

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาปี พ.ศ. 2548 ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)” ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา และในช่วงเข้าพรรษา ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ปี พ.ศ. 2548 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา
4. เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”
6. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา
9. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

10. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา กับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

11. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One Shot) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ซึ่งในเบื้องต้นได้นำเสนอโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา และในช่วงเข้าพรรษา การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา และความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ในส่วนของการทดสอบสมมติฐาน เพื่อทดสอบความแตกต่าง และ/หรือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานการวิจัย ว่ามีความแตกต่าง และ/หรือ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ Chi - Square การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One - Way ANOVA) การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent - Sample T Test) การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired - Sample T Test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง กล่าวคือ เป็นเพศชายจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 เพศหญิงจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18 - 24 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ซึ่งส่วนใหญ่ระดับการศึกษาจะอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25

2. พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา ระดับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างที่พบมากที่สุดคือ ไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ แทบจะไม่บริโภคเลย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 บริโภคบางครั้ง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 บริโภคบ่อยครั้งจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และบริโภคเป็นประจำ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

3. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้รับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จำแนกเป็นรับรู้จากโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 รองลงมารับรู้จากหนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 และจากวิทยุ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ

ในส่วนของความเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และ/หรือ สื่อกลางแจ้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" มากที่สุด จำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 97.50 รองลงมา คือ เนื้อหาเรื่อง "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา" จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.75 และเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 92.00 ตามลำดับ

ในส่วนของความเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏในใบปฎิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา" พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเนื้อหาในใบปฎิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ตามข้อความว่า "การให้คำปฎิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา" เป็นสิ่งดีที่ชาวพุทธควรกระทำ" มากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 93.83 รองลงมาคือ ข้อความว่า "ควรงดดื่มสุรา และ/หรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา" จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 91.36 และข้อความว่า "การให้

คำปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” เป็นการรักษาศีล” และ “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” จำนวน 70 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 86.42 ตามลำดับ

4. ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีที่สุดต่อข้อความว่า “การงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ไม่จำเป็นต้องทำในช่วงเข้าพรรษาเท่านั้น” ค่าเฉลี่ยคือ 4.21 รองลงมาคือ มีทัศนคติดีต่อข้อความว่า “ชาวพุทธควรให้ความสำคัญกับเทศกาลทางศาสนา เช่น ให้ความสำคัญกับเทศกาลเข้าพรรษาด้วยการงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาดังกล่าว” โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 และข้อความว่า “การงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา เป็นการป้องกันปัญหาความรุนแรงในครอบครัวได้ประการหนึ่ง” ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ

5. ความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ในเรื่องความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ผลการศึกษาเฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน จำนวน 238 คน พบว่า ความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างครั้งนี้มีระดับเฉลี่ย 4.06 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยตั้งใจว่าจะลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตั้งใจว่าจะลดการบริโภคลง จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 61.77 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจว่าจะงดการบริโภคอย่างเด็ดขาด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 21.01 และกลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจว่าจะบริโภคเท่าเดิม จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 12.18 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยเห็นใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 81 คนนั้น ส่วนใหญ่ร่วมปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ทางสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ ไม่ได้ร่วมปฏิญาณ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 34.57 และร่วมปฏิญาณทางสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.05 โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่ร่วมปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ส่วนใหญ่งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 จริงตามที่ได้ร่วมปฏิญาณ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 66.77 ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ร่วมปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” แต่ไม่ได้งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ตามที่ได้ร่วมปฏิญาณ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

จากผลการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน ในเรื่องพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาปี พ.ศ. 2548 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของกลุ่มตัวอย่างมีระดับเฉลี่ย 3.97 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 58.82 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าเดิม มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 18.49 และกลุ่มตัวอย่างที่งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 18.07 ตามลำดับ

นอกจากนี้ พบว่า เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นเพราะ ตั้งใจว่าจะมีพฤติกรรมดังกล่าวอยู่แล้ว ร้อยละ 50.42 รองลงมาคือ เพราะเป็นช่วงเข้าพรรษา ร้อยละ 44.96 และ เป็นผลจากสื่อในโครงการ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ร้อยละ 32.77 ตามลำดับ

ในเรื่องพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กันในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษาของกลุ่มตัวอย่างมีระดับเฉลี่ย 3.90 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง โดยมีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 60.92 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าเดิม มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.91 และกลุ่มตัวอย่างที่งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 13.87 ตามลำดับ

ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา เปรียบเทียบกับช่วงก่อนเข้าพรรษา ของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กันในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา เปรียบเทียบกับช่วงก่อนเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีระดับเฉลี่ย 3.79 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง โดยที่ส่วนใหญ่ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง โดยมีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 62.61 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าเดิม มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 20.59 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 ตามลำดับ

ความสามารถจูงใจให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของสื่อที่ใช้ในโครงการฯ ในความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน

ระดับต่าง ๆ กันในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่คิดว่าช่วยได้เล็กน้อย 136 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ เห็นว่าช่วยได้มาก 52 คน คิดเป็นร้อยละ 21.85 และไม่ช่วยเลย 41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.23 ตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องความเหมาะสมในการนำสถาบันครอบครัวมาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ความคิดเห็นในภาพรวมมีระดับเฉลี่ย 4.26 ซึ่งหมายความว่า มีความเหมาะสมมากที่สุด โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในการศึกษานี้มีความคิดเห็นต่อ การนำสถาบันครอบครัวมาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า มีความเหมาะสมมากที่สุด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ เหมาะสมมาก จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และเหมาะสมปานกลาง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องความเหมาะสมในการนำสถาบันศาสนา มาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น พบว่า ความคิดเห็นในภาพรวมมีระดับเฉลี่ย 3.99 ซึ่งหมายความว่า มีความเหมาะสมมาก โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในการศึกษานี้มีความคิดเห็นต่อ การนำสถาบันศาสนา มาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า มีความเหมาะสมมาก จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ เหมาะสมมากที่สุด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 และเหมาะสมปานกลาง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ผลการทดสอบมีดังนี้

1.1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

1.1.2 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

1.1.3 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

1.1.4 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากแผ่นโปสเตอร์

1.1.5 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

1.1.6 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

1.1.7 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากสื่ออื่น ๆ

1.1.8 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

1.1.9 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

1.1.10 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

1.1.11 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

1.1.12 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่รักลูกเสมอ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

1.1.13 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม้ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

1.1.14 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

1.1.15 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

1.1.16 เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ผลการทดสอบมีดังนี้

1.2.1 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

1.2.2 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

1.2.3 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

1.2.4 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

1.2.5 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

1.2.6 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฎิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2.7 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

1.2.8 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2.9 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2.10 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2.11 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2.12 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2.13 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2.14 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2.15 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.2.16 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ผลการทดสอบมีดังนี้

1.3.1 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

1.3.2 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

1.3.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

1.3.4 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

1.3.5 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

1.3.6 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3.7 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

1.3.8 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา
และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์
“งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3.9 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา
และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครง
การรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3.10 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่ม
สุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ที่ปรากฏในสื่อ
ของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3.11 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่ม
สุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3.12 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ”
ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3.13 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะ
กระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3.14 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา
และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3.15 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่ม
สุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครง
การรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

1.3.16 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการ
เชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่
ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 101

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติของสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	ผลการทดสอบ สมมติฐาน ทางการวิจัย
1.1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากโทรทัศน์	ยอมรับ
1.1.2 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากวิทยุ	ปฏิเสธ
1.1.3 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากหนังสือพิมพ์	ปฏิเสธ
1.1.4 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากแผ่นโปสเตอร์	ปฏิเสธ
1.1.5 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ยอมรับ
1.1.6 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	ยอมรับ
1.1.7 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากสื่ออื่น ๆ	ปฏิเสธ
1.1.8 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ”	ปฏิเสธ
1.1.9 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ”	ปฏิเสธ
1.1.10 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง”	ยอมรับ
1.1.11 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่”	ปฏิเสธ
1.1.12 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ”	ยอมรับ
1.1.13 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำ ความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก”	ยอมรับ

ตารางที่ 101 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	ผลการทดสอบ สมมติฐาน ทางการวิจัย
1.1.14 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ”	ยอมรับ
1.1.15 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”	ยอมรับ
1.1.16 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวน ให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วง เข้าพรรษา”	ปฏิเสธ
1.2.1 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากโทรทัศน์	ปฏิเสธ
1.2.2 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากวิทยุ	ปฏิเสธ
1.2.3 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากหนังสือพิมพ์	ยอมรับ
1.2.4 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากแผ่นโปสเตอร์	ยอมรับ
1.2.5 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ปฏิเสธ
1.2.6 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	ปฏิเสธ
1.2.7 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากสื่ออื่น ๆ	ปฏิเสธ
1.2.8 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ”	ยอมรับ
1.2.9 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ”	ปฏิเสธ
1.2.10 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง”	ปฏิเสธ
1.2.11 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่”	ปฏิเสธ
1.2.12 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ”	ปฏิเสธ

ตารางที่ 101 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	ผลการทดสอบ สมมติฐาน ทางการวิจัย
1.2.13 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำ ความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก”	ปฏิเสธ
1.2.14 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/ หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ”	ปฏิเสธ
1.2.15 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”	ยอมรับ
1.2.16 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวน ให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”	ยอมรับ
1.3.1 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากโทรทัศน์	ยอมรับ
1.3.2 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากวิทยุ	ยอมรับ
1.3.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากหนังสือพิมพ์	ยอมรับ
1.3.4 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากแผ่นโปสเตอร์	ปฏิเสธ
1.3.5 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากป้ายโฆษณา กลางแจ้ง	ยอมรับ
1.3.6 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากใบปฎิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	ยอมรับ
1.3.7 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากสื่ออื่น ๆ	ปฏิเสธ
1.3.8 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่ม สุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ”	ปฏิเสธ
1.3.9 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ มากเกินไป ทำให้ขาดสติ”	ปฏิเสธ

ตารางที่ 101 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ โครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"	ผลการทดสอบ สมมติฐาน ทางการวิจัย
1.3.10 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุ ของความรุนแรง"	ปฏิเสธ
1.3.11 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่"	ปฏิเสธ
1.3.12 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่รักลูกเสมอ"	ยอมรับ
1.3.13 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก"	ปฏิเสธ
1.3.14 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้ แม่เสียใจ"	ปฏิเสธ
1.3.15 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา"	ยอมรับ
1.3.16 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสม ของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา"	ปฏิเสธ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน

ผลการทดสอบมีดังนี้

2.1 เพศแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน และสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติของเพศหญิงดีกว่าเพศชาย

2.2 อายุแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาไม่แตกต่างกัน

2.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาไม่แตกต่างกัน

2.4 รายได้ต่อเดือนอย่างน้อย 2 ช่วงที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน

ตารางที่ 102

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติของสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2: ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน	ผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย
2.1 เพศแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษาแตกต่างกัน	ยอมรับ
2.2 อายุแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษาแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
2.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษาแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
2.4 รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษาแตกต่างกัน	ยอมรับ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ผลการทดสอบมีดังนี้

3.1 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

3.2 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

3.3 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

3.4 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

3.5 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

3.6 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฎิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

3.7 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

3.8 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

3.9 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

3.10 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

3.11 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

3.12 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

3.13 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม้ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

3.14 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

3.15 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

3.16 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 103

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติของสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3: พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	ผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย
3.1 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากโทรทัศน์	ปฏิเสธ
3.2 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากวิทยุ	ปฏิเสธ
3.3 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากหนังสือพิมพ์	ปฏิเสธ
3.4 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากแผ่นโปสเตอร์	ปฏิเสธ
3.5 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ยอมรับ
3.6 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	ปฏิเสธ
3.7 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ จากสื่ออื่น ๆ	ปฏิเสธ
3.8 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ”	ปฏิเสธ
3.9 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ”	ปฏิเสธ
3.10 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง”	ปฏิเสธ

ตารางที่ 103 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3: พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมี ความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	ผลการทดสอบสมมติ ฐานทางการวิจัย
3.11 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความ สัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่ มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่”	ยอมรับ
3.12 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความ สัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ”	ปฏิเสธ
3.13 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความ สัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดู แลลูก”	ปฏิเสธ
3.14 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความ สัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ”	ยอมรับ
3.15 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความ สัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่ม ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”	ยอมรับ
3.16 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความ สัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”	ปฏิเสธ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

ผลการทดสอบคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

ผลการทดสอบมีดังนี้

5.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

5.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

5.3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

5.4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

5.5 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

5.6 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

5.7 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษา

5.8 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

5.9 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 104

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติของสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5: การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย
5.1 ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ยอมรับ
5.2 ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ปฏิเสธ
5.3 ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ยอมรับ
5.4 ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ปฏิเสธ
5.5 ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ปฏิเสธ
5.6 ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม้ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ยอมรับ

ตารางที่ 104 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5: การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิด เรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ผลการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย
5.7 ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ยอมรับ
5.8 ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ยอมรับ
5.9 ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	ปฏิเสธ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ผลการทดสอบคือ ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ผลการทดสอบคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า เป็นเพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวกในการเปิดรับ และเนื้อหาที่ปรากฏก็มีทั้งภาพและเสียงซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารโดยทั่วไปได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการศึกษาในครั้งที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนมากเปิดรับข่าวสารของโครงการฯจากสื่อหนังสือพิมพ์ จึงสอดคล้องกับการศึกษาของ Link และ Hopf (อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542, น. 47) ที่ว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ส่วนในเรื่องของป้ายโฆษณากลางแจ้งนั้น อาจอธิบายได้ว่า เป็นเพราะป้ายโฆษณากลางแจ้งเป็นสื่อที่ปรากฏชัดเจนและสังเกตเห็นได้ง่ายสำหรับผู้สัญจรไปมาบนท้องถนน และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 24 ปี จึงสอดคล้องกับการศึกษาของ กาญจนา แก้วเทพ (2541, น. 302-303) ที่พบว่า คนวัยนี้มักอยู่กับกลุ่มเพื่อนหรือในโรงเรียนจึงใช้สื่อนอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยัง สื่ออีกชนิดหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนมากก็คือสื่อวิทยุ ซึ่งก็นับว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย และสะดวกในการเปิดรับเช่นเดียวกัน และอาจอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซึ่งมีอายุ 18 – 24 ปี เป็นกลุ่มคนที่ใช้ชีวิตอยู่นอกบ้านเสียเป็นส่วนใหญ่ จึงอาจเปิดรับสื่อวิทยุได้บ่อยครั้งในช่วงระหว่างเดินทาง และ/หรือ เปิดวิทยุควบคู่กับการทำกิจกรรมอื่น ๆ

ในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในโครงการฯ พบว่า

- เพศ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์ จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง และจากใบปฎิญาณ“งดเหล้า เข้าพรรษา” ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีประชากร (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542, น. 48-49) ที่พบว่ามีความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนระหว่างเพศหญิงและเพศชาย เนื่องจากแต่ละเพศต่างก็มีกิจกรรมในชีวิตประจำวันแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น มีการศึกษาพบว่า ผู้หญิงมักใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายนิยมอ่านหนังสือมากกว่า (ฐิติ วิทยสธนะ, 2542, น. 18)

- อายุ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์ และจากแผ่นโปสเตอร์ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18 - 24 ปี ซึ่งเป็นวัยที่อยู่ในช่วงของการเรียนรู้ ส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตประจำวันนอกบ้าน อยู่กับกลุ่มเพื่อน จึงเปิดรับสื่อประเภทหนังสือพิมพ์และแผ่นโปสเตอร์ซึ่งเป็นสื่อที่อยู่ภายนอกบ้าน และเป็นสื่อที่สามารถบริโภคพร้อม ๆ กับกลุ่มเพื่อนนักเรียน และ/หรือ เพื่อนร่วมงานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการใช้สื่อของกาญจนา แก้วเทพ (2541, น. 302-303) ที่พบว่า ปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากบุคคลจะเปลี่ยนสถานที่ที่ใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ไปตามแต่กิจกรรมในแต่ละช่วงชีวิต แบบแผนการใช้เวลาก็เปลี่ยนไป ลักษณะของกิจกรรมที่ทำและกลุ่มบุคคลแวดล้อมก็เช่นเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรชีวิต (Life cycle) นี้จะมีผลต่อปริมาณการใช้สื่อ เช่น เด็กเล็กต้องอยู่กับบ้านจึงใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่และใช้เพื่อความบันเทิง วัยรุ่นมักอยู่กับกลุ่มเพื่อนหรือในโรงเรียนจึงใช้สื่อนอกบ้านและใช้สื่อพร้อมกับกลุ่มเพื่อนซึ่งส่วนใหญ่ใช้เพื่อความบันเทิง ส่วนผู้ใหญ่มักมีเวลาว่างน้อยเพราะต้องทำงานเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อทั้งในและนอกบ้าน จนถึงวัยชราจึงจะหันมาใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่อีกครั้งหนึ่งเพื่อเป็นการฆ่าเวลา

- ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ซึ่งผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง และใบปฎิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จึงเห็นได้ว่าการศึกษาระดับต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับสื่อแต่ละประเภทแตกต่างกัน สอดคล้องกับคำอธิบายของยุบล เบญจรงค์กิจ (2542, น. 47) ที่ว่าพฤติกรรมกาเปิดรับสารเกิดจากการจัดสรรเวลาในชีวิตประจำวันของผู้รับสารเอง บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักต้องถูกจัดโดยแบบแผนของการทำงานที่แตกต่างไปจากผู้มีการศึกษาน้อย คนที่มีการศึกษาสูงมักมีทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ ที่ต้องใช้เวลานอกงานประกอบไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Link และ Hopf (อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542, น. 47) ที่พบว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย แต่บรรดาผู้ที่มีการศึกษาในระดับอุดม (ระดับปริญญาตรีขึ้นไป) ฟังวิทยุและดูภาพยนตร์น้อยกว่ากลุ่มผู้ที่ไม่ได้เข้าเรียนในระดับอุดมศึกษา ในทางกลับกันกาญจนา แก้วเทพ (2541, น. 15) ยังได้กล่าวถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิดที่จะเป็นตัวกำหนดระดับการศึกษาของผู้ใช้ เช่น หนังสือพิมพ์คุณภาพจะมีคนอ่านมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการศึกษาโดยรวมของประชากร เพราะการอ่านหนังสือพิมพ์คุณภาพต้องการผู้ที่อ่านออกเขียนได้ในระดับสูงพอสมควร ผู้รับสารที่มี

การศึกษาสูงมาก จะเลือกเนื้อหาของสื่อมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ผู้ที่เรียนจบปริญญาโทอ่านข้อมูลอย่างวิพากษ์วิจารณ์มากกว่าและตั้งข้อสังเกตมากกว่าผู้ที่เรียนจบปริญญาตรี

ในเรื่องความเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” นั้น อาจอธิบายได้ว่าโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” นำเสนอเนื้อหาที่ไม่ยากจนเกินไป กลุ่มตัวอย่างจึงสามารถเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ ได้ โดยผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า

- เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของครอบครัว เช่น ความรักของแม่ที่มีต่อลูก การให้อภัยของแม่ต่อลูก และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการทำร้ายความรู้สึกของแม่ รวมถึงเรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับศาสนา ว่าไม่ควรบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา สอดคล้องกับคำกล่าวของจิตติ วิทยสธนะ (2542, น. 18) ที่ว่า ผู้หญิงมีจิตใจอ่อนไหว และโอนอ่อนผ่อนตาม จึงจะถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงและเพศชายมีผลกระทบจากสื่อไม่เท่ากัน ดังนั้นสื่อที่ใช้เนื้อหาสาระที่กระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกที่ใช้เนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาและครอบครัวนั้นจะเกิดผลแตกต่างกัน หากผู้รับสารมีเพศที่แตกต่างกันไป

- อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงใจให้งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง เข้าพรรษา โดยตรง คือใช้เนื้อหาในสื่อที่กล่าวแบบตรงไปตรงมา เช่น การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลทำให้ขาดสติ ควรงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา และการเชิญชวนให้งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ดังนั้นจึงเห็นว่าเนื้อหาสื่อที่ใช้จูงใจจะต้องเปลี่ยนไปตามวัยของผู้รับสาร สอดคล้องกับคำกล่าวของ Michael Burgoon (อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 113) ที่ว่า อายุเป็นตัวกำหนดความยากง่ายในการชักจูงใจ กล่าวคือ เมื่อคนมีอายุมากขึ้นจะมีโอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจน้อยลง ยกตัวอย่างเช่น วัยเด็กต้องใช้สิ่งที่เกินจริงหันเหความสนใจของเด็ก เช่น เสียงประหลาด เสียงประกอบ ภาพที่มีสีสันสดใส แต่สำหรับเด็กที่โตขึ้นต้องโน้มน้าวใจด้วยวิธียกตัวอย่างให้เห็นความสัมพันธ์ที่ไม่ยากเกินการวิเคราะห์แบบง่าย ๆ ส่วนวัยรุ่นต้องคำนึงถึงจุดจูงใจโดยให้วัยรุ่นมีความสำคัญในกลุ่มเพื่อน และตอบสนองความเป็นพวกพ้องเดียวกัน (Johnston อ้างถึงใน ดารุเรศ กาศโอสถ, 2542, น. 15) นอกจากนี้ผลการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า สื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับอายุ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า เป็นเพราะเด็กในวัยนี้จะเน้นความเป็นเพื่อนและความเป็นพวกพ้องมากกว่า เนื้อหาที่ใช้แบบกระชับฉับไว กล่าวตรงไปตรงมาในสื่อจึงปรากฏว่ามีความสัมพันธ์มากกว่าเนื้อหาที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ในครอบครัว

- ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว คือ ความรักของแม่ที่มีต่อลูก และเนื้อหาในสื่อที่กล่าวเชิญชวนให้งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน

ช่วงเข้าพรรษาโดยตรงไปตรงมา สอดคล้องกับผลของการศึกษาข้างต้นในเรื่องของอายุ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี ซึ่งเป็นวัยที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจข่าวสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเพื่อนและพวกพ้องมากกว่าเนื้อหาที่มุ่งกระตุ้นอารมณ์ เนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับการศึกษาในระดับนี้เป็นการแบบกล่าวตรงไปตรงมา และให้ข้อมูลในการตัดสินใจด้วยตนเอง และยังสอดคล้องกับที่ยุบล เบญจรงค์กิจ (2542, น. 47) ได้กล่าวไว้ว่า ยิ่งคนมีการศึกษาสูงเท่าไร ความสนใจในข่าวสารที่มีเนื้อหาหนักก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกันนี้จะนำไปสู่ความเข้าใจเนื้อหาที่พบในสื่อได้ในระดับที่แตกต่างกัน

ในเรื่องทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งส่วนใหญ่ไม่บริโภค และแทบจะไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย พบว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีทัศนคติที่ดีที่สุดต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาในเรื่องที่ว่า การงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่จำเป็นต้องทำในช่วงเข้าพรรษาเท่านั้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าช่วงเวลาไม่ใช่ประเด็นสำคัญต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากช่วงเข้าพรรษาแล้วก็ยังสามารถงดบริโภคในเวลาหรือโอกาสอื่น ๆ ได้ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติดีต่อเรื่องที่ว่า ชาวพุทธควรให้ความสำคัญกับเทศกาลทางศาสนา เช่น ให้ความสำคัญกับเทศกาลเข้าพรรษาด้วยการงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเทศกาลทางศาสนา และเห็นด้วยกับการแสดงออกหรือ การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลทางศาสนาต่าง ๆ

ในเรื่องของความแตกต่างระหว่างตัวแปรด้านคุณลักษณะด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา พบว่า ตัวแปร เพศ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษาแตกต่างกัน กล่าวคือ

- เพศหญิงมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาดีกว่าเพศชาย สอดคล้องกับผลการวิจัยทางจิตวิทยา ที่แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ทั้งในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ (ฐิติ วิทยสธนะ, 2542, น. 18)

- ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท มีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาดีที่สุดเปรียบเทียบกับคนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และสูงกว่า 30,000 บาท สอดคล้องกับความคิดที่ว่า คนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ต่างกัน จะมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน (ฐิติ วิทยสธนะ, 2542, น. 19) โดยอาจอธิบายผลการศึกษาครั้งนี้ได้ว่า ผู้ที่มีรายได้ระดับกลางมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาดีที่สุดในขณะที่

ผู้มีรายได้ต่ำ (รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท) ซึ่งมักมีการศึกษาน้อยจะมีความตระหนักเกี่ยวกับเรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อย และผู้ที่มีรายได้สูง (สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป) อาจเห็นชอบกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยเหตุที่ต้องพบปะผู้คน หรือสังสรรค์เพื่อแสดงฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

ในเรื่องพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ โดยเฉลี่ยแทบจะไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย ผลการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง ดังที่อธิบายข้างต้นว่า ป้ายโฆษณากลางแจ้งเป็นสื่อที่ปรากฏชัดเจนและสังเกตเห็นได้ง่ายสำหรับประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่ต้องสัญจรไปมาบนท้องถนนเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตาม อาจจะเป็นไปได้ว่าการที่ไม่พบว่าพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ นอกเหนือจากป้ายโฆษณากลางแจ้งนั้น เนื่องมาจากการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในการศึกษาค้างนี้เป็นผู้ที่ไม่บริโภค และแทบจะไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังได้

ส่วนเรื่องความเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของครอบครัว คือ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการแสดงถึงความไม่รักแม่ และทำร้ายความรู้สึกของแม่ และเนื้อหาที่กล่าวโดยตรงถึงความไม่เหมาะสมในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของ Henry Assael (1995, pp. 196-218) ที่กล่าวว่า ท่ามกลางสิ่งเร้ามากมายรอบตัว เราไม่สามารถรับรู้ได้หมดทุกอย่าง แต่เราเลือกที่จะรับรู้สิ่งเร้าบางอย่างเท่านั้น โดยเลือกรับตามความต้องการ และที่ตรงกับทัศนคติของตนเอง เช่นเดียวกับ Joseph T. Klapper (1960, pp. 15-26) ที่กล่าวว่า คนส่วนมากมักเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจในขณะนั้นของตน ซึ่งอาจอธิบายกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ได้ว่า บุคคลที่มีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะมีพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างจากบุคคลที่ไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่บริโภค และแทบจะไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย ผลการศึกษาจึงพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับและมีความเข้าใจเนื้อหาของโครงการฯ ได้เป็นอย่างดี

ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษานั้น พบว่า พฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา สอดคล้องกับผล การศึกษาวิจัยของ Charles Anyinam (2006) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้แอลกอฮอล์ และบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างหนักเป็นครั้งคราว จะมีทัศนคติในด้านบวกต่อแอลกอฮอล์ (เช่น คิดว่า "การได้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องที่ดี") มากกว่าคนที่ไม่ตั้งใจจะใช้แอลกอฮอล์

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษานั้น พบว่า ความเข้าใจเนื้อหาในสื่อ ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษานั้น ประกอบด้วยความเข้าใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว ได้แก่ การดื่มสุรทำให้ขาดสติ การดื่มสุราเป็นสาเหตุของความ รุนแรง การให้อภัยของแม่ การดื่มสุราเป็นการทำร้ายความรู้สึกของแม่ และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ศาสนา โดยเป็นการกล่าวชักชวนให้ดื่มน้ำบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา เมื่อพิจารณา จากผลการศึกษา พบว่า ทัศนคติโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งเนื้อหาของสารที่ ปรากฏในสื่อก็มุ่งเน้นให้ผู้รับสารมีความรู้ และตระหนักในพิษภัยของการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา สอด คล้องกับแนวคิดที่ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ และการรับรู้ จากแหล่งทัศนคติ (อารีย์ จง เกษมสุข, 2541, น. 26-27) และแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของทัศนคติที่อธิบายว่าความรู้ ความคิด (Cognition) เป็นสิ่งที่นำมาซึ่งทัศนคติ (Lutz อ้างถึงใน สิริกร สืบศิริ, 2543, น. 25-27) และผลการ ศึกษายังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของแววตา ธนบัตร (2434) ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารการ รณรงค์ต่อต้านยาสูบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติจากการรณรงค์ต่อต้านยาสูบ

ในเรื่องของความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา นั้น ผลการศึกษาเฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน จำนวน 238 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่ตั้งใจว่าจะลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงในช่วง เข้าพรรษา สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษากับความ ตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษานั้น พบว่า ทัศนคติต่อแนวคิด เรื่องการงดเหล้าเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา กล่าวได้ว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้าเข้า พพรรษามากเท่าใด ก็ยิ่งส่งผลต่อความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้า พพรรษามากขึ้นเท่านั้น ซึ่งก็สอดคล้องกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ของ Fishbein และ Ajzen (quoted in Nicole Lezin, 2006) ที่ว่า ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมมีผลต่อความเป็นไปได้ ที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ และยังสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกและความคิด เห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือ

ปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกัน (อ้างถึงใน เพญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2534, น. 26-27) กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อการงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาแล้ว ก็มีแนวโน้มที่จะไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาด้วย

ส่วนผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของกลุ่มตัวอย่าง เฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน จำนวน 238 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง และเมื่อทดสอบสมมติฐานในเรื่องความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษานั้น ก็ยังพบว่า พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษากันแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา และเมื่อทำการศึกษาเพิ่มเติมจากผู้บริโภคแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา ตามความถี่ของการบริโภคในระดับต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมบริโภคแอลกอฮอล์บ่อยครั้งและเป็นประจำในช่วงก่อนเข้าพรรษา ส่วนใหญ่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าเดิมในช่วงเข้าพรรษา (ร้อยละ 54.84) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมบริโภคแอลกอฮอล์บางครั้ง และแทบจะไม่บริโภคแอลกอฮอล์เลยในช่วงก่อนเข้าพรรษา บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงในช่วงเข้าพรรษา (ร้อยละ 74.51 และร้อยละ 63.51 ตามลำดับ) โดยที่มีกลุ่มตัวอย่างที่แทบจะไม่บริโภคแอลกอฮอล์เลยในช่วงก่อนเข้าพรรษาถึงร้อยละ 20.95 ได้งดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาดในช่วงเข้าพรรษา ผลการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นได้ว่าโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ จะเกิดประสิทธิผลดีต่อกลุ่มผู้รับสารทั่วไป ที่ไม่บริโภคหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณน้อย มากกว่ากลุ่มผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคแอลกอฮอล์ในปริมาณมาก หรือบริโภคเป็นประจำ และผลจากการศึกษาในประเด็นนี้ น่าจะเป็นข้อพิจารณาให้ผู้ที่จะทำการรณรงค์ครั้งต่อไป ได้คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะทำการรณรงค์ด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษา พบว่า คนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ทั้ง สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง และใบปฎิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” แตกต่างกัน ฉะนั้น ในการใช้สื่อรณรงค์โครงการไปยังคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จึงควรจะมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อการวางแผนการใช้สื่อและข้อมูล เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด
2. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสนใจข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น โครงการฯ จึงควรพัฒนาสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ให้น่าสนใจสำหรับกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เป็นเป้าหมายอย่างแท้จริง เมื่อคนกลุ่มนี้สนใจสื่อรณรงค์แล้ว เนื้อหาของสื่อจึงจะสามารถจูงใจให้เกิดความตั้งใจลด ละ เลิก และ/หรือ มีพฤติกรรมตามเป้าหมายของโครงการรณรงค์ในภายหลังได้ ซึ่งนอกจากเรื่องแนวคิดหรือเนื้อหาในการรณรงค์แล้ว การเลือกใช้สื่อและการวางแผนการใช้สื่อก็เป็นเรื่องสำคัญ
3. จากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องของการงดเหล้า เข้าพรรษา ดังนั้นโครงการฯ จะต้องมีการพัฒนาการให้ข้อมูลข่าวสาร หรือสื่อต่าง ๆ ให้สามารถสร้างทัศนคติที่ดีและถูกต้องแก่กลุ่มเป้าหมาย
4. จากผลการศึกษา พบว่า ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดของโครงการรณรงค์มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งอาจสรุปได้ว่า ทัศนคติต่อแนวคิดของโครงการรณรงค์เป็นตัวแปรสำคัญในการเกิดความตั้งใจที่จะมีพฤติกรรม หากเปลี่ยนทัศนคติได้ก็จะสามารถทำให้โครงการรณรงค์สำเร็จผลได้ ดังนั้น แนวคิดของโครงการรณรงค์จึงเป็นสิ่งสำคัญซึ่งจะมีผลต่อความตั้งใจที่จะมีพฤติกรรม และ/หรือ อาจสามารถส่งผลไปถึงขั้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ต่อไป
5. จากผลการศึกษา พบว่า บุคคลที่มีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาแตกต่างกัน ซึ่งสรุปได้ว่า โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จะเกิดประสิทธิผลดีต่อกลุ่มผู้รับสารทั่วไปที่ไม่บริโภคหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณน้อย มากกว่ากลุ่มผู้รับสารที่เป็นผู้บริโภคแอลกอฮอล์ในปริมาณมาก หรือบริโภคเป็นประจำ ดังนั้น โครงการดังกล่าวจึงไม่จำเป็นจะต้องมี

กลุ่มเป้าหมายที่มีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างหนักเท่านั้น แต่สามารถให้กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์เป็นบุคคลทั่วไป ที่ไม่ใช่ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างหนัก ทั้งนี้ มีแนวคิดพื้นฐานว่า การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และประโยชน์ของการไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่เริ่มจะบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือผู้ที่ยังบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณน้อย ย่อมจะสามารถทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และโครงการก็น่าจะประสบผลสำเร็จในการป้องกันไม่ให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคอย่างหนักในอนาคตได้

6. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมเห็นว่าการนำสถาบันครอบครัวมาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความเหมาะสมมากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเรื่องครอบครัวนั้น เป็นประเด็นที่กระทบจิตใจของผู้รับสาร และสามารถก่อให้เกิดอารมณ์หรือความรู้สึกร่วมได้ดี จึงเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการนำมาใช้ในการรณรงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมเห็นว่าการนำสถาบันศาสนามาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความเหมาะสมมาก ซึ่งก็เป็นเช่นเดียวกันกับประเด็นเรื่องสถาบันครอบครัว เพราะศาสนาและครอบครัวนั้น เป็นสถาบันหลักในชีวิต ซึ่งเป็นเรื่องใกล้ตัวของคนทุกคน การสะท้อนภาพผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสถาบันทั้ง 2 นี้ จึงจับใจผู้รับสารได้ง่ายกว่าการกล่าวถึงเรื่องอื่น ๆ ซึ่งเป็นเรื่องไกลตัว ดังนั้น การเลือกใช้เนื้อหากล่าวถึงผลกระทบของพฤติกรรมสุขภาพต่อครอบครัว และหลักธรรมทางศาสนา ในสื่อของโครงการรณรงค์เกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ จึงน่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้โครงการรณรงค์ประสบความสำเร็จได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งสามารถในได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในวงกว้าง แต่ขณะเดียวกันก็ขาดข้อมูลเชิงคุณภาพที่จะมีประโยชน์ต่อการปรับปรุงโครงการฯ ดังนั้น ในการทำวิจัยในครั้งนี้จึงเสนอให้มีการใช้วิธีการสัมภาษณ์ในระดับลึก (Depth Interview) หรือการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) เข้ามาเป็นวิธีการเก็บข้อมูลให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มที่เปิดรับข้อมูลของโครงการ ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สะท้อนข้อมูลในภาพรวม ดังนั้นในการวิจัยครั้งหน้าอาจจะมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มี

ความชัดเจน เช่น เลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะคนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งอาจทำให้ได้ข้อมูลด้านลึกมากยิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาดูแปรอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่ในการรณรงค์โครงการ"งดเหล้า เข้าพรรษา" หรือศึกษาในเรื่องของความรู้ที่ถูกต้องในการดื่มแอลกอฮอล์หรือพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ในเชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่น่าจะทำการศึกษาเพื่อประโยชน์ในการวางแผนการรณรงค์ต่อไปในอนาคต เช่น การศึกษาว่าจุดเข้าใจจุดใด หรือ เหตุการณ์หรือสถานการณ์ใด จะสามารถก่อให้เกิดประสิทธิผลในการรณรงค์ในกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท หรือการแยกทำการศึกษากับกลุ่มบุคคลแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน เช่น คนทั่วไปที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่หนัก คนที่ไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย คนที่ไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น ว่าแนวคิดหรือแผนการการรณรงค์แบบใดที่จะมีประสิทธิภาพ เหมาะสมที่จะใช้ในการรณรงค์สำหรับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน