

การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคติ และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์



นางสาวกรนิภา ปัญจน์ทกุล

## ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ADOLESCENTS' MEDIA EXPOSURE, ATTITUDE AND ACCEPTANCE OF  
LAW FORBIDDING LIQUOR DISTRIBUTION TO  
PEOPLE BELOW 20 YEARS OF AGE



MISS KORNNIPA PANJANUNTAKUL

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Development Communication

Department of Public Relations  
Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อ  
กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมี  
อายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

โดย

นางสาวกรนิภา ปัญจันทกุล

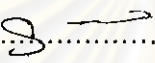
สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก


รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา

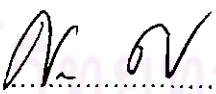
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

.....  ..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช)

.....  ..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา)

.....  ..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์ ดร. ศรีรัตน์ธร ศศิธนากรแก้ว)

ศูนย์บริการทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรรณิกา ปัญจนันทกุล : การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อ  
กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์  
(ADOLESCENTS' MEDIA EXPOSURE, ATTITUDE AND ACCEPTANCE OF  
LAW FORBIDDING LIQUOR DISTRIBUTION TO PEOPLE BELOW 20 YEARS  
OF AGE) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ. พชณี เสงยจรรยา, 96 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ทศนคติและ  
การยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปี  
บริบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างคือ วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15-19 ปีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400  
คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลอาศัยค่าเฉลี่ย t-test  
One-way ANOVA ค่าสถิติสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ประมวลผลด้วยโปรแกรม  
สำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า 1.วัยรุ่นที่มีเพศ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกันมี  
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปี  
บริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน 2.วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวเกี่ยวกับสารกฎหมายห้ามจำหน่าย  
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน 3.วัยรุ่นที่มีลักษณะทาง  
ประชากรแตกต่างกันมีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า20ปี  
บริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน 4.วัยรุ่นที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการยอมรับกฎหมายห้าม  
จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน 5.วัยรุ่นที่มีระดับรายได้  
ของครอบครัวแตกต่างกันมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า  
20ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน 6.การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า20ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับทัศนคติต่อกฎหมายห้าม  
จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า20ปีบริบูรณ์ 7.การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมาย  
ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า20ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์ในระดับ  
ปานกลางกับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์  
8.ทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า20ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น มี  
ความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมี  
อายุต่ำกว่า20ปีบริบูรณ์ 9.ตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์โดยมีความสำคัญตามลำดับ คือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล  
และทัศนคติ

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ.....  
ปีการศึกษา 2553.....

ลายมือชื่อนิสิต..... *Kij P.*

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก..... *[Signature]*

## 5284851128 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORDS : MEDIA EXPOSURE / ATTITUDE / ACCEPTANCE / LAW FORBIDDING LIQUOR DISTRIBUTION

KORNIPAN PANJANUNTAKUL: ADOLESCENTS' MEDIA EXPOSURE, ATTITUDE AND ACCEPTANCE OF LAW FORBIDDING LIQUOR DISTRIBUTION TO PEOPLE BELOW 20 YEARS OF AGE. ADVISOR: ASSOC. PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA, 96 pp.

The purpose of this survey is to study the correlation between information exposure, attitude and acceptance of Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age. Questionnaires were used for data collection from a total of 410 samples. Percentage, mean, t-test, One-way ANOVA, Pearson's product moment Correlation Coefficient and Multiple Regression were employed for the analysis of the data through SPSS program.

Findings: 1. Adolescents in Bangkok with different sex, level of education and income are significantly different in information exposure about Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age 2. Adolescents in Bangkok with different age are not significantly different in information exposure about Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age 3. Adolescents in Bangkok with different sex, age, level of education and income are not significantly different in attitude toward Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age 4. Adolescents in Bangkok with different sex, age and level of education are significantly different in acceptance of Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age 5. Adolescents in Bangkok with different income are not significantly different in acceptance of Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age 6. Adolescents' Media exposure about Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age low level correlated with attitude toward Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age 7. Adolescents' Media exposure about Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age moderately level correlated with acceptance of Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age 8. Attitude is moderately level correlated with acceptance of Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age 9. Media Exposure is the variable best explain acceptance of Law forbidding liquor distribution to people below 20 years of age

Department : Public Relations.....

Student's Signature *Kornipana P.*.....

Field of Study : Development Communication

Advisor's Signature *Patchanee*.....

Academic Year : 2010.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์ พชณี เที่ยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณา ให้คำแนะนำและคำปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไข จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ และนอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และดร . ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา คำแนะนำในทุกๆด้านที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่ชาย พี่สาวของผู้วิจัย ที่ให้ความรัก ความอบอุ่นและเป็นกำลังใจ ตลอดจนผู้มีส่วนช่วยเหลือ สนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์ทุกท่านและแรงใจจากเพื่อนๆทุกคน ทำให้ผู้วิจัยสำเร็จการศึกษาตามที่ได้ตั้งหวังไว้

ท้ายสุดนี้ คุณค่า และประโยชน์จากการวิจัยในวิทยานิพนธ์นี้ ขอมอบให้คณาจารย์ที่อบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้จะ เป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
ปัญหาคำถามวิจัย.....	8
สมมติฐานการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์...	11
แนวความคิดลักษณะประชากร.....	12
แนวความคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น.....	15
แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	17
แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์.....	20
แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	21
แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	25
แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	26

	หน้า
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
ประชากร.....	31
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	31
สมมติฐานและตัวแปรในการวิจัย.....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือของเครื่องมือ.....	34
การวัดตัวแปร และเกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปร.....	35
เกณฑ์ของระดับค่าความสัมพันธ์.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล.....	39
การประมวลผลข้อมูล.....	41
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	68
การทดสอบสมมติฐาน.....	70
อภิปรายผลการวิจัย.....	74
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	83
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป.....	85
รายการอ้างอิง.....	86
ภาคผนวก.....	90
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	96



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนร้อยละของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตาม พฤติกรรมการดื่ม เพศ เขตการปกครอง และกลุ่มวัย พ.ศ.2550.....	3
2	อายุเฉลี่ยของผู้ที่เริ่มดื่มสุรา จำแนกตามอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม เพศ และกลุ่มวัย พ.ศ. 2550.....	4
3	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	43
4	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	43
5	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	44
6	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้ของ ครอบครัว.....	44
7	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่ง มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์.....	45
8	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติ ต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์.....	47
9	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการ ยอมรับเกี่ยวกับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์.....	50
10	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่ง มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จำแนกตามเพศ.....	52
11	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคล ซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จำแนกตามอายุ.....	53

## ตารางที่

## หน้า

12	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จำแนกตามระดับการศึกษา.....	54
13	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จำแนกตามรายได้ของครอบครัว.....	55
14	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันจำแนกตามเพศ.....	56
15	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันจำแนกตามอายุ.....	57
16	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันจำแนกตามระดับการศึกษา.....	58
17	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันจำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว.....	59
18	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ.....	60
19	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ.....	61

ตารางที่	หน้า
20	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการ ยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุ ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา..... 62
21	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการยอมรับ กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน จำแนกระดับรายได้ของครอบครัว..... 63
22	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมาย ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ของวัยรุ่นกับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์..... 64
23	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมาย ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ของวัยรุ่นกับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์..... 65
24	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นกับ การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุ ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์..... 66
25	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์เป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ..... 67

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในที่นี้ หมายถึงอะไร

“เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ตาม “พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551”

ได้ให้ความหมายว่า “สุรา” ตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยกาหรนั้น

“เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ยังหมายถึง เครื่องดื่มที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ผสมอยู่ ได้แก่ สุรา และเมรัย แอลกอฮอล์มีฤทธิ์กดระบบประสาทส่วนกลาง ผู้ที่กินเหล้าในปริมาณไม่มาก จะรู้สึกผ่อนคลาย เนื่องจาก แอลกอฮอล์ไปกดจิตได้สำนึกที่คอยควบคุมตนเองอยู่ แต่เมื่อกินมากขึ้นก็จะกดสมองบริเวณอื่นๆ ทำให้เสีย การทรงตัว พูดไม่ชัด จนแม้กระทั่งหมดสติในที่สุด (ที่มา: วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

**นายแพทย์สมาน พุทธระกูล ผู้อำนวยการสำนักงาน คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค** ได้ให้คำนิยามคำว่า สุรา หรือเหล้า หมายความว่า เป็นสารเคมีกึ่ง ธรรมชาติกึ่งสังเคราะห์ ชาวบ้านเรียกว่าแอลกอฮอล์ (Alcohol) มีชื่อทางเคมีว่าเอทานอล (Ethanol)

ด้านนายแพทย์สมาน กล่าวว่า กฎหมาย ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์นั้น ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการคุ้มครองลูกหลาน เด็กและเยาวชนที่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนให้ห่างไกลจากแหล่งอบายมุขต่างๆ รวมถึงห้ามไม่ให้ซื้องะกับร้านค้า หรือร้านอาหารที่จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ควรให้เด็กและเยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยการเล่นกีฬา หรืออ่านหนังสือ เป็นต้น โดยทาง นพ .สมาน นั้นได้ตระหนักถึงพฤติกรรมกรบริ โภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเป็นห่วงยิ่งนัก (ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรม ควบคุมโรค)

ทางกระทรวงสาธารณสุขได้ร่วมมือกับกระทรวงมหาดไทย กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักงาน ตำรวจแห่งชาติ จัดระเบียบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา โดยใช้นโยบายที่ว่า “ร้าน

ใหม่ไม่เพิ่ม ร้านเดิมทำตามกฎหมาย” เพื่อเป็นการป้องกันและลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่ที่เป็เด็กและเยาวชน ซึ่ง **ดร.พรณศิริ กุลนาถศิริ** รัฐมนตรีช่วยว่าการสาธารณสุข เปิดเผยว่า สัดส่วนเยาวชนไทยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงติดอันดับ 1 ใน 5 ของนักดื่มทั้งหมด โดยจากที่ผ่านมามีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 59 และที่น่าเป็นกังวลอย่างยิ่งก็คือ พบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ในรัศมี 100 เมตร อยู่ในละแวกโรงเรียนระดับประถม และระดับมัธยม เป็นร้อยละ 73 ดังนั้นทางหน่วยงานทั้งหมด จึงต้องเร่งดำเนินการจัดระเบียบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา โดยปฏิบัติตามนโยบายที่ได้กล่าวมาแล้ว เพื่อลดนักดื่มหน้าใหม่ ควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เหมาะสมกับอายุ และป้องกันผลกระทบต่างๆ และปัญหาสังคมต่างๆ เช่น การมีเพศสัมพันธ์ การตั้งครวรรค์ การทำแท้ง เรียนไม่จบ และการทะเลาะวิวาท เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชน เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำลายพัฒนาการทางสมองของเด็กและเยาวชนอย่างชัดเจน โดยมีผลการศึกษาจากประเทศสหรัฐอเมริการายงานว่า ผลสอบในเด็กอายุ 14-18 ปี พบว่าคะแนนของเด็กที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะน้อยกว่าเด็กที่ไม่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และที่สำคัญไปกว่านั้นก็คือ สมองในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเกี่ยวกับความถูกต้องจะมีปัญหาตามไปด้วย และยังพบอีกว่า เด็กที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่อายุ 15 ปีนั้นจะมีโอกาสเป็นคนติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงกว่าปกติถึง 4 เท่าตัว จึงควรเร่งแก้ไขและป้องกันปัญหาเยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจัง

จาก **ข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO)** พบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์มากเป็นอันดับ 5 ของโลก และมีจำนวนผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่มที่น่าเป็นห่วงซึ่งเป็นักดื่มหน้าใหม่ คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีนักดื่มมากขึ้น โดยวัยรุ่นเพศชายอายุ 11 – 19 ปี ที่บริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ มีจำนวนประมาณ 1.06 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 21.23 ของประชากรในกลุ่มอายุนี

โดยได้รับข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2551 เรื่องการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราของประชากรไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ประจำปี พ.ศ. 2550 จากกลุ่มตัวอย่างประมาณ 80,000ครัวเรือน โดยได้ดำเนินการระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงเดือนตุลาคม 2550 สามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังต่อไปนี้

1. วัดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ มีจำนวนทั้งหมด 51.2 ล้านคน โดยมีผลสรุปตามตารางที่ 1 พบว่า
  - มีประชากรที่ดื่มสุราทั้งสิ้น 14.9 ล้านคนหรือ คิดเป็นร้อยละ 29.3

- ผู้ชายดื่มสุรามากกว่าผู้หญิงประมาณ 6 เท่า
- ผู้ที่อยู่นอกเขตเทศบาลมีอัตราการดื่มสุราสูงกว่าผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาลคือร้อยละ 31.0 และ 25.4 ตามลำดับ
- กลุ่มเยาวชนที่มีอายุ 15-24 ปีมีอัตราการดื่มสุราสูง คิดเป็นร้อยละ 21.9 หรือประมาณ 1 ใน 5 ของผู้ดื่มทั้งหมด
- กลุ่มวัยทำงานมีอัตราการดื่มมากกว่ากลุ่มอื่นๆ คือร้อยละ 34.4
- ผู้ที่ปัจจุบันไม่ดื่มสุราแล้ว แต่ในอดีตเคยดื่มมี 3.8 ล้านคน หรือร้อยละ 7.5 ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป

(หน่วยเป็นพัน)

**ตารางที่ 1** จำนวนและร้อยละของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามพฤติกรรมการดื่ม เทต เขตการปกครอง และกลุ่มวัย พ.ศ.2550

เขต และ เขตการปกครอง	ประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป	จำนวนประชากร			อัตราการดื่ม ของประชากร <sup>1)</sup>
		ไม่คอยดื่ม	ไม่ดื่มแต่เคยดื่ม	ดื่ม	
<b>รวม</b>	51,166.9	32,340.2	3,854.1	14,972.6	29.3
ชาย	24,812.7	9,134.1	3,020.3	12,658.3	51.0
หญิง	26,354.1	23,206.1	833.7	2,314.3	8.8
<b>เขตการปกครอง</b>					
ในเขตเทศบาล	16,018.2	10,987.7	965.5	4,065.1	25.4
นอกเขตเทศบาล	35,148.6	21,352.5	2,888.6	10,907.5	31.0
<b>กลุ่มวัย (ปี)</b>					
กลุ่มเยาวชน (15-24)	10,538.1	7,977.5	249.7	2,310.9	21.9
กลุ่มวัยทำงาน (25-59)	33,536.7	19,523.6	2,461.2	11,551.9	34.4
กลุ่มสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป)	7,091.8	4,839.0	1,143.1	1,109.7	15.6

<sup>1)</sup> หมายถึง ร้อยละของจำนวนประชากรที่ดื่มสุราคือจำนวนประชากรที่ดื่ม ในแต่ละประเภท

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ ([www.nso.go.th](http://www.nso.go.th)) ณ วันที่ 26 สิงหาคม 2551

2. วัดจากอายุที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ โดยมีผลสรุปตามตารางที่ 2 พบว่า

- ประชากรไทยเริ่มดื่มสุรา โดยมีอายุเฉลี่ยประมาณ 20.5 ปี
- ผู้ชายเริ่มดื่มเร็วกว่าผู้หญิง คือ 19.5 ปี และ 25.9 ปีตามลำดับ
- กลุ่มเยาวชนเริ่มดื่มอายุประมาณ 17 ปี
- คนวัยทำงานและวัยสูงอายุเริ่มดื่มที่อายุ 20 และ 23 ปีตามลำดับ

**ตารางที่ 2 อายุเฉลี่ยของผู้ที่เริ่มดื่มสุรา จำแนกตามอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม เพศ และกลุ่มวัย พ.ศ. 2550**

อายุเฉลี่ยรวม และกลุ่มวัย	อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม (ปี)		
	รวม	ชาย	หญิง
อายุเฉลี่ยรวม	20.5	19.5	25.9
กลุ่มเยาวชน (15-24 ปี)	17.2	17.1	17.9
กลุ่มวัยทำงาน (25 - 59 ปี)	20.8	19.8	26.1
กลุ่มสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป)	23.9	22.1	33.3

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ ([www.nso.go.th](http://www.nso.go.th)) ณ วันที่ 26 สิงหาคม 2551

จากสภาพการณ์ของสังคมไทยในปัจจุบัน ปัญหาพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย ไม่ใช่ปัญหาเรื่องเล็กๆอีกต่อไป เพราะว่าพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นเป็นปัญหาใหญ่ในสังคมไทย อีกทั้งยังทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ และในปัจจุบันนี้ไม่ใช่มีแค่ผู้ใหญ่ที่ดื่มสุรานั้น แต่ยังมีทั้งเด็กวัยรุ่น และเยาวชนที่ดื่มสุราเพิ่มขึ้นเป็นอีกเป็นจำนวนมาก เพราะปัญหาของวัยรุ่นในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ผสม ไม่ว่าจะเป็น เหล้า เบียร์ ไวน์ มีมากขึ้นในทุกแห่ง เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่อยากรู้อยากเห็น ชอบทดลอง และวัยรุ่นเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงในทุกๆด้าน ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุ

นำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ที่ไม่เหมาะสม อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมของวัยรุ่น เช่น การคบค้าสมาคมกับกลุ่มเพื่อน การต้องการความเป็นอิสระ ทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งกับผู้ปกครองอาจเป็นสาเหตุนำไปสู่พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยรุ่นในครอบครัวที่มีปัญหา ซึ่งผลจากการดื่มสุรามากขึ้น ทำให้เกิดปัญหาที่ตามมา เช่น ทำให้การเรียนตกต่ำลง มีปัญหากับผู้ปกครอง จากการการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และวัยรุ่นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำจะทำให้เกิดการติดแอลกอฮอล์ได้

โดยผลเสียต่างๆที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ยกตัวอย่างเช่น โรคอ้วน ความดันโลหิตสูง ความผิดปกติของสมอง-พฤติกรรม-เซาว์นปัญญา มีพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ ผลการเรียนตกต่ำ ก่อให้เกิดการติดสุราปัญหาอาชญากรรม และที่สำคัญ คือปัญหาการเกิดอุบัติเหตุ (เมาแล้วขับ) เป็นพฤติกรรมเสี่ยงอย่างหนึ่งที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆในแต่ละปี โดยเฉพาะอุบัติเหตุจากการจราจรทางบกทางถนน ซึ่งเป็นอุบัติเหตุที่มีความรุนแรง และทำให้มีผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจำนวนมาก นอกจากนี้ปัญหาพฤติกรรมการดื่มสุราของวัยรุ่นแล้ว สำหรับผู้ใหญ่เองก็มีปัญหาเช่นเดียวกัน เพราะการที่เด็กดื่มสุรานั้น ส่วนหนึ่งก็อาจเกิดจากการอบรมเลี้ยงดูจากบิดา มารดาด้วย และถ้าหากในครอบครัว บิดามารดามีพฤติกรรมการติดสุรา ก็จะเป็นตัวอย่างที่ไม่ดีแก่เด็ก หรือผู้ใหญ่ใช้ให้เด็กไปซื้อสุรามาให้ จนเกิดความอยากรู้ออยากลอง และจนถึงขั้นติดสุราก็เป็นได้ ซึ่งปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้เป็นเพียงแค่ปัญหาในระดับครอบครัวเท่านั้น แต่เป็นปัญหาสำคัญระดับประเทศอีกด้วย เพราะหลังจากการดื่มสุราก็อาจเกิดปัญหาต่างๆตามมา เช่น การเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ปัญหาอาชญากรรม จากคดีต่างๆตามมหลายคดี และอาจเห็นได้ว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนก่อให้เกิดผลกระทบมากมาย และในปัจจุบันนักเรียน นิสิต นักศึกษา ต้องเรียนและพักอาศัยท่ามกลางร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษามีผลต่อการเพิ่มแรงจูงใจในการดื่มและสร้างทัศนคติทางบวกต่อการดื่ม รวมทั้งเพิ่มจำนวนการเป็นนักดื่มหน้าใหม่ได้อีกด้วย

ดังนั้น กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ จึงเป็นสิ่งจำเป็น ก่อนที่ประเทศไทยจะมีนักดื่มหน้าใหม่ที่มีอายุน้อยที่สุดของโลก โดยสังคมไทย ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาจากการดื่มสุราของวัยรุ่นไทยเป็นอย่างมา



ตาม “พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551” ให้เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ โดยที่เครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้นได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ครอบครัว อุบัติเหตุ และอาชญากรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสมควรกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยลดปัญหา และผลกระทบต่อทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนโดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชน มิให้เข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย ซึ่งการกระทำผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย มาตรา 27 ข้อที่ 4 และข้อที่ 5 ที่ว่า ห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามขาย เช่น หอพัก พื้นที่ติดกับสถานศึกษา ในสถานศึกษา วัด ปัมน้ำมัน เป็นต้น และห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในวัน เวลา ที่กฎหมายห้ามขาย มาตรา 29 ข้อที่ 1 การขายเครื่องตี้มให้กับบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี บริบูรณ์ หากผู้ใดฝ่าฝืนจะมีโทษจำคุกตั้งแต่ 6 เดือน ปรับถึง 500,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับตามการกระทำผิด โดยมีผลสรุปการควบคุมตามพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค ได้รายงานผลตั้งแต่ เดือนมกราคม ถึงเดือนพฤศจิกายน 2553 ได้ตรวจเตือน ตรวจสอบเรื่องร้องเรียน ทำหนังสือแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ และกล่าวโทษดำเนินคดีผู้กระทำผิดรวม 3,080 เรื่อง อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 1,082 เรื่อง และเขตภูมิภาค 1,998 เรื่อง โดยเปรียบเทียบปรับ 13 คดี เป็นเงิน 378,000 บาท เรื่องที่ผิดมากที่สุดคือ เรื่องการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ 7 คดี การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย 3 คดี การขายในหอพัก 2 คดี การขายให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี 1 คดี และการตี้มในสถานที่ราชการ 1 คดี

โดยผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่า บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์นั้น คือ ช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่เป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติ และเป็นช่วงวัยหัวเลี้ยวหัวต่อ มีความคิดเป็นอิสระ ทำตามใจตัวเอง และสามารถถูกชักจูงได้ง่าย และอาจเลือกทางเดินชีวิตที่ผิด และ ไม่อาจกลับไปแก้ไขในสิ่งที่ได้กระทำลงไปแล้วได้ และต้องการลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นตามมา เช่น ปัญหาการติดสุรา ปัญหา ผลกระทบของครอบครัว สังคมที่ได้รับจากการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และผลที่ได้จากการลดพฤติกรรมซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น เพื่อการบริโภคได้ ก็ส่งผลต่อการลดความรุนแรงในครอบครัว ลดปัญหาการเกิดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ผู้ปกครอง ลดภาระทางสังคม และลดจำนวนนักตี้มหน้าใหม่ได้อีกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยมุ่งศึกษาตาม มาตรา 29 ข้อที่ 1 ที่ว่า

## มาตรา 29: ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) บุคคลที่มีอาการเมึนเมาจนครองสติไม่ได้

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม ได้ให้ความสำคัญและสนใจกับปัญหาวิกฤตต่อเยาวชนไทย โดยเฉพาะในวัยรุ่น ซึ่งการศึกษาถึง การเปิดรับข่าวสาร ของวัยรุ่นเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ รวมถึง ทศนคติ ในเรื่องกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ด้วยว่าเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และน่าศึกษา และมีกา รยอมรับหรือไม่ยอมรับมากน้อยแค่ไหน โดยทศนคติอาจกล่าวได้ว่าเป็นความรู้สึกนึกคิดซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลและเป็นลักษณะเฉพาะที่วัยรุ่นแต่ละคนจะมีความรู้สึกนึกคิดต่อกฎหมายนี้ ซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งแง่บวกและแง่ลบ ถึงกระนั้นทศนคติก็ไม่ได้มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ ประสบการณ์ และการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างตัววัยรุ่นเองกับสิ่งแวดล้อมรอบๆตัว ดังนั้นความรู้ และทศนคติจึงมีความสำคัญ ก่อให้เกิดพฤติกรรม และมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจของวัยรุ่น ซึ่งบางครั้งอาจมีผลต่อสังคม ทำให้เกิดปัญหาสังคมตามมา เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ครอบครัว อุบัติเหตุ ยาเสพติดและอาชญากรรม เป็นต้น ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ดังนั้นเพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ อีกทั้งยังช่วยสร้างเสริมสุขภาพ โดยให้คำนึงถึงอันตราย และผลเสีย ที่ตามมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ซึ่งกฎหมายนี้จะสำเร็จและลุล่วงไปได้นั้น จะ ต้องอาศัยความร่วมมือของทุกคนที่เป็นแรงขับเคลื่อน และเป็นส่วนช่วยผลักดันให้กฎหมายนี้ประสบความสำเร็จ

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ รวมถึงทศนคติ และการ ยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นได้ดีที่สุด



### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์” ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาวิจัยดังนี้ คือ

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ วัยรุ่น ผู้ที่มีอายุ 15-19 ปี เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะ มาตรา 29 ข้อ 1 ของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551: ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

### นิยามศัพท์ในการวิจัย

**การเปิดรับข่าวสาร** หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

**สื่อมวลชน** หมายถึง สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

**สื่อบุคคล** หมายถึง บุคคลในครอบครัว-ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมสถาบัน และคนรู้จัก

**สื่ออินเทอร์เน็ต** หมายถึง สื่อที่นำเสนอ ข่าวสาร และข้อมูล เกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์โดยผ่านทางคอมพิวเตอร์ในการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต

**ทศนคติ** หมายถึง ความเชื่อ ความคิดเห็น หรือความรู้สึกที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

**การยอมรับ** หมายถึง การสนับสนุน และการมีส่วนร่วมต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ซึ่งการมีส่วนร่วมสามารถทำได้ดังนี้

1. ปฏิบัติตามและให้ความร่วมมือในทุกรูปแบบเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์
2. ติดตามเรื่องราวข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์อย่างสม่ำเสมอ

3. ตักเตือนบุคคลใกล้ชิดที่อายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ห้ามมิให้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อบริโภค หรือให้บุคคลอื่น
4. ให้เบาะแสเกี่ยวกับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ซึ่งดำเนินการผิดกฎหมาย
5. ให้คำแนะนำ และให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์กับบุคคลใกล้ชิด หรือกลุ่มเพื่อน
6. เห็นด้วยกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20ปีบริบูรณ์
7. ไม่ซื้อสินค้าในร้านที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20ปีบริบูรณ์

**ลักษณะทางประชากร** หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของครอบครัว

**วัยรุ่น** หมายถึง ประชาชนผู้ที่มีอายุ 15-19 ปี เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร

**เครื่องดื่มแอลกอฮอล์** หมายถึง สุรา ตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

**กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์** หมายถึง พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ตามมาตราที่ 29 ข้อที่ 1

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อสร้างจิตสำนึกใหม่ให้เยาวชนของชาติ ในเรื่องของการซื้อ และบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. เพื่อป้องกันการริเริ่มการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กและเยาวชน (ลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่)
3. เพื่อการคุ้มครองและลดผลกระทบที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ปัญหาอุบัติเหตุ ซึ่งเกิดจากการเมาแล้วขับ ปัญหาการทะเลาะวิวาท จนนำไปสู่อาชญากรรม ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ ปัญหายาเสพติด เป็นต้น
4. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจในการทำวิจัยการสื่อสารสาธารณสุข
5. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐบาล และเอกชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบาย การวางแผน และดำเนินกลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์โครงการอื่นๆต่อไป

## แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ดังนี้

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้ให้เหตุผล ในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ครอบครวั อุบัติเหตุ และอาชญากรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสมควรกำหนดมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนโดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการขายของผู้ผลิตผู้นำเข้าหรือตัวแทนของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา โดยเน้นประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

#### มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ตามมาตรา 29 ข้อที่ 1 ที่ว่า ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์เนื่องจาก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ครอบครวั อุบัติเหตุและอาชญากรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ดังนั้นจึงควรกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของ

ประชาชน โดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย

## 2. แนวความคิดลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics)

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) เชื่อว่าบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่าลักษณะทางประชากรจะมีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสาร การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาลักษณะทางประชากร ดังนี้

### 1. เพศ

เมื่อพิจารณาวิวัฒนาการทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมไทยแล้ว จะพบว่า “ภาพ” ดั้งเดิมเกี่ยวกับชายและหญิงในสังคมไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงไปมาก เช่น หญิงออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น อาชีพบางอย่างเคยเป็นเฉพาะชายหรือหญิง เริ่มเปลี่ยนแปลง โดยลดขอบเขตทางเพศออกไป อย่างไรก็ตามยังมีอีกหลายอย่างที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง เช่น คุณสมบัติของหญิงไทย “การเป็นแม่บ้านแม่เรือน” “การไม่ค่อยกล้าพูดเรื่องเพศของหญิง” หรือ “การชอบโลดโผนของชาย” เป็นต้น (พรทิพย์ วรกิจโกคาพร, 2530)

ความแตกต่างทางเพศนี้ยังส่งผลถึงพฤติกรรมการสื่อสารอีกด้วย นั่นคือ เพศหญิง นั้นจะมีแนวโน้มและความต้องการที่จะรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชาย ในขณะที่เพศชายต้องการที่จะสร้างสัมพันธอันดีที่เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้ ยังมีการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงจะถูกจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง แต่ผู้หญิงก็หยั่งถึงจิตใจของผู้คนได้ดีกว่าผู้ชาย และผู้หญิงมักเปลี่ยนทัศนคติได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ปรมะ สตะเวทิน 2540: 144) จากที่กล่าวมานี้จะพบว่า ชายและหญิงมีความนึกคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมทั้งที่แตกต่างกันและเหมือนกัน ซึ่งตามธรรมชาติแล้วชายและหญิงจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน และถึงแม้สภาพสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปมาก แต่ก็ยังมีหลายอย่างที่ชายและหญิงยังมีสถานะของตนอยู่ ดังนั้นการสื่อสารทุกครั้งไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคล กลุ่ม หรือมวลชนจะต้องคำนึงว่าการสื่อสารนี้กำลังสื่อสารอยู่กับผู้รับสารเพศใด

สำหรับทางด้านของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน เพศหญิงจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าเพศหญิง ถ้าหากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและรายการกีฬา

## 2. อายุ

อายุของผู้รับสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนเรามีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (More Liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า (More Conservative) คนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์มากกว่า (More Idealistic) ใจร้อนกว่า (More Impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (More Optimistic) คนที่มีอายุมากกว่า ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า (More Pragmatic) มีความระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) นอกจากนี้แตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วยสาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก คนที่มีอายุ มีประสบการณ์ ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคเชษฐต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุมากกว่าที่มีสมบัติมากกว่า คนที่มีอายุน้อยจึงมักไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม (ปรมา สตะเวทิน , 2540) นอกจากนี้อายุยังมีความสัมพันธ์ต่อข่าวสารและสื่ออีกด้วย โดยลักษณะการใช้ สื่อจะแตกต่างกัน เช่น คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ชาวบ้านการเมือง หรือบทบรรณาธิการมากกว่าอ่านเรื่องตลกหรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยอ่านบทบรรณาธิการ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป “อายุ” ของผู้รับสารจะมีอิทธิพลกับการสื่อสารไม่มากนักน้อย ซึ่งอาจออกมาในรูปแบบของความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้รับสาร ด้วยเหตุผลดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารเป็นกลุ่ม การสื่อสารสาธารณะ หรือการสื่อสารมวลชน จึงควรคำนึงถึงอายุของผู้รับสารเสมอ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2530)

## 3. ระดับการศึกษา

การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นคุณลักษณะประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษา ที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนั้นตัวครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วย เพราะผู้สอนได้สอดแทรกความรู้สึนึกคิดของตนให้แก่ผู้เรียน ในทำนองเดียวกับที่พ่อแม่ได้สอดแทรกความคิดของตนให้แก่บุตรในการอบรมเลี้ยงดู คนที่การศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ (ปรมา สตะเวทิน, 2540) ทั้งนี้มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องที่ยืนยันว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป เช่น บุคคลยิ่งมีการศึกษาสูงก็จะมี ความสนใจในข่าวสาร



กว้างขวาง แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ จะต้องมีหลักฐานสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ (พรทิพย์ วรภิโภา  
คาพร, 2530)

กล่าวโดยสรุป การศึกษาเป็นตัวแปรหนึ่งที่นักวิทยาศาสตร์จะต้องตระหนักและเรียนรู้ให้ดีกว่าก่อนทำ  
การสื่อสาร เพราะผู้รับสารที่มีการศึกษาต่างกัน จะได้ผลทางด้านทักษะการสื่อสาร ทักษะคิด และพฤติกรรม  
การสื่อสารที่ต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มี  
การศึกษาสูงจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำกว่ามักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์  
และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีเวลาจำกัดก็จะแสวงหาข่าวสารจากสิ่งพิมพ์มากกว่า  
นอกจากนี้ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

#### 4. อาชีพ

ผู้ที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยม ทักษะคิด ความคิดเห็นต่อสิ่งต่างๆ  
แตกต่างกันออกไป รวมถึงความรู้ในเรื่องต่างๆ ก็จะไม่เท่ากันด้วย

#### 5. รายได้

รายได้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา คือ มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดย  
เฉลี่ยคนที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้สูงตามไปด้วย ดังนั้น การศึกษากับรายได้จึงถูกมองรวมเป็นฐานะ  
ทางเศรษฐกิจและสังคม คนที่มีรายได้สูงนิยมเปิดข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยส นใจเนื้อหา  
บันเทิงมากนัก เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงจะมีการศึกษาสูง จึงถูกผลักดันให้มีความจำเป็นต้องเรียนรู้ข่าวสาร  
ต่างๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับกลุ่มนี้มากกว่า

จากงานวิจัยของ ชรามม์ และไวท์ (Schramm and White 1994 อ้างในชนานันท์ คงธนาฤทธิ์  
2543:14) พบว่า ในสังคมอเมริกัน ผู้ที่มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ และนิยมเนื้อหาที่เป็นข่าวหนัก  
ไม่ค่อยสนใจข่าวบันเทิง

ส่วนแม็คเนลลี และคนอื่นๆ (Mcnelly and Others 1986) พบว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูง  
เป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลการวิจัยในลักษณะนี้สามารถอธิบายได้  
เช่นเดียวกับการศึกษา คือ ผู้ที่มีรายได้สูง มีตำแหน่งงานดี จึงถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ หาข้อมูล  
ข่าวสารต่างๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์จึงจำเป็น สำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้  
มากกว่ารายการโทรทัศน์ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

โดยสรุปว่า ลักษณะทางประชากรนั้นมีผลทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านของการ  
เปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการยอมรับ ตลอดจนพฤติกรรม การวิจัยในครั้งนี้จึงจะศึกษาถึงความแตกต่าง  
เกี่ยวกับลักษณะประชากรของนักศึกษามหาวิทยาลัย ของรัฐและเอกชน ที่จะมีอิทธิพลต่อการเปิดรับ

ข่าวสาร ทักษะคิด และการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และเป็นไปในทางเดียวกันกับแนวคิด ลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ดังกล่าวหรือไม่

### 3. แนวความคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น (Adolescence)

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่วุฒิภาวะทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม จึงนับว่าเป็นวิกฤติช่วงหนึ่งของชีวิต เนื่องจากเป็นช่วงต่อของวัยเด็กและผู้ใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะต้นของวัยจะมีการเปลี่ยนแปลงมากมายเกิดขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จะมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัยรุ่นด้วยกันเอง และบุคคลรอบข้าง หากกระบวนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เป็นไปอย่างเหมาะสม โดยการดูแลเอาใจใส่ใกล้ชิด จะช่วยให้วัยรุ่นสามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสมบรรเทาปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น และเป็นทั้งแรงผลักดันและแรงกระตุ้นให้พัฒนาการด้านอื่นๆ เป็นไปด้วยดี อีกทั้งวัยรุ่นนั้นเป็นระยะที่มีการเปลี่ยนแปลงจากสภาพ ที่ต้องพึ่งพาทางเศรษฐกิจไปสู่ภาวะที่ต้องรับผิดชอบและพึ่งพาตนเองด้วย โดยช่วงอายุของวัยรุ่นนั้นจะแบ่งออกเป็น 3 ระยะคือ (สุพัตรา สุภาพ, 2535)

1. วัยรุ่นตอนต้น อายุระหว่าง 10-12 ปี จะเริ่มตั้งแต่ระยะใกล้แตกเนื้อหนุ่มสาว ซึ่งมีการเจริญเติบโตของร่างกายอย่างรวดเร็วอันเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนา เป็นการเริ่มต้นของวัยแตกเนื้อหนุ่มสาว แต่วัยนี้ยังไม่รับรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงมากนักและยังคงมีลักษณะหลายอย่างของวัยเด็กอยู่ เช่น ยังคงอยู่ในกลุ่มเพื่อนเพศเดียวกัน และยังมีบ้านเป็นจุดศูนย์กลางของชีวิต
2. วัยรุ่นตอนกลาง อายุระหว่าง 13-16 ปี เป็นระยะหลังจากเริ่มแตกวัยเนื้อหนุ่มสาว เป็นระยะที่เริ่มสนใจเพศตรงข้าม ทำให้ความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนเพศเดียวกันเริ่มห่างเหินไป เป็นระยะของการกระตือรือร้นต่างกระตือรือร้น ซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญของวัยรุ่น กล่าวคือ กระตือรือร้นต่อคำสั่งของพ่อแม่และผู้ใหญ่ แต่จะคล้อยตามกฎเกณฑ์อุดมการณ์และความจริงรักภักดีต่อกลุ่มเพื่อน และจากการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างที่เกิดขึ้นกับตัวของวัยรุ่นนั้น ทำให้มีอารมณ์หุนหัน บั่นป่วนง่าย ไวต่อความรู้สึกบีบคั้นและมีความลึกลับ
3. วัยรุ่นตอนปลาย อายุระหว่าง 17-21 ปี เป็นช่วงที่ใกล้เข้ามาสู่ความเป็นผู้ใหญ่ วัยรุ่นจะเริ่มหันมาสนใจอนาคตของตน เด็กหนุ่มจะสนใจเกี่ยวกับอาชีพ และเด็กสาวก็จะสนใจงานที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อชีวิตสมรส ดังนั้นเด็กวัยรุ่นในระยะนี้ จึงมีการเลือกอาชีพและคู่ครอง ซึ่งจะช่วยให้เอกลักษณ์หรือความเป็นตัวเองมั่นคงยิ่งขึ้น เมื่อถึงปลาย วัยรุ่นจะสามารถยอมรับขอบเขตของตนเอง และยอมรับคำแนะนำจากผู้อื่น เมื่อเข้าสู่วัยรุ่น จะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกาย ด้านจิตใจหรืออารมณ์ ด้านสังคม และด้านสติปัญญา ดังต่อไปนี้

### 1. การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย

ในช่วงวัยรุ่นเด็กหญิง เด็กชาย จะเกิดการเปลี่ยนแปลง ด้านร่างกายทั้งรูปร่าง เสียง ความสูง และ น้ำหนัก กล่าวคือ ทั้งสองเพศจะมีความสูงและน้ำหนักเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างเห็นได้ชัด เด็กหญิงจะเริ่มมีประจำเดือน สะโพกขยายออก เอวคอด หน้าอกโตขึ้น เสียงหวานแหลม มีขนขึ้นที่อวัยวะเพศ

ส่วนเด็กชายจะเริ่มมีน้ำอสุจิ มีการสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง มีหนวดเครา มีขนขึ้นที่อวัยวะเพศ รักแร้ เสียงแตกพร่า กล้ามเนื้อแข็งแรง หน้าอกและไหล่กว้างขึ้น วัยรุ่นชาย จะตัวสูงขึ้นและน้ำหนักเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล้ามเนื้อแข็งแรง หน้าอกและไหล่กว้างขึ้น มีหนวดเครา มีขนขึ้นที่อวัยวะเพศและรักแร้ วัยรุ่นหญิง จะตัวสูงขึ้นและ น้ำหนักเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สะโพกขยาย เอวคอด และ หน้าอกโตขึ้น

### 2. การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจและอารมณ์

จากการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้วัยรุ่นเกิดความรู้สึกวิตกกังวลในรูปร่าง หน้าตาของตน และยังเกิดปัญหาสิวนุ่มสิวสาว ความวิตกกังวลก็จะมีมากขึ้น พ่อแม่ ผู้ปกครองควรให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษา ความสะอาดใบหน้า สำหรับลูกสาววัยรุ่น แม่ควรแนะนำ วิธีดูแลรักษา ความสะอาดในช่วงของการมีประจำเดือนด้วย ลักษณะทางอารมณ์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของวัยรุ่น คือ การมีอารมณ์ที่เรียกว่า พายุบุแคม คือ มีความรุนแรงแต่ อ่อนไหวไม่มั่นคง ถ้าต้องการจะทำอะไรก็ต้องทำให้ได้ ถ้าถูกขัดขวางจะตอบโต้อย่างรุนแรง แต่ความต้องการนั้น จะเปลี่ยนแปลงได้ง่าย หันเหไปสู่อความต้องการความสนใจ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ พ่อแม่ต้องรู้เท่าทันอารมณ์ของวัยรุ่น รู้จัก โอนอ่อนผ่อนตามอย่างเหมาะสม เมื่อเห็นน้ำเชียวก็อย่าเอาเรือ ไปขวาง แต่จงใช้ความเข้าใจ ค ความเห็นอกเห็นใจ เป็นเครื่องคำจุนให้วัยรุ่น สามารถผ่าน พันอันตราย อันเกิดจากลักษณะทางอารมณ์ ของวัยรุ่นไปได้อย่างปลอดภัย

### 3. การเพิ่มความต้องการทางเพศ

การเพิ่มความต้องการทางเพศ ทำให้วัยรุ่นเกิดความ สนใจในเพื่อนต่างเพศ ต้องการให้ตนเป็นที่รู้จัก เป็นที่สนใจของ ต่างเพศ ต้องการความรู้เพศศึกษา และการแนะนำในการเตรียม ตัวเข้าสู่สังคม วัยรุ่นชายและหญิง

### 4. การเปลี่ยนแปลงทางสติปัญญา

ความเปลี่ยนแปลงทางสติปัญญาของวัยรุ่น จะพัฒนาขึ้น อย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับด้าน ร่างกาย ขนาดของ มันทสมองจะ ขยายออกมากขึ้น วัยรุ่นจึงเป็นผู้ชอบคิด อ ยากรู้ อยากเห็น ช่างซักถาม ใช้ เหตุผล และแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ วัยรุ่นจะชอบ แก้ปัญหา และตัดสินใจทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง มีความ รับผิดชอบ บิดามารดาต้องให้การสนับสนุน ปลอ่ยให้ลูกได้ใช้ความคิดเป็นของตนเอง และความคิดสร้างสรรค์ก็จะสูงขึ้นได้

#### 5. การเปลี่ยนแปลงความต้องการทางสังคม

เมื่อวัยรุ่นพบความแปลกใหม่ในร่างกายของตน ก็จะไม่แน่ใจ มีความทุกข์ ต้องการปรับตัวให้เหมาะสม จึงหันหน้าเข้าหาผู้ที่มีปัญหาเดียวกัน คือ เพื่อนรุ่นเดียวกัน วัยรุ่นจึงเห็นความสำคัญของเพื่อนวัยรุ่น เชื่อเพื่อนมาก และเชื่อพ่อแม่น้อยลงในการเล่นของวัยรุ่น อาจทำตัวอ่อนกว่าวัยเพราะในจิตใจวัยรุ่นต้องการกลับเป็นเด็กอีก ไม่อยากเติบโต ไม่อยากเข้าสังคมใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างวัยรุ่น กับพ่อแม่จะเปลี่ยนรูปแบบไป วัยรุ่นไม่ต้องการให้พ่อแม่บังคับ ควบคุมตนเองอย่างแต่ก่อน แต่ต้องการผู้ช่วยคิดช่วยแนะนำและอยาก ให้พ่อแม่เป็นเพื่อนที่ดีของตนวัยรุ่นต้องการความเป็นอิสระและ การเป็นหัวหน้าครอบครัวและหัวหน้างานต่อไป พ่อแม่จึงต้องเปลี่ยน เป็นผู้แนะนำมากกว่าผู้ออกคำสั่งและ ควบคุมเข้มงวดอย่างแต่ก่อน วัยรุ่นจะเปรียบเทียบคุณสมบัติของพ่อแม่กับผู้ใหญ่อื่น ๆ พ่อ แม่ ขาดคุณสมบัติใด วัยรุ่นก็จะไปหาได้จากครูหรือผู้มีชื่อเสียงในสังคม เป็นบุคคลทดแทน

#### 6. การเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์

ในช่วงวัยรุ่นอาจกลับไปมีลักษณะใจเร็ววุ่นได้ อดไม่ได้ รอไม่ได้ จะเอาเดี๋ยวนี้ทันที ทั้ง ๆ ที่เมื่อเป็นเด็กเคยใจเย็นและ พุดกันรู้เรื่อง นอกจากนั้นในบางครั้งวัยรุ่นอาจรู้สึกเกียจคร้าน อยากอยู่เฉย ๆ ไม่ทำงาน ไม่หยิบจับช่วยงานในบ้านเพราะสาเหตุ ทางร่างกายและอารมณ์ ถ้าเป็นอยู่เพียงบางครั้ง ผู้ปกครองก็ ไม่ควรเร่งเร้าดูว่ากล่าว แต่ถ้าจะติดเป็นนิสัยก็ไม่เหมาะสม ต้องตักเตือนกัน

#### 4. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

ข่าวสารเป็นสิ่งที่จำเป็น และมีความสำคัญต่อมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากมนุษย์นั้นใช้ข่าวสารเพื่อการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน รวมถึงการใช้ข่าวสารในการตัดสินใจในกิจกรรม และสถานการณ์ต่างๆในการดำเนินชีวิตของมนุษย์

ชาร์ล เค อัทคิน (Atkin, 1973: 208) กล่าวว่า บุคคลยิ่งเปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีสายตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2538:1) กล่าวว่า ในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลแต่ละบุคคลนั้น จะมีองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและผลักดันให้บุคคลนั้นเลือกเปิดรับสาร หรือเลือกรับสื่อ ซึ่งอาจเกิดจากคุณลักษณะพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่างๆ ได้แก่

องค์ประกอบทางด้านจิตใจ ซึ่งมีความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องจากบุคคลแต่ละคนจะรับข่าวสารที่ตนเองสนใจ และจะเกิดผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสาร แต่ถ้าผู้รับสารไม่มีความสนใจ และไม่ยอมรับข่าวสารนั้น แม้ปริมาณข่าวสารนั้นจะมีมากเพียงใด ผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสาร จะไม่เกิดขึ้นเลย องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ทางทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน

องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา ภูมิฐานะ ตลอดจน สภาพสังคม ซึ่งต้องวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการสื่อสารโดยใช้ความต้องการของผู้รับสารและผู้ส่งสารว่า ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความต้องการอะไร ถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ที่ไม่ตรงกัน ผู้รับสารอาจมีปฏิกิริยาผิดไปจากที่ผู้ส่งสารต้องการ อันส่งผลให้เกิด ความล้มเหลวของการสื่อสาร (Communication Breakdown) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติ การยอมรับ ตลอดจนพฤติกรรม ซึ่งโดยทั่วไปแล้ววัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีดังนี้ (Schramm, Nature of Communication Between Humans: 19, ประมวล สตะเวทิน 2540:31)

#### วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform)
2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Education)
3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain)
4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Process or Persuade)

#### วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร

1. เพื่อทราบ (Understand)
2. เพื่อศึกษา (Learn)
3. เพื่อสร้างความพอใจ (Enjoy)
4. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)

แม็คคอมบส์ และเบ็คเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ให้ความเห็นไว้ว่าบุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance)

โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆรอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้เท่าทันเหตุการณ์บ้านเมืองที่ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

## 2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision)

โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ซึ่งการเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตน ต่อเหตุการณ์ต่างๆ

## 3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion)

การเปิดรับข่าวสารจาก สื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยและสนทนากับบุคคลอื่นได้

## 4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation)

เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม และรอบๆตัวซึ่งเป็นแรงผลักดันให้บุคคลเปิดรับข่าวสารต่างๆ

ความต้องการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น มีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ทางสังคม โดยสรุปถึงความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบทั้งสององค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วย (Katz and others, 1975 อ้างถึงใน ชนานันท์ คงธนาฤทธิ์, 2543)

-สถานการณ์ทางสังคมที่มีความขัดแย้งวุ่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียดและแรงกดดัน บุคคลจึงต้องผ่อนคลายด้วยสื่อ

-สถานการณ์ทางสังคม ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกตระหนกถึงปัญหาที่ควรระมัดระวัง บุคคลจึงต้องการรับทราบข่าวสาร และรับรู้ข่าวสารนั้นโดยการเปิดรับสื่อ

-สถานการณ์ทางสังคม ทำให้โอกาสในอันที่จะสนองความต้องการต่างๆ ในชีวิตจริงของบุคคลน้อยลง บุคคลจึงต้องไปใช้สื่อทดแทนหรือชดเชยความต้องการเหล่านั้น

-สถานการณ์ทางสังคมที่ทำให้เกิดค่านิยมบางประการ ซึ่งการใช้สื่อ เป็นการแสดงถึงการยืนยันหรือเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว

-สถานการณ์ทางสังคม ทำให้เกิดความคาดหวังเกี่ยวกับบทบาทของสื่อ ในการรักษาค่านิยมของกลุ่มไว้

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จากสื่อ 3 ประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยพิจารณาจากการเปิดรับข่าวสาร ในลักษณะควม ามบ่อยครั้ง หาก วัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ในระดับที่น่าพอใจแล้ว ย่อมส่งผลต่อ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดี ที่จะส่งผลก่อให้เกิดพฤติกรรม

## 5. แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process)

สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการสื่อสารแต่ละครั้ง นั่นก็คือ ผลของการสื่อสาร ซึ่งผลของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสารได้ แต่ผลของการสื่อสารจะเป็นอย่างไรนั้นอยู่กับตัวผู้รับสาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร

พฤติกรรมของผู้รับสาร ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคลตามความต้องการ ทักษะ ความเชื่อ และความรู้สึก ที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อองค์ประกอบในตัวผู้รับสารในการรับข่าวสารที่สำคัญประการหนึ่ง นั่นคือ กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process)

กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์นั้นเปรียบเสมือนกับเครื่องกรอง ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งแคปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้กล่าวว่ากระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ มีอยู่ด้วยกัน 4 ขั้นตอน ได้แก่

การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

เป็นขั้นแรกของกระบวนการเลือกสรร เลือกช่องทางในการเลือกสรร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย เช่น การเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร ฉบับใดฉบับหนึ่ง หรือเลือกชมโทรทัศน์สถานีใดสถานีหนึ่ง ตามความสนใจและความต้องการของตน โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้อง และสนับสนุนความคิดของตนเองเสมอ นอกจากนั้นการเลือกรับข่าวสารยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆอีกด้วย เช่น อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม รายได้ เป็นต้น รวมไปถึงศาสนา และประเพณีวัฒนธรรมอีกด้วย

การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

บุคคลจะเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับที่มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของตน ความรู้สึก และสนับสนุนทัศนคติ ความเชื่อที่บุคคลแต่ละบุคคลที่มีอยู่ดั้งเดิม ในขณะที่เดียวกันก็จะหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ขัดแย้งกับข้อคิดเห็น ความรู้สึก ทักษะ ความเชื่อของตนด้วย เพื่อมิให้เกิดภาวะความไม่สมดุล หรือความสับสนไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ภาวะความไม่สอดคล้องของการรับรู้ (Cognitive Dissonance) ตามทฤษฎี Theory of Cognitive Dissonance ที่เสนอโดยลีออน (Leon, 1957) ซึ่งกล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง

### การเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมาย(Selective Perception and Interpretation)

เมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารแล้ว บุคคลจะเลือกรับรู้และตีความหมายข่าวสาร ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปตามความสนใจ ทักษะคิด ความเชื่อ ประสบการณ์ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางด้านร่างกาย หรือสภาวะทางด้านอารมณ์และจิตใจ ดังนั้นบุคคลแต่ละบุคคลอาจตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไปได้ ตามลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว ซึ่งอาจมีการทำให้ข่าวสารบางส่วนตัดทิ้งไป ก็อาจจะมีการบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้มีทิศทางสอดคล้องและเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

### การเลือกจดจำ (Selective Retention)

หลังจากจบขั้นตอนที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความหมายของข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกที่จะจดจำข่าวสารในส่วนที่ต้องการ หรือในส่วนที่ตรงกับความสนใจของตนโดยจดจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็จะไม่จดจำข่าวสารในส่วนที่ตนไม่ต้องการหรือไม่สนใจ หรือขัดแย้งกับความคิดเห็นของตน ข่าวสารที่บุคคลเลือกจดจำไว้นั้นจะเป็นการช่วยเสริม สนับสนุนทัศนคติ ความเชื่อ ดั้งเดิมของบุคคลนั้น ให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ซึ่งอาจจะใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งหรือกังวลใจ

## 6. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

คำว่า ทัศนคติ มีผู้ให้ความหมายมากมายแตกต่างกันในคำ นสังคมิวิทยาและจิตวิทยา และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย ดังต่อไปนี้

ทัศนคติ คือ ความชอบและความไม่ชอบ การประเมินในทางชอบหรือไม่ชอบและปฏิกิริยาต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ หรือแง่มุมอื่นๆ ในโลก รวมทั้งความคิดที่เป็นนามธรรมและนโยบายทางสังคม (Atkinson, Smith and Ben, 1993 อ้างถึงใน ปิยนุช สิงห์กันต์, 2544)

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ผลรวมของกระบวนการที่ก่อให้เกิดสภาพจิตใจอารมณ์ การยอมรับ และการรับรู้ (Cognitive) ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ของบุคคล (Kreth & Cruthfield, 1984: 152 อ้างถึงใน อัครพร เลอมานูวรรรัตน์, 2543)



Allport (1935) ได้ให้คำจำกัดความของทัศนคติว่า “ทัศนคติเป็นการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความโน้มเอียงไปในทิศทางที่จะชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบต่อเรื่องนั้นๆ” ซึ่งจะแสดงออกทางความคิด ความเชื่อ และความรู้สึกของตน เช่น ดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ พอใจและไม่พอใจ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย เป็นต้น (อัศวพร เลอมานูวรรตน์, 2543)

สุชา จันทรเอน (2531) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทางที่บุคคลมีต่อวัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ ต่างๆ เป็นไปในทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ทัศนคติเป็นนามธรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือประสบการณ์ใช้ชีวิตของบุคคล ทัศนคติ มีความสำคัญต่อการตอบสนองทางสังคม และบุคลิกภาพของบุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

ทัศนคติ คือ ดัชนีที่บ่งชี้ให้เห็นว่าบุคคลนั้นคิดและ รู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ และ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยที่แนวความคิด หรือทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อถือที่อาจจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในอนาคตได้ ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นมิติของกา ารประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป (Rogers, 1971)

ทัศนคติ หมายถึง ความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสังคมรอบตัว หรือ แนวโน้มที่จะแสดง พฤติกรรมในทางสนับสนุนหรือ ต่อต้านแนวความคิดสถาบัน บุคคลหรือ สถานการณ์บางอย่าง (Kendler, 1974 อ้างถึงใน บดี บุญวานิช, 2545)

Second และ Backman ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็นความรู้สึก (Affective) ความนึกคิด (Cognitive) และพฤติกรรม (Behaviour) ของแต่ละบุคคลต่อสภาพแวดล้อม

ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นลักษณะของแนวโน้มตามปกติของตัวบุคคลในการที่จะชอบหรือเกลียดสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลและปรากฏการณ์ต่างๆ กล่าวคือ ทัศนคติจะเป็นลักษณะของระบบซึ่งมีแนวโน้ม ที่จะประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ (A System of Evaluative Orientation) (ธงชัย สันติวงษ์, 2539)

### คุณลักษณะของทัศนคติ

จากคำนิยามของคำว่าทัศนคติจึงพอที่จะสรุปคุณลักษณะสำคัญของทัศนคติได้ ดังต่อไปนี้ (ธงชัย สันติวงศ์, 2540: Loudon and Della, 1993 อ้างใน เทียนชัย ไพฑูริย์ชัยภรณ์, 2544)

1. ทัศนคติเป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละคน
2. ทัศนคติมิใช่สิ่งที่มีมาตั้งแต่กำเนิด กล่าวคือเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are learned predisposition) จากสิ่งต่างๆรอบตัวเรา ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างทัศนคติของแต่ละบุคคล ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่น และการเปิดรับสื่อ
3. ทัศนคติมีลักษณะมั่นคงถาวรไม่เปลี่ยนแปลงโดยง่าย (Attitudes have consistency) เพราะทัศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้นจะมีกระบวนการวิเคราะห์ ประเมิน สรุปแล้วจึงระเบียบความเชื่อ ดังนั้นหากจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของแต่ละบุคคล จำเป็นต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวก่อน
4. ทัศนคติจะมีความหมายอ้างอิงถึงวัตถุ ตัวบุคคล หรือสิ่งของเสมอ สิ่งเหล่านี้รวมเรียกว่า (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคนั้นสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วยแนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา ผู้ค้าปลีก
5. ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สิ่งแวดล้อม (Attitudes occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้เหตุการณ์ และสิ่งแวดล้อมที่ถูกกระทบโดยสถานการณ์

องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่ประกอบไปด้วยความรู้ และการรับรู้ที่ได้มาโดยการผสมผสานระหว่างประสบการณ์โดยตรง และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ ความรู้การรับรู้นี้จะได้มาจากความเชื่อ หากบุคคลมีความรู้ หรือความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และความรู้สึกของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า หรือตราสินค้าโดยเฉพาะ เป็นการบ่งบอกถึงความชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และจะเป็นตัวเร้าอีกทอดหนึ่งว่าคนๆ นั้นมีความรู้สึกอย่างไร เมื่อคิดเช่นนั้น

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Cognitive Component) เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มในทางปฏิบัติ และมักจะหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึก

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิดและความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของบุคคล อาจจะออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้น ที่มีต่อ วัตถุหรือปรากฏการณ์นั้นๆ เป็นสำคัญ

ประเภทของทัศนคติ ซึ่งบุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกมาได้ 3 ประเภท คือ

#### 1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude)

เป็นทัศนคติชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจตอบในด้านดี ต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การและอื่นๆ

#### 2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude)

เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความน่าเชื่อถือ หรือไม่ไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลง ระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การอื่นๆ

#### 3. ทัศนคติที่เป็นกลางหรือไม่แสดงความคิดเห็น (Passive Attitude)

เป็นทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียว หรือหลายประการรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ต่างๆ เป็นต้น หากทัศนคติของแต่ละบุคคลถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปแบบของความคิดเห็นร่วม ก็จะเป็น ประชามติ นั่นเอง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ทัศนคติ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติจะทำให้ทราบถึงความคิดเห็นต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น เนื่องจากทัศนคตินั้น เป็นตัวที่มีความสัมพันธ์และสะท้อนถึงแนวโน้มการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์อีกด้วย

## 7. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice)

พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้น เพราะความแตกต่างกันในการเปิดรับสื่อ และ ความแตกต่างในการแปลความข่าวสารที่ตนได้รับมา จึงก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ต่างกัน อันมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล

ประยูร บุญประเสริฐ นินนาท โอฟาร์วรุฒิ และสายสวรรค์ เรืองวิเศษ (2523) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง อากัปกิริยาของคนเราที่แสดงออกบ่งบอกถึงความชอบและไม่ชอบกิจกรรมบางอย่างซึ่งสามารถสังเกตได้

สุรพงษ์ ไสธนเสถียร (2533) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำ หรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล เกิดขึ้นได้ก็ เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลสารที่ตนเองได้รับ จึง ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่สัมผัสแตกต่างกัน อันจะผลกระทบบต่อพฤติกรรมของบุคคล

### องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาช (Cronbach อ้างถึงในชนินทร์ ต่วนชะเอม , 2541: 42-43) ได้อธิบายพฤติกรรม ของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำ กิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ซึ่งกิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างต้องใช้เวลาอันนานจึงจะสามารถบรรลุตามต้องการ
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถ ที่จำเป็นในการทำ กิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการ บางอย่างอยู่เหนือความสามารถของเรา
3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมที่สนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดๆลงไป คนเราจะต้อง พิจารณา เสียก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจได้มากที่สุด
5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือก แล้ว ในขั้นการแปลความหมาย
6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อคนเราทำกิจกรรมแล้วก็ย่อมได้รับผลการ กระทำนั้นผลที่ได้รับอาจจะตรงตามที่ได้คิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความหมาย (Contradict) ก็เป็นได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thrashing) หากคนเราไม่สามารถที่จะสนองความต้องการได้ กล่าวได้ว่ากำลังประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้คนอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายเสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ มีผลหรือมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับและเกิดพฤติกรรม ในการปฏิบัติตามข้อกำหนด และหลักการของกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์หรือไม่

## 8. แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (Concept of Participation)

การมีส่วนร่วมของคนในกิจกรรมต่างๆ นั้น เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยที่มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ซึ่งการมีส่วนร่วมของมนุษย์นั้นจะมีหลายลักษณะ หลายรูปแบบ และหลายวัตถุประสงค์

วิลเลียม เออร์วิน (Erwin อ้างถึงใน ศรีนยา จิตชัยโกคา, 2545) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาาร่วมคิด ตัดสินใจที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของตนเอง โดยเน้นการมีส่วนร่วมใช้ความคิด วิจารณ์ และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานของกลุ่ม องค์กร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

Rousseau (อ้างถึงใน บุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ , 2535) ได้เขียนทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (A Participation Theory of Democracy) ไว้ดังนี้

การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพในการตัดสินใจว่าจะเลือกในการมีส่วนร่วมหรือไม่ ที่สำคัญคือ จะต้องไม่มีใครเป็นนายใคร หรือเป็นนายแห่งชีวิตใคร

กระบวนการมีส่วนร่วมนั้น ต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคและความสามารถพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดความตระหนัก รับผิดชอบ ในความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตนเอง

ไพรัตน์ เดชะรินทร์ (2524) ให้ความหมายและหลักการสำคัญเรื่อง นโยบายการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาว่า หมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริม ชักนำ และสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้ง ส่วนบุคคล ชม รม สมาคม และองค์การอาสาสมัคร รูปแบบต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่องร่วมกัน

William W. Reeder (อ้างถึงใน บุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ , 2535:80) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการพบปะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคล และการมีส่วนร่วมของทุกกลุ่ม

ศรัณยา จิตชัยโกศา (2545) ได้กล่าวไว้ว่า การมีส่วนร่วม อาจจะมาจกแนวคิดอื่นๆ อีก ได้แก่

1. ความศรัทธาที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น การบำเพ็ญประโยชน์ การสร้างโบสถ์ เป็นต้น
2. ความเกรงใจที่มีต่อ บุคคลที่เราเคารพนับถือ ที่มีเกียรติยศตำแหน่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วม ทั้งๆที่ยังไม่มีความศรัทธาหรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะทำ เช่น ผู้ใหญ่ออกปากขอความช่วยเหลือ เจ้าหน้าที่ของทางราชการ กำนันผู้ใหญ่บ้าน เป็นต้น
3. อำนาจบังคับ ซึ่งเกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่างๆ เช่น การบีบบังคับให้ทำงาน เป็นต้น

โดยสรุปว่า ความเกรงใจและอำนาจบังคับนั้น อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ มีจำนวนมากทั้งที่อาจไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นหรือมีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมนั้นๆก็ได้ และการมีส่วนร่วมนั้นเป็นวิธีการหนึ่งซึ่งนำไปสู่การพัฒนา และอาจเป็นเป้าหมายของการพัฒนาด้วย กล่าวคือ การมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งที่ขาดไม่ได้ในกระบวนการพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนา

## 9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย”

ศุภฉัตรา ประพนธ์ศิลป์ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย และผลของการวิจัยพบว่า การดื่มสุราของคนไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงจำเป็นที่จะต้องเร่งหาหนโยบายในการควบคุมการบริโภคสุรา เพื่อลดความสูญเสียที่เกิดจากการตายก่อนวัยอันควร อุบัติเหตุ และอาชญากรรมต่างๆ ที่เป็นผลจากการดื่มสุรา โดยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มสุรา ความถี่ในการดื่มสุรา และความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการดื่มสุราและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการดื่มสุราเพื่อให้สามารถหาแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อลดการบริโภคสุราได้ดียิ่งขึ้น และใช้ข้อมูลจากโครงการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร ปี พ.ศ. 2547 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ผลการศึกษาชี้ว่า รายได้ที่สูงขึ้น จะเพิ่มความน่าจะเป็นในการเป็นผู้ดื่มสุรา ส่วนปัจจัยด้านราคานั้น พบว่า ราคาสูราที่สูงขึ้น จะลดความน่าจะเป็นในการเป็นผู้ดื่มสุรา นอกจากนี้ ยังพบอีกว่ากลุ่มเพศชาย ผู้ที่หย่าร้าง คนในเขตเมือง ผู้ที่สูบบุหรี่ จะมีแนวโน้มเป็นผู้ดื่มสุราเป็นประจำมาก

ที่สุด ความถี่ในการเป็นผู้ดื่มสุรามีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัญหาความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาสุขภาพ ปัญหาผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในครัวเรือน การประสูติเหตุและความถี่ในการสูบบุหรี่ด้วย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นโยบายด้านราคาเป็นนโยบายที่สำคัญในการลดการบริโภค อย่างไรก็ตาม ภาครัฐควรใช้นโยบายด้านอื่นๆ ประกอบด้วย โดยเฉพาะการรณรงค์ในกลุ่มเพศชาย ผู้ที่หย่าร้าง ผู้ที่อาศัยในเมือง และผู้ที่สูบบุหรี่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความน่าจะเป็นในการเป็นผู้ดื่มสุราค่อนข้างสูง การดำเนินนโยบายดังกล่าวจะช่วยป้องกันและลดความสูญเสียที่เกิดจากการดื่มสุราได้ผลดียิ่งขึ้น

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษากลยุทธ์และประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา”

ทิพารัตน์ เด่นชัยประดิษฐ์ (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ในการรณรงค์ทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่นำมาใช้ในโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา และเพื่อศึกษาประสิทธิผลของโครงการดังกล่าว โดยศึกษาจากการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติต่ออุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา และพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุราของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 390 คน ผลการศึกษาในส่วนกลยุทธ์ของการดำเนินโครงการนั้น พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การส่งข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความรู้และปัญหาอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราผ่านสื่อมวลชนโดยเน้นสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อหลัก เพื่อสร้างความตระหนักรู้ต่อปัญหาอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา ประกอบกับการดำเนินกิจกรรมที่กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการรณรงค์ สำหรับผลการศึกษาในส่วนประสิทธิผลของโครงการนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการในระดับต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่ออุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา และมีพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา ในระดับการปฏิบัติที่ปลอดภัยต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ โดยการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา และพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา แต่มีความสัมพันธ์ในทางลบกับทัศนคติต่ออุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา

งานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ของการเสพสุรากับอาชญากรรม”

สุนนทิพย์ จิตสว่าง (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ถึงความสัมพันธ์ของการเสพสุรากับการประกอบอาชญากรรมที่เป็นความผิดต่อชีวิตและร่างกายว่าการเสพสุราเป็นปัจจัยหลักหรือปัจจัยรองในการประกอบอาชญากรรม เพื่อศึกษาถึงปัจจัยสำคัญอื่น ๆ ที่มีส่วน

สัมพันธ์กับการประกอบอาชญากรรมของผู้ที่เสพยาในประเภทคดีความผิดต่อชีวิตและร่างกาย และเพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันแก้ไขปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากการเสพยา ซึ่งผลการศึกษาพบว่าการเสพยามีความสัมพันธ์กับอาชญากรรม โดยเป็นปัจจัยหลักในการประกอบอาชญากรรมเกี่ยวกับความผิดต่อชีวิตและร่างกายของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่น ซึ่งมีอายุไม่เกิน 25 ปี เนื่องจากการเสพยานำไปสู่การประกอบอาชญากรรมโดยตรง โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบอาชญากรรมจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการเสพยาก่อนการกระทำผิด จนกระทั่งทำให้เกิดปัญหาในการควบคุมสติหรือการยับยั้งชั่งใจในการกระทำผิด และมีการประกอบอาชญากรรมโดยใช้อาวุธ คือ มีด ดาบ ของมีคม และปืน ในสถานที่ที่กำลังเสพยาหรือไม่ห่างไกลจากสถานที่ในการเสพยา ทำให้ผู้เสียหายส่วนใหญ่เสียชีวิตและได้รับบาดเจ็บสาหัส ในขณะเดียวกันการเสพยายังทำให้ผู้เสพมีโอกาสในการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม การวิจัยนี้ได้เสนอแนะให้มีการประชาสัมพันธ์ให้คนในสังคมไทยได้มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเสพยา การควบคุมการผลิตและจำหน่ายยา การควบคุมการขายยาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ การควบคุมการโฆษณาหรือสื่อที่เกี่ยวข้องในการนำเสนอเกี่ยวกับการเสพยา การสร้างความรักความอบอุ่นในครอบครัว การเลือกคบเพื่อน การใช้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการเสพยา ตลอดจนการเลิกติ่มสุราหรือเกี่ยวข้องกับสุราให้น้อยที่สุด การกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างการเสพยากับอาชญากรรม โดยการกำหนดบทลงโทษที่มีความรุนแรงขึ้นสำหรับผู้ประกอบอาชญากรรมที่มีการเสพยาก่อนการกระทำผิด การบำบัดผู้เสพยาอย่างจริงจัง และการประชาสัมพันธ์ให้คนในสังคมได้รับทราบถึงโทษจากการเกี่ยวข้องกับสุรา

งานวิจัยเรื่อง “กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมปัญหาที่เกิดจากการเสพยา”

ขวัญตา เลิศวิจิตรกมล (2539) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผลการวิจัยพบว่า ในสังคมส่วนใหญ่ปรากฏพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งผลจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ผสมอยู่ด้วยนั้น จะกระทบโดยตรงต่อร่างกายผู้เสพ โดยเฉพาะผลที่เกิดต่อระบบประสาทส่วนกลาง อันเป็นเหตุให้ผู้เสพไม่อาจควบคุมอารมณ์ และพฤติกรรมของตนเองได้ตามปกติ ลักษณะดังกล่าวก่อให้เกิดความเสียหายต่อชีวิต ร่างกายและทรัพย์สินของผู้อื่น ปัจจุบัน บทบัญญัติของกฎหมายที่มีผลในการควบคุมปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากการเสพ สุราในประเทศไทย กระจัดกระจายในกฎหมายหลายฉบับ มีความแตกต่างของระดับกฎหมายและความเหลื่อมล้ำของอัตราโทษ ตลอดจนการขาดประสิทธิภาพในการบังคับใช้เป็นเหตุให้กฎหมายต่างๆ ที่มีอยู่ไม่อาจควบคุมปัญหาที่เกิดจากสุราได้สมดังเจตนารมณ์ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งชี้ให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น โดยผู้เขียนเห็นว่าควรมีการรวบรวมบทบัญญัติของกฎหมายที่มีผลบังคับโดยตรงต่อ สุราเป็นฉบับเดียว และเพิ่มประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายที่กำหนดโทษหรือความผิดของผู้กระทำความผิดขณะเมามาหรือการกระทำความผิดอัน



เป็นผลมาจากความมีเมตตาเพราะการเสพสุรา ที่ปรากฏในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะละเมิด, พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522, พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน พ.ศ. 2535 โดยระเบียบวิธีแก้ไขปัญหาต่างๆ ไว้ กล่าวคือให้มีการพิจารณานำเอาหลักเรื่องค่าเสียหายเชิงลงโทษมาบังคับใช้, แรงจูงใจให้มีการปรับมาตรฐานเครื่องตรวจวัดแอลกอฮอล์ในลมหายใจให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ และให้สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนจัดอบรมแนวทางในการกำหนดระดับโทษของข้าราชการพลเรือน ที่กระทำผิดวินัยจากการเสพสุราต่อหน่วยงานต่างๆ เพื่อกำหนดบรรทัดฐานในการลงโทษ อันจะเป็นผลให้กฎหมายสามารถควบคุมปัญหาที่เกิดจากการเสพสุราได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์เมาไม่ขับ”

หรือสุดา ปัดมทวนันท์ (2554) การศึกษาพัฒนาการของโครงการ "เมาไม่ขับ" วิธีการสื่อสารภายในเครือข่ายเมาไม่ขับ และวิธีการสื่อสารกับสาธารณชนของโครงการเมาไม่ขับ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการของโครงการเมาไม่ขับแบ่งออกเป็นสองระยะคือ ระยะก่อตั้ง และระยะขยายเครือข่ายและดำเนินการ และการสื่อสารภายในเครือข่าย "เมาไม่ขับ" ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้ การขอการสนับสนุนด้านนโยบาย การขอการสนับสนุนด้านการใช้กฎหมายควบคู่ไปกับการรณรงค์ การขอการสนับสนุนด้านงบประมาณ การขอการสนับสนุนด้านกิจกรรมการรณรงค์ การประชาสัมพันธ์ การประเมินโครงการ และการสร้างกระแสสังคม โดยวิธีการสื่อสารที่ใช้เป็นแบบการสื่อสารสองทาง ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ สำหรับการสื่อสารกับสาธารณชนของโครงการเมาไม่ขับ มุ่งสื่อสารไปยังกลุ่มคนต่อไปนี้เป็นคือ กลุ่มผู้ขับขี่ยานพาหนะประชาชนทั่วไป ผู้ขับขี่รถมอเตอร์ไซด์ พนักงานในองค์กรของหน่วยงานที่ร่วมรณรงค์ เมาไม่ขับ โดยมีวิธีการสื่อสารไปยังสาธารณชนโดยสร้างกระแสสังคมคนเมาแล้วขับ สร้างฟรีเซนต์เตอร์จากเหยื่อเมาแล้วขับ ใช้โบว์ฟ้าเป็นสัญลักษณ์ในการรณรงค์ จัดงานแถลงข่าว ใช้สื่อทุกช่องทาง จัดนิทรรศการให้ความรู้แก่ประชาชน จัดกิจกรรมในย่านสถานบันเทิงและหอศิลป์ จัดกิจกรรมช่วงเทศกาล และการจัดกิจกรรมตามโรงเรียนต่างๆ

จากการศึกษาวิจัยต่างๆ ดังกล่าวทั้งหมด จึงเป็นส่วนสำคัญที่ผู้วิจัยได้นำมากำหนดรูปแบบการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ นั่นคือ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแบบอย่างในการทำการศึกษาคือ การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มีความสัมพันธ์ตามสมมติฐาน รวมถึงการค้นหาตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้ดีที่สุดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดผลตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบปัญหาในการวิจัย โดยให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ประชากร

ประชากรที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ วัยรุ่น ผู้ซึ่งมีอายุระหว่าง 15-19 ปีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 406,750 คน เป็นเพศชาย 204,863 คน และเพศหญิง 201,887 คน (ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย รวบรวมโดยกองคลังและข้อมูล และสนเทศสถิติสำนักงานสถิติแห่งชาติ ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2553)

#### กลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร 406,750 คน โดยใช้วิธีเปิดตารางของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) ณ ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่างประมาณ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ทั้งสิ้น 400 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างดำเนินการดังต่อไปนี้

**ขั้นที่ 1** การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งเขตศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพมหานครเป็น 2 เขต คือ เขตศูนย์การค้ากรุงเทพมหานครชั้นใน และเขตศูนย์การค้ากรุงเทพมหานครชั้นนอก ซึ่งจากแต่ละเขตได้สุ่มตัวอย่างห้างสรรพสินค้าเขตละ 4 แห่ง ดังนี้

- เขตศูนย์การค้ากรุงเทพมหานครชั้นใน ได้แก่ สยามสแควร์ , ศูนย์การค้าเอ็มโพเรียม , ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ และศูนย์การค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว
- เขตศูนย์การค้ากรุงเทพมหานครชั้นนอก ได้แก่ ศูนย์การค้าพาราไดซ์ พาร์ค ถนนศรีนครินทร์ , ศูนย์การค้าเซ็นทรัล บางนา , ศูนย์การค้าเดอะพาสซิโอ ลาดกระบัง และศูนย์การค้าแพชั่นไฮส์ แลนด์ รามอินทรา

**ขั้นที่ 2** การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้แก่บุคคลในเขตศูนย์การค้ากรุงเทพมหานครชั้นใน 4 แห่ง และเขตศูนย์การค้ากรุงเทพมหานครชั้นนอก 4 แห่ง จนได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ 400 คน

### สมมติฐานและตัวแปรในการวิจัย

1. วัตถุประสงค์การวิจัยทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน
 

**ตัวแปรต้น** เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของครอบครัว

**ตัวแปรตาม** การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต
2. วัตถุประสงค์การวิจัยทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน
 

**ตัวแปรต้น** เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของครอบครัว

**ตัวแปรตาม** ทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์
3. วัตถุประสงค์การวิจัยทางประชากรแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน
 

**ตัวแปรต้น** เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของครอบครัว

**ตัวแปรตาม** การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์



## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ เป็นการใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาของคำถาม โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของครอบครัว

**ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต

**ส่วนที่ 3** เป็นคำถามวัดทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

**ส่วนที่ 4** เป็นคำถามวัดการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

## การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และ ความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

### 1. ความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัย นำแบบสอบถามให้ อาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาความถูกต้องและความเหมาะสม ของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม (Wording) ความชัดเจนและครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสมและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

### 2. ความเชื่อถือได้ (Reliability)

ผู้วิจัย ทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจริง โดยนำไปทดลองใช้ (pre-test) กับกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 15-19 ปี จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อแต่ละตอนของแบบสอบถาม สามารถสื่อความหมายตรงตามผู้วิจัยต้องการ และคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากหรือง่ายเพียงใด หลังจากนั้นจึงนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ แล้วนำผลที่ได้มาหาค่าความเชื่อถือได้ จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อถือได้ขั้นต่ำ

0.75 เมื่อแก้ไขเรียบร้อยแล้ว จึงส่งแบบสอบถามนี้ออกไปเก็บข้อมูลให้ได้ครบจำนวน 400 ชุดตามที่กำหนดไว้ โดยใช้การหาค่า Alpha Coefficient ตามวิธีของ Cronbach (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ \frac{1 - \sum V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ $\alpha$	คือ	ค่าความเชื่อถือได้
$k$	คือ	จำนวนข้อ
$V_i$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
$V_t$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต  
= 0.88
2. ทักษะคิดต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์  
= 0.80
3. การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์  
= 0.79

ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ได้สูงกว่าขั้นต่ำ 0.75 ที่กำหนดไว้ทั้งหมด ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้

### การวัดตัวแปร และเกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปร

1. ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของครอบครัว
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

2.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ความบ่อยครั้งในการชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ และอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร

บ่อยที่สุด มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ 5 คะแนน

สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง 4 คะแนน

สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง 3 คะแนน

สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	2 คะแนน
นานๆครั้ง / ไม่เคยเลย	1 คะแนน

2.2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ได้แก่ บุคคลในครอบครัว-ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมสถาบัน และคนรู้จัก โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ความบ่อยครั้งในการพูดคุยกับบุคคลในครอบครัว-ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมสถาบัน และคนรู้จัก	
บ่อยที่สุด	5 คะแนน
บ่อย	4 คะแนน
พอสมควร	3 คะแนน
ไม่บ่อย	2 คะแนน
นานๆครั้ง / ไม่เคยเลย	1 คะแนน

2.3 การเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

เดือนละ 4 ครั้งหรือมากกว่า	5 คะแนน
เดือนละ 3 ครั้ง	4 คะแนน
เดือนละ 2 ครั้ง	3 คะแนน
เดือนละ 1 ครั้ง	2 คะแนน
หลายเดือนครั้ง / ไม่เคยเลย	1 คะแนน

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต ได้กำหนดคะแนนเพื่อจัดระดับออกเป็น 5 ระดับ คือ

- กลุ่มคะแนนระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำมาก
- กลุ่มคะแนนระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีปริมาณในการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ
- กลุ่มคะแนนระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีปริมาณในการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง
- กลุ่มคะแนนระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีปริมาณในการเปิดรับข่าวสารในระดับค่อนข้างมาก
- กลุ่มคะแนนระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีปริมาณในการเปิดรับข่าวสารในระดับมาก

3. ทักษะคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ การวัดทักษะคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ เป็นการวัดโดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale โดยแบ่งเป็นระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน	1 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน	2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน	4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน	5 คะแนน

นำคะแนนเฉลี่ยที่วัดได้มาวัดระดับทักษะคติเป็น 5 ระดับคือ

กลุ่มคะแนนระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีทักษะคติเชิงลบมาก

กลุ่มคะแนนระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีทักษะคติเชิงลบ

กลุ่มคะแนนระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีทักษะคติเชิงกลาง

กลุ่มคะแนนระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีทักษะคติเชิงบวก

กลุ่มคะแนนระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีทักษะคติเชิงบวกมาก

4. การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

การวัดการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ มีเกณฑ์วัดดังนี้

ไม่เคย	1 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
บางครั้ง	3 คะแนน
บ่อยครั้ง	4 คะแนน
เป็นประจำ	5 คะแนน

นำคะแนนเฉลี่ยที่วัดได้มาวัดระดับการยอมรับเป็น 5 ระดับคือ

กลุ่มคะแนนระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง มีการยอมรับน้อยที่สุด

กลุ่มคะแนนระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง มีการยอมรับน้อย

กลุ่มคะแนนระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง มีการยอมรับปานกลาง

กลุ่มคะแนนระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง มีการยอมรับมาก



กลุ่มคะแนนระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง มีการยอมรับมากที่สุด

### เกณฑ์ของระดับค่าความสัมพันธ์

การวัดค่าความสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. การวัดค่าความสัมพันธ์การเปิดรับข่าวสาร กับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์
2. การวัดค่าความสัมพันธ์การเปิดรับข่าวสาร กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์
3. การวัดค่าความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ของศุภกิจ วงศ์วิวัฒน์นุกิจ (2550) ในการวัดระดับความสัมพันธ์ ตามค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้

1.00	= มีความสัมพันธ์สมบูรณ์
$\geq 0.7$	= มีความสัมพันธ์สูงมาก
0.50 - 0.69	= มีความสัมพันธ์สูง
0.30 - 0.49	= มีความสัมพันธ์ปานกลาง
0.10 - 0.29	= มีความสัมพันธ์ต่ำ
0.01 - 0.09	= มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
0.00	= ไม่มีความสัมพันธ์ หรือไม่มีนัยสำคัญ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มไว้แล้วจำนวน 400 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเองตามความเป็นจริง หรือให้ผู้วิจัยเป็นผู้กรอกแบบสอบถามให้ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบคำถามตามความเป็นจริง ให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

## การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

### 1. แบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method)

ข้อมูลที่ได้จะเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยนำเสนอข้อมูลโดยตาราง เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในเรื่องต่อไปนี้

1. ข้อมูลด้าน ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต
3. ทักษะคดีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์
4. การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

### 2. แบบวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Method)

เป็นการวิเคราะห์จากการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### สมมติฐานที่ 1

วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

**สถิติที่ใช้** คือ t-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA)

#### สมมติฐานที่ 2

วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

**สถิติที่ใช้** คือ t-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) แล้วแต่กรณี

### สมมติฐานที่ 3

วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

**สถิติที่ใช้** คือ t-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) แล้วแต่กรณี

### สมมติฐานที่ 4

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น

**สถิติที่ใช้** คือ การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

### สมมติฐานที่ 5

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น

**สถิติที่ใช้** คือ การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

### สมมติฐานที่ 6

ทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น

**สถิติที่ใช้** คือ การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

### สมมติฐานที่ 7

ตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นได้ดีที่สุด

**สถิติที่ใช้** คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### การประมวลผลข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามที่ต้องการแล้ว ได้นำไปประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Sciences)



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

**ส่วนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

**ส่วนที่ 4** ผลการวิเคราะห์การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

**ส่วนที่ 5** ผลการทดสอบสมมติฐาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ด้วยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ผลดังตารางที่ 1 - 4

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	89	22.25
หญิง	311	77.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 77.75 และ 22.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-17 ปี	146	36.50
18-19 ปี	254	63.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-19 ปี มากกว่า 15-17 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.50 และ 36.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย	136	34.00
ระดับปริญญาตรี	264	66.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 66.00 และ 34.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว

ระดับรายได้ของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	20	5.00
10,000-20,000 บาท	57	14.25
20,001-30,000 บาท	78	19.50
30,001-40,000 บาท	99	24.75
40,000 บาทขึ้นไป	146	36.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับรายได้ของครอบครัว 40,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมา มีระดับรายได้ของครอบครัว 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.75 และมีระดับรายได้ของครอบครัวไม่เกิน 10,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความถี่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้าม  
จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

การวิเคราะห์ความถี่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต ด้วย  
ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 5 – 7

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ  
กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ประเภทสื่อ	บ่อย ที่สุด	บ่อย	พอ สมควร	ไม่บ่อย	นานๆ ครั้ง/ไม่ เคยเลย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการ เปิดรับ ข่าวสาร
สื่อมวลชน						2.80	0.78	ปานกลาง
1. โทรทัศน์	75 (18.75)	114 (28.50)	137 (34.25)	64 (16.00)	10 (2.50)	3.45	1.05	ค่อนข้างมาก
2. วิทยุ	19 (4.75)	76 (19.00)	178 (44.50)	93 (23.25)	34 (8.50)	2.88	0.97	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์	29 (7.25)	68 (17.00)	126 (31.50)	121 (30.25)	56 (14.00)	2.73	1.12	ปานกลาง
4. นิตยสาร	6 (1.50)	19 (4.75)	108 (27.00)	162 (40.50)	105 (26.25)	2.15	0.92	ต่ำ



ตารางที่ 5 (ต่อ)

ประเภทสื่อ	บ่อยที่สุด	บ่อย	พอสมควร	ไม่บ่อย	นานๆ ครั้ง/ไม่เคยเลย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
สื่อบุคคล						2.60	0.91	ต่ำ
1.บุคคลในครอบครัว/ญาติพี่น้อง	25 (6.25)	93 (23.25)	109 (27.25)	103 (25.75)	70 (17.50)	2.75	1.18	ปานกลาง
2. เพื่อนร่วมสถาบัน	13 (3.25)	97 (24.25)	140 (35.00)	97 (24.25)	53 (13.25)	2.80	1.05	ปานกลาง
3. คนรู้จัก	2 (0.50)	30 (7.50)	135 (33.75)	130 (32.50)	103 (25.75)	2.25	0.94	ต่ำ
สื่ออินเทอร์เน็ต	40 (10.00)	91 (22.75)	89 (22.25)	106 (26.50)	74 (18.50)	2.79	1.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น จากสื่อมวลชนมากที่สุด รองลงมาได้แก่สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในแต่ละประเภทของสื่อพบว่า สื่อมวลชน มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.80$ ) โดยเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ( $\bar{X} = 2.80$ ) รองลงมา คือ สื่อวิทยุ ( $\bar{X} = 2.88$ ) และสื่อหนังสือพิมพ์ ( $\bar{X} = 2.73$ ) ตามลำดับ และสื่อนิตยสารน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 2.15$ ) สื่อบุคคล มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ ( $\bar{X} = 2.60$ ) โดยเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนร่วมสถาบันมากที่สุด ( $\bar{X} = 2.80$ ) รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว/ญาติพี่น้อง ( $\bar{X} = 2.85$ ) และเปิดรับข่าวสารจากคนรู้จักน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 2.25$ ) ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ต มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.79$ )

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

การวิเคราะห์ทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 6

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ทัศนคติ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. ท่านคิดว่ากฎหมายนี้เป็นการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกและค่านิยมที่ดีให้ห่างไกลจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	74 (18.50)	195 (48.75)	69 (17.25)	56 (14.00)	6 (1.50)	3.69	0.98	เชิงบวก
2. ท่านคิดว่ากฎหมายนี้สามารถลดนักดื่มแอลกอฮอล์หน้าใหม่ได้	8 (2.00)	129 (32.25)	188 (47.00)	62 (15.50)	13 (3.25)	3.14	0.82	เชิงกลาง
3. ท่านคิดว่ากฎหมายนี้ไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงในสังคม เพราะผู้ชายไม่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด	26 (6.50)	265 (66.25)	85 (21.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	3.73	0.67	เชิงบวก

## ตารางที่ 6 (ต่อ)

ทัศนคติ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
4. ท่านคิดว่าควรเพิ่มบทลงโทษอย่างรุนแรงแก่ผู้ชายที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายนี้	51 (12.75)	302 (75.50)	38 (9.50)	7 (1.75)	2 (0.50)	3.98	0.58	เชิงบวก
5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรระบุกฎระเบียบบังคับและบทลงโทษไว้ให้ชัดเจน	63 (15.75)	309 (77.25)	28 (7.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.09	0.47	เชิงบวก
6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้มงวด ตรวจตราร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจัง	106 (26.50)	273 (68.25)	18 (4.50)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.21	0.55	เชิงบวก
7. ท่านคิดว่ากฎหมายนี้มีความเข้มงวดเหมาะสมแล้ว	6 (1.50)	61 (15.25)	181 (45.25)	119 (29.75)	33 (8.25)	2.72	0.87	เป็นกลาง
8. กฎหมายนี้เป็นเพียงแค่กระดาษนิยมชั่วคราวในสังคมไทย	41 (10.25)	230 (57.50)	127 (31.75)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.78	0.62	เชิงบวก
9. ควรมีการดำเนินคดีแก่ผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนอย่างเด็ดขาด	76 (19.00)	303 (75.75)	18 (4.50)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.13	0.50	เชิงบวก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ทัศนคติ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
10. ท่านคิดว่ากฎหมายนี้มีความจำเป็นมากต่อสังคมไทยในขณะนี้	109 (27.25)	240 (60.00)	45 (11.25)	6 (1.50)	0 (0.00)	4.13	0.66	เชิงบวก
11. ท่านเชื่อว่ากฎหมายนี้ช่วยลดปัญหาสังคมต่างๆได้ เช่น อุบัติเหตุ(เมาแล้วขับ) หนีสิน อาชญากรรม เป็นต้น	134 (33.50)	223 (55.75)	35 (8.75)	5 (1.25)	3 (0.75)	4.20	0.71	เชิงบวก
12. ท่านคิดว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด	57 (14.25)	291 (72.75)	50 (12.50)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.01	0.54	เชิงบวก
<b>รวม</b>						<b>3.82</b>	<b>0.31</b>	<b>เชิงบวก</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ อยู่ในระดับเชิงบวก ( $\bar{X} = 3.82$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่องหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้มงวด ตรวจตราร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจัง และเชื่อว่ากฎหมายนี้ช่วยลดปัญหาสังคมต่างๆได้ เช่น อุบัติเหตุ(เมาแล้วขับ) หนีสิน อาชญากรรม เป็นต้นมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$  และ 4.20) ตามลำดับ รองลงมาคือ ควรมีการดำเนินคดีแก่ผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนอย่างเด็ดขาด และคิดว่ากฎหมายนี้มีความจำเป็นมากต่อสังคมไทยในขณะนี้ ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากัน ( $\bar{X} = 4.13$ ) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่องกฎหมายมีความเข้มงวดเหมาะสมแล้วน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 2.72$ )

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคล ซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

การวิเคราะห์การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปี  
บริบูรณ์ ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการยอมรับเกี่ยวกับการ  
ยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

การกระทำสิ่งต่อไปนี้	เป็น ประจำ	บ่อย ครั้ง	ปาน กลาง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย เลย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการ ยอมรับ
1. ท่านยินดีปฏิบัติตามและให้ ความร่วมมือในทุกรูปแบบที่ เกี่ยวกับกฎหมายนี้	75 (18.75)	161 (40.25)	131 (32.75)	21 (5.25)	12 (3.00)	3.67	0.94	มาก
2. ท่านติดตามเรื่องราวข่าวสาร เกี่ยวกับกฎหมายนี้อย่าง สม่ำเสมอ	2 (0.50)	103 (25.75)	168 (42.00)	108 (27.00)	19 (4.75)	2.90	0.85	ปานกลาง
3. ท่านได้ตักเตือนบุคคลใกล้ชิด ที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ห้ามมิให้ ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อ บริโภคหรือให้บุคคลอื่น	7 (1.75)	35 (8.75)	84 (21.00)	137 (34.25)	137 (34.25)	2.10	1.03	น้อย
4. ท่านให้เบาะแสเกี่ยวกับร้านที่ จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่ง ดำเนินการผิดกฎหมาย	0 (0.00)	26 (6.50)	53 (13.25)	26 (6.50)	295 (73.75)	1.53	0.95	น้อยที่สุด

ตารางที่ 7 (ต่อ)

การกระทำสิ่งต่อไปนี้	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	ปานกลาง	นานๆครั้ง	ไม่เคยเลย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการยอมรับ
5. ท่านได้ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับกฎหมายนี้กับบุคคลใกล้ชิดหรือกลุ่มเพื่อน	9	67	107	126	91	2.44	1.08	น้อย
	(2.25)	(16.75)	(26.75)	(31.50)	(22.75)			
6. ท่านเห็นด้วยกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์	60	136	174	27	3	3.56	0.85	มาก
	(15.00)	(34.00)	(43.50)	(6.75)	(0.75)			
7. ท่านไม่ซื้อสินค้าในร้านที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์	27	88	191	52	42	3.02	1.02	ปานกลาง
	(6.75)	(22.00)	(47.75)	(13.00)	(10.50)			
<b>รวม</b>						<b>2.74</b>	<b>0.67</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.74$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับในเรื่องท่านยินดีปฏิบัติตามและให้ความร่วมมือในทุกรูปแบบที่เกี่ยวกับกฎหมายนี้มากที่สุด ( $\bar{X} = 3.67$ ) รองลงมาได้แก่ เห็นด้วยกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ( $\bar{X} = 3.56$ ) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับในเรื่องท่านให้เบาะแสเกี่ยวกับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งดำเนินการผิดกฎหมายน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.53$ )

## ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติ t-test ใช้กับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป ได้แก่ รายได้ของครอบครัว กรณีที่พบความแตกต่าง จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วย วิธีการทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe) และใช้ Pearson Correlation Co-efficient ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า P มีค่าน้อยกว่า 0.05 สำหรับการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันสามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1 แสดงดังตารางที่ 8

**ตารางที่ 8** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จำแนกตามเพศ

เพศ	$n$	$\bar{X}$	$SD$	$t$	Sig.
ชาย	89	2.60	0.68	-1.806	0.072
หญิง	311	2.76	0.76		

จากตารางที่ 8 พบว่า วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2 แสดงดังตารางที่ 9

**ตารางที่ 9** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จำแนกตามอายุ

อายุ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	Sig.
15-17 ปี	146	2.88	0.75	3.179*	0.002
18-19 ปี	254	2.64	0.73		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 พบว่า วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยวัยรุ่นที่มีอายุ 18-19 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ มากกว่าวัยรุ่นที่มีอายุ 15-17 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สมมติฐานที่ 1.3 วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3 แสดงดังตารางที่ 10

**ตารางที่ 10** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	Sig.
มัธยมศึกษาตอนปลาย	136	2.82	0.79	1.763	0.079
ระดับปริญญาตรี	264	2.68	0.72		

จากตารางที่ 10 พบว่า วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 1.4 วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4 แสดงดังตารางที่ 11

**ตารางที่ 11** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว

ระดับรายได้ของครอบครัว	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	Sig.
ไม่เกิน 10,000 บาท	20	2.49	0.86	1.896	0.110
10,000-20,000 บาท	57	2.85	0.90		
20,001-30,000 บาท	78	2.82	0.63		
30,001-40,000 บาท	99	2.77	0.61		
40,000 บาทขึ้นไป	146	2.63	0.79		

จากตารางที่ 11 พบว่า วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐาน ที่ 2** วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 แสดงดังตารางที่ 12

**ตารางที่ 12** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันจำแนกตามเพศ

เพศ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	Sig.
ชาย	89	3.78	0.33	-1.124	0.262
หญิง	311	3.83	0.31		

จากตารางที่ 12 พบว่า วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 2.2 วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2 แสดงดังตารางที่ 13

**ตารางที่ 13** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันจำแนกตามอายุ

อายุ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	Sig.
15-17 ปี	146	3.81	0.27	-0.490	0.624
18-19 ปี	254	3.82	0.34		

จากตารางที่ 13 พบว่า วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 2.3 วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.3 แสดงดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	Sig.
มัธยมศึกษาตอนปลาย	136	3.80	0.28	-0.751	0.453
ระดับปริญญาตรี	264	3.83	0.33		

จากตาราง 14 พบว่า วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 2.4 วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.4 แสดงดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันจำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว

ระดับรายได้ของครอบครัว	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	Sig.
ไม่เกิน 10,000 บาท	20	3.87	0.24	0.534	0.711
10,000-20,000 บาท	57	3.86	0.25		
20,001-30,000 บาท	78	3.79	0.24		
30,001-40,000 บาท	99	3.80	0.26		
40,000 บาทขึ้นไป	146	3.82	0.40		

จากตาราง 15 พบว่า วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3** วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.1 แสดงดังตารางที่ 16

**ตารางที่ 16** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ

เพศ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	Sig.
ชาย	89	2.54	0.64	-3.230*	0.001
หญิง	311	2.80	0.67		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 พบว่า วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยวัยรุ่นเพศหญิง มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ มากกว่าวัยรุ่นเพศชาย

สมมติฐานที่ 3.2 วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.2 แสดงดังตารางที่ 17

**ตารางที่ 17** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ

อายุ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	Sig.
15-17 ปี	146	2.65	0.69	-2.028*	0.043
18-19 ปี	254	2.79	0.66		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 พบว่า วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยวัยรุ่นที่มีอายุ 18-19 ปี มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ มากกว่าวัยรุ่นที่มีอายุ 15-17 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สมมติฐานที่ 3.3 วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.3 แสดงดังตารางที่ 18

**ตารางที่ 18** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	Sig.
มัธยมศึกษาตอนปลาย	136	2.63	0.70	-2.517*	0.012
ระดับปริญญาตรี	264	2.80	0.65		

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ มากกว่าวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3.4 วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.4 แสดงดังตารางที่ 19

**ตารางที่ 19** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน จำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัว

ระดับรายได้ของครอบครัว	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	Sig.
ไม่เกิน 10,000 บาท	20	2.58	0.65	2.138	0.075
10,000-20,000 บาท	57	2.76	0.52		
20,001-30,000 บาท	78	2.62	0.61		
30,001-40,000 บาท	99	2.70	0.53		
40,000 บาทขึ้นไป	146	2.86	0.82		

จากตาราง 19 พบว่า วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 4** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 แสดงดังตารางที่ 20

**ตารางที่ 20** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นกับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ตัวแปร	การเปิดรับข่าวสาร		
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	นัยสำคัญ	ระดับความสัมพันธ์
ทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์	0.247***	0.000	ต่ำ

\*\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 20 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.247 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมากขึ้น จะทำให้มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ไปในทางที่ดีมากขึ้นตามไปด้วย

**สมมติฐานที่ 5** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 แสดงดังตารางที่ 21

**ตารางที่ 21** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นกับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ตัวแปร	การเปิดรับข่าวสาร		
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	นัยสำคัญ	ระดับความสัมพันธ์
การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์	0.461***	0.000	ปานกลาง

\*\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 21 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.461 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมากขึ้น จะทำให้มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้นตามไปด้วย

**สมมติฐานที่ 6** ทศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 แสดงดังตารางที่ 22

**ตารางที่ 22** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นกับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ตัวแปร	ทศนคติ		
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	นัยสำคัญ	ระดับความสัมพันธ์
การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์	0.495***	0.000	ปานกลาง

\*\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 22 พบว่า ทศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.495 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อทศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นดีขึ้น จะทำให้มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้นตามไปด้วย

**สมมติฐานที่ 7** ตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นได้ดีที่สุด คือ การเปิดรับข่าวสาร

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 แสดงดังตารางที่ 23

**ตารางที่ 23** ผลการวิเคราะห์หัดถดถอยพหุคูณเมื่อให้การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์เป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวพยากรณ์	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t	Sig.
				B	Beta		
สื่อบุคคล	0.513	0.263	0.261	0.318	0.429	10.984***	0.000
ทัศนคติ	0.495	0.245	0.243	0.870	0.406	10.393***	0.000
ค่าคงที่				-1.402		-4.470***	0.000

F = 144.296 (Sig F = 0.000)

R<sup>2</sup>adj = 0.421

\*\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 23 เมื่อให้การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์เป็นตัวแปรตาม และมีตัวแปรต้นดังต่อไปนี้ การเปิดรับจากสื่อต่างๆ อันได้แก่ สื่อมวลชน คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคล อันได้แก่ บุคคลในครอบครัว /ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมสถาบัน คนรู้จัก สื่ออินเทอร์เน็ต และทัศนคติ

ผลการวิเคราะห์หัดถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwise พบว่ามีตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 เพียง 2 ตัวแปร โดยมีความสำคัญตามลำดับคือ การเปิดรับจากสื่อบุคคล และทัศนคติ

นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรทั้งสองตัวแปรร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคะแนนการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้ประมาณ ร้อยละ 42.1

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จากสื่อบุคคล จึงเป็นตัวแปรที่อธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้มากที่สุด จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์” มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ รวมถึงทัศนคติ และการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นได้ดีที่สุด

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ วัยรุ่น ผู้ที่มีอายุ 15-19 ปี เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) จากนั้นนำข้อมูลที่เก็บได้ไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ เพื่ออธิบาย ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ทศนคติ และการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้การหาค่าความแตกต่าง โดยการทดสอบค่า t(t-test) การวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## สรุปผลการวิจัย

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน เป็นวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-19 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากกว่าระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และมีระดับรายได้ของครอบครัว 40,000 บาทขึ้นไป

#### ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

##### 1. สื่อมวลชน

วัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ โดยมีการเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุ และมีการเปิดรับสื่อจากนิตยสารน้อยที่สุด โดยรวมแล้ววัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อนิตยสาร เกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ในระดับปานกลาง

##### 2. สื่อบุคคล

วัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ โดยมีการเปิดรับข่าวจากเพื่อนร่วมสถาบันมากที่สุด รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว/ญาติพี่น้อง และน้อยที่สุดจากคนรู้จัก โดยรวมแล้ววัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ จากสื่อบุคคลเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

##### 3. สื่ออินเทอร์เน็ต

วัยรุ่นส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับปานกลางเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์



### ส่วนที่3 ทศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

วัยรุ่นส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ โดยวัยรุ่นมีความคิดเห็นในเรื่องหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของควรเข้มงวดตรวจตราร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจัง และเชื่อว่ากฎหมายนี้ช่วยลดปัญหาสังคมต่างๆได้ เช่น อุบัติเหตุ (เมาแล้วขับ) หนีเรียน อาชญากรรม เป็นต้น มากที่สุด รองลงมา คือ ควรมีการดำเนินคดีแก่ผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนอย่างเด็ดขาด และคิดว่ากฎหมายนี้มีความจำเป็นมากต่อสังคมไทยในขณะนี้ ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่องกฎหมายนี้มีความเข้มงวดเหมาะสมแล้วน้อยที่สุด

### ส่วนที่4 การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

วัยรุ่นมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการยอมรับในเรื่องยินดีปฏิบัติตามและให้ความร่วมมือในทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายนี้มากที่สุด รองลงมาคือ เห็นด้วยกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ แต่มีการยอมรับในเรื่องการให้เบาะแสเกี่ยวกับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งดำเนินการผิดกฎหมายน้อยที่สุด

### ส่วนที่5 การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า

1. วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน
2. วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวเกี่ยวกับสารกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน
3. วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน
4. วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน



**สมมติฐานที่ 4** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ กล่าวคือ เมื่อวัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้น จะทำให้มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้นตามไปด้วย

**สมมติฐานที่ 5** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กับ การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ กล่าวคือ เมื่อวัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้น จะทำให้มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้นตามไปด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมติฐานที่ 6** ทักษะการติดต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

จากการวิจัยพบว่า

ทักษะการติดต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ กล่าวคือ เมื่อวัยรุ่นมีทักษะการติดต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้น จะทำให้มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้นตามไปด้วย

**สมมติฐานที่ 7** ตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ของวัยรุ่นได้ดีที่สุด คือ การเปิดรับข่าวสาร

จากการวิจัยพบว่า

ตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์โดยมีความสำคัญตามลำดับ คือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล และทัศนคติ

เมื่อให้การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์เป็นตัวแปรตาม และมีตัวแปรต้นดังต่อไปนี้ การเปิดรับจากสื่อต่างๆ อันได้แก่ สื่อมวลชน คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคล อันได้แก่ บุคคลในครอบครัว/ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมสถาบัน คนรู้จัก สื่ออินเทอร์เน็ต และทัศนคติ

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล เกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ จึงเป็นตัวแปรที่อธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้ดีที่สุด

## อภิปรายผล

**สมมติฐานที่ 1** วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า

1. วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

อาจสันนิษฐานได้ว่า การที่เพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกันนั้น อาจเป็นเพราะทั้งเพศชายและหญิงมีสิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกัน ในการเลือกรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์นั้นเป็นประเด็นกว้างๆที่ทั้งชายและหญิงมีโอกาสที่จะเปิดรับเหมือนกัน โดยการเลือกรับสื่อ นั้น มักเลือกจากความ สนใจ ความอยากรู้ ความพึงพอใจ ความสะดวก และความเหมาะสมตามแต่ละสถานการณ์ของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างสนใจเกี่ยวกับข่าวสารบ้านเมือง และเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมมากขึ้น ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลมากขึ้น เพื่อ ต้องการให้ตนเองรู้ทันเหตุการณ์ต่างๆ และนำข่าวสารนั้นๆมาเป็นประเด็นพูดคุยกับบุคคลอื่น หรือแม้แต่จะต้องการเป็นส่วนหนึ่งในเหตุการณ์นั้นๆ ดังแนวคิดของแม็คคอมบส์ และเบ็คเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ที่กล่าวว่าบุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ เพื่อต้องการรู้ทันเหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์สิ่งต่างๆรอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้ตนเองทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้ เพื่อต้องการช่วยเป็นสิ่งที่ในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนต่อ อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่างๆได้ เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้พูดคุยกับบุคคลอื่นได้ เพื่อความต้องการการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และรอบๆตัว ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้บุคคลรับข่าวสารต่างๆ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นทั้งเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันนี้ สังคมไทยของเรารายล้อมไปด้วยสิ่งอบายมุขต่างๆที่เด็กและเยาวชนถูกชักจูงได้ง่าย และความอยากรู้ อยากรทดลอง โดยสิ่งแรกๆที่เด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงได้ง่ายก็คือ การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาดื่ม เนื่องจากในอดีตไม่มีกฎหมายห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ใช้อย่างเคร่งครัด ทำให้เด็กและเยาวชนสามารถซื้อหาดื่มได้ง่าย ซึ่งการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้คนขาดสติ และส่งผลเสียต่างๆตามมา ไม่ว่าจะเป็นการติดยาเสพติด การพนัน การมีเพศสัมพันธ์ข้ามคืน เป็นต้น ซึ่งแต่ละสิ่ง ที่กล่าวมานี้

ล้นส่งผลเสียต่ออนาคตของเด็กและเยาวชน ทำให้ประชาชนทุกคนล้วนตระหนักถึงอันตรายต่างๆของปัญหาเหล่านี้แล้วแต่เป็นปัญหาสังคม ดังนั้นเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่จึงหันมาให้ความสนใจต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ทั้งนี้ทางหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้จัดกิจกรรมงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นมา มีวัตถุประสงค์เพื่อลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่ โดยผ่านทางสื่อต่างๆ ทั้งสื่อมวลชน และสื่อบุคคลซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิด

2. วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นที่อายุระหว่าง 18-19 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากกว่าวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-17 ปี ซึ่งอาจสันนิษฐานได้ว่า บุคคลที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต ในการแสวงหาความรู้ ข่าวสารที่มีเนื้อหาหนักๆ มากกว่าความบันเทิง และโดยมากจะเน้นไปที่ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น

3. วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า การศึกษาหรือความรู้เป็นลักษณะทางประชากรอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน การรับสารก็ย่อมต่างกัน โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ Defluer (1970) ที่กล่าวว่าบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ คือ การเปิดรับสื่อ ความพอใจสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน ส่วนสำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญ ได้แก่ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิภาค เป็นต้น

4. วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันนี้สื่อมีหลายประเภท ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่ออินเทอร์เน็ต โดยสื่อทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถทำให้ ข่าวสารถูก

เผยแพร่เป็นวงกว้าง และครอบคลุมอย่างทั่วถึง ดังนั้นในเรื่องของระดับรายได้ของครอบครัวของวัยรุ่นจึงสอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสาร เนื่องจากวัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่างกัน ไม่ว่าจะมียาได้สูงหรือรายได้ต่ำ ทุกคนก็ย่อมมีโอกาสเปิดรับสื่อได้อย่างเท่าเทียมกัน เพราะทุกคนก็ยังคงมีความต้องการที่จะติดตามข่าวทันสมัย และรับรู้ถึงข่าวสารเหตุบ้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เหมือนๆกัน ว่าเกิดอะไรขึ้นบ้าง และในแต่ละบ้านมักจะใช้สื่อมวลชนในการเปิดรับข่าวสารต่างๆ ทำให้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างง่ายดาย โดยการดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ หรือติดตามข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพร กระหมุดความ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีต่อการรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัย เพื่อป้องกันโรคเอดส์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า วัยรุ่นที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า

1. วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะทั้งเพศชายและหญิงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ในปริมาณที่ไม่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดความรู้เกี่ยวกับกฎหมายนี้ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากว่าเพศชายและเพศหญิงสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างเท่าเทียมกันและรวดเร็ว จึงส่งผลให้ทัศนคติของเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกันไปด้วย

2. วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ในทุกวัย สามารถเลือกรับสื่อและข่าวสารความรู้ได้อย่างเท่าเทียมกัน รวมถึงสามารถเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของโรเจอร์ส (Rogers, 1983) ที่ว่าการสื่อสารก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ

กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่มีความซับซ้อนสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นระดับอายุใดก็สามารถเรียนรู้ได้

3. วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยในเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวของครูและอาจารย์ระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อโครงการโรงเรียนสีขาวไม่แตกต่างกัน

4. วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกันมีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าระดับรายได้ของครอบครัวนั้นไม่ได้เป็นผลทำให้ทัศนคติแตกต่างกัน เพราะว่าในสมัยนี้บุคคลสามารถเข้าถึงสื่อได้ง่าย ทำให้ได้รับข่าวสาร และมีความรู้ ความคิด ความเชื่อ และรู้ว่าสิ่งไหนดีหรือไม่ดีเหมือนกัน จึงส่งผลให้ทัศนคติก็จะเหมือนกัน ดังนั้นวัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกันจึงมีทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า

1. วัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกันมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า เพศชายนั้นจะมี การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้สูงกว่าเพศหญิง ทั้งนี้เป็นเพราะเพศชายอาจมีความสนใจในเรื่องกฎหมายต่างๆ และข่าวสารต่างๆมากกว่าเพศหญิง ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เพศหญิงมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้น้อยกว่าเพศชาย

2. วัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกันมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3



จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นที่มีอายุ 18-19 ปีมีการเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากกว่าวัยรุ่นที่มีอายุ 15-17 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธรรมชาติของวัยรุ่นกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่มีความคิดเป็นของตนเอง รักอิสระ และแสวงหาความบันเทิงมากกว่าข่าวสารที่มีสาระหนักๆ ไม่ค่อยสนใจข่าวสารการเมือง ข่าวเศรษฐกิจและสังคม ไม่ค่อยติดตามเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม รวมถึงปัญหาหนักเท่ากับกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 18-19 ปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ William D. Brook (อ้างถึงในประมะ สตะเวทิน, 2538) ที่กล่าวว่า อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด

3. วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรีมีเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากกว่าวัยรุ่นที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เนื่องจากว่า วัยรุ่นที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอาจจะมีวุฒิภาวะนั้น และไม่ค่อยสนใจข่าวบ้านการเมือง และมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์น้อย จึงทำให้เกิดการยอมรับได้ยาก

4. วัยรุ่นที่มีระดับรายได้ของครอบครัวแตกต่างกันมีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีความรู้ ทศนคติ และการอนุรักษ์พลังงานไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 4** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

จากผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ โดยเป็นไปในระดับต่ำ เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 กล่าวคือ ถ้ามีการเปิดรับ

ข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น จะทำให้มีทัศนคติที่ดีมากขึ้นต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ กล่าวได้ว่า ถ้ามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายนี้มาก ทำให้มีความรู้มาก จึง ส่งผลให้เกิดความคิด ทัศนคติที่ดีมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของวัยรุ่นนั้นอาจเป็นเพราะข้อดีและลักษณะการนำเสนอของข่าวจากสื่อมวลชน (สื่อโทรทัศน์) มีความโดดเด่น มีภาพและเสียงประกอบกัน ซึ่งมีอิทธิพลช่วยในการโน้มน้าวใจให้คนได้คล้อยตามได้มาก และเมื่อมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายนี้แล้ว จึงมีการพูดคุยกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมสถาบัน และคนรู้จัก เพื่อแบ่งปันความรู้ ข้อมูลข่าวสาร อัปเดตสถานการณ์ให้คนใกล้ชิดได้รับทราบด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของโรเจอร์ส (Rogers, 1983) ที่กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการคือ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารในลักษณะต่อเนื่องตามลำดับ

สอดคล้องกับแนวความคิดของ Zimbardo (1970) ที่กล่าวว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบ 3 ส่วนคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (Cognitive Component) เป็นสิ่งที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะ มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. ด้านความรู้สึกรู้สึก (Affective Component) คือส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันออกไปตามบุคลิกของคนๆนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล เป็นตัวร้าย ความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะคว ามรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ก็จะแสดงออกมาในขณะที่คิดถึงสิ่งนั้น ออกมา ในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า Positive Affection Component ก็จะมีความรู้สึกด้านบวกไปในทางที่ดี ในทางตรงข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า Negative Affection Component ก็จะมีความรู้สึกด้านลบไปในทางที่ไม่ดี
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกโดยเฉพาะ องค์ประกอบด้านความรู้ เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อ ใจของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆทั่วไป ทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในด้านใด ก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นในด้านเดียวกับความรู้ กล่าวคือ หากบุคคลมีความรู้ ความคิดว่าสิ่งใดดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้ามหากมี

ความรู้ ความคิดว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น นอกจากนี้ทัศนคติของแต่ละบุคคลนั้นจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อาจจะเป็นโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน หรือมาจากสื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในองค์ประกอบของทัศนคติในเรื่องความรู้หรือความคิด สรุปได้ว่าความรู้และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนเป็นปัจจัยหนึ่งที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ

**สมมติฐานที่ 5** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น

จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล มากขึ้น จะทำให้มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้นตามไปด้วยในระดับปานกลาง เป็นไปตามสมมติฐานที่ 5 ซึ่งการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ผ่านสื่อต่างๆ ไปยังวัยรุ่นนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการกระตุ้นให้เกิดการกระทำ เกิดพฤติกรรมและปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับนโยบายที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวความคิดของ Klapper (1960) ที่ว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลไว้ว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อบุคคลโดยตรง แต่จะมีอิทธิพลโดยอ้อม ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ และสื่อมวลชนเป็นเพียงแรงเสริมที่ สนับสนุนทัศนคติ ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมที่เข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงออกมาเมื่อถึงโอกาสและเวลาที่สมควร

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ โรเจอร์ส และชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในข่าวสารที่น่าเสนอออกไป หรือทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับข่าวสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นตัวช่วยในการสื่อสาร โดยการให้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารให้ผู้รับสารได้รับทราบ สื่อบุคคลนั้นจะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม เพราะสามารถชักจูงให้

เกิดความคล้อยตามได้ง่าย ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น เป็นสื่อที่วัยรุ่นสามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากในปัจจุบันนี้ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารได้ง่าย ทันสมัย สะดวก และรวดเร็วอีกด้วย ทำให้วัยรุ่นสามารถค้นคว้าหาข้อมูลที่ตนอยากรู้ อยากรู้ศึกษา และเปิดอ่านได้อย่างง่ายดาย ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวกฎหมายมากขึ้น ทำให้เกิดทัศนคติที่ดี จึงก่อให้เกิดพฤติกรรม และประพฤติปฏิบัติตาม

ดังนั้นการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคลิก และสื่ออินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

**สมมติฐานที่ 6** ทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่น

จากการวิจัยพบว่า

ทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นมากขึ้น จะทำให้มีการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากขึ้นตามไปด้วยในระดับปานกลาง เป็นไปตามสมมติฐานที่ 6 ถ้าหากบุคคลมีทัศนคติที่ดีแล้ว การปฏิบัติตอบทางพฤติกรรมก็จะ สนับสนุน ให้ความร่วมมือ และช่วยแนะนำต่อ บุคคลอื่นให้เกิดการกระทำด้วย ดังนั้นการที่จะทำให้เกิดการยอมรับปฏิบัติได้นั้น จะต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติให้ดีขึ้นก่อน ซึ่งถ้ามีความรู้ความเข้าใจที่ดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนไปในทางที่ดี จึงก่อให้เกิดพฤติกรรม และยอมรับปฏิบัติ ตามกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิดของแฮร์รี ซี ทริแอนดิส (Harry C. Triandis, 1971) อธิบายว่า ทัศนคติประกอบขึ้นด้วย ส่วนประกอบ 3 ส่วน มีความรู้ความเข้าใจเป็นส่วนประกอบ ส่วนที่สาม มารถนำมาอธิบายผลการวิจัย นี้คือ ส่วนของพฤติกรรมหรือส่วนของแนวโน้มในการกระทำหรือแสดงออก (Behavioral or Action-Tendency Component) หมายถึงส่วนของแนวโน้มเพียงในการปฏิบัติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปในทางใดทางหนึ่ง อันเป็นผลมาจากความรู้ ความคิด และความรู้สึก ซึ่งโดยทั่วไปมักจะพบว่า มีการแสดงออกของพฤติกรรมไปตามทัศนคติ เช่น ถ้าหากมีทัศนคติที่ดีแล้ว การปฏิบัติ ตอบทางพฤติกรรม ก็จะเป็นไปในแนว ชมเชย สนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ อุดหนุน และช่วยแนะนำบุคคลอื่นต่อไป ดังนั้นจากผลการวิจัยนี้แสดง

ให้เห็นว่า วัยรุ่นที่มีทัศนคติที่ดี ต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ อาจจะมีการยอมรับหรือมีส่วนร่วมหรือปฏิบัติตามกฎหมายนี้ได้โดยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายนี้ หรือแม้แต่แจ้งเบาะแสต่างๆที่เกี่ยวข้องกับนโยบายนี้ และไม่สนับสนุนบุคคลที่ทำผิดกฎหมายนี้ เป็นต้น เช่นเดียวกับแนวความคิดของแดเนียล แคทซ์ (Daniel Katz, 1960) ได้ให้แนวความคิดว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมตนให้ไปในทางที่จะก่อประโยชน์แก่ตนสูงสุด และให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นกลไก ที่สำคัญที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ของบุคคลได้ และด้วยสิ่งเหล่านี้จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไปในทางที่ต้องการมากที่สุด

**สมมติฐานที่ 7** ตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ของวัยรุ่นได้ดีที่สุด คือ การเปิดรับข่าวสาร

จากการวิจัยพบว่า

ตัวแปรที่สามารถอธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้ดีที่สุด คือ การเปิดรับข่าวสาร เป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต แต่ที่มากที่สุดสำหรับการวิจัยนี้จะเป็น สื่อบุคคล อาจกล่าวได้ว่าสื่อบุคคลเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ อาจเนื่องจากการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น อาจมีความใกล้ชิดต่อคู่สื่อสาร ในบางครั้งเกิดความน่าเชื่อถือและมีความดึงดูด ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ และมีความรู้สึกเห็นด้วยและคล้อยตามข่าวสารที่ได้รับฟัง ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และเกิดการยอมรับนี้ ซึ่งการสื่อสารนั้นประกอบด้วยกลไกในการถ่ายทอดข่าวสารได้หลายแบบ เช่น การสื่อสารแบบลักษณะเห็นหน้ากัน (face to face communication) และการสื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication) ในกลุ่มคนที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นต่างๆเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ทำให้มีปริมาณข้อมูลข่าวสารที่มากพอ เมื่อไม่เข้าใจก็สามารถซักถาม อภิปรายข้อมูลข่าวสารกันได้เมื่อเกิดข้อสงสัย จนเกิดความเข้าใจร่วมกันเป็นอย่างดีเหมือนกัน ทำให้เกิดทัศนคติและเกิดพฤติกรรมการยอมรับได้

กล่าวคือ สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการยอมรับนั่นเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพรณี อัจฉริยะกุล , มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2528-2529) ได้กล่าวว่า การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ผ่านสื่อต่างๆไปยังประชาชนนั้น ก็มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม และปฏิบัติตนให้สอดคล้องตามกฎหมายที่กำหนดไว้ ก็เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ ให้ประเทศพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน อาจกล่าวได้ว่าประชาชนอาจต้องเปลี่ยนแปลงความเชื่อ และพฤติกรรมของตน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆในสังคม

จากผลการวิจัยนี้จึงสรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสาร จากสื่อบุคคล จึงเป็นตัวแปรที่อธิบายการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้ดีที่สุด

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการยอมรับ ของวัยรุ่นเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทั่วไป ดังนี้

1. สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ควรเน้นที่สื่อบุคคลให้มากขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้ววัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จากเพื่อนร่วมสถาบัน บุคคลในครอบครัว /ญาติ และคนรู้จักมาก ซึ่ง เราไม่รู้ว่าแต่ละบุคคลจะมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์มากน้อยเพียงใด ถ้าไม่เข้าใจก็อาจทำให้วัยรุ่นมีการรับข่าวสารที่ผิดๆ ดังนั้นควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับ กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ผ่านสื่อมวลชน และสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากขึ้นด้วย ควรเพิ่มปริมาณการเผยแพร่ให้มากขึ้น เพราะเมื่อมีช่องทางสื่อสารที่เข้าถึงผู้รับสาร นั่นก็คือ สื่อบุคคล มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้บุคคลมีความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อ กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ซึ่งสามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมต่อไป เช่น มีการพูดคุยสนทนา ซักถามข้อมูล ปัญหาต่างๆเกี่ยวกับ กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์นี้ได้ และเมื่อมีความรู้ก็สามารถชักจูง หรือแนะนำให้บุคคลอื่นปฏิบัติตามได้ รวมถึงจัดกิจกรรมต่างๆ ที่สนับสนุน กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

2. จากการวิจัยที่ว่า ทักษะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์นี้ ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมพฤติกรรม ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีมากยิ่งขึ้น จึงควรมีการจัดกิจกรรมที่ช่วยให้เด็ก และเยาวชนไม่ข้องเกี่ยว ข้องแวะกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น สถาบันต่างๆ ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ หรือแม้แต่กลุ่มครอบครัวของสื่อ ควรที่จะปลูกฝังค่านิยมให้กับเด็กและเยาวชนตั้งแต่แรก เพื่อเป็นการป้องกันการริเริ่มลอง และเป็นการเพิ่มระดับความรู้ อีกทั้งยังควร นำเสนอข้อมูล แจ้งให้รับทราบเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานอย่างชัดเจนว่า กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ เป็นกฎหมายที่ดีต่อสังคม ซึ่งช่วยลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่ ผู้ซึ่งเป็นเยาวชนของชาติ และช่วยลดการเกิดปัญหาสังคมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามมา เช่น ปัญหายาเสพติด การติดพนัน และนำไปสู่ปัญหาอาชญากรรม เป็นต้น ทั้งนี้ควรมีการ นำเสนอข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่ทำแค่ครั้งคราว เพื่อตอกย้ำ และเตือนความจำอยู่เสมอ โดยการให้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น และเมื่อมีทัศนคติที่ดีขึ้นแล้วก็ควรรักษาระดับทัศนคติให้ดีอยู่เสมอ นั่นคือควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารอาจจัดในรูปแบบการสื่อสาร 2 ทาง (Two way communication) เพื่อให้วัยรุ่น หรือประชาชนมีโอกาสได้สื่อสารกลับถึงความคิดเห็น หรือแนวทางแก้ไข ปัญหา เพื่อจะได้มีส่วนร่วมในสังคมด้วย และควรแทรกการนำเสนอในแง่ของผลดีที่ตามมา หากกฎหมายนี้ได้รับความร่วมมือจากประชาชนทุกคน เพื่อให้ประชาชนทุกคนกระตุน และผลักดันให้กฎหมายกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ประสบความสำเร็จ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ เน้นศึกษากลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวัยรุ่นผู้ที่มีอายุ 15-19 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นๆเพิ่มเติม และสามารถศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่นๆด้วย เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้เคยได้ศึกษาไว้แล้ว

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆที่เกี่ยวข้องและสามารถส่งผลถึงการยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ที่เป็นตัวแปรอื่นนอกเหนือจากการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติ โดยให้การศึกษาถึงตัวแปร ความพึงพอใจ และปัจจัยทางการสื่อสาร ว่ามีผล โดยตรงมากน้อยแค่ไหน

3. ควรมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่ละเอียด และชัดเจนมากขึ้น โดย อาจเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเจาะรายละเอียดในส่วนที่เป็นทัศนคติต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ด้วย



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- ขวัญตา เลิศวิจิตรกมล. กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมปัญหาที่เกิดจากการเสพสุรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จารุณี บุญนิพัทธ์. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความตระหนัก ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อม ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- दानินท์ กิจนชี. กาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ชนานันท์ คงธนาฤทธิ. กาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตดัดต่อพันธุกรรม (GMOs) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ชนินทร์ ต่วนชะเอม. กาเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในโครงการ “รักไทยให้ถูกทาง” ของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ทิพารัตน์ เด่นชัยประดิษฐ์. กาศึกษากลยุทธ์และประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อลดอุบัติเหตุจากรากการดื่มสุรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- เทียนชัย ไพฑูรย์ชัยภรณ์. ความเข้าใจ ทักษะคิด และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อภาพอุปมาอุปไมยประเภทต่างๆ ในงานโฆษณาณิตยสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์. นนทบุรี: ฝ่ายการพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2528-2529.

- บดี บุญวานิช. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2540.
- ประยูร บุญประเสริฐ และคนอื่นๆ. ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระทู้อายุของประชากรใน  
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
2523.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. การเลือกซื้อเพื่อการประชาสัมพันธ์. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ  
วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- ไพรัตน์ เดชะรินทร์. การบริหารงานพัฒนาชุมชน. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2524.
- ยุบล เบ็ญจวงศ์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- วิภาดา เขียมแย้ม. การมีเพศสัมพันธ์ข้ามคืนของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาเพศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2548.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล, 2543.
- วีระ เกศรักษ์. การยอมรับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาามหาบัณฑิต (สิ่งแวดล้อม) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2535.
- วราพร กระหมุดคววม. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีต่อการ  
รณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ศุภฉัตร ประพนธ์ศิลป์. พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2549.
- ศรันยา จิตชัยโกศา. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับนโยบายจัดระเบียบสังคม  
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการ  
ประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2545.
- สุชา จันทร์เอม. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2531.

สุภัค ทรัพย์พันธ์. ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2537.

สุมนทิพย์ จิตสว่าง. ความสัมพันธ์ของการเสพสุรากับอาชญากรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553

สุวรรณณี โพธิ์ศรี. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครอง ของนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

สุวีรัตน์ ทองอินทร์. การนำเสนอเนื้อหาการจัดระเบียบสังคมในหนังสือพิมพ์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การโฆษณาหาเสียงกับพฤติกรรมการเลือกตั้ง. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิเพื่อการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา, 2533.

สุพัตรา สุภาพ. ปัญหาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิชย์, 2535.

หริสุดา ปัดทวนันท์. การสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์เมาไม่ขับ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนากการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

อัศพร เลอมานุวรรรัตน์. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาที่ใช้จุดจูงใจแบบอารมณ์ขัน เปรียบเทียบกับแบบให้ข้อมูลของสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543

## ภาษาอังกฤษ

- Allport, G. W. "Attitude". Reading in Attitude Theory and Measurement. Edited by Martin Fishbein. New York: John Willey and Son, 1967.
- Atkin, C. K. "Instrumental Utilities and Information Seeking". New Model for mass Communication Research, ed. Peter Clarke; Bererly Hill: SAGE Publication, 1973.
- Defluer, M. L. Theories of Mass Communication. New York: David Mckay, 1970.
- Festinger, L. A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford, California: Stanford University Press, 1957.
- Kendler, H. H. Basic Psychology. Menlo Park, Calif: W.A. Benjamin, 1974.
- Klapper, J. T. The Effect of Mass Communication. New York: The Free Press, 1960.
- McCombs, Maxwell, E. and Becker, L. B. Using Mass Communication. New Jercy: Prince-Hall, 1979.
- Rogers, Everett, M. and Shoemaker F. F. Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach. New York: The Free Press, 1971.
- Zimbardo, Philip and Ebbesen, E. B. Influencing Attitudes and Changing Behavior : A Basic to Introduction Relevance Methodology, theory, and Applications. Reading. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing, 1970.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์”

แบบสอบถามชุดนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในระดับปริญญาโท สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ ภาควิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้

โปรดใส่เครื่องหมาย X ลงใน ( ) และกรอกข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงที่เกี่ยวกับตัวท่าน

#### ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ( ) 1. ชาย  
( ) 2. หญิง
2. อายุ ( ) 1. 15-17 ปี  
( ) 2. 18-19 ปี
3. ระดับการศึกษา ( ) 1. มัธยมศึกษาตอนปลาย  
( ) 2. ระดับปริญญาตรี
4. ระดับรายได้ของครอบครัว ( ) 1. ไม่เกิน 10,000 บาท  
( ) 2. 10,000-20,000 บาท  
( ) 3. 20,001-30,000 บาท  
( ) 4. 30,001-40,000 บาท  
( ) 5. 40,000 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2: การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

### 1. สื่อมวลชน

ท่านได้รับข่าวสาร ชม / ฟัง / อ่าน เกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์จากสื่อต่อไปนี้ (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์) บ่อยเพียงใด

ประเภทสื่อ	บ่อยที่สุด มากกว่า 5 ครั้งต่อ สัปดาห์	บ่อย 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์	พอสมควร 2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์	ไม่บ่อย 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์	นานๆครั้ง / ไม่เคยเลย
โทรทัศน์					
วิทยุ					
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร					

### 2. สื่อบุคคล

ท่านได้พูดคุย เกี่ยวกับ กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์กับบุคคลต่อไปนี้ บ่อยครั้งเพียงใด

บุคคล	บ่อยที่สุด	บ่อย	พอสมควร	ไม่บ่อย	นานๆครั้ง
บุคคลในครอบครัว / ญาติพี่น้อง					
เพื่อนร่วมสถาบัน					
คนรู้จัก					

### 3. สื่ออินเทอร์เน็ต

ท่านได้ชม / ฟัง / อ่าน ข่าวสารเกี่ยวกับ กฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์บ่อยเพียงใด

ประเภทสื่อ	เดือนละ 4 ครั้ง หรือมากกว่า	เดือนละ 3 ครั้ง	เดือนละ 2 ครั้ง	เดือนละ 1 ครั้ง	หลายเดือนครั้ง/ไม่เคยเลย
สื่ออินเทอร์เน็ต					

### ส่วนที่ 3: ทัศนคติเกี่ยวกับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ทัศนคติ/ความเชื่อที่ท่านมีต่อการจัดโซนนิ่งร้านอาหารรอบสถานศึกษา	ระดับของความเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.ท่านคิดว่ากฎหมายนี้เป็นการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึก และค่านิยมที่ดีให้ห่างไกลจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
2.ท่านคิดว่ากฎหมายนี้สามารถลดนักดื่มแอลกอฮอล์หน้าใหม่ได้					
3.ท่านคิดว่ากฎหมายนี้ไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงในสังคม เพราะผู้ชายไม่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด					
4.ท่านคิดว่าควรเพิ่มบทลงโทษอย่างรุนแรงแก่ผู้ชายที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายนี้					
5.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรระบุกฎระเบียบบังคับและบทลงโทษไว้ให้ชัดเจน					



ทัศนคติ/ความเชื่อที่ท่านมีต่อการจัดโซนนิ่งร้านอาหารรอบสถานศึกษา	ระดับของความเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
6.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้มงวด ตรวจสอบร้านอาหารจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจัง					
7.ท่านคิดว่ากฎหมายนี้มีความเข้มงวดเหมาะสมแล้ว					
8.กฎหมายนี้เป็นเพียงแค่กระแสนิยมชั่วคราวในสังคมไทย					
9.ควรมีการดำเนินคดีแก่ผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนอย่างเด็ดขาด					
10.ท่านคิดว่ากฎหมายนี้มีความจำเป็นมากต่อสังคมไทยในขณะนี้					
11.ท่านเชื่อว่ากฎหมายนี้ช่วยลดปัญหาสังคมต่างๆได้ เช่น อุบัติเหตุ(เมาแล้วขับ) หนีสิน อาชญากรรม เป็นต้น					
12.ท่านคิดว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด					

**ส่วนที่ 4: การยอมรับกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปี  
บริบูรณ์**

ท่านเคยกระทำสิ่งต่อไปนี้มากหรือน้อยเพียงใด	ระดับของการยอมรับ				
	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	ปานกลาง	นานๆครั้ง	ไม่เคยเลย
1. ท่านยินดีปฏิบัติตามและให้ความร่วมมือในทุก รูปแบบที่เกี่ยวกับกฎหมายนี้					
2. ท่านติดตามเรื่องราวข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมาย นี้อย่างสม่ำเสมอ					
3. ท่านได้ตักเตือนบุคคลใกล้ชิดซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ห้ามมิให้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อบริโภคหรือให้บุคคลอื่น					
4. ท่านให้เบาะแสเกี่ยวกับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ให้บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปี บริบูรณ์ ซึ่งดำเนินการผิดกฎหมาย					
5. ท่านได้ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกฎหมายนี้กับบุคคล ใกล้ชิด หรือกลุ่ม เพื่อน					
6. ท่านเห็นด้วยกับกฎหมายห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์					
7. ท่านไม่ซื้อสินค้าในร้านที่มีการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์					

**ขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม**

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวกรนิภา ปัญจันทกุล เกิดเมื่อวันศุกร์ที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2525 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในปี พ .ศ. 2548 จากหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และเข้าศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต เมื่อปี พ .ศ. 2552 ในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ ภาคนอกเวลาราชการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย