

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษา
ระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ปริญญานิพนธ์
ของ
พินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ตุลาคม 2550

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษา
ระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ปริญญานิพนธ์
ของ
พินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
กันยายน 2550
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษา
ระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
พินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
ตุลาคม 2550

พินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล. (2550). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาโท. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม, รองศาสตราจารย์ ดร. สุนิตดา เทศนิยม.

ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาสถานการณ์โดยรวมในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคโดยทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่านิสิตนักศึกษาเพศชายเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลการเรียนอยู่ในช่วง 2.50 – 3.00 คิดเป็นร้อยละ 28.8 มีรายได้เฉลี่ย 8,096.45 บาทต่อเดือน ในระยะเวลา 1 เดือนกลุ่มตัวอย่างจะมีความถี่ในการบริโภคเฉลี่ย 6 ครั้ง และบริโภคครั้งละ 2.95 ขวด ซึ่งมักจะดื่มกับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.8 ส่วนใหญ่จะซื้อและบริโภคในสถานบันเทิง โดยจะบริโภคเมื่ออยากดื่ม คิดเป็นร้อยละ 57

นอกจากนี้ เมื่อคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อรายได้ พบว่า มีค่า 0.672 แสดงให้เห็นว่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นสินค้าจำเป็น เนื่องจากความยืดหยุ่นมีค่าน้อยกว่า 1 และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ เพศ ลักษณะการอยู่อาศัย การใช้เวลาว่าง ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว อิทธิพลของเพื่อน และอิทธิพลของสื่อโฆษณา ผลจากการศึกษาครั้งนี้เห็นว่า สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเยาวชน ตลอดจนรัฐบาล ควรจะกำหนดนโยบาย และมาตรการต่างๆที่จะลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของกลุ่มวัยรุ่น โดยเฉพาะกลุ่มนิสิต นักศึกษา ทั้งนี้โดยผ่านมาตรการการควบคุมความประพฤติของนิสิต นักศึกษาที่อาศัยอยู่หอพักภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย การปลูกฝังค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่ถูกต้อง ตลอดจนการควบคุมสื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

FACTORS RELATED TO DECISION MAKING TO CONSUME ALCOHOLIC
DRINKS OF STUDENTS IN UNIVERSITIES IN BANGKOK

AN ABSTRACT
BY
PINTUON WIRUNTANGTRAKUL

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Economics Degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University
October 2007

Pintuon wiruntangtrakul. (2007). *Factors Related to Decision Making to Consume Alcoholic Drinks of Students in Universities in Bangkok*. Master thesis, M.Econ. (Managerial Economics). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Asst. Prof. Dr. Kittima Sangkasem, Assoc. Prof. Sunidda Tejnyom.

This research, factors related to decision making to consume alcoholic drinks of students in universities in bangkok, is to study overall situation in consuming alcohol drinks and personal factors and to study economic factors and non-economic factors, which are related to decision making in alcohol-drinks consumption. The sampling group is 400 universities students, collected data using questionnaires. The study tool is Multiple Regression Analysis.

The study findings shown male students are consuming more alcohol drinks than female students. Most of sampling group have average grade of 2.50 - 3.00 as 28.8%, with average monthly income of 8,096.45 Baht. During the period of one month, the sampling group has a consumption of frequency 6 times averagely, and 2.95 bottles each time. They usually have it with friends, the most, which is 79.8% Most purchase and consume in entertainment places, such as pubs, bars, and disco theques. 57% consume alcohol drinks whenever they desire.

Moreover, the income elasticity of demand at 0.672, which is less than 1, implies that the beverages containing alcohol are necessary goods. For the factors that related to decision making in alcohol drinks consumption of sampling group with a significant level of .05, are gender, ways of living, means of activities during spare times, trend of alcohol drink consumption, the relationship among family members, the influence of company, friends and commercial medias. From this study, the education institutes, all youth related departments, and the government officials should impose the policies, and the regulations, which help reducing the consumption of alcohol drinks in teenager group, especially in university student. This could be made by imposing any regulations to control behaviors of university students, who stay inside and outside the university campus, including implanting and promoting a value of drinking non-alcohol drinking and by controlling media that influence to decision making to consume alcoholic drinks.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษา

ระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ของ

พินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

วันที่ เดือน พ.ศ. 25.....

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

..... ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.อรรถิพย์ ราชวรนิยม)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนิตดา เทศนิยม)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนิตดา เทศนิยม)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อุดมศักดิ์ ศीलประชาวงศ์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำอย่างดียิ่ง จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม และรองศาสตราจารย์ ดร. สุนิตดา เทศนิยม ในฐานะประธานและกรรมการ นอกจากนี้ผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณ รศ. สมสรร วงษ์อยู่น้อย อาจารย์ประจำสำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา อาจารย์ประพาฬ เฟื่องฟูสกุล อาจารย์ประจำภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คุณเศก เมธาสุรารักษ์ นักวิจัยสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย เป็นอย่างยิ่งที่กรุณารับเป็นผู้เชี่ยวชาญแนะนำในการสร้างแบบสอบถาม แก้ไข เครื่องมือในการวิจัย และให้คำแนะนำที่ดีอย่างยิ่งในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และน้องสาว ที่ให้กำลังใจในการศึกษาการวิจัย นอกจากนี้ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนและทุกท่านที่ไม่สามารถระบุนามได้ทั้งหมดที่ได้มีส่วนช่วยเหลือจนทำให้ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดา มารดา และบูรพาจารย์ ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา อบรมสั่งสอนมาโดยตลอด หากงานวิจัยนี้ผิดพลาดประการใดต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

พินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	8
 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	 9
ความหมายของเครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์.....	9
ทฤษฎีอุปสงค์.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่ม ที่มีแอลกอฮอล์.....	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	 23
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	23
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย.....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	56
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	60
การอภิปรายผล.....	64
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	68
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	68
 บรรณานุกรม.....	69
 ภาคผนวก.....	74
 ประวัติย่อผู้วิจัย.....	100

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงเขตพื้นที่ ย่านบันเทิง และมหาวิทยาลัยตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	24
2	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	38
3	แสดงจำนวนต่ำสุด – สูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	40
4	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยที่นอกเหนือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
5	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่ม ที่มีแอลกอฮอล์ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็นชนิด บุคคล ที่ร่วมบริโภค สถานที่ที่บริโภค โอกาสในการบริโภค และแหล่ง ที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์.....	43
6	แสดงจำนวนต่ำสุด – สูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการบริโภค และปริมาณในการ บริโภคต่อครั้ง.....	44
7	แสดงผลข้อมูลจำนวน (ความถี่) ร้อยละ และค่าเฉลี่ยราคาที่เพิ่มขึ้น ของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงลักษณะ การบริโภคเมื่อราคาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น.....	45
8	แสดงจำนวนร้อยละของตัวแปรเพศต่อชนิดของเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์.....	46
9	แสดงจำนวนร้อยละของแหล่งซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อลักษณะ การพักอาศัย.....	46
10	แสดงจำนวนร้อยละของความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวต่อค่านิยมการ บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์.....	47
11	แสดงจำนวนร้อยละของค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อ อิทธิพลของเพื่อน.....	47

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
12 แสดงจำนวนร้อยละของค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อ อิทธิพลของสื่อโฆษณา.....	48
13 วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภค ด้านความถี่ในการบริโภค เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน.....	48
14 วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภค ด้านปริมาณในการบริโภค เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง.....	52

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
---------------------------	---

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันหลายคนคงรู้จักและคุ้นเคยกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งมีมากมายหลากหลายชนิด เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ จัดเป็นเครื่องดื่มที่ทำหน้าที่สนองความต้องการของมนุษย์ทั้งในด้านอุปโภคและบริโภค อีกทั้งเป็นเครื่องดื่มที่สามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มและทุกสังคม โดยผลรวมที่เกิดจากการบริโภคมีทั้งประโยชน์และโทษ แต่จากการรับรู้ถึงข้อมูลของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากสื่อต่างๆ จะเห็นว่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ส่งผลร้ายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคมากกว่าผลดีที่ได้รับ องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ได้ออกคำเตือนว่า “สิ่งที่น่าตระหนกมากที่สุดในปัจจุบันนี้ คือไม่มีสัญญาณหรือชี้แวอันใดที่พอจะบอกได้ว่า การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จะมีการลดลงได้ โดยเฉพาะในประเทศโลกที่สาม ซึ่งอันที่จริงแล้วไม่เคยมีประเพณีหรือขนบธรรมเนียมมาก่อนว่าจะต้องดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เช่นชาวตะวันตก แต่ในปัจจุบันได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นและแพร่หลายออกไปอย่างรวดเร็ว” (ประกิจ โพธิอาศน์. 2541: 1) ในสังคมทุกวันนี้ การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ จึงถือว่าเป็นพฤติกรรมหนึ่งของสังคมที่มีความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรมผสมผสานกันอย่างแนบแน่น

ประเทศไทยมีแนวโน้มในการผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ภายในประเทศและการนำเข้าจากต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด โดยยอดรวมปริมาณการผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ภายในประเทศ และการนำเข้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 1,371.1 ล้านลิตรในปีพ.ศ.2537 เป็น 2,437.2 ล้านลิตรในปีพ.ศ.2548 ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 78 ในเวลา 11 ปี หรือร้อยละ 7 ต่อปี และเมื่อคิดคำนวณการผลิตและนำเข้าต่อหัวประชากร พบว่า ยอดรวมการผลิตและนำเข้าต่อประชากรเท่ากับ 23.2 ลิตรต่อคนต่อปี ในปีพ.ศ.2537 เป็น 39.0 ลิตรต่อคนต่อปี ในปีพ.ศ.2548

สำหรับสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย แม้จะมีการปรับขึ้นภาษีสรรพสามิตสุรา แต่ยอดการจำหน่ายสุราจากปีที่แล้ว 521 ล้านลิตร เพิ่มขึ้นเป็น 540 ล้านลิตร หรือร้อยละ 3.6 จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าคนไทยที่บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในปีพ.ศ.2549 เป็นปริมาณถึง 486 ล้านลิตร เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคือในปีพ.ศ.2548 ร้อยละ 16.5 ซึ่งจากการสำรวจในปีพ.ศ.2549 ครั้วเรือนมีค่าใช้จ่ายของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 284 บาทต่อเดือน หรือร้อยละ 6.14 ของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหาร เครื่องดื่มและยาสูบ เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2547 ที่คิดเป็นร้อยละ 5.5 จากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหาร จากการรวบรวมข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มที่มี

แอลกอฮอล์ของประเทศต่างๆทั่วโลก ที่ศึกษาโดยองค์การอนามัยโลก (WHO) ระบุว่าคนไทยบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทุกประเภทรวมกันเฉลี่ย 8.47 ลิตร/คน/ปี มากเป็นอันดับที่ 40 ของโลก ซึ่งหากแยกประเภทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แล้วจะพบว่า คนไทยบริโภคสุรากลั่น (spirit) มากกว่าเบียร์และไวน์ โดยบริโภคสุรากลั่น 7.13 ลิตรต่อคนต่อปี จัดอยู่อันดับที่ 5 ของโลก บริโภคเบียร์ 1.31 ลิตรต่อคนต่อปี จัดอยู่อันดับที่ 85 ของโลก และบริโภคไวน์ 0.04 ลิตรต่อคนต่อปี จัดอยู่อันดับที่ 124 ของโลก (หนังสือพิมพ์ข่าวสด. 2550: ออนไลน์)

ในอดีตผู้ที่มักจะบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มักเป็นวัยที่เรียกว่าเป็นผู้ใหญ่ เป็นคนทำงานเพราะต้องมีการเข้าสังคม แต่ข้อมูลที่พบปัจจุบันคือ กลุ่มวัยรุ่นไทยที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ถึง 18 ล้านคน ซึ่งมีการบริโภคเฉลี่ยสูงถึง 154 ลิตร/คน/ปี มีอัตราการบริโภคที่เพิ่มเป็นอันดับสองรองจากคนทำงาน (25-29 ปี) และสภาพการณ์ที่น่าตกใจที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในปัจจุบันที่ได้มีการสำรวจโดยสภาพัฒน์ ได้มีรายงานถึงภาวะสังคมในไตรมาสที่ 4 ปีพ.ศ. 2547 ระบุว่า กลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 15 – 24 ปี มีอัตราการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 21.53 ของกลุ่มอายุดังกล่าวในปีพ.ศ.2544 เป็นร้อยละ 23.51 และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อายุของผู้ที่เริ่มบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ครั้งแรกมีแนวโน้มของช่วงอายุที่น้อยลง ซึ่งผลการสำรวจในปีพ.ศ.2549 พบเด็กไทยเริ่มบริโภคสุราอายุน้อยสุดตั้งแต่อายุ 5 ปี ซึ่งขณะนี้กลุ่มผู้ที่เริ่มบริโภคที่เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดคือ กลุ่มวัยรุ่นอายุ 15-19 ปี ซึ่งพบจากร้อยละ 46.9 หรือเกือบครึ่งหนึ่งเริ่มบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แล้ว จากข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) พบว่า วัยรุ่นตั้งแต่ชั้นมัธยมขึ้นไปที่ดื่มเป็นประจำคือดื่มเป็นประจำมีถึง ร้อยละ 38.33 หรือกว่า 4 ล้านคน ซึ่งจากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสุรา ของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หากแยกตามกลุ่มอาชีพแล้วพบว่า นิสิต/นักศึกษามีส่วนร่วมในการเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากที่สุด คือร้อยละ 22 และหากแยกตามระดับการศึกษา จะพบว่าการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากที่สุดถึงร้อยละ 26.21 โดยเฉพาะในกลุ่มนิสิตนักศึกษาชายกว่าครึ่งและนิสิตนักศึกษาหญิง 1 ใน 5 ที่ยอมรับว่าตนเองเป็น “นักดื่ม” และกลุ่มนิสิต นักศึกษาเป็นกลุ่มอายุที่มีการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นมากที่สุดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของเยาวชน ทำให้เกิดปัญหาการตายจากอุบัติเหตุบนท้องถนน ซึ่งจากสถิติในด้านอุบัติเหตุจราจร พบว่า วัยรุ่นและเยาวชนเป็นกลุ่มอายุที่ได้รับอุบัติเหตุจราจรจนมีความพิการสูงถึงร้อยละ 77 (เรื่องย่อการประชุมวิชาการสุราระดับชาติครั้งที่ 2. 2549: 102) อีกทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาการใช้ความรุนแรงในรูปแบบต่างๆ และการก่อคดีมากขึ้น ซึ่งผลการวิจัยจากกรมพินิจคุ้มครองเด็กและเยาวชนพบว่า เยาวชนไทยมีการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก่อนลงมือ

กระทำความผิดสูงถึง ร้อยละ 95.9 โดยคดีที่มีการกระทำความผิดของเยาวชนมากที่สุดคือ ประทุษร้ายต่อทรัพย์ ทะเลาะวิวาท ช่มชู้ ตามลำดับ (สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ. 2550: ออนไลน์)

จากความเป็นมาและปัญหาต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ทำให้ผู้วิจัยมีความตระหนักถึงการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของกลุ่มนิสิต นักศึกษา ทั้งนี้เพราะกลุ่มนิสิตนักศึกษาจัดเป็นเยาวชนที่กำลังสร้างคุณภาพชีวิตให้กับตนเอง และจะเป็นทรัพยากรสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติต่อไป ผู้วิจัยจึงต้องการจะศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งครอบครัว สถานศึกษา และรัฐบาล สามารถนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อการวางแผนดำเนินงานโครงการและกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถป้องกันและแก้ไขได้ตรงจุดมากขึ้น ถึงแม้ไม่สามารถแก้ไขได้ทั้งหมด แต่ก็เป็นการลดหรือบรรเทาปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมไทยได้ เพื่อให้เยาวชนของไทยมีโอกาสที่จะได้เติบโตเป็นคนดี และพัฒนาประเทศให้เจริญรุดหน้า เทียบเท่านานาชาติที่เจริญแล้ว เสริมสร้างความแข็งแกร่ง และเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นรากฐานในการพัฒนาประเทศไทยให้ยั่งยืนสืบไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์โดยรวมในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงสถานการณ์โดยรวมในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
3. ห่วงงานทางด้านการศึกษาสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการจัดกิจกรรมหรือการรณรงค์ในการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

4. รัฐบาลสามารถนำข้อมูลไปประกอบในการดำเนินนโยบาย กฎระเบียบและวิธีการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเยาวชน ที่จะทำให้เยาวชนไทยบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้อย่างเหมาะสม และไม่เกิดปัญหาหรือผลกระทบต่อสังคม

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ เป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยที่บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย คือนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย ที่บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ปัจจัยดังต่อไปนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

- เพศ
- ผลการเรียน
- สถานภาพสมรสของบิดามารดา
- ลักษณะการพักอาศัย
- การใช้เวลารว่าง

1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

- รายได้ที่ได้รับต่อเดือน (รวมรายได้พิเศษ ถ้ามี)

1.3 ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ

- ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
- ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว
- อิทธิพลของเพื่อน
- อิทธิพลของสื่อโฆษณา

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์หรือมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ เพศ ผลการเรียน สถานภาพสมรสของบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย และการใช้เวลาว่าง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ที่ได้รับต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งโดยประมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว อิทธิพลของเพื่อนและอิทธิพลของสื่อโฆษณา

2. การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หมายถึง การพิจารณาที่จะกระทำตามความคิดเพื่อบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างในการบริโภคในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา โดยพิจารณาจากความถี่ในการบริโภค ปริมาณในการบริโภคแต่ละครั้ง กลุ่มบุคคลที่ร่วมในการบริโภค สถานที่ในการบริโภค โอกาสในการบริโภค และแหล่งซื้อ

3. เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์ไม่เกิน 60 ดีกรี ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำมาบริโภคได้ ในที่นี้คือ สุรา เบียร์ และไวน์

4. นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี หมายถึง นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยหรือสถาบันที่คณะกรรมการการอุดมศึกษาจัดเป็นประเภทของมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ผลการเรียน หมายถึง คะแนนเฉลี่ยสะสมของนิสิตนักศึกษา (grade point average : G.P.A.) ของทุกวิชาในภาคเรียนที่ผ่านมา ก่อนการเก็บข้อมูล ที่มีความทันสมัยของข้อมูลมากที่สุด

6. สถานภาพสมรสของบิดามารดา หมายถึง การที่บิดามารดาอยู่ด้วยกัน แยกกันอยู่ หม้าย หรือหย่าร้าง หรือเสียชีวิตแล้วทั้งคู่

7. ลักษณะการพักอาศัย หมายถึง ลักษณะการพักอาศัยว่ามีอิสระหรือไม่และเป็นลักษณะของการอยู่ร่วมกันในครอบครัว สภาพความสัมพันธ์ เช่น อยู่กับบิดามารดา อยู่กับเพื่อน เป็นต้น

8. การใช้เวลาว่าง หมายถึง ช่วงเวลาในแต่ละวันที่เหลือจากการทำกิจกรรมที่บุคคลจะต้องทำและบุคคลใช้เวลาว่างทำสิ่งใดก็ตามที่ปรารถนา (ภาวิณี สุขประเสริฐ, 2540: 10) โดยศึกษาการใช้เวลาหลังจากเลิกเรียนหรือวันหยุด ไปทำกิจกรรมต่างๆทั้งภายในและภายนอกบ้าน

9. รายได้ที่ได้รับต่อเดือน หมายถึง จำนวนเงินที่นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ได้รับจากผู้ปกครองเพื่อใช้เป็นค่าใช้จ่ายต่างๆในแต่ละเดือน รวมทั้งรายได้ที่รับจากการทำงานพิเศษด้วย ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายจะไม่รวมค่าบำรุงการศึกษาหรือค่าเช่าที่พักอาศัย

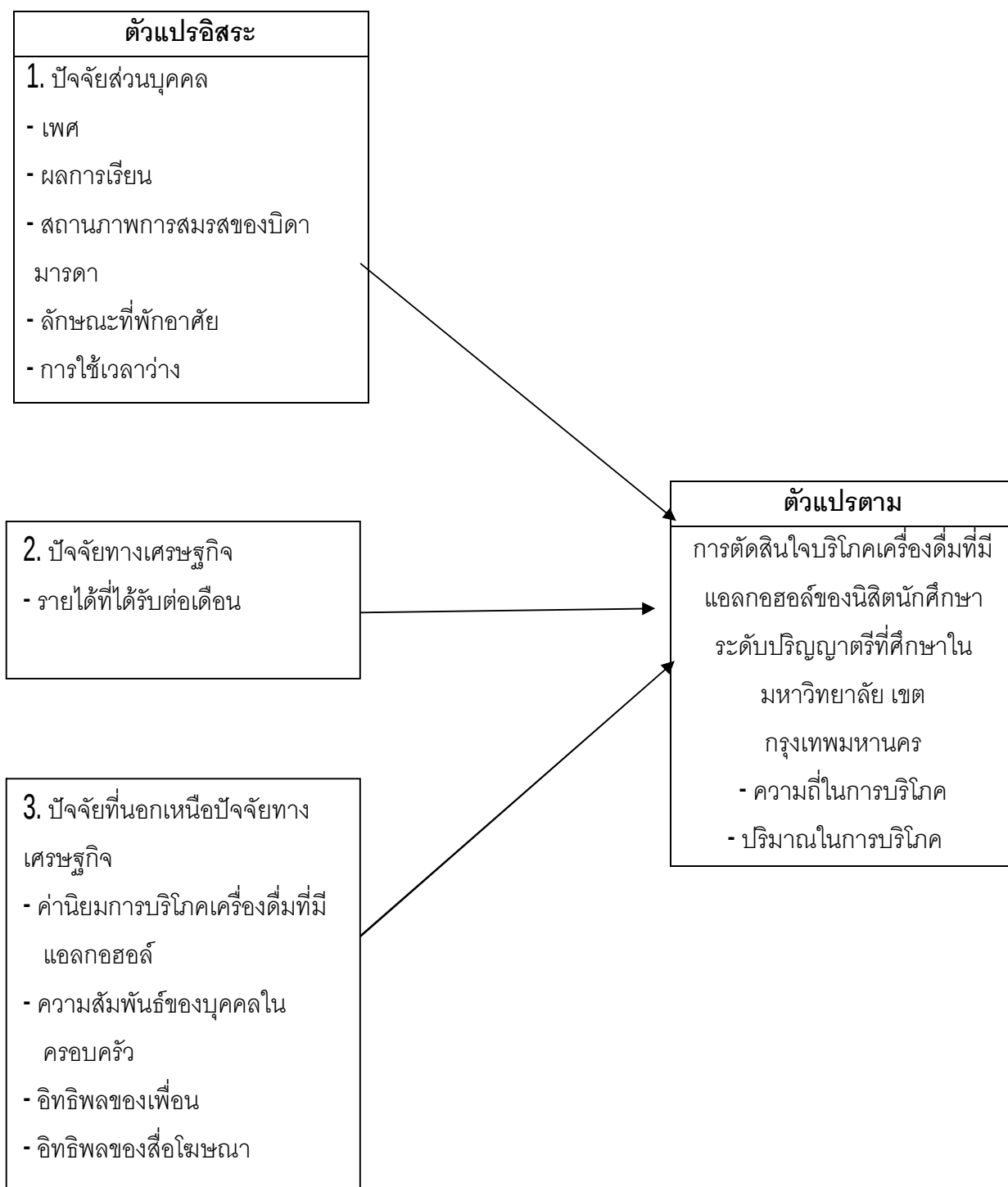
10. ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์ หมายถึง กระบวนการทางความคิด การให้ค่าความสำคัญ การยอมรับ และพร้อมที่จะปฏิบัติตามคุณค่าที่คนหรือกลุ่มคนที่มีต่อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

11.ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมที่บุคคลในครอบครัวประกอบด้วย บิดา มารดา ญาติพี่น้อง หรือบุคคลอื่นที่อาศัยอยู่ร่วมกันในครอบครัว ปฏิบัติต่อนักเรียน นักศึกษาในด้านความรักความห่วงใย มีการดูแลเอาใจใส่กัน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

12. อิทธิพลของเพื่อน หมายถึง การเรียนรู้บทบาทการอยู่ร่วมกันในกลุ่มเพื่อน รวมทั้งแรงสนับสนุน ผลักดันจากเพื่อนในด้านต่างๆ ทั้งด้านการสมาคม ค่านิยม ที่จะส่งผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

13. อิทธิพลของสื่อโฆษณา หมายถึง การเรียนรู้ การให้ความหมายเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากการได้เห็น ได้ฟังจากสื่อมวลชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ วีดีโอ หนังสือต่างๆ แล้วนำมาเลียนแบบ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. เพศ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษา
ระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
2. ผลการเรียนมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิต
นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
3. สถานภาพการสมรสของบิดามารดา มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มี
แอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
4. ลักษณะการพักอาศัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของ
นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
5. การใช้เวลาวางมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิต
นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
6. รายได้ที่ได้รับต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของ
นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
7. ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภค
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขต
กรุงเทพมหานคร
8. ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มี
แอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
9. อิทธิพลของเพื่อน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิต
นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
10. อิทธิพลของสื่อโฆษณา มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนและประกอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. ความหมายของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Beverages) องค์การอนามัยโลกให้ความหมายว่า เป็นของเหลวที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ชนิดดื่มหรือีสทานอล ใช้เพื่อการดื่ม ส่วนใหญ่ได้มาจากการหมัก (Fermentation) หรือได้มาจากการหมักแล้วกลั่น

สำหรับประเทศไทยมีการใช้คำว่า “สุรา” เช่นเดียวกับคำว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้

ความหมายสุรา ตามพระราชบัญญัติสุรา ในพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ได้วิเคราะห์ศัพท์ไว้ว่า “สุรา” หมายถึงถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือดื่มกินไม่ได้แต่เมื่อผสมกับน้ำหรือของเหลวชนิดอื่นแล้ว สามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา

สุราตามพระราชบัญญัตินี้ จึงมีลักษณะดังนี้ (ชนุตม์ ศรีปราบ. 2499: 92-93)

1. สุราเป็นวัตถุหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ กล่าวคือ สุราเป็นวัตถุส่วนผสมหรือของที่มีธาตุแอลกอฮอล์ผสมอยู่ ถ้าไม่มีแอลกอฮอล์ผสมอยู่ ก็ไม่เรียกว่า สุรา
2. ต้องสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุรา กล่าวคือ ต้องเป็นเครื่องดื่มที่คนเราสามารถดื่มกินได้โดยไม่มีรสขื่นขม เผ็ดร้อนจนดื่มกินไม่ได้และเมื่อดื่มกินแล้ว ไม่มีพิษแก่ร่างกาย โดยที่แอลกอฮอล์ซึ่งเป็นส่วนผสมของสุรานั้นมีอยู่ 2 อย่างคือ แอลกอฮอล์ชนิดบริโภคได้เรียกว่าีสทานอล (Ethanol) อย่างหนึ่งและเมทานอล (methanol) ซึ่งใช้บริโภคไม่ได้อย่างหนึ่ง ส่วนผสมที่เป็นสุรา ตามพระราชบัญญัตินี้จะต้องเป็นแอลกอฮอล์ชนิดบริโภคได้ ถ้าเป็นแอลกอฮอล์บริโภคไม่ได้ไม่เรียกสุรา เพราะถ้าผสมแอลกอฮอล์ชนิดที่เป็นพิษต่อร่างกายถือว่าดื่มกินไม่ได้อยู่แล้ว

3. เป็นของซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อผสมกับน้ำหรือของเหลวสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับสุรา หมายความว่า มีสุรบบางอย่างเป็นสุราที่มีแรงแอลกอฮอล์สูง ซึ่งเมื่อดื่มกินแล้วจะให้โทษหรือเป็นอันตรายแก่ร่างกาย ทำให้ปากพองหรือลำไส้พอง เจ็บปากได้ แต่เมื่อเติมน้ำหรือของเหลวอื่นๆเช่น โขดหรือน้ำแล้วดื่มกินได้

บุญชัย พัทธษัตรารกุล (2524: 17-18) ได้ให้ความหมายของสุร่าว่าหมายถึง น้ำเมาหรือ เครื่องดื่มประเภทที่มีวัตถุธาตุผสมอยู่ เมื่อดื่มกินจะมีอาการมึนเมา โดยปกติใช้ดื่มเพื่อความสำเร็จในการสมาคม บางครั้งใช้ดื่มกินเป็นยาบำบัดโรค

2. ทฤษฎีอุปสงค์

ผู้บริโภคทุกคนย่อมมีความต้องการหรือมีอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการต่างๆ อุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใด หมายถึง จำนวนสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อในช่วงเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆของสินค้าและบริการนั้น

คำว่าประสงค์จะซื้อ หรือเต็มใจจะซื้อ (willingness to purchase) ในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ความต้องการที่สามารถทำให้สำเร็จได้จริง และมีความตั้งใจจริงที่จะทำด้วย กล่าวคือ มีเงินเพียงพอและตั้งใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น ความประสงค์ที่จะมีบ้านพักตากอากาศที่พหยา ลักหลัง แต่ถ้าไม่มีเงินเพียงพอที่จะซื้อ หรือมีเงินเพียงพอที่จะซื้อแต่ยังไม่คิดที่จะซื้อในขณะนั้น เนื่องจากเหตุผลบางประการ ความประสงค์ดังกล่าวไม่นับว่าเป็นอุปสงค์ในทางเศรษฐศาสตร์ (ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย; สงศ์ศักดิ์; และ สุพันธุ์ โตสุนทร. 2531: 130)

กฎของอุปสงค์เป็นกฎที่อธิบายถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจจ่ายซื้อสินค้าเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป สาระสำคัญของกฎอุปสงค์คือ ปริมาณสินค้าที่มีผู้ที่ต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่งจะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าชนิดนั้น แสดงให้เห็นว่า ถ้าราคาสินค้าสูงขึ้น อุปสงค์จะลดลง และถ้าราคาสินค้าลดลง อุปสงค์จะเพิ่มขึ้น (รัตน สายคณิต; และ ชลลดา จามรกุล. 2549: 48-55)

ปริมาณอุปสงค์ หรือปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อ (Quantity Demanded) ย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะของผู้บริโภคแต่ละคนและลักษณะส่วนรวมของสังคมนั้นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยบางประการ ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยเหล่านั้น ก็จะทำให้อุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปด้วย ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ที่สำคัญมีดังนี้

1. ราคาของสินค้าและบริการที่ประสงค์จะซื้อ

ปัจจัยนี้ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการกำหนดปริมาณอุปสงค์ ตามกฎของอุปสงค์ ถ้าราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณที่น้อยลง และถ้าราคาลดลง ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น

2. ระดับรายได้ของผู้บริโภค

เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมักทำให้ผู้บริโภคจ่ายซื้อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยทั่วไป เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น และเมื่อรายได้ลดลง ก็ซื้อสินค้าลดลง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรายได้จะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อเล็กน้อยเพียงโดยอ้อมแล้วแต่ชนิดของสินค้า โดยปกติการเปลี่ยนแปลงในรายได้ของผู้บริโภคจะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าที่จำเป็นในการดำรงชีพน้อย แต่จะกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยมาก ทั้งนี้เพราะไม่ว่าผู้บริโภคจะมีรายได้มากหรือน้อยเพียงใดก็มักจะต้องขวนขวายหาซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพให้เพียงพอต่อความต้องการก่อน ซึ่งเมื่อมีสินค้าดังกล่าวเพียงพอแล้ว แม้จะมีรายได้เพิ่มขึ้นก็ยังไม่ซื้อสินค้านั้นเพิ่มขึ้นอีก ซึ่งตรงกันข้ามกับกรณีของสินค้าฟุ่มเฟือย ที่คนเราจะต้องการซื้อเพิ่มขึ้น เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามมีสินค้าบางชนิดที่ผู้บริโภคต้องการซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้ลดลง และต้องการซื้อลดลงเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น ได้แก่ สินค้าด้อยคุณภาพ

3. ระดับราคาสินค้าชนิดอื่น

ปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลงนอกจากจะถูกกำหนดโดยราคาสินค้าชนิดนั้น ระดับรายได้ของผู้บริโภคแล้ว ยังถูกกำหนดโดยราคาสินค้าชนิดอื่นด้วย ทั้งนี้เพราะสินค้าชนิดต่างๆ ที่ซื้อขายในตลาดมักมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ สินค้าบางชนิดสามารถใช้แทนกันได้ สินค้าบางชนิดต้องใช้ร่วมกัน ดังนั้น การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งมากขึ้นเพียงใดจึงต้องพิจารณาถึงราคาของสินค้าชนิดอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กันด้วย การเปลี่ยนแปลงในราคาของสินค้าชนิดหนึ่งจะกระทบกระเทือนต่ออุปสงค์ของสินค้าชนิดอื่นๆ น้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับระดับความสัมพันธ์ระหว่างสินค้านั้นๆ ถ้าสินค้านั้นมีความสัมพันธ์กันมาก ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในราคาของสินค้าชนิดหนึ่งต่อปริมาณการซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะมาก แต่ถ้าสินค้านั้นมีความสัมพันธ์กันน้อย ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในราคาของสินค้าชนิดหนึ่งต่อปริมาณการซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะน้อย

4. รสนิยมของผู้บริโภค

รสนิยมเป็นปัจจัยที่สำคัญมากอย่างหนึ่งต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าบางอย่างแม้จะมีราคาถูกมาก แต่ถ้าไม่เป็นที่พอใจของผู้บริโภค เขาก็จะไม่ซื้อสินค้าชนิดนั้น โดยปกติรสนิยมในสินค้าชนิดต่างๆ

จะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ตามยุค ตามสมัย ถ้าสินค้าใดกำลังอยู่ในสมัยนิยม อุปสงค์ของสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้านั้นใดล้าสมัย อุปสงค์ของสินค้านั้นจะลดลง

5. การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต

การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น ถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาน้ำมันจะสูงขึ้นในสัปดาห์หน้า เขาก็จะรีบซื้อน้ำมันมากขึ้น อุปสงค์ของน้ำมันในสัปดาห์นี้จึงเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาน้ำมันจะลดลงในอนาคต เขาก็จะชะลอการซื้อไว้ก่อน อุปสงค์น้ำมันในสัปดาห์นี้จึงลดลง

6. ขนาดของจำนวนประชากร

เมื่อประชากรของประเทศใดมีจำนวนสูงขึ้น ความต้องการในการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆย่อมสูงขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ปริมาณอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการซื้อ (Purchase Power) ของประชากรด้วย ในประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งมีฐานะทางเศรษฐกิจดี จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นย่อมหมายถึงปริมาณอุปสงค์รวมทั้งสิ้นเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลทำให้ผลผลิตต้องเพิ่มขึ้นอย่างได้สัดส่วนกัน ส่วนในประเทศที่ด้อยพัฒนาหรือกำลังพัฒนา การเพิ่มของประชากรไม่ได้หมายความว่า การผลิตจะต้องเพิ่มขึ้นอย่างสัดส่วนกัน เพราะอำนาจการซื้อของประชากรจะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญด้วยส่วนหนึ่ง

7. การกระจายของรายได้ของครัวเรือน

อุปสงค์ในประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้สูงย่อมแตกต่างจากอุปสงค์ในประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำ แม้ในประเทศ 2 ประเทศที่มีอะไรหลายอย่างคล้ายคลึงกัน และมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีก็เท่ากัน แต่ถ้าวการกระจายของรายได้ของครัวเรือนของประชากรมีลักษณะที่แตกต่างกันแล้ว ก็จะทำให้อุปสงค์ส่วนใหญ่ที่มีต่อสินค้าและบริการของทั้งสองประเทศนั้นแตกต่างกันไปด้วย

8. ฤดูกาล

ในหลายประเทศ ฤดูกาลมีส่วนในการกำหนดอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศเกษตรกรรม หลังจากที่ได้เก็บเกี่ยวและขายพืชผลแล้ว ก็มักใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าที่ตนต้องการ ซึ่งมีผลทำให้ปริมาณอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการในช่วงเวลาดังกล่าวสูงกว่าปกติ

9. ปัจจัยอื่นๆ

นอกจากปัจจัยต่างๆข้างต้นแล้ว การที่ผู้บริโภคจะมีอุปสงค์ของสินค้าน้อยเพียงใดยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกมากมาย เช่น ลักษณะนิสัยส่วนบุคคล การออมทรัพย์ อัตราดอกเบี้ยในตลาด การจัดเก็บภาษีของรัฐ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยวัฒนธรรมและสังคมของผู้บริโภค ฯลฯ เป็นต้น ถ้าผู้บริโภคมีนิสัยมัธยัสถ์ ก็จะมีอุปสงค์ของสินค้าน้อย แต่ถ้ามีนิสัยสุรุ่ยสุร่าย ก็จะมีอุปสงค์ของสินค้า

มาก หรือถ้าภาครัฐเรียกเก็บภาษีในอัตราสูง ประชาชนก็จะมีรายได้ที่จะใช้ซื้อสินค้าน้อยลง อุปสงค์ของสินค้าก็จะลดลง

เราทราบแล้วว่าเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อเปลี่ยนแปลงไปซึ่งปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยเพียงโดยอ้อมขึ้นอยู่กับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของสินค้านั้น ถ้าสินค้ามีความยืดหยุ่นมาก ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อจะเปลี่ยนไปมาก แต่ถ้าสินค้ามีความยืดหยุ่นต่ำ ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อจะเปลี่ยนไปน้อย ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์จึงเป็นค่าที่วัดอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้นหรือรายได้ของผู้ซื้อ โดยคิดเทียบเป็นร้อยละ ซึ่งอาจเขียนในรูปของสมการได้ดังนี้

$$\text{ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์} = \frac{\% \text{ การเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อ}}{\% \text{ การเปลี่ยนแปลงของราคาหรือรายได้}}$$

ลักษณะของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ สามารถแบ่งตามระดับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ได้เป็น 5 ประเภท คือ

1. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ (Perfectly elastic demand) ลักษณะของอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ก็คือ ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าแม้เพียงนิดเดียว ก็จะทำให้ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด นั่นคือ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เท่ากับอนันต์ (Infinity : ∞)

2. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นสูง (Relatively elastic demand) ลักษณะของอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นสูงก็คือ ถ้าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปในอัตราที่มากกว่าการเปลี่ยนแปลงของราคา ดังนั้นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นสูงจะมีค่าความยืดหยุ่นมากกว่า 1 สินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์สูงส่วนใหญ่เป็นพวกสินค้าฟุ่มเฟือย กล่าวคือ ถ้าราคาสินค้าเหล่านี้สูงขึ้น ผู้บริโภคจะลดการซื้อลงมาก และถ้าราคาสินค้าเหล่านี้ลดลง ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นมาก

3. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นเท่ากับ 1 (Unitary elastic demand) ลักษณะของอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นเท่ากับ 1 ก็คือ ถ้าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปในอัตราเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของราคา

4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นต่ำ (Relative inelastic demand) ลักษณะของอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นต่ำ ก็คือ ถ้าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปในอัตราที่น้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงของราคา ดังนั้นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นต่ำจะมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 สินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่ำ ส่วนใหญ่เป็นพวกสินค้าที่จำเป็นในการดำรงชีพ สินค้าเหล่านี้แม้ราคาจะสูงขึ้นหรือลดลงมาก ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อก็จะไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก

5. อุปสงค์ที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (Perfectly inelastic demand) ลักษณะของอุปสงค์ที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลยก็คือ แม้ราคาสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าใด ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อก็จะไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นอุปสงค์ที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลยจะมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0 สินค้าที่ไม่มีความยืดหยุ่นเลยจะหาได้ยากมากในความเป็นจริง ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพมาก

3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

สำหรับงานวิจัยนี้ได้แบ่งปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคไว้ 3 ส่วนดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่างๆดังนี้

3.1.1 เพศ ความแตกต่างทางด้านเพศ ส่งผลให้ความต้องการและความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกัน รสนิยมในการดื่มสุราของเยาวชนชายและเยาวชนหญิงก็แตกต่างกัน กล่าวคือ เยาวชนชายนิยมดื่มเบียร์ ในขณะที่เยาวชนหญิงนิยมดื่มไวน์/สไปรท์/ไวน์คูลเลอร์ (เรื่องย่อการประชุมวิชาการ สุราระดับชาติครั้งที่ 2. 2549: 101) และจากรายงานวิจัยของรุ่งวิทย์ มาศงามเมือง(2542: 54) พบว่าเพศชายมีแนวโน้มที่จะดื่มสุรามากกว่า และจะเริ่มดื่มครั้งแรกเมื่ออายุน้อยกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลักขณา เต็มศิริกุลชัย และคณะ (2542) ที่ผลการศึกษาพบว่าเพศชายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยเพศชายดื่มมากกว่าเพศหญิง

3.1.2 ผลการเรียนรู้ ในวัยเรียนเด็กจะใช้ชีวิตในการศึกษาหาความรู้ และฝึกอบรมตนเองให้มีความประพฤติที่ดี เจสเซอร์ และคนอื่นๆ (Jessor; et al. 1980: 27; อ้างอิงจาก กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล. 2542. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร. หน้า 67) ได้กล่าวถึง การใช้สารเสพติดและปัญหาการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ว่าเป็นผลมาจากผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของเด็ก เด็กที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาต่ำ จะมีการใช้สารเสพติดและดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเด็กที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาสูง จากการศึกษา

ของจิราภรณ์ เทพหนู (2540: 87) พบว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำและผลการเรียนปานกลาง มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็น 9.85, 2.30 เท่าของนักเรียนที่มีผลการเรียนสูง และผลการวิจัยของไรซ์ (Rice. 1990) ที่พบว่า นักเรียนที่มีสัมฤทธิ์ผลทางการศึกษาในระดับต่ำ จะดื่มมากกว่านักเรียนที่มีสัมฤทธิ์ผลทางการศึกษาสูง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของยุพา ชูลิทธิกุล (2534) ที่พบว่า พฤติกรรมการดื่มสุราไม่สัมพันธ์กับระดับผลการเรียนของนักเรียน

3.1.3 สถานภาพการสมรสของบิดามารดา วัยรุ่นที่บิดามารดาหย่าหรือแยกทางกัน มักมีความสัมพันธ์ระหว่างบิดามารดาไม่คงที่ เป็นสาเหตุของการเริ่มต้นใช้สารเสพติด หรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เร็วขึ้น (Emery; et al. 1993: 224) เยาวชนซึ่งอยู่ในครอบครัวแตกแยก บิดามารดาใช้ชีวิตคู่มิค่อยราบรื่น บรรดาถูกๆมักมีแนวโน้มที่จะไปเกี่ยวข้องกับกาการดื่ม (Males. 1990) แต่จากการศึกษาของกมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542: 158) พบว่า สถานภาพการสมรสของบิดามารดาไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปในทางที่ผิด

3.1.4 ลักษณะการพักอาศัย เป็นลักษณะของการอยู่กับพ่อแม่ ญาติพี่น้อง เพื่อน หรือการออกมาอยู่เพียงลำพัง จากการศึกษาของจิราภรณ์ เทพหนู (2540: 105) พบว่านักเรียนที่อาศัยอยู่กับบิดามารดา มักไม่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือมีการดื่มน้อยกว่านักเรียนที่พักอาศัยอยู่กับเพื่อนหรืออยู่ตามลำพัง และการศึกษาของฝน แสงสิงแก้ว และคณะ (2525; อ้างอิงจาก ประกิจ โพธิอาสน์ 2541. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. หน้า 51) นักเรียนที่ใช้สารเสพติดส่วนใหญ่จะอยู่หอพักมากกว่านักเรียนที่อยู่กับบิดามารดา

3.1.5 การใช้เวลาว่าง เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะส่งผลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งจากการศึกษาของกมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542) พบว่าการใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยนักเรียนที่ใช้เวลาว่างเล่นดนตรีมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด ร้อยละ 83.1 และจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (www.BeerfreesportTV.org. 2003: online) พบว่านักเรียนที่มีการใช้เวลาว่างในการรวมกลุ่มกัน เช่น ชมรมบาสเก็ตบอลมีการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์บ่อยกว่า และดื่มในปริมาณที่มากกว่านักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมใดๆ

3.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

3.2.1 รายได้ที่ได้รับต่อเดือน ระดับของรายได้ก็มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในต่างประเทศพบว่า ถ้ารายได้ต่อหัวสูงขึ้นจะมีการบริโภคสุรามากขึ้น (เทพินทร์ พิชรานุรักษ์. 2541: 49) สำหรับประเทศไทยนักวิจัยพบว่า สุราส่วนใหญ่เป็นสินค้าจำเป็น เพราะอุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ต่ำ (เรื่องย่อการประชุมวิชาการสุราระดับชาติครั้งที่ 2. 2549: 85) แต่จาก

การศึกษาของประกิจ โพธิาศน์ (2541: 142) พบว่ารายได้ที่นักเรียนได้รับไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

3.3 ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ

3.3.1 ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในทางสังคมวิทยา ค่านิยม หมายถึงสิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนจากการศึกษาของลักขณา เตมศิริกุลชัย และคณะ (2541: 55) พบว่า ค่านิยมมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย โดยพบว่ากลุ่มที่มีค่านิยมต่อการไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระดับต่ำ (ให้ค่าสูงต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์) จะมีพฤติกรรมการดื่มมากกว่ากลุ่มที่มีค่านิยมในระดับปานกลางและสูง

3.3.2 ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว บางคนประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานแต่ล้มเหลวในชีวิตครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ในครอบครัว ความรักความอบอุ่นในครอบครัว และปัญหาครอบครัวแตกแยก เป็นสาเหตุหนึ่งนำไปสู่ปัญหายาเสพติด (อกนิษฐ์ ขำวิระ. 2546: 29) จากการศึกษาของลักขณา เตมศิริกุลชัย และคณะ (2542: 55) พบว่าความสัมพันธ์ในครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับครอบครัวที่ไม่ดี จะมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่ากลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับครอบครัวในระดับปานกลางและระดับดี

3.3.3 อิทธิพลของเพื่อน เกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน มีการศึกษาถึงสาเหตุของการดื่มสุราในเยาวชน พบว่า ส่วนใหญ่มาจากเพื่อนชวน ตามเพื่อน และอยากทดลองและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนจะมีมากช่วงวัยรุ่น (เทพินทร์ พัทธานรักษ์. 2541: 43-45) และจากการศึกษาของลักขณา เตมศิริกุลชัย และคณะ (2542: 53) พบว่า การดื่มของเพื่อนมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรอื่นๆ โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จะมีพฤติกรรมการดื่มมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพื่อนไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

3.3.4 อิทธิพลของสื่อโฆษณา การโฆษณาเป็นการโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคหันมาสนใจในสินค้าและตัดสินใจบริโภคในที่สุด โดยธรรมชาติของการโฆษณาย่อมไม่กล่าวถึงด้านไม่ดีของสินค้าจากการสำรวจข้อมูลของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI. 2549) พบว่าสื่อโฆษณาที่ผู้ดื่มสุราพบเห็นบ่อยมากที่สุด คือ การโฆษณาทางโทรทัศน์ และการแข่งขันกีฬา สำหรับวิธีการโฆษณาที่มีอิทธิพลสูงใจให้อยากดื่มสุรา คือ ภาพงานเลี้ยง ภาพหญิงสาวและชายหนุ่ม และภาพโปสเตอร์ที่มีรูปเหล้าและเบียร์เย็นๆ ถึงแม้ว่าภาครัฐจะมีการควบคุมเวลาในการโฆษณา ก็ไม่สามารถปิดกั้นช่องทางในการโฆษณาบางช่องทางได้ ทั้งนี้กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการนิยมใช้มากขึ้น คือ การใช้สถานบันเทิง ผับ บาร์ เพื่อจำหน่ายสินค้า โดยอาศัยวิธีการต่างๆ หมายรวมถึง การให้วัยรุ่นหญิงมาเป็นผู้

เชียร์ลินค้า โดยส่วนใหญ่กลุ่มผู้หญิงที่ทำหน้าที่เชียร์ลินค้า ส่วนใหญ่เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 19 – 24 ปี และกลุ่มนิสิตนักศึกษาในกลุ่มนี้ยังเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เองอีกด้วย (เรื่องย่อการประชุมวิชาการสุราระดับชาติครั้งที่ 2. 2549: 101) จากการศึกษาของ จิราภรณ์ เทพหนู (2540: 117) พบว่า อิทธิพลจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลสูงและปานกลาง มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 18.28 และ 3.62 เท่าของกลุ่มตัวอย่างที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่ำ

ในการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาตัวแปรเหล่านี้ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่จะมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดันแคน และคณะ (2006) ได้ศึกษาถึงปัจจัยเสี่ยงต่อการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในเด็กและวัยรุ่น โดยใช้วิธีการศึกษาจากการสุ่มเลือกสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นเด็กวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 9 – 16 ปี พบว่าปัจจัยเสี่ยงที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าเพศหญิง จะเป็นเพศที่มีอัตราการเสี่ยงที่จะบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากกว่าเพศชาย และพฤติกรรมการดื่มสุราของพ่อแม่จะส่งผลต่อเด็ก โดยที่เด็กจะเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมของพ่อแม่ ซึ่งหากว่าพ่อแม่มีการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง จะส่งผลให้เด็กเริ่มดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ตั้งแต่อายุยังน้อย และหากว่าครอบครัวขาดความอบอุ่น ขาดการอบรมสั่งสอน ไม่มีวิธีการในการลงโทษเมื่อเด็กกระทำความผิดและการขาดการติดตามดูแล ตลอดจนความสัมพันธ์ภายในครอบครัวไม่ดีนัก จะเป็นปัจจัยที่สำคัญตัวหนึ่งที่ทำให้เด็กมีการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ซึ่งหากเพื่อนมีการชักจูงไปในทางที่ไม่ดีก็จะเป็นตัวกระตุ้นตัวหนึ่งที่ทำให้เด็กบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และใช้สารเสพติดเพิ่มมากขึ้นตามอายุต่อไป

เฮนรี และคณะ (1993-2001) ได้ศึกษาถึงแนวโน้มของการเป็นนักดื่มของนักศึกษาในวิทยาลัย ในช่วงของการพยายามป้องกันการเพิ่มขึ้นของตัวเลขการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาใน Harvard School of Public Health College ซึ่งได้ทำการศึกษาถึง 4 ครั้งในปี 1993, 1997, 1999 แล้วนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งสุดท้ายในปี 2001 ว่าการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น หรือเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ปัญหาต่างๆที่เกิดจากฤทธิ์ของแอลกอฮอล์ ตลอดจนความพยายามหามาตรการป้องกัน รณรงค์ให้

การบริโภคที่ลดลงจากทางวิทยาลัยและชุมชนในพื้นที่ ซึ่งพบว่า 2 ใน 5 หรือ 44.4% ของนักศึกษามีพฤติกรรมบริโภคชนิดที่เรียกว่าดื่มจนเมาหัวราน้ำ ซึ่งการดื่มในแต่ละครั้งจะดื่มในปริมาณมาก และในช่วง 1 สัปดาห์จะมีความถี่ในการดื่มสูง ซึ่งระดับการบริโภคถือว่าไม่แตกต่างจาก 3 ครั้งก่อนที่ศึกษา แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยในเรื่องของระดับการศึกษาของผู้บริโภค ที่ถือว่าเป็นนักดื่ม จะมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ช่วงอายุที่น้อยลง ความถี่ในการบริโภคก็จะมีตัวเลขที่สูงขึ้น โดยพบว่าเพศหญิงมีจำนวนในการเป็นนักดื่มมากขึ้นและบริโภคบ่อยครั้งขึ้น ในด้านการบริโภคที่มากเกินไปจนทำให้เกิดปัญหาตามมา เช่นการทำให้ร่างกาย ทะเลาะวิวาทก็มีตัวเลขที่สูงขึ้นด้วย ซึ่งความต้องการที่จะบริโภคแอลกอฮอล์ตามความต้องการของตนเองนั้น ทำให้นักศึกษาเปลี่ยนจากการอาศัยกับครอบครัวหรือหอพักในวิทยาลัยเป็นการอยู่ข้างนอกโดยลำพังเพราะต้องการความเป็นอิสระมากขึ้น เพื่อการพบปะสังสรรค์สะดวกขึ้น จากการเพิ่มขึ้นของสถิติที่น่าเป็นห่วงนี้ ส่งผลให้ทางวิทยาลัยมีการให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และความพยายามในการป้องกันปัญหาที่จะตามมาจากการบริโภคที่มากเกินไปเพิ่มมากขึ้น ซึ่งหากเกิดปัญหาขึ้นก็จะมีการวางบทลงโทษผู้กระทำผิดที่เข้มงวดและรุนแรงขึ้น

สตินโฮเซน และคนอื่น ๆ (2003) ได้ศึกษาถึงรูปแบบการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น และปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนอายุ 6 – 17 ปี ที่อาศัยอยู่ในเมือง Canton of Zurich, Switzerland พบว่ารูปแบบการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในเด็กวัยรุ่น ซึ่งสามารถแยกให้เห็นถึงพฤติกรรมได้อย่างชัดเจนในด้านความถี่และปริมาณในการดื่มแต่ละครั้ง รวมไปถึงอาการเมา โดยจะแบ่งตามระดับของพฤติกรรมเหล่านี้ออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มประเภทที่เรียกว่าเป็นนักดื่มตัวยงหรือพวกที่ดื่มหนัก กลุ่มดื่มปานกลางและกลุ่มที่ดื่มต่อเมื่อต้องเข้าสังคม โดยกลุ่มที่ดื่มหนักจะมีข้อแตกต่างจากกลุ่มที่ดื่มปานกลางตรงความถี่ในการสร้างปัญหาต่างที่เกิดขึ้นจากฤทธิ์แอลกอฮอล์ และจากการศึกษาพบว่าเพศชายระดับของปริมาณการดื่มในแต่ละครั้งมากกว่าเพศหญิง และยิ่งอายุมากขึ้นปริมาณการดื่มก็ยิ่งมากขึ้นด้วย ปัจจัยทางด้านจิตสังคม ปัจจัยด้านครอบครัวและปัจจัยภายในโรงเรียนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และปัจจัยด้านประสบการณ์ชีวิตที่เด็กเคยได้รับมา จะส่งผลกระทบต่อทัศนคติของเด็กที่มีต่อพ่อแม่ เพื่อน ครูและตนเอง จะทำให้เด็กเกิดภาวะทางอารมณ์ คือวิตกกังวล ซึมเศร้า ขาดสมาธิ และต้องการแยกตัว ภาวะเหล่านี้จะทำให้เด็กใช้วิธีทำให้ตนเองผ่อนคลายด้วยการดื่มสุรา และการที่ดื่มสุราเป็น จะทำให้เกิดการยอมรับจากเพื่อนมากกว่าเด็กที่ไม่ดื่มสุรา

www.beerfreesportTV.com ได้ทำการวิจัยกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาลัยในอเมริกาพบว่า ระดับอายุที่มีการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากที่สุดคือ อายุ 21 ปี ซึ่งนักเรียนในระดับนี้มีปริมาณการดื่มโดยเฉลี่ยแล้ว 5 แก้วต่อครั้ง ซึ่งมีมากกว่านักเรียนที่อยู่ในช่วงอายุเดียวกันแต่ไม่ได้เรียนอยู่ในวิทยาลัย 18.8% ของนักเรียนที่ลงทะเบียนเรียนเต็มเวลาที่มีช่วงอายุ 18-22 ปี มีความถี่และปริมาณการดื่มมากกว่าเด็กในช่วงอายุเดียวกัน แต่เรียนไม่เต็มเวลา และพบว่าเพศชายดื่มบ่อยกว่าเพศหญิง นักเรียนที่มีความใกล้ชิดกับเพื่อนตลอดเวลา เช่นการเป็นสมาชิกชมรมฟุตบอล จะมีพฤติกรรมในการดื่มที่บ่อยกว่า และดื่มในปริมาณที่มากกว่านักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมใดๆ และพบว่านักเรียนที่เข้าสู่รั้ววิทยาลัยจะมีความถี่ในการบริโภคมากกว่าตอนที่เรียนในระดับมัธยมศึกษา

www.findaticles.com ได้ทำการวิจัยพฤติกรรมการดื่มของคนญี่ปุ่นที่มีอายุ 20-60 ปี ในปี ค.ศ.1996 ของบริษัททาเคดะ ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายใหญ่ในประเทศญี่ปุ่นพบว่า จำนวนการดื่ม (จำนวนครั้งเฉลี่ยต่ออาทิตย์) ของผู้ชายคือ 5.1 ครั้ง ผู้หญิง 3.1 ครั้ง โดยแบ่งหัวข้อในการสำรวจดังนี้ โอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบ้านมีดังนี้ ผู้ชายอันดับ 1 คือหลังจากขึ้นจากอ่างอาบน้ำร้อน อันดับ 2 คือช่วงกลับบ้าน และอันดับ 3 คือช่วงกำลังดูทีวี วิดีโอ ผู้หญิงอันดับ 1 หลังจากขึ้นจากอ่างอาบน้ำร้อน อันดับ 2 คือช่วงกลับบ้าน และอันดับ 3 คืองานปาร์ตี้กับเพื่อนที่บ้าน ส่วนเหตุผลของการดื่มของผู้ชาย อันดับ 1 เพื่อเป็นการผ่อนคลายอารมณ์ อันดับ 2 เนื่องจากชอบรสชาติ ผู้หญิงอันดับ 1 เพื่อเป็นการผ่อนคลายอารมณ์ อันดับ 2 เพื่อเป็นการเพิ่มรสชาติอาหาร ส่วนผู้มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้ชายอันดับ 1 จากเพื่อนสนิท คนรู้จัก อันดับ 2 จากเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนนักเรียน รุ่นพี่ พ่อ-ปู่(ตา) ผู้หญิงอันดับ 1 จากเพื่อนสนิท คนรู้จัก อันดับ 2 จากฉากในหนังหรือละครทีวี

กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาพบว่า นักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานครร้อยละ 66.8 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีระดับการดื่มค่อนข้างสูง คือ ดื่มระดับมากร้อยละ 2 ดื่มระดับปานกลางถึงมากร้อยละ 34.4 ดื่มระดับปานกลางร้อยละ 30.5 ดื่มระดับน้อยร้อยละ 21.5 และดื่มเป็นครั้งคราวร้อยละ 11.7 นักเรียนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 65.1 มีแนวโน้มที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้นหรือดื่มไปในทางที่ผิด ช่วงอายุ 14-18 ปีมีการเริ่มต้นดื่มมากที่สุดคือร้อยละ 81.5 และจะดื่มขึ้นเมื่อมีอายุมากขึ้น ลักษณะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการดื่มเพื่อการสังสรรค์ทางสังคม เช่น มีการดื่มเป็นกลุ่ม ดื่มตามคำชักชวนของเพื่อน และนิยมดื่มมากในโอกาสต่างๆ การคล้อยตามกลุ่มเพื่อน สามารถทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ได้ร้อยละ 34 และความพึงพอใจราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปในทางที่ผิดได้ร้อยละ 20.3 นอกจากนี้พบว่า ทักษะคิดและการรับรู้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จิราภรณ์ เทพหนู (2540) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สายสามัญศึกษา ในจังหวัดพัทลุง จากการศึกษาพบว่า เพศชายมีโอกาสเสี่ยงที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 13.03 เท่าของเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติทางบวกต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 9.89 เท่าของกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติลบต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างที่พ่อแม่สนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงควบคุมต่ำ มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 3.43 เท่าของกลุ่มตัวอย่างที่พ่อแม่สนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่ำควบคุมสูง กลุ่มตัวอย่างที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลสูงและปานกลาง มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 4.11 และ 2.40 เท่าของกลุ่มตัวอย่างที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่ำตามลำดับ

ประกิจ โพธิอาศน์ (2541) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นประจำ ร้อยละ 2.7 ดื่มนานๆ ครั้ง ร้อยละ 46.7 และพบว่าปัจจัยนำเข้า ได้แก่ เพศ อายุ ผลการเรียนรู้ ประเภทของการศึกษา ลักษณะที่พักอาศัย ทักษะคิด ค่านิยม การรับรู้ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งซื้อขาย ความสัมพันธ์ในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยเสริม ได้แก่ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท และการรับอิทธิพลจากสื่อโฆษณามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และจากการวิเคราะห์การจำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis) พบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้ดีที่สุดคือ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท รองลงมาคือ ทักษะคิดต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เพศ และการรับอิทธิพลจากสื่อโฆษณา ตามลำดับ

รังสิมา พุทธางกูรานนท์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชอบดื่มสุรามากที่สุดส่วนใหญ่ดื่มสุราที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยจะเลือกซื้อเครื่องดื่มกับกลุ่มเพื่อนตามร้านอาหารและสถาน

บันเทิง ซึ่งตัวผู้ดื่มเองมีอิทธิพลในการเลือกเครื่องดื่มมากที่สุด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคือ รสชาติ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ บรรยากาศในการนั่งดื่มและการลดราคา โดยอายุ ระดับรายได้ และอาชีพ เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ทั้งนี้ อายุ และอาชีพ ยังมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อสุรา ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ชอบดื่มเบียร์มากที่สุด ส่วนใหญ่ดื่มเบียร์ที่ผลิตภายในประเทศ โดยจะดื่มกับกลุ่มเพื่อนตามร้านอาหาร และตัวผู้ดื่มเองมีอิทธิพลในการเลือกดื่มมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเบียร์ตามร้านสะดวกซื้อและร้านขายของชำ ปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคือ รสชาติ ราคาที่เหมาะสม ทำเลที่สามารถหาซื้อได้สะดวก และการลดราคา โดยเพศ อายุ และอาชีพเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ทั้งนี้ เพศและการศึกษายังมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อเบียร์ และสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ชอบดื่มไวน์มากที่สุดส่วนใหญ่ดื่มไวน์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยจะดื่มกับกลุ่มเพื่อนตามงานเลี้ยงสังคม และตัวผู้ดื่มเองมีอิทธิพลในการเลือกดื่มมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อไวน์จากร้านอาหารและสถานบันเทิง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อคือ รสชาติ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สถานที่ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และการลดราคา โดยเพศเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อไวน์

ร้อยเอกรัฐพล มั่นนาค (2543) ศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการดื่มไวน์ กรณีศึกษานิสิตปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิสิตชายที่เคยดื่มไวน์มีมากกว่านิสิตหญิง กลุ่มตัวอย่างนิสิตชายนิยมดื่มไวน์แดงมากที่สุด ขณะที่กลุ่มตัวอย่างนิสิตหญิงนิยมดื่มไวน์ผลไม้มากที่สุด โดยมีข้อมูลส่วนใหญ่คือ กลุ่มตัวอย่างอายุ 31-35 ปี รายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน ดื่มไวน์ด้วยความถี่นานกว่า 4 วันต่อครั้ง และนิยมดื่มไวน์มากกว่า 2 แก้ว/ครั้ง นิยมดื่มตามงานเลี้ยงรับรองมากที่สุด โดยสาเหตุของการดื่มเนื่องจากชอบรสชาติและดื่มเพื่อสุขภาพ จากการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่อพฤติกรรมการบริโภคไวน์พบว่า ปริมาณการดื่มต่อครั้งและการตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับเพศของกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ขึ้นกับรายได้และอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

รุ่งวิทย์ มาศงามเมืองและคณะ (2540) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษา จังหวัดลพบุรี อ่างทอง และประจวบคีรีขันธ์ พบว่านักเรียนร้อยละ 51 เคยดื่มในรอบปีที่ผ่านมา ดื่มเฉลี่ย 3 ครั้ง ส่วนใหญ่ดื่มกับเพื่อนในโอกาสพิเศษต่างๆ โดยนิยมดื่มสุราและเบียร์ เมื่อทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเสี่ยงกับการดื่มเครื่องดื่มที่

มีแอลกอฮอล์ พบว่าตัวแปรอิสระได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นประเภทของสถานศึกษา การหนีเรียน การไปเที่ยวสถานเริงรมย์ การช่วยทำงานบ้าน การปฏิบัติศาสนกิจ ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวและการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของบิดา มารดา ญาติ พี่น้อง ครูและเพื่อน ส่งผลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (2544) จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนนักศึกษาในจังหวัดลพบุรี พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 30 มาจากครอบครัวที่มีอาชีพเกษตรกร และนักเรียนเกือบครึ่งบิดามีการศึกษาสูงสุดเพียงชั้นประถมศึกษา จากพฤติกรรมนักเรียนที่เคยดื่มแม้เพียงครั้งเดียวมีอัตราส่วนมากขึ้นตามระดับอายุ นักเรียนชายร้อยละ 60 และนักเรียนหญิง 1 ใน 3 เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และประสบการณ์ในการดื่มของนักเรียนระดับปวส.ชายและหญิงสูงเกือบถึงร้อยละ 90 และ 3 ใน 4 ตามลำดับ นักเรียนชายที่มีผลการเรียนต่ำและนักเรียนหญิงที่มีผลการเรียนปานกลางประสบการณ์เคยดื่มจะสูงกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งมีแนวโน้มว่าอนาคตนักเรียนอาจเริ่มดื่มเมื่ออายุน้อยลง โดยเฉพาะผู้หญิง มีการเปลี่ยนแปลงชัดเจนกว่าผู้ชายที่นักเรียนระดับชั้นต่ำเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงอายุต่ำกว่ากลุ่มระดับชั้นสูงๆ ขึ้นไป และนักเรียนที่ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำมีแนวโน้มว่าจะเริ่มดื่มเมื่ออายุน้อยกว่ากลุ่มคะแนนเฉลี่ยสูง นักเรียนชายอายุ 11-16 ปี จะดื่มเพราะอยากทดลอง อายุ 17-20 ปี จะดื่มเพื่อความสนุกสนานตามประเพณี อายุ 21 ปีขึ้นไปจะดื่มเพื่อเข้าสังคมแสดงความยินดี นักเรียนที่เรียนระดับปานกลางและต่ำมักดื่มในงานฉลอง เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ สำหรับอิทธิพลของเพื่อนและความอยากทดลองมีอิทธิพลต่อการดื่มครั้งแรกของนักเรียนระดับมัธยมปลายมากกว่าระดับชั้นอื่น ส่วนนักเรียนหญิงอิทธิพลของพ่อแม่ญาติพี่น้องมากที่สุด รองลงมาคือความอยากทดลอง นักเรียนครึ่งหนึ่งนิยมดื่มสุราไทย อีก 1 ใน 4 นิยมดื่มเบียร์

สายพิน สาระเสริฐ (2544) ได้ทำการศึกษาความสำคัญระหว่างปัจจัยคัดสรรกับพฤติกรรมการดื่มสุราของนักเรียนนายสิบทหารบก พบว่านักเรียนนายสิบทหารบกมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 82.6 โดยปัจจัยภายในได้แก่ ทัศนคติต่อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความตั้งใจต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยภายนอกได้แก่ ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว การสนับสนุนและการควบคุมของบิดามารดาต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความคาดหวังของสังคมต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของเพื่อน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 117,833 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน และมีวิธีการดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

1. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของยามาเน (Yamane, 1967: 886) ได้คำนวณกลุ่มตัวอย่าง 117,833 คน โดยมีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดได้ไม่เกิน 0.05 ดังสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทนค่า จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทนค่า จำนวนประชากร
 e แทนค่า ความคลาดเคลื่อน (0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตร } n &= \frac{117,833}{1 + (117,833) (0.05)^2} \\ &= 399.99 \text{ หรือ } 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 400 คน

2. การสุ่มตัวอย่าง กำหนดเขตพื้นที่จากสถานที่ตั้งของย่านแหล่งบันเทิงแล้วจึงสุ่มมหาวิทยาลัยที่เป็นตัวแทนของแต่ละเขตพื้นที่ โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยย่านบันเทิงที่กำหนดมีดังนี้

ตาราง 1 แสดงเขตพื้นที่ ย่านบันเทิง และมหาวิทยาลัยตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เขตพื้นที่	ย่านสถานบันเทิง	มหาวิทยาลัย
1. เขตพระนคร	1. ตรอกข้าวสาร	1. มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2. เขตจตุจักร – บางเขน	2. หลังสวน	2. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
3. เขตดินแดง	3. รัชดา	3. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
4. เขตวัฒนา	4. ทองหล่อ – เอกมัย	4. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. เขตหลักสี่	5. ประชาชื่น	5. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยเกริก
6. เขตห้วยขวาง - บางกะปิ	6. RCA	6. มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

จากการสุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นตัวแทนของแต่ละเขตพื้นที่ ดังนี้

1. เขตพระนคร	ตรอกข้าวสาร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. เขตจตุจักร-บางเขน	หลังสวน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. เขตดินแดง	รัชดา	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
4. เขตวัฒนา	ทองหล่อ-เอกมัย	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. เขตหลักสี่	ประชาชื่น	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
6. เขตห้วยขวาง-บางกะปิ	RCA	มหาวิทยาลัยรามคำแหง

จากสัดส่วนจำนวนนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีแต่ละสถาบัน ตามลำดับดังนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร	มีจำนวนนิสิตนักศึกษา	$\frac{13,881}{117,833} \times 400$	= 47 คน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	มีจำนวนนิสิตนักศึกษา	$\frac{34,986}{117,833} \times 400$	= 119 คน
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มีจำนวนนิสิตนักศึกษา	$\frac{17,827}{117,833} \times 400$	= 60 คน
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	มีจำนวนนิสิตนักศึกษา	$\frac{13,723}{117,833} \times 400$	= 47 คน
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	มีจำนวนนิสิตนักศึกษา	$\frac{19,976}{117,833} \times 400$	= 68 คน
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	มีจำนวนนิสิตนักศึกษา	$\frac{17,440}{117,833} \times 400$	= 59 คน
รวมทั้งหมด			<u>400</u> คน

3. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็น ผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เท่านั้นที่จะให้ข้อมูลในแบบสอบถาม โดยมีการสอบถามผู้ที่ให้ ข้อมูลก่อนในเบื้องต้นว่าเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือไม่ แล้วจึงให้ตอบแบบสอบถามได้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้มีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการ สร้างแบบสอบถาม
2. การสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษานี้ ใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ผลการเรียน สถานภาพสมรส ของบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย และการใช้เวลาว่าง ใช้ข้อคำถามแบบมีตัวเลือกให้ตอบ

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง โดยระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

เนื่องจากตัวแปรเพศเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ จึงต้องกำหนดให้อยู่ในรูปตัวแปรเทียม (Dummy or indicator variable) ดังนี้

เพศชาย = 0

เพศหญิง = 1

ข้อที่ 2 ผลการเรียน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

- ช่วงเกรดเฉลี่ย 1.00 – 1.50
- ช่วงเกรดเฉลี่ย 1.51 – 2.00
- ช่วงเกรดเฉลี่ย 2.01 – 2.50
- ช่วงเกรดเฉลี่ย 2.51 – 3.00
- ช่วงเกรดเฉลี่ย 3.01 – 3.50
- ช่วงเกรดเฉลี่ย 3.51 – 4.00

ข้อที่ 3 สถานภาพการสมรสของบิดามารดา ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Norminal Scale) ดังนี้

- อยู่ด้วยกัน
- แยกกันอยู่ หมายหรือหย่าร้าง
- เสียชีวิตแล้วทั้งคู่

เนื่องจากตัวแปรสถานะภาพการสมรสของบิดามารดาเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ จึงต้องกำหนดให้อยู่ในรูปตัวแปรเทียม (Dummy or indicator variable) ดังนี้

- อยู่ด้วยกัน ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0
- แยกกันอยู่ หมายถึงหรือหย่าร้าง ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0
- เสียชีวิตแล้วทั้งคู่ ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0

ข้อที่ 4 ลักษณะการพักอาศัย ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- อยู่กับบิดาและมารดา
- อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่ง
- อยู่กับญาติพี่น้อง
- พักอาศัยอยู่คนเดียว
- เข้าหอพักอยู่กับเพื่อน

เนื่องจากตัวแปรลักษณะการพักอาศัย เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ จึงต้องกำหนดให้อยู่ในรูปตัวแปรเทียม (Dummy or indicator variable) ดังนี้

- | | |
|-----------------------------------|----------------------|
| - อยู่กับบิดาและมารดา | ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0 |
| - อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่ง | ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0 |
| - อยู่กับญาติพี่น้อง | ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0 |
| - พักอาศัยอยู่คนเดียว | ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0 |
| - เข้าหอพักอยู่กับเพื่อน | ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0 |

ข้อที่ 5 การใช้เวลาวาง ได้แก่ มีหรือไม่มี ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งกิจกรรมยามว่าง ดังนี้

- ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี
- เล่นกีฬา
- เล่นคอมพิวเตอร์
- อ่านหนังสือ
- กิจกรรมอื่นๆ

เนื่องจากตัวแปรการใช้เวลาว่าง เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ จึงต้องกำหนดให้อยู่ในรูปตัวแปรเทียม (Dummy or indicator variable) ดังนี้

- ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี	ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0
- เล่นกีฬา	ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0
- เล่นคอมพิวเตอร์	ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0
- อ่านหนังสือ	ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0
- กิจกรรมอื่นๆ	ใช่ = 1 ; ไม่ใช่ = 0

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ที่ได้รับต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) มีระดับการวัดแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ใช้มาตรวัดแบบมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือน้อยมาก น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวตามคุณค่าที่ตนยึดถือ

มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ค่านิยมการบริโภค	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การแปลความหมายของคะแนนโดยใช้เกณฑ์การประเมินผลดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 9)

ค่าเฉลี่ย 3.67 – 5.00 หมายถึง มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูง

ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66 หมายถึง มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 หมายถึง มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่ำ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามในเรื่องของความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ โดยประยุกต์ใช้วิธีวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (Aiken. 2000) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ ปฏิบัติเป็นประจำ ปฏิบัติบ่อยครั้ง ปฏิบัติเป็นครั้งคราว ปฏิบัติน้อยครั้ง ไม่เคยปฏิบัติ

มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว	คะแนน
ปฏิบัติเป็นประจำ	5
ปฏิบัติบ่อยครั้ง	4
ปฏิบัติเป็นครั้งคราว	3
ปฏิบัติน้อยครั้ง	2
ไม่เคยปฏิบัติ	1

การแปลความหมายของคะแนนโดยใช้เกณฑ์การประเมินผลดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 9)

ค่าเฉลี่ย 3.67 – 5.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในครอบครัวระดับสูง

ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในครอบครัวระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในครอบครัวระดับต่ำ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับเรื่องของอิทธิพลของเพื่อนและอิทธิพลของสื่อโฆษณา ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 10 ข้อ โดยใช้การวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ลักษณะเครื่องมือเป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

อิทธิพลของเพื่อนและสื่อโฆษณา	คะแนน
เห็นด้วยอย่าง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การแปลความหมายของคะแนนโดยใช้เกณฑ์การประเมินผลดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 9)

ค่าเฉลี่ย 3.67 – 5.00 หมายถึง กลุ่มเพื่อนและสื่อโฆษณามีอิทธิพลสูง

ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66 หมายถึง กลุ่มเพื่อนและสื่อโฆษณามีอิทธิพลปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 หมายถึง กลุ่มเพื่อนและสื่อโฆษณามีอิทธิพลต่ำ

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ชนิดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่นิยมบริโภค ความถี่ในการบริโภค ปริมาณในการบริโภคแต่ละครั้ง กลุ่มบุคคลที่ร่วมในการบริโภค สถานที่ในการบริโภค โอกาสในการบริโภค แหล่งซื้อ และการเปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภค ใช้ข้อคำถามแบบมีตัวเลือกให้ตอบ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาเอกสาร ตำราวิชาการ วารสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เพื่อกำหนดขอบเขตโครงสร้างและเนื้อหา
2. สร้างข้อคำถามของแบบสอบถาม และกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนสำหรับคำตอบในแต่ละข้อคำถาม
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปแล้วทดสอบเครื่องมือวิจัยกับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 30 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ .2540 : 125-126) ได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80 โดยเลือกทดสอบเครื่องมือวิจัยกับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต เพราะนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร และสถานที่สะดวกต่อการเก็บข้อมูล
5. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาแก้ไข ปรับปรุงข้อคำถาม และนำเสนอให้ประธานและกรรมการควบคุมปริญญาบัตรตรวจสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมืออีกครั้ง เพื่ออนุมัติการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

แหล่งในการรวบรวมข้อมูลมีด้วยกัน 2 แหล่งใหญ่ๆดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ

1.2 หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยขั้นตอนในการดำเนินการมีดังนี้

2.1 ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองในมหาวิทยาลัยที่อนุญาตให้ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลเอง

2.3 ชี้แจงเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการเก็บข้อมูลให้กับผู้รวบรวมข้อมูล เพื่อให้ทราบขั้นตอนและวิธีการเก็บข้อมูลที่มีมาตรฐานเดียวกัน ในสถาบันที่กำหนดให้เจ้าหน้าที่ของสถาบันเป็นผู้เก็บข้อมูลแทน

2.4 นำข้อมูลที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Sciences) for Windows

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ การนำปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ผลการเรียน สถานภาพสมรสของบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย และการใช้เวลาว่าง รวมทั้งปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ และการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มาคิดด้วยสถิติเชิงพรรณนาคือ ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่กำหนดไว้ในงานวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.1 ค่าเฉลี่ย (Mean) สูตร คือ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 36)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ คือ ค่าเฉลี่ย
 $\sum X$ คือ ผลบวกของข้อมูลทั้งหมด
 N คือ ข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

1.2 ค่าร้อยละ (%) สูตร คือ (อภินันท์ จันตะนี. 2535: 75)

$$\text{ร้อยละ} = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ f คือ ความถี่ของข้อมูล
 n คือ ข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สูตร คือ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 49)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มประชากร

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ .2540 : 125-126)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2.1 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ จะใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งโดยทั่วไปจะมีการเสนอสมการหรือแบบจำลอง เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 354)

$$Y = b_0 + b_1 (\text{Sex}) + b_2 (\text{GPA}) + b_3 (\text{Status}) + b_4 (\text{Accommodation}) + b_5 (\text{Activity}) + b_6 (\text{Salary}) + b_7 (\text{Value}) + b_8 (\text{Relation}) + b_9 (\text{Friend}) + b_{10} (\text{Advertising}) + e$$

เมื่อ	Y	แทน	การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
	$b_0, b_1, \dots, b_{11}$	แทน	ค่าคงที่
	e	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน
	(Sex)	แทน	เพศ
	(GPA)	แทน	ผลการเรียน
	(Status)	แทน	สถานภาพการสมรสของบิดามารดา
	(Accommodation)	แทน	ลักษณะการพักอาศัย
	(Activity)	แทน	การใช้เวลาว่าง

(Salary)	แทน	รายได้ที่ได้รับต่อเดือน
(Value)	แทน	ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
(Relation)	แทน	ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว
(Friend)	แทน	อิทธิพลของเพื่อน
(Advertising)	แทน	อิทธิพลของโฆษณา

ซึ่งในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุจะมีข้อสมมติฐาน ดังนี้

- 1) สมการตัวแบบถดถอยเชิงพหุจะต้องมีลักษณะเป็นเส้นตรงหรือเชิงเส้นในตัวสัมประสิทธิ์ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังสมการข้างต้น
- 2) ตัวแปรอิสระ จะต้องเป็นตัวแปรที่มีค่าแน่นอน
- 3) ตัวแปรอิสระ จะต้องเป็นอิสระซึ่งกันและกัน คือจะไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในรูปแบบเชิงเส้น (ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity)
- 4) ตัวแปรค่าคลาดเคลื่อน (e) จะต้องมีค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์ และจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (No Auto Correlation)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

Min	แทน	ค่าต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่าง
Max	แทน	ค่าสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง
X	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-distribution)
Sig.	แทน	ค่าที่น้อยที่สุดของระดับนัยสำคัญ (∞) ที่จะทำให้ปฏิเสธสมมติฐาน
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)
Sig of F	แทน	ค่าที่น้อยที่สุดของระดับนัยสำคัญของการแจกแจงแบบเอฟ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 8 ตอน ซึ่งในแต่ละตอนมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงผลข้อมูลจำนวน (ความถี่) (และร้อยละ จำแนกตามเพศ ผลการเรียน สถานภาพการสมรสของบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย และการใช้เวลาว่าง

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงผลข้อมูลจำนวน สูงสุด -ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงผลข้อมูล ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยจำแนกเป็นค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว อิทธิพลของเพื่อน และอิทธิพลของสื่อโฆษณา

ตอนที่ 4 วิเคราะห์การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยแสดงผลข้อมูลจำนวน (ความถี่) (และร้อยละ จำแนกเป็นชนิดของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ บุคคลที่ร่วมบริโภค สถานที่ที่บริโภค โอกาสในการบริโภค และแหล่งที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ตอนที่ 5 วิเคราะห์การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยแสดงผลข้อมูลจำนวน ต่ำสุด -สูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยจำแนกเป็นความถี่ในการบริโภคในระยะเวลา 1 เดือน) ครั้ง (และปริมาณในการบริโภคแต่ละครั้ง) ขวด(

ตอนที่ 6 วิเคราะห์การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยแสดงผลข้อมูลจำนวน (ความถี่) (ร้อยละ และค่าเฉลี่ยราคาเพิ่มขึ้นของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ตอนที่ 7 วิเคราะห์ข้อมูลจากตัวแปรรายคู่ โดยการทำตารางไขว้ (Cross Tab)

ตอนที่ 8 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ กับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ) Stepwise Regression Analysis) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 9 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ กับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ) Stepwise Regression Analysis) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 ผลการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 3 สถานภาพการสมรสของบิดามารดามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 4 ลักษณะการพักอาศัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 5 การใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 6 รายได้ที่ได้รับต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 7 ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 8 ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 9 อิทธิพลของเพื่อน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 10 อิทธิพลของสื่อโฆษณา มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงผลข้อมูลจำนวน (ความถี่และร้อยละ จำแนกตามเพศ ผลการเรียนรู้ สถานภาพการสมรสของบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย และการใช้เวลาว่าง

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับ เพศ ผลการเรียนรู้ สถานภาพการสมรสของบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย และการใช้เวลาว่าง ดังมีรายละเอียดดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยมีจำนวน 246คน คิดเป็นร้อยละ 61.5และเพศหญิงมีจำนวน 154คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ผลการเรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 2.51– 3.00 มากที่สุด คือมีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 2.01– 2.50 มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 เกรดเฉลี่ยสะสมช่วง 3.01–3.50 มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 เกรดเฉลี่ยสะสมช่วง 1.51 – 2.00 มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 เกรดเฉลี่ยสะสมช่วง 1.00 – 1.50 มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และ เกรดเฉลี่ยสะสมช่วง 3.51– 4.00 มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8. ตามลำดับ

สถานภาพการสมรสของบิดามารดา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพการสมรสของบิดามารดาอยู่ด้วยกัน มีจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาคือแยกกันอยู่/หย่าร้าง ซึ่งมีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และลำดับสุดท้ายคือ เสียชีวิตแล้วทั้งคู่ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ลักษณะการพักอาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดามารดา โดยมีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือพักอาศัยอยู่คนเดียว มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 เข้าหอพักอยู่กับเพื่อน มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 พักอาศัยอยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่ง มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และพักอาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

การใช้เวลาว่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างกับการดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือการเล่นคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ใช้เวลาว่างในการเล่นกีฬา มีจำนวน 73 คน คิดเป็นจำนวน 18.3 อ่านหนังสือมีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เป็นผู้ที่ไม่มีกิจกรรมยามว่างมีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และใช้เวลาว่างไปกับกิจกรรมอื่นที่นอกเหนือจากที่กล่าวมา เช่น การตกปลา การแต่งรถ เป็นต้น มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงจำนวน) ความถี่ (และร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	246	61.5
หญิง	154	38.5

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ผลการเรียน		
ช่วง 3.51 – 4.00	27	6.8
ช่วง 3.01 – 3.50	75	18.8
ช่วง 2.51 – 3.00	115	28.8
ช่วง 2.01 – 2.50	100	25.0
ช่วง 1.51 – 2.00	55	13.8
ช่วง 1.00 – 1.50	28	7.0
สถานภาพการสมรสของบิดามารดา		
อยู่ด้วยกัน	264	66.0
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	114	28.5
เสียชีวิตแล้วทั้งคู่	22	5.5
ลักษณะการพักอาศัย		
อยู่กับบิดาและมารดา	118	29.5
อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่ง	66	16.5
อยู่กับญาติพี่น้อง	39	9.8
พักอาศัยอยู่คนเดียว	90	22.5
เช่าหอพักอยู่กับเพื่อน	87	21.8
การใช้เวลาว่าง		
ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี	135	33.8
เล่นกีฬา	73	18.3
เล่นคอมพิวเตอร์	98	24.5
อ่านหนังสือ	48	12.0
กิจกรรมอื่นๆ	12	3.0
ไม่มีกิจกรรม	34	8.5

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงข้อมูลต่ำสุด – สูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ข้อมูลปัจจัยทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ที่ได้รับต่อเดือนต่ำสุด คือ 1,000 บาทต่อเดือน สูงสุด คือ 34,340 บาทต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ที่ได้รับต่อเดือนโดยเฉลี่ยต่อคน เป็นจำนวนเงิน 8,096.45 บาท และจากการคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อรายได้ เท่ากับ 0.672 สินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่ำหรือความยืดหยุ่นของอุปสงค์น้อยกว่า 1 ซึ่งถือว่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นสินค้าจำเป็น กล่าวคือ ไม่ว่ารายได้ที่ได้รับต่อเดือนจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง ก็ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงจำนวนต่ำสุด – สูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	Min	MaX	$\bar{X}$	S.D.
รายได้ที่ได้รับต่อเดือน	1,000	34,340	8,096.30	518.452

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงผลข้อมูลค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยจำแนกเป็นค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว อิทธิพลของเพื่อน และอิทธิพลของสื่อโฆษณา

ข้อมูลปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว อิทธิพลของเพื่อน และอิทธิพลของสื่อโฆษณา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.3 ในด้านความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 52.8 สำหรับอิทธิพลของเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.5 และอิทธิพลของสื่อโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกับอิทธิพลของเพื่อน โดยคิดเป็นร้อยละ 51.5 ดังตาราง 4

ตาราง 4 แสดงจำนวน) ความถี่ (และร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์		
ระดับต่ำ	130	32.5
ระดับปานกลาง	213	53.3
ระดับสูง	57	14.3
ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว		
ระดับต่ำ	53	13.3
ระดับปานกลาง	136	34.0
ระดับสูง	211	52.8
อิทธิพลของเพื่อน		
ระดับต่ำ	95	23.8
ระดับปานกลาง	186	46.5
ระดับสูง	119	29.8
อิทธิพลของสื่อโฆษณา		
ระดับต่ำ	83	20.8
ระดับปานกลาง	206	51.5
ระดับสูง	111	27.8

ตอนที่ 4 วิเคราะห์การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยแสดงผลข้อมูลจำนวน (ความถี่) (และร้อยละ จำแนกเป็นชนิดของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ บุคคลที่ร่วมบริโภค สถานที่ที่บริโภค โอกาสในการบริโภค และแหล่งที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ข้อมูลการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เกี่ยวกับชนิดของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ บุคคลที่ร่วมบริโภค สถานที่ที่บริโภค โอกาสในการบริโภค และแหล่งที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีรายละเอียดดังนี้

ชนิดของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมบริโภคสุรามีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือเครื่องดื่มเบียร์ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และไวน์ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

บุคคลที่ร่วมบริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะดื่มกับเพื่อน จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.8 รองลงมาคือดื่มคนเดียว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ดื่มกับคนในครอบครัว/ญาติ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ดื่มกับคนในงานต่างๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และดื่มกับบุคคลอื่นๆนอกเหนือจากนี้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

สถานที่ที่บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในสถานบันเทิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ บ้านเพื่อน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 บ้านตนเอง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ร้านอาหาร จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 งานเลี้ยงสังสรรค์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และบริโภคตามสวนสาธารณะ/แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

โอกาสในการบริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เมื่ออยากดื่ม จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือจะบริโภคในงานเลี้ยงฉลองในเทศกาลต่างๆ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 บริโภคในโอกาสฉลองความสำเร็จ/ดีใจ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 เมื่อเครียด/กลุ่มใจ/ผิดหวัง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และบริโภคในโอกาสอื่นๆที่นอกเหนือจากที่กล่าวมา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

แหล่งที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากสถานบันเทิง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายของชำ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 จากร้านสะดวกซื้อ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และซื้อจากภัตตาคาร/ร้านอาหาร จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ตามลำดับ ดังตาราง 5

ตาราง 5 แสดงจำนวน) ความถี่(และร้อยละเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็นชนิด บุคคลที่ร่วมบริโภค สถานที่ที่บริโภค โอกาสในการบริโภค
และแหล่งที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ชนิดของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์		
สุรา	202	50.5
เบียร์	135	33.8
ไวน์	63	15.8
บุคคลที่ร่วมบริโภค		
ดื่มคนเดียว	29	7.3
ดื่มกับเพื่อน	319	79.8
ดื่มกับคนในครอบครัว/ญาติ	26	6.5
ดื่มกับคนในงานต่างๆ	25	6.3
อื่นๆ	1	0.3
สถานที่ที่บริโภค		
บ้านตนเอง	61	15.3
สถานบันเทิง	146	36.5
บ้านเพื่อน	82	20.5
งานเลี้ยงสังสรรค์	46	11.5
ร้านอาหาร	52	13.0
สวนสาธารณะ/แหล่งท่องเที่ยว	13	3.3
โอกาสในการบริโภค		
เมื่ออยากดื่ม	228	57.0
เมื่อเครียด/กลุ่มใจ/ผิดหวัง	35	8.8
งานเลี้ยงฉลองในเทศกาลต่างๆ	86	21.5
ฉลองความสำเร็จ/ดีใจ	50	12.5
ในโอกาสอื่นๆ	1	0.3

ตาราง 5 (ต่อ)

การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์		
ซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า	65	16.3
ร้านสะดวกซื้อ	83	20.8
ร้านขายของชำ	98	24.5
ภัตตาคาร/ร้านอาหาร	45	11.3
สถานบันเทิง	109	27.3

ตอนที่ 5 วิเคราะห์การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยแสดงผลข้อมูลจำนวนต่ำสุด - สูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยจำแนกเป็นความถี่ในการบริโภคในระยะเวลา 1 เดือน) ครั้ง (และปริมาณในการบริโภคแต่ละครั้ง) ขวด(

ข้อมูลการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เกี่ยวกับความถี่ในการบริโภคในระยะเวลา 1 เดือน) ครั้ง (และปริมาณในการบริโภคแต่ละครั้ง) ขวด(พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือนมีค่าเฉลี่ย 6.01 ครั้ง และปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในแต่ละครั้งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.35 ขวด

ดังตาราง 6

ตาราง 6 แสดงจำนวนต่ำสุด - สูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ และปริมาณในการบริโภคต่อครั้ง

การตัดสินใจบริโภค	Min	Max	X	S.D.
ความถี่ในการบริโภคในระยะเวลา 1 เดือน) ครั้ง(	1	30	6.01	7.04
ปริมาณในการบริโภคต่อครั้ง)ขวด(	0.25	12	2.35	2.26

ตอนที่ 6 วิเคราะห์การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยแสดงผลข้อมูลจำนวน)ความถี่ (ร้อยละ และค่าเฉลี่ยราคาที่สูงขึ้นของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ข้อมูลการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ด้านการเปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภคพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยการเปลี่ยนไปบริโภคยี่ห้อที่มีราคาถูกกว่า จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ซึ่งราคาที่สูงขึ้นโดยเฉลี่ยสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่เปลี่ยนยี่ห้อเท่ากับ 377.98 บาท รองลงมาคือลดการบริโภค จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ราคาที่สูงขึ้นโดยเฉลี่ย 292.95 บาท และเลิกบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 โดยราคาที่สูงขึ้นโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1231.72 บาท ตามลำดับ ดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงผลข้อมูลจำนวน) ความถี่ (ร้อยละ และค่าเฉลี่ยราคาที่สูงขึ้นของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภคเมื่อราคาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ	ราคาที่สูงขึ้นโดยเฉลี่ย)บาท(
ลดการบริโภค	140	35.0	292.95
เปลี่ยนไปบริโภคยี่ห้อที่ถูกกว่า	202	50.5	377.98
เลิกบริโภค	58	14.5	1231.72

ตอนที่ 7 วิเคราะห์ข้อมูลจากตัวแปรรายคู่ โดยการทำตารางไขว้ (Cross Tab)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรเพศต่อชนิดของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พบว่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทสุราและเบียร์กลุ่มตัวอย่างที่นิยมบริโภคส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย ซึ่งเพศชายบริโภคสุราร้อยละ 32.8 บริโภคเบียร์ร้อยละ 25.5 โดยเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทไวน์กลุ่มตัวอย่างที่นิยมบริโภคส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง คือบริโภคร้อยละ 12.5 ดังตาราง 8

ตาราง 8 แสดงจำนวนร้อยละของตัวแปรเพศต่อชนิดของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

เพศ	ชนิดของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์			
	สุรา	เบียร์	ไวน์	รวม
ชาย	32.8	25.5	3.3	61.5
หญิง	17.8	8.3	12.5	38.5
รวม	50.5	33.8	15.8	100.0

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแหล่งซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อลักษณะการพักอาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และ สถานบันเทิงจะมีลักษณะการพักอาศัยอยู่กับบิดาและมารดา เท่ากับร้อยละ 6.0, 5.3, 3.8 และ 8.3 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากร้านขายของชำ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่คนเดียว เท่ากับร้อยละ 7.0 ดังตาราง 9

ตาราง 9 แสดงจำนวนร้อยละของแหล่งซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อลักษณะการพักอาศัย

ลักษณะการพักอาศัย	แหล่งซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์					รวม
	ซูเปอร์มาร์เก็ต/ ห้างสรรพสินค้า	ร้านสะดวกซื้อ	ร้านขายของชำ	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	สถานบันเทิง	
บิดาและมารดา	6.0	5.3	6.3	3.8	8.3	29.5
บิดาหรือมารดา	3.0	4.3	2.8	2.3	4.3	16.5
ญาติพี่น้อง	2.0	3.5	2.3	1.5	0.5	9.8
คนเดียว	2.8	4.3	7.0	2.3	6.3	22.5
เพื่อน	2.5	3.5	6.3	1.5	8.0	21.8
รวม	16.3	20.8	24.5	11.3	27.3	100.0

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวต่อค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวระดับต่ำส่วนใหญ่จะมีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระดับสูง คือร้อยละ 8.3 และหากมีความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวอยู่ในระดับปานกลางและระดับสูงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีค่านิยมการบริโภค

เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับร้อยละ 21.0 และร้อยละ 24.0 ตามลำดับ ดังตาราง 10

ตาราง 10 แสดงจำนวนร้อยละของความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวต่อค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ค่านิยม การบริโภค	ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว			
	ระดับต่ำ	ระดับปานกลาง	ระดับสูง	รวม
ระดับต่ำ	0.8	8.0	23.8	32.5
ระดับปานกลาง	8.3	21.0	24.0	53.3
ระดับสูง	4.3	5.0	5.0	14.3
รวม	13.3	34.0	52.8	100.0

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ออิทธิพลของเพื่อน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระดับต่ำและระดับปานกลาง ส่วนใหญ่เพื่อนจะมีอิทธิพลต่อการบริโภคอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 12.0 และร้อยละ 28.8 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระดับสูงเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อการบริโภคอยู่ในระดับสูง คือร้อยละ 7.8 ดังตาราง 11

ตาราง 11 แสดงจำนวนร้อยละของค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ออิทธิพลของเพื่อน

อิทธิพลของเพื่อน	ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์			
	ระดับต่ำ	ระดับปานกลาง	ระดับสูง	รวม
ระดับต่ำ	10.3	12.8	0.8	23.8
ระดับปานกลาง	12.0	28.8	5.8	46.5
ระดับสูง	10.3	11.8	7.8	29.8
รวม	32.5	53.3	14.3	100.0

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ออิทธิพลของสื่อโฆษณา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำสื่อโฆษณาจะมีอิทธิพลต่อการบริโภคอยู่ในระดับต่ำ คือร้อยละ 12.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีค่านิยมการบริโภค

เครื่องดื่มีแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลางและระดับสูง สื่อโฆษณาจะมีอิทธิพลต่อการบริโภคในระดับปานกลาง คือร้อยละ 34.5 และร้อยละ 7.5 ตามลำดับ ดังตาราง 12

ตาราง 12 แสดงจำนวนร้อยละของค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ออิทธิพลของสื่อโฆษณา

อิทธิพลของสื่อโฆษณา	ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์			
	ระดับต่ำ	ระดับปานกลาง	ระดับสูง	รวม
ระดับต่ำ	12.0	7.8	1.0	20.8
ระดับปานกลาง	9.5	34.5	7.5	51.5
ระดับสูง	11.0	11.0	5.8	27.8
รวม	32.5	53.3	14.3	100.0

ตอนที่ 8 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ กับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 13

ตาราง 13 วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภค ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig
1. ปัจจัยส่วนบุคคล			
- เพศ	-1.478	-2.139	.033 [*]
- ผลการเรียน	-0.989	-1.847	.066
- อยู่ด้วยกัน ^a	-0.005	-0.083	.934
- แยกกันอยู่/หม้าย/หย่าร้าง ^a	0.033	0.567	.571
- เสียชีวิตแล้วทั้งคู่ ^a	-0.035	-0.750	.454

ตาราง 13 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (b)	t	Sig
- อยู่กับบิดาและมารดา ^b	-0.052	-1.077	.282
- อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่ง ^b	0.082	1.704	.089
- อยู่กับญาติพี่น้อง ^b	-0.051	-1.099	.272
- พักอาศัยอยู่คนเดียว ^b	0.014	0.305	.760
- เข้าหอพักอยู่กับเพื่อน ^b	2.959	3.380	.001*
- ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี ^c	-0.069	-1.470	.142
- เล่นกีฬา ^c	0.019	0.405	.685
- เล่นคอมพิวเตอร์ ^c	0.026	0.574	.566
- อ่านหนังสือ ^c	0.022	0.040	.968
- กิจกรรมอื่นๆ ^c	5.470	2.896	.004*
- ไม่มีกิจกรรม ^c	1.548	1.746	.856
2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ			
- รายได้ที่ได้รับต่อเดือน	0.083	1.817	.070
3. ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ			
- ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	2.362	4.420	.000*
- ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว	-1.394	-2.889	.004*
- อิทธิพลของเพื่อน	2.246	4.956	.000*
- อิทธิพลของสื่อโฆษณา	0.021	0.376	.707
R = 0.443, R ² = 0.197, F = 16.038, Sig of F = .000			

หมายเหตุ : ตัวแปรที่เป็นตัวแปรเทียมจะมีการกำกับด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษ ดังนี้

a ตัวแปรที่เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับสถานภาพการสมรสของบิดามารดา

b ตัวแปรที่เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับลักษณะการพักอาศัย

C ตัวแปรที่เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้เวลาว่าง

* แทน การมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05

จากตาราง 13 แสดงผลการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน ซึ่งพบตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ดังนี้

1. ตัวแปรเพศ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .033. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 1.478- หมายความว่า เพศชายมีความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง 1.478 ครั้ง ($b = -1.478$)

2. ตัวแปรลักษณะการพักอาศัย มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 4 และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 2.959 หมายความว่า ลักษณะการพักอาศัยที่เช่าหอพักอยู่กับเพื่อน จะมีความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากกว่าการอยู่กับบิดาและมารดา การอยู่กับบิดาหรือมารดาคนเดียวคนหนึ่ง การอยู่กับญาติพี่น้อง และพักอาศัยอยู่คนเดียว อยู่ 2.959 ครั้ง ($b = 2.959$)

3. ตัวแปรการใช้เวลาว่าง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .004. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 5 โดยในการใช้เวลาว่างไปกับกิจกรรมอื่นๆนอกเหนือจากที่กำหนดไว้ในแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบระบุไว้ เช่น การแต่งรถ การตกปลา การแข่งรถ เป็นต้น และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 5.470 หมายความว่า การใช้เวลาว่างในด้านอื่นๆมีความถี่มากกว่าการใช้เวลาว่างในการดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี การเล่นเกมกีฬา การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ และการอ่านหนังสืออยู่ 5.470 ครั้ง ($b = 5.470$)

4. ตัวแปรค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 000. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 7 คำนิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ กล่าวคือ หากคะแนนค่านิยมเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ความถี่ในการบริโภคเพิ่มขึ้น 2.362 ครั้ง)b =2.362)

5. ตัวแปรความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 004. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 8 โดยความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ กล่าวคือ หากคะแนนความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ความถี่ในการบริโภคลดลง 1.394 ครั้ง)b = -1.394)

6. ตัวแปรอิทธิพลของเพื่อน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 000. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 9 ซึ่งอิทธิพลของเพื่อนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ กล่าวคือ หากคะแนนอิทธิพลของเพื่อนเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ความถี่ในการบริโภคเพิ่มขึ้น 2.246 ครั้ง)b =2.246)

จากทั้ง 6 ขั้นตอนสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$Y = -5.358 - 1.478(\text{Sex}) + 2.959(\text{Accommodation}) + 5.470(\text{Activity}) + 2.362(\text{Value}) - 1.394(\text{Relation}) + 2.246(\text{Friend})$$

เมื่อ	Y	แทน	การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
	(Sex)	แทน	เพศ
	(Accommodation)	แทน	ลักษณะการพักอาศัย
	(Activity)	แทน	การใช้เวลาว่าง
	(Value)	แทน	ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
	(Relation)	แทน	ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว
	(Friend)	แทน	อิทธิพลของเพื่อน

จากสมการถดถอยที่ได้ แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว ได้แก่ เพศ ลักษณะการพักอาศัย การใช้เวลาว่าง ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว และอิทธิพลของเพื่อน สามารถอธิบายการผันแปรของการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือน ได้ร้อยละ 19.7 ($R^2=0.197$) (อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05).

ตัวแปรอิสระที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะเวลา 1 เดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ได้แก่ ผลการเรียน สถานภาพการสมรสของบิดามารดา รายได้ที่ได้รับต่อเดือน และอิทธิพลของสื่อโฆษณา

ตอนที่ 9 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ กับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน) Stepwise Regression Analysis) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 14

ตาราง 14 วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภค ด้านปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig
1. ปัจจัยส่วนบุคคล			
- เพศ	-1.134	-2.740	.006*
- ผลการเรียน	-0.008	-0.172	.099
- อยู่ด้วยกัน ^a	0.024	0.422	.673
- แยกกันอยู่/หม้าย/หย่าร้าง ^a	0.016	0.267	.789
- เสียชีวิตแล้วทั้งคู่ ^a	-0.055	-1.166	.244

ตาราง 14 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (b)	t	Sig
- อยู่กับบิดาและมารดา ^b	0.045	0.893	.373
- อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่ง ^b	-0.060	-1.181	.238
- อยู่กับญาติพี่น้อง ^b	0.010	0.206	.837
- พักอาศัยอยู่คนเดียว ^b	0.002	0.034	.973
- เข้าหอพักอยู่กับเพื่อน ^b	1.212	2.243	.025*
- ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี ^c	-2.648	0.852	.296
- เล่นกีฬา ^c	-2.468	0.886	.225
- เล่นคอมพิวเตอร์ ^c	-2.356	0.852	.240
- อ่านหนังสือ ^c	-2.886	0.947	.220
- กิจกรรมอื่นๆ ^c	-2.810	1.396	.113
- ไม่มีกิจกรรม ^c	-2.140	0.715	.205
2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ			
- รายได้ที่ได้รับต่อเดือน	-2.320	0.000	0.40
3. ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ			
- ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	0.560	0.345	.087
- ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว	0.274	0.322	.046
- อิทธิพลของเพื่อน	1.140	3.398	.001*
- อิทธิพลของสื่อโฆษณา	0.745	2.090	.037*
R = 0.364, R ² = 0.132, F = 15.059, Sig of F = .000			

หมายเหตุ : ตัวแปรที่เป็นตัวแปรเทียมจะมีการกำกับด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษ ดังนี้

- a ตัวแปรที่เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับสถานภาพการสมรสของบิดามารดา
- b ตัวแปรที่เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับลักษณะการพักอาศัย
- c ตัวแปรที่เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับการใช้เวลาว่าง

* แทน การมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 แสดงผลการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง ซึ่งพบตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ดังนี้

1. ตัวแปรเพศ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .006. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 1.134- หมายความว่า เพศชายบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในปริมาณที่มากกว่าเพศหญิง 1.134ขวด $b = -1.134$)

2. ตัวแปรลักษณะการพักอาศัย มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .025. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 4 และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 1.212 หมายความว่า ลักษณะที่พักอาศัยที่การเช่าหอพักอยู่กับเพื่อน จะมีการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในปริมาณที่มากกว่าการอาศัยอยู่กับบิดามารดา การอยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่ง การอาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง และการพักอาศัยคนเดียว อยู่ 1.212ขวด $b = 1.212$)

3. ตัวแปรอิทธิพลของเพื่อน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 9 ซึ่งอิทธิพลของเพื่อนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง กล่าวคือ หากคะแนนอิทธิพลของเพื่อนเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ปริมาณในการบริโภคต่อครั้งเพิ่มขึ้น 1.140 ขวด $b = 1.140$ -)

4. ตัวแปรอิทธิพลของสื่อโฆษณา มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .037. ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 10 อิทธิพลของสื่อโฆษณามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่อครั้ง กล่าวคือ หากคะแนนอิทธิพลของสื่อโฆษณาเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ปริมาณในการบริโภคต่อครั้งเพิ่มขึ้น 0.745 ขวด $b = 0.745$)

จากทั้ง 4 ขั้นตอนสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยได้ ดังนี้

$$Y = -0.161 - 1.134(\text{Sex}) + 1.212(\text{Accommodation}) + 1.140(\text{Friend}) + 0.745(\text{Advertise})$$

เมื่อ	Y	แทน	การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
	(Sex)	แทน	เพศ
	(Accommodation)	แทน	ลักษณะการพักอาศัย
	(Friend)	แทน	อิทธิพลของเพื่อน
	(Advertise)	แทน	อิทธิพลของสื่อโฆษณา

จากสมการถดถอยที่ได้ แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ได้แก่ เพศ ลักษณะการพักอาศัย อิทธิพลของเพื่อน และอิทธิพลของสื่อโฆษณาสามารถอธิบายการผันแปรของการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในบริโภคต่อครั้ง ได้ร้อยละ 13.2 $R^2 = (0.132)$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05.

ตัวแปรอิสระที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในบริโภคต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ได้แก่ ผลการเรียน สถานภาพการสมรสของบิดามารดา การใช้เวลาว่าง รายได้ที่ได้รับต่อเดือน ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการดำเนินนโยบายและกฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนทั้งในด้านของเศรษฐกิจและสังคมต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์โดยรวมในการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 117,833 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย คือนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย ที่บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) โดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยกำหนดเขตพื้นที่จากแหล่งที่ตั้งของย่านบันเทิง ในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วจึงสุ่มมหาวิทยาลัยที่เป็นตัวแทนของแต่ละเขตพื้นที่

ขั้นที่ 2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นสัดส่วน (Proportionate Stratified Random Sampling) ได้กำหนดสัดส่วนจำนวนตัวอย่างให้สัมพันธ์กับจำนวนนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีแต่ละสถาบัน

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เท่านั้นที่จะให้ข้อมูลในแบบสอบถาม โดยมีการสอบถามผู้ที่จะให้ข้อมูลก่อนในเบื้องต้นว่าเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือไม่ แล้วจึงให้ตอบแบบสอบถามได้

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ ผลการเรียน สถานภาพสมรสของบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย การใช้เวลาว่าง รายได้ที่ได้รับต่อเดือน ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว อิทธิพลของเพื่อน และอิทธิพลของสื่อโฆษณา
2. ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ คือ การออกแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการดำเนินการสร้างดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำราวิชาการ วารสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เพื่อกำหนดขอบเขตโครงสร้างและเนื้อหา
2. สร้างข้อคำถามของแบบสอบถาม และกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนสำหรับคำตอบในแต่ละข้อคำถาม
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปแล้วทดสอบเครื่องมือวิจัยกับนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 30 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540: 125-126) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80
5. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาแก้ไข ปรับปรุงข้อคำถาม และนำเสนอให้ประธานและกรรมการควบคุมปริญญาบัตรตรวจสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมืออีกครั้ง เพื่อยืนยันการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

แหล่งในการรวบรวมข้อมูลมีด้วยกัน 2 แหล่งใหญ่ๆ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและ รวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ

1.2 หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2550 ถึง วันที่ 13 กรกฎาคม 2550 โดยขั้นตอนในการดำเนินการมีดังนี้

2.1 ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองในมหาวิทยาลัยที่อนุญาตให้ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลเอง

2.3 ชี้แจงเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการเก็บข้อมูลให้กับผู้รวบรวมข้อมูล เพื่อให้ทราบขั้นตอนและวิธีการเก็บข้อมูลที่มีมาตรฐานเดียวกัน ในสถาบันที่กำหนดให้เจ้าหน้าที่ของสถาบันเป็นผู้เก็บข้อมูลแทน

2.4 นำข้อมูลที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Sciences) for Windows

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ การนำปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ผลการเรียน สถานภาพสมรสของบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย และการใช้เวลาว่าง รวมทั้งปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ และการตัดสินใจบริโภค เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มาคิดด้วยสถิติเชิงพรรณนาคือ ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis (เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่กำหนดไว้ในงานวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงอยู่ ร้อยละ 23 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มียผลการเรียนสะสมอยู่ในช่วงเกรดเฉลี่ย 2.51 – 3.00 ร้อยละ 28.8 จัดได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีผลการเรียนอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างดี และส่วนใหญ่บิดามารดาจะอยู่ด้วยกันและกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็จะพักอาศัยอยู่กับบิดาและมารดา โดยที่จะมีกิจกรรมยามว่างเป็นลักษณะของการดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี เท่ากับร้อยละ 33.8

2. การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่ยังไม่มีรายได้จากการทำงาน แต่จะได้รับจากผู้ปกครอง โดยส่วนใหญ่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อคน เป็นจำนวนเงิน 8,096.45 บาทต่อเดือน ทั้งนี้แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีรายได้เพิ่มขึ้นหรือลดลง ก็ไม่ส่งผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพราะเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นสินค้าประเภทสินค้าจำเป็น มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้น้อยกว่า 1 คือมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.672

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่นอกเหนือปัจจัยทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.3 ซึ่งหากกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมในด้านการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง จะทำให้เพื่อนมีอิทธิพลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างบริโภคเครื่องดื่มที่

มีแอลกอฮอล์ได้ง่ายขึ้น ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกต่อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในแง่บวกเป็นทุนเดิม จะทำให้ตัดสินใจจะบริโภคได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม ถ้าเพื่อนเข้ามาชักชวนหรือโน้มน้าวให้เกิดความต้องการที่จะบริโภค แต่ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกต่อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในแง่ลบหรือมีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระดับต่ำ ไม่ว่าจะมีการชักจูงจากสื่อโฆษณาก็จะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 52.8 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวอยู่ในระดับต่ำ ก็อาจจะทำให้ขาดการอบรมเพื่อปลูกฝังลักษณะของค่านิยมที่ถูกต้องในเรื่องเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ จะทำให้เกิดความเข้าใจหรือเกิดค่านิยมที่เห็นว่าการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นเรื่องที่ตึงามและถูกต้อง สำหรับอิทธิพลของเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.5 และอิทธิพลของสื่อโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกับอิทธิพลของเพื่อน โดยคิดเป็นร้อยละ 51.5

4. การวิเคราะห์การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทสุรามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.5 โดยประเภทสุราและเบียร์ กลุ่มตัวอย่างที่นิยมบริโภคจะเป็นเพศชาย และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทไวน์ กลุ่มตัวอย่างที่นิยมบริโภคเป็นเพศหญิง ส่วนมากจะดื่มกับเพื่อนสูงถึงร้อยละ 79.8 โดยจะบริโภคตามสถานบันเทิง และซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากสถานบันเทิงที่เข้าไปใช้บริการ ในระยะเวลา 1 เดือน จะมีการบริโภคประมาณ 6 ครั้ง ซึ่งในแต่ละครั้งจะบริโภคประมาณ 2.95 ขวด ทั้งนี้เหตุผลในการบริโภคส่วนใหญ่ จะบริโภคเมื่อมีความต้องการที่จะบริโภค ไม่จำเป็นว่าต้องเป็นช่วงเทศกาลหรืองานฉลองใดใด และกลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะเปลี่ยนยี่ห้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่บริโภคเป็นประจำไปบริโภคยี่ห้ออื่นๆที่มีราคาถูกกว่ายี่ห้อเดิม หากมีการขึ้นราคา ซึ่งหากจะมีการเปลี่ยนยี่ห้อที่บริโภคเป็นประจำ ราคาที่เพิ่มขึ้นจะเพิ่มขึ้นประมาณ 293 บาท จึงจะทำให้มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภค

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพศของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านความถี่และด้านปริมาณในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่2 ผลการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ผลการเรียนรู้ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พบว่า ผลการเรียนรู้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านความถี่และด้านปริมาณในการบริโภค

สมมติฐานข้อที่ 3 สถานภาพการสมรสของบิดามารดามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์สถานภาพการสมรสของบิดามารดาของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พบว่า สถานภาพการสมรสของบิดามารดาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านความถี่และด้านปริมาณในการบริโภค

สมมติฐานข้อที่4 ลักษณะการพักอาศัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะการพักอาศัยของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ด้านความถี่ในการบริโภค พบว่า ลักษณะที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลักษณะการพักอาศัยแบบการเช่าหอพักอยู่กับเพื่อนมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคมากกว่า การอยู่กับบิดาและมารดา การอยู่กับบิดาหรือมารดาคนเดียว การอยู่กับญาติพี่น้อง และการพักอาศัยอยู่คนเดียว

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะการพักอาศัยของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ด้านปริมาณในการบริโภค พบว่า ลักษณะที่พักอาศัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลักษณะการพักอาศัยแบบการเช่าหอพักอยู่กับเพื่อนมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคมากกว่า การอยู่กับบิดาและมารดา การอยู่กับบิดาหรือมารดาคนเดียว การอยู่กับญาติพี่น้อง และการพักอาศัยอยู่คนเดียว

สมมติฐานข้อที่ 5 การใช้เวลาวางมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การใช้เวลาวางของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ด้านความถี่ในการบริโภค พบว่าการใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 โดยการใช้เวลาวางในกิจกรรมที่นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภค ด้านความถี่ในการบริโภค มากกว่าการใช้เวลาวางไปกับการดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี การเล่นเกม การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ และการอ่านหนังสือ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การใช้เวลาวางของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พบว่า การใช้เวลาวางไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการบริโภค

สมมติฐานข้อที่ 6 รายได้ที่ได้รับต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์รายได้ที่ได้รับต่อเดือนของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พบว่า รายได้ที่ได้รับต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านความถี่และด้านปริมาณในการบริโภค

สมมติฐานข้อที่ 7 ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ด้านความถี่ในการบริโภค พบว่าค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ด้านปริมาณในการบริโภค พบว่าค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่ม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อิทธิพลของสื่อโฆษณาของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ด้านความถี่ในการบริโภค พบว่าอิทธิพลของสื่อโฆษณา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการบริโภค

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อิทธิพลของสื่อโฆษณาของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ด้านปริมาณในการบริโภค พบว่าอิทธิพลของสื่อโฆษณา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ด้านปริมาณในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. เพศ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 จากการศึกษาค้นคว้ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่เป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง อาจเป็นเพราะค่านิยมของสังคมที่มีมาตั้งแต่อดีตมองว่าการดื่มเป็นเรื่องปกติสำหรับเพศชาย แต่สำหรับเพศหญิงถือว่าการกระทำที่ไม่ดี และไม่เหมาะสม ซึ่งความคิดเหล่านี้ถูกปลูกฝังเข้าสู่จิตสำนึกของเยาวชนไทยตั้งแต่เด็ก จนกลายเป็นความเชื่อและเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับความคิดเห็นนี้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของโสภา ชูพิชัยกุล และคณะ (2533) ที่พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

2. ผลการเรียน เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 สอดคล้องกับการศึกษาของยุพา ชูสิทธิกุล (2534) ที่พบว่าพฤติกรรมการดื่มสุราไม่สัมพันธ์กับระดับผลการเรียนของนักเรียน แต่ขัดแย้งกับผลการศึกษาของจิราภรณ์ เทพหนู (2540: 87) ที่พบว่านักเรียนที่มีผลการเรียนต่ำและผลการเรียนปานกลาง มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากกว่านักเรียนที่มีผลการเรียนสูง จากการที่ผลการเรียนไม่มีความสัมพันธ์นั้น อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษา ซึ่งถือได้ว่าเป็นวัยที่จะเริ่มเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ ความคิดก็ย่อมมีเหตุผลมากขึ้นเมื่อจะกระทำการใดใด ดังนั้นจึงสามารถแบ่งแยกความรับผิดชอบต่อการเรียน รู้หน้าที่ของตนเองว่าเมื่อใดควรทำสิ่งใด

3. สถานภาพการสมรสของบิดามารดา เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ต้องการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากความทุกข์ที่เป็นปัญหาครอบครัว แต่ดื่มเมื่อรู้สึกว่ายากดื่ม หรือเพื่อ

ต้องการสังสรรค์ เลี้ยงฉลองความสำเร็จ และฉลองตามเทศกาลต่างๆ ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของกมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล(2542: 158) ที่พบว่าสถานภาพการสมรสของบิดามารดาไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปในทางที่ผิด

4. ลักษณะการพักอาศัย เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 ซึ่งลักษณะการพักอาศัยแบบการเช่าหอพักอยู่กับเพื่อน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากกว่าลักษณะการพักอาศัยแบบอื่นๆ อาจเป็นเพราะ การเช่าหอพักอยู่ โดยปราศจากการควบคุมจากผู้ปกครอง การกระทำสิ่งใดๆมีความเป็นอิสระที่ยอมกระทำการที่ตนอยากทำได้ง่าย แล้วยังมีเพื่อนอยู่ด้วย มีคนที่จะไปไหนทำอะไรร่วมกับเรา ยิ่งเป็นการกระตุ้นให้อยากจะทำ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มที่รักความสนุกสนาน และคล้อยตามเพื่อนและสิ่งแวดล้อมได้ง่าย ก็อาจทำให้มีการตัดสินใจบริโภคได้ง่ายมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ เทพหนู (2540: 105) พบว่านักเรียนที่อาศัยอยู่กับบิดามารดามักไม่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือมีการดื่มน้อยกว่านักเรียนที่พักอาศัยอยู่กับเพื่อน หรืออยู่ตามลำพัง

5. การใช้เวลาว่าง เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 โดยการใช้เวลาว่างไปกับการทำกิจกรรมอื่นๆมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การใช้เวลาว่างไปกับการทำกิจกรรมอื่นๆตามที่กลุ่มตัวอย่างได้ระบุไว้ในแบบสอบถาม แล้วเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการแข่งรถ การแต่งรถ และการตกปลา ที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ สภาพแวดล้อมของการทำกิจกรรมเหล่านี้ มักจะมีการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ร่วมด้วยเสมอ เช่น การแข่งรถ เมื่อมีการแข่งขันย่อมมีการแพ้ชนะ ซึ่งคนที่ชนะก็ต้องฉลองความสำเร็จ ซึ่งเวลาที่ทีมงานฉลองใดใดก็ตาม ก็มักจะมีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ เป็นต้น ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของกมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล(2542) ที่พบว่าการใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

6. รายได้ที่ได้รับต่อเดือน เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของประกิจ โพธิอาศน์ (2541: 142) ซึ่งพบว่ารายได้ที่นักเรียนได้รับไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น อาจเป็นเพราะ เมื่อนิสิต นักศึกษาไม่มีเงินเพียงพอที่จะใช้จ่ายในแต่ละเดือน ก็มักจะขอเงินจากผู้ปกครองเพิ่มเติม โดยอาจจะอ้างถึงค่าใช้จ่ายในเรื่องของการเรียน การทำรายงาน เช่นนี้เป็นต้น ซึ่งผู้เป็นพ่อเป็นแม่ทุกคนก็ย่อมรักลูก กลัวว่าลูกจะไม่มีเงินใช้เพียงพอ ก็มักจะให้เงินตามคำขอนั้น หรือหากนิสิต

นักศึกษาไม่ได้ร้องขอเอาจากผู้ปกครอง ก็อาจจะหารายได้พิเศษจากการทำงานเสริม ซึ่งในปัจจุบันทั้งภาครัฐและเอกชนก็เปิดกว้างในเรื่องของการทำงานพิเศษ ทำให้การหางานเสริมสำหรับในปัจจุบันไม่ใช่เรื่องยากที่จะทำ และการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นมักจะมีดื่มกันในกลุ่มเพื่อน ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้หารเฉลี่ยกัน ไม่กระทบกระเทือนต่อเงินที่มีอยู่ (ประกิจ โพธิอาศน์, 2541: 142) และจากการที่สุราส่วนใหญ่เป็นสินค้าจำเป็น อุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ต่ำ ทำให้ไม่ว่ารายได้ที่ได้รับจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคมากนัก

7. ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8 นิสิต นักศึกษาส่วนใหญ่มีค่านิยมเกี่ยวกับงานเลี้ยงสังสรรค์ การไปเที่ยว ทัศนคติตามแหล่งท่องเที่ยว การทำความรู้จักสนิทสนม การรวมกลุ่มกับเพื่อน และเพศตรงข้าม ต้องมีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เข้ามาช่วยด้วยเสมอ ซึ่งอาจเกิดจากการที่สังคมให้การยอมรับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ว่า เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ไว้เพื่อการเข้าสังคม การพบปะผู้คน ดังนั้นวิธีการที่จะทำให้ค่านิยมที่เกี่ยวกับความจำเป็นในการที่ต้องมีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการสังสรรค์ การท่องเที่ยว และการคบค้าสมาคม ให้ลดลงนั้นย่อมทำได้ยาก ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของลักขณา เตมศิริกุลชัย และคณะ(2541: 55) ที่พบว่า ค่านิยมต่อการไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระดับต่ำ (ให้ค่าสูงต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์) จะมีพฤติกรรมการดื่มมากกว่ากลุ่มที่มีค่านิยมไม่ดื่มในระดับปานกลางและระดับสูง

8. ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9 สอดคล้องกับการศึกษาของลักขณา เตมศิริกุลชัย และคณะ(2542: 55) ที่พบว่าความสัมพันธ์ในครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับครอบครัวที่ไม่ดี จะมีพฤติกรรมการดื่มมากกว่ากลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับครอบครัวในระดับปานกลาง และระดับดีได้ อาจกล่าวได้ว่า เมื่อใดที่สมาชิกในครอบครัวอยู่ร่วมกันด้วยความรัก ความเข้าใจกัน ความสงบสุขก็จะเกิด ส่งผลให้เกิดความรักใคร่กลมเกลียวกัน อันมีผลไปถึงลูกหลานที่จะเติบโตขึ้นมาเป็นสมาชิกที่ดี และมีประสิทธิภาพของสังคมในอนาคต ในเวลาเดียวกันหากครอบครัวขาดสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน ก็จะเป็นสาเหตุที่นำไปสู่ปัญหาครอบครัว ทำให้ขาดความอบอุ่น ขาดความรัก ความเข้าใจซึ่งกันและกัน และที่น่าเป็นห่วงที่สุดก็คือ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุตรหลานในครอบครัว อาจนำไปสู่ปัญหายาเสพติดได้ เพราะฉะนั้นการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันสิ่งเลวร้ายให้กับเยาวชนไทยที่ดีที่สุด คือการสร้างรากฐานความคิดที่ดีให้กับเยาวชนไทย โดยควรเริ่มต้นจากสถาบันที่เล็กที่สุด แต่สำคัญที่สุด ซึ่งก็คือสถาบันครอบครัว

9. อิทธิพลของเพื่อน เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 10 อาจเป็นเพราะการรวมกลุ่มของเด็กวัยรุ่นเป็นไปโดยธรรมชาติ และกลุ่มมีความสำคัญต่อชีวิตจิตใจ และอนาคตของเด็กวัยรุ่นมากที่สุด (ศรีเรือน แก้วกังวาน. 2540: 338) และเพื่อนเป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่สุดของวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่เริ่มห่างพ่อแม่ เข้าสู่สังคมที่ตนชอบ และต้องการจะยึดเพื่อนเป็นแกนหลัก ดังนั้นการจับกลุ่ม และการทำตามกลุ่มจึงเป็นเรื่องธรรมดา กลุ่มเพื่อนจึงมีอิทธิพลต่อความนึกคิดของเด็กมากกว่าอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับกมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542: 159) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า อิทธิพลของเพื่อนมีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

10. อิทธิพลของสื่อโฆษณา เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 11 สอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ เทพหนู (2540: 117) พบว่า อิทธิพลจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลสูงและปานกลาง มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่ากลุ่มที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่ำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การที่ประเทศไทยเป็นประเทศแบบทุนนิยมที่เปิดกว้างและให้โอกาสในการลงทุนเพื่อแสวงหากำไรจากสินค้าต่างๆ ที่ผลิตขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ ซึ่งรวมถึงผู้ประกอบการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ก็ต้องโน้มน้าวให้ผู้บริโภคสนใจในตัวสินค้า และตัดสินใจบริโภคในที่สุด โดยการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ที่คิดขึ้นมา โดยในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่ากลุ่มเป้าหมายสำคัญของสินค้าประเภทนี้ คือกลุ่มวัยรุ่น ที่มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าตามความต้องการของตนเอง โดยไม่มีการไตร่ตรองเท่าใดนัก ภาพของตราสินค้า ภาพที่มีการดื่มเครื่องดื่มในสถานที่ต่างๆ ภาพความสดใสของการดื่ม เป็นสิ่งที่วัยรุ่นเห็นเป็นประจำจนชินตาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ตลอดจนสื่อบันเทิงต่างๆ จนเกิดการเรียนรู้ แล้วมีการเลียนแบบเกิดขึ้น และถึงแม้จะมีการควบคุมการโฆษณา ผู้ประกอบการที่แสวงหากำไรก็จะต้องหาวิธีการจูงใจให้ผู้บริโภคสินค้าด้วยวิธีการต่างๆ ด้วยเหตุนี้ผู้บริโภคควรคิดก่อนซื้อ ซึ่งใจก่อนการบริโภค

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. สถาบันการศึกษาควรมีแนวทางหรือมาตรการที่จะควบคุมพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาที่อาศัย อยู่หอพักภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ทั้งนี้อาจจะขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในการสอดส่องดูแลให้เป็นไปตามแนวทางหรือมาตรการที่กำหนด
2. หน่วยงานทางการศึกษาควรกำหนดให้ผู้สอนในทุกรายวิชาสอดแทรกการปลูกฝังค่านิยมการ บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่ถูกต้อง ตลอดจนค่านิยมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในด้านอื่นๆด้วย
3. สื่อโฆษณาเป็นสาเหตุสำคัญสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นิสิตนักศึกษาบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เพิ่มขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุมการโฆษณาให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะไม่ กระตุ้นให้การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพิ่มสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ใน กลุ่มประชากรกลุ่มอื่นๆ เพราะสภาพปัญหาเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต้องพิจารณาได้จากประชากรกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เท่านั้น ควรมีการเชื่อมโยงข้อมูลในเรื่องผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจในกลุ่มประชากรหลายๆกลุ่ม เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปดำเนินนโยบายในการควบคุมการบริโภค เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
2. ควรสร้างลักษณะของคำถามที่จะสามารถได้รับข้อมูลที่ต้องการได้ครอบคลุมทุกด้าน และ คำถามไม่ควรเป็นการถามที่จำกัดความนึกคิดของผู้ตอบแบบสอบถามเกินไป ควรมีการให้ผู้ตอบ แบบสอบถามมีโอกาสในการแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกต่อคำถามนั้นๆ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับมี ความครอบคลุมและชัดเจนยิ่งขึ้น
3. ควรมีการสร้างตัวแปรที่เป็นลักษณะของปัจจัยทางเศรษฐกิจเพิ่มเติม ให้เห็นความชัดเจนของ การเกี่ยวข้องของปัจจัยทางเศรษฐกิจต่อการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ตลอดจนการศึกษาถึง ปัญหาที่เกิดขึ้นเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล. (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์)* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่4.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราภรณ์ เทพหนู. (2540). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญศึกษาในจังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (อนามัยครอบครัว)* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- จूरีย์ อุสาหะ; และ เสรณีย์ จุฬาสรีกุล. (2548, มกราคม-กุมภาพันธ์). *สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย. วารสารวิชาการสาธารณสุข. 14(1): 5-6.*
- ชนุตย์ ศรีปราบ. (2499). *สรรพสามิต สถิติรายได้ พระราชบัญญัติ พระราชกำหนด กฎกระทรวง. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.* ถ่ายเอกสาร.
- ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย; ส่งศักดิ์ ทิตาราม; และ สุพันธุ์ โตสุนทร. (2531). *เอกสารประกอบการสอนหลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เตือนเหล่า "ภัยร้าย" ส่งผลกระทบระดับโลก. (2550, 20 กุมภาพันธ์). *กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2550, จาก <http://thaihealth.or.th>*
- เทพินทร์ พัทธานุรักษ์. (2541). *พฤติกรรมกรรมการบริโภคสุรา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก.*
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่7.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญผล.
- เฟื่องเพชร เกียรติเสวี. (2544). *โรคตับจากสุรา. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯเวชสารการพิมพ์.*
- ภาวิณี อยู่ประเสริฐ. (2540). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้สารเสพติดของนักเรียนวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (พยาบาลสาธารณสุข)* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ประกิจ โพธิอาสน์. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(สุขศึกษา)* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภาวิณี อยู่ประเสริฐ. (2540). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้สารเสพติดของนักเรียนวัยรุ่นใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (พยาบาลสาธารณสุข). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ยุพา ชูสิทธิกุล. (2534). ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการดื่มสุรากับพฤติกรรมการดื่มสุราของ นักศึกษาวิทยาลัยพลศึกษา. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สาธารณสุขศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- รังสิมา พุทธางกูรนนท์. (2545). พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- รัตนา สายคณิต; และชลลดา จามรกุล. (2549). เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งวิทย์ มาศงามเมือง; และคนอื่นๆ. (2542, มกราคม-เมษายน): การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ของนักเรียนภาคกลาง. วารสารสุขภาพ. 2(81): 54.
- เรื่องย่อการประชุมวิชาการสุราระดับชาติครั้งที่ 2 แอลกอฮอล์: ผลกระทบและมาตรการเชิงประจักษ์. (2549). กรุงเทพฯ
- ลักขณา เต็มศิริกุลชัย; และคนอื่นๆ. (2542, ตุลาคม-ธันวาคม): การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทย. วารสารนโยบายและแผน สาธารณสุข. 2(4): 54
- สุภาณี พันธุ์ประพันธ์. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สุขภาพ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- โสภา ชูพิกุลชัย และคณะ. (2533). การศึกษาการแพร่ระบาดของสารเสพติดในเด็กและเยาวชน ผ่านชุมชนแออัด: ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: สภาสังคม สงเคราะห์แห่งประเทศไทย.
- สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (2549). ความประมาทของคนหนึ่งคนมีค่านับล้าน บาท. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2550, จาก <http://thaihealth.or.th>
- สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.). (2550). เด็ก-วัยรุ่นกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2550, จาก <http://thaihealth.or.th>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักกระบวนวิชา กรมควบคุมโรค. (2550). การบาดเจ็บและเสียชีวิตจากแอลกอฮอล์. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2550, จาก <http://moph.go.th>
- ศรีเรือน แก้วกังวาน. (2536). จิตวิทยาพัฒนาการ: พฤติกรรมศาสตร์ตลอดช่วงชีวิต. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เหล้าร้ายกว่าที่คิด คร่าชีวิตปีละ 2.3 ล้านคน. (2550, 3 มกราคม). ข่าวสด. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2550, จาก <http://thaihealth.or.th>
- อกนิษฐ์ ขำวีระ. (2546). ปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการเสพยาเสพติดของนักเรียนในสถานศึกษา: กรณีศึกษาโรงเรียนน้ำป่าดชนูปถัมภ์ สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สังคมศึกษา). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2538). วิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: วี.เจ. พรินติ้ง.
- Aiken, R. Lewis. (2000). *Psychological Testing and Assessment*. Tenth Edition. Boston: Allyn and Bacon.
- Beman DS. (1995, September). "Risk Factors Leading to Adolescent Substance Abuse. *Adolescence*," 30(117): 200.
- Emery, E.M.; et al. (1993, August). "The Relation Between Young Substance Use and Area Specific self-esteem," *Journal of School Health*. 63(5): 224 - 228.
- Male M. (1990, September). "Youth behavior: subculture effect or mirror of adult behavior," *Journal of School Health*. 60(10): 505 - 508.
- Pardeck JT. (1991, Summer). "A multiple regression analysis of family factors affecting the potential for alcoholism in college students," *Adolescence*. 26(102): 341 - 347.
- Rice P F. (1990). *The Adolescence: Development, Relationship and culture*. Boston; allyn; and Bacon.
- Steinhausen H-C.; & Metzke CW. (2003, July). "The validity of adolescent types," *Journal of Child Psychology and Psychiatry allied Disciplines*. 44(5): 677.
- Stephenson AL; Henry CS; & Robinson LC. (1996, Spring). "Family characteristics and adolescents substance use," *Adolescence*. 31(121): 59 - 76.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Susan C. Duncan, Terry E. Duncan and Lisa A. Strycker (2006). *Alcohol use from 9 to 16: A cohort-sequential latent growth model Drug Alcohol Dependol.* Eugene: Oregon Research Institute.
- Wechler; et al. (1998, July). "Trend in College Binge Drinking During a Period of Increased Prevention Efforts," *Journal of American College Health*. 50(5): 203 - 205.
- World Health Organization. (1994). *Lexicon of alcohol and drug terms*. England: World Health Organization Publishing.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistic and introductory*. 2nd ed. New York: Harper and Row.

ภาคผนวก

1. ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

1.1 ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แอลกอฮอล์ตามความหมายพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 หมายถึง สารอินทรีย์ชนิดหนึ่ง ลักษณะเป็นของเหลว กลิ่นฉุนระเหยง่าย มีขีดเดือด 78.5 องศาเซลเซียส ชื่อเต็มว่า เอทิลแอลกอฮอล์ แต่มักเรียกสั้นๆว่าแอลกอฮอล์ โดยปกติเกิดจากการหมักสารประเภทแป้งหรือน้ำตาลผสมยีสต์ ซึ่งเรียกกันว่า แป้งเชื้อหรือเชื้อหมัก เป็นองค์ประกอบของสุราและเมรัยทุกชนิด การดื่มเข้าไปจะออกฤทธิ์ทำให้เกิดอาการมึนเมา ใช้ประโยชน์เป็นตัวทำละลายและเชื้อเพลิง เป็นต้น

แอลกอฮอล์ (Alcohol) ตามความหมายขององค์การอนามัยโลกว่าเป็นชื่อทางเคมี หมายถึง กลุ่มสารประกอบออกาไนคที่ประกอบด้วยสารไฮโดรคาร์บอนและกลุ่มไฮดรอกซิล แบ่งได้ดังนี้ (WHO. 1994: 14)

1. เมทานอล (methanol หรือ Methyl Alcohol, Wood Alcohol) นิยมใช้เป็นตัวทำละลายในอุตสาหกรรมต่างๆหรือผสมกับอีธานอลสำหรับเป็นเชื้อเพลิงได้ เมทานอลไม่สามารถนำมาดื่มเพราะทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกายที่รุนแรง ขึ้นอยู่กับปริมาณที่ดื่ม อาจทำให้เกิดตาบอด ไตบอด ไคมาจนถึงหมดความรู้สึกตัวและเสียชีวิตได้

2. อีธานอล (Ethanol หรือ Ethyl Alcohol) เป็นแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อจิตประสาทและนิยมใช้ผสมในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol beverage) จึงทำให้นิยมเรียกแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อีธานอลในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผลมาจากการหมักน้ำตาลโดยยีสต์ ในสภาพทั่วไปจะทำให้เกิดแอลกอฮอล์ที่มีความเข้มข้นไม่เกิน 14% แต่ถ้าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จากการหมักแล้ว การกลั่นจะทำให้มีปริมาณแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้นกว่าปกติ นอกจากอีธานอลจะใช้ในการดื่มแล้ว ยังใช้เป็นตัวทำละลายหรือเชื้อเพลิงในอุตสาหกรรมต่างๆ

3. ไอโซโพรพานอล (Isopropanol หรือ Isopropyl Alcohol) เป็นแอลกอฮอล์ที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมยาง ไม่สามารถนำมาใช้ในการดื่ม

อีธานอลที่ใช้ดื่มใช้เพื่อให้เกิดฤทธิ์เป็นยานอนหลับ (Sedative/hypnotic) จะมีผลคล้ายยากล่อมประสาทประเภท บาร์บิทูเรท (Barbiturates) การดื่มแอลกอฮอล์นอกจากมีผลต่อสังคมแล้ว ยังทำร้ายร่างกายและจิตประสาททำให้ผู้ดื่มติด (Dependent) องค์การอนามัยโลกได้จัดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในกลุ่มสารเสพติดที่มีผลต่อจิตประสาทใน ICD-10 (f10-f19)

ส่วนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น (Alcohol Beverages) องค์การอนามัยโลกให้ความหมายว่าเป็นของเหลวที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ชนิดดื่มหรืออีธานอล ใช้เพื่อการดื่ม ส่วนใหญ่ได้มาจากการหมัก (Fermentation) หรือได้มาจากการหมักแล้วกลั่น เช่น

เบียร์	ได้มาจากการหมักเมล็ดข้าว เช่นข้าวมอล ข้าวบาเลย์
ไวน์	ได้มาจากการหมักผลไม้ เช่นผลองุ่น ลูกเบอรี่
ไซเดอร์	ได้มาจากการหมักผลแอปเปิ้ล
สาเก	ได้มาจากการหมักข้าว
ส่วนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จากการหมักแล้วกลั่น เช่น	
วอดก้า	ได้มาจากวัตถุดิบเมล็ดข้าวหรือมันฝรั่ง
วิสกี	ได้มาจากวัตถุดิบข้าวเรย์หรือข้าวโพด
รัม	ได้มาจากวัตถุดิบอ้อย
ปรัมดี	ได้มาจากวัตถุดิบผลองุ่น

สำหรับประเทศไทยมีการใช้คำว่า “สุรา” เช่นเดียวกับคำว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้

ความหมายสุรา ตามพระราชบัญญัติสุรา ในพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ได้วิเคราะห์ศัพท์ไว้ว่า “สุรา” หมายถึงถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือดื่มกินไม่ได้แต่เมื่อผสมกับน้ำหรือของเหลวชนิดอื่นแล้ว สามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา

สุราตามพระราชบัญญัตินี้ จึงมีลักษณะดังนี้ (ชนุตม์ ศรีปราบ. 2499: 92-93)

1. สุราเป็นวัตถุหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ กล่าวคือ สุราเป็นวัตถุส่วนผสมหรือของที่มีธาตุแอลกอฮอล์ผสมอยู่ ถ้าไม่มีแอลกอฮอล์ผสมอยู่ ก็ไม่เรียกว่า สุรา
2. ต้องสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุรา กล่าวคือ ต้องเป็นเครื่องดื่มที่คนเราสามารถดื่มกินได้โดยไม่มีรสขื่นขม เผ็ดร้อนจนดื่มกินไม่ได้และเมื่อดื่มกินแล้ว ไม่มีพิษแก่ร่างกาย โดยที่แอลกอฮอล์ซึ่งเป็นส่วนผสมของสุรานั้นมีอยู่ 2 อย่างคือ แอลกอฮอล์ชนิดบริโภคนได้เรียกว่าอีธานอล (Ethanol) อย่างหนึ่งและเมทานอล (methanol) ซึ่งใช้บริโภคไม่ได้อย่างหนึ่ง ส่วนผสมที่เป็นสุรา ตามพระราชบัญญัตินี้จะต้องเป็นแอลกอฮอล์ชนิดบริโภคนได้ ถ้าเป็นแอลกอฮอล์บริโภคไม่ได้ไม่เรียกสุรา เพราะถ้าผสมแอลกอฮอล์ชนิดที่เป็นพิษต่อร่างกายถือว่าดื่มกินไม่ได้อยู่แล้ว
3. เป็นของซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อผสมกับน้ำหรือของเหลวสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับสุรา หมายความว่า มีสุราบางอย่างเป็นสุราที่มีแรงแอลกอฮอล์สูง ซึ่งเมื่อดื่มกินแล้วจะให้โทษหรือเป็นอันตรายแก่ร่างกาย ทำให้ปากพองหรือลำไส้พอง เจ็บปากได้ แต่เมื่อเติมน้ำหรือของเหลวอื่นๆเช่น ไซดาหรือน้ำแล้วดื่มกินได้

บุญชัย พิทักษ์ดำรงกุล (2524: 17-18) ได้ให้ความหมายของสุราว่าหมายถึง น้ำเมาหรือเครื่องดื่มประเภทที่มีวัตถุธาตุผสมอยู่ เมื่อดื่มกินจะมีอาการเมเมา โดยปกติใช้ดื่มเพื่อความสำราญใน

การสมาคม บางครั้งใช้ดื่มกินเป็นยาบำบัดโรค ชาติเมาที่ผสมอยู่ในสุราเรียกว่า แอลกอฮอล์ ถ้าในน้ำสุรามีแอลกอฮอล์อยู่มาก เมื่อดื่มกินจะรู้สึกมึนเมาตามแรงและปริมาณแห่งแอลกอฮอล์นั้น เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีอยู่หลายอย่าง เช่นสุรา เบียร์ ไวน์ สาเก กระแช่ เป็นต้น สุราที่ได้จากการต้มกลั่นเรียกว่า สุรากลั่น เช่นสุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ สุราพิเศษ และสุราสามทับ ฯลฯ

ถ้าเป็นสุราที่ได้จากการหมัก แช่โดยไม่ได้อัดกลั่นเรียกว่า สุราแช่หรือเมรัย เช่น กระแช่ เบียร์ เป็นต้น

1.2 ประเภทสุรา

1. แบ่งตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสุรา

เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2516 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้ออกประกาศกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสุราโดยได้แยกสุรา ออกเป็น 2 ประเภทคือ

ประเภทที่หนึ่ง สุราแช่หรือเมรัย (fermented Liquor) คือผลได้จากการหมักส่ำให้เกิดน้ำเมาที่มีแรงแอลกอฮอล์มากน้อยตามต้องการและไม่มีการกลั่น แบ่งเป็น 4 ชนิดคือ

1) สุราแช่ชนิดที่หนึ่ง ได้จากการหมักส่ำจากเมล็ดธัญพืชหรือแป้งจากพืช เช่น เบียร์ น้ำข้าว สาเก สุราเสี้ยวเฮง เป็นต้น

2) สุราแช่ชนิดที่สอง ได้จากการหมักส่ำจากผลไม้หรือน้ำตาลจากพืช เช่น ไวน์ (Wine) แชมเปญ (Champagne) น้ำตาลเมา (Toddy) ไซเดอร์ (Cider) เป็นต้น

3) สุราแช่ชนิดที่สาม ได้จากสุราแช่ชนิดหนึ่งและ, หรือ สุราแช่ชนิดที่สองผสมตัว ยาปรุงแต่งสี กลิ่น รสตามต้องการ เช่น เวอร์มูท (vermouth) ไวน์ที่เป็นยา (Medicated Wine) เป็นต้น

4) สุราแช่ชนิดที่สี่ ได้จากสุราแช่ชนิดที่หนึ่งและ, หรือ สุราแช่ชนิดที่สองแล้วผสมกับสุรากลั่นหรือแอลกอฮอล์ให้มีแรงแอลกอฮอล์ตามต้องการแต่ไม่เกิน 23 ดีกรี เช่น ไวน์อย่างแรง เซอร์วิพอร์ตไวน์ เป็นต้น

ประเภทที่สอง สุรากลั่น (Distilled Liquor) คือผลที่ได้จากการหมักส่ำให้เกิดมีแรงแอลกอฮอล์แล้วกลั่นและบางชนิดต้องเก็บไว้นาน เพื่อให้มีคุณภาพดีแล้วอาจปรุงแต่งให้มีแรงแอลกอฮอล์มากน้อยตามต้องการ แบ่งเป็น 3 ชนิด คือ

1) สุรากลั่นชนิดที่หนึ่ง เป็นสุรากลั่นที่กลั่นโดยตรง เพื่อให้ได้กลิ่นรสเฉพาะจากวัตถุดิบนั้น อาจปรับปรุงเพียงเพื่อให้ได้กลิ่นรสดีขึ้น และทำให้มีแรงแอลกอฮอล์ตามต้องการ เช่น สุราขาว วอดก้า (Vodka) เกาเหลียง อาร์เรค (Arrack) เทกิล่า (tequila) เป็นต้น

2) สุรากลั่นชนิดที่สอง เป็นสุรากลั่นหรือแอลกอฮอล์ผสมปรุงแต่งสี กลิ่น รส และให้มีแรงแอลกอฮอล์ตามต้องการ แบ่งเป็น 2 ชนิดคือ

1. ใช้สุรากลั่นหรือแอลกอฮอล์ผสม หรือแช่กับสมุนไพรต่างๆ เพื่อให้สี กลิ่น รสและสรรพคุณของตัวยาหรือสมุนไพรนั้น เช่นสุราจีนชนิดต่างๆ เป็นต้น

2. สุราชนิดนี้ยังแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

ชนิดที่หนึ่ง ใช้สุรากลั่น และ,หรือ แอลกอฮอล์มาปรุงแต่งด้วยน้ำยาสกัด น้ำเชื้อ หรือใช้สุรากลั่น และ,หรือแอลกอฮอล์แช่กับผลไม้ พืช สมุนไพร แล้วปรุงแต่งเพื่อให้ได้สี กลิ่น รสตามต้องการ แต่ไม่มีสรรพคุณของตัวยา ทั้งนี้จะกลั่นใหม่หรือไม่ก็ตาม เช่นสุราผสม สุราผสมพิเศษ สุราปรุงพิเศษ สุรายิน (Gin) เป็นต้น

ชนิดที่สอง ใช้สุรากลั่น และ,หรือแอลกอฮอล์มาปรุงแต่งด้วยยาสกัด น้ำเชื้อหรือใช้สุรากลั่น และ,หรือแอลกอฮอล์แช่กับผลไม้ พืช สมุนไพร แล้วปรุงแต่งเพื่อให้ได้สี กลิ่น รสตามต้องการ แต่ไม่มีสรรพคุณของตัวยา ทั้งนี้จะกลั่นใหม่หรือไม่ก็ตาม ที่สำคัญที่สุด คือสุราชนิดนี้ต้องมีรสหวาน เช่นสุราเปปเปอร์มินท์ (peppermint) สุรากาแฟ (cream of coffee) ชาร์เตอร์ส (Chartreuse) อิสซารา (Izzara) เป็นต้น

3) สุรากลั่นชนิดที่สาม ใช้สุรากลั่น และ,หรือแอลกอฮอล์มาปรุงแต่งโดยมีกรรมวิธีเก็บไว้นาน เพื่อให้มีคุณภาพดี แล้วปรุงแต่งตามกรรมวิธีให้มีสี กลิ่น รสและแรงแอลกอฮอล์ตามต้องการ เช่นวิสกี (whisky) บรันดี (brandy) รัม (rum) เป็นต้น

2. แบ่งตามการจัดเก็บภาษีสุรา กรมสรรพสามิตได้แบ่งประเภทของสุรา เพื่อใช้ในการจัดเก็บภาษีสุรา ตามพระราชบัญญัติภาษีสุรา พ.ศ.2493 ดังนี้

ประเภทที่หนึ่ง สุราแช่หรือเมรัย

เปียร์ คือ สุราแช่ชนิดใช้กรรมวิธีหมักส้าจากข้าวมอสท์ โดยไม่ได้กลั่น มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี

สุราแช่ (สุราแช่ผลไม้และสุราแช่พื้นเมือง) ผู้รับทำสุราแช่ต้องเสนอกรรมวิธีและวัตถุดิบที่จะใช้ในการหมักส้า โดยต้องใช้ผลไม้ที่ผลิตได้ภายในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 โรงทำสุราแช่ห้ามมีเครื่องกลั่นแอลกอฮอล์ และสุราแช่ที่ผลิตได้ต้องมีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี การที่จะเป็นผู้รับทำสุราแช่พื้นเมือง เช่น อุ น้ำขาว น้ำตาลเมา สาโท ก็ใช้กรรมวิธีเช่นเดียวกับสุราแช่ข้างต้น ผู้รับอนุญาตให้ทำสุราแช่สามารถขายสุราแช่ได้ทั่วราชอาณาจักร สุราแช่พื้นเมืองมีสัมปทาน 5 ปี นับแต่เริ่มทำออกจำหน่าย โดยผู้ได้รับอนุญาตให้ทำสุราแช่ต้องลงทุนไม่ต่ำกว่า 40 ล้านบาท

ประเภทที่สอง สุรากลั่น

สุราขาว คือสุราที่ได้มาจากการใช้ข้าวหรือน้ำตาลหรือกากน้ำตาลเป็นวัตถุดิบ โดยสุราที่กลั่นออกมาได้จะปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งผสมปรุงแต่งแต่อย่างใด จะมีแรงแอลกอฮอล์ชนิด 28 ,

30 , 35 และ 40 ดีกรี โดยต้องเสียภาษีสุราขาวก่อนที่จะนำสุราขาวออกจากโรงงาน สุราขาวพวกนี้มีสิทธิขายได้เฉพาะในเขตที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น

สุราผสม คือ สุรากลั่นนั่นเอง แต่มีกรรมวิธีใช้สิ่งผสมปรุงแต่งขึ้นจากสุราขาวหรือสุราสามทับ (แอลกอฮอล์) และเมื่อผสมปรุงแต่งแล้ว โดยจะต้องได้รับอนุญาตหรือเสียภาษีสุราผสมก่อน จึงจะนำสุราผสมออกจากโรงงาน และสุราผสมนี้มีสิทธิขายได้เฉพาะในเขตที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น

สุราสามทับ (แอลกอฮอล์) สุรากลั่นที่ปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งผสมปรุงแต่ง ต้องเสียภาษีสุราก่อนนำสุราออกจากโรงงาน ต้องมีแรงแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 80 ดีกรีขึ้นไป หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่ง สุราสามทับคือการนำเอาสุราขาวมาทำการกลั่นรวมทั้งหมดสามครั้ง จะได้สุราที่มีแรงแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 80 ดีกรีขึ้นไป เรียกสุราประเภทนี้ว่า สุราสามทับ และต้องเสียภาษีสุราก่อนนำสุราสามทับออกจากโรงงาน โดยองค์การสุราสังกัดกรมสรรพสามิตแห่งเดียวเท่านั้นที่มีสิทธิขายสุราสามทับได้ทั่วราชอาณาจักร

สุราปรุงพิเศษ คือ สุรากลั่นที่ผสมปรุงแต่งขึ้นมาจากสุราสามทับ โดยมีกรรมวิธีพิเศษ เมื่อผสมปรุงแต่งแล้วต้องได้รับการพิจารณาจากกรมสรรพสามิต เพื่ออนุมัติว่าเป็นสุราปรุงพิเศษแล้ว จึงถือว่าเป็นสุราปรุงพิเศษโดยต้องมีแรงแอลกอฮอล์ชนิด 35 และ 40 ดีกรี และต้องเสียภาษีสุราก่อนนำสุราปรุงพิเศษออกนอกโรงงาน สุราปรุงพิเศษนี้มีสิทธิขายได้ในเขตกรุงเทพมหานคร หากจะขายนอกกรุงเทพมหานครต้องตกลงกับผู้ขายส่งสุราขาว-ผสมในเขตนั้นๆ ก่อนยกเว้นสุราปรุงพิเศษกวางทองและแม่โขงเท่านั้นที่สามารถมีเขตการจำหน่ายได้ทั่วราชอาณาจักร

สุราพิเศษ คือ สุราที่กลั่นได้โดยใช้วัตถุดิบข้าวบาเลย์ ข้าวโพด ผลองุ่น หรือพืชผลอื่นๆ หรือสุราที่ผสมปรุงแต่งขึ้นจากสุราที่กลั่นได้นั้น โดยมีกรรมวิธีพิเศษต้องเสียภาษีก่อนนำออกจากโรงงานเช่นกัน และให้สิทธิมีเขตการจำหน่ายได้ทั่วราชอาณาจักร

สุราในไทยที่บริโภคมีหลายชนิด ได้แก่ (เทพินทร์ พัทธนากรักษ์. 2541: 5-7)

1. เหล้าบรันดี เป็นสุราประเภทกลั่นที่มีรสเยี่ยมที่สุด และมีราคาแพงที่สุด เนื่องจากเป็นเหล้าที่กลั่นจากองุ่น มีกรรมวิธีการผลิต และมีขั้นตอนในการบ่ม เหล้าบรันดีในไทยมีทั้งนำเข้าจากต่างประเทศและผลิตเองในประเทศ แต่บรันดีที่ผลิตในประเทศมักไม่ค่อยได้รับความนิยม

2. วิสกี้ เป็นสุราประเภทกลั่น คำว่า “วิสกี้” มาจากคำว่า “ยูส ปีทรา” ซึ่งเป็นภาษาของชาวพื้นเมืองสกอตแลนด์ มีความหมายว่า “น้ำอมฤตแห่งชีวิต” วิสกี้เป็นสุรากลั่นที่ทำมาจากข้าว ไม่ว่าจะเป็นข้าวบาเลย์ ข้าวไรน์ ข้าวโอ๊ต ข้าวโพด หรือข้าวเหนียว แต่วิสกี้ที่ดีต้องทำมาจากหัวข้าวบาร์เลย์ นำมาหมักกลั่น แล้วเก็บบ่มไว้ในถังไม้โอ๊ก

3. เหล้ารัม เป็นสุราที่กลั่นมาจากน้ำอ้อย กากน้ำตาล และน้ำเชื่อม นอกจากนั้นเหล้ารัมอาจมีการผสมของผิวส้ม และผลไม้อื่นๆ เพื่อให้รสชาติใกล้เคียงไวน์ แหล่งกำเนิดเหล้ารัมเชื่อว่าอยู่

บริเวณหมู่เกาะจีนแดงตะวันตก ในไทยยังมีการผลิตเหล้ารัมผสมเครื่องยาจีน หรือไทยเพื่อผลในทางสุขภาพด้วย

4. วอดก้า เป็นสุราที่มีลักษณะคล้ายวิสกี้ แต่มีปริมาณดีกรีของแอลกอฮอล์สูงกว่า เชื่อว่ารัสเซียเป็นผู้ผลิตแต่ดั้งเดิม วอดก้าทำมาจากข้าวสาลี และปัจจุบันก็ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคโดยตำราการผสมค็อกเทลก็มีวอดก้าสอดแทรกอยู่หลายสูตร

5. เหล้าค็อกเทลต่างๆ คือ การนำเอาเหล้าหลายชนิดมาผสมกันตามสูตรแล้วแต่รสนิยมของผู้ดื่ม เชื่อกันว่าค็อกเทลถือกำเนิดจากอเมริกา ในช่วงที่อเมริกาทำสงครามกับอังกฤษเกิดการขาดแคลนเหล้า จึงมีผู้ผสมเหล้ากับน้ำผลไม้สำหรับทหาร และในแต่ละแก้วจะมีหางไก่แช่อยู่ทุกใบ จึงได้ชื่อว่าเป็นเหล้าค็อกเทล ประเทศไทยปัจจุบันมีผู้เขียนสูตรผสมค็อกเทลออกมาเผยแพร่มากมาย

6. เหล้าขาว เป็นเหล้าที่ผลิตมากในเอเชียเหล้าจีนที่เรียกว่า “สาเก” ก็รวมอยู่ในกลุ่มเหล้าขาวนี้ เหล้าขาวทำจากกากน้ำตาล ข้าว น้ำตาลมะพร้าว ตาลโตเนด ในประเทศไทยมักนิยมบริโภคในชนบทหรือผู้ที่มีรายได้น้อย

7. แชมเปญ เป็นเหล้าหมักไม่ผ่านกระบวนการกลั่น เป็นเหล้าที่ทำจากองุ่น แต่มีลักษณะพิเศษคือ เป็นสุราองุ่นประเภทมีฟองคือมีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ปนอยู่คล้ายๆ เบียร์ กระบวนการผลิตและการเก็บรักษาทำให้มีราคาแพง

8. ไวน์ คือเหล้าผลไม้ที่เก่าแก่มากที่สุดในโลก วัตถุประสงค์ในการทำคือองุ่น ไวน์จะต่างจากแชมเปญตรงที่ไวน์จะไม่มีฟอง และกรรมวิธีการผลิตที่ไม่ซับซ้อนเท่าแชมเปญ ในไทยมีผู้ผลิตออกมาจำหน่ายนานแล้ว แต่ยังไม่ได้รับความนิยมเท่ากับไวน์จากต่างประเทศ ซึ่งไวน์ถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ของการเลื่อนชั้นทางสังคมอีกด้วย

9. เบียร์ เป็นสุราที่มีการบริโภคสูงสุด ทำจากข้าวบาเลย์หมัก อบ และบด ต้มให้สุกแล้วหมักในถัง เมื่อหมักได้ที่แล้วจึงใส่ดอกฮอปเพื่อทำให้มีรสขม จากนั้นจึงใส่เชื้อยีสต์

10. เหล้าหมักพื้นบ้าน มักผลิตมากในช่วงเทศกาลงานต่างๆ เช่น พิธีการทำบุญบั้งไฟของอีสาน ประเพณีการกินวอของชาวไทยภูเขา เป็นต้น วัตถุประสงค์ในการหมักมักใช้ข้าว ผลไม้ หรือน้ำตาลมาหมักทำให้เกิดแอลกอฮอล์

1.3 ผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อสุขภาพ

1. แบบเฉียบพลัน การดื่มสุราเป็นครั้งคราวจำนวนน้อยๆ ทำให้มีผลไปกระตุ้นหัวใจ ทำให้ร้อนหน้า หน้าแดงหรือรู้สึกกระชุ่มกระชวย และรับประทานอาหารได้มากขึ้น จะทำให้รู้สึกเจริญอาหาร แต่เมื่อดื่มไปนานๆ ร่างกายเกิดความเคยชินทำให้ต้องดื่มเพิ่มขึ้นจนเป็นโรคต่างๆ ได้ การดื่มสุราทำให้ความดันโลหิตสูงขึ้น จึงมีหลายคนดื่มสุราเพราะรู้สึกว่าการดื่มสุราทำให้ความดันโลหิตต่ำ ซึ่งเป็นความเข้าใจผิด

แอลกอฮอล์เป็นตัวกีดขวางการทำงานของระบบประสาทส่วนกลาง คือสมองส่วนที่ควบคุมการทำงานของร่างกายและสติสัมปชัญญะ ทำให้ร่างกายทำงานได้ช้าลง การตัดสินใจการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นต่างๆจะใช้เวลามากขึ้น ประสาทตาจะหย่อนสมรรถภาพ ซึ่งมีผลทำให้การรับรู้แสงและสีของสัญญาณต่างๆช้าลง อาณาเขตการมองเห็นแคบลง ทำให้เห็นภาพการจราจรไม่มากพอและการคาดคะเนระยะทางผิดไป ถ้าขับรถจะเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย (เฟื่องเพชร เกียรติเสวี. 2544: 28)

เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เมื่อเข้าสู่ร่างกายจะถูกดูดซึมและกระจายไปทุกส่วนของร่างกายทำให้เกิดพิษต่อระบบต่างๆของร่างกายคือ พิษต่อสมองทำให้สมองเสื่อม และมีผลต่อการเสื่อมทางจิตด้วย เริ่มตั้งแต่ทำให้บุคลิกภาพเปลี่ยนไป ขาดความรับผิดชอบ ความจำเสื่อม ประสาทหลอน หนาว หวาดระแวง ถ้าดื่มมากจะทำให้สูญเสียการควบคุมการเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อ ไม่สามารถควบคุมร่างกายตนเองได้ สมรรถภาพการมองเห็นและการได้ยินลดลง (บุญเลิศ จุลเกียรติ. 2542: 42; อ้างอิงจาก สุภาณี พันธุ์ประพันธ์. 2549. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ. หน้า 16)

การดื่มสุรามากเกินไป จะทำให้หมดสติและตายได้ ได้มีการชันสูตรผู้เสียชีวิตเพราะดื่มสุราพบว่าเลือดและน้ำคั่งทุกอวัยวะโดยเฉพาะในเยื่อหุ้มกระเพาะอาหารและลำไส้เล็ก มีเลือดคั่งเลือดออกและบวมน้ำอย่างเห็นได้ชัดในตับ ในบางคนเมื่อเมาสุราแล้วอาเจียนของที่อาเจียนตกไปอยู่ในหลอดลมทำให้ขาดอากาศหายใจ และเสียชีวิต

การดื่มสุราขณะท้องว่าง อาจทำให้เกิดภาวะน้ำตาลในเลือดต่ำได้ภายใน 6-36 ชั่วโมง ทำให้ผู้ดื่มหมดสติได้

2. แบบเรื้อรัง การดื่มสุราเป็นจำนวนมากเป็นเวลานานๆจะเกิดภาวะการเป็นพิษต่ออวัยวะทุกส่วนของร่างกาย เป็นเหตุให้เกิดโรคต่างๆได้แก่

2.1 ผลต่อระบบทางเดินอาหาร

2.1.1 แอลกอฮอล์มีฤทธิ์กัดเยื่อของระบบทางเดินอาหาร เมื่อดื่มสุราที่ไม่ได้เจือจางและรู้สึกปวดคอและร้อนในกระเพาะอาหาร คนที่ดื่มสุราเป็นประจำอาจเป็นโรค หลอดอาหารอักเสบ บางคนเป็นแผลในหลอดอาหารหรือในพุงค้ำแข็ง จะมีเส้นเลือดขาดในหลอดอาหาร ซึ่งหากเป็นมากจะทำให้อาเจียนเป็นเลือดได้หรือบางคนอาจทำให้เป็นมะเร็งของหลอดอาหารได้

2.1.2 แอลกอฮอล์ทำให้มีการหลั่งน้ำย่อยแอสตรินเพิ่มขึ้น ทำให้มีภาวะเป็นกรดมากขึ้น เกิดกระเพาะอาหารอักเสบหรือเป็นแผล ทำให้มีอาการปวดท้อง บางคนถึงกับอาเจียนเป็นเลือดได้ บางคนอาจเป็นมะเร็งกระเพาะอาหารได้ แต่โรคนี้พบน้อยในคนไทย

2.1.3 แอลกอฮอล์ที่ดื่มเข้าไป ส่วนใหญ่จะถูกดูดซึมที่ลำไส้เล็กส่วนต้น ซึ่งไปรบกวนการทำงานของปกติของลำไส้ด้วย ทำให้การดูดซึมเสียไป เป็นเหตุให้ร่างกายขาดโฟเลท ซึ่งเป็นเหตุ

ให้เป็นโรคโลหิตจางได้ นอกจากนี้ยังทำให้ร่างกายขาดวิตามินเอ วิตามินบี1 วิตามินบี2 วิตามินบี3 และ วิตามินบี6 คนที่ดื่มสุราเป็นจำนวนมากเป็นเวลานาน จะเกิดการอักเสบหรือเป็นแผลที่ลำไส้เล็กส่วนต้น ทำให้มีอาการอาเจียนเป็นเลือดหรือถ่ายอุจจาระดำได้ นอกจากนี้อาจมีอาการปวดท้อง ท้องอืด ท้องเดินเป็นประจำเวลาที่ดื่มสุรา เนื่องจากลำไส้บีบตัวมากขึ้นและดูดซึมน้ำเกลือแร่ลดลง

2.1.4 แอลกอฮอล์ทำให้เซลล์ของตับอ่อนระคายเคือง เซลล์บวมขึ้นทำให้การไหลของน้ำย่อยไม่คล่องตัว เกิดเป็นโรคตับอ่อนอักเสบ ถ้าเป็นรุนแรงคือเป็นตับอ่อนอักเสบเฉียบพลันชนิดมีเลือดออก ทำให้เสียชีวิตได้ง่าย

2.1.5 หลังจากแอลกอฮอล์ถูกดูดซึมที่ลำไส้เล็กส่วนต้น แล้วเข้าสู่ตับ ซึ่งตับเป็นตัวทำลายพิษแอลกอฮอล์ ทำให้ทำงานไม่เต็มที่ ระยะเวลาต่อมาเนื้อตับถูกทำลายไปเรื่อยๆทำให้เกิดโรคตับมากมาย และเสียชีวิตก่อนวัยอันควร (เฟื่องเพชร เกียรติเสวี. 2544: 29-33)

2.2 ผลต่อไต คนที่ดื่มสุรามาก แอลกอฮอล์จะลดการผลิต Antidiuretic Hormone ของต่อม Pituitary ทำให้ร่างกายสูญเสียโซเดียมมากกว่าร่างกายดูดน้ำเข้าสู่ระบบไหลเวียนเลือดที่ละมากๆอาจทำให้เกิดภาวะน้ำเป็นพิษได้

2.3 ผลต่อระบบประสาท สมองเป็นอวัยวะที่บอบบางที่สุด มีกะโหลกศีรษะห่อหุ้มไว้เพื่อกันอันตรายจากภายนอก สมองเป็นศูนย์ในการบังคับอวัยวะต่างๆทุกส่วนของร่างกาย มีเส้นเลือดมาหล่อเลี้ยงมาก เมื่อดื่มสุราเข้าไปแอลกอฮอล์จึงเข้าสู่สมองได้มากและเร็ว แอลกอฮอล์จะไปก่อกการทำงานของสมอง ทำให้ศูนย์ประสาทต่างๆรวนเร ทำให้มึนเวียน เดินเซเหมือนคนเมาคลื่น ปัสสาวะขุ่น อาเจียน ในรายที่เป็นมาก จะทำให้เสียสติสัมปชัญญะ สูญเสียความทรงจำ การควบคุมร่างกายก็เสียไปด้วย เช่น ทำให้พูดเหมือนคนลั่นไกสั้น มือไม้เปะปะ เดินไม่ตรงทาง การรับรู้ทางสัมผัสต่างๆเสีย ทำให้ขาดความระวังวุ่นวายขาดความละเอียดในการชิมรส ความรู้สึกเจ็บปวดหายไป เพราะสุรามีฤทธิ์เหมือนยาชาพิษของสุราทำให้สมองส่วนนอกฝ่อลีบ ซึ่งจะมีผลต่อการเสื่อมของจิตด้วย

2.4 ผลต่อกล้ามเนื้อ ผู้ที่ดื่มสุราเป็นประจำจะมีอาการปลายประสาทอักเสบ ซึ่งผลอันนี้ทำให้เกิดการอ่อนกำลังของกล้ามเนื้อ เช่น เดินไม่ถนัด จนถึงเดินไม่ได้ เป็นตะคริวบ่อยๆ

2.5 ผลต่อหัวใจและการไหลเวียนของเลือด แอลกอฮอล์ทำให้กล้ามเนื้อหัวใจบวมโต ความดันโลหิตสูง การเต้นของหัวใจผิดปกติ เหนื่อยง่าย ใจสั่น อาจทำให้เกิดภาวะหัวใจวายเนื่องจากแอลกอฮอล์ส่งเสริมการสังเคราะห์ไขมันจากไตรกลีเซอไรด์ และยับยั้งการสังเคราะห์โปรตีนของกล้ามเนื้อหัวใจ ทำให้สมรรถภาพการทำงานลดลง ผู้ที่ดื่มสุราจำนวนมากอาจทำให้เกิดอัมพาตได้ภายใน 24 ชั่วโมง

2.6 ผลต่อสุขภาพจิต ผู้ที่ดื่มสุราจำนวนมากเป็นเวลานาน โดยเฉพาะในคนที่อายุ 50 ปีขึ้นไป จะรู้สึกใจสั่น สมองทึบ ความจำเสื่อม พุดไม่ชัด เกิดโรคทางจิตมากมาย

1.4 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม (จรัญ อุตสาหะ และเศรษฐี จุฬาลงกรณ์. 2548: 5-6)

การตายก่อนวัยอันควรและการสูญเสียจากความพิการทุพพลภาพ ซึ่งเป็นผลจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เกิดเพราะคนขาดความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและผู้อื่น (alcohol abuse) นอกจากนั้นยังเป็นสาเหตุสำคัญของปัญหาทางสังคมทั้งระยะสั้นและระยะยาว ที่สำคัญอย่างยิ่งคือมีผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการสูญเสียผลผลิต (productivity loss) ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ (health expenditure) และค่าเสียหายรวมรายจ่ายของรัฐจากอาชญากรรมและความรุนแรง (crime and violence) ที่มีสาเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เป็นที่น่าสังเกตว่าค่าใช้จ่ายทางสุขภาพที่คนทั่วไปเห็นได้อย่างเด่นชัดมีสัดส่วนไม่มากเท่าที่รู้สึกกันเป็นส่วนใหญ่ โดยในความเป็นจริงความสูญเสียทางเศรษฐกิจของสังคมกว่าครึ่งเกิดจากอาชญากรรม ความรุนแรงและทรัพย์สิน ร่องลงมาคือการสูญเสียผลผลิตและแรงงาน มิติทางสังคมที่สำคัญอีกด้านหนึ่งคือความยากจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา การตายที่มีสาเหตุสัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทั้งโดยตรง (เช่น ตับแข็ง พิษสุราเรื้อรัง) และโดยอ้อม (เช่น อุบัติเหตุจากรถ ทำร้ายร่างกาย) มักมีอัตราสูงสุดในกลุ่มคนยากจนในเกือบทุกประเทศ ความเสียหายทางเศรษฐกิจเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับอุบัติเหตุประมาณไว้ในระดับร้อยละ 2-3 ของรายได้ประชาชาติ หรือราวหนึ่งแสนล้านบาทต่อปี ถ้าประเมินรวมความสูญเสียทั้งหมดจากการสูญเสียผลผลิต ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ และค่าเสียหายรวมรายจ่ายของรัฐจากอาชญากรรมและความรุนแรงที่ยังที่ยังไม่มีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ อาจไม่ต่ำกว่า 5 แสนถึง 1 ล้านล้านบาทต่อปี

ครอบครัวที่มีสมาชิกดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แม้เพียงคนเดียว แต่อาจมีผลกระทบมากหรือน้อยตามความรุนแรงของปัญหา จากการวิจัยเรื่องผลกระทบของสุราในฐานะเป็นปัจจัยร่วมการเกิดปัญหา ความรุนแรงในครอบครัวของมูลนิธิเพื่อนหญิง เมื่อปี 2546 พบว่า การดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุที่ทำให้ค่าใช้จ่ายในครอบครัวเพิ่มขึ้น ทำให้ขาดสติในการควบคุมอารมณ์ รวมทั้งก่อให้เกิดการทะเลาะวิวาทในครอบครัว ทั้งนี้โทษและผลเสียจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เมื่อนั้นมีมากมายหลายมิติ

ตาราง 15 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ข้อความ	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1.เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีรสชาติถูกใจผู้ดื่ม	99 (24.8)	53 (13.3)	130 (32.5)	97 (24.3)	21 (5.3)
2.วัยรุ่นสมัยใหม่ต้องดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็น	83 (20.8)	97 (24.3)	129 (32.3)	76 (19.0)	15 (3.8)
3.การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่สังคมยอมรับ	73 (18.3)	79 (19.8)	159 (39.8)	71 (17.8)	18 (4.5)
4.ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ดูเป็นคนทันสมัย	96 (24.0)	102 (25.5)	124 (31.0)	58 (14.5)	20 (5.0)
5.ในงานเลี้ยงสังสรรค์ต้องมีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	40 (10.0)	56 (14.0)	121 (30.3)	125 (31.3)	58 (14.5)
6.การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นการสร้างความมั่นใจให้ตนเอง	99 (24.8)	96 (24.0)	115 (28.8)	67 (16.8)	23 (5.8)
7.การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นการสร้างบรรยากาศความเป็นมิตร	59 (14.8)	68 (17.0)	112 (28.0)	116 (29.0)	45 (11.3)
8.การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ช่วยเจริญอาหาร	136 (34.0)	109 (27.3)	90 (22.5)	48 (12.0)	17 (4.3)
9.การไปเที่ยวทัศนศึกษาต้องมีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	75 (18.8)	77 (19.3)	114 (28.5)	91 (22.8)	43 (10.8)
10.การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นการดึงดูดเพศตรงข้าม	120 (30.0)	98 (24.5)	100 (25.5)	51 (12.8)	31 (7.8)

จากตาราง 11 กลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากการวิเคราะห์ผลรายข้อพบว่า ในข้อที่ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 และ 9 มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง โดยในข้อที่ 8 และ 10 มีค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตาราง 16 แสดงจำนวน(ความถี่) และร้อยละของความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว

ข้อความ	ระดับ				
	ปฏิบัติเป็นประจำ	ปฏิบัติบ่อยครั้ง	ปฏิบัติเป็นครั้งคราว	ปฏิบัติน้อยครั้ง	ไม่เคยปฏิบัติ
.1คนในครอบครัวของท่านแสดงความรักต่อกัน	116 (29.0)	97 (24.3)	117 (29.3)	60 (15.0)	10 (2.5)
.2ครอบครัวของท่านทำกิจกรรมยามว่างร่วมกัน	67 (16.8)	124 (31.0)	110 (27.5)	82 (20.5)	17 (4.3)
.3คนในครอบครัวของท่านตักเตือนท่านในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	104 (26.0)	95 (23.8)	74 (18.5)	66 (16.5)	61 (15.3)
.4ครอบครัวของท่านจะให้เหตุผลก่อนลงโทษเมื่อท่านกระทำความผิด	105 (26.3)	117 (29.3)	87 (21.8)	62 (15.5)	29 (7.3)
.5คนในครอบครัวของท่านจะพูดจาดีต่อกันแม้ว่าจะขัดแย้งกัน	85 (21.3)	113 (28.3)	119 (29.8)	63 (15.8)	20 (5.0)
.6เมื่อมีปัญหาท่านปรึกษาคนในครอบครัวของท่าน	103 (25.3)	82 (20.5)	112 (28.0)	74 (18.5)	29 (7.3)

จากตาราง 12 ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเป็นรายข้อ ได้ผลดังนี้ คนในครอบครัวแสดงความรักต่อกัน ส่วนใหญ่จะปฏิบัติเป็นครั้งคราว คิดเป็นร้อยละ 29.3 ครอบครัวทำกิจกรรมยามว่างร่วมกันบ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.0 คนในครอบครัวตักเตือนท่านในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 26.0 ครอบครัวจะให้เหตุผลก่อนลงโทษเมื่อท่านกระทำความผิด ส่วนใหญ่จะปฏิบัติบ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.3 คนในครอบครัวจะพูดจาดีต่อกันแม้ว่าจะขัดแย้งกัน ปฏิบัติเป็นครั้งคราว คิดเป็นร้อยละ 29.8 และเมื่อมีปัญหาท่านปรึกษาคนในครอบครัวเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 25.3

ตาราง 17 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของอิทธิพลของเพื่อนและสื่อโฆษณา

ข้อความ	ระดับ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ด้านเพื่อน					
-ในงานเลี้ยงสังสรรค์ระหว่างเพื่อน ใครไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก็ ว่าไม่ให้เกียรติเพื่อน	75 (18.8)	87 (21.8)	65 (16.3)	120 (30.0)	53 (13.3)
-การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทำให้มีเพื่อนมาก	49 (12.3)	132 (33.0)	90 (22.5)	90 (22.5)	39 (9.8)
-ถ้าอยากเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เรา ต้องดื่มด้วย	56 (14.0)	94 (23.5)	93 (23.3)	114 (28.5)	43 (10.8)
-การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทำให้สนิทสนมกับเพื่อนได้ง่าย	65 (16.3)	133 (33.3)	80 (20.0)	90 (22.5)	32 (8.0)
-เพื่อนแนะนำให้ท่านดื่มเครื่องดื่ม ที่มีแอลกอฮอล์เพื่อช่วยให้เกิดความ กล้ามากขึ้น	48 (12.0)	93 (23.3)	103 (25.8)	96 (24.0)	60 (15.0)
ด้านสื่อโฆษณา					
-เมื่อเห็นภาพโฆษณาเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์ทำให้ท่านรู้สึกอยากดื่ม มากขึ้น	49 (12.3)	70 (17.5)	91 (22.8)	115 (28.8)	75 (18.8)
-จากโฆษณาท่านรู้สึกว่าเป็น เครื่องดื่มชนิดหนึ่งที่ดื่มได้ตามปกติ	73 (18.3)	120 (30.0)	92 (23.0)	82 (20.5)	33 (8.3)
-โฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์มักมีข้อความที่น่าสนใจ และจำง่าย	63 (15.8)	161 (40.3)	96 (24.0)	59 (14.8)	21 (5.3)
-จากโฆษณาทำให้ท่านรู้จัก เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดใหม่และ ใ้หันมาลอง	66 (16.5)	122 (30.5)	99 (24.8)	83 (20.8)	30 (7.5)

ตาราง 17 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
-บุคคลที่แสดงในโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้คิดจะเอาเป็นแบบอย่าง	35 (8.8)	90 (22.5)	98 (24.5)	105 (26.3)	72 (18.0)

จากตาราง 13 อิทธิพลของเพื่อนจากการจำแนกเป็นรายข้อ ได้ผลดังนี้ ในงานเลี้ยงสังสรรค์ ระหว่างเพื่อนใครไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ถือว่าไม่ให้เกียรติเพื่อน และถ้าอยากเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เราต้องดื่มด้วย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับสองข้อความนี้ การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้มีเพื่อนมาก และการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้สนิทสนมกับเพื่อนได้ง่าย กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสองข้อความนี้มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจกับข้อความว่าเพื่อนแนะนำให้ท่านดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพื่อช่วยให้เกิดความกล้ามากขึ้น

อิทธิพลของสื่อโฆษณาจากการจำแนกเป็นรายข้อ ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับข้อความว่า เมื่อเห็นภาพโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทำให้ท่านรู้สึกอยากดื่มมากขึ้น และบุคคลที่แสดงในโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้คิดจะเอาเป็นแบบอย่าง และสำหรับข้อความว่า จากโฆษณาท่านรู้สึกว่าการดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มชนิดหนึ่งที่ดื่มได้ตามปกติ โฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก็มีข้อความที่น่าสนใจและจำง่าย และจากโฆษณาทำให้ท่านรู้จักเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดใหม่และให้ท่านอยากลองกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับสามข้อความนี้

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

1. รองศาสตราจารย์สมสรร วงษ์อยู่น้อย บุคลากรสำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา
2. อาจารย์ประภาพร เพ็ญพิศกุล อาจารย์ประจำภาควิชาเศรษฐศาสตร์
3. คุณเศก เมธาสุรารักษ์ นักวิจัยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI)



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5646 , 5731

ที่ ศธ 0519.12/๒๗๔ วันที่ ๗ มิถุนายน 2550

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เชิญผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการสำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา

เนื่องด้วย นางสาวพินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปฏิญานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขต กรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติมา สังข์เกษม ประธานควบคุมปฏิญานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์สุนิดา เทศนิยม กรรมการควบคุมปฏิญานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สมสรร วงษ์อยู่น้อย เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขต กรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวพินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5646 , 5731

ที่ ศธ 0519.12/3๖๖1 วันที่ ๖ มิถุนายน 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เชิญผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวพินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปฏิญานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขต กรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติมา สังข์เกษม ประธานควบคุมปฏิญานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์สุนิดา เทศนิยม กรรมการควบคุมปฏิญานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ประภาพร เพ็ญฟูสกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวพินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จิระเชชากุล)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ 0519.12/3772



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

๗ มิถุนายน 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณเสก เมธาสุรารักษ์

เนื่องด้วย นางสาวพินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องสำอางค์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขต กรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติมา สังข์เกษม ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์สุนิดา เทศนิยม กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องสำอางค์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญ นางสาวพินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จิระเดชากุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ: สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 081-668-4445

แบบสอบถาม

เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับ
ปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องและกรอกข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. ผลการเรียนเฉลี่ยสะสม(GPA)ในปีการศึกษาที่ผ่านมาท่านได้

☐ 1.00 – 1.50 ☐ 1.51 – 2.00 ☐ 2.01 – 2.50
☐ 2.51 – 3.00 ☐ 3.01 – 3.50 ☐ 3.51 – 4.00

3. สถานภาพการสมรสของบิดามารดา

☐ อยู่ด้วยกัน ☐ แยกกันอยู่ หม้าย หรือหย่าร้าง
☐ เสียชีวิตแล้วทั้งคู่

4. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับใคร

☐ อยู่กับบิดาและมารดา ☐ อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่ง
☐ อยู่กับญาติพี่น้อง ☐ พักอาศัยอยู่คนเดียว
☐ เช่าหอพักอยู่กับเพื่อน

5. ท่านมีกิจกรรมยามว่างที่ทำเป็นประจำนอกเหนือจากการเรียนหรือไม่

☐ มี (ระบุกิจกรรมยามว่างที่ท่านทำเป็นประจำ)

☐ ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นดนตรี ☐ เล่นกีฬา
☐ เล่นคอมพิวเตอร์ ☐ อ่านหนังสือ
☐ อื่นๆ

☐ ไม่มี

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

คำชี้แจง โปรดเติมคำตอบในช่องว่างตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

6. รายได้ที่ท่านได้รับต่อเดือน บาท

ส่วนที่ 3 ค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

คำชี้แจง ให้เลือกน้ำหนักของค่านิยมที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด โดยใส่เครื่องหมาย / ในช่องว่าง

ข้อคำถาม	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีรสชาติถูกใจผู้ดื่ม					
2. วัยรุ่นสมัยใหม่ต้องดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็น					
3. การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่สังคมยอมรับ					
4. ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ดูเป็นคนทันสมัย					
5. ในงานเลี้ยงสังสรรค์ต้องมีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์					
6. การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นการสร้างความมั่นใจให้ตนเอง					
8. การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นการสร้างบรรยากาศความเป็นมิตร					
9. การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ช่วยเจริญอาหาร					

ข้อคำถาม	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
10.การไปเที่ยวทัศนศึกษาต้องมีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์					
11.การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นการดึงดูดเพศตรงข้าม					

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวของท่าน

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วใส่เครื่องหมาย / ในช่องว่างให้ตรงกับความจริงมากที่สุด

ข้อความ	ปฏิบัติเป็นประจำ	ปฏิบัติบ่อยครั้ง	ปฏิบัติเป็นครั้งคราว	ปฏิบัติน้อยครั้ง	ไม่เคยปฏิบัติ
1.คนในครอบครัวของท่านแสดงความรักต่อกัน					
2.ครอบครัวของท่านทำกิจกรรมยามว่างร่วมกัน					
3.คนในครอบครัวของท่านตักเตือนท่านในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์					
4.พ่อ/แม่ของท่านจะให้เหตุผลก่อนลงโทษเมื่อท่านกระทำความผิด					
5.คนในครอบครัวของท่านจะพูดจาดีต่อกันแม้ว่าจะขัดแย้งกัน					
6.เมื่อมีปัญหาท่านปรึกษาคนในครอบครัวของท่าน					

ส่วนที่ 5 อิทธิพลด้านเพื่อนและสื่อโฆษณา

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่างให้ตรงกับความจริงมากที่สุด

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
<u>ด้านเพื่อน</u>					
- ในงานเลี้ยงสังสรรค์ระหว่างเพื่อนใครไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ถือว่าไม่ให้เกียรติเพื่อน					
- การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้มีเพื่อนมาก					
- ถ้าอยากเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อนที่ดื่ม เราต้องดื่มด้วย					
- การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้สนิทสนมกับเพื่อนได้ง่าย					
- เพื่อนแนะนำให้ทานดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพื่อช่วยให้เกิดความกล้ามากขึ้น					
<u>ด้านสื่อโฆษณา</u>					
- เมื่อเห็นภาพโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้ท่านรู้สึกอยากดื่มมากขึ้น					
- จากโฆษณาท่านรู้สึกว่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มชนิดหนึ่งที่ดื่มได้ตามปกติ					
- โฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มักมีข้อความที่น่าสนใจและจำง่าย					

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
- จากโฆษณาทำให้ท่านรู้จัก เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิด ใหม่และให้นึกอยากลอง					
- บุคคลที่แสดงในโฆษณา เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้ คิดจะเอาเป็นแบบอย่าง					

ส่วนที่ 6 การตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย / ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

- ท่านนิยมดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดใดมากที่สุด
() สุรา () เบียร์ () ไวน์
- ในระยะเวลา 1 เดือน ท่านดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยประมาณกี่ครั้ง..... ครั้ง
- ปริมาณที่ท่านบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยประมาณในแต่ละครั้ง (คิดเป็นจำนวนขวด)
.....ขวด
- โดยส่วนใหญ่ท่านมักจะดื่มกับใคร
() ดื่มคนเดียว () ดื่มกับเพื่อน
() ดื่มกับคนในครอบครัว/ญาติ () ดื่มกับคนในงานต่างๆ
() อื่นๆระบุ.....
- สถานที่ใดที่ท่านดื่มบ่อยที่สุด
() บ้านตนเอง () สถานบันเทิง () บ้านเพื่อน
() งานเลี้ยงสังสรรค์ () ร้านอาหาร () สวนสาธารณะ/แหล่งท่องเที่ยว
() อื่นๆระบุ.....

6. ท่านมักจะดื่มในโอกาสใด

- | | |
|---|--|
| ☐ เมื่ออยากดื่ม | ☐ เมื่อเครียด / กลุ้มใจ / ผิดหวัง |
| ☐ งานเลี้ยงฉลองในเทศกาลต่างๆ | ☐ ฉลองความสำเร็จ / ดีใจ |
| ☐ อื่นๆระบุ..... | |

7. ท่านซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากแหล่งใด

- | | |
|---|---|
| ☐ ซูเปอร์มาร์เก็ต / ห้างสรรพสินค้า | ☐ ร้านสะดวกซื้อ |
| ☐ ร้านขายของชำ | ☐ ภัตตาคาร / ร้านอาหาร |
| ☐ สถานบันเทิง | ☐ อื่นๆระบุ..... |

8. ท่านคิดว่าราคาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จะเพิ่มขึ้น.....บาทท่านถึงจะเปลี่ยนแปลง

พฤติกรรมการดื่ม เปลี่ยนแปลงโดย

- ☐ ลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
- ☐ เปลี่ยนไปบริโภคยี่ห้อที่มีราคาถูกกว่า
- ☐ เลิกบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงาน

ที่ ศธ 0519.12/49 ๖๔



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุโขวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

4 กรกฎาคม 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

เนื่องด้วย นางสาวพินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาโทที่ศึกษาในมหาวิทยาลัย เขต กรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติมา ตั้งเกษม ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์สุจินดา เทศนิยม กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บ ข้อมูลการวิจัย โดยข้อมูลงานวิจัยที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุราได้จัดทำและรวบรวมไว้โดยงานวิจัยนั้นเป็นงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ข้อมูลเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำปริญญานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวพินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล ได้เก็บ ข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต มือถือ 081-668-4445

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ สกุล

พินทุอร วิรุฬห์ตั้งตระกูล

วันเดือนปีเกิด

9 กันยายน 2526

สถานที่เกิด

กรุงเทพมหานคร

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

15/7 หมู่ 5 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน

กรุงเทพมหานคร 10170

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2543

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนโพธิสารพิทยากร

พ.ศ. 2547

การศึกษาระดับบัณฑิต (สังคมศึกษา) มหาวิทยาลัยบูรพา

พ.ศ. 2550

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การจัดการ)

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ