

# T 152503

ลัดดาพร หวังชิงชัย : กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการเก็บค่าไฟใส่  
กระเป๋าก (PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN MEDIA UTILIZATION AND  
EFFECTIVENESS IN ELECTRICITY SAVING CAMPAIGN) อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์  
พัชณี เขยจรรยา, 167 หน้า. ISBN 974-17-4184-7.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการรณรงค์  
โครงการเก็บค่าไฟใส่กระเป๋ากและประสิทธิผลโครงการดังกล่าว โดยศึกษาจากการเปิดรับข่าวสาร ความรู้  
และการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า ของกลุ่มนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาที่ศึกษาใน  
โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการเก็บค่าไฟใส่กระเป๋ากในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 424 คน โดยแบ่งวิธีการ  
ศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ การศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้การสัมภาษณ์  
เจาะลึก และการศึกษาจากเอกสารโครงการ และส่วนที่สอง คือ การศึกษาประสิทธิผลโครงการรณรงค์  
โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ  
การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for  
WINDOW ในการประมวลผล

ผลการศึกษาในส่วนกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการรณรงค์นั้น พบว่า กลยุทธ์หลัก  
คือ การใช้สื่อผสมผสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ และมีการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน

สำหรับผลการศึกษาในส่วนของประสิทธิผลโครงการรณรงค์ ผลการวิจัยพบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้ ส่วนสื่อ  
เฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้
2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วน  
ร่วมในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า
3. ความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า

## 4585119728 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : MEDIA EXPOSURE / KNOWLEDGE / PARTICIPATION

LADDAPORN WANGCHINGCHAI : PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN MEDIA

UTILIZATION AND EFFECTIVENESS IN ELECTRICITY SAVING CAMPAIGN : THESIS

ADVISOR : ASSOC. PROF.PATCHANEE CHEYJUNYA, 167 pp. ISBN 974 -17- 4184 - 7.

The main objective of this research was to study public relations strategy in media utilization and effectiveness in electricity saving campaign. Its effectiveness was also examined through assessing primary school students's exposure to this campaign, knowledge and participation in electricity saving. Questionnaires were used to collect data from a total of 424 students. The sample from schools participating in The electricity saving campaign. Frequency, percentage, mean and pearson's product moment correlation coefficient were employed for the analysis of data SPSS program was used for data processing.

The result of the study revealed that the principle strategies were to mixed media used in order to conduct the knowledge and participation in electricity saving.

The result of the assumption were as follows:

1. Exposure to the campaign mass media and personal media is negatively correlated with knowledge concerning electricity saving but specialized media is no correlated with knowledge concerning electricity saving.
2. Exposurc to the campaign mass media, personal media and specialized media is no correlated with participation in electricity saving.
3. Knowiedge concerning electricity saving is positively correlated with participation in electricity saving.