



การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวสาร
พลังงานทางเลือก: ศึกษาเฉพาะกรณี การใช้แก๊สโซฮอล์ เอ็นจีวี
และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

วิมลพรรณ อากาศ
กฤษณ์ท แสันทวี

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณผลประโยชน์ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2552
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ชื่อเรื่อง : การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข่าวสาร
พลังงานทางเลือก: ศึกษาเฉพาะกรณี การใช้แก๊สโซฮอลล์ เอ็นจีวี
และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลพรรณ อากาเวท คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
: นายกฤษณ์ท แสนทวี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

พ.ศ. : 2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข่าวสาร พลังงานทางเลือก: ศึกษาเฉพาะกรณี การใช้แก๊สโซฮอลล์ เอ็นจีวี และไบโอดีเซล ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงความรู้ พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือกของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการสำรวจโดยแบบสอบถาม ซึ่งมีผลการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงาน ทางเลือกทางสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์/นิตยสาร และสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน
4. กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน
5. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์/นิตยสาร และสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน
6. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภท แก๊สโซฮอลล์ NGV และไบโอดีเซล แตกต่างกัน
7. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับแก๊ส โซฮอลล์ และไบโอดีเซลแตกต่างกัน
8. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับไบโอดีเซล แตกต่างกัน
9. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับ โอดีเซล แตกต่างกัน
10. กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน จะมีการใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

Title : Media Exposure, Usage and Gratification towards Alternative Energy Information: Case study on Gasohol, NGV and Biodiesel Consumption of Inhabitants in Bangkok

Author : Wimonpan Arpavate, Kritchanat Santawee

Year : 2009

Abstract

This research aimed to examine knowledge, exposure, usage and gratification towards alternative energy information of inhabitants in Bangkok. The data from the samples were collected by questionnaires. The findings were as follows;

1. The alternative energy internet information exposure differs significantly among the sample groups of different sex.
2. The media exposure through televisions, radios, newspaper, magazine and internet differs significantly among the sample groups of different age.
3. The media exposure through radios and newspapers differs significantly among the sample groups of different income.
4. The media exposure through televisions and internet differs significantly among the sample groups of different educational background.
5. The media exposure through televisions, radios, newspaper, magazine and internet differs significantly among the sample groups of different career.
6. The knowledge on Gasohol, NGV and Biodiesel differs significantly among the sample groups of different age.
7. The knowledge on Gasohol and Biodiesel differs significantly among the sample groups of different income.
8. The knowledge on Biodiesel differs significantly among the sample groups of different educational background.
9. The knowledge on Biodiesel differs significantly among the sample groups of different career.
10. The internet usage and gratification differs significantly among the sample groups of different internet exposure.

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข่าวสารพลังงานทางเลือก : ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้แก๊สโซฮอล์ เอ็นจีวี และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยที่ได้แรงบันดาลใจมาจากราคาน้ำมันที่แพงขึ้น และรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำพลังงานทางเลือกเข้ามาใช้เพื่อจะทดแทนการใช้พลังงานหลัก ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้สนใจในการทำวิจัยที่เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกดังกล่าว โดยได้รับงบประมาณจากคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในปีงบประมาณ 2552 และได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอขอบคุณคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่ให้ทุนสนับสนุนโครงการวิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ฝ่ายวิชาการและวิจัยที่คอยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่แผนกการเงินของคณะฯ ที่อำนวยความสะดวกในการเบิกจ่ายงบประมาณของโครงการวิจัยภายใต้ระเบียบข้อบังคับของราชการ และที่สำคัญขอขอบคุณประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่กรุณาตอบแบบสอบถาม ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(2)
สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 ปัญหำวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demographics)	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพและอิทธิพลของสื่อมวลชน	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process)	12
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารที่กระตือรือร้น (Active Receivers)	15
2.5 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratification)	16
2.6 ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)	17
2.7 ทฤษฎีการสื่อสารนวัตกรรม (Communication and Innovation Theory)	19
2.8 ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน (ก๊าซโซฮอสล์ E20 ก๊าซเอ็นจีวี และไบโอดีเซล)	22
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25

สารบัญ (ต่อ)

3. ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วิธีการศึกษา	30
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	37
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	38
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	38
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	42
4. ผลการศึกษา	
4.1 คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	45
4.3 ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	46
4.4 ทศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอลล์ NGV และไบโอดีเซล	51
4.5 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร	56
4.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	64
4.7 สรุปการทดสอบสมมติฐาน	85
5. สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	89
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	94
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	96

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจําแนกตามเขต	31
4.1 แสดงคุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.2 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	45
4.3 แสดงการรู้จักพลังงานทางเลือก	46
4.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทแก๊สโซฮอลล์	47
4.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภท NGV	48
4.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทไบโอดีเซล	49
4.7 แสดงทัศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอลล์ NGV ไบโอดีเซล	51
4.8 แสดงการรับทราบเกี่ยวกับปัญหาราคาน้ำมันแพง และการส่งเสริมให้ใช้พลังงานทางเลือก	53
4.9 แสดงการรับทราบเกี่ยวกับการมีสถานีบริการเติมแก๊สโซฮอลล์ NGV และไบโอดีเซล	53
4.10 แสดงความพยายามค้นคว้าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ NGV และไบโอดีเซล	54
4.11 แสดงระยะเวลาในการศึกษาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ NGV และไบโอดีเซล	54
4.12 แสดงความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ NGV และไบโอดีเซล มากขึ้น หลังจากเปิดรับข่าวสาร	54
4.13 แสดงความเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ NGV และไบโอดีเซล หลังจากเปิดรับข่าวสาร	55
4.14 แสดงความต้องการใช้แก๊สโซฮอลล์ NGV และไบโอดีเซล หลังจากเปิดรับข่าวสาร	55
4.15 แสดงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทางสื่อโทรทัศน์	56
4.16 แสดงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทางสื่อวิทยุ	58
4.17 แสดงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทาง สื่อหนังสือพิมพ์	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทาง สื่ออินเทอร์เน็ต	62
4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า T ในการเปรียบเทียบความแตกต่างเพศและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	64
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบ ความแตกต่างอายุพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อ	65
4.21 แสดงแสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง	66
4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อ	67
4.23 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	68
4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับ การศึกษาและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อ	69
4.25 แสดงแสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	70
4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของอาชีพ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อ	71
4.27 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	72
4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า T ในการเปรียบเทียบความแตกต่าง เพศและความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	73
4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่าง อายุและความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	74
4.30 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบ ความแตกต่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	76
4.32 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	77
4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบ ความแตกต่างระดับการศึกษาและความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	78
4.34 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	79
4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบ ความแตกต่างของอาชีพ และความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	80
4.36 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	81
4.37 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประเภทนั้น	82
4.38 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	83
ตารางแสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐาน	85

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาในการวิจัย

ในปี พ.ศ. 2537 โครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา ร่วมกับองค์การเอกชน ขยายกำลังการผลิตเอทานอลเพื่อให้มีปริมาณเพียงพอผสมกับน้ำมันเบนซิน เชื้อเพลิงที่ผสมได้เรียกว่า “น้ำมันแก๊สโซฮอล์” และ “น้ำมันแก๊สโซฮอล์” นี้ ได้ถูกนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์ของโครงการฯ ทุกคันที่ใช้ น้ำมันเบนซิน และโครงการนี้ได้เป็นหนึ่งในโครงการเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในมหามงคลวโรกาสเสด็จเถลิงถวัลยราชสมบัติ 50 ปี ของสำนักพระราชวัง (คณะกรรมการพลังงาน, 2545: 14-15)

เนื่องจากการนำเอทานอลมาใช้เป็นส่วนผสมในน้ำมันเชื้อเพลิงนั้น จะต้องใช้เอทานอลที่มีส่วนผสมของน้ำน้อยที่สุด ซึ่งโดยมาตรฐานแล้ว ควรเป็นเอทานอลที่มีความบริสุทธิ์ระดับ ร้อยละ 95 โดยปริมาตร ต่อมาโครงการส่วนพระองค์ฯ ร่วมกับการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยในขณะนั้น และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ดำเนินการปรับปรุงคุณภาพเอทานอลที่ใช้เติมรถยนต์ที่ใช้เติมรถยนต์ โดยโครงการส่วนพระองค์ฯ ส่งเอทานอลที่มีความบริสุทธิ์ ร้อยละ 95 ไปกลั่นซ้ำเป็นเอทานอลที่มีความบริสุทธิ์ร้อยละ 99.5 ที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย แล้วนำกลับมาผสมกับน้ำมันเบนซินธรรมดาในอัตราส่วน 1: 9 จึงได้ใช้แก๊สโซฮอล์ที่มีค่าออกเทนเทียบเท่าน้ำมันเบนซิน 95 แล้วจึงเปิดจำหน่ายแก่ประชาชนที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาสำนักงานใหญ่ ซึ่งได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอย่างดี

พระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการริเริ่มใช้พลังงานทดแทนนี้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาของชาวโลก เมื่อสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ได้จัดส่งผลงานของพระองค์ร่วมแสดงในงานนิทรรศการสิ่งประดิษฐ์นานาชาติ “Brussels Eureka 2001” ณ กรุงบรัสเซลส์ ประเทศเบลเยียมส่งผลให้ผลงาน “โครงการน้ำมันไบโอดีเซลสูตรสกัดจากน้ำมันปาล์ม” ได้รับเหรียญทอง ประเภทนิยัตริสต์ดีเกิดพระเกียรติคุณ และถ้วยรางวัลจากงานดังกล่าว

นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้พลังงานทดแทนในประเทศไทย ภายใต้กระแสการขาดแคลนพลังงานเชื้อเพลิงจากปิโตรเลียมทั่วโลก ซึ่งในปัจจุบันประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย นั้น ต่างใช้น้ำมันดีเซลชีวภาพในรูปไบโอดีเซลอย่างแพร่หลาย (แก้วขวัญ วัชโรทัย, 2543) เมื่อต้นปี พ.ศ. 2545 ที่ผ่านมาราคาน้ำมันก็ได้ปรับตัวขึ้นเมื่อกลุ่มโอเปคและกลุ่มนอกโอเปคได้ทำการลดกำลังการผลิต รวมทั้งการเกิดความไม่สงบในแถบตะวันออกกลางและการเกิดความตึงเครียดของสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกากับประเทศอิรักรอบใหม่ที่เกิดขึ้น การสู้รบมีความยืดเยื้อมาเรื่อยๆ จนล่วงเลยมาเข้าสู่ปี ค.ศ. 2004 และประกอบกับการที่ระบบเศรษฐกิจโลกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดความต้องการใช้น้ำมันสูงมาก ส่งผลให้เกิดการปรับราคาขึ้นอีกหลายครั้ง ซึ่งมีโอกาสหมดไปจากโลกนี้ได้ในอนาคตทางหนึ่งที่จะช่วยยืดอายุของแหล่งพลังงานซากดึกดำบรรพ์คือการแสวงหาพลังงานอย่างอื่นมาทดแทน

สำหรับในประเทศไทย ได้มีการรณรงค์ให้เกิดการใช้พลังงานจากปิโตรเลียมลดลงและเพิ่มปริมาณการใช้พลังงานทดแทนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยด้านราคาที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประชาชนส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจพลังงานทดแทนหรือพลังงานทางเลือก เช่น แก๊สโซฮอลล์ และไบโอดีเซล มากขึ้น จากยอดการใช้น้ำมันเบนซินและดีเซลในช่วงเดือน มกราคม - เมษายน 2550 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 และ 0.8 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2549 และมีแนวโน้มจะลดลงเพราะราคาน้ำมันที่ปรับเพิ่มขึ้น ส่วนพลังงานทดแทน ไม่ว่าจะเป็น แก๊สโซฮอลล์ NGV และไบโอดีเซล มีการใช้เพิ่มขึ้นเพราะรัฐบาลได้ขยายส่วนต่างของราคาจำหน่ายเบนซิน 95 กับแก๊สโซฮอลล์ให้เพิ่มมากขึ้น (สำนักงานข่าวกรองแห่งชาติ, 2550)

ในส่วนของแก๊สโซฮอลล์ นั้น จากการที่ปริมาณการจำหน่ายในปี 2550 สูงขึ้นอย่างรวดเร็วตามนโยบายและการ ส่งเสริมของรัฐบาล โดยมีการจำหน่าย 3.4 ล้านลิตรต่อวัน ในเดือนมกราคมเพิ่มเป็น 6.1 ล้านลิตรต่อวัน นอกจากนั้นรัฐบาลยังมีนโยบายขยายการใช้เอทานอลให้มากขึ้น โดยส่งเสริมการใช้ แก๊สโซฮอลล์ E20¹ ทั้งนี้ กรมธุรกิจพลังงานได้ออกประกาศกำหนดลักษณะ และคุณภาพของ E20 เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2550 และจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2551 เป็นต้นไป โดยมาตรฐานคุณภาพของ E20 ได้รับการยอมรับทั้งจากผู้ค้าน้ำมันและผู้ผลิตรถยนต์แล้ว จึงคาดว่าปริมาณการใช้เอทานอล ในปี 2551 จะเพิ่มถึงวันละ 1.3 ล้านลิตร

สำหรับไบโอดีเซล ซึ่งเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างจริงจัง เพื่อทดแทนการนำเข้า โดยได้กำหนดให้ใช้ผสมในน้ำมันดีเซลจำนวน ร้อยละ 2 ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2551 เป็นต้นไป ซึ่งผลจากนโยบายนี้ทำให้มีการใช้ไบโอดีเซล (B100)² ประมาณ 1 ล้านลิตรต่อวัน จากนโยบายที่กล่าวมาทำให้ประมาณการว่าในปี 2551 ปริมาณความต้องการไบโอดีเซล (B100) อยู่ใน ระดับ 1.16 ล้านลิตรต่อวัน (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน, 2550)

นอกจากแก๊สโซฮอลล์ E20 และไบโอดีเซลแล้ว ก๊าซเอ็นจีวี (NGV:Natural Gas Vehicles)ยังเป็นพลังงานทดแทนอีกชนิดหนึ่งที่ประเทศไทยสามารถผลิตได้เอง มีราคาถูกกว่าน้ำมัน และเชื้อเพลิงประเภทอื่นๆ เป็นอย่างมาก ทั้งยังสะอาดและไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสภาพแวดล้อม เมื่อเทียบกับเครื่องยนต์ที่ใช้น้ำมันเบนซินและดีเซล โดยพบว่ารถที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวีสามารถลดก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ได้ถึง ร้อยละ 50-80 ลดก๊าซไนโตรเจนออกไซด์ ร้อยละ 60-90 ลดก๊าซไฮโดรคาร์บอนได้ ร้อยละ 60-80 (อ้างถึงใน ยิ่งมณัส สุขุมารบุตร 2550 : 6) ในปัจจุบันหลายหน่วยงานจึงพยายามสนับสนุนให้ประชาชนใช้ก๊าซ NGV เพื่อเป็นพลังงานสำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล

จากความก้าวหน้าในการพัฒนาพลังงานทดแทนในประเทศไทย และสถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลก ทำให้ประชาชนไทยตระหนักถึงความจำเป็นและเริ่มเกิดการปรับเปลี่ยน

¹ ส่วนผสมของเอทานอล 20% และน้ำมันเบนซินพิเศษ (Base Gasohol) 80%

² ไบโอดีเซลส่วนๆไม่ผสมน้ำมันดีเซลปกติผสม

พฤติกรรมการใช้พลังงานภายในประเทศมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการลดปริมาณการใช้พลังงานให้น้อยลง หรือการหันมาใช้พลังงานชนิดอื่นทดแทน ซึ่งได้มีนโยบายการส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์การใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิง เนื่องจากมีกระแสความไม่เชื่อมั่นในประสิทธิภาพด้านการใช้งานและผลกระทบต่อเครื่องยนต์ จึงทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งยังมีความลังเล และไม่กล้าเปลี่ยนมาใช้พลังงานทดแทนสำหรับเป็นเชื้อเพลิงในรถยนต์ จึงทำให้หลายฝ่ายได้พยายามให้ข้อมูลข่าวสาร และการรณรงค์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องนี้แก่ประชาชนอย่างชัดเจนขึ้น

การประเมินผลถึงความสำเร็จในการให้ข้อมูล ข่าวสาร และการรณรงค์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงใช้ในการสื่อสารกับประชาชนครั้งต่อไป อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงจำเป็นต้องทราบถึงความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ ตลอดจนความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากสื่อสารมวลชน ในลักษณะที่ได้รับความสนใจจากประชาชนสำหรับการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวมากที่สุด ดังนั้น คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จึงเห็นควรมีการวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจต่อข่าวสารพลังงานทางเลือก : ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้แก๊สโซฮอล์ เอ็นจีวี และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขตกรุงเทพ เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงเป็นแนวทางใน การสร้างความรู้ และการรณรงค์ด้านการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารมวลชน ให้ประชาชนเกิดพฤติกรรมการใช้พลังงานทางเลือกอย่างแพร่หลายต่อไป

2. ปัญหาการศึกษา

2.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือกแตกต่างกันหรือไม่

2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือกแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกันหรือไม่

2.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือกแตกต่างกันจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อแตกต่างกันหรือไม่

2.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือกแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อพลังงานทางเลือกแตกต่างกันหรือไม่

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

3.1 เพื่อศึกษาถึงความรู้ พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารพลังงานทางเลือก และความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3 เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสาร กับการใช้ประโยชน์ความพึงพอใจเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4 เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสาร กับการทัศนคติต่อพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

4.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน

4.3 พฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่างกัน

4.4 พฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน

5. ขอบเขตในการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงประชาชนที่อาศัยอยู่ในแต่ละเขตกรุงเทพมหานคร ในพื้นที่ 50 เขต เท่านั้น

5.2 ขอบเขตด้านประชากร ซึ่งเลือกเก็บแบบสอบถามจากประชาชนในแต่ละเขตของกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นผู้ที่สิทธิ์ขอใบอนุญาตขับรถยนต์ส่วนบุคคลได้ตามกฎหมาย

5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratification) เป็นทฤษฎีหลักในการศึกษาโดยมองว่าประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับสารที่เป็นผู้เลือกเปิดรับข่าวสารตามความสนใจและกระตือรือร้น (Active Receivers) ดังนี้

1) การเปิดรับข่าวสาร ศึกษาเฉพาะสื่อสารมวลชน ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร เท่านั้น

2) ความพึงพอใจ ศึกษาเฉพาะความพึงพอใจต่อการสื่อสารมวลชนในด้านความน่าสนใจ (Command attention), ความน่าประทับใจ (Cater to the heart and the head), ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสาร (Call to action), ความถูกต้องชัดเจน (Clarity the message), ประโยชน์ที่ได้รับ (Communicate a benefit), ความน่าเชื่อถือ (Create trust) และ ความต่อเนื่องของเนื้อหา (Convey a consistent message) เท่านั้น

3) มุ่งศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก เฉพาะก๊าซโซฮอลล์ ก๊าซเอ็นจีวี และไบโอดีเซลล์ เพียง 3 ชนิด เท่านั้น

5.4 ขอบเขตด้านเวลา ซึ่งผู้วิจัยศึกษาโดยเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน ตุลาคม – กันยายน 2551 เท่านั้น ซึ่งอาจมีตัวแปรด้านการสื่อสารที่แตกต่างกันไปจากช่วงเวลาก่อนหน้านี้ หรือหลังจากนี้ เช่น อาจมีสื่อให้ความสนใจในการเผยแพร่เพิ่มมากขึ้นหรือลดลง ซึ่งส่งผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

6. นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1) **ลักษณะทางประชากร** หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่จำแนกตามคุณสมบัติทางประชากร ซึ่งในที่นี้ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้

2) **พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร** หมายถึง การที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เลือกอ่าน และ รับฟัง ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยพิจารณาจาก

- ความถี่ในการเปิดรับสื่อ
- ความถี่ในการเปิดรับสารตามประเภทเนื้อหา

3) **ความพึงพอใจที่ได้รับ** หมายถึง ระดับของความพึงพอใจที่ประชาชน ได้รับจากการเปิดรับสื่อมวลชนในด้านต่าง ๆ คือ ความน่าสนใจ (Command attention), ความน่าประทับใจ (Cater to the heart and the head), ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสาร (Call to action), ความถูกต้องชัดเจน (Clarity the message), ประโยชน์ที่ได้รับ (Communicate a benefit), ความน่าเชื่อถือ (Create trust) และ ความต่อเนื่องของเนื้อหา (Convey a consistent message) ซึ่งได้กำหนดความพึงพอใจเป็น 5 ระดับคือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจค่อนข้างมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจค่อนข้างน้อย และไม่พึงพอใจเลย

4) **สื่อ** หมายถึง สื่อเพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารพลังงานทางเลือก ซึ่งได้เป็นการสื่อสารมวลชน ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร โดยมีรายละเอียดของสื่อที่ศึกษาในแต่ละประเภท คือ

- **สื่อโทรทัศน์ (Television Media)** หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่สามารถเผยแพร่ทั้งภาพและเสียงได้ในขณะเดียวกัน และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี ซึ่งได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 MODERN NINE TV ช่อง 9 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์ TPBS (Thai Public Broadcasting Service)

- **สื่อวิทยุ (Radio Media)** หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่ผู้รับสารสามารถรับฟังข่าวสารได้ทางระบบ FM และระบบ AM โดยเป็นสื่อที่มีต้นทุนไม่สูงมาก สร้างความใกล้ชิดกับผู้ฟังได้เป็นอย่างดีและสามารถเจาะจงพื้นที่ (คลื่น) ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ FM และคลื่นวิทยุกระจายเสียงในระบบ AM ที่มีกำลังส่งครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และสถานีวิทยุชุมชนต่างๆ ที่เปิดถูกต้องตามกฎหมาย

- **สื่อหนังสือพิมพ์ (Newspaper)** หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่รายงานข่าวสาร สาระบันเทิงข้อวิเคราะห์ วิจารณ์ แก่ประชาชน อย่างสม่ำเสมอ ด้วยวิธีการจัดรูปเล่มแบบการเก็บเล่มเข้าด้วยกันไม่เย็บเล่ม และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้อ่านได้ด้วยการให้รายละเอียดที่ครบถ้วน ต่อเนื่อง ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน สยามรัฐ แนวหน้า ข่าวสด ไทยโพสต์ กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน Bangkok Post The Nation ประชาชาติธุรกิจ คมชัดลึก โพสต์ทูเดย์ บ้านเมือง บางกอกทูเดย์ สยามรัฐรายสัปดาห์ มติชนสุดสัปดาห์ เนชั่นสุดสัปดาห์ ผู้จัดการราย สัปดาห์

- **สื่อนิตยสาร (Magazine)** หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการจัดรูปเล่ม และเย็บเล่มสวยงามมีภาพประกอบ มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน มีการผลิตและจัดจำหน่ายตามกำหนดแน่นอน เช่น รายเดือน รายปักษ์ (2 สัปดาห์ ต่อครั้ง) เป็นต้น

- **สื่ออินเทอร์เน็ต** หมายถึง ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกัน ภายใต้มาตรฐานการสื่อสารเดียวกัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารและสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายต่างๆ ทั่วโลก ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งรวมสารสนเทศจากทุกมุมโลก ทุกสาขาวิชา ทุกด้าน ทั้งบันเทิงและวิชาการ ตลอดจนการประกอบธุรกิจต่างๆ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

5) **การใช้ประโยชน์** หมายถึง การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารพลังงานทางเลือกจากสื่อสารมวลชนต่างๆ เพื่อนำไปแก้ปัญหาด้านการใช้พลังงาน ด้านการเป็นข้อมูลข่าวสารในการสนทนา ด้านการสนับสนุนค่านิยมของตนเองเกี่ยวกับการใช้พลังงานทางเลือก ด้านการสำรวจและพิจารณาความเป็นจริงเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก ตลอดจนสร้างความรู้ในเหตุการณ์ต่างๆ หรือช่วยในการตัดสินใจ

6) **ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก** หมายถึง การรับรู้เบื้องต้น ซึ่งเป็นข้อเท็จจริง (Facts) เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก ที่เก็บรวบรวมจากการเปิดรับสื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารพลังงานทางเลือก ซึ่งจะช่วยให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติต่อพลังงานทางเลือก รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก ทั้ง 3 ประเภท ซึ่งได้แก่ ก๊าซโซฮอลล์ E20 ก๊าซเอ็นจีวี และไบโอดีเซล ดังนี้

- **ก๊าซโซฮอลล์ E20** หมายถึง เชื้อเพลิงที่ได้จากการผสมน้ำมันเบนซิน ร้อยละ 80 และเอทานอล อีกร้อยละ 20 โดยมีคุณสมบัติเหมือนน้ำมันเบนซินปกติ จึงใช้เป็นเชื้อเพลิงในยานพาหนะทั่วไปได้

- **ก๊าซเอ็นจีวี (Natural Gas for Vehicle: NGV)** หมายถึง ก๊าซธรรมชาติอัด ที่ถูกอัดที่แรงดัน 200 bar หรือ 3,000 psi และถูกกักเก็บไว้ในถังบรรจุก๊าซธรรมชาติอัดที่ถูกผลิตขึ้นมาเป็นพิเศษให้สามารถ รองรับแรงดันได้ ซึ่งเป็นสารประกอบไฮโดรคาร์บอน ซึ่งประกอบด้วย ธาตุ

ถ่านคาร์บอน (C) กับธาตุไฮโดรคาร์บอน (H) จับตัวกันเป็นโมเลกุล โดยเกิดขึ้นเอง ตามธรรมชาติ ด้วยคุณสมบัติทางฟิสิกส์ของก๊าซธรรมชาติ ที่ใช้ในยานยนต์ พบว่ามีมลพิษน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเชื้อเพลิงอื่นๆ

- **ไบโอดีเซล** หมายถึง เชื้อเพลิงดีเซลที่ผลิตจากแหล่งทรัพยากรหมุนเวียน เช่น น้ำมันพืช ไขมันสัตว์ หรือสาหร่าย ไบโอดีเซลเป็นเชื้อเพลิงดีเซลทางเลือก นอกเหนือจากดีเซลที่ผลิตจากปิโตรเลียม โดยมีคุณสมบัติการเผาไหม้ เหมือนกับดีเซลจากปิโตรเลียมมาก และสามารถใช้แทนกันได้ คุณสมบัติสำคัญของไบโอดีเซลคือ สามารถย่อยสลายได้เอง ตามกระบวนการชีวภาพในธรรมชาติ (biodegradable) และไม่เป็นพิษ (non-toxic)

7) **แนวโน้มการยอมรับการใช้พลังงานทางเลือก** หมายถึง การยอมรับนวัตกรรมพลังงานทางเลือก เช่น ขั้นตอนการรับทราบข้อมูล ขั้นสนใจ ขั้นประเมินค่า ขั้นทดลอง ขั้นยอมรับ และนำนวัตกรรมไปใช้จริง

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแผนการใช้สื่อเพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารพลังงานทางเลือก ในการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกและเกิดการยอมรับตลอดจนมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้พลังงานทางเลือกในอนาคตได้อย่างเหมาะสม



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจต่อข่าวสารพลังงานทางเลือก : ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้แก๊สโซฮอล์ เอ็นจีวี และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงเป็นแนวทางใน การสร้างความรู้ และการรณรงค์ด้านการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารมวลชน ให้ประชาชนเกิดพฤติกรรมการใช้พลังงานทางเลือกอย่างแพร่หลายต่อไปนั้นได้เลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้เป็นการรอบในการศึกษา

1. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demographics)
2. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพและอิทธิพลของสื่อมวลชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process)
4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารที่กระตือรือร้น (Active Receivers)
5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratification)
6. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)
7. ทฤษฎีการสื่อสารนวัตกรรม (Communication and Innovation Theory)
8. ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน (แก๊สโซฮอล์ E20 แก๊สเอ็นจีวี และไบโอดีเซล)
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



1. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demographics)

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระชั้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัย พฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2534 : 64- 65)

ปรมะ สตะเวทิน(2539 : 105) กล่าวว่า การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกันและคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน

1. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยจะมีเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวังมาก และมองโลกในแง่ร้าย นอกจากนี้คนที่วัยแตกต่างกันมักจะมีความต้องการแตกต่างกันด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา ความยุติธรรมและความเสมอภาคในสังคม ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการบ้านการเมือง ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกันคนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการหนัก ๆ เช่น ข่าว การอภิปรายปัญหาสังคม ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะมีลักษณะชอบความสวยงาม มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนั้นงานวิจัยต่าง ๆ ยังชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนั้นผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่จะไม่โทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาได้ยอมรับอิทธิพลของ ครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลและถือครอบครัวเป็นสังคมแรก ๆ ของบุคคล คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ตักดีศรีและเกียรติภูมิของความเป็น ข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทอง ที่สามารถหาซื้อหรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสุขภาพในสังคมของตน รายได้ของ คนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรม ของคน การแนะนำให้ชาวนาที่ยากจนใช้เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำนานั้น คงจะยากกว่าการ แนะนำให้คนที่มียรายได้มาก ๆ ซื้อเครื่องซักผ้า โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้น คนที่มีฐานะดีหรือรายได้สูงยังใช้สื่อมวลชนมากด้วย การใช้สื่อมวลชนของคนมีฐานะดีมักจะเป็นการ ใช้เพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ อ่านหรือดูหรือฟังข่าวการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับ ค่านิยม ทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะมีความคิด ว่าการมีลูกมาก ๆ ดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากิน

4. การศึกษา (Education) การศึกษา หรือความรู้เป็นลักษณะอีกลักษณะหนึ่งที่มี อิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคสมัยที่แตกต่างกัน ใน ระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน ในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และ ความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่ความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษา ต่ำ และมักจะใช้สื่อประเภท สิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนมีการศึกษต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

5. ศาสนา หมายถึง ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งเหนือธรรมชาติ หรือหลักการ สถาบัน ประเพณี ที่เป็นที่เคารพ โดยทั่วไปแล้วอาจกล่าวได้ว่า ศาสนาเป็นสิ่งที่ควบคุม และประสาน ความสัมพันธ์ของมนุษย์ให้อยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข หรือคือหลักการและวิถีทางที่มนุษย์เลือกใช้ในการ ดำรงชีวิต เช่น ในศาสนาอิสลาม ซึ่งเป็นศาสนาที่ให้ความสำคัญกับระบบครอบครัว และต้องการ ให้มนุษย์มีความสุขทางเพศ ขณะเดียวกันก็ต้องป้องกันจากอันตรายทางเพศด้วย ศาสนาอิสลามระบุ ชัดเจนว่าเพศสัมพันธ์จะเกิดขึ้นนอกสถาบันครอบครัวไม่ได้ สถาบันครอบครัวของศาสนาอิสลามจึง คักดีสิทธิ์มาก ในสมัยของท่านศาสดา คำสอนทุกอย่างกำหนดขึ้นเพื่อสถาบันครอบครัว ศาสนานี้ถือ ว่าเรื่องทางเพศจะต้องตอบสนองเรื่องความดี ความสุขทางเพศจึงต้องเรียนรู้และมีขอบเขต ด้วยเหตุ นี้มุสลิมจึงต้องเรียนเพศศึกษาว่าขอบเขตทางเพศตามหลักศาสนาอยู่ตรงจุดใด จากตัวอย่างนี้

ชี้ให้เห็นว่าศาสนา มีบทบาทในการกำหนดกิจกรรมทางเพศของศาสนิกชนทั้งสิ้น (พิเชษฐกุล กาลามเกษตร์, 2548)

ศาสนาคริสต์ ซึ่งหลายคนกล่าวว่าเป็นศาสนาแห่งความรัก ความรักในศาสนาคริสต์แบ่งความรักเป็น 3 ประเภท คือ ความรักแบบกามารมณ์ เช่น ความรักของชายที่รักผู้หญิง ซึ่งศาสนาคริสต์กล่าวว่าความรักแบบนี้เป็นสิ่งที่ดี เพราะเป็นสิ่งที่พระเจ้าประทานให้ พระเจ้าให้อดัมและอีฟ เพื่อให้มีลูกหลานสืบเผ่าพันธุ์ หากแต่มนุษย์จัดการกับความรักแบบนี้ไม่เป็นจนเกิดปัญหา ความรักแบบมิตรภาพ เช่น รักพ่อแม่ รักเพื่อน และ ความรักแบบสวรรค์ คือรักแบบไม่มีเงื่อนไข เหมือนความรักของพระเยซูที่แสดงให้เห็นขณะที่ท่านกำลังจะถูกฆ่า กล่าวได้ว่า ศาสนาคริสต์เป็นศาสนาแห่งความรัก ถ้าเราใช้ความรักอย่างเท่าทันกันจะเป็นโอกาสที่จะช่วยดูแลป้องกันในเรื่องเพศให้แก่คนในสังคม (วรยุทธ ศรีวรกุล, 2548)

ศาสนาพุทธ เชื่อว่า วัคซีนป้องกันปัญหาเรื่องเพศที่มีประสิทธิภาพคือ ศาสนา แต่จะทำอย่างไรที่ศาสนาจะสามารถถูกนำมาใช้อย่างกลมกลืนกับสังคมปัจจุบันโดยไม่ถูกมองว่าเซย “ผู้ที่จะทำหน้าที่นำศาสนามาเป็นวัคซีนป้องกันปัญหาในเรื่องเพศนี้ ไม่มีใครมีบทบาทสำคัญกว่าใคร พ่อแม่ไม่ได้สำคัญกว่าครู ครู พระอิมามทำเองไม่ได้ แต่เราต้องร่วมมือกันและสร้างเครือข่ายเพื่อจะได้มีการทำงานอย่างเป็นระบบ ก่อให้เกิดการร่วมมือแลกเปลี่ยนการทำงานระหว่างกัน นอกจากนี้ คนในปัจจุบันต้องรู้เท่าทันสังคม พระก็ควรรู้เท่าทันสังคมไม่ใช่เพียงแต่ศึกษาธรรมะเพียงอย่างเดียว การเป็นคนดีโดยไม่รู้เท่าทันสังคมปัจจุบันไม่เพียงพอ ทั้งนี้ เราควรนำหลักไตรสิกขา คือ ศีล สมาธิ และ ปัญญา มาสู้กับกระแสโลกาภิวัตน์” (กิตติศักดิ์ กิตติโสภโณ , 2548)

2. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพและอิทธิพลของสื่อมวลชน

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนได้มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนไว้ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทเพียงย้ำการตัดสินใจที่มีอยู่แล้วเท่านั้น และ เบททิงฮอล กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ สิ่งที่สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด คือ อารมณ์

Klapper (อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน 2535: 142-145) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน ประเภทต่างๆ ที่มีทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อมเพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ผู้รับสารจะมีความคิดเห็น ค่านิยมและมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งมาก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการ

คบหาสมาคมกับคนอื่นและสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Process) ผู้รับสารจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ผู้รับสารจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงผู้รับสารทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงผู้รับสาร ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรีต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และผู้รับสารก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อถือสื่อมวลชนใดดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุน (An Agent of Reinforcement) เท่านั้น คือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียงตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนจะสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้รับสารได้ ในกรณีที่ผู้รับสารมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว เช่น บุคคลอาจจะไม่พอใจทัศนคติและพฤติกรรมของตนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่ก่อนแล้ว ก็เป็นที่แน่นอนว่าบุคคลดังกล่าวจะต้องพยายามแสวงหาแนวทางหรือท่าทีใหม่ซึ่งก็หมายความว่า บุคคลนี้พร้อมที่จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมให้เกิดแก่ผู้รับสารได้ในกรณีที่ผู้รับสารนั้นไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทั้งนี้ทัศนคติและค่านิยมใหม่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้รับสารนั้นที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันซ้ำๆ หรือบ่อยครั้งอิทธิพลของสื่อมวลชนเช่นนี้จึงมีลักษณะสะสม (Cumulative Impact) มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดทัศนคติทันทีทันใดหรือในระยะเวลายาวสั้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process)

พฤติกรรมการรับสารจะเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งกระบวนการเลือกสรรข่าวสารนั้นจะเป็นอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่าความแตกต่างทางประชากรศาสตร์นั้นทำให้พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์แตกต่างกันหรือไม่ซึ่งเป็นผลจาก

กระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารเองสำหรับทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่น่าสนใจคือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective processes) ดังนี้ (Klapper, 1960:5)

1. การเลือกเปิดรับสาร (selective exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) นอกจากจะเลือกเปิดรับสารแล้วบุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมและหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย

3. การเลือกสรรรับรู้ (selective perception) บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

4. การเลือกจดจำ (selective retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจ และเลือกตีความข่าวสารไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้วบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปและจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

กล่าวได้ว่าการเลือกเปิดรับข่าวสารเป็นกระบวนการภายในบุคคลที่พิจารณาว่าตนเองพร้อมจะเปิดรับสารหรือไม่ จะเลือกเปิดรับสารประเภทไหน จากสื่ออะไร และเวลาใด เมื่อเปิดรับแล้วก็มาถึงขั้นของการเลือกสนใจ คือจะเลือกข่าวหรือรับเฉพาะตัวสารที่ตนเองสนใจอยากรู้ หรือมีความสอดคล้องกับความคิดของตนเอง และเมื่อตัดสินใจรับสารใดแล้วก็พยายามหาความรู้จากสารนั้นเพื่อที่จะเลือกจดจำ เป็นความรู้ต่อไป

นอกจากนี้ Schramm (1973: 121-122) ยังได้อธิบายถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารไว้ว่า

1. ประสบการณ์เป็นองค์ประกอบที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งของตน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันของผู้รับสารทำให้มีความสนใจข่าวสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาของสาร

5. ความสามารถในการรับสารอันเนื่องมาจากสภาพร่างกายและจิตใจทำให้พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารนั้นต่างกัน

6. สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารอาจทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็น อุปสรรคในการทำความเข้าใจข่าวสารก็ได้

7. ทศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ

Merrill and Lowentain (อ้างใน จิตติ วิทยาสระณะ2542: 16) ได้สรุปว่า ผู้รับสารแต่ละ บุคคลจะมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อและข่าวสารที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะและปัจจัยที่แตกต่าง กันซึ่งเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการคือ

1. ความเหงา เพราะโดยปกติคนเราไม่ชอบอยู่ตามลำพังจึงต้องพยายามรวมกลุ่มหรือ ติดต่อกับบุคคลอื่น หรือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานของมนุษย์และโดยปกติความ อยากรู้อยากเห็นจะเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวก่อนและมนุษย์ยังสนใจอยากรู้อยากเห็นสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ ด้วยรวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจเกิดขึ้นกับตนเองหรือบุคคลอื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง เพราะโดยพื้นฐานแล้วมนุษย์มีความเห็นแก่ตัวดังนั้นใน ฐานะผู้รับสารจึงต้องแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ เนื่องจากผู้รับสารมีความต้องการที่แตกต่างกันดังนั้น ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละชนิดมีส่วนทำให้ผู้รับสารมีจำนวนที่แตกต่างกันเพราะผู้รับสารจะเลือกรับ ข่าวสารเฉพาะอย่างที่สามารถสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง

พรทิพย์ วรกิจโศคาทร (อ้างถึงใน ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2542: 32) ได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสารไว้ 4 ประการคือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็น ประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิง ฟังหรืออ่านข่าวกีฬาที่ตนเองเล่น เป็นต้น

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (consistency) กับค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติ ของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติของตน ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้รับความสนใจหรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัด ในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ข่าวสารจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้า

ข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้นพฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสาร คือ ความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

4. ความอยากรู้อยากเห็น (curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ตลอดเวลาเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

จากงานวิจัยของ McLeod and Other (1972:123) กล่าวว่า ดัชนี (index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหาที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้การวัดในเรื่องเวลา มีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่มีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อ โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา แทน ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อหมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย

4. แนวคิดเรื่องผู้รับสารที่กระตือรือร้น (Active Receivers)

ยุค Active Audience เป็นยุคสมัยที่ต่อจากยุคที่ 3 คือ ยุคผลกระทบอันจำกัดของสื่อ (Limited Effect Paradigm) ซึ่งผลการวิจัยส่วนใหญ่เริ่มมองว่ากลุ่มผู้รับสารนั้นมีได้มีลักษณะเป็นเนื้อเดียวกัน (Homo-geneous) หากว่ามีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างระดับบุคคลหรือระดับกลุ่มก็ตาม ซึ่งแนว Active Audience นี้ ได้เสริมเพิ่มเติมว่านอกจากผู้รับสารจะแตกต่างกันแล้ว ผู้รับสารยังมีลักษณะ Active หรือกระตือรือร้น ในการรับสารทุกขั้นตอนอีกด้วย นับตั้งแต่ขั้นตอนว่าจะเปิดรับหรือไม่ จนไปถึงว่าจะเลือกจดจำอะไร จะเลือกเชื่ออะไร เลือกปฏิบัติตามที่สื่อบอกเอาไว้หรือไม่

5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (Uses and Gratifications)

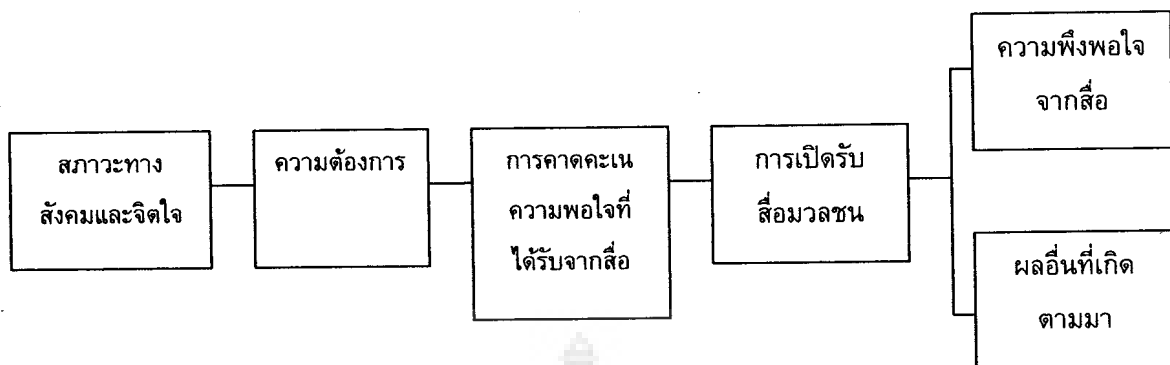
แนวความคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนเป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสาร ในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร กล่าวคือ ตัวผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตน การศึกษาในแนวนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ มีความสำคัญต่อความสัมพันธ์ผลในการสื่อสาร เพราะการสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับการณ์ที่ผู้รับสารสามารถรับสารและเข้าใจในสารนั้นได้มากน้อยเพียงใด ดังนั้นการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารเป็นสำคัญด้วย

โดยทฤษฎีนี้ได้อธิบายว่านอกจากความต้องการพื้นฐานของ มาสโลว์ 5 ประการ คือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่งคือ ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ ความต้องการที่จะรู้นี้เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์แสวงหาข่าวสารต่าง ๆ

กาญจนา แก้วเทพ (2541: 306) ได้กล่าวถึงแนวทางการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. การวิเคราะห์แบบแผนการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้นอาจถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Functionalism) เพียงแต่ว่าแทนที่จะตอบคำถามว่าสื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ได้เปลี่ยนมาเป็นมุมมองด้านปัจเจกบุคคลว่าแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง โดยมักเรียกผู้รับสารว่า User แทนการเรียกว่า Receiver หรือ Audience

2. แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อว่าการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้นมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อม สำหรับการลงมือทำ เป็นต้น และเมื่อมีความตั้งใจแน่นอนแล้ว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากเป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน รวมถึงภายใต้สภาวะการแสวงหาข่าวสารนี้สื่อมวลชนมิใช่ทางเลือกเดียวของบุคคล แต่เป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ นอกจากนี้ทิศทางการแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดจากความต้องการของบุคคลเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวจึงเปลี่ยนแปลงมาเป็นแรงจูงใจที่จะผลักดันให้บุคคลเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปเป็นแบบจำลองการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2.1 แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้ เป็นแบบจำลองที่อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อมวลชน โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

6. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

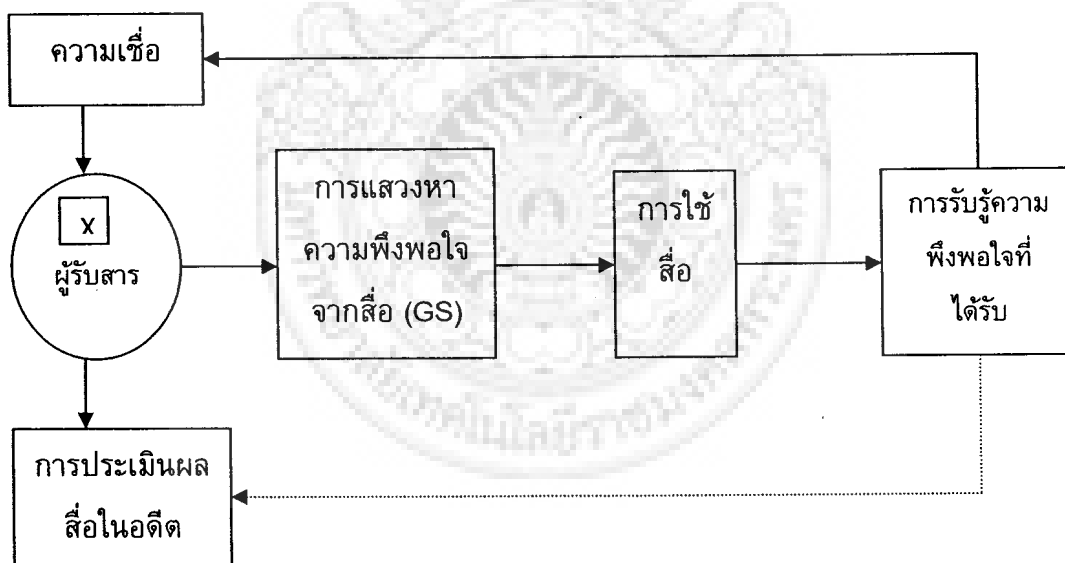
ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2534: 92) ได้อธิบายถึงทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) ไว้ว่าเป็นทฤษฎีที่มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action Perspective) ว่าการใช้สื่อเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและมีเหตุผล ตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะการเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของตนเองได้ ซึ่งทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ ดังนี้

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างแตกต่างจากบุคคลอื่น
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในบางอย่างอยู่ภายใน แต่ควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบาย ได้ถึงวัตถุประสงค์ที่ผู้รับสารประสงค์จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา
3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวคิดทฤษฎีนี้คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมา

ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ จึงนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำมาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร

กาญจนา แก้วเทพ (2541: 314) กล่าวว่า แนวคิดเรื่องความคาดหวังจากสื่อได้พัฒนามาจากแนวทาง Uses and Gratifications อย่างลุ่มลึกมากขึ้น โดยอาศัยแนวคิดที่ว่า บรรดาวิธีการวิจัยที่สังกัดแนวทาง Uses and Gratifications ได้มุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจของบุคคลในการใช้สื่อ แรงจูงใจในการเลือกใช้นั้นเกิดจากการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง รางวัลที่เป็นผลมาจากการเปิดรับสื่อ่นั้นจะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจ ซึ่งเรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratifications) รางวัลนั้นอาจเกิดมาจากวิธีการใช้สื่อในหลายๆ ลักษณะ เช่น ชื่นชอบโทรทัศน์แบบทั่วไป หรืออาจจะเลือกใช้เฉพาะสื่อบางประเภทเท่านั้น จนเกิดความชอบที่เฉพาะเจาะจงเพียงบางรายการเท่านั้น และความพึงพอใจนี้กลายมาเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับการคาดการณ์ที่จะเลือกสื่อต่างๆ ต่อไปในอนาคต ความรู้ดังกล่าวจะถูกเก็บสะสมเพิ่มเติมเอาไว้ในความทรงจำเกี่ยวกับสื่อ เช่น การชื่นชมรายการทอล์คโชว์ที่มีพิธีกรท่านหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการ ในครั้งต่อไปหากพิธีกรท่านนี้ขยายไปจัดรายการอื่นๆ ซึ่งจะเกิดการใช้ฐานข้อมูลจากความทรงจำที่ว่าสำหรับพิธีกรคนนี้แล้วไม่มีคำว่าผิดหวัง

Palmgreen & Rayburn (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ 2541: 315) ได้นำเอาแนวคิดข้างต้นนี้มาแสดงเป็นแบบจำลองไว้ ดังนี้



แผนภาพที่ 2.2 แบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อมวลชน

7. ทฤษฎีการสื่อสารนวัตกรรม (Communication and Innovation Theory)

ในการสื่อสารนวัตกรรมนั้น ปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมคือ คุณลักษณะของนวัตกรรม ซึ่งเรื่องนี้ Rogers and Shoemaker (1971) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมตามที่ยอมรับรู้สึกเป็นปัจจัยสำคัญในการที่ยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม แม้ว่านวัตกรรมจะเป็นสิ่งที่มีประโยชน์มาก แต่ถ้าบุคคลเห็นว่าไม่ดี ไม่มีประโยชน์ก็อาจจะปฏิเสธนวัตกรรมนั้น" คุณลักษณะของนวัตกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อการยอมรับได้แก่

1. ความได้เปรียบเชิงเทียบ หมายถึง การที่ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการที่นวัตกรรมนั้นดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่า ๆ หรือวิธีปฏิบัติเก่าที่นวัตกรรมนั้นเข้ามาแทนที่ การวัดประโยชน์เชิงเทียบอาจวัดในแง่เศรษฐกิจ หรือในแง่อื่น ๆ ก็ได้ เช่น ความเชื่อถือของสังคม เกียรติยศ ความสะดวกสบายในการทำงาน เป็นต้น

2. ความเข้ากันได้ หมายถึง การที่ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่านวัตกรรมนั้นเข้ากันได้กับค่านิยมที่เป็นอยู่ เข้ากันได้กับความเชื่อทางสังคมและวัฒนธรรม ทศนคติ ความคิดหรือประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมในอดีต ตลอดจนความต้องการของตน นวัตกรรมที่เข้ากับค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม

3. ความสลบซับซ้อน หมายถึง ระดับความยากง่ายตามความรู้ สึกของกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับนวัตกรรมในการที่จะเข้าใจหรือนำนวัตกรรมไปใช้ นวัตกรรมใดมีความสลบซับซ้อน ยากต่อการเข้าใจและการใช้งานนวัตกรรมนั้นก็ได้รับการยอมรับช้า

4. การนำไปทดลองใช้ได้ หมายถึง ระดับที่นวัตกรรมสามารถนำไปทดลองใช้ นวัตกรรมใดที่สามารถแบ่งเป็นส่วนเพื่อนำไปทดลองใช้ จะได้รับการยอมรับเร็วกว่านวัตกรรมซึ่งไม่สามารถแบ่งไปทดลองใช้ได้ ทั้งนี้เพราะนวัตกรรมที่สามารถนำไปทดลองใช้ได้นี้ จะช่วยลดความรู้สึกเสี่ยงต่อการยอมรับนวัตกรรมมาใช้ของกลุ่มเป้าหมายให้น้อยลง

5. การสังเกตเห็นผลได้ หมายถึง ระดับที่ผลของนวัตกรรม สามารถเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นผลได้ ผลของนวัตกรรมที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และ สามารถสื่อความหมายให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้ง่าย จะได้รับการยอมรับมากกว่านวัตกรรมที่สังเกตเห็นผลยาก ดังนั้นการทำให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับในนวัตกรรมทางด้านความคิด จึงทำได้ยากกว่าทำให้ยอมรับในนวัตกรรมทางด้านวัตถุ จากแนวคิดด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ได้ชี้ให้เห็นว่า การที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมใดมาใช้ บุคคลนั้นจะพิจารณาถึงคุณลักษณะของนวัตกรรมตามแนวความคิดดังกล่าว ก่อนที่จะตัดสินใจรับนวัตกรรมมาใช้ และคุณลักษณะของนวัตกรรมเหล่านี้ไม่สามารถระบุได้ว่า คุณลักษณะข้อใดมีความสำคัญกว่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทและเนื้อหาของนวัตกรรมนั้นๆ

ในกระบวนการสื่อสารนวัตกรรมนั้น ผู้รับสารหรือผู้รับนวัตกรรมจะมีความแตกต่างกัน จากการวิจัยของ โรเจอร์และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ทำให้สามารถแบ่งลักษณะของผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภทคือ ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า และผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า ซึ่งสามารถสรุปลักษณะความแตกต่างของผู้ยอมรับนวัตกรรมทั้งสองประเภทได้ดังนี้

1. ความแตกต่างด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ โรเจอร์สและชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้ทำการศึกษาถึงความแตกต่างของผู้ยอมรับนวัตกรรมตามลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับผู้ยอมรับนวัตกรรม ไว้ดังนี้

อายุ - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วไม่มีความแตกต่างจากผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

สถานภาพทางสังคม - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีสถานภาพทางสังคมสูงกว่า มีรายได้และทรัพย์สินมากกว่า มีอาชีพดีกว่าและมีระดับการดำรงชีวิตที่ดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ความเป็นเจ้าของทรัพย์สิน - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วเป็นเจ้าของสิ่งที่เป็นหน่วยใหญ่กว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ระดับการยอมรับนวัตกรรม - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วเป็นผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือคล้าย ๆ นวัตกรรมนั้นไปใช้ มากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ความเชี่ยวชาญ - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว มีการกระทำที่ใช้ความเชี่ยวชาญมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

2. ความแตกต่างด้านบุคลิกภาพ โดยเหตุที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมมีลักษณะเฉพาะที่เป็นปัจเจกบุคคล และผ่านกระบวนการเรียนรู้และกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน จึงทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านบุคลิกภาพซึ่งส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมดังนี้

ระบบความเชื่อ - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว ยึดถือระบบความเชื่อแบบฝังหัวน้อยกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ความสามารถในการคิดในลักษณะนามธรรม : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีความสามารถในการคิดเรื่องที่เป็นนามธรรมได้ดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้าสามารถยอมรับนวัตกรรมบนพื้นฐานของสิ่งเร้าที่ไม่มีตัวตนได้ดีกว่า

การใช้เหตุผล - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีการใช้เหตุผลดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ามีความสามารถในการใช้เครื่องมือหรือวิธีการที่มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อการบรรลุเป้าหมาย

ความฉลาด - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีความฉลาดมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลง - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงและมีทัศนคติที่ชอบการเสี่ยงภัยมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

ความเชื่อทางด้านวิทยาศาสตร์และโซคกลาง - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีทัศนคติที่ดีต่อวิทยาศาสตร์มากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า และมีความเชื่อ ถือโซคกลาง พรหมลิขิตน้อยกว่าผู้รับนวัตกรรมช้า

ระดับความตั้งใจและความปรารถนา - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีระดับความตั้งใจที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า อีกทั้งยังมีความปรารถนาหรือความต้องการ ศึกษา อาชีพ เกียรติยศ และอื่น ๆ สูงกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

3. ความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการสื่อสาร ผู้ยอมรับนวัตกรรมในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม จะมีพฤติกรรมสื่อสารระหว่างตนเองกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมที่ต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาของพบว่าตัวแปรทางด้านพฤติกรรมการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมได้แก่

การมีส่วนร่วมในสังคม - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีส่วนร่วมในสังคมมากกว่า และสามารถเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะเป็นสมาชิกของระบบสังคมที่มีบรรทัดฐานตามแบบทันสมัย และเป็นสมาชิกของระบบสังคมที่มีบูรณาการอย่างดี มากกว่าผู้ยอมรับ

นวัตกรรมซ้ำ ความเป็นสากล - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีความเป็นสากลไม่ผูกพันกับท้องถิ่นมากนัก และมักมีกลุ่มอ้างอิงเป็นบุคคลภายนอกสังคม มีการเดินทางไปมาหาสู่คนภายนอกสังคมมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมซ้ำ

การติดต่อกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีการติดต่อกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมซ้ำ การเข้าถึงสื่อมวลชน - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีโอกาสในการเข้าถึงสื่อมวลชน ได้มากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมซ้ำ

การแสวงหาข่าวสาร - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมซ้ำ ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม : ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมซ้ำ

ระดับการเป็นผู้นำความคิด - ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีระดับการเป็นผู้นำทางความคิดมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมซ้ำ

โรเจอร์ส (Rogers) ได้เสนอแบบจำลองเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) ซึ่งมีอยู่ 5 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นความรู้ (Knowledge Stage) - เป็นขั้นที่บุคคลจะทราบว่านวัตกรรมนั้นปรากฏอยู่และพอที่จะเข้าใจว่านวัตกรรมนั้นทำหน้าที่อย่างไร ในขั้นความรู้ี้สามารถแบ่งประเภทของความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 1) ความรู้ที่ทำให้เกิดความตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรม คือความรู้ว่ามีนวัตกรรมเกิดขึ้นแล้ว และนวัตกรรมนั้นทำหน้าที่อะไรได้บ้าง
- 2) ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการจะใช้นวัตกรรมได้อย่างไร ความรู้ประเภทนี้ได้จากข่าวสารที่จะช่วยให้สามารถใช้นวัตกรรมได้อย่างถูกต้อง นวัตกรรมยังมีความซับซ้อนมากเพียงใด ความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ประเภทนี้ก็ยังมีมากเท่านั้น
- 3) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการซึ่งจะช่วยให้นวัตกรรมบรรลุผล การมีความรู้ประเภทนี้จะช่วยให้คนเข้าใจและยอมรับนวัตกรรมในอนาคตได้ง่ายขึ้น

2. ขั้นการจูงใจ (Persuasion Stage) - ในขั้นนี้บุคคลจะแสดงทัศนคติต่อนวัตกรรมในรูปแบบเห็น ด้วยและไม่เห็นด้วย ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์และความรู้สึก ในขั้นการจูงใจนี้ บุคคลจะรู้สึก ผูกพันกับนวัตกรรมมากขึ้น มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น อย่างจริงจัง ทัศนคติเกี่ยวกับ นวัตกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ ทัศนคติเฉพาะที่มีต่อนวัตกรรม คือ ทัศนคติที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบประโยชน์ของนวัตกรรม ทัศนคตินี้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมที่กำลังเผยแพร่ และนวัตกรรมที่จะมีการเผยแพร่ในอนาคต และ

ทัศนคติทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง คือทัศนคติอย่างกว้าง ๆ ที่เอื้ออำนวยให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลง ซึ่งทัศนคติชนิดนี้เป็นทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ทำให้ประชาชนรู้จักพัฒนาตนเองและแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมที่จะเป็นประโยชน์ต่อตัวเอง

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision Stage) - ในขั้นนี้บุคคลจะมีแนวทางการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมใน 2 ลักษณะคือ -การยอมรับนวัตกรรม (Adoption) หมายถึง การตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมมาใช้ให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ -การปฏิเสธนวัตกรรม (Rejection) หมายถึง การตัดสินใจที่จะไม่ยอมรับนวัตกรรมมาใช้ การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการทดลองใช้ในปริมาณจำกัดของนวัตกรรม นวัตกรรมใดที่บุคคลสามารถทดลองใช้ได้ จะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกเสี่ยงภัยในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมน้อยลง และนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรมในที่สุด

4. ขั้นการลงมือปฏิบัติ (Implementation Stage) - ในขั้นตอนที่ 1-3 เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับความคิดแต่ในขั้นตอนที่ 4 นี้เป็นขั้นตอนที่บุคคลผู้รับนวัตกรรมจะต้องลงมือปฏิบัติตามแนวทางหรือวิธีการของนวัตกรรมนั้น และขั้นตอนนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อบุคคลมีการปฏิบัติในแนวทางใหม่นั้นอย่างเป็นกิจวัตรประจำวัน

5. ขั้นทบทวนการตัดสินใจ (Confirmation Stage) - ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ได้ทำไปแล้ว แต่ก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจได้อีก หากว่าได้รับข่าวสารที่ขัดแย้งหรือข่าวสารในแง่ลบเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

8. ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน

8.1 แก๊สโซฮอล์

แก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการผสมระหว่างเอทานอล หรือที่เรียกว่าเอทิลแอลกอฮอล์ (ETHYL ALCOHOL) ซึ่งเป็น แอลกอฮอล์ ที่ได้จากการแปรรูปจากพืชจำพวกแป้งและน้ำตาล เช่น อ้อย ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง ฯลฯ และเป็นแอลกอฮอล์ บริสุทธิ์ ร้อยละ 99.5 โดยปริมาตร ผสมกับน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วออกเทน 91 (ชนิดที่มีคุณสมบัติบางตัวต่างจากเบนซิน 91 ที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน) ในอัตราส่วนเบนซิน 9 ส่วน เอทานอล 1 ส่วน จึงได้เป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95

ส่วนที่เรียกแก๊สโซฮอล์นั้น ทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษจากคำว่า GASOLINE และ ETHANOL รวมกันเป็น GASOHOL สำหรับการผสมแอลกอฮอล์ในน้ำมันเบนซินในข้างต้น เป็นในลักษณะของสารเติมแต่งปรับปรุงค่า Oxygenates และออกเทน (Octane) ของน้ำมันเบนซิน ซึ่งสามารถใช้ทดแทนสารเติมแต่งชนิดอื่นที่นิยมใช้ในปัจจุบัน คือ Methyl-Tertiary-Butyl-Ether (MTBE) ซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศมูลค่าหลายพันล้านบาท

ผลดีของการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่อเครื่องยนต์ มีดังนี้

- 1) ช่วยประหยัดเชื้อเพลิง เช่นเดียวกับน้ำมันเบนซินออกเทน 95
- 2) ไม่มีผลกระทบต่อสมรรถนะการใช้งานและอัตราการเร่งได้ดีกว่าหรือไม่แตกต่างจากน้ำมันเบนซิน 95
- 3) ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการปรับแต่งเครื่องยนต์
- 4) สามารถเติมผสมกับน้ำมันที่เหลืออยู่ในถังได้เลย โดยไม่ต้องรอให้น้ำมันในถังหมด

ผลดีของการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่อประเทศ มีดังนี้

- 1) ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ ลดการขาดดุลทางการค้า
- 2) การใช้ประโยชน์จากพืชผลทางการเกษตรสูงสุดและยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตร
- 3) เครื่องยนต์มีการเผาไหม้ที่ดีขึ้น ทำให้ช่วยลดมลพิษ ไอเสีย ทางอากาศและแก้ไขปัญหาลมพิษ
- 4) ลดปริมาณไฮโดรคาร์บอนและคาร์บอนมอนอกไซด์ลง ร้อยละ 20-25 ทำให้ลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสุขภาพของประชาชนในประเทศ

- 5) ทำให้เกิดการลงทุนที่หลากหลายทั้งด้านเกษตรและอุตสาหกรรม

8.2 แก๊สเอ็นจีวี

NGV หรือ Natural Gas Vehicles คือ แก๊สธรรมชาติ สำหรับยานยนต์ เกิดขึ้นจากการนำ แก๊สธรรมชาติ (ส่วนใหญ่เป็นแก๊สมีเทน) มาอัดจนมีความดันสูง ประมาณ 3,000 ปอนด์/ตารางนิ้ว (เป็นแรงดันที่ค่อนข้างสูงมากเท่ากับ 240 เท่าของ ความดันบรรยากาศ) แล้วนำไปเก็บไว้ในถัง ที่มีความแข็งแรง ทนทานสูงเป็นพิเศษ เช่น เหล็กกล้า เพื่อนำมาเป็นเชื้อเพลิงใช้ทดแทนน้ำมันเบนซินหรือดีเซล ในรถยนต์ประเภทต่างๆ ซึ่งสากลเรียกว่า Compressed Natural Gas (CNG) หรือ แก๊ส ธรรมชาติอัด

คุณสมบัติพิเศษของแก๊สธรรมชาติสำหรับยานยนต์ (NGV) มีดังนี้

- 1) สะอาด เนื่องจาก NGV มีสัดส่วนของคาร์บอนน้อยกว่าเชื้อเพลิงชนิดอื่น และมีคุณสมบัติเป็นแก๊สทำให้การเผาไหม้สมบูรณ์มากกว่าเชื้อเพลิงชนิดอื่น และปริมาณไอเสียที่ปล่อยออกจากเครื่องยนต์ใช้แก๊สธรรมชาติมีปริมาณต่ำกว่าเชื้อเพลิงชนิดอื่น NGV จึงนับเป็นเชื้อเพลิงที่สะอาด ไม่ก่อให้เกิดควันดำหรือสารพิษ ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน จึงสามารถลดปัญหามลพิษทางอากาศ ซึ่งนับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น จากการศึกษาพบว่าเครื่องยนต์ที่ใช้แก๊สธรรมชาติจะมีระดับการปล่อยสารพิษที่ต่ำ สามารถลดแก๊สคาร์บอนมอนอกไซด์ได้ถึงร้อยละ 50-80 ลดแก๊สไนโตรเจนออกไซด์ได้ร้อยละ 60-90, ลดแก๊สไฮโดรคาร์บอนได้ร้อยละ 60-80 และไม่ก่อให้เกิดฝุ่นละอองหรือเขม่าจากท่อไอเสีย (แก๊สคาร์บอนมอนอกไซด์และแก๊สไนโตรเจนออกไซด์เป็นแก๊สที่ก่อให้เกิดปฏิกิริยาเรือนกระจก หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า Green House Effect)

2) **ปลอดภัย** ก๊าซ NGV นับว่าเป็นเชื้อเพลิงที่ใช้ในรถยนต์ที่มีความปลอดภัยมากที่สุด เพราะก๊าซ NGV เบากว่าอากาศ ในขณะที่ก๊าซหุงต้มและน้ำมันเบนซินหรือดีเซลหนักกว่าอากาศ ดังนั้น เมื่อเกิดรั่วไหล ก๊าซ NGV จะไม่สะสมอยู่บนพื้นดินจนเกิดการลุกไหม้เหมือนเชื้อเพลิงอื่นๆ

นอกจากนี้ อุณหภูมิที่ก๊าซ NGV จะลุกติดไฟในอากาศเองได้ (เมื่อมีความเข้มข้นของเชื้อเพลิงพอ) สูงถึง 650 องศาเซลเซียส ในขณะที่ก๊าซหุงต้มจะติดไฟได้เองที่ 481 องศาเซลเซียส น้ำมันเบนซินที่ 275 องศาเซลเซียส และน้ำมันดีเซลที่ 250 องศาเซลเซียส ส่วนความเข้มข้นขั้นต่ำสุดที่จะลุกติดไฟได้เองของก๊าซ NGV จะต้องมีปริมาณสะสมถึง ร้อยละ 5 ในขณะที่ก๊าซหุงต้มจะอยู่ที่ ร้อยละ 2 จากคุณสมบัติข้างต้นก๊าซ NGV จึงมีโอกาสเกิดการลุกไหม้ได้ยากกว่าเชื้อเพลิงอื่น นอกจากนี้หากมีการรั่วไหลจะเกิดเสียงดังเนื่องจากมีความดันสูงจึงเป็นสัญญาณเตือนภัยอย่างดี

8.3 ไบโอดีเซล

ไบโอดีเซล คือ น้ำมันพืชชนิดต่าง ๆ ได้แก่ เมล็ดเรพ (rape seed, เป็นพืชน้ำมันมีมาก แอวูยุโรปและอเมริกา) ทานตะวัน งา ฝ้าย ถั่วลิสง ถั่วเหลือง ละหุ่ง สบู่ดำ มะพร้าว ปาล์ม และน้ำมันเหลือใช้หลังการปรุงอาหารจากภัตตาคาร และร้านอาหารประเภท fast-food เช่น McDonald's, Burger King และ Kentucky Fried Chicken มาเข้ากระบวนการเปลี่ยนแปลงทางเคมี⁽¹⁾ เป็น methyl ester ethyl ester หรือ butyl ester หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "ไบโอดีเซล" ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงแทนปิโตรเลียมดีเซลในสัดส่วนผสมต่างๆ ได้โดยไม่เกิดผลกระทบต่อระบบต่าง ๆ กับเครื่องยนต์ดีเซล แม้จะใช้เป็นระยะสั้นและหรือยาว การใช้ไบโอดีเซลเป็นเชื้อเพลิงจะไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้โดยกระบวนการทางชีวภาพ และเกิดมลพิษทางอากาศน้อยกว่าน้ำมันดีเซล

รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของไบโอดีเซลเป็นอย่างดี โดยเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2548 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการใช้ไบโอดีเซลจากปาล์ม และเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2548 มีมติเห็นชอบแผนปฏิบัติการพัฒนาและส่งเสริมการผลิตและการใช้ ไบโอดีเซลทดแทนน้ำมันดีเซลร้อยละ 10 ปี 2555 หรือ 805 ล้านลิตร/วัน ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบทั้งน้ำมันปาล์มและน้ำมันพืชแล้วรวมถึงน้ำมันสบู่ดำ และส่งเสริมการผลิตและการใช้ไบโอดีเซลผสมน้ำมันดีเซล สัดส่วน ร้อยละ 5 (B5) ในบางพื้นที่ตั้งแต่ปี 2548

ไบโอดีเซลช่วยประเทศชาติแก้ไขปัญหาวิกฤตพลังงาน เนื่องจากไบโอดีเซลมีคุณสมบัติเทียบเคียงน้ำมันดีเซล และผลิตได้จากพืชน้ำมันในประเทศจึงช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศได้ การพัฒนาและส่งเสริมไบโอดีเซลจึงช่วยลด พิจารณาด้านราคา และปริมาณแล้ว รัฐบาลจึงได้ส่งเสริมให้น้ำมันปาล์มเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตไบโอดีเซลซึ่งเป็นการช่วยสร้างทางเลือกให้กับเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน ช่วยพยุงราคาปาล์มน้ำมัน อีกทั้งรัฐบาลยังมีแผนขยายการปลูกปาล์มน้ำมันในประเทศไทยอีก 4 ล้านไร่ ซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรของประเทศ รวมมูลค่ากว่า 16,000 ล้านบาทต่อปี ช่วยสร้างงานในภาคเกษตร นอกจากนี้ยังช่วยสร้างเสถียรภาพด้านราคาผลปาล์มน้ำมันดิบและน้ำมันปาล์มให้กับประเทศ ปัจจุบัน กระทรวงพลังงานได้

ร่วมกับภาคเอกชนดำเนินโครงการสาธิตการผลิตและการใช้ไบโอดีเซลจากน้ำมันพืชใช้แล้วและน้ำมันปาล์มในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร โดยปัจจุบันมีการจำหน่ายน้ำมันดีเซล B5 แก่ประชาชนทั่วไปตามสถานีบริการน้ำมันรวม 14 แห่ง ซึ่งราคาน้ำมัน B5 จะถูกกว่าราคาน้ำมันดีเซลทั่วไป 75 สตางค์ต่อลิตร เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาทดลองใช้น้ำมัน B5 เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกเพื่อลดค่าใช้จ่ายทางด้านพลังงานให้กับประชาชน ในด้านอุตสาหกรรม รัฐบาลมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตไบโอดีเซลด้วยสิทธิประโยชน์ทั้งในด้านการลงทุนและในด้านภาษีและนำไปสู่อุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปาล์มน้ำมัน ใต้ก แ อุตสาหกรรมโอลีโอเคมิคอล โรงไฟฟ้าชีวมวล อุตสาหกรรม เหล่านี้ช่วยเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศและช่วยลดอัตราการว่างงานของประชากรในประเทศ

ในด้านสิ่งแวดล้อม จากผลการทดลองของสถาบันวิจัยและเทคโนโลยี ของบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) การผสมไบโอดีเซลในสัดส่วนต่างๆ ช่วยลดมลพิษทางอากาศได้ ร้อยละ 10-20 และลดควันดำได้ ร้อยละ 20 สำหรับไบโอดีเซล 100 เปอร์เซ็นต์ ช่วยลดมลพิษทางอากาศได้ ร้อยละ 20-40 และลดควันดำได้ถึงร้อยละ 60 National Biodiesel Board สหรัฐอเมริกา ระบุว่าไบโอดีเซลช่วยลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยสู่บรรยากาศซึ่งเป็นสาเหตุของภาวะเรือนกระจกถึง ร้อยละ 78.5 เทียบกับการใช้ไบโอดีเซล คิดเป็นมูลค่ากว่า 8,000 ล้านบาท ในปี 2555

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารียา อรรถอนุชิต (2541) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารด้านพลังงาน การรับรู้ประโยชน์ และการยอมรับการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์พลังงานทั่วไป ในระดับปานกลาง แต่เปิดรับข่าวสารพลังงานแสงอาทิตย์ในระดับต่ำ มีการรับรู้ประโยชน์ของพลังงานแสงอาทิตย์ในระดับปานกลาง และมีการยอมรับการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในอนาคตในระดับสูง และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารพลังงานแตกต่างกันด้วย ยกเว้นระดับการศึกษาเท่านั้นที่มีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน และพบว่าประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการรับรู้ประโยชน์ของพลังงานแสงอาทิตย์แตกต่างกัน ยกเว้นกรณีเพศและอายุเท่านั้นที่มีการรับรู้ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้การเปิดรับข่าวสารด้านพลังงานไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของพลังงานแสงอาทิตย์ ยกเว้นในสื่อนิเทศสารที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ สำหรับการรับรู้ประโยชน์ของพลังงานแสงอาทิตย์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในอนาคต

ชลพรรษ์ ธีมัสตยา (2539) ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ (วิทยุติดตามตัว) พบว่า ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์ เพื่อเปิดรับ

ข่าวมีเหตุผลที่เกิดขึ้น จากสภาวะทางจิตใจของผู้ใช้ และสังคมซึ่งต่อมาผู้ใช้ก็จะใช้ประโยชน์จากข่าวในระดับมากน้อยต่างกันไป และได้รับความพึงพอใจต่อข่าวตามคุณลักษณะของข่าวที่มีต่อผู้ใช้ ผลการวิจัยพบว่าผู้รับข้อความข่าวที่มี อายุแตกต่างกัน มีความต้องการในการเลือกใช้ เพจเจอร์ และระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวแตกต่างกัน เพศ รายได้ และอาชีพของผู้รับข้อความข่าว จะมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกันในการเลือกใช้สื่อเพื่อรับข่าว และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าว ผู้ใช้ส่วนหนึ่งมีความต้องการรับข่าวโดยเกิดขึ้นจากสภาวะทางสังคม คือ ต้องการ แสวงหาประสบการณ์ในการใช้สื่อใหม่ๆ ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้เป็นคนที่ทันสมัย จึงเกิดความต้องการใช้สิ่งนั้นเป็นผลตามมา

บุญชิตรา พุทธิศรี (2541) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับความรู้อันเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับทักษะคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 และความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

1) ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ความรู้ ทักษะคติและการมีส่วนร่วมทางการเมืองต่างกัน แต่เพศ/ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุไม่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพ/รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้เพศที่แตกต่างกันมีความรู้ และทักษะคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ไม่แตกต่างกัน และการศึกษาที่แตกต่างกันมีทักษะคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ ฉบับปี 2540 ไม่แตกต่างกัน

2) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 แต่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540

3) ความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับทักษะคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540

4) ทักษะคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

วชิราภรณ์ ชิดอรุณ (2545) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ทัศนคติ เกี่ยวกับโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน พฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ ทัศนคติ เกี่ยวกับโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ได้ผลการวิจัย มีดังต่อไปนี้

1) ประชาชนส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนอยู่ในระดับต่ำ โดยที่ประชาชนส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด นอกจากนี้ ประชาชนส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้เกี่ยวกับโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนอยู่ในระดับ ปานกลาง มีทัศนคติในระดับบวกหรือมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน และมีการท่องเที่ยวไทยอยู่ในระดับมาก

2) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน จากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน สำหรับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน จากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน

3) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน จากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของประชาชนต่อโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน

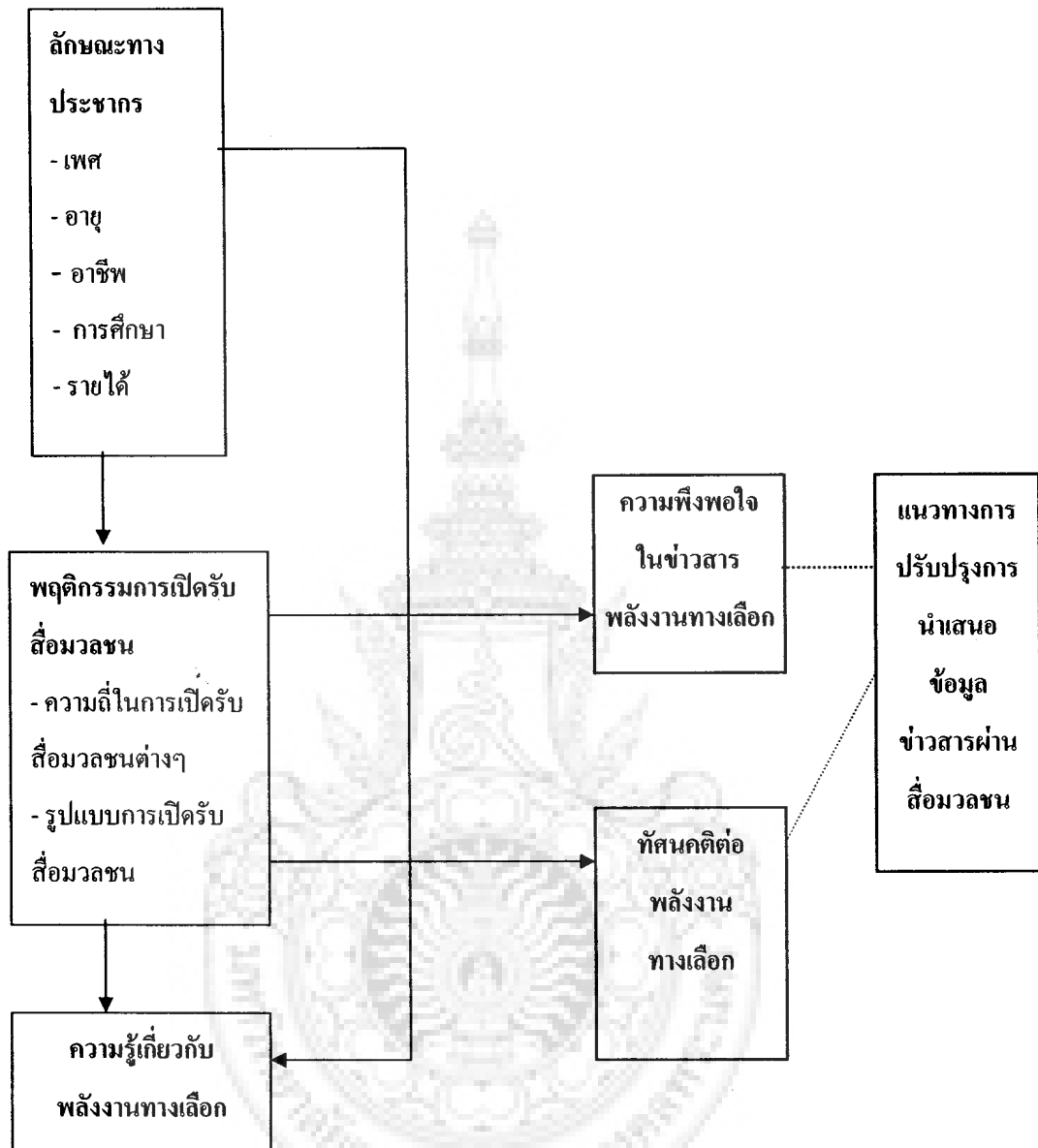
วรินทร์ ศรีราษฎร์ (2545) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีต่อหนังสือพิมพ์ข่าวรวมคำแหง เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักศึกษา ที่มีต่อหนังสือพิมพ์ข่าวรวมคำแหงพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ข่าวรวมคำแหง โดยการอ่านข่าวรวมคำแหงทุกฉบับ มีจำนวน 157 คน เนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างอ่านมากที่สุด คือ ปฏิทินการศึกษา มีจำนวน 299 คน สาเหตุที่อ่านเพราะต้องการทราบข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนวิชาต่างๆ มีจำนวน 293 คน และกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ข่าวรวมคำแหงมากที่สุด มีจำนวน 290 คน กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ข่าวรวมคำแหงเกี่ยวกับข่าวการสอบมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 มีความพึงพอใจในเนื้อหาของปฏิทินการศึกษามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และมีความคาดหวังจากหนังสือพิมพ์ข่าวรวมคำแหง ในเรื่องของการแจ้งข่าวเกี่ยวกับการสอบของกระบวนวิชามากที่สุดมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศและภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ข่าวรวมคำแหง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ขณะที่เข้าศึกษาการมาเรียน และปีที่เข้าศึกษา มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความคาดหวัง และความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์ข่าวรวมคำแหง ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก ($r=.641$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์ข่าวรวมคำแหงของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก ($r=.600$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สุทธิณี ดัญญูพงศ์ปรีชญ์ (2544) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เพื่อการใช้ออกเทน ของเบนซินที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์กับพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันของผู้ใช้รถยนต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเติมน้ำมันเบนซินออกเทน 95 โดยมีปัจจัยที่มีส่วนทำให้เลือกเติมเบนซินออกเทน 91 เนื่องจากช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับตนเอง และต้องการช่วยชาติประหยัดเงินตราต่างประเทศ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ทำให้ไม่เลือกเติมเบนซินออกเทน 91 เนื่องจากเพื่อความสบายใจ จึงเลือกเติมออกเทนสูงไว้ก่อนเพราะกลัวเครื่องยนต์ได้รับความเสียหาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่ารัฐบาลกำลังรณรงค์ให้ผู้ใช้อัตโนมัติเลือกใช้น้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนเหมาะสมกับเครื่องยนต์ โดยรับทราบจากการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีความรู้เกี่ยวกับประเด็นหลักของค่าออกเทนในระดับสูง

ทั้งนี้ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันด้วย และการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์ ส่วนความรู้เกี่ยวกับประเด็นหลักของค่าออกเทนของเบนซินที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์ รวมทั้งความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสารการรณรงค์เพื่อการใช้ออกเทนของเบนซินที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์

กรอบในการวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจต่อข่าวสารพลังงานทางเลือก : กรณีศึกษาการใช้แก๊สโซฮอล์ ก๊าซอินจีวี และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

1. วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อศึกษาถึงความรู้ พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยผ่านการวิจัยเชิงปริมาณ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครตามรายงานของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ปี 2549 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

เขต	รวม	ชาย	หญิง
เขตบางซื่อ	150,547	71,796	78,751
เขตบางนา	101,695	48,160	53,535
เขตบางบอน	99,348	47,958	51,390
เขตบางพลัด	107,139	50,203	56,936
เขตบางรัก	49,730	23,478	26,252
เขตบึงกุ่ม	140,580	65,300	75,280
เขตปทุมวัน	62,102	29,127	32,975
เขตประเวศ	146,401	69,895	76,506
เขตป้อมปราบฯ	58,768	28,763	30,005
เขตพญาไท	77,343	38,352	38,991
เขตพระโขนง	98,096	45,844	52,252
เขตพระนคร	65,835	31,784	34,051
เขตภาษีเจริญ	135,149	64,399	70,750
เขตมีนบุรี	122,825	58,691	64,134
เขตยานนาวา	88,383	42,496	45,887
เขตราชเทวี	98,601	47,945	50,656
เขตราชบุรีบูรณะ	93,548	45,228	48,320
เขตลาดกระบัง	142,460	68,631	73,829
เขตลาดพร้าว	119,168	55,041	64,127
เขตวังทองหลาง	114,950	53,267	61,683
เขตวัฒนา	80,596	38,124	42,472
เขตสวนหลวง	115,490	53,940	61,550
เขตสะพานสูง	84,934	39,447	45,487
เขตสัมพันธวงศ์	31,142	15,321	15,821

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

เขต	รวม	ชาย	หญิง
เขตสาทร	93,80	44,919	48,889
เขตสายไหม	169,109	80,474	88,635
เขตหนองแขม	131,344	61,810	69,534
เขตหนองจอก	133,415	65,380	68,035
เขตหลักสี่	116,922	56,494	60,428
เขตห้วยขวาง	76,402	35,629	40,773

จากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครตามทะเบียนราษฎรในพื้นที่แล้ว มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 5,695,956 คน แบ่งเป็น ชาย 2,721,273 คน และหญิง 2,974,683 คน

จากการแบ่งพื้นที่เขตตามนโยบายการพัฒนาเมือง ของกรุงเทพมหานคร ตามนโยบายพัฒนาเมืองตามพื้นที่ และแบ่งกลุ่มเพื่อการพัฒนาตามศักยภาพหรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ต่างๆ ให้เป็นไปตามกรอบและแนวทางที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที มีการประสานงานระหว่างเขตได้ดี ในการนี้ กรุงเทพมหานครได้แบ่งกลุ่มเขตตามลักษณะพื้นที่ออกเป็น 12 กลุ่มเขต ตามโครงสร้างการพัฒนาเมืองที่กำหนดไว้ในผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร โดยรายละเอียดแต่ละกลุ่มเขตมี ดังนี้ (กรุงเทพมหานคร, 2547)

1. พื้นที่ กท 1 เรียกว่า กลุ่มรัตนโกสินทร์ เขตอนุรักษเมืองเก่ากรุงรัตนโกสินทร์ ศูนย์กลางบริหารราชการ (เขตดุสิต) ย่านธุรกิจพาณิชยกรรมเฉพาะ (สำเพ็ง พาหุรัด เยาวราช โป้เป็) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 4 เขต คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ และเขตดุสิต
2. พื้นที่ กท 2 เรียกว่า กลุ่มลุมพินี เขตศูนย์กลางธุรกิจ การค้า การบริการ และการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค ประกอบด้วยเขต 4 เขต คือ ปทุมวัน บางรัก สาทร และวัฒนา ซึ่งเป็นที่ตั้งของอาคารสำนักงาน ธุรกิจ พาณิชยกรรมระดับชาติ ศูนย์รวมของโรงแรมและที่พักของนักท่องเที่ยว
3. พื้นที่ กท 3 เรียกว่า กลุ่มวิภาวดี เขตเศรษฐกิจใหม่ แหล่งจ้างงาน ย่านการค้า บริการ และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ประกอบด้วยเขต 6 เขต ได้แก่ จตุจักร บางซื่อ พญาไท ดินแดง ห้วยขวาง และราชเทวี โดยเขตจตุจักรเป็นย่านธุรกิจใหม่กระจุกตัวตามแนวถนนวิภาวดี และถนนรัชดาภิเษก ในอนาคตเป็นที่ตั้งของศูนย์คมนาคม (ศูนย์พหลโยธิน) ขณะที่เขตราชเทวีจะ

มีการพัฒนาของศูนย์คมนาคม (ศูนย์มักกะสัน) และจุด Boarding Pass เข้าสู่สนามบินสุวรรณภูมิ เขตพญาไท เป็นย่านที่อาศัยหนาแน่นมาก และเป็นที่ตั้งของอาคารสำนักงาน เขตดินแดงเป็นย่านสถาบันราชการ และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ส่วนเขตห้วยขวางเป็นเขตที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก และเป็นย่านสถานบันเทิง

4. พื้นที่ กท 4 เรียกว่า กลุ่มเจ้าพระยา เขตเศรษฐกิจใหม่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา รองรับ การขยายตัวของวงแหวนอุตสาหกรรม ประกอบด้วยเขต 5 เขต คือ เขตคลองเตย บางคอแหลม ยานนาวา พระโขนง และเขต บางนา โดยเขตเขตคลองเตยจะมีการพัฒนา ปรับปรุงบริเวณท่าเรือ คลองเตยเป็นย่านสำนักงานพาณิชยกรรม และโรงแรมริมแม่น้ำ เขตบางคอแหลม ยานนาวา เป็น เขตเศรษฐกิจพระราม 3 ส่วนเขตพระโขนง บางนา จะเป็นพื้นที่ที่พัฒนาตามโครงการวงแหวน อุตสาหกรรม

5. พื้นที่ กท 5 เรียกว่า กลุ่มกรุงธนบุรี เขตอนุรักษ์เมืองเก่ากรุงธนบุรี แหล่งวิถีชีวิต ชุมชนดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วยเขต 5 เขต ได้แก่ เขตธนบุรี บางกอกใหญ่ คลองสาน บางกอกน้อย และเขตบางพลัด โดยกลุ่มเขตนี้เป็นแหล่ง ประวัติศาสตร์การสถาปนากรุงธนบุรี มีวัด โบสถ์ มัสยิด ที่ทรงคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม จิตรกรรม ยังคงวิถีชีวิตของชุมชนนานาชาติ (จีน ฝรั่งเศส แขก เขมร ลาว) และ ขนบประเพณีไทยดั้งเดิม

6. พื้นที่ กท 6 เรียกว่า กลุ่มตากสิน เขตเศรษฐกิจการจ้างงานใหม่ และที่อยู่อาศัย หนาแน่นมากรองรับศูนย์คมนาคม (ศูนย์ตากสิน) ศูนย์ธุรกิจพาณิชยกรรม และศูนย์ราชการของ กรุงเทพมหานครด้านตะวันตก ประกอบด้วยเขต 3 เขต ได้แก่ เขตภาษีเจริญ จอมทอง และ ราษฎร์บูรณะ โดยเขตภาษีเจริญ และเขตจอมทองอยู่ในเขตอิทธิพลของศูนย์ตากสิน และเขต ราษฎร์บูรณะ เป็นเขตส่งเสริมการพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ที่มีสภาพแวดล้อมดีตาม แนวริมแม่น้ำเจ้าพระยา พื้นที่พัฒนาตามลักษณะเฉพาะ ได้แก่ พื้นที่นอกแนวถนนวงแหวน รัชดาภิเษก ซึ่งผังรวมกรุงเทพมหานคร

7. พื้นที่ กท 7 เรียกว่า กลุ่มพระนครเหนือ เขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของ เมือง ด้านตะวันออกตอนเหนือ ประกอบด้วยเขต 5 เขต ได้แก่ เขตบางเขน หลักสี่ ดอนเมือง สาย ไหม และลาดพร้าว ซึ่งสภาพปัจจุบันเป็นที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย และการย้ายสนามบินดอนเมือง ไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ จะทำให้บทบาทของเมืองเปลี่ยนไป ในกลุ่มนี้ผังเมืองรวม กรุงเทพมหานครกำหนดให้มีศูนย์ชุมชนชานเมือง (ศูนย์สะพานใหม่) เป็นแหล่งงานย่านการค้า และบริการเพื่อให้บริการประชาชน

8. พื้นที่ กท 8 เรียกว่า กลุ่มบุรพา เขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของเมือง (Transition Zone) ด้านตะวันออกกตอนใต้ ประกอบด้วย 6 เขต คือ บางกะปิ คันนายาว วังทองหลาง บึงกุ่ม สะพานสูง และสวนหลวง สภาพปัจจุบันเป็นที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย เป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวของเมือง

9. พื้นที่ กท 9 เรียกว่า กลุ่มสุวินทวงศ์ เขตเกษตรกรรมและที่อยู่อาศัยสภาพแวดล้อมดี ประกอบด้วยเขต 2 เขต คือ คลองสามวา และหนองจอก สภาพปัจจุบันเป็นพื้นที่เกษตรกรรม และ ในอนาคตได้มีโครงการพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยสภาพแวดล้อมดี

10. พื้นที่ กท 10 เรียกว่า กลุ่มศรีนครินทร์ เขตศูนย์ชุมชนชานเมืองรองรับสนามบิน ประกอบด้วย เขต 3 เขต คือ ลาดกระบัง มีนบุรี และประเวศ เป็นเขตพัฒนารองรับสนามบินสุวรรณภูมิ โดยการพัฒนาศูนย์ชุมชนลาดกระบัง เป็นแหล่งงาน ย่านการค้าและบริการ เขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้า (ICD) และสถานีขนส่งสินค้าชานเมือง เป็น Logistic Center ส่วนเขตประเวศ และมีนบุรีเป็นที่อยู่อาศัยรองรับแหล่งงาน

11. พื้นที่ กท 11 เรียกว่า กลุ่มมหาสวัสดิ์ เขตเกษตรกรรมและที่อยู่อาศัยสภาพแวดล้อม ผสมผสานพื้นที่เกษตรกรรม ประกอบด้วย เขต 4 เขต คือ ทวีวัฒนา ดลิ่งชัน บางแค และหนองแขม เป็นการพัฒนาดตามสภาพปัจจุบันและตามที่กำหนดโดยผังเมืองรวม

12. พื้นที่ กท 12 เรียกว่า กลุ่มสนามชัย เขตเกษตรกรรม อุตสาหกรรม ที่อยู่อาศัย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ประกอบด้วยเขต 3 เขต ได้แก่ บางขุนเทียน บางบอน และทุ่งครุ โดยเขตบางขุนเทียนและบางบอนเป็นเขตอุตสาหกรรม เกษตรกรรม เขตทุ่งครุเป็นเขตที่อยู่อาศัย และเกษตรกรรม พื้นที่ชายทะเลบางขุนเทียนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 5,695,956 คน เมื่อนำมากำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาใช้การกำหนดขนาดของประชากรตามสูตรการหากกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสูตร ดังนี้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546:141)

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

โดยแทนค่า	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	ขนาดของประชากร
	E	=	ความคลาดเคลื่อน

เมื่อแทนค่าแล้วได้ผลลัพธ์ดังนี้

$$n = \frac{5,695,956}{1 + 5,695,956 (0.05)^2}$$

$$= 399.971$$

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ควรนำมาศึกษา คือ 400 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้ผลการวิจัยมีความเชื่อถือมากขึ้นจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 470 ตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 470 ตัวอย่างแล้ว เลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (Mixed Methods Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บข้อมูลตามพื้นที่เขต ด้วยการจับสลากรายชื่อตามพื้นที่เขตตามนโยบายการพัฒนาเมือง ที่จะเลือกใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 พื้นที่ จากจำนวน 12 พื้นที่ ซึ่งได้แก่ พื้นที่ กท 1 เรียกว่า กลุ่มรัตนโกสินทร์ พื้นที่ กท 2 เรียกว่า กลุ่มลุมพินี พื้นที่ กท 5 เรียกว่า กลุ่มกรุงธนบุรี พื้นที่ กท 7 เรียกว่า กลุ่มพระนครเหนือ พื้นที่ กท 8 เรียกว่า กลุ่มบูรพา พื้นที่ กท 11 เรียกว่า กลุ่มมหาสวัสดิ์

จากพื้นที่ซึ่งจับฉลากได้ จำนวน 6 พื้นที่ นั้น ทำการสุ่มด้วยการจับสลากรายชื่อเขต จำนวนกลุ่มละ 2 เขต รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 12 เขต ซึ่งได้แก่ พื้นที่ กท 1 เรียกว่า กลุ่มรัตนโกสินทร์ คือ เขตพระนคร และเขตดุสิต พื้นที่ กท 2 เรียกว่า กลุ่มลุมพินี คือ เขตปทุมวัน และเขตสาทร พื้นที่ กท 5 เรียกว่า กลุ่มกรุงธนบุรี คือ เขตบางกอกน้อย และ เขตบางพลัด พื้นที่ กท 7 เรียกว่า กลุ่มพระนครเหนือ คือ เขตหลักสี่ และเขตดอนเมือง พื้นที่ กท 8 เรียกว่า กลุ่มบูรพา คือ บางกะปิ และเขตวังทองหลาง พื้นที่ กท 11 เรียกว่า กลุ่มมหาสวัสดิ์ คือ เขตตลิ่งชัน และเขตบางแค

ดังนั้นจึงได้เขตที่เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 เขต ดังนี้

- 1) เขตพระนคร
- 2) และเขตดุสิต

- 3) เขตปทุมวัน
- 4) เขตสาทร
- 5) เขตบางกอกน้อย
- 6) เขตบางพลัด
- 7) เขตหลักสี่
- 8) เขตดอนเมือง
- 9) เขตบางกะปิ
- 10) เขตวังทองหลาง
- 11) เขตตลิ่งชัน
- 12) เขตบางแค

ขั้นตอนที่ 2 ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่อายุ 20 ขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ที่สิทธิขอใบอนุญาตขับรถยนต์ส่วนบุคคลได้ตามกฎหมาย โดยกำหนดโควตาการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เขตละ 40 ตัวอย่าง

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

จากสมมติฐานของการศึกษาได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้ดังต่อไปนี้

3.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น – ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม - พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

3.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น – ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม - ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

3.3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่างกัน

ตัวแปรต้น – พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ตัวแปรตาม - การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ

3.4 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น – พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ตัวแปรตาม – ทัศนคติต่อการใช้พลังงานทางเลือก

4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) และชนิดปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) ดังนี้

คำถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ รูปแบบการใช้รถยนต์ (เป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนบุคคล หรือคิดว่าจะเป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนบุคคลในอนาคต หรือใช้บริการรถยนต์โดยสาร)

คำถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารพลังงานทางเลือก กรณีแก๊สโซฮอล์ E20 ก๊าซเอ็นจีวี และไบโอดีเซล ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

คำถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้และข้อมูลเรื่องพลังงานทางเลือก กรณีแก๊สโซฮอล์ E20 ก๊าซเอ็นจีวี และไบโอดีเซล

คำถามส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อพลังงานทางเลือก (NGV แก๊สโซฮอล์ และไบโอดีเซล) โดยประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ตามมาตรวัดทัศนคติของ Likert Scale

คำถามส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารพลังงานทางเลือก กรณีแก๊สโซฮอล์ E20 ก๊าซเอ็นจีวี และไบโอดีเซล

5. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

5.1 นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคการสร้างเครื่องมือเพื่อตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมปัจจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม (Content Validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง

5.2 ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทดสอบกับกลุ่มประชาชนที่อาศัยในเขตปริมณฑล คือ ผู้ที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีลักษณะทางประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ และนำผลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์ครอนบราอัลฟา ตามสูตร ดังนี้

(สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ 2547: 259-261)

$$\text{สูตร} = \frac{N}{N-1} = \frac{(1 - \sum v_i)}{V_t}$$

N = จำนวนข้อคำถาม

$\sum v_i$ = ผลรวมความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ

V_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมของผู้ตอบแต่ละคน

โดยส่วนมากแล้วเมื่อทดสอบความเชื่อถือได้ หากพบว่ามีค่าอัลฟา (α) อยู่ระหว่าง 0.5 – 0.65 นั้นเห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ในระดับปานกลาง แต่หากมีค่าอัลฟา ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป เห็นว่าความเชื่อถือของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี และจากผลการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) จำนวน 30 ชุด กับประชาชนในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา โดยรวมเท่ากับ 0.746 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความเชื่อถืออยู่ในระดับดี และเชื่อถือได้

6. การกำหนดการวัดค่าตัวแปรในการศึกษา

คำถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 เพศ

1=ชาย 2=หญิง

1.2 อายุ

1=18 – 24 ปี 2=40 – 44 ปี 3=25 – 29 ปี 4=45 – 49 ปี

5=30 – 34 ปี 6=35 – 39 ปี 7=ตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป

1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1=5,000 - 10,000 บาท 2=10,001 - 15,000 บาท

3=15,001 – 20,000 บาท 4=20,001 – 25,000 บาท

5=25,001 – 30,000 บาท 6=ตั้งแต่ 30,001 บาท ขึ้นไป

1.4 การศึกษา

1=ประถมศึกษา 2=มัธยมศึกษา / อาชีวศึกษา

3=ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 4=สูงกว่าปริญญาตรี ขึ้นไป

5=อื่นๆ

1.5 อาชีพ

1= ราชการ / พนักงานของรัฐ / รัฐวิสาหกิจ 2=เจ้าของกิจการ/ค้าขาย
3=พนักงานบริษัท 4=นักศึกษา

1.6 ระยะทางโดยประมาณที่เดินทางแต่ละวัน

1=ต่ำกว่า 10 กิโลเมตร 2=10-20 กิโลเมตร
3=21-30 กิโลเมตร 4=31-40 กิโลเมตร
5=41-50 กิโลเมตร 6=50 กิโลเมตร ขึ้นไป

1.7 สถานะภาพการใช้รถ

1=มีรถยนต์เป็นของตัวเอง 2=ไม่ได้มีรถยนต์เป็นของตัวเอง

คำถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารพลังงานทางเลือก กรณีแก๊สโซฮอล์ E20 ก๊าซเอ็นจีวี และไบโอดีเซล ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ

2.1 ความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชนต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ในหนึ่งสัปดาห์

5=เปิดรับทุกวัน ในหนึ่งสัปดาห์ 4=เปิดรับ 5 – 6 วันในหนึ่งสัปดาห์
3=เปิดรับ 3-4 วัน ในหนึ่งสัปดาห์ 2=เปิดรับ 1-2 วันในหนึ่งสัปดาห์
1=เปิดรับน้อยกว่า 1 วัน ในหนึ่งสัปดาห์ (บางสัปดาห์ไม่เปิดรับ)

2.2 รูปแบบการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก (NGV แก๊สโซฮอล์ และไบโอดีเซล) จากสื่อมวลชนใดมากที่สุด

1= โทรทัศน์ 2= วิทยุ 3= หนังสือพิมพ์และนิตยสาร/วารสาร 4=อินเทอร์เน็ต

คำถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้และข้อมูลเรื่องพลังงานทางเลือก (NGV แก๊สโซฮอล์ และไบโอดีเซล) โดยประกอบด้วยคำถามความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ NGV จำนวน 7 ข้อ แก๊สโซฮอล์ จำนวน 7 ข้อ และไบโอดีเซล จำนวน 8 ข้อ รวมเป็น 22 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามชนิดเลือกตอบถูก= 1 หรือ ผิด= 2

คำถามส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อพลังงานทางเลือก (NGV แก๊สโซฮอล์ และไบโอดีเซล) โดยประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ตามมาตรวัดทัศนคติของ Likert Scale ได้แก่ เห็นด้วยมาก เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยมาก โดยการให้คะแนนนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของข้อความแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ Positive Statement ซึ่งเป็นข้อความเชิงบวก จำนวน 13 ข้อ และ Negative Statement ซึ่งเป็นข้อความเชิงลบ จำนวน 7 ข้อโดยมีค่าคะแนนดังนี้

ข้อความ Positive Statement มีการให้คะแนน คือ

เห็นด้วยมาก	แทนด้วย 5 คะแนน
เห็นด้วย	แทนด้วย 4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	แทนด้วย 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	แทนด้วย 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยมาก	แทนด้วย 1 คะแนน

ข้อความ Negative Statement มีการให้คะแนน คือ

เห็นด้วยมาก	แทนด้วย 1 คะแนน
เห็นด้วย	แทนด้วย 2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	แทนด้วย 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	แทนด้วย 4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยมาก	แทนด้วย 5 คะแนน

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

คะแนน 4.21 – 5	คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
คะแนน 3.41– 4.20	คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
คะแนน 2.61 –3.40	คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจ
คะแนน 1.81 –2.60	คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
คะแนน 1.00 –1.80	คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยมาก

คำถามส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อสารมวลชนที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวพลังงานทางเลือก (NGV แก๊สโซฮอล์ และไบโอดีเซล) โดยวัดที่ระดับของความพึงพอใจที่ประชาชน ได้รับความจากการเปิดรับสื่อมวลชนต่าง ๆ คือ ความน่าสนใจ (Command attention), ความน่าประทับใจ (Cater to the heart and the head), ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสาร (Call to action), ความถูกต้องชัดเจน (Clarity the message), ประโยชน์ที่ได้รับ (Communicate a benefit), ความน่าเชื่อถือ (Create trust) และ ความต่อเนื่องของเนื้อหา (Convey a consistent message)

กำหนดความพึงพอใจเป็น 5 ระดับคือ

พึงพอใจมากที่สุด	แทนด้วย 5 คะแนน
พึงพอใจมาก	แทนด้วย 4 คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	แทนด้วย 3 คะแนน
พึงพอใจน้อย	แทนด้วย 2 คะแนน
ไม่พึงพอใจเลย	แทนด้วย 1 คะแนน

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

คะแนน	4.21 – 5	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
คะแนน	3.41 – 4.20	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจมาก
คะแนน	2.61 – 3.40	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
คะแนน	1.81 – 2.60	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
คะแนน	1.00 – 1.80	คะแนน	หมายถึง	ไม่พึงพอใจเลย

7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

นำผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามไปใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ เพื่อทำการสรุปและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณน (Descriptive Statistic) โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ในระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามสมมติฐานโดยใช้สถิติ การทดสอบค่าที (T-test) และ One-way ANOVA Analysis เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะประชากรกับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร, พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ และ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติต่อพลังงานทางเลือก

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจต่อข่าวสารพลังงาน
ทางเลือก : ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้แก๊สโซฮอลล์ เอ็นจีวี และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ มีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (n = 470)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	234	49.8
หญิง	236	50.2
อายุ		
18 - 22 ปี	207	44.0
23 - 27 ปี	102	21.7
28 - 32 ปี	51	10.9
33 - 37 ปี	35	7.4
38 - 42 ปี	30	6.4
43 - 47 ปี	26	5.5
48 - 52 ปี	15	3.2
53 ปีขึ้นไป	4	0.9
รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	282	60.0
10,001 - 15,000 บาท	121	25.7
15,001 - 30,000 บาท	50	10.6
30,001 - 45,000 บาท	10	2.1
มากกว่า 45,000 บาท ขึ้นไป	7	1.5

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (n = 470)	ร้อยละ
การศึกษา		
มัธยมศึกษา / ปวช.	151	32.1
อนุปริญญา / ปวส.	80	17.0
ปริญญาตรี	178	37.9
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	28	6.0
อื่นๆ	33	7.0
อาชีพ		
เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานรัฐ	43	9.1
พนักงานในองค์กรเอกชน	76	16.2
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	53	11.3
รับจ้างทั่วไป	73	15.5
นักศึกษา	199	42.3
อื่นๆ	26	5.5
สถานภาพการใช้รถยนต์		
ไม่ได้ใช้รถยนต์ด้วยตนเอง	293	62.3
ใช้รถยนต์ด้วยตนเอง	177	37.7
สถานภาพการเป็นเจ้าของรถยนต์		
มีรถยนต์เป็นของตนเอง	186	39.6
ไม่ได้มีรถยนต์เป็นของตนเอง	283	60.2
ระยะทางโดยประมาณในการใช้รถยนต์ในแต่ละวัน		
ต่ำกว่า 50 กิโลเมตร	285	60.6
50 – 100 กิโลเมตร	123	26.2
101 – 150 กิโลเมตร	31	6.6
151 – 200 กิโลเมตร	13	2.8
201 – 250 กิโลเมตร	13	2.8
มากกว่า 250 กิโลเมตร	5	1.1

จากตารางที่ 4.1 แสดงลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.2 และมีอายุอยู่ระหว่าง 18 – 22 ปี มากที่สุด ร้อยละ 44.0 และรองลงมา มีอายุอยู่ระหว่าง 23 – 27 ปี ร้อยละ 21.7 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีเงินเดือนโดยเฉลี่ย น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 60 รองลงมา มีเงินเดือนโดยเฉลี่ย 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 25.7 สำหรับระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนั้น ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 37.9 และรองลงมา จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 32.1 ด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 42.3 รองลงมา ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 15.5

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้ขับรถยนต์ด้วยตนเอง ร้อยละ 62.3 และขับรถยนต์ด้วยตนเอง ร้อยละ 37.7 รวมถึงสถานภาพการมีรถยนต์ซึ่งกลุ่มตัวอย่างไม่ได้มีรถยนต์เป็นของตนเอง ร้อยละ 60.4 และมีรถยนต์เป็นของตนเอง ร้อยละ 39.6 โดยระยะเวลาการเดินทางในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ น้อยกว่า 50 กิโลเมตร ร้อยละ 60.6 รองลงมา 50 – 100 กิโลเมตร ร้อยละ 26.2

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ตารางที่ 4.2 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก	ความถี่ที่เปิดรับสื่อ				
	เปิดรับน้อยกว่า 1 วัน ในหนึ่งสัปดาห์	เปิดรับ 1-2 วัน ในหนึ่งสัปดาห์	เปิดรับ 3-4 วัน ในหนึ่งสัปดาห์	เปิดรับ 5 – 6 วัน ในหนึ่งสัปดาห์	เปิดรับทุกวัน ในหนึ่งสัปดาห์
1. โทรทัศน์	64 (13.6)	65 (13.8)	69 (14.7)	55 (11.7)	217 (46.2)
2. วิทยุ	111 (23.6)	112 (23.8)	101 (21.5)	47 (10.0)	99 (21.1)
3. หนังสือพิมพ์	89 (18.9)	102 (21.7)	105 (22.3)	63 (13.4)	111 (23.6)
5. อินเทอร์เน็ต	141 (30.0)	86 (18.3)	88 (18.7)	57 (12.1)	98 (20.9)

จากตารางที่ 4.2 แสดงพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกทางสื่อต่าง ๆ ดังนี้

สื่อโทรทัศน์ พบว่า ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อโทรทัศน์ทุกวันในสัปดาห์มากที่สุด ร้อยละ 46.2 รองลงมา เปิดรับ 3 – 4 วันในสัปดาห์ ร้อยละ 14.7

สื่อวิทยุ พบว่า ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อวิทยุ 1- 2 วันในสัปดาห์ มากที่สุด ร้อยละ 23.8 รองลงมา น้อยกว่า 1 วันในสัปดาห์ ร้อยละ 23.6

สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อหนังสือพิมพ์ ทุกวันในสัปดาห์มากที่สุด ร้อยละ 23.6 รองลงมา เปิดรับ 3-4 วันในสัปดาห์ ร้อยละ 22.3

สื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่ออินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 วันในสัปดาห์มากที่สุด ร้อยละ 30.0 รองลงมา 3 – 4 วัน ในสัปดาห์ ร้อยละ 18.7

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ตารางที่ 4.3 แสดงการรู้จักพลังงานทางเลือก

พลังงานทางเลือก	รู้จัก	ไม่รู้จัก	ลำดับที่การรู้จัก
แก๊สโซฮอล์	430 (91.5)	40 (8.5)	1
NGV	426 (90.9)	44 (9.4)	2
ไบโอดีเซล	374 (79.6)	36 (20.4)	3

จากตารางที่ 4.3 แสดงการรู้จักพลังงานทางเลือก ประเภทแก๊สโซฮอล์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักพลังงานทางเลือกประเภทนี้ ร้อยละ 91.5 ประเภท NGV กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักพลังงานทางเลือกประเภทนี้ ร้อยละ 90.9 และประเภทไบโอดีเซล ร้อยละ 79.6 โดยมีลำดับการรู้จักจากมากไปหาน้อย คือ อันดับที่ 1 แก๊สโซฮอล์ อันดับที่ 2 NGV อันดับที่ 3 ไบโอดีเซล

ตารางที่ 4.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทแก๊สโซฮอลล์

ความรู้เกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอลล์	ผลการเลือกคำตอบ	
	ตอบถูก	ตอบผิด
1. แก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการผสมระหว่างเอทานอลหรือที่เรียกว่า เอทิลแอลกอฮอล์	411 (87.4)	59 (12.6)
2. ช่วยประหยัดเชื้อเพลิง เช่นเดียวกับน้ำมันเบนซินออกเทน 95	316 (67.2)	154 (32.8)
3. ไม่มีผลกระทบต่อสมรรถนะการใช้งานและอัตราการเร่งได้ดีกว่าหรือไม่แตกต่างจากน้ำมันเบนซิน 95	319 (67.9)	151 (32.1)
4. ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ การปรับแต่งเครื่องยนต์	210 (42.8)	269 (57.2)
5. สามารถเติมผสมกับน้ำมันที่เหลือ อยู่ในถังได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันในถังหมด	319 (67.9)	151 (32.1)
6. ลดปริมาณไฮโดรคาร์บอนและคาร์บอนมอนนอกไซด์ลง ร้อยละ 20-25 ทำให้ลดค่าจ่ายเกี่ยวกับสุขภาพของประชาชนในประเทศ	384 (81.7)	86 (18.3)
7. เครื่องยนต์มีการเผาไหม้ที่ดีขึ้นทำให้ช่วยลดมลพิษ ไอเสียทางอากาศและลดปัญหาสิ่งแวดล้อม	382 (81.3)	88 (18.7)

จากตารางที่ 4.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุดเกี่ยวกับ แก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการผสมระหว่างเอทานอลหรือที่เรียกว่าเอทิลแอลกอฮอล์ ร้อยละ 87.4 รองลงมาเป็นการลดปริมาณไฮโดรคาร์บอนและคาร์บอนมอนนอกไซด์ลง ร้อยละ 20-25 ทำให้ลดค่าจ่ายเกี่ยวกับสุขภาพของประชาชนในประเทศ ร้อยละ 81.7

ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุดเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ คือ ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการปรับแต่งเครื่องยนต์ ร้อยละ 57.2 รองลงมาคือ ไม่มีผลกระทบต่อสมรรถนะการใช้งานและอัตราการเร่งได้ดีกว่าหรือไม่แตกต่างจากน้ำมันเบนซิน 95 และสามารถเติมผสมกับน้ำมันที่เหลือ อยู่ในถังได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันในถังหมด ร้อยละ 32.1

ตารางที่ 4.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก ประเภท NGV

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ก๊าซ NGV	ผลการเลือกคำตอบ	
	ตอบถูก	ตอบผิด
1. ก๊าซ NGV คือ ก๊าซธรรมชาติ สำหรับยานยนต์ ส่วนใหญ่เป็น ก๊าซมีเทน	427 (90.9)	43 (9.1)
2. NGV มีความดันสูง ประมาณ 3,000 ปอนด์/ตารางนิ้ว	297 (63.2)	173 (36.8)
3. NGV ปลดปล่อยสารพิษที่ต่ำสามารถลดก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ ก๊าซไนโตรเจนออกไซด์ก๊าซไฮโดร คาร์บอน ในอากาศได้	381 (81.1)	89 (18.9)
4. ก่อให้เกิดฝุ่นละอองหรือเขม่าจากท่อไอเสียสูงกว่าน้ำมันเบนซิน	245 (52.1)	225 (47.9)
5. NGV ไม่เกิดการลุกไหม้เหมือนเชื้อเพลิงอื่นๆ	182 (38.7)	288 (61.3)
6. NGV ระเบิดได้ง่ายและเป็นอันตรายต่อเครื่องยนต์	216 (46.0)	254 (54.0)
7. NGV หากมีการรั่วไหลจะเกิดเสียงดังและมีแรงระเบิดเกิดขึ้น เนื่องจากมีความดันสูง	310 (66.0)	160 (34.0)

จากตารางที่ 4.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก ประเภท NGV กลุ่มตัวอย่าง **ตอบถูกมากที่สุด**เกี่ยวกับ NGV คือ ก๊าซ NGV คือ ก๊าซธรรมชาติ สำหรับยานยนต์ ส่วนใหญ่เป็น ก๊าซมีเทน ร้อยละ 90.9 รองลงมา คือ NGV ปลดปล่อยสารพิษที่ต่ำสามารถลดก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ ก๊าซไนโตรเจนออกไซด์ก๊าซไฮโดรคาร์บอนในอากาศได้ ร้อยละ 81.1

ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่าง**ตอบผิดมากที่สุด**เกี่ยวกับ NGV คือ NGV ไม่เกิดการลุกไหม้เหมือนเชื้อเพลิงอื่นๆ ร้อยละ 61.3 รองลงมา คือ NGV ระเบิดได้ง่ายและเป็นอันตรายต่อเครื่องยนต์ ร้อยละ 54

ตารางที่ 4.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก ประเภทไบโอดีเซล

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ไบโอดีเซล	ผลการเลือกคำตอบ	
	ตอบถูก	ตอบผิด
1. ไบโอดีเซล คือ น้ำมันพืชชนิดต่าง ๆ ได้แก่ ทานตะวัน งา ฝ้าย ถั่วลิสง ถั่วเหลือง ละหุ่ง สบู่ดำ มะพร้าว ปาล์ม	422 (89.8)	48 (10.2)
2. ส่งผลกระทบต่อระบบต่างๆของเครื่องยนต์ หากใช้เป็นเวลานาน	211 (44.9)	259 (55.1)
3. ไบโอดีเซลมีคุณสมบัติเทียบเคียงน้ำมันดีเซล	362 (77.0)	108 (23.0)
4. น้ำมันปาล์มสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตไบโอดีเซล	380 (80.9)	90 (19.1)
5. ปัจจุบันได้มีการจำหน่ายน้ำมันดีเซล B5 แก่ประชาชนทั่วไปตามสถานีบริการแล้ว	361 (76.8)	109 (23.2)
6. การผสมไบโอดีเซลในสัดส่วนต่างๆ ช่วยลดมลพิษทางอากาศได้ สำหรับไบโอดีเซล 100 เปอร์เซ็นต์ ช่วยลดมลพิษทางอากาศได้ ร้อยละ 20-40 และลดควันดำได้ถึงร้อยละ 60	378 (80.4)	92 (19.6)
7. ไบโอดีเซลไม่สามารถย่อยสลายได้โดยกระบวนการทางธรรมชาติ และเกิดมลพิษทางอากาศมากกว่าน้ำมันดีเซล	183 (38.9)	287 (61.1)
8. น้ำมันเหลือใช้หลังการปรุงอาหารจากภัตตาคารและร้านอาหาร ประเภท fast-food เช่น McDonald's, Burger King และ Kentucky Fried Chicken สามารถนำมาผลิตไบโอดีเซลได้	367 (78.1)	101 (21.5)

จากตารางที่ 4.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทไบโอดีเซล กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุดเกี่ยวกับไบโอดีเซล มากที่สุด คือ ไบโอดีเซล คือ น้ำมันพืชชนิดต่าง ๆ ได้แก่ ทานตะวัน งา ฝ้าย ถั่วลิสง ถั่วเหลือง ละหุ่ง สบู่ดำ มะพร้าว ปาล์ม ร้อยละ 89.8 รองลงมา คือ น้ำมันปาล์มสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตไบโอดีเซล ร้อยละ 80.9

ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุด เกี่ยวกับไบโอดีเซล คือ ไบโอดีเซลไม่สามารถย่อยสลายได้โดยกระบวนการทางธรรมชาติ และเกิดมลพิษทางอากาศมากกว่าน้ำมันดีเซล ร้อยละ 61.1 รองลงมา คือ ส่งผลกระทบต่อระบบต่างๆของเครื่องยนต์ หากใช้เป็นเวลานาน ร้อยละ 55.1



ตอนที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล

ตารางที่ 4.7 แสดงทัศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซลในข้อคำถามเชิงบวก

ทัศนคติต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลความหมาย ค่าคะแนน
1. แก๊สโซฮอล์ NGV ไบโอดีเซลไม่ทำลาย สิ่งแวดล้อม	3.961	0.845	เห็นด้วย
2. แก๊สโซฮอล์ NGV ไบโอดีเซล ใช้ได้กับ รถยนต์ทุกประเภท	3.519	0.963	เห็นด้วย
3. ควรสนับสนุนให้ใช้พลังงานทางเลือก	4.268	0.709	เห็นด้วยมาก
4. ช่วยประหยัดการสิ้นเปลืองน้ำมัน	4.276	0.761	เห็นด้วยมาก
5. มีสถานบริการพลังงานทางเลือกที่ เพียงพอ	1.572	0.495	ไม่เห็นด้วยมาก
6. พลังงานทางเลือกมีราคาถูกกว่า พลังงานจากน้ำมันเบนซิน	3.970	0.894	เห็นด้วย
7. การใช้พลังงานทางเลือกจะช่วยยกระดับ ราคาพืชผลทางการเกษตร	3.951	0.861	เห็นด้วย
8. พลังงานทางเลือก เช่น NGV ไบโอดีเซลและแก๊สโซฮอล์ช่วยให้เครื่องยนต์มี การเผาไหม้ที่ดีขึ้น	3.572	0.874	เห็นด้วย
9. พลังงานทางเลือกช่วยลดมลพิษทาง อากาศและสิ่งแวดล้อม	3.895	0.799	เห็นด้วย
10. รถยนต์ควรใช้ก๊าซ NGV มากกว่า ก๊าซหุงต้ม หรือ LPG	3.712	0.890	เห็นด้วย
11. ทุกคนควรพยายามหาข้อมูลเกี่ยวกับ พลังงานทางเลือกให้มากขึ้น	4.017	0.820	เห็นด้วย
12. ควรแนะนำให้ผู้อื่นใช้พลังงาน ทางเลือกด้วย	3.921	0.833	เห็นด้วย
13. พลังงานทางเลือกสามารถใช้ได้กับ เครื่องยนต์ทุกประเภท	3.544	0.921	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.7 แสดงทัศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซลในข้อคำถามเชิงบวก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากกว่าควรสนับสนุนให้ใช้พลังงานทางเลือก (4.268) และเห็นว่าพลังงานทางเลือกช่วยประหยัดการสังเข้าน้ำมัน (4.276) และจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังเห็นด้วย ว่าทุกคนควรพยายามหาข้อมูลเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกให้มากขึ้น (4.017) และรองลงมาเห็นด้วยว่าแก๊สโซฮอล์, NGV และไบโอดีเซล ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (3.961) และจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างยังไม่เห็นด้วยมากว่ามีสถานบริการพลังงานทางเลือกที่เพียงพอ (1.572) และจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นแตกต่างกันบ้างพอสมควร

ตารางที่ 4.7 แสดงทัศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซลในข้อคำถามเชิงลบ

ทัศนคติต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลความหมาย ค่าคะแนน
1. รถเมื่อใช้ NGV แล้วไม่สามารถกลับมาใช้น้ำมันชนิดอื่นได้อีก	3.125	1.082	ไม่แน่ใจ
2. เมื่อเกิดอุบัติเหตุกับรถที่ใช้ NGVแล้วจะเกิดไฟลุกไหม้	3.444	0.907	เห็นด้วย
3. พลังงานทางเลือกสามารถใช้กับเครื่องยนต์ที่ผลิตโดยเฉพาะเท่านั้น	3.378	0.969	ไม่แน่ใจ
4. พลังงานทางเลือกไม่มีความจำเป็น เพราะใช้น้ำมันแบบเดิมคืออยู่แล้ว	3.095	1.165	ไม่แน่ใจ
5. มีราคาแพงกว่าน้ำมันแบบเดิม	2.889	1.188	ไม่แน่ใจ
6. ยังขาดการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก	3.938	0.852	เห็นด้วย
7. ขาดการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก	3.795	0.841	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.7 แสดงทัศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซลในข้อคำถามเชิงลบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากที่สุดว่า ยังขาดการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก (3.938) และรองลงมา คือ ขาดการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก (3.792) นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังเห็นด้วยว่าเมื่อเกิดอุบัติเหตุกับรถที่ใช้ NGVแล้วจะเกิดไฟลุกไหม้ (3.444) ซึ่งแสดงถึงการมีทัศนคติที่ผิดต่อก๊าซ NGV เนื่องจากก๊าซประเภทนี้ไม่ติดไฟ และเมื่อพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก

อย่างไรก็ตามมีกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจมากที่สุดเกี่ยวกับ พลังงานทางเลือกสามารถใช้กับเครื่องยนต์ที่ผลิตโดยเฉพาะเท่านั้น (3.378) รองลงมา คือ รถเมื่อใช้ NGV แล้วไม่สามารถกลับมาใช้น้ำมันชนิดอื่นได้อีก (3.125) เมื่อพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 4.8 การรับทราบเกี่ยวกับปัญหาราคาน้ำมันแพงและมีการส่งเสริมให้ใช้พลังงานทางเลือก

ทราบ	ไม่ทราบ
424	46
(90.2)	(9.8)

จากตารางที่ 4.8 แสดงการรับทราบเกี่ยวกับปัญหาราคาน้ำมันแพงและมีการส่งเสริมให้ใช้พลังงานทางเลือก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบ ร้อยละ 90.2

ตารางที่ 4.9 การรับทราบเกี่ยวกับการมีสถานีบริการเติมแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล

ทราบ	ไม่ทราบ
403	67
(85.7)	(14.3)

จากตารางที่ 4.9 แสดงการรับทราบเกี่ยวกับการมีสถานีบริการเติมแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบ ร้อยละ 85.7

ตารางที่ 4.10 ความพยายามค้นคว้าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล

ค้นหาข้อมูล	ไม่ค้นหาข้อมูล
233	237
(49.6)	(50.4)

จากตารางที่ 4.10 แสดงการค้นคว้าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ค้นหาข้อมูล ร้อยละ 50.4

ตารางที่ 4.11 ระยะเวลาในการศึกษาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซลก่อนใช้

ระยะเวลาในการศึกษาข้อมูล	จำนวน (n=470)	ร้อยละ
1 - 3 เดือน	223	47.4
3 - 6 เดือน	143	30.4
6 - 9 เดือน	51	10.9
9 - 12 เดือน	53	11.3

จากตารางที่ 4.11 แสดงระยะเวลาในการศึกษาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซลก่อนใช้ ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 1- 3 เดือน ร้อยละ 47.4 รองลงมา คือ ระยะเวลา 3 - 6 เดือน ร้อยละ 30.4

ตารางที่ 4.12 ความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล มากขึ้นหลังจากเปิดรับข่าวสาร

ความรู้หลังจากเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (n=470)	ร้อยละ
มีความรู้มากขึ้น	281	59.8
ไม่มีความรู้มากขึ้น	73	15.5
ไม่แน่ใจ	116	24.7

จากตารางที่ 4.12 แสดงความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซลมากขึ้น หลังจากเปิดรับข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้มากขึ้น ร้อยละ 59.8 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ ร้อยละ 24.7

ตารางที่ 4.13 ความเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล หลังจากเปิดรับข่าวสาร

ความเชื่อถือหลังจากเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (n=470)	ร้อยละ
เชื่อถือมากขึ้น	264	56.2
ไม่เชื่อถือมากขึ้น	48	10.2
ไม่แน่ใจ	158	33.6

จากตารางที่ 4.13 แสดงความเชื่อถือข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล หลังจากเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากเชื่อถือมากขึ้น ร้อยละ 56.2 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ ร้อยละ 33.6

ตารางที่ 4.14 ความต้องการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล หลังจากเปิดรับข่าวสาร

ความต้องการใช้หลังจากเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (n=470)	ร้อยละ
ต้องการใช้มากขึ้น	255	54.3
ไม่ต้องการใช้มากขึ้น	52	11.1
ไม่แน่ใจ	163	34.7

จากตารางที่ 4.14 แสดงความต้องการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล หลังจากเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการใช้มากขึ้น ร้อยละ 54.3 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ ร้อยละ 34.7

ตอนที่ 5 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
ตารางที่ 4.15 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์

การใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจต่อการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทางโทรทัศน์	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ความหมาย	ระดับความพึงพอใจ				
				มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่พึง พอใจ
1. ความน่าสนใจ	3.85	0.75	พึงพอใจ	91	229	140	9	1
	1	2	มาก	(19.4)	(48.7)	(29.8)	(1.9)	(0.2)
2. ความทันสมัย / ทัน เหตุการณ์	3.81	0.75	พึงพอใจ	81	239	134	15	1
	7	6	มาก	(17.2)	(50.9)	(28.5)	(3.2)	(0.2)
3. ความถูกต้อง / ชัดเจน	3.62	0.86	พึงพอใจ	75	185	174	32	4
	7	1	มาก	(16.0)	(39.4)	(37.0)	(6.8)	(0.9)
4. ความน่าเชื่อถือ	3.59	0.88	พึงพอใจ	72	183	176	31	8
	5	4	มาก	(15.3)	(38.9)	(37.4)	(6.6)	(1.7)
5. ความต่อเนื่อง	3.40	0.86	พึงพอใจ	40	181	189	50	10
	6	8		(8.5)	(38.5)	(40.2)	(10.6)	(2.1)
6. ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้	3.76	0.84	พึงพอใจ	89	218	129	32	2
	6	9	มาก	(18.9)	(46.4)	(27.4)	(6.8)	(0.4)
7. ความน่าสนใจ	3.65	0.83	พึงพอใจ	71	201	165	30	3
	3	4	มาก	(15.1)	(42.8)	(35.1)	(6.4)	(0.6)
8. ความน่าประทับใจ	3.52	0.91	พึงพอใจ	68	169	184	38	11
	1	8	มาก	(14.5)	(36.0)	(39.1)	(8.1)	(2.3)
9. มีความน่าเชื่อถือ	3.55	0.88	พึงพอใจ	64	183	182	30	11
	1	8	มาก	(13.6)	(38.9)	(38.7)	(6.4)	(2.3)
10. สามารถสร้าง ความรู้ความเข้าใจ	3.63	0.92	พึงพอใจ	93	160	174	37	6
	1	9	มาก	(19.8)	(34.0)	(37.0)	(7.9)	(1.3)

จากตารางที่ 4.15 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากใน 9 ประเด็น ยกเว้นประเด็นเรื่องความต่อเนื่อง (3.406) โดยอันดับของประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ตามระดับค่าเฉลี่ย คือ ความน่าสนใจ (3.851) ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์ (3.817) และประโยชน์ที่ได้นำไปใช้ (3.766) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน

หากพิจารณาตามประเด็นความพึงพอใจในด้านต่างๆ แล้วพบว่ามีร้อยละของความพึงพอใจในระดับต่างๆ ดังนี้

- 1) ความน่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 48.7 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 29.8
- 2) ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมาก เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 50.9 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 28.5
- 3) ความถูกต้อง / ชัดเจน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 39.4 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 37
- 4) ความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 38.9 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 37.4
- 5) ความต่อเนื่อง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 40.2 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 38.5
- 6) ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 46.4 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 27.4
- 7) ความน่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 42.8 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 35.1
- 8) ความน่าประทับใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 39.1 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 36.0
- 9) มีความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 38.9 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 39.7
- 10) สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 37 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 34

ตารางที่ 4.16 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อวิทยุ

การใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจต่อการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทางวิทยุ	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ความหมาย	ระดับความพึงพอใจ				
				มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่พึง พอใจ
1. ความน่าสนใจ	3.44	0.94	พึงพอใจ	62	162	178	58	10
	2	1	มาก	(13.2)	(34.5)	(37.9)	(12.3)	(2.1)
2. ความทันสมัย / ทัน เหตุการณ์	3.45	0.87	พึงพอใจ	50	178	183	52	7
	1	9	มาก	(10.6)	(37.9)	(38.9)	(11.1)	(1.5)
3. ความถูกต้อง / ชัดเจน	3.45	0.83	พึงพอใจ	47	175	200	43	5
	9	4	มาก	(10.0)	(37.2)	(42.6)	(9.1)	(1.1)
4. ความน่าเชื่อถือ	3.41	0.90	พึงพอใจ	52	164	195	46	13
	7	9	มาก	(11.1)	(34.9)	(41.5)	(9.8)	(2.8)
5. ความต่อเนื่อง	3.29	0.93	ปานกลาง	51	133	199	77	10
	3	8		(10.9)	(28.3)	(42.3)	(16.4)	(2.1)
6. ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้	3.45	0.95	พึงพอใจ	66	159	184	47	14
	9	3	มาก	(14.0)	(33.8)	(39.1)	(10.0)	(3.0)
7. ความน่าสนใจ	3.34	0.93	ปานกลาง	51	148	199	57	15
	6	7		(10.9)	(31.5)	(42.3)	(12.1)	(3.2)
8. ความน่าประทับใจ	3.25	0.94	ปานกลาง	48	128	203	77	14
	3	9		(10.2)	(27.2)	(43.2)	(16.4)	(3.0)
9. มีความน่าเชื่อถือ	3.29	0.87	ปานกลาง	38	148	210	64	10
	7	8		(8.1)	(31.5)	(44.7)	(13.6)	(2.1)
10. สามารถสร้าง ความรู้ความเข้าใจ	3.33	0.92	ปานกลาง	44	153	206	49	18
	1	1		(9.4)	(32.6)	(43.8)	(10.4)	(3.8)

จากตารางที่ 4.16 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อวิทยุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากใน 5 ประเด็น ได้แก่ ความน่าสนใจ (3.442) ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์ (3.451) ความถูกต้อง / ชัดเจน (3.459) ความน่าเชื่อถือ (3.417) ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้ (3.459) และมีความพึงพอใจปานกลาง ใน 5 ประเด็น ได้แก่ ความต่อเนื่อง (3.293) ความน่าสนใจ (3.346) ความน่าประทับใจ (3.253) มีความน่าเชื่อถือ (3.297) สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ (3.331) เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน

หากพิจารณาตามประเด็นความพึงพอใจในด้านต่างๆ แล้วพบว่ามีร้อยละของความพึงพอใจในระดับต่างๆ ดังนี้

- 1) ความน่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 37.9 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 34.5
- 2) ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 38.9 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 37.9
- 3) ความถูกต้อง / ชัดเจน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางมากที่สุด ร้อยละ 42.6 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 37.2
- 4) ความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 41.5 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 34.9
- 5) ความต่อเนื่อง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 42.3 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 28.3
- 6) ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 39.1 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 33.8
- 7) ความน่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 42.3 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 31.5
- 8) ความน่าประทับใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 43.2 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 27.2
- 9) มีความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 38.9 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 39.7
- 10) สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 44.7 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 32.6

ตารางที่ 4.17 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อหนังสือพิมพ์

การใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจต่อการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทางหนังสือพิมพ์และ วารสาร	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ความหมาย	ระดับความพึงพอใจ				
				มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่พึง พอใจ
1. ความน่าสนใจ	3.58 0	0.89 1	พึงพอใจ มาก	66 (14.0)	196 (41.7)	161 (34.3)	39 (8.3)	8 (1.7)
2. ความทันสมัย / ทัน เหตุการณ์	3.53 4	0.86 7	พึงพอใจ มาก	64 (13.6)	171 (36.4)	193 (41.1)	36 (7.7)	6 (1.3)
3. ความถูกต้อง / ชัดเจน	3.55 1	0.90 5	พึงพอใจ มาก	71 (15.1)	173 (36.8)	177 (37.7)	42 (8.9)	7 (1.5)
4. ความน่าเชื่อถือ	3.44 4	0.93 0	พึงพอใจ มาก	60 (12.8)	168 (35.7)	169 (36.0)	67 (14.3)	6 (1.3)
5. ความต่อเนื่อง	3.36 3	1.01 0	พึงพอใจ มาก	66 (14.0)	144 (30.6)	169 (36.0)	77 (16.4)	14 (3.0)
6. ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้	3.44 2	0.90 9	พึงพอใจ มาก	54 (11.5)	171 (36.4)	185 (39.4)	49 (10.4)	1 (2.3)
7. ความน่าสนใจ	3.49 1	0.96 1	พึงพอใจ มาก	74 (15.7)	155 (33.0)	181 (38.5)	48 (10.2)	12 (2.6)
8. ความน่าประทับใจ	3.41 0	0.92 0	พึงพอใจ มาก	53 (11.3)	165 (35.1)	185 (39.4)	56 (11.9)	11 (2.3)
9. มีความน่าเชื่อถือ	3.53 4	0.94 5	พึงพอใจ มาก	76 (16.2)	168 (35.7)	163 (34.7)	57 (12.1)	6 (1.3)
10. สามารถสร้าง ความรู้ความเข้าใจ	3.49 5	0.95 9	พึงพอใจ มาก	74 (15.7)	159 (33.8)	172 (36.6)	56 (11.9)	9 (1.9)

จากตารางที่ 4.17 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อหนังสือพิมพ์ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากในทุกประเด็น โดยอันดับของประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ ตามระดับค่าเฉลี่ย คือ ความน่าสนใจ (3.580) ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์ เท่ากับ มีความน่าเชื่อถือ (3.534) และความถูกต้อง / ชัดเจน (3.551) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน

หากพิจารณาตามประเด็นความพึงพอใจในด้านต่างๆ แล้วพบว่ามีย้อยละของความพึงพอใจในระดับต่างๆ ดังนี้

- 1) ความน่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 41.7 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 34.3
- 2) ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 41.1 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 36.4
- 3) ความถูกต้อง / ชัดเจน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางมากที่สุด ร้อยละ 37.7 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 36.8
- 4) ความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 36.0 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 35.7
- 5) ความต่อเนื่อง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 42.3 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 28.3
- 6) ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 39.1 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 33.8
- 7) ความน่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 38.5 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 33.0
- 8) ความน่าประทับใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 39.4 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 35.1
- 9) มีความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 35.7 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 34.7
- 10) สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 36.6 รองลงมาในระดับมาก ร้อยละ 33.8

ตารางที่ 4.18 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ต

การใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจต่อการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทางอินเทอร์เน็ต	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ความหมาย	ระดับความพึงพอใจ				
				มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่พึง พอใจ
1. ความน่าสนใจ	3.81 2	0.87 5	พึงพอใจ	100 (21.3)	221 (47.0)	115 (24.5)	29 (6.2)	5 (1.1)
2. ความทันสมัย / ทัน เหตุการณ์	3.85 1	0.88 5	พึงพอใจ	108 (23.0)	224 (47.7)	104 (22.1)	28 (6.0)	6 (1.3)
3. ความถูกต้อง / ชัดเจน	3.60 0	0.92 6	พึงพอใจ	82 (17.4)	174 (37.0)	165 (35.1)	42 (8.9)	7 (1.5)
4. ความน่าเชื่อถือ	3.54 4	0.94 4	พึงพอใจ	73 (15.5)	177 (37.7)	164 (34.9)	45 (9.6)	11 (2.3)
5. ความต่อเนื่อง	3.62 7	0.95 5	พึงพอใจ	85 (18.1)	189 (40.2)	142 (30.2)	44 (9.4)	10 (2.1)
6. ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้	3.65 5	0.91 4	พึงพอใจ	78 (16.6)	206 (43.8)	143 (30.4)	32 (6.8)	11 (2.3)
7. ความน่าสนใจ	3.75 9	0.91 4	พึงพอใจ	97 (20.6)	209 (44.5)	128 (27.2)	26 (5.5)	10 (2.1)
8. ความน่าประทับใจ	3.64 2	0.94 4	พึงพอใจ	88 (18.7)	184 (39.1)	149 (31.7)	40 (8.5)	9 (1.9)
9. มีความน่าเชื่อถือ	3.55 1	0.96 8	พึงพอใจ	84 (17.9)	158 (33.6)	172 (36.6)	45 (9.6)	11 (2.3)
10. สามารถสร้าง ความรู้ความเข้าใจ	3.65 9	0.98 9	พึงพอใจ	96 (20.4)	185 (39.4)	136 (28.9)	39 (8.3)	14 (3.0)

จากตารางที่ 4.18 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีระดับความพึงพอใจในทุกประเด็น โดยอันดับของประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ ตามระดับค่าเฉลี่ย คือ ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์ (3.851) ความน่าสนใจ (3.812) และความน่าสนใจ (3.759) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน

หากพิจารณาตามประเด็นความพึงพอใจในด้านต่างๆ แล้วพบว่ามีร้อยละของความพึงพอใจในระดับต่างๆ ดังนี้

- 1) ความน่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 47.0 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 24.5
- 2) ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 47.7 รองลงมา ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 23
- 3) ความถูกต้อง / ชัดเจน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.0 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 35.1
- 4) ความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 37.7 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 34.9
- 5) ความต่อเนื่อง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 42.3 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 28.3
- 6) ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 40.2 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 33.2
- 7) ความน่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 44.5 รองลงมา ในระดับปานกลาง ร้อยละ 27.2
- 8) ความน่าประทับใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับมากเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 39.1 รองลงมาในระดับปานกลาง ร้อยละ 31.7
- 9) มีความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 36.6 รองลงมา ในระดับมาก ร้อยละ 33.6
- 10) สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 39.4 รองลงมาในระดับปานกลาง ร้อยละ 28.9

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น – ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม – พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า T ในการเปรียบเทียบความแตกต่างเพศ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

พฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสาร	เพศชาย		เพศหญิง		T	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. โทรทัศน์	3.696	1.455	3.563	1.546	0.960	0.337
2. วิทยู	2.790	1.454	2.830	1.442	-0.299	0.765
3. หนังสือพิมพ์	3.008	1.417	3.012	1.454	-0.031	-0.975
4. อินเทอร์เน็ต	2.500	1.474	3.008	1.507	-3.696	0.000

จากตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า เพศของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก ของเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทาง สื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

สำหรับ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยู สื่อหนังสือพิมพ์ เพศของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างอายุพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อ

พฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสาร	18 - 22 ปี		23 - 27 ปี		28 - 32 ปี		33 - 37 ปี		38 - 42 ปี		43 - 47 ปี		48 - 52 ปี		52 ปีขึ้นไป	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. โทรทัศน์	3.338	1.577	3.872	1.390	3.666	1.478	3.800	1.471	4.266	1.112	3.923	1.626	3.800	1.780	3.250	1.500
2. วิทยุ	2.565	1.341	3.127	1.500	2.803	1.536	2.771	1.554	2.666	1.446	3.461	1.363	2.933	1.486	4.250	0.957
3. หนังสือพิมพ์	2.830	1.367	3.372	1.406	2.725	1.470	2.913	1.597	3.333	1.372	3.307	1.378	2.800	1.612	4.000	2.000
4. อินเทอร์เน็ต	3.087	1.491	2.862	1.469	2.176	1.410	2.542	1.578	2.266	1.387	1.884	0.993	1.933	1.624	2.500	0.577



ตารางที่ 4.21 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. โทรทัศน์	ระหว่างกลุ่ม	40.115	7	5.731	2.602	0.012
	ภายในกลุ่ม	1017.468	463	2.202		
	รวม	1057.583	470			
2. วิทยุ	ระหว่างกลุ่ม	42.912	7	6.130	3.015	0.004
	ภายในกลุ่ม	939.235	463	2.033		
	รวม	982.147	470			
3. หนังสือพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	34.517	7	4.931	2.448	0.018
	ภายในกลุ่ม	930.430	463	2.014		
	รวม	964.947	470			
4. อินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	91.797	7	13.11	6.188	0.000
	ภายในกลุ่ม	979.065	463	2.119		
	รวม	1070.862	470			

จากตารางที่ 4.20 และ 4.21 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อ

พฤติกรรมกา เปิดรับข่าวสาร	น้อยกว่า 10,000		10,00-15,000		15,001-30,000		30,001-45,000		45,001-60,000		มากกว่า 60,000	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. โทรทัศน์	3.617	1.533	3.760	1.449	3.300	1.446	4.100	1.197	3.800	1.643	3.000	2.828
2. วิทยุ	2.705	1.424	3.140	1.450	2.680	1.406	1.800	1.229	3.800	1.643	3.500	2.121
3. หนังสือพิมพ์	2.868	1.421	3.355	1.389	3.240	1.363	2.100	1.523	2.200	1.643	3.000	2.828
4. อินเทอร์เน็ต	2.833	1.561	2.454	1.390	2.860	1.355	3.100	1.663	3.800	1.643	3.000	2.828



ตารางที่ 4.23 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อแต่ละประเภท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. โทรทัศน์	ระหว่างกลุ่ม	10.695	5	2.139	0.948	0.450
	ภายในกลุ่ม	1046.888	465	2.256		
	รวม	1057.583	470			
2. วิทยุ	ระหว่างกลุ่ม	33.184	5	6.637	3.245	0.007
	ภายในกลุ่ม	948.962	465	2.045		
	รวม	982.147	470			
3. หนังสือพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	34.262	5	6.852	3.416	0.005
	ภายในกลุ่ม	930.684	465	2.045		
	รวม	964.947	470			
4. อินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	19.975	5	3.995	1.764	0.119
	ภายในกลุ่ม	1050.887	465	2.265		
	รวม	1070.862	470			

จากตารางที่ 4.22 และ 4.23 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ วิทยุ และ หนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ส่วนสื่อโทรทัศน์ และ อินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมกาเปิดรับไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับ
การศึกษาและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อ

พฤติกรรมการ เปิดรับข่าวสาร	มัธยมศึกษา		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		อื่นๆ	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. โทรทัศน์	3.562	1.659	3.862	1.338	3.634	1.420	2.857	1.483	3.000	1.289
2. วิทยุ	2.794	1.554	2.925	1.421	2.736	1.423	2.821	1.218	3.064	1.340
3. หนังสือพิมพ์	2.794	1.502	3.200	1.423	3.129	1.398	2.714	1.121	3.161	1.368
4. อินเทอร์เน็ต	2.483	1.473	2.525	1.449	3.224	1.490	2.750	1.322	2.000	1.437



ตารางที่ 4.25 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท
จำแนกตามการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ แต่ละประเภท	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. โทรทัศน์	ระหว่างกลุ่ม	28.380	5	5.676	0.948	0.027
	ภายในกลุ่ม	1029.203	465	2.218		
	รวม	1057.583	470			
2. วิทยุ	ระหว่างกลุ่ม	5.393	5	1.079	3.245	0.767
	ภายในกลุ่ม	976.754	465	2.105		
	รวม	982.147	470			
3. หนังสือพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	15.575	5	3.115	3.416	0.181
	ภายในกลุ่ม	949.372	465	2.046		
	รวม	964.947	470			
4. อินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	72.442	5	14.488	1.764	0.000
	ภายในกลุ่ม	998.420	465	2.152		
	รวม	1070.862	470			

จากตารางที่ 4.24 และ 4.25 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์ และ อินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

สำหรับสื่อวิทยุ และ หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างของอาชีพ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในแต่ละสื่อ

พฤติกรรมการ เปิดรับข่าวสาร	หน่วยงานรัฐ		องค์กรเอกชน		เจ้าของธุรกิจ		รับจ้างทั่วไป		นักศึกษา		อื่นๆ	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. โทรทัศน์	3.697	1.535	4.131	1.236	3.301	1.659	3.739	1.384	3.366	1.550	4.423	1.101
2. วิทยุ	2.814	1.277	3.105	1.536	2.358	1.316	2.986	1.369	2.603	1.424	3.961	1.370
3. หนังสือพิมพ์	3.302	1.406	3.078	1.529	2.830	1.490	3.287	1.296	2.794	1.389	3.576	1.527
4. อินเทอร์เน็ต	2.651	1.660	2.250	1.461	2.584	1.406	2.287	1.306	3.150	1.520	3.038	1.280



ตารางที่ 4.27 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อแต่ละประเภท	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. โทรทัศน์	ระหว่างกลุ่ม	56.037	5	11.207	5.192	0.000
	ภายในกลุ่ม	1001.546	465	2.159		
	รวม	1057.583	470			
2. วิทยุ	ระหว่างกลุ่ม	62.703	5	12.541	6.329	0.000
	ภายในกลุ่ม	919.444	465	1.982		
	รวม	982.147	470			
3. หนังสือพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	29.021	5	5.804	2.878	0.014
	ภายในกลุ่ม	935.926	465	2.017		
	รวม	964.947	470			
4. อินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	70.579	5	14.116	6.548	0.000
	ภายในกลุ่ม	1000.283	465	2.156		
	รวม	1070.862	470			

จากตารางที่ 4.25 และ 4.26 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น – ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม – ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า T ในการเปรียบเทียบความแตกต่าง เพศและความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

พลังงานทางเลือก	เพศชาย		เพศหญิง		T	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. แก๊สโซฮอล์	9.230	1.587	8.932	1.228	2.281	0.023
2. NGV	9.653	1.220	9.631	1.382	0.187	0.852
3. ไบโอดีเซล	10.307	1.502	10.415	1.531	-0.769	0.443

จากตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

สำหรับเพศชายและเพศหญิงมีความรู้เกี่ยวกับ NGV และไบโอดีเซล ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างอายุและความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

พลังงาน ทางเลือก	18 - 22 ปี		23 - 27 ปี		28 - 32 ปี		33 - 37 ปี		38 - 42 ปี		43 - 47 ปี		48 - 52 ปี		52 ปีขึ้นไป	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. แก๊สโซฮอล์	9.289	1.598	9.117	1.204	8.588	1.251	8.914	1.172	8.733	0.827	8.846	1.255	8.933	1.751	9.750	2.753
2. NGV	9.661	1.250	9.823	1.056	9.490	1.541	9.314	1.182	9.233	1.072	9.807	0.895	9.266	0.961	12.250	5.315
3. ไบโอดีเซล	10.502	1.513	10.245	1.189	10.039	1.687	10.314	1.300	10.400	1.522	10.230	1.531	9.933	1.486	12.750	4.856



ตารางที่ 4.30 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

พลังงานทางเลือก	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. แก๊สโซฮอล์	ระหว่างกลุ่ม	29.700	7	4.243	2.123	0.040
	ภายในกลุ่ม	923.227	463	1.998		
	รวม	952.928	470			
2. NGV	ระหว่างกลุ่ม	43.420	7	6.203	3.808	0.000
	ภายในกลุ่ม	752.528	463	1.629		
	รวม	795.949	470			
3. ไบโอดีเซล	ระหว่างกลุ่ม	36.926	7	5.275	2.340	0.024
	ภายในกลุ่ม	1041.594	463	2.255		
	รวม	1078.511	470			

จากตารางที่ 4.29 และ 4.30 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ แตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับ แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

พลังงานทางเลือก	น้อยกว่า 10,000		10,001-15,000		15,001-30,000		30,001-45,000		45,001-60,000		มากกว่า 60,000	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. แก๊สโซฮอล์	9.212	1.552	8.743	1.129	9.100	1.249	9.400	0.843	8.400	0.547	10.500	3.535
2. NGV	9.627	1.383	9.537	1.041	9.860	1.355	9.700	1.494	10.600	1.341	10.000	1.414
3. ไบโอดีเซล	10.468	1.605	9.983	1.231	10.500	1.417	10.500	1.649	10.800	1.643	13.000	1.414



ตารางที่ 4.32 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก จำแนกตาม
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

พลังงานทางเลือก	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. แก๊สโซฮอล์	ระหว่างกลุ่ม	26.036	5	5.207	2.607	0.024
	ภายในกลุ่ม	926.892	465	1.998		
	รวม	952.928	470			
2. NGV	ระหว่างกลุ่ม	8.642	5	1.782	1.019	0.406
	ภายในกลุ่ม	787.307	465	1.697		
	รวม	795.949	470			
3. ไบโอดีเซล	ระหว่างกลุ่ม	36.531	5	7.306	3.253	0.007
	ภายในกลุ่ม	1041.980	465	2.246		
	รวม	1078.511	470			

จากตารางที่ 4.31 และ 4.32 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับ แก๊สโซฮอล์ และไบโอดีเซล แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

สำหรับ NGV กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความรู้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับ
การศึกษาและความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

พลังงาน ทางเลือก	มัธยมศึกษา		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		อื่นๆ	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. แก๊สโซฮอล์	9.112	1.722	9.162	1.205	8.943	1.229	8.964	1.290	9.580	1.360
2. NGV	9.695	1.562	9.450	1.101	9.589	1.157	10.035	1.104	9.871	1.335
3. ไบโอดีเซล	10.157	1.569	10.437	1.375	10.162	1.473	11.214	1.663	10.096	1.556



ตารางที่ 4.34 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก จำแนกตาม
ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

พลังงานทางเลือก	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. แก๊สโซฮอล์	ระหว่างกลุ่ม	12.503	5	2.501	1.234	0.292
	ภายในกลุ่ม	940.424	465	2.027		
	รวม	952.928	470			
2. NGV	ระหว่างกลุ่ม	10.652	5	2.130	1.259	0.281
	ภายในกลุ่ม	785.297	465	1.692		
	รวม	795.949	470			
3. ไบโอดีเซล	ระหว่างกลุ่ม	31.654	5	6.331	2.806	0.016
	ภายในกลุ่ม	1046.857	465	2.253		
	รวม	1078.511	470			

จากตารางที่ 4.33 และ 4.34 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับ ไบโอดีเซล แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

สำหรับ แก๊สโซฮอล์ และ NGV กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีความรู้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างของอาชีพ และความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

พลังงานทางเลือก	หน่วยงานรัฐ		องค์กรเอกชน		เจ้าของธุรกิจ		รับจ้างทั่วไป		นักศึกษา		อื่นๆ	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. แก๊สโซฮอล์	9.186	1.562	8.960	1.248	8.792	1.276	8.917	1.076	9.180	1.559	9.538	1.654
2. NGV	9.558	1.007	9.447	1.215	9.490	1.186	9.835	1.343	9.668	1.227	9.923	2.296
3.ไบโอดีเซลส์	10.465	1.161	9.697	1.366	10.754	1.890	10.547	1.384	10.452	1.516	10.115	1.478



ตารางที่ 4.36 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

พลังงานทางเลือก	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. แก๊สโซฮอลล์	ระหว่างกลุ่ม	15.362	5	3.072	1.520	0.182
	ภายในกลุ่ม	937.566	465	2.021		
	รวม	952.928	470			
2. NGV	ระหว่างกลุ่ม	9.325	5	1.865	1.100	0.359
	ภายในกลุ่ม	786.624	465	1.695		
	รวม	795.949	470			
3. ไบโอดีเซล	ระหว่างกลุ่ม	47.930	5	9.586	4.316	0.001
	ภายในกลุ่ม	1030.581	465	2.221		
	รวม	1078.511	470			

จากตารางที่ 4.35 และ 4.36 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับ ไบโอดีเซล แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

สำหรับ แก๊สโซฮอลล์ และ NGV กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีความรู้ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่างกัน

ตัวแปรต้น – พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ตัวแปรตาม – การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ

ตารางที่ 4.37 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประเภทนั้น

ประเภทสื่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. โทรทัศน์	ระหว่างกลุ่ม	145.215	4	36.304	0.775	0.542
	ภายในกลุ่ม	21776.28	466	46.831		
	รวม	21321.49	470			
2. วิทยุ	ระหว่างกลุ่ม	150.730	4	37.683	0.750	0.558
	ภายในกลุ่ม	23358.64	466	50.234		
	รวม	23509.37	470			
3. หนังสือพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	568.126	4	142.032	2.320	0.056
	ภายในกลุ่ม	28470.72	466	61.227		
	รวม	29038.84	470			
4. อินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	1023.000	4	255.750	5.017	0.001
	ภายในกลุ่ม	23704.89	466	50.978		
	รวม	24727.89	470			

จากตารางที่ 4.37 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สำหรับ กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อดังกล่าวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อแต่ละประเภทของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันส่งผลทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น – พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อแต่ละประเภท

ตัวแปรตาม – ทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ตารางที่ 4.38 แสดงความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ประเภทสื่อ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	P
1. โทรทัศน์	ระหว่างกลุ่ม	439.372	4	109.843	1.265	0.283
	ภายในกลุ่ม	40365.63	466	86.808		
	รวม	40805.00	470			
2. วิทยู	ระหว่างกลุ่ม	50.626	4	12.656	0.144	0.965
	ภายในกลุ่ม	40754.37	466	87.644		
	รวม	40805.00	470			
3. หนังสือพิมพ์	ระหว่างกลุ่ม	745.708	4	186.427	2.164	0.072
	ภายในกลุ่ม	40059.29	466	86.149		
	รวม	40805.00	470			
4. อินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	318.524	4	79.631	0.915	0.455
	ภายในกลุ่ม	40486.479	466	87.068		
	รวม	40805.00	470			

จากตารางที่ 4.38 ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน จะมีทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก **ไม่แตกต่างกัน** ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



สรุปการทดสอบสมมติฐาน

ลำดับ ที่	สมมติฐานการวิจัย	ยอมรับ สมมติฐาน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
1.	ลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารในแต่ละสื่อแตกต่างกัน		
	1.1 เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ พลังงานทางเลือกทางสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน		✓
	1.2 เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ พลังงานทางเลือกทางสื่อวิทยุแตกต่างกัน		✓
	1.3 เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ พลังงานทางเลือกทางสื่อหนังสือพิมพ์/นิตยสาร แตกต่างกัน		✓
	1.4 เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ พลังงานทางเลือกทางสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	✓	
	1.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ สื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน	✓	
	1.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ สื่อวิทยุแตกต่างกัน	✓	
	1.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ สื่อหนังสือพิมพ์/นิตยสารแตกต่างกัน	✓	
	1.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ สื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	✓	
	1.9 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อโทรทัศน์ แตกต่างกัน		✓
	1.10 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อวิทยุ แตกต่างกัน	✓	
	1.11 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อ หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน	✓	
	1.12 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการ เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน		✓

สรุปการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ลำดับ ที่	สมมติฐานการวิจัย	ยอมรับ สมมติฐาน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
	1.13 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน	✓	
	1.14 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุแตกต่างกัน		✓
	1.15 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และวารสารแตกต่างกัน		✓
	1.16 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	✓	
	1.17 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน	✓	
	1.18 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุแตกต่างกัน	✓	
	1.19 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และวารสารแตกต่างกัน	✓	
	1.20 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	✓	
2.	ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน		
	2.1 เพศชายและเพศหญิงมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทแก๊สโซฮอลล์แตกต่างกัน	✓	
	2.2 เพศชายและเพศหญิงมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภท NGV แตกต่างกัน		✓
	2.3 เพศชายและเพศหญิงมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทไบโอดีเซลแตกต่างกัน		✓

สรุปการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ลำดับ ที่	สมมติฐานการวิจัย	ยอมรับ สมมติฐาน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
	2.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภท แก๊สโซฮอลล์ แตกต่างกัน	✓	
	2.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภท NGV แตกต่างกัน	✓	
	2.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภท ไบโอดีเซล แตกต่างกัน	✓	
	2.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ แตกต่างกัน	✓	
	2.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับNGV แตกต่างกัน		✓
	2.9 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับไบโอดีเซล แตกต่างกัน	✓	
	2.10 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ แตกต่างกัน		✓
	2.11 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับ NGV แตกต่างกัน		✓
	2.12 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับไบโอดีเซล แตกต่างกัน	✓	
	2.13 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ แตกต่างกัน		✓
	2.14 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับ NGV แตกต่างกัน		✓
	2.15 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับโอดีเซล แตกต่างกัน	✓	

สรุปการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ลำดับ ที่	สมมติฐานการวิจัย	ยอมรับ สมมติฐาน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
3.	พฤติกรรมกาารเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อการใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อแตกต่างกัน		
	3.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อโทรทัศน์ แดกต่าง กัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อโทรทัศน์ แตกต่างกัน		✓
	3.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อวิทยุ แดกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อวิทยุแตกต่างกัน		✓
	3.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน		✓
	3.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน	✓	
4.	พฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจาก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อ ทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน		
	4.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่าง กันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน		✓
	4.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อวิทยุแตกต่างกันมี ผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน		✓
	4.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกาารเปิดรับหนังสือพิมพ์แตกต่าง กันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก แดกต่างกัน		✓
	4.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก แดกต่าง กัน		✓

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจต่อข่าวสารพลังงาน ทางเลือก: ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้แก๊สโซฮอล์ เอ็นจีวี และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาถึงความรู้ พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารพลังงานทางเลือก และความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร กับการใช้ประโยชน์ความพึงพอใจเกี่ยวกับข่าวสารพลังงานทางเลือก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4) เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร กับทัศนคติต่อพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 ผลการศึกษา

- 1) ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.2 และมีอายุอยู่ระหว่าง 18 – 22 ปี มากที่สุด ร้อยละ 44.0 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีเงินเดือนโดยเฉลี่ย น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 60 สำหรับระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนั้น ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 37.9 ด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 42.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้ขับรถยนต์ด้วยตนเอง ร้อยละ 62.3 ไม่ได้มีรถยนต์เป็นของตนเอง ร้อยละ 60.4 ระยะการเดินทางในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่น้อยกว่า 50 กิโลเมตร ร้อยละ 60.6
- 2) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก
พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกของกลุ่มตัวอย่างทางสื่อโทรทัศน์ พบว่า ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อโทรทัศน์ ทุกวันในสัปดาห์มากที่สุด ร้อยละ 46.2 สื่อวิทยุ พบว่า ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อวิทยุ 1- 2 วันในสัปดาห์ มากที่สุด ร้อยละ 23.8 สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อหนังสือพิมพ์ ทุกวันในสัปดาห์มาก

ที่สุด ร้อยละ 23.6 ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่ออินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 วันในสัปดาห์มากที่สุด ร้อยละ 30.0

3) ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทแก๊สโซฮอล์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักพลังงานทางเลือกประเภทนี้ ร้อยละ 91.5 ประเภท NGV กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักพลังงานทางเลือกประเภทนี้ ร้อยละ 90.9 และประเภทไบโอดีเซล ร้อยละ 79.6 โดยมีลำดับการรู้จักจากมากไปหาน้อย คือ อันดับที่ 1 แก๊สโซฮอล์ อันดับที่ 2 NGV และอันดับที่ 3 ไบโอดีเซล

แก๊สโซฮอล์ - ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุดเกี่ยวกับ แก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการผสมระหว่างเอทานอลหรือที่เรียกว่า เอทิลแอลกอฮอล์ รองลงมาเป็นการลดปริมาณไฮโดรคาร์บอนและคาร์บอนมอนอกไซด์ลง และทำให้ลดค่าจ่ายเกี่ยวกับสุขภาพของประชาชนในประเทศตามลำดับ

คำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุด เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ คือ ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการปรับแต่งเครื่องยนต์ รองลงมา คือ ไม่มีผลกระทบต่อสมรรถนะการใช้งานและอัตราการเร่งได้ดีกว่าหรือไม่แตกต่างจากน้ำมันเบนซิน 95 และสามารถเติมผสมกับน้ำมันที่เหลือ อยู่ในถังได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันในถังหมด ตามลำดับ

NGV - ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุดเกี่ยวกับ NGV คือ ก๊าซ NGV คือ ก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นก๊าซมีเทน รองลงมา คือ NGV ปล่อยสารพิษที่ต่ำสามารถลดก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ ก๊าซไนโตรเจนออกไซด์ก๊าซไฮโดรคาร์บอนในอากาศได้

คำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุด เกี่ยวกับ NGV คือ NGV ไม่เกิดการลุกไหม้เหมือนเชื้อเพลิงอื่นๆ รองลงมา คือ NGV ระเบิดได้ง่ายและเป็นอันตรายต่อเครื่องยนต์

ไบโอดีเซล - ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุดเกี่ยวกับไบโอดีเซล มากที่สุด คือ ไบโอดีเซล คือ น้ำมันพืชชนิดต่าง ๆ ได้แก่ ทานตะวัน งา ฝ้าย ถั่วลิสง ถั่วเหลือง ละหุ่ง สบู่ดำ มะพร้าว ปาล์ม รองลงมา คือ น้ำมันปาล์มสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตไบโอดีเซล

ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุด เกี่ยวกับไบโอดีเซล คือ ไบโอดีเซลไม่สามารถย่อยสลายได้โดยกระบวนการทางธรรมชาติ และเกิดมลพิษทางอากาศมากกว่าน้ำมันดีเซล รองลงมา คือ ส่งผลกระทบต่อระบบต่างๆของเครื่องยนต์ หากใช้เป็นเวลานาน

4) ทศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากกว่าควรสนับสนุนให้ใช้พลังงานทางเลือก และเห็นว่าพลังงานทางเลือกช่วยประหยัดการสิ้นเปลืองน้ำมัน และจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังเห็นด้วยว่าทุกคนควรพยายามหาข้อมูลเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกให้มากขึ้น และรองลงมาเห็นด้วยว่าแก๊สโซฮอล์, NGV และไบโอดีเซล ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างยังไม่เห็นด้วยมากกว่า มีสถานบริการพลังงานทางเลือกที่เพียงพอ และจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นแตกต่างกันบ้างพอสมควร

สำหรับข้อคำถามเชิงลบ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากที่สุดว่า ยังขาดการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก และรองลงมา คือ ขาดการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังเห็นด้วยว่าเมื่อเกิดอุบัติเหตุกับรถที่ใช้ NGV แล้วจะเกิดไฟลุกไหม้ ซึ่งแสดงถึงการมีทัศนคติที่ผิดต่อก๊าซ NGV เนื่องจากก๊าซประเภทนี้ไม่ติดไฟ และเมื่อพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก

อย่างไรก็ตามมีกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจมากที่สุดเกี่ยวกับ พลังงานทางเลือกสามารถใช้กับเครื่องยนต์ที่ผลิตโดยเฉพาะเท่านั้น รองลงมา คือ รถเมื่อใช้ NGV แล้วไม่สามารถกลับมาใช้น้ำมันชนิดอื่นได้อีก เมื่อพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก

5) การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

สื่อโทรทัศน์ – การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากใน 9 ประเด็น ยกเว้นประเด็นเรื่องความต่อเนื่อง โดยอันดับของประเด็นที่มีความพึงพอใจมาก ตามระดับค่าเฉลี่ย คือ ความน่าสนใจ ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์ และประโยชน์ที่ได้นำไปใช้ ตามลำดับ

สื่อวิทยุ - การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อวิทยุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากใน 5 ประเด็น ได้แก่ ความน่าสนใจ ความทันสมัย/ทันเหตุการณ์ ความถูกต้อง/ชัดเจน ความน่าเชื่อถือ ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้ และมี

ความพึงพอใจปานกลาง ใน 5 ประเด็น ได้แก่ ความต่อเนื่อง ความน่าสนใจ ความน่าประทับใจ มีความน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ

สื่อหนังสือพิมพ์ - การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อหนังสือพิมพ์ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากในทุกประเด็น โดยอันดับของประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ ตามระดับค่าเฉลี่ย คือ ความน่าสนใจ ความทันสมัย/ทันเหตุการณ์ เท่ากับ มีความน่าเชื่อถือ และความถูกต้อง/ชัดเจน ตามลำดับ

สื่ออินเทอร์เน็ต - การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีระดับความพึงพอใจในทุกประเด็น โดยอันดับของประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ ตามระดับค่าเฉลี่ย คือ ความทันสมัย/ทันเหตุการณ์ ความน่าสนใจ และความน่าสนใจ ตามลำดับ

6) การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ

ข่าวสารในแต่ละสื่อแตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกทางสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุแตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์/

นิตยสารแตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์
แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุแตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์
และวารสารแตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต
แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร
แตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกแตกต่างกัน

- เพศชายและเพศหญิงมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทแก๊สโซฮอลล์
แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก
ประเภท แก๊สโซฮอลล์ แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือก
ประเภท NGV แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภท
ไบโอดีเซล แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับแก๊ส
โซฮอลล์ แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับไบโอดีเซล
แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับไบโอดีเซล
แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับ โอดีเซล แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ
แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน จะมีการใช้
ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจาก
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก
แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐานทุกข้อ)

2. อภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจต่อข่าวสารพลังงาน
ทางเลือก: ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้แก๊สโซฮอล์ เอ็นจีวี และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงาน
ทางเลือกทางสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน เนื่องจากตามลักษณะการใช้งานนวัตกรรมแล้วเพศชายจะเป็น
กลุ่มที่มีการยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่าเพศหญิง และเป็นผู้ที่ให้ความสนใจในเทคโนโลยีต่างๆ
มากกว่าเพศหญิง จึงทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตของเพศชายและเพศหญิง
แตกต่างกันออกไป

ในแต่ละช่วงอายุมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อประเภท
ต่างแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สุทธิณี ตัญญาพงศ์ปรัชญ์ (2544) ที่พบว่าปัจจัยทางประชากร
ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้มีการเปิดรับข่าวสาร
แตกต่างกันด้วย อย่างไรก็ตามถึงแม้ในการศึกษาคั้งนี้มีบางประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับไม่
แตกต่างกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้ว่าในปัจจุบันประชาชนในกลุ่มต่างๆ มีความหลากหลายมาก
ขึ้น และมีการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ตามความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
ของตนเองมากขึ้น แต่ผลการศึกษาที่สะท้อนได้ว่ายังมีสื่อบางประเภทที่ยังคงเข้าถึงประชาชนทุก
กลุ่มอายุอยู่เช่นเดิม เช่น สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น

ในด้านอาชีพนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างกันไปนั้น แสดงให้เห็น
ว่าอาชีพของกลุ่มตัวอย่างสามารถบ่งบอกถึงรูปแบบหรือแนวทางในการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง
ที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีรูปแบบในการดำเนินชีวิตหรือการเลือกใช้สื่อที่ต่างกันออกไป สอดคล้องกับ
แนวคิดในการเลือกเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับสาร
Wilbur Schramm (1949, pp. 121-122) ได้กล่าวถึง หลักทั่วไปในการเลือกรับสื่อและข่าวสารว่าผู้
รับสารมักจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด หรือสะดวกในการเปิดรับมากที่สุดและได้
ประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด จึงหมายถึงการที่ผู้มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมีความสะดวกในการเข้าถึง
ข้อมูลข่าวสารของผู้ประกอบอาชีพต่างๆ ด้วย อย่างไรก็ตามอาชีพก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถสะท้อน
ถึงรายได้ของกลุ่มตัวอย่างด้วย ในการศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์นั้น
ไม่พบความแตกต่างระหว่างรายได้กับการเปิดรับ อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้ง
นี้ที่สุ่มมาได้มีส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ซึ่งแท้จริงแล้วยังไม่มีรายได้ที่แท้จริง ดังนั้น จึงทำให้การมี

รายที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างไม่สะท้อนถึงการมีพฤติกรรมการใช้สื่อทั้งสองประเภทนี้ที่แตกต่างกัน ส่วนการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนั้น มีผลต่อการเปิดรับข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น จากแนวคิดเรื่องการรับนวัตกรรม ที่มองว่าในด้านความซับซ้อนของนวัตกรรมนั้น ความสลับซับซ้อน เป็นระดับความยากง่ายตามความรู้ สึกของกลุ่มเป้าหมายผู้รับนวัตกรรมในการที่จะเข้าใจหรือนำนวัตกรรมไปใช้ นวัตกรรมใดมีความสลับซับซ้อน ยากต่อการเข้าใจและการใช้งาน นวัตกรรมนั้นก็ได้รับการยอมรับช้า (Rogers and Shoemaker, 1971) โดยปัจจัยนี้ได้รับผลโดยตรงมาจากระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกทั้ง 3 ประเภท ของประชกรนั้น มีความแตกต่างกันออกไป เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้ ได้แยกความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทต่างๆ ตามชนิดของพลังงาน โดยแก๊สโซฮอลล์นั้น พบว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อความรู้เกี่ยวกับพลังงานประเภทนี้แตกต่างกัน และพลังงานประเภทนี้เป็นข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบข้อคำถามได้มากกว่าพลังงานประเภทอื่นๆ อาจเป็นเพราะปรากฏโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าพลังงานประเภทอื่นๆ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา

โดยพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจากสื่อแต่ละประเภท และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประเภทนั้น จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ไม่มีความแตกต่างกัน แต่สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นมีความแตกต่างกัน เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อประเภทเดียวใน 4 สื่อ ที่นำมาใช้ในการวิจัย โดยมีลักษณะของสื่อที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ และการสื่อสาร 2 ทิศทาง ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้เกิดความน่าสนใจและการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกไปเป็นอย่างดี และสามารถสร้างความหลากหลายของรูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งได้อยู่ตลอดเวลา

ทั้งนี้ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวชิราภรณ์ ชิตอรุณ (2545) ที่พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในโครงการที่ทั่วไทยไปได้ทุกเดือนจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับโครงการที่ทั่วไทยไปได้ทุกเดือน สำหรับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในโครงการที่ทั่วไทยไปได้ทุกเดือนจากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้และทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับโครงการที่ทั่วไทยไปได้ทุกเดือน

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ ยังได้แสดงถึงความจำเป็นในการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทต่างๆ ในประเด็นที่น่าสนใจซึ่งเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชนต่อพลังงานทางเลือกในอนาคต เช่น ประเด็นเรื่องความปลอดภัยจากการใช้พลังงานทางเลือก ทั้งในแง่ต่อเครื่องยนต์ และในแง่ต่อผู้ใช้ รวมถึงการสร้าง ความมั่นใจให้เกิดขึ้นแก่ประชาชนเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก โดยเฉพาะ NGV และไบโอดีเซล ที่ผลการศึกษาสะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้ความเข้าใจค่อนข้างน้อยในประเด็นนี้

นอกจากนี้ในแง่ความต่อเนื่องในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกที่ควรได้รับการนำเสนอให้มากขึ้นกว่านี้ทางสื่อประเภทต่างๆ ตลอดจนการหันมาให้ความสำคัญต่อสื่อ

ใหม่เช่นอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถสร้างการเรียนรู้ด้วยกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างประชาชนด้วยตนเอง และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารได้เป็นอย่างดี

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แยกประเด็นเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกประเภทต่างๆ ทั้ง 3 ประเภทที่รัฐบาลให้ความสำคัญ โดยทำการศึกษาทัศนคติต่อพลังงานทางเลือกประกอบ รวมถึงการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ตามลักษณะทางประชากร ตลอดจนความพึงพอใจที่เกิดจากการเปิดรับสื่อประเภทนั้นๆ ซึ่งผู้สนใจสามารถนำผลการศึกษาไปปรับประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลในโอกาสต่อไป

2) ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้รับสารหรือประชาชนร่วมด้วย เพื่อสร้างความเข้าใจในรายละเอียดมากยิ่งขึ้น ตลอดจนทำการศึกษาถึงเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ในลักษณะของการวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) เพิ่มเติมด้วย



บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. 2543. **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. คณะนิเทศศาสตร์.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร
- คณะกรรมการธิการพลังงาน. 2545. **พลังงานทดแทน : เอทานอลและไบโอดีเซล**.
สภาผู้แทนราษฎรกรุงเทพมหานคร
- จารียา อรรถอนุชิต. 2541. **การเปิดรับข่าวสารด้านพลังงาน การรับรู้ประโยชน์และการยอมรับ
การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในอาคารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและ
เขตจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร
- ชลพรรษ์ คุ้มสัตยา. 2539. **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข้อความข่าวผ่านสื่อ
เพจเจอร์ (วิทยุติดตามตัว)**. กรุงเทพมหานคร
- จิตติ วิทยสธนะ. 2548. **การเปิดรับสื่อมวลชนกับการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ ของนิสิต
นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. นิเทศศาสตรปริทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร
- ณัฐกานต์ สันต์สุรติกุล. 2549. **การรับรู้และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อแนวคิด เรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา ปี พ.ศ.2548 ของสำนักงานกองทุน
สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร
- บุญจิระ พุทธิศรี. 2541. **พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ
2540 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**.
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร
- บุญธรรม จิตต์อนันต์. 2546. **การวิจัยทางสังคมศาสตร์ .พิมพ์ครั้งที่ 3 สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.กรุงเทพมหานคร**
- ปรมะ สดะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 10 ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพการพิมพ์.
กรุงเทพมหานคร
- ปานิสรา วัฒนรัตน์. 2550. **การเปิดรับชม ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในการปฏิบัติตน
ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง จากรายการโทรทัศน์ “ชีวิตพอเพียง” : ศึกษาเฉพาะ
กรณีเฉพาะกลุ่มสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติในเขต
กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2550. **การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร

- พรพิมล รัตนพงศ์. 2546. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมป้องกันและต่อต้านยาเสพติดของประชาชนในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร
- ภัทณิดา พันธุ์มเสน. 2536. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของนักเรียนโรงเรียนสตรีนนทบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. 2542. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร
- วชิราภรณ์ ชิตอรุณ. 2545. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ ทักษะ เกี่ยวกับโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร
- วรินทร์ ศรีราษฎร์. 2545. การเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีต่อหนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2546. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 12 ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา. กรุงเทพมหานคร
- สุทธิณี ตัญญาพงศ์ปรัชญ์. 2541. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าน้ำมันดีเซลและน้ำมันเบนซินของประเทศไทย. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร
- _____ . 2544. การเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เพื่อการใช้รถแท็กซี่ของเบนซินที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์ กับพฤติกรรมการใช้น้ำมันของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร
- อนุชา สกุลราช. 2544. การยอมรับนวัตกรรมของประชาชน ศึกษาเฉพาะกรณี โครงการคาร์พูล. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ. 2550. สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร

ภาคผนวก



แบบสอบถามการวิจัย

การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจต่อข่าวสารพลังงานทางเลือก : ศึกษาเฉพาะกรณี

การใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล ของประชาชนในเขตกรุงเทพ

คำแนะนำในการกรอกแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามประกอบด้วยเนื้อหาทั้งหมด 5 ตอน

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดข่าวสารเกี่ยวกับการใช้พลังงานทางเลือก

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลเรื่องพลังงานทางเลือก

ตอนที่ 4 ทศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้ แก๊สโซฮอล์ NGV และ ไบโอดีเซล

ตอนที่ 5 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

2. แบบสอบถามนี้เป็นการวิจัยของ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร ซึ่งดำเนินการวิจัยโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิมลพรรณ อากาเวท ทั้งนี้ คำตอบของทุกท่านจะได้รับการประมวลผล และสรุปในภาพรวม เพื่อนำไปประกอบเป็นข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป จึงขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับท่านมากที่สุด)

1.1 เพศ

 1. ชาย 2. หญิง

1.2 อายุ

 1. 18 – 22 ปี 2. 23 – 27 ปี 3. 28 – 32 ปี 4. 33 – 37 ปี 5. 38 – 42 ปี 6. 43 – 47 ปี 7. 48 – 52 ปี 8. 53 ปีขึ้นไป

1.3 รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2. 10,001 – 15,000 บาท
 3. 15,001 – 30,000 บาท 4. 30,001 – 45,000 บาท
 5. 45,001 – 60,000 บาท 6. มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป

1.4 การศึกษา

 1. มัธยมศึกษา/ปวช. 2. อนุปริญญา/ปวส. 3. ปริญญาตรี
 4. สูงกว่าปริญญาตรี 5. อื่นๆ

1.5 อาชีพ

 1. เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานรัฐ 2. พนักงานในองค์กรเอกชน
 3. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย 4. รับจ้างทั่วไป
 5. นักศึกษา 6. อื่นๆ

สำหรับนักวิจัย

V1.1 V1.2 V1.3 V1.4 V1.5

1.6 สถานภาพการใช้รถยนต์

1. ไม่ได้ใช้รถยนต์ด้วยตัวเอง

2. ใช้รถยนต์ด้วยตนเอง

สำหรับนักวิจัย

V1.6

1.7 สถานภาพการเป็นเจ้าของรถยนต์

1. มีรถยนต์เป็นของตนเอง

2. ไม่ได้มีรถยนต์เป็นของตนเอง

V1.7

(ใช้รถบริษัท / ใช้รถสาธารณะ)

1.8 ระยะโดยประมาณในการใช้รถยนต์แต่ละวัน

1. ต่ำกว่า 50 กิโลเมตร

2. 50 – 100 กิโลเมตร

V1.8

3. 101 – 150 กิโลเมตร

4. 151 – 200 กิโลเมตร

5. 201 – 250 กิโลเมตร

6. มากกว่า 250 กิโลเมตร

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดข่าวสารเกี่ยวกับการใช้พลังงานทางเลือก

กรุณาเลือกสื่อที่ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้พลังงานทางเลือก แก๊สโซฮอล์

NGVและไบโอดีเซล ตามความถี่ที่ท่านเปิดรับ โดยการ ลงในช่องว่าง

การเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับพลังงาน ทางเลือก	ความถี่ที่เปิดรับสื่อ				
	เปิดรับน้อย กว่า 1 วัน ในหนึ่ง สัปดาห์	เปิดรับ 1-2 วันในหนึ่ง สัปดาห์	เปิดรับ 3-4 วัน ในหนึ่ง สัปดาห์	เปิดรับ 5 – 6 วันใน หนึ่ง สัปดาห์	เปิดรับทุก วัน ในหนึ่ง สัปดาห์
2.1 โทรทัศน์					
2.2 วิทยุ					
2.3 หนังสือพิมพ์					
2.4 นิตยสาร / วารสาร					
2.5 อินเทอร์เน็ต					

V2.1

V2.2

V2.3

V2.4

V2.5

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลเรื่องพลังงานทางเลือก โดยการ ลงในช่องว่าง

3.1 ท่านรู้จักพลังงานทางเลือกประเภทแก๊สโซฮอล์

1. รู้จัก

2. ไม่รู้จัก

V3.1

3.2 ท่านรู้จักพลังงานทางเลือกประเภท NGV

1. รู้จัก

2. ไม่รู้จัก

V3.2

3.3 ท่านรู้จักพลังงานทางเลือกประเภทไบโอดีเซล

1. รู้จัก

2. ไม่รู้จัก

V3.3

แก๊สโซฮอล์

ความรู้ที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์	คำตอบแก๊สโซฮอล์	
	ถูก	ผิด
3.4 แก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการผสมระหว่างเอทานอลหรือที่เรียกว่า เอทิลแอลกอฮอล์		
3.5 ช่วยประหยัดเชื้อเพลิง เช่นเดียวกับน้ำมันเบนซินออกเทน 95		
3.6 ไม่มีผลกระทบต่อสมรรถนะการใช้งานและอัตราการเร่งได้ดีกว่าหรือไม่แตกต่างจากน้ำมันเบนซิน 95		
3.7 ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนิน การปรับแต่งเครื่องยนต์		
3.8 สามารถเติมผสมกับน้ำมันที่เหลือ อยู่ในถังได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันในถังหมด		
3.9 ลดปริมาณไฮโดรคาร์บอนและคาร์บอนมอนอกไซด์ลง ร้อยละ 20-25 ทำให้ลดค่าจ่ายเกี่ยวกับสุขภาพของประชาชนในประเทศ		
3.10 เครื่องยนต์มีการเผาไหม้ที่ดีขึ้นทำให้ช่วยลดมลพิษ ไอเสียทางอากาศและลดปัญหาสิ่งแวดล้อม		

V3.4 V3.5 V3.6 V3.7 V3.8 V3.9 V3.10

ก๊าซ NGV

ความรู้ที่มีต่อการใช้ก๊าซ NGV	คำตอบก๊าซ NGV	
	ถูก	ผิด
3.11 ก๊าซ NGV คือ ก๊าซธรรมชาติ สำหรับยานยนต์ ส่วนใหญ่เป็นก๊าซมีเทน		
3.12 NGV มีความดันสูง ประมาณ 3,000 ปอนด์/ตารางนิ้ว		
3.13 NGV ปลดปล่อยสารพิษที่ต่ำสามารถลดก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ ก๊าซไนโตรเจนออกไซด์ก๊าซไฮโดร คาร์บอน ในอากาศได้		
3.14 ก่อให้เกิดฝุ่นละอองหรือเขม่าจากท่อไอเสียสูงกว่าน้ำมันเบนซิน		
3.15 NGV ไม่เกิดการลุกไหม้เหมือนเชื้อเพลิงอื่นๆ		
3.16 NGV ระเบิดได้ง่ายและเป็นอันตรายต่อเครื่องยนต์		
3.17 NGV หากมีการรั่วไหลจะเกิดเสียงดังและมีแรงระเบิดเกิดขึ้นเนื่องจากมีความดันสูง		

V3.11 V3.12 V3.13 V3.14 V3.15 V3.16 V3.17

ไบโอดีเซล

สำหรับนักวิจัย

ความรู้ที่มีต่อการใช้ไบโอดีเซล	คำตอบไบโอดีเซล		
	ถูก	ผิด	
3.18 ไบโอดีเซล คือ น้ำมันพืชชนิดต่าง ๆ ได้แก่ ทานตะวัน งา ฝ้าย ถั่วลิสง ถั่วเหลือง ละหุ่ง สบู่ดำ มะพร้าว ปาล์ม			V3.18 <input type="checkbox"/>
3.19 ส่งผลกระทบต่อระบบต่างๆของเครื่องยนต์ หากใช้เป็นเวลานาน			V3.19 <input type="checkbox"/>
3.20 ไบโอดีเซลมีคุณสมบัติเทียบเคียงน้ำมันดีเซล			V3.20 <input type="checkbox"/>
3.21 น้ำมันปาล์มสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตไบโอดีเซล			V3.21 <input type="checkbox"/>
3.22 ปัจจุบันได้มีการจำหน่ายน้ำมันดีเซล B5 แก่ประชาชนทั่วไปตามสถานีบริการแล้ว			V3.22 <input type="checkbox"/>
3.23 การผสมไบโอดีเซลในสัดส่วนต่างๆ ช่วยลดมลพิษทางอากาศได้สำหรับไบโอดีเซล 100 เปอร์เซ็นต์ ช่วยลดมลพิษทางอากาศได้ ร้อยละ 20-40 และลดควันดำได้ถึงร้อยละ 60			V3.23 <input type="checkbox"/>
3.24 ไบโอดีเซลไม่สามารถย่อยสลายได้โดยกระบวนการทางธรรมชาติ และเกิดมลพิษทางอากาศมากกว่าน้ำมันดีเซล			V3.24 <input type="checkbox"/>
3.25 น้ำมันเหลือใช้หลังการปรุงอาหารจากภัตตาคารและร้านอาหารประเภท fast-food เช่น McDonald's, Burger King และ Kentucky Fired Chicken สามารถนำมาผลิตไบโอดีเซลได้			V3.25 <input type="checkbox"/>

ตอนที่ 4 ทศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้ แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล โดยการ ✓ ลงในช่องว่าง

ทัศนคติต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ เอ็นจีวีและไบโอดีเซล	เห็นด้วย มาก	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยมาก	
4.1 แก๊สโซฮอล์ NGV ไบโอดีเซล ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม						V4.1 <input type="checkbox"/>
4.2 แก๊สโซฮอล์ NGV ไบโอดีเซล ใช้ได้กับรถยนต์ทุกประเภท						V4.2 <input type="checkbox"/>
4.3 รถเมื่อใช้ NGV แล้วไม่สามารถกลับมาใช้น้ำมันชนิดอื่นได้อีก						V4.3 <input type="checkbox"/>
4.4 เมื่อเกิดอุบัติเหตุกับรถที่ใช้ NGV แล้วจะเกิดไฟลุกไหม้						V4.4 <input type="checkbox"/>

ทัศนคติต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ เอ็นจีวีและไบโอดีเซล	เห็นด้วย มาก	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยมาก	
4.5 ควรสนับสนุนให้ใช้พลังงานทางเลือก						V4.5 <input type="checkbox"/>
4.6 ช่วยประหยัดการใช้น้ำมัน						V4.6 <input type="checkbox"/>
4.7 มีสถานบริการพลังงานทางเลือกที่ เพียงพอ						V4.7 <input type="checkbox"/>
4.8 พลังงานทางเลือกสามารถใช้กับ เครื่องยนต์ที่ผลิตโดยเฉพาะเท่านั้น						V4.8 <input type="checkbox"/>
4.9 พลังงานทางเลือกไม่มีความจำเป็น เพราะใช้น้ำมันแบบเดิมก็อยู่แล้ว						V4.9 <input type="checkbox"/>
4.10 มีราคาแพงกว่าน้ำมันแบบเดิม						V4.10 <input type="checkbox"/>
4.11 พลังงานทางเลือกมีราคาถูกกว่า พลังงานจากน้ำมันเบนซิน						V4.11 <input type="checkbox"/>
4.12 การใช้พลังงานทางเลือกจะช่วย ยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตร						V4.12 <input type="checkbox"/>
4.13 พลังงานทางเลือก เช่น NGV ไบโอดีเซลและแก๊สโซฮอล์ช่วยให้ เครื่องยนต์มีการเผาไหม้ที่ดีขึ้น						V4.13 <input type="checkbox"/>
4.14 พลังงานทางเลือกช่วยลดมลพิษ ทางอากาศและสิ่งแวดล้อม						V4.14 <input type="checkbox"/>
4.15 รถยนต์ควรใช้ก๊าซ NGV มาก กว่า ก๊าซหุงต้ม หรือ LPG						V4.15 <input type="checkbox"/>
4.16 ทุกคนควรพยายามหาข้อมูล เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกให้มากขึ้น						V4.16 <input type="checkbox"/>
4.17 ควรแนะนำให้ผู้อื่นใช้พลังงาน ทางเลือก ด้วย						V4.17 <input type="checkbox"/>
4.18 ยังขาดการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อ สนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก						V4.18 <input type="checkbox"/>
4.19 พลังงานทางเลือกสามารถใช้ได้ กับเครื่องยนต์ทุกประเภท						V4.19 <input type="checkbox"/>
4.20 ขาดการให้ความสำคัญต่อการ ส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก						V4.20 <input type="checkbox"/>

ตอนที่ 5 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
สื่อโทรทัศน์

สำหรับนักวิจัย

ความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์ในการ เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล	ระดับความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ
6.1 ความน่าสนใจ					
6.2 ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์					
6.3 ความถูกต้อง / ชัดเจน					
6.4 ความน่าเชื่อถือ					
6.5 ความต่อเนื่อง					
6.6 ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้					
6.7 ความน่าสนใจ					
6.8 ความน่าประทับใจ					
6.9 มีความน่าเชื่อถือ					
6.10 สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ					

V6.1

V6.2

V6.3

V6.4

V6.5

V6.6

V6.7

V6.8

V6.9

V6.10

สื่อวิทยุ

ความพึงพอใจต่อสื่อวิทยุในการ เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล	ระดับความพึงพอใจต่อสื่อวิทยุ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ
6.11 ความน่าสนใจ					
6.12 ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์					
6.13 ความถูกต้อง / ชัดเจน					
6.14 ความน่าเชื่อถือ					
6.15 ความต่อเนื่อง					
6.16 ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้					
6.17 ความน่าสนใจ					
6.18 ความน่าประทับใจ					
6.19 มีความน่าเชื่อถือ					
6.20 สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ					

สำหรับนักวิจัย

V6.11

V6.12

V6.13

V6.14

V6.15

V6.16

V6.17

V6.18

V6.19

V6.20

สื่อหนังสือพิมพ์และวารสาร

ความพึงพอใจต่อสื่อหนังสือพิมพ์ และวารสารในการ เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซล	ระดับความพึงพอใจต่อสื่อหนังสือพิมพ์และวารสาร				
	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึง พอใจ
6.21 ความน่าสนใจ					
2.22 ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์					
6.23 ความถูกต้อง / ชัดเจน					
6.24 ความน่าเชื่อถือ					
6.25 ความต่อเนื่อง					
6.26 ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้					
6.27 ความน่าสนใจ					
6.28 ความน่าประทับใจ					
6.29 มีความน่าเชื่อถือ					
6.30 สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ					

สื่ออินเทอร์เน็ต

ความพึงพอใจต่อสื่อสื่ออินเทอร์เน็ต ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับแก๊ส โซฮอล์ NGVและไบโอดีเซล	ระดับความพึงพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ต				
	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึง พอใจ
6.31 ความน่าสนใจ					
2.32 ความทันสมัย / ทันเหตุการณ์					
6.33 ความถูกต้อง / ชัดเจน					
6.34 ความน่าเชื่อถือ					
6.35 ความต่อเนื่อง					
6.36 ประโยชน์ที่ได้นำไปใช้					
6.37 ความน่าสนใจ					
6.38 ความน่าประทับใจ					
6.39 มีความน่าเชื่อถือ					
6.40 สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ					

สำหรับนักวิจัย

V6.31

V6.32

V6.33

V6.34

V6.35

V6.36

V6.37

V6.38

V6.39

V6.40