

การพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์แบบมีส่วนร่วม
ในกลุ่มนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Developing Participatory Media Campaigns to Prevent Drinking Alcohol
in the Student Group Faculty of Management Science Udon Thani Rajabhat University

เสกสรร สายสีสด¹Seksun Saiseesod¹

Corresponding Author's Email: seksun@yahoo.com

(Received: June 6, 2024; Revised: March 14, 2025; Accepted: January 19, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์แบบมีส่วนร่วม ในกลุ่มนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างสื่อรณรงค์และป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี 2) เพื่อศึกษาผลการรับรู้สื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้พัฒนาขึ้นจำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่องเอาเหล้ากลับไป เอาครอบครัว กลับคืนมา และเรื่อง หย่าเหล้าเข้าวัง โดยใช้กระบวนการในการผลิตตามหลัก 3P แบบมีส่วนร่วม โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำปรึกษาทุกขั้นตอนการผลิต 2) ผลการรับรู้สื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ ทั้ง 2 เรื่อง มีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนด้านการเกิดความรู้ของนักศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อได้รับชมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 4.17

คำสำคัญ: สื่อรณรงค์ ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ การมีส่วนร่วม การผลิตสื่อ

Abstract

The research on the development of participatory campaign media to prevent alcohol drinking among students of the Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University, aimed to: 1) create campaign media and prevent alcohol drinking among students of Udon Thani Rajabhat University; and 2) study the results of the perception of campaign media and prevention of alcohol drinking among students of Udon Thani Rajabhat University. The research results found that: 1) The developed campaign media to prevent alcohol drinking consisted of 2 stories: Take back alcohol, take back family, and stop drinking and run, using the production process according to the 3 P principle with participation, with advisors providing advice at every step of the production process; 2) The results of the perception of campaign media to prevent alcohol drinking, both stories showed that students were very satisfied with the campaign media to prevent alcohol drinking, with an average of 4.28. As for the awareness of students, it was found to be at a high level when watching the campaign media to prevent alcohol drinking, with an average of 4.17.

Keywords: campaign media, prevention of drinking Alcohol, participation, media production

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

¹ Lecturer, Department of Communication Arts, Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University
¹ Lecturer, Department of Communication Arts, Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

ความเป็นมาของปัญหา

สถานการณ์การดื่มแอลกอฮอล์ในภาพรวมของประเทศ พบว่าความชุกของการดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย เท่ากับร้อยละ 28.0 กล่าวคือประมาณเกือบ 3 ใน 10 ของประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมาเมื่อจำแนกรายภูมิภาค พบว่า ภูมิภาคที่มีความชุกของนักดื่มวัยรุ่นสูงสุด ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 11.6) ความชุกของผลกระทบ ภายในครอบครัว ภายในนอกครอบครัว และผลกระทบด้านการทำงานจากการดื่มแอลกอฮอล์ของตนเอง หรือผู้อื่น พบสูงสุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขณะที่ความชุกของการได้รับบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการดื่มผู้อื่นพบ สูงสุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์นอกเวลาที่อนุญาต พบสูงสุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (พลเทพ วิจิตรคุณากร, 2564)

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ร้อยละ 4.1 ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พื้นตัวมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีประเด็นต้องติดตามและเฝ้าระวังคือ การดื่มแอลกอฮอล์ที่ไร้ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะในช่วง เทศกาลปีใหม่ของปี 2566 ที่พบคดีขับรถขณะเมาสุราถึง 8,567 คดี เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 699 คดี ซึ่งต้องรณรงค์ สร้างจิตสำนึกการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ ขณะเดียวกันร้านค้าและผู้ขายต้องไม่จัดโปรโมชั่นลดราคา แลกซื้อ หรือแถมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งปฏิเสธการขายต่อลูกค้าที่มีอาการเมามาจนครองสติไม่ได้ (ข่าวสภาพัฒน์, 2566)

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในไตรมาสสี่และภาพรวม ปี 2567 เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวที่ปรับตัวดีขึ้น การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 โดยการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 สำหรับภาพรวมปี 2567 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 จากปีก่อน รวมทั้งการจูงใจให้ดื่มด้วยเงินหรือรางวัล ที่อาจนำไปสู่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินขนาดที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมเสี่ยงที่ไม่เหมาะสมต่อสุขภาพของประชาชน(ข่าวสภาพัฒน์, 2567)

จากสถานการณ์ของการดื่มแอลกอฮอล์ที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาต่างๆ ของประชากรในประเทศไทย รวมถึงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีนักดื่มวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น ถือเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องร่วมกันแก้ไข ปัญหาของการดื่มแอลกอฮอล์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธาณี พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธาณีเคยดื่มสุรา ร้อยละ 74 ช่วงอายุต่ำสุดของการดื่มสุราครั้งแรก 14 ปี และสูงสุด 20 ปี เฉลี่ย 17.27 ปี สาเหตุของการดื่มครั้งแรกได้แก่ เพื่อการสังสรรค์ อายากลอง เพื่อน ชวน และถูกบังคับ (กิตติยาภรณ์ โชคสวัสดิ์กัญญา และ สุภาดา เจริญสวัสดิ์, 2551) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธาณีมีภารกิจในการผลิตบัณฑิต ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่ยังอยู่ในช่วงวัยรุ่น หากนักศึกษาขาดความตระหนักรู้ และหันไปดื่มแอลกอฮอล์ก็จะส่งผลเสียตามมาได้ ประกอบกับสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธาณี ได้เข้าร่วมลงนาม MOU กับสำนักงานเครือข่ายงดเหล้า (สคล.) ร่วมกับเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏรวม 10 แห่งทั่วประเทศ ในปี พ.ศ. 2566 - พ.ศ. 2567 ภายใต้โครงการพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อปรับเปลี่ยนค่านิยมทางสังคมในการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ “นวัตกรรมสื่อสังคมและเครือข่ายนักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมและสุขภาวะชุมชน” ผู้วิจัยจึงสนใจ ที่จะนำเทคนิคการผลิตสื่อ 3P แบบมีส่วนร่วมมา รณรงค์ให้นักศึกษาเกิดความตระหนักรู้ และมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ในการลด ละ เลิกแอลกอฮอล์ ซึ่งจะเป็นการลดปัญหาของการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในจังหวัดอุดรธาณี และยังส่งผลต่อภาพรวมที่ดีขึ้นของประเทศได้อีกทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างสื่อรณรงค์และป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธาณี
2. เพื่อศึกษาผลการรับรู้สื่อรณรงค์และป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธาณี

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักศึกษาจังหวัดอุดรธาณีแบบมีส่วนร่วม มีระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ และวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากร จำนวนประชากรในการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่นักศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านการผลิตสื่อ ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จำนวน 385 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ได้เลือกจากนักศึกษาที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 1 ซึ่งเป็นนักศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านการผลิตสื่อ ในภาคเรียนที่ขณะดำเนินการวิจัย จำนวนนักศึกษาปีที่ 1 มีจำนวนทั้งหมด 74 คน จึงใช้จำนวนนักศึกษาทั้งหมด รวม 74 คนเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้

1.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1.3.1 ศึกษาแนวคิด หลักการทฤษฎีจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ การบรรณรค์ การตระหนักรู้

1.3.2 กำหนดกรอบ เนื้อหา แนวคิด และขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือ จัดเป็นโครงสร้างของเครื่องมือเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

1.3.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถามจำนวน 5 ตอน

1.3.4 นำแบบสอบถาม เสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความรู้ด้านการผลิตสื่อด้านการบรรณรค์ ผ่านการตรวจสอบค่าความสอดคล้องและความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ทางด้านการผลิตสื่อด้านการบรรณรค์ ตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.5 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข จากนั้นส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง พร้อมหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC > 0.5 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้ในขั้นตอนต่อไป

1.3.6 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากผู้เชี่ยวชาญมาแก้ไขปรับปรุง และดำเนินการจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงสิ้นสุดการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

2.1 การจัดเวทีการอบรมเชิงปฏิบัติการ การผลิตสื่อบรรณรค์ป้องกันการตีพิมพ์เอกสารในกลุ่มนักศึกษาโดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยการคัดเลือกนักศึกษาที่มีความรู้ ความสามารถด้านการผลิตสื่อ จำนวน 10 คน โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์นักศึกษาที่สมัครเข้าร่วม โดยเลือกจากนักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการผลิตสื่อ และมีทัศนคติที่ดีต่อการบรรณรค์ป้องกันการตีพิมพ์เอกสาร แล้วนำนักศึกษาเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตสื่อบรรณรค์ป้องกันการตีพิมพ์เอกสาร ณ โรงแรมอมารี กรุงเทพมหานคร ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 10 แห่งจากทั่วประเทศ แต่ละมหาวิทยาลัยได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นเกี่ยวกับการผลิตสื่อบรรณรค์ กับผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มาให้ความรู้ด้านการผลิตสื่อ บรรณรค์ และด้านสถานการณ์ปัจจุบันของเอกสารที่ส่งผลกระทบต่อนักศึกษาโดยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ ร่วมกันหาแนวทางผลิตสื่อบรรณรค์ป้องกันการตีพิมพ์เอกสารของนักศึกษา

2.2 รวบรวมความคิดเห็นจากเวทีในการประชุมเชิงปฏิบัติการ ความคิดเห็นนักศึกษาที่เข้าร่วม อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ นำมาจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นที่มีต่อการผลิตสื่อบรรณรค์ป้องกันการตีพิมพ์เอกสารของนักศึกษา

2.3 แบบสัมภาษณ์ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรม และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อการบรรณรค์ป้องกันการตีพิมพ์เอกสารในกลุ่มนักศึกษาที่พัฒนาขึ้น แบบมีโครงสร้าง โดยกำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้า

2.4 สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเยาวชน เช่น ผู้ปกครอง ครู เป็นต้น

2.5 จัดทำสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน จำนวน 2 เรื่อง โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมพัฒนาทุกขั้นตอน ก่อนการผลิต ผลิต และหลังการผลิต (3P)

2.5.1 ขั้นก่อนการผลิต นักศึกษาในกลุ่มได้ศึกษาปัญหาของแอลกอฮอล์ที่กระทบกับนักศึกษาแต่ละคน มาปรึกษากลุ่มโดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาคอยให้คำปรึกษา ก่อนนำไปเขียนเป็นสตอรี่บอร์ด แล้วส่งสตอรี่บอร์ดไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์ แล้วนำมาปรับแก้ไข จนได้สตอรี่บอร์ดที่สมบูรณ์

2.5.2 ขั้นการผลิต นักศึกษาได้ถ่ายทำสื่อรณรงค์ตามเนื้อหาของสตอรี่บอร์ด โดยการเลือกสถานที่ นักแสดง ฉาก มุมกล้องที่เหมาะสม

2.5.3 ขั้นหลังการผลิต เป็นขั้น การตัดต่อ เพิ่มกราฟิก แคปชั่น โลโก้ เสียงประกอบ ให้สื่อรณรงค์มีความสมบูรณ์แบบตามเวลาที่กำหนด แล้วส่งคลิปไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา แล้วนำมาปรับแก้ไขให้ได้คลิปที่สมบูรณ์

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์แบบมีส่วนร่วม ในกลุ่มนักศึกษาจังหวัดอุดรธานี มีผลการวิจัยดังนี้

1. จากการสร้างสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ได้ผลิตสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย เรื่อง เอาเหล้ากลับไป เอาครอบครัวกลับมา และเรื่อง หย่าเหล้าเข้าวัง ซึ่งใช้กระบวนการในการผลิตตามหลัก 3P ประกอบด้วยขั้นก่อนการผลิตประกอบด้วย การหาประเด็นของเรื่อง การเขียนบท ซึ่งใช้กระบวนการที่มีที่ปรึกษาทุกขั้นตอน เริ่มจากการกำหนดชื่อเรื่อง การเขียนบท และการถ่ายทำ จนถึง การตัดต่อ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้จนได้บทที่สมบูรณ์ ขั้นผลิตหรือการถ่ายทำเป็นกระบวนการถ่ายทำไปตามบทที่ได้วางแผนไว้ โดยมีที่ปรึกษาแบบออนไลน์ช่วยตลอดการถ่ายทำ และหลังการผลิต หรือการลำดับภาพ เสียง ตัดต่อ จนได้ชิ้นงานที่สมบูรณ์และนำไปเสนอต่อที่ปรึกษา จนได้สื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 2 เรื่อง



ภาพที่ 1 แสดงสื่อรณรงค์เรื่อง เอาเหล้ากลับไป เอาครอบครัวกลับมา
ที่มา: ภาพนิ่งจากสื่อรณรงค์



ภาพที่ 2 แสดงสื่อรณรงค์เรื่อง หย่าเหล้าเข้าวัง

ที่มา: ภาพนิ่งจากสื่อรณรงค์

2. ผลการรับรู้สื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธาณี ด้านความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในจังหวัดอุดรธาณี จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า เป็นเพศหญิงร้อยละ 52.7 เพศชายร้อยละ 45.9 ส่วนใหญ่พักอยู่หอพักภายในมหาวิทยาลัยร้อยละ 47.3 มีค่าใช้จ่ายเดือนละ 3,000 – 5,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6 สภาพการดื่มแอลกอฮอล์พบว่าดื่มมานานๆ ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.9 ดื่มเฉพาะมีงานเลี้ยงร้อยละ 29.7 ไม่ดื่มร้อยละ 23 ดื่มเป็นประจำร้อยละ 1.4 นักศึกษาได้รับข่าวสารการรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 83.8 ไม่สนใจร้อยละ 9.5 ไม่ได้รับข่าวสารร้อยละ 6.8 นักศึกษาได้รับข้อมูลข่าวสารการรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์จากสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.1 รองลงมาคือ ดิจิทัลร้อยละ 68.9 ยูทูบร้อยละ 60.8 โทรทัศน์ร้อยละ 56.8 เว็บไซต์ร้อยละ 48.6 อินทราแกรมร้อยละ 40.5 วิทยุและไลน์ร้อยละ 9.5

ตารางที่ 1 แสดงความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
การนำเสนอจากคลิปรณรงค์	4.34	0.647	พึงพอใจมาก
สาระเนื้อหาจากคลิปรณรงค์	4.32	0.664	พึงพอใจมาก
เนื้อหาในคลิป	4.24	0.679	พึงพอใจมาก
บทบาทนักแสดงในคลิป	4.34	0.727	พึงพอใจมาก
การติดต่อ ลำดับภาพ	4.19	0.734	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อคลิปรณรงค์	4.27	0.688	พึงพอใจมาก
รวม	4.28	0.592	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 1 พบว่านักศึกษาคที่ได้รับชมคลิปรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ เข้าใจเนื้อหาจากการนำเสนอจากคลิปรณรงค์ และพึงพอใจต่อบทบาทนักแสดง มีความพึงพอใจมากที่สุด อยู่ในช่วงพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ ได้รับรู้สาระเนื้อหาจากคลิปรณรงค์ มีค่าเฉลี่ย 4.32 ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.27 และพึงพอใจต่อการติดต่อลำดับภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงความตระหนักของนักศึกษา

ความตระหนัก	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
เนื้อหาจากคลิปทำให้ท่านได้ตระหนักเกี่ยวกับการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์	4.30	0.697	มาก
เนื้อหาจากคลิปสามารถกระตุ้นเตือนให้ท่านได้คิดก่อนที่จะดื่มแอลกอฮอล์	4.15	0.822	มาก
หากท่านได้เข้าใจถึงแอลกอฮอล์ท่านจะคิด ไตร่ตรองยิ่งขึ้นก่อนที่จะดื่ม	4.27	0.833	มาก
คลิปสามารถกระตุ้นเตือนเยาวชนได้	3.97	0.965	มาก
รวม	4.17	0.725	มาก

จากตารางที่ 2 ด้านความตระหนักที่ได้จากการดูคลิปปรณรงค์พบว่า ทุกประเด็นอยู่ในความพึงพอใจมาก ประกอบด้วยเนื้อหาจากคลิปทำให้ตระหนักเกี่ยวกับการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 4.30 หากได้เข้าใจถึงแอลกอฮอล์ท่านจะคิด ไตร่ตรองยิ่งขึ้นก่อนที่จะดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.27 เนื้อหาจากคลิปสามารถกระตุ้นเตือนให้ท่านได้คิดก่อนที่จะดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 4.15 และคลิปสามารถกระตุ้นเตือนเยาวชนได้ มีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์นักศึกษาที่ได้รับชม สื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 2 เรื่อง นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ไว้ว่า “การดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่ไม่ดี หากจำเป็นต้องดื่มควรดื่มปริมาณที่น้อย และค่อยๆ เลิกไป” ส่วนนักศึกษาอีกคนหนึ่งกล่าวว่า “เมื่อดื่มแล้วต้องรับผิดชอบต่อตัวเอง และไม่สร้างปัญหาความเดือดร้อนให้ผู้อื่น” ในด้านเนื้อหาของคลิป มีนักศึกษาแสดงความคิดเห็นดังนี้ “เนื้อหาในคลิปดี สามารถกระตุ้นเตือนได้ สื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย ทำให้นึกถึงครอบครัวที่ต้องมาเดือดร้อนเพราะเรา” ส่วนด้านการสื่อสารรณรงค์ นักศึกษาอีกคนแสดงความคิดเห็นว่า “ควรรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ออกมาบ่อยๆ ไม่ใช่เฉพาะช่วงเข้าพรรษาเท่านั้น” และนักศึกษาอีกคนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการว่า “เป็นโครงการที่ดี ถือว่าเป็นกระบอกเสียงช่วยกันที่จะลดปริมาณของนักดื่มแอลกอฮอล์ให้น้อยลง มีผลดีต่อสุขภาพของตัวเอง และไม่ทำความเดือดร้อนให้ครอบครัว”

อภิปรายผล

1. จากการพัฒนานักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมและสุขภาวะชุมชนในจังหวัดอุดรธานี มีนักศึกษาเข้าร่วมอบรมเป็นนักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง จำนวน 10 คน โดยได้ผ่านกระบวนการการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการจากสำนักงานเครือข่ายงดเหล้า (สคล.) ร่วมกับเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ 10 แห่ง ในส่วนของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีได้ผลิตสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วม จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งกระบวนการผลิตสื่อรณรงค์ในครั้งนี้เป็นการผลิตสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วม กล่าวคือนักศึกษาได้เข้าไปมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน (3P) สอดคล้องกับงานวิจัยของเสริมศักดิ์ ชุนพล (2564) ทำการวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยากระท่อมในกลุ่มเยาวชนพื้นที่เสี่ยงของจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่าการสร้างสื่อต้องเกิดมาจากความร่วมมือร่วมใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ โดยให้ทั้งหมดต้องร่วมกันระดมความคิดเพื่อหาประเด็นที่จะสื่อสารในสื่อรณรงค์ จะเห็นได้ว่าการที่จะสร้างให้เกิดการตระหนักรู้ได้นั้น จำเป็นต้องให้นักสื่อสารได้เข้ามามีส่วนร่วมทุกขั้นตอนในการผลิตสื่อ จึงจะทำให้การสื่อสารเกิดความมีส่วนร่วมในความสำเร็จ และต้องการให้สื่อที่สร้างขึ้นให้เกิดความตระหนักรู้ให้กับสังคมได้ และผลก็จะเกิดขึ้นกับนักการสื่อสารเองที่จะเข้าใจ และตระหนักรู้หากต้องดื่มแอลกอฮอล์ ก็สามารถที่จะเลี่ยงได้ นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสามารถเป็นนักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมและสุขภาวะชุมชนได้ดี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรม (KAP) (กรวิทย์ ทรัพย์ประเสริฐวิทย์, 2557) การสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะเห็นได้ว่านักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงได้ทำการสื่อสารโดยผ่านสื่อคลิป ปรณรงค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายก็จะแสดงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม กล่าวคือมีการตระหนักรู้ต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของตนเองได้

2. จากการผลิตสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ซึ่งได้ผลิตสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย เรื่อง เอาเหล้ากลับไปเอาครอบครัวกลับคืนมา และเรื่อง หย่าเหล้าเข้าวัง โดยใช้หลักการผลิตแบบมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนการผลิต การผลิต และหลังการผลิตที่ได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ที่ปรึกษาให้คำปรึกษาทุกขั้นตอน ทำให้นักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงได้เข้าใจสภาพปัญหาอย่างลึกซึ้ง หาแนวทางการแก้ไขปัญหที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของเจริญนตรแสงดวงแข (2558) ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้สื่อที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาชุมชน: กรณีศึกษาตำบลเกาะสาหร่าย จังหวัดสตูล ผลการวิจัยพบว่า การผลิตสื่อแบบมีส่วนร่วมต้องให้ผู้ผลิตมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน เริ่มจากก่อนการผลิต การผลิตสื่อ และหลังการผลิต โดยเฉพาะการผลิตสื่อในขั้นตอนนี้มุ่งเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ เพื่อให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ มองเห็นคุณค่าของตนเอง/ชุมชน และเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของสื่อ โดยในกระบวนการผลิตสื่อชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในหลากหลายด้าน จะเห็นได้ว่าหากนักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงได้เรียนรู้ และผลิตสื่อแบบมีส่วนร่วมก็จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของสื่อ นอกจากจะเกิดความตระหนักรู้แล้ว ยังเกิดการแนะนำให้เพื่อนๆ ได้ติดตามสื่อ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่หลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของบุญชู บุญลิขิตศิริ และ รสา สุนทราวุธ (2566) ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ภูเขาชีซานมณฑลทกวางสีตามแนวคิดสัญวิทยา พบว่านอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมภาพยนตร์โฆษณาที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์มวิดีโอผ่านสมาร์ทโฟนในการเข้าชม จะเห็นได้ว่าควรใช้สื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อที่สามารถติดตามผ่านสมาร์ทโฟนได้ จะทำให้เกิดความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ และส่งผลให้การดื่มแอลกอฮอล์น้อยลงได้ในที่สุด

3. สื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ที่นักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงได้ผลิตขึ้นนั้น ทำให้นักศึกษาที่ได้ชมสื่อรณรงค์แล้วเกิดความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ ประกอบด้วยนักศึกษาที่ได้รับชมคลิปรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ มีความเข้าใจเนื้อหาจากการนำเสนอจากคลิปรณรงค์ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ซึ่งเนื้อหาที่ผลิตสื่อขึ้นจะต้องทำให้สื่อสารได้เข้าใจง่าย มีเทคนิคการเล่าเรื่องที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของธนธร สันติชาติ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์ (2565) ทำการวิจัยเรื่อง การนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่านเนื้อหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า รูปแบบการเล่าเรื่อง (Story telling) ประกอบด้วย โครงเรื่อง (Plot) แก่นความคิด (Theme) ตัวละคร (Character) ฉาก (Setting) มุมมองการเล่าเรื่อง (Point of views) สัญลักษณ์พิเศษ (Special symbol) ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักคือคนไทย เข้าใจความหมายและวัตถุประสงค์ของเนื้อหาโฆษณาได้เป็นอย่างดี ดังนั้นสื่อรณรงค์ที่ได้พัฒนาขึ้นจะต้องให้ความสำคัญรูปแบบการเล่าเรื่องทั้ง 6 ประเด็น เพื่อให้เนื้อหาน่าติดตาม และเกิดการสื่อสารได้ตามวัตถุประสงค์ ส่วนรองลงมาคือ ได้รับรู้สาระเนื้อหาจากคลิปรณรงค์ มีค่าเฉลี่ย 4.32 ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.27 และพึงพอใจต่อการติดต่อ ลำดับภาพมีค่าเฉลี่ย 4.19 ในการผลิตสื่อรณรงค์นั้นต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้รับชมสื่อเป็นหลัก ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้ผลิตสื่ออยู่ในวัยเดียวกับผู้บริโภคสื่อ ทำให้ผู้ผลิตสามารถเลือกเนื้อหาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมสื่อ ทำให้เกิดความรู้สึก ความเข้าใจได้ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของชนกนารถ บุญวัฒน์กุล และคณะ (2566) ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาสื่อการเรียนรู้เพื่อสร้างความรู้ด้านสุขภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสูบของเด็กและเยาวชนในระบบการศึกษาและการศึกษานอกระบบ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาสื่อการเรียนรู้เพื่อสร้างความรู้ด้านสุขภาพ สื่อที่ควรพัฒนาต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อ ควรคำนึงถึงเป้าหมายการเรียนรู้ และผู้พัฒนาสื่อต้องมีความรู้ ความเข้าใจธรรมชาติของเด็กและเยาวชนด้วย จากการผลิตสื่อรณรงค์ในครั้งนี้จึงสอดคล้องและเข้าใจถึงธรรมชาติของนักศึกษา จึงผลิตสื่อขึ้นมาทำให้ผู้ชมสื่อมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก

4. ความตระหนักรู้ที่ได้จากสื่อรณรงค์พบว่าทุกข้ออยู่ในเกณฑ์มาก ถือว่าสื่อรณรงค์สามารถสร้างให้เกิดความตระหนักรู้ได้ประกอบด้วยเนื้อหาจากคลิปทำให้ตระหนักรู้เกี่ยวกับการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 4.30 หากได้เข้าใจแอลกอฮอล์ ท่านจะคิด ไตร่ตรองยิ่งขึ้นก่อนที่จะดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.27 เนื้อหาจากคลิปสามารถกระตุ้นเตือนให้ท่านได้คิดก่อนที่จะดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 4.15 และคลิปสามารถกระตุ้นเตือนเยาวชนได้ มีค่าเฉลี่ย 3.97 สอดคล้องกับงานวิจัยของเสริมศักดิ์ ขุนพล

(2564) ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์สื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยากระท่อมในกลุ่มเยาวชนพื้นที่เสี่ยงของจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าร่วมกระบวนการทั้งหมดมีความกระตือรือร้นและตระหนักว่าปัญหาการติดน้ำกระท่อมเป็นปัญหาของส่วนรวมทุกคนต้องช่วยกันป้องกันและแก้ไขปัญห และ เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันให้เด็กและเยาวชนให้มีทัศนคติทางไกลน้ำกระท่อมได้ จะเห็นได้ว่า การมีส่วนร่วมทุกขั้นตอนการผลิตสื่อก่อให้เกิดผลดีก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมกัน สร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหากมีการจัดทำสื่อในการรณรงค์เรื่องต่างๆ ควรให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ ก็จะเป็นการเพิ่มความตระหนักรู้ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายได้

สรุปผลการวิจัย

1. มีการพัฒนานักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมและสุขภาวะชุมชน จำนวน 10 คน โดยการคัดเลือกจากนักศึกษาที่มีความรู้ ความสามารถด้านการผลิตสื่อ จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี นำนักศึกษาเข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การผลิตสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วม ณ โรงแรมอมารี กรุงเทพมหานคร
2. นักสื่อสารเพื่อการ เปลี่ยนแปลง ค่านิยมและสุขภาวะชุมชนได้ผลิตสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย เรื่อง เอาเหล้ากลับไป เอาครอบครัวกลับคืนมา และเรื่อง หย่าเหล้าเข้าวัง ซึ่งใช้กระบวนการในการผลิตตามหลัก 3P แบบมีส่วนร่วม โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำปรึกษาทุกขั้นตอนการผลิต
3. ผลการรับรู้สื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา พบว่านักศึกษาที่ได้รับชมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ ทั้ง 2 เรื่อง มีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 และนักศึกษาเกิดความตระหนักรู้ในระดับมาก เมื่อได้รับชมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 4.17

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การผลิตสื่อรณรงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงนั้น จำเป็นต้องเน้นการมีส่วนร่วมจากผู้เกี่ยวข้อง ให้มีโอกาสได้ศึกษาสภาพปัญหา เรียนรู้ หาหัวข้อที่จะผลิตสื่อเอง เรียนรู้พฤติกรรมของผู้รับสารว่ามีความต้องการเปิดรับสื่อใด และผลิตสื่อประเภทที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับ จึงจะทำให้การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสำเร็จตามวัตถุประสงค์
2. การผลิตสื่อรณรงค์นั้นจำเป็นต้องมีที่ปรึกษาเฉพาะด้าน ประกอบด้วยที่ปรึกษาด้านเทคนิคการผลิตสื่อ ที่ปรึกษาด้านเนื้อหาเฉพาะเรื่อง เช่น เรื่องแอลกอฮอล์ หรือด้านสุขภาพ และควรมีการติดตามความคืบหน้า มีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง จึงจะได้สื่อที่มีประสิทธิภาพและดำเนินการเสริมทันตามกำหนดเวลา
3. การสร้างความตระหนักรู้จากการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ จากสื่อที่ผลิตขึ้นนั้นได้สร้างความตระหนักรู้ได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น จำเป็นต้องใช้สื่อที่หลากหลาย เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นนักการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงให้มากขึ้น ควรมีกิจกรรมให้นักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงได้ทำอย่างต่อเนื่อง จะสามารถสร้างความตระหนักรู้ได้ยาวนานขึ้น
4. ควรให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อรณรงค์ในทุกขั้นตอน เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของสื่อ ทำให้เกิดความตื่นตัว มีส่วนร่วม ต้องการให้สื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามเนื้อหา ซึ่งจะทำให้กลุ่มผู้ผลิตสื่อรณรงค์เกิดความตระหนักรู้เกี่ยวกับการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ได้
5. มหาวิทยาลัยควรหาแนวทางความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงวัยรุ่น หรือนักดื่มหน้าใหม่ ในระดับท้องถิ่น รวมถึงระดับชาติ เช่น สคส. สสส. สกอ. ในการหาแนวทางการร่วมมือสกัดกั้นนักดื่มหน้าใหม่ โดยการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้เกิดขึ้นกับนักศึกษาให้ห่างไกลจากแอลกอฮอล์

6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มนักศึกษา เพราะเป็นกลุ่มที่สามารถจะเข้าไปเป็นนักดื่มหน้าใหม่ได้ ควรจัดสรรงบประมาณ จัดกิจกรรมรณรงค์ป้องกันในทุกชั้นตอน ร่วมกับสถานศึกษา เพื่อป้องกันการเกิดนักดื่มหน้าใหม่ได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อนำมาใช้เป็นสื่อรณรงค์ให้หลากหลายยิ่งขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรขยายกลุ่มนักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงไปในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะในช่วงวัยมัธยมศึกษา เพื่อที่จะทำให้เกิดการตระหนักรู้เกี่ยวกับการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงวัยมัธยมศึกษา เพราะหากจะรอถึงช่วงนักศึกษาอาจจะไม่ทันการณ์ จะเกิดนักดื่มหน้าใหม่เพิ่มขึ้นได้

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยาภรณ์ โชคสวัสดิ์ภิญโญ และ สุภาดา เจริญสวัสดิ์. (2551). รายงานการวิจัยเรื่อง การทดลองใช้พลังอำนาจเยาวชนต่อการแก้ไขปัญหายาเสพติด ในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี (รายงานการวิจัย). อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- กรวิทย์ กรประเสริฐวิทย์. (2557). ทศนคติความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม และคุณลักษณะการใช้งานของเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้เครื่องชำระค่าโทรศัพท์อัตโนมัติของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558 (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ข่าวสภาพัฒน์. (2566). ภาวะสังคมไทยไตรมาสหนึ่ง ปี 2566. สืบค้นจาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/udhhosmj/article/view/262750>
- ข่าวสภาพัฒน์. (2567). ภาวะสังคมไทยไตรมาสสี่และภาพรวม ปี 2567. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=16178
- เจริญเนตร แสงดวงแข. (2558). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้สื่อที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาชุมชน: กรณีศึกษาตำบลเกาะสาหร่าย จังหวัดสตูล. วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 29(2), 1-23.
- ชนกนารถ บุญวัฒน์กุล, เมธชนนท์ ประจวบลาภ, เจษฎากร อังกุลพัฒนาสุข และ สุภาณิชา สุขเกษม. (2566). แนวทางการพัฒนาสื่อการเรียนรู้เพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสูบของเด็กและเยาวชนในระบบการศึกษาและการศึกษานอกระบบ. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 11(2), 27-41.
- ธนธร สันติชาติ และ พัทธกษ ศิริวงศ์. (2565). การนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่านเนื้อหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 17(59), 20-29.
- บุญชู บุญลิขิตศิริ และ รสชา สุนทรายุทธ. (2566). แนวทางการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวภูเขาชีซานมณฑลกว๋างสีตามแนวคิดสัญลักษณ์. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 31(2), 93-106.
- พลเทพ วิจิตรคุณากร. (2564). รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายจังหวัด พ.ศ. 2564. สืบค้นจาก <https://cas.or.th/content?id=33>
- เสริมศักดิ์ ขุนพล. (2564). รายงานการวิจัย เรื่อง การสร้างสรรค์สื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยากระท่อมในกลุ่มเยาวชนพื้นที่เสี่ยงของจังหวัดสงขลา (รายงานการวิจัย). สงขลา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ.