

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ต่อผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 8 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 8 การทดสอบสมมติฐาน

8.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

8.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

8.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับข่าวสารทั่วไป กับทัศนคติ และพฤติกรรม的开ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของประชาชนผู้ใชรยนต์ในเขต กรุงเทพมหานคร

8.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ กับทัศนคติ และพฤติกรรม的开ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของประชาชนผู้ใชรยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

8.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับความรู้ และทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของประชาชนผู้ใชรยนต์ในเขต กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของประชาชนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของประชาชนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากร

(n = 400)		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	193	48.25
หญิง	207	51.75
2. อายุ		
20 – 24 ปี	43	10.75
25 – 29 ปี	73	18.25
30 – 34 ปี	89	22.25
35 - 39 ปี	62	15.50
40 ปี ขึ้นไป	132	33.00
ไม่ระบุ	1	0.25
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	3	0.75
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	2.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	52	13.00
อนุปริญญา / ปวส.	37	9.25
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	212	53.00
สูงกว่าปริญญาตรี	87	21.75

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	(n=400)	
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
รับจ้างทั่วไป	42	10.50
เจ้าของกิจการ / ประกอบอาชีพส่วนตัว	28	7.00
รับราชการ	127	31.75
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	51	12.75
พนักงานบริษัทเอกชน	115	28.75
ไม่ได้ประกอบอาชีพ / กำลังอยู่ในระหว่างหางาน	6	1.50
อื่น ๆ	29	7.25
ไม่ระบุ	2	0.50
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	17.50
10,001 - 20,000 บาท	163	40.75
20,001 - 30,000 บาท	68	17.00
30,001 - 40,000 บาท	44	11.00
40,001 - 50,000 บาท	18	4.50
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	35	8.75
ไม่ระบุ	2	0.50

จากการศึกษาลักษณะทางประชากร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 และเป็นเพศชาย จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25

ด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 30 - 34 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 มีอายุระหว่าง 25 - 29 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 อายุระหว่าง 35 - 39 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และมีอายุน้อยกว่า 24 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75

ด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 สำหรับการศึกษาระดับประถมศึกษา มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.75

ด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 มีอาชีพอื่น จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ประกอบอาชีพส่วนตัว จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 สำหรับผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพมีน้อยที่สุด จำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 1.50

ด้านรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมาคือ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 มีรายได้ 30,000 - 40,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 มีรายได้มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 สำหรับรายได้ 40,000 - 50,000 บาท มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของ ประชาชนผู้ไ้รยยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร
ทั่วไปจากสื่อต่าง ๆ ของประชาชนผู้ไ้รยยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทสื่อและ
ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไป ของประชาชน
ผู้ไ้รยยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทสื่อ

ประเภทสื่อ	ทุกวัน	5 – 6 วัน/ สัปดาห์	3 – 4 วัน/ สัปดาห์	1 – 2 วัน/ สัปดาห์	ไม่รับเลย	ไม่ระบุ	รวม
หนังสือพิมพ์	162 (40.50)	62 (15.50)	82 (20.50)	64 (16.00)	22 (5.50)	8 (2.00)	400 (100.00)
วิทยุกระจายเสียง	140 (35.00)	63 (15.75)	77 (19.25)	80 (20.00)	23 (5.75)	17 (4.25)	400 (100.00)
โทรทัศน์	303 (75.75)	46 (11.50)	26 (6.50)	18 (4.50)	6 (1.50)	1 (0.25)	400 (100.00)
นิตยสาร / วารสาร	24 (6.00)	51 (13.67)	86 (23.06)	146 (39.14)	66 (17.69)	27 (6.75)	400 (100.00)
บุคคลในครอบครัว	158 (39.50)	48 (12.00)	66 (16.50)	74 (18.50)	27 (6.75)	27 (6.75)	400 (100.00)
เพื่อน	130 (32.50)	64 (16.00)	97 (24.25)	70 (17.50)	13 (3.25)	26 (6.50)	400 (100.00)
เจ้านาย / เพื่อนร่วมงาน	101 (25.25)	70 (17.50)	85 (21.25)	89 (22.25)	26 (6.50)	29 (7.25)	400 (100.00)
เพื่อนบ้าน	33 (8.25)	36 (9.00)	50 (12.50)	133 (33.25)	112 (28.00)	36 (9.00)	400 (100.00)
ผู้นำความคิดเห็น เช่น นักวิชาการ	19 (4.75)	24 (6.00)	59 (14.75)	160 (40.00)	104 (26.00)	34 (8.50)	400 (100.00)
บุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ							
สื่อเฉพาะกิจ เช่น	8 (2.00)	24 (6.00)	78 (19.50)	177 (44.25)	82 (20.50)	31 (7.75)	400 (100.00)
โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ							
สื่อกิจกรรม เช่น	6 (1.50)	22 (5.50)	49 (12.25)	127 (31.75)	157 (39.25)	39 (9.75)	400 (100.00)
นิทรรศการ คาราวาน ฯลฯ							
สื่ออินเทอร์เน็ต	123 (30.75)	64 (16.00)	70 (17.50)	64 (16.00)	54 (13.50)	25 (6.25)	400 (100.00)
สื่ออื่น ๆ	2 (0.50)	1 (0.25)	2 (0.50)	8 (2.00)	23 (5.75)	364 (91.00)	400 (100.00)

จากการศึกษาความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมารับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และไม่ระบุจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

การรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อวิทยุกระจายเสียง ส่วนใหญ่รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมารับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และไม่ระบุ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

การรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์ ส่วนใหญ่รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.75 รองลงมารับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และไม่ระบุ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

การรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อนิตยสาร / วารสาร ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมารับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 เปิดรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และไม่ระบุ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

การรับข่าวสารทั่วไปจากบุคคลในครอบครัว ส่วนใหญ่รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมารับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และไม่ระบุ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

การรับข่าวสารทั่วไปจากเพื่อน ส่วนใหญ่รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมารับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์

จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ไม่ระบุ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25

การรับข่าวสารทั่วไปจากเจ้านาย / เพื่อนร่วมงาน ส่วนใหญ่รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 รองลงมารับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ไม่ระบุ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 และไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

การรับข่าวสารทั่วไปจากเพื่อนบ้าน ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ไม่ระบุ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25

การรับข่าวสารทั่วไปจากผู้นำความคิดเห็น เช่น นักวิชาการ บุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ไม่ระบุ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

การรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ไม่ระบุ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

การรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อกิจกรรม เช่น นิทรรศการ การรณรงค์ ฯลฯ ส่วนใหญ่ไม่เปิดรับข่าวสารเลย จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมารับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ไม่ระบุ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

การรับข่าวสารทั่วไปจากสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมารับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รับข่าวสาร 1 – 2 วัน /

สัปดาห์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ไม่เปิดรับข่าวสารเลย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และไม่ระบุ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

การรับข่าวสารทั่วไปจากสื่ออื่น ๆ เช่น หอกระจายเสียงหมู่บ้าน โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ ส่วนใหญ่ไม่ระบุ จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 รองลงมาไม่เคยรับข่าวสาร จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และเปิดรับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไป ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทสื่อ

ประเภทสื่อ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการเปิดรับ
หนังสือพิมพ์	3.71	1.304	มาก
วิทยุกระจายเสียง	3.57	1.326	มาก
โทรทัศน์	4.56	.911	มากที่สุด
นิตยสาร / วารสาร	2.52	1.125	น้อย
บุคคลในครอบครัว	3.63	1.384	มาก
เพื่อน	3.61	1.233	มาก
เจ้านาย / เพื่อนร่วมงาน	3.35	1.295	มาก
เพื่อนบ้าน	2.30	1.253	น้อย
ผู้นำความคิดเห็น เช่น นักวิชาการ บุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ	2.16	1.073	น้อย
สื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ	2.18	.926	น้อย
สื่อกิจกรรม เช่น นิทรรศการ การรณรงค์ ฯลฯ	1.87	.975	น้อย
สื่ออินเทอร์เน็ต	3.37	1.449	ปานกลาง
สื่ออื่น ๆ	1.64	1.099	น้อยที่สุด
รวม	3.13	.7271	ปานกลาง

จากการศึกษาความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารทั่วไป จำแนกตามประเภทสื่อในภาพรวม มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไป อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.13$)

เมื่อพิจารณาตามประเภทสื่อ พบว่า สื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไป อยู่ในลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56$) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$) นุคคลในครอบครัว และเพื่อน มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน ($\bar{x} = 3.63$ และ 3.61) สำหรับสื่อที่มีการเปิดรับอยู่ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ สื่ออื่น ๆ เช่น หอกระจายเสียงหมู่บ้าน โทรศัพท์มือถือ ($\bar{x} = 1.64$)

**ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊ส
โซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ ของประชาชนผู้ใช้น้ำมันในเขต
กรุงเทพมหานคร**

การวิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
การณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อต่าง ๆ ของประชาชนผู้ใช้น้ำมันในเขต
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทสื่อและความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบ
แบบสอบถามตอบคำถามเกี่ยวกับการเคยพบเห็น และได้รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับการรณรงค์ ได้ผล
ดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์
เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามประเภทสื่อ

ประเภทสื่อ	ทุกวัน	5 – 6 วัน/ สัปดาห์	3 – 4 วัน/ สัปดาห์	1 – 2 วัน/ สัปดาห์	ไม่รับเลย	ไม่ระบุ	รวม
หนังสือพิมพ์	85 (21.25)	57 (14.25)	85 (21.25)	105 (26.25)	47 (11.75)	21 (5.25)	400 (100.00)
วิทยุกระจายเสียง	91 (22.75)	46 (11.50)	90 (22.50)	95 (23.75)	63 (15.75)	15 (3.75)	400 (100.00)
โทรทัศน์	183 (45.75)	75 (18.75)	67 (16.75)	56 (14.00)	17 (4.25)	2 (0.50)	400 (100.00)
นิตยสาร / วารสาร	13 (3.25)	42 (10.50)	56 (14.00)	138 (34.50)	122 (30.50)	29 (7.25)	400 (100.00)
บุคคลในครอบครัว	45 (11.25)	40 (10.00)	58 (14.50)	121 (30.25)	108 (27.00)	28 (7.00)	400 (100.00)
เพื่อน	28 (7.00)	39 (9.75)	83 (20.75)	139 (34.75)	85 (21.25)	26 (6.50)	400 (100.00)
เจ้านาย / เพื่อนร่วมงาน	26 (6.50)	42 (10.50)	69 (17.25)	137 (34.25)	96 (24.00)	30 (7.50)	400 (100.00)
เพื่อนบ้าน	15 (3.75)	18 (4.50)	34 (8.50)	112 (28.00)	183 (45.75)	38 (9.50)	400 (100.00)
ผู้นำความคิดเห็น เช่น นักวิชาการ	7 (1.75)	32 (8.00)	45 (11.25)	141 (35.25)	142 (35.50)	33 (8.25)	400 (100.00)
บุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ							
สื่อเฉพาะกิจ เช่น	8 (2.00)	19 (4.75)	60 (15.00)	139 (34.75)	145 (36.25)	29 (7.25)	400 (100.00)
โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ							
สื่อกิจกรรม เช่น	6 (1.50)	21 (5.25)	33 (8.25)	110 (27.50)	199 (49.75)	31 (7.75)	400 (100.00)
นิทรรศการ คาราวาน ฯลฯ							
สื่ออินเทอร์เน็ต	51 (12.75)	52 (13.00)	60 (15.00)	82 (20.50)	122 (30.50)	33 (8.25)	400 (100.00)
สื่ออื่น ๆ	1 (0.25)	0 (0.00)	6 (1.50)	8 (2.00)	25 (6.25)	360 (90.00)	400 (100.00)

จากการศึกษาความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า
กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ฯ จากสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน
/ สัปดาห์ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมารับข่าวสารทุกวัน จำนวน 85 คน คิด
เป็นร้อยละ 21.25 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 รับ

ข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 และไม่ระบุ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อวิทยุกระจายเสียง ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 รองลงมารับข่าวสารทุกวัน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และไม่ระบุ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ ส่วนใหญ่รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมารับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และไม่ระบุ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่ออินเตอร์เน็ต / วารสาร ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ไม่ระบุ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 และเปิดรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากบุคคลในครอบครัว ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมาไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และรับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และไม่ระบุ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากเพื่อน ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 รับข่าวสารทุกวัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และไม่ระบุ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากเจ้านาย / เพื่อนร่วมงาน ส่วนใหญ่รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมาไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 69 คน

คิดเป็นร้อยละ 17.25 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ไม่ระบุ
จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากเพื่อนบ้าน ส่วนใหญ่ไม่เคย
รับข่าวสารเลย จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมารับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์
จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ไม่ระบุ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 รับข่าวสาร 3 – 4
วัน / สัปดาห์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 18 คน
คิดเป็นร้อยละ 4.50 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากผู้นำความคิดเห็น เช่น
นักวิชาการ บุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ ส่วนใหญ่ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ
35.50 รองลงมารับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 รับข่าวสาร 3
– 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ไม่ระบุ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25
รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 7
คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อเฉพาะกิจ เช่น ไปสเตอร์
แผ่นพับ ฯลฯ ส่วนใหญ่ไม่เคยรับข่าวสารเลย จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมารับ
ข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์
จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ไม่ระบุ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 รับข่าวสาร 5 – 6
วัน / สัปดาห์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อย
ละ 2.00

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อกิจกรรม เช่น นิทรรศการ
การวาด ฯลฯ ส่วนใหญ่ไม่เปิดรับข่าวสารเลย จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 รองลงมารับ
ข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์
จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ไม่ระบุ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 รับข่าวสาร 5 – 6
วัน / สัปดาห์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อย
ละ 1.50

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ไม่
เปิดรับข่าวสารเลย จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมารับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์
จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ
15.00 รับข่าวสาร 5 – 6 วัน / สัปดาห์ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 รับข่าวสารทุกวัน
จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และไม่ระบุ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25

การรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่ออื่น ๆ เช่น หอกระจายเสียงหมู่บ้าน โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ ส่วนใหญ่ไม่ระบุ จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาไม่เคยรับข่าวสาร จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 รับข่าวสาร 1 – 2 วัน / สัปดาห์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 รับข่าวสาร 3 – 4 วัน / สัปดาห์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และรับข่าวสารทุกวัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทสื่อ

ประเภทสื่อ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการเปิดรับ
หนังสือพิมพ์	3.07	1.349	ปานกลาง
วิทยุกระจายเสียง	3.02	1.404	ปานกลาง
โทรทัศน์	3.88	1.251	มาก
นิตยสาร / วารสาร	2.15	1.108	น้อย
บุคคลในครอบครัว	2.44	1.332	น้อย
เพื่อน	2.43	1.167	น้อย
เจ้านาย / เพื่อนร่วมงาน	2.36	1.185	น้อย
เพื่อนบ้าน	1.81	1.067	น้อย
ผู้นำความคิดเห็น เช่น นักวิชาการ บุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ	1.97	1.016	น้อย
สื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ	1.94	.975	น้อย
สื่อกิจกรรม เช่น นิทรรศการ การรณรงค์ ฯลฯ	1.71	.961	น้อยที่สุด
สื่ออินเทอร์เน็ต	2.53	1.427	น้อย
สื่ออื่น ๆ	1.60	.928	น้อยที่สุด
รวม	2.55	.9317	น้อย

จากการศึกษาความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามประเภท

สื่อในภาพรวม มีการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}=2.55$)

เมื่อพิจารณาตามประเภทสื่อ พบว่า สื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อยู่ในลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.88$) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และวิทยุกระจายเสียง มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน ($\bar{x}=3.07$ และ 3.02) สำหรับสื่อที่มีการเปิดรับอยู่ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ สื่ออื่น ๆ เช่น ป้ายประกาศ โทรศัพท์มือถือ ($\bar{x}=1.60$)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละความต้องการของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามสื่อและกิจกรรมที่ต้องการให้มีการนำเสนอเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สื่อและกิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	270	67.50
วิทยุ	215	53.75
โทรทัศน์	347	86.75
นิตยสาร	85	21.25
สื่อบุคคล	63	15.75
สื่อเฉพาะกิจ	50	12.50
สื่ออินเทอร์เน็ต	179	44.75
สื่อกิจกรรม	64	16.00
สื่ออื่นๆ	13	3.25

จากการศึกษาความต้องการของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสื่อและกิจกรรมที่ต้องการให้มีการนำเสนอเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการนำเสนอเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามสื่อและกิจกรรม ด้วยสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.75 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 วิทยุ จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 สื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 นิตยสาร จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 สื่อกิจกรรม จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 สื่อบุคคล จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 สื่อเฉพาะกิจ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 สำหรับสื่อที่ต้องการน้อยที่สุด คือ สื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ และโทรศัพท์มือถือ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความรู้เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ใน เขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ความรู้เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขต
กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเลือกตอบว่าใช่ หรือไม่ใช่ ตามประเด็น
คำถามต่าง ๆ ให้ตรงกับความรู้ ความเข้าใจ จำนวน 15 ข้อ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.7 ความรู้เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามประเด็นคำถาม

ประเด็น	ตอบถูกต้อง		ตอบผิด		ไม่ระบุ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	ระดับ ความรู้
	คะแนน	คะแนน	คะแนน	คะแนน	จำนวน	ร้อยละ		
	รวม	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ				
1. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มีส่วนผสม ของน้ำมันเบนซินกับ เอทานอล ในสัดส่วน 90 ต่อ 10 มีคุณสมบัติ การใช้งานเทียบเท่าน้ำมันเบนซิน 95 ทั่วไป <u>ตอบว่า</u> ใช่	84	(21.00)	295	(73.75)	21	(5.25)	400 (100)	ต่ำ มาก
2. คุณสมบัติที่ดีของน้ำมันแก๊ส โซฮอล์คือ มีค่าออกเทนสูงและมี ภาพเผาไหม้ดีกว่า <u>ตอบว่า</u> ใช่	133	(33.25)	249	(62.25)	18	(4.50)	400 (100)	ต่ำ มาก
3. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มี คุณสมบัติเทียบเท่ากับน้ำมัน เบนซินไร้สารตะกั่วออกเทน 95 <u>ตอบว่า</u> ใช่	126	(31.50)	257	(64.25)	17	(4.25)	400 (100)	ต่ำ มาก
4. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ต้อง เสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ปรับแต่งเครื่องยนต์ <u>ตอบว่า</u> ไม่ใช่	280	(70.00)	104	(26.00)	16	(4.00)	400 (100)	ปาน กลาง

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเด็น	ตอบถูกต้อง		ตอบผิด		ไม่ระบุ		รวม จำนวน (ร้อยละ)	ระดับ ความรู้
	คะแนน	คะแนน	คะแนน	คะแนน	จำนวน	ร้อยละ		
	รวม	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ				
5. ในต่างประเทศมีการใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์กันอย่างแพร่หลายมา นานกว่า 25 ปี โดยเฉพาะอเมริกา บราซิล และประเทศแถบยุโรป <u>ตอบว่า</u> ใช่	129	(32.25)	240	(60.00)	31	(7.75)	400 (100)	ต่ำ มาก
6. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์อาจส่ง ผลต่ออัตราการเร่งลดลง จะทำให้ เกิดการสิ้นเปลืองน้ำมันเพิ่มขึ้น <u>ตอบว่า</u> ไม่ใช่	246	(61.50)	134	(33.50)	20	(5.00)	400 (100)	ต่ำ
7. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ไม่มี ผลกระทบต่อสมรรถนะการใช้ งานของเครื่องยนต์ <u>ตอบว่า</u> ใช่	136	(34.00)	249	(62.25)	15	(3.75)	400 (100)	ต่ำ มาก
8. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 จะมี ความสิ้นเปลืองมากกว่าใช้น้ำมัน เบนซิน 95 <u>ตอบว่า</u> ไม่ใช่	253	(63.25)	129	(32.25)	18	(4.50)	400 (100)	ต่ำ
9. ขณะนี้ได้มีการเปิดให้บริการ จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 แก่ผู้ใช้รถยนต์แล้วที่สถานี บริการน้ำมันบางจาก <u>ตอบว่า</u> ใช่	77	(19.25)	301	(75.25)	22	(5.50)	400 (100)	ต่ำ มาก
10. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทำให้ เครื่องยนต์สะอาด มีการเผาไหม้ ที่ดีขึ้น <u>ตอบ</u> ใช่	126	(31.50)	255	(63.75)	19	(4.75)	400 (100)	ต่ำ มาก

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเด็น	ตอบถูกต้อง		ตอบผิด		ไม่ระบุ		รวม (ร้อยละ)	ระดับ ความรู้
	คะแนน	คะแนน	คะแนน	คะแนน	จำนวน	ร้อยละ		
	รวม	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ				
11. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทำให้เกิดภาวะเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ ตอบว่า ไม่ใช่	261	(65.25)	116	(29.00)	23	(5.75)	400 (100)	ต่ำ
12. เมื่อใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์แล้วทำให้อัตราการเร่งของเครื่องยนต์ดีขึ้น หรือไม่แตกต่างไปจากการใช้น้ำมันเบนซิน ตอบว่า ใช่	139	(34.75)	244	(61.00)	17	(4.25)	400 (100)	ต่ำ มาก
13. ไม่สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ผสมกับน้ำมันเบนซินที่เหลืออยู่ในถังได้ ต้องรอให้น้ำมันในถังหมดก่อนจึงจะเติมได้ ตอบว่า ไม่ใช่	304	(76.00)	80	(20.00)	16	(4.00)	400 (100)	ปาน กลาง
14. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้เครื่องยนต์ทำงานหนัก ทำให้เกิดการสึกหรอเร็วขึ้น ตอบว่า ไม่ใช่	288	(72.00)	95	(23.75)	17	(4.25)	400 (100)	ปาน กลาง
15. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มีความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับราคาคอ ลิตรที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน 95 ตอบว่า ใช่	78	(19.50)	306	(76.50)	16	(4.00)	400 (100)	ต่ำ มาก

จากการศึกษาความรู้เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความรู้เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยรวม อยู่ในระดับต่ำมาก

โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถตอบได้ถูกต้องมากที่สุดในเรื่อง “ไม่สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ผสมกับน้ำมันเบนซินที่เหลืออยู่ในถังได้ต้องรอให้น้ำมันในถังหมดก่อนจึงจะเติมได้” คำตอบคือ ไม่ใช่ กลุ่มตัวอย่างตอบถูก โดยมีความรู้ในระดับปานกลาง จำนวน

304 คน คิดเป็นร้อยละ 76.00 ตอบผิด จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และไม่ระบุคำตอบ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 รองลงมาเป็นประเด็น “การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทำให้เครื่องยนต์ทำงานหนักทำให้เกิดการสึกหรอเร็วขึ้น” คำตอบคือ ไม่ใช่ กลุ่มตัวอย่างตอบถูก โดยมีความรู้ในระดับปานกลาง จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 ตอบผิด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 และไม่ระบุคำตอบ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุดได้แก่ประเด็น “ขณะนี้ได้มีการเปิดให้บริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 91 แก่ผู้ใช้รถยนต์แล้วที่สถานีบริการน้ำมันบางจาก” คำตอบคือ ใช่ กลุ่มตัวอย่างตอบถูก โดยมีความรู้ในระดับต่ำมาก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ตอบผิด จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 และไม่ระบุคำตอบ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 รองลงมาเป็นประเด็น “การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 95 มีความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับราคาต่อลิตรที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน 95” คำตอบคือ ใช่ กลุ่มตัวอย่างตอบถูก โดยมีความรู้ในระดับต่ำมาก จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตอบผิด จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 และไม่ระบุคำตอบ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้น้ำมัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้น้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและจำแนกรายข้อ โดยที่ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามทุกข้อ และแสดงความคิดเห็นให้ตรงกับความเป็นจริงจำนวน 13 ข้อ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.8 ทศนคติเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติ	เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ระบุ	ค่าเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
1. ท่านคิดว่าปัจจุบันเรามีความจำเป็นที่จะต้องประหยัดพลังงานน้ำมัน	362 (90.50)	31 (7.75)	3 (0.75)	4 (1.00)	2.91	ดี
2. การหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์กันมากขึ้นสามารถส่งผลต่อการลดใช้พลังงานน้ำมันของประเทศ	277 (69.25)	94 (23.50)	22 (5.50)	7 (1.75)	2.65	ดี
3. ผู้ที่ควรใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่างรู้คุณค่า คือ ผู้ที่ใช้รถยนต์เฉพาะเบนซินเท่านั้น	113 (28.25)	114 (28.50)	162 (40.50)	11 (2.75)	1.87	ปานกลาง
4. เมื่อใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์แล้วท่านรู้สึกว่าได้ช่วยชาติประหยัดพลังงานอย่างเป็นรูปธรรม	210 (52.50)	154 (38.50)	27 (6.75)	9 (2.25)	2.47	ดี
5. การตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์จะก่อให้เกิดประโยชน์ระยะยาวต่อทรัพยากรน้ำมันของโลก	247 (61.75)	120 (30.00)	26 (6.50)	7 (1.75)	2.56	ดี
6. การใช้น้ำมันอย่างรู้คุณค่า จะทำให้ใช้ชีวิตลำบากมากขึ้น	30 (7.50)	47 (11.75)	317 (79.25)	6 (1.50)	1.27	ไม่ดี
7. ผู้ใช้รถยนต์ต้องเตรียมพร้อมสำหรับการเรียนรู้วิธีการที่จะช่วยให้เกิดการประหยัดพลังงานอย่างจริงจัง	312 (78.00)	78 (19.50)	6 (1.50)	4 (1.00)	2.77	ดี
8. ทำให้เกษตรกรไทยผู้ผลิตพืชที่ใช้สกัด มีรายได้สูงขึ้น รวมทั้งมีคุณภาพชีวิตที่ดีเพราะมีรายได้จากการปลูกพืช	234 (58.50)	149 (37.25)	11 (2.75)	6 (1.50)	2.57	ดี
9. ผลดีที่ผู้ใช้ได้รับโดยตรงคือ ได้ใช้น้ำมันในราคาที่ประหยัดลง 1.50 บาทต่อลิตร และมีคุณภาพดี	232 (58.00)	141 (35.25)	21 (5.25)	6 (1.50)	2.54	ดี

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ทัศนคติ	เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ระบุ	ค่าเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
10. เมื่อใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์แล้ว รู้สึกว่าได้ช่วยลดมลพิษทางอากาศ ช่วยแก้ไขปัญหาลิ่งแวดล้อม และลดสภาวะเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ	210 (52.50)	161 (40.25)	19 (4.75)	10 (2.50)	2.49	ดี
11. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ว่าเป็นคนทันสมัย ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม	174 (43.50)	175 (43.75)	43 (10.75)	8 (2.00)	2.33	ปานกลาง
12. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ น่าจะส่งผลดีกว่าการใช้น้ำมันเบนซิน เห็นได้จากการที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงให้การสนับสนุน และทรงใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์เป็นการส่วนพระองค์มานานกว่า 10 ปี	280 (70.00)	104 (26.00)	8 (2.00)	8 (2.00)	2.69	ดี
13. การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ควรมีอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ	326 (81.50)	68 (17.00)	1 (0.25)	5 (1.25)	2.82	ดี
รวม					2.46	ดี

จากการศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ โดยรวมมีทัศนคติอยู่ในระดับดี ($\bar{x}=2.46$)

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อข้อความที่ 1 “ท่านคิดว่าปัจจุบันเรามีความจำเป็นที่จะต้องประหยัดพลังงานน้ำมัน” อยู่ในลำดับที่ 1 จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 90.50 มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ($\bar{x}=2.91$) รองลงมาคือ ข้อความที่ 13 “การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ควรมีอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ” จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ($\bar{x}=2.82$) และ ข้อความที่ 7 “ผู้ใช้รถยนต์ต้องเตรียมพร้อม

สำหรับการเรียนรู้วิธีการที่จะช่วยให้เกิดการประหยัดพลังงานอย่างจริงจัง” จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00 มีทัศนคติอยู่ในระดับดี เช่นเดียวกัน ($\bar{x} = 2.77$) ตามลำดับ

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อข้อความที่ 6 “การใช้น้ำมันอย่างรู้คุณค่า จะทำให้ใช้ชีวิตลำบากมากขึ้น” จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.25 มีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี ($\bar{x} = 1.27$) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นั้นมีการใช้พลังงานน้ำมันให้เกิดคุณค่ามากที่สุด เพื่อสามารถที่จะมีพลังงานใช้ในระยะเวลาต่อไป

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาใช้ เหตุผลที่เลือกเดิม สำหรับผู้ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ เหตุผลที่ไม่เลือกเดิมสำหรับผู้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ สำหรับผู้ที่ไม่เคยเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.9 พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขต
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ระยะเวลาที่คาด
ว่าจะหันมาใช้ เหตุผลที่เลือกและไม่เลือกเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

(n = 400)		
พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์		
เคย	276	69.00
ไม่เคย	106	26.50
ไม่ระบุ	18	4.50
ระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์		
1 สัปดาห์	29	7.25
1 เดือน	14	3.50
3 เดือน	26	6.50
6 เดือน	38	9.50
อื่น ๆ	140	35.00
ไม่ระบุ	153	38.25
เหตุผลที่เลือกเติม (สำหรับผู้ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์)		
การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เป็นการประหยัดค่าน้ำมันอย่างได้ผล	133	33.25
ช่วยรักษาเครื่องยนต์ ลดควันดำ รักษาสิ่งแวดล้อม	28	7.00
ราคาถูก คุณภาพดี และ ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องยนต์	65	16.25
มีความสะดวก เพราะมีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์หลายแห่ง	16	4.00
อื่น ๆ	45	11.25
ไม่ระบุ	113	28.25

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

(n = 77)		
พฤติกรรมทางเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลที่ไม่เลือกเดิม สำหรับผู้ที่ไม่เคยเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์		
กลัวว่าจะมีผลเสียต่อเครื่องยนต์	26	33.77
หาเติมยาก / มีไม่เพียงพอ	14	18.18
ไม่มั่นใจคุณภาพ / ไม่มีความรู้	23	29.87
ต้องปรับเปลี่ยนเครื่องยนต์ / มีค่าใช้จ่าย	5	6.49
ราคาไม่แตกต่างกับน้ำมันเบนซิน 95 / ต้องเติมบ่อยกว่าปกติ	9	11.69

จากการศึกษาพฤติกรรมทางเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมทางเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์

ด้านความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยหรือมีความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 และไม่เคยตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50

ด้านระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตอบข้ออื่น ๆ โดยให้ความคิดเห็นในหลายประเด็น เช่น คาดว่าจะหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในอีก 1 – 2 ปี ข้างหน้าจนกว่าจะมีความเชื่อมั่นว่าได้ผลดี ไม่มั่นใจว่าเครื่องยนต์สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ได้หรือไม่ จนกว่าราคาจะถูกลงกว่าเดิมมากขึ้น คาดว่าจะหันมาใช้เมื่อเปลี่ยนรถใหม่ จนกว่าสังคมจะมีการปลูกจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมกันประหยัดอย่างจริงจังมากกว่านี้ ฯลฯ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา ตอบว่าอีก 6 เดือน จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และตอบว่าอีก 1 สัปดาห์ จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ สำหรับ 1 เดือน กลุ่มตัวอย่างตอบน้อยที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

เหตุผลที่เลือกเดิม (สำหรับผู้ที่ไม่เคยเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ให้เหตุผลในประเด็นที่ว่า “การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ เป็นการประหยัดค่าน้ำมันอย่างได้ผล” เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา คือ “ราคาถูกคุณภาพดี และไม่มีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องยนต์” จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และอื่น ๆ เช่น ช่วยชาติประหยัดการนำเข้าน้ำมันเบนซินจากต่างประเทศ ช่วยอุดหนุนพืชผลทางการเกษตรจากเกษตรกร ฯลฯ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ ในส่วนของประเด็น “มีความ

สะดวก เพราะมีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์หลายแห่ง” เป็นเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตอบน้อยที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

เหตุผลที่ไม่เลือกเดิม (สำหรับผู้ที่ไม่เคยเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ไม่เคยเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ให้เหตุผลในประเด็นที่ว่า “เพราะกลัวว่าจะมีผลเสียต่อเครื่องยนต์” เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 33.77 รองลงมาคือ “ไม่มั่นใจคุณภาพ / ไม่มีความรู้” จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 “หาเติมยาก / มีไม่เพียงพอ” จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 “ราคาไม่แตกต่างกับน้ำมันเบนซิน 95 / ต้องเติมน้อยกว่าปกติ” จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.69 ส่วนประเด็นที่ว่า “ต้องปรับเปลี่ยนเครื่องยนต์ / มีค่าใช้จ่าย” กลุ่มตัวอย่างตอบน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.49

ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้น้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้น้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามโดยการเขียนแสดงความคิดเห็น ตามที่ต้องการ และนำมา จัดหมวดหมู่ ได้ผลดังนี้

ผลการวิเคราะห์ในส่วนของปัญหา อุปสรรคและความต้องการของการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้น้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการเปิดสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในบริษัทผู้จำหน่ายน้ำมันทุกรายทั่วทั้งประเทศ และไม่จำหน่ายเฉพาะแต่เพียงในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณ หรือจังหวัดใหญ่เท่านั้น นอกจากนี้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 ควรจะมีจำหน่ายทุกสถานีบริการน้ำมัน เนื่องจากในปัจจุบันมีจำหน่ายเพียงบริษัท บางจาก จำกัด (มหาชน) เท่านั้น จำนวน 17 คน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการควบคุมราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซินมากกว่าในปัจจุบันและควรมีการทดสอบคุณภาพให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นโดยการให้มีการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 14 คน กลุ่มตัวอย่างยังต้องการให้รักษาคุณภาพมาตรฐานของน้ำมันให้ได้คุณภาพเท่ากันทุกสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 12 คน กลุ่มตัวอย่างพบปัญหาเกี่ยวกับระบบของเครื่องยนต์ระหว่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นเชื้อเพลิง ทำให้ขาดความมั่นใจ จำนวน 7 คน เมื่อกลุ่มตัวอย่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์แล้วเกิดปัญหาในเรื่องการสูญเสียจากการระเหยของน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อจอดรถยนต์ทิ้งเอาไว้ไม่ได้ใช้งาน และมีการเผาผลาญมากกว่าการใช้น้ำมันเบนซิน 95 ทำให้ต้องเติมบ่อยขึ้นทำให้เกิดการสิ้นเปลืองกว่าการเติมน้ำมันเบนซิน ในขณะที่เดียวกันพบข้อดีหากขับรถยนต์ในระยะทางไกล จำนวน 3 คน กลุ่มตัวอย่างยังต้องการให้มีการผลิตเอทานอลมากขึ้นหรือตั้งโรงงานเพื่อผลิตใช้ภายในประเทศ ไม่ควรนำเข้าเอทานอลจากต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อนำมาผสมกับน้ำมันเบนซินผลิตเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในปริมาณที่เพียงพอหรือมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมรายได้ให้กับเกษตรกรที่ปลูกพืชเศรษฐกิจ เช่น อ้อย ข้าวโพด มันสำปะหลัง ฯลฯ เพื่อสามารถจำหน่ายให้กับผู้ผลิตนำมาผลิตเอทานอลได้มากเพียงพอต่อความต้องการ และสามารถจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันได้มากขึ้น เนื่องจากบางครั้งกลุ่มตัวอย่างเข้าใช้บริการมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค จำนวน 3 คน นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเติมระหว่างน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินมีความสิ้นเปลืองไม่แตกต่างกัน จำนวน 2 คน

ผลการวิเคราะห์ในส่วนของการเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ถึงคุณสมบัติ หรือข้อแตกต่างระหว่างน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับเบนซิน โดยให้แจ้งข้อมูลที่ได้ศึกษาค้นคว้าทางเทคโนโลยี แสดงถึงผลดี/ผลเสียจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยระบุข้อดีข้อเสียที่แท้จริงมีความชัดเจนตรงไปตรงมา ไม่ควรแจ้งแต่เฉพาะข้อดี ซึ่งส่วนใหญ่ยังมีความเห็นอีกว่าควรให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอไม่ควรขาดช่วง โดยให้มีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันผ่านสื่อทุกประเภท โดยเฉพาะสื่อมวลชน เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง ส่วนสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อบุคคลร่วมด้วยและให้ความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทำให้ผู้บริโภคได้รับความรู้ที่ถูกต้อง โดยเล็งเห็นความสำคัญของการใช้น้ำมันที่เป็นพลังงานทดแทน เพื่อให้เกิดการตระหนักถึงประโยชน์และความจำเป็นและหันมาเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น จำนวน 60 คน กลุ่มตัวอย่างต้องการให้หน่วยงานราชการและภาคเอกชนใช้ทุกหน่วยงานและเป็นผู้นำในการใช้ จำนวน 8 คน นอกจากนี้ยังต้องการให้มีมาตรการจูงใจในกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่แน่ใจให้หันไปใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำนวน 3 คน และให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ทุกยี่ห้อประชาสัมพันธ์เพื่อยืนยันว่าหากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์แล้วจะไม่มีผลเสียต่อเครื่องยนต์ จำนวน 3 คน

ตอนที่ 8 การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารทั่วไป ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับข่าวสารทั่วไปกับทัศนคติ และพฤติกรรมเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับทัศนคติ และพฤติกรรมเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์กับความรู้ และทัศนคติของ ประชาชนผู้ไ้รยยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

8.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของประชาชนผู้ไ้รยยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับ ลักษณะทางประชากร ด้านเพศ ของประชาชนผู้ไ้รยยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

เพศ	$\bar{x}$	S.D.	t
ชาย	3.09	.773	-1.003
หญิง	3.16	.681	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับเพศไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.11 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับ
ลักษณะทางประชากร ด้านอายุ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F
20-24 ปี	3.07	.610	.966
25-29 ปี	3.03	.703	
30-34 ปี	3.08	.659	
35-39 ปี	3.24	.747	
40 ปีขึ้นไป	3.17	.804	
รวม	3.12	.727	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านอายุ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับอายุไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับ
ลักษณะทางประชากร ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขต
กรุงเทพมหานคร

ระดับการศึกษาสูงสุด	$\bar{x}$	S.D.	F
ประถมศึกษา	3.34	.251	2.013
มัธยมศึกษาตอนต้น	2.69	.779	
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.07	.836	
อนุปริญญา / ปวส.	2.89	.681	
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.15	.719	
สูงกว่าปริญญาตรี	3.24	.677	
รวม	3.13	.727	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านการศึกษา พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับการศึกษา ไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.13 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับ
ลักษณะทางประชากร ด้านอาชีพ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F
รับจ้างทั่วไป	3.12	.707	.239
เจ้าของกิจการ / ประกอบอาชีพส่วนตัว	3.08	.490	
รับราชการ	3.13	.723	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.15	.684	
พนักงานบริษัทเอกชน	3.16	.807	
ไม่ได้ประกอบอาชีพ / กำลังอยู่ในระหว่างหางาน	3.02	.172	
อื่น ๆ	3.03	.782	
รวม	3.12	.728	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านอาชีพ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับอาชีพ ไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับ
ลักษณะทางประชากร ด้านรายได้ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

รายได้	$\bar{x}$	S.D.	F
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.05	.701	.758
10,001 - 20,000 บาท	3.07	.710	
20,001 - 30,000 บาท	3.23	.738	
30,001 - 40,000 บาท	3.21	.766	
40,001 - 50,000 บาท	3.19	.915	
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	3.17	.647	
รวม	3.12	.723	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านรายได้ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับรายได้ ไม่สัมพันธ์กัน

8.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับลักษณะทางประชากร ด้านเพศ ของประชาชนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

เพศ	$\bar{x}$	S.D.	t
ชาย	2.56	.968	.378
หญิง	2.53	.898	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านเพศ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับเพศ ไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมัน
แก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับลักษณะทางประชากร ด้านอายุ ของประชาชน
ผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F
20-24 ปี	2.57	.858	.359
25-29 ปี	2.54	.878	
30-34 ปี	2.45	.848	
35-39 ปี	2.62	.914	
40 ปีขึ้นไป	2.56	1.043	
รวม	2.54	.930	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับ
น้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านอายุ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์
เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับอายุ ไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมัน
แก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับลักษณะทางประชากร ด้านระดับการศึกษา
สูงสุด ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับการศึกษาสูงสุด	$\bar{x}$	S.D.	F
ประถมศึกษา	2.92	.722	.989
มัธยมศึกษาตอนต้น	2.39	1.012	
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	2.72	1.015	
อนุปริญญา / ปวส.	2.61	.855	
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2.56	.917	
สูงกว่าปริญญาตรี	2.39	.944	
รวม	2.55	.932	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับ
น้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ความถี่ในการเปิดรับ
ข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับระดับการศึกษา ไม่สัมพันธ์
กัน

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมัน
แก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับลักษณะทางประชากร ด้านอาชีพ ของ
ประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F
รับจ้างทั่วไป	2.62	.827	.619
เจ้าของกิจการ / ประกอบอาชีพส่วนตัว	2.46	.902	
รับราชการ	2.46	1.012	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.52	.882	
พนักงานบริษัทเอกชน	2.65	.881	
ไม่ได้ประกอบอาชีพ / กำลังอยู่ในระหว่างหางาน	2.08	.514	
อื่น ๆ	2.53	1.023	
รวม	2.54	.931	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับ
น้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านอาชีพ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการ
รณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับอาชีพ ไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมัน
แก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับลักษณะทางประชากร ด้านรายได้ ของ
ประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

รายได้	$\bar{x}$	S.D.	F
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.58	.842	.931
10,001 - 20,000 บาท	2.55	.903	
20,001 - 30,000 บาท	2.52	.975	
30,001 - 40,000 บาท	2.69	1.011	
40,001 - 50,000 บาท	2.50	1.153	
มากกว่า 50,001 ขึ้นไป	2.26	.840	
รวม	2.54	.925	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับ
น้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ ด้านรายได้ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการ
รณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับรายได้ ไม่สัมพันธ์กัน

8.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป กับทัศนคติ และพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้งานรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป กับทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้งานรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)		
ความสัมพันธ์	ทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไป	.126	.012*

* แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไป จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปกับทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.126 หมายถึง ยิ่งประชาชนมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปมากขึ้นเท่าใด ก็จะมีทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ดีมากขึ้น

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์	$\bar{x}$	S.D.	t
เคย	3.16	.716	2.187*
ไม่เคย	2.99	.695	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ประชาชนที่เคยมีความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ มีการรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.16$) และที่ประชาชนที่ไม่เคยตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ มีการรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ($\bar{x} = 2.99$)

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป กับระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์	$\bar{x}$	S.D.	F
1 สัปดาห์	3.21	.660	.765
1 เดือน	3.40	.957	
3 เดือน	3.18	.789	
6 เดือน	3.01	.798	
อื่นๆ	3.14	.781	
รวม	3.15	.781	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับระยะเวลาที่จะหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับระยะเวลาที่จะหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ไม่สัมพันธ์กัน

8.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับทัศนคติ และพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)		
ความสัมพันธ์	ทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์	.177	< .001*

** แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.177 หมายถึง ประชาชนมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มากขึ้นเท่าใด ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับ ความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขต กรุงเทพมหานคร

ความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์	$\bar{x}$	S.D.	t
เคย	2.59	2.587	1.747
ไม่เคย	2.40	2.401	
รวม			

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่างๆ กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับ ระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขต กรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาใช้แก๊สโซฮอล์	$\bar{x}$	S.D.	F
1 สัปดาห์	2.97	.896	1.890
1 เดือน	2.98	1.237	
3 เดือน	2.61	.828	
6 เดือน	2.51	.862	
อื่นๆ	2.51	1.041	
รวม	2.60	.998	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ไม่สัมพันธ์กัน

8.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์กับ
ความรู้และทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้งานรถยนต์ในเขต
กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้งานรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์	$\bar{x}$	S.D.	t
เคย	6.79	2.282	.272
ไม่เคย	6.71	2.814	
รวม			

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ กับระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์	$\bar{x}$	S.D.	F
1 สัปดาห์	6.34	2.040	1.613
1 เดือน	6.71	1.939	
3 เดือน	6.58	2.157	
6 เดือน	5.89	3.315	
อื่น ๆ	6.97	2.321	
รวม	6.68	2.446	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ กับระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ไม่สัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์	$\bar{x}$	S.D.	t
เคย	2.52	.288	5.782
ไม่เคย	2.31	.347	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ พบว่า ทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับความตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ประชาชนที่มีทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ อยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 2.52$) จะเคยตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ และประชาชนที่มีทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.31$) ไม่เคยตั้งใจที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาที่คาดว่าจะหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์	$\bar{x}$	S.D.	F
1 สัปดาห์	2.65	.263	3.955
1 เดือน	2.38	.387	
3 เดือน	2.48	.296	
6 เดือน	2.49	.314	
อื่น ๆ	2.39	.338	
รวม	2.45	.333	

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ กับระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า ทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์กับระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ประชาชนที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ใน 1 สัปดาห์ มีทัศนคติอยู่ในลำดับที่ 1 โดยมีทัศนคติอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 2.65$) รองลงมาคือ คาดว่าจะหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในระยะเวลาอีก 6 เดือน และ 3 เดือน ตามลำดับ โดยมีทัศนคติอยู่ในระดับดีเช่นเดียวกัน ($\bar{x} = 2.49$ และ 2.48)

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ตามระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่

ระยะเวลา	1 สัปดาห์	1 เดือน	3 เดือน	6 เดือน	อื่น ๆ
1 สัปดาห์					
1 เดือน	-.2675*				
3 เดือน	-.1699	.0977			
6 เดือน	-1.536	.1139	.0162		
อื่น ๆ	-.2503*	.0172	-.0805	-.0967	

การศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ตามระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ รายคู่ พบว่า ประชาชนที่มีระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใน 1 สัปดาห์ มีทัศนคติต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ แตกต่างกับประชาชนที่มีระยะเวลาที่คาดว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใน 1 เดือน และอื่น ๆ เช่น อีก 1 – 2 ปี จนกว่าจะแน่ใจว่าได้ผลดี คาดว่าจะหันมาใช้เมื่อเปลี่ยนรถใหม่ ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05