บทที่ 2

กลยุทธ์ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

2.1 สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและปัญหาสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อม (Environment) หมายถึงสิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวเรา ซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตและเป็นสิ่งไม่มีชีวิต สิ่งแวดล้อมที่เป็นสิ่งมีชีวิต(Biotic environment) ได้แก่ พืช และสัตว์ ส่วนสิ่งแวดล้อมที่เป็นสิ่งไม่มีชีวิต(Abiotic environment)ได้แก่ ดิน น้ำ ลม และพลังงานจากดวงอาทิตย์ สิ่งแวดล้อมเมื่อรวมเอาสิ่งมีชีวิตไม่ว่าจะเป็นประชากรในระดับต่างๆ รวมเข้ากับสิ่งแวดล้อมแล้ว ทำให้เกิดระบบความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิตกับสิ่งแวดล้อมขึ้นมา เรียกว่า ระบบนิเวศ (Ecology)

สิ่งแวดล้อมยังรวมถึงทรัพยากร (Resources) ซึ่งเป็นองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมนั้น เป็นสิ่งที่มีมูลค่า และมนุษย์สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

ทรัพยากรแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ (มนัส สุวรรณ:2539)คือทรัพยากรธรรมชาติ(Natural Resources)และทรัพยากรที่มนุษย์เข้าไปมีส่วนในการดัดแปลงหรือสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ (Man-related resources) ทรัพยากรธรรมชาติยังสามารถแบ่งตามลักษณะของการใช้ประโยชน์ ได้แก่ ทรัพยากรที่สามารถสร้างทดแทนได้ เช่น อากาศ น้ำ ดิน ป่าไม้ และสัตว์ป่า อีกลักษณะคือทรัพยากรที่ไม่สามารถสร้างทดแทนได้ หรือทรัพยากรที่ถูกนำมาดัดแปลงและเมื่อใช้ให้เกิดประโยชน์แล้วไม่สามารถคงสภาพเดิมหรือเกิดเพิ่มขึ้นมาอีก เช่น แร่ธาตุต่างๆ ทรัพยากรเชื้อเพลิง น้ำมัน ถ่านหิน และก๊าซธรรมชาติ แต่ในความเป็นจริง ทรัพยากรประเภทนี้สามารถสร้างขึ้นมาใหม่ได้ แต่ต้องอาศัยระยะเวลานานนับ ร้อยๆปี ในการสร้างขึ้นมาทดแทนทรัพยากรที่ถูกใช้ไป

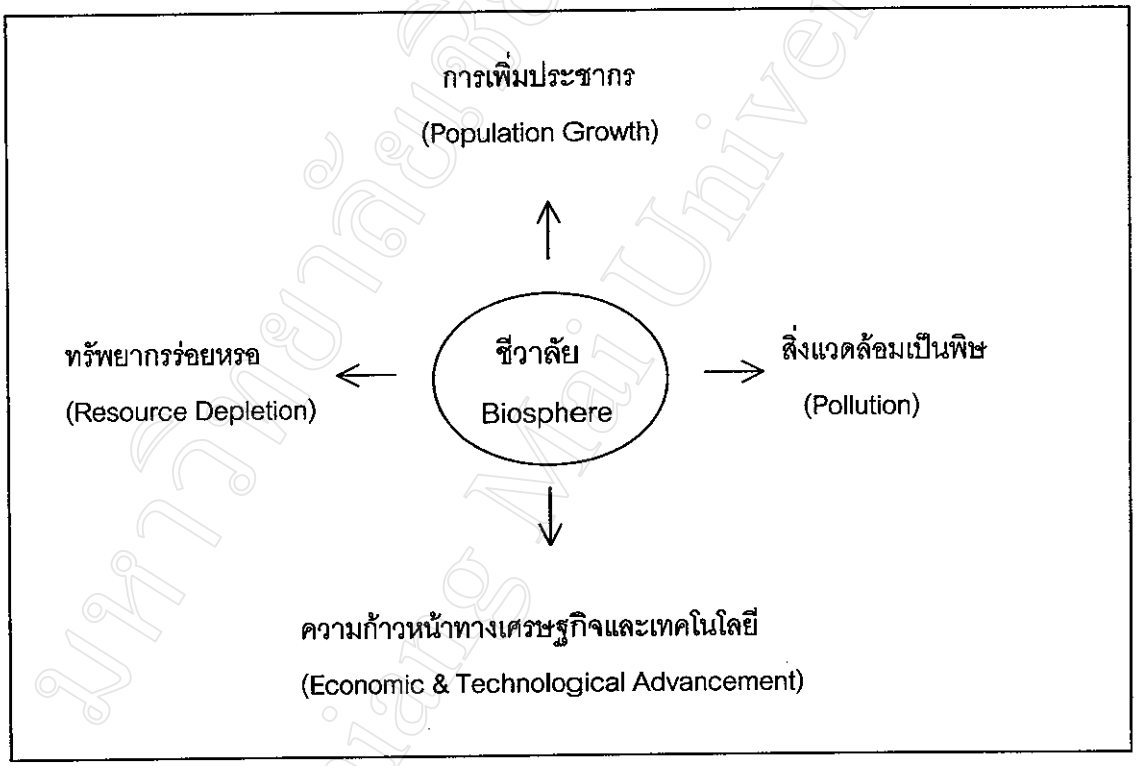
เมื่อมนุษย์ได้มีวิวัฒนาการเกิดขึ้น เกิดการเรียนรู้ และสามารถนำเอาสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ มาดัดแปลงให้เกิดความเหมาะสมในสภาพชีวิตความเป็นอยู่ เช่นการตัดต้นไม้เพื่อสร้างที่อยู่อาศัย การนำเอาใยไม้มาประดิษฐ์เป็นเครื่องนุ่งห่ม สิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัย 4 ที่มนุษย์ต้องการ

ธรรมชาติของมนุษย์นั้น มีความต้องการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงประชากรที่เพิ่มขึ้นความต้องการในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติจึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และเมื่อมีการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นวัตถุดิบทางธรรมชาติจึงถูกนำไปใช้เพิ่มมากขึ้น ตามวัฏจักรของวงจรทางการตลาด จนถึงขั้นเกิดลัทธิบริโภคนิยม ตามกระแสของกลุ่มทุนนิยมขึ้นมา

ทรัพยากรธรรมชาติถูกนำมาใช้ตามกระแสของลัทธิบริโภคนิยม เมื่อผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น นักลงทุนหรือนักธุรกิจก็ได้ผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้นตามความต้องการของตลาด เมื่อเข้าสู่วงจรของ

ระบบการตลาดตามลัทธิบริโภคนิยม ทรัพยากรธรรมชาติก็จะลดลงตามลำดับ เพราะความต้องการของมนุษย์มีอย่างไม่จำกัด

ดังนั้นจึงมีการแก้ปัญหาทางสิ่งแวดล้อมตามมา เช่น ปัญหามลพิษทางอากาศ ปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัญหามลพิษของขยะมูลฝอย ปัญหาพื้นที่ป่าลดลง ปัญหาสัตว์ป่าลดลง และปัญหาการขาดแคลนพลังงาน ปัญหาเหล่านี้ล้วนเกิดจากการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติของมนุษย์ทั้งสิ้น ปัญหาต่างๆ สามารถสรุปได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 2.1 แสดงถึงสาเหตุการเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม
ที่มา :ทวี หอมชง และคณะ :(2540).**มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม**

จากรูปภาพแสดงถึงสาเหตุการเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมของโลก ซึ่งเกิดบริเวณพื้นผิวในส่วนที่รองรับชีวิตต่างๆ นั้นคือ ชีวาลัย ประการแรกที่เป็นสาเหตุของปัญหาคือ การเพิ่มของประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในอัตราทวีคูณ(Exponential Growth) ทำให้เกิดการบริโภคทรัพยากรต่างๆเพิ่มขึ้น ประการที่สองความก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการบริโภคต่อหัวสูงขึ้น ความสามารถในการใช้ทรัพยากรก็มากขึ้น และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็เป็นตัวเร่งที่ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม คือทำให้ทรัพยากรลดลง และในที่สุดก็ทำให้สิ่งแวดล้อมเป็นพิษ

2.2 พลังงานและปัญหาการขาดแคลนพลังงาน

ในอดีตมนุษย์มีความเป็นอยู่อย่างง่ายๆ หาเลี้ยงชีพด้วยการเพาะปลูก และล่าสัตว์ จนกระทั่งมาถึงยุคสังคมอุตสาหกรรมที่มีความทันสมัย และมีความเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้มนุษย์เกิดวิวัฒนาการก็คือ ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในการแสวงหาความสุขและความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต มนุษย์จึงมีการนำพลังงานมาใช้ในรูปแบบต่างๆเพื่อแสวงหาความสุข และความสะดวกสบายให้กับตนเอง

2.2.1 พลังงานกับการพัฒนาเศรษฐกิจ

พลังงานสามารถแบ่งออกเป็น 2 ยุค (จรวย บุญยุบล และคณะ :2529) ยุคของพลังงานไม้ พลังงานถ่านหิน และยุคของพลังงานปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ ซึ่งมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจดังนี้

การใช้ไม้และถ่านหิน เกิดขึ้นในช่วงการปฏิวัติอุตสาหกรรม มีการผลิตเครื่องจักรพลังไอน้ำทำให้มนุษย์ใช้แรงงานของเครื่องจักรแทนแรงงานของมนุษย์ ทำให้เกิดการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและทำให้ผลิตผลต่อคนงานเพิ่มขึ้น แต่ในช่วงหลังการใช้ถ่านหินได้รับการวิพากษ์วิจารณ์กันมากเพราะผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการผลิตและการใช้ถ่านหิน เหมืองแร่ถ่านหินเก่าถูกปล่อยให้เป็นพื้นที่รกร้าง เพราะไม่สามารถใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ อีกทั้งคนงานในเหมืองถ่านหินจำนวนมากยังเจ็บป่วยด้วยโรคปอด เนื่องจากฝุ่นของถ่านหินและแหล่งน้ำที่อยู่ใกล้เหมืองมักตรวจพบสารเคมีอันตรายจากเหมืองถ่านหินปนเปื้อนเป็นจำนวนมาก และในการเผาถ่านหินยังทำให้เกิด ก๊าซซัลเฟอร์และไนโตรเจนออกไซด์ ซึ่งเป็นสาเหตุของฝนกรดที่ทำลายพื้นที่การเกษตรและป่าไม้ และผลกระทบที่สำคัญในการใช้ถ่านหินก็คือ ปัญหาก๊าซเรือนกระจก(วิฑูรย์ ปัญญากุล:2538) และเมื่อมีการใช้น้ำมันปิโตรเลียมและผลิตภัณฑ์จากน้ำมันปิโตรเลียมขึ้น พลังงานชนิดนี้ก็เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ น้ำมันก๊าดซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากน้ำมันปิโตรเลียม เป็นเชื้อเพลิงที่ให้แสงสว่างถูกนำมาใช้เพื่อทำให้เกิดแสงสว่างมากขึ้น ทั้งนี้เกิดจากความต้องการในแสงสว่างด้วยเหตุผลตามความจำเป็นดังนี้คือ ประการแรก ระบบโรงงาน มีความจำเป็นในการใช้แสงสว่างเพิ่มมากขึ้นเมื่ออุตสาหกรรมได้พัฒนาขึ้น ประการที่ สอง ประชาชนมีความต้องการแสงสว่างสำหรับที่อยู่อาศัยและสำหรับใช้ในสาธารณประโยชน์มากยิ่งขึ้น ประการที่ สาม การที่ระบบการศึกษาแก่สาธารณชนแพร่ขยายออกไปทำให้ความต้องการใช้แสงสว่าง เพื่อช่วยให้การศึกษาเล่าเรียนดำเนินไปได้มากขึ้น

การค้นพบเชื้อเพลิงเหลว ในรูปของน้ำมันปิโตรเลียม ทำให้ความก้าวหน้าในการคมนาคมขนส่งโดยรถยนต์ ทำให้เกิดความต้องการในการใช้ถนนหนทาง ทางหลวง และบริการขนส่งในด้านต่างๆตามมา การคมนาคมโดยรถยนต์สะดวกยิ่งขึ้น ทำให้ความเจริญเติบโตขยายไปสู่ชานเมือง ความต้องการที่อยู่อาศัยในแถบชานเมืองก็ตามมา การขยายตัวในการจ้างงานและรายได้ซึ่งเกิดทั้งที่เป็นผลทางตรงและทางอ้อมจากการขยายตัวในการใช้รถยนต์ ทำให้ระดับรายได้โดยทั่วๆไปสูงขึ้น และทำให้คนเปลี่ยนจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมและการทำงานในบ้านมาเป็น แรงงานอุตสาหกรรมในเมือง

เมื่อแรงงานในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมลดลง ทำให้ความต้องการใช้เครื่องจักรมากขึ้น มีการใช้รถแทรกเตอร์แทนแรงงานของสัตว์ในการทำเกษตรกรรม และเมื่อโรงงานอุตสาหกรรมขยายตัวและเป็นแหล่งรายได้ที่สูงทำให้คนเลิกทำงานตามบ้าน มีผลทำให้พ่อบ้านและแม่บ้านต้องหาเครื่องใช้ไฟฟ้ามาอำนวยความสะดวก ทำให้ความต้องการในการใช้ไฟฟ้ามากขึ้นตามไปด้วย

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าพลังงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ขาดไม่ได้ในกระบวนการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องจากไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจชนิดใดก็ตามล้วนแล้วแต่มีความจำเป็นต้องใช้พลังงานเป็นปัจจัยสำคัญแทบทั้งสิ้น

2.2.2 ปัญหาพลังงาน :น้ำมัน ไฟฟ้า

ปัญหาพลังงานในปัจจุบัน เป็นผลจากการที่พลังงานมีไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ ซึ่งทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนพลังงาน ปัญหาพลังงานเป็นปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ พลังงานเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด แต่ความต้องการในการใช้พลังงานนั้นมีไม่จำกัด การขาดแคลนพลังงานมีผลทำให้ราคาของพลังงานมีแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อยๆ และเมื่อพลังงานมีราคาที่สูงขึ้นก็จะก่อให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ตามมาโดยเฉพาะที่เกิดจากการที่พลังงานน้ำมันขาดแคลน และมีราคาสูง ปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้แก่

1) ปัญหาเงินเฟ้อ เนื่องจากน้ำมันเป็นปัจจัยการผลิตที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการแทบทุกชนิด เมื่อน้ำมันมีราคาสูงขึ้น ส่งผลกระทบทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการสูงขึ้นด้วย เมื่อต้นทุนสูงขึ้นส่งผลให้ราคาของสินค้าและบริการสูงขึ้น ก่อให้เกิดแนวโน้มของการเพิ่มขึ้นในระดับราคาสินค้าหรือที่เรียกว่า ภาวะเงินเฟ้อ
2) ปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงิน เนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ยังไม่สามารถผลิตน้ำมันได้เอง หรือที่ผลิตได้ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในประเทศ น้ำมันจึงต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ เมื่อน้ำมันแพงขึ้น ทำให้ต้องใช้เงินตราต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นในการนำเข้าน้ำมัน ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงิน
3) ปัญหาการลงทุนชะงักงัน เนื่องจากน้ำมันเป็นปัจจัยในการผลิตที่สำคัญเกิดขาดแคลนและยังไม่สามารถหาแหล่งพลังงานอื่นมาทดแทนได้อย่างเพียงพอ ในการผลิตสินค้าและบริการ ที่ต้องใช้น้ำมันในการผลิตก็กระทบกระเทือนเพราะต้นทุนการผลิตสูง ทำให้อัตราผลตอบแทนในการลงทุนลดลง ทำให้ผู้ผลิตไม่มีความต้องการที่จะลงทุนเพิ่มหรือบางกรณีอาจลดปริมาณการผลิตลงทำให้การลงทุนในประเทศขยายตัวในอัตราที่ลดลง

4) ปัญหาการว่างงาน เมื่อการผลิตขยายตัวในอัตราที่ลดลง ระดับของการจ้างงานซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการผลิต ก็จะขยายตัวในอัตราที่ลดลงด้วย

5) ปัญหาความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ เมื่อน้ำมันมีราคาที่สูงขึ้นทำให้สินค้าทั่วไปมีราคาสูงขึ้น สินค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ประชาชนใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน แต่รายได้ของบุคคลเหล่านี้เท่าเดิม แต่ต้องซื้อสินค้าที่มีราคาสูง ขณะเดียวกันพ่อค้าและผู้ผลิต กลับมีรายได้ในรูปของกำไรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะเมื่อต้นทุนในการผลิตสินค้าสูงขึ้นก็สามารถผลักภาระไปให้แก่ผู้บริโภคโดยการเพิ่มราคาสินค้า (จรวย บุญยุบล และคณะ :2529)

2.2.3 **สถานการณ์พลังงานของประเทศไทย น้ำมัน : ไฟฟ้า(ม.ค.-พ.ค. 2542)**

ในปี พ.ศ.2541 เป็นปีที่ประเทศไทยประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำมากที่สุด และเกิดปัญหาต่างๆตามมาอีกมาก เช่น ปัญหาความมั่นคงของสถาบันการเงิน ปัญหาเสถียรภาพของค่าเงินบาท และ ปัญหาธุรกิจขาดสภาพคล่อง ทำให้บริษัทเงินทุนและธนาคารล้มละลายเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆประสบภาวะการขาดสภาพคล่องจนต้องปลดคนงานออก ทำให้ส่งผลถึงด้านความต้องการพลังงานภายในประเทศ ลดลงประมาณร้อยละ 7.5 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2540 แต่ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2542 ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวมแล้วมีแนวโน้มที่ดีขึ้น(วารสารนโยบายพลังงาน ฉบับที่ 44 เมษายน - มิถุนายน 2542)

- ก๊าซธรรมชาติปริมาณการผลิตและการใช้ก๊าซธรรมชาติใน ในช่วง5เดือนแรก ของปี 2542มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าประเทศไทยจะประสบภาวะเศรษฐกิจอย่างรุนแรง แต่เนื่องจากก๊าซจากธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางด้านมลภาวะ ทำให้ภาครัฐมีการสนับสนุนให้มีการใช้ก๊าซธรรมชาติในการผลิตไฟฟ้า
- ลิกไนต์/ถ่านหิน ปริมาณการผลิตลิกไนต์ซึ่งเป็นการผลิตจากเหมืองแม่เมาะ โดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ลดลง เนื่องจากปัญหามลพิษที่เกิดขึ้น ทำให้ กฟผ. ต้องลดการใช้ลิกไนต์ในการผลิตกระแสไฟฟ้า และได้ซื้อลิกไนต์ที่มีคุณภาพดีมีปริมาณกำมะถันต่ำจากเหมืองเอกชนมาผสมกับลิกไนต์ที่ผลิตจากเหมืองแม่เมาะ เพื่อลดปริมาณผลกระทบที่เกิดขึ้น แต่ในภาคอุตสาหกรรมมีการนำลิกไนต์มาใช้เพิ่มขึ้น เช่นในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ และอุตสาหกรรมกระดาษ

ตารางที่2.1 แสดงปริมาณการใช้เชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า

ชนิดของเชื้อเพลิง	2541	2542(ม.ค.-พ.ค.)	
	ปริมาณเชื้อเพลิง	ปริมาณเชื้อเพลิง	การเปลี่ยนแปลง(%)
ก๊าซธรรมชาติ (ล้านลบฟ / วัน)	1,205	1,197	3.0
น้ำมันเตา(ล้านลิตร)	4,253	1,559	-21.3
ลิกไนต์ (พันตัน)	15,388	5,913	-12.9
ดีเซล (ล้านลิตร)	306	73	-42.6

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ

- น้ำมันสำเร็จรูป การใช้น้ำมันในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2542 เริ่มปรับตัวดีขึ้นจากปีที่แล้ว

น้ำมันเบนซิน ในช่วง 5เดือนแรกปริมาณการใช้อยู่ในระดับ 121.8 พันบาร์เรล/วันลดลงร้อยละ 4.2 สาเหตุมาจาการใช้รถยนต์ชะลอตัวลงอยู่ จะเห็นได้จากการจำหน่ายรถยนต์ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์ที่ใช้เพื่อการพาณิชย์และรถมอเตอร์ไซด์ลดลง แต่เนื่องจากนโยบายการเปลี่ยนค่าออกเทนซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2541 ของน้ำมันเบนซินจากเดิมมี 2 ชนิดคือ เบนซิน 95 และ 83มาเป็นเบนซินค่าออกเทน 95 91 และ 87 โดยที่เบนซินค่าออกเทน 91และ87 จัดเป็นเบนซินธรรมดา

การรณรงค์ให้มีการใช้น้ำมันที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับสภาพเครื่องยนต์ที่แท้จริง ทำให้ผู้ใช้รถยนต์ส่วนหนึ่งที่เคยใช้เบนซินพิเศษมาใช้น้ำมันเบนซิน 91 และรถมอเตอร์ไซด์บางส่วน ซึ่งเดิมใช้เบนซินพิเศษหันมาใช้เบนซินธรรมดามากขึ้น ทำให้มีการผลิตเพิ่มขึ้น

น้ำมันดีเซล มีปริมาณการใช้ที่ลดลงในช่วง 5เดือนแรกของปีนี้ เนื่องจากการลดการใช้น้ำมันดีเซลในการผลิตกระแสไฟฟ้า แต่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว เนื่องจากยอดจำหน่ายรถปิกอัพและรถบรรทุก ซึ่งใช้น้ำมันดีเซลเป็นเชื้อเพลิงมีปริมาณยอดจำหน่ายที่สูงขึ้น

ตารางที่2.2 แสดงการผลิต การใช้ การนำเข้า และการส่งออกน้ำมันสำเร็จรูป

ชนิด	ปริมาณ (พันบาร์เรล/วัน)				การเปลี่ยนแปลง(%)			
	การใช้	การผลิต	การนำเข้า	การส่งออก	การใช้	การผลิต	การนำเข้า	การส่งออก
เบนซิน	121.8	161.7	0.3	37.5	-4.2	5.3	-45.7	16.4
- เบนซินพิเศษ	82.5	116.7	0.1	31.1	-9.7	10.3	-78.3	56.9
- เบนซินธรรมดา	39.2	45.0	0.2	6.4	9.7	-5.7	-12.6	-48.2
ดีเซล	269.3	296.0	15.5	36.9	-1.8	1.2	59.4	17.7
ก๊าด	0.9	3.7		2.7	-14.7	114.9		
น้ำมันเครื่องบิน	57.9	64.3	0.1	8.4	-3.3	5.9		444.5
น้ำมันเตา	135.8	143.0	13.7	10.9	-5.1	7.3	30.2	351.2
ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	49.0	74.9	-	23.9	5.7	8.4	-100.0	44.1
รวม	634.7	743.6	29.7	120.3	-2.6	4.6	41.3	43.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ

ราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิง ในเดือน มกราคมมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้น ในระดับ $ 1-2 ต่อบาเรล ทำให้ผู้ค้าน้ำมันของไทยได้ปรับราคาขายปลีกน้ำมันเบนซินและดีเซลลงตามราคาตลาดโลกมา 1 ครั้ง จำนวน 12 สตาค์/ลิตร

ในเดือน กุมภาพันธ์ แม้ว่าค่าเงินบาทจะอ่อนตัวลง 0.40 บาท/เหรียญสหรัฐ แต่ต้นทุนที่ลดลงจากการอ่อนตัวของราคาน้ำมันในตลาดโลกมีมากกว่า ส่งผลให้ราคาขายปลีกน้ำมันเบนซินและดีเซลในเดือนนี้ ได้ปรับตัวลดลง 3 ครั้ง รวม 40-50 สตางค์/ลิตร แต่ในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์จนถึงกลางเดือนมีนาคม ราคาตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นก็ได้ส่งผลให้ราคาขายปลีกของไทยปรับตัวขึ้น 4 ครั้ง รวม 74-77 สตางค์/ลิตร ตามลำดับ ราคาขายปลีกน้ำมันเบนซินออกเทน 95 เบนซินออกเทน 91 เบนซินออกเทน 87 และดีเซลหมุนเร็ว ณ วันที่ 23 มีนาคมอยู่ในระดับ 10.99,10.09,9.67 และ 8.14 บาท/ลิตร ตามลำดับ

ตารางที่2.3 แสดงราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงของไทย

ชนิด	2541	2541	2542			
		ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.*	23มี.ค.
เบนซินออกเทน 95	11.86	10.12	10.38	10.14	10.59	10.99
เบนซินออกเทน 87-91	11.20	9.27	9.56	9.24	9.27	9.67
ดีเซลหมุนเร็ว	10.50	8.85	9.14	8.82	9.27	9.67
เฉลี่ย	9.19	7.23	7.62	7.28	7.69	8.14

* 1-22 มีนาคม 2542

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ

— **สถานการณ์ไฟฟ้า**

สถานการณ์การผลิตพลังงานไฟฟ้า ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2542 ผลิตพลังงานไฟฟ้าตามชนิดของเชื้อเพลิงที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

(1) การผลิตไฟฟ้าจากก๊าซธรรมชาติ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้วร้อยละ 3.8 เนื่องจาก กฟผ. สามารถรับก๊าซธรรมชาติเพิ่มขึ้น โดยนำโรงไฟฟ้าพลังความร้อนร่วมวังน้อย (ไอน้ำ) เข้าระบบตั้งแต่เดือนธันวาคม 2541 จำนวน 257 เมกะวัตต์

(2) การผลิตไฟฟ้าจากถ่านหินลิกไนต์และน้ำมันเตาลดลงร้อยละ 5.3 และ 20.3 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ มีสาเหตุมาจากความต้องการไฟฟ้า ที่ชะลอตัวลง และ กฟผ. ได้ใช้ก๊าซธรรมชาติในการผลิตไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น

(3) การผลิตไฟฟ้าจากพลังน้ำ ลดลงจากช่วงเดียวกับของปีที่แล้วร้อยละ 49.2 อันเนื่องมาจากกรมชลประทาน มีมาตรการเข้มงวดในการใช้น้ำ

(4) การผลิตไฟฟ้าจากน้ำมันดีเซลลดลงร้อยละ 39.7 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องมาจากความต้องการไฟฟ้าที่ชะลอตัวลง และ กฟผ. ใช้เชื้อเพลิงที่มีราคาถูกกว่า เช่น ก๊าซธรรมชาติ มาทดแทนมากขึ้น

(5) การผลิตไฟฟ้าจากแหล่งอื่นๆ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 68.2 เพื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากมีการรับซื้อไฟฟ้า จากผู้ผลิตไฟฟ้ารายเล็ก (SPP) ประเภท (รายเล็ก) มากขึ้น

– การใช้พลังงานไฟฟ้า

การใช้พลังงานไฟฟ้าใน 5 เดือนแรกนี้ชะลอตัวลง โดยการใช้ไฟฟ้า อยู่ในระดับ 32,707 GWh ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้วร้อยละ 3.5 เนื่องจากสภาพอากาศที่หนาวเย็นอย่างต่อเนื่องในช่วงต้นปีนี้ และมีฝนตกตลอดในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม ประกอบกับ ภาวะเศรษฐกิจของไทยที่ชะลอตัวลงอย่างมากในปีที่แล้วส่งผลให้บ้านอยู่อาศัยและธุรกิจห้องแถวซึ่งเป็นภาคนอกเศรษฐกิจลดการใช้ไฟฟ้าลง เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายโดยมีอัตราการใช้ไฟฟ้าร้อยละ 7.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้วแต่ภาคเศรษฐกิจได้แก่ ธุรกิจและอุตสาหกรรมเริ่มฟื้นตัวเล็กน้อยโดยมีอัตราการใช้ไฟฟ้าติดลบเพียงร้อยละ 0.6 จากช่วงเดือนกันของปีที่แล้ว (ปีที่แล้วติดลบร้อยละ 5.3)

ในเขตนครหลวง ซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจมากที่สุด เป็นผลให้การใช้ไฟฟ้าในเขตนครหลวงใน 5 เดือนแรกของปี 2542 อยู่ในระดับ 2,423 GWh/เดือน ลดลงจากปีที่แล้วร้อยละ 7.5 โดยสาขาบ้านอยู่อาศัยมีการใช้ไฟฟ้าอยู่ในระดับ 535 GWh /เดือน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ร้อยละ 12.8 ส่วนสาขาธุรกิจ-อุตสาหกรรมและอื่นๆ มีการใช้ไฟฟ้าอยู่ในระดับ 1,443 GWh/เดือน ลดลงจากปีที่แล้วร้อยละ 4.2

ในเขตภูมิภาค ความต้องการไฟฟ้าอยู่ในระดับ 3,972 GWh/เดือน ลดลงจากปีที่แล้วร้อยละ 1 การใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านอยู่อาศัยอยู่ในระดับ 964 GWh/เดือน ลดลงในอัตราร้อยละ 4.3 ขณะที่การใช้ไฟฟ้า สาขาธุรกิจ-อุตสาหกรรม และอื่นๆ มีการใช้ไฟฟ้าอยู่ในระดับ 2,519 GWh/เดือน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้วร้อยละ 2.1 ดังตารางที่2.4

ตารางที่2.4 แสดงการจำหน่ายไฟฟ้าแยกตามประเภทผู้ใช้

ประเภทผู้ใช้	ปริมาณการจำหน่าย :GWh/เดือน					อัตราเพิ่ม :ร้อยละ		
	2539	2540	2541	5เดือนแรก		2540	2541	5เดือนแรก
				2541	2542			2542
การไฟฟ้านครหลวง	2,617	2,682	2,523	2,619	2,423	2.5	-5.7	-7.5
ที่อยู่อาศัย	508	556	572	613	535	9.4	3.0	-12.8
ธุรกิจขนาดเล็ก	372	387	363	386	339	4.0	-6.2	-12.2
ราชการและองค์กรไม่แสวงกำไร	112	121	114	113	106	8.0	-5.8	-6.2
ธุรกิจ อุตสาหกรรมและอื่นๆ	1,625	1,618	1,479	1,507	1,443	-0.4	-8.6	-4.2
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	3,637	3,991	3,995	4,013	3,972	9.7	0.1	-1.0
ที่อยู่อาศัย	825	888	992	1,006	964	7.6	11.7	-4.3
ธุรกิจขนาดเล็ก	358	377	365	382	329	5.3	-3.2	-13.9
ราชการและองค์กรไม่แสวงกำไร	156	176	145	138	142	12.8	-17.6	2.9
ธุรกิจ อุตสาหกรรมและอื่นๆ	2,287	2,536	2,475	2,467	2,519	10.9	-2.4	2.1
เกษตรกรรม	10	14	18	20	18	37.6	26.3	-9.1
ลูกค้าตรงของ กฟผ.	163	158	136	145	128	-3.1	-13.9	-11.7
รวม	6,416	6,830	6,659	6,778	6,523	6.5	-2.5	-3.8

หน่วย : GWh/เดือน

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ

2.2.4 ปัญหาทรัพยากรน้ำ :กิจกรรมการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากเขื่อน

น้ำเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต น้ำยังเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องใช้เป็นประจำทุกวัน คือ การใช้ในการปรุงอาหาร การชักล้าง และเพื่อการสาธารณสุข นอกจากนั้นน้ำยังมีความสำคัญต่อภาคเกษตรและอุตสาหกรรม และการพัฒนาประเทศ ดังกิจกรรมต่างๆในความต้องการใช้น้ำของประชาชนมีดังนี้คือ เพื่อการอุปโภคบริโภคของชาวชนบท เพื่อการเกษตรกรรม เพื่อการประปาสำหรับชาวเมือง การอุตสาหกรรม และการผลิตพลังงานไฟฟ้า

— กิจกรรมการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากเขื่อน

เขื่อนเป็นแหล่งผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนที่สำคัญค่อนข้างมาก และสามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้มากกว่าร้อยละ 20 ของกำลังการผลิตทั้งหมด การผลิตไฟฟ้าจากเขื่อนมีผลทำให้

เกิดผลพิษทางอากาศต่ำมาก และไม่ทำให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ แต่การสร้างเขื่อนทำให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศทางน้ำและพื้นที่ป่าค่อนข้างมาก อีกทั้งยังเป็นสาเหตุของการพังทลายของดินและทำให้เกิดตะกอนในน้ำอีกด้วย พลังงานของกระแสน้ำมีต้นกำเนิดมาจากพลังงานของดวงอาทิตย์ อันเป็นศูนย์กลางของน้ำบนโลก ฝนที่ตกลงมาคือแหล่งพลังงานที่อาจนำมาใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพลังงานที่เกิดจากการไหลลงสู่ที่ต่ำของน้ำ ดังนั้นพลังงานจากกระแสน้ำจะพบได้มากในเขตพื้นที่ที่เป็นหุบเขา ซึ่งเป็นที่มีระบบนิเวศที่มีความหลากหลายค่อนข้างสูง

มนุษย์ได้รู้จักการนำพลังงานจากกระแสน้ำมาใช้ก่อนการใช้เชื้อเพลิงจากฟอสซิล และในปัจจุบันยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตพลังงานให้ดีขึ้นและต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยพลังงานก็ไม่สูงนัก และใกล้เคียงกับพลังงานเชื้อเพลิงจากฟอสซิล

พลังงานน้ำเป็นแหล่งพลังงานที่สำคัญสำหรับประเทศกำลังพัฒนา คือสามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้โดยรวมกว่าร้อยละ 37ในโครงการสร้างเขื่อนบางแห่ง ได้มีการใช้ระบบสูบน้ำไปเก็บไว้ในอ่างที่อยู่บนที่สูงแล้วปล่อยน้ำลงมา เพื่อใช้ผลิตกระแสไฟฟ้า วิธีนี้สามารถช่วยในการเก็บกระแสน้ำไว้ใช้ในเวลาที่ต้องการ เช่น สูบน้ำขึ้นไปเก็บบนอ่างในตอนกลางคืน หรือเวลาที่ไม่มีความต้องการใช้กระแสไฟฟ้ามากนัก และปล่อยน้ำเพื่อใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าในช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้กระแสไฟฟ้ามาก

โครงการสร้างเขื่อนส่วนใหญ่จะมีปัญหาทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมาก มีเขื่อนหลายแห่งที่ต้องการก่อสร้างเพิ่มเติม หรือละทิ้งไปเฉยๆเพราะการทำลายป่าต้นน้ำและการพังทลายของหน้าดินก็ทำให้เกิดตะกอนสะสมหน้าเขื่อน จนเกิดตื้นเขินจนใช้การต่อไปไม่ได้ และปัญหาเรื่อผลกระทบของน้ำท่วมทำลายพื้นที่การเกษตรและที่อยู่อาศัยของชาวบ้านจำนวนมากหรือเกิดปัญหามลภาวะทางน้ำ

แหล่งน้ำที่ใช้ในกิจกรรมต่างๆ ได้จากน้ำฝน น้ำผิวดินที่ขังอยู่ตามห้วย คลองบึง ทะเลสาบ แม่น้ำ และน้ำใต้ดินหรือน้ำบาดาล การใช้น้ำในอดีตนั้นมีแหล่งทรัพยากรน้ำมากกว่า ความต้องการใช้น้ำกิจกรรมในการใช้น้ำดำเนินไปอย่างไม่มีปัญหา แต่ในปัจจุบันความต้องการใช้น้ำมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามจำนวนประชากรและการพัฒนาประเทศ จึงทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำขึ้น

ทรัพยากรน้ำในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับปริมาณน้ำฝนที่ตกในภาคต่างๆ โดยได้รับอิทธิพลจากมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้มีฝนตกมากในภาคตะวันออก ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคตะวันตก และจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ปริมาณน้ำฝนที่ได้ ร้อยละ 75 จะไหลซึมลงสู่ชั้นใต้ดิน บางส่วนค้างอยู่ตามยอดของต้นไม้และพื้นดินแล้วระเหยสู่อากาศ บางส่วนจะไหลไปขังตามอ่างเก็บน้ำ หรือแหล่งน้ำธรรมชาติ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 25 จะไหลสู่แม่น้ำลำธารเพื่อออกทะเล

ในปัจจุบันความสามารถในการกักเก็บน้ำไว้ใช้ประโยชน์นอกฤดูฝนลดน้อยลง ทำให้ในช่วงฤดูแล้งมักประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำในภาคเกษตรกรรม จากปริมาณน้ำฝนที่ลดลงส่งผลทำให้อ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ในทุกภาคมีปริมาณน้ำลดลง ทำให้เกิดความแห้งแล้งอย่างรุนแรง สถานการณ์ที่ก่อให้เกิด

1) ปริมาณน้ำฝนมีน้อย ในระยะช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาฝนตกน้อยจะเห็นได้จากปริมาณน้ำในเขื่อนต่างๆมีระดับน้ำไม่เต็มความจุของปริมาณน้ำในเขื่อนจะกักเก็บได้
2) การลดลงของพื้นที่ป่าไม้ ทำให้เกิดภาวะฝนแล้งหรือฤดูกาลเปลี่ยนไป
3) แหล่งน้ำเก็บกักน้ำได้น้อย เกิดจากดินที่อยู่บนพื้นที่แหล่งน้ำ ถูกกัดเซาะลงมาทับถม ทำให้แหล่งน้ำตื้นเขิน ทำให้เก็บกักน้ำได้น้อย
4) การเพิ่มปริมาณการใช้น้ำ เนื่องจากประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการในการใช้น้ำจึงเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นการขยายตัวทางภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม จึงทำให้ปริมาณน้ำในธรรมชาติไม่เพียงพอต่อความต้องการ
5) ปริมาณของสารพิษที่เพิ่มขึ้นในแหล่งน้ำต่างๆ ทำให้ไม่สามารถนำมาอุปโภคและบริโภคได้ ต้องนำมาทำให้บริสุทธิ์เสียก่อน ซึ่งไม่คุ้มกับการลงทุน
6) การใช้น้ำอย่างฟุ่มเฟือย ปัจจุบันการใช้น้ำที่เป็นอยู่ไม่ได้ใช้เพื่อความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิต เพื่อการเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่มีการใช้น้ำเพื่อดำเนินธุรกิจ เช่น สนามกอล์ฟ และสถานอาบอบนวด เป็นต้น รวมถึงการใช้น้ำตามอาคารบ้านเรือนอย่างไม่ประหยัด

จากสาเหตุที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดผลกระทบในทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นประชาชนได้รับความเดือดร้อน ภาคเอกชนในการผลิตอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบ ภาคเกษตรกรรมได้รับความเสียหายจากภาวะความแห้งแล้ง อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อการผลิตกระแสไฟฟ้า จากผลกระทบที่เกิดขึ้นทำให้รัฐบาลต้องขอความร่วมมือจากประชาชนในการประหยัดพลังงาน

2.3 แนวทางในการแก้ไขปัญหาพลังงาน

2.3.1 การแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำ : วิธีการประหยัดน้ำ

ปัญหาการขาดแคลนน้ำนอกจากสาเหตุเกิดจากปัญหาปริมาณน้ำฝนที่มีน้อย และการลดลงของพื้นที่ป่าลดลงทำให้เกิดภาวะฝนแล้งแล้ว การมีนิสัยที่ใช้น้ำกันอย่างฟุ่มเฟือยไม่ว่าจะเป็นภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และการใช้น้ำตามอาคารบ้านเรือนของประชาชนทั่วไปยังเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้เกิดการขาดแคลนน้ำ ดังนั้นจึงมีแนวทางการแก้ไขโดยวิธีการอนุรักษ์น้ำดังนี้

1) ออกกฎหมายเกี่ยวกับการใช้น้ำ เพื่อควบคุมการจ่ายน้ำผิวดินและน้ำใต้ดินให้เกิดความยุติธรรมแก่ผู้ใช้น้ำซึ่งเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งควบคุมคุณภาพการใช้น้ำทางด้านอุตสาหกรรม หรือการนำเอาแรงจูงใจทางเศรษฐกิจมาเป็นตัวผลัก(รังรอง:2533) เช่น การเก็บค่าน้ำชลประทานและน้ำประปาให้แพงขึ้น นิสัยการใช้น้ำของคนก็จะเปลี่ยนไปเพราะไม่อยากที่จะเสียเงินเพิ่มมากขึ้น

2) พัฒนาแหล่งน้ำของทั้งประเทศโดยกำหนดแผนพัฒนาให้เป็นระบบลุ่มน้ำ เพื่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรน้ำได้อย่างทั่วถึง
3) ปรับปรุงการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามหลักการอนุรักษ์ดิน หรือการปลูกป่าเพื่อชลอการไหลของน้ำให้นานที่สุดเพื่อลดอัตราการพังทลายของดินซึ่งทำให้เกิดตะกอนตามแหล่งน้ำต่างๆ
4) ปรับปรุงน้ำทิ้งจากภาคอุตสาหกรรม เพื่อนำมาหมุนเวียนสามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อประหยัดการใช้น้ำของโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งจะมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ
5) สำรวจแหล่งน้ำใหม่ๆ เพื่อให้ได้ปริมาณน้ำเพิ่มขึ้น เช่น การนำน้ำจากทะเลมาทำเป็นน้ำจืด โดยใช้ต้นทุนที่ต่ำ เป็นต้น
6) ทำการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเห็นความสำคัญของน้ำ และวิธีการใช้น้ำอย่างประหยัดเพื่อลดความฟุ่มเฟือยในการใช้น้ำ เช่น
   - การแปรงฟัน ควรใช้ภาชนะรองรับน้ำจากก๊อก ไม่ควรเปิดน้ำทิ้งขณะแปรงฟัน จะทำให้เสียน้ำไปโดยเปล่าประโยชน์ ถึง 25 ลิตรต่อนาที
   - การโกนหนวด ถ้าใช้ภาชนะรองน้ำไว้ จะใช้น้ำประมาณ ครึ่งลิตร แต่ถ้าเปิดน้ำทิ้งไว้ขณะที่โกนหนวดในเวลา 2 นาที จะเสียน้ำประมาณ 18 ลิตร
   - การอาบน้ำ อาบน้ำด้วยฝักบัวจะใช้น้ำครั้งละประมาร 20 ลิตรต่อคน หากเปิดน้ำตลอดเวลาที่อาบ 10 นาที จะเสียน้ำประมาณ 90 ลิตร แต่ถ้าอาบน้ำในอ่างจะใช้น้ำ 110 ลิตรต่อคน
   - การใช้ชักโครก ชักโครกแต่ละเครื่องจะใช้น้ำประมาณ 9 ลิตร ถึง 13.5 ลิตร ควรเปลี่ยนมาใช้รุ่นประหยัดน้ำ หรือหาวิธีที่ทำให้เวลากดชักโครกแล้วปริมาณน้ำที่ออกมามีปริมาณน้อย เช่นการนำก้อนหิน หรือก้อนอิฐมาใส่ไว้
   - การล้างถ้วยชาม ควรเปิดน้ำลงอ่างในปริมาณที่เพียงพอแล้วปิดน้ำ เปิดใหม่เมื่อต้องการใช้ การล้างถ้วยชามให้สะอาดใช้น้ำล้าง 2 ครั้ง ซึ่งจะใช้น้ำประมาณ 25 ลิตร ถ้าเปิดน้ำตลอดเวลาจะเสียน้ำประมาณ 135 ลิตร ในเวลา 15 นาที การล้างถ้วยชามจำนวนมากด้วยเครื่องจะใช้น้ำประมาณ 50 ลิตร
   - การซักผ้า ถ้าซักมือ ควรแช่ผ้าก่อนแล้วจึงซักด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง จะใช้น้ำ40 ลิตร ไม่ควรเปิดน้ำทิ้งไว้ขณะซักผ้า จะเสียน้ำประมาณ 130 ลิตรในเวลา 20 นาที ถ้าซักด้วยเครื่อง ครั้งหนึ่งจะใช้น้ำประมาณ 130 ลิตรต่อครั้ง

2.3.2 การแก้ไขปัญหาการขาดแคลนพลังงาน :วิธีการประหยัดน้ำมัน,ไฟฟ้า

จากภาวะการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดโลก ทำให้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างการผลิตของประเทศไทยและประชาชนในฐานะผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบจากการปรับราคาสินค้าค่าบริการ ดังนั้นจึงมีแนวทางการแก้ไขโดยวิธีการอนุรักษ์พลังงานและมีแนวทางในการพัฒนาพลังงาน (พระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ.2535)ดังนี้คือ

1) มีการจัดหาพลังงานให้เพียงพอต่อความต้องการ มีคุณภาพ มีความมั่งคง และในระดับราคาที่เหมาะสม
2) ส่งเสริมการแข่งขันในกิจการพลังงานและเพิ่มบทบาทของภาคเอกชน
3) ป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาและการใช้พลังงานรวมทั้งปรับปรุงให้กิจการทางด้านพลังงานดำเนินการอย่างมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น
4) พัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพลังงานและกลไกด้านพลังงาน
5) ส่งเสริมให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์พลังงานและให้เกิดทัศนคติต่อการอนุรักษ์พลังงาน ให้กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เช่น

วิธีการประหยัดน้ำมัน

- ตรวจสอบลมยางอย่างเป็นประจำ ไม่ให้ยางอ่อนจนเกินไป
- สับเปลี่ยนยาง และตรวจตั้งศูนย์ล้อตามกำหนด
- ดับเครื่องยนต์ทุกครั้ง เมื่อต้องจอดรถนานๆ
- ควรใช้เกียร์ให้เหมาะสมกับสภาพเส้นทาง
- ใช้ระบบการใช้รถร่วมกัน (Car Pool)
- กำหนดเส้นทางและช่วงเวลาในการเดินทางให้เหมาะสม
- ควรใช้น้ำมันที่มีค่าออกเทนให้เหมาะสมกับชนิดของรถ เป็นต้น

วิธีการประหยัดไฟฟ้า

- ปิดสวิตซ์ไฟ และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกครั้งหลังเลิกใช้งาน
- เลือกอุปกรณ์ไฟฟ้า ที่มีฉลากเบอร์ 5
- ใส่เสื้อผ้าให้เหมาะสมกับสภาพเมืองร้อน
- ปลูกต้นไม้รอบๆอาคารเพื่อเพิ่มความเย็นและบดบังแสงแดดให้อาคาร
- ปลูกพืชคลุมดินเพื่อลดความร้อนจากไอดิน
- พยายามใช้แสงสว่างจากธรรมชาติมากที่สุด

วิธีการการอนุรักษ์พลังงานในโรงงาน

- การปรับปรุงประสิทธิภาพของการเผาไหม้เชื้อเพลิง
- การป้องกันการสูญเสียพลังงาน
- การนำพลังงานที่เหลือจากการใช้แล้วมาใช้ใหม่
- การเปลี่ยนไปใช้พลังงานอีกประเภทหนึ่ง
- การปรับปรุงการใช้ไฟฟ้าด้วยวิธีปรับปรุงตัวประกอบกำลังไฟฟ้า
- การลดความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุดในช่วงความต้องการใช้ไฟฟ้าสูงสุดของระบบการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าให้เหมาะสมกับภาระและวิธีการอื่น
- การใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูงตลอดจนระบบควบคุมการทำงานและวัสดุที่ช่วยในการอนุรักษ์พลังงาน

วิธีการอนุรักษ์พลังงานในอาคาร

- การลดความร้อนจากแสงอาทิตย์ที่เข้ามาในอาคาร
- การปรับอากาศอย่างมีประสิทธิภาพรวมทั้งการรักษาอุณหภูมิภายในอาคารให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม
- การใช้วัสดุก่อสร้างอาคารที่จะช่วยอนุรักษ์พลังงาน ตลอดจนการแสดงคุณภาพของวัสดุก่อสร้างนั้นๆ
- การใช้แสงสว่างในอาคารอย่างมีประสิทธิภาพ
- การใช้และการติดตั้งเครื่องจักร อุปกรณ์ และวัสดุที่ก่อให้เกิดการอนุรักษ์พลังงานในอาคาร
- การใช้ระบบควบคุมการทำงานของเครื่องจักรและอุปกรณ์
- การอนุรักษ์พลังงานโดยวิธีอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

จากปัญหาการขาดแคลนพลังงาน ในปัจจุบันได้มีหน่วยงานหลายแห่งที่ให้ความสนใจในแนวทางของการรณรงค์ให้ประชาชนประหยัดพลังงาน โดยเฉพาะทางด้านพลังงานไฟฟ้า มีทั้งหน่วยงานของรัฐ เช่น การไฟฟ้าฝ่ายผลิต การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การไฟฟ้านครหลวง และสำนักงานนโยบายพลังงานแห่งชาติ และองค์กรเอกชนต่างๆเป็นต้น

หน่วยงานเหล่านี้ช่วยกันรณรงค์ให้บุคคลทั่วไปลดปริมาณการใช้พลังงานและยังจัดทำสื่อต่างๆเพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนักในการรีบเร่งคิดประหยัดพลังงานร่วมกัน โดยในการรณรงค์ให้ประชาชนเห็นความสำคัญและช่วยกันประหยัดพลังงานนั้น ได้มีการใช้สื่อมวลชนในด้านต่างๆในการรณรงค์โฆษณาประชาสัมพันธ์

2.4 บทบาทความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจ

หน่วยธุรกิจเป็นองค์กรหนึ่งที่ทำลายสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงถือว่าเป็นหน้าที่หลักขององค์กรในการช่วยกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ในกรณีที่องค์กรธุรกิจเป็นผู้สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อม ดังนั้นองค์กรธุรกิจ ต่างๆจึงมีส่วนร่วมในมาตรการ เช่น การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การรณรงค์ให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2.5 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในการแก้ไขปัญหาพลังงาน

การโฆษณา เป็นงานที่ต้องอาศัยผู้มีทักษะและวิชาชีพทางด้านโฆษณาเป็นผู้ผลิต และส่วนมากจะมีบริษัทรับจ้างผลิตงานโฆษณาให้กับหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะ ข่าวสารที่โฆษณาส่งไปยังประชาชนนั้นเป็นวิธีการทางการค้าอย่างหนึ่ง คือต้องจ่ายเงินให้กับหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ที่เผยแพร่ข่าวสารโฆษณาให้

การโฆษณา หมายถึง การแจ้งและแนะนำสินค้า บริการ หรือความคิด ไปยังประชาชน โดยการแนะนำนั้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายให้แก่สื่อกลาง การโฆษณาอาจแบ่งออกได้เป็น(พัชนี เชยจรรยา และคณะ: 2534) ดังนี้

1) การโฆษณาเพื่อการค้า ได้แก่ การโฆษณาสินค้า บริการแก่ผู้บริโภค และโฆษณาธุรกิจต่าง ๆ
2) การโฆษณาที่ไม่ใช่เพื่อการค้า เช่น โฆษณาให้หน่วยงานของรัฐ หน่วยงานการกุศล สถาบันทางการเมือง โฆษณาชนิดนี้เป็นการแจ้งข่าวสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรหรือสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ :2538)

— **การโฆษณาบริษัท(การโฆษณาให้หน่วยงานรัฐ)**

การโฆษณาบริษัท (Corporate advertising) มีชื่อเรียกต่าง ๆ กันหลายชื่อ เช่น "การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์" (Public relations advertising) หรือ "การโฆษณาสถาบัน" (Institutional advertising) การโฆษณาบริษัทเป็นการนำข้อได้เปรียบหรือข้อดีของการโฆษณา กับการประชาสัมพันธ์มาใช้ร่วมกัน เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เหตุผลก็คือว่า การสื่อข่าวสารผ่านการประชาสัมพันธ์ มีข้อดีที่ได้รับความเชื่อถือสูง แต่มีข้อเสียหรือข้อจำกัดที่ไม่สามารถควบคุมข่าวสารได้มากนัก ในขณะที่การโฆษณาสามารถควบคุมข่าวสาร และการเผยแพร่ได้เต็มที่ แต่มีข้อเสียที่ได้รับความเชื่อถือในข่าวสารโดยปกติค่อนข้างต่ำ การโฆษณาบริษัทหรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการนำเอาส่วนดีที่สุดของการโฆษณา มารวมกับส่วนดีที่สุดของการประชาสัมพันธ์นั่นเอง (Fill. 1995 อ้างใน พัชนี เชยจรรยา และคณะ: 2534)

การโฆษณาบริษัท มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อแจ้งข่าวสารและสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรหรือสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมหรือรักษาภาพลักษณ์ของบริษัทให้เกิดความรู้สึกที่ดีใน

สายตาของชุมชน เป็นต้น จึงเห็นได้ว่าไม่ได้มีจุดมุ่งเน้นที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ ในปัจจุบันนิยมใช้การโฆษณาแบบนี้มากขึ้นตามลำดับ โดยยึดถือเป้าหมายหลักสำคัญ 2 ประการ ที่ต้องการให้บรรลุคือ

(1) เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่บริษัท

(2) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อแสดงทัศนะ หรือข้อคิดเห็นต่าง ๆ ขององค์การ ที่เกี่ยวกับปัญหาทางด้านสังคม ธุรกิจ และสิ่งแวดล้อม

การประชาสัมพันธ์ ฟิลล์ (Fill. 1995อ้างในดารา ทีปะปาล: 2541) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการปฏิบัติการอย่างมีแผน และเป็นความพยายามเพื่อเสริมสร้าง และธำรงรักษาไว้ซึ่งค่าความนิยม และความเข้าใจที่ดีซึ่งกันและกันระหว่างองค์การกับชุมชน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น มีเป้าหมายที่สำคัญ 3 ประการคือ

1) เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนเป้าหมาย
2) เพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรม
3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับประชาชน

การประชาสัมพันธ์มีลักษณะดังนี้ คือ (เกื้อกูล คุปรัตน์:2525)

1) มีสถาบันเป็นผู้รับผิดชอบ สถาบันในที่นี้หมายถึง องค์กร หน่วยงาน สมาคม มูลนิธิ รัฐบาล ฯลฯ ที่ก่อตั้งโดยมีความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ระบุไว้ก่อน มีกฎระเบียบข้อบังคับ มีวิธีดำเนินงานอย่างมีระบบระเบียบถูกต้องตามกฎหมายและวัฒนธรรมของสังคม
2) มีการสื่อสัมพันธ์แบบทางคู่หรือบุคคลวิธี ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นมิใช่เพียงการเผยแพร่หรือสื่อสารออกจากสถาบันไปยังประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่ยังต้องรับฟัง สังเกตความรู้สึกหรือปฏิกิริยาของประชาชนด้วย ทั้งนี้เพื่อรักษาสัมพันธภาพให้ตรงกับความต้องการของประชาชน
3) มีการจูงใจและโน้มน้าวท่าทีความรู้สึก การที่กลุ่มบุคคลจะเชื่อถือ เลื่อมใส และศรัทธา จนกระทั่งให้ความสนับสนุน จะต้องเกิดจากการชี้แจงความเข้าใจเรื่องต่างๆบนรากฐานของความเป็นจริง การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยวิธีการจูงใจคนเพื่อเปลี่ยนทัศนคติ ความสนใจของประชาชนจะทำให้เกิดความร่วมมือกับสถาบันในการดำเนินกิจการต่างๆของสถาบัน

4) มีการวางแผน ไตร่ตรอง และใคร่ครวญ การประชาสัมพันธ์จะต้องไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นด้วยความบังเอิญ แต่จะต้องมีการตั้งใจ ตั้งวัตถุประสงค์ วางแนวนโยบาย และมีการวางแผนในการดำเนินงาน

5) มีการสื่อสัมพันธ์กับกลุ่มชน การประชาสัมพันธ์จะต้องมีลักษณะเป็นการสื่อสัมพันธ์กับมวลชนที่เป็นกลุ่ม เป็นหมู่ มากกว่าเป็นรายบุคคลและมีการใช้สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

6) เป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง การดำเนินการประชาสัมพันธ์ จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เหตุการณ์ และการบริหารซึ่งจะต้องมีปัญหาอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จะต้องไม่หยุดนิ่ง ต้องคอยตรวจสอบกระแสประชามติ และเหตุการณ์ต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

7) มีประชามติเป็นบรรทัดฐาน ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์จำเป็นจะต้องมีสถาบัน และกลุ่มประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้อง และเป็นธรรมดาของคนหมู่มากที่จะมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันไป ย่อมมีฝ่ายเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย เมื่อมีปัญหาต่างๆเกิดขึ้น หน้าที่ขอประชาสัมพันธ์จะต้องมีการตรวจสอบประชามติว่าคนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอย่างไร และดำเนินไปตามความถูกต้อง

การใช้การประชาสัมพันธ์ มีทั้งข้อดีและข้อเสียเช่นเดียวกับการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว สำหรับข้อดีที่สำคัญมีดังนี้ (Belch and Belch. 1993อ้างแล้วในดารา ทีปะปาล:2541)

(1) ความน่าเชื่อถือ (Creditability)

การประชาสัมพันธ์ สามารถให้ความเชื่อถือได้มากกว่าการโฆษณา เพราะผู้รับสารการประชาสัมพันธ์ย่อมตระหนักดีว่า สื่อมวลชนที่นำข่าวสารออกเผยแพร่นั้นเป็นการให้ข้อมูลโดยไม่ได้รับค่าตอบแทน จึงมีความรู้สึกว่าข่าวสารนั้นน่าจะเป็นความจริงเชื่อถือได้ ตัวอย่างเช่น บทความข้อวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตัวใดตัวหนึ่ง ย่อมมีความน่าเชื่อถือมากกว่าข้อความโฆษณาผลิตภัณฑ์ตัวเดียวกันนั้น

(2) ต้นทุน (Cost)

ต้นทุนของการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่ามองในแง่ของ ต้นทุนสัมบูรณ์ (Absolute cost) และต้นทุนสัมพันธ์ (relative costs) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับจะถูกมาก เป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทเล็ก ๆ มีทุนน้อย สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารได้ผลดีเท่าเทียมกับบริษัทใหญ่ ๆ ที่ไปจ้างบริษัทตัวแทนทำการประชาสัมพันธ์ให้ ซึ่งต้องใช้เงินมหาศาล

(3) หลีกเลี่ยงความแออัดของสิ่งโฆษณา (Avoidance of clutter)

เนื่องจากลักษณะหรือธรรมชาติของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จัดอยู่ในประเภทของ "รายการข่าว" (News Item) ไม่ได้จัดอยู่ในประเภทของสิ่งโฆษณาที่มีอยู่อย่างแออัดในสื่อต่าง ๆ ข่าวสารเรื่องราวที่เกี่ยวกับการแนะนำตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือข่าวสารทางด้านเทคโนโลยีอันแสดงถึงความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการใหม่ ๆ จึงเป็นข่าวที่ได้รับความสนใจมากกว่าข่าวสารโฆษณาทั่วไป

(4) เป็นสู่ทางนำไปสู่การได้ลูกค้ารายใหม่ (Lead generation)

การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านการประชาสัมพันธ์ อันเกี่ยวกับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ (Technological innovation) ความก้าวหน้าทางด้านการแพทย์ (medical breakthrough) และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในลักษณะเดียวกันนี้ จะเป็นจุดเริ่มต้นนำไปสู่การสอบถาม เพื่อทราบรายละเอียดเพิ่มเติมจากบุคคล หรือบริษัทต่าง ๆ จำนวนมากในเกือบจะทันที เมื่อทำการประชาสัมพันธ์ออกไป ซึ่งบุคคลหรือบริษัทดังกล่าวเหล่านี้จะเป็นตัวเลือกของบริษัทในขั้นการแสวงหาลูกค้าอันจะนำไปสู่การขาย หรือเป็น ลูกค้าในอนาคต (sales leads หรือ prospects) ในที่สุด

(5) สามารถเข้าถึงกลุ่มเฉพาะได้ (Ability to reach specific groups)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางตัวอาจจะเป็นที่สนใจต่อกลุ่มเป้าหมายเล็ก ๆ เฉพาะบางกลุ่ม ซึ่งการใช้การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มตลาดเหล่านี้ได้ หรือบางครั้งบริษัทหรือหน่วยงานอาจจะไม่มีความสามารถ หรือมีฐานะด้านการเงินดีพอ เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง วิธีหนึ่งที่ดีที่สุดที่จะติดต่อสื่อสารเข้าถึงกลุ่มตลาดเหล่านี้ได้ ก็ด้วยการใช้การประชาสัมพันธ์โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น

(6) การสร้างภาพลักษณ์ (Image building)

การใช้การประชาสัมพันธ์ที่ดีมีประสิทธิภาพ จะนำไปสู่การเสริมสร้างภาพลักษณ์ในทางบวก (Positive image) ให้กับหน่วยงาน หรือบริษัทได้เป็นอย่างดี บริษัทใดก็ตามมีภาพลักษณ์ที่ดี มั่นคงในสายตาของลูกค้าหรือสาธารณชนทั่วไป ผลได้ที่ตามมาก็คือ จะเป็นเครื่องค้ำประกันไม่ให้ถูกมองในแง่ร้ายในยามที่เกิดความเข้าใจผิด หรือโชคไม่ดีอันอาจเกิดขึ้นในตอนหลังได้

ส่วนข้อเสียของการใช้การประชาสัมพันธ์ มีที่สำคัญอยู่ 2 ประการ ประการแรกก็คือว่า การประชาสัมพันธ์บางครั้งมีความเป็นไปได้ที่ว่า ไม่ทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ตามกระบวนการสื่อสาร กล่าวคือ ข่าวสารอาจเข้าถึงผู้รับ แต่ผู้รับไม่สามารถทราบแหล่งต้นตอของข่าวสารนั้นได้ และประการที่สอง การทำประชาสัมพันธ์บางครั้งไม่สอดคล้องสัมพันธ์กับแผนงานการตลาด อันเป็นเหตุเกิดจากการบริหารที่ผิดพลาด ขาดการประสานงานกัน ผลที่เกิดขึ้นจึงมีทิศทางที่ไม่ต่อเนื่องสนับสนุนกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์การบางแห่งที่แผนกการตลาด และแผนกประชาสัมพันธ์ ต่างทำงานที่เป็นอิสระแยกจากกัน จึงทำให้การสื่อสารไม่สอดคล้องกัน ก่อให้เกิดการทำงานซ้ำซ้อนไม่ลงรอยกันเป็นต้น

2.6 คุณสมบัติของสื่อมวลชนแต่ละชนิด

จากคุณสมบัติในการเข้าถึงประชาชนเป็นจำนวนมาก และการเข้ามามีบทบาทในสังคมของสื่อมวลชน และในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ได้นั้น จึงจำเป็นต้องมีสื่อเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือสาธารณชน โดยสื่อมวลชนแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน(ปรมะ สตะเวทิน:2539) ดังนี้

2.6.1 คุณสมบัติของหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

2.6.1.1 ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร

หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร เป็นสื่อที่นำตัวหนังสือและภาพไปสู่การเห็นของผู้รับสาร ซึ่งคุณสมบัติในข้อนี้ทำให้ประสิทธิผลในการรับสารด้อยลงไป เพราะต้องอาศัยความสามารถในการอ่านของผู้รับสาร ทำให้มีข้อจำกัดในการรับสารของผู้รับสาร และทำให้เกิดการจำกัดจำนวนผู้รับสาร

2.6.1.2 ความรวดเร็วในการสื่อสาร

หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร เป็นสื่อที่ใช้ระยะเวลาในขั้นตอนกระบวนการการผลิตที่นาน จึงทำให้การเผยแพร่เป็นไปได้ช้า เช่น หนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับจะมีช่วงห่างกัน 12-24 ชั่วโมง (12 ชั่วโมงในกรณีที่หนังสือพิมพ์นั้นตีพิมพ์วันละ 2 ครั้ง)

2.6.1.3 ความถี่ในการสื่อสาร

กระทำได้วันละ 1-2 ครั้ง

2.6.1.4 ความทันต่อเหตุการณ์

เนื่องจากความล่าช้าในกระบวนการการผลิต และการมีความถี่น้อยในการสื่อสาร จึงทำให้การเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์และนิตยสารไม่ทันต่อเหตุการณ์เท่าที่ควร(แต่ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์บางฉบับได้มีการพัฒนาระบบให้ทันสมัย และมีการนำเสนอข่าวสารให้ทันเหตุการณ์มากขึ้น แต่นิตยสารยังมีข้อจำกัดในการเผยแพร่เพราะขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการวางแผง) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

2.6.1.5 ความดึงดูดใจ

สื่อสิ่งพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร เป็นสื่อที่มีความน่าดึงดูดใจน้อยกว่าวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ เพราะสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีเสียง ไม่มีการเคลื่อนไหว แต่ถ้าหากเขียนดี ๆ ก็ทำให้มองเห็นภาพของเรื่องราวเหตุการณ์ได้ชัดเจน แถมมีภาพประกอบซึ่งเป็นภาพนิ่งหยุดการเคลื่อนไหว เห็นได้ชัดเจนกว่าวิทยุโทรทัศน์

2.6.1.6 การให้รายละเอียดของข่าว

หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้ดีกว่าวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ช่วยทำให้ผู้รับสารที่ได้ฟังและดูข่าวจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์สามารถติดตามราย

ละเอียดของข่าวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเบื้องหลังข่าวซึ่งนิตยสารเป็นสื่อมวลชนที่เด่นที่สุดในการทำหน้าที่เปิดเผยเบื้องหลังข่าว เพราะมีเวลาและเนื้อที่ในการที่จะเจาะเบื้องหลังข่าวได้มากกว่าสื่อมวลชนชนิดอื่น

2.6.1.7 ราคา

นิตยสารจะมีราคาแพงสำหรับคนยากจน แต่หนังสือพิมพ์จะมีราคาถูกสามารถหาซื้ออ่านได้ในทุก เพศ ทุกวัย

2.6.1.8 ความแพร่หลาย

นิตยสารส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมแพร่หลายเฉพาะในเมือง ส่วนหนังสือพิมพ์จะได้รับความนิยมทั่วประเทศ

2.6.1.9 การอ้างอิง

หนังสือพิมพ์และนิตยสารนับเป็นเอกสารหลักฐานที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานโดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีหรือไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย จึงเป็นแหล่งอ้างอิงที่สำคัญในด้านการเป็นหลักฐานและเอกสารประวัติศาสตร์

2.6.1.10ความยืนยาว

มีอายุตามกำหนดการออกของหนังสือพิมพ์และนิตยสาร คือ 1 วัน 7 วัน 15 วัน หรือ 30 วัน แล้วแต่กรณีซึ่งมีความยืนยาวมากกว่ารายการวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีความยาวของรายการเพียง 1 นาที 5 นาที 10 นาที 30 นาที 1 ชั่วโมง 2 ชั่วโมง ซึ่งหากผู้ฟังหรือผู้ชมไม่ได้ฟังหรือชมตามเวลาที่รายการนั้น ๆ ออกอากาศก็จะทำให้พลาดรายการนั้น ๆ ไปเลย (แต่ไม่รวมถึงการบันทึกเทปและวิดีโอซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยี คือ เครื่องบันทึกเทป และวิดีโอในการบันทึก) ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารสามารถอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารเมื่อไรก็ได้ตามที่ตนต้องการ

2.6.2 คุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง

2.6.2.1 ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร

วิทยุกระจายเสียงใช้เสียงเป็นตัวนำสารไปสู่การฟังของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารต้องสร้างจินตนาการเอาเอง เพราะไม่สามารถมองเห็นสารได้

2.6.2.2 ความรวดเร็วในการสื่อสาร

สถานีวิทยุกระจายเสียงเมื่อออกอากาศก็สามารถนำสารไปสู่ผู้ฟังได้ทันที ในการนำเสนอข่าวสารสามารถกระทำได้รวดเร็ว

2.6.2.3 ความถี่ในการสื่อสาร

สามารถกระทำได้ตลอดเวลาของการออกอากาศในแต่ละวัน

2.6.2.4 ความทันต่อเหตุการณ์

เนื่องจากการกระจายเสียงทางวิทยุกระทำอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานในแต่ละวัน ดังนั้นในแง่ของการเสนอข่าวจึงกระทำได้ตลอดเวลา ดังจะเห็นได้ว่าในแต่ละวันนั้นสถานีวิทยุกระจายเสียงบางสถานีนำเสนอข่าวทุก 1 ชั่วโมง และในกรณีของข่าวสำคัญ ๆ สถานีวิทยุกระจายเสียงก็สามารถเสนอได้ทันทีที่ต้องการ แม้แต่การรายงานข่าวสด

2.6.2.5 ความดึงดูดใจ

การกระจายเสียงทางวิทยุมีการดึงดูดใจได้น้อยกว่าวิทยุโทรทัศน์ อย่างไรก็ตามหากมีการนำเสนอดี ๆ ก็อาจทำให้ผู้ฟังมีความรู้สึกเป็นจริงเป็นจังได้ เช่น การบรรยายการแข่งขันกีฬา, การแสดงละคร ฯลฯ เพราะมีเสียงประกอบทำให้ได้บรรยากาศของเหตุการณ์ที่แท้จริง หรือทำให้คนฟังเกิดความรู้สึกสมจริงสมจังไปกับเสียงประกอบในละครวิทยุ

2.6.2.6 การให้รายละเอียดของข่าว

วิทยุกระจายเสียงมีระยะเวลาในการเสนอข่าวที่จำกัดจนอาจทำให้ไม่สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์

2.6.2.7 ราคา

เครื่องรับวิทยุโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องรับแบบกระเป๋าหิ้วมีราคาถูก และไม่ต้องจ่ายเงินในการรับฟัง

2.6.2.8 ความแพร่หลาย

วิทยุกระจายเสียงเป็นที่นิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วประเทศ แม้ในชนบทที่ห่างไกล

2.6.2.9 การอ้างอิง

วิทยุกระจายเสียงถูกใช้อ้างอิงน้อยกว่าหนังสือพิมพ์และนิตยสารเพราะเนื้อหาของวิทยุกระจายเสียง หากจะนำมาใช้อ้างอิงจะต้องอาศัยการบันทึกเทป

2.6.2.10ความยืนยาว

รายการทางวิทยุกระจายเสียงเป็นรายการที่ไม่มีความคงทนเพราะเมื่อรายการออกอากาศไปแล้ว หากผู้ฟังพลาดไม่ได้ฟังรายการดังกล่าวก็ไม่สามารถได้ประโยชน์จากรายการ เว้นเสียแต่ว่าจะมีการบันทึกเทปเอาไว้ซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยี คือ เครื่องบันทึกเทป

2.6.3 คุณสมบัติของวิทยุโทรทัศน์

2.6.3.1 ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร

โทรทัศน์สามารถนำสารไปสู่ผู้ชมทางการเห็นและการได้ยิน ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถเข้าใจสารจากโทรทัศน์ได้ ดังนั้นจำนวนผู้รับสารจึงไม่จำกัดเฉพาะผู้ที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้น มองในแง่ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสารแล้วโทรทัศน์จึงเข้าถึงผู้รับสารได้กว้างขวางที่สุด

2.6.3.2 ความรวดเร็วในการสื่อสาร

เมื่อสถานีวิทยุโทรทัศน์ทำการออกอากาศส่งสารออกไปแล้วก็สามารถนำสารไปสู่ผู้ชมได้ทันที การเสนอข่าวสารสามารถกระทำได้รวดเร็ว

2.6.3.3 ความถี่ในการสื่อสาร

สามารถกระทำได้ตลอดเวลาของการออกอากาศในแต่ละวัน

2.6.3.4 ความทันต่อเหตุการณ์

เนื่องจากการกระจายเสียงทางวิทยุโทรทัศน์ สามารถกระทำได้อย่างต่อเนื่องและเป็นเวลานานในแต่ละวัน ดังนั้นในการเสนอข่าวจึงสามารถกระทำได้ตลอดเวลาตามความจำเป็นนอกเหนือจากช่วงรายการข่าว ในปัจจุบันสถานีวิทยุโทรทัศน์จึงนำเสนอข่าวบ่อยครั้งในแต่ละวัน ทำให้สามารถเสนอข่าวได้ทันต่อเหตุการณ์ ทำให้ผู้ชมได้รับข่าวสารทันสมัยอย่างรวดเร็ว แม้กระทั่งการเสนอรายงานข่าวสดจากเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น

2.6.3.5 ความดึงดูดใจ

วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถดึงดูดใจได้มากที่สุดเพราะมีทั้งภาพและเสียง มีสีสัน มีการเคลื่อนไหว มีความหลากหลายของรายการ และมีบุคคลที่มีชื่อเสียงและดาราเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของโทรทัศน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีเนื้อหาด้านบันเทิงเป็นส่วนสำคัญ จึงได้รับความสนใจจากผู้รับสารมาก

2.6.3.6 การให้รายละเอียดของข่าว

วิทยุโทรทัศน์มีระยะเวลาในการเสนอข่าวที่จำกัดจนอาจทำให้ไม่สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตามภาพที่ปรากฏในข่าวโทรทัศน์นั้นก็สามารถทดแทนรายละเอียดของถ้อยคำที่จำกัดได้ เพราะภาพก่อให้เกิดความเข้าใจได้ดี ดังคำกล่าวที่ว่าภาพ 1 ภาพ มีค่าเท่ากับ 1,000 คำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพที่มีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องในโทรทัศน์ และภาพยังทำให้คนเชื่อได้มากด้วย เพราะการเห็นคือ การเชื่อ (Seeing is believing)

2.6.3.7 ราคา

วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีราคาแพงที่สุดในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย

2.6.3.8 ความแพร่หลาย

แพร่หลายเฉพาะในเมืองสาเหตุเพราะราคาแพง และในชนบทยังขาดแคลนไฟฟ้าแต่ในปัจจุบันได้แพร่กระจายไปตามพื้นที่ห่างไกลมากขึ้น

2.6.3.9 การอ้างอิง

สื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่ถูกอ้างอิงน้อยกว่าหนังสือพิมพ์และนิตยสาร เพราะเนื้อหาของวิทยุโทรทัศน์หากจะนำมาใช้อ้างอิงจะต้องมีการบันทึกเทปโทรทัศน์เอาไว้

2.6.3.10ความยืนยาว

รายการทางโทรทัศน์เป็นรายการที่ไม่มีความคงทนเพราะเมื่อรายการออกอากาศไปแล้ว หากผู้ชมพลาดโอกาสชมรายการก็ไม่สามารถได้รับประโยชน์จากรายการนั้น เว้นเสียแต่ว่าจะมีการบันทึกเทปโทรทัศน์เอาไว้ ซึ่งต้องอาศัยเครื่องบันทึกเทปโทรทัศน์ซึ่งเป็นเทคโนโลยี ผิดกับเนื้อหาของหนังสือพิมพ์และนิตยสารซึ่งผู้รับสารกระทำได้โดยธรรมชาติ ไม่ต้องเดือดร้อนหาเครื่องบันทึกเทป

2.6.4 คุณสมบัติของภาพยนตร์

เนื่องจากภาพยนตร์มีบทบาทด้านข่าวน้อย ดังนั้นในการพิจารณาถึงคุณสมบัติของ ภาพยนตร์ในที่นี้ จึงจะกล่าวถึงคุณสมบัติในด้านอื่นเป็นหลักมากกว่าคุณสมบัติด้านข่าวสาร เช่น ความรวดเร็วในการสื่อสาร, ความถี่ในการสื่อสาร, ความทันต่อเหตุการณ์

2.6.4.1 ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร

ผู้ชมภาพยนตร์สามารถรับสารจากภาพยนตร์ได้โดยผ่านการเห็นและการได้ยิน คุณสมบัติส่วนนี้ของภาพยนตร์จึงเหมือนกับคุณสมบัติของโทรทัศน์ กล่าวคือ ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถเข้าใจสารได้ ดังนั้นจำนวนผู้รับสารจึงกว้างขวางเพราะไม่ถูกจำกัดเฉพาะผู้ที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้น

2.6.4.2 ความดึงดูดใจ

ภาพยนตร์สามารถดึงดูดใจผู้ชมได้ดีเท่า ๆ กับโทรทัศน์เพราะมีทั้งภาพและเสียง สีสัน แสง ตลอดจนการเคลื่อนไหวและเนื้อหาสาระที่เป็นความบันเทิง, ดาราที่คนคลั่งไคล้หลงไหล ดังนั้นภาพยนตร์จึงมีแรงดึงดูดใจสูง

2.6.4.3 ความยืนยาว

ภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์นั้นผู้ชมไม่สามารถที่จะทบทวนภาพที่ปรากฏในจอได้ครบถ้วนสมบูรณ์ เพราะเมื่อการฉายภาพยนตร์จบลงทุกอย่างก็จบตามไปด้วย คงเหลือแต่ความทรงจำในสมองซึ่งอยู่ได้ไม่นาน

2.6.4.4 ราคา

มีราคาแพงเพราะผู้เข้าชมต้องซื้อบัตรผ่านประตูเข้าชม

2.6.4.5 ความแพร่หลาย

ภาพยนตร์แพร่หลายเฉพาะในเมือง เพราะโรงภาพยนตร์มีแต่ในเมือง ดังนั้นจึงทำให้ความนิยมของประชาชนที่มีต่อภาพยนตร์ก็ลดลง ความแพร่หลายของภาพยนตร์จึงลดลงตามไปด้วย

2.6.4.6 การอ้างอิง

ภาพยนตร์นับได้ว่าเป็นเอกสารทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถใช้ในการอ้างอิงได้ ในปัจจุบันได้มีการจัดห้องสมุดภาพยนตร์ขึ้นเพื่อรวบรวมภาพยนตร์ต่าง ๆ เข้าไว้เป็นหลักแหล่งเพื่อประโยชน์ของการอ้างอิง, ประวัติศาสตร์ และการศึกษาค้นคว้า

2.6.4.7 สามารถสร้างเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นมาใหม่ได้

เหตุการณ์ต่าง ๆ ในอดีตที่ผ่านมาสามารถถูกนำมาสร้างให้เห็นจริงและเป็นจริงเป็นจังได้ในภาพยนตร์โดยการสร้างฉาก เช่น ภาพยนตร์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ภาพยนตร์เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ ภาพยนตร์เกี่ยวกับประวัติบุคคล ฯลฯ

2.6.4.8 สามารถใช้อธิบายรายละเอียดของสิ่งของต่าง ๆ ได้ดี

ตัวอย่างเช่น อธิบายการเคลื่อนไหว หรือการทำงานของเครื่องจักร, อธิบายเรื่องการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ของมนุษย์, อธิบายเรื่องการสื่อสารดาวเทียม ฯลฯ โดยอาศัยแผนภูมิ และภาพประกอบ ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นได้ชัดเจน

2.6.4.9 สามารถลำดับเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระเบียบต่อเนื่อง

ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจและจดจำเหตุการณ์ในอดีตได้ชัดเจนถูกต้อง และแม่นยำกว่าการอ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์

2.6.4.10สามารถเสนอเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ได้

ในแง่ของข่าวสารและประวัติศาสตร์ ภาพยนตร์ทำหน้าที่เป็นผู้บันทึกเหตุการณ์ในอดีต เช่น การแข่งขันกีฬา, สงคราม, การประกวดนางงาม, คำปราศรัยของบุคคลสำคัญ ฯลฯ

จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนแต่ละชนิดจะมีความแตกต่างกันในแง่ของคุณสมบัติและความสามารถในการทำหน้าที่เป็นสื่อนำสารไปสู่มวลชนหรือผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน

2.7 การยอมรับนวกรรมของผู้รับสาร

การสื่อสารนวกรรมเป็นการสื่อสารที่ต้องการเผยแพร่ความคิดใหม่ สิ่งใหม่ การปฏิบัติใหม่ออกไปสู่สังคม เพื่อให้เกิดการพัฒนา ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง คือการเปลี่ยนแปลงความรู้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

จากความคิดนี้จะเห็นได้ว่าการรณรงค์ให้ประชาชนมีพฤติกรรมในการอนุรักษ์พลังงานนั้นเป็นความรู้ความเข้าใจที่จำเป็นต้องมีการเผยแพร่ ทั้งนี้ต้องมีการเผยแพร่ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆเพื่อชักจูงให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงาน

การตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรม เป็นกระบวนการทางสมองที่เริ่มจากการที่บุคคลได้รับความรู้เกี่ยวกับนวกรรมจนถึงขั้นการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรมและขั้นสุดท้ายคือการยืนยันการตัดสินใจนั้นในกระบวนการตัดสินใจนั้นมีตัวแปรอยู่4ตัวคือ(Roger:1971:อ้างในกนกรัตน์สุขะวัฒนะ:2534) ความรู้ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับทราบความจริงเกี่ยวกับนวกรรมที่มีอยู่และได้รับความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของนวกรรมนั้น การโน้มน้าวใจ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคลเกิดทัศนคติในทางบวก หรือทัศนคติในทางลบต่อนวกรรมนั้น ขั้นการตัดสินใจ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้เข้าร่วมในกิจกรรมซึ่งนำไปสู่การยอมรับหรือ

ปฏิเสธนวกรรมนั้น การยอมรับก็คือการตัดสินใจกระทำให้นวกรรมนั้นเกิดประโยชน์สูงสุด ส่วนขั้นสุดท้าย คือ ขั้นที่ผู้รับนวกรรมพยายามหาข่าวสารหรือข้อมูลต่างๆมาสนับสนุนการตัดสินใจ

ในการตัดสินใจในการยอมรับนวกรรมของผู้รับสารนั้นยังสามารถแบ่งประเภทของผู้ยอมรับนวกรรม(พัชนี เชยจรรยาและคณะ:2541)ได้ดังนี้คือกลุ่มแรกคือผู้แนะนำนวกรรม จะเป็นกลุ่มที่ชอบการเปลี่ยนแปลง เป็นบุคคลกลุ่มแรกที่มีการยอมรับนวกรรมและมีบทบาทในการแนะนำนวกรรมให้กับผู้อื่นด้วย

กลุ่มที่สอง คือกลุ่มผู้นำความคิด เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลในการชักชวนให้ผู้อื่นในสังคมมีความคิดเห็นคล้อยตาม บุคคลกลุ่มนี้จะมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการยอมรับนวกรรมของกลุ่มอื่นๆ เพราะเมื่อกลุ่มนี้ยอมรับนวกรรมจากผู้แนะนำนวกรรมแล้วบุคคลอื่นๆในสังคมก็จะยอมรับนวกรรมนั้นไปด้วย กลุ่มผู้ยอมรับเร็ว เป็นกลุ่มที่เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการยอมรับนวกรรมเร็วกว่ากลุ่มอื่น และยังมีกลุ่มผู้ยอมรับช้าและช้าที่สุด และกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มผู้ไม่ยอมรับนวกรรมเลย ตามทฤษฎีแล้วจะเป็นกลุ่มที่ไม่ยอมรับนวกรรมเลย แต่ในความเป็นจริงเมื่อนวกรรมใหม่ถูกยอมรับในสังคมจนสมาชิกในสังคมไม่มีโอกาสใช้แนวทางในการปฏิบัติหรือมีพฤติกรรมตามเดิมแล้ว บุคคลกลุ่มนี้ก็จะกลายเป็นผู้ยอมรับนวกรรมช้าที่สุดไปโดยปริยาย

จากปัญหาด้านพลังงานที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน สาเหตุหนึ่งเกิดจากการพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างฟุ่มเฟือย เป็นผลทำให้ทรัพยากรทางด้านพลังงานลดลงอย่างรวดเร็ว ปัญหาที่เกิดขึ้นได้มีหน่วยงานหลายแห่งให้ความสนใจและรวมมือในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และแนวทางหนึ่งที่ได้นำมาใช้ก็คือการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกในการประหยัดพลังงาน โดยการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนได้มีความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์พลังงานและวิธีการประหยัดพลังงานอย่างถูกต้องในชีวิตประจำวัน ในการเผยแพร่ข่าวสารโดยผ่านสื่อ โดยเฉพาะสื่อมวลชนนั้นทำให้ประชาชนเกิดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเนื่องจากคุณสมบัติที่โดดเด่นในการนำเสนอข่าวสารของสื่อแต่ละชนิด และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่เป็นเยาวชนได้ง่าย เพราะเยาวชนเป็นวัยที่มีความสนใจในการเปิดรับสื่อมากโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนยังเป็นการให้ความรู้ และเกิดกระบวนการขัดเกลาทางสังคมได้ โดยทำให้กลุ่มประชาชนเกิดพฤติกรรมไปในทางเดียวกัน ดังนั้นในการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนหากมีการนำไปใช้ให้ถูกทางก็สามารถก่อประโยชน์ให้เกิดแก่สังคมได้มาก