

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบแผนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสตรี รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสตรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ทำเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2551 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

#### 1. สรุปผลการศึกษา

##### 1.1 ปัจจัยด้านประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี (ร้อยละ 36.9) มีอายุเฉลี่ย 40.9 ปี จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา (ร้อยละ 40.6) มีสถานภาพสมรสคู่ (ร้อยละ 75.6) และประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 28.8) ความเพียงพอของรายได้ในครอบครัวพอมีพอกินแต่ไม่เหลือเก็บ (ร้อยละ 66.2) ความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสัมพันธภาพในครอบครัว กว่า 1 ใน 3 มีความเห็นที่เป็นไปในทางบวกคือ เห็นด้วยอย่างยิ่งที่สมาชิกในครอบครัวมีความรักความอบอุ่น มีความห่วงใย และเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นคนในครอบครัวช่วยกันแก้ไข มีบุคลิกในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 67.5 มากกว่าครึ่งหนึ่งที่ดื่มคือ สามี (ร้อยละ 52.5) และมีเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

##### 1.2 แบบแผนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง

###### 1.2.1 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปัจจุบันยังดื่มอยู่ (ร้อยละ 61.2) เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออายุ 20-29 ปี (ร้อยละ 45.9) เหตุผลของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกคือ ดื่มเพื่อสังสรรค์ มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเพื่อเข้าสังคม ให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนฝูง (ร้อยละ 73.5) และยังเป็นเหตุผลที่ดื่มในปัจจุบัน เกือบครึ่งหนึ่งที่ดื่มอย่างต่อเนื่องมากกว่า 5 ปี กลุ่มตัวอย่างนิยมดื่มเบียร์มากที่สุด ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ดื่ม เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า (ร้อยละ 41.8) กว่า 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างมัก

ดืมแต่ละครั้งในปริมาณ 2 - 4 ดืมมาตรฐาน (ร้อยละ 31.6) บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมักจะร่วมดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน (ร้อยละ 95.9) สถานที่ที่ดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่จะดืมในงานและพิธีต่างๆ (ร้อยละ 89.8)

### 1.2.2 แบบแผนการบริโภคเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในวาระและโอกาสต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในงานเลี้ยงสังสรรค์ เทศกาล สงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ งานขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน เครื่องดืมที่นิยมดืมคือเบียร์ และดืมในปริมาณที่มากกว่า 6 แก้ว ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจะไม่ดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในงานศพ (ร้อยละ 85.7) และเมื่อมีปัญหาครอบครัว (ร้อยละ 74.5)

## 1.3 ปัจจัยด้านจิตวิทยาของกลุ่มตัวอย่าง

### 1.3.1 ทศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการบริโภคเครื่องดืมแอลกอฮอล์

กลุ่มตัวอย่างมีทศนคติที่ดีต่อการดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในด้านการเป็นที่ยอมรับของสังคมคือ ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติในสังคม และไม่เห็นด้วยว่า การดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ของผู้หญิงเป็นเรื่องที่น่าอาย ไม่สมควรให้ใครพบ ผู้หญิงที่ดืมเครื่องดืมฯเป็นคนน่ารังเกียจไม่น่าสังสรรค์ด้วย และเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ไม่เป็นกุลสตรี

ทศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการบริโภคเครื่องดืมแอลกอฮอล์ด้านบุคคลและครอบครัว กลุ่มตัวอย่างมีทศนคติที่เห็นด้วยว่าการดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ทำให้ร่างกายเสื่อมโทรมและแก่เร็ว (ร้อยละ 56.9) คิดว่าการดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ทำให้เสียค่าใช้จ่าย เป็นการสิ้นเปลืองเงินโดยไม่มีประโยชน์ (ร้อยละ 53.1) กว่าร้อยละ 40.0 คิดว่าการดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ทำให้เกิดการทำร้ายกันในครอบครัวและทำให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้งในครอบครัว

### 1.3.2 การรับรู้บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยต่อการบริโภคเครื่องดืมแอลกอฮอล์ของกลุ่ม

#### ตัวอย่าง

บุคคลอ้างอิงที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังว่าเห็นด้วยต่อการดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์คือ เพื่อน คนในชุมชน และสามี ในขณะที่ พ่อ/แม่ พ่อ/แม่สามี ของกลุ่มตัวอย่างมักจะไม่เห็นด้วยต่อการดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ กลุ่มอ้างอิงที่เป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างทำตามความคิดเห็นต่อการบริโภคเครื่องดืมแอลกอฮอล์ มากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการทำตามแรงจูงใจของเพื่อน และสามี

#### 1.4 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีแหล่งผลิตหลักถิ่นในชุมชน ส่วนร้านขายเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างทราบว่าร้านขายเครื่องดื่มอยู่ในชุมชนตนเอง (ร้อยละ 91.2) ชนิดของเครื่องดื่มที่มีจำหน่ายและมีจำนวนร้านมากที่สุด คือ เบียร์

การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องที่สะดวกในบางประเภทที่กลุ่มตัวอย่างต้องการหาซื้อหรือต้องการดื่ม (ร้อยละ 63.8) สถานที่ซื้อเครื่องดื่มที่ง่ายที่สุดคือ ร้านขายของชำ เพราะว่ามีร้านอยู่ในหมู่บ้าน กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความเห็นว่าระยะทางที่หาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ไม่ใกล้ไม่ไกล

#### 1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ กับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีสัมพันธ์ภาพในครอบครัวระดับปานกลางและไม่ดี จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด (p-value <0.05) ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มของกลุ่มตัวอย่าง

2) กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งด้านการยอมรับของสังคม ด้านบุคคลและครอบครัว ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ดื่มมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p-value <0.05)

3) กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความเชื่อว่า สามเณร และคนในชุมชนเห็นด้วยมากต่อการดื่ม และยังเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติตามความคิดเห็น ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความเชื่อว่าบุคคลอ้างอิงคิดว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ควรดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p-value <0.05)

4) กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความคิดเห็นว่าการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสะดวก และระยะทางในการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้ (p-value <0.05)

#### 1.6 การรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ 2551 ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รับรู้ว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ 2551 สำหรับวันสำคัญที่รัฐบาลขอความร่วมมือในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดรับรู้ว่าการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 18.00 น. ของก่อนวันเลือกตั้ง ในวันเลือกตั้ง ส่วนวันเข้าพรรษาซึ่งเป็นวันสำคัญทางพุทธศาสนา และเป็นวันงดดื่มสุราแห่งชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างรับรู้เกือบครึ่งหนึ่ง

## 2. อภิปรายผลการศึกษา

### 2.1 ลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปัจจุบันยังดื่มอยู่ร้อยละ 61.3 สอดคล้องกับการสำรวจสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2547 ที่พบว่าประชากรหญิงเริ่มดื่มสุรครั้งแรกเมื่ออายุ 20 - 24 ปี เช่นเดียวกับการศึกษาของสิริรัฐ สุกันธา (2550) พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่ วัยที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกคือในวัยหนุ่มสาวช่วงอายุ 18 - 29 ปี

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลใกล้ชิดในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา บุคคลใกล้ชิดของกลุ่มตัวอย่างบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 67.5 ได้แก่ สามี บิดา พี่ชายหรือน้องชาย สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธิลักษณ์ ตั้งกุลบริบูรณ์ (2549) องค์ความรู้เรื่องสาเหตุปัจจัย และกลไกของการบริโภคสุรา พบว่าผู้ที่เสพติดสุรามักมีประวัติบุคคลในครอบครัวติดสุรา เช่น บิดา มารดา พี่น้อง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างยังมีเพื่อนสนิทที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 58.1) เช่นเดียวกับการศึกษาของ วิชัย โปษยะจินดา และ อาภา ศิริวงศ์ ณ อยุธยา (2544) ที่ทำการศึกษานักเรียนระดับมัธยมศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิง พบว่าการคบเพื่อนที่มีพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ร้อยละ 60 จะมีโอกาสดื่มสุราสูงกว่ากลุ่มอื่น

### 2.2 เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำหรับเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกคือ ดื่มเพื่อสังสรรค์ มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเพื่อเข้าสังคม ตามที่สุพัตรา สุภาพ (2536) ได้กล่าวไว้ว่า สังคมไทยเป็นสังคมที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ส่งผลให้สมาชิกในละแวกเดียวกันมีการดำเนินกิจกรรมบนพื้นฐานของความสนุกสนานรื่นเริง และในทุกกิจกรรมมักมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาเกี่ยวข้อง

สาเหตุที่ยังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือ เพื่อสังสรรค์ มีความสนุกสนาน เพื่อเข้าสังคม และให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนฝูง เช่นเดียวกับการศึกษาของ กัลยาณี ศรีบุระ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น พบว่าเหตุผลที่ยังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันเพื่อเข้าสังคม สิริรัฐ สุกันธา (2550) การดื่มเพื่อเข้าสังคมหรือร่วมงานสังสรรค์เป็นปัจจัยในการดื่มในปัจจุบัน พาสเชล, ฟิวเวลลิง และรัสเซล (Paschall, Flewelling & Russell, 2004) มีทัศนคติที่ว่า การดื่มในกลุ่มเพื่อนหมายถึงการรักพวกพ้องเป็นพวกเดียวกัน ทำให้เกิดความเพลิดเพลินและสนุกสนาน

### 2.3 ชนิด ความถี่และปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมดื่มคือ เบียร์ (ร้อยละ 72.6) จากนโยบายการค้าเสรีของรัฐบาล พ.ศ 2535 ทำให้เกิดแรงกระตุ้นให้มีโรงงานผลิตเบียร์และไวน์มากขึ้น และผลของการแข่งขันและการโฆษณา รวมทั้งราคาที่ถูกลง ทำให้ยอดจำหน่ายหรือปริมาณการบริโภคเบียร์เพิ่มสูงขึ้น (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข, 2542-2543) ผู้หญิงที่ดื่มเบียร์โดยมีความเชื่อว่ามีปริมาณแอลกอฮอล์น้อย (ศูนย์วิจัยยาเสพติด, 2544) ความถี่ในการดื่มส่วนใหญ่ดื่มเดือนละครั้งหรือน้อยกว่า (ร้อยละ 41.8) เช่นเดียวกับการศึกษาของ เขมณัญญ์ สีนสายอ (2548) พบว่ากลุ่มแม่บ้านจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นบางครั้งเมื่อมีงานบุญในชุมชน สิริรัฐ สุกันธา (2550) พบว่าความถี่ในการดื่ม ร้อยละ 49 จะดื่มเป็นครั้งคราวคือ นานๆ ครั้งถึงจะดื่ม

ปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กลุ่มตัวอย่างดื่มในแต่ละครั้ง 2-4 ดื่มมาตรฐาน (ร้อยละ 31.6) นานๆ ครั้งจะดื่มเกินปริมาณที่ดื่ม 4 ดื่มมาตรฐาน (ร้อยละ 55.1) ขัดแย้งกับการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2548) พบว่าสัดส่วนของเพศหญิงในจังหวัดนครราชสีมาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกวันร้อยละ 24.07 สอดคล้องกับการศึกษาของ พงษ์เดช สารการ (2549) ในสตรีในจังหวัดขอนแก่น ปริมาณที่ดื่มมีบางครั้งจะดื่มมากกว่า 5 แก้วต่อครั้ง (ร้อยละ 57.1)

### 2.4 บุคคลที่ร่วมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมักจะร่วมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดคือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน (ร้อยละ 95.5) รองลงมาคือ ลูกพี่ลูกน้อง/ญาติ (ร้อยละ 53.1) สอดคล้องกับการศึกษาของ วันชัย ตันติวิทยาพิทักษ์ (2544) พบว่า การดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับบุคคลที่ใกล้ชิดสนิทสนมกัน และอยู่ในเครือญาติเดียวกัน ในขณะที่การศึกษาของ อติศวรรค์ หลายชูไทยและคณะ (2545) พบว่าในสังคมไทยการดื่มสุราแบบไม่เมา เป็นพฤติกรรมรวมกลุ่มทางสังคมอย่างชัดเจน ผู้ดื่มเป็นครั้งคราว ร้อยละ 80 รายงานว่าดื่มเป็นกลุ่มกับเพื่อนบ้าน ญาติ เพื่อน ลูกน้องที่ทำงาน

### 2.5 สถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สถานที่กลุ่มตัวอย่างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักเป็นพิธีและเทศกาลต่างๆ (ร้อยละ 89.8) อำเภอสองยังเป็นชุมชนชนบท ร้านอาหารและสถานบันเทิงต่างๆ ส่วนใหญ่อยู่ในเมือง โอกาสที่จะดื่มตามร้านอาหาร ผับ บาร์ ต่างๆ มีน้อย เนื่องจากต้องใช้เวลาในการเดินทาง ดังนั้นเมื่อมีกิจกรรมหรือเทศกาลจึงเป็นโอกาสที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่นเดียวกับการศึกษาของ

เขมณัฏฐ์ สีนสายอ (2548) กลุ่มแม่บ้านจะดื่มเฉพาะเมื่อไปงานบุญ เพราะเจ้าภาพจัดหาเครื่องดื่มให้

## 2.6 กลุ่มอาการเจ็บป่วยหรือโรคที่เกิดขึ้นจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กลุ่มอาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง จะมีอาการคลื่นไส้ (ร้อยละ 22.4) อาการเมาค้าง (ร้อยละ 19.4) สอดคล้องกับการศึกษาของ ประภัสสร สุวรรณบงกช (2549) ศึกษาในบุคลากรสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ที่ดื่มมีอาการเมาค้างมากที่สุด ร้อยละ 53.4 รองลงมาได้แก่คลื่นไส้ ร้อยละ 22.2

## 2.7 แบบแผนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างในวาระและโอกาสต่างๆ

1) ในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดื่มในงานเลี้ยงสังสรรค์ เช่นเดียวกับการศึกษาของ อนุสรณ์ บัวทอง (2548) ที่ศึกษาบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของหญิงวัยแรงงานจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานเลี้ยงสังสรรค์ เป็นการรวมกลุ่มพูดคุยกัน และนำเรื่อง ไม่สบายใจ เช่นมีปัญหาคอครบครวมาปรึกษากับเพื่อนขณะดื่มด้วย ขณะเดียวกันบางคนที่มีปัญหาคอครบครวผู้หญิงบางคนก็จะเลือกดื่มแอลกอฮอล์

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งดื่มเบียร์ในงานเลี้ยงสังสรรค์ และท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ แต่จะดื่มเหล้าเมื่อมีปัญหาคอครบครว (ร้อยละ 52.0) จากการศึกษาของ อนุสรณ์ บัวทอง (2548) พบว่าแม่บ้านบางคนเลือกที่จะดื่มเบียร์เพราะว่าไม่ต้องการที่จะเมาหนัก และเบียร์มีดีกรีน้อยกว่าเครื่องดื่มประเภทเหล้า ในขณะที่การศึกษาของ กุณนที เพิ่มสงวน (2550) ปัญหาในคอครบครว กับสามีหรือแม่สามีเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อคลายความขัดแย้ง การศึกษาของ เขมณัฏฐ์ สีนสายอ (2548) เลือกดื่มเหล้าเมื่อมีปัญหาคอครบครว เพราะดื่มไม่ก็แก้วก็เมา ทำให้หลับง่ายและลืมปัญหาที่เกิดขึ้นได้ชั่วคราว

2) งานฉลองต่างๆ ที่กลุ่มตัวอย่างร่วมแสดงความยินดี มากกว่าครึ่งหนึ่งจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นบางในงานวันเกิด งานแต่งงาน งานขึ้นบ้านใหม่ และมีเพียง 1 ใน 3 ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกครั้งในงานแต่งงาน งานขึ้นบ้านใหม่ เช่นเดียวกับการศึกษาของ อนุสรณ์ บัวทอง (2548) หญิงวัยแรงงานจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อช่วยงานขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน เครื่องดื่มนิยมนิยมคือเบียร์ เหล้า สอดคล้องกับการศึกษาของ เขมณัฏฐ์ สีนสายอ (2548) ในงานเลี้ยงแต่งงาน งานขึ้นบ้านใหม่ เจ้าภาพมักจะเลี้ยงเบียร์และเหล้าผู้ที่มาร่วมงาน

3) งานพิธีที่สำคัญทางศาสนา เกือบ 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างจะดื่มทุกครั้งเมื่อมีงานทอดผ้าป่า /ทอดกฐิน งานบวช (ร้อยละ 23.5) มีเพียงร้อยละ 14.3 ที่ดื่มทุกครั้งในงานกินสลาก

เช่นเดียวกับการศึกษาของ จินตนา คำแก่น (2548) งานประเพณีต่างๆในสังคมปัจจุบัน จุดเด่นของงานคือ การเลี้ยงดูแขก และความสนุกสนาน เหมือนเป็นงานแข่งขันกันจัดงานประเพณีที่บ้าน จะเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เต็มที่ เพื่อไม่ให้มีหน้าไหนใคร กลไกการดื่มสุราในสังคมไทยปัจจุบันจะมีการผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมเข้ากับวัฒนธรรมใหม่ มีการดื่มสุราในงานบุญ งานบวช งานโกนจุก ซึ่งปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรมเป็นตัวชี้วัดลักษณะการบริโภคสุรา (พระไพศาล วิสาโล, 2545) อ่างในสุทธิลักษณ์ ตั้งกุลบริบูรณ์, 2549) ในขณะที่การศึกษาของ เขมณัญญ์ สีนสายอ (2548) ในงานพิธีกรรมทางศาสนาแม่บ้านจะดื่มก่อนข้างน้อยกว่าปกติ เพราะลูกหลานกลับมาบ้านมากเกรงใจลูกหลาน เมื่อไปร่วมงานบุญไม่กล้าดื่มมากเพราะกลัวเสียภาพพจน์

กลุ่มตัวอย่างมักจะไม่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานศพ (ร้อยละ 85.7) ในขณะที่การศึกษาของ อิศวรร หลายชูไทยและคณะ (2545) ในชนบทการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานศพเป็นการดื่มของแขกที่มาช่วยงานได้อยู่เป็นเพื่อน “ศพ”

4) งานประเพณีที่สำคัญทางศาสนา กลุ่มตัวอย่างนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกครั้งในเทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลลอยกระทง เช่นเดียวกับการศึกษาของ กัลยาณี ศรีบูร (2550) สิริรัฐ สุกันธา (2550) ประเพณีสงกรานต์ซึ่งมีการจัดงานระยะเวลา 3 วัน และเป็นช่วงที่มีวันหยุดติดต่อกันหลายวัน เป็นประเพณีที่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด รองลงมาได้แก่การดื่มในเทศกาลสงท้ายปีเก่า-ต้อนรับปีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ วิชัย โปษยะจินดา และ อาภา ศิริวงศ์ ณ ออยุธยา (2544) อ่างในสุทธิลักษณ์ ตั้งกุลบริบูรณ์ (2549) ศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พบว่าตัวชี้วัดที่สำคัญที่ทำให้เกิดการดื่มสุราของเด็กนักเรียนในช่วง เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ เป็น โอกาสที่นักเรียนดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด จากปริมาณการจำหน่ายของผู้ประกอบการพบว่า งานลอยกระทงมีผลต่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยมาก ส่วนงานฉลองเทศกาลปีใหม่และสงกรานต์ ผู้ประกอบการร้อยละ 56.6 และร้อยละ 60.7 จำหน่ายได้ดีขึ้น ส่วนงานสงกรานต์ อัตราการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดีและสูงมากที่สุด (สุทธิลักษณ์ ตั้งกุลบริบูรณ์, 2549)

## 2.8. ทศนคติต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1) ทศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านการเป็นที่ยอมรับของสังคม มากกว่าครึ่งหนึ่งเห็นด้วยในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิทธิส่วนบุคคล การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติในสังคม สังคมไทยมองเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติธรรมดา มักจะให้เหตุผลในการดื่มสุราเพราะต้องการเข้าสังคม เห็นว่าการดื่มสุราเป็นเรื่องปกติในสังคม และเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับในปัจจุบัน (ศิรินทิพย์ มีสุขอำไพรัมย์, 2545) เช่นเดียวกับ

การศึกษาของ อนุสรณ์ บัวทอง (2548) หญิงวัยแรงงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการเข้าสู่สังคม เพื่อแสดงความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งบางคนเห็นว่าไม่เป็นเรื่องที่ผิดปกติแต่อย่างใด

กว่า 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างคิดว่าการดื่มแอลกอฮอล์เป็นการฉลองความสำเร็จ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ เขมณัญญ์ สีนสายอ (2548) กลุ่มวัยรุ่นผู้หญิงนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อมีการกีฬาในสถานศึกษา งานเลี้ยงในกลุ่มเพื่อนเมื่อฉลองสอบเสร็จ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางส่วนคิดว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แสดงถึงความเท่าเทียมกันระหว่างชายและหญิงในยุคปัจจุบัน แสดงถึงความเป็นผู้หญิงที่ทันสมัย ความเป็นตัวของตัวเอง ตามที่เทพินทร์ พัชรานุรักษ์ (2541) ได้กล่าวไว้ว่าการใช้สุราเพื่อแสดงความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ เพศหญิงมีแนวโน้มบริโภคสุรามากขึ้นนั้นเป็นการแสดงถึงความเท่าเทียมที่เพศหญิงสามารถทำได้ กลุ่มตัวอย่างยังไม่เห็นด้วยว่าผู้หญิงที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นคนที่น่ารังเกียจ ไม่น่าสังสรรค์ เป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ไม่เป็นกุลสตรี ในขณะที่การศึกษาของ อติศวร หลายชูไทย (2545) การยอมรับให้ผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นความคิดที่เป็นอคติว่าตนเองเป็นคนที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงเห็นว่าผู้หญิงก็ควรจะดื่มได้ด้วยทัศนคติที่มีต่อวิชาชีพค่อนข้างมีน้ำหนักรวมสำหรับผู้ที่มิอาชีพครู อาจารย์ และแพทย์ว่าไม่ควรดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ร่างกายสดชื่น กระปรี้กระเปร่า กระฉับกระเฉง (ร้อยละ 42.5) ระดับแอลกอฮอล์ในเลือด 30 มก% ทำให้ผู้ดื่มรู้สึกสดชื่น กระฉับกระเฉง สนุกสนาน (<http://www.thaihealth.or.th>) ในขณะที่บางส่วนเห็นด้วยว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ร่างกายเสื่อมโทรมและแก่เร็ว เช่นเดียวกับการศึกษาของ อ้อยทิพย์ ถานันตะ (2550) ศึกษาทัศนคติต่อการดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่านักศึกษาลส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ผิวพรรณเปล่งปลั่ง

3) กลุ่มตัวอย่างกว่า 1 ใน 3 เห็นด้วยว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เกิดความมั่นใจ และกล้าแสดงออก เช่นเดียวกับการศึกษาของ จุริย์ อุตสาหะ (2549) เมื่อบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วทำให้เกิดความกล้าที่จะพูด และทำในสิ่งที่ปกติแล้วไม่กล้าทำ ขณะที่ร้อยละ 40 ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นด้วยว่าผู้หญิงที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักเป็นคนจิตใจอ่อนแอ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้สามารถลืมปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อติศวร หลายชูไทย และคณะ (2545) ที่พบว่า การดื่มสุราช่วยให้หายกลุ่ม คลายเครียดได้

4) กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งที่เห็นด้วยว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เสียค่าใช้จ่าย เป็นการสิ้นเปลืองเงินโดยไม่มีประโยชน์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิรินทิพย์



มีสุขอำไพพรสมิ, 2545) ที่พบว่า สังคมถือเรื่องการดื่มสุราเป็นสิ่งที่จำเป็นของสังคม ดังนั้นการดื่มสุราจึงไม่เป็นเรื่องสิ้นเปลือง

5) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เกิดการทำร้ายร่างกายกันในรอบครัว ทำให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้งในรอบครัว ซึ่งพบว่าครอบครัวที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มของการเกิดความรุนแรงในรอบครัวสูงเป็น 4 เท่า เมื่อเทียบกับครอบครัวที่ไม่ได้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กรมสุขภาพจิต, 2547)

6) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่เป็นไปในทางบวกในระดับที่เห็นด้วยต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าช่วยให้การสังสรรค์มีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน สอดคล้องกับการศึกษาของ เชมณัฐ์ สีนสายออ (2548) พบว่าผลดีของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้สนุกสนาน พูดคุยเก่งขึ้นช่วยให้ผูกมิตรได้ง่าย มีเพื่อนฝูงมาก ช่วยสร้างสัมพันธภาพเข้าสังคมได้ง่ายขึ้น ช่วยให้การติดต่อประสานงานง่ายขึ้น ขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 41.9 ไม่เห็นด้วยว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วยให้การพูดคุยติดต่อกันราบรื่น ซึ่งขัดแย้งกับเทพินทร์ พัชรานุรักษ์ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การใช้สุราเพื่อสื่อความสัมพันธ์ทางสังคมและความสำเร็จทางธุรกิจการงาน การดื่มสุราด้วยกันมีความหมายถึงความเป็นสมาชิกในกลุ่มสังคมเดียวกัน หมายถึงระดับความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน รวมถึงการแสดงความจริงใจที่มีต่อกัน พูดจาภาษาเดียวกัน

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง อธิบายได้ตามแนวคิดทฤษฎีของ Ajzen & Fishbein (1980) อังในมัดติกา มัดติโก 2534) เมื่อบุคคลเชื่อว่าการกระทำหนึ่งจะนำไปสู่ผลของการกระทำทางบวก บุคคลย่อมมีทัศนคติที่ดีต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น แต่หากบุคคลเชื่อว่าการแสดงพฤติกรรมนั้นนำไปสู่ผลของการกระทำทางลบ บุคคลย่อมมีทัศนคติไม่ดีต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น

## 2.9 การรับรู้บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่บุคคลที่เห็นด้วยต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือ เพื่อน คนในชุมชน และสามี สอดคล้องกับการศึกษาของ ปราณิ ทองคำ (2549) อ้อยทิพย์ ถานันตะ (2550) อติศวรรย์ หลายชูไทย (2544) พบว่าการคบเพื่อนมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนั้น การศึกษาของ เชมณัฐ์ สีนสายออ (2548) พบว่ามีเพื่อนสนิท คนในชุมชน สามี เพื่อน เป็นผู้ชักชวนให้เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การศึกษาของ Fisher & Bauman (2002) อังใน สุทธิลักษณ์ ตั้งกุลบริบูรณ์ 2549) ผู้ที่มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การศึกษาของอนุสรณ์ บัวทอง (2548) สามีดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงเป็นเรื่องปกติที่

ภรรยาจะดื่มด้วย และสาเหตุที่ดื่มอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากไม่สามารถหลีกเลี่ยงการดื่มได้ เพราะชาวบ้านมักจะมีการคะยั้นคะยออยู่เสมอเมื่อมีการรวมกลุ่ม หรือเมื่อไปร่วมกิจกรรมในหมู่บ้าน

กลุ่มอ้างอิงที่เป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำตามความคิดเห็นต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือ เพื่อน และคนในชุมชนตามที่ สุพัตรา สุภาพ (2536) ได้กล่าวไว้ว่า ความรักพวกพ้อง เมื่อสมาชิกในกลุ่มได้รับความเดือดร้อนหรือต้องการความช่วยเหลือ ดังนั้นจึงต้องมีการทำกิจกรรมร่วมกัน เมื่อเพื่อนในกลุ่มชักชวน เพื่อนสมาชิกจึงต้องทำตาม แม้กระทั่งการรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์ สมาชิกคนใดไม่เข้าร่วมถือว่าไม่ใช่พวกพ้องเดียวกัน ดังนั้นกลไกการทางวัฒนธรรมการดื่มสุราในแต่ละประเทศพบว่าปัจจัยทางด้านสังคม วัฒนธรรม เป็นตัวชี้วัดลักษณะการบริโภคสุรา วิถีชีวิตของคน การให้คุณค่าสัมพันธภาพระหว่างคน และบรรทัดฐานของพฤติกรรม การดื่มหรือไม่ดื่มสุราไม่ใช่รสนิยมส่วนบุคคล (พระไพศาล วิสาโล, 2545) เช่นเดียวกับ (Ajzen & Fishbein 1980 อ้างในมัลลิกา มัตติโก 2534) บุคคลเมื่อเชื่อว่ากลุ่มอ้างอิงคิดว่าเขาควรจะทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้นแล้ว บุคคลนั้นก็รับรู้ถึงแรงกดดันจากสังคมว่าจะให้ทำหรือไม่ทำเช่นนั้น

## 2.10 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้ว่าในชุมชนมีร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ชนิดของเครื่องดื่มที่มีจำหน่ายและมีจำนวนร้านมากที่สุด คือ เบียร์ และเหล้า สอดคล้องกับการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) พบว่าการหาซื้อสุรามีความสะดวกเนื่องจากการขอใบอนุญาตจำหน่ายสุราเป็นเรื่องที่ง่าย เพราะกรมสรรพสามิตมีวัตถุประสงค์ต้องการหารายได้จากภาษีสุรา จึงมีแรงจูงใจในการออกใบอนุญาตให้มากที่สุด เช่นเดียวกับการศึกษาของ จินตนา คำแก่น (2548) การคมนาคมที่สะดวกเป็นที่สัญจรของผู้คน หรือมีร้านจำหน่ายในชุมชน จะมีผลต่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากตามไปด้วย เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ประชาชนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากตามไปด้วย

การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องที่สะดวกในบางประเภท ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการหาซื้อหรือดื่ม สถานที่ซื้อเครื่องดื่มที่ง่ายที่สุดคือ ร้านขายของชำ และระยะทางที่สามารถหาซื้ออยู่ไม่ใกล้ไม่ไกล และบางส่วนคิดว่าระยะทางอยู่ใกล้ สามารถเดินไปซื้อได้ เพราะร้านอยู่ใกล้บ้าน สอดคล้องกับการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) สถานที่ซื้อเหล้าที่สำคัญที่สุดคือ ร้านขายของชำ และร้านค้าในหมู่บ้าน กว่าครึ่งหนึ่งของผู้ดื่มสุรายังสามารถหาซื้อสุราได้ในเวลาที่ห้ามจำหน่ายจากร้านค้าขนาดเล็กในชุมชนและหมู่บ้าน และผู้ซื้อสุราสามารถเดินทางไปซื้อได้ง่ายเพราะร้านอยู่ใกล้บ้าน โดยเฉลี่ยใช้เวลาเพียง 7.5 นาที และในหมู่บ้านมีร้าน

จำหน่ายหลายร้าน กรณีที่ในหมู่บ้านไม่มีจำหน่ายยังสามารถหาซื้อในละแวกใกล้เคียงได้ การศึกษาของ เหมณัฐ สีนสายอ (2548) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายของชำในชุมชน เพราะความสะดวก ใกล้บ้าน บางรายซื้อจากร้านสะดวกซื้อในปั้มน้ำมัน นานๆ ครั้งจะเข้าไปซื้อจากห้างสรรพสินค้าในตัวเมือง

## 2.11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ กับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1) จากการที่สัมพันธ์ภาพในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น เมื่อครอบครัวมีปัญหา มีความขัดแย้งกัน ไม่พูดคุยกัน ทำให้เกิดความห่างเหินของสมาชิกในครอบครัว สมาชิกต่างคนต่างอยู่ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงเป็นทางออกที่ทำให้ลืมปัญหาที่เกิดขึ้น ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ครอบครัวมีสัมพันธ์ภาพที่ดีจะมีกิจกรรมร่วมกันในครอบครัว มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัว ครอบครัวที่มีความรักความอบอุ่นเพียงพอ มีการแบ่งปันช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกครอบครัว มักจะไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นสัมพันธ์ภาพในครอบครัวเป็นรากฐานที่สำคัญในการที่จะส่งเสริมให้บุคคลสามารถเลือกแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ขณะที่การศึกษาของ ปราณี ทองคำ (2549) พบว่าสัมพันธ์ภาพในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้เป็นกลุ่มอายุที่อยู่ในวัยแรงงาน มีบรรทัดฐาน ความเชื่อ วัฒนธรรมในสังคมเดียวกัน เข้าร่วมกิจกรรมในสังคมคล้ายคลึงกัน จึงทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่แตกต่างกัน ร่วมกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นดื่มในมักจะดื่มในโอกาสและวาระต่างๆ การใช้จ่ายเงินสำหรับซื้อเองค่อนข้างน้อย กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเงินที่ร่วมงานบุญต่างๆ ก็ต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่เจ้าภาพเลี้ยง ซึ่งขัดแย้งกับ ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระดับรายได้ และอาชีพเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (รังสิมา พุทธางกูรานนท์, 2544 อังไฉ กัลยาณี ศรีบุระ, 2550)

2) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ สามี พี่ชายหรือน้องชาย พี่สาวหรือน้องสาว มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง จากลักษณะครอบครัวในชุมชนจะอยู่แบบเครือญาติ บริเวณบ้านพี่น้องจะอยู่ในรั้วเดียวกัน ส่วนใหญ่ตอนเย็นแต่ละบ้านจะทำอาหารรับประทานอาหารร่วมกัน ระหว่างรับประทานอาหาร สามี พี่ชายหรือน้องชายมักจะดื่มเหล้าร่วมวงเดียวกัน และในครัวเรือนมีเหล้าขาวกลั่นชุมชนที่ผลิตในหมู่บ้าน

ใกล้เคียง หาซื้อได้ง่าย ซื้อได้ตลอดเวลา และบางครั้งอาจจะซื้อเหล่าชาวกลั่นชุมชน มาทำขายเอง เหล้า เนื่องจากเหล่าชาวกลั่นราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่น ทำให้หาซื้อได้ง่าย เมื่อผู้ชายดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มผู้หญิงจะร่วมดื่มวงดื่มด้วยกัน และคิดว่าการดื่มในกลุ่มพี่น้องไม่เป็นเรื่องที่ผิดปกติแต่อย่างใด และดื่มอยู่ในบริเวณบ้านซึ่งไม่ได้ก่อความเดือดร้อนให้กับบุคคลอื่น สอดคล้องกับการศึกษาของของปราณี ทองคำ (2549) พบว่าการมีบุคคลในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีอิทธิพลทางบวกต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

3) จากการที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิงจึงมองว่าสิทธิของบุคคล ร่วมกับค่านิยมในสังคมไทยปัจจุบันที่มีความเท่าเทียมระหว่างเพศมากขึ้น เพศหญิงทำงานนอกบ้านมากขึ้น มีรายได้ มีการเข้าสังคมมากขึ้น โอกาสที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น และเมื่อในชุมชนมีกิจกรรม เทศกาล หรือประเพณีต่างๆ จะมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นโอกาสให้ผู้หญิงได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี จึงเป็นเรื่องปกติในชุมชน สังคมโดยทั่วไปของอำเภอสองยังมีลักษณะของความเป็นสังคมของชนบทที่รักความรื่นเริง สนุกสนาน ดังนั้นเมื่อมีผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานเลี้ยงหรือเทศกาลต่างๆจึงไม่เป็นที่น่ารังเกียจ ไม่ได้มีความคิดว่าเป็นเรื่องที่น่าอาย และในชุมชนอื่นที่ร่วมงานผู้หญิงก็ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับการศึกษาของประกิจ โพธิอาสน์, 2541 จิราภรณ์ เทพหนู, 2540 พบว่าวัยรุ่นที่มีทัศนคติทางบวกจะมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าวัยรุ่นที่มีทัศนคติทางลบ

4) จากการที่กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เมื่อสามีเห็นด้วยต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างจะทำตามความคิดเห็น และคิดว่าสามีสนับสนุนให้ดื่ม ขณะเดียวกันถ้าสามีไม่เห็นด้วยที่จะให้กลุ่มตัวอย่างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็จะทำตามความคิดเห็น เพราะไม่ต้องการให้เกิดปัญหาหรือเกิดการทะเลาะเบาะแว้งในครอบครัว การต้องการทำตามความคิดเห็นของเพื่อนและคนในชุมชน บริบทของอำเภอสองยังเป็นสังคมขนาดเล็ก ที่มีเพื่อนกลุ่มเดิมๆ คนในชุมชนเดียวกัน เมื่อเพื่อนดื่ม คนในชุมชนดื่ม และมีการชักชวนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การไม่ปฏิเสธและทำตามกลุ่มอ้างอิงตั้งแต่ครั้งแรก ดังนั้นเมื่อมีกิจกรรมในชุมชน ก็จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความเป็นพวกพ้อง การศึกษาของ วิชัย โปษยะจินดา และคณะ (2541) พบว่านักเรียนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกได้รับอิทธิพลจากบิดา มารดา และญาติพี่น้อง เช่นเดียวกับการศึกษาของของ ปราณี ทองคำ (2549) พบว่าการมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีอิทธิพลทางบวกต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เช่นเดียวกับการศึกษาของ อับสร เตียวตระกูลวัฒน์ (2523) พบว่านักศึกษาวิทยาลัยครูที่ดื่มสุรามิแวนวโน้มที่จะทำตามความคาดหวังหรือการชักจูงจากบุคคลอ้างอิงได้ง่ายกว่านักศึกษาที่ไม่เคยดื่มสุรา นั่นคือบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อพฤติกรรมการดื่มสุรา โดยเฉพาะอิทธิพลของเพื่อน

5) จากการที่มีความสะดวกและระยะทางในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้ในชุมชน มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขายในร้านขายของชำทุกร้าน สามารถเดินไปซื้อได้ง่าย นอกจากขายเหล่า เบียร์ และยังมีเหล้าขาวกลั่นแบ่งขาย ซึ่งมีราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่นๆ โอกาสในการเข้าถึงได้ง่าย เป็นสิ่งที่เอื้อให้สามารถดื่มได้ตลอดเวลา และร้านค้าในชุมชนไม่ได้จำกัดช่วงเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงเป็นสิ่งที่เอื้อต่อการซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือถ้าไม่มีชนิดที่ต้องการซื้อ สามารถซื้อที่ร้านขายส่งในตลาด รวมทั้งความหลากหลายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้ามาสู่ร้านค้าในชุมชน มีสีสันของผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม เช่นเดียวกับ การศึกษาของนิพนธ์ พังพงศกร และคณะ (2548) ผู้ดื่มสุราอยู่ใกล้ร้านจำหน่ายสุรา หรือร้านอาหาร ความถี่ในการดื่มสุราจะมากขึ้น แสดงว่าความสะดวกในการหาซื้อสุรามีผลต่อการดื่มสุรา การศึกษาของ กัลยาณี ศรีบุระ (2550) ความสะดวกในการซื้อเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลขอนแก่น

## 2.12 การรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รับรู้ว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เพราะไม่ได้ทราบการประกาศใช้พระราชบัญญัติ และไม่รับการประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ เช่นเดียวกับ อานาจ บัวศิริ ได้กล่าวไว้ว่าตั้งแต่พระราชบัญญัตินี้ได้กล่าว มีการประกาศใช้ พระสงฆ์ ประชาชนจำนวนมากยังไม่ทราบว่า พ.ร.บ. มีผลบังคับใช้แล้ว ([www.komchadluek.net](http://www.komchadluek.net)) พระราชบัญญัตินี้ได้กล่าวว่ามีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ซึ่งยังไม่มีการศึกษาผลการใช้พระราชบัญญัตินี้ได้กล่าว ไม่ได้มาตรการการควบคุมในด้านสถานที่ที่ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัด กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเมื่อมีงานที่วัดก็ไม่ควรดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังที่วัดลภ นามวงษ์พรหม ประชาสัมพันธ์วัดพระธาตุคอกยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ ได้กล่าวว่าในวัดไม่มีการนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาจำหน่าย ยกเว้นหากวัดมีการจัดงานบุญ งานประเพณีต่างๆ มักมีการนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาจำหน่าย แต่ไม่ได้ขายในวัดจะขายด้านนอกติดกำแพงวัดแทน ([www.komchadluek.net/](http://www.komchadluek.net/)) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างรับรู้ทางสื่อต่างๆ ในขณะที่พระราชบัญญัติ

ดังกล่าวระบุว่าห้ามขายให้กับบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และบุคคลที่มีอาการมีนเมาจน  
 ครอบงำไม่ได้กลุ่มตัวอย่างรับรู้ค่อนข้างน้อย เพราะไม่ได้รับข้อมูลในรายละเอียดเกี่ยวกับ  
 พระราชบัญญัติ และในบางครั้งก็ให้เด็กไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับศึกษาของ  
 เขมณัญญ์ สีนสาขอ (2548) พบว่าร้านค้าในหมู่บ้านยังไม่ได้ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ขาย  
 เครื่องดื่มให้ทั้งเด็ก ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีก็สามารถหาซื้อเครื่องดื่มได้ สำหรับวิธีการที่ห้ามขาย  
 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลุ่มตัวอย่างรับรู้ค่อนข้างน้อย เนื่องจากประชาชนจำนวนมากยังไม่ทราบ  
 รายละเอียดที่ระบุในพระราชบัญญัติ ดังที่นิรุท อุทธา กล่าวว่า ตามที่ พ.ร.บ. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มี  
 ผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 ก.พ. 2551 ที่ผ่านมา แต่เนื่องจากในช่วงดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล  
 ทำให้ความชัดเจนเพื่อนำมาสู่การบังคับใช้ยังไม่เป็นรูปธรรม การผลักดันกฎหมายเจ้าหน้าที่  
 กระทรวงสาธารณสุขต้องมีระยะเวลาในการทำความเข้าใจกับสังคม เนื่องจากประชาชนยังไม่เข้าใจ  
 เนื้อหาเกี่ยวกับ พ.ร.บ. ฉบับนี้ ([www.komchadluek.net](http://www.komchadluek.net))

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้สถานที่ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัด โรงเรียน  
 โรงพยาบาล สถานที่ราชการ เครื่องขายของค์การงดเหล้าได้กำหนดให้ “วัด” เป็นแหล่งนำร่องที่จะให้  
 เป็นสถานที่งดดื่มและจำหน่ายเหล้า เนื่องจากวัดเป็นเขตพื้นที่ที่สังคมไม่ค่อยปฏิเสธ  
 หากมีการรณรงค์หรือขอความร่วมมือ ปัจจุบันวัดหลายแห่งในภาคอีสาน เช่น จังหวัดนครราชสีมา  
 สุรินทร์ และขอนแก่น ได้กำหนดให้วัดเป็นเขตปลอดเหล้า การรับรู้วิธีการห้ามโฆษณาหรือ  
 ประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีห้ามโฆษณาเครื่องดื่ม  
 แอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ วิทยู ดังที่บัณฑิต ศรีไพศาลได้กล่าวไว้ว่า การห้ามโฆษณาโดยสิ้นเชิง  
 จะส่งผลต่อการบริโภคต่อสัปดาห์ของเยาวชนลดลงจากร้อยละ 25 เหลือร้อยละ 21  
 (<http://www.thairath.co.th/news>)

วันสำคัญที่รัฐบาลขอความร่วมมือในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่าง  
 เกือบทั้งหมดรับรู้ว่าไม่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 18.00 น. ของก่อนวันเลือกตั้ง ใน  
 วันเลือกตั้ง เกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่ามีห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัน  
 เข้าพรรษา ดังคำกล่าวของ สมาน พุทธะกุล ปัจจุบันการงดขายเหล้าในวันสำคัญทางพุทธศาสนาทำ  
 ได้เพียงขอความร่วมมือ ขณะนี้กรรมการร่างกฎหมายลูกของ พ.ร.บ. ดังกล่าวกำลังรวบรวมข้อมูล  
 เพื่อเสนอออกข้อบังคับให้งดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดในวันสำคัญทางพุทธศาสนาที่  
 เป็นวันหยุดของราชการ ([http://www.moph.go.th/ops/iprg/iprg\\_new](http://www.moph.go.th/ops/iprg/iprg_new)) ซึ่งปี 2551 เป็นปีแรกที่  
 ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีกำหนดวันเข้าพรรษาเป็นวันปลอดสุราหรือ “วันงดดื่มสุราแห่งชาติ”

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1) ควรสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวให้มากขึ้น โดยเริ่มต้นที่ครอบครัวของตนเองก่อนให้สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมการดำเนินกิจกรรมให้มากขึ้น และหน่วยงานในชุมชนที่เกี่ยวข้องควรจัดโครงการครอบครัวปลอดภัยเรื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อชี้ให้เห็นถึงผลดีของการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครอบครัว เพื่อให้ผู้หญิงเป็นบุคคลต้นแบบ และครอบครัวต้นแบบในชุมชน และมีการยกย่องให้รางวัล และเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้หญิงมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น จัดทำป้ายครอบครัวตัวอย่างปราศจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้เกิดความรู้สึกภูมิใจของผู้หญิงให้รู้สึกว่าคุณปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดี และนอกจากนั้นควรส่งเสริมให้บุคคลใกล้ชิดที่ไม่ดื่ม ดื่มเครื่องดื่ม ทั้งสามี พี่ชาย เพื่อน โดยรณรงค์ให้บุคคลข้างต้นลดการดื่มลง และแม่บ้านจะได้ทำตาม

2) ลดปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มผู้หญิงโดยการชักจูงใจให้เห็นถึงอันตราย ผลกระทบทั้งทางร่างกายและครอบครัว และสร้างทัศนคติที่ทำให้ผู้หญิงรู้สึกที่แอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่ไม่ดี อีกทั้งการมีสุขภาพดีหรือความมั่นคงทางสุขภาพของบุคคลและสังคม เริ่มต้นมาจากผู้หญิง และผู้หญิงควรจะเป็นบุคคลต้นแบบ เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับลูก จะทำให้ลดปริมาณการดื่มของกลุ่มตัวอย่างได้

3) ชุมชนและเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ควรรณรงค์ให้มีการลดปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิงในงานเลี้ยงสังสรรค์ และประเพณีต่างๆ โดยการสนับสนุนให้ในงานเลี้ยงสังสรรค์ทุกประเภท ลดปริมาณการเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเทศกาล ประเพณีต่างๆ เช่น การเริ่มต้นในกิจกรรมทางพุทธศาสนา ก่อน เพื่อสร้างแรงจูงใจและให้การสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมที่ถูกต้องแก่กลุ่มผู้หญิง และบุคคลใกล้ชิด นอกจากนี้การรณรงค์ทางวัฒนธรรมให้รู้สึกถึงภัยเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรผลักดัน และสนับสนุนให้ชุมชนประกาศเป็นชุมชนที่ปลอดภัยในงานศพก่อน และเริ่มต้นลดการดื่มในวันสำคัญอื่นๆ และเป็นชุมชนปลอดภัยในที่สุด

6) สังคมหรือชุมชนสร้างทัศนคติทางลบต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิง และบุคคลใกล้ชิดให้เกิดการรับรู้ว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่ผิดศีล เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นจุดเริ่มต้นของปัญหาทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ครอบครัว รวมทั้งหน่วยงานทาง

สาธารณสุขควรสอดแทรกทัศนคติและค่านิยมที่ถูกต้องให้กับสตรี เช่นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงความเท่าเทียมระหว่างเพศ

7) เพื่อน และคนในชุมชน เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีความสำคัญต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสตรี ทั้งการคบหาสมาคม ดังนั้นในการดำเนินแก้ไขปัญหา ควรหารูปแบบส่งเสริมให้สตรีมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีทักษะการปฏิเสธในสิ่งที่ไม่เหมาะสม

8) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้แก่กลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งประชาชนทั่วไป เด็ก และเยาวชน ผ่านสื่อในชุมชนเกี่ยวกับผลกระทบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกระทำอย่างต่อเนื่องเป็นระยะๆ โดยการสร้างความเชื่อ กระตุ้นจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ได้เป็นเรื่องที่ทำให้สังคม ชุมชนสงบสุข

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านสัมพันธภาพในครอบครัว ทัศนคติ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยของสตรีที่ดื่มและไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3) ควรมีการศึกษาเฉพาะปัจจัยที่เป็นสาเหตุในกลุ่มสตรีที่ดื่มเกินมาตรฐาน เพื่อหาแนวทางในป้องกัน และลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้

4) ควรมีการศึกษารูปแบบ วิธีการในการส่งเสริมพฤติกรรมการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสตรี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ครอบครัว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในผู้หญิง

5) ควรมีการศึกษาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มผู้หญิงวัยรุ่น หรือศึกษาในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเพศชาย