

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับการรับรู้สารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ปัญหาการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ประชาชนที่ขับใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2550 จำแนกตามพื้นที่เขตการขนส่ง กรมการขนส่งทางบก 6 เขต จำนวน 326 คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) การทดสอบสมมติฐาน ในการเปรียบเทียบตัวแปรระหว่าง 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบค่า  $t$ -test และ  $F$ -test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และเมื่อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีของ LSD (Least Significant Difference Test)

### ผลการวิจัยพบว่า

ประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของภาครัฐ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการรณรงค์ของภาครัฐ มากที่สุดคือ โครงการรณรงค์ให้พลังงานอย่างพอเพียง ประชาชนรับทราบการเผยแพร่ข้อมูลการประหยัดพลังงานด้านสื่อมวลชนมากที่สุด คือ เพื่อน สื่อมวลชนมากที่สุด คือ โทรทัศน์ และสื่อเฉพาะกิจคือ แผ่นป้ายโฆษณาหรือป้ายประกาศ

ประชาชนมีความถี่ในการรับรู้ข้อมูลการรณรงค์การประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลจากสื่อมวลชนมากที่สุดจากเพื่อนส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง จากสื่อมวลชนมากที่สุด คือ โทรทัศน์ส่วนใหญ่มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง และที่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คือ วารสาร/นิตยสาร จากสื่อเฉพาะกิจ มากที่สุด คือ จากแผ่นป้ายโฆษณาหรือป้ายประกาศ ส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเข้าใจในข้อมูลด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล มากที่สุดเกี่ยวกับการขับรถที่อัตราความเร็วที่เหมาะสม 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมงช่วยให้ประหยัดน้ำมัน เท่ากับ Car Pool ทางเดียวกันไปด้วยกัน และเท่ากับ City Car มีเครื่องยนต์ขนาดเล็กทำให้อัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงน้อย และที่น้อยที่สุด คือ การวิ่งที่ความเร็วเพิ่มขึ้น เปลี่ยนเกียร์เพื่อให้รอบของเครื่องยนต์เพิ่มขึ้นใช้เชื้อเพลิงน้อยลง

ประชาชนได้รับทราบข้อมูลการรณรงค์การประหยัดพลังงานฯ จากภาครัฐแล้วได้นำความรู้มาปฏิบัติในชีวิตประจำวันสูงสุดคือ การหมั่นตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์และเข้าศูนย์ตรวจสอบเครื่องยนต์ตามเวลาที่ผู้ผลิตกำหนด และน้อยสุด คือ การเปิดเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ตามความจำเป็น

ปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านเนื้อหา และรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ประชาชนมีปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศด้านประหยัดพลังงานฯ ในด้านเนื้อหา และรูปแบบมากที่สุดคือ เนื้อเรื่องไม่ซาบซึ้งกินใจและรูปแบบการนำเสนอไม่มี

### ความน่าสนใจ

ประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลด้านเวลาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ เวลาการนำเสนอของโฆษณาน้อยไป การโฆษณาไม่มีความสม่ำเสมอ ช่วงเวลาในการนำเสนอการโฆษณาไม่ตรงกับช่วงเวลาที่เปิดรับของผู้ชม และการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์การประหยัดพลังงานฯ ของภาครัฐในปัจจุบันยังน้อยไป

In this survey research investigation, the researcher investigates (1) the levels of exposure to information concerning energy saving by selected users of personal cars who are residents of the Bangkok Metropolitan area. Furthermore, the researcher makes inquiry of (2) the problem of access to information concerning energy saving by these users of personal cars as classified by the demographical characteristics of gender, age and educational level.

Using the purposive sampling method, the researcher selected a sample population consisting of 326 residents driving personal cars in the Bangkok Metropolitan area in the year 2007 in accordance with the transportation areas designated by the Department of Land Transportation (DLT). The instrument of research utilized by the researcher was a questionnaire.

Techniques of descriptive statistics used by the researcher in analyzing the data collected were frequency, percentage (%), mean ( $\bar{X}$ ), and standard deviation ( $SD$ ). Hypothesis testing was conducted through comparing two groups of variables using  $t$ -test,  $F$ -test, and one-way analysis of variance (ANOVA). The least significant difference (LSD) test was used where differences were found at a statistically significant level.

Findings are as follows:

Members of the sample population learned about various types of information provided by the public sector in campaigns to save energy while using personal cars at an overall moderate level. Members of the sample population most frequently learned about this information by means of the public sector campaign project called "Love Father, Using Sufficient Energy."

As for media conveyance of information concerning such energy saving, the individual media by which members of the sample population most frequently learned about energy saving information was the information provided by friends. In respect to mass media, this information was most frequently learned from television. Insofar as concerns ad hoc media, this information was most frequently learned from billboards or notices.

Members of the sample population had exposure to the information conveying energy saving in using personal cars through individual media by friends at the highest frequency of three to four times weekly. At the highest level of frequency they were exposed to this information through the mass media by television more than four times weekly. In contrast, they were



exposed to this information only once a week through journals or magazines. The most frequent exposures to this information through ad hoc media were from billboards or notices from one to two times weekly.

Of these respondents, the highest levels of understanding evinced in respect to information concerning energy saving in personal cars was in the following aspects: Driving at the moderate and constant speed of 90 kilometers per hour can save gasoline at the equivalent rate of using car pools and using city cars which consume less gasoline. The least understood information concerned diminishing consumption of gasoline through avoiding strong acceleration and frequently changing gears so as to make efficient use of the engine cycle.

Having received information regarding energy saving campaigns from the public sector, members of the sample population most frequently applied this information in daily life through often checking the condition of their car engines and having engine inspections in accordance with recommended time periods set by manufacturers. The least frequent application of the information learned was in regard to turning on car air conditioners only when necessary.

In respect to the aspect of contents and patterns, the problem of having access to the information regarding energy saving in the use of personal cars by the subjects under study was overall found to be at a moderate level. In this connection, the respondents were found to have problems most frequently when the contents were difficult to read and the presentation was uninteresting.

Most of the subjects of investigation were of the opinion that the problem of access to this information most frequently overall encountered involved the question of time. Presentations of this information were too infrequent. The times at which television presentations of this information were made were not synchronized with suitable times for viewer exposure. Finally, it was believed that presentations of this information by the public sector were currently insufficient.