

การวิจัยเรื่องความตระหนักรู้ ทักษะคิด และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัว มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษา ความตระหนักรู้ ทักษะคิด และความต้องการ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัว
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากร กับความตระหนักรู้ ทักษะคิด และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัว
3. ศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัวได้มากที่สุด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเก็บจากประชากรซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อประมวล วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความตระหนักรู้และความต้องการต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัวอยู่ในระดับสูง และมีทัศนคติต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัวในระดับปานกลาง
2. ความแตกต่างเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัวแตกต่างกัน และความแตกต่างเรื่องระดับการศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัวแตกต่างกัน
3. เพศชายมีความตระหนักรู้ต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัวน้อยกว่าเพศหญิง และประชาชนที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมหรือต่ำกว่ามัธยม มีทัศนคติต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัวในระดับสูง
4. ความตระหนักรู้ และทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการของประชาชนที่มีต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัว
5. ความตระหนักรู้ สามารถอธิบายความต้องการของประชาชนที่มีต่อโครงการรณรงค์เพื่อครอบครัวได้

The objectives of this research were to study :

1. The awareness, attitude, and need on family enhanced campaign of people in Bangkok area.
2. The correlation between population characteristics and awareness, attitude and need on family enhanced campaign of people in Bangkok area.
3. The variables that could explain most the need on family enhanced campaign of people in Bangkok area.

To collect the data , an accidental sampling of 403 samples and questionnaires were used. For data processing and analysis , the SPSS program, percentage , mean , t-test , Pearson's Product Moment Correlation and multiple regression analysis were used.

The findings were as follows :

1. The awareness and need of family enhanced campaign of people in Bangkok were high, while their attitude towards the campaign was moderate ;
2. Sex difference was correlated with the awareness of family enhanced campaign. Educational level and occupational differences were correlated with the attitude towards family enhanced campaign;
3. Men had less awareness towards the family enhanced campaign than women. People who had secondary or lower education had positive attitude towards the family enhanced campaign;
4. There was a positive correlation between awareness , attitude and need of people towards family enhanced campaign;
5. Awareness , as variable , could explain the people need of family enhanced campaign.