

ชื่อเรื่อง	การเปิดรับสื่อโฆษณาารณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา ภาครณีศึกษา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ศึกษาค้นคว้า	มงคลรัตน์ ก้อนเครือ
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553
คำสำคัญ	การเปิดรับสื่อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การรณรงค์

บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อโฆษณาารณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา ภาครณีศึกษา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เคยเห็นโฆษณาารณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตาม การเห็นและการจดจำชุดโฆษณาารณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นและจดจำโฆษณาชุดจน เครียด กินเหล้า ชุดโทรทัศน์หาแฮ็ด ชุดตั้งด่านและ ชุดดีเลย์ (delay) ได้ทั้งหมดทุกคน และกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเคยดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมดทุกคน โดยส่วนใหญ่มีเหตุผลในการดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก เนื่องจากการอยากรู้อยากลอง ซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบ คือ เหล้า โดยมีความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2-4 ครั้ง/เดือน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดชอบดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกับเพื่อน โดยส่วนใหญ่ นิยมดื่มในช่วงกลางคืนสถานบันเทิงต่างๆ และเมื่อได้ชมชุดโฆษณาารณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์แล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการเลิกดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการดื่มแอลกอฮอล์เหมือนเดิม ส่วนการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีความรู้สึกละอายใจไม่แตกต่างกัน และนักศึกษาทุกคนเคยเห็นสื่อโฆษณาารณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์และมีความถี่ในการเห็นไม่แตกต่างกัน โดยช่วงเวลาที่เห็นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง คือ คณะวิศวกรรมศาสตร์มักเห็นสื่อโฆษณาในเวลาดึก คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน และคณะบริหารธุรกิจ มักเห็นสื่อโฆษณาในเวลาหัวค่ำ ตามลำดับ