กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะ ของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร

นางสาวพิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-334-742-9

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

i 40343106

PUBLIC RELATIONS STRATEGY AND EFFECTIVENESS OF THE WASTE SORTING CAMPAIGN UNDER THE PUBLIC CLEANSING DEPARTMENT OF BANGKOK METROPOLIS

Miss Pimjai Pattamasuntiwong

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication
Department of Public Relations
Faculty of Communication Arts
Chulalongkom University
Academic Year 1999

ISBN 974-334-742-9

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร
โดย	นางสาวพิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์
ภาควิชา	การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ พัชนี เชยจรรยา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

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

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ พัชนี เชยจรรยา)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์ : กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร (PUBLIC RELATIONS STRATEGY AND EFFECTIVENESS OF THE WASTE SORTING CAMPAIGN UNDER THE PUBLIC CLEANSING DEPARTMENT OF BANGKOK METROPOLIS) อ.ที่ปรึกษา : รศ. พัชนี เชยจรรยา, 129 หน้า, ISBN 974-334-742-9

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการรณรงค์โครงการแยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์ดังกล่าว โดยการศึกษาจากการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก และพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก และการศึกษาจากเอกสารโครงการ และส่วนที่สองคือ การศึกษาประสิทธิผลโครงการรณรงค์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOWS ในการประมวลผล

ผลการศึกษาในส่วนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ของโครงการรณรงค์นั้น พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่สปอตโครงการรณรงค์ รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจประเภทป้ายรณรงค์ต่างๆ สื่อหนังสือพิมพ์ และวารสารสำนักรักษาความสะอาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะ และมีพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ

สำหรับผลการศึกษาในส่วนของประสิทธิผลโครงการรณรงค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์อยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ มีความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะในระดับสูง แต่มีพฤติกรรมในการแยกประเภทขยะในระดับต่ำ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักในการแยกประเภทขยะ
2. การเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ
3. ความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ

ภาควิชา...การประชาสัมพันธ์... ลายมือชื่อนิสิต...พิมพ์ ปัทมสันติวงศ์...

สาขาวิชา...นิเทศศาสตรพัฒนาการ... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา...

ปีการศึกษา...2542... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม...

PIMJAI PATTAMASUNTIWONG: PUBLIC RELATIONS STRATEGY AND EFFECTIVENESS OF THE WASTE SORTING CAMPAIGN UNDER THE PUBLIC CLEANSING DEPARTMENT OF BANGKOK METROPOLIS. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA, 129 pp. ISBN 974-334-742-9

The main objective of this research was to study the strategies used in public relations and communication campaign of waste sorting. Its effectiveness was also examined through assessing sample's exposure to this campaign, awareness toward the waste sorting, and disposing 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, the public cleansing department's journals, and the specialized media such as campaign boards, poster and brochure in order to conduct the awareness, the familiarity with its symbolic logo and waste sorting behavior to the intended receivers.

The result of the assumption were as follows:

1. Exposure to the campaign's spot and information was correlated with the awareness of waste sorting behavior.
2. Exposure to the campaign's spot and information was correlated with the waste sorting behavior.
3. The awareness of waste sorting was correlated with the waste sorting behavior.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ ลายมือชื่อนิสิต .....
สาขาวิชา นิเทศศาสตรพัฒนาการ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....
ปีการศึกษา 2542 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของรองศาสตราจารย์ พัชนี เชยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ ในการวิจัยมาด้วยดี ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ ประธานกรรมการ และรองศาสตราจารย์อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต ที่ได้ให้เกียรติมาเป็นกรรมการในการสอบครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และพี่ชาย ผู้ที่เป็นแรงบันดาลใจให้จนสำเร็จการศึกษา รวมทั้งเพื่อนๆ พี่ๆ ที่น่ารักทุกคน

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		จ
กิตติกรรมประกาศ		ฉ
สารบัญ		ช
สารบัญตาราง		ฌ
บทที่		
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
	สมมติฐานการวิจัย	7
	ขอบเขตการวิจัย	7
	นิยามศัพท์	8
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
2	แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
	แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร	10
	แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	21
	แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก	26
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม	28
	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ	31
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
3	ระเบียบวิธีวิจัย	39
	แหล่งข้อมูล	39
	ประชากร	40
	จำนวนกลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	42
	ตัวแปรในการวิจัย	42

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
3	เกณฑ์การให้คะแนน	43
	เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	46
	ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	46
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
	การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล	47
4	ผลการวิจัยข้อมูล	48
	ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	48
	ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลโครงการรณรงค์	62
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	63
	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน	91
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	96
	สรุปผลการวิจัย	97
	อภิปรายผล	102
	ข้อเสนอแนะทั่วไป	114
	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	116
รายการอ้างอิง		117
ภาคผนวก		121
ประวัติผู้เขียน		129

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	63
2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	64
3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	65
4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	66
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัว.....	67
6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความมากน้อยในการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ.....	68
7	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับข่าวสารทั่วๆไป จำแนกตามสื่อประเภทต่างๆ.....	70
8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความมากน้อยในการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะจากสื่อประเภทต่างๆ.....	71
9	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์จำแนกตามสื่อประเภทต่างๆ.....	73
10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับชมโฆษณาโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะจากสื่อโทรทัศน์ช่วงรายการต่างๆ.....	75
11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับฟังโฆษณาโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของกรุงเทพมหานครจากสถานีวิทยุต่างๆ.....	76
12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของกรุงเทพมหานครจากหนังสือพิมพ์ต่างๆ.....	78
13	แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการนำเสนอข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะ.....	79
14	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการนำเสนอข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะผ่านสื่อต่างๆ.....	80
15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่นำไปใช้ประโยชน์ในการแยกประเภทขยะ.....	81
16	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ใช้ประโยชน์ในการแยกประเภทขยะ.....	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ที่ได้รับหลังจากได้ชมโฆษณาของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะ.....	82
18	แสดงจำนวนและร้อยละของสัญลักษณ์ของขยะแต่ละประเภทที่กลุ่มตัวอย่างจำได้หลังจากที่ได้ชมโฆษณาของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะ.....	84
19	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างจำสัญลักษณ์ของขยะแต่ละประเภทไม่ได้หลังจากที่ได้ชมโฆษณาของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะ.....	84
20	แสดงจำนวนและร้อยละของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการนำเสนอในโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะ.....	85
21	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะ.....	86
22	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ.....	87
23	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะ.....	88
24	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะ.....	89
25	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของการมีพฤติกรรมแยกประเภทขยะ.....	90
26	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์กับความตระหนักต่อการแยกประภทขยะ.....	91
27	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์จากสื่อแต่ละชนิดกับความตระหนักต่อการแยกประภทขยะ.....	92
28	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์กับพฤติกรรมการแยกขยะประเภท.....	93
29	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์จากสื่อแต่ละชนิดกับพฤติกรรมการแยกขยะประเภท.....	94
30	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะกับพฤติกรรมการแยกประเภทขยะของประชาชน.....	95