

กระบวนการและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์การใช้แก๊สโซฮอลล์ในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาวสุวิสิริ ยลอารีย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-3347-6

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION PROCESS AND STRATEGIES IN
GASOHOL CAMPAIGN IN BANGKOK

Miss Suwasiri Yonaree

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-14-3347-6

481610

สุวสิริ ยลอารีย์ : กระบวนการและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์การใช้แก๊สโซฮอลล์
ในเขตกรุงเทพมหานคร (COMMUNICATION PROCESS AND STRATEGIES IN
GASOHOL CAMPAIGN IN BANGKOK) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร. จิตรารภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์,
240 หน้า. ISBN 974-14-3347-6.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการ และกลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์ใช้แก๊สโซฮอลล์
ของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอลล์ของ
ประชาชนผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการวิเคราะห์เอกสาร และการใช้แบบสอบถาม
เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จำนวน 406 คน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์
หาค่า Chi-Square และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment
Correlation Coefficient) โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ในการประมวลผล

ผลการศึกษา พบว่า 1) กระบวนการ การสื่อสารการรณรงค์ใช้แก๊สโซฮอลล์ ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์
กลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การสื่อสาร ช่วงเวลาดำเนินการ การประเมินผล และผู้รับผิดชอบของหน่วยงานทั้งภาครัฐ
และเอกชน 2) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์การใช้แก๊สโซฮอลล์ พบว่า หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มี
การใช้สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสาร, สื่อบุคคล, สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่
ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์, แผ่นพับ, สติกเกอร์, กิจกรรมต่างๆ และของที่ระลึก รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ต 3) การรับรู้
ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอลล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง มีความรู้
ในระดับสูง มีทัศนคติเป็นกลาง และไม่เคยมีพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอลล์ 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า
4.1) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ไม่แตกต่าง
กัน 4.2) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศและรายได้แตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์แตกต่างกัน
4.3) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันจะมีระดับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซิน
แตกต่างกัน 4.4) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์แตกต่างกัน
4.5) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์
4.6) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และพฤติกรรมการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์
4.7) ความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติการใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซิน 4.8) ความรู้มี
ความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ 4.9) ทัศนคติการใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซินมี
ความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ....
ปีการศึกษา 2548

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

4785142228 : MAJOR MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: COMMUNICATION PROCESS / COMMUNICATION STRATEGIES / GASOHOL CAMPAIGN

SUWASIRI YONAREE : COMMUNICATION PROCESS AND STRATEGIES IN GASOHOL CAMPAIGN
IN BANGKOK. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF. JITRAPORN SUDHIVORASETH, Ph.D., 240 pp.
ISBN 974-14- 3347-6.

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

The findings were as follows:

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

Department.....Public Relations.....

Student's signature.....

Suwasiri Yonaree

Field of study.....Development Communication.....

Advisor's signature.....

J. Sudhivoraseth

Academic year 2005

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้มีพระคุณหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณา สละเวลาให้คำปรึกษา คอยแนะนำ และตรวจแก้ไขเนื้อหาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ด้วยความเอาใจ ใส่อย่างดียิ่ง และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ ที่กรุณารับเป็น ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ พชณี เขยจรรยา ที่กรุณารับเป็น กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านทั้ง 2 ได้ให้คำแนะนำรวมถึงชี้แนะข้อบกพร่องต่างๆเพื่อให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ในระดับปริญญาโทแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณคุณแม่เป็นอย่างสูง ที่เป็นแรงบันดาลใจและสนับสนุนให้ลูก ได้มีโอกาสศึกษาต่อในระดับปริญญาโทอีกทั้งยังคอยดูแลห่วงใยและคอยให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมา

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กระทรวงพลังงาน บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลรวมถึงสละเวลาให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการทำ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ พร้อมทั้งขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ขอขอบคุณเจ้าของวิทยานิพนธ์ทุกเล่ม ที่ได้อนุเคราะห์ข้อมูลของท่านซึ่งมีส่วนชี้แนะให้ ผู้วิจัยได้มีแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์อย่างเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมาได้ หากไม่มีข้อมูลเหล่านี้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ก็ไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้

ขอบคุณกำลังใจ ความห่วงใย และความช่วยเหลือทุกๆ อย่างจากเพื่อนๆ Dev.Comm 27 ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ฝน ผู้แสนดีของพวกเรา ผู้ที่ทำให้เพื่อนได้ทุกสิ่งถ้าเพื่อนขอร้อง และ เธอทำได้ ที่ได้คอยแนะนำในเรื่องต่างๆเสมอมา กระเป๋าน้องสาวผู้น่ารักที่ให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี และเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สุด รวมทั้งเพื่อนๆ ที่ได้ให้ความ ช่วยเหลือเป็นอย่างดี ที่ผลักดันให้ผู้วิจัยได้มีวันนี้ ถึงแม้จะมีได้เอื่อยนามในที่นี้ แต่ความปรารถนาดี ของทุกคนจะคงอยู่ในใจของผู้วิจัยตลอดไป

สุดท้ายนี้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ กว่าจะเสร็จสมบูรณ์ได้ก็ทำให้ผู้วิจัยได้รู้ว่า ชีวิตนิสิตที่แท้จริง นั้นเป็นอย่างไร การเรียนให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องทำอะไร คำตอบที่ผู้วิจัยได้ค้นพบ ก็คือ ตั้งใจ ชยัน อดทน และพยายาม รวมทั้งการได้มีเพื่อน Dev.Comm 27 ที่ทำให้ผู้วิจัยได้รู้จักกับ ความภาคภูมิใจ และได้รู้ว่าชีวิตยังมีอะไรอีกมากที่ให้เรียนรู้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ปัญหำนำการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
นิยามศัพท์.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์.....	10
- แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่นวัตกรรม.....	22
ทฤษฎีการจูงใจ.....	28
ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ.....	35
แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม.....	44
- แนวคิดเกี่ยวกับความรู้.....	46
- แนวคิดเกี่ยวกับทักษะคติ.....	48
- แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	50
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	54

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	57
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	57
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	57
การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	58
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	58
การตรวจสอบข้อมูล.....	58
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
การนำเสนอข้อมูล.....	59
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	59
ประชากร.....	59
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง.....	59
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	60
ตัวแปรในการวิจัย.....	60
การวัดค่าตัวแปร และเกณฑ์ในการให้คะแนน.....	63
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	66
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	71
การศึกษากระบวนการและกลยุทธ์ การสื่อสาร.....	71
การศึกษารับรู้ ทักษะคนติ และพฤติกรรม.....	118

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	166
สรุปผลการวิจัย.....	167
อภิปรายผล.....	190
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	216
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป.....	218
รายการอ้างอิง.....	219
ภาคผนวก	223
ภาคผนวก ก.....	224
ภาคผนวก ข.....	232
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	240

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....118
2	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....119
3	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....119
4	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....120
5	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....120
6	แสดงจำนวน และร้อยละของคำตอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์จากสื่อต่าง ๆของกลุ่มตัวอย่าง.....121
7	แสดงจำนวน และร้อยละของคำตอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์จากสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่าง.....121
8	แสดงจำนวน และร้อยละของคำตอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์จากสื่อเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่าง.....122
9	แสดงจำนวน และร้อยละของคำตอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์จากสื่อบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....122
10	แสดงจำนวน และร้อยละของคำตอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของกลุ่มตัวอย่าง.....123
11	แสดงจำนวน และร้อยละของคำตอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง.....124
12	แสดงจำนวน และร้อยละของคำตอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์จากสื่ออื่น ๆของกลุ่มตัวอย่าง.....124
13	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์.....125
14	แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างว่าควรนำเสนอข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ผ่านสื่อใด.....125
15	แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างว่าควรนำเสนอข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ผ่านสื่อมวลชน.....126
16	แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ว่าควรนำเสนอข่าวสาร เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ผ่านสื่อเฉพาะกิจ.....126

17	แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างว่าควรนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ผ่านสื่อบุคคล.....	127
18	แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างว่าควรนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง.....	127
19	แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างว่าควรนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต.....	128
20	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารเรื่องแก๊สโซฮอลล์.....	129
21	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนผู้ที่ตอบถูก และตอบผิดในเรื่องความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์.....	132
22	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์.....	134
23	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติการใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซิน.....	135
24	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับของทัศนคติการใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซิน.....	137
25	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์.....	139
26	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์.....	139
27	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกใช้แก๊สโซฮอลล์.....	140
28	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์จำแนกตามลักษณะการใช้.....	141
29	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเติมแก๊สโซฮอลล์เพียงอย่างเดียว.....	141
30	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเติมแก๊สโซฮอลล์สลับกับน้ำมันเบนซิน.....	142
31	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเติมแก๊สโซฮอลล์เพียงครั้งเดียว.....	143

32	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอลล์ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งที่มีพฤติกรรมกาเลือกใช้และไม่มีพฤติกรรมกาเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์.....	144
33	แสดงความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ แก๊สโซฮอลล์ในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่อต่าง ๆ.....	147
34	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ ในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่อต่าง ๆ.....	150
35	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับทัศนคติเกี่ยวกับ การใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซินในเขตกรุงเทพมหานคร.....	153
36	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรม กาเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	156
37	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับลักษณะพฤติกรรม ที่เคยเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	159
38	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์กับ ความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	161
39	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์กับทัศนคติเกี่ยวกับ การใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซินในเขตกรุงเทพมหานคร.....	162
40	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์กับพฤติกรรม กาเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซินในเขตกรุงเทพมหานคร.....	163
41	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ เกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซินในเขตกรุงเทพมหานคร.....	164
42	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์กับพฤติกรรม กาเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซินในเขตกรุงเทพมหานคร.....	164
43	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกาใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซินกับ พฤติกรรมกาเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	165