ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
248499

การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ

นายอิสเรศ คำแหง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

b00254033

การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
248499

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

นาย อิศเรศ คำแหง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5184767028

MEDIA EXPOSURE ATTITUDE AND PARTICIPATION OF BANGKOKIANS IN DON'T DRIVE DRUNK FOUNDATION'S FESTIVE SEASON CAMPAIGN

MR. ITSARED KUMHANG

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 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ
โดย	นาย อิศเรศ คำแหง
สาขาวิชา	นิเทศศาสตรพัฒนาการ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาต สถาปิตานนท์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ พัชนี เชยจรรยา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาต สถาปิตานนท์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ)

อิศเรศ คำแหง : การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของ มูลนิธิเมาไม่ขับ.(MEDIA EXPOSURE ATTITUDE AND PARTICIPATION OF BANGKOKIANS IN DON'T DRIVE DRUNK FOUNDATION'S FESTIVE SEASON CAMPAIGN) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาต สถาปิตานนท์,197 หน้า.

248499

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของ มูลนิธิเมาไม่ขับ โดยใช้ แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 450 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR WINDOWS XP

ผลการวิจัย พบว่า

1.การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล

2.การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล

3.ทัศนคติเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ ลายมือชื่อนิสิต อิศเรศ คำแหง

สาขาวิชา นิเทศศาสตรพัฒนาการ ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ปีการศึกษา 2553

5184767028 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORDS: MEDIA EXPOSURE / KNOWLEDGE / PARTICIPATION / BANGKOKIANS / DON'T DRIVE DRUNK FOUNDATION'S / FESTIVE SEASON CAMPAIGN

ITSARED KUMHANG: MEDIA EXPOSURE ATTITUDE AND PARTICIPATION OF BANGKOKIANS IN DON'T DRIVE DRUNK FOUNDATION'S FESTIVE SEASON CAMPAIGN. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF PARICHART STHAPITANONDA, Ph.D., 197 PP.

248499

The purpose of this research is to study the correlation of media exposure, attitude, and participation among Bangkokians in don't drive drunk foundation's festive season campaign. Questionnaires were used to collect the data from 450 samples who live in Bangkok. Frequency, percentage, mean, standard deviation and Pearson's product moment correlation coefficient were employed for the analysis of the data SPSS FOR WINDOWS XP program was used for data processing.

The result of the study are as follows :

1.Media exposure on festive season campaign is statistically correlated with attitude about festive season campaign.

2.Media exposure on festive season campaign is statistically correlated with participation about festive season campaign.

3.Attitude about festive season campaign is statistically correlated with participation about festive season campaign.

Department : Public Relations ..... Student's Signature Itsared Kumhang

Field of Study : Development Communication Advisor's Signature .....

Academic Year : 2010

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากผู้มีพระคุณหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.ปาริชาต สถาปิตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา คอยแนะนำ และตรวจแก้ไขเนื้อหาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ขอกราบขอบพระคุณ รศ.พัชนี เชยจรรยา ที่กรุณารับเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และได้ให้คำแนะนำรวมถึงชี้แนะข้อบกพร่องต่างๆเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น อีกทั้งขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ ที่กรุณาสละเวลารับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ในระดับปริญญาโทแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ นาย สมใจ – นาง เกตสุดา คำแหง ซึ่งเป็นบิดามารดา เป็นอย่างสูง ที่เป็นแรงบันดาลใจสำคัญ และสนับสนุนให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาต่อในระดับปริญญาโท อีกทั้งยังคอยห่วงใย ดูแลเอาใจใส่ ผู้วิจัยอย่างใกล้ชิด และขอบคุณกำลังใจ และการช่วยเหลือจาก นาย ณัฐวุฒิ คำแหง ซึ่งเป็นน้องชายของผู้วิจัยด้วย

ขอขอบพระคุณ มูลนิธิเมาไม่ขับ ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลให้ผู้วิจัยได้นำมาประกอบการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ พร้อมทั้งขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ขอบคุณเพื่อนๆ Dev. Com รุ่น 31 ทุกคน โดยเฉพาะ คุณออม คุณแหม่ม คุณบัว และคุณหลิง ที่ให้คำแนะนำ และคอยถามไถ่ความคืบหน้าอยู่ตลอดเวลา ขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ที่คอยเป็นกำลังใจให้ทั้ง คุณบอมบ์ คุณลูกเกด คุณจี๊ด คุณเบลล์ คุณอึ่ง คุณเจี๊ยบ คุณต่อม และคุณเอ๊ะ

ผู้วิจัยขอขอบคุณกำลังที่ดีจาก คุณ พัชราภา ไชยเชื้อ การช่วยเหลือจาก คุณ สุวรรณ สีหามาตย์ เป็นผู้ที่ทำให้ผู้วิจัยยิ้มได้ยามเมื่อท้อ และเหนื่อยล้า และคอยเป็นห่วงเป็นใยผู้วิจัยเสมอมา

การศึกษาระดับปริญญาโท ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นช่วงเวลาที่ทำให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้ประสบการณ์ต่างๆที่มีคุณค่า ผู้วิจัยมีความภูมิใจเป็นอย่างมากที่ครั้งหนึ่งได้รับโอกาสเข้ามาศึกษาในสถาบันอันทรงเกียรติแห่งนี้ ผู้วิจัยขอระลึกถึง และเก็บไว้ในความทรงจำตลอดไป

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ

กิตติกรรมประกาศ..... ฉ

สารบัญ..... ช

สารบัญตาราง..... ฌ

บทที่ 1 บทนำ..... 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา..... 1

วัตถุประสงค์การวิจัย..... 10

ปัญหานำการวิจัย..... 10

สมมติฐานในการวิจัย..... 11

ขอบเขตของการวิจัย..... 11

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย..... 12

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 13

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 15

แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์..... 15

แนวคิด และทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร..... 24

แนวคิดเกี่ยวกับ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเตอร์เน็ต..... 28

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ และการมีส่วนร่วม..... 38

แนวคิดเหตุการณ์พิเศษ..... 49

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 64

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย..... 71

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย..... 71

หน้า

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง..... 72
วิธีการสุ่มตัวอย่าง..... 73
ตัวแปรในการวิจัย..... 73
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 75
การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ..... 75
การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 77
เกณฑ์การให้คะแนน..... 77
การวิเคราะห์ข้อมูล..... 80
การประมวลข้อมูล..... 81

บทที่ 4 ผลการวิจัย..... 82
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา..... 83
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ตามสมมติฐาน..... 120

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ..... 123
สรุปผลการวิจัย..... 124
อภิปรายผลการวิจัย..... 129
ข้อเสนอแนะ..... 164

รายการอ้างอิง..... 171
ภาคผนวก..... 178
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 197

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงสถิติการเกิดอุบัติเหตุช่วงเทศกาลปีใหม่ ประจำปี 2552 ในช่วง 7 วันอันตราย	3
2	แสดงสถิติการเกิดอุบัติเหตุช่วงเทศกาลสงกรานต์ ประจำปี 2552 ในช่วง 7 วันอันตราย	4
3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	83
4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	84
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	85
6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	86
7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	87
8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	88
9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชีวิตประจำวัน	89
10	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดที่จะเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิต	90
11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับรถ	91
12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยคิดที่จะเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับรถ	92
13	แสดงจำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม การเดินทางร่วมกับผู้ขับขี่ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับรถ	93
14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเดินทางในช่วงเทศกาลต่างๆ	94
15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการประสบอุบัติเหตุในช่วงเทศกาลต่างๆซึ่งเกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับรถ	95
16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลปีใหม่	96

17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ประจำปี 2553..... 97
18 แสดงจำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม การงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลตรุษจีน..... 98
19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลตรุษจีน ประจำปี 2553..... 99
20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์..... 100
21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ประจำปี 2553..... 101
22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความตระหนักถึงบทบาทของกิจกรรมรณรงค์ที่เน้นการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับรถ..... 102
23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเชื่อมั่นถึงผลของกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลต่อการลดการดื่ม..... 103
24 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยผ่านสื่อหลักที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม..... 104
25 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลตรุษจีน โดยผ่านสื่อหลักที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม..... 105
26 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ โดยผ่านสื่อหลักที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม..... 106
27 แสดง ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ โดยผ่านสื่อรองที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม..... 107
28 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์ โดยผ่านข้อความรณรงค์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม..... 110

29 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์โดยผ่านกิจกรรมรณรงค์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์..... 111
30 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อมูลนิธิเมาไม่ขับ..... 112
31 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อกิจกรรมรณรงค์ "ปีใหม่ปลอดภัย รวมพลังไทย เมาไม่ขับ"..... 113
32 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อ กิจกรรมรณรงค์ "ตรุษจีนเมาแล้วขับถูกจับแน่"..... 114
33 แสดง ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อ กิจกรรมรณรงค์ "สงกรานต์ ปลอดเหล้าปลอดภัย"..... 115
34 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง ประเภทการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ..... 116
35 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ "ปีใหม่ปลอดภัย รวมพลังไทย เมาไม่ขับ"..... 117
36 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ "ตรุษจีนเมาแล้วขับถูกจับแน่"..... 118
37 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เรื่อง รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ "สงกรานต์ ปลอดเหล้าปลอดภัย"..... 119
38 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล..... 120

39 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล.... 121
40 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล..... 122