

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญแผ่นภูมิ	ท
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 สมมุติฐานการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 ทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมปริทัศน์	5
1.5.1 แนวความคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น	6
1.5.2 แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ	9
1.5.3 แนวความคิดเกี่ยวกับความตระหนัก	10
1.5.4 แนวทางการอนุรักษ์พลังงาน	11
1.5.5 ทฤษฎีการสื่อสาร	13
1.5.5.1 ความหมายของการสื่อสารและองค์ประกอบของการสื่อสาร	13
1.5.5.2 แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร	16
1.5.5.3 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ การเลือกรับรู้ และความเข้าใจจากการรับรู้	20
1.5.5.4 แนวความคิดกระบวนการขัดเกลาทางสังคม	22
1.5.6 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์	23
1.5.7 วรรณกรรมปริทัศน์	24
1.6 นิยามศัพท์	26
1.7 กรอบแนวความคิดในการศึกษา	30

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
1.8 ระเบียบวิธีวิจัย	30
1.8.1 รูปแบบการวิจัย	31
1.8.2 ประชากร	31
1.8.3 กลุ่มตัวอย่าง	31
1.8.4 แหล่งข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	33
1.8.5 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	36
1.8.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	37
บทที่ 2 กลยุทธ์ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในการแก้ไขปัญหาล้างแวลด้อม	
2.1 สิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและปัญหาล้างแวลด้อม	38
2.2 พลังงานและปัญหาการขาดแคลนพลังงาน	40
2.2.1 พลังงานกับการพัฒนาเศรษฐกิจ	40
2.2.2 ปัญหาพลังงาน : น้ำมันและไฟฟ้า	41
2.2.3 สถานการณ์พลังงานในประเทศไทย: น้ำมันและไฟฟ้า	42
2.2.4 ปัญหาทรัพยากรน้ำ : กิจกรรมการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากเขื่อน	47
2.3 แนวทางในการแก้ไขพลังงาน	49
2.3.1 การแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำ : วิธีประหยัดน้ำ	49
2.3.2 การแก้ไขปัญหาการขาดแคลนพลังงาน : วิธีการประหยัดน้ำมันและไฟฟ้า	51
2.4 บทบาทความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจ	53
2.5 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในการแก้ไขปัญหาล้างแวลด้อม	53
2.6 คุณสมบัติของสื่อมวลชนแต่ละชนิด	57
2.6.1 คุณสมบัติของหนังสือพิมพ์และนิตยสาร	57
2.6.2 คุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง	58
2.6.3 คุณสมบัติของวิทยุโทรทัศน์	59
2.6.4 คุณสมบัติของภาพยนตร์	61
2.7 การยอมรับนวัตกรรมของผู้รับสาร	62

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 การเปิดรับข่าวสารจากโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน	
3.1 การเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาจากสื่อมวลชน	64
3.1.1 สื่อมวลชนระดับท้องถิ่น	64
3.1.2 สื่อมวลชนระดับประเทศ	70
3.2 โฆษณาประชาสัมพันธ์ในการณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน ของโครงการรวมพลังหารสองทางสื่อมวลชน	71
บทที่ 4 ความตระหนักต่อการเปิดรับสื่อรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน	
4.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง	74
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน	79
4.2.1 ความตระหนักของเยาวชนในการอนุรักษ์พลังงาน	79
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงาน	82
4.4 การเปิดรับชมโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนและ ปัจจัยที่ทำให้เกิดระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อโฆษณา รณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสอง	86
4.4.1 ข้อมูลการเปิดรับชมโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์	86
4.4.2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อโฆษณารณรงค์ ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองจากสื่อมวลชน	90
4.5 ข้อมูลระดับความคิดเห็นของเยาวชนต่อโฆษณารณรงค์ให้ อนุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสอง	96
4.5.1 ระดับความคิดเห็นของเยาวชนต่อโฆษณารณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน	96
4.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน	99
4.6.1 ตัวแปรด้านการเปิดรับชมโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ - ไปสเตอร์ กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน	99
4.6.2 ตัวแปรด้านการเปิดรับชมโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ - หนังสือพิมพ์ กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน	101

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.6.3 ตัวแปรด้านการเปิดรับชมโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์ กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน	103
4.6.4 ตัวแปรด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงาน และการอนุรักษ์พลังงานกับความตระหนัก ในการอนุรักษ์พลังงาน	104
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	106
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	107
5.2.1 เยาวชนมีความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการ อนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน	107
5.2.2 เยาวชนเกิดความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงาน	108
5.2.3 ความเข้าใจในข่าวสารของเยาวชนเมื่อเปิดรับข่าวสาร ในการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน	109
5.2.4 สื่อมวลชนแต่ละชนิดมีคุณสมบัติในการสื่อสารที่ต่างกัน	110
5.2.4 ปัญหาการนำเสนอโฆษณารณรงค์ในการอนุรักษ์พลังงานทางสื่อมวลชน	111
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	112
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	112
บรรณานุกรม	113
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล	118
ภาคผนวก ข. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	121
ภาคผนวก ค. ตัวอย่างชิ้นงานโฆษณาในการอนุรักษ์พลังงาน	128
ประวัติผู้วิจัย	165

สารบัญตาราง

ตารางที่	เนื้อหา	หน้า
1	ตารางที่ 1.1 แสดงการสุ่มตัวอย่างการวิจัย ชั้นที่ 1	32
2	ตารางที่ 1.2 แสดงการสุ่มตัวอย่างการวิจัย ชั้นที่ 2	32
3	ตารางที่ 1.3 แสดงการสุ่มตัวอย่างการวิจัย ชั้นที่ 3	33
4	ตารางที่ 2.1 แสดงปริมาณการใช้เชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า	43
5	ตารางที่ 2.2 แสดงการผลิต การใช้ การนำเข้า และการส่งออกน้ำมันสำเร็จรูป	44
6	ตารางที่ 2.3 แสดงราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงของไทย	45
7	ตารางที่ 2.4 แสดงการจำหน่ายไฟฟ้าแยกตามประเภทผู้ใช้	47
8	ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลพื้นฐาน	76
9	ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับคะแนนความตระหนักของเขารชนเมื่อชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน	79
10	ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของความตระหนักเมื่อชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน	80
11	ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบจำแนกตามระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน	83
12	ตารางที่ 4.5 แสดงข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน	84
13	ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลการเปิดรับชมโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์	87
14	ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสนใจในชิ้นงานโฆษณารวมพลังงานสองจากสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ - โปสเตอร์	93
15	ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสนใจในชิ้นงานโฆษณารวมพลังงานสองจากสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ - หนังสือพิมพ์	94
16	ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสนใจในชิ้นงานโฆษณารวมพลังงานสองจากสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์	95

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน	97
17	ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นในการปรับปรุง โฆษณารณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสอง จากสื่อมวลชน ประเภท สื่อสิ่งพิมพ์ - หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ และโทรทัศน์	98
18	ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรมการ อนุรักษ์พลังงานที่โรงเรียน	99
19	ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของข้อมูล ระดับความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์ พลังงานจากสื่อไปสเตอร์กับระดับความตระหนักในการอนุรักษ์ พลังงาน	100
20	ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของข้อมูล ระดับความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์ พลังงานจากสื่อหนังสือพิมพ์กับระดับความตระหนัก ในการอนุรักษ์พลังงาน	102
21	ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของข้อมูล ระดับความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์ พลังงานจากสื่อโทรทัศน์กับระดับความตระหนัก ในการอนุรักษ์พลังงาน	104
22	ตารางที่ 4.16 แสดงค่าสถิติ Chi - Square ระหว่างข้อมูลระดับความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานกับความตระหนัก ในการอนุรักษ์พลังงาน	105

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	แผนภูมิที่ 1.1 แสดงแบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โต	15
2	แผนภูมิที่ 1.2 แสดงแบบจำลองขั้นตอนกระบวนการเสพสาร	16
3	แผนภูมิที่ 1.3 แสดงแบบจำลองกระบวนการในการฟัง	18
4	แผนภูมิที่ 1.4 แสดงแบบจำลองกระบวนการการรับรู้	21
5	แผนภูมิที่ 1.5 แสดงกรอบแนวความคิดในการศึกษา	30
6	แผนภูมิที่ 2.1 แสดงถึงสาเหตุการเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม	39