ายโฆษณา					1.713	2	0.425			
มากที่สุด	203	2	-	206						
ร้อยละ	88.3	0.9	-	89.1						
ปานกลาง	23	1	-	24						
ร้อยละ	10.0	0.4	-	10.5						
น้อย	1	-	-	1						
ร้อยละ	0.4	-	-	0.4						
รวม	227	3	-	230						
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0						
5. รดประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่					0.450	2	0.799			
มากที่สุด	12	-	-	12						
ร้อยละ	5.2	-	-	5.2						
ปานกลาง	104	1	-	105						
ร้อยละ	45.2	0.4	-	45.7						
น้อย	111	2	-	113						
ร้อยละ	48.3	0.9	-	49.1						
รวม	227	3	-	230						
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0						

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ การได้รับความรู้จากสื่อ	ระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
6. วิดีโอเทป					6.141	1	0.013
มากที่สุด	-	-	-	-			
ร้อยละ	-	-	-	-			
ปานกลาง	9	1	-	10			
ร้อยละ	3.9	0.4	-	4.3			
น้อย	218	2	-	220			
ร้อยละ	94.8	0.9	-	95.7			
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			
7. ถึงขยะ					0.653	2	0.722
มากที่สุด	101	2	-	103			
ร้อยละ	43.9	0.9	-	44.8			
ปานกลาง	114	1	-	115			
ร้อยละ	49.6	0.4	-	50.0			
น้อย	12	-	-	12			
ร้อยละ	5.2	-	-	5.2			
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			
8. เจ้าพนักงานสุขาภิบาล นครนนทบุรี					1.232	2	0.540
มากที่สุด	32	-	-	32			
ร้อยละ	13.9	-	-	13.9			
ปานกลาง	110	1	-	111			
ร้อยละ	47.8	0.4	-	48.3			
น้อย	85	2	-	87			
ร้อยละ	37.0	0.9	-	37.8			
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			
9. ประธานในหมู่บ้าน					0.164	2	0.921
มากที่สุด	8	-	-	8			
ร้อยละ	3.5	-	-	3.5			
ปานกลาง	60	1	-	61			
ร้อยละ	26.1	0.4	-	26.5			
น้อย	159	2	-	161			
ร้อยละ	69.1	0.9	-	70.0			

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ การที่ได้รับความรู้จากสื่อ	ระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
รวม	227	3	-	230			
ร้อยละ	98.7	1.3	-	100.0			

จากผลที่ได้จากตารางจะเห็นว่าค่า X² ในส่วนของการทดสอบของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทวิดีโอเทป เป็นสื่อประเภทเดียวที่มีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด (0.05) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

และค่า X² ในส่วนของสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประเภทโปสเตอร์, แผ่นพับ, โบปลิ้ว, ป้ายโฆษณา, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่, ถังขยะ, เจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี และประธานในหมู่บ้าน เป็นสื่อที่มีค่ามากกว่า α ที่กำหนด (0.05) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

สมมติฐานทางการวิจัย ข้อ 4

สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ตารางที่ 15

แสดงผลที่ได้จากการคำนวณ ทดสอบระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะกับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ประเภทของสื่อ การที่ได้รับความรู้จากสื่อ	ระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
สื่อเฉพาะกิจ 1. โปสเตอร์							
มากที่สุด	31	56	2	89	16.170	4	0.003
ร้อยละ	13.5	24.3	0.9	38.7			
ปานกลาง	36	92	1	129			
ร้อยละ	15.7	40.0	0.4	56.1			

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ การได้รับความรู้จากสื่อ	ระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
น้อย	1	9	2	12			
ร้อยละ	0.4	3.9	0.9	5.2			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
2. แผ่นพับ					20.167	4	0.000
มากที่สุด	22	52	1	75			
ร้อยละ	9.6	22.6	0.4	32.6			
ปานกลาง	41	74	-	115			
ร้อยละ	17.8	32.2	-	50.0			
น้อย	5	31	4	40			
ร้อยละ	2.2	13.5	1.7	17.4			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
3. โบปลิลา					11.068	4	0.026
มากที่สุด	33	57	1	91			
ร้อยละ	14.3	24.8	0.4	39.6			
ปานกลาง	31	65	2	98			
ร้อยละ	13.5	28.3	0.9	42.6			
น้อย	4	35	2	41			
ร้อยละ	1.7	15.2	0.9	17.8			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
4. ป้ายโฆษณา					6.565	4	0.161
มากที่สุด	66	135	4	205			
ร้อยละ	28.7	58.7	1.7	89.1			
ปานกลาง	2	21	1	24			
ร้อยละ	0.7	9.1	0.4	10.5			
น้อย	-	1	-	1			
ร้อยละ	-	0.4	-	0.4			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			
5. รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่					11.670	4	0.020
มากที่สุด	1	11	-	12			
ร้อยละ	0.4	4.8	-	5.2			
ปานกลาง	24	80	1	105			
ร้อยละ	10.4	34.8	0.4	45.7			

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ การได้รับความรู้จากสื่อ	ระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
น้อย ร้อยละ	43	66	4	113			
	18.7	28.7	1.7	49.1			
รวม ร้อยละ	68	157	5	230			
	29.6	68.3	2.2	100.0			
6. วิดีโอเทป	มากที่สุด ร้อยละ	-	-	-	2.305	2	0.316
	ปานกลาง ร้อยละ	1	9	-			
น้อย ร้อยละ	67	148	5	220			
	29.1	64.3	2.2	95.7			
รวม ร้อยละ	68	157	5	230			
	29.6	68.3	2.2	100.0			
7. ถังขยะ	มากที่สุด ร้อยละ	22	77	4	8.792	4	0.067
	ปานกลาง ร้อยละ	43	71	1			
น้อย ร้อยละ	3	9	-	12			
	1.3	3.9	-	5.2			
รวม ร้อยละ	68	157	5	230			
	29.6	68.3	2.2	100.0			
สื่อบุคคล 8. เจ้าหน้าที่งานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี	มากที่สุด ร้อยละ	7	25	-	1.232	2	0.540
	ปานกลาง ร้อยละ	32	78	1			
น้อย ร้อยละ	29	54	4	87			
	12.6	23.5	1.7	37.8			
รวม ร้อยละ	68	157	5	230			
	29.6	68.3	2.2	100.0			
9. ประธานในหมู่บ้าน	มากที่สุด ร้อยละ	5	3	-	5.920	4	0.205
	ปานกลาง ร้อยละ	29	78	1			
น้อย ร้อยละ	3	9	-	12			
	1.3	3.9	-	5.2			
รวม ร้อยละ	68	157	5	230			
	29.6	68.3	2.2	100.0			

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ การได้รับความรู้จากสื่อ	ระดับทัศนคติเกี่ยวกับสื่อฯ			รวม	Chi-Square Tests		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ		X ²	df	Sig.
ปานกลาง	21	39	1	61			
ร้อยละ	9.1	17.0	0.4	26.5			
น้อย	42	115	4	161			
ร้อยละ	18.3	50.0	1.7	70.0			
รวม	68	157	5	230			
ร้อยละ	29.6	68.3	2.2	100.0			

จากผลที่ได้จากตารางจะเห็นว่าค่า X^2 ในส่วนของการทดสอบของสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประเภทโปสเตอร์, แผ่นพับ, ใบปลิว และรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อที่มีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนด (0.05) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

และค่า X^2 ในส่วนของสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประเภทป้ายโฆษณา, วิทยุไอเทป, ถังขยะและเจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี, ประธานในหมู่บ้าน เป็นสื่อที่มีค่ามากกว่า α ที่กำหนด (0.05) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ระหว่าง กุมภาพันธ์ - กันยายน 2541 มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคัดแยกขยะที่มีต่อความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
5. เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะซึ่งมีความแตกต่างกันทางด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

สมมติฐานในการศึกษาประกอบด้วย

1. ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
2. ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
3. สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
4. สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

สำหรับวิธีการวิจัยนั้น ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) โดยการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงหรือการสุ่มตัวอย่างโดยมีจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลล์ จำนวนรวมทั้งสิ้น 230 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถาม 7 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ส่วนที่ 4 ความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะของประชาชน ส่วนที่ 5 ทศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ส่วนที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ส่วนที่ 7 ทศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS โดยใช้ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปทางคุณลักษณะด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi – Square) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยเรียงตามลำดับดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
2. ผลการวิเคราะห์ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
3. ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
4. ผลการวิเคราะห์ความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะของประชาชน
5. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
6. ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
7. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
8. ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวนทั้งสิ้น 230 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง 145 คน คิดเป็นร้อยละ 63.04 ชาย 85 คน คิดเป็นร้อยละ 36.96 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.26 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.57 อาชีพ คือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.00

2. ผลการวิเคราะห์ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

สื่อเฉพาะกิจ

ได้แก่ โปสเตอร์, แผ่นพับ, โบปลิว, ป้ายโฆษณา, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่, วิทยุโอบ, ถึงขยะ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อประเภทป้ายโฆษณา, โปสเตอร์, ถึงขยะเป็นประจำทุกวัน และจะเปิดรับสื่อประเภท แผ่นพับ, โบปลิว ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ และส่วนใหญ่แล้วจะเปิดรับสื่อประเภทรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่, วิทยุโอบ น้อย อาจเนื่องมาจากสื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้มีการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนได้ทราบน้อยครั้งเกินไป จึงเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประเภทดังกล่าว น้อย

สื่อบุคคล

ได้แก่ เจ้าพนักงานสุขาภิบาล และประธานในหมู่บ้าน พบว่าประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อประเภทเจ้าพนักงานสุขาภิบาลประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์ เนื่องจากเจ้าพนักงานสุขาภิบาลจะคอยให้คำแนะนำกับประชาชนในเรื่องของการคัดแยกขยะ ดังนั้นจึงต้องทำการประชาสัมพันธ์กับประชาชนให้บ่อยครั้ง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะให้กับประชาชน ส่วนสื่อประเภทประธานในหมู่บ้าน จะเปิดรับสื่อประเภทนี้น้อย เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการประมาณเดือนละ 1 ครั้ง จึงเป็นสื่อที่ประชาชนเปิดรับน้อย

3. ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะในระดับสูง คือ ร้อยละ 98.69 โดยทราบว่า ขยะมูลฝอยถือเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งของชุมชน มากที่สุดรองลงมาคือ ทราบว่า จุดมุ่งหมายหนึ่งของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เพื่อสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง ทั้งนี้เนื่องจากว่า โครงการดังกล่าวเน้นว่า เป็นโครงการ

ที่ตระหนักและคำนึงถึงเรื่องของการรักษาความสะอาดของบ้านเมือง ดังนั้น เมื่อมีการรณรงค์ในเรื่องดังกล่าวโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ในหลายรูปแบบ จึงได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไปเป็นอย่างดี

4. ผลการวิเคราะห์ความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะของประชาชน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะมากที่สุด ในเรื่องของความหมายของคำว่า ขยะแห้ง รองลงมาคือ ความหมายของคำว่า ขยะเปียก ซึ่งเป็นเพราะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โบปลิว, โปสเตอร์ เป็นต้น ของเทศบาลนครนนทบุรี สามารถทำให้ประชาชนจดจำข้อความเกี่ยวกับความหมายของขยะแห้งและขยะเปียกกว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งจะมีผลทำให้ประชาชนร่วมมือกันคัดแยกขยะก่อนนำทิ้งได้ถูกต้อง

5. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ในระดับมากที่สุด โดยเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่ว่า การที่จะปลูกจิตสำนึกของประชาชนถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ควรกระทำตั้งแต่ในวัยเด็ก มากที่สุด รองลงมาคือ โครงการชุมชนคัดแยกขยะสามารถสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่า สอดคล้องกับผลการศึกษาในส่วนของความรู้เกี่ยวกับโครงการคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ที่ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับโครงการดังกล่าว ในแง่ที่ว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง จึงส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ถูกต้องตามมาด้วย

6. ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

สื่อเฉพาะกิจ

ได้แก่ โปสเตอร์, แผ่นพับ, โบปลิว, ป้ายโฆษณา, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่, วีดีโอเทป, ถังขยะ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อประเภทป้ายโฆษณา, ถังขยะ และโบปลิวในระดับสูง รองลงมาคือ ประชาชนจะเปิดรับสื่อประเภท แผ่นพับ ในระดับปานกลาง

สื่อบุคคล

ได้แก่ เจ้าพนักงานสุขาภิบาล, ประธานในหมู่บ้าน ประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อจากเจ้าพนักงานสุขาภิบาลในระดับปานกลาง และเปิดรับสื่อประเภทประธานในหมู่บ้านในระดับน้อย

เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการประมาณเดือนละ 1 ครั้ง จึงเป็นสื่อที่ประชาชนเปิดรับน้อย

7. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ในระดับสูง โดยมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่ว่า ท่านคิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เช่นป้ายโฆษณา สามารถทำให้ท่านรู้จักโครงการชุมชนคัดแยกขยะเป็นอย่างดี รองลงมาคือ มีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่ว่า สื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้ ทำให้ท่านตระหนักถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะมูลฝอยมากยิ่งขึ้น จึงสอดคล้องกับแนวคิดของ Roger ว่า การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งแล้ว จะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งส่งผลทำให้เกิดทัศนคติ และก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ตามมา

8. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ในส่วนของความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเดียวในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท โปสเตอร์, แผ่นพับ, ใบปลิว, ป้ายโฆษณา, การประชุมคณะกรรมการชุมชน, วิทยุโอเทป, ถังขยะ และเจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2

ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ในส่วนของความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทแผ่นพับ, โบปลิว, เจ้าพนักงานสุขาภิบาล เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และในส่วนของความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์, ป้ายโฆษณา, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่, วิทยุโอบ, ถึงขยะ และประธานในหมู่บ้าน เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3

สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ในส่วนของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ประเภทวิทยุโอบ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเดียวในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรีที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และในส่วนของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทโปสเตอร์, แผ่นพับ, โบปลิว, ป้ายโฆษณา, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่, ถึงขยะ, เจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี และประธานในหมู่บ้าน เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4

สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ในส่วนของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ประเภทโปสเตอร์, แผ่นพับ, โบปลิว, รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

และในส่วนของสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทป้ายโฆษณา, วิทยุโอบ, ดังขยะ, เจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี และประธานในหมู่บ้าน เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การอภิปรายผล

ความถี่ในการเปิดรับสื่อรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของประชาชนในหมู่บ้านบุญโตปาร์ค วิลลิ่งที่มากน้อยต่างกันจะทำให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะที่ต่างกันไป แสดงให้เห็นว่าสื่อรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่เป็นสื่อเฉพาะกิจที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะได้เป็นอย่างดีและเมื่อประชาชนที่เปิดรับมากก็จะมีความรู้มากกว่าประชาชนที่เปิดรับน้อยกว่า เนื่องจากสื่อรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่เป็นสื่อที่ทางโครงการฯ จัดทำโดยมีการเผยแพร่ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะ และสามารถเข้าถึงประชาชนได้ดี โดยมีความเหมาะสมกับสภาพของท้องถิ่นและความพร้อมของผู้รับสารที่จะเปิดรับ (Wilbur Schramm, 1973 : 125) จึงทำให้ผู้รับสารได้รับความรู้อย่างเต็มที่เมื่อมีการเปิดรับ

โครงการชุมชนคัดแยกขยะ สามารถใช้สื่อแผ่นพับและเจ้าหน้าที่พนักงานของโครงการฯ ในการสร้างทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อโครงการฯ จากการวิจัยพบว่าความถี่ในการเปิดรับสื่อดังกล่าวจะมีผลต่อทัศนคติของประชาชน สำหรับสื่อเจ้าหน้าที่พนักงานสุขาภิบาลเป็นสื่อบุคคลที่สามารถทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้เกิดความร่วมมือเป็นอย่างดี (Katz and Lazarsfeld, 1955 : 27) ส่วนสื่อแผ่นพับเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อปลูกฝังค่านิยมสร้าง ความเข้าใจแก่ผู้รับสารโดยใช้ข้อความและภาพง่ายๆ ง่ายๆ ผู้อ่านด้วยภาพประกอบตัวอักษรและสี (อนันต์ธนา อังกินันท์, 2524 : 7-8) จึงทำให้สื่อดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือและจะ

เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการแพร่กระจายนวัตกรรมและการยอมรับข่าวสารจากสื่อ (Caribbean Food and Nutrition Institute, 1976 : 6)

สื่อเฉพาะกิจประเภทวิทยุมีความสัมพันธ์กับความรู้ที่ประชาชนได้รับความรู้ความเข้าใจในตัวโครงการฯ มากขึ้นเพราะคุณสมบัติของสื่อที่มีภาพเคลื่อนไหว มีสี และเสียง ที่น่าสนใจ เมื่อผู้รับสารเปิดรับก็จะเลือกให้ความสนใจก่อให้เกิดการรับรู้และการจดจำเนื้อหาสาระในส่วนที่ผู้รับสารต้องการจำ จึงเกิดเป็นความรู้ที่สะสมตามกระบวนการเลือกรับสาร (Klapper, 1960)

จากการวิจัยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (สก๊อต เอ็ม.คัทลิป และแอลเลน เอช.เซนเตอร์, 1978 : 139) ยังพบว่าแผนงานของโครงการที่ได้กำหนดไว้นั้นเมื่อได้นำไปปฏิบัติการสื่อสารแล้วพบว่าประสบผลสัมฤทธิ์และมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงคือ ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อของประชาชนในหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลล์ในเขตเทศบาลนครนนทบุรีมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะ ประชาชนที่เปิดรับสื่อน้อยก็จะได้ความรู้ที่น้อยและสำหรับสื่อที่ประชาชนที่เปิดรับมากก็จะได้ความรู้มากด้วย เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบของการสื่อสารแล้วประชาชนในฐานะผู้รับสารก็จะสามารถรับข่าวสารและความรู้ได้จากการเปิดรับสื่อ ถ้าประชาชนเปิดรับสื่อมากก็จะได้ความรู้มากขึ้น จึงทำให้ทราบว่า การประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อต่าง ๆ ของโครงการนั้นควรจะพิจารณาถึงความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ไปยังประชาชนในหมู่บ้านด้วย สำหรับการพิจารณาการเลือกใช้สื่อ ในแต่ละประเภทนั้น สื่อประเภทเฉพาะกิจจะเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับโครงการมากเนื่องจากเป็นสื่อที่สร้างขึ้นมาเพื่อติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะสำหรับการเผยแพร่ความรู้และข่าวสาร (Wilbur Schramm, 1973 : 125) และการเลือกใช้สื่อก็ควรจะคำนึงถึงประสิทธิผลของการสื่อสารด้วย (ประเมสเตรท, 2527 : 59) จากการวิจัยทำให้พบว่าสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ความรู้และข่าวสารสำหรับโครงการได้แก่ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบปลิว โปสเตอร์ และเสริมด้วยเจ้าหน้าที่พนักงานสุขาภิบาล ซึ่งสื่อต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสื่อที่โครงการใช้อยู่แล้ว และเนื่องจากคุณสมบัติและลักษณะของสื่อแต่ละประเภทที่ต่างกัน กล่าวคือ

ป้ายโฆษณาเป็นสื่อที่ประชาชนเปิดรับมากที่สุดเนื่องจากขนาดใหญ่ สีฉูดฉาดตา สำหรับผู้ที่ผ่านไปมาบริเวณทางแยกในหมู่บ้านตลอดจนการนำเสนอที่ง่ายต่อการเข้าใจ ซึ่งเหมาะสำหรับการก่อให้เกิดการรับรู้ และอธิบายเหตุการณ์สำคัญ ๆ ตลอดจนสรุปสาระสำคัญ ๆ เนื่อง

จากการเห็นด้วยตามสามารถสร้างความคิดรวบยอดแก่ผู้ดูได้มากถึง 75 % (วัณนะ จุฑะวิภาค, 2523 : 77-86)

โปสเตอร์ที่ติดไว้ใกล้ ๆ กับถังขยะ จะสามารถช่วยเตือนผู้ที่ทิ้งขยะว่าควรทิ้งขยะแบบไหนในถังสีอะไร แต่จะไม่มีรายละเอียดมากเท่ากับแผ่นพับ

สื่อถังขยะ จะมีข้อความบอกถึงชนิดของขยะ ได้แก่ ขยะเปียก และ ขยะแห้ง ติดเอาไว้ที่ถังขยะ และมีการแยกสีให้เห็นเด่นชัด คือ ถังขยะสีเหลือง จะเป็นขยะแห้ง และถังขยะสีเขียว จะเป็นขยะเปียก เพื่อที่จะให้ประชาชนมีการคัดแยกขยะที่ถูกต้องยิ่งขึ้น

แผ่นพับจะแจกให้กับประชาชนตามบ้านพักอาศัย ซึ่งจะมีรายละเอียดและคำอธิบายที่มากกว่าสื่อโปสเตอร์และป้ายโฆษณาด้วยคุณสมบัติที่สามารถพกพาได้สะดวก

สำหรับสื่อรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่และเจ้าพนักงานสุขาภิบาล จากการสอบถามเพิ่มเติมพบว่าทาง เทศบาลนครนนทบุรี จะใช้สื่อรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่และเจ้าพนักงานสุขาภิบาลควบคู่กันไป แต่เนื่องจากงบประมาณมีอย่างจำกัด จึงทำให้การจัดหาเจ้าพนักงานสุขาภิบาลและรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ต้องให้สอดคล้องกับงบประมาณด้วย

อย่างไรก็ดีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระยะต่อไปสำหรับโครงการนี้ควรจะเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อการย้าเตือนและเน้นการสร้างทัศนคติที่ดีให้กับประชาชนมากกว่าเป็นการสอนประชาชนให้ทราบถึงประโยชน์และผลเสียของการคัดแยกขยะเนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ได้รับความรู้มากเพียงพออยู่แล้ว แต่ประชาชนยังมีระดับของทัศนคติเกี่ยวกับโครงการที่ยังต่ำกว่าระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการจึงเป็นจุดอ่อนสำหรับโครงการ ดังนั้นจึงควรจะเน้นการสร้างทัศนคติที่ดีเพราะการมีทัศนคติที่ดีจะนำไปสู่การยอมรับและความร่วมมือในการปฏิบัติตลอดจนสร้างจิตสำนึกของประชาชนให้ปฏิบัติอย่างถูกวิธีได้ โดยควรใช้สื่อต่าง ๆ ดังนี้ ป้ายโฆษณา แผ่นพับและโปสเตอร์ที่ใช้อยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้สอดคล้องกับการสร้างทัศนคติ และย้าเตือนให้เกิดพฤติกรรมคัดแยกขยะ และควรเสริมด้วยเจ้าพนักงานสุขาภิบาล เนื่องจากจะเป็นตัวกลางสำคัญในการโน้มน้าวใจ และมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าสื่ออื่น ๆ (Rogers, 1973 :295) และสื่อบุคคลยังทำให้เกิดการยอมรับที่จะร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด (Katz E., 1955 : 32)

จากการประเมินผลโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ระหว่าง กุมภาพันธ์ – กันยายน 2541 นี้ พบว่า เป็นการประเมินผลการทำงานจริงของโครงการ โดยมีการ กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย งบประมาณ วิธีการดำเนินการ ผลที่คาดว่าจะได้รับ อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วีรพล สุวรรณมันต์ (2525 : 64-68) ที่ว่า การประเมินผลการทำงาน เป็นการประเมินผลเพื่อให้ทราบว่า วัตถุประสงค์ของโครงการสอดคล้องกับความต้องการของ สังคม หรือประชาชนเพียงใด ผลของโครงการคุ้มเงินลงทุนหรือไม่ และโครงการนี้จะมีการประเมิน ผลการดำเนินงานทุกเดือน ซึ่งมีจะรายงานผลการปฏิบัติงานทุกสัปดาห์แรกของเดือน โดยทาง เทศบาลนครนนทบุรี จะทำการประเมินผลถึงจำนวนสัปดาห์ที่จัดเก็บขยะตามหมู่บ้าน, น้ำหนัก/ชนิด ของวัสดุ, จำนวนบ้านที่ทิ้งขยะแห้ง และนำเงินที่คัดแยกขยะแห้งตามหมู่บ้านไปขาย เพื่อเข้างบประมาณของเทศบาลฯต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไกรยุทธ ธีรยาสินันท์ (2533 : 73-108) กล่าวว่า การประเมินผลขณะมีการปฏิบัติงาน คือ การปฏิบัติงานไปประเมินผลเป็นระยะ ๆ ตลอด เวลาที่ปฏิบัติงาน การประเมินผลแบบนี้จะช่วยให้ได้ข้อมูล อันจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการ ดำเนินงานอยู่เสมอ และในปี 2542 ทางเทศบาลนครนนทบุรี จะจัดทำโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เพิ่มขึ้นอีก เนื่องจากประชาชนให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะเป็นอย่างดี ซึ่งบรรลุวัตถุประสงค์ที่ ตั้งไว้ และสามารถสร้างจิตสำนึกของประชาชนถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

สภาพสังคมในทุกวันนี้ มีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะปัญหาขยะมูลฝอย นับว่า เป็นปัญหาของสิ่งแวดล้อมปัญหาหนึ่ง ที่สร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นในสังคมอย่างมีอานุภาพได้ เพราะนอกจากจะก่อให้เกิดมลภาวะต่อสภาพสิ่งแวดล้อมในสังคมแล้ว ยังส่งผลต่อค่านิยม ทศนคติ ของคนในสังคมที่แสดงถึงความไร้ระเบียบวินัย ตลอดจนการขาดจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อ สภาพแวดล้อม อันส่งผลกระทบต่อภาพรวมของประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องรีบทำการแก้ไขพัฒนาให้ดีขึ้น ดังนั้น ทางเทศบาลนครนนทบุรี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา ดังกล่าว จึงได้จัดทำโครงการชุมชนคัดแยกขยะขึ้น เพื่อปลูกฝังให้ประชาชนมีการคัดแยกขยะเปียก ขยะแห้ง ในครัวเรือน และสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง จึงนำมาสู่การ ศึกษาวิจัย เรื่องการประเมินผลโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี ระหว่าง กุมภาพันธ์ – กันยายน 2541

ข้อเสนอแนะสำหรับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

1. จากการวิจัยครั้งนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนเปิดรับมากที่สุด คือ ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์ และถังขยะ เพราะเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดและเผยแพร่ความรู้ สร้างทัศนคติเกี่ยวกับโครงการและสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ จึงควรปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อประเภทนี้ให้มีความต่อเนื่องมากขึ้น
2. จากผลการวิจัย มีข้อเสนอแนะจากประชาชน ดังนี้
 - 2.1 ควรมีมาตรการลงโทษกับผู้ที่ไม่ให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะ เพื่อให้ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะก่อนนำทิ้งลงถัง
 - 2.2 การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ มีการแพร่หลายที่น้อยเกินไป ควรมีการแพร่หลายที่มากกว่านี้ และต่อเนื่องจึงจะเกิดผล
 - 2.3 ควรมีการปลูกฝังในเรื่องของการคัดแยกขยะตั้งแต่ในวัยเด็ก ซึ่งถือเป็นวัยที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศชาติในอนาคต
 - 2.4 อยากให้รัฐบาลและภาคเอกชนสนับสนุนโครงการอย่างเต็มที่ เพื่อความสะดวกสบายของบ้านเมือง
 - 2.5 เป็นโครงการที่ดี มีความน่าสนใจ และสร้างนิสัยที่ดีให้กับประชาชน จึงควรจัดทำโครงการนี้ ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
 - 2.6 ควรจัดให้มีถังขยะเพิ่มมากขึ้นให้พอเพียงกับปริมาณขยะที่ประชาชนต้องนำมาทิ้ง
 - 2.7 ควรรายงานความคืบหน้าของโครงการอย่างต่อเนื่อง
 - 2.8 ควรจัดกิจกรรมเกี่ยวกับโครงการให้กับประชาชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น เช่น จัดประกวดคำขวัญเกี่ยวกับโครงการคัดแยกขยะ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการวิจัยในทำนองเดียวกันนี้ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างให้กว้างขวางขึ้น เช่น ศึกษาประชาชนในจังหวัดอื่น ๆ ที่กำลังมีการรณรงค์ในเรื่องของการคัดแยกขยะ เป็นต้น จะทำให้ได้แง่มุมต่าง ๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละสื่อที่มีอยู่ในโครงการโดยละเอียด คือ ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการวางแผนการประชาสัมพันธ์ได้ชัดเจนมากขึ้น

3. ควรมีการวิจัยถึงผู้ที่ได้รับผลจากโครงการโดยตรง เช่น ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่มีการรณรงค์เกี่ยวกับโครงการ เนื่องจากประชาชนเหล่านั้นมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของโครงการเป็นอย่างยิ่ง ถ้าประชาชนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อโครงการ จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานได้ ถ้ามีการศึกษาจะทำให้สามารถวางแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพพจน์หรือเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อไป

4. ควรมีการศึกษาถึงเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในโครงการนี้อีกด้านหนึ่งด้วย ทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานมีความสำคัญต่อโครงการอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงาน หากผู้ปฏิบัติงานมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการแล้ว ก็จะส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าแก่โครงการ แต่ถ้าไม่ดีแล้วอาจเกิดผลเสียหรือความล่าช้าในการดำเนินงาน ผลการศึกษาที่ได้จะนำไปเป็นประโยชน์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ภายในให้เกิดประโยชน์ต่อไป

5. ควรวิจัยถึงมูลเหตุในความไม่ตระหนักถึงความสำคัญของขยะมูลฝอยและการไม่ร่วมมือในการคัดแยกขยะว่าเกิดจากสาเหตุใด เช่น การที่ประชาชนไม่ทราบถึงผลดีหรือผลเสียและประโยชน์ที่ได้รับจากการคัดแยกขยะ จึงทำให้ประชาชนไม่ให้ความร่วมมือ เป็นต้น

๕๒๕

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง

การประเมินผลโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี
ตั้งแต่ กุมภาพันธ์ - กันยายน 2541

จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับประกอบการศึกษาวิจัย
ในหลักสูตรการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสิ่งแวดล้อม ปีการศึกษา 2541

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 7 ตอน และมีจำนวนทั้งสิ้น 4 หน้า
โดยแบ่งสื่อที่ใช้สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สื่อเฉพาะกิจ

ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา วีดีโอเทป รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ ถังขยะ

2. สื่อบุคคล

ได้แก่ เจ้าพนักงานสุขาภิบาลเทศบาลนครนนทบุรี ประธานในหมู่บ้าน

ตอนที่ 1 ประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ
โครงการชุมชนคัดแยกขยะ

ตอนที่ 3 ประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ของโครงการคัดแยกขยะ

ตอนที่ 4 ประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจในการคัดแยกขยะ

ตอนที่ 5 ประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของโครงการคัดแยกขยะ

ตอนที่ 6 ประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการคัดแยกขยะ

ตอนที่ 7 ประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการคัดแยกขยะ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

แบบสอบถาม

เรื่อง

การประเมินผลโครงการชุมชนคัดแยกขยะของเทศบาลนครนนทบุรี

ตั้งแต่ กุมภาพันธ์ - กันยายน 2541

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าข้อความที่ท่านต้องการ
1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี 50 ปี ขึ้นไป
3. การศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ นักเรียนนักศึกษา รับจ้าง แม่บ้าน พนง.รัฐวิสาหกิจ
 ค้าขาย ข้าราชการ พนง.บริษัท อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ความรู้และความเข้าใจการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

1. ท่านเคยได้ยินเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะหรือไม่
 เคย ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)

กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าข้อความที่ท่านต้องการ

ท่านได้ทราบหรือรับรู้เรื่องราว ข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับการคัดแยกขยะมูลฝอยของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ จากสื่อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ บ่อยครั้งเพียงใด

- โดยกำหนดให้ 3 หมายถึง การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนั้น ๆ ทุกวัน
 2 หมายถึง การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนั้น ๆ ประมาณ 3 ครั้ง/สัปดาห์
 1 หมายถึง การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนั้น ๆ น้อย

ประเภทของสื่อ	3	2	1
สื่อเฉพาะกิจ			
โปสเตอร์			
แผ่นพับ			
ใบปลิว			
ป้ายโฆษณา			
รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่			
วิดีโอเทป			
ถังขยะ			
สื่อบุคคล			
เจ้าพนักงานสุขาภิบาล เทศบาลนครนนทบุรี			
ประธานในหมู่บ้าน			

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่เห็นว่าถูก และ X หน้าข้อความที่เห็นไม่ถูกต้อง

1. ขยะมูลฝอย ถือเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งของชุมชน
2. จุดมุ่งหมายหนึ่งของโครงการชุมชนคัดแยกขยะ เพื่อสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง
3. โครงการชุมชนคัดแยกขยะนี้อยู่ภายใต้การดำเนินงานของกองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี
4. ผู้รับผิดชอบโครงการชุมชนคัดแยกขยะ คือ ปลัดเทศบาล
5. "นครนนท์ เมืองสะอาด โปรดทิ้งขยะใส่ถุง" เป็นข้อความที่ใช้ในการเผยแพร่โครงการชุมชนคัดแยกขยะ
6. การคัดแยกขยะมูลฝอยเป็นขยะเปียก ขยะแห้ง ก่อนนำไปทิ้ง จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะมูลฝอย
7. ปัญหาขยะมูลฝอยนั้นเป็นปัญหาการบริหารจัดการของเทศบาลนครนนทบุรี ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกาการทิ้งขยะของประชาชน
8. การสูดดมกลิ่นเหม็นจากกองขยะมูลฝอยทุกวัน ในปริมาณเล็กน้อย ไม่มีผลต่อสุขภาพ
9. การนำขยะมูลฝอยประเภทพลาสติกและกระดาษ มาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตใหม่ที่เรียกว่า รีไซเคิล นั้น เป็นวิธีลดปริมาณขยะมูลฝอยวิธีหนึ่ง
10. ขยะมูลฝอยไม่เป็นปัญหาของเทศบาลนครนนทบุรีแล้ว เนื่องจากปัจจุบันเทศบาลนครนนทบุรีมีระบบการกำจัดขยะมูลฝอยที่ทันสมัย คัดแยกและทำลายขยะมูลฝอยได้

ตอนที่ 4 ความรู้และความเข้าใจของประชาชนในการคัดแยกขยะ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านต้องการ

1. ท่านเข้าใจความหมายของคำว่า "คัดแยกขยะ" อย่างไร
 - เป็นวิธีที่ช่วยลดปริมาณขยะในชุมชน ทำให้สภาพแวดล้อมน่าอยู่มากขึ้น
 - เป็นการนำขยะแยกไว้ เพื่อขายให้ผู้รับซื้อของเก่า
 - เป็นการทิ้งขยะโดยใส่ถุงรวมกับขยะประเภทอื่น ๆ ก่อนนำไปใส่ถังขยะหรือนำไปทิ้ง
 - เป็นการนำขยะมูลฝอยมาใช้ประโยชน์ เพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด และเพื่อที่จะได้นำทรัพยากรกลับมาใช้ได้อีก
2. ท่านเข้าใจความหมายของคำว่า "ขยะเปียก" อย่างไร
 - เป็นขยะที่เกิดจากเศษอาหาร ผัก ผลไม้ เกิดการเน่าเสียและเกิดกลิ่นเหม็นรบกวนได้ง่าย
 - เป็นขยะที่เกิดจากกระดาษ แก้ว พลาสติก ไม่เกิดการบูดเน่าได้ง่าย
 - เป็นขยะที่มีส่วนประกอบของสารอันตราย เช่น ขากถ่านไฟฉาย, หลอดไฟ
 - เป็นขยะที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้น้ำเสีย ดินถูกปนเปื้อน แต่ไม่ทำให้อากาศเสีย
3. ท่านเข้าใจความหมายของคำว่า "ขยะแห้ง" อย่างไร
 - เป็นขยะที่เกิดจากเศษอาหาร ผัก ผลไม้ เกิดการเน่าเสียและเกิดกลิ่นเหม็นรบกวนได้ง่าย
 - เป็นขยะที่เกิดจากกระดาษ แก้ว พลาสติก ไม่เกิดการบูดเน่าได้ง่าย
 - เป็นขยะที่มีส่วนประกอบของสารอันตราย เช่น ขากถ่านไฟฉาย, หลอดไฟ
 - เป็นขยะที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้น้ำเสีย ดินถูกปนเปื้อน แต่ไม่ทำให้อากาศเสีย
4. ท่านคิดว่า การแยกขยะก่อนนำไปทิ้ง จะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดปริมาณขยะมูลฝอยที่ต้องนำไปกำจัดลงได้
 - คิด
 - ไม่คิด เพราะ
 - ปริมาณขยะยังคงเท่าเดิม เพียงแต่ไม่ได้ทิ้งไปพร้อมกัน
 - ทำให้บ้านสกปรก เพราะต้องเก็บขยะแห้งไว้
 - การแยกขยะมูลฝอย ทำให้สิ้นเปลืองเวลา
 - อื่น ๆ (ระบุ)

5. ถ้าเทศบาลนครนนทบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดเก็บขยะ ต้องการให้ท่านแยกขยะมูลฝอยเป็นขยะเปียกและขยะแห้งก่อนนำทิ้ง ท่านคิดว่า ท่านจะทำหรือไม่
- [] ทำ (ข้ามไปตอบข้อ 6)
- [] ไม่ทำ เพราะ [] ยุ่งยากไม่สะดวกในการทิ้ง
- [] ไม่มีเวลาที่จะแยก
- [] เทศบาลนครนนทบุรี ควรจะปรับปรุงวิธีการเก็บขนขยะก่อน
- [] อื่น ๆ (ระบุ)
6. เพื่อให้การคัดแยกขยะมีความเป็นจริงยิ่งขึ้น ท่านคิดว่าเทศบาลนครนนทบุรี ควรจะดำเนินการโดย
- [] แยกรถเก็บขนขยะแห้งและขยะเปียก
- [] เผยแพร่ข่าวสารและความรู้ในเรื่องการคัดแยกขยะ
- [] จัดที่ทิ้งขยะแห้งในจุดต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น
- [] อื่น ๆ (ระบุ)

ตอนที่ 5 ทศนคติเกี่ยวกับโครงการชุมชนคัดแยกขยะ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓

ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

เมื่อ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2 = ไม่เห็นด้วย

3 = ไม่แน่ใจ

4 = เห็นด้วย

5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. โครงการชุมชนคัดแยกขยะ สามารถสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง					
2. โครงการชุมชนคัดแยกขยะ สามารถส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักละเว้นการทิ้งสิ่งของลงบนพื้นถนน					
3. การที่จะปลูกจิตสำนึกของประชาชนถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ควรกระทำตั้งแต่ในวัยเด็ก					
4. โครงการชุมชนคัดแยกขยะ เป็นตัวอย่างที่ดีที่จะทำให้โครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ตามมา					
5. ท่านคิดว่ากรดำเนินการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการชุมชนคัดแยกขยะ มีความแพร่หลายและต่อเนื่องคืออยู่แล้ว					
6. ท่านคิดว่าโครงการชุมชนคัดแยกขยะ ไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาที่แท้จริงได้เลย เพราะเป็นการแก้ที่ปลายเหตุเท่านั้น					
7. ท่านคิดว่าโครงการชุมชนคัดแยกขยะนี้ทำให้ท่านให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะเปียก ขยะแห้ง ในครัวเรือน					
8. โครงการชุมชนคัดแยกขยะ ควรจะเน้นแต่เฉพาะประชาชนที่อยู่อาศัย/ประกอบอาชีพ ในเขตเทศบาลนครนนทบุรี เท่านั้น					

ตอนที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคิดแยกขยะ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านต้องการ

ท่านได้ทราบหรือรับรู้เกี่ยวกับการคิดแยกขยะมูลฝอยของจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคิดแยกขยะ ดังต่อไปนี้ บ่อยครั้งเพียงใด

- โดยกำหนดให้
- 3 หมายถึง การได้รับความรู้จากสื่อประเภทนั้น ๆ มากที่สุด
 - 2 หมายถึง การได้รับความรู้จากสื่อประเภทนั้น ๆ ปานกลาง
 - 1 หมายถึง การได้รับความรู้จากสื่อประเภทนั้น ๆ น้อย

ประเภทของสื่อ	3	2	1
สื่อเฉพาะกิจ			
โปสเตอร์			
แผ่นพับ			
ใบปลิว			
ป้ายโฆษณา			
รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่			
วิดีโอเทป			
ถึงขยะ			
สื่อบุคคล			
เจ้าพนักงานสุขาภิบาล เทศบาลนครนนทบุรี			
ประธานในหมู่บ้าน			

ตอนที่ 7 ทศนคติเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคิดแยกขยะ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

- เมื่อ
- | | | | |
|--------------------------|-----------------------|--------------|--|
| 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 2 = ไม่เห็นด้วย | 3 = ไม่แน่ใจ | |
| 4 = เห็นด้วย | 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | |

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. ท่านคิดว่า สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการชุมชนคิดแยกขยะ เช่น ป้ายโฆษณา สามารถทำให้ ท่านรู้จักโครงการชุมชนคิดแยกขยะ เป็นอย่างดี					
2. สื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้ ทำให้ท่านตระหนักถึงความสำคัญของการคิดแยกขยะมูลฝอยมากยิ่งขึ้น					
3. ท่านคิดว่า เมื่อได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการชุมชนคิดแยกขยะ ทุกประเภท แล้วท่านรู้สึกพอใจเป็นอย่างมาก					

โครงการชุมชนคัดแยกขยะ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันขยะมูลฝอยถือเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งของชุมชนต่าง ๆ ในประเทศไทย อันมีผลเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากร และการขยายตัวทางเศรษฐกิจของชุมชน โดยนับว่าปัญหาดังกล่าวจะทวีความรุนแรงมากขึ้น หากการบริการของรัฐในด้านการจัดเก็บขยะมูลฝอย และการกำจัดยังไม่เพียงพอต่อปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้น จากสถิติการซึ่งน้ำหนักปริมาณขยะของรถบรรทุกขยะในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ใน พ.ศ.2538 มีอัตราเฉลี่ย 250 – 260 ตันต่อวัน ใน พ.ศ.2539 มีอัตราเฉลี่ย 270 – 290 ตัน ต่อวัน และในปี พ.ศ. 2540 มีอัตราเฉลี่ย 290 – 310 ตันต่อวัน ในด้านการจัดเก็บขยะมูลฝอย ถือว่าสามารถจัดเก็บขยะได้เฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 80 – 95 ของจำนวนขยะที่เกิดขึ้นทั้งหมดในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ซึ่งปัญหาขยะมูลฝอยตกค้างส่วนหนึ่งเกิดจากการบริการของรัฐยังไม่เพียงพอ และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมกาทิ้งขยะมูลฝอยของประชาชนไม่เป็นที่ ไม่มีการคัดแยกขยะ ทิ้งกองไว้กับพื้น ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ทำให้พนักงานเก็บขนขยะมูลฝอย ต้องใช้เวลาในการจัดเก็บขยะในแต่ละครั้งนานมาก ทำให้ไม่สามารถจัดเก็บจากแหล่งอื่นได้ทันตามเวลาที่กำหนด จึงก่อให้เกิดปัญหาขยะตกค้างเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้กองขยะมูลฝอยเหล่านี้ยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน ก่อให้เกิดมลพิษต่อระบบนิเวศน์ และเป็นตัวแพร่กระจายเชื้อโรค อีกทั้งเป็นตัวทำลายทัศนียภาพของบ้านเมือง

กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี ได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงปัญหาและความสำคัญของการคัดแยกขยะมูลฝอย ซึ่งจะทำได้ง่าย และสะดวกต่อการจัดเก็บขยะมูลฝอย จึงได้ร่วมมือกับประชาชนในหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลล์ และประชาชนในซอยมิ่งขวัญ (ซอยติวานนท์ 2) จัดทำโครงการชุมชนคัดแยกขยะขึ้น เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนในหมู่บ้านช่วยกันคัดแยก ขยะเปียก ขยะแห้ง ก่อนที่จะนำไปทิ้ง และให้ความร่วมมือกับภาครัฐ ในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนมีการคัดแยก ขยะเปียก ขยะแห้ง ในครัวเรือน
2. เพื่อสร้างจิตสำนึกของประชาชนเกี่ยวกับการทิ้งขยะที่ถูกต้อง
3. เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรคต่าง ๆ ในชุมชน
4. เพื่อปลูกจิตสำนึกของประชาชนถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย

1. ประชาชนทุกครัวเรือนในหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลล์ คัดแยกขยะเปียก ชยะแห้ง
2. ประชาชนทุกครัวเรือนในซอยติวานนท์ 2 (มิ่งขวัญ) คัดแยกขยะเปียก ชยะแห้ง

พื้นที่ดำเนินการ

- หมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลล์ ม.8 ตำบลบางกระสอบ มี 145 ครัวเรือน
- ซอยมิ่งขวัญ ตำบลตลาดขวัญ มี 198 ครัวเรือน

ระยะเวลาดำเนินการ

เดือน กุมภาพันธ์ 2541 - กันยายน 2541

วิธีดำเนินการ

1. ประสานงานกับคณะกรรมการหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลล์ และคณะกรรมการชุมชน ซอยมิ่งขวัญ
2. ประชุมคณะกรรมการชุมชน และประชาชนในหมู่บ้าน
3. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างจิตสำนึกของประชาชนต่อการร่วมมือแก้ไขปัญหาขยะมูลฝอย
4. รณรงค์ให้ประชาชนมีการคัดแยก ขยะเปียก ชยะแห้ง
5. จัดรถบรรทุกขยะจัดเก็บขยะมูลฝอย โดยแยกจัดเก็บขยะเปียก และชยะแห้ง
6. รายงานผลการปฏิบัติงานทุกสัปดาห์แรกของเดือน
7. ประเมินผล

งบประมาณ

- ใช้งบประมาณของงานรักษาความสะอาด กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม จำนวน งบประมาณ 20,000 บาท

การประเมินผล

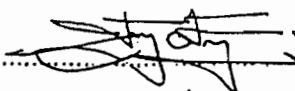
- ปริมาณน้ำหนักการคัดแยกมูลฝอยในแต่ละสัปดาห์
- สุ่มสำรวจการทิ้งขยะมูลฝอยของประชาชน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

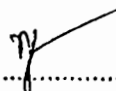
- ประชาชนในกลุ่มเป้าหมายมีการคัดแยกขยะเปียก และชยะแห้ง
- ประชาชนในกลุ่มเป้าหมายทิ้งขยะตรงวันที่กำหนด ไม่เทกองกับพื้นมีภาชนะรองรับหรือใส่ถุงดำ
- ลดการแพร่กระจายของเชื้อโรค อันมีสาเหตุจากขยะ

ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี

ลงชื่อ..... .....ผู้เสนอโครงการ
(นายสมศักดิ์ ศรีเพ็ง)


เจ้าพนักงานสุขภาพ 4

ลงชื่อ..... .....ผู้ตรวจสอบโครงการ
(นางพูลศรี มีเครือ)

หัวหน้างานบริหารงานสาธารณสุข

ลงชื่อ..... .....ผู้เห็นชอบโครงการ
(นางสาวพรศรี กิจธรรม)

ผู้อำนวยการกองอนามัยและสิ่งแวดล้อม

ลงชื่อ..... .....ผู้เห็นชอบโครงการ
(นายธนูศักดิ์ ชาวสนิท)

รองปลัดเทศบาล

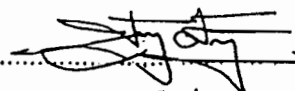
ลงชื่อ..... .....ผู้อนุมัติโครงการ
(นายแมน จันทร์หาล้า)

เทศมนตรี ทำการแทน

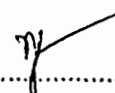
นายกเทศมนตรีนครนนทบุรี

ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี

ลงชื่อ..... .....ผู้เสนอโครงการ
(นายสมศักดิ์ ศรีเหิง)


เจ้าพนักงานสุขภาพ 4

ลงชื่อ..... .....ผู้ตรวจสอบโครงการ
(นางพูลศรี มีเครือ)

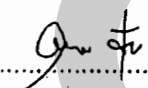
หัวหน้างานบริหารงานสาธารณสุข

ลงชื่อ..... .....ผู้เห็นชอบโครงการ
(นางสาวพรศรี กิจธรรม)

ผู้อำนวยการกองอนามัยและสิ่งแวดล้อม

ลงชื่อ..... .....ผู้เห็นชอบโครงการ
(นายอนุศักดิ์ ชาวสนิท)

รองปลัดเทศบาล

ลงชื่อ..... .....ผู้อนุมัติโครงการ
(นายแมน จันทรหาล้า)

เทศมนตรี ทำการแทน

นายกเทศมนตรีนครนนทบุรี

นำหนัก/ชนิดของวัสดุ จากโครงการกักแยกขยะมูลฝอย
หมู่บ้าน บุญโตปาร์ควิลด์

เดือน	ลำดับ	น้ำหนัก/ชนิดของวัสดุ											ขายได้ เป็นเงิน (บาท)	จำนวนบ้าน ที่ตั้งขยะแห้ง จำนวนจุด	ขยะแห้ง ไม่มีราคา (ถึง 200 ตัน)
		กระดาษ นศพ. (กก.)	กระดาษเต็ม (กก.)	กระดาษดำ (กก.)	กระดาษเงิน (กก.)	เศษแก้ว (กก.)	ขวดใส (ใบ)	เหล็ก (กก.)	อลูมิเนียม (กก.)	พลาสติก (กก.)	พลาสติกแข็ง (กก.)	พลาสติก (กก.)			
พฤษภาคม	1	51	-	16	-	-	16	0.3	3.5	-	16	-	286.75	21	2.5
2541	2	11	13	16	17	7	-	0.5	3	-	-	-	177.5	31	3
	3	20.5	22	3	16	4	2	-	5	-	-	-	304.65	33	4.5
	4	22.5	6.5	11	31	6	-	0.5	8	-	-	-	216.75	30	5.5
รวม	5	105	41.5	46	64	17	18	1.3	19.5	0	-	-	985.65	115	15.5

ได้รับเงินช่วยเหลือหมู่บ้านเป็นเงิน 492 บาท เรียบร้อยแล้ว
ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2541

1 / 11.0.1 / 2541

ได้รับเงินช่วยเหลือหมู่บ้านเป็นเงิน 498 บาท เรียบร้อยแล้ว
ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2541

1 / 11.0.1 / 2541

นำให้แก่/ชนิดของวัสดุ จากโครงการคัดแยกขยะมูลฝอย
หมู่บ้าน บุญโตปาร์ควิลด์

เดือน	จำนวน สปีดาร์ที่ จัดเก็บ	ป่าหน่อ/ชนิดของวัสดุ										ยางไม้ เป็นเงิน (บาท)	จำนวนบ้าน ที่ทิ้งขยะแห้ง	ขยะแห้ง ไม่มีราคา (ถึง 200 ลิตร)
		กระดาษ นสพ. (กก.)	กระดาษแผ่น (กก.)	กระดาษขาว-ดำ (กก.)	กระดาษแข็ง (กก.)	เศษแก้ว (กก.)	ขวดใส (ใบ)	เหล็ก (กก.)	อูมิเนียม (กก.)	พลาสติก (กก.)	พลาสติกแข็ง (กก.)			
เมษายน	1	8	-	-	5	4	5	-	0.1	6	-	76	21	2
2541	2	3	13.5	-	32	29	-	0.3	-	9	-	139	34	3
	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	4	6	29	7	80	-	-	7	10	10	0.6	445	41	5
	5	6	15	-	35	2	-	1	6	6	-	136	12	2
รวม	5	23	57.5	7	151	36	0	8.4	31	31	0.6	796	108	12

ได้รับเงินส่วนของหมู่บ้านเป็นเงิน 308 บาท เรียบร้อยแล้ว

องชื่อ

/ / 2541

ได้รับเงินส่วนของพนักงานเป็นเงิน 308 บาท เรียบร้อยแล้ว

องชื่อ

/ / 2541

น้ำดื่มชนิดขวด มาตรการคัดแยกขยะมูลฝอย
หมู่บ้าน บุญโตปาร์ควิลด์

เดือน	จำนวน ถังขยะที่ จัดเก็บ	น้ำดื่มชนิดขวด										ขยะได้ เป็นเงิน (บาท)	จำนวนบ้าน ที่ทิ้งขยะแก้ว จำนวนจุด	ขยะทั้ง ไม้รีไซเคิล (ถึง 200 ลิตร)
		กระดาษแข็ง (กก.)	กระดาษแข็ง (กก.)	กระดาษแข็ง (กก.)	กระดาษแข็ง (กก.)	กระดาษแข็ง (กก.)	ขวดใส (ใบ)	ขวดสี (กก.)	ขวดสี (กก.)	ขวดสี (กก.)	ขวดสี (กก.)			
พฤษภาคม 2541	1	11	75	17	17	50	11	-	0.3	7	16	419	41	3
	2	25.5	12	6.9	5	10.7	26	-	1.7	7	5	259	23	2
	3	14	12	11	16	47	5	14	1	4	-	297	24	2.5
	4	5	35	-	15	79	13	3	1	16	-	290	32	4
รวม	4	55.5	134	34.9	51	186.7	55	17	4	34	21	1265	120	11.5

ได้รับเงินส่วนของหมู่บ้านเป็นเงิน ๓๒๒ บาท (เขียนด้วยตัว)

งรับ @/กมลดา ๒๐๒๒

/ พ.ค. / 2541

ได้รับเงินส่วนของหมู่บ้านเป็นเงิน ๓๑๙ บาท (เขียนด้วยตัว)

งรับ ๒๒๒ ๒๒๒

10 / พ.ค. / 2541

นำหนัก/ชนิดของวัสดุ จากโครงการคัดแยกขยะ
หมู่บ้าน ภูโยโตปาร์ควิลด์

เดือน	จำนวน สปีดไลท์ จัดเก็บ	นำหนัก/ชนิดของวัสดุ										ขายได้ เป็นเงิน (บาท)	จำนวนบ้าน ที่ทิ้งขยะแห้ง จำนวนจุด	ขยะแห้ง ไม่มีราคา (ถึง 200 ลิตร)			
		กระดาษ นสพ. (กก.)	กระดาษเติม (กก.)	กระดาษขาว-ดำ (กก.)	กระดาษแข็ง (กก.)	เศษแก้ว (กก.)	ขวดใส (ใบ)	เหล็ก (กก.)	อลูมิเนียม (กก.)	พลาสติก (กก.)	พลาสติกแข็ง (กก.)						
มิถุนายน	1		10		2	47				2		1.5	4		146	23	3
2541	2	4.5	5		3	15				5			4		64	17	2
	3		16		14	11				8		0.2	5.5		119	15	2
	4	9	18		6	12				4			2	6	147	13	2
	5	3	14.5	1.5	12	28.5				15	7.5	0.4	2	1	160	15	3
รวม	5	16.5	63.5	6.5	37	113.5				32	9.5	2.1	17.5	7	636	83	12

ได้รับเงินส่วนของหมู่บ้านเป็นเงิน 318 บาทเรียบร้อยแล้ว

ลงชื่อ @/นายอดิศักดิ์

บ/ก.ค. / 2541

ได้รับเงินส่วนของพนักงานเป็นเงิน 318 บาทเรียบร้อยแล้ว

ลงชื่อ

บ/ก.ค. / 2541

น้ำหนัก/ชนิดของวัสดุ จากโครงการวัดแยกชายะ

หมู่บ้าน บุญโตบัววิไล

เดือน	จำนวน สปีดท์ที่ จัดเก็บ	น้ำหนัก/ชนิดของวัสดุ											ขาได้ เป็นเงิน (บาท)	จำนวนบ้าน ที่ทิ้งขยะแห้ง จำนวนจุด	ขยะแห้ง ไม่มีราคา (ถึง 200 ลิตร)	
		กระดาษ เศษ. (กก.)	กระดาษเต็ม (กก.)	กระดาษขาว-ดำ (กก.)	กระดาษแข็ง (กก.)	แกวแก้ว (กก.)	ขวดโสร (ใบ)	เหล็ก (กก.)	อูริกเม็ท (กก.)	พลาสติก (กก.)	พลาสติกแข็ง (กก.)	พลาสติกแข็ง (กก.)				
กรกฎาคม	1	18	.	4	22	14	.	.	1	132	22	2
2541	2	10	5	.	5	33	12	.	.	5	.	.	106	20	2.5	
	3	.	11	.	2	39	.	2	.	5	.	.	103	21	2	
	4	.	13	.	5.5	33	.	.	.	7	.	.	84	22	1.5	
รวม	4	28	29	4	34.5	119	12	2	1	17	0	425	85	8		

ได้รับเงินส่วนของหมู่บ้านเป็นเงิน 212 บาท เรียบร้อยแล้ว
 ลงชื่อ อ. กนกนันทะ

4 / ต.ค. / 2541

ได้รับเงินส่วนของพนักงานเป็นเงิน 213 บาท เรียบร้อยแล้ว
 ลงชื่อ

4 / ต.ค. / 2541

โครงการ “ชุมชนตัวอย่างคัดแยกขยะ”
หมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลด์

เรียน ท่านเจ้าของบ้านเลขที่.....

ตามที่ประชาชนหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลด์ ร่วมกับ เทศบาลนครนนทบุรี
จัดโครงการคัดแยกขยะเปียก ขยะแห้ง ปรากฏว่า

.....
.....
.....

ครั้งต่อไปโปรดกรุณา.....

หวังว่าคงได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี



ขอขอบพระคุณ
คณะกรรมการหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลด์ และ
กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี โทร. 5800867

โครงการ “ชุมชนตัวอย่างคัดแยกขยะ”
หมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลด์

เรียน ท่านเจ้าของบ้านเลขที่.....

ตามที่ประชาชนหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลด์ ร่วมกับ เทศบาลนครนนทบุรี
จัดโครงการคัดแยกขยะเปียก ขยะแห้ง ปรากฏว่า

.....
.....
.....

ครั้งต่อไปโปรดกรุณา.....

หวังว่าคงได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี



ขอขอบพระคุณ
คณะกรรมการหมู่บ้านบุญโตปาร์ควิลด์ และ
กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี โทร. 5800867

ทฤษฎีหลุมดำ กองแยกขยะ

แยกทิ้งขยะช่วยลดภาระการกำจัด

ขยะเปียก ได้แก่ เศษอาหาร ผัก ผลไม้ ก่อนอื่นเราควรรู้ว่า ขยะพวกนี้เป็นของเสียที่มีการบูดเน่า เราจึงควรหาถังที่มีฝาปิดมิดชิด และค่อนข้างมีคุณภาพดีมาใช้ และรองถังด้วยถุงดำก่อน พร้อมปิดฝา เป็นการป้องกันไม่ให้ สุนัข แมว หนู แมลงสาบ มาคุ้ยเขี่ย



ขยะแห้ง ได้แก่ กระดาษ เศษผ้า แก้ว พลาสติก ฯลฯ ทิ้งแยกจากขยะเปียก เพราะบางทีขยะแห้งบางชนิด อาจนำกลับมาใช้ใหม่ได้ หรือขายคนรับซื้อของเก่า ช่วยเพิ่มรายได้ และยังช่วย รักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย



ขยะอันตราย ส่วนใหญ่มาจากบ้านเรือน หรือเป็นของใช้ ในบ้าน

บางชนิดมีฤทธิ์พิษกรดหรือด่าง อาจกัดกร่อนผิวหนัง หรือกัดกร่อน วัสดุต่าง ๆ เช่น น้ำยาซักผ้า น้ำยาทำความสะอาดห้องน้ำ ก่อนทิ้ง ภาชนะควรล้างให้เจือจางก่อน



บางชนิดติดไฟได้

เช่น ถังใส่น้ำมัน ถังแก๊ส ต้องแน่ใจว่าหมดแล้ว จึงนำไปทิ้ง



บางชนิดเป็นพิษต่อร่างกาย

เช่น ภาชนะบรรจุยาฆ่าแมลง ซากถ่านไฟฉาย กากแบตเตอรี่



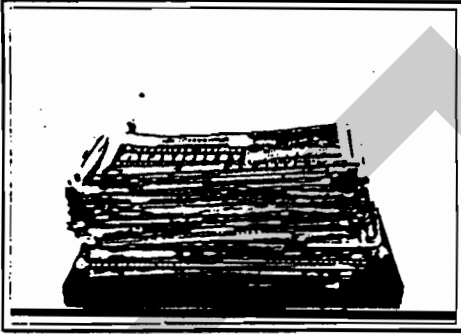
บางชนิดเป็นอันตราย

เช่น เหมะจิตยา ไบโอมิดิโกลน ก่อนทิ้งควรห่อให้มิดชิด เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค

ทำนแยกขยะไปเพื่ออะไร

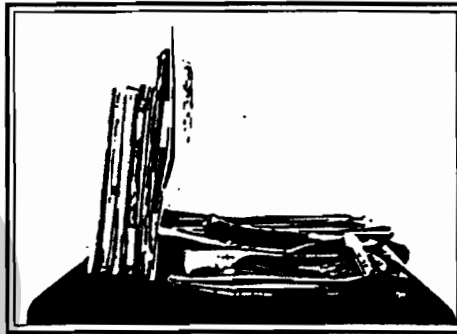
ขยะที่คัดแยกแล้วสามารถนำกลับมาแปรสภาพเป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ได้ โดยไม่ต้องทำลายทรัพยากรธรรมชาติใหม่ ๆ

หนังสือพิมพ์



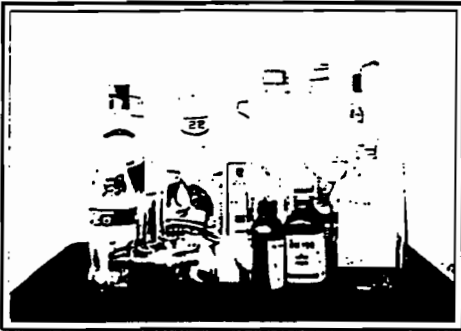
แปรรูป กลายเป็น
กระดาษ, หนังสือพิมพ์, รองเท้า,
กล่องใส่ไข่, กล่องใส่เมล็ดพืช ฯลฯ

กล่องกระดาษ



แปรสภาพ เป็น
กล่องกระดาษ, กล่องบรรจุสิ่งของต่างๆ
 ฯลฯ

แก้ว

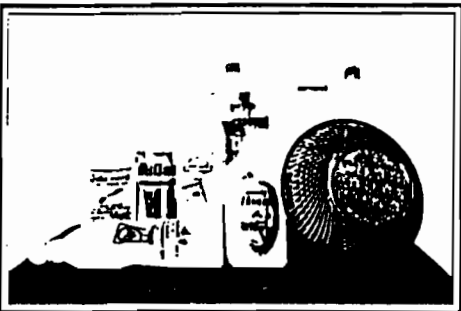


นำไปหลอมใหม่
ได้แก้วเพิ่มอีก

อลูมิเนียม & กระป๋อง



แปรรูป
นำอลูมิเนียม และ ดีบุก กลับมาใช้ใหม่



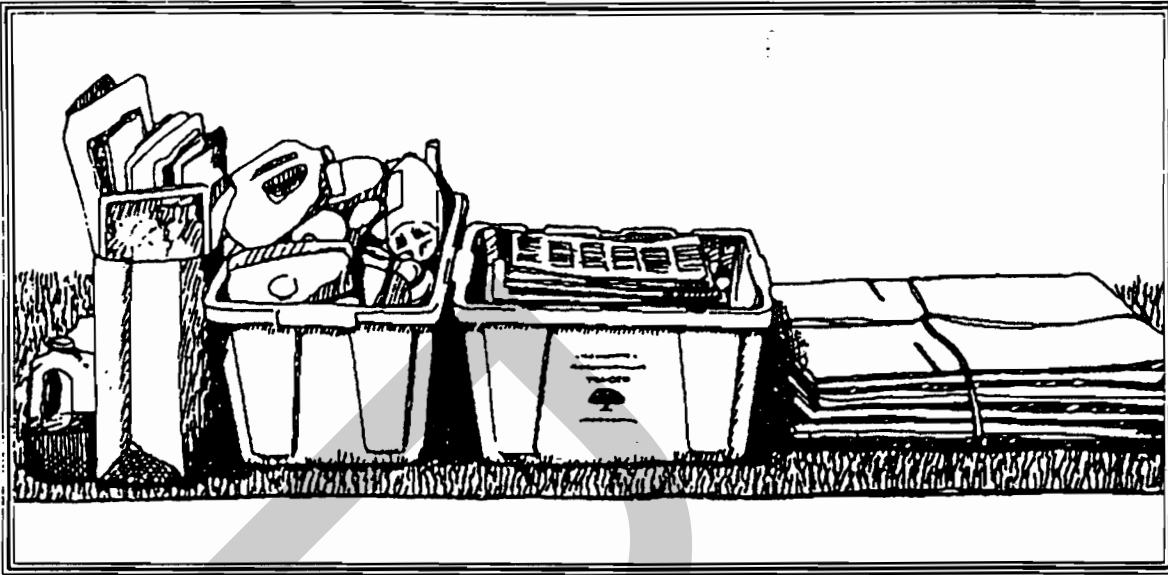
พลาสติก

แปรรูปเป็น
ถังขยะ, พรม, เทป, แปรง
ภาชนะพลาสติกต่าง ๆ
กระถางต้นไม้ ฯลฯ





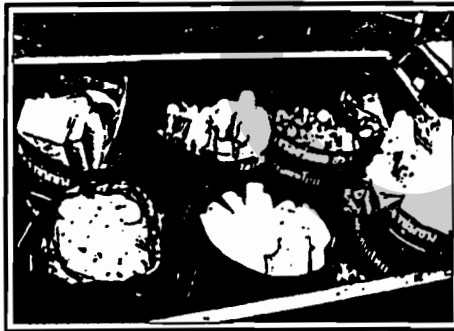
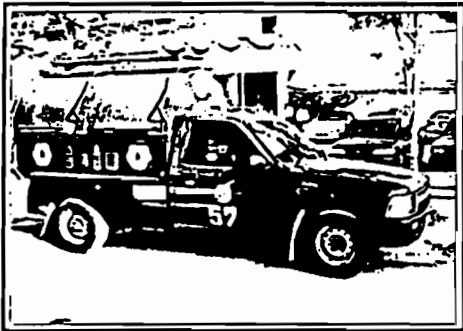
โปรดเริ่มต้นแยกขยะตั้งแต่วันนี้



การแยกขยะ ไม่ใช่เรื่องยาก

ขอเพียงช่วยแยกขยะแห้ง
ออกจากขยะ ที่ท่านจะทิ้งในแต่ละวัน
ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือแยกขยะ

โปรดใช้เวลาสัก 1 นาที ที่จะอ่านเอกสารฉบับนี้
เพื่อความเข้าใจร่วมกัน ในการที่จะช่วยลดขยะ
โดยการ **คัดแยกขยะแห้ง** ออกจากขยะประจำวัน

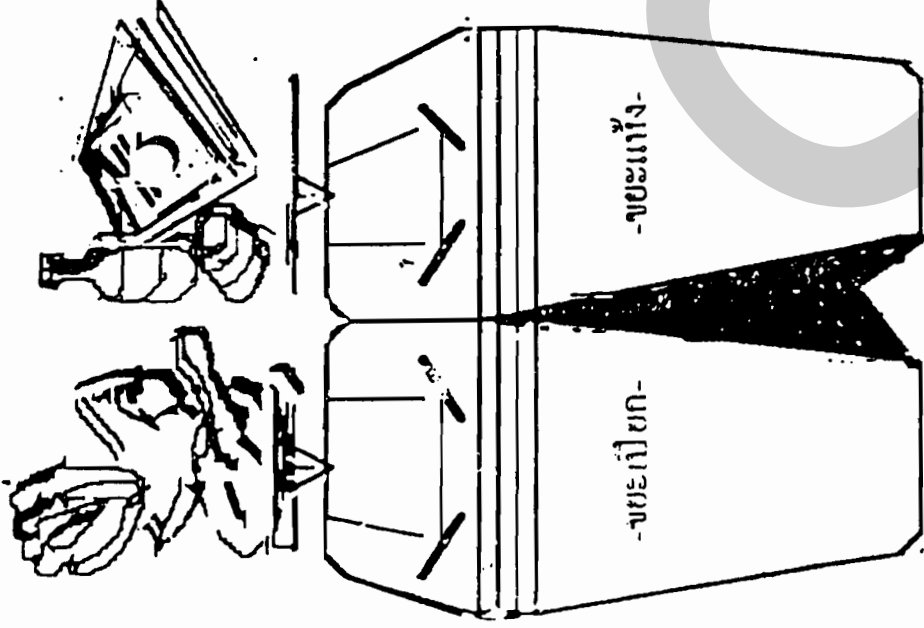


ขอขอบคุณทุกท่าน ที่สละเวลาของท่าน
ในการช่วยคัดแยกขยะ



มีปัญหาโปรดติดต่อ กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม
เทศบาลนครนนทบุรี โทร. 680-0867

แยกขยะ



กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม

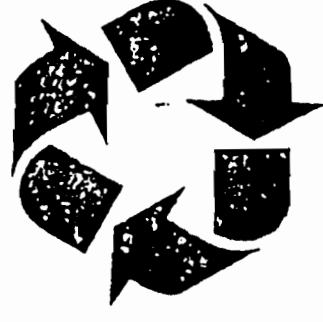
เทศบาลนครนทบุรี

โทร 5800867

แยกขยะคืออะไร?

ปัจจุบัน ขยะ เป็นปัญหาที่แก้ไม่ตกสำหรับสังคมเมือง มีปริมาณขยะจำนวนมากขึ้น การเก็บขนไปกำจัดในแต่ละวัน ยังไม่สามารถที่เก็บขนได้หมดก่อให้เกิดปัญหาขยะตกค้าง ซึ่งเป็นไปไม่ได้ที่จะให้ประชาชนเด็กทั้งขยะ การแยกขยะ เป็นวิธีที่ช่วยลดปริมาณขยะในชุมชน และทุกคนได้ผลประโยชน์ จากวัสดุอย่างคุ้มค่า ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย และยังประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ ประหยัดพลังงานที่จะต้องใช้ในการผลิตวัสดุชิ้นใหม่ ๆ ที่สำคัญ ปริมาณขยะที่ต้องทิ้งลดน้อยลง และทำให้สภาพแวดล้อมน่าอยู่มากยิ่งขึ้นกว่าเดิมอีกมาก

วันก็ยุ่งทั้งขยะก็ขึ้น
และแต่ละชิ้นที่ดูยุ่งทั้งไว้
ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม
บนโลกนี้เอิกแกลนก็ปี
ใช้เวลาอีกนานเท่าใด
จะย่อยสลายได้ไหม



ทั้งให้ถูกต้อง ต้องแยกขยะ เริ่มต้นที่ตัวเรา

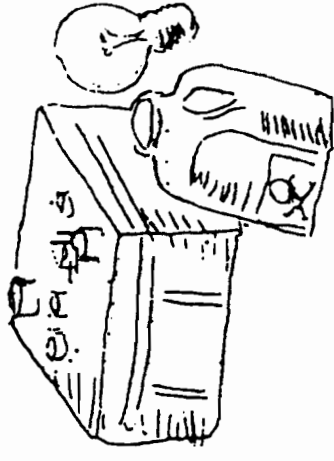
แยกขยะช่วยลดมลภาวะการกำจัด



ขยะเปียก ได้แก่ เศษอาหาร ผัก ผลไม้ ขยะเหล่านี้มีการบูดเน่าควรรีบกำจัดทิ้งเสียตั้งแต่ยังมีชีวิต และมีคุณภาพก่อนข้างตีมาใช้ เพื่อป้องกันไม่ให้ สุราษ แมลงสาบ มากุ้ยเขี่ย เกิดการแพร่กระจายของเชื้อโรค



ขยะแห้ง ได้แก่ กระดาษ เศษผ้า แก้ว พลาสติก กระป๋อง ฯลฯ ให้แยกจากขยะเปียก ขยะแห้งบางอย่างอาจนำกลับมาใช้ใหม่ได้ หรือ ขายให้กับคนรับซื้อของเก่า ช่วยเพิ่มรายได้และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย



ขยะอันตราย ส่วนใหญ่มาจากบ้านเรือนหรือของใช้ในบ้าน บางอย่างมีฤทธิ์เป็นกรดหรือด่าง อาจกัดกร่อนผิวหนัง หรือกัดกร่อนวัสดุต่าง ๆ เช่น น้ำยาซักผ้า น้ำยาทำความสะอาดห้องน้ำ ก่อนทิ้งภาชนะควรล้างน้ำให้เจือจางก่อน บางชนิดติดไฟได้ เช่น ดังใส่กำมะถันเนเจอร์ ต้องแบ่งไว้หมดยิ่งนำไปทิ้ง บางชนิดเป็นพิษต่อร่างกาย เช่น ภาชนะบรรจุยาฆ่าแมลง หากदानไปพยาย ซากแบคทีเรีย บางชนิดเป็นอันตราย เช่น เสงัดคยา ใบมีดโกน ก่อนทิ้งควรห่อให้มี คริค เพื่อ ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค

ช่วยชาติ ประหยัดเวลาเศรษฐกิจ

วันนี้ : เริ่มต้นคัดแยกขยะ
ที่บ้านของท่าน

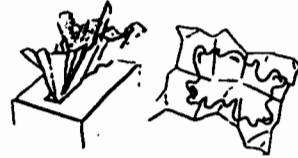


เทศบาลนครนนทบุรี

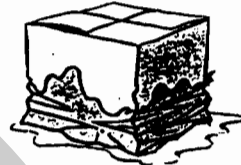
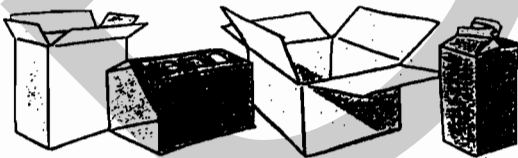
ลดปริมาณขยะ ลดค่าใช้จ่าย เริ่มต้นแยกขยะที่บ้านของท่าน



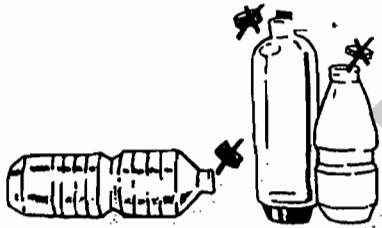
โปรดคิดแยกขยะเหล่านี้ ออกจากขยะเปียก



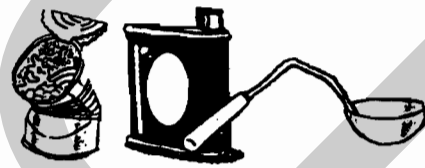
กระดาษ แปรสภาพเป็น กระดาษ, หนังสือพิมพ์, กลังกระดาษ ฯลฯ



กล่องกระดาษ แปรสภาพเป็น กล่องบรรจุสิ่งของ



พลาสติก แปรสภาพเป็น ถังขยะ, กระป๋อง, แปรง, ภาชนะพลาสติก, เสื้อผ้า, พรม, เทป ฯลฯ



อลูมิเนียม, กระป๋อง นำอลูมิเนียมและดีบุกกลับมาใช้ใหม่



แก้ว นำไปหลอมใหม่ ได้แก้วเพิ่มขึ้น

ขอขอบคุณทุกท่าน ที่คัดแยกขยะ

การกำจัดขยะ...



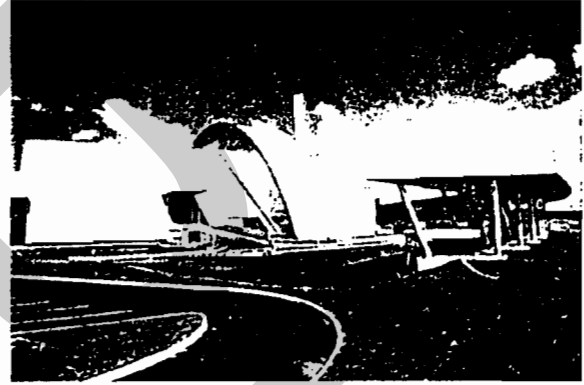
การอัดขยะเป็นก้อน



การฝังกลบ



การคัดแยกขยะ



โรงงานเผาขยะ



การแปรสภาพต้นไม้ กิ่งไม้



การหมักทำปุ๋ย

ทุกวิธีต้องลงทุนสูง



ขยะที่คัดแยกแล้ว

พร้อมส่งโรงงานแปรรูป



กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี โทร. 589-0503 โทรสาร. (02) 591-5180

* หากบ้านเรือนของท่านตั้งอยู่ริมแม่น้ำ ควรสร้างตัวมให้ถูกสุขลักษณะ ไม่ทิ้งของเสียลงในแม่น้ำ เพราะจะเป็นที่มาของเชื้อโรค และทำให้หน้าเน่าเสีย

* ขยะมูลฝอยต่าง ๆ ควรเก็บใส่ถังขยะ และ แยกขยะเปียก



(เศษอาหาร) และขยะแห้ง (เศษกระดาษ ถุงพลาสติก) โดยจัดภาชนะแยกขยะออกจากกันเพื่อความสะดวกต่อการเก็บขนและการแยกกำจัดขยะ

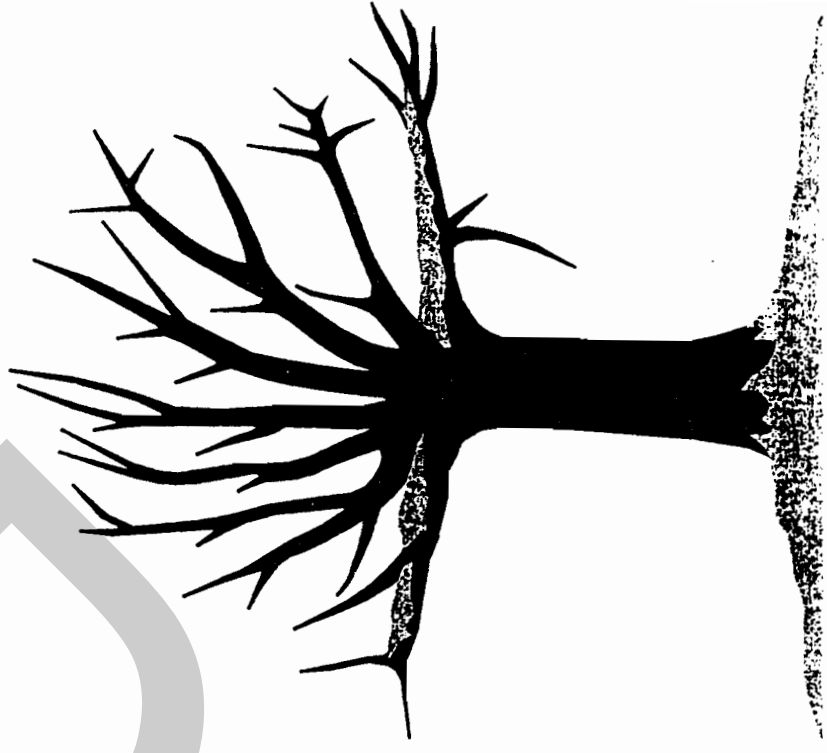
* ซ่อมแซมสิ่งของหรือเสื้อผ้าสมาชิกในบ้านเมื่อเกิดการชำรุดแทนที่จะทิ้งหรือซื้อใหม่ เพื่อช่วยประหยัดทรัพยากรที่นำมาเป็นวัตถุดิบ

* คุณแม่คนใหม่ควรหันมาใช้ผ้าอ้อมที่ทำจากผ้าดีกว่าผ้าอ้อมชนิดใช้แล้วทิ้งเพราะผ้าอ้อมชนิดนี้ ต้องใช้เวลานานถึง 500 ปี จึงจะสลายตัวได้



ใครคือ

ต้นเหตุแห่งมลพิษ

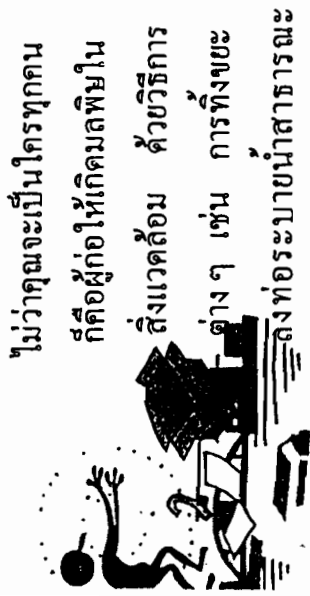


งานเผยแพร่และฝึกอบรม

กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี

โทร.580-0867

ใครคือต้นเหตุแห่งมลพิษ



ไม่ว่าคุณจะเป็นใครทุกคน ก็คือผู้ก่อให้เกิดมลพิษในสิ่งแวดล้อม ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การทิ้งขยะลงที่กระบายน้ำสาธารณะโดยไม่ผ่านระบบบำบัด การทิ้งของเสียสู่แม่น้ำลำคลอง การใช้สารเคมีที่มีพิษในการเกษตรกรรมมากเกินไป การเผา และการตัดไม้ทำลายป่า การทำให้เกิดเสียงดัง การทิ้งกากของเสียอันตรายสู่สถานที่สาธารณะ เป็นต้น

แต่ทุกๆ คนคิดไม่ถึงว่าเป็นความคิดของ“ตนเอง” ในวันนี้ประชาชนทุกคน ทั้งภาครัฐ และเอกชน ควรมีความรู้สึกร่วมกันในการพิทักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติและช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม ให้มีคุณภาพดีขึ้น เพื่อสุขภาพอนามัยของประชาชนและความยั่งยืนของ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศให้คงอยู่อย่างยาวนานสืบไป

แล้วเราจะอยู่เฉยให้เป็นไปอย่างเดิมหรือ ?

เริ่มต้นที่ตัวเรา

- * ใช้ผงซักฟอกหรือน้ำยาล้างจาน ที่ไม่มีสารทำลายสภาพน้ำเจือปนอยู่ โดยใช้ผงซักฟอกที่ผสม ซีโอไลท์ เพราะจะช่วยในการดูแลรักษาน้ำ
- * การซักผ้าด้วยมือควรปิดก๊อกน้ำเมื่อน้ำเต็มภาชนะรองรับ
- * ควรรวบรวมผ้า ให้พอดีกับเครื่องซักผ้าในแต่ละครั้งเพราะต้องใช้น้ำประมาณ 100-200 ลิตร และจะช่วยให้ประหยัดไฟฟ้าไม่สิ้นเปลืองมากจนเกินไป
- * การใช้น้ำประปา ปิดก๊อกให้สนิทหลังการใช้ และควรจัดหาภาชนะรองน้ำให้ได้ตามต้องการแล้วจึงนำไปใช้ ซึ่งจะประหยัดกว่าการเปิดน้ำใช้จากก๊อก หรือ สายยางโดยตรง



- * ตรวจสอบและซ่อมแซม ท่อ/ก๊อกน้ำที่ชำรุด เพราะน้ำ 10 หยดใน 1 นาที นั้น จะรวมกันได้ถึง 3,000 ลิตร ในหนึ่งปี
- * ล้างจาน ชาม และภาชนะควรรวบรวมให้ มีปริมาณมากพอแล้วจึงล้างพร้อมกันในอ่างน้ำไม่ควรถ้างโดยตรงจากก๊อก

- * ควรอาบน้ำด้วยการดักจากภาชนะที่เก็บน้ำแทนการอาบน้ำจากฝักบัว



- * แปร่งพื้นหรือโกนหนวดด้วยการใช้แก้ว หรือขันรองน้ำแทนการเปิดน้ำโดยตรงจากก๊อก ซึ่งทำให้เสีย น้ำโดยเปล่าประโยชน์ถึง 9 ลิตร ต่อนาที

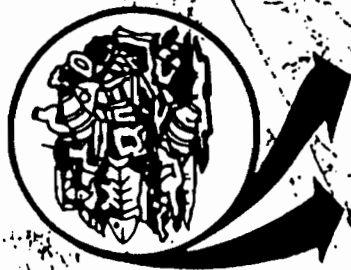
- * หลีกเลี่ยงการใช้กล่องโฟมเพราะเป็นขยะที่ต้องใช้เวลาย่อยสลายถึง 400 ปี
- * การใช้ห้องสุขา ด้วยการกดชักโครกเพียงครั้งเดียวจะทำให้เปลืองน้ำมากถึง 15-20 ลิตร จึงควรใช้ระบบชักโครกหรือใช้ตูมออยุ่ 2-3 ก่อน หรือ ขวดพลาสติกใส่ นำไว้ในชักโครก เพื่อแทนที่น้ำ

มีธงหนท สะอาดแหม

ทิ้งขยะใส่ถุง

หรือ

ใส่ถังเท่านั้น



ทิ้งขยะเป็นระเบียบ
สะดวกต่อการเก็บขน



บัตรรับแลก

บัตรส่งเสริม



ดีด้วย ดีไปงชาติ

สังคม

เคียงบ่าเคียงไหล่

ทุกอง

กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม
เทศบาลนครนนทบุรี
โทร. 580-0867

ขอสงวนลิขสิทธิ์โดยไม่ได้รับอนุญาต
จากเทศบาลนครนนทบุรี (FCM)

กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม
เทศบาลนครนนทบุรี

TRASH

ขยะมูลฝอย

ของ เทศบาลนครนนทบุรี



มูลฝอย

“มูลฝอย” หมายความว่า เศษผ้า เศษกระดาษ เศษอาหาร เศษสินค้า ดុងพลาสติก ภาชนะ ที่ใส่อาหาร แก้วมุลสัตรี หรือ ซากสัตรี รวมตลอดถึงสิ่งอื่นใด ที่เก็บกวาดจากถนน ตลาด ที่เลี้ยง สัตรี หรือที่อื่น

ประเภทของมูลฝอย

- มูลฝอยมี 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ
1. มูลฝอยเปียก ได้แก่ พวก เศษอาหาร เศษพืชผักต่าง ๆ ปลือกผลไม้ อินทรีย์วัตถุ ที่ สามารถย่อยสลาย นำมาเปื่อยง่าย ำความชื้นสูง และ สังกัสนเหม็น ได้อย่างรวดเร็ว
 2. มูลฝอยแห้ง ได้แก่ พวก แก้ว เศษกระดาษ เศษผ้า โลหะ พลาสติก ยาง ไม้ ฯลฯ ขยะมูล อยชนิดนี้ จะมีทั้งที่เผาไหม้ได้ และเผาไหม้ไม่ได้

3. มูลฝอยอันตราย มูลฝอย ชนิดนี้ ได้แก่ของเสียที่เป็นพิษ มีฤทธิ์กัดกร่อน และระเบิดได้ง่าย ต้องใช้กรรมวิธีในการทำลายเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นวัสดุที่มีอันตราย เช่น แบตเตอรี่รถยนต์ สารฆ่าแมลง ถ่ายไฟฉาย สเปร์ย ฉีดหม หลอดฟลูออเรสเซนต์ หลอดไฟ ฯลฯ



การเก็บขนมูลฝอย

- วิธีการเก็บขนมูลฝอยมี 2 วิธี คือ
1. วิธีการเก็บโดยตรง หมายถึง การส่งรถ เรือ และเจ้าหน้าที่



ออกไปตามบ้าน และสถานที่ต่าง ๆ ที่ รถ เรือ เข้าเก็บได้ถึง หรือ ให้ เจ้าของมูลฝอย นำมูลฝอยจาก บ้านมาใส่รถ เรือเก็บขน ด้วย ตนเอง

2. วิธีการเก็บโดยทางอ้อม หมายถึง การนำรถไปเก็บมูลฝอย จากถังรองรับมูลฝอยที่เทศบาล นครนนทบุรี ได้นำไปตั้งไว้ตามริม

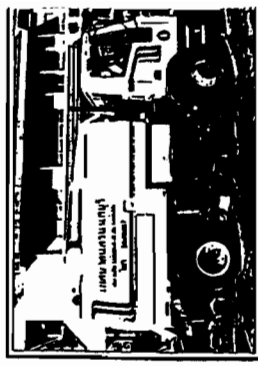


ถนน และบริเวณที่มีมูลฝอย จำนวนมาก เช่น ศูนย์การค้า ตลาด ฯลฯ

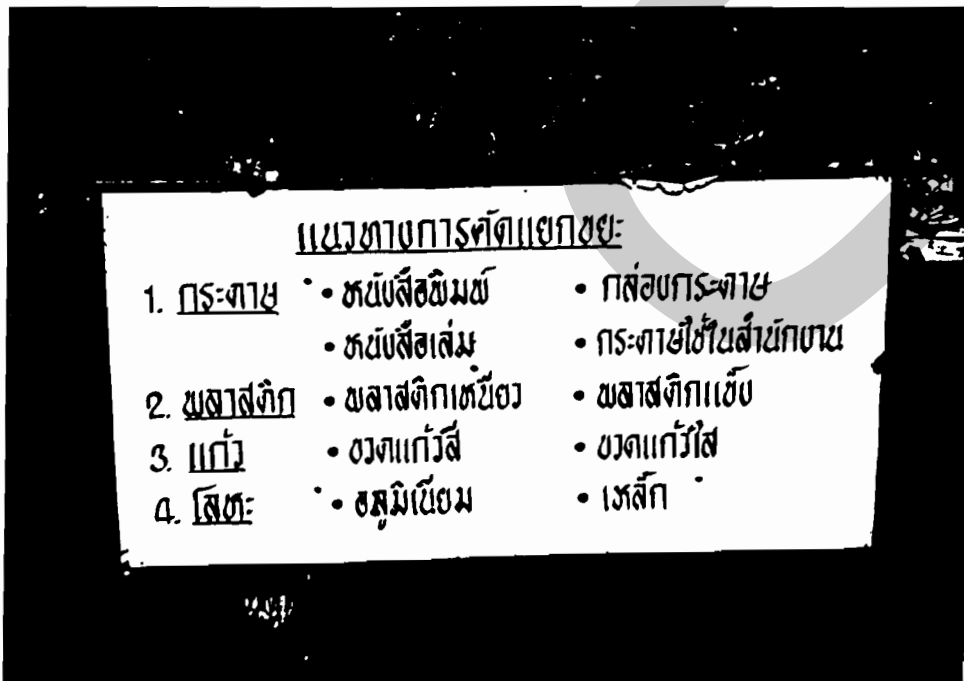
ในปี พ.ศ. 2540 เทศบา นครนนทบุรีเก็บขนมูลฝอยไป วันละประมาณ 290 ตัน

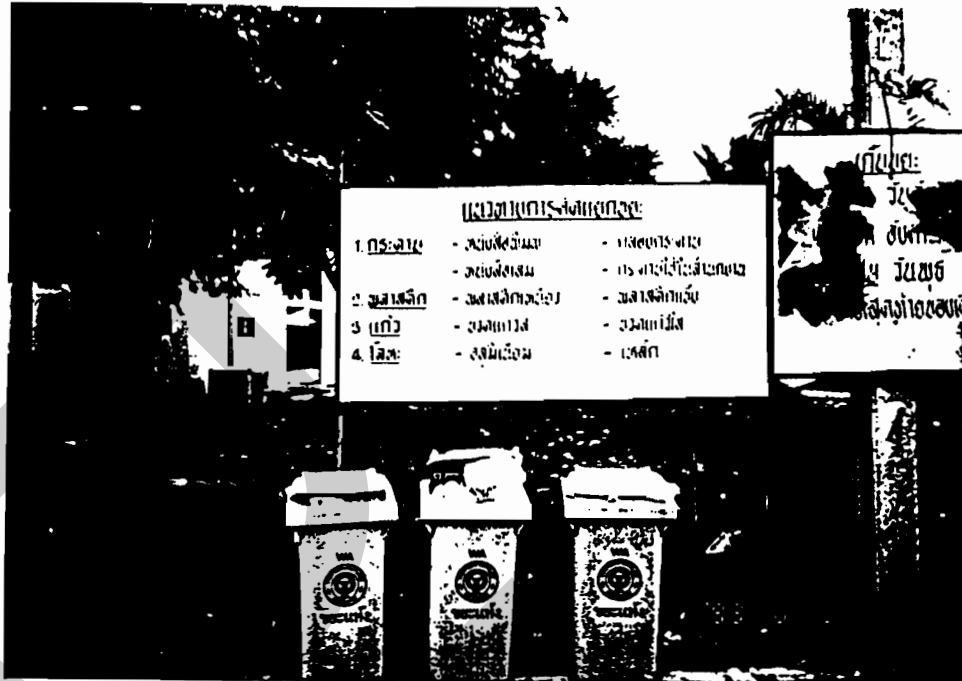
การกำจัดมูลฝอย

กองอนามัยและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครนนทบุรี ใช้สถาน กำจัดมูลฝอยร่วมกับขององค์กา บริหารสวนจังหวัด ตั้งอยู่ ตำบลคลองขวาง อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี









บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

เกษม จันทร์น้อย. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : รุ่งแสงการพิมพ์, 2537.

ไกรยุทธ ธีรตยาคินันท์. "ผลผลิต ผลลัพธ์และการจัดสรรงบประมาณแผ่นดิน." เศรษฐศาสตร์
ภาครัฐ, 2533 .

คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ. รายงานการสำรวจข้อมูลด้านการเก็บและกำจัดขยะ
มูลฝอยและสิ่งปฏิกูลของเทศบาล. งานขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล กองมาตร
ฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2524.

จำรูญ ยาสุมทร. การสุขาภิบาลขยะมูลฝอย. การสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2527.

จุฑามาศ กิจเจริญ. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. ศูนย์ตำราอาจารย์นิมิตร จิระสันติการ,
2539.

ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสาร
ศาสตร์และสื่อมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527

ดวงพร คำณวนวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สร้าง. สื่อสาร..การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. ศูนย์
หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536

เดือนจิตต์ จิตต์อารี. การวิจัย การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2537.

บริษัท แมคโครคอนซัลแตนท์ จำกัด. การศึกษาเปรียบเทียบความเหมาะสมของวิธีการกำจัด
มูลฝอย (รายงานฉบับสมบูรณ์). กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงวิทยาศาสตร์
เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม, 2536.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2537.

ปรีดา แยมเจริญวงศ์. การจัดการขยะมูลฝอย. ภาควิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ คณะสาธารณสุข
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2531.

ปิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 3. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์,
2537.

- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- วัฒนะ จุฑะวิภาค. คู่มือการสร้างสื่อการสอน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธีระการพิมพ์, 2523.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2534.
- วิเชียร เกตุสิงห์. หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เรือนอักษร, 2524.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วีรพล สุวรรณนันต์. การประเมินผลงานและโครงการ. สำนักพิมพ์ประยูรวงศ์. กรุงเทพฯ : 2525.
- วีระ อรัญมงคล. หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สุดจิตออฟเซต, 2538.
- วุฒิชัย จำรงค์. พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2523.
- สมควร กวียะ. "สังคมสื่อสาร." วารสารศาสตร์, 2532.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. การพัฒนาชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2526.
- สำราญ มีแจ้ง และพงศ์ศิริ ลำลี. "แบบจำลองของอัลคิน." รวมบทความทางการประเมินโครงการ, 2533.
- สุเทพ เขาวลิต. หลักการพัฒนากลุ่มชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2524.
- สุภางค์ จันทวานิช. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ พิมพ์ครั้งที่ 3. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- สุวิทย์ ยี่ภรพันธุ์. พัฒนาชนบทในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อักษรสาสน์, 2521.
- เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพฯ : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528.
- เสถียร เขยประทับ. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนา. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

อนันต์ธนา อังกนันท์. การผลิตและการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2524.

เอกสาร

- ประกิต ไชยพันธ์. วิธีการกำจัดมูลฝอยที่เหมาะสมกับกรุงเทพมหานคร เอกสารการวิจัยส่วนบุคคล. กองฝึกอบรม สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, 2530.
- "แผนพัฒนาเทศบาลนครนนทบุรี". เอกสารกองวิชาการและแผนงาน.นนทบุรี, 2540.
- สุจริต บัจฉิมนันท์. แนวคิดและยุทธศาสตร์ในการกำจัดขยะมูลฝอยของจังหวัดนนทบุรี ช่วง 20 ปี (พ.ศ.2539-2558). เอกสารการวิจัยส่วนบุคคล. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2539.
- สุวรรณา เตียรต์สุวรรณ. สถานการณ์การจัดการขยะมูลฝอยของประเทศไทย. การอนามัยและสิ่งแวดล้อม. (พฤษภาคม - สิงหาคม), 2533.

วิทยานิพนธ์

- ชลธิชา ตั้งอัน. "ความรู้ ความเชื่อ และการปฏิบัติของแม่บ้านในการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล : ศึกษากรณีครัวเรือนริมคลองแสนแสบ กรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2534.
- วัลลภา ชายหาต. "ความพึงพอใจที่มีต่อบริการสาธารณะทางด้านรักษาความสะอาดของประชากร." กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิตย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ภาษาอังกฤษ

BOOK

- Allport, G.W. Attitude Inc. Murchison (ed). **A Handbook of Social Psychology**. p.810.
Worcister : Clark University Press, 1935.
- Atkin Chareles K. **New Model For Mass Communication Research**. New York : The Free Press, 1973.
- Benno Galjart. **Rural Development and Sociological Concept**. *Rural Sociology*, 1967 : 36.
- Berlo David K. **The Process Of Communication**. New York : Holt, Rinechart and Winston, 1960.
- Caribbean Food and Nutrition Institute, Kingston Jamica. **The Use of Mass Media in Food and Nutrition Programmes** : Guidelines For Planner and Decision Maker.np, 1976.
- Cherry Colin. **On Human Communication : A Review, A Survey and a Criticism**. New York : Holt Rinechart and Winston, 1978.
- Cronbach, Lee J. **Essentials of Psychological Testing**. 3d ed. New York : Harper & Row Publisher, 1974.
- Daniel Lerner. **The Passing of Traditional Society : Modernizing the Middle East**. New York : The Free Press, 1958.
- Danis McQuail. **Mass Communication Theory**. 2nd. Ed. London : SAGE Publications, 1986.
- David McClelland. **The Achieving Society**. Princeton, N.J. : D. Van Nostrand Co., 1961.
- Everett E. Hagen. **On The Theory of Social Change**. Homewood, Dorsey Press, 1962.
- Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, **Communication of Innovation : A Cross-Cultural Approach**. New York : The Free Press, 1971:18.
- Katz E. and Menzel H. **Social Relations and Innovation in The Medical Profession Public Opinion Quarterly**. New York : The Basic Books, 1955.
- Katz E. and Paul F. Lazarsfeld. **Personal Influence**. New York : The Free Press, 1955.

- Klapper J.T and Meyen. **The Effect Of Mass Communication**. Illinois : The Free Press, 1968.
- Lasswell Harold. D. **The Structure and Function of Communication in Society**. New York :Happer and Row Publishers, 1948.
- Marvin E. Olsen. **The Process of Social Organization**. New York : Holt, Rinehart and Winstion, 1968 : 91.
- Phillip G. Zimbardo, Ebbe B. Ebberson and Christina Maslash. **Influenzing Attitude and Charging Behavior**. London : Addison-Wesley Publishing Company, 1977 : 48-53.
- Roger, Everett M. Mass Media and Interpersonal Communication in **Handbook of Communication**. Eds. Ithiel de Sola Pool, et al. Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 1973 : 43.
- Ronald L. Applibaum and Others. **Fundamental Concepts in Human Communication**. New York : Harper & Row, 1973.
- Schramm Wilbur. "A look at Human Communication" **Men, Messages, and Media : A Looked at Human Communication**. New York : Happer & Row Publishes, 1973.
- . Channels and Audience in **Handbook of Communication**. " eds. Ithiel de Sola Pool, et al. Human Communication. New York : Happer & Row Publishes, 1973.
- Singh K.N. What Research Says about Communication with Rural People, In **Communication and Rural Change**, ed P.R.R. Singh. Singapore : Asian Mass Communicaiton Research and Information Centre, 1976.
- Stufflebeam, Danial L., and others. **Educational and Dicision Making**. Illinois : F.E. Peacock Publishers, 1977.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวสิริพร น้อยกลาง
เกิด 24 มีนาคม 2515
การศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ เอกการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ พ.ศ. 2537
การทำงาน บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2538 - 2540