

**การรับสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงาน
ในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**
**The Exposure to Information Regarding Energy Saving
by Users of Personal Cars in the Bangkok Metropolitan Area**

กรรณิการ์ ทองสุข*

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับการรับสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ปัญหาการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนที่ขับใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2550 จำแนกตามพื้นที่เขตการขนส่ง กรมการขนส่งทางบก 6 เขต จำนวน 326 คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบสมมติฐาน ในการเปรียบเทียบตัวแปรระหว่าง 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบค่า t-test และ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ เมื่อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีของ LSD (Least Significant Difference Test)

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของภาครัฐ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการณรงค์ของภาครัฐ มากที่สุดคือ โครงการรณรงค์ ใช้พลังงานอย่างพอเพียง

ประชาชนรับทราบการเผยแพร่ข้อมูลการประหยัดพลังงานด้านสื่อบุคคลมากที่สุดคือเพื่อน สื่อมวลชนมากที่สุด คือ โทรทัศน์ และสื่อเฉพาะกิจ คือ แผ่นป้ายโฆษณาหรือป้ายประกาศ

ประชาชนมีความถี่ในการรับรู้ข้อมูลการเผยแพร่การประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลจากสื่อบุคคล มากที่สุดจากเพื่อนส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง จากสื่อมวลชน มากที่สุด คือ โทรทัศน์ส่วนใหญ่มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง และที่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คือ วารสาร/นิตยสาร จากสื่อเฉพาะกิจ มากที่สุด คือ จากแผ่นป้ายโฆษณา หรือ ป้ายประกาศ ส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเข้าใจในข้อมูลด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล มากที่สุด เกี่ยวกับ การขับรถที่อัตราความเร็วที่เหมาะสม 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมงช่วยให้ประหยัดน้ำมันเท่ากับ Car Pool ทางเดียวกันไปด้วยกันและเท่ากับ City Car มีเครื่องยนต์ขนาดเล็กทำให้อัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงน้อยและที่น้อยที่สุด คือ การวิ่งที่ความเร็วเพิ่มขึ้น เปลี่ยนเกียร์เพื่อให้รอบของเครื่องยนต์เพิ่มขึ้นใช้เชื้อเพลิงน้อยลง

* นักศึกษาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประชาชนได้รับทราบข้อมูลการรณรงค์การประหยัดพลังงานจากภาครัฐแล้ว ได้นำความรู้มาปฏิบัติในชีวิตประจำวันสูงสุด คือ การหมั่นตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์และเข้าสู่ศูนย์ตรวจสอบเครื่องยนต์ตามเวลาที่ผู้ผลิตกำหนด และน้อยสุด คือ การเปิดเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ตามความจำเป็น

ด้านปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านเนื้อหาและรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าประชาชนมีปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศด้านประหยัดพลังงานฯ ในด้านเนื้อหาและรูปแบบ มากที่สุด คือ เนื้อเรื่องไม่ซาบซึ้งกินใจและรูปแบบการนำเสนอไม่มีความน่าสนใจ

ประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลด้านเวลาโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ เวลาการนำเสนอของโฆษณาน้อยไป การโฆษณาไม่มีความสม่ำเสมอ ช่วงเวลาในการนำเสนอการโฆษณาไม่ตรงกับช่วงเวลาที่เปิดรับของผู้ชม และการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์การประหยัดพลังงานฯ ของภาครัฐในปัจจุบันยังน้อยไป

คำสำคัญ : การรับ สารสนเทศ การประหยัดพลังงาน การเข้าถึงสารสนเทศ

รถยนต์ส่วนบุคคล การรับรู้ ระดับการรับรู้ ความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ พฤติกรรม

Abstract

In this survey research investigation, the researcher investigates (1) the levels of exposure to information concerning energy saving by selected users of personal cars who are residents of the Bangkok Metropolitan area. Furthermore, the researcher makes inquiry of (2) the problem of access to information concerning energy saving by these users of personal cars as classified by the demographical characteristics of gender, age and educational level.

Using the purposive sampling method, the researcher selected a sample population consisting of 326 residents driving personal cars in the Bangkok Metropolitan area in the year 2007 in accordance with the transportation areas designated by the Department of Land Transportation (DLT). The instrument of research utilized by the researcher was a questionnaire.

Techniques of descriptive statistics used by the researcher in analyzing the data collected were frequency, percentage (%), mean ($\bar{X}$), and standard deviation (S.D). Hypothesis testing was conducted through comparing two groups of variables using t-test, F-test, and one-way analysis of variance (ANOVA). The least significant difference (LSD) test was used where differences were found at a statistically significant level.

Findings are as follows:

Members of the sample population learned about various types of information provided by the public sector in campaigns to save energy while using personal cars at an overall moderate level. Members of the sample population most frequently learned about this information by means of the public sector campaign project called "Love Father, Using Sufficient Energy."

As for media conveyance of information concerning such energy saving, the individual media by which members of the sample population most frequently learned about energy saving information was the information provided by friends. In respect to mass media, this information was most frequently

learned from television. Insofar as concerns ad hoc media, this information was most frequently learned from billboards or notices.

Members of the sample population had exposure to the information conveying energy saving in using personal cars through individual media by friends at the highest frequency of three to four times weekly. At the highest level of frequency they were exposed to this information through the mass media by television more than four times weekly. In contrast, they were exposed to this information only once a week through journals or magazines. The most frequent exposures to this information through ad hoc media were from billboards or notices from one to two times weekly.

Of these respondents, the highest levels of understanding evinced in respect to information concerning energy saving in personal cars was in the following aspects: Driving at the moderate and constant speed of 90 kilometers per hour can save gasoline at the equivalent rate of using car pools and using city cars which consume less gasoline. The least understood information concerned diminishing consumption of gasoline through avoiding strong acceleration and frequently changing gears so as to make efficient use of the engine cycle.

Having received information regarding energy saving campaigns from the public sector, members of the sample population most frequently applied this information in daily life through often checking the condition of their car engines and having engine inspections in accordance with recommended time periods set by manufacturers. The least frequent application of the information learned was in regard to turning on car air conditioners only when necessary.

In respect to the aspect of contents and patterns, the problem of having access to the information regarding energy saving in the use of personal cars by the subjects under study was overall found to be at a moderate level. In this connection, the respondents were found to have problems most frequently when the contents were difficult to read and the presentation was uninteresting.

Most of the subjects of investigation were of the opinion that the problem of access to this information most frequently overall encountered involved the question of time. Presentations of this information were too infrequent. The times at which television presentations of this information were made were not synchronized with suitable times for viewer exposure. Finally, it was believed that presentations of this information by the public sector were currently insufficient.

Keywords : Exposure, Information, Regarding energy saving, Information access, Personal car, Perception, Level perception, Knowledge, Understanding, Attitude, Behavior

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกปัจจุบันและอนาคตเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีผลกระทบต่อประชากรโลกอย่างกว้างขวาง การเจริญทางเทคโนโลยีข่าวสารที่กระจายไปตามส่วนต่างๆ ของโลก ทำให้ระบบเทคโนโลยีได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของทุกคนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ประกอบกับการพัฒนาศักยภาพของระบบข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ “ยุคสารสนเทศ” ทำให้แนวคิดในการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ จึงเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในหลายๆ ประเทศทำให้โลกทั้งโลกกลายเป็นโลกที่ไร้พรมแดน

สารสนเทศ (Information) จึงมีบทบาทสำคัญต่อสังคมทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นความสำคัญที่มีต่อบุคคลและการดำเนินชีวิตประจำวันหรือความสำคัญต่อการปฏิบัติงานขององค์กร รวมทั้งยังมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมซึ่งจำเป็นต้องพึ่งพาข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ทั้งสิ้น ทำให้สามารถกล่าวได้ว่า ยุคนี้เป็นยุคของ “สังคมสารสนเทศ” ก็ว่าได้ เพราะหากบุคคลใดไม่ได้ใช้หรือก้าวไม่ทันสารสนเทศ อาจทำให้เสียโอกาสหรือไม่ทันเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้สารสนเทศจึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สารสนเทศยังช่วยในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและวิทยาการต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลหนึ่ง รวมทั้งยังก่อให้เกิดแนวความคิดและแนวทางในการเริ่มต้นใหม่ ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องส่งเสริมให้ประชาชนเห็นความสำคัญของสารสนเทศในการเปิดรับข้อมูลต่าง ๆ ที่รัฐรณรงค์และตระหนักต่อการนำสารสนเทศดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อจะได้พัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ให้เจริญก้าวหน้าต่อไปได้ (สมชาย อรัญญาอนุไกร, 2545, หน้า 3)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในด้าน การรับรู้ ความรู้ และพฤติกรรม
2. ปัญหาการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1.ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ขับใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2552 จำนวนทั้งสิ้น 1,974,751 คัน (จำนวนรถที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานคร สะสมถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552) (กรมการขนส่งทางบก, 2552)

2.กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการสุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่ขับใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2552 จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้สูตรของ Yamane (ยูทธ ไกยวรรณ, 2545, หน้า 107) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 คำนวณหาสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่เขตการขนส่ง กรมการขนส่งทางบก โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างดังนี้ (1)กรมขนส่งทางบก (จตุจักร 80) (2)สำนักงานขนส่งเขตพื้นที่ 1 (บางขุนเทียน80) (3)สำนักงานขนส่งเขตพื้นที่ 2 (ตลิ่งชัน 80) (4)สำนักงานขนส่งเขตพื้นที่ 3 (พระโขนง80) (5)สำนักงานขนส่งเขตพื้นที่ 4 (หนองจอก 80) โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

ส่วนที่1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของประชาชนที่ขับใช้รถยนต์ส่วนบุคคลโดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check List) และเติมคำในช่องว่าง

ส่วนที่2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้สารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้สารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นการวัดระดับความรู้ว่าใช่หรือไม่ใช่

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครโดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุดและเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check-list)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ (percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย (mean)

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation – S.D.)

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของการรับสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ การศึกษา ที่แตกต่างกัน ได้แก่ *t*-test (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, : 112 - 113) และ *F*-test

2.1 *t*- test เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ คือ เพศหญิง และ เพศชาย

2.2 การเปรียบเทียบสถิติ *F*- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ในกรณีที่ตัวแปรอิสระมีมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ การศึกษา หากพบว่า มีความแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติจะใช้สถิติสำหรับทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อไป

สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของประชาชนที่ขับใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนรวม 326 ราย ประกอบด้วยเพศชาย จำนวน 202 ราย และเพศหญิง จำนวน 124 ราย ประชาชนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 28-37 ปีจำนวน 108 ราย รองลงมาคืออายุระหว่าง 18-27 ปี จำนวน 106 ราย และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 164 ราย รองลงมาคือมีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญา จำนวน 80 ราย การศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 48 ราย การศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 32 ราย และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 2 ราย

2. การรับสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปได้ดังนี้

โดยภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่แล้วประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของภาครัฐ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการรณรงค์ของภาครัฐ 3 ลำดับแรก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดคือ โครงการรักพอ ใช้พลังงานอย่างพอเพียง รองลงมา คือ มั่นใจ ใช้ได้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ โครงการรวมพลังหยุดรถชนน้ำมัน เท่ากับ โครงการขับ 91 เดิม 91

ด้านสื่อบุคคล พบว่า ประชาชนรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนมีการรับรู้ด้านสื่อบุคคล 3 ลำดับแรก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เพื่อน รองลงมา คือ บุคลากรในครอบครัว และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ บุคลากรกระทรวงพลังงาน

ด้านสื่อมวลชน พบว่า ประชาชนรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลด้านสื่อมวลชน 3 ลำดับแรก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมา คือ วิทยุ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ หนังสือพิมพ์

ด้านสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ประชาชนรับรู้การเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนรับทราบการเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานด้านสื่อเฉพาะกิจ 3 ลำดับแรก โดยเรียงจากมากไปน้อย โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ แผ่นป้ายโฆษณาหรือป้ายประกาศ รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ต และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จุลสาร/เอกสารคำแนะนำ

ประชาชนมีความถี่ในการรับรู้ข้อมูลการการเผยแพร่การประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลจากสื่อบุคคล พบว่า จากเพื่อนส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง และจากบุคคลในครอบครัวส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง

ประชาชนมีความถี่ในการรับรู้ข้อมูลการการเผยแพร่การประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลจากสื่อมวลชน พบว่า จากโทรทัศน์ส่วนใหญ่มากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง จากวิทยุส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง จากหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง และจากวารสาร/นิตยสาร ส่วนใหญ่ น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

ประชาชนมีความถี่ในการรับรู้ข้อมูลการการเผยแพร่การประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลจากสื่อเฉพาะกิจ พบว่า จากแผ่นป้ายโฆษณา หรือ ป้ายประกาศ ส่วนใหญ่สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง จากสื่ออินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และจากจุลสาร/เอกสารคำแนะนำ ส่วนใหญ่ น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

3.ความเข้าใจสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเข้าใจในข้อมูลด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล พบว่าประชาชนมีความเข้าใจในระดับสูงสุดเกี่ยวกับ การขับรถที่อัตราความเร็วที่เหมาะสม 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมงช่วยให้ประหยัดน้ำมัน ความหมายของคำว่า 'Car Pool' ซึ่งหมายถึง ทางเดียวกัน ไปด้วยกัน และ City Car ซึ่งหมายถึงรถยนต์ที่มีเครื่องยนต์ขนาดเล็ก ทำให้อัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงน้อย รองลงมา คือ การปิดแอร์ก่อนถึงที่หมายประมาณ 5 นาที จะช่วยลดการใช้เชื้อเพลิง และน้อยที่สุด คือ การขับรถยนต์บนถนนที่ขรุขระเป็นหลุมบ่อ จะสิ้นเปลืองน้ำมันมากกว่าขับบนถนนเรียบ ภายหลังจากที่ประชาชนได้รับทราบข้อมูลการรณรงค์การประหยัดพลังงานฯ จากภาครัฐแล้วประชาชนได้นำความรู้มาปฏิบัติในชีวิตประจำวันสูงสุด คือ การหมั่นตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์และเข้าศูนย์ตรวจสอบเครื่องยนต์ตามเวลาที่ผู้ผลิตกำหนด รองลงมา คือ ใช้ระดับเกียร์โดยสัมพันธ์กับความเร็วรอบของรถยนต์ซึ่งมีคะแนนเท่ากับการตรวจลมยางอยู่เสมอ และน้อยที่สุด คือ การเปิดเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ตามความจำเป็น

4.ปัญหาการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านเนื้อหาและรูปแบบ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการเผยแพร่สื่อสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลด้านเนื้อหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปน้อยได้แก่ เนื้อเรื่องไม่ซ้ำซึ่งกินใจ ซึ่งเท่ากับ รูปแบบการนำเสนอไม่มีความน่าสนใจ รองลงมาตัวละครในโฆษณาไม่มีความดึงดูดผู้ชมและน้อยสุด เนื้อหาการโฆษณาไม่ดึงดูดผู้ชม

ประชาชนมีปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานฯ ในด้านเวลา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลด้านเวลาอยู่ในระดับมาก โดยเรียง 3 อันดับแรก จากมากไปน้อยได้แก่ เวลาการนำเสนอของโฆษณาน้อยไป ซึ่งเท่ากับ การโฆษณาไม่มีความสม่ำเสมอ และ ช่วงเวลาในการนำเสนอการโฆษณาไม่ตรงกับช่วงเวลาที่เปิดรับของผู้ชมซึ่งเท่ากับ การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์การประหยัดพลังงานฯ ของภาครัฐในปัจจุบันยังน้อยไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

การรับรู้สารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการรับรู้ เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 86 – 87) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการรับรู้สารสนเทศไว้ 4 ขั้นตอน คือ การเลือกที่จะเปิดรับ เลือกที่จะสนใจ การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ ผลการวิจัยพบว่ามี การรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของภาครัฐสูงสุดและสามารถนำมาปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้สูงสุด คือ การหมั่นตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์และเข้าศูนย์ตรวจสอบเครื่องยนต์ตามเวลาที่ผู้ผลิตกำหนด ซึ่งการที่มนุษย์สามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง จะรับรู้ได้ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล (กันยา สุวรรณแสง, 2540, หน้า 132) ดังนั้นการที่รัฐบาลพยายามกระตุ้นให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญของการประหยัดพลังงานนั้น ประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสารและมาตรการต่าง ๆ และพร้อมที่จะปฏิบัติตาม ดังที่รัฐบาลพยายามออกมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาราคาน้ำมันหลายครั้ง นับตั้งแต่ราคาน้ำมันได้ปรับตัวสูงขึ้นตั้งแต่ต้นปี 2546 เป็นต้นมา โดยให้หน่วยงานของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจเป็นผู้นำในการประหยัดพลังงานโดยเฉพาะการใช้น้ำมันเพื่อส่งเอกสารและติดต่อราชการและให้สำนักงานประมาณปรับลดงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2547 ไตรมาสที่ 4 ลงร้อยละ 10 ของหมวดค่าใช้สอยด้านน้ำมันเชื้อเพลิงของทุกส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ นอกจากนั้นคณะรัฐมนตรียังมีมติให้หน่วยราชการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อเป็นตัวอย่าง รวมทั้งบังคับให้ส่วนราชการส่งรถยนต์ไปติดเครื่องยนต์ก๊าซธรรมชาติอีกด้วย อีกทั้งยังสอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการประหยัดพลังงานในรถยนต์ของประชาชน และเป็นการสนับสนุนของภาครัฐในด้านนโยบายการส่งเสริมพัฒนาพลังงานทดแทน โดยรัฐพยายามผลักดันให้ประชาชนหันมาใช้แก๊สโซฮอล์ NGV และไบโอดีเซลทดแทน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของภาครัฐผ่านสื่อมวลชนสูงสุด และการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของภาครัฐของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับ ปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี อินุพัฒน์ (2546) ได้ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และการมีส่วนร่วมในโครงการประหยัดไฟฟ้า 2 ต่อ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั่วไป โดยรับข้อมูลข่าวสารโครงการประหยัดไฟฟ้า 2 ต่อ จากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด และ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรสิทธิ์ อินทร์ทอง และคณะ (2546) ได้ศึกษาการรับรู้และความเข้าใจของประชาชน

ต่อโครงการโรงไฟฟ้าถ่านหิน : กรณีศึกษาพื้นที่โครงการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่า ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ โทรทัศน์เช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงระดับการรับรู้สารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในด้าน การรับรู้ ความรู้ และพฤติกรรม ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยดังนี้

1. กระทรวงพลังงานเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ดูแลการประหยัดพลังงานของประเทศซึ่งหน่วยงานสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา เรื่องการรับสารสนเทศด้านการประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไปใช้ในการกำหนดประเด็นในการรณรงค์พัฒนาสื่อการโฆษณาทางด้านโทรทัศน์ให้ดึงดูดน่าสนใจทั้งทางด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ เวลาในการนำเสนอ ความถี่ในการนำเสนอ เพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด

2. กระทรวงพลังงานควรเน้นการทำแผนประชาสัมพันธ์การประหยัดพลังงานในการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลด้านสื่อวิทยุให้มากกว่าปัจจุบันและน่าสนใจเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในต่างจังหวัดได้อย่างทั่วถึง

3. ควรทำประชาสัมพันธ์โดยการ road show ไปยังสถานศึกษาต่าง ๆ มีการสาธิตการประหยัดพลังงานในการเดินทางโดยรถยนต์ เพื่อปลูกฝังรากฐานที่ดีแก่เยาวชนต่อไป

4. ภาครัฐบาลควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาพลังงานประเภทต่าง ๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้ประชาชนอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะพลังงานทดแทนประเภทน้ำมันและพัฒนาเชื้อเพลิงด้านอื่นๆ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงคมนาคม, กรมขนส่งทางบก. (2553, เมษายน 4). สำนักงานเขตขนส่งพื้นที่. สืบค้นจาก http://www.dlt.go.th/th/index.php?option=com_content&view=article&id=1782:2010-02-16-07-15-59&catid=106:2010-02-16-07-16-54&Itemid=1
- กระทรวงพลังงาน, สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน. (2551, พฤษภาคม 30). พระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. 2535. สืบค้นจาก <http://www.eppo.go.th/admin/cab/law/2.pdf>
- กันยา สุวรรณแสง. (2540). จิตวิทยาทั่วไป. (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ : รวมสาส์น.
- จุมพจน์ วนิชกุล. (2549). สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทยญี่ปุ่น).
- ชลดา ทองสุกนอก. (2540). การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดามินทร์ กิจนิจ. (2540). การเปิดรับความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังงานหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทองกร ทศนียะเวช. (2546). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงนุช เทียมเมือง. (2548). พฤติกรรมการเติมน้ำมันในช่วงน้ำมันราคาแพง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พีรสิทธิ์ อินทร์ทอง และคณะ. (2546). การรับรู้และความเข้าใจของประชาชนต่อโครงการโรงไฟฟ้าถ่านหิน : กรณีศึกษาพื้นที่โครงการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศศิวิมล ปานศรี. (2538). การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการรัฐวิสาหกิจและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธิณี ตัญญูพงศ์ปรีชัญ. (2544). การเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เพื่อการใช้รถแท็กซี่ของเบนซินที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์กับพฤติกรรมการใช้น้ำมันของผู้ใช้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพิน ปัญญามาก. (2546). เอกสารการสอนชุดความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุภาวดี อินนุพัฒน์. (2546). การเปิดรับข่าวสารการรับรู้และการมีส่วนร่วมในโครงการประหยัดไฟกัไร 2 ต่อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพร วัชรินทรชัย. (2543). การรับรู้สารสนเทศด้านระเบียบการเงินของบุคลากรมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.