

## การประเมินประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา”<sup>1</sup>

รศ.ดร.วิภาวี อนุพันธ์พิศิษฐ์<sup>2</sup>

ดร.เสนีย์ สุวรรณดี<sup>3</sup>

ดร.สุเทพ เดชะชีพ<sup>4</sup>

อาจารย์สิริวิมล ปณิตราช<sup>5</sup>

อาจารย์นฤวรรณ เรืองโรจน์<sup>6</sup>

อาจารย์รจนา พึ่งสุข<sup>7</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง การประเมินประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” (โครงการนำร่อง: Pilot Project) ภายใต้โครงการจัดตั้งรักษคลองแสนแสบ โครงการวิจัยเพื่อกำหนดกรอบการวางแผนรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ตามแนวทางการวิจัยเรื่อง การศึกษาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชนริมคลองแสนแสบ ระยะที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการประเมินประสิทธิผลสื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของโครงการนำร่อง (Pilot Project) พื้นที่บริเวณกรุงเทพฯ ชั้นกลางและชั้นนอก ก่อนนำสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ไปใช้จริงเพื่อการขยายผลการรณรงค์ในการศึกษาวิจัย ระยะที่ 3 ตลอดจนเพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคของโครงการและข้อเสนอแนะทั้งมิติทางด้านนโยบาย และระดับปฏิบัติ

งานวิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยไว้ 2 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบผสมวิธี (Combined Method) ด้วยวิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และ (2) รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการประเมินประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของโครงการ

ผลการวิจัยพบว่า ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการที่มีประสิทธิผลในระดับมาก คือ สื่อโปสเตอร์ ชุด “3 วิธีบำบัดน้ำเสียคืนชีวิตความสวยใสให้คลอง ” รองลงมาได้แก่ แผ่นพับ “ชุด 3 วิธีบำบัดน้ำเสียคืนชีวิตความสวยใสให้คลอง” ซึ่งควรใช้เป็นตัวหลักในการรณรงค์สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ ส่วนสื่อป้ายรณรงค์ ชุด “เรารักคลองแสนแสบ ” ป้ายผ้า ชุด “3 วิธีบำบัดน้ำเสียคืนชีวิตความสวยใสให้คลอง ” และใบปลิว ชุด กฎหมายน่ารู้คูคลองสวย พบว่ามีประสิทธิผล ของสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากควรใช้เป็นตัวเสริมร่วมกับการจัดกิจกรรมรณรงค์ในชุมชน

ในด้านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 กิจกรรมของโครงการนำร่อง พบว่ากิจกรรมที่ได้รับการประเมินประสิทธิผลอยู่ในระดับมาก คือ (1) กิจกรรม “รักษะคลองแสนแสบ” และ (2) กิจกรรม “ร่วมฟื้นฟูน้ำใสให้เทพลีลา” ซึ่งบรรลุวัตถุประสงค์ในการรณรงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ ตลอดจนจิตสำนึก

<sup>1</sup> โครงการศึกษาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชนริมคลองแสนแสบ : ระยะที่ 2 ซึ่งดำเนินการทั้งสิ้น 3 ระยะ

<sup>2</sup> ผู้อำนวยการชุดโครงการวิจัย

<sup>3</sup> รองผู้อำนวยการชุดโครงการวิจัย

<sup>4</sup> คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (หัวหน้าโครงการวิจัย)

<sup>5</sup> ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริหารและอาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (นักวิจัย)

<sup>6</sup> ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายประกันคุณภาพการศึกษาและอาจารย์ประจำสาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อใหม่ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (นักวิจัย)

<sup>7</sup> หัวหน้าสาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อใหม่ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (นักวิจัย)

ในการอนุรักษ์คลองแสนแสบด้วย 3 วิธีการบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งให้แก่เด็กนักเรียนและชุมชนเทศบาล ทั้งนี้โดยได้รับความสนใจและความร่วมมือในกิจกรรม ซึ่งจะนำไปขยายผลการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องต่อไปในชุมชน ส่วน (3) กิจกรรม “ล่องเรือฟื้นฟูลำคลอง ปรากฏจากน้ำเสียด้วย EM Ball” และ (4) กิจกรรม “ธุรกิจยุคใหม่ ใส่ใจลำคลอง” มีประสิทธิภาพของกิจกรรมในระดับปานกลาง เนื่องจากต้องขอความร่วมมือกับตัวแทนชุมชน ภาครัฐ สถานประกอบการเพื่อสร้างเครือข่ายในการรณรงค์เข้าถึงให้มากขึ้น และจะต้องสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายในการเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลองแสนแสบในระยะยาว

จากการศึกษายังพบปัญหาอุปสรรคในโครงการ ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจ กล่าวคือ (1) การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ ยังไม่ค่อยได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาด้านข้อมูลทางธุรกิจ และจะต้องรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานของรัฐในการเข้าถึงผู้บริหารของสถานประกอบการที่มีอำนาจในการตัดสินใจด้านนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการกำจัด น้ำเสีย ด้านสิ่งแวดล้อมและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์คลอง (2) ปัญหาในด้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของคนในชุมชนที่ฝังรากลึก ซึ่งส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์คลอง แต่ยังคงมีความเคยชินในการทิ้งขยะลงคลองและมีความคิดเห็นว่าการใช้วิธีการต่าง ๆ เกี่ยวกับ การบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งลงคลองเป็นเรื่องยุ่งยาก เช่น การทำน้ำหมักชีวภาพ การทำเครื่องกรองน้ำเสียแบบง่าย ๆ การคัดแยกขยะในชุมชน เป็นต้น (3) การขาดความต่อเนื่องของโครงการและกิจกรรมในการรณรงค์ในการอนุรักษ์ ยังเป็นโครงการระยะสั้น ๆ หน่วยงานต่าง ๆ แยกกัน ดำเนินการ และการรณรงค์ในชุมชน ยังขาดแรงจูงใจในการที่จะให้คนในชุมชนร่วมเป็นอาสาสมัคร จึงทำให้ขาดความร่วมมือ (4) หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่รณรงค์ยังไม่ใช้วันอนุรักษ์คูคลองแห่งชาติ (20 กันยายนของทุกปี) ซึ่งเป็นวันพิเศษเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Events) อย่างเต็มที่ในการให้ความสำคัญ การสร้างแรงจูงใจและสร้างกระแสในการรณรงค์อนุรักษ์คลองที่เกิดประสิทธิผล และ (5) ด้านกฎหมายเกี่ยวกับการไม่ทิ้งขยะลงคลอง ยังไม่มีการติดตามผลและดำเนินการลงโทษหรือเอาผิดอย่างจริงจัง ทำให้ชาวบ้านในชุมชนขาดความร่วมมือ

ซึ่งข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือ (1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรมีการผนึกกำลังความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีแนวทางการรณรงค์เดียวกันเพื่อสร้างพลังในด้านการปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ คลองแสนแสบ ตลอดจนมีการประเมินผลเพื่อพัฒนากลยุทธ์การรณรงค์ให้มีความทันสมัย นอกจากนี้ หน่วยงานของรัฐต้องมีการเข้มงวดของมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการไม่ทิ้งขยะลงคลอง ทั้งนี้หากจะให้ชุมชนมีพลังในการอนุรักษ์ ควรมีนโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและแลกเปลี่ยนปัญหาระดมสมองในด้านการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลอง ร่วมกับผู้นำชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ใช่เพียงการพัฒนา ระดับปัจเจกบุคคล (2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ในด้านการสื่อความหมายของสื่อ และกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ในเชิงเนื้อหาการรณรงค์ต้องเข้าใจง่าย ใกล้ตัว และเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ในการปลูกจิตสำนึก การมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม ควรเริ่มตั้งแต่กลุ่มเยาวชน ชุมชน ที่เข้มแข็งภายใต้ประเด็นที่เข้าใจง่ายว่า ต้องการที่จะให้ทำอะไร อย่างไร (How to) สร้างความรักและหวงแหนคลอง จึงจะเกิดผลในด้านความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม (Knowledge-Attitude-Practice) ในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเพียงสื่อเสริม ซึ่งหากจะให้เกิดประสิทธิผลในการรณรงค์อย่างเต็มที่ควรใช้ร่วมกับการจัดกิจกรรมรณรงค์ นอกจากนี้ในด้านกลยุทธ์การรณรงค์บางครั้งอาจต้องใช้การจูงใจโดยใช้รางวัลล่อใจ หรือการยอมรับเพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนบวก เช่น การสร้างรายได้จากชุมชนในการคัดแยกขยะ และการทำน้ำหมักชีวภาพ เป็นต้น หรือ การสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการ ต้องใช้ร่วมกับแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility :CSR) เพื่อให้เกิดการยอมรับในเชิงธุรกิจต่อไป

## Abstract

The study evaluated the effectiveness of media and public relations for canal's conservation (All the beautiful canals to our community projects). This study reviews as a (Pilot Project) and initial experimental study of the effect of media and public relations activities versus canal's conservation (Jit Ruk Klong San-Sab Project) under the (Research project), this research was to determine the framework for planning public relations campaigns in (The Study of Human Life and Environment of Community along San-Sab canal) Phase 2 project. This is intended to evaluate the effectiveness of media and public relations activities of the (Pilot Project) for middle and outer of Bangkok area. Manuscripts may examine how public relations can be conducted more effectively; analysis of the publics of public relations and philosophy of public relations. The results once again use to establish and place in the Phase 3 project as well as to study the issues of problems, obstacles and recommendation for the policy and practical level.

There are two methods of research (1) Qualitative Research using combined method includes observation focus groups and depth interviews. (2) Quantitative Research cited questionnaire to evaluate the effectiveness of the public relations campaign of the project.

The results showed that the most effective media was Poster " Three Methods to Healing The Canal", followed by the brochure, "Three Methods to Healing The Canal". These should use as a main media to create awareness of the campaign The Media labeled "We Love The Canal", Banner "Three Methods to Healing The Canal " and a flyer "Regulation and Beautiful Canals. The effectiveness of media was middle level, because those media should be used as a supplement to support activities in the community.

The public relations campaign have been implemented in the project with most effective (1) "Love the Canal " and (2) "The dream of clear water in Thepleela Community" The campaign will provide the communication tools they will need to successfully raise awareness about the value and importance of water; help build alliances at the community level; and help coordinate an outreach and education effort that is tailored to what's happening before leaving for school and community. With the attention and cooperation this will be the result of continuous practice in the community. For campaign (3) "Cruise the Canal with EM Ball" and (4) "New Business Take Care for the Canal" show the effectiveness at middle level, due to the needs for collaboration with community representatives, public sector enterprises to establish a network for access to campaign and to establish the target in the sense of long-term conservation.

The study found problems. (1) Lack of cooperation from large enterprises due to no business regulation, the campaign will be shared with other government agencies in the management of the enterprises that have the power to decide on policies related to wastewater treatment. (2) Problems to changing attitudes and behavior of throwing garbage

into the canal. Difficult treat wastewater before disposal into the canal. (3) the lack of continuity of programs and activities to promote conservation. Short-term projects run by separate agencies. No motivation for volunteer. Lack of cooperation (4) the State agency or agencies that promote the use and conservation not using “Care for Canal National Day” (20 September of each year), a special day for promote the special events to create motivation and awareness campaign to protect the canal and (5) the regulation about not dumping into the canal. No follow-up and execution of punishment, or taking it seriously. People in the community no concern about the regulation and lack of cooperation.

The recommendations from the study are: (1) Policy suggestions :There should be synergies between the various agencies that have the same campaign to create awareness of conservation of energy in the canal. The evaluation was to develop campaign strategies to modernize the government's regulation. If the community has high power conservation, these should encourage the network and exchange problems and brainstorm the creation of awareness on the conservation of the canal, together with leaders not just the individual to achieve sustainable development. (2) Practical Suggestions :For interpretation the media and public relations activities should be easy to understand and sustainable. Participation in environmental awareness should begin from youth groups, community organizations under the simple point (How to) to love and cherish the canal. This will result in knowledge, attitudes and behavior (Knowledge-Attitude-Practice) in canal conservation. Media is just a supplement for conservation, for fully effectiveness compatible with the conservation need to comply with the campaign. In addition, the strategy of the campaign may be motivated by the prize draw or the drive to create a positive attitude. For example income for the community on waste segregation, making fermented plant or the creation of partnerships with enterprises. Requires the concept of an image displayed on the CSR (Corporate Social Responsibility: CSR) to achieve the business's prototype.

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากผลการวิจัยในโครงการวิจัยเพื่อศึกษาคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมของชุมชนบริเวณริมคลองแสนแสบ ปีที่ 1 (ปี 2553-2554) โดยภาพรวมและการเสนอกรอบแนวทางในการวางแผนรณรงค์ประชาสัมพันธ์ในเบื้องต้น สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ และสาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อใหม่ คณะนิเทศศาสตร์ จึงนำข้อมูลจากผลการวิจัยดังกล่าวมาวิเคราะห์ตามกรอบแนวทางการรณรงค์ โดยจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์ในโครงการจิตต์รักษ์คลองแสนแสบ ปีที่ 2 (ปี 2554-2555) ภายใต้โครงการนำร่อง (Pilot Project) โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” (สนับสนุนโดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม) เพื่อเป็นการทดลองในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นไปได้ และความเหมาะสมของสื่อ/กิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตลอดจนทราบปัญหาอุปสรรคในการรณรงค์ ที่จะใช้ประโยชน์ในโครงการวิจัย /รณรงค์ในระยะต่อไป ซึ่งขอบเขตในการศึกษา มุ่งเฉพาะพื้นที่ชุมชนที่ติดคลองบริเวณกรุงเทพมหานครชั้นกลางไปจนถึงกรุงเทพมหานครชั้นนอก เนื่องจากมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ของคนในชุมชน ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการตั้งชุมชนและพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารทัศนคติ การใช้ประโยชน์จากลำคลอง และพฤติกรรมในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ มีความคล้ายคลึงกัน มีความ

เข้มแข็งของชุมชน ผู้นำชุมชนในการรณรงค์ ซึ่งจะสามารถเป็นต้นแบบในการรณรงค์ในระยะต่อไปได้ โดยรณรงค์ ตั้งแต่บริเวณเขตมีนบุรีคลองสองต้นนุ่น ชุมชนคลองสามวา เขตมีนบุรี ชุมชนวัดศรีบุญเรือง เขตบางกะปิ ไปจนถึง ชุมชนเทพีลีลา เขตวังทองหลาง จากลงพื้นที่สำรวจชุมชนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนในชุมชน (เพิ่มเติม จากโครงการวิจัยในระยะที่ 1) จำนวน 100 คน เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และ พฤติกรรมของ ประชาชนที่มีต่อคลองแสนแสบ (2554) และสำรวจความต้องการของชุมชนเกี่ยวกับการรณรงค์อนุรักษ์ คลองแสน แสบและสิ่งแวดล้อม พบสภาพปัญหาน้ำเน่าเสีย และมีกลิ่นเหม็น เนื่องจาก มีการทิ้งขยะลงในลำคลอง

ในด้านผู้ที่ได้ใช้ประโยชน์จากคลองแสนแสบส่วนใหญ่ใช้เดินทางมากที่สุด รองลงมาคือรดน้ำต้นไม้ หา ปลา และทำการเกษตร ส่วนความคิดเห็นว่าคลองแสนแสบในปัจจุบันสามารถฟื้นฟูให้เป็น “คลองสวย น้ำใส” ได้หรือไม่ พบว่าส่วนใหญ่ เห็นว่าไม่ได้เพราะคนส่วนใหญ่ในชุมชนยังติดนิสัยชอบทิ้งขยะและมีการปล่อยทิ้งน้ำเสีย จากโรงงานที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับชุมชน ส่วนที่เห็นว่าฟื้นฟูได้ มีจำนวนไม่มากนัก โดยเห็นว่าทุกคนต้องช่วยกัน ไม่ทิ้งขยะลงในลำคลอง ซึ่งจะต้องมีการรณรงค์สร้างจิตสำนึกใช้เวลาในการฟื้นฟูให้รัฐและเอกชนร่วมมือ

การเปิดรับข่าวสารในด้านการรณรงค์รักษาลำคลองจากสื่อมวลชน ส่วนใหญ่เคยได้รับจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือวิทยุชุมชนและ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ข้อมูลด้านการอนุรักษ์ คลองแสนแสบส่วนใหญ่ ได้รับจากป้ายประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือ แผ่นพับและใบปลิว ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ด้านการได้รับ ข้อมูลข่าวสารด้านการรณรงค์รักษาลำคลองจากสื่อและกิจกรรม ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากผู้นำชุมชนและบุคคล ในชุมชน รองลงมา ผู้ว่าราชการจังหวัด/เจ้าหน้าที่กทม. และกิจกรรมที่รณรงค์ในชุมชน ตามลำดับ ส่วน ความเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์รักษาลำคลอง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ตรงกัน คือ ให้มีการจัดรณรงค์อย่างต่อเนื่อง และมีความต้องการให้จัดกิจกรรมเกี่ยวกับรณรงค์รวมพลังและให้เยาวชน มีความรักและหวงแหนคลอง มากขึ้น ด้วยการไม่ทิ้งขยะลงในลำคลอง มีการสาธิตการทำน้ำหมักชีวภาพ เพื่อให้ลดการเน่าเสียและกลิ่นเหม็นของน้ำ ได้ และการให้ความรู้ด้านกฎหมายเกี่ยวกับการรักษาลำคลอง

โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา ” (โครงการนำร่อง ) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คนในชุมชน ตระหนักถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ของลำคลองที่อยู่คู่กับคนไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งทำให้คน ในชุมชนเกิดความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการในการรักษาลำคลองง่ายๆ 3 วิธี เพื่อให้ปัญหาน้ำเน่าเสียในลำคลอง ให้ลดลง และทำให้คนในชุมชนเกิดจิตสำนึกในบุญคุณของคลองโดยร่วมมือกันฟื้นฟูและอนุรักษ์ให้คลองแสนแสบ เป็นดังลำน้ำแห่งชีวิตที่มีคุณค่าสืบไป โดยมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับชุมชนที่เพิ่มขึ้นและมีความหลากหลาย มากกว่าเดิม ภายใต้แนวคิด “คลองคือผู้ให้ชีวิต แล้วชุมชนจะคืนชีวิตความสวยใสอย่างไรให้กับคลอง ” ให้ ความสำคัญของกา รบำบัดน้ำเสียจากบ้านเรือน ก่อนระบายสู่ลำคลองด้วยระบบบำบัดที่ง่ายๆ สามารถทำเองได้ จากที่บ้านและจิตสำนึกการทดแทนประโยชน์ลำคลองโดยการไม่ทิ้งขยะช่วยกันรักษาฟื้นฟูลำคลอง ซึ่งปรับกลยุทธ์ จาก เมื่อปีการศึกษา 2553 ที่ผ่านมา ซึ่งให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการรักษาความสะอาดของคลองแก่คน ในชุมชนละแวกคลองสองต้นนุ่น เขตมีนบุรี ปลุกจิตสำนึกคนในชุมชนไม่ให้ทิ้งขยะเพื่อลดการเน่าเสียของน้ำ และ ส่งเสริมให้ชุมชนรักและหวงแหนลำคลองเสมือนเป็นเจ้าของร่วมกันแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งจากการประเมินผล โครงการ พบว่าคนในชุมชนส่วนมากให้ความสนใจและมีจิตสำนึกที่ดีขึ้น และต้องการให้มีการรณรงค์อย่างจริงจัง และต่อเนื่อง จึงเห็นว่าการรณรงค์หรือการจัดกิจกรรมให้ความรู้ความเข้าใจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในชุมชนให้ดีขึ้น กล่าวคือถ้าคนในชุมชนมีความร่วมมือกันอนุรักษ์ลำ คลองอย่าง จริงจัง จะช่วยให้ลำคลองกลับมา มีความสะอาดสดใสอีกครั้ง ด้วยการไม่ทิ้งขยะ สิ่งปฏิกูลต่างๆ ลงแม่น้ำ ลำคลอง มีการบำบัดน้ำเสียจากบ้านเรือนและชุมชน ก่อนระบายสู่ลำคลองด้วยระบบบำบัดที่ง่ายๆสามารถทำเองได้จากที่ บ้าน ซึ่งควรเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องการทำเครื่องกรองน้ำเสียในครัวเรือนแบบง่ายๆ และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ในการอนุรักษ์ลำคลอง โครงการดังกล่าวมุ่งที่กลุ่มเป้าหมายหลักในการรณรงค์ คือคนในชุมชนละแวกคลองแสน

แสบ และคนในชุมชนตั้งแต่บริเวณกรุงเทพชั้นกลางไปจนถึงกรุงเทพชั้นนอก บริเวณชุมชนวัดศรีบุญเรือง เขต บางกะปิ ชุมชนเทพลีลา เขตวังทองหลาง จนถึงบริเวณคลองสองต้นนุ่น ชุมชนคลองสามวา เขตมีนบุรี กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ผู้นำชุมชน อาทิ สมาชิกสภาเขตมีนบุรี เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง คณาจารย์ นักเรียน นักศึกษา สถาบันการศึกษาต่างๆ ในเขตมีนบุรี เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง หน่วยงานภาครัฐและเอกชน สื่อมวลชน สถานประกอบการใช้ระยะเวลาในการรณรงค์ ตั้งแต่พฤศจิกายน 2554 – กุมภาพันธ์ 2555 (ระยะเวลา 4 เดือน) โดยรณรงค์ผ่านสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1. กิจกรรม “ล่องเรือฟันฟูล่าคลองปราศจากน้ำเสียด้วย Em Ball” (คลองสามวาตลอดจนถึงคลองสองต้นนุ่น) 2. กิจกรรม “รักษะคลองแสนแสบ” (โรงเรียนวัดเทพลีลา) 3. กิจกรรม “ธุรกิจยุคใหม่ ใส่ใจลำคลอง” (ธุรกิจและสถานประกอบการบริเวณเขตบึงกุ่มถึงบริเวณเขตบางชั้น และลาดกระบัง) 4. กิจกรรม “ร่วมฝัน น้ำใส ให้เทพลีลา” (ชุมชนเทพลีลา)

สื่อประชาสัมพันธ์หลัก ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว ป้ายผ้าและป้ายรณรงค์ เป็นต้น **ภายใต้ข้อความหลัก (Key Message) คือ 3 วิธีบำบัดน้ำเสียคืนชีวิตความสวยใสให้คลอง** (1)บำบัดน้ำเสีย ก่อนทิ้งลงสู่คลอง (ใช้เครื่องกรองแบบทำเองหรือระบบการกรองน้ำ) (2)เพิ่มออกซิเจน โดยใช้น้ำหมักชีวภาพ และ(3)ทิ้งขยะลงถัง ลดมลพิษในน้ำ

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงต้องการประเมินประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” ซึ่งเป็นโครงการนำร่อง (Pilot Project) ดังกล่าวว่าการใช้กลวิธีผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ในโครงการนั้นมีประสิทธิผลเป็นอย่างไร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยเป็นข้อมูล และข้อเสนอแนะในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์รณรงค์ ตลอดจนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และกำหนดรูปแบบกิจกรรมรณรงค์ภายใต้โครงการจิตตรัักษ์คลองแสนแสบ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชนบริเวณริมคลองแสนแสบ ปีที่ 3 ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเป็นการประเมินประสิทธิผลสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” (โครงการนำร่อง : Pilot Project) ภายใต้โครงการจิตตรัักษ์คลองแสนแสบ
2. เพื่อเป็นการประเมินประสิทธิผลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” (โครงการนำร่อง : Pilot Project) ภายใต้โครงการจิตตรัักษ์คลองแสนแสบ
3. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของโครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” (โครงการนำร่อง : Pilot Project) ภายใต้โครงการจิตตรัักษ์คลองแสนแสบ
4. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับไปปรับใช้ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ โครงการจิตตรัักษ์คลองแสนแสบ (โครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชนบริเวณริมคลองแสนแสบ ปีที่ 3)

### ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยมุ่งศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมรณรงค์ของ โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” เท่านั้น
2. การวิจัยมุ่งเฉพาะกลุ่มเป้าหมายของโครงการนำร่อง ในเขตพื้นที่กรุงเทพชั้นกลางไปจนถึงกรุงเทพชั้นนอก บริเวณชุมชนวัดศรีบุญเรือง เขตบางกะปิ ชุมชนเทพลีลา เขตวังทองหลาง จนถึงบริเวณคลองสอง

ต้นนุ่น ชุมชนคลองสามวา เขตมีนบุรี ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความหนาแน่นปานกลาง นำน้ำเสียไปจนกระทั่งถึงเขตชุมชนเกษตรกรรม ใช้น้ำในการอุปโภคบริโภค

3. การวิจัยศึกษาขอบเขตเฉพาะประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการ “คืนคลองสวยใสให้ชุมชนของเรา” เฉพาะสื่อหลัก ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว ป้ายผ้าและป้ายรณรงค์ เท่านั้น

4. การวิจัย มีระยะเวลาในการศึกษาในช่วงการรณรงค์โครงการ “คืนคลองสวยใสให้ชุมชนของเรา” (เดือนพฤศจิกายน 2554 - กุมภาพันธ์ 2555)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการ “คืนคลองสวยใสให้ชุมชนของเรา” ในด้านการเปลี่ยนแปลงความรู้ การรับรู้ การสร้างจิตสำนึก และพฤติกรรม (ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม) เกี่ยวกับการรักษาคลองแสนแสบ ที่เกิดขึ้นภายหลังการรณรงค์ ตลอดจนความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อและกิจกรรมของโครงการ

2. ทำให้ได้ทราบปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างในมิติต่าง ๆ เกี่ยวกับสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของโครงการ “คืนคลองสวยใสให้ชุมชนของเรา” เพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงและรูปแบบให้มีความเหมาะสมในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

3. ทำให้เป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ สำหรับการดำเนินงานด้านกิจกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึก ร่วมกันต่อการอนุรักษ์คลองแสนแสบอย่างต่อเนื่องและจริงจัง

### ทฤษฎี แนวทางความคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์โครงการ “คืนคลองสวยใสให้ชุมชนของเรา” (โครงการนำร่อง : Pilot Project) ภายใต้โครงการจัดตั้งรักษาสวนแสนแสบ มีการสำรวจวรรณกรรม ในด้านแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีผลของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับสารในส่วนที่เป็น ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม (KAP theory)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนและการรณรงค์ทางการประชาสัมพันธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม
4. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
5. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและกิจกรรมพิเศษในงานประชาสัมพันธ์
6. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลโครงการ
7. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้กำหนดรูปแบบวิธีดำเนินการวิจัยไว้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ และรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ คือ

1. รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ด้านการประเมินประสิทธิผลสื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชน นักเรียน /เยาวชน ครูอาจารย์ สถานประกอบการ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ / หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์คลองแสนแสบของพื้นที่บริเวณคลองแสนแสบ ร่วมกับการสังเกต เพื่อศึกษา พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้ง เพื่อศึกษาสภาพชุมชน สภาพแวดล้อมทางกายภาพและสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับคลองแสนแสบ และเพื่อให้ได้คำตอบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นปัญหา อุปสรรคที่ทำให้ชุมชนขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลองแสนแสบซึ่งจะนำไปวิเคราะห์และกำหนดเป็นแนวทางการวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ชุมชนเกิดจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบมากขึ้น

## 2. รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

โดยอาศัยการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยให้สอดคล้องกับตัวแปร และตัวชี้วัดมาเป็นข้อคำถามที่นำมาจากกรอบความคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาจากการศึกษาเชิงปริมาณ วัดในด้านความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ จิตสำนึกและความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรม ใช้ในกิจกรรม “รักษะคลองแสนแสบ”

### สรุปผลการวิจัย

สรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 6 กลุ่ม (ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ครูอาจารย์ นักเรียน และหน่วยงานราชการด้านสิ่งแวดล้อม)

### การประเมินประสิทธิผลสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการ คีนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา

ประเภทสื่อ	ข้อความ	ภาพประกอบ	การจัดวาง	ระดับความสนใจ
โปสเตอร์	ตัวอักษร ใหญ่เห็น ชัดเจนโดยไม่ต้องสวมแว่นตา รูปแบบตัวอักษรมีหัวม้วน อ่านเข้าใจง่าย ป้องกันการสับสน เนื้อหาสั้น กระชับ ได้ใจความ ชัดเจน สามารถขยายรายละเอียดประกอบภาพได้ดี	ภาพถ่ายจริง ภาพวาดหรือภาพการ์ตูน ใช้เป็นส่วนประกอบ อาจนำเสนอเป็นภาพถ่ายจริงที่เปรียบเทียบกับน้ำดี / ไม่ดี ภาพ ใหญ่เห็นชัดเจน สามารถเล่าเรื่องได้จากภาพอย่างเป็นขั้นเป็นตอน	มองเห็นได้ง่ายจากมุมไกล ลำดับเรื่องราว เนื้อหาที่เข้าใจง่าย ตัวอักษรและภาพจัดเรียงไม่สับสนในแต่ละหัวข้อ โดยเฉพาะคำอธิบายใต้ภาพ	มาก
แผ่นพับ	ขนาดกระดาษใหญ่ พับสี่ มีเนื้อหาครอบคลุมรายละเอียดพร้อม ระบุเบอร์ติดต่อหน่วยงาน ข้อความกระชับ ได้ใจความ มีขนาดใหญ่เห็นได้ง่าย ตัวอักษรอ่านง่าย ไม่สับสน	ภาพถ่ายจริง เห็นรายละเอียดเรื่องราวได้ชัดเจน สามารถเล่าเรื่องได้จากภาพได้อย่างเป็นขั้นเป็นตอนครบทุกกระบวนการ	แบ่งสัดส่วนการจัดวางข้อความและภาพเป็นหมวดหมู่ ลำดับจากเรื่องง่ายไปถึงเรื่องที่ทำไต่ยาก ครอบคลุมรายละเอียดทั้งหมดของโครงการ	มาก



ประเภทสื่อ	ข้อความ	ภาพประกอบ	การจัดวาง	ระดับความสนใจ
	ลำดับการเขียนให้เข้าใจ ขั้นตอนต่างๆ ได้ดี			
<b>ป้าย รณรงค์</b>	ข้อความสั้นกระชับ เสนอการใช้คำว่า “คืนคลองสวยใสให้ชุมชน” หรือ “ร่วมมือร่วมใจรักษาคคลองแสนแสบ” พร้อมระบุข้อความวิธีการที่จะให้อนุรักษ์อย่างชัดเจน แต่เน้นสั้น กระชับได้ใจความสำคัญ	ภาพวาดหรือภาพการ์ตูนสีสดใส	จัดวางข้อความเห็นชัดเจน มีภาพประกอบที่น่าสนใจ ใช้โทนสีที่ช่วยในการดึงดูดความสนใจ	<b>ปานกลาง</b>
<b>ป้ายผ้า</b>	ตัวอักษรอ่านง่าย แม้มองจากมุมไกล กระชับ ได้ใจความสำคัญที่ต้องการสื่อสาร	ไม่เน้นภาพประกอบ	ข้อความสั้น กระชับ ตัวอักษรและลวดลายอ่านง่าย ไม่เน้นลูกเล่นลวดลาย  ควรลำดับเรื่องที่ปฏิบัติง่ายที่สุดก่อนแล้วตามด้วยเรื่องที่ยากขึ้นตามลำดับ	<b>ปานกลาง</b>
<b>ใบปลิว</b>	ข้อความเชิญชวนให้อ่านขนาดตัวอักษรใหญ่ กระชับ ใจความสำคัญ อ่านเข้าใจ เรื่องราวได้ง่าย	ไม่เน้นภาพประกอบมาก แต่ช่วยขยายเนื้อหาให้เข้าใจง่ายขึ้น	จัดวางข้อความและภาพให้อ่านเข้าใจง่าย  ไม่เน้นลวดลาย สี สัน ลูศฉาด	<b>น้อย</b>

การประเมินประสิทธิผลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

### 1.1 กิจกรรมที่ได้รับการประเมินประสิทธิผลอยู่ในระดับมาก

จากผลการวิจัย พบว่า กิจกรรมประชาสัมพันธ์ ถือเป็นกิจกรรมพิเศษ (Special Events) ที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายและชุมชนในการรณรงค์ให้อนุรักษ์คลองแสนแสบ ซึ่งกิจกรรมที่ดำเนินการ ในโครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” จำนวน 2 กิจกรรม คือ กิจกรรม “รักษาคคลองแสนแสบ” (พื้นที่การรณรงค์โรงเรียนวัดเทพศิลา) และกิจกรรม “ร่วมฝืน น้ำใส ให้เทพศิลา” (พื้นที่รณรงค์บริเวณชุมชนเทพศิลา) ได้รับการประเมินประสิทธิผลของกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

ทั้งนี้ประเมินจากการได้รับ ความร่วมมือเป็นอย่างดีจากชุมชน และกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ โดยสามารถแยกสรุปได้ดังนี้

## 1. กิจกรรม “รักษาระคลองแสนแสบ”

จากผลการประเมิน พบว่า บรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรม กล่าวคือ ทำให้นักเรียนโรงเรียนวัดเทพศิลา ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในสถาบันการศึกษา มีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้นในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ โดยผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนสาธิตการทำน้ำหมักชีวภาพ การทำเครื่องกรองน้ำในครัวเรือนแบบง่าย ๆ และสอดแทรกความรู้ในการอนุรักษ์คลองแสนแสบโดยให้สาระบันเทิงการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น เกมตอบปัญหาที่สื่อให้เห็นว่า คลองคือผู้ให้ชีวิต แล้วชุมชนจะคืนชีวิตความสวยใสอย่างไรให้กับคลอง และนิทรรศการ “คืนความสวยใส ให้ชุมชนของเรา ” กลุ่มเป้าหมายมากกว่า 80% ให้ความเห็นว่าได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับการอนุรักษ์คลองแสนแสบ กิจกรรม “รักษาระคลองแสนแสบ ” มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นเด็กเยาวชนและต้องการให้มีการจัดกิจกรรมดังกล่าวอีกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะขยายผลข้อมูลที่ได้รับไปบอกต่อครอบครัว และชุมชนของตน ตลอดจนนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้องทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์คลองแสนแสบ ทั้งนี้ผู้บริหารโรงเรียนมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์คลองแสนแสบ จึงจะนำไปต่อยอดโครงการปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ และการทำน้ำหมักชีวภาพ

## 2. กิจกรรม “ร่วมฝึน น้ำใส ให้เทพศิลา”

จากผลการประเมินพบว่า บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจกรรม เช่นเดียวกัน กล่าวคือ จากการสัมภาษณ์และการสังเกต ประธานชุมชนและชาวบ้านในชุมชนเทพศิลา ให้ความเห็นที่มีต่อกิจกรรมที่สอดคล้องกันว่าเป็นกิจกรรมที่มีความเหมาะสมแล้วและต้องการให้จัดอย่างต่อเนื่อง จึงจะเกิดประสิทธิผลในระยะยาว ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าว ทำให้คนในชุมชนเทพศิลาเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของลำคลองที่ใช้อุปโภคและบริโภคมาช้านานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นการกระตุ้นจิตสำนึกให้คนในชุมชนเทพศิลาเกิดความรักและหวงแหนลำคลองมากขึ้น และทำให้เกิดการร่วมมือร่วมใจกันในการอนุรักษ์ช่วยฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของลำคลองด้วยการไม่ทิ้งขยะ สิ่งปฏิกูลลงในแม่น้ำ การรักษากฎหมายไม่ทิ้งขยะลงคลอง มีการใช้น้ำหมักชีวภาพและบำบัดน้ำเสียต่างๆก่อนลงสู่ลำคลอง การคัดแยกขยะในชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้ชุมชนมีความต้องการที่จะให้ใช้สื่อบุคคลจากภายนอกชุมชนเข้ามาเป็นแกนนำกระตุ้นการรณรงค์ โดยสอดแทรกการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์คลอง ตลอดจนทำกิจกรรมร่วมกันกับคนในชุมชน เช่น เก็บขยะในชุมชนและคลอง การจัดกิจกรรมให้ความรู้ในการรักษาคองในรูปแบบความบันเทิง เป็นต้น เพราะจะทำให้คนในชุมชนตื่นตัวมากขึ้นและสนใจที่จะให้ความร่วมมือในการรณรงค์

### 1.2 กิจกรรมที่ได้รับการประเมินประสิทธิผลอยู่ในระดับปานกลาง

จากผลการวิจัย พบว่า กิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการ ในโครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา ” จำนวน 2 กิจกรรม คือ กิจกรรม “ล่องเรือฟื้นฟูลำคลอง ปราศจากน้ำเสียด้วย Em Ball”(พื้นที่การรณรงค์บริเวณคลองสามวาไปจนถึงคลองสองต้น นุ่น) และกิจกรรม “ธุรกิจยุคใหม่ ใสใจลำคลอง ” (พื้นที่รณรงค์บริเวณเขตบึงกุ่ม เขตบางชันและเขตลาดกระบัง ) ได้รับการประเมินประสิทธิผลของกิจกรรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยสามารถแยกสรุปได้ดังนี้

## 1. กิจกรรม “ล่องเรือฟื้นฟูลำคลอง ปราศจากน้ำเสียด้วย Em Ball”

กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่เป็นชาวบ้านบริเวณริมคลองสามวาและคลองสองต้นนุ่นที่เข้าร่วมกิจกรรมในระดับปานกลาง กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้คนในชุมชนตื่นตัวร่วมกันทำความสะอาดคลอง กำจัดขยะ ผักตบชวาและรักษาความสะอาดของคลองแสนแสบ ซึ่งชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณริมคลองจะสนใจว่าคนภายนอกมาทำอะไร เพราะเมื่อคนภายนอกชุมชนให้ความสำคัญเข้ามามีส่วนร่วมในการรณรงค์ ก็จะส่งผลให้คนในชุมชนตื่นตัวด้วย แต่ในขณะที่เดียวกันการรณรงค์ทำในช่วงเวลาสั้น ๆ แม้จะมีวัตถุประสงค์เชิงทัศนคติและพฤติกรรม ในการสร้างทัศนคติ จิตสำนึกช่วยกันรักษาคลองแสนแสบ ซึ่งชาวบ้านเห็นประโยชน์ของคลองแสนแสบช่วงอุทกภัยในการระบายน้ำสู่ทะเล แต่เมื่อเหตุการณ์ผ่านไปกระแสความสนใจก็ลดลง ส่วนกระแสของการใช้ EM Ball ก็อาจได้รับความสนใจเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งและชาวบ้านยังไม่เข้าใจวิธีการใช้ในการบำบัดน้ำเสียอย่างแท้จริง ประกอบกับแม้ว่าคลองแสนแสบจะมีผลต่อการดำเนินชีวิตของชาวบ้าน และต้องพึ่งพาอาศัยคลอง ซึ่งวิธีการง่าย ๆ ของชุมชนในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ คือ การรักษาความสะอาด และไม่ทิ้งขยะลงคลอง แต่ในความเป็นจริงก็ยังมีมีการปล่อยน้ำเสียจากบ้านเรือน เคหะ ตลาดและสถานประกอบการ โรงงาน ซึ่งต้องใช้การสร้างจิตสำนึกในระยะยาว

ดังนั้นกิจกรรมดังกล่าว หากจะเพิ่มประสิทธิภาพในการรณรงค์ การล่องเรือเพื่อฟื้นฟูทำความสะอาดลำคลอง จะต้องใช้ความถี่ของการจัดกิจกรรมและจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยขอความร่วมมือและจูงใจให้ชาวบ้านในชุมชนเองเกิดพลังในการรักษาลำคลองร่วมกับสื่อบุคคลภายนอก เช่น การกำจัดผักตบชวา การเก็บขยะในคลอง เป็นต้น จึงจะทำให้ได้รับความร่วมมือในการไม่ทิ้งขยะของคนในชุมชนและเกิดประสิทธิภาพในการรณรงค์ระยะยาว

## 2. กิจกรรม “ธุรกิจยุคใหม่ ใส่ใจลำคลอง”

กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้แทนธุรกิจสถานประกอบการ มีความพึงพอใจและประเมินประสิทธิภาพของกิจกรรมที่เข้าร่วมในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากพบว่า ยังมีทัศนคติและพฤติกรรมที่บางครั้งยังมีความเคยชินกับการปล่อยน้ำเสียและการทิ้งขยะลงในคลอง ทั้งนี้อาจเกิดจากความต้องการความสะดวกสบาย การรีบเร่งในการประกอบธุรกิจและการรู้เท่าไม่ถึงการณ์

นอกจากนี้การรณรงค์ กิจกรรม “ธุรกิจยุคใหม่ ใส่ใจลำคลอง ” สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสถานประกอบการได้เฉพาะธุรกิจขนาดเล็ก เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร อุซอมรถ หอพัก อพาร์ทเมนท์ เป็นต้น แต่ในโรงงานและบริษัทขนาดใหญ่สามารถเข้าถึงผู้บริหาร ผู้กำหนดนโยบายมีอำนาจในการตัดสินใจได้ยาก ประกอบกับพนักงานไม่กล้าที่จะให้ข้อมูล เพราะเกรงว่าจะเกิดผลกระทบด้านธุรกิจ และกฎหมาย

ดังนั้น การที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการรณรงค์ให้มากขึ้น จึงควรที่จะทำโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยอาจเข้าถึงสถานประกอบการขนาดเล็กก่อน เพื่อให้ร่วมมือกันในการอนุรักษ์คลองแสนแสบด้วยวิธีการง่าย ๆ 3 วิธี และเป็นการต่อยอดความรู้เกี่ยวกับการรักษาลำคลอง (1) การใช้น้ำหมักชีวภาพในการเพิ่มออกซิเจนในน้ำ (2) การทำเครื่องกรองน้ำง่าย ๆ ก่อนปล่อยน้ำทิ้ง (ถ้าสามารถทำได้) และ (3) การรักษากฎหมาย ไม่ทิ้งขยะ น้ำเสีย สิ่งปฏิกูลลงคลอง แล้วจึงค่อยสร้างเครือข่ายขยายผลสู่สถานประกอบการขนาดใหญ่ต่อไป

## ปัญหาอุปสรรคจากการดำเนินโครงการ

1. การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ ยังไม่ค่อยได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาด้าน ข้อมูลทางธุรกิจ และจะต้องรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานของรัฐในการเข้าถึงผู้บริหารของสถานประกอบการที่มีอำนาจในการตัดสินใจด้านนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการกำจัดน้ำเสีย ด้านสิ่งแวดล้อมและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์คลอง
2. ปัญหาในด้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของคนใน ชุมชนที่ฝั่งรากลึก ซึ่งส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์คลอง แต่ยังคงมีความเคยชินในการทิ้งขยะลงคลองและมีความคิดเห็นว่าการใช้วิธีการต่าง ๆ เกี่ยวกับการบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งลงคลองเป็นเรื่องยุ่งยาก เช่น การทำน้ำหมักชีวภาพ การทำเครื่องกรองน้ำเสียแบบง่าย ๆ การคัดแยกขยะในชุมชน เป็นต้น
3. การขาดความต่อเนื่องของโครงการและกิจกรรมในการรณรงค์ในการอนุรักษ์ ยังเป็นโครงการระยะสั้น ๆ หน่วยงานต่าง ๆ แยกกันดำเนินการ และการรณรงค์ในชุมชน ยังขาดแรงจูงใจในการที่จะให้คนในชุมชนร่วมเป็นอาสาสมัคร จึงทำให้ขาดความร่วมมือ
4. หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่รณรงค์ยังไม่ใช้วันอนุรักษ์คูคลองแห่งชาติ (20 กันยายนของทุกปี) ซึ่งเป็นวันพิเศษเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Events) อย่างเต็มที่ในการให้ความสำคัญ การสร้างแรงจูงใจและสร้างกระแสในการรณรงค์อนุรักษ์คูคลองที่เกิดประสิทธิผล
5. ด้านกฎหมายเกี่ยวกับการไม่ทิ้งขยะลงคลอง ยังไม่มีการติดตามผลและดำเนินการลงโทษหรือเอาผิดอย่างจริงจัง ทำให้ชาวบ้านในชุมชนขาดความร่วมมือ

## ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรมีการผนึกกำลังความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีแนวทางรณรงค์เดียวกันเพื่อสร้างพลังในด้านการปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์คลองแสนแสบ ตลอดจนมีการประเมินผลเพื่อพัฒนากลยุทธ์การรณรงค์ให้มีความทันสมัย นอกจากนี้ หน่วยงานของรัฐต้องมีการเข้มงวดของมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการไม่ทิ้งขยะลงคลอง ทั้งนี้หากจะให้ชุมชนมีพลังในการอนุรักษ์ ควรมีนโยบายส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและแลกเปลี่ยนปัญหาระดมสมองในด้านการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์คูคลอง ร่วมกับผู้นำชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ใช่เพียงการพัฒนาในระดับปัจเจกบุคคล

### 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ในด้านการสื่อความหมายของสื่อ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในเชิงเนื้อหาการรณรงค์ต้องเข้าใจง่าย ใกล้ตัว และเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ในการปลูกจิตสำนึกการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อมควรเริ่มตั้งแต่กลุ่มเยาวชนชุมชน ที่เข้มแข็งภายใต้ประเด็นที่เข้าใจง่ายว่าต้องการที่จะให้ทำอะไร อย่างไร (How to) สร้างความรักและหวงแหนคลอง จึงจะเกิดผลในด้านความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม (Knowledge-Attitude-Practice) ในการอนุรักษ์คูคลองแสนแสบ สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเพียงสื่อเสริม ซึ่งหากจะให้เกิดประสิทธิผลในการรณรงค์อย่างเต็มที่ควรใช้ร่วมกับการจัดกิจกรรมรณรงค์ นอกจากนี้ในด้านกลยุทธ์การรณรงค์บางครั้งอาจต้องใช้การจูงใจโดยใช้รางวัลล่อใจ หรือการยอมรับเพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนบวก เช่น การสร้างรายได้จากชุมชนในการคัดแยก

ชยะ และการทำน้ำหมักชีวภาพ เป็นต้น หรือการสร้างร่วมมือกับสถานประกอบการ ต้องใช้ร่วมกับแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility :CSR) เพื่อให้เกิดการยอมรับในเชิงธุรกิจต่อไป

### บรรณานุกรม

โครงการวิจัยเพื่อศึกษาคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อมของชุมชนบริเวณริมคลองแสนแสบ ปีที่ 1 (ปี 2553-2554)

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนติ และ พฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อคลองแสนแสบ (2554)

โครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์ในโครงการจิตตวิสัยคลองแสนแสบ ปีที่ 2 (ปี 2554-2555) ภายใต้โครงการนำร่อง (Pilot Project) โครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา ” (สนับสนุนโดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม)

\*\*\*\*\*