

ศุทธิคา นาคเจริญ : รูปแบบการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ (COMMUNICATION PATTERNS IN PUBLIC RELATIONS PROJECTS TO PROMOTE BREASTFEEDING) อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 195 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ กับการเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของสตรีที่มีบุตรแรกเกิด

การวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาจากเอกสาร โครงการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ และสัมภาษณ์ผู้แทนในการรับผิดชอบการดำเนินงานสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่จาก 5 หน่วยงาน ได้แก่ ศูนย์นมแม่แห่งประเทศไทย โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช โรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์ และโรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท
2. การวิจัยเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างคือสตรีที่มีบุตรแรกเกิดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกหรือผู้รับบริการของหน่วยงานทั้ง 5 หน่วยงาน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(ANOVA) ค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สันและค่าสัมประสิทธิ์แบบพหุคูณ โดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการสื่อสารที่โครงการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่เลือกใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ คือ รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ อันได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ
2. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของสตรีที่มีบุตรแรกเกิด และรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เป็นตัวแปรอิสระที่สามารถพยากรณ์ตัวแปรตาม อันได้แก่ การเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของสตรีที่มีบุตรแรกเกิด

KEY WORD: COMMUNICATION PATTERNS / PUBLIC RELATIONS / PROJECTS / BREASTFEEDING

SUTTIDA NAKCHAROEN : COMMUNICATION PATTERNS IN PUBLIC RELATIONS PROJECTS TO PROMOTE BREASTFEEDING. THESIS ADVISOR : ASSC. PROF. YUBOL BENJARONGKIJ, Ph.D. 195 pp.

The purposes of this research were to study communication patterns in public relations projects to promote breastfeeding and to measure attitude and behavioral changes regarding breastfeeding of newborn up to two years old.

This research is conducted in two parts:

1. Qualitative method, including fact sheets about breastfeeding promotion campaign, in-depth interviews of communication managers responsible for the breastfeeding campaigns run by five different Public Health agencies; namely, Thai Breastfeeding Center, Siriraj Hospital, Bhumipol Adulyadej Hospital, Charoenkrung Pracharak Hospital, and Samitivej (Sukumvit) Hospital.

2. Quantitative method of collecting data was a survey using questionnaires to interview 400 mothers with newborn babies who attended breastfeeding promotion program from the above public health agencies. Statistics used in this research are percentage, mean scores, standard deviation, and One-way Analysis of Variance. Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Stepwise Method was used, and SPSS program was employed for data processing.

Results of this research show that:

1. The most effective communication patterns in public relations projects to promote breastfeeding are Interpersonal Communication, mass media, and special media, respectively.

2. Perception of breastfeeding information correlates with knowledge, attitude, and behavioral changes regarding breastfeeding among mothers with newborn babies. Communication through different types of media is the factor that can forecast dependence such as knowledge, attitude, and behavioral changes regarding breastfeeding of mothers with newborn babies.