

การเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากร กับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา

A Comparison of the Differences in Demographic Characteristics and Online Gambling Media Literacy Among Students

คมสัน รัตนesimaกุล¹ และ อัญมณี ปักดีมวาลชน²
Komsan Rattanasimakul¹ and Anyamanee Pakdeemualchon²

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57100¹

Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai 57100 Thailand¹

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300²

Faculty of Management Science, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai 50300 Thailand²

*Corresponding Author E-mail: Anyamanee_pak@cmru.ac.th

(Received: April 4, 2025; Revised: May 26 2025; Accepted: May 27, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา 2) เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรกับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย จำนวนทั้งหมด 400 คน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

*บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “บุคลิกภาพ พฤติกรรมการพนันออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อการพนันออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา” งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ประจำปีงบประมาณ 2567

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษามีระดับการรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, $S.D.=1.29$) โดยอันดับแรกสามารถตีความข้อความที่ชักจูงใจให้เล่นพนันออนไลน์ได้ว่าไม่ควรเชื่อ รองลงมาสามารถแยกแยะได้ว่าเว็บไซต์ใดแฝงโฆษณาการพนันออนไลน์ และ สามารถเปรียบเทียบความจริงและความคิดเห็นว่าโฆษณาพนันออนไลน์ใดผิดกฎหมายหรือไม่ผิดกฎหมาย ตามลำดับ ทั้งนี้ ควรมีการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มนักศึกษา เพื่อป้องกันการตกเป็นเหยื่อของโฆษณาพนันออนไลน์ และ 2) แหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนแตกต่างกันในการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ลักษณะประชากร, การรู้เท่าทันโฆษณา, การพนันออนไลน์

Abstract

This research aimed to 1) examine the level of online gambling advertisement literacy among college students and 2) compare the differences in demographic characteristics related to online gambling advertisement literacy among college students. Quantitative research methods was employed, using questionnaires, for data collection and stratified random sampling. The sample consisted of 400 college students in Chiang Rai Province. Data were analyzed using analysis of variance (ANOVA).

The research findings revealed that 1) students demonstrated a moderate level of online gambling media literacy ($\bar{X} = 3.20$, $S.D.=1.29$). Firstly, they are able to interpret messages promoting online gambling as untrustworthy. Secondly, they are able to distinguish websites conceal online gambling advertisements and differentiate the factual information and opinions about whatever those advertisements are legal or illegal. Therefore, it is recommended to promote learning about media literacy among students to prevent them from falling victim to online gambling advertising. and 2) monthly sources of income were found to be significant related with differences online gambling advertisements literacy.

Keywords: Demographic Characteristics, Advertising Literacy, Online gambling

บทนำ

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทอย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมีการเปิดรับสื่อออนไลน์ทุกวัน และมีความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด อัญมณี ภักดีมวชน (2566) พบว่า กลุ่มนักเรียน นักศึกษามีความถี่ในการเปิดรับสื่อออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 95 มีการใช้สื่อออนไลน์มากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งการเปิดรับสื่อออนไลน์ดังกล่าวทำให้อาจจะมีช่วงเวลาที่ได้เห็นโฆษณาพนันออนไลน์

ปัญหาเรื่องการพนันออนไลน์กับเยาวชนไทยมีสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในยุคการสื่อสารแบบเทคโนโลยีที่มีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทรูปแบบการเล่นพนันที่สามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย ในรูปแบบของพนันออนไลน์ซึ่งเป็นเกมการเล่นพนันที่ช่วยลดช่องว่างระหว่างผู้เล่นและผู้ให้บริการ ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (2566) ทำการสำรวจพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุตั้งแต่ 15 - 25 ปี พบว่า ร้อยละ 42.10 หรือประมาณ 3.9 ล้านคน เล่นการพนัน ในจำนวนนี้มีคนเล่นพนันออนไลน์ถึงประมาณ 3 ล้านคน มากกว่าร้อยละ 10 เล่นสล็อตแมชชีน ตู้พนัน หวยใต้ดินและสลากกินแบ่งรัฐบาล

จากการสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนักพนันออนไลน์ (online gamblers) สามารถแยกพิจารณาคุณลักษณะของกลุ่มคนเล่นออกได้น้อยกว่า 3 ด้าน คือ เพศ อายุและสถานภาพทางสังคม ซึ่งงานวิจัยจำนวนมากชี้ชัดไปในแนวทางเดียวกันว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุน้อย ฐานะดี และมีการศึกษา โดยเฉพาะเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับผู้เล่นพนันแบบเก่าด้วยแล้ว คณะกรรมการการพนันของอังกฤษ สรุปในรายงานที่ได้รับการเผยแพร่เมื่อ ค.ศ. 2007 พบว่า มีผู้ชายจำนวนมากว่าผู้หญิงถึงสองเท่าในบรรดากลุ่มคนเล่นพนันออนไลน์ (Gainsbury, 2012)

งานวิจัยชิ้นหนึ่งของ Wood and Williams (2012) ประเทศแคนาดาสรุปไว้ว่า กลุ่มคนซึ่งนิยมเล่นการพนันออนไลน์มีอายุโดยเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มคนซึ่งเล่นการพนันแบบเก่า ส่งผลให้ม้งานวิจัยที่เน้นมุ่งศึกษาไปยังกลุ่มเยาวชนและเหล่าผู้เล่นอายุน้อยทยอยออกมาอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นที่ชัดเจนว่าการเล่นพนันออนไลน์ดึงเอากลุ่มคนหน้าใหม่ที่เป็ยวชน นักเรียน นักศึกษาเข้าสู่สนามการพนันออนไลน์เพิ่มขึ้น เพราะสอดรับกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่มีสัมพันธ์อยู่กับโลกอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการศึกษา ใช้ค้นคว้าหาข้อมูล ทำธุรกรรม ซื้อ-ขายสินค้าหรือเพื่อความบันเทิง ส่วนสภาพทางสังคมนั้น Gainsbury et al.

(2012) พยายามศึกษาเชิงประชากรศาสตร์ถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มลูกค้าของคาสีโนแบบดั้งเดิมกับคาสีโนออนไลน์ พบว่ากลุ่มคนเล่นคาสีโนออนไลน์มีแนวโน้มเป็นผู้ชาย รายได้สูง การศึกษาดี ทักษคติเชิงบวกต่อการพนัน ปัจจัยดึงดูดที่สำคัญอยู่ที่เป็นส่วนตัวและปกปิดตัวตน

ส่วนผลการสำรวจในประเทศไทย นวลน้อย ตรีรัตน์ ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาปัญหาพนันออนไลน์ กล่าวถึงผลสำรวจการพนันออนไลน์ในกลุ่มคนอายุ 15 - 25 ปี พบว่าช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมามีคนการพนันหน้าใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เนื่องจากคนมีเวลาอยู่บ้านมากและใช้เวลาเล่นอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทำให้เห็นการโฆษณาของพนันออนไลน์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผลการสำรวจยังพบว่า ร้อยละ 44 เห็นแล้วอยากลองเล่นพนันออนไลน์ ร้อยละ 26 ลองกดเข้าไปดูพนันออนไลน์ ร้อยละ 4 ทดลองเล่นพนันออนไลน์ และร้อยละ 1 มีการแชร์ข้อความโฆษณาพนันออนไลน์ไปยังสาธารณะ ซึ่งทำให้การโฆษณาพนันออนไลน์ขยายวงกว้างออกไปอีก เพราะเข้าถึงง่าย เล่นได้ทุกที่ ทุกเวลา (กรมประชาสัมพันธ์, 2566)

งานวิจัยที่ผ่านของ ณัฐนันท์ ศิริเจริญ และ วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ (2566) พบว่า นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 - 2566 ที่ผ่านมา พบว่า สาเหตุการเล่นพนันออนไลน์มาจากการเห็นสมาชิกในครอบครัวเพื่อน คนในชุมชน บวกกับไม่มีความรู้ด้านกฎหมาย ทั้งนี้ สิ่งที่น่าสนใจและควรให้ความสำคัญมากกว่านั้น ได้แก่ การที่เด็กหลายคนที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ไม่ได้คิดว่าเป็นการเล่นพนัน แต่มองว่าเป็นเพียงการเล่นเกมออนไลน์ที่ได้เงินรางวัล ได้ความสุข ตื่นเต้นและท้าทาย ทั้งนี้ รจนา พิงสุข และคณะ (2567) พบว่า การเล่นพนันออนไลน์เข้าถึงได้ง่าย ด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่สะดวกสบาย สามารถเล่นได้ต่อเนื่องทุกที่ทุกเวลา ทำให้ติดพนันได้ง่าย อายุที่เริ่มเล่นพนันออนไลน์ส่วนใหญ่ คือช่วงอายุ 16 - 20 ปี สาเหตุที่ทำให้ติดสนใจเล่นพนันออนไลน์ คือ เล่นตามเพื่อนหรือคนใกล้ชิด ผลกระทบจากการเล่นพนันออนไลน์พบว่ามากที่สุด คือ ปัญหาทางการเงิน

วิไลลักษณ์ ลังกา และคณะ (2563) ทำศึกษาวิจัยพฤติกรรมกาติดพนันออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายเคยเล่นพนันออนไลน์สูงกว่าเพศหญิง ส่วน Kauffmann (1968) ทำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะประชากรของนักศึกษาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่เป็นจุดเริ่มต้นของการรับรู้ เกิดทัศนคติและมีพฤติกรรมทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่เกี่ยวข้องกับการพนันออนไลน์ โดยนักศึกษาเองนั้นอาจจะมีความกระตือรือร้นที่จะเรียน แต่เพราะว่ามีสิ่งยั่วยุรอบด้านที่ผลักดันให้หันเหทิศทางไปทางอื่นกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนุกสนาน นักศึกษาบางคนเมื่อเข้ามาศึกษาแล้วไม่เป็นไปตามที่คาดหวังก็จะรู้สึกเสียใจและผิดหวัง จึงหันเหความสนใจไปทางอื่น

ซึ่งบางครั้งอาจจะนำไปสู่ปัญหาการเล่นพนันและการติดยาเสพติด ซึ่งจะเป็นผลร้ายต่อตนเอง สังคมและประเทศชาติ

จะเห็นได้จากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นว่า นักศึกษาเนื่องจากอยู่ระดับการศึกษาในมหาวิทยาลัย มีความอิสระในการใช้เงินและไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องของกฎหมายว่าไม่สามารถเอาผิดคนที่เล่นพนันออนไลน์ได้ ดังนั้น ข้อควรระวังจากการเล่นพนันออนไลน์จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ โดยเฉพาะเทคนิคการเรียนรู้เท่าทันสื่อโฆษณาชวนเชื่อของการพนันออนไลน์ สอดคล้องกับ ภูษพงศ์ โนดโธสง (2564) ซึ่งเป็นปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมหรือดีอีเอส กล่าวว่า สิ่งที่สามารถดำเนินการได้ขณะนี้ คือ “การสร้างความรู้เท่าทัน” เสมือนเป็นเกราะป้องกัน ให้รู้เท่าทันสื่อโฆษณา เนื่องจากว่าการพนันไม่มีวันหมดจากโลกออนไลน์ การปิดกั้นเว็บไซต์หรือช่องทางโซเชียลมีเดียเป็นเพียงแค่การป้องกันที่ปลายเหตุ

การรู้เท่าทันโฆษณาการพนันออนไลน์ สามารถสรุปแนวคิดของ ธนากร คมกฤต (2563) และ สุระชัย ชูผงา (2558) กล่าวว่า จะต้องรู้เท่าทันการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง เช่น เป็นเว็บไซต์ยอตนียมอันดับ 1 เป็นเว็บไซต์ที่ดีที่สุด จะต้องรู้เท่าทันข้อความที่ชักจูงใจ รู้เท่าทันเว็บพนันออนไลน์ มีการโน้มน้าวโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง รู้เท่าทันการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้นำเสนอ รู้เท่าทันสปอตโฆษณาที่มีผู้หญิงที่แต่งตัวเซ็กซี่ดึงดูดให้เข้ามาเล่นการพนัน รู้เท่าทันการจัดรายการถ่ายทอดสดแข่งโฆษณาการพนันออนไลน์ รวมถึงการรู้เท่าทันการใช้แสงสี สัญลักษณ์ตัววิ่ง โฆษณาแฝง การส่งข้อความเชิญชวนทางไลน์และเฟซบุ๊ก

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจะเห็นได้ว่าทักษะการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์เป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็น และลักษณะที่แตกต่างกันทางด้านลักษณะประชากรของนักศึกษามีผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาออนไลน์แตกต่างกัน ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา รวมถึงลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา
- 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรกับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ผู้รับสารที่มีลักษณะประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจ และการแสดงออกในการรับสื่อที่แตกต่างกัน ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปร ลักษณะประชากรกับการรับรู้เท่าทันโฆษณาพ่นออนไลน์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ, 2552) โดยแบ่งออกเป็น

1. เพศ (gender) เป็นการแบ่งลักษณะทางประชากรบนโลกที่ประกอบด้วยเพศชายและเพศหญิง ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานทางร่างกายที่มีมาแต่กำเนิด ในแต่ละเพศจะมีการพัฒนาทางความคิด ทักษะคิด ค่านิยมในแต่ละช่วงวัยที่แตกต่างกัน ทั้งวัฒนธรรมและการเลี้ยงดูที่กำหนดบทบาทไว้ต่างกัน จึงทำให้มีพฤติกรรมและการสื่อสารข้อมูลต่างกันด้วย เช่น Patel and Gordon, 1960 กล่าวว่า ผู้หญิงมักจะใช้อารมณ์ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมักจะถ่ายทอดทัศนคติ ความคิดเห็น ใ้รับให้ผู้อื่นและถูกชักจูงได้มากกว่าผู้ชายและผู้หญิงจะมีความละเอียดรอบคอบมากกว่าผู้ชาย ซึ่งจะส่งผลต่อกระบวนการรับรู้

2. อายุ (age) เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลในการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์ ระยะเวลาของช่วงอายุ จะบ่งบอกความสามารถในการรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ คนที่มีอายุมากจะสามารถรับรู้และทำความเข้าใจในเนื้อหาสาระได้ดี หรือมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งอายุที่แตกต่างกันจะแสดงออกถึงความสนใจ ในเรื่องต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน เช่น วัยรุ่นจะรับรู้และบริโภคข่าวสารด้านความบันเทิง มากกว่าข่าวสารเรื่องการเมือง เพื่อให้ตนเองเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อน ซึ่งกระบวนการทางความคิดและการกลั่นกรองของข้อมูล ในแต่ละช่วงวัยจึงมีความแตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของแต่ละช่วงอายุ โดยช่วงวัยรุ่นเป็นวัยที่เริ่มจะเปิดรับสื่อภายนอกตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อความบันเทิง

3. ระดับการศึกษา (education) เป็นตัวชี้วัดความรู้ความสามารถ ความเข้าใจในการรับสื่อ โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารได้ดีมีเหตุผลเพียงพอ ในการรับสารบ่งบอกถึงประสบการณ์และความรู้ที่กว้างขวาง ดังนั้น ความแตกต่างกันทางยุคสมัย ระดับของการศึกษาทำให้เกิดค่านิยม ทักษะคิดและอุดมการณ์ที่แตกต่างกัน

4. รายได้ (income) บ่งบอกถึงฐานะทางเศรษฐกิจและอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะมีโอกาสที่ดีในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์หรือประสบการณ์ให้กับตัวเอง แต่สำหรับผู้ที่มีรายได้ต่ำ มักจะถูกจำกัดการรับรู้หรือแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ โดยสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่

อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคลจะมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกันตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Melvin & Fleur, 1989)

นอกจากนี้ในการพิจารณาลักษณะของผู้รับสารสามารถพิจารณาได้ 2 ลักษณะ (ประมะ สตะเวทิน, 2546) ได้แก่ 1) ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้รับสาร หมายถึง ลักษณะทางจิตใจของผู้รับสาร เช่น ทศนคติ ค่านิยม รสนิยม ความคิด และ 2) ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร หมายถึง ลักษณะทางด้านอายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจ ภูมิสำเนา แหล่งที่มาของรายได้ของนักศึกษาและสถานที่อยู่อาศัยระหว่างศึกษาของนักศึกษา

โดยงานวิจัยของ ภรณ์ วีระเศรษฐี (2561) ได้กล่าวสรุปถึงผู้รับสารที่มีลักษณะสภาพแวดล้อมและสังคมที่แตกต่างกัน ก็จะมีพฤติกรรม ความสนใจ และการแสดงออกในการรับสื่อที่แตกต่างกัน ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรด้านลักษณะประชากรกับการรู้เท่าทันโฆษณาพบนั่นออนไลน์ โดยงานวิจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ได้นำแนวคิดทางสังคมวิทยาและจิตวิทยา มาเป็นแนวทางในการค้นหาสาเหตุของการกระทำผิดของเยาวชน ซึ่งแบ่งเป็น 2 สาเหตุใหญ่ ๆ สาเหตุแรกเป็นสาเหตุจากสิ่งที่อยู่รอบตัวเยาวชน เรียกว่า เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อม สาเหตุที่สองเป็นสาเหตุที่เกิดจากเยาวชนเอง เรียกว่า เป็นปัจจัยด้านบุคคล โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน เพื่อน สถานที่อยู่อาศัย

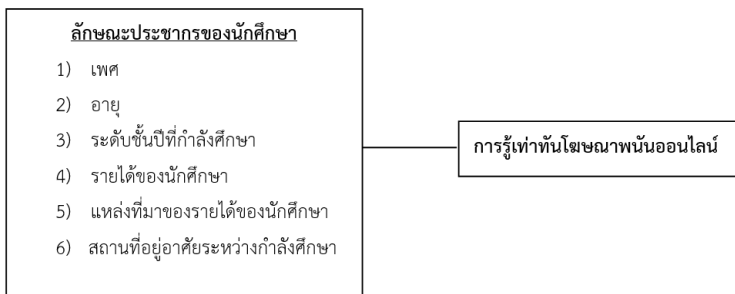
สำหรับงานวิจัยขั้นนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ แหล่งที่มาของรายได้ของนักศึกษา และสถานที่อยู่อาศัยระหว่างศึกษาของนักศึกษา

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันโฆษณาพบนั่นออนไลน์

ผู้วิจัยจะนำแนวคิดของ ธนากร คมกฤต (2563) และ สุระชัย ชูพกา (2558) มาประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์การรู้เท่าทันโฆษณาพบนั่นออนไลน์ ได้แก่ 1) การโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง เช่น เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมอันดับ 1 เป็นเว็บไซต์ที่ดีที่สุด เป็นเว็บไซต์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย 2) การใช้ข้อความที่ชักจูงใจ เช่น เล่นได้มากกว่าเสีย การเติมเงินที่มีโปรโมชั่นให้ 3) การโน้มน้าวโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น เน็ตไอดอล กูรู 4) การทำสปอตโฆษณา โดยใช้ผู้หญิงที่แต่งตัวเซ็กซี่ดึงดูดให้เข้ามาเล่นการพนัน 5) การจัดรายการถ่ายทอดสดแฝงโฆษณาการพนันออนไลน์ 6) การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ดูมีความน่าเชื่อถือ เช่น ธงชาติอังกฤษ

โลโก้ธนาคาร 7) การใช้สัญญาณกระพริบ แสง สี ตัววิ่ง 8) การใช้แสงสี ลักษณะตัวอักษรที่ทันสมัย แพนตาซี จึงดูลดภัยไม่ผิดกฎหมาย 9) การโฆษณาโดยการส่งข้อความผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก และ 10) การโฆษณาเชิญชวนผ่านเว็บไซต์กีฬา เป็นโฆษณาแฝงการพนันออนไลน์

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับดังกล่าวข้างต้นมาเป็นเกณฑ์ประยุกต์ในการวิเคราะห์การรู้เท่าทันโฆษณาออนไลน์ของนักศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย (conceptual framework)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นสูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane (1973) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรมหาวิทยาลัยที่ต้องการศึกษาทั้ง 2 มหาวิทยาลัยในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย ได้แก่ 1. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และ 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1) ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะของประชากรที่จะศึกษาอย่างละเอียดว่าเป็นกลุ่มนักศึกษาที่เล่นการพนันออนไลน์และคุณลักษณะนั้น ๆ สามารถจำแนกกลุ่มย่อยได้ เช่น เพศ ระดับการศึกษา รายได้

2) จำแนกประชากรออกเป็นชั้นภูมิตามคุณลักษณะของกลุ่มย่อย โดยกำหนดให้สมาชิกในกลุ่มย่อยมีความคล้ายคลึงกันให้มากที่สุด และให้มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มย่อยแต่ละกลุ่มให้มากที่สุดเช่นเดียวกัน ผู้วิจัยไม่มีจำนวนชั้นมากเกินไป

เพราะจะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก มิฉะนั้นจะทำให้ลักษณะที่ศึกษามีความถูกต้อง เชื่อถือได้น้อย

3) สุ่มตัวอย่างจากกลุ่มย่อยแต่ละกลุ่ม เพื่อเป็นสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาตามสัดส่วน (proportional allocation) นักศึกษาชั้นใดมากควรมีกุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนมากกว่า ให้ได้ครบ 400 คนตามสูตรการคำนวณ

แบบสอบถามนี้ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์นิเทศศาสตร์ และมีการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (IOC : Index of Item Objective Congruence) จำนวน 3 ท่าน พบว่ามีค่า IOC = 0.66 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป คัดเลือกข้อคำถามข้อนั้นไว้ใช้ได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977) แบบสอบถามนี้ได้รับการทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จำนวน 139 ข้อ ทดสอบกับกลุ่มนักศึกษาที่เล่นการพนันออนไลน์ ซึ่งมีลักษณะตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นด้วยสถิติ Cronbach's Alpha ได้ค่า 0.966 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือ โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่สูงกว่า 0.70 ถือว่าผ่านการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Cronbach, 1951)

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ด้วยสถิติ S.D. (standard deviation) การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม t-test และ F-test

ทั้งนี้ ก่อนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ขอความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการเก็บข้อมูลและความเสี่ยงประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นและสิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัย เพื่อปกป้องสิทธิและความเป็นส่วนตัวที่ดีของกลุ่มตัวอย่าง ผู้เก็บข้อมูลได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับจริยธรรมการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อให้การวิจัยเป็นไปอย่างถูกต้องและมีคุณภาพ รหัสโครงการ IRBCMRU2024/484.01.11 การเก็บข้อมูลดำเนินการในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม 2566 โดยใช้เวลาประมาณ 2 เดือน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย โดยเลือกมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงและมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนนักศึกษามากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 และอันดับที่ 2 ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษา

ข้อมูลด้านลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน ร้อยละ 55.30 เพศชาย 179 คน ร้อยละ 44.80 มีอายุ 20 - 24 ปี จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.80 และอายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 2 มากที่สุด จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 มีรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือนมากที่สุด น้อยกว่า 3,000 บาท จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 บาท ส่วนข้อมูลทางด้านปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมและสังคม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของรายได้ของนักศึกษาจากกองทุนกู้ยืม จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ปกครอง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และลำดับสุดท้ายได้แก่ ทุนการศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และสถานที่อาศัยอยู่ระหว่างศึกษาในมหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่หอพักคนเดียว มากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมา ได้แก่ อยู่บ้านกับพ่อแม่ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 และลำดับสุดท้าย ได้แก่ อยู่กับญาติ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80

1) ระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา

ตารางที่ 1 แสดงระดับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา

การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1) สามารถระบุแหล่งที่มาของข้อความโฆษณาที่ชักจูงใจในการเล่นพนันออนไลน์	3.03	1.32	ปานกลาง
2) สามารถรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับข้อความที่ชักจูงใจในการเล่นพนันออนไลน์	3.08	1.33	ปานกลาง
3) สามารถแยกแยะตัวอักษรที่ทันสมัย แพนตาซี	3.14	1.27	ปานกลาง
4) สามารถเข้าใจคำศัพท์ สัญลักษณ์ ที่สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่เว็บพนันออนไลน์ เช่น โลโก้ธนาคาร	3.09	1.25	ปานกลาง
5) สามารถใช้ข้อมูลที่เห็นจากโฆษณาแฝงการพนันออนไลน์ โดยการหลีกเลี่ยงไม่รับข้อมูลข่าวสารนั้น	3.10	1.32	ปานกลาง

การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
6) สามารถตรวจสอบการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณ เกินจริงของเว็บพนันออนไลน์ได้ว่าเกินจริง	3.16	1.27	ปานกลาง
7) สามารถใช้ประสบการณ์ของตนเองในการวิเคราะห์ โฆษณาการพนันออนไลน์ได้	3.24	1.28	ปานกลาง
8) สามารถตีความข้อความที่ชักจูงใจให้เล่นพนัน ออนไลน์ได้ว่าไม่ควรเชื่อ	3.38	1.32	ปานกลาง
9) สามารถเปรียบเทียบความจริงและความคิดเห็น ว่าโฆษณาพนันออนไลน์ได้ผิดกฎหมายหรือไม่ผิด กฎหมาย	3.33	1.31	ปานกลาง
10) สามารถแยกแยะได้ว่าเว็บไซต์ใดแฝงโฆษณา การพนันออนไลน์	3.37	1.32	ปานกลาง
11) สามารถตัดสินใจได้ว่าเว็บไซต์ใดถูกต้องตาม กฎหมาย	3.26	1.26	ปานกลาง
12) สามารถเชื่อมโยงข้อมูลเกี่ยวกับโฆษณาออนไลน์ กับประสบการณ์ของตนเองแล้วตัดสินใจว่าการโฆษณา เชิญชวนผ่านเว็บไซต์กีฬานั้นแฝงด้วยพนันออนไลน์ หรือไม่	3.20	1.27	ปานกลาง
13) สามารถตีความได้ว่าถึงแม้จะโฆษณาพนัน ออนไลน์ด้วยบุคคลที่มีชื่อเสียง แต่ผิดกฎหมาย	3.28	1.26	ปานกลาง
14) สามารถใช้หลักคุณธรรมตัดสินใจว่าการโฆษณา ออนไลน์ผ่านข้อความไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นสิ่งไม่ถูกต้อง	3.31	1.30	ปานกลาง
15) สามารถประเภทคุณภาพของเนื้อหาโฆษณา ออนไลน์ได้ว่าไม่มีคุณภาพ เช่น เป็นเว็บไซต์ที่ดีที่สุด เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมอันดับ 1	3.25	1.24	ปานกลาง
16) สามารถสื่อสารได้ว่า สปอตโฆษณาใดแฝงด้วย โฆษณาพนันออนไลน์	3.16	1.27	ปานกลาง
17) สามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อบอกต่อว่า โฆษณาใดเป็นโฆษณาแฝงด้วยพนันออนไลน์	3.14	1.32	ปานกลาง

การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
18) สามารถวางแผนเพื่อสื่อสารว่าสปอตโฆษณาที่ใช้ผู้หญิงแต่งตัวเซ็กซี่เพื่อดึงดูดใจให้เข้าเล่นพนันออนไลน์นั้นไม่เหมาะสม	3.25	1.32	ปานกลาง
19) สามารถใช้ภาษาในการเขียนเพื่อสื่อสารให้คนอื่นเห็นถึงความไม่ถูกต้องของโฆษณาแฝงออนไลน์	3.28	1.27	ปานกลาง
20) สามารถตรวจสอบและเผยแพร่ข้อความที่ไม่เหมาะสมที่ใช้ในการโฆษณาพนันออนไลน์ให้แก่ผู้อื่นได้	3.13	1.30	ปานกลาง
21) สามารถโพสต์ข้อความผ่านเฟซบุ๊กเพื่อเตือนให้คนอื่นระมัดระวังการโฆษณาพนันออนไลน์ได้	3.07	1.30	ปานกลาง
22) สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้ผู้อื่นตระหนักถึงผลเสียของโฆษณาแฝงพนันออนไลน์	3.26	1.27	ปานกลาง
23) สามารถสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ เพื่อชักจูงใจให้คนตระหนักถึงข้อความโฆษณาแฝงพนันออนไลน์	3.15	1.29	ปานกลาง
24) สามารถสร้างการมีส่วนร่วมด้วยการให้ผู้อื่นตระหนักถึงข้อความที่เป็นอันตราย เช่น เล่นได้มากกว่าเสีย การเติมเงินที่มีโปรโมชั่น	3.20	1.31	ปานกลาง
25) สามารถส่งข้อความสื่อสารทางแอปพลิเคชันไลน์ (line) เพื่อเตือนภัยเกี่ยวกับโฆษณาแฝงพนันออนไลน์	3.28	1.34	ปานกลาง
รวม	3.20	1.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D.=1.29) โดยสามารถตีความข้อความที่ชักจูงใจให้เล่นพนันออนไลน์ได้ว่า ไม่ควรเชื่อ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรก ($\bar{X} = 3.38$, S.D.=1.32) รองลงมา สามารถแยกแยะได้ว่าเว็บไซต์ใดแฝงโฆษณาการพนันออนไลน์ ค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D.=1.32) และอันดับสุดท้าย สามารถระบุแหล่งที่มาของข้อความโฆษณาที่ชักจูงใจ

เล่นการพนันออนไลน์ ค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.03$, S.D.=1.32)

2) แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของลักษณะประชากรกับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาระหว่างเพศหญิงและชาย

การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ ของนักศึกษา	หญิง (N=221)		ชาย (N=179)		t-test	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	3.097	1.176	3.336	1.033		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \geq 0.05$

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศและการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยการรู้เท่าทันสื่อมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.336$, S.D. = 1.033) ส่วนเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.097$, S.D.= 1.176)

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาระหว่างอายุ

การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ ของนักศึกษา	อายุ 20-24 ปี (N=307)		อายุ 25 ปีขึ้นไป (N=93)		t-test	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	3.195	1.129	3.234	1.093		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \geq 0.05$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุ กับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา กับ
ชั้นปีที่กำลังศึกษา

ชั้นปีที่กำลังศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ชั้นปีที่ 1	3.263	1.216	ปานกลาง
ชั้นปีที่ 2	3.161	1.057	ปานกลาง
ชั้นปีที่ 3	3.220	1.051	ปานกลาง
ชั้นปีที่ 4	3.230	1.187	ปานกลาง
ชั้นปีที่ 5	3.057	1.094	ปานกลาง
รวม	3.204	1.120	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.263$, S.D.= 1.216) นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.225$, S.D.=1.190) เป็นอันดับแรก รองลงมา นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 ($\bar{X} = 3.230$, S.D.=1.187) และลำดับสุดท้าย นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 ($\bar{X} = 3.057$, S.D.=1.030)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการ
รู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา ระหว่างชั้นปีที่กำลังศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ระหว่างกลุ่ม	5	1.253	.313	.248	.911
2. ภายในกลุ่ม	394	499.278	1.264		
รวม	399	500.531			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \geq 0.05$

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา กับชั้นปีที่กำลังศึกษา พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีที่กำลังศึกษาแตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา กับรายได้ของนักศึกษาที่ได้รับในแต่ละเดือน

รายได้ของนักศึกษาที่ได้รับในแต่ละเดือน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
น้อยกว่า 3,000 บาท	3.195	1.168	ปานกลาง
3,001-4,000 บาท	3.094	1.017	ปานกลาง
4,001-5,000 บาท	3.344	1.061	ปานกลาง
5,001-6,000 บาท	2.960	0.905	ปานกลาง
มากกว่า 6,000 บาทขึ้นไป	4.072	1.453	มาก
รวม	3.205	1.120	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.205, S.D. = 1.120) นักศึกษาที่มีรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน มากกว่า 6,000 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.072, S.D. = 1.453) เป็นอันดับแรก รองลงมา นักศึกษาที่มีรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน 4,001-5,000 บาท ($\bar{X}$ = 3.344, S.D. = 1.061) และลำดับสุดท้าย นักศึกษาที่มีรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน 5,001-6,000 บาท ($\bar{X}$ = 2.960, S.D. = 0.905)

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา ระหว่างรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ระหว่างกลุ่ม	4	6.374	1.594	1.274	.280
2. ภายในกลุ่ม	395	494.157	1.252		
รวม	399	500.531			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \geq 0.05$

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษา กับรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือนแตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

3) แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและสังคม กับการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษา

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษา กับแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือน

แหล่งที่มาของรายได้ ในแต่ละเดือน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ผู้ปกครอง	3.586	0.927	ปานกลาง
กองทุนกู้ยืมฯ	2.710	1.235	ปานกลาง
หารายได้พิเศษ	2.845	1.229	ปานกลาง
ทุนการศึกษา	3.138	1.132	ปานกลาง
อื่น ๆ เช่น ขอแฟน	2.585	1.176	ปานกลาง
รวม	3.204	1.120	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.204$, S.D.=1.120) นักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนจากผู้ปกครอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.586$, S.D.=0.927) เป็นอันดับแรก รองลงมา นักศึกษามีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือน มาจากทุนการศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.138$, S.D.=1.132) และลำดับสุดท้ายที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนมาจากที่อื่น ๆ เช่น ขอแฟน นักศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.585$, S.D.=1.176)

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักเรียน ระหว่างแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ระหว่างกลุ่ม	4	28.509	7.127	5.964	.000
2. ภายในกลุ่ม	395	472.022	1.195		
รวม	399	500.531			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \geq 0.05$

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักเรียน กับแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือน พบว่า นักเรียนที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนแตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (post hoc) ของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักเรียน ระหว่างแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือน

แหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือน	$\bar{X}$	แหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือน				
		ผู้ปกครอง	กองทุนกู้ยืมฯ	หารายได้พิเศษ	ทุนการศึกษา	อื่น ๆ
		3.586	2.710	2.845	3.138	2.585
ผู้ปกครอง	3.586		.312	.031*	.016*	.021*
กองทุนกู้ยืมฯ	2.710			.999	.880	.999
หารายได้พิเศษ	2.845				.751	.964
ทุนการศึกษา	3.138					
อื่น ๆ	2.585					

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \geq 0.05$

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (post hoc) ของค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษา ระหว่างแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือน พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.024$, S.D.= 1.120) นักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนที่มาจากผู้ปกครอง จะมีการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษามากกว่านักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนที่มาจากการหารายได้พิเศษ ($F = 5.964$, Sig. = .031) นักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนที่มาจากผู้ปกครอง จะมีการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษามากกว่านักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนที่มาจากทุนการศึกษา ($F = 5.964$, Sig. = .016) นักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนที่มาจากผู้ปกครอง จะมีการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษา มากกว่านักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนมาจากแหล่งอื่น ๆ เช่น การขอเงินจากแฟน ($F = 5.964$, Sig. = .021)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษา กับสถานที่อยู่อาศัยระหว่างศึกษาในมหาวิทยาลัย

สถานที่อยู่อาศัยระหว่างศึกษา ในมหาวิทยาลัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
อยู่บ้านกับพ่อแม่	3.416	0.917	ปานกลาง
อยู่บ้านญาติ	3.085	1.163	ปานกลาง
อยู่หอพักกับเพื่อน	3.240	1.227	ปานกลาง
อยู่หอพักคนเดียว	3.135	1.131	ปานกลาง
อื่น ๆ เช่น อยู่หอพัก มหาวิทยาลัย	3.070	1.182	ปานกลาง
รวม	3.204	1.120	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาบนออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.204$, S.D.= 1.120) นักศึกษาที่มีสถานที่อยู่อาศัยระหว่างศึกษาในมหาวิทยาลัย อยู่กับพ่อแม่ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.416$, S.D.=0.917) เป็นอันดับแรก รองลงมา นักศึกษามีสถานที่อาศัยอยู่ระหว่างศึกษาในมหาวิทยาลัย อยู่หอพักกับเพื่อน ($\bar{X} = 3.240$, S.D.=1.131) และลำดับสุดท้าย นักศึกษามีสถานที่อาศัยระหว่างศึกษาในมหาวิทยาลัย อื่น ๆ เช่น อยู่หอพักมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.070$, S.D.=1.120)

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา ระหว่างสถานที่อยู่อาศัยระหว่างศึกษาในมหาวิทยาลัย

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
1. ระหว่างกลุ่ม	4	6.272	1.568	1.253	.288
2. ภายในกลุ่ม	395	494.259	1.251		
รวม	399	500.531			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \geq 0.05$

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา กับสถานที่อยู่อาศัยระหว่างศึกษาในมหาวิทยาลัย พบว่า นักศึกษาที่มีสถานที่อยู่อาศัยระหว่างศึกษาในมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง “การเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรกับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา” ผู้วิจัยมีประเด็นข้อค้นพบจากผลการวิจัย ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า 1) การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, $S.D. = 1.29$) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักศึกษายังคงตกเป็นเหยื่อของการถูกล่อลวงให้เข้าไปเล่นพนันออนไลน์จนชีวิตเกิดปัญหาตามมามากมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมาภรณ์ สุขสมโส และ ปฐมพงษ์ พุ่มพุกษ (2563) ที่พบว่า กลุ่มวัยรุ่นไทยมีค่านิยมในการใช้สื่อออนไลน์ที่สามารถเปิดรับได้ง่ายและเข้าถึงสื่อพนันออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย ส่งผลให้อาจมีความหลงเชื่อ ความไม่รู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ โดยเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยควรมีการใช้สื่ออย่างมีสติ ไม่เผลอปล่อยใจคล้อยตามคำโฆษณาชวนเชื่อการพนันออนไลน์ โดยนักศึกษาส่วนใหญ่มองว่าการเล่นพนันเป็นเรื่องของความคลายเหงา พักผ่อน บางคนมองการพนันเป็นทางเลือก เป็นทางออก เป็นโอกาสหรือเป็นความหวัง จึงส่งผลให้การพนันได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ต้องลงทุนเสี่ยงโชคเพื่อ “ความหวัง” ที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ ตามแนวคิดของ ธนากร คมกฤศ (2563) และ สุระชัย ชูพกา (2558) เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับนักศึกษาที่ควรได้รับการจัดกิจกรรมณรงค์เกี่ยวกับ

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568

การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ในมหาวิทยาลัย ทั้งเรื่องการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง เช่น เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมอันดับ 1 เป็นเว็บไซต์ที่ดีที่สุด เป็นเว็บไซต์ที่ถูกต้องตามกฎหมายการใช้ข้อความที่ชักจูงใจ เช่น เล่นได้มากกว่าเสีย การเติมเงินที่มีโปรโมชั่นให้ การโน้มน้าวโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น เน็ตไอดอล กูรู การทำสปอตโฆษณาโดยใช้ผู้หญิงที่แต่งตัวเซ็กซี่ดึงดูดให้เข้ามาเล่นการพนัน การจัดรายการถ่ายทอดสดแข่งโฆษณาการพนันออนไลน์ การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ดูมีความน่าเชื่อถือ เช่น ธงชาติอังกฤษ โลโก้ธนาคาร การใช้สัญญาณกระพริบ แสง สี ตัววิ่ง การใช้แสงสี ลักษณะตัวอักษรที่ทันสมัย แพนตาซี จึงดูปลอดภัยไม่ผิดกฎหมาย การโฆษณาโดยการส่งข้อความผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โลกโซเชียล และการโฆษณาเชิญชวนผ่านเว็บไซต์กีฬา เป็นโฆษณาแฝงการพนันออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรสอดคล้องกับสมมติฐานงานวิจัยบางส่วน โดยพบว่า เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันโฆษณาออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจจะเนื่องมาจากลักษณะประชากรของกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัยมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ทำให้ผลการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาพันธ์ ชัยเทพ และ กิตติมา ชาวุธิชัย (2564) ที่ทำการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือที่พบว่า รายได้รวมที่แตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและสังคมกับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า นักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนแตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (post hoc) ของค่าเฉลี่ยของการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษาระหว่างแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือน พบว่า นักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนที่มาจากผู้ปกครอง จะมีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษามากกว่านักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนที่มาจากการทำงานหารายได้พิเศษ รายได้ในแต่ละเดือนที่มาจากทุนการศึกษาและรายได้ในแต่ละเดือนมาจากแหล่งอื่น ๆ เช่น การขอเงินจากแฟน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณี วิรเศรณี (2561) ได้กล่าวสรุปถึงผู้รับสารที่มีลักษณะสภาพแวดล้อมและสังคมที่แตกต่างกันก็จะมีพฤติกรรม ความสนใจและการแสดงออกในการรับสื่อที่แตกต่างกัน ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรด้านลักษณะประชากรกับการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ โดยงานวิจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ได้นำแนวคิดทางสังคมวิทยาและจิตวิทยา เป็นแนวทางในการค้นหาสาเหตุของการกระทำผิดของเยาวชน สอดคล้องกับ Gainsbury et al. (2012) พยายามศึกษาเชิงประชากรศาสตร์ถึงความแตกต่าง

ระหว่างกลุ่มลูกค้าของคาสีโนแบบดั้งเดิมกับคาสีโนออนไลน์ พบว่ากลุ่มคนเล่นคาสีโนออนไลน์มีแนวโน้มเป็นผู้ชาย รายได้สูง การศึกษาดี ทักษะคิดเชิงบวกต่อการพนัน ปัจจัยดึงดูดที่สำคัญอยู่ที่เป็นส่วนตัวและปกปิดตัวตน

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเล่นพนันออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สะท้อนให้ตัวนักศึกษาเองรู้เท่าทันสื่อโฆษณาชวนเชื่อที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องเล่นการพนันออนไลน์ที่มีรูปแบบแอบแฝงอยู่มากมายหลายประเภทในปัจจุบัน การที่นักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้ในแต่ละเดือนที่มาจากผู้ปกครอง จะมีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษามากกว่านักศึกษาที่มีแหล่งที่มาของรายได้จากที่อื่น ๆ อาจเนื่องจากอิทธิพลของครอบครัว สอดคล้องกับ Amato and Fowler (2002), Baumrind (1991), Belsky et al. (2009), Elder et al. (1995), Ryan and Deci (2000), and Knafo and Plomin (2006) ที่กล่าวว่า อิทธิพลของครอบครัวยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะสะท้อนออกมาผ่านทัศนคติและผ่านพฤติกรรมต่าง ๆ ของสมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะลูกหลาน เนื่องจากสถาบันครอบครัวเป็นสถาบันที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อบุคคลทุกคน ตั้งแต่เกิดจนโต ครอบครัวถือเป็นสังคมหน่วยแรกที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ อบรมบ่มนิสัยของเด็ก ตั้งแต่เยาว์วัย ความรู้สึกผิดชอบชั่วดี กลัวการทำบาป ซึ่งจะส่งผลให้เด็กและเยาวชนมีการแสดงออกที่แตกต่างกันไป ยกตัวอย่างเช่น หากนักศึกษามีบิดามารดาที่เป็นคนมีศีลธรรม จริยธรรมที่ดีไม่เกี่ยวข้องกับการพนันหรืออบายมุขต่าง ๆ จะเป็นการถ่ายทอด กล่อมเกลาจิตใจให้กับเด็กและเยาวชนที่มีความคิดในทางที่ดี ถูกต้องเหมาะสมกับสังคมไทย จนกลายเป็นวิถีชีวิตประจำวันที่สามารถกำหนดพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนรวมทั้งตัวนักศึกษาเองในที่สุด ดังนั้น ทุกครอบครัวควรให้ความสำคัญในการปลูกฝังให้นักศึกษารับรู้ถึงพิษภัยของการพนันออนไลน์ที่แอบแฝงมาในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการเสริมสร้างทักษะเพื่อรู้เท่าทันโฆษณาการพนันออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายทั่วไป

1) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์ของนักศึกษา ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดยังอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงศึกษาธิการที่กำกับดูแลสถานศึกษา ควรหาแนวทางและมาตรการในการป้องกัน แก้ไขปัญหาการเล่นการพนันออนไลน์และส่งเสริมการจัดกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับการรู้เท่าทันโฆษณาออนไลน์ในมหาวิทยาลัย

2) จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่มีแหล่งที่มาในแต่ละเดือนที่มาจากผู้ปกครองจะมีการรู้เท่าทันโฆษณาพนันออนไลน์มากกว่านักศึกษาที่มีแหล่งที่มา

ของรายได้จากที่อื่น ๆ แสดงให้เห็นว่า สถาบันครอบครัวยังคงเป็นสถาบันที่ถือว่ามีความสำคัญที่สุดในการสร้างเกราะป้องกันให้เยาวชน ดังนั้น พ่อแม่ผู้ปกครองจึงควรให้ความสำคัญดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิดกับบุตรหลาน เช่น ควรตั้งเงื่อนไขความรู้เกี่ยวกับผลเสียของการเล่นพนันออนไลน์ คอยสอดส่องระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายที่จะหมดไปกับการเล่นพนันออนไลน์ ให้คำปรึกษาแก่บุตรหลาน เพื่อป้องกันการเล่นการพนันออนไลน์ที่จะส่งผลเสียต่อครอบครัว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 1) การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงพฤติกรรม的开ปรับสื่อออนไลน์เล่นพนันออนไลน์ของนักศึกษาในอนาคตว่ามีความเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับนักศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาชวนเชื่อ โดยเฉพาะการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาพนันออนไลน์
- 2) งานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเก็บข้อมูล ขยายกลุ่มตัวอย่างให้กว้างมากขึ้น เป็นในแต่ละภูมิภาคทั่วประเทศไทย เพื่อให้ข้อมูลการเปรียบเทียบตัวแปรที่แตกต่างกันออกไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมประชาสัมพันธ์. (2566, 6 กรกฎาคม). *พนันออนไลน์กับดักร้ายของเยาวชน*. PRD. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/31/iid/195678>
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ และ วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ. (2566). *การรู้เท่าทันสื่อพนันออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปัทมาภรณ์ สุขสมโสด และ ปฐมพงษ์ พุ่มพุกษ. (2563). ผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมวัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา*, 13(1), 119-137.
- ภรณ์ วิรเศรณี. (2561). ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมและด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหลักเสี่ยงการพนันบอกลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- กรุงเทพโพลล์. (2564, 12 กุมภาพันธ์). *อัตราผู้ใช้โซเชียลมีเดียไม่ฟื้นคืนสู่ระดับก่อนโควิด-19*.
ฐานเศรษฐกิจ. <https://www.thansettakij.com/general-news/468163>
- รจนา พิงสุข, สิริวิมล เทพพิสดิน, นฤวรรณ รักสกุล, และ ชุตินันต์ เหลืองทองคำ. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการเล่นพนันออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 8(2), 381-394.
- ธนากร คมกฤต. (2563, 6 มิถุนายน). *กลวิธีการโฆษณาพนันออนไลน์*. Thai PBS. <https://www.thaipbs.or.th/program/MediaLiteracy/episodes/69957>
- ธนาพันธ์ ชัยเทพ และ กิตติมา ชาญวิชัย. (2564). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือ. *วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 16(2), 97-106.
- วิไลลักษณ์ ลังกา, พัทธภรณ์ ศรีสวัสดิ์, นริสรา พิงโพธิ์สภ, ชนชม ดิตถ์โกคินสกุล, และ ธนวรรณ วงษ์สวรรค์ (2563). *พฤติกรรมการติดพนันออนไลน์: ปัจจัยเชิงสาเหตุ กระบวนการ ผลกระทบทางพฤติกรรมศาสตร์ และแนวทางการช่วยเหลือผู้เรียนที่ติดพนันออนไลน์สำหรับครูแนะแนวในสถานศึกษา*. ศูนย์ศึกษาปัญหาการเสพติด (ศศก.).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, และ ศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing management)*. ธรรมสาร.
- ศูนย์สื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2566, 14 มีนาคม). *โพลชี้ชัดประชาชน คำนวณนโยบาย “อภัยมุขถูกกฎหมาย”*. TheactiveThaiPBS. <https://theactive.net/news/politics-20230314>
- สุระชัย ชูผกา. (2558). *มายาคติในการสื่อสารออนไลน์ในเว็บไซต์การพนัน*. คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัญมณี รักดีมวชน. (2566). บุคลิกภาพที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลมิติด้านการสื่อสารและมีมิติด้านมารยาทดิจิทัลของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ*, 11(1), 1-32.

ภาษาอังกฤษ

- Amato, P. R., & Fowler, F. (2002). Parenting practices, child adjustment, and family diversity. *Journal of Marriage and Family*, 64(3), 703-716.
- Baumrind, D. (1991). The influence of parenting style on adolescent competence and substance use. *Journal of Early Adolescence*, 11(1), 56-95.
- Belsky, J., Conger, R., & Capaldi, D. M. (2009). The intergenerational transmission of parenting: Introduction to the special section. *Developmental Psychology*, 45(5), 1201-1204.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Elder, G. H., Eccles, J. S., Ardelet, M., & Lord, S. (1995). Inner-city parents under economic pressure: Perspectives on the strategies of parenting. *Journal of Marriage and the Family*, 57(3), 771-784.
- Gainsbury, S. M. (2012). *Internet gambling current research findings and implications*. Springer New York.
- Gainsbury, S. M., Wood, R., Russell, A., Hing, A., & Blaszczynski, A. (2012). A digital revolution: comparison of demographic profiles. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1388-1398.
- Kauffman, G. B. (1968). *Coordination compounds*. Dover.
- Knafo, A., & Plomin, R. (2006). Parental discipline and affection and children's prosocial behavior: Genetic and environmental links. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(1), 147-164.
- Melvin, L. & Fleur, D. (1989). *Theories of mass communication*. Longman.
- Patel, A. S., & Gordon, J. E. (1960). Some personal and situational determinants of yielding to influence. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 61(3), 411-418.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49-60.

- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Wood, R. T. & Williams, R. J. (2012). *The Casino City Study a Large-scale International Study of Online Gamblers*. Routledge.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. Harper & Row.