

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กมล เลิศรัตน์ และคณะ. รายงานการประมวลองค์ความรู้เรื่องผักในประเทศไทย :

สถานภาพของการผลิต การตลาด และการวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2543.

จุมพล รอดคำดี. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

ณัฐพรรณ ศรีมุข. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมกรยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิต

ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

นวลศรี รักอริยะธรรม และคณะ. แอนติออกซิเดนท์ : สารต้านมะเร็งในผัก-สมุนไพรไทย.

เชียงใหม่ : นพบุรีการพิมพ์, 2545.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์,

2540.

พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และดิระนันท์ อนุวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.

พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง, 2538.

เพ็ญจมาศ ศิริกิจวัฒนา. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ภาวี กริใจวัง. การสื่อสาร ทักษะคนดี และการมีส่วนร่วมขององค์กรพัฒนาเอกชนในโครงการ

"นักเรียนนายร้อยตำรวจสัมผัสปัญหาชุมชน". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- มงคล ปิยสิริวัฒน์. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้น้ำหยดเสริมไอโอดีนในน้ำ เพื่อป้องกันโรคขาดสารไอโอดีน อ.บ้านตาก จ.ตาก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- โยธิน แสงวงศ์ และ พิมลพรรณ อิศรภักดี. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารที่มีวิตามินเอสูงในหมู่บ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. เอกสารทางวิชาการ สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2531.
- รุ่งทิพ สุนทรโรทก. ปัจจัยสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าของเยาวชนในสถานศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วรรณช วุฒิอุดม. ปัจจัยกำหนดความตั้งใจของกลุ่มเสี่ยงต่อโรคเอดส์ในการปฏิบัติตามนโยบายปรับเปลี่ยนพฤติกรรม : ศึกษาหญิงบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- วรพรรณ หาญวงศ์ไพบูลย์ และสินีนุช นิมิตรดี. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้สมุนไพรรักษาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เป็นผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ. โครงการพิเศษตามหลักสูตรเภสัชศาสตรบัณฑิต คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2539.
- วรภัทร์ สังข์น้อย. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคอวัยวะของญาติผู้เสียชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วิไลลักษณ์ ฐิติพลธำรง. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาเด็กด้อยโอกาส ความตระหนัก ความเชื่อถือ และการตัดสินใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในการให้การสนับสนุนองค์การเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

- ศศิวิมล ตามไท. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- คันสนีย์ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการใช้สมุนไพรไทยของคนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- สมพร เหว่าไว. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดูแลตนเองด้านทันตสุขภาพของหญิงตั้งครรภ์ศึกษาเฉพาะกรณี : โรงพยาบาลพระนั่งเกล้า จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- สโรช รัตนากร. กินเพื่อสุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธรรมชาติ, 2544.
- สาคร ธนमितต์. มหัศจรรย์ผัก 108. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2541.
- สุนีย์ โรจน์โอฬารรัตน์. บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการดื่มไวน์ของผู้บริหารในองค์กรธุรกิจเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สุริยาพร สมบูรณ์บุรณะ. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองโดยใช้หลักการชีวิตจิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 3. สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

อรสา ปานขาว. การสื่อสารกับการพัฒนาการสาธารณสุข. เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 9. หน่วยที่ 9-15. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.

อัญชนี วิทยากัย นูนนาค. การแสวงหาข่าวสาร ทักษะคนดี และพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ภาษาอังกฤษ

Berlo, D. K. The Process of Communication. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960.

Bueno, P. " The Role of Mass Media in the Adoption of 2, 4-D in Two Laguna Barrios" in Eshter F. Monipue (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol. 2. Department of Agricultural Communications, College of Agricultural, U.P. at Los Bonos College, Philippines, 1978.

De Fleur, L. M. Theories of Mass Communication. New York: David Mckay Company, 1970.

Hovland, C. I., Janis, I. L., and Kelly, H. H. Communication and Persuasion. New Haven : Yale University Press, 1959.

Katz, E., and Lazarsfeld, P. F. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication. Glencoe, Illinois: The Free Press, 1955.

Klapper, J. T. The Effects of Mass Communication. New York: The Free Press, 1960.

Lazarsfeld, P. F., and Menzel, H. Mass Media and Personal Influence. The Science of Human Communication. New York: The Basic Books, 1968.

McGuire, W. "The Nature of Attitudes and Attitude Change" in the Handbook of Social Psychology vol. 3 (2 nd ed.) eds. by Gardner Lindzey and Elliot Aronson. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company, 1969.

Rogers, E. M. Communication Strategies for Family Planning. New York: The Free Press, 1973.

Rogers, E. M., and Shoemaker, F. F. Communication of Innovations : A Cross-cultural Approach. New York: The Free Press, 1971.

Rogers, E. M., and Svenning L. Modernization among Peasents: The Impact of Communication. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1969.

Schramm, W. The Process and effect of Mass Communication. Urbana, Ill.: University of Illinois Press, 1974.

Simons, H. Persuasion : Understanding, Practice, and Analysis. Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company, 1976.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง "ประสิทธิผลของการสื่อสารเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อนิสิตนักศึกษาหญิง" โดยแบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

เพศ หญิง ชาย(สิ้นสุดการทำแบบสอบถาม)

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับการระลึกจดจำโครงการรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาหญิง

1. ในหนึ่งปีที่ผ่านมาท่านเคยเห็นหรือได้อินโครงการรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น จดเกล้า เข้าพรรษา เมาไม่ขับ ฯลฯ จากสื่อใดบ้าง?

สื่อ/การประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์	ความถี่ที่เห็น/รับรู้				
	บ่อยที่สุด 5	บ่อย 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์
2. สปอตโฆษณาทางวิทยุ
3. การพูดคุยในรายการโทรทัศน์
4. การพูดคุยในรายการวิทยุ
5. ป้ายตั้งโต๊ะผู้ประกาศข่าวในโทรทัศน์
6. ป้ายประกาศ
7. หนังสือพิมพ์
8. นิตยสาร
9. เว็บไซต์
10. กิจกรรม เช่น เดินรณรงค์
11. โปสเตอร์บนรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน
12. ป้ายกลางแจ้ง (ข้างถนน บนทางด่วน)
13. แผ่นพับใบปลิว
14. ข้อความบนรถโดยสาร
15. อื่นๆ ระบุ.....

2. ในหนึ่งปีที่ผ่านมาถ้านึกถึงโครงการรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท่านจะนึกถึงโครงการใด?

โครงการ	การระลึกจดจำ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. จดเกล้าเข้าพรรษา
2. เมาไม่ขับ
3. รัยมันส์รู้ทันแอลกอฮอล์
4. พี่น้องวัดใจไร้แอลกอฮอล์
5. กฐินปลอดเหล้า
6. DNA
7. ปีใหม่/สงกรานต์ไร้แอลกอฮอล์
8. รัยมันส์ปลอดเหล้า
9. อื่นๆ ระบุ.....

3. ถ้านักถึงองค์กรที่ทำการรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท่านจะนึกถึงองค์กรใด?

หน่วยงาน / องค์กร	การระลึกจดจำ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.)
2. มูลนิธิเมาไม่ขับ
3. กลุ่มควบคุมการบริโภคยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข
4. สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.)
5. สมาคมหมอมหาบ้าน
6. เครือข่ายวัยมันส์ รู้ทันแอลกอฮอล์
7. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)
8. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
9. อื่นๆ ระบุ.....

4. หากพูดถึงประเด็นการรณรงค์เพื่อลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท่านจะนึกถึงโครงการรณรงค์เกี่ยวกับอะไร?

ประเด็นการรณรงค์	การระลึกจดจำประเด็นการรณรงค์				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. การรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แล้วขับขียานพาหนะ เช่น โครงการเมาไม่ขับ
2. การรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเทศกาล เช่น งดเหล้า เข้าพรรษา
3. การรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อ ลดความรุนแรง เช่น โครงการรณรงค์ใน วันยุติความรุนแรงต่อผู้หญิงและเด็ก
4. การรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน ผู้ดื่มหน้าใหม่ เช่น โครงการสายพันธุ์ใหม่ ไร้แอลกอฮอล์ โครงการรับน้องปลอดเหล้า
5. การรณรงค์ลดพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ เช่น เลิกเหล้า เลิกจน
6. อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อโครงการรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาหญิง

ข้อความ	ทัศนคติต่อโครงการรณรงค์				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ท่านคิดว่าโครงการรณรงค์ทำให้ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำดื่มลดลง
2. ท่านคิดว่าโครงการรณรงค์ทำให้ผู้ที่ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่อยากลองดื่ม
3. ท่านคิดว่าโครงการรณรงค์ทำให้ผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง
4. ท่านคิดว่าโครงการรณรงค์ช่วยลดปัญหาการใช้ความรุนแรงในครอบครัว
5. ท่านคิดว่าโครงการรณรงค์สามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนนได้
6. ท่านคิดว่าโครงการรณรงค์ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับบทลงโทษอันเนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
7. ท่านคิดว่าโครงการรณรงค์ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับโทษของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น
8. ท่านคิดว่าโครงการรณรงค์ทำให้ท่านรู้สึกอยากเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
9. อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการระลึกจดจำโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาหญิง

1. ในหนึ่งปีที่ผ่านมาท่านเคยเห็นหรือเคยได้ยินสื่อโฆษณาหรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น โฆษณาเหล้า เบียร์ จากสื่อข้างล่างนี้บ่อยครั้งเพียงใด?

สื่อ/โฆษณาประชาสัมพันธ์	ความถี่ที่เห็น/รับรู้				
	บ่อยที่สุด 5	บ่อย 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. โฆษณาทางโทรทัศน์
2. โฆษณาทางวิทยุ
3. การเป็นผู้สนับสนุนในรายการโทรทัศน์
4. การเป็นผู้สนับสนุนในรายการวิทยุ
5. หนังสือพิมพ์
6. นิตยสาร
7. เว็บไซต์
8. กิจกรรม เช่น คอนเสิร์ต Road Show
9. ไปสเตอร์บนรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน
10. ป้ายกลางแจ้ง (ข้างถนน บนทางด่วน)
11. ข้อความบนตึก
12. แผ่นพับใบปลิว
13. ข้อความบนรถโดยสาร
14. บัญชีรายชื่อ

2. ถ้านึกถึงโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท่านจะนึกถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้อใด?

ยี่ห้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การระลึกจดจำยี่ห้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. แบล็ค เลเบิ้ล
2. 100 ไพเพิร์ท
3. เรด เลเบิ้ล
4. สเปียร์รอยัล
5. เบนมอร์
6. สิงห์
7. ช้าง
8. ไฮนาแก่น
9. สพาย ไวน์
10. บาคารดี
11. อื่นๆ ระบุ.....

3. ในหนึ่งปีที่ผ่านมาท่านชอบโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้อใด?

ยี่ห้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การระลึกจดจำยี่ห้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. แบล็ค เลเบิ้ล
2. 100 ไพเพิร์ท
3. เรด เลเบิ้ล
4. สเปียร์รอยัล
5. เบนมอร์
6. สิงห์
7. ช้าง
8. ไฮนาแก่น
9. สพาย ไวน์
10. บาคารดี
11. อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิต นักศึกษาหญิง

ข้อความ	ทัศนคติต่อโฆษณาประชาสัมพันธ์				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ท่านคิดว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้อยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น
2. ท่านคิดว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีคนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น
3. ท่านคิดว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งเสริมให้มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานรื่นเริงสังสรรค์
4. ท่านคิดว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้รู้สึกว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติ
5. ท่านคิดว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้รู้สึกว่าดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วมีเสน่ห์
6. ท่านคิดว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีผลต่อการเพิ่มจำนวนผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
7. ท่านคิดว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น
8. ท่านคิดว่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แง่คิดเรื่องการทำประโยชน์เพื่อสังคม
9. ท่านคิดว่ากิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น การแจกสิ่งของ การให้เงินสนับสนุนกีฬาหรือกิจกรรม การมอบทุนการศึกษา ฯลฯ เป็นเรื่องที่เหมาะสม
10. อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาหญิง

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่อง ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

1. พฤติกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์

<input type="checkbox"/> ตี (ปัจจุบันยังตี)	<input type="checkbox"/> เคยตี (ปัจจุบันไม่ตีแล้ว)
---	--
2. สาเหตุที่ท่านตีเพราะ

<input type="checkbox"/> เพื่อนชวน	<input type="checkbox"/> รับน้อง
<input type="checkbox"/> ญาติชวน	<input type="checkbox"/> เห็นในภาพยนตร์แล้วอยากตี
<input type="checkbox"/> เห็นในรายการทีวีแล้วอยากตี	<input type="checkbox"/> ตีเพราะรู้สึกว่ามีเสน่ห์
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
3. ถ้าท่านเลิกตีแล้ว สาเหตุที่เลิกตีเพราะ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> ปัญหาด้านสุขภาพ	<input type="checkbox"/> อยากเลิกตีเอง เพราะ.....
<input type="checkbox"/> ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่าย	<input type="checkbox"/> มีผู้ขอร้องให้เลิกตี (ใคร โปรดระบุ).....
<input type="checkbox"/> เคยประสบอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ	<input type="checkbox"/> ได้เข้าร่วมโครงการรณรงค์
<input type="checkbox"/> เห็นโครงการรณรงค์จากสื่อต่างๆ	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. ความถี่ในการตีหรือเคยตีเครื่องตีแอลกอฮอล์

<input type="checkbox"/> ตีทุกวัน	<input type="checkbox"/> 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์	<input type="checkbox"/> 1 ครั้งต่อสัปดาห์
<input type="checkbox"/> 1 ครั้งต่อเดือน	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อ เดือน	<input type="checkbox"/> แค่เคยลองตี
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
5. เครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ท่านตีบ่อยที่สุด

<input type="checkbox"/> น้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ (เช่น สปาย ไวน์)	<input type="checkbox"/> เหล้า	<input type="checkbox"/> เบียร์
<input type="checkbox"/> ไวน์	<input type="checkbox"/> ค็อกเทล	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. เครื่องตีแอลกอฮอล์สีหรือโคที่ท่านตีบ่อยที่สุด

<input type="checkbox"/> สปาย ไวน์	<input type="checkbox"/> บาคารดี	<input type="checkbox"/> เรด เลเบิ้ล	<input type="checkbox"/> 100 ไพเพิร์ท
<input type="checkbox"/> เบียร์สิงห์	<input type="checkbox"/> เบียร์ช้าง	<input type="checkbox"/> เบียร์ไฮนาเกิน	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
7. สาเหตุที่ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ในข้อ 6 บ่อยเพราะ

<input type="checkbox"/> เพื่อนแนะนำ	<input type="checkbox"/> ชอบโฆษณา	<input type="checkbox"/> หาซื้อง่าย	<input type="checkbox"/> รสชาติดี
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....			
8. ปกติท่านจะตีเครื่องตีแอลกอฮอล์กับบุคคลใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> เพื่อน	<input type="checkbox"/> รุ่นพี่/รุ่นน้อง	<input type="checkbox"/> แฟนหรือคนรัก	<input type="checkbox"/> ตีคนเดียว
<input type="checkbox"/> ญาติ	<input type="checkbox"/> ที่น้อง	<input type="checkbox"/> ผู้ร่วมงาน (กรณีทำงานแล้ว หรือทำงาน Part-Time)	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....			
9. ค่าใช้จ่ายในการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ในแต่ละครั้ง

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 500 บาท	<input type="checkbox"/> 500 - 1,000 บาท	<input type="checkbox"/> 1,000 - 1,500 บาท
<input type="checkbox"/> 1,500 - 2,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 2,000 บาท	
10. ปกติท่านจะตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ใด

<input type="checkbox"/> ที่บ้านตัวเอง	<input type="checkbox"/> ที่บ้านเพื่อน	<input type="checkbox"/> ที่ร้าน	<input type="checkbox"/> ที่หอพัก
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....			

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่อง ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

1. อายุ..... ปี
2. มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา

<input type="checkbox"/> จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยมหิดล	<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยรังสิต	<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยศรีปทุม
<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	
3. ลักษณะที่พักอาศัย

<input type="checkbox"/> บ้านตัวเอง	<input type="checkbox"/> บ้านญาติ	<input type="checkbox"/> หอพักของมหาวิทยาลัย	<input type="checkbox"/> หอพักของเอกชน
<input type="checkbox"/> คอนโดมิเนียม	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
4. บุคคลที่พักอาศัยด้วย

<input type="checkbox"/> เพื่อน	<input type="checkbox"/> พ่อแม่และพี่น้อง	<input type="checkbox"/> ญาติ	<input type="checkbox"/> คนรัก/แฟน
<input type="checkbox"/> อยู่คนเดียว	<input type="checkbox"/> พี่น้องเท่านั้น <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
5. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> 5,000-10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,000-15,000 บาท
<input type="checkbox"/> 15,000-20,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 20,000 บาท	

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือค่ะ

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวแพรวพรรณ อัครกะประสา เกิดเมื่อวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2525 ณ จังหวัดร้อยเอ็ด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เมื่อปีพ.ศ. 2544 เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิติศาสตร์ พัฒนาการ