

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบตามความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์โดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านสังคม ทั้งนี้เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ และวางแผนกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดต่อไป

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือประชาชนหรือบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 60 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test, ค่า F-test (Anova) และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธีการ Scheffe' กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็นเพศหญิง มีจำนวนมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26 – 35 ปี รองลงมาเป็นกลุ่มอายุระหว่าง 36 – 45 ปี ส่วนใหญ่เป็นโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทมากที่สุด รองลงมาเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบถึงภารกิจหลักของโรงงานยาสูบว่า เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบุหรี่แต่เพียงผู้เดียวให้แก่ประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ และส่งไปจำหน่ายบางส่วนไปยังต่างประเทศ ส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเป็นด้านลบ ส่วนใหญ่ได้รับข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รองลงมาเป็นข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่ให้ความช่วยเหลือด้านสังคม

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบตามความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่ ภาพลักษณ์ด้านสังคม และภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและอาชีพต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กร และภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบแตกต่างกัน ยกเว้นด้านเพศ สถานะภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านสังคมของโรงงานยาสูบแตกต่างกัน ยกเว้นด้านเพศ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่ของโรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน

A study of image of Thailand Tobacco Monopoly by the opinion of the people in Bangkok was a survey research. It aimed to study of the overall images of Thailand Tobacco Monopoly and three image factors that were organization, duties and social. The result of this study intended to make a Public Relation plan and draw a policy to improve and organization's image.

The sample was 400 people who were between 18 – 60 years old living in Bangkok area. Questionnaire was the instrument to collect the data. Percentage, mean, standard deviation, t-test, f-test (ANOVA) and Scheffe test were statistical methods. The level of statistical significance was set as 0.5.

The study revealed that most of them were single women who were between 26-35 years old and between 36-45 years old respectively. Their education level was bachelor degree. Most of them worked as private officers and then government officers. Their income was not over 10,000 baht per month.

The subject accepted that Thailand Tobacco Monopoly was the monopoly organization which produced and sold cigarettes in country and some products exported to overseas. The majority channel that they received the organization's information was television and then from newspapers. The worst information that they knew was this organization made an impact on polluted environment.

The study also found that the image of Thailand Tobacco Monopoly by opinion of people in Bangkok was moderate. The age and career of the subject had the different in opinion marital status, level of education and income. Then, there was a different opinion between people in different career about social image excluding gender, marital status, level of education and income. Last, the personal factors that were gender, age marital status, level of education, career and income had no difference in the subject's opinion about the duties image.