

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	: ความตระหนักต่อชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนของเยาวชนในเขตเทศบาลเมืองลำปาง
ชื่อผู้เขียน	: นางสาว วรประภา พิณจสุวรรณ
ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต	: สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ	

รองศาสตราจารย์ ประหยัด ปานดี	ประธานกรรมการ
ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความตระหนักต่อชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานและระดับความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนของเยาวชนในเขตเทศบาลเมืองลำปาง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่กลุ่มเยาวชนที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย และโรงเรียนลำปางกัลยาณี จากกลุ่มตัวอย่าง 314 คนด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Multi - Stage Random Sampling เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เมื่อรวบรวมข้อมูลแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ร้อยละ One - Way ANOVA และ Chi - Square

ผลการศึกษาพบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานหลังจากรับชมชิ้นงานโฆษณารณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงาน ในระดับปานกลาง และมีระดับความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากชิ้นงานโฆษณารณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงาน จากสื่อมวลชน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ ในระดับมาก

เยาวชนที่มีระดับความสนใจในการเปิดรับโฆษณารณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานทางสื่อมวลชนจะมีความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานและมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเพื่อการแก้ไข ป้องกัน ในเรื่องพลังงาน

ระดับความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงานของเยาวชนมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในด้านความคิดเห็นของเยาวชนต่อโครงการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่เห็นด้วยกับวิธีการของโครงการในการอนุรักษ์พลังงาน และคิดว่าโครงการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานทำให้เกิดความสำนึกห่วงใย และเกิดความตระหนักถึงปัญหาการพลังงานที่เกิดขึ้น ส่วนในด้านของเนื้อหา และความรู้ที่ได้จากโครงการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานนั้น เยาวชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสามารถนำไปปฏิบัติได้ในระดับมาก

ผลการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึง ความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานของเยาวชน เมื่อเปิดรับชมข่าวสารในเรื่องพลังงานจากโครงการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน รวมถึงความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานของเยาวชน และผลของการใช้สื่อมวลชนในด้านต่างๆ ในการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงในการเผยแพร่ข่าวสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

Independent Study Title	Awareness to Energy Conservation Advertising in Mass Media Among the Youth in Lampang Municipality	
Author	Waraprapa Pinituwan	
M.A.	Man and Environment Management	
Examining Committee:	Assoc.Prof.Prayad Pandee	Chairman
	Prof.Dr.Manat Suwan	Member
	Assoc.Prof.Dr.Anurak Panyanuwat	Member

#### Abstract

The purposes of this research were to study an awareness to energy conservation advertising in mass media among the youth in Lampang Municipality, and to study the level of interest in watching the energy conservation advertising programs in mass media.

Three hundred and fourteen samples from secondary school students year 7, in Boonyawad College and Lampang Kanlayanee School were selected by the use of multi-stage random sampling technique. The tool used to collect data was a set up questionnaires. Data were analyzed by using SPSS for windows, statistics, mean, percentage, One - Way ANOVA and Chi - Square.

The results of the study were as follows:

Most of the youth samples had a moderate level of awareness of energy, when considered conservation after viewing the advertisement through mass media in general, and through posters, newspapers and television programs at a high level.

Those youth samples, who were interested in such advertisement, had an awareness of such conservation, and tendency to perform their task for prevention and correction.

The level of knowledge an understanding of energy conservation of the samples had a positive correlation with their awareness level at 0.05 significant level.

Most of the samples agree with the energy conservation advertising conducted by mass media people. They felt that such advertisement made people aware of and concerned with existing energy problems. They felt that the contents and knowledge gained from such advertisement could be applicable.

However, the results of this study indicated that the awareness of the samples towards the energy conservation advertisement, and their knowledge and understanding as such could be used as guidelines for further effective distribution of information.