

กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผล ของโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า
ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย



นางสาว สมบูรณ์ ศรีวิวัฒน์ตระกูล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974-638-288-8

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION STRATEGIES AND EFFECTIVENESS
OF EGAT'S "TOGETHER IN CONSERVATION" CAMPAIGN

Miss Somboon Sriwattanatrakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1997

ISBN 974-638-288-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของโครงการประชาร่วมใจ
ประหยัดไฟฟ้า ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

โดย

นางสาว สมบูรณ์ ศรีวัฒนตระกูล

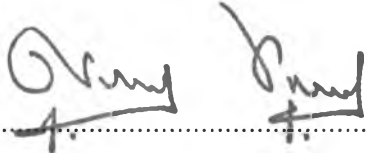
ภาควิชา

การประชาสัมพันธ์

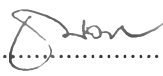
อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา

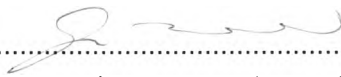
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ ศุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

สมบูรณ์ ศรีวิวัฒน์ตระกูล: กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผล ของโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (Communication Strategies and Effectiveness of EGAT's "Together in conservation " Campaign) อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ. พัชนี เขยจรรยา , 171 หน้า , ISBN 974-638-288-8.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษากลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ เพื่อการประหยัดพลังงานไฟฟ้า ในโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย โดยการวิเคราะห์จากเอกสาร สื่อที่ใช้เผยแพร่ในการรณรงค์ การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ในการประชาสัมพันธ์ของโครงการ และจากการวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษาจากการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วม ในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน

ผลของการศึกษาในส่วนของกลยุทธ์ของการดำเนินโครงการ พบว่า กลยุทธ์การใช้สื่อ คือสื่อมวลชน อันได้แก่ โทรทัศน์ เป็นสื่อหลัก หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร เป็นสื่อรอง นอกจากนั้นยังมีสื่อสนับสนุนอื่นๆ อีก เช่น เอกสาร แผ่นพับ ไปสเตอร์ อีกทั้งกลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงการตลาด โดยการเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดไฟที่โครงการต้องการแนะนำ ให้เป็นอุปกรณ์ประหยัดไฟทั้งหมด โดยการชักจูง และขอความร่วมมือจากผู้และนำเข้าอุปกรณ์ไฟฟ้า โดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิต แห่งประเทศไทย. เป็นผู้เปิดตลาด จัดช่องทางการจัดจำหน่าย และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ซึ่งกิจกรรมการรณรงค์ทั้งหลายนี้เพื่อ สร้างความรู้ ทักษะคิดที่ดี ต่อการประหยัดพลังงานไฟฟ้า และแนะนำแนวทางการปฏิบัติเพื่อการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า

ผลจากการศึกษาถึงประสิทธิผลของโครงการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการในระดับสูงจ... โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร และสื่อบุคคลตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ และรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการจากโทรทัศน์แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการจากวิทยุแตกต่างกัน แต่ไม่พบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสารในกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพ และการศึกษา ที่แตกต่างกัน โดยผลของการเปิดรับข่าวสารของโครงการนั้น มีความสัมพันธ์ต่อระดับความรู้ในระดับสูง มีทัศนคติที่ดี และมีระดับการมีส่วนร่วมในระดับที่สูง โดยความรู้ และทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วม

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2540

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

3971965028 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD: STRATEGY / EFFECTIVENESS / TOGETHER IN CONSERVATION CAMPAIGN
SOMBOON SRIWATTANATRAKUL: COMMUNICATION STRATEGIES AND EFFECTIVENESS
OF EGAT'S "TOGETHER IN CONSERVATION" CAMPAIGN THESIS ADVISOR : ASSO.
PROF. PATCHANEE CHEYJANYA. 171 pp. ISBN 974-638-288-8.

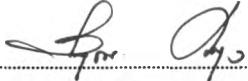
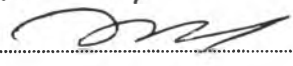
The objectives of this research were to study the strategies used and the effectiveness of communication campaign to conserve electricity called "Together in Conservation" by Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT).

Data were collected from documents, media products as well as interview of staff in department of Demand Side Management (DSM) for the analysis. The effectiveness was also examined through assessing respondents' exposure to this campaign, knowledge, attitude and participation outcome were analyzed through 420 questionnaires collected from the Bangkok inhabitants.

The results of this research show that the principle strategies are to use mass media. Television is selected by EGAT to be the main media to stimulate the local manufacturers and importers to produce or import energy saving use more efficient appliances and send their products to test for efficient rating labeling. EGAT will support for marketing outlet and provide consumers with education, incentive to promote positive attitude toward energy conservation.

As for campaign effectiveness, the research shows that respondents highly exposure to the campaign from television media. Significant differences of television and radio exposure are found among people of different sexes, income and ages, no differences of exposure are found among people of different occupations and education, also respondents' knowledge and attitude are positive correlated with participation of electricity saving.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....
ปีการศึกษา..... 2540.....

ลายมือชื่อนิสิต..... 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่ง จาก รองศาสตราจารย์ พชณี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งกรุณาแนะนำและให้ข้อคิดเห็นต่างๆ มาโดยตลอด รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบญจรงค์กิจ ซึ่งสละเวลา มาเป็นประธานกรรมการ และกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อีกทั้ง ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ได้ให้คำแนะนำทางด้านสถิติที่ใช้ในการวิจัย

คุณมณฑา เกตุทัต คุณถาวร บุญยรัตพันธ์ และ คุณสุชาติ คำทางชล ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่าน ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี และจะขาดเสียมิได้ คือผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

งานวิจัยนี้จะสำเร็จลงไม่ได้เลยถ้าปราศจากความช่วยเหลือจาก พี่ น้อง และผู้ช่วยวิจัยทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นัท เอ๋ กุ้ง กิ่ง บัว และ เล็ก ที่สละเวลาอันมีค่าในการช่วยแจกแบบสอบถาม และช่วยพิมพ์งานจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ และ มด เพื่อนร่วมชั้นเรียน ที่ช่วยเหลือในเรื่องการเรียนตลอดระยะเวลาที่ศึกษา ผู้วิจัยกราบขอขอบคุณทุกๆ ท่านมา ณ. ที่นี้ด้วย

สมบุรณ์ ศรีวิฒนะตระกูล

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภูมิ	ฌ
1. บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
1.3 สมมติฐานของการวิจัย	9
1.4 ขอบเขตการวิจัย	10
1.5 คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	10
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
2. ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
3. ระเบียบวิธีวิจัย	43
3.1 ประชากรที่ศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง	44
3.2 ตัวแปรในการวิจัย และการวัด	47
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	49
3.4 หลักเกณฑ์การให้คะแนน	50
3.5 ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	52
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	54
3.7 การประมวลผลข้อมูล	54
4. ผลการวิจัย	55
5. สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	112
5.1 สรุปผลการวิจัย	113
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	119
5.3 ข้อเสนอแนะ	141

สารบัญ (ต่อ)

รายการอ้างอิง	143
ภาคผนวก ก.	147
ภาคผนวก ข.	160
ประวัติผู้วิจัย	171

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1.1	พลังงานที่ผลิตและซื้อแยกตามประเภทเชื้อเพลิง	2
ตารางที่ 1.2	สถิติและผลพยากรณ์ความต้องการไฟฟ้า	5
	ในช่วงแผนพัฒนาฉบับ 8,9 และ 10	
ตารางที่ 3.1	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามอาชีพและเขตที่อยู่อาศัย	47
ตารางที่ 4.1	แสดงประเภทของกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกัน	60
ตารางที่ 4.2	ประเมินความสอดคล้องของกิจกรรมต่อวัตถุประสงค์ของโครงการ	73
ตารางที่ 4.3	ประเมินกิจกรรมตามเป้าประสงค์ของการรณรงค์ทางการสื่อสาร	73
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	78
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	79
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	80
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	81
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	82
	จำแนกตามประเภทของสื่อที่เปิดรับมากที่สุด เกี่ยวกับการประหยัด พลังงานไฟฟ้า	
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	83
	จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ	
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	84
	จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ วิทยุ ในแต่ละวัน	
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	85
	จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ ในแต่ละวัน	
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	86
	จำแนกตามปริมาณการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน	
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	87
	จำแนกตามการได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า จากโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า	
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	88
	จำแนกตามการเปิดรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ตามโครงการต่างๆ	89
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล	90
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า จากสื่อเฉพาะกิจ	91
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความมากน้อยในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล	92
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความประทับใจและสื่อความหมายได้ชัดเจน ในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า	93
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนที่ตอบถูกและตอบผิดเกี่ยวกับความรู้ในการประหยัด พลังงานไฟฟ้า	94
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ	97
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด	98
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับทัศนคติต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด	100
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า	101
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการมีส่วนร่วมในการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4.26	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศ กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า จากโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า	104
ตารางที่ 4.27	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า จากโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า	105
ตารางที่ 4.28	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษา กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า จากโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า	106
ตารางที่ 4.29	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอาชีพ กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า จากโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า	107
ตารางที่ 4.30	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มรายได้ กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า จากโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า	108
ตารางที่ 4.31	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า จากโครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า กับการมีส่วนร่วมเพื่อการประหยัด พลังงานไฟฟ้า	109
ตารางที่ 4.32	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า กับการมีส่วนร่วม เพื่อการประหยัดพลังงานไฟฟ้า	110
ตารางที่ 4.33	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างทัศนคติต่อการประหยัดพลังงานไฟฟ้า กับการมีส่วนร่วม เพื่อการประหยัดพลังงานไฟฟ้า	111

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1.1	การใช้พลังงานไฟฟ้าของผู้ใช้ประเภทต่าง ๆ ทั่วประเทศ (ปีงบประมาณ 2539)	6
แผนภูมิที่ 1.2	แสดงการได้รับการเรียนรู้ของคน	29
แผนภูมิที่ 1.3	ส่วนประกอบของทัศนคติ	34