

การจัดอันดับเรตติ้งด้านการประหยัดพลังงานของครัวเรือนในประเทศไทย

Household's Energy Saving Rating in Thailand

ศศิธร แม้นสงวน¹ / ขนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส² / อุดมเกียรติ ศรีชนะ³ / ประเสริฐ จันทะไพร⁴
Sasithorn Maensanguan / Kanoppan lam-opas / Udomkiat Srichana / Prasert Juntapai

^{1,3} ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Curriculum and Instruction Department, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University

² ภาควิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Advertising and Public Relations Department, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

⁴ นักวิชาการการศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง

Academic Educator, Demonstration School of Ramkhamhaeng University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้พลังงานของประชาชนภาคครัวเรือน และการจัดอันดับเรตติ้งประเทศไทยกับการประหยัดพลังงาน ก่อนและหลังการจัดโครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์การประหยัดพลังงาน ภายใต้กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ปี 2559 กระทรวงพลังงาน ประชากรการวิจัย ได้แก่ ประชาชนภาคครัวเรือน โดยสุ่มตามความสะดวก ใน 6 ภาคๆละ 2 จังหวัดรวม 12 จังหวัด ที่มีการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงสุด และรองลงมา เก็บรวบรวมข้อมูลก่อนและหลังครั้งละ 1,778 ตัวอย่าง รวม 3,556 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าที (t-test) และค่าไคสแควร์ (χ^2 - test) ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานความน่าเชื่อถือและการเข้าถึงประชาชนของสื่อ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ การให้ความสำคัญกับการประหยัดพลังงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ก่อนการจัดโครงการฯ กลุ่มตัวอย่างในแต่ละภาคให้ความสำคัญกับการประหยัดพลังงานเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันตกภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง ภาคใต้แต่หลังการจัดโครงการฯ แล้ว แต่ละภาคให้ความสำคัญดังนี้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตกภาคเหนือและภาคใต้ พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงาน พบว่า หลังจัดโครงการฯ แล้วมีค่าเฉลี่ย โดยรวมสูงกว่าก่อนจัดและโดยรวมมีพฤติกรรมการประหยัดพลังงานอยู่ในระดับมาก โครงการที่รับรู้มากที่สุด ได้แก่ โครงการ “รวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้”

คำสำคัญ: เรตติ้ง การประหยัดพลังงานพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน

Abstract

This research aimed (1) to examine the use of energy by household sector in Thailand and (2) to determine rankings on energy saving prior to the implementation of, and after the completion of a public relations campaign project for energy saving funded by the Ministry of Energy for promoting energy conservation in 2016. The population of this study was from six regions, in which two provinces were selected from each region according to the level of energy consumption from the highest to the lowest. Data were collected from 1,778 subjects from both prior to the implementation and after the completion of the campaign which made a total of 3,556 subjects. A questionnaire was used to collect data. The data collected were analyzed in terms of percentage and mean. Furthermore, the researchers employed a t-test technique and Chi-Squared (χ^2 -test). Findings are as follows: Prior to the campaign, the sample population from the regions paid attention to energy saving in the following descending order: northeastern and western, eastern, northern and central regions, and southern. After the campaign, the regions prioritized energy saving in the following descending order: northeastern, central, eastern, western, northern, and southern regions, respectively. In regard to lifestyle and energy saving, it was found that after the campaign, the overall mean was higher than prior to the implementation of the campaign and behavior in energy saving was also evident at a high level. The most frequently perceived project was "Combine Energy Divide by Two, Think Before Use".

Keywords: Rating, Energy Saving, Lifestyle

บทนำ

การใช้พลังงานของครัวเรือนทั่วประเทศ เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการวางแผนด้านการพลังงานในระดับประเทศ ความเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับพลังงานของครัวเรือนในประเทศอย่างรอบด้านทั้งมิติของการรับรู้โครงการรณรงค์เพื่อการประหยัดพลังงาน ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องใช้พลังงาน พฤติกรรมการใช้พลังงานในชีวิตประจำวันของบุคคลและครัวเรือน ตลอดจนการรับรู้เกี่ยวกับหน่วยงานที่ดำเนินงานด้านการประหยัดพลังงาน ล้วนเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการกำหนดทิศทางการพลังงานในอนาคต ทั้งนี้การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวควรได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อประเมินประเด็นที่มีความต่อเนื่อง รวมถึงอัตราการเติบโตของการใช้พลังงานได้อย่างชัดเจน ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้เกิดการสำรวจเพื่อจัดอันดับเรตติ้งการประหยัดพลังงานของครัวเรือนในประเทศไทยใน ปีที่ 2 คือ ปี พ.ศ.2559

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานและโครงการรณรงค์เพื่อการประหยัดพลังงาน
2. เพื่อศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานของประชาชนภาคครัวเรือน
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับ การประหยัดพลังงานของประชาชนภาคครัวเรือนในประเทศไทย
4. เพื่อจัดอันดับเรตติ้งประเทศไทยกับการประหยัดพลังงาน ปี พ.ศ.2559ภายใต้โครงการประชาสัมพันธ์ผลงานกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตประชากรการวิจัย คือ ประชาชนทั่วไปในภาคครัวเรือนที่สนใจข่าวสารด้านพลังงาน เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับไฟฟ้า เชื้อเพลิง และเป็นผู้ตัดสินใจ

เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ในจังหวัดที่มีปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงสุดและรองลงมาในแต่ละภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก เชียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคใต้ รวมทั้งหมด 12 จังหวัด โดยกำหนดขนาดตัวอย่าง และจัดการเก็บข้อมูล 2 ครั้ง ครั้งละ 1,778 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 3,556 ตัวอย่าง

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรการวิจัยได้แก่ ประชาชนภาคครัวเรือนในประเทศไทยซึ่งหมายถึง ประชาชนทั่วไปที่สนใจข่าวสารด้านพลังงาน เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ

ค่าไฟ ค่าเชื้อเพลิง หรือเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในครัวเรือนของตนใน 12 จังหวัด ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงสุดและรองลงมาในแต่ละภาค ได้แก่ ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดนครสวรรค์) ภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร และ จังหวัดสมุทรปราการ) ภาคตะวันออก เชียงเหนือ (จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดขอนแก่น) ภาคตะวันออก (จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง) ภาคตะวันตก (จังหวัดราชบุรี และจังหวัดกาญจนบุรี) ภาคใต้ (จังหวัดสงขลา และ จังหวัดภูเก็ต) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามเป้าหมายที่สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กำหนด ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนตัวอย่างโดยจำแนกตามภาคและเขตที่พักอาศัยของครัวเรือน

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	จังหวัดในภาค	จำนวน	จำนวน ในเขต ในเมือง	จำนวน ในเขต นอกเมือง
ภาคเหนือ	218	จังหวัดเชียงใหม่	138	83	55
		จังหวัดนครสวรรค์	80	48	32
ภาคกลาง	754	กรุงเทพมหานคร	589	589	
		จังหวัดสมุทรปราการ	165	99	66
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	295	จังหวัดนครราชสีมา	175	103	72
		จังหวัดขอนแก่น	120	72	48
ภาคตะวันออก	210	จังหวัดชลบุรี	140	84	56
		จังหวัดระยอง	70	43	27
ภาคตะวันตก	111	จังหวัดราชบุรี	57	35	22
		จังหวัดกาญจนบุรี	54	32	22
ภาคใต้	190	จังหวัดสงขลา	110	66	44
		จังหวัดภูเก็ต	80	48	32
รวมทั้งหมด	1,778	รวมทั้งหมด	1,778	-	-

การเก็บข้อมูล

คณะผู้วิจัยเก็บข้อมูล 2 ครั้ง คือ การวัดเรทติ้งครั้งแรก (Pre Rating) จำนวน 1,778 ตัวอย่าง ในระหว่างเดือนกรกฎาคม 2559 – เดือนตุลาคม 2559 และการวัดเรทติ้งครั้งที่ 2 (Post Rating) จำนวน 1,778 ตัวอย่าง ในระหว่างเดือนธันวาคม 2559 – เดือนมีนาคม 2560 โดยแต่ละจังหวัดจะแยกเป็นเขตในเมืองกับเขตนอกเมือง โดยเขตในเมือง หมายถึง เขตอำเภอเมือง ส่วนนอกเมือง หมายถึง นอกเขตอำเภอเมืองระหว่างการเก็บข้อมูลทั้ง 2 ครั้ง กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานได้จัดโครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกในการประหยัดพลังงาน จำนวน 6 กิจกรรมเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นผ่านความเห็นชอบของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) ประกอบด้วยเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การรับรู้ในประเด็นด้านการประหยัดพลังงาน

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานของครัวเรือน(เก็บข้อมูลหลังจัดกิจกรรมรณรงค์)

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้พลังงานในชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงาน

แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 กับแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลครั้งที่ 2 จะมีบางส่วนที่ต่างกันตามความเห็นชอบของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.)

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนและครบตามจำนวนแล้ว คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาค่าตามที่แบบเลือกตอบ และมาตรวจระดับข้อมูลด้วยการแจกแจงนับเป็นจำนวน และคำนวณค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยด้วยโปรแกรมการประมวลผลทางคอมพิวเตอร์สำหรับข้อมูลครั้งที่ 1 ข้อมูลครั้งที่ 2 และได้เปรียบเทียบข้อมูลทั้ง 2 ครั้ง ในประเด็นต่อไปนี้

เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน

(Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานในบ้าน ด้วยการทดสอบค่าสถิติ ที (t- test)

ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง (อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ลักษณะของครัวเรือน ขนาดของครัวเรือน และประเภทที่พักอาศัย) กับ พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานในบ้าน สำหรับข้อมูลในแต่ละครั้งด้วยค่าสถิติ ไคสแควร์ (Chi – square test)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการสำรวจครั้งที่ 1 (Pre Rating) ก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์ พบว่า

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดของคนในครอบครัวเป็นระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 15,000-25,000 บาท และลักษณะครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นครัวเรือนขนาดเล็กที่อยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-5 คน รูปแบบของที่พักอาศัยจะเป็นลักษณะบ้านเดี่ยวหรือบ้านเช่า

1.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัญหาสำคัญของประชาชนในปัจจุบันด้านเศรษฐกิจ/ค่าครองชีพ เป็นปัญหาสำคัญลำดับแรก รองลงมา คือ ปัญหาขาดแคลน โดยปัญหาด้านพลังงาน ประชาชนให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 5 และเห็นว่าการประหยัดพลังงานมีความสำคัญในระดับมาก มีการใช้พลังงานไฟฟ้าในชีวิตประจำวันมากที่สุทธรองลงมาจะเป็นพลังงานน้ำมัน และพบว่าประชาชนในภาคตะวันตกให้ความสำคัญกับการประหยัดพลังงานมากที่สุด รองลงมาคือประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพลังงาน (ไฟฟ้า น้ำมัน แก๊ส) ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา มีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น

2. ผลการสำรวจครั้งที่ 2 (Post Rating) หลังการจัดกิจกรรมรณรงค์ พบว่า

2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายจะมีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดของคนในครัวเรือนอยู่

ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 15,000 บาท – 25,000 บาท มีลักษณะครัวเรือนขนาดเล็กเป็นครัวเรือนอยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-5 คนและประเภทที่พักอาศัยเป็นแบบบ้านเดี่ยว/บ้านเช่า

2.2 กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า ปัญหาสำคัญที่สุดของประเทศไทยในปัจจุบัน พบว่า ปัญหาด้านพลังงาน เป็นปัญหาสำคัญลำดับแรก รองลงมาเป็นปัญหาเศรษฐกิจ/ค่าครองชีพและเห็นว่าการประหยัดพลังงานมีความสำคัญในระดับมากที่สุด พลังงานที่ใช้มากที่สุดในชีวิตประจำวันคือพลังงานไฟฟ้า โซล่าเซลล์ รองลงมาคือน้ำมันไปโอดีเซล และพบว่าประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสำคัญกับการประหยัดพลังงานมากที่สุด รองลงมาคือประชาชนในภาคตะวันออก และพบว่าค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน (ไฟฟ้า น้ำมัน แก๊ส) ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมามีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น

2.3 ผลการสำรวจเกี่ยวกับกระแสการรับรู้/ความคิดเห็น/ภาพลักษณ์ขององค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักโครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน และจากการสอบถามการรู้จัก ระบุว่า เป็นโครงการของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) โดยเคยเห็นโลโก้สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) มากกว่าเห็นชื่อสำนักงานฯ และหลังจากมีโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการประหยัดพลังงาน ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับแนวทางที่ปฏิบัติเพื่อพลังงานในอนาคตของชาติ กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นสรุปได้ดังนี้ ควรมีการประชาสัมพันธ์ณรงค์ให้ประหยัดพลังงาน พัฒนาพลังงานเพื่อทดแทนพลังงานในปัจจุบัน เพื่อความยั่งยืนของพลังงานภายในประเทศ ตระหนักถึงความสำคัญของการประหยัดพลังงาน ปฏิบัติตามนโยบายและแผนการประหยัดพลังงาน ศึกษาและหาวิธีการประหยัดพลังงาน เป็นต้น ส่วนผลการสำรวจความคิดเห็นหลังจากมีโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่รู้ได้มีการปฏิบัติตามและ พฤติกรรมที่ปฏิบัติตาม ได้แก่ การถอดปลั๊ก ปิดสวิตช์ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกครั้งหลังเลิก

ใช้งาน ประหยัดพลังงานภายในครัวเรือน ใช้พลังงานเท่าที่จำเป็น ศึกษาวิธีการประหยัดพลังงานและลดการใช้พลังงาน ช่วยกันรณรงค์ให้ประหยัดพลังงาน ใช้พลังงานอย่างมีสติ เลือกใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 เป็นต้น และกลุ่มที่ไม่ปฏิบัติตามให้เหตุผลเพราะว่า ความไม่เคยชิน บางครั้งก็ยากเกินไปที่จะปฏิบัติให้เป็นนิสัย ยังไม่สนใจในการปฏิบัติมากนัก ไม่ค่อยมีเวลา ช่วงเวลาเร่งรีบ บางครั้งอาจมีหลงลืมบ้าง เป็นต้น

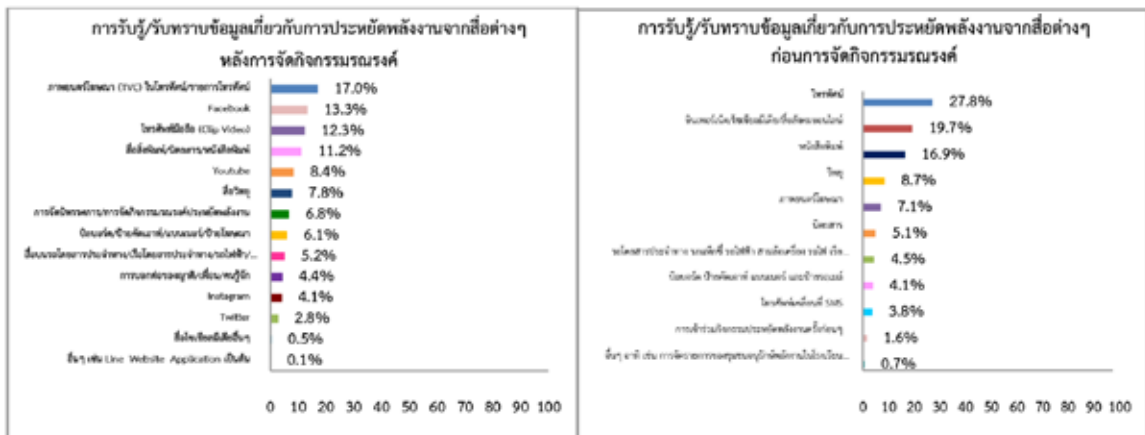
การรู้จักสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) ทำงานด้านการบริหารจัดการลดใช้พลังงานต่างๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำมัน แก๊ส การผลิตและวิจัยจัดหาเกี่ยวกับพลังงานทดแทน และพลังงานทางเลือก กำหนดนโยบายและวางแผนการใช้พลังงานของประเทศ รณรงค์และประชาสัมพันธ์การประหยัดพลังงานให้แก่ประชาชน ส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์พลังงานของประเทศ เป็นต้น และผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานของ สนพ. ที่กลุ่มตัวอย่างรู้จัก ได้แก่ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานทดแทน โครงการ “รวมพลังหาร 2” การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ถึงการประหยัดพลังงานให้ประชาชนได้รับรู้ เช่น โครงการ “ชีวิตหาร 2 เปลี่ยนใหม่ประหยัดชั่วชีวิต” เป็นต้น และผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการรู้จักกองทุนเพื่อการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน และทราบว่ากองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ทำงานโดยสนับสนุนทุนเพื่อการอนุรักษ์พลังงาน และทราบว่ากองทุนงบประมาณสนับสนุนทุนการวิจัยด้านพลังงาน ประชาสัมพันธ์รณรงค์และส่งเสริมให้ประชาชนอนุรักษ์พลังงาน พลังงานทดแทน/พลังงานทางเลือก วางแผนการใช้พลังงาน เป็นต้น และผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานของกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ที่กลุ่มเป้าหมายรู้จัก ได้แก่ การอบรมเพื่อสนับสนุนองค์ความรู้ด้านพลังงานให้ประชาชน พัฒนาพลังงานทดแทน/พลังงานทางเลือก การสนับสนุนการศึกษาและการวิจัยด้านพลังงาน การรณรงค์เกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน Thailand Energy Award 2016 เป็นต้น

3. ผลการศึกษาการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการประหยัพลังงานจากสื่อต่างๆ

ผลการศึกษาการรับรู้/รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประหยัพลังงานจากสื่อต่างๆ พบว่า ก่อนจัดกิจกรรมรณรงค์กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้มากที่สุดจากสื่อใน 3 อันดับแรก เรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดีย/สื่อสังคมออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ และหลังจากจัดกิจกรรมรณรงค์แล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้มากที่สุดจากสื่อต่างๆ ใน 3 อันดับแรก เรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ภาพยนตร์โฆษณา (TVC) ในโทรทัศน์/รายการโทรทัศน์ Facebook และโทรศัพท์มือถือ (Video Clip) ดังเสนอตามแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้/รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประหยัพลังงานจากสื่อต่างๆ



4. ผลการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับโครงการรณรงค์เพื่อการประหยัพลังงาน พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเคยได้ยิน/เคยเห็น/เคยรับรู้เกี่ยวกับโครงการต่างๆ ที่สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) ได้ดำเนินการพบว่า ก่อนจัดกิจกรรมรณรงค์กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ 3 อันดับแรกเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โครงการ “รวมพลังหาร 2 คัดก่อนใช้” โครงการ

พลังงานเพื่อชีวิต ลดโลกร้อน ด้วยวิถีพอเพียงโครงการเยาวชนกับการอนุรักษ์พลังงานตามลำดับและหลังจากจัดกิจกรรมรณรงค์ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ 3 อันดับแรก เรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่โครงการ “รวมพลังหาร 2 คัดก่อนใช้” โครงการ “ชีวิตหาร 2 ลดครั้ง ใช้ครั้ง ประหยัดชั่ว” โครงการ “ประหยัดไฟ กำไร 2 ต่อ” ดังเสนอตามแผนภาพที่ 2

แผนภาพที่ 2 แสดงค่าร้อยละผลการรับรู้โครงการต่างๆ ก่อนและหลังการจัดกิจกรรมรณรงค์



5. ผลการศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานของครัวเรือน

ผลการศึกษาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานของครัวเรือน ซึ่งจัดเก็บข้อมูลเฉพาะช่วงภายหลังการจัดกิจกรรมรณรงค์เท่านั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจในการประหยัดพลังงานโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X}=4.007$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจในการประหยัดพลังงานในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดคือ รู้วิธีการประหยัดพลังงาน ($\bar{X}=4.097$) รองลงมาคือ แนะนำสมาชิกให้รู้จักการประหยัดพลังงาน ($\bar{X}=4.090$) และคำนึงถึงการประหยัดพลังงานทุกครั้ง ($\bar{X}=4.042$)

6. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานของประชาชนภาคครัวเรือน

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานของประชาชนภาคครัวเรือนพบว่า ก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานในบ้าน โดยปฏิบัติเป็นประจำ (ทุกวัน) เรียงลำดับร้อยละของผู้ปฏิบัติมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การปิดสวิตช์ไฟฟ้าทุกครั้ง เมื่อไม่ได้ใช้ รองลงมา เมื่อเปิดตู้เย็น เพื่อหยิบของหรือดื่มน้ำ จะปิดตู้เย็นทันทีเมื่อหยิบ/ดื่มน้ำเสร็จ และการปิดและถอดปลั๊กไฟ อุปกรณ์ไฟฟ้าทุกครั้ง เมื่อเลิกใช้งาน เป็นลำดับที่สาม และหลังการจัดกิจกรรมรณรงค์ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม

การใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงาน โดยปฏิบัติเป็นประจำ (ทุกวัน) เรียงลำดับร้อยละของผู้ปฏิบัติมากที่สุด 3 ลำดับแรก จะปิดสวิตช์ไฟฟ้าทุกครั้ง เมื่อเลิกใช้ รองลงมา คือจะปิดและถอดปลั๊กไฟ (คอมพิวเตอร์ กระติกน้ำร้อน ที่ชาร์ตแบตเตอรี่ พัดลม โทรทัศน์ เตารีด เครื่องเป่าผม เป็นต้น) ทุกครั้ง เมื่อเลิกใช้งาน และเมื่อเปิดตู้เย็น เพื่อหยิบของหรือดื่มน้ำ จะปิดตู้เย็นทันที

7. ผลการจัดอันดับเขตตั้งประเทศไทยกับการประหยัดพลังงาน ปี พ.ศ.2559 ภายใต้โครงการประชาสัมพันธ์ผลงานกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน

7.1 พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานในบ้านจำแนกตามภาคการศึกษา พบว่าก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์กลุ่มตัวอย่างในแต่ละภาคมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานในบ้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการประหยัดพลังงานจากมากที่สุด ดังนี้ ภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ และภาคตะวันตกภาคตะวันออก ภาคเหนือและภาคกลาง ภาคใต้ และหลังการจัดกิจกรรมรณรงค์กลุ่มตัวอย่างในภาคที่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานในบ้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมจากมากที่สุดดังนี้ ภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคเหนือ และภาคใต้ ดังเสนอตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานในบ้านจำแนกตามภาค

ก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์				หลังการจัดกิจกรรมรณรงค์			
ภาค	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	การตีความหมาย ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ภาค	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	การตีความหมาย ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1. ภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ	4.04	มาก	1	1. ภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ	4.39	มาก	1
2. ภาคตะวันตก	4.04	มาก	1	2. ภาคกลาง	3.95	มาก	2
3. ภาคตะวันออก	3.96	มาก	3	3. ภาคตะวันออก	3.92	มาก	3
4. ภาคเหนือ	3.95	มาก	4	4. ภาคตะวันตก	3.89	มาก	4
5. ภาคกลาง	3.95	มาก	4	5. ภาคเหนือ	3.87	มาก	5
6. ภาคใต้	3.87	มาก	6	6. ภาคใต้	3.83	มาก	6
ภาพรวม	3.99	มาก	-	ภาพรวม	3.97	มาก	-

7.2 พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัพลังงานในบ้านจำแนกตามจังหวัดผล การศึกษา พบว่า ก่อนจัดกิจกรรมรณรงค์จังหวัดที่กลุ่ม ตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัพลังงานในบ้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมจากมากที่สุด ดังนี้ กรุงเทพมหานคร ระยอง ขอนแก่น ราชบุรี นครสวรรค์ ภูเก็ต กาญจนบุรี นครราชสีมา เชียงใหม่ สมุทรปราการ ชลบุรี สงขลา และ

หลังจัดกิจกรรมรณรงค์ จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรร มการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยั พลังงานในบ้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม จากมากที่สุด ดังนี้ ขอนแก่น นครราชสีมาและราชบุรี เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรีสงขลา ระยอง ภูเก็ต สมุทรปราการ นครสวรรค์ กาญจนบุรี ตามลำดับดังเสนอ ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงอันดับพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัพลังงานในบ้านจำแนกตามจังหวัด

ก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์				หลังการจัดกิจกรรมรณรงค์			
จังหวัด	ค่าเฉลี่ย (X)	การตีความ หมายค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	จังหวัด	ค่าเฉลี่ย (X)	การตีความ หมายค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1. กรุงเทพมหานคร	4.25	มาก	1	1. จังหวัดขอนแก่น	4.43	มาก	1
2. จังหวัดระยอง	4.17	มาก	2	2. จังหวัดนครราชสีมา	4.34	มาก	2
3. จังหวัดขอนแก่น	4.11	มาก	3	3. จังหวัดราชบุรี	4.34	มาก	2
4. จังหวัดราชบุรี	4.07	มาก	4	4. จังหวัดเชียงใหม่	4.05	มาก	4
5. จังหวัดนครสวรรค์	4.04	มาก	5	5. กรุงเทพมหานคร	3.98	มาก	5
6. จังหวัดภูเก็ต	4.03	มาก	6	6. จังหวัดชลบุรี	3.96	มาก	6
7. จังหวัดกาญจนบุรี	4.01	มาก	7	7. จังหวัดสงขลา	3.87	มาก	7
8. จังหวัดนครราชสีมา	3.98	มาก	8	8. จังหวัดระยอง	3.84	มาก	8
9. จังหวัดเชียงใหม่	3.86	มาก	9	9. จังหวัดภูเก็ต	3.83	มาก	9
10.จังหวัดสมุทรปราการ	3.83	มาก	10	10.จังหวัดสมุทรปราการ	3.82	มาก	10
11. จังหวัดชลบุรี	3.82	มาก	11	11. จังหวัดนครสวรรค์	3.56	มาก	11
12. จังหวัดสงขลา	3.75	มาก	12	12. จังหวัดกาญจนบุรี	3.46	มาก	12
ภาพรวม	3.99	มาก	-	ภาพรวม	3.97	มาก	-

8. ผลการเปรียบเทียบข้อมูลครั้งที่ 1 (Pre Rating) ก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์และครั้งที่ 2 (Post Rating) หลังการจัดกิจกรรมรณรงค์

ผลการเปรียบเทียบข้อมูลครั้งที่ 1 (Pre Rating) ก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์และครั้งที่ 2 (Post Rating) หลังการจัดกิจกรรมรณรงค์พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการ ประหยัพลังงานในบ้านแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างมี

พฤติกรรมการประหยัพลังงานหลังจากจัดกิจกรรม รณรงค์มีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการประหยัพลังงานสูง กว่าก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์

9. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันกับการประหยั พลังงานกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันกับการประหยั พลังงานสัมพันธ์กับระดับการศึกษา และระดับรายได้

เฉลี่ยของครัวเรือน ในการเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 (Pre Rating) และพบว่าพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันสัมพันธ์กับด้านอายุ และระดับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ในการเก็บข้อมูลครั้งที่ 2 (Post Rating) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันกับการประหยัดพลังงานมากขึ้น และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนสูงขึ้นจะมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันกับการประหยัดพลังงานมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการจัดกิจกรรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์อาจจะมุ่งไปที่กลุ่มมีอายุไม่สูง รายได้ไม่มาก ให้ตระหนักในเรื่องการประหยัดพลังงานให้มากยิ่งขึ้น โดยใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มนี้ได้ดี เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจครั้งที่ 1 พบว่า ประชาชนภาคครัวเรือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่สำคัญในปัจจุบันของประเทศ คือ ปัญหาด้านเศรษฐกิจค่าครองชีพ ส่วนปัญหาด้านพลังงานเป็นปัญหาสำคัญในลำดับที่ 5 และได้แนะนำเสนอให้มีการส่งเสริม/การประชาสัมพันธ์เผยแพร่การประหยัดพลังงาน โดยเชื่อมโยงกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ/ค่าครองชีพ ให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการประหยัดพลังงาน กล่าวคือ เมื่อครัวเรือนมีการประหยัดการใช้พลังงาน ก็จะส่งผลให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นเรื่องใกล้ตัว ทำให้เห็นผลของการประหยัดพลังงานอย่างชัดเจนและโครงการรณรงค์เพื่อการประหยัดพลังงานที่เกิดขึ้นในปี 2559 ของ สทพ. ก็ได้แทรกประเด็นดังกล่าวมาโดยตลอด ดังที่ปรากฏในโครงการ ต่างๆ ได้แก่ กิจกรรมในบูธ “รวมพลังหาร 2 เปลี่ยนใหม่ ประหยัดชั่ว” ภายใต้โครงการ “เปลี่ยนใหม่ ประหยัดชั่ว” ปีที่ 2 กิจกรรมรณรงค์ในงาน Money Expo 2016 จังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดอุดรธานี ภายใต้โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน กิจกรรมในบูธ “สืบสานพระราช-ปณิธานพระบิดาแห่งการพัฒนาพลังงานไทย ก้าวสู่พลังงานฐานนวัตกรรม ENERGY 4.0” ภายใต้โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ 2559 สื่อประชาสัมพันธ์ ชุด “ชีวิตหาร 2 ลดครึ่ง ใช้ครึ่ง ประหยัดชั่ว” ภายใต้โครงการ “รวมพลังหาร 2 ประหยัดชั่ว” สื่อ

ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (คลิปมิวสิกวิดีโอ) ชุด “รู้ใจ เปลี่ยนนานแล้ว” ภายใต้โครงการ “เปลี่ยนใหม่ ประหยัดชั่ว” ปีที่ 2 และสื่อประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน Application “ชีวิตหาร 2” ภายใต้โครงการ “รวมพลังหาร 2 ประหยัดชั่ว” ดังนั้นเมื่อสำรวจและเก็บข้อมูลครั้งที่ 2 หลังจากเสร็จสิ้นโครงการต่างๆ ดังกล่าวแล้ว พบว่า ประชาชนภาคครัวเรือนได้ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านพลังงานเป็นปัญหาสำคัญลำดับแรก รองลงมาเป็นปัญหาด้านเศรษฐกิจ/ค่าครองชีพ โดยมีจำนวนร้อยละของประชากรภาคครัวเรือนให้ความสำคัญเพิ่มขึ้น 1 เท่า(จากร้อยละ 12.4 เป็นร้อยละ 22.5) ถือได้ว่า การรณรงค์ดังกล่าว ก่อให้เกิดผลลัพธ์ได้จริง ดังนั้น ในปีต่อไป ควรดำเนินการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอกย้ำประเด็นให้ครัวเรือนเห็นความสำคัญ ซึ่งเป็นประเด็นที่ครัวเรือนได้รับผลกระทบอย่างชัดเจน ก็จะทำให้ได้รับความสนใจ เกิดความตระหนัก และนำมาปฏิบัติใช้จริงได้ตลอดจนเป็นการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านพักอาศัย หรือในที่ทำงาน ที่สาธารณะต่างๆ ได้ช่วยกันดูแลและประหยัดพลังงานให้ประชาชนได้ตระหนักอยู่เสมอ และมีการเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อให้เกิดความมั่นคงทางด้านพลังงานของประเทศและเพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจต่อไปในวันข้างหน้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลเรื่องการรับรู้/รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน ครั้งที่ 1 พบว่า ภาคครัวเรือนรับรู้/รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน จากสื่อ 5 ลำดับแรก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งนับว่าใกล้เคียงกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูล ครั้งที่ 2 ซึ่งพบว่า ประชาชนได้รับรู้/รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานจาก สื่อTVC/โทรทัศน์ Facebook โทรศัพท์มือถือ สื่อสิ่งพิมพ์/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ และ Youtube ข้อมูลนี้นับว่าเป็นประโยชน์กับการวางแผนการใช้สื่อในการรณรงค์เพื่อการประหยัดพลังงานมาก ทั้งในแง่ของประเภทสื่อที่จะเลือกใช้ และน้ำหนักงบประมาณของสื่อในแต่ละประเภท ซึ่งจะทำให้เกิดการรับรู้/รับทราบข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นทางเลือกหลักในการจัดกิจกรรมผ่าน

สื่อเหล่านี้ อย่างต่อเนื่อง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องความน่าเชื่อถือ/ การเข้าถึงประชาชนของสื่อในการเก็บข้อมูลจากการเก็บ ครั้งที่ 1 ประชาชนภาคครัวเรือนระบุว่าสื่อ 5 ลำดับแรก ได้แก่ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์/สื่อสังคม สื่อบน โทรศัพท์มือถือ และวิทยุ เป็นสื่อที่น่าเชื่อถือและเข้าถึงได้ ประเด็นนี้ก็ถือว่าใกล้เคียงกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บ ครั้งที่ 2 ที่ประกอบด้วย TVC/โทรทัศน์ การจัดนิทรรศการ/การจัดกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์/นิตยสาร/ หนังสือพิมพ์ โทรศัพท์มือถือ และ Facebook ซึ่งสอดคล้องกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ทางสื่อโทรทัศน์ เพราะว่า การเข้าถึงเกิดจากคุณภาพความน่าเชื่อถือในสื่อ อาจเป็นเพราะว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ทุกครัวเรือนมี ทำให้เข้าถึงประชาชนได้หลายระดับ ดังนั้นจึงสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อนี้เพื่อการรณรงค์เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานจะทำให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์กับการวางแผนการใช้สื่อในการรณรงค์เพื่อการประหยัดพลังงานในประเด็นที่ต้องการ จุดที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ การจัดนิทรรศการ/การจัดกิจกรรม นับเป็นสื่อที่สร้างความน่าเชื่อถือได้ดี เพราะสามารถนำเสนอเนื้อหาได้อย่างหลากหลาย รวมถึงสามารถเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับกิจกรรม จึงเป็นการสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้ง ชัดเจน ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องถึงความผูกพันระยะยาวกับองค์การ

การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) กับการประหยัดพลังงานภายในบ้านในการเก็บข้อมูล พบว่า โดยเฉลี่ยประชาชนมีพฤติกรรมการประหยัดพลังงานภายในบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าเฉลี่ยโดยรวมของการเก็บข้อมูลครั้งที่ 2 สูงกว่าค่าเฉลี่ยจากการเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 แสดงให้เห็นว่าประชาชนได้คำนึงถึงการประหยัดพลังงานในครัวเรือนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการให้ความรู้เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องจึงทำให้ประชาชนเกิดการตระหนักและมีจิตสำนึกที่ดีต่อการประหยัดพลังงาน

การเก็บข้อมูลเรื่องการรับรู้โครงการรณรงค์การประหยัดพลังงานครั้งที่ 1 พบว่า โครงการรณรงค์การประหยัดพลังงานที่ครัวเรือนรู้จัก 3 โครงการแรกประกอบด้วย โครงการ “รวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้” โครงการ “พลังงานเพื่อชีวิต ลดโลกร้อนด้วยวิถีพอเพียง” และโครงการ “เยาวชนกับการอนุรักษ์พลังงาน” ส่วนการเก็บข้อมูลครั้งที่ 2 มีโครงการรณรงค์การประหยัดพลังงานที่ครัวเรือนรู้จัก 3 โครงการแรก ได้แก่ โครงการ “รวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้” โครงการ “ชีวิตหาร 2 ลดครึ่ง ใช้ครึ่ง ประหยัดชั่ววูบ” และโครงการ “ประหยัดไฟ ก้าว 2 ต่อ” ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่า สื่อโครงการที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้และจดจำโครงการได้ดีกว่า ดังนั้นการวางแผนตั้งชื่อโครงการรณรงค์ ซึ่งจะสะท้อนถึงแนวคิดหลัก (Theme) ของการรณรงค์ในครั้งนั้นๆ จึงควรใช้ภาษาที่สื่อความหมายได้ตรงไปตรงมาและควรใช้คำร่วมกับตัวเลข เช่น รวมพลังหาร 2 ชีวิตหาร 2 หรือ ก้าว 2 ต่อ จะจดจำได้ง่ายกว่าการใช้ข้อความเพียงอย่างเดียว

การเก็บข้อมูลเรื่องการรับรู้หน่วยงานเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานพลังงานทั้ง 2 ครั้งพบข้อมูลที่ตรงกัน กล่าวคือ หน่วยงานเกี่ยวกับการพลังงานที่ครัวเรือนรู้จัก 3 หน่วยงานแรก ประกอบด้วย กระทรวงพลังงาน สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) และ กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ข้อมูลนี้น่าสนใจอย่างยิ่งเพราะเป็นข้อมูลเดียวที่ตรงกันทั้งการเก็บในครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ดังนั้นการเผยแพร่ชื่อ โลโก้ของหน่วยงานกับกลุ่มเป้าหมายจึงมีความสำคัญ นอกจากนั้นในการประชาสัมพันธ์ในโครงการต่อไป ควรจัดทำการประชาสัมพันธ์องค์การ (Corporate Public Relations) ทั้งกระทรวงพลังงาน และ/หรือ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานไปพร้อมกัน

เอกสารอ้างอิง

- ทศพล พรหมนารถ. (2554). **ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ**. ปัญหาพิเศษ/รัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2540). **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีอัมพร ปานพรหม. (2557). **การศึกษาความคิดเห็นของนักเรียน ครู ผู้ปกครองที่มีต่อการเรียนกวดวิชา โรงเรียนโพธิ์สเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร : สารนิพนธ์ การศึกษาพิเศษมหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา)**. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภาวัฒน์ สงวนงาม. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเนชั่น.