

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการ และกลยุทธ์การสื่อสารการณรงค์ใช้แก๊สโซฮอล์ของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์ของประชาชนผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการวิเคราะห์เอกสาร และการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จำนวน 406 คน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์หาค่า Chi-Square และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ในการประมวลผล

ผลการศึกษา พบว่า 1) กระบวนการ การสื่อสารการณรงค์ใช้แก๊สโซฮอล์ ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การสื่อสาร ช่วงเวลาดำเนินการ การประเมินผล และผู้รับผิดชอบของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน 2) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการณรงค์การใช้แก๊สโซฮอล์ พบว่า หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีการใช้สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสาร, สื่อบุคคล, สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์, แผ่นพับ, สติกเกอร์, กิจกรรมต่างๆ และของที่ระลึก รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ต 3) การรับรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง มีความรู้ในระดับสูง มีทัศนคติเป็นกลาง และไม่เคยมีพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์ 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 4.1) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ไม่แตกต่างกัน 4.2) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศและรายได้แตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์แตกต่างกัน 4.3) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีระดับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอล์ทดแทนน้ำมันเบนซินแตกต่างกัน 4.4) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์แตกต่างกัน 4.5) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ 4.6) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และพฤติกรรมการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ 4.7) ความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติการใช้แก๊สโซฮอล์ทดแทนน้ำมันเบนซิน 4.8) ความรู้มีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ 4.9) ทักษะการใช้แก๊สโซฮอล์ทดแทนน้ำมันเบนซินมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์

The objectives of the research on Communication Process and Strategies in Gasohol Campaign in Bangkok were to examine 1) the communication process and campaign strategies of public and private organizations, and 2) the perception, attitudes and behavior of the people using the gasohol for their personal vehicles. The research methodologies used were the qualitative and quantitative approaches. To collect the data, a documentary analysis, an in-depth interview, and questionnaires were conducted with 406 samples under study. For processing and analyzing the data, the SPSS Program for Windows, Percentage, mean, Chi-Square and Pearson's Correlation Coefficient were used.

The findings were as follows:

- 1) The gasohol campaign communication process was consisted of its objectives, the target groups of people, communication strategies, length of campaign timing, evaluation, and people who were in charge;
- 2) The communication campaign strategies used by the public and private organizations were mass media : television, radio, newspapers, magazines, journals, mediated person, specialized media including billboards, posters, brochures, stickers, promotion activities, souvenirs, and internet.
- 3) The perception and the attitudes of the sample were moderate, while their knowledge on gasohol was high. However, they never used the gasohol.
- 4) The testing of five hypotheses showed that 4.1) even though there was a difference in demography, there was no difference in media exposure; 4.2) difference in sex and income resulted in difference in knowledge on gasohol; 4.3) difference in sex resulted in difference in attitudes towards using the gasohol in stead of benzene; 4.4) difference in age resulted in difference in selection behavior in using the gasohol; 4.5) media exposure to the gasohol was positively correlated to the knowledge on gasohol; 4.6) media exposure to the gasohol was not correlated to the selection behavior in using the gasohol; 4.7) knowledge was positively correlated to the attitudes towards using the gasohol in stead of benzene; 4.8) knowledge was negatively correlated to the selection behavior in using the gasohol; 4.9) attitudes towards using the gasohol in stead of benzene were negatively correlated to the selection behavior in using the gasohol.