

บทที่ 4

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับผลทางการศึกษานี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่หนึ่ง เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ไม่ใช่ราคา(ยกเว้นเรื่องโฆษณา) ว่ามีอิทธิพลต่อการบริโภคหรือไม่ โดยศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาชาย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นอกจากนี้ศึกษาพฤติกรรมแล้วยังศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากการดื่มสุราด้วย ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ทางสถิติของปัจจัยต่างๆ ว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์กับปริมาณการดื่มสุรา และส่วนสุดท้ายจะเป็นการวิเคราะห์หาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของนักศึกษาเมื่อระดับอัตราภาษีเปลี่ยนแปลงไป

4.1 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาชาย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย แบ่งเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 200 ราย และนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 100 ราย ดำเนินการในเดือนมิถุนายน ถึง สิงหาคม 2550 ผลการสำรวจเฉพาะประเด็นสำคัญ 6 เรื่อง คือ ลักษณะประชากรและเหตุผลของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภท ความถี่ และค่าใช้จ่ายด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สถานที่ซื้อและดื่มแอลกอฮอล์ ความสะดวกในการซื้อหรือดื่ม ผลเสียของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และทัศนคติของผู้บริโภคเมื่อเพิ่มอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้ผลการศึกษาดังนี้

4.1.1 ข้อมูลทั่วไป

จากกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย พบว่า ผู้บริโภคแอลกอฮอล์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 22 ปี ร้อยละ 63.3 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 23-27 ปี ร้อยละ 16.3 แหล่งที่มาที่สำคัญของค่าเล่าเรียนและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาตรีมาจาก พ่อแม่ผู้ปกครอง กู้ยืมจากกองทุนเพื่อการศึกษา และทุนจากสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานอื่น คิดเป็นร้อยละ 73 17 และ 7 ตามลำดับ ส่วนแหล่งที่มาที่สำคัญของค่าเล่าเรียนและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาโทมาจาก รายได้ของตนเอง พ่อแม่ผู้ปกครอง และกู้จากแหล่งเงินกู้อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 59 25 และ 8 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผู้บริโภคแอลกอฮอล์แยกตามรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน บาท/เดือน ระหว่าง 10,001 -

20,000 บาท ร้อยละ 27.3 รองลงมาคือ 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 17.7 และ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 15.5 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคแอลกอฮอล์กลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะประชากร	ปริญญาตรี		ปริญญาโท	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน	ร้อยละ
อายุ(ปี)					
18-22	190	95	0	190	63.4
23-27	10	5	39	49	16.3
28-32	0	0	34	34	11.3
ตั้งแต่ 32	0	0	27	27	9.0
แหล่งที่มาของค่าเล่าเรียน					
พ่อแม่/ผู้ปกครอง	146	73	25	171	57
กู้ยืมจากกองทุนเพื่อการศึกษา	34	17	5	39	13
กู้ยืมจากแหล่งเงินกู้อื่นๆ	0	0	8	8	2.7
ทุนจากสถาบันการศึกษา	14	7	3	17	5.7
มีรายได้เป็นของตนเอง	6	3	59	65	21.6
รวม	200	100	100	300	100
รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน/เดือน(บาท)					
5,000 - 10,000	45	22.5	8	53	17.7
10,001 - 20,000	61	30.5	21	82	27.3
20,001 - 30,000	31	15.5	21	52	17.3
30,001 - 40,000	20	10	18	38	12.7
40,001-50,000	22	11	13	35	11.7
มากกว่า 50,000	21	10.5	19	40	13.3
รวม	200	100	100	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 พฤติกรรมการบริโภค

ในหัวข้อนี้ ศึกษาถึงเหตุผลที่ดื่ม ประเภทเครื่องดื่ม ความถี่ ปริมาณแอลกอฮอล์ และค่าใช้จ่ายด้านแอลกอฮอล์ รวมถึงความสะดวกในการซื้อหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลกระทบจากการดื่ม ทศนคคของการเก็บภาษีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีผลการศึกษาดังนี้

1) เหตุผลที่ดื่ม

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออายุ 18 - 19 ปี ร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ อายุ 16 - 17 ปี ร้อยละ 26.7 และสาเหตุที่สำคัญที่สุดของการดื่มสุรารั้งแรก คือ เพื่อน สังคม และพ่อแม่ผู้ปกครองให้ทดลองดื่มเพื่อเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 68.7 13 และ 6 ตามลำดับ และสาเหตุหลักที่ทำให้ยังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ก็คือ สังคม เพื่อน และความสนุกจากการดื่มสุรา คิดเป็นร้อยละ 44 25.7 และ 5.3 ตามลำดับ ข้อสังเกตมีกลุ่มตัวอย่างที่พยายามจะเลิกดื่มแอลกอฮอล์เพียงร้อยละ 3.3 เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีสมาชิกในครอบครัวดื่มแอลกอฮอล์มากถึงร้อยละ 74.3 ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 เหตุผลที่ดื่มและยังดื่มแอลกอฮอล์กลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลที่ดื่ม	ปริญญาตรี		ปริญญาโท	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน	ร้อยละ
เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อายุ(ปี)					
5 - 15	50	25	24	74	24.7
16-17	49	24.5	31	80	26.7
18-19	94	47	24	118	39.3
ตั้งแต่ 20	7	3.5	21	28	9.3
รวม	200	100	100	300	100
สมาชิกในครอบครัวดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่					
- มีคนในบ้านดื่มแอลกอฮอล์	148	74	75	223	74.3
- ไม่มีคนในบ้านดื่มแอลกอฮอล์	52	26	25	77	25.7
รวม	200	100	100	300	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

เหตุผลที่ดื่ม	ปริญญาตรี		ปริญญาโท	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลสำคัญที่สุดที่ดื่มสุราครั้งแรก					
- เพื่อนชักชวนเฮฮากับเพื่อนฝูง	140	70	66	206	68.7
- ดื่มเพราะมีทุกข์หนัก	1	0.5	1	2	0.7
- ดื่มเพื่อหาความสุข - แก้เบื่อ	7	3.5	5	12	4
- ดื่มเพื่อเข้างานสังคม	25	12.5	14	39	13
- พ่อแม่ผู้ปกครองให้ลองดื่มเพื่อเรียนรู้	15	7.5	3	18	6
- ดื่มเพราะรุ่นพี่ชักชวน-งานรับน้อง	5	2.5	5	10	3.3
- อยากทดลองดื่มด้วยตนเอง	5	2.5	6	11	3.7
- อื่นๆ	2	1	0	2	0.6
รวม	200	100	100	300	100
เหตุผลสำคัญที่ยังดื่มแอลกอฮอล์อยู่					
- เกรงใจเพื่อนที่มาชวน	67	33.5	10	77	25.7
- กลุ้มใจ มีปัญหา ยังต้องพึ่งสุราอยู่	8	4	5	13	4.3
- การดื่มสุราทำให้มีความสุข	20	10	26	46	15.3
- ยังมีความจำเป็นต้องดื่มในงานสังคม	93	46.5	39	132	44
- พยายามเลิกแต่ยังทำไม่ได้	4	2	6	10	3.3
- อื่นๆ	8	4	14	22	7.4
รวม	200	100	100	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

2) ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความถี่ ปริมาณแอลกอฮอล์(กรัม/ครั้ง)และค่าใช้จ่ายด้านแอลกอฮอล์

จากการสำรวจ(แสดงในตารางที่ 4.3) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่นิยมดื่มเหล้าดี(ในและต่างประเทศ) เบียร์ และเหล้าขาว คิดเป็นร้อยละ 48 46.3 และ 2.7 ตามลำดับ ประเด็นที่น่าสนใจ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีจะนิยมบริโภคเบียร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ เหล้าดี คิดเป็นร้อยละ 43 แต่นักศึกษาระดับปริญญาโทจะนิยมบริโภคเหล้าดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาคือ เบียร์ คิดเป็นร้อยละ 39 ส่วนเหล้าขาวนักศึกษาระดับปริญญาตรีจะนิยมดื่มมากกว่านักศึกษาระดับปริญญาโทเล็กน้อย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายงานว่า ความถี่ของการดื่มคือ นานๆ ครั้ง ร้อยละ 45.7 ความถี่รองลงมา คือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 21.7 และ 1-2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 19.3 ส่วนความถี่ของการดื่มแอลกอฮอล์ทุกวันนี้มีเพียงนักศึกษาระดับปริญญาโทเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 2.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่ 0 - 500 บาท/เดือน รองลงมาคือ 501 - 1,000 บาท/เดือน, 1,001- 2,000 บาท/เดือน และมากกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.7 16.3 11 และ 8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3 ผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างใช้เงินซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ยเดือนละ 866.10 บาท ซึ่งเท่ากับร้อยละ 2.66 ของรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่าง รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 32,593.33 บาท/เดือน

จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปริมาณแอลกอฮอล์(กรัม) ที่ดื่มเฉลี่ยต่อครั้ง เท่ากับ 127.44 กรัม เป็นเรื่องที่น่าวิตก คือ ถ้าจะดื่มแอลกอฮอล์ให้ปลอดภัยในเพศชาย ไม่ควรดื่มเกิน 30 กรัม/วัน และถ้าดื่มมากกว่า 80 กรัม/วัน เป็นระยะเวลาที่ดื่มยาวนานกว่า 5-8 ปี จะมีความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็งเนื่องจากแอลกอฮอล์ (alcohol cirrhosis) (เฟื่องเพชร เกียรติเสวี, 2544) ถ้าพิจารณารายละเอียดของปริมาณแอลกอฮอล์ (กรัม) ต่อการดื่ม 1 ครั้ง ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนมากปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม/ครั้ง มากกว่า 80 กรัม คิดเป็นร้อยละ 44.3 โดยมีพฤติกรรมในการดื่มที่นิยมดื่ม/ครั้ง คือ ดื่มเหล้าดี(ในและต่างประเทศ) 40 ดีกรี (หน่วยวัดความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ต่อปริมาตร)จำนวน 1 ขวด (700 cc.) ผู้บริโภคจะได้รับปริมาณแอลกอฮอล์รวม 224 กรัม/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.7 รองลงมาคือ ดื่มเบียร์ ยี่ห้อ ลีโอ, สิงห์ และเชียร์ 5 ดีกรี จำนวน 3 ขวด (ขวดละ 640 cc.) ผู้บริโภคจะได้รับปริมาณแอลกอฮอล์รวม 76.8 กรัม/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.3 ซึ่งยังน้อยกว่าระดับปริมาณแอลกอฮอล์ที่มีความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็ง แต่ถ้าผู้บริโภคเปลี่ยนยี่ห้อเบียร์เป็น ช้าง 6.4 ดีกรี ในจำนวนบริโภคเท่ากัน ผู้บริโภคจะได้รับปริมาณแอลกอฮอล์รวม 98.30 กรัม/ครั้ง ซึ่งมากกว่าระดับที่ก่อให้เกิดความเสี่ยง ดังนั้น ปัจจัยเสี่ยงของการเป็นโรคตับแข็งจากแอลกอฮอล์นั้น นอกจากปริมาณในการดื่ม ยังขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการดื่มด้วย แต่ถ้าผู้บริโภคดื่ม

ในปริมาณที่มากแต่ไม่ได้ดื่มทุกวันก็ยังมีความเสี่ยงอยู่ รวมทั้งถ้าผู้บริโภคร่วมดื่มเมื่ออายุยังน้อยก็มีความเสี่ยงสูงตามไปด้วย จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีความรู้ความเข้าใจในเรื่องโรคตับแข็งจากแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 64.7 และอีกร้อยละ 35.3 ตอบว่าไม่ทราบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีจำนวนแอลกอฮอล์ 80 กรัม/วัน เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5-8 ปี มีความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็ง และยังมีกลุ่มตัวอย่างที่ทราบแต่ยังบริโภคแอลกอฮอล์มากกว่า 80 กรัมต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.67

ตารางที่ 4.3 ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความถี่ ปริมาณแอลกอฮอล์ (กรัม/ครั้ง) และค่าใช้จ่ายด้านแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการบริโภค	ปริญญาตรี		ปริญญาโท	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน	ร้อยละ
ชนิดสุราที่นิยมดื่มมากที่สุด					
- เหล้าสี/วิสกี้(ในและต่างประเทศ)	86	43	58	144	48
- เบียร์	100	50	39	139	46.3
- เหล้าขาว	6	3	2	8	2.7
- ไวน์/สปาย	6	3	0	6	2
- อื่นๆ	2	1	1	3	1
รวม	200	100	100	300	100
ความถี่ของการดื่มสุรา					
ทุกวัน	0	0	7	7	2.3
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	20	10	13	33	11
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	32	16	33	65	21.7
1-2 ครั้ง/เดือน	48	24	10	58	19.3
นานๆ ครั้ง	100	50	37	137	45.7
รวม	200	100	100	300	100

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ลักษณะการบริโภค	ปริมาณตรี		ปริมาณโท	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ย (บาท/เดือน)					
0-500	156	78	38	194	64.7
501-1,000	23	11.5	26	49	16.3
1,001-2,000	17	8.5	16	33	11
มากกว่า 2,000	4	2	20	24	8
รวม	200	100	100	300	100
ปริมาณแอลกอฮอล์(g)ที่ดื่ม/ครั้ง					
0 - 30	29	14.5	19	45	16
31 - 80	87	43.5	34	121	40.3
81 - 130	30	15	18	48	16
131 - 180	4	2	2	6	2
181 - 230	37	18.5	16	53	17.7
มากกว่า 230	13	6.5	11	24	8
รวม	200	100	100	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

3) ความสะดวกในการซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากตารางที่ 4.4 จะเห็นได้ว่าการหาซื้อหรือดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสะดวก
ขับรถไปซื้อได้ในเวลาอันสั้น ร้อยละ 66 อีกร้อยละ 26.7 บอกว่าสะดวกมากสามารถเดินไปซื้อได้
เพราะร้านอยู่ใกล้ เห็นได้ชัดเจนว่าการหาซื้อหรือดื่มสุรามีความสะดวกมากถึงร้อยละ 92.7 ส่วนการ
ใช้เวลาเดินทางไปซื้อหรือดื่มสุราส่วนใหญ่ร้อยละ 38 ใช้เวลา 6- 10 นาที รองลงมาร้อยละ 26.3 ใช้
เวลา 11- 30 นาที และร้อยละ 20 ใช้เวลา 1- 5 นาที กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าใช้เวลานานกว่า 1
ชั่วโมงในการเดินทางไปซื้อหรือดื่ม มีร้อยละ 4.4 ซึ่งสอดคล้องกับสภาพของข้อเท็จจริงของ

สถาบันการศึกษาในปัจจุบันที่ร้านอาหาร ผับ/เชคสถานบันเทิง อยู่รอบรั้วสถาบันการศึกษาเพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสถานประกอบการค้าแอลกอฮอล์เหล่านี้ คือกลุ่มนักเรียนนักศึกษา

สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมดื่มสุรามากที่สุดคือ ผับ/เชค/คาราโอเกะ ร้อยละ 31.7 รองลงมาคือ ร้านอาหาร ร้อยละ 23.7 บ้านที่พักของตนเอง ร้อยละ 15.3 งานเลี้ยงต่างๆ ร้อยละ 9.7 สถานที่ท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 6.3 บ้านที่พักของญาติ/เพื่อน ร้อยละ 6 ร้านขายของชำ/ร้านค้า ร้อยละ 5.6 มหาวิทยาลัย/หอพักในมหาวิทยาลัย ร้อยละ 1.7 เป็นที่น่าสังเกตว่ามหาวิทยาลัยได้มีระเบียบห้ามดื่มและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมหาวิทยาลัย แต่ยังมีนักศึกษาลักลอบดื่มสุราในมหาวิทยาลัยอยู่

สถานที่ซื้อสุราที่สำคัญที่สุด คือ ร้านขายของชำ/ร้านค้า ร้อยละ 32 รองลงมาคือ ผับ/เชค/คาราโอเกะที่ไปเที่ยว ร้อยละ 30.3 ร้านสะดวกซื้อที่เป็นแฟรนไชส์ (เช่น 7-eleven) ร้อยละ 19.7 ร้านอาหาร ร้อยละ 9.7 ดังตารางที่ 4.4 และซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 4.7 ขณะที่ผับ/เชค/คาราโอเกะ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านอาหาร ส่วนใหญ่จะให้ความร่วมมือกับรัฐในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่ายหรืองดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญต่างๆ แต่ร้านค้าขนาดเล็กยังสามารถหาซื้อสุราในช่วงเวลาห้ามจำหน่ายได้

ตารางที่ 4.4 ความสะดวกในการซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลุ่มตัวอย่าง

ความสะดวกในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่นิยมดื่มสุรามากที่สุด		
บ้าน/ที่พักของตนเอง	46	15.3
บ้านที่พักของญาติ/เพื่อน	18	6
มหาวิทยาลัย/หอพักนักศึกษานมหาวิทยาลัย	5	1.7
ร้านขายของชำ/ร้านค้า	17	5.6
ร้านอาหาร	71	23.7
สถานที่ท่องเที่ยว/พักผ่อน	19	6.3
ผับ/เชค/คาราโอเกะ	95	31.7
อื่นๆ(เช่น งานเลี้ยงต่างๆ)	29	9.7
รวม	300	100

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ความสะดวกในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ซื้อสุรา		
ร้านสะดวกซื้อที่เป็นแฟรนไชส์(เช่น 7 eleven)	59	19.7
ร้านขายของชำ/ร้านค้า	96	32
ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า	14	4.7
ร้านอาหาร	29	9.7
ปั๊บบ/เชค/คาราโอเกะ	91	30.3
อื่นๆ(เช่น ไม่ได้ซื้อเอง มีคนนำมาให้)	11	3.6
รวม	300	100
ความสะดวกในการเดินทางไปซื้อ/ดื่มสุรา		
สะดวกมาก เดินไปได้	80	26.7
สะดวกขับรถ/ขี่รถ ใช้เวลาเล็กน้อย	198	66
ไม่ค่อยสะดวกเพราะร้านค้าอยู่ไกล	16	5.3
ไม่สะดวกเพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้	2	0.7
ต้องใช้ความพยายามในการหาซื้อ/ดื่มสุรา	4	1.3
รวม	300	100
ใช้เวลาเดินทางไปซื้อ/ดื่มเฉลี่ย		
1 - 5 นาที/ครั้ง	60	20
6 - 10 นาที/ครั้ง	114	38
11 - 20 นาที/ครั้ง	79	26.3
21 - 30 นาที/ครั้ง	31	10.3
31 นาที - 1 ชั่วโมง/ครั้ง	3	1
มากกว่า 1 ชั่วโมง/ครั้ง	13	4.4
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.3 ผลกระทบของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง(ตารางที่ 4.5) พบว่า ในช่วง 1 ปี ผู้เจ็บป่วยจากการดื่มแอลกอฮอล์มีจำนวนไม่มากคือเพียงร้อยละ 8 ค่ารักษาพยาบาลและค่ายาเฉลี่ย 133.33 บาท/ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลและค่ายาของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมเท่ากับ 3,200 บาท ไม่สูงมาก เพราะนักศึกษาส่วนใหญ่เจ็บป่วยเล็กน้อย เช่น โรคกระเพาะอาหาร เป็นต้น

ในช่วง 1 ปี ร้อยละ 6 ของกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มแอลกอฮอล์เคยประสบอุบัติเหตุ ประสบอุบัติเหตุ 1 ครั้ง ร้อยละ 4.3 ประสบอุบัติเหตุ 2 ครั้ง ร้อยละ 1.7 ค่าเสียหายและค่ารักษาพยาบาลเฉลี่ย 4,300 บาท/ครั้ง ค่าเสียหายและค่ารักษาพยาบาลของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมเท่ากับ 77,400 บาท สูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเจ็บป่วย

อุบัติเหตุบนท้องถนนส่วนใหญ่เกิดจากการเมาแล้วขับ กลุ่มตัวอย่างตอบว่าดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับรถ ร้อยละ 77.3 โดยที่ขับรถยนต์หรือขี่รถจักรยานยนต์เป็นบางครั้ง ร้อยละ 46 และขับเป็นประจำ ร้อยละ 31.3 อีกร้อยละ 22.7 ตอบว่าหลังจากดื่มแอลกอฮอล์แล้วไม่ได้ขับหรือขี่รถ ข้อมูลนี้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาส่วนใหญ่ที่นิยมดื่มสุรานอกบ้าน สถานบันเทิง ร้านอาหาร หลังดื่มแอลกอฮอล์จึงต้องขับรถกลับบ้าน มีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 15.3 ที่ดื่มสุราที่บ้านตนเอง สาเหตุที่เป็นเช่นนี้น่าจะเป็นเพราะผู้ดื่มแอลกอฮอล์ไม่กลัวที่จะถูกตรวจวัดแอลกอฮอล์ เพราะเพียงร้อยละ 7 ของตัวอย่างระบุว่าเคยถูกตรวจวัดแอลกอฮอล์

นอกจากนั้นการดื่มแอลกอฮอล์ยังเป็นเหตุให้ร้อยละ 36.7 ของตัวอย่างขาดเรียนหรือขาดงาน ดังตารางที่ 4.5 และโดยเฉลี่ยจะขาดเรียนหรือขาดงาน 1.28 วัน/เดือน

ตารางที่ 4.5 ผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์กลุ่มตัวอย่าง

ผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
ขับรถหลังดื่มสุรา		
ขับ/ขี่ประจำ	94	31.3
ขับ/ขี่บางครั้ง	138	46
สถานที่ดื่มอยู่ใกล้ใช้วิธีเดิน	16	5.4
ไม่ขับ/ขี่เพราะอาศัยรถเพื่อน ไม่มีรถ	52	17.3
รวม	300	100

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
เคยถูกตรวจวัดแอลกอฮอล์หรือไม่		
เคย	21	7
ไม่เคย	279	93
รวม	300	100
อุบัติเหตุจากการดื่มสุราในช่วง 1 ปี		
เคยมี	18	6
ไม่เคยมี	282	94
รวม	300	100
จำนวนอุบัติเหตุเฉลี่ยในช่วง 1 ปี		
1 ครั้ง	13	4.3
2 ครั้ง	5	1.7
ไม่เคยประสบอุบัติเหตุ	282	94
รวม	300	100
ค่าเสียหาย/ค่ารักษาพยาบาลเฉลี่ยครั้งล่าสุด		
ไม่เคยประสบอุบัติเหตุ	282	94
100 – 300 บาท	8	2.7
301 – 500 บาท	4	1.3
มากกว่า 500 บาท	6	2
รวม	300	100
การเจ็บป่วยจากการดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 1 ปี		
เคยป่วย	24	8
ไม่เคยป่วย	276	92
รวม	300	100

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
ค่ารักษาพยาบาลป่วยจากแอลกอฮอล์เฉลี่ย(บาท/ครั้ง)		
ไม่เคยป่วย	276	92
ต่ำกว่า 100 บาท	15	5
101 – 200 บาท	6	2
201 – 500 บาท	3	1
รวม	300	100
การขาดเรียน/ขาดงานจากการดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 1 ปี		
เคยขาดเรียน/ขาดงาน	110	36.7
ไม่เคยขาดเรียน/ขาดงาน	190	63.3
รวม	300	100
จำนวนที่ขาดเรียน/ขาดงาน (วัน/เดือน)		
ไม่เคยขาดเรียน/ขาดงาน	190	63.3
น้อยกว่า 1 วัน	37	12.3
1 วัน	43	14.4
2 วัน	14	4.7
3 วัน	6	2
4 วัน	9	3
5 วัน	1	0.3
รวม	300	100
ทราบหรือไม่ว่าถ้าดื่มแอลกอฮอล์มากจะมีความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็ง		
ทราบ	194	64.7
ไม่ทราบ	106	35.3
รวม	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.4 ทศนคติของผู้บริโภคเมื่อเพิ่มอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า เมื่อเพิ่มอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้น ผู้บริโภคจะลดปริมาณการบริโภคลงร้อยละ 56.7 และอีกร้อยละ 43.3 ยังคงบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณเท่าเดิม ดังตารางที่ 4.6 โดยนักศึกษาระดับปริญญาโทจะบริโภคในปริมาณเท่าเดิมเมื่ออัตราภาษีสูงขึ้นมากกว่านักศึกษาระดับปริญญาตรีเล็กน้อย

ตารางที่ 4.6 ทศนคติของผู้บริโภคเมื่อเพิ่มอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลุ่มตัวอย่าง

ทศนคติของผู้บริโภคเมื่อ อัตราภาษีเพิ่ม	ปริญญาตรี		ปริญญาโท	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน	ร้อยละ
ทศนคติของผู้บริโภคเมื่ออัตราภาษี เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น					
- มีผลทำให้การบริโภคลดลง	112	56	58	170	56.7
- ไม่มีผลทำให้การบริโภคลดลง	88	44	42	130	43.3
รวม	200	100	100	300	100

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้ทำการศึกษา 2 วิธี คือ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการทดสอบไคสแควร์ ได้ผลการศึกษาดังนี้

4.2.1 วิธีที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจาก ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ราคาของเครื่องดื่ม ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (cc) ที่ดื่ม/เดือน ปริมาณแอลกอฮอล์ (กรัม) ที่ดื่ม/ครั้ง ยังได้แก่ความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่ม ทศนคติเรื่องการเพิ่มภาษี ความรู้เรื่องปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ที่มีความเสี่ยงต่อการเป็นมะเร็งระดับ ค่าเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุมาแล้วนับครั้งล่าสุด

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรายจ่ายการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

$$\text{EXPENSE} = a + b\text{EDU} + c\text{INCOME} + d P_0 + eV + f \text{ALCOHOL} + g\text{CONVENIE} \\ + h \text{TAX} + i\text{LIVER} + j\text{ACC_P} + u$$

โดยที่

EXPENSE	=	ค่าใช้จ่ายในการดื่มแอลกอฮอล์(บาท/เดือน)
EDU	=	ระดับการศึกษา กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี =1; ปริญญาโท = 0
INCOME	=	รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน (บาท/เดือน)
P_0	=	ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(บาท/หน่วยบรรจุ)
V	=	ปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (cc) ที่ดื่ม/เดือน
ALCOHOL	=	ปริมาณแอลกอฮอล์ (กรัม) ที่ดื่ม/ครั้ง
CONVENIE	=	ผู้บริโภคสามารถเดินทางไปซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้สะดวก = 1; ไม่สะดวก = 0
TAX	=	ผู้บริโภคคิดว่าเมื่อเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลให้ลด ปริมาณการบริโภคลง = 1; ไม่มีผลต่อปริมาณการบริโภค = 0
LIVER	=	ผู้บริโภคทราบว่าถ้าดื่มแอลกอฮอล์มากจะมีความเสี่ยงต่อการ เป็นโรคตับแข็ง =1; ไม่ทราบ = 0
ACC_P	=	ค่าเสียหาย/ค่ารักษาพยาบาลที่เกิดจากอุบัติเหตุครั้งล่าสุดในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (บาท/ครั้ง)
u	=	ค่าความคลาดเคลื่อน
a	=	ค่าคงที่ (Constant)
b, c, d, e, f, g, h, i, j	=	ค่าสัมประสิทธิ์(Coefficient)

จากแบบจำลองดังกล่าวเมื่อนำตัวแปรที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ โดยวิธีการถดถอยแบบพหุคูณจะ
ได้ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.7 ดังนี้

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ จากผู้บริโภครีจิมแอลกอฮอล์กลุ่มตัวอย่าง
N = 300 R² = .990

ตัวแปร	Coefficient	Beta	t-statistic	sig
ค่าคงที่	3586.644	-	4.657	0.002
EDU	-804.441	-0.392	-5.215	0.001
INCOME	0.008	0.093	0.320	0.757
P0	17.343	1.899	5.729	0.000
V	0.039	0.392	4.547	0.002
ALCOHOL	-15.418	-1.114	-5.199	0.001
CONVENIE	-469.696	-0.170	-2.307	0.050
TAX	-675.105	-0.244	-1.859	0.100
LIVER	-1265.823	-0.511	-2.599	0.032
ACC_P	-0.111	-0.851	-5.240	0.001

ที่มา : จากการคำนวณ (รายละเอียดในภาคผนวก ก)

สมการค่าใช้จ่ายในการดื่มแอลกอฮอล์ ของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย ตามผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.7 ผลที่ได้ปรากฏตามสมการที่ 1 ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{EXPENSE} = & 3586.64 - 806.44 \text{ EDU} + 0.01 \text{ INCOME} + 17.34P_0 + 0.04V - 15.42\text{ALCOHOL} \\
 & (4.657)** \quad (-5.215)** \quad (0.320) \quad (5.729)** \quad (4.547)** \quad (-5.199)** \\
 & - 469.70\text{CONVENIE} - 675.11\text{TAX} - 1265.82\text{LIVER} - 0.11\text{ACC_P} \quad \dots\dots(1) \\
 & (-2.307)** \quad (-1.859) \quad (-1.792)** \quad (-2.358)**
 \end{aligned}$$

$$R^2 \text{ Adjust} = .956 \text{ SE} = 221.386$$

ค่าในวงเล็บคือ ค่าตัวสถิติทดสอบ t **มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากสมการข้างต้นพบว่าระดับการศึกษา(EDU) ราคาของเครื่องดื่ม(P₀) ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (cc) ที่ดื่ม/เดือน(V) ปริมาณแอลกอฮอล์(กรัม)ที่ดื่ม/ครั้ง(ALCOHOL)ความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่ม(CONVENIE) ความรู้เรื่องปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ที่มีความเสี่ยงที่จะเป็นมะเร็งตับ(LIVER) และค่าเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุมาแล้วขับครั้งล่าสุด(ACC_P) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ในการอธิบายค่าใช้จ่ายในการดื่มแอลกอฮอล์ (EXPENSE) ส่วนปัจจัยด้านทัศนคติเรื่องการเพิ่มภาษี (TAX)และรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (INCOME) ไม่มีความสัมพันธ์ในการอธิบายค่าใช้จ่ายในการดื่มแอลกอฮอล์ที่ระดับความเชื่อมั่น 95

เปอร์เซ็นต์ จึงตัดตัวแปรอิสระจำนวน 1 ตัว คือ รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน(INCOME)ซึ่งมีความสัมพันธ์น้อยที่สุดออกจากสมการที่ 1 และนำปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ จำนวน 7 ตัวแปรและตัวแปรที่สนใจเรื่องการเพิ่มภาษี (TAX)มาทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณอีกครั้ง ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.8 ดังนี้

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณตัดตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน จากผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลุ่มตัวอย่าง

N = 300 R² = .990

ตัวแปร	Coefficient	Beta	t-statistic	sig
ค่าคงที่	3809.185	-	12.190	0.000
EDU	-819.966	-0.398	-5.811	0.000
P0	18.163	1.989	11.910	0.000
V	0.038	0.375	5.778	0.000
ALCOHOL	-16.084	-1.162	-8.032	0.000
CONVENIE	-467.238	-0.169	-2.421	0.039
TAX	-605.533	-0.219	-2.195	0.056
LIVER	-1412.822	-0.571	-9.278	0.000
ACC_P	-0.105	-0.811	-8.490	0.000

ที่มา : จากการคำนวณ (รายละเอียดในภาคผนวก ก)

สมการค่าใช้จ่ายในการดื่มแอลกอฮอล์ ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย โดยตัดตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ในสมการที่ 1 ออกไป ผลที่ได้ปรากฏดังนี้

$$\text{EXPENSE} = 3809.19 - 819.97\text{EDU} + 18.16 P_0 + 0.04 V - 16.08\text{ALCOHOL}$$

$$(12.190)** \quad (-5.811)** \quad (11.910)** \quad (5.778)** \quad (-8.032)**$$

$$- 467.24\text{CONVENIE} - 605.53\text{TAX} - 1412.82\text{LIVER} - 0.105\text{ACC}_P \quad \dots\dots\dots(2)$$

$$(-2.421)** \quad (-2.195)* \quad (-9.278)** \quad (-8.490)**$$

$$R^2 \text{ Adjust} = .961 \text{ SE} = 210.054$$

ค่าในวงเล็บคือ ค่าตัวสถิติทดสอบ t **มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา ศึกษาจากตัวแปรค่าใช้จ่ายในการดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือนของนักศึกษา โดยวิธีวิเคราะห์การถดถอย

แบบพหุคูณ(Multiple Regression Analysis) จากผลตามการวิเคราะห์ตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อแบบจำลองได้แก่ ระดับการศึกษา ราคาของเครื่องดื่ม ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (cc) ที่ดื่ม/เดือน ปริมาณแอลกอฮอล์ (กรัม) ที่ดื่ม/ครั้ง ความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่ม ทักษะคิดเรื่องการเพิ่มภาษี ความรู้เรื่องปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ที่มีความเสี่ยงต่อการเป็นมะเร็งตับ และค่าเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุมาแล้วซ้ำครั้งล่าสุด มีรายละเอียดดังนี้

1. ระดับการศึกษา คือ ระดับการศึกษาของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กำลังศึกษาอยู่ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เนื่องจากตัวแปรระดับการศึกษาเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ถ้านักศึกษากำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จะแทนค่าตัวแปรระดับการศึกษา (EDU) เท่ากับ 1 และปริญญาโท เท่ากับ 0 ซึ่งอธิบายได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรระดับการศึกษา จะเป็นค่าที่แสดงผลต่างของค่าเฉลี่ยของรายจ่ายค่าสุรา จากสมการที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -819.97 หมายความว่า ถ้าเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ค่าใช้จ่ายในการดื่มสุราเฉลี่ยจะต่ำกว่านักศึกษาระดับปริญญาโทเท่ากับ 819.97 บาท/เดือน

2. ราคาของเครื่องดื่ม คือราคาของเครื่องดื่มแต่ละชนิดที่ผู้บริโภคนิยมดื่มมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อธิบายได้ว่าผู้บริโภคที่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีราคาแพง จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือนสูงที่เป็นเช่นนี้เพราะราคาเครื่องดื่มที่แพง เช่น สุราต่างประเทศ จะทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสุราในแต่ละครั้งสูง ดังนั้นค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนจึงสูงกว่าผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ราคาถูก เช่น สุราขาว เป็นต้น

3. ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (cc) ที่ดื่ม/เดือน คือจำนวนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คิดจากปริมาตรของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มเป็นเวลา 1 เดือน มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อธิบายได้ว่าผู้บริโภคที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวนมาก จะเสียค่าใช้จ่ายในการดื่มมากขึ้นด้วย เช่น ผู้บริโภคที่บริโภคเบียร์ปริมาณ 660 cc (จำนวน 1 ขวด) ต่อเดือนจะเสียค่าใช้จ่ายในการดื่มต่อเดือนน้อยกว่าผู้บริโภคที่บริโภคเบียร์ปริมาณ 1980 cc(จำนวน 3 ขวด) ต่อเดือน

4. ปริมาณแอลกอฮอล์ (กรัม) ที่ดื่ม/ครั้ง คือจำนวนของแอลกอฮอล์ที่ดื่มต่อครั้งคิดจากเปอร์เซ็นต์แอลกอฮอล์บริสุทธิ์/100cc คูณกับ ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (cc) ที่ดื่ม/ครั้ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม (ต่างกับปัจจัยปริมาตร

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (cc) ที่ดื่ม/เดือน) อธิบายได้ว่าผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ (cc) /ครั้งน้อย จะเสียค่าใช้จ่ายในการดื่มมาก ในทางกลับกันผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ (cc) /ครั้งมาก จะเสียค่าใช้จ่ายในการดื่มน้อย เนื่องจากชนิดของแอลกอฮอล์ ที่มีคิกริแรง(%แอลกอฮอล์บริสุทธิ์/100cc สูง) ผู้บริโภคดื่มในปริมาณที่น้อยก็สามารถมาได้ในเวลาอันรวดเร็วทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการดื่มน้อย

5.ความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เนื่องจากตัวแปรความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่ม(CONVENIE) เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ถ้าผู้บริโภคมีความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่มจะแทนค่าตัวแปรความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่ม เท่ากับ 1 และไม่สะดวกเท่ากับ 0 ซึ่งอธิบายได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่มจะเป็นค่าที่แสดงผลต่างของค่าเฉลี่ยของรายจ่ายค่าสุรา จากสมการที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -467.24 หมายความว่า ถ้าเป็นผู้บริโภคมีความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่มน้อยจะต่ำกว่าผู้บริโภคที่ไม่มีความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่มเท่ากับ 467.24 บาท/เดือน

ความสะดวกในการหาซื้อ/ดื่มน้อย มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ คือ ถ้าผู้บริโภคมีความสะดวกในการซื้อ/ดื่มน้อยจะเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าผู้บริโภคที่ไม่สะดวก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย กล่าวคือ จากผลการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย ความสะดวกในการหาซื้อสุรามีวิธีวัด 3 วิธี แบบที่ 1 ความสะดวกในการเดินทางไปซื้อสุรา(CONVENIE) แทนด้วยตัวแปรหุ่น ถ้าสะดวก = 1 ไม่สะดวก = 0 ปรากฏว่าความสะดวกในการเดินทางไปซื้อสุรา ไม่มีผลต่อรายจ่ายค่าสุรา แบบที่ 2 ระยะเวลาเดินทางไปซื้อสุรา (TIME_BUY) ปรากฏว่าไม่มีนัยสำคัญต่อรายจ่ายค่าสุรา และแบบที่ 3 ระยะเวลาเดินทางไปดื่มน้อย (TIME_PUB) ปรากฏว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก และมีนัยสำคัญต่อรายจ่ายค่าสุรา แสดงว่าผู้บริโภคเป็นคนที่มิเหตุผล เมื่อต้องเสียเวลานานในการเดินทางไปสถานบันเทิง(ที่ตนเลือก) คนก็ควรใช้เวลาที่นานขึ้น ทำให้ใช้เงินมากขึ้น

6. ทักษะการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% เนื่องจากตัวแปรทัศนคติเรื่องการเพิ่มภาษีของนักศึกษา เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ถ้าผู้บริโภคคิดว่าเมื่อเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลให้ลดปริมาณการบริโภค จะแทนค่าตัวแปรทัศนคติเรื่องการเพิ่มภาษี เท่ากับ 1 และไม่มีผลต่อปริมาณการบริโภค เท่ากับ 0 ซึ่งอธิบายได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรทัศนคติเรื่องการเพิ่มภาษีของนักศึกษา(TAX) จะเป็นค่าที่แสดงผลต่างของค่าเฉลี่ยของรายจ่ายค่าสุรา จากสมการที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -605.53 หมายความว่า ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติว่าเมื่อเพิ่มภาษีสราจะทำให้

การบริโภคสุราลดลง ค่าใช้จ่ายในการดื่มสุราเฉลี่ยจะต่ำกว่าผู้บริโภคที่คิดว่าการเพิ่มภาษีสุราไม่มีผลต่อการบริโภคสุราแต่อย่างใด เท่ากับ 605.53บาท/เดือน

7. ความรู้เรื่องปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ที่มีความเสี่ยงต่อการเป็นตับแข็ง คือทราบว่าการดื่มสุราที่มีแอลกอฮอล์จำนวนมากกว่า 80 กรัม/วัน เป็นระยะเวลาที่ดื่มมากกว่า 5-8 ปี จะมีความเสี่ยงในการเป็นตับแข็ง มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เนื่องจากตัวแปรความรู้เกี่ยวกับตับแข็งเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ถ้าผู้บริโภคทราบความเสี่ยง จะแทนค่าตัวแปรความรู้เกี่ยวกับตับแข็ง(LIVER) เท่ากับ 1 และผู้บริโภคไม่ทราบเท่ากับ 0 ซึ่งอธิบายได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรความรู้เกี่ยวกับตับแข็ง(LIVER)จะเป็นค่าที่แสดงผลต่างของค่าเฉลี่ยของรายจ่ายค่าสุรา จากสมการที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ - 1412.82 หมายความว่า ถ้าผู้ดื่มสุราทราบว่าการดื่มสุราที่มีความเสี่ยงในการเป็นตับแข็ง ค่าใช้จ่ายในการดื่มสุราเฉลี่ยจะต่ำกว่าผู้ดื่มสุราที่ไม่ทราบว่าการดื่มสุราที่มีความเสี่ยงในการเป็นตับแข็งเท่ากับ 1412.82 บาท/เดือน

8. ค่าเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุมาแล้วครั้งล่าสุด มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ค่าเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุมาแล้วครั้งล่าสุดเป็นจำนวนเงินที่มาก จะทำให้ผู้บริโภคเสียค่าใช้จ่ายในการดื่มสุราน้อยลง เพราะผู้ดื่มสุราที่มีประสบการณ์จากการดื่มสุราแล้วทำให้เกิดความเสียหายในชีวิตและทรัพย์สิน จึงลดปริมาณการบริโภคลง

ส่วนตัวแปรอิสระที่ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 4.7 และ 4.8 มี 1 ตัวแปร คือ รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ไม่มีนัยสำคัญในการอธิบายค่าใช้จ่ายในการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาที่ระดับความเชื่อมั่น 95% อาจเนื่องมาจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ มาจากพ่อแม่ผู้ปกครอง และนักศึกษาเองอาจไม่ทราบรายได้เฉลี่ยที่แท้จริงของครอบครัวว่าเท่ากับเท่าไร ค่าประมาณที่ตอบในแบบสอบถามจึงไม่ถูกต้อง หรือเป็นเพราะนักศึกษาไม่ได้คำนึงถึงค่าใช้จ่ายด้านสุราว่าจะมากหรือน้อยเมื่อเทียบกับรายได้ของตนเองที่ได้จากพ่อแม่แต่ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการบริโภคส่วนบุคคลมากกว่า

4.2.2 วิธีที่ 2 การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test)

ทำการทดสอบค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่แสดงพฤติกรรมการบริโภคแอลกอฮอล์ 3 ตัว คือ ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ ปริมาณแอลกอฮอล์ (กรัม) ที่ดื่ม/ครั้ง และปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(cc.)ที่ดื่ม/ครั้ง กับปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ระดับการศึกษา ความสะดวกในการซื้อหรือดื่ม ทศนคติที่มีต่อการเพิ่มภาษีต่อการบริโภคสุราและความรู้เรื่องการบริโภคสุราที่มีแอลกอฮอล์มีความเสี่ยงต่อการเป็นตับแข็ง ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.9– 4.20

1) ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ จากการใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.9 - 4.12

1.1) ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์กับระดับการศึกษา จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย เป็นนักศึกษากำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 200 ราย และนักศึกษากำลังศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 100 ราย โดยนักศึกษากำลังศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 21.0 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์และระดับการศึกษา พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.541 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.033 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามระดับการศึกษาของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง
หน่วย : คน (ร้อยละ)

ความถี่ในการดื่ม (ครั้ง/เดือน)	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่		รวม
	ระดับปริญญาตรี	ระดับปริญญาโท	
เป็นประจำ	100 (33.3)	63 (21.0)	163 (54.3)
นานๆ ครั้ง	100 (33.4)	37 (12.3)	137 (45.7)
รวมทั้งสิ้น	200 (66.7)	100 (33.3)	300 (100)

$\chi^2 = 4.541$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.033

สรุปได้ว่าปัจจัย ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยนักศึกษาระดับปริญญาโทมีแนวโน้มดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ มากกว่านักศึกษาระดับปริญญาตรี ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษาระดับปริญญาโทต้องดื่มเพื่อเข้าสังคม มากกว่านักศึกษาระดับปริญญาตรี

1.2) ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์กับความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า ผู้บริโภคที่ไม่มีความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา มีจำนวนเพียง 22 ราย นอกจากนั้นมีความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา จำนวน 278 ราย โดยผู้บริโภคที่ไม่มีความสะดวก และมีความสะดวก ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 0.6 และ 53.7 ของกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์และความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 19.585 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามความสะดวกในการซื้อ/ดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ความถี่ในการดื่ม (ครั้ง/เดือน)	ความสะดวกในการซื้อ/ดื่ม		รวม
	ไม่สะดวก	สะดวก	
เป็นประจำ	2 (0.6)	161 (53.7)	163 (54.3)
นานๆ ครั้ง	20 (6.7)	117 (39.0)	137 (45.7)
รวมทั้งสิ้น	22 (7.3)	278 (92.7)	300 (100)

$\chi^2 = 19.585$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.000

สรุปได้ว่าปัจจัย ความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยผู้บริโภคที่มีความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรามีแนวโน้มดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำมากกว่าผู้บริโภคที่ไม่มีความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา ทั้งนี้อาจ

เนื่องจากหากผู้ดื่มสุราอยู่ใกล้ร้านจำหน่ายสุรา/ร้านอาหาร/สถานบันเทิง การเดินทางไปซื้อ/ดื่มก็จะสะดวกมากใช้เวลาในการเดินทางน้อยทำให้สามารถเดินทางไปซื้อ/ดื่มได้บ่อยๆ และการที่อยู่ใกล้ร้านจำหน่ายสุรา/ร้านอาหาร/สถานบันเทิง อาจเป็นเหตุจูงใจให้อยากดื่มสุราก็ได้

1.3) ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์กับทัศนคติการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า ผู้บริโภคที่คิดว่าเมื่อเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วจะดื่มลดลงมีจำนวน 170 ราย และผู้บริโภคที่คิดว่าการเพิ่มภาษีไม่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มจำนวน 130 ราย โดยผู้บริโภคที่คิดว่าการเพิ่มภาษีจะทำให้การบริโภคลดลงและการเพิ่มภาษีไม่มีผลต่อการดื่ม ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 34.7 และ 19.6 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์และทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.404 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ความถี่ในการดื่ม (ครั้ง/เดือน)	ทัศนคติการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		รวม
	ไม่มีผลต่อการบริโภค	ลดการบริโภคลง	
เป็นประจำ	59 (19.6)	104 (34.7)	163 (54.3)
นานๆ ครั้ง	71 (23.6)	66 (22.0)	137 (45.7)
รวมทั้งสิ้น	130 (43.3)	170 (56.7)	300 (100)

$\chi^2 = 4.404$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.007

สรุปได้ว่าปัจจัยทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้บริโภคที่คิดว่าเมื่อเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วจะดื่มลดลงมีแนวโน้มดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำมากกว่าผู้บริโภคที่คิดว่าการเพิ่มภาษีไม่มีผล

ต่อการบริโภค ทั้งนี้อาจเนื่องจากหากผู้ดื่มสุราเป็นประจำอยู่แล้ว เมื่อเพิ่มภาษีทำให้ผู้บริโภคที่เคยดื่มเป็นประจำลดความถี่การบริโภคลงน้อยกว่าเดิมได้ และผู้ที่ดื่มแอลกอฮอล์ไม่บ่อย/บางครั้งคราว อาจดื่มเมื่อจำเป็นหรือเข้าสังคมเมื่อเพิ่มภาษีอาจทำให้ลดความถี่ได้ไม่มากนักเพราะโดยปกติบริโภคน้อยอยู่แล้ว ดังนั้น การเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถลดความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มผู้ดื่มเป็นประจำได้

1.4) ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์กับความรู้เรื่องความเสี่ยงในการเป็นโรคตับแข็งของผู้ดื่มแอลกอฮอล์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ดื่มแอลกอฮอล์ที่ทราบความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็งมีจำนวน 194 ราย และผู้ดื่มที่ไม่ทราบความเสี่ยงจำนวน 106 ราย โดยผู้ดื่มที่ทราบความเสี่ยงในการเป็นตับแข็ง และไม่ทราบความเสี่ยงในการเป็นตับแข็ง ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 35.7 และ 18.6 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์และความรู้เรื่องความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็ง พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.149 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.699 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าความรู้เรื่องความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็งไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามความรู้เรื่องความเสี่ยงในการเป็นโรคตับแข็งของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ความถี่ในการดื่ม (ครั้ง/เดือน)	ผู้บริโภคทราบความเสี่ยงในการเป็นโรคตับแข็ง		รวม
	ไม่ทราบ	ทราบ	
เป็นประจำ	56 (18.6)	107 (35.7)	163 (54.3)
นานๆ ครั้ง	50 (16.7)	87 (22.0)	137 (45.7)
รวมทั้งสิ้น	106 (35.3)	194 (64.7)	300 (100)

$\chi^2 = 0.149$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.699

สรุปได้ว่าปัจจัยความรู้เรื่องความเสี่ยงเป็น โรคดับแข็ง ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ดื่มแอลกอฮอล์ที่ทราบความเสี่ยงในการเป็นดับแข็งมีแนวโน้มดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำไม่แตกต่างกับผู้ดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ทราบความเสี่ยงในการเป็นดับแข็ง ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ดื่มแอลกอฮอล์คิดว่าการดื่มสุราร้อยแต่ในปริมาณไม่มากนักอาจไม่เสี่ยงต่อการเป็นดับแข็ง

2) ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) จากการใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.13 - 4.16

2.1) ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง)กับระดับการศึกษา จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า นักศึกษากำลังศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีปริมาณแอลกอฮอล์ มากกว่า 80 กรัม/ครั้ง(เป็นปริมาณที่เสี่ยงต่อการเป็นดับแข็ง) คิดเป็นร้อยละ 28.0 และ 15.7 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง)และระดับการศึกษาพบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.678 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.410 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มจำแนกตามระดับการศึกษาของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม (กรัม/ครั้ง)	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่		รวม
	ระดับปริญญาตรี	ระดับปริญญาโท	
ตั้งแต่ 0 - 80 กรัม	116 (38.7)	53 (17.6)	169 (56.3)
มากกว่า 80 กรัม	84 (28.0)	47 (15.7)	131 (43.7)
รวมทั้งสิ้น	200 (66.7)	100 (33.3)	300 (100)

$\chi^2 = 0.678$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.410

สรุปได้ว่าปัจจัย ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม (กรัม/ครั้ง) ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยนักศึกษาระดับปริญญาโทและนักศึกษาระดับปริญญาตรี ปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภค(กรัม/ครั้ง) ไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือปริญญาตรีเวลาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้คำนึงถึงปริมาณแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่มหรือความเข้มข้นของฤทธิ์แอลกอฮอล์บริสุทธิ์(ดีกรี) แต่อย่างไร

2.2) ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) กับความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคที่ไม่มีความสะดวกและมีความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ มากกว่า 80 กรัม/ครั้งคิดเป็นร้อยละ 1.0 และ 42.7 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) และความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.704 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มจำแนกตามความสะดวกในการซื้อ/ดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม (กรัม/ครั้ง)	ความสะดวกในการซื้อ/ดื่ม		รวม
	ไม่สะดวก	สะดวก	
ตั้งแต่ 0 - 80 กรัม	19 (6.3)	150 (50.0)	169 (56.3)
มากกว่า 80 กรัม	3 (1.0)	128 (42.7)	131 (43.7)
รวมทั้งสิ้น	22 (7.3)	278 (92.7)	300 (100)

$\chi^2 = 8.704$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.003

สรุปได้ว่าปัจจัย ความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยผู้บริโภคที่มีความสะดวกในการซื้อ/ดื่ม

สุรามิแนวโน้มน้ำดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ มากกว่า 80 กรัม/ครั้ง มากกว่าผู้บริโภคที่ไม่มีความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา ทั้งนี้อาจเนื่องจากหากผู้ดื่มสุรามีความคิดว่าสามารถเดินทางไปซื้อ/ดื่มสุราได้สะดวกก็จะบริโภคแอลกอฮอล์ได้ในปริมาณที่ไม่จำกัด เพราะคิดว่าการดื่มสุราสะดวกสบายไม่ลำบากในการเดินทางมาแต่ไหนก็สามารถขับรถหรือเดินทางกลับที่พักได้ง่าย ตรงกันข้ามกับผู้ดื่มสุราที่คิดว่าไม่สะดวกในการซื้อ/หรือดื่มสุรา ในการดื่มแต่ละครั้งก็อาจมีความระมัดระวังในการดื่มไม่ดื่มจนเมาขาดสติ จนขับรถกลับที่พักไม่ได้

2.3) ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) กับทัศนคติการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคที่คิดว่าการเพิ่มภาษีจะทำให้การบริโภคลดลงและการเพิ่มภาษีไม่มีผลต่อการดื่ม ดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ มากกว่า 80 กรัม/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.7 และ 22.0 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) และทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.705 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.030 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มจำแนกตามทัศนคติการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม (กรัม/ครั้ง)	ทัศนคติการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		รวม
	ไม่มีผลต่อการบริโภค	ลดการบริโภค	
ตั้งแต่ 0 - 80 กรัม	64 (21.3)	105 (35.0)	169 (56.3)
มากกว่า 80 กรัม	66 (22.0)	65 (21.7)	131 (43.7)
รวมทั้งสิ้น	130 (43.3)	170 (56.7)	300 (100)

$\chi^2 = 4.705$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.030

สรุปได้ว่าปัจจัยทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง)ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยผู้บริโภครู้สึกว่าเมื่อเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วจะดื่มลดลงมีแนวโน้มดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ มากกว่า 80 กรัม/ครั้ง น้อยกว่าผู้บริโภครู้สึกว่าการเพิ่มภาษีไม่มีผลต่อการบริโภค ดังนั้นเมื่อเพิ่มภาษีกีจะ สามารถลดปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มต่อครั้งได้

2.4) ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) กับความรู้เรื่องความเสี่ยงในการเป็นโรคตับแข็งของผู้ดื่มแอลกอฮอล์ จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ดื่มที่ทราบความเสี่ยงในการเป็นตับแข็ง และไม่ทราบความเสี่ยงในการเป็นตับแข็ง ดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ มากกว่า 80 กรัม/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ 16.7 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มและความรู้เรื่องความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็ง พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.818 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเท่ากับ 0.366 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าความรู้เรื่องความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็ง ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มจำแนกตามความรู้เรื่องความเสี่ยงในการเป็นตับแข็งของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม (กรัม/ครั้ง)	ผู้บริโภครู้ความเสี่ยงในการเป็นโรคตับแข็ง		รวม
	ไม่ทราบ	ทราบ	
ตั้งแต่ 0 - 80 กรัม	56 (18.6)	113 (37.7)	169 (56.3)
มากกว่า 80 กรัม	50 (16.7)	81 (27.0)	131 (43.7)
รวมทั้งสิ้น	106 (35.3)	194 (64.7)	300 (100)

$\chi^2 = 0.818$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.366

สรุปได้ว่าปัจจัยความรู้เรื่องความเสี่ยงเป็น โรคดับแข็ง ไม่มีความสัมพันธ์กับ ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ดื่มแอลกอฮอล์ที่ทราบความเสี่ยงในการ เป็นดับแข็งมีแนวโน้มบริโภคปริมาณแอลกอฮอล์ไม่แตกต่างกับผู้ดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ทราบความ เสี่ยงในการเป็นดับแข็ง ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ดื่มแอลกอฮอล์ทราบว่า การดื่มแอลกอฮอล์มากกว่า 80 กรัม/ครั้ง ติดต่อกันเป็นเวลา 5- 8 ปี มีความเสี่ยงในการเป็นดับแข็ง แต่ผู้บริโภคก็ยังคงบริโภค แอลกอฮอล์มากกว่า 80 กรัม/ครั้งอยู่ เพราะเชื่อว่าตนเองไม่มีความเสี่ยงในการเป็นโรคนี และการ เป็นดับแข็งเป็นเรื่องยากที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง

3) ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) จากการใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์ กับปัจจัยต่างๆ ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.17 - 4.20

3.1) ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง)กับระดับการศึกษา จากกลุ่ม ตัวอย่าง พบว่า นักศึกษากำลังศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์/ครั้ง มากกว่า 1000 cc คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ 12.3 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง) และระดับ การศึกษา พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.218 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเท่ากับ 0.330 ซึ่ง มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม (cc/ครั้ง) ดังตารางที่ 4.17

สรุปได้ว่าปัจจัยระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาตรเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง) ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยนักศึกษาระดับปริญญาโทและนักศึกษาระดับปริญญาตรี บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยมีปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม (cc/ครั้ง) ไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือปริญญาตรีเวลาดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ไม่ได้คำนึงถึงปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง) แต่อย่างใด

ตารางที่ 4.17 ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มจำแนกตามระดับการศึกษาของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(cc/ครั้ง)	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ใน		รวม
	ระดับปริญญาตรี	ระดับปริญญาโท	
ตั้งแต่ 0 - 500 cc.	51 (17.0)	31 (10.3)	82 (27.3)
501 cc. - 1000 cc.	70 (23.3)	38 (12.7)	108 (36.0)
มากกว่า 1000 cc.	79 (26.4)	31 (12.3)	110 (36.7)
รวมทั้งสิ้น	200 (66.7)	100 (33.3)	300 (100)

$\chi^2 = 2.218$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.330

3.2) ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง) กับความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคที่ไม่มีความสะดวกและมีความสะดวกในการซื้อ/ดื่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยมีปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มมากกว่า 1000 cc/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.0 และ 34.7 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง) และความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.281 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.527 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุราไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง) ดังตารางที่ 4.18

สรุปได้ว่าปัจจัยความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุราไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) ของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้บริโภคที่มีความสะดวกและ ผู้บริโภคที่ไม่มีความสะดวกในการซื้อ/ดื่มสุรา ดื่มแอลกอฮอล์โดยมีปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(cc/ครั้ง) ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากหากผู้บริโภคเดินทางไปซื้อ/ดื่มสุราสะดวกหรือไม่สะดวก ผู้บริโภคก็ดื่มในปริมาณเครื่องดื่มที่ตนเคยชินหรือคิดเป็นนิสัยมากกว่า

ตารางที่ 4.18 ปริมาตรเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ที่ดื่มจำแนกตามความสะดวกในการซื้อ/ดื่มน้ำเครื่องดื่มน้ำ
แอลกอฮอล์ของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ปริมาณเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์(cc./ครั้ง)	ความสะดวกในการซื้อ/ดื่ม		รวม
	ไม่สะดวก	สะดวก	
ตั้งแต่ 0 - 500 cc.	8 (2.6)	74 (24.7)	82 (27.3)
501 cc. - 1000 cc.	8 (2.7)	100 (33.3)	108 (36.0)
มากกว่า 1000 cc.	6 (2.0)	104 (34.7)	110 (36.7)
รวมทั้งสิ้น	22 (7.3)	278 (92.7)	300 (100)

$\chi^2 = 1.281$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.527

3.3) ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง) กับทัศนคติการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคที่คิดว่าการเพิ่มภาษีจะทำให้การบริโภคลดลงและการเพิ่มภาษีไม่มีผลต่อการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากกว่า 1000 cc/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ 21.7 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง) และทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.045 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.593 มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(cc/ครั้ง) ดังตารางที่ 4.19

สรุปได้ว่าปัจจัยทัศนคติในการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(cc/ครั้ง) ของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้บริโภคที่คิดว่าการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วจะดื่มลดลงและผู้บริโภคที่คิดว่าการเพิ่มภาษีไม่มีผลต่อการบริโภคดื่มสุราโดยมีปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากหากผู้บริโภครู้สึกว่าปริมาณเครื่องดื่มที่ตนเคยชินหรือคิดเป็นนิสัยหากเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็ไม่อาจลดปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(cc/ครั้ง) ลงได้

ตารางที่ 4.19 ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มจำแนกตามทัศนคติการเพิ่มภาษีของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(cc./ครั้ง)	ทัศนคติการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		รวม
	ไม่มีผลต่อการบริโภค	ลดการบริโภคลง	
ตั้งแต่ 0 - 500 cc.	34 (11.3)	48 (16.0)	82 (27.3)
501 cc. - 1000 cc.	51 (17.0)	57 (19.0)	108 (36.0)
มากกว่า 1000 cc.	45 (15.0)	65 (21.7)	110 (36.7)
รวมทั้งสิ้น	130 (43.3)	170 (56.7)	300 (100)

$\chi^2 = 1.045$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.593

3.4) ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม(กรัม/ครั้ง) กับความรู้เรื่องความเสี่ยงในการเป็นโรคตับแข็งของผู้ดื่มแอลกอฮอล์ จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ดื่มที่ทราบความเสี่ยงในการเป็นตับแข็ง และไม่ทราบความเสี่ยงในการเป็นตับแข็ง ดื่มแอลกอฮอล์โดยปริมาตร มากกว่า 1000 cc/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ 25.7 ของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มและความรู้เรื่องความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็ง พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.185 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.335 มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าความรู้เรื่องความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็งไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม ดังตารางที่ 4.20

สรุปได้ว่าปัจจัยความรู้เรื่องความเสี่ยงเป็นโรคตับแข็ง ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ดื่มแอลกอฮอล์ที่ทราบความเสี่ยงในการเป็นตับแข็งและผู้ดื่มที่ไม่ทราบความเสี่ยงในการเป็นตับแข็งบริโภคในปริมาณที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ดื่มแอลกอฮอล์ทราบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความเสี่ยงในการเป็นตับแข็งแต่ผู้บริโภคยังบริโภคแอลกอฮอล์มากกว่า 1000 cc/ครั้ง เพราะเชื่อว่าตนเองไม่มีความเสี่ยงในการเป็นโรคนี้และการเป็นตับแข็งเป็นเรื่องยากที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง

ตารางที่ 4.20 ปริมาตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มจำแนกตามความรู้เรื่องความเสี่ยงในการเป็น
 ดับแข็งของนักศึกษาทุกกลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : คน (ร้อยละ)

ปริมาตรเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์(cc./ครั้ง)	ผู้บริโภคทราบความเสี่ยงในการเป็น โรคตับแข็ง		รวม
	ไม่ทราบ	ทราบ	
ตั้งแต่ 0 - 500 cc.	32 (10.7)	50 (16.6)	82 (27.3)
501 cc. - 1000 cc.	41 (13.6)	67 (22.4)	108 (36.0)
มากกว่า 1000 cc.	33 (11.0)	77 (25.7)	110 (36.7)
รวมทั้งสิ้น	106 (35.3)	194 (64.7)	300 (100)

$\chi^2 = 2.185$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.335

4.3 การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อราคา

โดยศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา เมื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกเก็บภาษีเพิ่มขึ้นในระดับอัตราต่างๆ ภายใต้เงื่อนไขว่าภาษีถูกสะท้อนไปในรูปของราคาที่สูงขึ้นเต็มจำนวนภาษี โดยแยกการวิเคราะห์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 4 ประเภท ได้แก่ สุราสี เบียร์ สุราขาว และไวน์คูลเลอร์

4.3.1 สุราสีไทยในประเทศ/ต่างประเทศ เนื่องจากราคาของสุราสีมีความแตกต่างกันมากจึงแบ่งสุราสีออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) สุราสีไทย/ระดับประหยัด (economy) ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 180 บาท/ขวด เช่นยี่ห้อแสงโสม มาสเตอร์เบลนด์ 2) สุราสีระดับมาตรฐาน (standard) ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 340 บาท/ขวด เช่นยี่ห้อเบนมอร์ 100 ไปเปอร์ 3) สุราสีระดับพิเศษ (premium) ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 580 บาท/ขวด เช่นยี่ห้อจอห์นนี่ วอล์คเกอร์ เรดเลเบิล/แบล็คเลเบิล ชีวาส รีกัล วิสกี ได้ผลการศึกษาดังในตารางที่ 4.21

1) สุราสีไทย/ระดับประหยัด (economy) จากข้อมูลปริมาณอุปสงค์สุราสีไทย/ระดับประหยัดของนักศึกษา ณ ระดับราคาเฉลี่ย 180 บาท/ขวด 1 ขวดมีปริมาณ 700 ลูกบาศก์เซนติเมตร

(cc) ปริมาณบริโภคสุราสีไทย/ระดับประหยัดโดยเฉลี่ยของนักศึกษาเท่ากับ 530.56 cc และลดลงเมื่ออัตราภาษีเพิ่มขึ้น จากตาราง 4.21 ผลการประมาณค่าโดยวิธี ordinary least square ให้ผลดังนี้

$$\ln Qw1 = 14.721 - 1.576 \ln Pw1$$

$$(36.657)* (-23.111)*$$

ค่าในวงเล็บคือ ค่าตัวสถิติทดสอบ t * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตัวประมาณค่าของแบบจำลองข้างต้น สามารถตีความได้ว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของสุราสีไทย/ระดับประหยัด มีค่าเท่ากับ -1.576 จากค่า สถิติที่ใช้ทดสอบ t จะพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของราคาสุราสีไทย/ระดับประหยัด มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การเพิ่มอัตราภาษีสุราสีไทย/ระดับประหยัดมีผลทำให้ปริมาณการซื้อของสุราสีไทย/ระดับประหยัดลดลง กล่าวคือเมื่อภาษีเพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคสุราสีไทย/ระดับประหยัดของนักศึกษาลดลง 1.576% ดังนั้นการเพิ่มภาษีสุราสีไทย/ระดับประหยัดจะมีผลทำให้การบริโภคสุราสีไทย/ระดับประหยัดลดลงได้

2) สุราสีระดับมาตรฐาน (standard) จากข้อมูลปริมาณอุปสงค์สุราสีระดับมาตรฐานของนักศึกษา ณ ระดับราคาเฉลี่ย 340 บาท/ขวด 1 ขวดมีปริมาตร 700 ลูกบาศก์เซนติเมตร(cc) ปริมาณบริโภคสุราสีระดับมาตรฐานโดยเฉลี่ยของนักศึกษาเท่ากับ 463.87cc และลดลงเมื่ออัตราภาษีเพิ่มขึ้น จากตาราง 4.21 ผลการประมาณค่าโดยวิธี ordinary least square ให้ผลดังนี้

$$\ln Qw2 = 11.751 - 0.950 \ln Pw2$$

$$(32.111)* (-16.993)*$$

ค่าในวงเล็บคือ ค่าตัวสถิติทดสอบ t * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตัวประมาณค่าของแบบจำลองข้างต้น สามารถตีความได้ว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของสุราสีระดับมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ -0.950 จากค่า สถิติที่ใช้ทดสอบ t จะพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของราคาสุราสีระดับมาตรฐาน มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การเพิ่มอัตราภาษีสุราสีระดับมาตรฐานมีผลทำให้ปริมาณการซื้อของสุราสีระดับมาตรฐานลดลง กล่าวคือเมื่อภาษีเพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคสุราสีระดับมาตรฐานของนักศึกษาลดลง 0.950% ดังนั้นการเพิ่มภาษีสุราสีระดับมาตรฐานจะมีผลทำให้การบริโภคสุราสีระดับมาตรฐานลดลงได้

3) สุราสีระดับพิเศษ

$$\ln Qw3 = 11.395 - 0.796 \ln Pw3$$

$$(31.948)* \quad (-15.739)*$$

ค่าในวงเล็บคือ ค่าตัวสถิติทดสอบ t * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตัวประมาณค่าของแบบจำลองข้างต้น สามารถตีความได้ว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของสุราสีระดับพิเศษมีค่าเท่ากับ -0.796 จากค่า สถิติที่ใช้ทดสอบ t จะพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของราคาสุราสีระดับพิเศษ มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การเพิ่มอัตราภาษีสุราสีระดับพิเศษมีผลทำให้ปริมาณการซื้อของสุราสีระดับพิเศษลดลง กล่าวคือเมื่อภาษีเพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคสุราสีระดับพิเศษของนักศึกษาลดลง 0.796% ดังนั้นการเพิ่มภาษีสุราสีระดับพิเศษจะมีผลทำให้การบริโภคสุราสีระดับพิเศษลดลงได้

ตารางที่ 4.21 ปริมาณการบริโภคสุราสีในประเทศ/ต่างประเทศ (cc)/ครั้ง เมื่อระดับอัตราภาษีเพิ่มขึ้น(%)

ราคาเพิ่มขึ้น (%)	ระดับประหยัด(w1)		ระดับมาตรฐาน(w2)		ระดับพิเศษ(w3)	
	ราคา/ขวด (บาท)	ปริมาณบริโภค (cc)	ราคา/ขวด (บาท)	ปริมาณบริโภค (cc)	ราคา/ขวด (บาท)	ปริมาณบริโภค (cc)
0	180	530.56	340	463.87	580	529.09
10	198	530.56	374	447.81	638	529.09
20	216	530.56	408	441.87	696	524.28
30	234	510.66	442	435.33	754	519.47
40	252	487.45	476	429.97	812	442.51
50	270	397.92	510	371.93	870	423.27
60	288	389.63	544	336.84	928	416.06
70	306	311.71	578	298.42	986	408.84
80	324	283.52	612	273.45	1044	324.67
90	342	240.41	646	244.42	1102	274.17
100	360	225.49	680	205.17	1160	274.17
200	540	111.09	1020	148.08	1740	221.26
300	720	66.32	1360	132.62	2320	198.17
400	900	48.08	1700	112.99	2900	150.07
500	1080	49.74	2040	102.88	3480	150.07

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.2 เบียร์ ราคาของเบียร์สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1)เบียร์ ระดับประหยัด (economy) ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 30 บาท/ขวด เช่นยี่ห้อช้าง, ลีโอ 2)เบียร์ระดับมาตรฐาน (standard)/ระดับพิเศษ (premium) ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 53.50 บาท/ขวด เช่นยี่ห้อสิงห์/ไฮเนเก้น ผลการศึกษานำเสนอในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ปริมาณการบริโภคเบียร์ (cc)/ครั้ง เมื่อระดับอัตราภาษีเพิ่มขึ้น (%)

ราคา เพิ่มขึ้น (%)	ระดับประหยัด(b1)		ระดับมาตรฐาน/พิเศษ(b2)	
	ราคา/ขวด (บาท)	ปริมาณบริโภค (cc)	ราคา/ขวด (บาท)	ปริมาณบริโภค (cc)
0	30	1642.56	53.50	1214.10
10	33	1625.57	58.85	1214.10
20	36	1619.33	64.20	1214.10
30	39	1592.71	69.55	1116.97
40	42	1436.67	74.90	1159.47
50	45	1306.12	80.25	1104.83
60	48	1174.99	85.60	916.65
70	51	1077.01	90.95	837.73
80	54	964.86	96.30	764.88
90	57	851.30	101.65	716.32
100	60	717.63	107.00	643.47
200	90	559.60	160.50	546.35
300	120	449.44	214.00	534.20
400	150	431.88	267.50	522.06
500	180	420.55	321.00	509.92

ที่มา : จากการคำนวณ

1) เบียร์ระดับประหยัด (economy) จากข้อมูลปริมาณอุปสงค์เบียร์ระดับประหยัดของนักศึกษา ณ ระดับราคาเฉลี่ย 53.50 บาท/ขวด 1 ขวดมีปริมาตร 660 ลูกบาศก์เซนติเมตร(cc) ปริมาณบริโภคเบียร์ระดับประหยัดโดยเฉลี่ยของนักศึกษาเท่ากับ 1642.56cc และลดลงเมื่ออัตราภาษีเพิ่มขึ้น จากตาราง 4.22 ผลการประมาณค่าโดยวิธี ordinary least square ให้ผลดังนี้

$$\ln Qb1 = 10.527 - 0.902 \ln Pb1$$

$$(40.995)* (-14.431)*$$

ค่าในวงเล็บคือ ค่าตัวสถิติทดสอบ t * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตัวประมาณค่าของแบบจำลองข้างต้น สามารถตีความได้ว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของเบียร์ระดับประหยัด มีค่าเท่ากับ -0.902 จากค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ t จะพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของราคาเบียร์ระดับประหยัด มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การเพิ่มอัตราภาษีเบียร์ระดับประหยัดมีผลทำให้ปริมาณการซื้อของเบียร์ระดับประหยัดลดลง กล่าวคือเมื่อภาษีเพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคเบียร์ระดับประหยัดของนักศึกษาลดลง 0.902% ดังนั้นการเพิ่มภาษีเบียร์ระดับประหยัดจะมีผลทำให้การบริโภคเบียร์ระดับประหยัดลดลงได้

2) เบียร์ระดับ (standard)/ระดับพิเศษ(premium) จากข้อมูลปริมาณอุปสงค์เบียร์ระดับมาตรฐาน/ระดับพิเศษ ของนักศึกษา ณ ระดับราคาเฉลี่ย 53.5 บาท/ขวด 1 ขวดมีปริมาตร 660 ลูกบาศก์เซนติเมตร(cc) ปริมาณบริโภคเบียร์ระดับมาตรฐาน/ระดับพิเศษโดยเฉลี่ยของนักศึกษาเท่ากับ 1214.10cc และลดลงเมื่ออัตราภาษีเพิ่มขึ้น จากตาราง 4.22 ผลการประมาณค่าโดยวิธี ordinary least square ให้ผลดังนี้

$$\ln Qb2 = 9.393 - 0.576 \ln Pb2$$

$$(31.727)* (-9.113)*$$

ค่าในวงเล็บคือ ค่าตัวสถิติทดสอบ t * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตัวประมาณค่าของแบบจำลองข้างต้น สามารถตีความได้ว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของเบียร์ระดับมาตรฐาน/ระดับพิเศษมีค่าเท่ากับ -0.576 จากค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ t จะพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของราคาเบียร์ระดับมาตรฐาน/ระดับพิเศษมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าการเพิ่มอัตราภาษีเบียร์ระดับมาตรฐาน/ระดับพิเศษมีผลทำให้ปริมาณการซื้อของเบียร์ระดับมาตรฐาน/ระดับพิเศษลดลง กล่าวคือเมื่อภาษีเพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคเบียร์ระดับมาตรฐาน/ระดับพิเศษของนักศึกษาลดลง 0.576% ดังนั้นการเพิ่มภาษีเบียร์ระดับมาตรฐาน/ระดับพิเศษจะมีผลทำให้การบริโภคเบียร์ระดับมาตรฐาน/ระดับพิเศษลดลงได้

4.3.3 สุราขาว ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 60 บาท/ขวด 1 ขวดมีปริมาตร 625 ลูกบาศก์เซนติเมตร(cc) ปริมาณบริโภคสุราขาวโดยเฉลี่ยของนักศึกษาเท่ากับ 370.83cc และลดลงเมื่ออัตราภาษีเพิ่มขึ้น จากตาราง 4.23 ผลการประมาณค่าโดยวิธี ordinary least square ให้ผลดังนี้

$$\ln Qr = 6.612 - 0.171 \ln Pr$$

$$(47.391)^* \quad (-5.873)^*$$

ค่าในวงเล็บคือ ค่าตัวสถิติทดสอบ t * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตัวประมาณค่าของแบบจำลองข้างต้น สามารถตีความได้ว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของสุราขาวมีค่าเท่ากับ -0.576 จากค่า สถิติที่ใช้ทดสอบ t จะพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของราคาสุราขาวมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การเพิ่มอัตราภาษีสุราขาวมีผลทำให้ปริมาณการซื้อของสุราขาวลดลง กล่าวคือเมื่อภาษีเพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคสุราขาวของนักศึกษาลดลง 0.171% ดังนั้นการเพิ่มภาษีสุราขาวจะมีผลทำให้การบริโภคสุราขาวลดลงได้

4.3.4 ไวน์คูลเลอร์ ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 30 บาท/ขวด 1 ขวดมีปริมาตร 275 ลูกบาศก์เซนติเมตร (cc) ปริมาณบริโภคไวน์คูลเลอร์โดยเฉลี่ยของนักศึกษาเท่ากับ 504.17cc และลดลงเมื่ออัตราภาษีเพิ่มขึ้น จากตาราง 4.23 ผลการประมาณค่าโดยวิธี ordinary least square ให้ผลดังนี้

$$\ln Qs = 6.328 - 0.036 \ln Ps$$

$$(279.971)^* \quad (-6.631)^*$$

ค่าในวงเล็บคือ ค่าตัวสถิติทดสอบ t * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตัวประมาณค่าของแบบจำลองข้างต้น สามารถตีความได้ว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของไวน์คูลเลอร์มีค่าเท่ากับ -0.036 จากค่า สถิติที่ใช้ทดสอบ t จะพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของไวน์คูลเลอร์มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การเพิ่มอัตราภาษีไวน์คูลเลอร์มีผลทำให้ปริมาณการซื้อของไวน์คูลเลอร์ลดลง กล่าวคือเมื่อภาษีเพิ่มขึ้น 1% จะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคไวน์คูลเลอร์ของนักศึกษาลดลง 0.036% ดังนั้นการเพิ่มภาษีไวน์คูลเลอร์จะมีผลทำให้การบริโภคไวน์คูลเลอร์ลดลงได้

ตารางที่ 4.23 ปริมาณการบริโภคสุราขาวและไวน์กลูเลอร์ (cc)/ครั้ง เมื่อระดับอัตราภาษีเพิ่มขึ้น(%)

ราคา เพิ่มขึ้น (%)	สุราขาว(r)		ไวน์กลูเลอร์(s)	
	ราคา/ขวด (บาท)	ปริมาณบริโภค (cc)	ราคา/ขวด (บาท)	ปริมาณบริโภค (cc)
0	60	370.83	30	504.17
10	66	370.83	33	499.13
20	72	370.83	36	495.76
30	78	370.83	39	492.4
40	84	370.83	42	489.04
50	90	370.83	45	486.52
60	96	346.11	48	484.00
70	102	315.21	51	481.48
80	108	315.21	54	478.96
90	114	315.21	57	476.44
100	120	290.49	60	473.92
200	180	290.49	90	472.24
300	240	290.49	120	470.56
400	300	290.49	150	470.56
500	360	290.49	180	470.56

ที่มา : จากการคำนวณ