

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(7)
 บทที่	
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาคำถามวิจัย.....	11
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	12
สมมติฐานการวิจัย.....	13
ขอบเขตของการวิจัย	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	14
นิยามศัพท์	14
กรอบแนวคิดการวิจัย	16
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
ทฤษฎีเรื่องการเปิดรับสื่อ	17
ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล	20
แนวคิดเรื่องการโน้มน้าวใจและการโฆษณา.....	22
แนวคิดเรื่องการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	28
แนวคิดเรื่องความคิดเห็น	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40

3.	ระเบียบวิธีวิจัย	45
	วิธีการวิจัย	45
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
	วิธีการสุ่มตัวอย่าง	46
	ตัวแปรในการวิจัย	48
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	49
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	50
	การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ	50
	การทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ	53
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	54
	การนำเสนอข้อมูลและการประมวลผล	58
4.	ผลการวิจัย.....	59
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	59
	ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	64
	ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ กลุ่มตัวอย่าง	68
	ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง	78
	ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของกลุ่มตัวอย่าง	83
	ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน	87
5.	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	112
	สรุปผลการวิจัย.....	113
	อภิปรายผลการวิจัย	117

ข้อเสนอแนะ	127
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	128
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม	130
ข. พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551	136
บรรณานุกรม	150
ประวัติการศึกษา.....	156