

## บทที่ 4

### ความตระหนักต่อการเปิดรับสื่อรณรงค์ ให้อนุรักษ์พลังงาน

ในการศึกษาเรื่องความตระหนักต่อชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนของเยาวชนในเขตเทศบาลเมืองลำปาง ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถาม และข้อมูลที่ได้มา ทำการนำเสนอในลักษณะคำอธิบายประกอบตาราง ซึ่งมีประเด็นต่างๆดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาเรื่องนี้ ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและโรงเรียน ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัวประกอบด้วยระดับการศึกษา และรายได้ของบิดามารดา จำนวนของผู้การพักอาศัยในครอบครัว เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ศึกษามีจำนวน 314 คนจากนักเรียนโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัยและโรงเรียนลำปางกัลยาณี จำแนกเป็นเพศชาย 147 คนคิดเป็นร้อยละ 46.8 และเพศหญิง 167 คนคิดเป็นร้อยละ 53.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับบิดา - มารดา คือร้อยละ 91.1 รองลงมาได้อาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง ร้อยละ 8.6 มีเพียง 1คนหรือร้อยละ 0.3 เท่านั้นที่อาศัยอยู่หอพัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งอายุน้อย ผู้ปกครองยังเห็นว่าเด็กเกินไปที่จะออกมาอยู่หอพักเพียงลำพัง และอาจเป็นไปได้อีกเช่นกันว่าในการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ สุ่มนักเรียนจากโรงเรียนละ 3 ห้องจึงมีความเป็นไปได้ว่านักเรียนที่อาศัยอยู่หอพักอาจอยู่ในห้องอื่นๆที่ไม่ได้รับคัดเลือกดังตารางที่ 4.1

ในส่วนของสมาชิกในครอบครัวพบว่ากลุ่มตัวอย่างอยู่ในครอบครัวที่ไม่ใหญ่นักคือมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเพียง 1 - 4คนเท่านั้น พบว่าการศึกษาของบิดา - มารดาส่วนใหญ่บิดาจบการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือในระดับประถมศึกษาและระดับอาชีวะ/อุดมศึกษามีจำนวนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 26.4 ส่วนการศึกษาของมารดานั้นพบว่าส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาเช่นกัน คือร้อยละ 40.8 รองลงมาคือระดับประถมศึกษา ร้อยละ 38.5 และระดับอาชีวะ/อุดมศึกษา คือร้อยละ 20.7 ตามลำดับ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า บิดาและมารดา มีระดับการศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน คือทั้งบิดาและมารดาส่วนใหญ่จะจบชั้นมัธยมศึกษา

สำหรับการประกอบอาชีพของบิดาและมารดาพบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.4 และการประกอบอาชีพของมารดาส่วนใหญ่จะคือค้าขาย/กิจการส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 32.5 ในส่วนรายได้ของบิดา - มารดามารดานั้นส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 14,000 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 23.6 และน้อยกว่า 2,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 7.0 การที่บิดามารดามีรายได้ในระดับที่แตกต่างกันชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันในด้านสภาพแวดล้อมภายในบ้านที่อยู่อาศัย และมีกิจกรรมที่ทำเป็นประจำภายในบ้านแตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนมีอุปนิสัยส่วนตัวที่แตกต่างกันไป

การเดินทางมาโรงเรียนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บิดา - มารดาขับรถรับส่งคิดเป็น ร้อยละ 35.7 รองลงมาคือการนั่งรถรับจ้างเป็นรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.8 นั่งรถประจำทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 15.9 นำรถจักรยาน - จักรยานยนต์มาเอง คิดเป็นร้อยละ 8.9 และเดินมาโรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ จากสภาพดังกล่าวทำให้ ในเวลาเช้าและเวลาเย็นหลังเลิกเรียนจะมีรถของผู้ปกครองมารับนักเรียนเป็นจำนวนมาก มีผลทำให้การจราจรบริเวณหน้าโรงเรียนติดขัด ถ้ามีการลดจำนวนรถของผู้ปกครองลงก็จะทำให้ปัญหาการจราจรหน้าโรงเรียนลดลงไปได้ และยังช่วยประหยัดพลังงาน เช่น น้ำมันรถและช่วยลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งก่อให้เกิดมลภาวะทางอากาศได้อีกด้วย

วิธีการลดปริมาณรถยนต์บนถนนวิธีการหนึ่งที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ คือ วิธีการ คาร์พูล (Car Pool) วิธีการคาร์พูลเป็นการใช้รถร่วมกัน โดยใช้รถคันเดียวกัน ไปทางเดียวกันเป็นวิธีการจัดการในการใช้น้ำมันอย่างประหยัด โดยการใช้รถคันเดียวกับเพื่อนร่วมงานที่อยู่บ้านใกล้กัน หรือมีการเดินทางไปในเส้นทางเดียวกัน วิธีการนี้อาจจะมีการผลัดเปลี่ยนรถกันในแต่ละวัน หรือถ้าใช้รถของคนใดคนหนึ่งก็ช่วยกันออกเงินค่าน้ำมันซึ่งวิธีนี้เป็นการช่วยอนุรักษ์พลังงานวิธีหนึ่ง

ถ้าโรงเรียนต่างๆ มีการรณรงค์ให้ผู้ปกครองใช้วิธีการ คาร์พูลก็จะสามารถลดปริมาณรถยนต์บนถนนได้ โดยการรณรงค์ให้ผู้ปกครองที่มารับส่งนักเรียน รับเด็กนักเรียนที่อยู่บ้านใกล้ๆกันมาส่งที่โรงเรียนด้วยและผู้ปกครองอาจจะเปลี่ยนกันรับ-ส่งคนละวัน วิธีนี้จะทำให้ปริมาณรถบนถนนลดลงบริเวณหน้าโรงเรียนทั้งสองแห่ง ซึ่งอยู่บนถนนเส้นเดียวกัน ก็ไม่เกิดปัญหาการจราจรติดขัด และช่วยลดปัญหามลพิษในอากาศ นอกจากนั้นยังช่วยให้ประหยัดค่าน้ำมันรถได้อีกด้วย จากการข้อมูลศึกษาพบว่า ส่วนผู้ปกครองส่วนใหญ่จะขับรถมารับ - ส่งนักเรียนเอง ชี้ให้เห็นว่ายังไม่เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานของผู้ปกครอง และการรณรงค์ให้ประชาชนทราบถึงปัญหาพลังงานและวิธีการอนุรักษ์พลังงานยังมีไม่มากพอที่จะทำให้เกิดความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูล	จำนวน (N =314)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	147	46.8
หญิง	167	53.2
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100.0</b>
<b>สถานศึกษา</b>		
บุญวาทย์วิทยาลัย	157	50.0
ลำปางกัลยาณี	157	50.0
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100.0</b>
<b>การอยู่ร่วมกับบุคคลอื่น ในครอบครัว</b>		
บิดา - มารดา	286	91.1
ญาติพี่น้อง	27	8.6
หอพัก	1	0.3
อื่นๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100.0</b>
<b>จำนวนสมาชิกในครอบครัว</b>		
3คนหรือน้อยกว่า	61	19.4
4 คน	131	41.7
5 คน	75	23.9
มากกว่า 5คน	47	15.0
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (N = 314)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาของบิดา		
ประถมศึกษา	83	26.4
มัธยมศึกษา	148	47.2
อาชีวะ/อุดมศึกษา	83	26.4
รวม	314	100.0
ระดับการศึกษาของมารดา		
ประถมศึกษา	121	38.5
มัธยมศึกษา	128	40.8
อาชีวะ/อุดมศึกษา	65	20.7
รวม	314	100.0
อาชีพของบิดา		
พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	7	2.2
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	96	30.6
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	127	40.4
รับจ้าง	84	26.8
รวม	314	100.0
อาชีพของมารดา		
แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	67	21.4
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	102	32.5
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	62	19.7
รับจ้าง	83	26.4
รวม	314	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (N = 314)	ร้อยละ
<b>รายได้ของบิดา - มารดา</b>		
น้อยกว่า 2,000 บาท	22	7.0
2,000 - 3,999 บาท	46	14.6
4,000 - 5,999 บาท	37	11.8
6,000 - 7,999 บาท	23	7.3
8,000 - 9,999 บาท	26	8.3
10,000 - 11,999 บาท	46	14.6
12,000 - 13,000 บาท	35	11.1
14,000 บาทขึ้นไป	74	23.6
ไม่ตอบ	5	1.6
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100</b>
<b>การเดินทางมาโรงเรียน</b>		
เดิน	26	8.3
รถจักรยาน - รถจักรยานยนต์	28	8.9
นั่งรถประจำทาง	50	15.9
อาศัยมากับเพื่อน	3	1.0
บิดา - มารดาขับส่ง	112	35.7
รถรับจ้างเป็นรายเดือน	84	26.8
อื่นๆ	11	3.5
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100.0</b>

## 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความตระหนักของเยาวชนเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณา

### 4.2.1 ความตระหนักของเยาวชนในการอนุรักษ์พลังงาน

จากการศึกษาเกี่ยวกับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานของกลุ่มตัวอย่างผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับปานกลาง มีระดับคะแนนในช่วง 16-30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาคือกลุ่มที่มีความตระหนักในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 11.5 และกลุ่มที่มีระดับคะแนน 31 คะแนนขึ้นไป คือร้อยละ 10.2 คือกลุ่มที่มีความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับคะแนน ความตระหนักของเยาวชนเมื่อชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน

ระดับความตระหนักของเยาวชนเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณา	ระดับความตระหนักของเยาวชน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 คะแนน	น้อย	36	11.5
16 - 30 คะแนน	ปานกลาง	246	78.3
31 คะแนนขึ้นไป	มาก	32	10.2
รวม		314	100.0

จากข้อคำถามเกี่ยวกับความตระหนักของเยาวชนต่อการอนุรักษ์พลังงาน เป็นคำถามในเชิงบวก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในเรื่องทั่วไปอยู่ในระดับเคยปฏิบัติมานานๆครั้งในเกณฑ์สูง และกลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักในเรื่องการประหยัดพลังงานไฟฟ้าอยู่ในเกณฑ์สูง โดยกลุ่มตัวอย่างได้เห็นถึงความสำคัญของข้อความที่ว่า "ดับไฟฟ้าก่อนที่จะไม่มีไฟฟ้าให้ดับ" จากข้อความนี้ทำให้เกิดการปฏิบัติตามในระดับที่ทำเป็นประจำ ถึงร้อยละ 48.7 และปฏิบัติตามในระดับนานๆครั้ง ร้อยละ 43.0 ผู้ที่ไม่เคยปฏิบัติตามเลยมีเพียง ร้อยละ 8.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นในเรื่องของการอนุรักษ์พลังงานในเรื่องของการประหยัดน้ำ ร้อยละ 54.8 ประหยัดไฟฟ้า ร้อยละ 52.5 และประหยัดน้ำมัน ร้อยละ 53.8 ในเรื่องปัญหาพลังงาน ร้อยละ 76.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการพูดคุยถึงเรื่องเหล่านี้ในอยู่ระดับนานๆครั้ง

ส่วนคำถามในเชิงลบจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักในระดับการเคยปฏิบัติ นานๆครั้ง อยู่ในเกณฑ์ที่สูง และในคำถามที่ถามถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เช่นคำถามที่ว่า ในการอาบน้ำเคยเปิดน้ำทิ้งไว้ขณะฟอกสบู่หรือไม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยทำนานๆครั้ง ร้อยละ 40.1 และมีผู้ที่ปฏิบัติเป็นประจำ ร้อยละ 37.4 ในคำถามที่ถามถึงวิธีการประหยัดไฟฟ้า ว่าเคยรีดผ้าวันละ

ชุดหรือไม่ พบว่า มีผู้ปฏิบัติเป็นประจำเพียง 17.2 ปฏิบัตินานๆครั้ง และไม่เคยเลย คิดเป็นร้อยละ 41.4 เท่ากัน

จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ามีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 11.5 ที่มีระดับคะแนนความตระหนัก อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบัน มีระบบการสื่อสารที่ทันสมัยในการเผยแพร่ความรู้ข่าวสารให้ผู้รับสารได้ทราบถึงปัญหาเรื่องพลังงานในปัจจุบันและรู้สึกถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นปัญหาใกล้ตัวเช่น ปัญหาค่าน้ำมันที่แพงขึ้น ปัญหาน้ำในเขื่อนมีไม่มากพอที่จะนำไปใช้อุปโภคและบริโภค รวมถึงไม่เพียงพอต่อการนำไปผลิตกระแสไฟฟ้าหรือปัญหามลพิษทางอากาศที่เกิดจากก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์จากลิแกไนต์ที่โรงไฟฟ้า อากาศแม่เกาะทำให้ผู้รับสารเกิดความตระหนักในการใช้พลังงานมากขึ้น

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ ของความตระหนักเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน

คำถาม	ความตระหนักของเยาวชนเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณารวมพลังงานสอง							
	เคยเป็นประจำ		เคยนานๆครั้ง		ไม่เคย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.นักเรียนเคยพูดคุยกับเพื่อนเกี่ยวกับปัญหาพลังงานบ้างหรือไม่	28	8.9	240	76.4	46	14.6	314	100.0
2.นักเรียนเคยคิดบ้างหรือไม่ว่าตัวเองมีความสำคัญต่อการประหยัดพลังงาน	108	34.4	158	50.3	48	15.3	314	100.0
3.นักเรียนเคยคิดจะใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดบ้างหรือไม่	178	56.7	121	38.5	15	4.8	314	100.0
4.จากข้อความที่ว่า"ดับไฟฟ้าก่อนที่จะไม่มีไฟฟ้าให้ดับ"นักเรียนเคยปฏิบัติตามบ้างหรือไม่	153	48.7	135	43.0	26	8.3	314	100.0
5.นักเรียนเคยพูดคุยกับเพื่อนเรื่องการประหยัดน้ำมันบ้างหรือไม่	57	18.2	169	53.8	88	28.0	314	100.0

ตาราง 4.3 (ต่อ)

คำถาม	ความตระหนักของเยาวชนเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณากรมพลังงานสอง							
	เคยเป็นประจำ		เคยนานๆครั้ง		ไม่เคย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
6.นักเรียนเคยอ่านหนังสือหรือบทความเกี่ยวกับวิธีการประหยัดน้ำมันบ้างหรือไม่	73	23.2	183	58.3	58	18.5	314	100.0
7.นักเรียนเคยแนะนำหรือชักนำให้คนอื่นช่วยกันประหยัดไฟบ้างหรือไม่	76	24.2	165	52.5	73	23.2	314	100.0
8.นักเรียนเคยนอนหลับโดยเปิดไฟทิ้งไว้บ้างหรือไม่	49	15.6	133	42.4	46	14.6	314	100.0
9.นักเรียนเคยเปิดพัดลมหรือเปิดแอร์ทิ้งไว้ตลอดคืนหรือไม่	103	32.8	128	40.8	48	15.3	314	100.0
10.นักเรียนเคยเปิดวิทยุหรือโทรทัศน์ทิ้งไว้โดยไม่ฟังหรือดูบ้างหรือไม่	59	18.8	175	55.7	15	4.8	314	100.0
11.นักเรียนเคยรีดเสื้อผ้าวันละชุดหรือไม่	54	17.2	130	41.4	26	8.3	314	100.0
12.นักเรียนเคยเปิดน้ำทิ้งไว้จนล้นภาชนะบ้างหรือไม่	53	16.9	183	58.3	88	28.0	314	100.0
13.นักเรียนเคยเปิดตู้เย็นบ่อยๆโดยไม่ตั้งใจจะหยิบของในตู้เย็นบ้างหรือไม่	72	22.9	163	51.9	58	18.5	314	100.0
14.ในการอาบน้ำนักเรียนเคยเปิดน้ำทิ้งไว้ขณะฟอกสบู่หรือไม่	109	34.7	126	40.1	73	23.2	314	100.0
15.ขณะที่แปรงฟันนักเรียนเคยเปิดก๊อกน้ำทิ้งไว้บ้างหรือไม่	64	20.4	125	39.8	132	42.0	314	100.0
16.นักเรียนเคยล้างรถโดยใช้สายยางฉีดน้ำบ้างหรือไม่	93	29.6	145	46.2	83	26.4	314	100.0

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

คำถาม	ความตระหนักของเยาวชนเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณารวมพลังหารสอง							
	เคยเป็นประจำ		เคยนานๆครั้ง		ไม่เคย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
17.นักเรียนเคยใช้น้ำหลังจากการซักล้างหรือถูพื้นเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นต่อหรือไม่	95	30.3	157	50.0	80	25.5	314	100.0
18.นักเรียนเคยตั้งปลั๊กอุปกรณ์ไฟฟ้าออกทันทีที่เลิกใช้งานบ้างหรือไม่	183	58.3	105	33.4	26	8.3	314	100.0
19.นักเรียนเคยเตือนคนในบ้านให้ประหยัดน้ำบ้างหรือไม่	99	31.5	172	54.8	43	13.7	314	100.0
20.นักเรียนเคยวางแผนการเดินทางเมื่อจะไปในสถานที่ต่างๆ ในแต่ละครั้งบ้างหรือไม่	98	31.2	160	51.0	56	17.8	314	100.0

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน

จากข้อมูลที่ได้ในการตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานการอนุรักษ์พลังงาน จากคะแนนความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้อยู่ในระดับปานกลางคือช่วงคะแนน 9 - 14 คะแนนมีจำนวนถึง 215 คนคิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานในระดับมาก คือ 15 คะแนนขึ้นไปมีจำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 16.6 และกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงานน้อยคือระดับคะแนนต่ำกว่า 9 คะแนน มีเพียง 47 คนคิดเป็นร้อยละ 15.0 จากระดับคะแนน พบว่ากลุ่มตัวอย่างตอบคำถามได้ถูกเกินกว่า ร้อยละ 50.0 แสดงว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบจำแนกตามระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน

ความรู้ความเข้าใจเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน	ระดับกลุ่มความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 9 คะแนน	น้อย	47	15.0
9 - 14 คะแนน	ปานกลาง	215	68.5
15 คะแนนขึ้นไป	มาก	52	16.6
รวม		314	100

การศึกษาถึงการอนุรักษ์พลังงานในเรื่องของ ประหยัดไฟฟ้า ประหยัดน้ำมันและการประหยัดน้ำเพื่อนำมาผลิตเป็นกระแสไฟฟ้านั้น พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และเข้าใจถึงวิธีการอนุรักษ์พลังงาน เช่นในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า กลุ่มตัวอย่างเข้าใจถึงสัญลักษณ์ฉลากไฟฟ้าเบอร์ 5 ว่าเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ติดเครื่องใช้ไฟฟ้าหรือผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกว่าประหยัดไฟ และในการเปิดเครื่องปรับอากาศ กลุ่มตัวอย่างทราบว่าอุณหภูมิที่เหมาะสมในการใช้เครื่องปรับอากาศอยู่ที่ 25 องศาเซลเซียส ซึ่งในข้อนี้ผู้ตอบถูกถึง 212 คนคิดเป็นร้อยละ 67.5 โดยมีผู้ตอบถูกเกินกว่า ร้อยละ 50.0 แสดงให้เห็นถึงความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างในการอนุรักษ์พลังงาน ส่วนในเรื่องของการประหยัดน้ำมันจากการตอบคำถามในเรื่องของวิธีการใช้น้ำในการล้างรถ พบว่ามีผู้ตอบคำถามมีความรู้ความเข้าใจถึงวิธีการล้างรถว่าหากใช้สายยางฉีดน้ำในการล้างรถจะทำให้ต้องใช้น้ำเป็นจำนวนมากในการล้างรถ คำถามในข้อนี้ผู้ตอบถูกถึงร้อยละ 67.5

คำถามที่เกี่ยวกับวิธีการประหยัดน้ำมันพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างไม่ทราบและไม่เข้าใจถึงวิธีการ คาร์พูล (Car pool) ในข้อนี้จำนวนผู้ที่ตอบผิดถึง 262 คน คิดเป็นร้อยละ 83.4 กลุ่มตัวอย่างไม่เข้าใจถึงคำว่าคาร์พูล (Car pool) นั้นเป็นอย่างไร จากคำถามผู้ตอบคำถามเข้าใจว่าวิธีการนี้เป็นการเพิ่มจำนวนรถยนต์บนถนนให้มากขึ้นและยังเพิ่มปัญหามลพิษทางอากาศ

จากคำถามในข้อนี้ชี้ให้เห็นว่า ในการเผยแพร่ข่าวสาร ไม่ควรใช้คำที่เป็นคำเฉพาะกลุ่มหรือถามใช้คำเฉพาะกลุ่มควรมีการขยายความ ให้ผู้ที่รับสารมีความเข้าใจในความหมายของคำๆนั้น

ในส่วนของความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสาร CFCs ว่าเป็นสารที่สามารถทำให้อุณหภูมิของโลกร้อนขึ้น โดยมีผู้ตอบถูกถึง 115 คนคิดเป็นร้อยละ 63.4 และทราบว่าควันจากท่อไอเสียเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดภาวะเรือนกระจก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 75.5 แต่คำถามในข้ออื่นๆเช่น ในเรื่องกระแสไฟฟ้าส่วนใหญ่ที่ผลิตและนำมาใช้ภายในประเทศกลุ่มตัวอย่างเข้าใจว่าผลิตมาจากโรงไฟฟ้าพลังงานน้ำซึ่งข้อนี้ผู้ตอบคำถามผิดถึง 274 คนคิดเป็นร้อยละ 87.3 หรือคำถามในเรื่อง

ก๊าซชีวภาพที่เกิดจากการหมักของเสียในข้อนี้กลุ่มตัวอย่างตอบผิดคิดเป็นร้อยละ 69.7 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ยังไม่ได้เรียนถึงเรื่องเหล่านี้จึงทำให้ตอบคำถามในส่วนของความรู้เรื่องพลังงานผิดกันมาก แต่ในส่วนของความรู้ความเข้าใจในวิธีการอนุรักษ์พลังงานพบว่าส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงวิธีการ ซึ่งวิธีการในการอนุรักษ์พลังงาน ไม่ว่าจะเป็นการประหยัดน้ำ ประหยัดไฟฟ้า หรือประหยัดน้ำมันได้มีรณรงค์ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามสื่อมวลชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลจากสื่อเกิดการรับรู้และจดจำถึงข้อมูลได้ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจในวิธีการอนุรักษ์พลังงาน

ตารางที่ 4.5 แสดงข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ตอบผิด		ตอบถูก	
			จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.สาร CFCsทำให้อุณหภูมิโลกสูงขึ้น	✓		115	36.6	199	63.4
2.มลพิษจากท่อไอเสียรถยนต์เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดสภาวะเรือนกระจก	✓		77	24.5	237	75.5
3.วิธีการ Car poolเป็นการเพิ่มจำนวนรถบนถนน		✓	262	83.4	52	16.6
4.วิธีการCar poolเป็นการช่วยลดปัญหามลพิษทางอากาศ	✓		222	70.7	92	29.3
5.การล้างรถโดยใช้สายยางฉีดน้ำเป็นการประหยัดน้ำวิธีหนึ่ง		✓	102	32.5	212	67.5
6.อุณหภูมิเครื่องปรับอากาศที่เหมาะสมควรอยู่ที่ 25 องศาเซลเซียส	✓		102	32.5	212	67.5
7.การนำกระดาษที่ใช้แล้วไปผลิตใหม่และนำกลับมาใช้ซ้ำครั้งเรียกว่าการ Reuse		✓	244	77.7	70	22.3

ตารางที่ 4.5(ต่อ)

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ตอบผิด		ตอบถูก	
			จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8.เมื่อน้ำยาล้างจานหมดขวดแล้วเราไปซื้อชนิดแบบถุงมาเติมในขวดเดิมเรียกว่าการ Refill	✓		133	42.4	181	57.6
9.ในตู้เย็นควรปล่อยให้ น้ำแข็งเกาะในช่องฟรีสเป็นจำนวนมากเพราะจะทำให้ น้ำเย็นขึ้นและเป็นการประหยัดไฟ		✓	118	37.6	196	62.4
10.กระติกน้ำร้อนชนิดไฟฟ้าควรเสียบปลั๊กทิ้งไว้เพื่อน้ำจะได้อุ่นตลอดเวลาและเป็นการประหยัดไฟในการต้มน้ำครั้งต่อไป		✓	92	29.3	222	70.7
11.ฉลากเบอร์ 5 ที่ติดอยู่ตามเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นการบอกถึงยี่ห้อของเครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดนั้น		✓	90	28.7	224	71.3
12.ก๊าซชีวภาพเป็นก๊าซที่เกิดจากการหมักของเสีย เช่น มูลสัตว์	✓		219	69.7	95	30.3
13.การใช้โทรทัศน์ที่มีรีโมทคอนโทรลเป็นการช่วยประหยัดไฟฟ้า		✓	168	53.5	146	46.5
14.การเปิด - ปิดตู้เย็นบ่อยๆจะทำให้ตู้เย็นใช้ไฟมากขึ้น	✓		53	16.9	261	83.1
15.การเลือกเครื่องปรับอากาศควรเลือกให้มีขนาดใหญ่เข้าไว้เพื่อช่วยในการประหยัดไฟฟ้า		✓	113	36.0	201	64.0
16.กระแสไฟฟ้าที่ใช้ในประเทศไทยส่วนใหญ่ผลิตมาจาก โรงไฟฟ้าพลังน้ำ		✓	274	87.3	40	12.7
17.การรีดผ้าครั้งละมากๆเป็นการช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้า	✓		64	20.4	250	79.6

ตารางที่ 4.5(ต่อ)

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	ตอบผิด		ตอบถูก	
			จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
18.การใช้กล่องโฟมในการบรรจุอาหารเป็นความสะดวกอย่างหนึ่งและไม่เป็นการทำลายธรรมชาติ		✓	49	15.6	265	84.4
19.การเปิดตู้เย็นทิ้งไว้จะทำให้ตู้เย็นใช้ไฟมากขึ้น	✓		62	19.7	252	80.3
20.ในการรีดผ้าควรจะพรมน้ำจนเปียกเพราะจะทำให้รีดผ้าเรียบเร็วขึ้นและเป็นการประหยัดไฟ		✓	145	46.2	269	53.8

#### 4.4 การเปิดรับชมโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนและปัจจัยที่ทำให้เกิดระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อโฆษณารณรงค์ให้การอนุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสอง

##### 4.4.1 ข้อมูลการเปิดรับชมโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์

การศึกษาพบว่า เยาวชนมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในเรื่องการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน จากสื่อมวลชน จากข้อมูลที่ได้พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกคนดูโทรทัศน์และมีความถี่ในการดูโทรทัศน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมาคือดูเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และนานๆดูครั้งร้อยละ 4.8

จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนให้ความสนใจมากที่สุด โดยมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทุกคน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเปิดรับทุกวัน

การเปิดรับชมโฆษณาการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานรวมพลังหารสอง พบว่าผู้เคยดูถึง 309 คน คิดเป็นร้อยละ 98.4 และไม่เคยดูโฆษณาการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน คิดเป็นร้อยละ 1.3 พบว่าในระดับความถี่ที่เคยดูบ่อยครั้งคิดเป็นร้อยละ 58.3 และรองลงมาในระดับนานๆครั้ง คือ ร้อยละ 40.4

จากชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานรวมพลังหารสองที่แพร่ภาพทางสื่อโทรทัศน์ที่ได้ศึกษามีดังนี้คือ ชุดที่ 1 ชื่อชุดกุมารทอง ชุดที่ 2 ชื่อชุด ชุดที่ 3 ชื่อชุด อาเม้ง ป.ปลา และชุดที่ 4 ชื่อชุด คาร์พูลสะพานควาย จากการศึกษาพบว่าชิ้นงานโฆษณารวมพลังหารสองที่มีกลุ่มตัวอย่างเคยดูมากที่สุดคือชุดอาเม้ง ป.ปลา โฆษณาชุดนี้เป็นโฆษณาชุดแรกๆที่เริ่มมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนอนุรักษ์พลังงาน ในชิ้นงานมีเนื้อหาที่กล่าวถึงการไม่กินทิ้งกินขว้าง เพราะจะทำให้สูญเสียพลังงานต่างๆ ไปอย่างเปล่าประโยชน์ มีการนำเสนอเนื้อหาในโฆษณาเป็นบทท่องเที่ยวชาน และมีการนำเสนอในรูปแบบในการนำเสนอที่

แตกต่างจากโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทำให้ผู้ที่ได้รับสื่อมีการจดจำถึงเนื้อหาโฆษณา จากการไปเก็บข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำในเนื้อหา และมีการจับทอขายานและท่องตามได้ รองลงมา คือชุดแหล่งเทพ โพธิ์งาม คือร้อยละ 71.0 โฆษณาชุดนี้ก็มีเนื้อหากล่าวถึงการใช้น้ำมัน การใช้ไฟฟ้าอย่างไม่ประหยัด และการใช้กระดาษหรือถุงพลาสติกทำให้เกิดขยะ ในการนำเสนอก็ใช้วิธีเพลงแหล่ง เมื่อดูแล้วทำให้เกิดความสนุกสนาน น่าจดจำ ขึ้นต่อมาก็คือชุด กุมารทอง คิดเป็นร้อยละ 64.6 ชุดนี้มีเนื้อหากล่าวถึงที่มาของพลังงาน มีการนำเสนอโดยใช้บทเพลงแจ๊ซ ทำให้เกิดความน่าสนใจ แต่ช่วงระยะเวลาที่โฆษณาชุดนี้ได้แพร่ภาพ เป็นช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงแพร่ภาพออกอากาศเพียงไม่กี่ครั้ง และชุดสุดท้ายคือชุด คาร์พูล สะพานควาย คิดเป็นร้อยละ 62.7 โฆษณาชุดนี้มีเนื้อหาในการรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานน้ำมัน ด้วยวิธีการคาร์พูล

ในการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทหนังสือพิมพ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 95.2 และที่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์มีเพียงร้อยละ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ ในความถี่ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 36.9 รองลงมาคืออ่านเป็นประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 21.7

ในการเปิดรับชมโฆษณารวมพลังหารสองทางหนังสือพิมพ์พบว่ามีผู้เคยเห็นร้อยละ 73.9 และไม่เคยเห็นร้อยละ 25.2 สื่อสิ่งพิมพ์อีกประเภทหนึ่งก็คือสื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นโปสเตอร์รณรงค์ของโครงการรวมพลังหารสองร้อยละ 78.7 และไม่เคยเห็น ร้อยละ 21.0

จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์มากพอสมควร แต่ให้ความสนใจกับสื่อโทรทัศน์มากกว่า เพราะเป็นสื่อที่มีภาพเคลื่อนไหวและมีเสียง แต่ทั้งนี้ในการเปิดรับสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่างก็ขึ้นอยู่กับครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างด้วยว่าการรับหนังสือพิมพ์มาอ่านเป็นประจำทุกวันหรือไม่ ถ้ามีการรับหนังสือพิมพ์ที่บ้านทุกวัน โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะได้อ่านหนังสือพิมพ์ก็มีมากขึ้น

ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลการเปิดรับชมโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน ประเภทสื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์

การเปิดรับสื่อโทรทัศน์และโฆษณาจากโทรทัศน์	จำนวน (N = 314)	ร้อยละ
สื่อโทรทัศน์		
การดูโทรทัศน์		
ดู	314	100.0
ไม่ดู	-	-
รวม	314	100.0

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

การเปิดรับสื่อโทรทัศน์และ โฆษณาจากโทรทัศน์	จำนวน (N = 314)	ร้อยละ
ความถี่ในการดูโทรทัศน์		
ดูทุกวัน	230	73.2
เกือบทุกวัน	68	21.7
นานๆครั้ง	15	4.8
ไม่ตอบ	1	0.3
รวม	314	100.0
การรับชมโฆษณารoadสองทาง โทรทัศน์		
เคย	309	98.4
ไม่เคย	4	1.3
ไม่ตอบ	1	0.3
รวม	314	100.0
ความถี่ในการได้รับชมโฆษณา roadสองทางโทรทัศน์		
บ่อยครั้ง	183	58.3
นานๆครั้ง	127	40.4
ไม่เคย	2	0.6
ไม่ตอบ	2	0.6
รวม	314	100.0
โฆษณารวมพลังroadสองทาง โทรทัศน์ที่เคยได้รับชม		
ชุดที่ 1	203	64.6
ชุดที่ 2	223	71.0
ชุดที่ 3	230	73.2
ชุดที่ 4	197	62.7

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และ โฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์	จำนวน (N = 314)	ร้อยละ
<b>สื่อสิ่งพิมพ์ - หนังสือพิมพ์</b>		
<b>การอ่านหนังสือพิมพ์</b>		
อ่าน	299	95.2
ไม่อ่าน	13	4.1
ไม่ตอบ	2	0.6
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100.0</b>
<b>ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์</b>		
อ่านเป็นประจำ	68	21.7
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	116	36.9
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	66	21.0
มากกว่า 3 ครั้งต่อ สัปดาห์	62	19.7
ไม่ตอบ	2	0.6
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100.0</b>
<b>เคยเห็นและรับทราบถึงโฆษณา หารสองทางหนังสือพิมพ์</b>		
เคย	232	73.9
ไม่เคย	79	25.2
ไม่ตอบ	3	1.0
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100.0</b>
<b>สื่อสิ่งพิมพ์ - ไปสเตอร์</b>		
<b>เคยเห็นไปสเตอร์ของโครงการ รวมพลังหารสองหรือไม่</b>		
เคย	247	78.7
ไม่เคย	66	21.0
ไม่ตอบ	1	0.3
<b>รวม</b>	<b>314</b>	<b>100.0</b>

#### 4.4.2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อโฆษณาตรงถึงให้อนุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังहारสองจากสื่อมวลชน

ในการศึกษาถึงปัจจัย ได้แยกปัจจัยที่ทำให้เกิดระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทดังนี้คือ

สื่อสิ่งพิมพ์ประเภท โปสเตอร์ และหนังสือพิมพ์ได้แบ่งปัจจัยออกเป็น

- รูปภาพมีความน่าสนใจ
- ข้อความในภาพเมื่ออ่านแล้วมีความน่าสนใจ
- รูปภาพเมื่อดูแล้วเข้าใจได้ง่าย
- ข้อความในภาพเมื่ออ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย
- ภาพที่นำเสนอเมื่อดูแล้วสามารถจดจำได้ง่าย
- ข้อความในภาพเมื่ออ่านแล้วสามารถจำได้ง่าย

สื่อโทรทัศน์ได้แบ่งปัจจัยออกเป็น

- ลักษณะของเนื้อหาที่น่าสนใจ
- เนื้อหาที่น่าสนใจเมื่อดูแล้วเข้าใจได้ง่าย
- เนื้อเรื่องที่น่าสนใจต่อการจดจำ

ชิ้นงานโฆษณาที่ได้ใช้ในการศึกษามีดังนี้คือ จากสื่อโปสเตอร์มีจำนวน 2 ชุดคือโปสเตอร์คาร์พูล (Car pool) ทั้งสองชุด สื่อหนังสือพิมพ์มีจำนวน 3 ชุดคือภาพโฆษณาทางหนังสือพิมพ์คาร์พูล (Car pool) แม่บ้านกับการประหยัดพลังงาน และรวมวิธีการอนุรักษ์พลังงาน สื่อโทรทัศน์มีจำนวน 4 ชุดคือภาพยนตร์โฆษณาแหล่งเทพ โพธิ์งาม อาเม้งป.ปลา กุมารทอง และ คาร์พูล (Car pool) สะพานควาย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำชิ้นงานแต่ละชิ้นมาวิเคราะห์รวมกันโดยการหาค่าเฉลี่ยออกมา เพราะฉะนั้นแต่ละสื่อจะเหลือชิ้นงานโฆษณาเพียงชุดเดียว

##### 4.4.2.1 สื่อโปสเตอร์

การศึกษาถึงระดับความสนใจในชิ้นงานโฆษณารองค้ประชาสัมพันธ์รวมพลังहारสองจากสื่อโปสเตอร์ จากชิ้นงานโฆษณาจำนวน 2 ชิ้นโดยทั้งสองชิ้นมีเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการคาร์พูล (Car pool) พบว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้ดูโฆษณาจากโปสเตอร์แล้วส่วนใหญ่เห็นว่าภาพโฆษณาในโปสเตอร์มีความน่าสนใจในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาคือในระดับที่มากที่สุดคือร้อยละ 30.3 และมีความน่าสนใจในระดับที่น้อยสุดมี คิดเป็นร้อยละ 1.0 เท่านั้น ส่วนในของความน่าสนใจของข้อความ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าข้อความมีความน่าสนใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.3 และในระดับที่ข้อความมีความน่าสนใจน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 0.6 ดังตารางที่ 4.7

ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องในระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อในส่วนของภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าภาพมีความเข้าใจง่ายในระดับมากถึงร้อยละ 51.6 ภาพมีความเข้าใจมากที่สุด รองลงมาคือ 27.7 และกลุ่มที่ตอบว่าภาพมีความเข้าใจในระดับน้อยที่สุดมีเพียงร้อยละ 0.6 ในส่วนของการจำได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสามารถจดจำภาพและข้อความได้ในระดับที่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.4 และร้อยละ 41.4 ตามลำดับ

จากการศึกษาเรื่องระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อโปสเตอร์สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสนใจในการเปิดรับข้อมูลการรณรงค์โฆษณาการอนุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองจากสื่อโปสเตอร์ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากทั้งภาพและข้อความในการนำเสนอมีความน่าสนใจมีสีสันที่สวยงาม สะดุดตาและมีภาพขนาดใหญ่ สามารถพบเห็นบ่อยครั้งตามบอร์ดของสถานที่ราชการและเอกชน เมื่ออ่านแล้วมีความเข้าใจได้ง่าย ภาพและข้อความในโปสเตอร์ยังสามารถจดจำได้ง่ายอีกด้วย

#### 4.4.2.2 สื่อหนังสือพิมพ์

ในการศึกษาถึงระดับความสนใจในชิ้นงานรณรงค์โฆษณาประชาสัมพันธ์รวมพลังหารสองจากสื่อหนังสือพิมพ์ จำนวนชิ้นงานโฆษณา 3 ชิ้น คือชุดที่ 1 เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมันโดยวิธีการ คาร์พูล (Car Pool) ชุดที่ 2 การประหยัดของแม่บ้าน ชุดที่ 3 เป็นการรวมวิธีการประหยัดพลังงาน เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้ดูโฆษณาจากสื่อหนังสือพิมพ์ ในเรื่องของความน่าสนใจในภาพและข้อความ พบว่าส่วนใหญ่เห็นว่าภาพและข้อความโฆษณารณรงค์ในสื่อหนังสือพิมพ์ มีความน่าสนใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 55.4 และข้อความมีความน่าสนใจคิดเป็นร้อยละ 57.0 และทั้งภาพและข้อความมีระดับความน่าสนใจน้อยที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 1.9 เท่ากันดังตารางที่ 4.8

สำหรับความเข้าใจในภาพและข้อความในโฆษณาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าภาพและข้อความโฆษณาในหนังสือพิมพ์เมื่อดูแล้วเข้าใจได้ง่าย ในระดับมาก ร้อยละ 48.4 และร้อยละ 50.0 ในส่วนของการจำได้ พบว่าส่วนใหญ่จำภาพโฆษณารณรงค์หารสองในสื่อหนังสือพิมพ์ได้ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.6 ในส่วนของข้อความในโฆษณาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการจดจำข้อความได้ในระดับปานกลาง ร้อยละ 40.1 ทั้งนี้เนื่องมาจาก ข้อความโฆษณารณรงค์รวมพลังหารสองในหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชุดนั้นเป็นเพียงวลีสั้นๆ ไม่เป็นประโยค และมีจำนวนหลายข้อความ ทำให้ไม่สามารถจดจำได้ทั้งหมด แต่ถ้าดูควบคู่กับภาพจะทำให้เข้าใจได้มากยิ่งขึ้น เพราะภาพมีการนำเสนอค่อนข้างชัดเจนทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในสิ่งที่ภาพโฆษณาต้องการจะสื่อได้

#### 4.4.2.3 สื่อโทรทัศน์

จากการศึกษาระดับความสนใจในภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ในการณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองจากสื่อโทรทัศน์ จากภาพยนตร์โฆษณาจำนวน 4 ชุดดังนี้ คือชุด कुमारทอง ชุดแหล่เทพ โพธิ์งาม ชุด อาเม้ง ป.ปลา ชุด คาร์พูล สะพานควาย พบว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างได้รับชมโฆษณารณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองแล้ว ส่วนใหญ่จะเห็นว่าลักษณะของเนื้อหาในภาพยนตร์โฆษณามีความน่าสนใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.2 และเนื้อหาที่มีความน่าสนใจน้อยที่สุดเพียง ร้อยละ 1.3 ดังตารางที่ 4.9

ในส่วนของเนื้อเรื่องในโฆษณาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเนื้อเรื่องในโฆษณามีความเข้าใจง่ายและง่ายต่อการจดจำในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 และร้อยละ 40.4 และเห็นว่าเนื้อเรื่องมีระดับความเข้าใจง่ายและง่ายต่อการจดจำมากที่สุด รองลงมาคือ ร้อยละ 38.5 และร้อยละ 38.2

จากข้อมูลที่ได้ชี้ให้เห็นถึงลักษณะของเนื้อหาในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ในการดึงดูดความสนใจมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นความรู้ทำให้เมื่อดูแล้วไม่น่าเบื่อ เช่นการนำเสนอในรูปแบบของเพลงแหล่ หรือบทท่องอาขยานที่มีเนื้อหาให้ความรู้ในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานทำให้ผู้รับสารเกิดการจดจำ รวมไปถึงการแพร่ภาพในสื่อโทรทัศน์ที่มีคุณสมบัติ ในการเคลื่อนไหว มีทั้งภาพและเสียงทำให้ดึงดูดความสนใจมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงทำให้เนื้อหาที่มีความน่าสนใจติดตามมากเมื่อเทียบกับสื่อชนิดอื่นๆ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน รัยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนตามระดับความสนใจในการทำงานในขณะรวมพลังทหารของ จากสื่อมวลชนประเภท สื่อสิ่งพิมพ์ - โปสเตอร์

สื่อสิ่งพิมพ์ - โปสเตอร์	ระดับความสนใจในการทำงานในขณะรวมพลังทหาร						รวม	Mean (S.D)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.ภาพมีความน่าสนใจ รัยละ	95 30.3	161 51.3	52 16.6	3 1.0	3 1.0	314 100.0	4.1 (0.8)	
2.ข้อความมีความน่าสนใจ รัยละ	98 31.2	161 51.3	48 15.3	5 1.6	2 0.6	314 100.0	4.1 (0.8)	
3.ภาพเข้าใจได้ง่าย รัยละ	87 27.7	162 51.6	51 16.2	10 3.2	4 1.3	314 100.0	4.0 (0.8)	
4.ข้อความเข้าใจได้ง่าย รัยละ	89 28.3	170 54.1	44 14.0	9 2.9	2 0.6	314 100.0	4.1 (0.8)	
5.ภาพได้ง่าย รัยละ	93 29.6	155 49.4	52 16.6	12 3.8	2 0.6	314 100.0	4.0 (0.8)	
6.คำข้อความได้ง่าย รัยละ	66 21.0	130 41.4	94 29.9	21 6.7	3 1.0	314 100.0	3.7 (0.9)	

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความสนใจในชิ้นงานโฆษณา รวมถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากผู้ผลิต  
 สื่อสิ่งพิมพ์ - หนังสือพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ - หนังสือพิมพ์	ระดับความสนใจในชิ้นงานโฆษณาจากผู้ผลิต						รวม	Mean (S.D)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.ภาพมีความน่าสนใจ	58	174	67	9	6	314	3.9	
ร้อยละ	18.5	55.4	21.3	2.9	1.9	100.0	(0.8)	
2.ข้อความมีความน่าสนใจ	54	179	67	8	6	314	3.9	
ร้อยละ	17.2	57.0	21.3	2.5	1.9	100.0	(0.8)	
3.ภาพเข้าใจได้ง่าย	49	152	99	9	5	314	3.7	
ร้อยละ	15.6	48.4	31.5	2.9	1.6	100.0	(0.8)	
4.ข้อความเข้าใจได้ง่าย	45	157	95	10	7	314	3.7	
ร้อยละ	14.3	50.0	30.3	3.2	2.2	100.0	(0.8)	
5.จำภาพได้ง่าย	47	162	86	12	7	314	3.7	
ร้อยละ	15.0	51.6	27.4	3.8	2.2	100.0	(0.8)	
6.จำข้อความได้ง่าย	66	130	94	21	3	314	3.5	
ร้อยละ	21.0	41.4	29.9	6.7	1.0	100.0	(0.9)	

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความสนใจในทีมงานในขณะการสมัครงานของ จากสื่อมวลชนประเภท สื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์	ระดับความสนใจในทีมงานในขณะการสมัครงาน					รวม	Mean (S.D)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ลักษณะเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ	167	119	23	1	4	314	4.4 (0.8)
ร้อยละ	53.2	37.9	7.3	0.3	1.3	100.0	
2.เนื้อเรื่องเข้าใจง่าย	121	150	38	1	4	314	4.2 (0.8)
ร้อยละ	38.5	47.8	12.1	0.3	1.3	100.0	
3.เนื้อเรื่องถ่ายทอดการจดจำ	120	127	61	2	4	314	4.1 (0.8)
ร้อยละ	38.2	40.4	19.4	0.6	1.3	100.0	

#### 4.5 ข้อมูลระดับความคิดเห็นของเยาวชนต่อการนำเสนอโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสอง

##### 4.5.1 ระดับความคิดเห็นของเยาวชนต่อโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับวิธีการของโครงการรวมพลังหารสองในการณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน โดยเห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.9 ในส่วนของเนื้อหาในโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเนื้อหามีการส่งเสริมให้อุรักษ์พลังงานในระดับมากคิดเป็น ร้อยละ 45.5 ดังตารางที่ 4.10

จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองทำให้เกิดความสำนึกห่วงใยและเกิดความตระหนักถึงปัญหาพลังงานที่เกิดขึ้นในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 และมีเพียง ร้อยละ 1.6 เท่านั้นที่คิดว่าโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานทำให้เกิดความสำนึกห่วงใย และตระหนักถึงปัญหาการอนุรักษ์พลังงานน้อยที่สุด ในส่วนของการนำเสนอเนื้อหาความรู้ในการอนุรักษ์พลังงานที่ได้จากการโฆษณาไปปฏิบัติ พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสามารถนำไปปฏิบัติได้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.4 ในความที่เห็นว่าโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองนั้นมีความน่าสนใจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.5 มีเพียง ร้อยละ 0.3 เท่านั้นที่เห็นว่ามีควมน่าสนใจน้อยที่สุด

จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในงานโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสอง และคิดว่าข้อมูลความรู้ที่ได้จากการเนื้อหาการนำเสนอในโฆษณานั้นสามารถนำไปปฏิบัติได้ กลุ่มตัวอย่างยังมีความเห็นว่าโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานนั้นทำให้เกิดความสำนึกและห่วงใยตลอดจนสามารถถึงทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานได้ ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อหาที่นำเสนอในโฆษณาเป็นการบอกถึงความรู้และวิธีการในการอนุรักษ์พลังงาน เช่น การประหยัดน้ำ การประหยัดน้ำมัน การประหยัดไฟฟ้า โดยมีกรนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจ มีระยะเวลาในการออกอากาศในแต่ละชิ้นงานไม่นานนัก ทำให้ผู้รับสารไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย และไม่รู้สึกรำคาญเนื้อหาที่หนักเกินไปเพราะการนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจน่าติดตาม ทำให้ผู้รับสารรับรู้ถึงปัญหาและทราบถึงวิธีการในการอนุรักษ์พลังงานไปอย่างไม่รู้ตัว และมีผลทำให้เกิดพฤติกรรมในการอนุรักษ์พลังงานขึ้นมาขึ้น

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณามารอผู้บริโภคพลังงาน

คำถาม	ระดับความคิดเห็น										Mean (S.D)
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1.นักเรียนเห็นด้วยกับวิธีการอนุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังงานของในระดับใด	163	51.9	101	32.2	38	12.1	6	1.9	0	0.0	4.3 (1.0)
2.นักเรียนคิดว่าเนื้อหาในโฆษณามีการส่งเสริมความรู้ด้านการอนุรักษ์พลังงานในระดับใด	127	40.0	143	45.5	35	11.1	3	1.0	0	0.0	4.2 (1.0)
3.นักเรียนคิดว่าโฆษณารวมพลังงานทำให้เกิดความลำบากและห่วงใยปัญหาเรื่องพลังงานในระดับใด	131	41.7	129	41.1	40	12.7	3	1.0	5	1.6	4.2 (1.0)
4.นักเรียนคิดว่าเนื้อหาในโฆษณาสามารถนำไปปฏิบัติได้ในระดับใด	108	34.4	135	43.0	53	16.9	9	2.9	3	1.0	4.0 (1.0)
5.นักเรียนคิดว่าโฆษณารวมพลังงานของมีความน่าสนใจในระดับใด	149	47.5	112	35.7	41	13.1	5	1.6	1	0.3	4.3 (1.0)

สำหรับในส่วนความคิดเห็นถึงข้อควรปรับปรุงในชิ้นงานโฆษณาณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสอง(ตารางที่ 4.11) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีข้อควรปรับปรุงคิดเป็นร้อยละ 73.9 และที่ตอบว่าควรปรับปรุง ร้อยละ 23.6 ผู้ที่ตอบว่ามีข้อปรับปรุงนั้นเสนอความคิดเห็นว่า โฆษณาที่เผยแพร่จากสื่อโทรทัศน์นั้น ควรมีการแพร่ภาพออกอากาศให้มากกว่านี้ และควรปรับปรุงในส่วนของภาษาเช่นในชิ้นงานชุด คาร์พูล สะพานควาย กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าใช้ที่ภาษาไม่เหมาะสมในการนำเสนอคำว่าควาย ในคำว่า "ควาย" ที่นักแสดงในโฆษณาได้สื่อความหมายนั้นหมายถึง สะพานควาย แต่ในขณะที่เดียวกันก็สามารถตีความได้ว่า หมายถึงการดำ นอกจากนั้นมีผู้เสนอให้นำดารานักร้องมาเป็นผู้แสดง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นวัยที่เข้าสู่วัยรุ่นจึงมีความสนใจต่อนักร้อง -นักแสดงมากเป็นพิเศษ ในบางคนอาจเกิดพฤติกรรมในการเลียนแบบขึ้นได้

ข้อควรปรับปรุงในสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทโปสเตอร์และหนังสือพิมพ์นั้นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ เหตุผลว่า ภาพและข้อความในโฆษณาทางโปสเตอร์และหนังสือพิมพ์เมื่ออ่านแล้วสื่อความหมายไม่เข้าใจ ทั้งนี้สามารถชี้ให้เห็นถึง ในกลุ่มผู้รับสารนั้นมีการตีความสารที่สื่อมวลชนได้นำเสนอออกไปสู่มวลชนไม่เหมือนกันและเกิดระดับความเข้าใจที่ต่างกัน ทำให้เกิดผลในการกระทำที่ต่างกัน

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นในการปรับปรุงโฆษณาณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองที่เห็นทางสื่อมวลชน ประเภท สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์และสื่อโทรทัศน์

ข้อควรปรับปรุงชิ้นงานโฆษณา หารสอง	จำนวน (N = 314)	ร้อยละ
มี	74	23.6
ไม่มี	231	73.6
ไม่ตอบ	9	2.9
รวม	314	100.0

ในการศึกษาถึงการจัดกิจกรรมที่ภายในโรงเรียนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าทางโรงเรียนได้จัดกิจกรรมในการอนุรักษ์พลังงาน มีการจัดบอร์ดให้ข้อมูลการอนุรักษ์พลังงาน กิจกรรมที่ทางโรงเรียนได้จัดขึ้นนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยเข้าร่วมกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 61.1และไม่เคยเข้าร่วมเลยคิดเป็นร้อยละ 36.0

กิจกรรมที่ทางโรงเรียนจัดขึ้น สามารถทำให้เด็กได้รับความรู้ในการอนุรักษ์พลังงานเพิ่มมากขึ้น และการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษเป็นการสร้างบรรยากาศให้แตกต่างไปจากเดิม จะทำให้เด็กมีความสนใจในเรื่องราวที่น่าสนใจ และได้ความรู้เพิ่มขึ้นนอกจากความรู้ที่ได้ภายในห้องเรียน

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามการเข้ากิจกรรมการอนุรักษ์พลังงานที่โรงเรียน

การเข้าร่วมกิจกรรม	จำนวน (N = 314)	ร้อยละ
เคย	192	61.1
ไม่เคย	113	36.0
ไม่ตอบ	9	2.9
รวม	314	100.0

#### 4.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน

สมมติฐานที่ 1 เยาวชนที่มีระดับความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนในระดับที่ต่างกันทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานที่ต่างกัน

##### 4.6.1 ตัวแปรด้านการเปิดรับชมโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์-โปสเตอร์ กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน

จากผลการศึกษาเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการเปิดรับชมภาพโฆษณาการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานจากสื่อโปสเตอร์ โดยแบ่งตามปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานจากสื่อโปสเตอร์ พบว่า

ภาพจากโปสเตอร์เมื่อดูแล้วมีความน่าสนใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อความจากโปสเตอร์เมื่ออ่านแล้วมีความน่าสนใจในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อความจากโปสเตอร์เมื่ออ่านแล้วสามารถเข้าใจได้ง่ายในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ในสวนปัจจัยข้ออื่น ๆ นั้นไม่มีความแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสื่อโปสเตอร์ เป็นสื่อที่ใช้ภาพและข้อความในการสื่อความหมาย และเป็นสื่อที่มีความเป็นเอกภาพสามารถนำไปติดที่ไหนก็ได้ซึ่งแตกต่างจากสื่อหนังสือพิมพ์ ฉะนั้นในการนำเสนอภาพและข้อความที่มีความน่าสนใจ รวมถึงการนำเสนอข้อความที่อ่านแล้วเข้าใจง่ายเมื่อนำมาติดตามสถานที่ต่างๆจึงมีความสะดวกตาได้ง่าย ดังนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างได้เห็นโปสเตอร์การรณรงค์ให้อุรักษ์

พลังงานที่นำเสนอภาพน่าสนใจจะทำให้หยุดอ่าน และเมื่ออ่านข้อความที่เข้าใจง่ายและน่าจดจำ กลุ่มตัวอย่างจะได้รับความรู้จากข้อความที่นำเสนอ จึงเป็นผลทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน ในระดับที่ต่างกันตามการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ และเมื่อมีความตระหนักเกิดขึ้นจะทำให้มีพฤติกรรมในการอนุรักษ์พลังงาน เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้รู้สึกว่าตนเองควรจะมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน

**ตารางที่ 4.13** แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของข้อมูลความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโปสเตอร์กับระดับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน

ปัจจัยที่ทำให้เกิดระดับความสนใจการเปิดรับข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ - โปสเตอร์	ระดับความสนใจในการโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานรวมพลังงานสอง					ANOVA	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	F - test	Sig.
	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.		
1.ภาพมีความน่าสนใจ	95 (24.2) 5.5	161 (22.3) 5.9	52 (21.3) 6.9	3 (16.7) 14.6	3 (15.0) 15.0	4.10	0.00
2.ข้อความมีความน่าสนใจ	98 (23.8) 6.0	161 (21.9) 21.9	48 (23.4) 5.6	5 (16.4) 7.2	2 (15.0) 21.2	3.57	0.01
3.ภาพเข้าใจง่าย	87 (23.4) 5.9	162 (22.5) 6.1	51 (22.2) 5.9	10 (21.6) 10.0	4 (17.0) 12.9	1.29	0.27
4.ข้อความเข้าใจได้ง่าย	89 (23.7) 6.1	170 (22.0) 6.0	44 (23.8) 6.0	9 (18.7) 7.8	2 (15.0) 21.2	3.51	0.01
5.จำภาพได้ง่าย	93 (23.8) 5.4	155 (22.2) 6.3	52 (22.3) 6.4	12 (20.9) 8.1	2 (15.0) 21.2	2.03	0.09
6.จำข้อความได้ง่าย	66 (23.8) 5.8	130 (22.1) 6.1	94 (22.7) 6.1	21 (21.7) 7.4	3 (18.0) 15.9	1.33	0.26

#### 4.6.2 ตัวแปรด้านการเปิดรับชมโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ -หนังสือพิมพ์ กับระดับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน

จากผลการศึกษาเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการเปิดรับชนภาพโฆษณาการรณรงค์ให้ออนุรักษ์พลังงานจากสื่อหนังสือพิมพ์ โดยแบ่งตามปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจในการเปิดรับชนชิ้นงานจากสื่อโปสเตอร์ พบว่า

ข้อความจากโปสเตอร์เมื่ออ่านแล้วมีความน่าสนใจในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ภาพจาโฆษณาเมื่อแล้วสามารถเข้าใจได้ง่ายในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อความจากโปสเตอร์เมื่ออ่านแล้วสามารถเข้าใจได้ง่ายในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ในส่วนปัจจัยข้ออื่น ๆ นั้นไม่มีความต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากข้อมูลที่ได้สามารถสรุปได้ว่าสื่อสิ่งหนังสือพิมพ์เมื่อกลุ่มตัวอย่างดูแล้วให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในระดับน้อยเมื่อเทียบกับสื่อโปสเตอร์และสื่อโทรทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน และในการนำเสนอภาพโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานของโครงการรณรงค์ในสื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีการเปรียบเทียบกับโฆษณาอื่นๆ เพราะในหนึ่งหน้าโฆษณาทางหนังสือพิมพ์จะมีโฆษณาลิตภัณฑ์ชิ้นอื่นๆอีกมาก มีการเปรียบเทียบในเรื่องสี หรือขนาดของภาพที่แตกต่างกัน โฆษณาที่มีขนาดที่ใหญ่กว่าและมีสีสว่างกว่าก็จะได้เปรียบ

โฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์นั้นภาพจะเป็นส่วนที่สำคัญ ผู้รับสารจะมีความสนใจในภาพมาเป็นอันดับหนึ่งและจะอ่านข้อความเป็นอันดับต่อมา จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษา พบว่าความน่าสนใจในภาพโฆษณา ไม่มีความต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่รู้สึกระคายคายกับภาพโฆษณาการรณรงค์ให้ออนุรักษ์พลังงานของโครงการรณรงค์พลังงานสอง เมื่อกลุ่มตัวอย่างไม่รู้สึกรู้สึกว่าภาพในโฆษณามีความน่าสนใจก็ไม่เกิดการอ่านเกิดขึ้น ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างก็จะได้ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์

สรุปได้ว่าในการเปิดรับชนชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานทางสื่อหนังสือพิมพ์ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในระดับที่น้อยมากหรือไม่เกิดเลยเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโปสเตอร์และสื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของข้อมูลความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อหนังสือพิมพ์กับระดับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน

ปัจจัยที่ทำให้เกิดระดับความสนใจการเปิดรับข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ - หนังสือพิมพ์	ระดับความสนใจชิ้นงานการโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานรวมพลังทั้งสอง					ANOVA	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	F - test	Sig.
	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.		
1.ภาพมีความน่าสนใจ	58 (23.2) 6.1	174 (23.0) 6.2	67 (21.9) 6.3	9 (19.1) 4.4	(17.7)	2.17	0.07
2.ข้อความมีความน่าสนใจ	54 (24.1) 6.9	179 (22.6) 6.0	67 (22.2) 5.8	8 (18.9) 4.2	6 (17.7) 10.8	2.55	0.04
3.ภาพเข้าใจง่าย	49 (22.8) 6.2	152 (23.6) 5.8	99 (21.3) 6.5	9 (19.7) 6.7	5 (19.0) 11.5	3.03	0.02
4.ข้อความเข้าใจได้ง่าย	45 (24.6) 6.1	157 (22.8) 5.9	95 (22.0) 6.7	10 (19.9) 3.5	7 (17.4) 9.8	3.17	0.01
5.จำภาพได้ง่าย	47 (24.4) 5.3	162 (22.7) 5.7	86 (21.8) 7.3	12 (20.7) 3.6	7 (19.9) 11.4	1.97	0.10
6.จำข้อความได้ง่าย	38 (23.7) 6.5	118 (22.8) 5.6	126 (22.4) 6.7	25 (22.9) 4.7	7 (16.6) 9.4	2.00	0.09

#### 4.6.3 ตัวแปรด้านการเปิดรับชมโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน

จากผลการศึกษาเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการเปิดรับชมภาพโฆษณาการรณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานจากสื่อโปสเตอร์ โดยแบ่งตามปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานจากสื่อโปสเตอร์ พบว่า

ลักษณะของเนื้อหาที่ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ได้นำเสนอมีความน่าสนใจน่าติดตามที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เนื้อเรื่องจากภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เมื่อดูแล้วสามารถเข้าใจได้ง่ายในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ในส่วนปัจจัยข้ออื่นนั้นไม่มีความแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อกลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาการอนุรักษ์พลังงานแล้วเกิดความเข้าใจในเนื้อหาเป็นผลทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์พลังงาน และทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน ทั้งนี้เนื่องจากในการนำเสนอข้อมูลทางสื่อโทรทัศน์นั้น ทำให้เกิดความสนใจในกลุ่มผู้รับสารเป็นอย่างมากและเป็นสื่อที่มีความดึงดูดใจสูง สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีการเผยแพร่ข่าวสารทั้งภาพและเสียง รวมถึงมีสีสันและมีการเคลื่อนไหวของภาพ สามารถนำเสนอข้อมูลได้หลากหลายว่าสื่อประเภทอื่น

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าในการนำเสนอข้อมูลการรณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานในรูปแบบของการโฆษณาตามสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์นั้น พบว่า การเผยแพร่ในสื่อโทรทัศน์และโปสเตอร์นั้นีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในระดับมาก เนื่องจากสื่อทั้งสองสามารถนำเสนอถึงภาพและเนื้อหาความรู้ได้ละเอียดรวมถึงมีความน่าสนใจ และดึงดูดใจ มีความเป็นเอกภาพในตนเอง จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้และความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงาน ดังนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลในระดับที่ต่างกันจะมีผลทำให้เกิดการอนุรักษ์พลังงานที่ต่างกัน

ในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์นั้น เนื่องจากภาพเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด มีความน่าสนใจน้อย จึงทำให้การรับรู้ถึงข้อมูลจึงขึ้นได้น้อยหรือไม่เกิดขึ้นเลย การนำเสนอโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ยังมีข้อจำกัดในการนำเสนอข้อมูล เพราะข้อจำกัดทางพื้นที่ ข้อความมีไม่มาก และยังคงต้องแข่งขันกับโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ลงตามหน้าหนังสือพิมพ์ทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลจากโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ได้น้อย เป็นผลทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานต่างกันหรืออาจไม่เกิดขึ้นเลย ถ้าเปรียบเทียบกับสื่อโปสเตอร์และสื่อโทรทัศน์

ดังนั้นในการเปิดรับชมสื่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนของเยาวชนในระดับที่ต่างกันทำให้เยาวชนเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของข้อมูลระดับความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อโทรทัศน์กับระดับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน

ปัจจัยที่ทำให้เกิดระดับความสนใจในการเปิดรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์	ระดับความสนใจในชิ้นงานการโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานรวมพลังงานสอง					ANOVA	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	F - test	Sig.
	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.	จำนวน (Mean) S.D.		
1. ลักษณะเนื้อหาที่มีความน่าสนใจน่าติดตาม	167 (23.2) 6.3	19 (22.4) 6.0	23 (21.5) 5.9	1 (12.0) 0.0	4 (13.3) 9.2	3.64	0.01
2. เนื้อเรื่องเข้าใจได้ง่าย	121 (23.5) 5.7	150 (22.2) 6.5	38 (22.4) 6.3	1 (12.0) 0.0	4 (13.3) 9.2	3.81	0.01
3. เนื้อเรื่องง่ายต่อการจดจำ	120 (23.4) 6.2	127 (22.3) 5.9	61 (22.1) 6.7	2 (21.5) 0.7	4 (15.5) 10.7	1.92	0.11

#### 4.6.4 ตัวแปรด้านระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานกับระดับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน

สมมติฐานที่ 2 เยาวชนที่มีระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานต่างกันทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าสถิติ Chi - Square ระหว่างข้อมูลระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงาน และการอนุรักษ์พลังงาน กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน

ระดับกลุ่มคะแนนความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานของเยาวชน	ระดับความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน			
	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)
น้อย	9 (19.1)	18 (8.4)	9 (17.3)	36 (11.5)
ปานกลาง	38 (80.9)	172 (80.0)	36 (69.2)	246 (78.3)
มาก	0 (0.0)	25 (11.6)	7 (13.5)	32 (10.2)
รวม จำนวน (ร้อยละ)	47 (100.0)	215 (100.0)	52 (100.0)	314 (100.0)

	Value	DF	Significance
Chi - Square	12.19795	4	.0159

จากการศึกษาพบว่า เยาวชนที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานในระดับน้อย ทำให้เกิดระดับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ 19.1 เกิดความตระหนักในระดับปานกลาง ร้อยละ 80.9 และไม่เกิดระดับความตระหนักในระดับมาก ส่วนเยาวชนที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานในระดับมาก พบว่าเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ 17.3 ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 69.2 และเกิดความตระหนักในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 13.5

จากสมมุติฐานพบว่าระดับความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานในระดับที่ต่างกันมีส่วนทำให้เยาวชนเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคะแนนระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน อยู่ในระดับปานกลางและมีระดับความตระหนักในระดับปานกลางเช่นกัน

การเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานของแต่ละบุคคลนั้นเกิดขึ้นจากหลายปัจจัยหลายอย่าง นอกจากความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานที่มีอยู่แล้ว ในการเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชน ที่นำเสนอข้อมูลในการอนุรักษ์พลังงานก็จะทำให้แต่ละคนมีความรู้ที่เพิ่มขึ้นและมีความรู้ความเข้าใจในระดับที่แตกต่างกัน ในการตีความจาก ภาพ เนื้อหา และข้อความ ก็จะมี ความแตกต่างกัน ทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่เหมือนกัน เป็นผลทำให้แต่ละบุคคลเกิดความตระหนักในระดับที่ต่างกัน