

ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการจลาภประหยัดไฟ

นางสาว สุกัลยา บุษยบัณฑิต



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-639-633-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**EFFECTIVENESS OF PUBLIC RELATIONS MEDIA  
ON APPLIANCE LABELING IN ENERGY-EFFICIENCY PROGRAMS**



**Miss Sugunlaya Bussayabuntoon**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements**

**for the Degree of Master of Arts in Mass Communication**

**Department of Mass Communication**

**Graduate School**

**Chulalongkorn University**

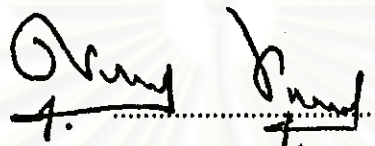
**Academic Year 1998**

**ISBN 974-639-633-1**

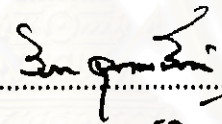
หัวข้อวิทยานิพนธ์      ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฉลากประหยัดไฟ  
โดย                              นางสาวสุกัลยา มุขยบัณฑิต  
ภาควิชา                        สื่อสารมวลชน  
อาจารย์ที่ปรึกษา          รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ

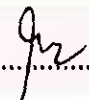
---

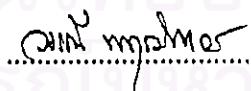
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

  
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ วิภา อุดมฉันท)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์วรรณิ พฤตนิถาวร)

สุกัลยา บุญยบัณฑิต : ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฉลากประหยัดไฟ (EFFECTIVENESS OF PUBLIC RELATIONS MEDIA ON APPLIANCE LABELING IN ENERGY-EFFICIENCY PROGRAMS)

อ.ที่ปรึกษา : รศ. ดร. กาญจนา แก้วเทพ, 203 หน้า ISBN 974-639-633-1.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโครงการฉลากประหยัดไฟฟ้ากับความรู้ และทัศนคติต่อการประหยัดไฟ/ฉลากประหยัดไฟฟ้า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสื่อและเนื้อหาข่าวสารของโครงการฉลากประหยัดไฟฟ้า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าประหยัดไฟฟ้ากับทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟ/ฉลากประหยัดไฟฟ้า และประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฉลากประหยัดไฟฟ้า โดยใช้วิธีวิจัยแบบเชิงสำรวจ มีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโครงการฉลากประหยัดไฟฟ้าไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟ/ฉลากประหยัดไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักหรือได้รับข่าวสารของโครงการฉลากประหยัดไฟจากสื่อมวลชนมากที่สุด และได้รับข้อมูลมากที่สุดจากสื่อมวลชนเช่นกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุในระดับใกล้เคียงกัน ส่วนสื่อที่สร้างความเข้าใจได้มากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือสื่อวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ประหยัดไฟ คือสื่อโทรทัศน์ รองลงมาเป็นสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
3. พฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าประหยัดไฟมีความสัมพันธ์แบบผกผันกับทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟ/ฉลากประหยัดไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
4. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฉลากประหยัดไฟฟ้า

มิติด้านการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ พบว่าสื่อมวลชนกับสื่อเฉพาะกิจมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคล โดยสื่อมวลชนให้ความรู้ได้ดีในเรื่องฉลากประหยัดไฟฟ้าในระดับการระลึกถึง รวบรวมสาระสำคัญได้ และการนำไปใช้ได้ ในขณะที่สื่อเฉพาะกิจมีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประหยัดไฟอยู่ในระดับปานกลาง

มิติด้านการเผยแพร่ทัศนคติโดยรวมเกี่ยวกับการประหยัดไฟ/ฉลากประหยัดไฟฟ้า พบว่ามีประสิทธิผลในระดับสูง แต่จะเป็นทัศนคติด้านความรู้ และด้านอารมณ์เป็นส่วนใหญ่ ส่วนทัศนคติด้านการปฏิบัติไม่เปลี่ยนแปลง

มิติด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้หันมาใช้ อุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีฉลากประหยัดไฟมีประสิทธิผลในระดับที่ต่ำมาก

ภาควิชา .....ภาควิชาสารนิเทศ.....

สาขาวิชา .....ภาควิชาสารนิเทศ.....

ปีการศึกษา 2541.....

ลายมือชื่อผู้วิจัย ..... สุกัลยา บุญยบัณฑิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ..... รศ. ดร. กาญจนา แก้วเทพ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

# 3972084228 : MAJOR MASS COMMUNICATION  
KEY WORD: EFFECTIVENESS/ PUBLIC RELATIONS MEDIA / APPLIANCE LABELING

SUGUNLAYA BUSSAYABUNTOON : EFFECTIVENESS OF PUBLIC RELATIONS MEDIA ON  
APPLIANCE LABELING IN ENERGY-EFFICIENCY PROGRAMS. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF.  
KANCHANA KAEWTHEP, Ph.D. 208 pp. ISBN 974-639-633-1.

The objectives of this research were to study the relationships among the appliance labeling program exposure, the consumer knowledge gained from the exposure and the consumer attitude towards the appliance labeling program, the consumer attitude toward usage and content of medias, the relationships between the energy-efficiency electricity appliance purchasing behavior and the consumer attitude toward energy label campaign, and the effectiveness of public relations media on appliance labeling in energy-efficiency programs. This study was survey research that administered to 300 samples.

The results of this study were as follows:

1. The customers' exposure to appliance labeling program was not significantly related to the consumer knowledge and the consumer attitude toward energy safety/energy label.
2. The most consumers awareness of appliance labeling program, and the most information source was mass media. The most information source was television. The second source equally were newspaper and radio. The media which give most understanding was television. The second were radio and printed media by following. The media that influence the customer purchasing electric appliances were television, interpersonal media and specialized media by following.
3. The customer attitude toward energy safety/energy label was converse significantly related with the energy-efficiency electricity appliance purchasing behavior.
4. The effectiveness of public relations media on appliance label program in three dimension were as follow. First, mass media and specialized media have more effective than interpersonal media in giving consumers' knowledge about energy safety/energy label. Mass media work well on recall, comprehension and application, and specialized media were fair. Second, the effectiveness of public relations media on appliance label program in affecting consumers' attitude about energy safety/energy label were good, especially in cognitive component and affective component, but they were not effected to behavioral component. Finally, the effectiveness of public relations media on appliance label program on changing the consumer behavior to purchase electricity appliance with energy label was poor.

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิติคุณ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้กว่าจะสำเร็จสุ่งวงได้นั้น ผู้วิจัยต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายท่านด้วยกัน นับตั้งแต่คณะอาจารย์ที่ให้เกียรติรับเชิญเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ได้แก่ รศ.ดร. กาญจนา แก้วเทพ กรรมการวิทยานิพนธ์ ได้แก่อาจารย์วรรณี พฤตมิถาวร และประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รศ. วิภา อุดมจันทร์ ซึ่งท่านทั้งสามได้ให้คำแนะนำในส่วนเนื้อหาการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด

และขอกล่าวคำขอบคุณคณะผู้จัดทำโครงการจลาจลประหยัดไฟสำหรับการจัดทำโครงการที่ผู้วิจัยได้หยิบยกขึ้นมาศึกษาในครั้งนี้ ในส่วนของความช่วยเหลือด้านข้อมูลโครงการฯ และการจัดทำภาพยนตร์โฆษณาของการรณรงค์ ขอขอบคุณพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตทั้งสามท่าน ได้แก่ คุณสุชาติ คำทางชล คุณกันทิมา จุลเจริญ และคุณอังคณา สุขวัญลย์ ที่ให้ความกรุณา เอื้อเฟื้อข้อมูลเบื้องต้นเป็นอย่างมาก

ท้ายนี้ สิ่งที่จะขาดไม่ได้ คือกำลังใจที่ผู้วิจัยได้จากเพื่อนร่วมรุ่นหลายๆท่านที่มีอาการกล่าวได้หมดในที่นี้ รวมถึงคนใกล้ตัว คุณอุศนัน มะลิทอง ที่ให้ความช่วยเหลือหลายๆด้าน พร้อมกำลังใจอีกทั้งสมาชิกในครอบครัวที่คอยสนับสนุนทางด้านการศึกษาแก่ผู้วิจัยตลอดมา

สุกัลยา บุชชบัณฑิต

พ.ศ. 2541

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ข
สารบัญตาราง.....	ช
<b>บทที่</b>	
<b>1. บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาที่น่าวิจัย.....	11
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	11
1.4 ขอบเขตของการวิจัย .....	12
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	12
1.6 สมมุติฐานในการวิจัย.....	14
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
<b>2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร.....	15
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	19
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลของการสื่อสาร .....	20
2.4 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม.....	23
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
3.1 ประชากร .....	34
3.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง .....	35
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	35
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา .....	36
3.5 เกณฑ์การวัด และให้คะแนนตัวแปร .....	37
3.6 ความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	39
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	40

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา	
4.1 การวิเคราะห์สื่อโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์.....	42
4.2 การวิเคราะห์สื่อโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์.....	63
5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรสังคมของกลุ่มตัวอย่าง .....	72
5.2 การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อ และความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์ .....	80
5.3 การวิเคราะห์ความรู้ ทักษะคิดต่อการประหยัดไฟ/ฉลากประหยัดไฟ และพฤติกรรมในการเลือกซื้ออุปกรณ์ประหยัดไฟฟ้า.....	93
5.4 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 .....	125
5.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.....	141
5.6 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.....	151
5.7 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4.....	163
6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
6.1 สรุปผลการวิจัย.....	164
6.2 อภิปรายผลการวิจัย .....	184
6.3 ข้อเสนอแนะ.....	186
รายการอ้างอิง.....	188
ภาคผนวก.....	193
ภาคผนวก ก. ....	194
ภาคผนวก ข. ....	199
ประวัติผู้วิจัย.....	208



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ .....	73
2. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ .....	73
3. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา .....	74
4. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ .....	75
5. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือน.....	76
6. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน .....	77
7. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอำนาจในการตัดสินใจซื้อ .....	78
8. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง .....	79
9. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับสื่อ .....	80
10. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณในการเปิดรับสื่อ .....	82
11. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับทราบเกี่ยวกับโครงการ ฉลากประหยัดไฟฟ้า .....	85
12. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรู้จักโครงการกรีนซ้อป .....	86
13. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบโครงการ .. ฉลากประหยัดไฟฟ้า .....	87
14. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อที่ให้ข้อมูลได้มากที่สุด .....	88
15. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อที่ให้ความเข้าใจมากที่สุด .....	89
16. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	90
17. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ที่ว่า "เครื่องปรับอากาศชนิดแยกส่วนตั้งพื้น ส่วนใหญ่จะมีประสิทธิภาพต่ำ" .....	93
18. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ที่ว่า "พื้นที่ห้องที่มีขนาด16-17 ตารางเมตร ควรเลือกเครื่องปรับอากาศขนาด 10,000 บีทียู"	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
19. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ที่ว่า "อุณหภูมิที่เหมาะสมของการใช้เครื่องปรับอากาศคือ 25-26 องศาเซลเซียส".....	94
20. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ที่ว่า "ไม่ควรปลุกต้นไม้ไว้ในห้องที่เปิดเครื่องปรับอากาศ".....	95
21. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ที่ว่า "วิธีใช้เครื่องปรับอากาศให้ประหยัดไฟ ควรหมั่นทำความสะอาดแผ่นกรองอากาศ"	95
22. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ที่ว่า "วิธีใช้ตู้เย็นให้ประหยัดไฟ ควรหมั่นทำความสะอาดแผงระบายความร้อน".....	96
23. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ที่ว่า "ตู้เย็นที่มีระบบละลายน้ำแข็งอัตโนมัติ จะใช้ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น" .....	96
24. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการจดจำได้เกี่ยวกับโครงการฉลากประหยัดไฟฟ้า.....	97
25. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟที่ต้องการเพิ่มเติม .....	99
26. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "การสร้างโรงไฟฟ้าแห่งใหม่ทุกครั้งก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก" .....	102
27. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "ทรัพยากรพลังงานที่ใช้ในการผลิตไฟฟ้าในประเทศเป็นพลังงานที่ทดแทนไม่ได้" .....	103
28. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "การอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมเป็นความรับผิดชอบของคนไทยทุกคน" .....	104
29. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "การประหยัดไฟฟ้าต้องเริ่มตั้งแต่การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า" .....	105
30. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "วิธีที่ง่ายที่สุดที่จะดูว่าเครื่องปรับอากาศหรือตู้เย็นเครื่องไหนประหยัดไฟ คือการมองหาฉลากประหยัดไฟ".....	106
31. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "ฉันทินดีจะจ่ายแพงกว่าสำหรับตู้เย็น หรือเครื่องปรับอากาศที่มีคุณสมบัติด้านการประหยัดไฟมากกว่าที่จะซื้อสินค้าราคาถูกที่สุด".....	107

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
32. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "ฉันมีความมั่นใจว่าตู้เย็นหรือเครื่องปรับอากาศเบอร์ห้าจะใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด".....	108
33. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "คุณมีแนวโน้มที่จะซื้อตู้เย็นหรือเครื่องปรับอากาศที่ไม่ได้ติดฉลากประหยัดไฟ".....	109
34. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ติดฉลากประหยัดไฟ ทุกเครื่องผ่านการตรวจสอบ และรับรองคุณภาพจาก สมอ".....	110
35. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่ว่า "คุณเป็นคนที่ตระหนักถึงการใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัด".....	111
36. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลำดับปัจจัยในการเลือกซื้อตู้เย็น	113
37. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลำดับปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ.....	115
38. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเกณฑ์การซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าที่อยู่ในใจ.....	117
39. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการดูฉลากประหยัดไฟฟ้า ในขณะที่เลือกซื้อตู้เย็นหรือเครื่องปรับอากาศ.....	118
40. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนผู้ที่ซื้อ/คิดจะซื้อตู้เย็นหรือเครื่องปรับอากาศแบบมีฉลาก และไม่มีฉลาก.....	119
41. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเชื่อมั่นว่าตู้เย็นเครื่องปรับอากาศประหยัดไฟจะช่วยให้ประหยัดไฟจริง.....	120
42. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการไม่เลือกซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าที่ติดฉลากประหยัดไฟฟ้า.....	121
43. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับฉลากประหยัดไฟฟ้าจากพนักงานขาย.....	122
44. จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ที่อาจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าที่ไม่ได้ติดฉลากประหยัดไฟ.....	123
45. ความสัมพันธ์ของเพศกับการมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า.....	126
46. ความสัมพันธ์ของอายุกับการมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า.....	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
47. ความสัมพันธ์ของรายได้ครัวเรือนต่อเดือนกับการมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า	129
48. ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า.....	131
49. ความสัมพันธ์ของเพศกับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า.....	133
50. ความสัมพันธ์ของอายุกับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	134
51. ความสัมพันธ์ของรายได้ครัวเรือนกับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า....	137
52. ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า ...	139
53. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์กับการมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	141
54. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุกับการมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	143
55. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์กับการมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	145
56. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อนิตยสารกับการมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	147
57. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อกลางแจ้งกับการมีความรู้เกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	149
58. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์กับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	151
59. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุกับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	154
60. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์กับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	156
61. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อนิตยสารกับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	158
62. ความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับสื่อกลางแจ้งกับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	160
63 ความสัมพันธ์ของแนวโน้มการเลือกซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าที่ติดฉลากประหยัดไฟฟ้ากับการมีทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า .....	163