

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ใหม่ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทยของประชาชนผู้ใช้บริการทางพิเศษ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของประชาชนผู้ใช้บริการทางพิเศษ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ใหม่ และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับความคิดเห็นของประชาชนผู้ใช้บริการทางพิเศษที่มีต่อการสื่อสารตราสัญลักษณ์ใหม่ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการวัดผลแบบครั้งเดียวภายในช่วงเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) สำหรับเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยทำการศึกษากับประชาชนผู้ใช้บริการทางพิเศษจำนวน 400 คนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ คือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายการเปิดรับ และความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ใหม่ ที่มีผลต่อประชาชนผู้ใช้บริการการทางพิเศษแห่งประเทศไทย และใช้สถิติเชิงอนุมาน คือ ค่า t-test (Independent Sample t-test) และ F-test (One-way Anova) ในการอธิบายคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการอธิบายการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลการสื่อสารตราสัญลักษณ์ใหม่ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานและมีรายได้ 10,001-20,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารตราสัญลักษณ์ใหม่ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ผ่านสื่อเฉพาะกิจประเภทป้ายผ้าหน้าด่านเก็บเงิน โดยมีจำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 90.25 ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารผ่านคู่มือทางด่วน/ใบเสร็จรับเงิน จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 83.66 โดยเปิดรับข่าวสารสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ใหม่ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทยโดยรวมในระดับปานกลาง และในส่วนของ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ใหม่ทางการทางพิเศษแห่งประเทศไทย หากพิจารณาโดยรวมแล้วพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ใหม่ฯอยู่ในระดับน้อย

ในส่วนของผู้ใช้บริการทางพิเศษของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย ที่มีเพศและรายได้แตกต่างกันจะไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ที่สื่อสารตราสัญลักษณ์ใหม่ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ผู้ใช้บริการทางพิเศษที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจ จะมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลการสื่อสารตราสัญลักษณ์ใหม่ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่อยู่ในระดับต่ำถึงปานกลางเท่านั้น

จากการศึกษายังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของการทางพิเศษแห่งประเทศไทย โดยเห็นว่าควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมให้มากกว่านี้และต่อเนื่องมากขึ้น โดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์หลาย ๆ ด้านเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น