

ชื่อวิทยานิพนธ์ การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่อผู้ใช้รถยนต์ในเขต
กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย นางสาวธรรมจารี เสริมทองกลาง ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2) รองศาสตราจารย์ปิยฉัตร ล้อมขจร
ปีการศึกษา 2549

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (2) ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (3) ทักษะการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ (4) พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ (5) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีเลือกสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ค่าที่ค่าความแปรปรวนและทดสอบความแตกต่างด้วยการเปรียบเทียบพหุระหว่างค่าเฉลี่ย (Multiple Comparison)

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จากสื่อประเภทต่าง ๆ พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับผ่านสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ 2) ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ที่สามารถผสมกับน้ำมันเบนซินที่เหลืออยู่ในถังได้โดยไม่ต้องรอให้น้ำมันในถังหมดก่อน 3) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีเพราะเห็นว่าเป็นที่ที่จะต้องประหยัดพลังงาน 4) พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่เคยหรือมีความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ส่วนกลุ่มที่ไม่เคยเติม คาดว่าจะหันมาใช้ในเวลาประมาณ 1-2 ปี เมื่อแน่ใจว่าได้ผลดี และเมื่อมีรถใหม่ ตามลำดับ เหตุผลที่เดิมคือสามารถประหยัดค่าน้ำมันได้ เหตุผลที่ไม่เดิมคือกลัวผลเสียต่อเครื่องยนต์ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า 5.1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน 5.2) กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์มาก จะมีทัศนคติที่ดีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 5.3) ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ไม่มีผลทำให้เกิดความตั้งใจที่จะเติม 5.4) กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติที่ดีจะมีความตั้งใจที่จะเติมและมีระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เร็วขึ้น

คำสำคัญ การรณรงค์ น้ำมันแก๊สโซฮอล์

Thesis title: Public Campaign for Promoting Gasohol as Alternative Fuel to the Car Users in Bangkok Metropolis

Researcher: Miss Thammacharee Sermthonglarng; **Degree:** Master of Communication Arts;

Thesis advisors: (1) Dr.Kamolrat Intaratat, Associate Professor; (2) Piyachart Lomchavakarn, Assistant Professor; **Academic year:** 2006

ABSTRACT

The objectives of this study were to study (1) the research participants' exposure to news on the gasohol campaign, (2) their knowledge about gasohol, (3) their attitudes toward gasohol, (4) their behavior in using gasohol and (5) the relationships between the research participants' exposure to news, knowledge, attitudes and behavior in using gasohol.

This study was a survey based on a sample of 400 drivers in Bangkok chosen through multi-stage sampling. The data were collected through a questionnaire and analyzed through a percentage, a mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, T-test, variance, and multiple comparison analysis.

A number of research findings were found. (1) most of the research participants were exposed to news about the gasohol campaign via television, newspapers, radio and the Internet respectively. (2) as for knowledge of gasohol, the majority of the sample knew that it was possible to add gasohol to the vehicle's fuel tank before the remaining gasoline was used up. (3) most of the sample had good attitudes toward using gasohol because they thought it was necessary to conserve energy. (4) the majority said they had used gasohol or intended to use it. Those who had never used it most said they would start using it in one or two years if they were sure it gave good results or if they bought a new car. Those who already used gasohol expressed that using gasohol helped save fuel expenses. However, the major reason for not using gasohol was that the drivers were afraid it would harm their engine. (5) the research participants' sex, age, education, profession and income were not related to their exposure to general news or exposure to news about gasohol. Also, the drivers who were exposed to a high level of news about the gasohol campaign had good attitudes about using gasohol. However, their knowledge about gasohol did not have an effect on their intention to use gasohol. The drivers who had good attitude about gasohol were more likely to use it and intended to use it sooner.

Keywords: campaign, gasohol