

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ และพฤติกรรมการเปิดรับสารเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อของวัยรุ่นหญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชาราท ทัศนคติและพฤติกรรมรวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของวัยรุ่นหญิง อายุ 15 – 25 ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้ศึกษาได้ใช้ระเบียนวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว โดยมีแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสานพาน คือ ขั้นแรกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยวิธีจับลาก ต่อมาจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง โดยเลือกเก็บเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ คือ เมื่อพนักงานกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ หรือสอบถามผู้ที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ หากใช่จึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามสถานที่ต่างๆ คือ ที่อยู่อาศัย หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชน สถานบันททางการศึกษา ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และสถานบันเทิงยามราตรี หลังจากนั้น จึงนำวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาทางสถิติต่างๆ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลจากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ วัยรุ่นเพศหญิงอายุระหว่าง 15 – 25 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักศึกษา ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 15,000 บาท สำหรับทัศนคติต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรวมอยู่ในระดับที่ไม่แน่ใจซึ่งทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการดื่มเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ชีวิต และทรัพย์สิน ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการคุ้มครองคุ้ม แอลกอฮอล์เป็นการสืบเปลือย เห็นด้วยว่าการคุ้มครองคุ้มแอลกอฮอล์เป็นสิทธิส่วนบุคคล ไม่เห็นด้วยว่าการคุ้มครองคุ้มแอลกอฮอล์ไม่ว่าที่ใดเป็นสิ่งที่ไม่สมควรกระทำ สมควรเลิก ไม่เห็นด้วยกับ ความคิดอย่างเดิมคุ้มครองคุ้มแอลกอฮอล์

ในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องคุ้มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คุ้มครองคุ้มแอลกอฮอล์ 2 – 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ มีปริมาณในการบริโภคเครื่องคุ้มแอลกอฮอล์ 5 – 10 แก้ว ต่อสัปดาห์ ส่วนสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างคุ้มครองคุ้มแอลกอฮอล์เป็นประจำมากที่สุด ได้แก่ บัน / ผับ กึ่งเชค / ดิสโก้เชค เนื่องในโอกาสงานเลี้ยงฉลอง

ปัจจัยภายในหรือแรงจูงใจในการบริโภคเครื่องคุ้มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คุ้มครองคุ้มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยให้บรรยายกาศในการสังสรรค์มีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ส่วนปัจจัยภายนอก หรือแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องคุ้มแอลกอฮอล์ พบว่า สื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคแอลกอฮอล์ในระดับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ สื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องคุ้มแอลกอฮอล์ในระดับปานกลาง คือ เมนูอาหาร/ที่ร่องแก้ว สื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภค เครื่องคุ้มแอลกอฮอล์ในระดับปานกลาง คือ เพื่อน/คนรัก และสื่ออินเตอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องคุ้มแอลกอฮอล์ในระดับปานกลาง คือ เว็บไซต์ ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับ เครื่องคุ้มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ประเภทของสื่อที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการ บริโภคเครื่องคุ้มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ โทรทัศน์

The education about story Attitude and Adopting Substance Beverage Alcohol Behavior Changes Mass Media of Women Teen-age in Amphoe Mueang Chiang Mai Province. There is the objective for study to arrive at way people character the attitude and the behavior include the factor that affect consuming beverage the alcohol of woman teen-age 15 - 25 years the residence is in Amphoe Mueang Chiangmai Province.

Person study get use the regulation researches quantity manner. Which, There is research manner format explores like model to evaluate only once. By have the questionnaire be a tool in the saving collects the data. From amount 400 persons sample by use the way takes a random to like model to integrate be the first step uses the way takes a random like model easy by the way draws lots later then use the way takes a random to like model to fix example amount by choose pick personal at have consuming beverage alcohol behavior regularly. And use the way takes a random like model accidentally be when see the sample has consuming beverage alcohol behavior stay doing that action or inquire who suppose should the sample that, There is or not is consuming beverage alcohol behavior if yes then manage pick collect the data. By do the saving collects the data areas all place be residence state business agency private organization way education institute department store food shop and guard nighttime cabaret thereafter. Then bring analyze the data with way statistics all description for example frequency value percentage value and average.

From the education meet that majority sample be female teen-age age between 15 - 25 years. There is the education in bachelor's degree level be a student which there is the income builds wasp month between 5,000 - 15,000 baht. For the attitude builds wasp consuming beverage the alcohol meet that the attitude of the sample builds wasp consuming beverage the alcohol generally stay in the level that is not sure. Which, The attitude of the sample builds wasp consuming beverage the alcohol that is valuable share tall for example

disagree very much that drinking beverage the alcohol is bad build wasp the health life and assets. Disagree very much that drinking beverage the alcohol is consuming agree that drinking beverage the alcohol is the personality. Disagree that drinking beverage the alcohol neither where is the thing improperly does befitting quit. Disagree with the though wants to quit drink alcohol beverage.

In the part of consuming beverage alcohol behavior meet that, majority sample drinks 2 - 3 alcohol beverages time build wasp week. There is the quantity in consuming beverage 5 - 10 glass alcohols build wasp week. Place part that the sample drinks alcohol beverage regularly most for example rapidly in succession, rapidly in succession the half smart , concern in party chance celebrates.

The internal factor is or the motivation in consuming beverage the alcohol of the sample meet that , Drink alcohol beverage for help give the atmosphere in the association has the amusement be entertained. External factor part or the data source where affect consuming beverage alcohol behavior. Meet that, A mass medium that the sample adopts the data about consuming alcohol in the level most be television. Mass specific media that the sample adopts the data about consuming beverage the alcohol in the average be a menu is glass altar. Mass person media that the sample adopts the data about consuming beverage the alcohol in the average be a friend is a person loves. And mass internet media that the sample adopts the data about consuming beverage the alcohol in the average be website at have the data about alcohol beverage. Besides a kind of mass that make sample media can know the data has about consuming beverage the alcohol efficiently most is television.