

การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการรณรงค์
“อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

นางสาว เบญจพร วุฒิพันธ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2540
ISBN 974-638-236-5
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**A STUDY OF STRATEGY AND EFFECTIVENESS OF PUBLIC RELATIONS
CAMPAIGN FOR "THE READING LABEL BEFORE PURCHASING"
OF THE FOOD AND DRUG ADMINISTRATION**

Miss Benjaporn Wuthipand

**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 974-638-236-5

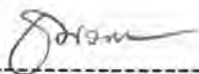
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการรณรงค์
"อ่านฉลากก่อนซื้อ" ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
โดย นางสาวเบญจพร วุฒิพันธ์
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาโทมหาบัณฑิต



..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ศุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



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



..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา)



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

เบญจพร วุฒิพันธุ์ : การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการรณรงค์
“อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (A STUDY OF STRATEGY
AND EFFECTIVENESS OF PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN FOR THE READING
LABEL BEFORE PURCHASING OF THE FOOD AND DRUG ADMINISTRATION)
อ.ที่ปรึกษา : รศ. พัทธนี เขยจรรยา, 143 หน้า ISBN 974-638-236-5

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ “อ่านฉลากก่อนซื้อ”
และเพื่อศึกษาประสิทธิผลของโครงการดังกล่าว โดยการศึกษาจากการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก
และ พฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดย
แบ่งวิธีการศึกษาเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยใช้การสัมภาษณ์เจาะ
ลึก และการศึกษาจากเอกสารโครงการ และส่วนที่สอง คือ การศึกษาประสิทธิผลโครงการรณรงค์ โดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์หาค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOWS
ในการประมวลผล

ผลการศึกษาในส่วนกลยุทธ์ของโครงการรณรงค์นั้น พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การใช้สื่อมวลชน
เป็นช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ โดยเน้นการใช้สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่
แพร่สื่อดังโครงการรณรงค์ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร และมีการใช้สื่อเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ เช่น แผ่นป้ายสปริง แผ่นพับ ป้ายโปสเตอร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความ
คุ้นเคยกับแนวคิดอ่านฉลากก่อนซื้อ และมีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ

สำหรับผลการศึกษาในส่วนของประสิทธิผลโครงการรณรงค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับ
ข่าวสารโครงการรณรงค์ในระดับปานกลาง มีความตระหนักต่อการอ่านฉลากก่อนซื้ออยู่ในระดับสูงมาก
และมีความบ่อยครั้งในการมีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อสินค้าในระดับสูง

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักต่อการอ่านฉลาก
ก่อนซื้อ
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อใน
ระดับต่ำ
3. ความตระหนักต่อการอ่านฉลากก่อนซื้อมีความสัมพันธ์กับการมีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อใน
ระดับต่ำ

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา 2540.....

ลายมือชื่อนิสิต บุญเจฬา วุฒิพันธุ์.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

3970920528 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD:

STRATEGY/EFFECTIVENESS/READING LABEL BEFORE PURCHASING
BENJAPORN WUTHIPAND:A STUDY OF STRATEGY AND EFFECTIVENESS OF PUBLIC
RELATIONS CAMPAIGN FOR THE READING LABEL BEFORE PURCHASING OF THE
FOOD AND DRUG ADMINISTRATION. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. PATCHANEE
CHEYJUNYA, 143 pp. ISBN 974-638-236-5

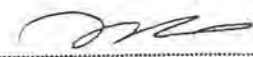
The main objective of this research was to study the strategies used in public relations and communication campaign to read the label before purchasing. It's effectiveness was also examined through assessing sample's exposure to this campaign, awareness toward the reading label before buying any products, and purchasing behavior. Questionnaires were used to collect data from the Bangkok inhabitants selected 400 samples

The result of the study revealed that the principal strategies were to publicize the campaign's spot and information through the mass media, and the main media was television, radio, newspaper, and the specialized media, such as poster, brochure in order to conduct the awareness, the familiar and read the label before purchasing the products to the intended receivers.

The result of the assumption were as follows:

1. Exposure to the campaign's spot and information was not correlated with the awareness of reading label before purchasing
2. Exposure to the campaign's spot and information correlated with the reading label before purchasing behavior
3. The awareness of reading label before purchasing correlated with the reading label before purchasing behavior

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

ลายมือชื่อนิสิต..... ชัยภูมิ พงษ์ วัฒนกุล.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... .....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ นอกจากจะใช้ความรู้ที่ได้ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแล้ว สำหรับตัวข้าพเจ้าเอง ก็ต้องใช้ความพยายาม ความตั้งใจและความมุ่งมั่นอย่างสูงเพื่อที่จะให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลง และนอกจากนี้ก็มีบุคคลต่างๆ ที่ข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กับข้าพเจ้าตลอดการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

กราบขอบพระคุณอาจารย์ในหลักสูตรปริญญาโท นิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์พัชนี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ร.ศ.ด.ร.ธนวดี บุญลือ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.ยุบล เบญจรงค์กิจ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ขอบคุณสำหรับกำลังใจและความช่วยเหลือจากพี่ๆ เพื่อนๆ คุณนิรัต เตียสกุล และเจ้าหน้าที่จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และบริษัท แมสสิฟ จำกัด ที่ให้ความกรุณาด้านข้อมูลของโครงการ

เบญจพร วุฒิพันธ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่ 1	
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	8
ขอบเขตการวิจัย.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
บทที่ 2	
ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร.....	10
ทฤษฎีเกี่ยวกับ Hierarchy of Effects.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกและพฤติกรรมการเปิดรับสาร.....	25
แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก และปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนัก.....	31
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	34
แนวคิดการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย.....	46
ลักษณะประชากรในการศึกษา.....	47
กลุ่มตัวอย่าง.....	48
ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย.....	49
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54

บทที่ 4

ผลการวิจัย.....	55
ผลการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.....	56
ผลการแจกแจงลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	71
ผลการแจกแจงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง.....	76
ผลการแจกแจงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	79
ผลการแจกแจงความตระหนักต่อการอ่านฉลากก่อนซื้อ.....	83
ผลการแจกแจงพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ.....	85
ผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย.....	89

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	92
สรุปผลการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.....	92
สรุปผลการศึกษาประสิทธิผล.....	94
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	96
อภิปรายประสิทธิผลโครงการณรงค์.....	97
อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	102
ข้อเสนอแนะ.....	105
รายการอ้างอิง.....	108
ภาคผนวก.....	113
ก. Media scheduleโครงการณรงค์.....	114
ข. ตัวอย่าง Story board	128
ค. ชิ้นงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์.....	134
ง. ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์เจาะลึกและแบบสอบถาม.....	137
ประวัติผู้เขียน.....	143