

การศึกษาเรื่อง การประเมินผลโครงการนำกระบวนการตลาดเชิงสังคมไปใช้ในการรณรงค์โรคมalariaครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อประเมินประสิทธิผลและผลกระทบของการนำกระบวนการตลาดเชิงสังคมไปใช้ในการวางแผนรณรงค์ประชาสัมพันธ์โรคมalaria 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลและผลกระทบของการนำกระบวนการตลาดเชิงสังคมไปใช้ในการวางแผนรณรงค์ประชาสัมพันธ์โรคมalaria โดยผู้ศึกษาได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานรณรงค์ทุกคน รวม 12 ตัวอย่าง และกลุ่มประชาชนในและนอกพื้นที่รณรงค์จำนวน 157 และ 43 ตัวอย่างตามลำดับ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าทางสถิติ คือ ความถี่ ค่าร้อยละในการพรรณนาข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้ค่า Pearson's R Product – Moment Correlation และสถิติทดสอบ t – test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีผลการศึกษา ดังนี้ 1) ปัจจัยนำเข้าในการดำเนินงานโครงการ ส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ต้องปรับปรุง และอยู่ในเกณฑ์ดีเท่ากัน ปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในเกณฑ์ดี ปัจจัยภายนอกอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ประสิทธิภาพของโครงการอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ผลกระทบด้านการปฏิบัติตนของประชาชนอยู่ในเกณฑ์พอใช้และดี 2) ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยภายนอก ไม่มีความสัมพันธ์กับการนำความรู้ไปปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ 3) การรับรู้สื่อรณรงค์ของประชาชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติตนในการป้องกันและควบคุมโรคมalariaของประชาชน

The purposes of this research were: 1) to evaluate the effectiveness and impact of the application of the social marketing process in the prevention and control of Malaria Disease Campaign; and 2) to study factors that related with the effectiveness and impact of the application of the social marketing process. The samples were divided into 2 groups which were 12 project officers and people residing in and outside the project areas with a total of 157 samples and 43 samples, respectively. Questionnaires were used for data collecting. Data analysis was conducted by using frequency and percentage for descriptive data, Pearson's R Product – Moment Correlation and t – test were used for hypotheses testing at .05 significance level. The findings of this survey indicated that: 1) Inputs used in the implementation of this project were at low level and good level. Process was at good level. Context was at very good level. The effectiveness of the project was at very good level. The impact, which was the practices of the people, was at fair level and good level. 2) Input, process, and context factors did not have relationship with the practices of the people or the knowledge application of the project officers. 3) Receiving of information from the campaign positively related to the prevention and control of Malaria Disease.