

ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร

หนึ่งฤทัย มีสอาด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)

สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร

.....  
นางสาว หนึ่งฤทัย มีสอาด  
ผู้วิจัย

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฉัตรสุมน พฤตภิณูโย,  
น.บ., สม.ม.ปช.ด. (ประชากรศาสตร์)  
ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

.....  
อาจารย์ สุธี อยู่สถาพร,  
น.บ., D.E.A.de Droit des Affaires Contrats.,  
D.enD.(Hons.)(Regime 1984)  
กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

.....  
รองศาสตราจารย์ วิไล กุศลวิศิษฏ์กุล,  
วท.ม. (ชีวสถิติ)  
กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

.....  
ศาสตราจารย์นายแพทย์ บรรจง มไหสวริยะ,  
พ.บ.  
คณบดี  
บัณฑิตวิทยาลัย

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฉัตรสุมน พฤตภิณูโย,  
น.บ., สม.ม.ปช.ด. (ประชากรศาสตร์)  
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร  
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)  
สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และ  
สาธารณสุข  
คณะสาธารณสุขศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)

สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

วันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2551

นางสาว หนึ่งฤทัย มีสอาด

ผู้วิจัย

อาจารย์ สุชี อยู่สถาพร,

น.บ., D.E.A.de Droit des Affaires Contrats.,

D.enD. (Hons.)(Regime 1984)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ สุพัฒน์ ชีรเวชเจริญชัย,

ค.บ. (สุขศึกษา), วท.ม. (สาธารณสุขศาสตร์)

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ วิไล กุศลวิศิษฐ์กุล,

วท.ม. (ชีวสถิติ)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัทรสุนน พลฤทธิโย,

น.บ., สม.ม.ปช.ค. (ประชากรศาสตร์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ศาสตราจารย์ นพ. บรรจง มไหสวริยะ,

พ.บ.

คณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ พิทยา จารุพูนผล,

พ.บ., อ.ว. (ระบาควิทยา)

คณบดี

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฉัตรสุมน พฤทธิภิญโญ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ วิไล กุศลวิศิษฏ์กุล อาจารย์ ดร. สุธี อยู่สถาพร กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ สุพัฒน์ ธีรเวชเจริญชัย ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่งในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ สนับสนุนให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในทุกๆด้าน ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตากรุณาของอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และจะระลึกถึงพระคุณของอาจารย์ทุกท่านเสมอ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร โรงเรียนวัดสระเกศ โรงเรียนสตรี วัดมหาพฤฒาราม โรงเรียนสายปัญญาในพระราชินีปทุมธานี โรงเรียนศรีอยุธยา และ โรงเรียนเทพศิลา ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล ซึ่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จลุล่วงไปได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของแต่ละโรงเรียนทุกท่านเป็นอย่างดีซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ธุรการภาควิชาบริหารงานสาธารณสุขทุกท่าน ที่ให้การดูแล ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีมาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อนๆเอกบริหารกฎหมาย การแพทย์และสาธารณสุข รหัส 48 ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา น้องชาย และเครือญาติทุกท่านที่อยู่เคียงข้าง คอยให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจมาโดยตลอดทำให้ผู้วิจัยสามารถผ่านอุปสรรคต่างๆทั้งหมดมาได้ คุณค่าและประโยชน์อันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขอมอบแด่บุพการี คณาจารย์ และเครือญาติ รวมทั้งทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในครั้งนี้

หนึ่งฤทัย มีสอาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร (FACTORS AFFECTING BEER BEVERAGE DRINKING OF HIGH SCHOOL STUDENTS IN BANGKOK, THAILAND)

หนึ่งฤทัย มีสอาด 4837674 / PHPH/M

วท.ม.(สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: ฉัตรสุมน พงศ์กัญญา, น.บ., สม.ม.ปช.ด. (ประชากรศาสตร์), วิไล กุศลวิศิษฏ์กุล,

วท.ม. (ชีวสถิติ), สุธี อยู่สถาพร, น.บ.,D.E.A.de Droit des Affaires Contrats., D.enD. (Hons.)(Regime 1984)

#### บทคัดย่อ

ข้อมูลของสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า ปี 2550 พบว่ากลุ่มเยาวชนดื่มเบียร์ ปีละ 2.6 ล้านคน ซึ่งที่รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพยายามหามาตรการในการควบคุมและลดปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ยังไม่ครอบคลุมเพียงพอ การศึกษาเชิงสำรวจในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ เขตพื้นที่การศึกษา กรุงเทพมหานครเขต 1 จำนวน 403 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและใช้สถิติทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่าอายุเฉลี่ยที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก คือ 10.5 ปี โดยผู้ที่แนะนำให้เริ่มรู้เบียร์ครั้งแรกร้อยละ 32.5 คือบิดา และกรณีที่มิบุคคลในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 71.4 มีส่วนสนับสนุนการดื่มเบียร์ของนักเรียนในระดับปานกลาง / สูง นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 51.9 เคยดื่มเบียร์ และปัจจุบันยังคงดื่มเบียร์อยู่ร้อยละ 22.1 โดยอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรกคือ 13.5 ปี ส่วนใหญ่ร้อยละ 66.3 จะดื่มกับกลุ่มเพื่อนเป็นครั้งแรก ซึ่งพบว่ากลุ่มเพื่อนร้อยละ 67.9 มีอิทธิพลปานกลาง / สูง ต่อการดื่มเบียร์ สาเหตุเนื่องมาจากความอยากลองร้อยละ 75.2 นอกจากนี้ยังพบว่า ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ ความใกล้ชิด-ไกลของสถานศึกษา และแหล่งที่พักอาศัยมีอิทธิพลปานกลาง / สูง ต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียน (ร้อยละ 51.9 ร้อยละ 58.1 และร้อยละ 68.4 ตามลำดับ) ในส่วนของการหาได้ง่ายของเบียร์ เช่น ห้างสรรพสินค้าต่างๆร้อยละ 49.0 พบว่า มีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนในระดับปานกลาง ส่วนการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนในกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์พบว่าร้อยละ 83.2 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มที่ดื่มเบียร์พบว่าร้อยละ 28.6 มีการรับรู้ในระดับสูง ส่วนระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบ ร้อยละ 6.7 ของนักเรียนที่ไม่ทราบและเคยลักลอบนำเบียร์เข้าไปดื่มกับเพื่อนในช่วงเทศกาลพบ ร้อยละ 7.2 เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า เพศ ระดับชั้น การศึกษา มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนแผนการเรียน ผลการเรียนเฉลี่ย อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก การดื่มเบียร์ที่ผ่านมา ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยทางด้านสังคม มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการรับรู้กฎหมายและระเบียบรวมทั้งบทลงโทษของโรงเรียนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ไม่มี ความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ดังนั้น จากผลการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะว่ารัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรใช้มาตรการทางด้านจิตวิทยา และมาตรการทางด้านสังคมในการแก้ไขปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นมากกว่าที่จะมุ่งใช้มาตรการทางด้านกฎหมายเพียงอย่างเดียว เนื่องจากมาตรการทางด้านกฎหมายไม่สามารถควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นได้

คำสำคัญ: การดื่มเบียร์ / สาเหตุการดื่มเบียร์ / นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย / วัยรุ่น

## FACTORS AFFECTING BEER BEVERAGE DRINKING OF HIGH SCHOOL STUDENTS IN BANGKOK, THAILAND

NUENGRUETHAI MESAAD 4837674 PPH/M

M.Sc. (PUBLIC HEALTH) MAJOR IN MEDICAL AND PUBLIC HEALTH LAW ADMINISTRATION

THESIS ADVISORS: CHARDSUMON PRUTIPINYO, Ph.D. (DEMOGRAPHY), WILAI KUSOLVISITKUL, M.Sc. (BIOSTATISTICS), SUTHEE YOOSATAPORN, D.enD. (Hons – Regime 1984)

## ABSTRACT

The information of the Stop Drink Network in 2007 points out that 2.6 million teenagers per year drink beer. Government and concerned agencies tried to find measures to control and reduce problems that occurred from drinking alcoholic beverages but the measures are still not sufficient. This survey research aims to find relationships of factors influencing beer drinking of high school students studying in schools under the Office of Basic Education Commission, Ministry of Education in Bangkok Education Service Area Office 1. The data is collected by using questionnaires distributed to 403 high school student respondents and the statistics from Chi-square test.

The study's results show that the average age of high school students discovering knowing about beer for the first time is 10.5 years old. In 32.5 % of student, the first person who introduces beer to them is their father. Family members drinking alcoholic beverages (71.4 %) encourage beer drinking in students at medium to high levels. Most students (51.9 %) used to drink beer and 22.1 % still drink it at present. The average age they start drinking beer regularly for the first time is 13.5 years old. Most of them (66.3 %) drank beer with friend groups in the first time. The finding shows that 67.9 % of friend groups have a medium to high influence toward beer drinking of students, which mostly results from the curiosity to try beer (75.2 %). Moreover, the study found that satisfaction in price and image of beer, vicinity of school and alcoholic beverage-selling venues, as well as students' residences have a medium to high influence toward beer drinking of students with the proportions of 51.9, 58.1 and 68.4 %, respectively. The easy accessibility of beer such as in department stores, which is 49.0 %, has a medium influence toward beer drinking of high school students. For the recognition about laws related to alcoholic beverages among students who do not drink beer, 83.2 % understand it at a medium level. For the group of beer drinkers, the study found that 28.6 % understand the law at a high level. Concerning the regulations and penalty of schools regarding alcoholic beverages, the study found that 6.7 % of students do not know these rules, and 7.2 % used to smuggle beer to drink with friends during festivals. In analyzing other relationship into factors affecting beer-drinking, the research found that gender and grades (Mathayoms 4, 5, 6) relate to beer drinking of high school students with statistical significance at  $p = 0.05$ , Studying programs, GPA (Grade Point Average), the age of student that discovering knowing about beer for the first time, previous beer drinking, psychological and social factors relate to beer drinking of high school students with statistical significance at  $p = 0.01$ . The study points out that recognition about laws related to alcoholic beverages and school penalties has no relation with beer drinking of high school students.

Therefore, this study suggests that government and concerned agencies should use psychological and social measures to solve the problem of alcoholic beverage drinking among teenagers rather than aiming to use only law measure that cannot control alcohol consumption of teenagers.

KEY WORDS: BEER DRINKING / CAUSES OF DRINKING / HIGH SCHOOL STUDENTS / TEENAGERS

190 pp.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่	
<b>1 บทนำ</b>	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามในการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	4
สมมติฐานในการวิจัย.....	4
ขอบเขตในการวิจัย.....	4
นิยามตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
<b>2 ทบทวนวรรณกรรม</b>	
ส่วนที่ 1 ความหมาย ประเภท และผลที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	8
ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเยาวชนและการรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.....	14
ส่วนที่ 3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศและต่างประเทศ...	18
ส่วนที่ 4 แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	33
<b>3 วิธีการวิจัย</b>	
รูปแบบการวิจัย.....	60
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	65
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	71

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>4 ผลการวิจัย</b>	
ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย.....	72
ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา.....	83
ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม.....	91
ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	98
ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้าน จิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย.....	104
<b>5 การอภิปรายผล</b>	109
<b>6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ</b>	121
บทสรุปแบบสมบูรณภาษาไทย.....	126
บทสรุปแบบสมบูรณภาษาอังกฤษ.....	139
บรรณานุกรม.....	152
ภาคผนวก .....	157
ประวัติผู้วิจัย.....	190

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ระดับปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดที่มีผลต่อสุขภาพ.....	13
2	จำนวนนักเรียนตัวอย่างในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.....	64
3	จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	73
4	จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการดื่มเบียร์.....	76
5	จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ ในปัจจุบัน.....	79
6	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทาง จิตวิทยา ด้านความอยากลอง.....	84
7	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทาง จิตวิทยา ด้านความอยากลอง จำแนกรายชื่อ .....	85
8	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทาง จิตวิทยา ด้านความพึงพอใจในราคาและรูปปลั๊กชันของเบียร์ .....	87
9	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทาง จิตวิทยา ด้านความพึงพอใจในราคาและรูปปลั๊กชันของเบียร์ จำแนกรายชื่อ .....	88
10	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทาง จิตวิทยา ด้านการรับรู้สื่อโฆษณา.....	90
11	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทาง สังคม ด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว.....	91
12	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทาง สังคม ด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว จำแนกรายชื่อ....	92
13	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทาง สังคม ด้านกลุ่มเพื่อน.....	93
14	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทาง สังคม ด้านกลุ่มเพื่อน จำแนกรายชื่อ.....	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม ด้านการหาได้ง่ายของเบียร์.....	95
16	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม ด้านการหาได้ง่ายของเบียร์ จำแนกรายชื่อ.....	95
17	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม ด้านความใกล้-ไกลของสถานศึกษา.....	96
18	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม ด้านความใกล้-ไกลของสถานศึกษา จำแนกรายชื่อ.....	96
19	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม ด้านแหล่งที่พักอาศัย.....	97
20	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม ด้านแหล่งที่พักอาศัย จำแนกรายชื่อ.....	97
21	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	99
22	จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกรายชื่อ.....	101
23	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.....	105
24	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.....	106
25	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.....	107
26	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.....	108

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันจำนวนผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทำให้โรงงานผลิตสุราต่างๆเพิ่มปริมาณการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้นเป็นลำดับ เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคที่ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการรายงานภาวะทางสังคมของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกไตรมาส มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนเพิ่มขึ้นจาก 39,267 ล้านบาท ในไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2548 เป็น 42,059 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2549 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1 โดยเฉพาะเบียร์พบว่ามีจำนวนของการบริโภคและค่าใช้จ่ายครัวเรือนเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ คือในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนของการบริโภค 1,655 ล้านลิตร ในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนของการบริโภค 1,961 ล้านลิตร ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5 มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยในปี พ.ศ. 2548 ค่าใช้จ่ายครัวเรือนมีจำนวน 39,267 ล้านบาท และในปีพ.ศ. 2549 มีจำนวน 42,059 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.11 (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2550)

องค์การอนามัยโลก (WHO, 2543) ได้มีการจัดอันดับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศต่างๆ พบว่า ประเทศไทยมีสถิติการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อหัวต่อปี เป็นอันดับ 5 ของโลกรองจากประเทศโปรตุเกส สาธารณรัฐไอร์แลนด์ บาฮามาส และสาธารณรัฐเช็ก ซึ่งมีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 13.59 ลิตร/คน/ปี โดยที่คนไทยบริโภคเบียร์ (Beer) เป็นอันดับที่ 85 ของโลก ซึ่งมีปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ตั้งแต่ 1.09 ลิตร/คน/ปี ในปี พ.ศ. 2541 ปริมาณการบริโภค 1.13 ลิตร/คน/ปี ในปี พ.ศ. 2542 ปริมาณการบริโภค 1.25 ลิตร/คน/ปี ในปี พ.ศ. 2543 และปริมาณการบริโภค 1.31 ลิตร/คน/ปี ในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งเบียร์ถือว่าเป็นเครื่องดื่มที่วัยรุ่นใช้เป็นต้นทางนำไปสู่การดื่ม (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2549) และที่สำคัญจำนวนของผู้ดื่มรายใหม่ที่พบในปัจจุบันมีอายุน้อยลง โดยพบว่าเด็กอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ถึง 18,610,000 คน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2550: 1-4) นอกจากนี้ยังพบว่า ประชากรไทยที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป 1 ใน 3 คน มีการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ โดยสัดส่วน

ของผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 31.5 ในปี พ.ศ. 2534 เป็นร้อยละ 32.6 ในปี พ.ศ. 2546 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2546) และจากการสำรวจล่าสุดในปี พ.ศ. 2547 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า วัยรุ่นมีจำนวนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้นร้อยละ 21 ของวัยรุ่นชาย หรือ 1 ในล้านคนที่ดื่ม และวัยรุ่นหญิงมีจำนวนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นถึง 6 เท่า ในเวลา 7 ปี จากร้อยละ 1 เพิ่มเป็นร้อยละ 5.6 เพิ่มจากปี พ.ศ. 2548 ร้อยละ 16.3 การสำรวจครัวเรือนทั่วประเทศพบว่า ประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปร้อยละ 17.8 แบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 32.8 และเพศหญิงร้อยละ 3.1 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547)

เมื่อพิจารณาและวิเคราะห์สถานการณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันพบว่าภาวะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนขึ้นของผู้ดื่มรายใหม่ที่สำคัญคือ วัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนของชาติถึง ปีละ 2.6 ล้านคน (สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า, 2550: 3) นำมาซึ่งปัญหาต่างๆทั้งทางด้านสาธารณสุข เศรษฐกิจ และสังคมโดยรวมของประเทศ สาเหตุส่วนหนึ่งมีผลมาจากการโฆษณา มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ยืนยันว่าสื่อโฆษณาต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา วารสาร วิทยุและปัจจุบันเริ่มมีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะเบียร์ มีอิทธิพลชักนำให้วัยรุ่นดื่มเบียร์มากขึ้น เช่น เลือกซื้อเบียร์ยี่ห้อหนึ่ง ด้วยความรู้สึกว่าการดื่มเบียร์ชนิดนั้นเป็นการสร้างสัมพันธไมตรีในกลุ่มเพื่อนได้ และถ้าเป็นการลบความขุ่นเคืองกับเพื่อนได้จะต้องหันหน้าเข้าหากัน ดังคำกล่าวที่ว่า “หันหน้าเข้าหากันเพื่อสร้างสรรค์สังคมไทย” (ภควิศ วิเศษมณี, 2545) ซึ่งสื่อต่างๆเหล่านี้ได้ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และสร้างการยอมรับให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ โดยผู้ประกอบการได้เสนอภาพลักษณ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้และจดจำ (สำนักงานโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2547) นอกจากนี้ อิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งเป็นฐานย่อยที่สุดของสังคมหน่วยแรก โดยครอบครัวที่มีพ่อหรือแม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลูกจะมีโอกาสสูงที่จะเป็นคนดื่มด้วยในอนาคต ปัจจัยทางด้านเพื่อน และปัจจัยที่เกิดจากวัยรุ่นเอง เช่น ความอยากลอง เป็นต้น ล้วนมีส่วนที่ทำให้สถานการณ์ของการดื่มเบียร์ในวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2550)

จากสาเหตุดังกล่าวข้างต้นทำให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัจจัยต่างๆที่ส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มของวัยรุ่น ดังนั้นจึงพยายามหามาตรการเพื่อควบคุมและลดปัญหาต่างๆที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยได้ออกข้อบังคับต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาบังคับใช้เพิ่มมากขึ้น เช่น การออกพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 พระราชบัญญัติจรรยาบรรณ พ.ศ. 2522 กฎกระทรวงการคลังในการกำหนดเวลาขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุรา พระราชบัญญัติ

คุ้มครองเด็ก พ.ศ 2546 รวมทั้งประกาศกรมประชาสัมพันธ์ 2546 เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์และระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้กำหนดไว้ว่า ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มทุกชนิดที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ หรือเครื่องดื่มอื่นใดทางวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ตั้งแต่เวลา 05.00 – 22.00 น. เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ปัญหาต่างๆที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็ยังคงมีอยู่ และนับวันยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มและทวีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ แม้ว่าทางรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างพยายามที่จะใช้มาตรการต่างๆดังกล่าวข้างต้นเพื่อแก้ไขปัญหาแล้วก็ตาม ซึ่งยังไม่มีมาตรการครอบคลุมเพียงพอต่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มวัยรุ่นที่ปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงได้มีการบัญญัติพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้น โดยมีมาตรการควบคุมอย่างเข้มงวด ตั้งแต่สถานที่จำหน่าย การกำหนดอายุผู้ซื้อ การควบคุมการโฆษณา ไปจนถึงบทลงโทษผู้ฝ่าฝืน จึงนำมาซึ่งการศึกษาในครั้งนี้เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่น่าจะส่งผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่นับวันยังเพิ่มจำนวนของผู้ดื่มรายใหม่ที่มีอายุน้อยมากขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญในการสนับสนุนพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีประสิทธิภาพในการบังคับใช้ต่อไปในอนาคต

## คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้แก่ อายุ เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการเรียน ผลการเรียนเฉลี่ย อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก บุคคลที่แนะนำให้รู้จักเบียร์ และการดื่มเบียร์ที่ผ่านมา เป็นอย่างไร และมีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือไม่
2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความอยากลอง ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของสินค้า และการรับรู้สื่อโฆษณาเป็นอย่างไร และมีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือไม่
3. ปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน การหาได้ง่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความใกล้ชิด – ใกล้ของสถานศึกษาและแหล่งที่พักอาศัยเป็นอย่างไร และมีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือไม่
4. ปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในส่วนของการจำกัดอายุผู้ซื้อ การจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การควบคุมการโฆษณา และการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่าย และการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น

อย่างไร และมีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือไม่

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

### สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
3. ปัจจัยทางด้านสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
4. ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

### ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาในกลุ่มนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เขตการศึกษาที่ 1 ในกรุงเทพมหานคร

## นิยามตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

**เบียร์** หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านกระบวนการหมักผลิตภัณฑ์พวกธัญพืช โดยมีความแรงของแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 0.5 ดีกรีขึ้นไป

**การดื่มเบียร์** หมายถึง การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการเขตการศึกษาที่ 1 กรุงเทพมหานคร ในช่วง 1 สัปดาห์ ที่ผ่านมา โดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ

1. ไม่ดื่ม
2. ดื่ม ระบุจำนวน..แก้ว / 1 สัปดาห์ กระจ่าง / 1 สัปดาห์ ขวด / 1 สัปดาห์  
ซีซี / 1 สัปดาห์

**นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย** หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สายสามัญศึกษา สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เขตการศึกษาที่ 1 กรุงเทพมหานคร

**ผลการเรียนเฉลี่ย** หมายถึง ระดับผลการเรียนรวมในภาคเรียนสุดท้ายก่อนการเก็บข้อมูลของนักเรียนแต่ละคน โดยแบ่งออกเป็น 8 ระดับคือ

- ระดับผลการเรียน 4.0 หมายถึง ผลการเรียนดีเยี่ยม
- ระดับผลการเรียน 3.5 หมายถึง ผลการเรียนดีมาก
- ระดับผลการเรียน 3.0 หมายถึง ผลการเรียนดี
- ระดับผลการเรียน 2.5 หมายถึง ผลการเรียนค่อนข้างดี
- ระดับผลการเรียน 2.0 หมายถึง ผลการเรียนน่าพอใจ
- ระดับผลการเรียน 1.5 หมายถึง ผลการเรียนพอใช้
- ระดับผลการเรียน 1.0 หมายถึง ผลการเรียนผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ
- ระดับผลการเรียน 0.0 หมายถึง ผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์

**การรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย** หมายถึง กระบวนการที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สามารถแปลความหมายของข้อมูลที่ได้เรียนรู้เกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแสดงออกมาในรูปของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

**การดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว** หมายถึง การดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์ ของบิดา มารดา ญาติ พี่ น้องที่อาศัยอยู่ในครอบครัวเดียวกัน

**การรับรู้สื่อโฆษณา** หมายถึง การได้เห็น ได้ฟัง ได้ดู สื่อโฆษณา ทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์รวมทั้งป้ายโฆษณาที่เกี่ยวกับเครื่องดัดแอลกอฮอล์แล้วเกิดการปฏิบัติตามในการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้น หรือเกิดการดึงดูดโน้มน้าวให้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเมื่อมีโอกาส

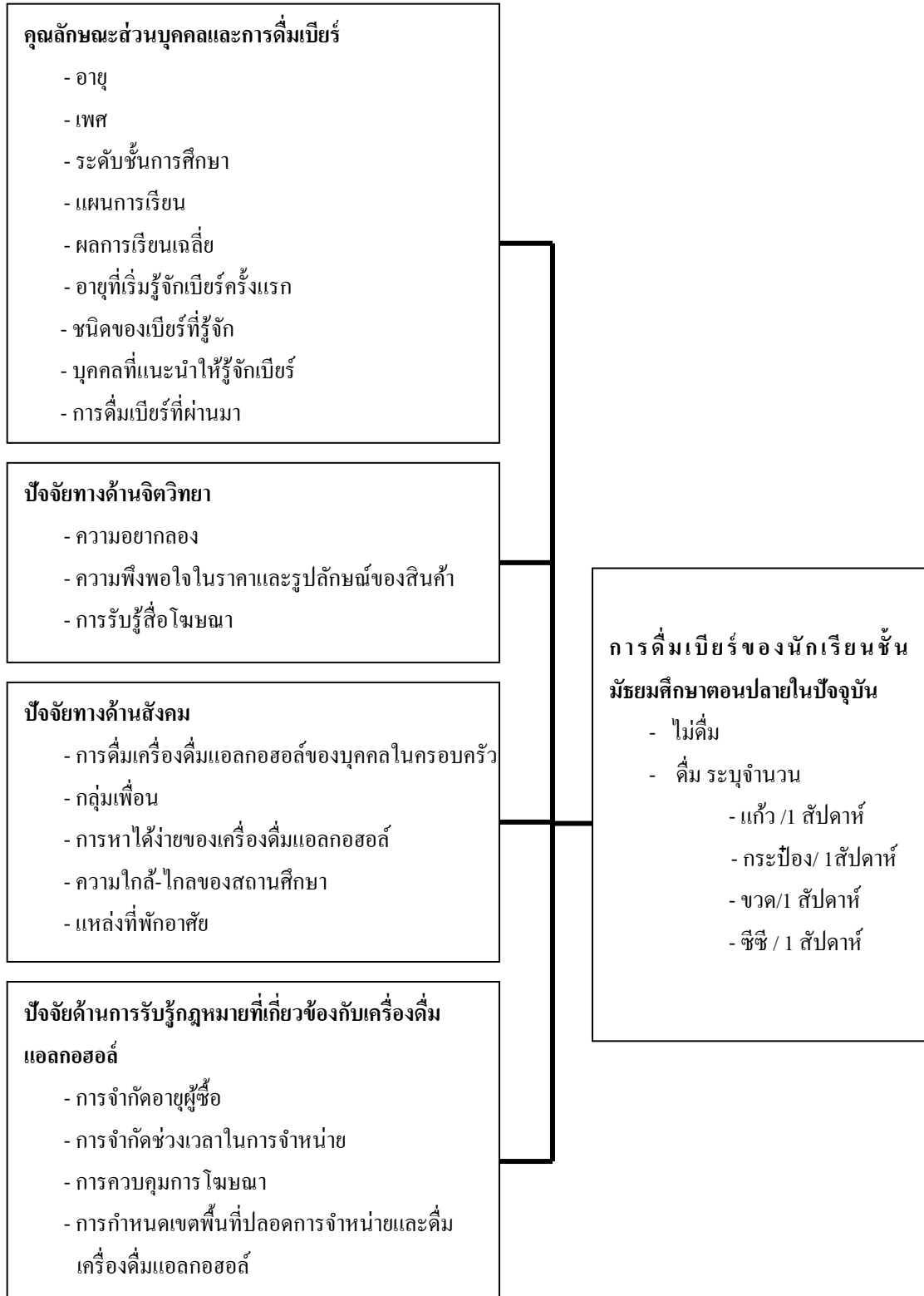
**การหาได้ง่ายของเครื่องดัดแอลกอฮอล์** หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงสถานที่จำหน่าย แหล่งที่ดัด และการได้รับอนุญาตให้ซื้อเครื่องดัดแอลกอฮอล์

**ความพึงพอใจในราคา** หมายถึง ความพึงพอใจต่อจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อเครื่องดัดแอลกอฮอล์ว่ามีความเหมาะสมสามารถซื้อมาดัดได้

**กฎหมาย** หมายถึง กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมเครื่องดัดแอลกอฮอล์ได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 ในด้านการจำกัดอายุของผู้ซื้อ ประกาศกรมประสัมพันธ์ พ.ศ 2546 ในการกำหนดช่วงเวลาของสื่อในการโฆษณา การห้ามติดตั้งป้ายโฆษณาใกล้สถานศึกษาในระยะ 500 เมตร กระทรวงการคลัง ฉบับที่ 36 พ.ศ. 2504 ในการกำหนดเวลาเปิด-ปิดของสถานบริการ การห้ามจำหน่ายเครื่องดัดแอลกอฮอล์ในบริเวณสถานศึกษาและศาสนสถาน และ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2549 เรื่องแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับเครื่องดัดแอลกอฮอล์สำหรับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

**ตัวแปรอิสระ**

**ตัวแปรตาม**



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สายสามัญศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการเขตการศึกษาที่ 1 กรุงเทพมหานคร โดยได้ทำการศึกษาทบทวนเกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียงกับการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิจัยต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ความหมาย ประเภท และผลที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเยาวชนและการรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ส่วนที่ 3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศและต่างประเทศ

ส่วนที่ 4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ความหมาย ประเภท และผลที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

#### 1.1 ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แอลกอฮอล์ หรือที่คนไทยเรียกว่า สุรา หรือเหล้า เป็นสารธรรมชาติที่ได้มาจากกระบวนการหมักน้ำตาล (เช่น จากข้าว อุ่น และข้าวโพด) กับยีสต์ เกิดเป็นสารที่เรียกว่า เอทานอล (Ethanol) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักในเครื่องดื่มประเภทสุรา แต่การที่จะดื่มเอทานอลอย่างเดียวไม่สามารถดื่มได้ต้องมีส่วนผสมที่เรียกว่า คอนจินเนอร์ (Congener) ทำให้รสชาติสามารถดื่มได้ไม่บาดคอ โดยมีปริมาณของเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl Alcohol) ผสมอยู่ในปริมาณไม่เกิน 60% ซึ่งเป็นเกณฑ์กำหนดของสากลทั่วไปที่สามารถดื่มได้ และตามหลักสากลทั่วไป คำว่า 1 ดริงค์ (Drink) นั้นหมายถึงเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ผสมอยู่ 12 กรัม ซึ่งเทียบเท่ากับเบียร์ (3.6% เอทานอล) ขนาด 12 ออนซ์ (1 ออนซ์ เท่ากับ 30 มิลลิลิตร) (สถาบันธัญญารักษ์, 2548:1)

องค์การอนามัยโลก (2539) ได้ให้ความหมายของคำว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcoholic beverages) ไว้ว่า เป็นของเหลวที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ชนิดดื่ม หรือ เอทานอล ใช้เพื่อการดื่ม ส่วนใหญ่ได้มาจากการหมัก (Fermentation) หรือได้มาจากการหมักแล้วกลั่น เช่น เบียร์ รัม วิสกี้ รัม เบียร์ ไวน์ เป็นต้น

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แห่งชาติ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ได้ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 3 ของร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไว้ดังนี้ “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” หมายความว่า สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท ยาเสพติดให้โทษ ตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

มาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า สุรา ไว้ว่า “สุรา” หมายความว่า ความรวมถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ซึ่งสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุรา หรือ ซึ่งดื่มกินไม่ได้แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา

แอลกอฮอล์ ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 หมายถึงสารอินทรีย์ชนิดหนึ่ง ลักษณะเป็นของเหลวใส กลิ่นฉุน ระเหยง่าย มีจุดเดือด 78.5 องศาเซลเซียสชื่อเต็มคือ เอทิลแอลกอฮอล์ แต่มักเรียกสั้นๆว่า แอลกอฮอล์ โดยปกติเกิดจากการหมักสารประเภทแป้งหรือน้ำตาลผสมยีสต์ซึ่งมักเรียกกันว่า แป้งเชื้อ หรือเชื้อหมัก เป็นองค์ประกอบสำคัญของสุราและเมรัยทุกชนิด เมื่อดื่มเข้าไปจะออกฤทธิ์ทำให้มีอาการมึนเมา ใช้ประโยชน์เป็นตัวทำละลายและเป็นเชื้อเพลิง เป็นต้น

ดังนั้น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มทุกชนิดที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ผสมอยู่แต่ต้องไม่เกิน 60 ดีกรี และสามารถดื่มกินได้ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ เบียร์

## 1.2 ความหมายและประเภทของเบียร์

เบียร์ จัดเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดหนึ่ง โดยที่แอลกอฮอล์นั้นได้มาจากการหมักข้าวบาร์เลย์ (Barley) จนเกิดเป็นเอนไซม์ เปลี่ยนแปลงเป็นน้ำตาล ซึ่งเรียกว่า ข้าวมอลต์ (Malt) แล้วจึงนำไปต้มด้วยความร้อนต่ำกับน้ำที่ปรับสภาพจนได้ที่แป้งจะเปลี่ยนเป็นน้ำตาลอีกชั้นหนึ่ง จากนั้นส่วนที่ต้มแล้วจะส่งเข้าเครื่องกรอง เพื่อแยกกากข้าวมอลต์ออกเหลือส่วนที่เป็นของเหลวที่มีน้ำตาลมอลต์ละลายอยู่เรียกว่า เวิร์ท (Wort) นำไปต้มแล้วเติมฮ็อพ (Hop) ซึ่งเป็นดอกของพืชล้มลุกที่ทำให้เบียร์มีรสขมกลมกล่อม ซึ่งปลูกกันแพร่หลายมากในทวีปยุโรป เมื่อต้มจนได้ที่แล้วนำมาทำ

ให้เย็นลงแล้วกรองแยกกากและส่วนที่เหลือของฮ็อพออกเพื่อเตรียมเข้าสู่การหมัก ซึ่งต้องอาศัยยีสต์ที่เป็นตัวเปลี่ยนน้ำตาลข้าวมอลต์ส่วนใหญ่ให้กลายเป็นแอลกอฮอล์และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เมื่อหมักได้ที่แล้วจะนำไปบ่มในถังเก็บที่ควบคุมความดันในห้องที่เย็นจัดเพื่อให้อีสต์และโปรตีนจากข้าวมอลต์ที่ไม่ละลายตกตะกอน เมื่อบ่มจนครบกำหนดแล้วนำเบียร์ที่ได้มากรองเอาส่วนที่ตกตะกอนออกเมื่อกรองแล้วเบียร์ที่ได้ในขั้นนี้เรียกว่า “เบียร์สด” ส่วนหนึ่งบรรจุถังเพื่อส่งไปบริการแก่ผู้ที่นิยมบริโภคเบียร์สด อีกส่วนหนึ่งนำไปบรรจุขวดและผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อโรคหรือพาสเจอร์ไรเซชัน (Pasteurization) และปิดฉลากพร้อมที่จะส่งให้ผู้บริโภค โดยมีความแรงของแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 0.5 ดีกรีขึ้นไป (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนเล่ม 23)

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2545: 1) ได้ให้ความหมายของ เบียร์ ว่า หมายถึง เครื่องดื่มที่มีความแรงของแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 0.5 ดีกรีขึ้นไป

ดังนั้น เบียร์ หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านกระบวนการหมักผลิตภัณฑ์พวกธัญพืชโดยมีความแรงของแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 0.5 ดีกรีขึ้นไป

#### 1.2.1 ความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์ (สุพัฒน์ วีระเวชเจริญชัย, 2534: 125)

(1) แสดงเป็นร้อยละโดยน้ำหนัก หมายถึง จำนวนกรัมของแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่ม 100 มิลลิลิตร โดยทั่วไปมักใช้ตัวแทนหน่วยว่า “เปอร์เซ็นต์” (% g)

(2) แสดงเป็นร้อยละโดยปริมาตร หมายถึง จำนวนมิลลิลิตรของแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่ม 100 มิลลิลิตร โดยทั่วไปมักใช้ตัวแทนหน่วยว่า “ดีกรี” (% vol)

(3) แสดงเป็นบรู๊ฟ หมายถึง จำนวนสองเท่าของร้อยละโดยปริมาตร เช่น เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ 70% vol จะเท่ากับ 140 บรู๊ฟ โดยทั่วไปมักใช้ตัวแทนหน่วยว่า “บรู๊ฟ” (Proof) โดย สุรา 1 ดีกรี หมายถึง จำนวนแอลกอฮอล์ 8 กรัม ที่อยู่ในสุรา 1 ลิตร แอลกอฮอล์จำนวน 1 กรัม ที่ผูกเผาผลาญในร่างกาย ให้พลังงานความร้อน 7 แคลอรี

1.2.2 ปริมาณความเข้มข้นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชนิดมีดังนี้ (Alcohol by volume, 2550)

- (1) น้ำผลไม้ มีแอลกอฮอล์น้อยกว่าร้อยละ 0.1
- (2) เบียร์ มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 3-9
- (3) ไชเดอร์ มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 4-8
- (4) ไวน์ มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 10-15

- (5) ลิเกียว มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 15-55
- (6) สุรา มีแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 40
- (7) วิสกี้และรัม มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 60
- (8) แอบซินธ์ มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 55-89.5

1.2.3 ปริมาณความเข้มข้นของเบียร์ในต่างประเทศมีดังนี้ (The Great British Beer Festival, 2547)

- (1) ประเทศเดนมาร์ก มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 5.9 ต่อ กระจบอง
- (2) ประเทศโปแลนด์ มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 5.7 ต่อ ขวด
- (3) ประเทศญี่ปุ่น มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 5.0-5.5 ต่อ กระจบอง
- (4) ประเทศอเมริกาใต้ มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 5.0 ต่อ ขวด
- (5) ประเทศเบลเยียม มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 5.0 ต่อ กระจบอง

1.2.4 ลักษณะการบรรจุเบียร์ในแต่ละประเทศแบ่งออกได้ดังนี้ (History of the Aluminum Can, 2550)

- (1) ประเทศแถบอเมริกาเหนือมีการบรรจุเบียร์ในกระจบอง ขนาดมาตรฐานคือ 355 ซีซี
- (2) ประเทศอินเดียและยุโรปส่วนใหญ่มีการบรรจุเบียร์ในกระจบอง ขนาดมาตรฐานคือ 335 ซีซี หรือประมาณ 1 ใน 3 ลิตร แต่ในชนบทของทวีปยุโรปมีการบรรจุเบียร์ในกระจบอง ขนาดมาตรฐานคือ 500 ซีซี ซึ่งเหมาะสมสำหรับดื่มเป็นประจำเนื่องจากมีกระจบองที่ใหญ่
- (3) ประเทศออสเตรเลียมีการบรรจุเบียร์ในกระจบอง ขนาดมาตรฐานคือ 375 ซีซี
- (4) ประเทศแอฟริกาใต้มีการบรรจุเบียร์ในกระจบอง ขนาดมาตรฐานคือ 340 ซีซี

### 1.2.5 อุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมเบียร์ของประเทศไทยเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2477 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวและเจริญเติบโตมาเป็นลำดับซึ่งมีการขยายตัวสูงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาในอัตราร้อยละ 20 ต่อปี ซึ่งจากข้อมูลของมูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ (มสช.) ได้ทำการศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเบียร์ของประเทศพบว่า มีลักษณะเป็นธุรกิจแบบ “กึ่งผูกขาด” ซึ่งผู้ผลิตเบียร์ส่วนใหญ่ถือหุ้นโดยธุรกิจครอบครัว ปัจจุบันมีผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่ 5 ราย คือ

- (1) บริษัทบุญรอด บริวเวอรี่ ผู้ผลิตเบียร์ยี่ห้อ เบียร์สิงห์ เบียร์ลีโอ และมิทท์  
ไวต้า
- (2) บริษัทเบียร์ไทย (1991) ผู้ผลิตเบียร์ยี่ห้อ เบียร์ช้าง
- (3) บริษัทคาร์ลสเบอร์ก บริวเวอรี่ (ประเทศไทย) ผู้ผลิตเบียร์ยี่ห้อ เบียร์  
คาร์ลสเบอร์ก
- (4) บริษัทไทยอมฤต บริวเวอรี่ ผู้ผลิตเบียร์ยี่ห้อ เบียร์อมฤตเอ็นบีและเบียร์  
กลอสเตอร์
- (5) บริษัทไทยเอเชีย แปซิฟิค บริวเวอรี่ ผู้ผลิตเบียร์ยี่ห้อ ไฮเนเก้น

โดยพบว่าบริษัทบุญรอด บริวเวอรี่ และบริษัทเบียร์ไทย (1991) เป็นผู้นำ  
ตลาด 2 รายแรกที่มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 90 ซึ่งบริษัทเบียร์ไทย (1991) เป็นผู้นำ  
ตลาดเป็นอันดับ 1 ของประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นมา ซึ่งมีการแบ่งระดับหรือเกรดของ  
เบียร์ออกได้ 3 ระดับดังนี้คือ

- 1) เบียร์สแตนดาร์ด มีระดับแอลกอฮอล์สูง มีราคาอยู่ในระดับ ปานกลาง  
ถึงค่อนข้างสูง ตัวอย่างยี่ห้อเบียร์ ได้แก่ เบียร์สิงห์ เบียร์คาร์ลสเบอร์ก เบียร์ช้างและเบียร์ลีโอ ครอง  
ตลาดเป็นอันดับ 1 มากกว่าร้อยละ 90
- 2) เบียร์พรีเมียม มีระดับแอลกอฮอล์ต่ำกว่าเบียร์สแตนดาร์ด มีราคาอยู่ใน  
ระดับค่อนข้างสูง ตัวอย่างยี่ห้อเบียร์ ได้แก่ เบียร์ไฮเนเก้น เบียร์มิทท์ไวต้า และเบียร์กลอสเตอร์  
ครองตลาดเป็นอันดับ 2 ในสัดส่วนร้อยละ 6-7
- 3) เบียร์นำเข้า มีระดับแอลกอฮอล์ต่ำกว่าเบียร์สแตนดาร์ด มีราคาอยู่ใน  
ระดับสูง ตัวอย่างยี่ห้อเบียร์ ได้แก่ เบียร์โคโรน่า เบียร์บัคไวเซอร์ และเบียร์มิลเลอร์ ครองตลาดเป็น  
อันดับ 3 ในสัดส่วนร้อยละ 1

ช่องทางในระบบการจัดจำหน่ายเบียร์ มี 2 ช่องทางคือ 1) การขายตรงและ  
ขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (เอเยนต์หรือยี่ปั้ว) 2) การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายย่อย (ซับเอเยนต์  
หรือชาปั้ว) โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลายออกไป เช่น ในกลุ่มตัวแทนจำหน่ายของเบียร์  
สิงห์ได้มีการจัดตั้ง “ชมรมผู้ค้าเบียร์สิงห์” ซึ่งมีการร่างกฎระเบียบโดยศูนย์จำหน่ายของเบียร์สิงห์  
คือ ห้ามขายตัดราคา ห้ามขายข้ามพื้นที่ ห้ามขายสินค้าคู่แข่ง ผู้ที่ละเมิดจะถูกปรับเงิน ลดจำนวน  
สินค้าและเลิกสัญญา นอกจากนี้มีการใช้กลยุทธ์ “บังคับขายเหล่าฟวงเบียร์” ซึ่งผู้ประกอบการนิยม  
ใช้กลยุทธ์การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โรงภาพยนตร์ โปสเตอร์กลางแจ้ง  
และสื่อต่างๆ อย่างแพร่หลาย (มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, 2547)

## ตารางที่ 1 ระดับปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดที่มีผลต่อสุขภาพ

ระดับแอลกอฮอล์ในเลือด (หน่วย: มก. % - มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์)	ผลต่อสุขภาพ
30 มก. %	รู้สึกสนุกสนานร่าเริง
50 – 150 มก. %	เดินไม่ตรงทาง เดินเซ เนื่องจากเสียการควบคุมระบบกล้ามเนื้อ การเคลื่อนไหว การตัดสินใจช้าลง สมรรถภาพในการมองเห็นลดลง
150 – 300 มก. %	สับสน ง่วงงม ซึม ไม่ตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นต่างๆ พูดไม่ชัด การทำงานของระบบต่างๆในร่างกายไม่ประสานกัน
300 – 500 มก. %	เสียการควบคุมกล้ามเนื้อ การมองเห็นเลือนลาง ระดับน้ำตาลในเลือดต่ำ ระบบการหายใจถูกกด บางรายอาจหายใจไม่ออกและเสียชีวิต
500 มก. % ขึ้นไป	สภาพร่างกายวิกฤต สูญเสียประสาทสัมผัสต่างๆ ไม่รู้สึกตัว หายใจช้าลงและอาจถึงแก่ชีวิตได้หากได้รับการแก้ไขไม่ทัน

ที่มา: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ

### 1.3 ผลที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เมื่อดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เข้าไปจะไหลผ่านจากปากและซึมเข้าสู่ร่างกายอย่างรวดเร็วโดยแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่จะถูกดูดซึมเข้าสู่กระเพาะอาหารและกระจายเข้าสู่กระแสเลือดภายในเวลาเพียง 5 นาที ก่อนจะส่งไปยังเซลล์ เนื้อเยื่อ ของเหลวทุกแห่งในร่างกาย และอวัยวะต่างๆภายในเวลา 10 – 30 นาที ทั้งนี้จะสามารถตรวจพบแอลกอฮอล์ในเลือดได้ภายในเวลา 5 นาที หลังการดื่มและเริ่มก่อให้เกิดผลเสียต่ออวัยวะต่างๆทั่วร่างกาย ตั้งแต่ปากลงไปจนถึงตับ ซึ่งทำหน้าที่

ที่รับสารพิษจากแอลกอฮอล์มากที่สุดซึ่งถ้าถูกทำลายมากก็จะทำให้เสียชีวิตได้

นอกจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพและร่างกายแล้วยังก่อให้เกิดปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมตามมาอย่างต่อเนื่อง เช่น จากผลการศึกษาของมูลนิธิเพื่อนหญิง เมื่อ พ.ศ. 2545 พบว่าค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครอบครัวที่มีผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงถึงเฉลี่ยประมาณวันละ 100 – 300 บาท เมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้ดื่มขั้นต่ำประมาณ 13 ล้านคน และในอัตราความถี่ของการดื่มประมาณสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นเงินค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึง 4.68 หมื่นล้านบาทในแต่ละปี ซึ่งข้อมูลในปี พ.ศ. 2544 พบว่าคนไทยเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากรถ 12,544 คน และ บาดเจ็บอีก 946,900 คน สร้างความสูญเสียทางเศรษฐกิจถึงประมาณ 122,400 – 189,040 ล้านบาท อันเป็นผลมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมทั้งก่อให้เกิดปัญหาความรุนแรงในครอบครัวและสังคมตามมาอีกเป็นจำนวนมากจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

## ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเยาวชนและการรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเยาวชนหรือวัยรุ่น

#### 2.1.1 ความหมายของเยาวชนหรือวัยรุ่น

องค์การอนามัยโลก (2548) ได้ให้ความหมายของเยาวชนไว้ว่า หมายถึง บุคคลที่มีอายุระหว่าง 13-19 ปีบริบูรณ์

กรมสุขภาพจิตของประเทศสหรัฐอเมริกา (2550) ได้ให้ความหมายของวัยรุ่นไว้ว่า หมายถึง วัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกาย อารมณ์และพฤติกรรม โดยมีอายุระหว่าง 13-18 ปีบริบูรณ์

พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลคดีเด็กและเยาวชน พ.ศ.2494 ได้บัญญัติความหมายของเยาวชนไว้ดังนี้ เยาวชน หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 14 ปีบริบูรณ์แต่ยังไม่ถึง 18 ปีบริบูรณ์ แต่มิได้หมายความรวมถึงบุคคลผู้บรรลุนิติภาวะด้วยการสมรส

ดังนั้น เยาวชนหรือวัยรุ่น หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 14 ปีบริบูรณ์ แต่ยังไม่ถึง 18 ปีบริบูรณ์ แต่มิได้หมายความถึงบุคคลที่บรรลุนิติภาวะด้วยการสมรส ในที่นี้หมายถึง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

### 2.1.2 การแบ่งระยะของวัยรุ่น

การเปลี่ยนแปลงของวัยรุ่นเป็นการเจริญเติบโตทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมไปด้วยกัน โดยเป็นช่วงของการเปลี่ยนผ่านจากวัยเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ แต่ไม่มีขีดขั้นที่แน่นอนว่าเริ่มต้นและสิ้นสุดเมื่อใด แต่โดยปกติแล้วเด็กหญิงจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของร่างกายเร็วกว่าเด็กชายประมาณ 2 ปี โดยเข้าสู่วัยรุ่นเมื่ออายุประมาณ 11-13 ปี หลังจากนั้นจะค่อยๆ เจริญเติบโตและชลอการเจริญเติบโตลงในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย ส่วนเด็กชายนั้นจะเริ่มเข้าสู่วัยรุ่นเมื่ออายุประมาณ 13-15 ปี และจะเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เมื่อร่างกายเจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์ และมีพัฒนาการจนบรรลุวุฒิภาวะจึงถือว่าเข้าสู่ผู้ใหญ่ คือเมื่ออายุประมาณ 20-22 ปี โดยองค์การอนามัยโลก ได้แบ่งระยะของวัยรุ่นออกเป็น 3 ช่วงดังนี้คือ

- (1) วัยรุ่นตอนต้น (Pubertal Phase) คือช่วงอายุระหว่าง 10-13 ปี
- (2) วัยรุ่นตอนกลาง (Mild Adolescence) คือช่วงอายุระหว่าง 14-16 ปี
- (3) วัยรุ่นตอนปลาย (Adolescence Proper) คือช่วงอายุระหว่าง 17-20 ปี

### 2.1.3 ลักษณะของวัยรุ่น

ลักษณะของวัยรุ่นที่มีการศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาพบว่า มีลักษณะดังนี้ (มาโนช หล่อตระกูล และคณะ, 2539: 12-14)

- (1) วัยรุ่นตอนต้น (อายุ 12-16 ปี) มีลักษณะต่างๆ ดังนี้
  - (1.1) ความสนใจตัวเอง วัยรุ่นในช่วงอายุนี้นี้ไม่ว่าเพศหญิงหรือเพศชายเกือบทุกคนส่วนใหญ่จะให้ความสนใจกับหน้าตาของตนเองมากขึ้น ใช้เวลาในการสำรวจตนเอง หน้ากระจะกนมากขึ้น กลัวการถูกตำหนิหรือวิจารณ์ ดังนั้นเด็กจึงพฤติกรรมไปตามกลุ่มเพื่อน เช่น การแต่งตัวตามสมัยนิยม เป็นต้น
  - (1.2) ความต้องการเป็นตัวของตัวเองและการคบเพื่อน วัยรุ่นในช่วงนี้จะเลื่อมความศรัทธาในตัวบิดามารดาลง เพื่อนำไปสู่ความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ยอมทำตามคำสั่งของบิดามารดา หรือผู้ปกครองอีกต่อไป ซึ่งบิดา มารดาหรือผู้ปกครองบางท่านอาจยิ่งแสดงอำนาจเพื่อพยายามควบคุมบุตรไว้เหมือนเดิม หรือกล่าวว่าวัยรุ่นในทางที่ไม่ดี อาจทำให้เด็กรู้สึกว่าการต้องการเป็นตัวของตัวเองนั้นเป็นเรื่องไม่เหมาะสมไม่ควรทำ โดยที่การมีเพื่อนทำให้เด็กแยกตัวจากบิดามารดาชัดเจนขึ้น ได้เรียนรู้จากสิ่งภายนอกครอบครัวหรือสังคมทั่วไป วัยรุ่นจะพยายามเลียนแบบกลุ่ม ไม่ว่าจะการแต่งกาย ทรงผม หรือภาษากลุ่ม คล้ายสังคมเพื่อนเป็นเหมือนห้องทดลองให้วัยรุ่นได้ใช้ทดสอบว่า สิ่งต่าง ๆ นั้นมีสิ่งใดที่เหมาะสมเข้ากับตน และสังคมยอมรับบ้าง ซึ่งวัยรุ่นนิยมคบเพื่อนเพศเดียวกัน ไปไหนไปเป็นกลุ่มใหญ่ๆ โดยอาจมีเพื่อนต่างเพศอีกกลุ่มหนึ่งไปด้วยจนกระทั่งตอน

ปลายของวัยรุ่นตอนต้นจึงเริ่มสนใจเพื่อนต่างเพศมากขึ้น

## (2) วัยรุ่นตอนปลาย (อายุ 16-19 ปี) มีลักษณะต่างๆดังนี้

(2.1) ลักษณะทางอารมณ์ วัยรุ่นในช่วงนี้จะมีลักษณะทางอารมณ์ค่อนข้างสับสน แม้ตัววัยรุ่นเองบางคนก็ไม่อาจบอกได้ชัดเจนว่ารู้สึกอย่างไรอาจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรง ซึ่งอาจยังไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดีนัก บางคนอาจรู้สึกเบื่อสิ่งที่อยู่และเคยชอบ แต่ก็บอกไม่ได้ว่าต้องการอะไร วัยรุ่นมักต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมอย่างมาก เหนงได้ง่าย จึงอาจเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือใช้สารเสพติดต่างๆเพื่อลดลักษณะทางอารมณ์ดังกล่าวข้างต้น และเพื่อความอยากตื่นเต้น อยากรู้

(2.2) การหาเอกลักษณ์ สังคมวัยรุ่นไทยการแยกตัว (Individuation) เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการพยายามหาเอกลักษณ์ (Identity) การเข้าแก๊ง หนีออกจากบ้าน สูบบุหรี่ และใช้สารเสพติด ถือเป็นเพียงกระบวนการแยกตนเอง แต่การหาเอกลักษณ์อาจประกอบไปด้วยส่วนประกอบอีกหลายประการ คือ

1) เอกลักษณ์ในกลุ่มเพื่อนและสังคม วัยรุ่นอาจพยายามแสดงความเป็นผู้ใหญ่ ตัดสินใจเองในเรื่องต่างๆ แต่บางคนอาจถอยมาทำตัวเป็นเด็กในบางกรณีที่ขาดความมั่นใจ

2) เอกลักษณ์ในหน้าที่อาชีพ บางคนมุ่งมั่นกับอาชีพบางอาชีพจนไม่สนใจทางเลือกอื่นหรือความเป็นไปได้อื่น บางคนเลือกตามที่ครอบครัวต้องการ หรือเลือกเพราะต้องการขยับฐานะทางสังคมของตนเองให้สูงขึ้น

(2.3) ลักษณะความคิด วัยรุ่นมักมีอุดมการณ์ในบางเรื่อง รวมกลุ่มกันทำกิจกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามแบบที่ตนเองเห็นว่าดี

(2.4) การคบเพื่อน มีการคบเพื่อนต่างเพศในลักษณะของความรักรจะเห็นได้มากและชัดเจนขึ้น มักเริ่มมีการนัดหมายไปเที่ยวในที่ต่างๆ

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

### 2.2.1 ความหมายของการรับรู้

ชิฟแมน (Schiffman, 1994: 162 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ (Perception) ไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเป็นภาพรวมขึ้นมา หรืออาจหมายถึง วิธีการที่เรามองโลกที่อยู่รอบๆตัวเรา บุคคล 2 คนซึ่งได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกัน

เงื่อนไขอย่างเดียวกันแต่จะมีอิทธิพลแสดงอาการรู้จักเลือก จัดระเบียบและการตีความหมาย เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการ (Needs) ค่านิยม (Values) และความคาดหวัง (Expectation)

สุชา จันท์ธรม (2525: 254) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ คือ การจัดระบบการรวบรวมและตีความหมายจากการรับสัมผัส (Sensation) หรือ หมายถึง ขบวนการที่สิ่งมีชีวิตรับเอาเรื่องราวต่างๆ โดยอาศัยอวัยวะรับสัมผัสเป็นสื่อกลาง หรือ หมายถึง ขบวนการที่เกิดขึ้นอยู่ระหว่างสิ่งเร้า และการตอบสนองสิ่งเร้าดังนี้คือ

สิ่งเร้า (Stimulus) → การรับรู้ (Perception) → การตอบสนอง (Response)

กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ (2527: 22) กล่าวถึงการรับรู้ไว้ว่า เป็นกระบวนการตีความสิ่งเร้าจากการสัมผัสของอวัยวะต่างๆ ทั้งนี้ต้องอาศัยประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้ หรือ การคิด

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่า การรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หมายถึง กระบวนการที่นักเรียนสามารถแปลความหมายของข้อมูลที่ได้เรียนรู้เกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแสดงออกมาในรูปแบบของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

### 2.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ (สถิต วงศ์สวรรค์, 2525: 19)

(1) ด้านกายภาพ เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ทำให้ บุคคลมีการรับรู้ที่ต่างกันออกไป

(2) ด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีหลายประการสรุปได้ดังนี้

- 1) ความรู้เดิม
- 2) ความต้องการ ความปรารถนา (Need) หรือแรงขับ
- 3) ภาวะของอารมณ์
- 4) เจตคติ
- 5) อิทธิพลของสังคม (Social factor)
- 6) ความตั้งใจที่จะรับรู้ (Attention)
- 7) ความสนุกสนานเพลิดเพลิน

- 8) แรงจูงใจ
- 9) การเห็นคุณค่าและความสนใจ
- 10) ความดึงดูดในทางสังคม
- 11) เซาว์นปัญญา
- 12) ความพร้อมหรือการเตรียมพร้อมที่จะรับรู้
- 13) ความคาดหวัง (Expectancy)

### ส่วนที่ 3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศและต่างประเทศ

#### 3.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในประเทศ

สืบเนื่องมาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดปัญหาทั้งทางด้านสุขภาพ ครอบครัว อุบัติเหตุและอาชญากรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการออกกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

##### 3.1.1 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 หมวด 4

มาตรา 27 ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณต่อไปนี้

- (1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา
- (2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา
- (3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร
- (4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก
- (5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
- (6) สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- (7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
- (8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบบริบูรณ์
- (2) บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

มาตรา 30 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะ ดังต่อไปนี้

- (1) ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ
- (2) การเร่ขาย
- (3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย
- (4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการชิงโชค การชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ

(5) โดยการแจก แลก ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์หรือกับสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือการแจกจ่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม

(6) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

(1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา

(2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล

(3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

(4) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

- (5) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุม น้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- (6) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของ ประชาชนโดยทั่วไป
- (7) สถานที่อื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของ คณะกรรมการ

มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือ เครื่องหมายของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงให้ผู้อื่นดื่มน้ำโดยตรง หรือโดยอ้อม การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้ กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของ สินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพลักษณะของ เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ตามที่ปรากฏใน กฎกระทรวง บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอก ราชอาณาจักร

หมวด 7 แห่ง พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ว่า ด้วยบทกำหนดโทษดังนี้

มาตรา 39 ผู้ใดขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์โดยฝ่าฝืนมาตรา 27 ต้องระวาง โทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 40 ผู้ใดขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์โดยฝ่าฝืนมาตรา 29 หรือมาตรา 30 (1) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 41 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 30 (2) (3) (4) (5) หรือ (6) ต้องระวางโทษ จำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 42 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 31 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือ ปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 43 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 32 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือ ปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

นอกจากต้องระวางโทษตามวรรคหนึ่งแล้ว ผู้ฝ่าฝืนยังต้องระวางโทษ ปรับอีกวันละไม่เกินห้าหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือจนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง

3.1.2 พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มาตรา 26 (10) กำหนดไว้ว่า ห้าม มิให้ผู้ใดจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนหรือให้สุราหรือให้บุหรี่แก่เด็ก เว้นแต่ การปฏิบัติทางการแพทย์

ผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 เดือน หรือปรับไม่เกิน 3 หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และ มาตรา 45 แห่งพระราชบัญญัตินี้ ห้ามมิให้เด็กซื้อหรือเสพ สุราหรือบุหรี่ หากฝ่าฝืนให้เจ้าหน้าที่ สอบถามเด็กเพื่อทราบข้อมูลและเรียกผู้ปกครองมาปรึกษาหารือ ว่ากล่าวตักเตือนทำทัณฑ์บน หรือ จัดให้เด็กทำงานบริการสังคมหรืองานสาธารณประโยชน์ ซึ่งนอกเหนือจากนี้ บิดามารดา หรือ ผู้ปกครองของเด็ก ต้องเลี้ยงดูอบรม และให้ความเอาใจใส่แก่เด็กตามควร

ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 294 เรื่องเด็กซึ่งประพฤติดนไม่สมควรแก่วัย

หมวด 5 ว่าด้วยการปฏิบัติต่อเด็ก ข้อ 20 ห้ามมิให้ผู้ใดขายหรือให้สุราหรือ บุหรี่หรือสิ่งเสพติดให้โทษอื่นแก่เด็ก หรือชักจูงเด็กให้ดื่มสุรา หรือสูบบุหรี่ หรือสิ่งเสพติดให้โทษ อื่นใด เว้นแต่การปฏิบัติทางการแพทย์

หมวด 6 ว่าด้วยบทกำหนดโทษ ข้อ 24 ผู้ใดฝ่าฝืน ข้อ 20 ต้องระวางโทษ จำคุกไม่เกินหนึ่งเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

3.1.3 กฎกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 36 พ.ศ. 2504 ได้กำหนดไว้ว่า การขายสุรา ประเภทที่ 3 และ 4 ขายได้ในเวลา 11.00 – 14.00 และ เวลา 17.00 – 02.00 น. และมีการประกาศ แก้ไขเพิ่มเติมในส่วน of ข้อกำหนดเวลาในการขายและข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตในการจำหน่ายสุรา (ประกาศเมื่อ พุทธศักราช พ.ศ. 2548) ซึ่งประกอบไปด้วย

(1) ข้อกำหนดเวลาขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุรา ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 (ร้านค้าปลีกที่สามารถขายสุราในประเทศ และต่างประเทศ) และ ประเภทที่ 4 (ร้านค้าปลีกที่ขายเฉพาะสุราในประเทศ) ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าต่างๆ เช่น โลตัสคาร์ฟู บิ๊กซี และร้านค้าปลีกในสถานีน้ำมัน รวมถึงร้านอาหาร ดิส โก้เทค ผับ โดยแก้ไขจากเดิมอนุญาตให้ขายได้ในเวลา 11.00 – 14.00 และ เวลา 17.00 – 02.00 น. แก้ไขเป็น 11.00 – 14.00 และเวลา 17.00 – 24.00 น. คือลดเวลาขายลง 2 ชั่วโมง

(2) ข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุรา สำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุรา ซึ่งจะทำให้ร้านขายปลีกสุราประเภทต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณ สถานศึกษาและบริเวณที่ต่อเนื่องที่ติดกับสถานศึกษา ศาสนสถาน และสถานบริการน้ำมันทั่วประเทศ จะไม่สามารถขายสุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทุกชนิดได้ และจะไม่ออกใบอนุญาต ให้กับร้านค้าสุราที่อยู่ใกล้บริเวณดังกล่าวด้วย โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา

3.1.4 ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์และระยะเวลา สำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2546 อาศัย อำนาจตามความในข้อ 20 ภายใต้ข้อบังคับข้อ 25 แห่งกฎกระทรวงฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2537) ออกตาม

ความในพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 ข้อ 9 ห้ามทำการโฆษณาสุราประเภทสุรากลั่นซึ่งมีแอลกอฮอล์สูงกว่า 15 ดีกรีขึ้นไป ทางสถานีวิทยุ โทรทัศน์ระหว่างเวลา 05.00–22.00 น. ซึ่งในปี พ.ศ. 2546 ได้กำหนด ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มทุกชนิดที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ หรือเครื่องดื่มอื่นใดซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 0.5 ของน้ำหนัก ทางวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ตั้งแต่เวลา 05.00 – 22.00 น. ในขณะเดียวกัน มติคณะรัฐมนตรีกำหนดให้สถาบันการศึกษาและการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ไม่รับการสนับสนุนใดๆจากผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และห้ามติดตั้งป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรัศมี 500 เมตร จากสถานศึกษา

3.1.5 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 177 พ.ศ. 2540 เรื่อง การแสดงฉลากของสุราอาศัยตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6 (10) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ด้วยเป็นการควรให้แสดงคำเตือนในฉลากสุรา ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศไว้โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่

ข้อ 1 ให้สุราเป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก

ข้อ 5 ฉลากสุราต้องมีคำเตือนเป็นภาษาไทยที่มองเห็นได้ง่าย โดยใช้ตัวอักษรเส้นทึบขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 2 มิลลิเมตร สีของข้อความตัดกับสีพื้นของฉลาก โดยต้องแสดงข้อความ “คำเตือน: การดื่มสุรทำให้ความสามารถในการขับขี้นานพาหนะลดลง”

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 272) พ.ศ. 2546 กำหนดเรื่องการแสดงฉลากสุรา ระบุให้สุราเป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก นอกจากนี้ ฉลากของสุราต้องมีคำเตือนเป็นภาษาไทยที่มองเห็นได้ง่าย โดยใช้ตัวอักษรเส้นทึบขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยม สีของกรอบและข้อความตัดกับสีพื้นของฉลาก โดยข้อความที่ต้องแสดงประกอบด้วย 3 แบบ คือ

- (1) ห้ามจำหน่ายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี
- (2) การดื่มสุรทำให้ความสามารถในการขับขี้นานพาหนะลดลง
- (3) เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ควรดื่ม

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 275) พ.ศ. 2546 เรื่อง สุรา(ฉบับที่ 2)ข้อ 1 ให้ยกเลิกความใน (1) และ (2) ของ ข้อ 6 แห่งประกาศกฎกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 272) พ.ศ. 2546 เรื่อง สุรา ลงวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

ข้อความ “คำเตือน”: ห้ามจำหน่ายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี

: การดื่มสุรทำให้ความสามารถในการขับขี้นานพาหนะลดลง

: เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ควรดื่ม เป็นภาษาไทย

โดยใช้ตัวอักษรเส้นที่ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร อยู่ในกรอบที่แยกส่วนจากข้อความอื่น สีของกรอบและข้อความตัดกับสีพื้นของฉลากจนอ่านได้ชัดเจน

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2549 เรื่อง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ด้วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขได้ให้นโยบายในการพัฒนาระบบบริหารจัดการรวมถึงการป้องกัน ส่งเสริมการดูแลสุขภาพอนามัยบุคลากรของกระทรวงสาธารณสุข ทั้งในหน่วยงานสังกัดส่วนกลาง ภูมิภาค และรัฐวิสาหกิจ กระทรวงสาธารณสุขจึงได้กำหนดแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับส่วนราชการในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทุกแห่งดังนี้

(1) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ “ห้ามการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดในสถานที่ราชการ และ โรงพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทุกแห่ง รวมทั้งการไม่อนุญาตให้มีการโฆษณา ส่งเสริมการขายและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดจนไม่รับการอุดหนุนหรือสนับสนุนด้านการเงินและสิ่งอื่นๆ”

(2) การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ “ห้ามมิให้ผู้ใดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดในสถานที่ราชการ และสถานพยาบาล ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทุกแห่ง”

3.1.6 ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2548 ให้มีการปรับปรุงการแสดงคำเตือน สำหรับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทางสื่อต่างๆ โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 35 มาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงออกประกาศให้ยกเลิกความใน (1) ของข้อ 3 แห่งประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

คำเตือน

(1) ข้อความว่า “การดื่มสุรา ทำให้ความสามารถในการขับชียานพาหนะลดลง”

(2) ข้อความว่า “การดื่มสุรา เป็นอันตรายต่อสุขภาพและบั่นทอนสติสัมปชัญญะ”

(3) ข้อความว่า “ดื่มสุรา ทำให้ดับแข็งและเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ”

- (4) ข้อความว่า “เมาแล้วขับ อาจพิการและตายได้”
- (5) ข้อความว่า “ดื่มสุรา อาจทำให้ขาดสติและเสียชีวิต”
- (6) ข้อความว่า “ดื่มสุรา ผิดศีลข้อ 5”

### 3.1.7 กฎระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โรงเรียนสหศึกษา มีระเบียบว่าด้วยการปฏิบัติตนทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสิ่งเสพติด โดยห้ามนักเรียนสูบบุหรี่ สูบกัญชา ดื่มสุรา สารเสพติด หรือของมีเมาต่างๆ หรือมีสิ่งดังกล่าวไว้ในครอบครอง และมีบทลงโทษนักเรียนที่กระผิดตามดุลยพินิจของผู้อำนวยการโรงเรียน หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการแทน ซึ่งลักษณะการลงโทษ มีตั้งแต่โทษเบาไปจนถึงโทษหนักดังนี้

(1) อบรมหรือว่ากล่าวตักเตือน ใช้ในกรณีความผิดเล็กน้อย หรือความผิดครั้งแรกที่มีได้เป็นความผิดตั้งที่การลงโทษกำหนดไว้ เพื่อให้ผู้กระทำผิดเกิดความสำนึก และกระทำการปรับปรุงแก้ไข

(2) ทำทัณฑ์บน

(3) ตัดคะแนนความประพฤติ ใช้สำหรับการลงโทษนักเรียนที่กระทำผิดในกรณีต่างๆที่มีใช้การอบรมหรือกล่าวตักเตือน และในกรณีที่นักเรียนทำผิดหลายๆครั้ง คะแนนที่ถูกตัดสะสมคะแนนที่ถูกตัดสะสมจะมีผลทำให้ได้โทษที่สูงขึ้น

(4) ควบคุมพฤติกรรมหรือพักการเรียนหรือให้อยู่ในความดูแลผู้ปกครอง เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

(5) เปลี่ยนสถานศึกษา

ระเบียบว่าด้วยเกณฑ์การตัดคะแนนนักเรียน มีวิธีดำเนินการดังนี้

(1) ให้นักเรียนทุกคนมีคะแนนประพฤติกรรมเต็ม 100 คะแนน

(2) ให้ตัดคะแนนทุกครั้งตามพฤติกรรมที่ได้ระบุไว้ในระเบียบของโรงเรียนตามประเภทของความผิด ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นที่ประเภทของความผิดที่เกี่ยวข้องกับอบายมุข และสิ่งเสพติดซึ่งเป็นโทษขั้นรุนแรง โดยแบ่งลักษณะของการทำความผิดออกเป็น 4 ลักษณะคือ

(2.1) เข้าไปในแหล่งอบายมุข หรือสถานที่ไม่เหมาะสมกับสภาพนักเรียน ตัดคะแนนพฤติกรรมไม่เกิน 20 คะแนน และเชิญผู้ปกครองมารับทราบ

(2.2) สูบหรือมีบุหรี่ไว้ในครอบครอง ตัดคะแนนพฤติกรรมไม่เกิน 20 คะแนน และเชิญผู้ปกครองมารับทราบ

(2.3) มีเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ หรือมีของมีเมาไว้ในครอบครอง ตัดคะแนนพฤติกรรมไม่เกิน 20 คะแนน และเชิญผู้ปกครองมารับทราบ

(2.4) ดื่มน้ำแอลกอฮอล์ หรือของมีเมา ตัดคะแนนพฤติกรรมไม่เกิน 30 คะแนน และเชิญผู้ปกครองมารับทราบเพื่อร่วมกันแก้ไขและพัฒนา

(3) ถูกตัดคะแนนครั้งเดียว หรือหลายครั้งรวมกันไม่ถึง 30 คะแนน และเชิญผู้ปกครองมารับทราบและขอความร่วมมือควบคุมดูแล แก้ไข เพื่อปรับพฤติกรรมของนักเรียน

(4) ถูกตัดคะแนนครั้งเดียว หรือหลายครั้งรวมกันตั้งแต่ 30 คะแนนขึ้นไป แต่ไม่เกิน 50 คะแนน เชิญผู้ปกครองมารับทราบการทำทัณฑ์บน หรือ ภาคทัณฑ์ หรือทำกิจกรรมที่ฝ่ายปกครองกำหนดให้ไว้

(5) ถูกตัดคะแนนครั้งเดียว หรือหลายครั้งรวมกันเกินกว่า 50 คะแนน เชิญผู้ปกครองมารับทราบการปฏิบัติ

(6) นักเรียนที่กระทำความผิดถึงขั้นพักการเรียน หรือควบคุมพฤติกรรมเมื่อครบกำหนดให้ผู้ปกครองนำนักเรียนมารายงานตัว และรายงานผลการแก้ไข ปรับปรุงพฤติกรรมของนักเรียน หากผู้ปกครองขาดการติดตาม หรือไม่ร่วมมือให้ส่งจดหมายลงทะเลเบียนเป็นหลักฐานติดตามเชิญ 3 ครั้ง แต่ทั้งระยะห่างกันไม่น้อยกว่า 7 วัน เมื่อครบกำหนดให้พิจารณาโทษในขั้นสูงต่อไป

(7) นักเรียนที่กระทำความผิดถูกตัดคะแนนเกิน 80 คะแนน หรือถึงขั้นพักการเรียน ครั้งที่ 2 เมื่อ กระทำผิดอีกไม่ว่าจะเป็นความผิดใด ให้เชิญผู้ปกครองมาร่วมพิจารณาเพื่อเปลี่ยนสถานศึกษา

โรงเรียนชาย กำหนดระเบียบและบทลงโทษนักเรียนที่กระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ ซึ่งเป็นความผิดขั้นรุนแรง ภายใต้ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการลงโทษนักเรียนและนักศึกษา พ.ศ. 2548 ไว้ดังนี้ คือ ความผิดในกรณีสูบบุหรี่ในโรงเรียน การลงโทษ ครั้งที่ 1 ว่ากล่าวตักเตือนและทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ที่ได้รับมอบหมาย จำนวน 10 กิจกรรม และหักคะแนนพฤติกรรม 7 คะแนน ครั้งที่ 2 เมื่อกระทำ ความผิดซ้ำ โทษที่นักเรียนจะได้รับคือ ทำทัณฑ์บนและเขียน 2 ครั้ง ส่งปรับพฤติกรรม ส่วนความผิดในกรณีเสพยาหรือของมีเมาอย่างอื่น การลงโทษ ครั้งที่ 1 ว่ากล่าวตักเตือนและทำกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายจำนวน 10 กิจกรรม และหักคะแนนพฤติกรรม 10 คะแนน ครั้งที่ 2 เมื่อกระทำความผิดซ้ำ โทษที่นักเรียนจะได้รับคือ ทำทัณฑ์บนและเขียน 2 ครั้ง ทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ที่ได้รับมอบหมายจำนวน 10 กิจกรรม

โรงเรียนสตรี กำหนดระเบียบและบทลงโทษนักเรียนภายใต้ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการลงโทษนักเรียนและนักศึกษา พ.ศ. 2548 เกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์และบุหรี่ ซึ่งเป็นความผิดร้ายแรง ไว้ดังนี้คือ การเสพของมีนเมา สูบบุหรี่ และสารเสพติดทั้งในและนอกห้องแบบนักเรียน มีเกณฑ์การลงโทษ คือ การกระทำความผิดครั้งที่ 1 เป็นต้นไป โทษที่นักเรียนจะได้รับคือ ว่ากล่าวตักเตือน บันทึกลงในแฟ้มประวัติส่วนตัว เชิญผู้ปกครองมาพบ ตัดคะแนนพฤติกรรม 20 คะแนน และทำกิจกรรมปรับพฤติกรรม

ดังนั้น การกำหนดระเบียบและบทลงโทษนักเรียนของโรงเรียนต่างๆดังกล่าวข้างต้นเกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์และบุหรี่ย่อมทั้งสิ่งเสพติดต่าง ๆ นั้นเป็นความผิดขั้นรุนแรง โดยแต่ละโรงเรียนได้กำหนดบทลงโทษนักเรียนตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการลงโทษนักเรียนและนักศึกษา พ.ศ. 2548 ซึ่งกำหนดโทษสำหรับนักเรียน หรือนักศึกษาที่กระทำความผิด ไว้ 4 สถาน คือ

- (1) ว่ากล่าวตักเตือน ในกรณีกระทำความผิดไม่ร้ายแรง
- (2) ทำทัณฑ์บน ในกรณีที่ประพฤติไม่เหมาะสมกับสภาพของนักเรียน นักศึกษาตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยความประพฤตินักเรียนและนักศึกษา หรือ กรณีทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงเกียรติศักดิ์ของสถานศึกษา หรือ ฝ่าฝืนระเบียบของสถานศึกษา หรือได้รับโทษว่ากล่าวตักเตือนแล้วแต่ยังไม่เข็ดหลาบ ซึ่งการทำทัณฑ์บนให้ทำเป็นหนังสือและเชิญบิดามารดาหรือผู้ปกครองมาบันทึกรับทราบความผิดและรับรองการทำทัณฑ์บนไว้ด้วย
- (3) ตัดคะแนนความประพฤติและบันทึกข้อมูล ซึ่งการตัดคะแนนความประพฤติ ให้เป็นไปตามระเบียบปฏิบัติว่าด้วยการตัดคะแนนความประพฤตินักเรียนและนักศึกษาของแต่ละสถานศึกษากำหนดและให้ทำบันทึกข้อมูลไว้เป็นหลักฐาน
- (4) ทำกิจกรรมเพื่อให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ใช้ในกรณีที่นักเรียนและนักศึกษากระทำความผิดที่สมควรต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งการจัดกิจกรรมให้เป็นไปตามแนวทางที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด

### 3.2 มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในต่างประเทศ

ปัญหาต่างๆที่เกิดจากเครื่องดืมแอลกอฮอล์นอกจากประเทศไทยที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบันแล้ว ในต่างประเทศก็ประสบกับปัญหาที่เกิดจากเครื่องดืมแอลกอฮอล์เช่นกัน โดยเฉพาะในกลุ่มของวัยรุ่น ดังนั้นประเทศต่างๆจึงได้มีมาตรการในการควบคุมปัญหาที่เกิดจากเครื่องดืมแอลกอฮอล์ดังนี้ (บรรเจิด สิงคะเนติ, 2547)

### 3.2.1 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับผู้ขับขี่รถในขณะที่มีเมาส์ราในประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศหนึ่งที่ประสบกับปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและก่อให้เกิดปัญหาต่างๆตามมามากมาย เช่น อุบัติเหตุ และการเสียชีวิตที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ดังนั้นรัฐบาลจึงได้มีการออกกฎหมายในการควบคุมการดื่มสุราของผู้ขับขี่รถ โดยได้มีการกำหนดอายุขั้นต่ำที่อนุญาตให้สามารถดื่มสุราได้โดยการออกกฎหมายห้าม “การซื้อ” และ “การครอบครองเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่สาธารณะ” คือห้ามบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี ซื้อและครอบครองเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ อีกทั้งกำหนดเป็นเกณฑ์อายุขั้นต่ำ ในการอนุญาตให้ดื่ม เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้นอกจากนี้แล้วทางรัฐบาลสหรัฐฯยังได้มีมาตรการมุ่งใจในการให้มลรัฐต่างๆออกกฎหมายในเรื่องนี้เพื่อบังคับใช้ภายในแต่ละมลรัฐ โดยวิธีการให้เงินทุนช่วยเหลือสำหรับโครงการด้านความปลอดภัยในการจราจร หากมลรัฐใดไม่ออกกฎหมายดังกล่าวก็จะถูกระงับเงินช่วยเหลือในส่วนนี้ และยังได้มีการออกกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการครอบครองเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่อยู่ในรถไว้ในกฎหมายด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการดื่มและครอบครองเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในขณะที่ขับรถ อันเป็นต้นเหตุของการเกิดอุบัติเหตุจากการจราจร โดยได้กำหนดความเข้มข้นของระดับแอลกอฮอล์ไม่เกินร้อยละ 0.08 และเมื่อมีระดับแอลกอฮอล์เกินที่กำหนดไว้ ก็ถือว่าขับรถขณะมีเมาส์ราแม้จะไม่แสดงอาการก็ตาม

### 3.2.2 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศสวีเดน

สืบเนื่องมาจากประชากรของประเทศร้อยละ 20 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในขั้นอันตรายเกือบร้อยละ 50 เป็นผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป และส่วนใหญ่จะดื่มในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมและปัญหาทางกฎหมายมากกว่า 3 ใน 4 ของบุคคลดังกล่าว มิได้รู้ถึงความเสี่ยงต่ออันตรายที่เกิดขึ้น จากสภาพของปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการณรงค์เพื่อให้ลด การบริโภคสุราดั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา โดยมีการออกกฎหมายแห่งสหพันธ์ว่าด้วยสุราออกมาใช้ควบคุมปัญหาที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้

(1) การควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในประเทศโดยใช้อัตราภาษี

(2) การควบคุมการนำเข้า การส่งออกและการขนส่ง โดยที่สิทธิการนำเข้า เครื่องดื่มซึ่งมีแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 80 เป็นสิทธิของสหพันธ์เท่านั้น

(3) การควบคุมการค้าขายสุราเพื่อดื่ม โดยที่ร้านค้าสุราเพื่อดื่มจะต้องได้รับใบอนุญาต โดยร้านค้าขนาดใหญ่ต้องได้รับใบอนุญาตจากกรมควบคุมสุราของสหพันธ์และร้านค้าขนาดเล็กจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ของมลรัฐ

สำหรับร้านค้าขนาดเล็ก กฎหมายห้ามมิให้จำหน่ายสุรา โดยมีข้อห้ามดังต่อไปนี้

1) ห้ามเคลื่อนย้ายร้าน  
2) ห้ามขายบริเวณถนนสาธารณะหรือพื้นที่สาธารณะเท่าที่ได้รับข้อยกเว้นให้ดำเนินการได้

- 3) ห้ามเร่ขาย
- 4) การขายโดยการจัดส่ง
- 5) การขายโดยผ่านเครื่องขายอัตโนมัติ
- 6) การขายโดยมีสิ่งล่อใจผู้บริโภค
- 7) การขายต่อเด็กและเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี
- 8) การให้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณา

(4) ข้อจำกัดในการโฆษณาได้แก่

(4.1) การโฆษณาสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กระทำได้โดยการใช้อักษรรูปภาพและเสียงเพียงเท่าที่เป็นการให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และคุณลักษณะของสุราโดยตรงเท่านั้น

(4.2) การให้ข้อมูลเพื่อเป็นการเปรียบเทียบราคาก็ดี หรือการให้คำมั่นสัญญาว่าจะให้ของแถมหรือประโยชน์อื่นๆ ไม่อาจกระทำได้

(4.3) ห้ามมิให้มีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

- ทางวิทยุและโทรทัศน์
- อาคารสาธารณะหรือส่วนของอาคารสาธารณะ
- ในหรือที่รถขนส่งมวลชน
- สนามกีฬา
- ในกิจกรรมหรืองานต่างๆ โดยเฉพาะที่เด็กหรือเยาวชนเข้าร่วม

ในกิจกรรมหรืองานดังกล่าว

- ในกิจการที่มุ่งหมายเพื่อการรักษาหรือสถานที่ซึ่งมีความมุ่งหมายเพื่อการดูแลสุขภาพ

- บรรจุกัณฑ์ทั้งหลายซึ่งไม่มีส่วนผสมของสุราหรือมิได้เกี่ยวข้องกับสุรา ไม่ว่าจะกรณีใดไม่อนุญาตให้มีการแข่งขันโดยมุ่งหมายเพื่อการโฆษณาสุรา

### 3.2.3 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศฝรั่งเศส

ประเทศฝรั่งเศสเป็นประเทศหนึ่งที่มีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรต่อปีอยู่ในระดับต้นๆของประเทศในทวีปยุโรปตะวันตกและปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควรก็เป็นปัญหาทางด้านสาธารณสุขที่สำคัญประการหนึ่งและได้กลายมาเป็นปัญหาเชิงนโยบายของประเทศ โดยแบ่งออกเป็น นโยบายในเชิงป้องกันและนโยบายในเชิงลงโทษ โดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ในการควบคุมเกี่ยวกับการดื่มและสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้

(1) มาตรการในการควบคุมการผลิตและการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการกำหนดข้อห้ามไว้ดังนี้

(1.1) ห้ามมิให้ผู้ผลิตหรือนำเข้าขนส่ง ครอบครอง นำออกจำหน่าย หรือเสนอให้โดยไม่คิดมูลค่าซึ่งเครื่องดื่ม

(1.2) ห้ามมิให้ผู้ผลิต ครอบครอง นำออกแสดงเพื่อการจำหน่าย การนำออกจำหน่าย และการเสนอให้โดยไม่คิดมูลค่าในฝรั่งเศสซึ่งเครื่องดื่มดังต่อไปนี้ เว้นแต่เพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ

1) เครื่องดื่มเพื่อเรียกน้ำย่อย ที่มีส่วนผสมของไวน์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าระดับ 18 ดีกรี

2) เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์เข้มข้น ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าระดับ 45 ดีกรี

3) เครื่องดื่มเพื่อเรียกน้ำย่อยที่สกัดจากผลไม้ ซึ่งมีปริมาณน้ำตาลน้อยกว่า 200 กรัมต่อลิตร และมีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าระดับ 30 ดีกรี

(1.3) ห้ามมิให้พ่อค้าเร่ ขายปลีกเครื่องดื่มในกลุ่มที่ 4 และกลุ่มที่ 5 ไม่ว่าจะขายในลักษณะที่จัดให้มรสานที่สำหรับลูกค้าสามารถสามารถบริโภคเครื่องดื่มนั้นได้ หรือในลักษณะที่ลูกค้าต้องนำเครื่องดื่มไปบริโภคภายนอก

(1.4) ห้ามมิให้สหกรณ์ที่ให้บริการในสถานที่ทำงาน จำหน่ายเครื่องดื่มในกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ 4 และกลุ่มที่ 5 ในลักษณะที่เป็นการขายเชื่อ หรือขายในราคาต่ำกว่าราคาในท้องตลาดมิฉะนั้นจะถูกถอนใบอนุญาต

(1.5) ห้ามมิให้จำหน่ายเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์โดยผู้จำหน่ายเครื่องดัดผมอัตโนมัติ

(1.6) ห้ามมิให้จำหน่ายเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์ในลักษณะที่ถูกค้าต้องนำเครื่องดัดผมไปบริโภคภายในจุดบริการจำหน่ายน้ำมัน ระหว่างเวลา 22 นาฬิกา ถึง 6 นาฬิกา

(2) มาตรการควบคุมด้านการโฆษณาเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์ มีดังนี้

(2.1) สถานจำหน่ายเครื่องดัดผมทุกแห่ง จะต้องจัดให้มีชั้นแสดงเครื่องดัดผมที่ไม่มีเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายในสถานที่แห่งนั้น

(2.2) การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาเครื่องดัดผมที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าระดับ 1.2 ดีกรี โดยทางวิทยุกระจายเสียง ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม จะกระทำได้อีกเฉพาะแต่ในช่วงเวลาดังต่อไปนี้

- วันพุธ ระหว่างเวลา 0 นาฬิกา ถึง 7 นาฬิกา

- วันอื่น ระหว่างเวลา 0 นาฬิกา ถึง 17 นาฬิกา

(2.3) แผ่นปลิวโฆษณาเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์จะต้องมีขนาดไม่เกิน 0.35 ตารางเมตร

(2.4) การติดโฆษณาไว้ที่ยานพาหนะที่ใช้ในการประกอบการอันเป็นปกติในการขนส่งเครื่องดัดผมทั้งนี้เมื่อการโฆษณาดังกล่าวแสดงรายการเฉพาะแต่ชื่อของผลิตภัณฑ์ ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตหรือผู้ทำการค้าและห้ามมิให้มีข้อมูลอื่นใด

(2.5) การเป็นผู้อุปถัมภ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม เป็นการต้องห้าม

(2.6) ห้ามมิให้เสนอ แจกจ่าย หรือส่งให้แก่ผู้เยาว์ ซึ่งเอกสารแผ่นพับ กระดาษพับหมึก แผ่นเอกสารหรือสิ่งของใดๆ ที่ปรากฏชื่อของเครื่องดัดผมที่มีส่วนผสมของเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์หรือแสดงสรรพคุณของการดัดผม หรือที่ปรากฏเครื่องหมายหรือชื่อของผู้ผลิตเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์

(2.7) การโฆษณาที่ได้รับอนุญาตสำหรับเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์กระทำได้เฉพาะแต่การแสดงผลปริมาณระดับแอลกอฮอล์ แหล่งกำเนิด ชื่อของเครื่องดัดผม ส่วนผสมของเครื่องดัดผม ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตหรือผู้ทำการค้า ตลอดจนวิธีการผลิต วิธีการขายและวิธีการบริโภค

(2.8) การโฆษณาเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์จะต้องมีข้อความที่ชัดเจนเกี่ยวกับสุขภาพซึ่งระบุว่า “การดัดผมเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์เกินสมควรเป็นอันตรายต่อสุขภาพ”

(3) มาตรการในการควบคุมสถานจำหน่ายเครื่องดัดผมแอลกอฮอล์ มีการกำหนดสถานที่ห้ามจำหน่าย ไว้ดังนี้

- (3.1) อาคารที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา
- (3.2) สุสาน
- (3.3) หน่วยงานด้านสุขภาพ บ้านพักคนชรา และสถานพินิจหรือสถานกักกัน สถานบำบัดรักษาทั้งของภาครัฐและเอกชนที่มีสถานที่เพื่อการรักษาตัว ตลอดจนศูนย์การแพทย์ประจำจังหวัด
- (3.4) สถานศึกษาของภาครัฐและสถานศึกษาเอกชน ตลอดจนสถานฝึกอบรมหรือเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของเยาวชน
- (3.5) สนามกีฬา สระว่ายน้ำ พื้นที่มีใช้สำหรับเล่นกีฬาทั้งของภาครัฐและเอกชน
- (4) มาตรการในการคุ้มครองวัยรุ่นและบทกำหนดโทษ มีดังนี้
- (4.1) ในสถานจำหน่ายเครื่องดื่มและสถานประกอบการค้าหรือสถานที่สาธารณะทุกแห่งห้ามมิให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือเสนอเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่คิดมูลค่าให้แก่วัยรุ่นที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปีไม่ว่าจะเป็นในลักษณะให้บริการบริโภคในสถานที่นั้นหรือให้นำไปบริโภคภายนอกก็ตามมิฉะนั้น ผู้จำหน่ายหรือผู้เสนอให้จะต้องถูกปรับเป็นจำนวนเงิน 3,750 ยูโร
- (4.2) ห้ามมิให้จำหน่ายเครื่องดื่มในกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ 4 หรือกลุ่มที่ 5 หรือเสนอเครื่องดื่มดังกล่าวโดยไม่คิดมูลค่าให้แก่วัยรุ่นที่มีอายุเกินกว่า 16 ปี เพื่อให้บริโภคภายในสถานที่ที่จัดไว้ให้ในสถานจำหน่ายเครื่องดื่มและสถานที่สาธารณะทุกแห่ง ทั้งนี้ ไม่ว่าในเวลาใดก็ตาม มิฉะนั้น การให้วัยรุ่นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จนถึงขนาดเมาสุรา จะต้องได้รับโทษ เว้นแต่บุคคลนั้นจะพิสูจน์ได้ว่าตนถูกทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับอายุของวัยรุ่นนั้น
- (4.3) ห้ามมิให้ต้อนรับวัยรุ่นที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี ให้เข้าไปในสถานจำหน่ายเครื่องดื่มโดยไม่บิดา มารดา ผู้พิทักษ์ หรือบุคคลอื่นใดที่มีอายุเกินกว่า 18 ปี ที่มีหน้าที่รับผิดชอบหรือดูแลติดตามวัยรุ่นเข้าไปด้วย เว้นแต่บุคคลนั้นจะสามารถพิสูจน์ได้ว่าตนถูกทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับสถานะหรืออายุของบุคคลที่ติดตามวัยรุ่นเข้าไปในสถานจำหน่ายเครื่องดื่ม

### 3.2.4 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศออสเตรเลีย

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศออสเตรียมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการกำหนดกฎเกณฑ์ในเรื่องการจำหน่าย การจัดหา และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การลดการเกิดอันตรายและความเจ็บป่วย

ของประชาชนอันเนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการออกใบอนุญาต และการกำหนดกฎเกณฑ์เพื่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวงการอุตสาหกรรม โดยมีมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้

- (1) ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท เว้นแต่จะได้รับอนุญาต
- (2) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่คนเมา และเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งผู้บริโภครายนี้ยังไม่ถึงเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ซึ่งก็คือบุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันมิให้วัยรุ่นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงมีการตรวจบัตรประจำตัว หรือการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องแสดงบัตรประจำตัว และมีการลงโทษเมื่อกระทำการฝ่าฝืนต่อบทบัญญัติของกฎหมาย
- (3) ควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางอื่น เช่น ทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ เครื่องรับส่งเอกสารหรือทางไปรษณีย์
- (4) การจำกัดพื้นที่ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- (5) ควบคุมการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยประมวลหลักการโฆษณาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcoholic Beverages Advertising Code) โดยกำหนดว่าการโฆษณาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้อง
  - (5.1) ต้องไม่ชักจูงให้วัยรุ่นที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
  - (5.2) ต้องไม่มีฉลากที่แสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนพฤติกรรมที่รุนแรง
  - (5.3) ต้องไม่ปรากฏภาพเด็ก หรือวัยรุ่นในงานโฆษณา
  - (5.4) ห้ามมีการแนะนำการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงออกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจสร้างหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์หรือสภาวะแวดล้อม
  - (5.5) ห้ามการโฆษณาที่มีการท้าทายให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.2.5 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ประเทศไทยมีมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้

- (1) ลูกกวาดที่มีแอลกอฮอล์ ภายใต้ข้อจำกัดที่ว่า ห้ามจำหน่ายลูกกวาดที่มีแอลกอฮอล์ให้แก่เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี ใครที่มีส่วนรู้เห็นในการซื้อขายจะถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย
- (2) การจำกัดระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

(2.1) เวลาใดเวลาหนึ่งในวันจันทร์ถึงวันเสาร์ ยกเว้น วันศุกร์ก่อนวันคริสต์มาส (Good Friday) ในระหว่างช่วงระยะเวลา 14.30-17.30 นาฬิกา และระหว่างเวลา 15.00-19.00 นาฬิกา ของวันอาทิตย์และวันศุกร์ก่อนวันคริสต์มาส (Good Friday)

(2.2) วันใดวันหนึ่งในหนึ่งสัปดาห์หรือช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งของเวลาในหนึ่งปี

(3) มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเด็กและบطلงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน

(3.1) ห้ามมิให้เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 14 ปี เข้าในสถานที่ที่ใช้จ่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระหว่างชั่วโมงทำการ

(3.2) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอนุญาตให้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ที่ใช้จ่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เว้นแต่เด็กนั้นจะมีใบอนุญาตให้เข้าในสถานที่ที่ใช้จ่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ (A children's certificate) และอยู่ภายใต้การดูแลของบุคคลที่มีอายุมากกว่า 18 ปี บุคคลที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติข้างต้น มีโทษ ปรับไม่เกิน 1,000 ปอนด์ และหากกระทำผิดครั้งที่ 2 หรือมากกว่านั้น ผู้ถือใบอนุญาตจะถูกริบใบอนุญาต

(4) มาตรการในการควบคุมการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดให้การโฆษณาไม่ควรเป็นการกระตุ้นการดื่มในจำนวนที่เกินขนาดหรือหาประโยชน์จากเด็กหรือผู้ที่มีภาวะทางจิตใจอ่อนแอ ไม่ควรชี้แนะเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และห้ามการโฆษณาใดๆ หากปรากฏว่ามากกว่า 25 ของผู้รับฟังเป็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เป็นต้น

## ส่วนที่ 4 แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

### 4.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

แนวคิดของนักวิชาการต่างๆที่มองถึงสาเหตุการดื่มเหล้ามีดังนี้ (ฉลอง ภิรมย์รัตน์, 2525: 153)

4.1.1 ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ นักทฤษฎีจิตวิเคราะห์เชื่อว่า การชอบดื่ม ขอบกิน หรือชอบเคี้ยวเป็นอิทธิพลมาจากตั้งแต่สมัยทารกในระยะปาก ที่ความขัดแย้งภายในเกิดขึ้นในระยะนั้น ไม่ได้รับการแก้ไข แต่ยังคงตรึงตรามาใช้ปากเมื่อโตเป็นผู้ใหญ่ ที่ชอบกิน ชอบดื่ม และสิ่งที่ดื่มแล้วออกรส ออกฤทธิ์ทำให้เกิดความพึงพอใจ (Euphoria) ได้แก่ ของดอง ของมีนเมา เช่น เหล้า ซึ่งมี

ฤทธิ์ในการเสพติด นอกจากนี้ยังเชื่อว่า เป็นความต้องการหลีกเลี่ยงความยุ่งยากที่ได้รับ เช่น ความวิตกกังวล ความทุกข์ระทม ความไม่สมหวัง ซึ่งเหล่าสามารถเปลี่ยนแปลงสิ่งเหล่านี้ได้เช่นเดียวกับสารเสพติดอื่นๆ ความพยายามในการหลีกเลี่ยงความจริงวิธีนี้เป็นไปชั่วคราวเท่านั้น และการติดเหล้าจะเป็นเนื่องจากลักษณะของผู้ที่มีแรงขับในการก้าวร้าวทางอารมณ์ มีแนวโน้มที่จะทำร้ายตนเอง โดยการดื่มกินในสิ่งที่ตนทราบดีว่าเป็นพิษเป็นภัยแก่ตนเองจนกระทั่งเสพติด

4.1.2 ทฤษฎีทางจิตภาพ ในแง่ของจิตวิทยา “เหล้า” เป็นสิ่งที่ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงสภาพทางจิตได้ชั่วขณะ เช่น เปลี่ยนจากโศกเศร้าเป็นร่าเริง เปลี่ยนจากวิตกกังวลเป็นไม่สนใจใยดี เปลี่ยนจากขี้ขลาดเป็นกล้าบ้าบิ่น สรูปแล้ว เหล้าเป็นของเหลวที่สามารถทำให้บุคคลหนีออกจากโลกแห่งความเป็นจริงได้อย่างน้อยก็ชั่วขณะที่เหล้าออกฤทธิ์ ซึ่งตามปกติแล้ว บุคคลในสังคมย่อมหนีไม่พ้นจากภาวะการเปลี่ยนแปลงทางจิต ยิ่งในสภาพของเมืองใหญ่ ที่มีแต่ความสับสนวุ่นวายแก่งแย่งแข่งขัน ท่ามกลางของภาวะเศรษฐกิจการครองชีพที่บีบรัด ความผิดหวัง ความคับข้องใจ ความหวาดวิตก ย่อมปรากฏในการดำรงชีวิตเสมอ ผู้คนจึงหันหน้าเข้าหาเหล้ากันอย่างไม่ลดละ จนเป็นธรรมเนียมประเพณีของสังคม เพราะบุคคลไม่อาจหยุดยั้งจิตใจที่สับสนของตนได้ จึงต้องอาศัยสารมึนเมามาช่วยบรรเทาชั่วขณะ

4.1.3 ทฤษฎีการเรียนรู้ นักทฤษฎีการเรียนรู้ ได้แก่ คอลลาร์ดและมิลเลอร์ ได้ให้ทัศนะไว้ว่า ความทุกข์ใจ เป็นเงื่อนไขที่ทำให้คนดื่มเหล้า เพื่อขจัดปัญหาความทุกข์ทั้งหมดไปโดยการออกฤทธิ์ของเหล้า เมื่อเหล้าหมดฤทธิ์แล้ว ใจว่าความทุกข์ที่เขาอยู่จะหมดไปจึงทำให้ต้องดื่มเหล้าใหม่จนเป็นวงจรของการเสพติด ความคร่ำมอกคร่ำมใจในการออกฤทธิ์ของเหล้าจะคอยกระตุ้นเตือนให้ดื่มและอยากดื่มต่อไป

#### 4.1.4 สาเหตุและปัจจัยที่ทำให้วัยรุ่นเสี่ยงต่อการเกิดปัญหา

วัยรุ่นเป็นช่วงเวลาที่มนุษย์มีความสับสนทางจิตใจมากที่สุดกว่าวัยอื่นๆ ดังนั้นวัยรุ่นจึงอยู่ในภาวะที่มีความเสี่ยงสูง เช่น ครอบครัวแตกแยก มีฐานะทางเศรษฐกิจยากจน จะยิ่งมีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหามากขึ้น ซึ่งสาเหตุที่ทำให้วัยรุ่นเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาได้แก่ (กรมสุขภาพจิต, 2544: 3-14)

(1) ความอยากรู้อยากเห็น อยากลอง ชอบความตื่นเต้นท้าทาย วัยรุ่นมักจะสนใจในสิ่งที่ท้าทายความสามารถ เช่น การกลับบ้านเอง การขึ้นรถเมล์ การหัดขับรถ ทดลองดื่มเหล้า สูบบุหรี่ ดมกาว ลองหนีเรียน ออกไปเที่ยวกับเพื่อนๆ แม้แต่การลองเที่ยวโสเภณี ฯลฯ

(2) ความต้องการเป็นอิสระและเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ทำให้วัยรุ่น

ไม่ค่อยยอมทำตามคำสั่งของพ่อแม่ เริ่มวิพากษ์วิจารณ์หรือแสดงความไม่เห็นด้วยต่อพฤติกรรมหรือความคิดเห็นของพ่อแม่ ซึ่งจะเป็นทางนำไปสู่ความขัดแย้งกับพ่อแม่ได้ง่ายขึ้น

(3) ความต้องการยอมรับทั้งจากคนในบ้านและจากกลุ่มเพื่อนและความเป็นส่วนร่วมของกลุ่ม ทำให้เสริมความเข้มแข็ง มั่นใจ และมีอำนาจในตนเองมากขึ้น บ่อยครั้งจะพบว่าวัยรุ่นพยายามทำในสิ่งที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม เช่น การแต่งตัวตามแฟชั่น หรือแม้แต่การใช้ภาษาแสลง ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะขัดกับความต้องการของพ่อแม่ ผู้ใหญ่ ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างวัยรุ่นกับพ่อแม่หรือผู้ใหญ่ได้ง่าย การถูกต่อว่าจะทำให้วัยรุ่นรู้สึกว่าไม่เป็นที่ยอมรับ ขณะเดียวกันก็ยิ่งทำให้เกิดการต่อต้านมากขึ้น

(4) ความต้องการความถูกต้องยุติธรรม วัยรุ่นส่วนใหญ่จะแสวงหาอุดมคติ อุดมการณ์ทางการเมือง ให้ความสำคัญจริงจังกับความถูกต้องและยุติธรรม จึงมักพบวัยรุ่นจะมีการชุมนุมประท้วงสิ่งที่ไม่เป็นธรรมต่างๆอยู่เสมอ จนบางครั้งมีข่าวความรุนแรงอาจถึงขั้นเสียชีวิตก็มี

แจนเซน และคณะ (Janzen et al.,1993: 185 อ้างใน ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2549: 381) ได้สรุปสาเหตุสำคัญที่ทำให้วัยรุ่นติดสุราไว้ดังนี้

- (1) แรงกดดันจากเพื่อนร่วมวัย ร่วมกลุ่ม
- (2) การอยากทดลอง
- (3) มีความภูมิใจในตนเองต่ำ
- (4) ไม่สามารถเผชิญกับความเครียดในชีวิตในชีวิตประจำวันได้
- (5) การต่อต้านพ่อแม่ ครู โรงเรียน สังคม
- (6) มีบุคลิกภาพต่อต้านสังคม
- (7) มีการตอบสนองรุนแรง และมีความสามารถในการปรับตัวต่ำ
- (8) ความสนุก ความสุข ความพอใจ
- (9) ความเบื่อหน่าย เบื่อชีวิต เบื่องาน ขาดแรงบันดาลใจ
- (10) หลบหนีปัญหา สภาพชีวิตจริง
- (11) มีแรงกระตุ้นรุนแรง
- (12) ไม่มีความสุขในการเรียนและหนีโรงเรียนซ้ำซาก

สาเหตุของการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นมีสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยส่วนบุคคล (Individual factor) ที่สนับสนุน ดังนี้ คือ (สุจิต ถิ่นชัย, 2544: 56)

- (1) ลักษณะอุปนิสัย (Habit) ลักษณะอุปนิสัยของคนไทย เช่น รักสนุก อุปนิสัยชอบทำอะไรตามใจคือไทยแท้ ชอบการเสี่ยงแสวงหาโชคลาภในระยะสั้น

(2) ความคิด (Thinking) โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคิดในด้านลบ (Negative thinking) เห็นตนเองไม่มีคุณค่า ไม่มีความหมาย ไม่มีคุณภาพภูมิใจในตนเอง ความคิดที่จะประชดชีวิต ประชดสังคม

(3) ความเชื่อ (Belief) เขาชนมักเชื่อฟังผู้ที่อาวุโสกว่าทำให้มีโอกาสถูกหว่านล้อมและถูกชักจูงไปในทางที่ผิดได้ง่าย

(4) ความโน้มเอียงทางจิตใจที่จะกระทำผิด (Tendency) ในกรณีที่เขาชนที่อยู่ใกล้ชิดกับสุราก็มีแนวโน้มที่จะเรียนรู้พฤติกรรมกระเสพสุราได้ง่าย

(5) อารมณ์ (Emotion) เนื่องจากกลุ่มเยาวชนอาจมีอารมณ์ที่ไม่มั่นคง กังวล กลัว เฉยเมย และบ่อยครั้งที่มีการใช้สุราเพื่อแสวงหาความเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ แสวงหาความเป็นสุข การสร้างความกระปรี้กระเปร่า หรือการกระตุ้นความรู้สึกทางเพศ

(6) บุคลิกภาพ (Personality) ความบกพร่องของบุคลิกภาพ เป็นสาเหตุหนึ่งของพฤติกรรมกระเสพสุรา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขาชนที่รู้สึกว่าคุณภาพมีปมด้อย จึงต้องการที่จะชดเชยปมด้อยของตนเอง

(7) ความต้องการ (Need) เช่น ความต้องการอยากทดลอง อยากทำในสิ่งที่ตนเองพึงพอใจต้องการระบายความคับข้องใจ

(8) ความกดดัน (Stress) ซึ่งเป็นไปได้หลายลักษณะ

(9) ความขัดแย้งในตัวเอง (Self conflict) ขาดความสามารถในการควบคุมตนเอง

(10) แสวงหาทางออกของตนเอง (Self exit) เป็นการแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยคิดว่าสุราจะช่วยผ่อนคลายเป็นได้ เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นจึงได้นำตัวแปรในส่วนของ ปัจจัยส่วนบุคคล ในด้านของอายุและอายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการเรียน ผลการเรียนเฉลี่ย ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก บุคคลที่แนะนำให้รู้จักเบียร์ ข้อมูลการดื่มเบียร์ที่ผ่านมา และปัจจัยทางด้านจิตวิทยาในส่วนของ ความอยากลอง ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของสินค้า การรับรู้สื่อโฆษณา มาเป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเพราะน่าจะมีส่วนสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

## 4.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสังคม

4.2.1 ทฤษฎีทางสังคม แนวคิดของนักวิชาการเกี่ยวกับสาเหตุการดื่มเหล้าโดยอาศัยแนวทฤษฎีทางสังคมกล่าวไว้ว่า สาเหตุส่วนใหญ่ที่ทำให้คนติดเหล้าเนื่องมาจากความลึก

คะนอง หรือไม่กี่เพราะยอมตามใจเพื่อน และเมื่อมีการคบค้ากับเพื่อนที่ส่วนใหญ่เป็นนักเลงเหล่า โดยเฉพาะวัยรุ่นที่เชื่อกันว่า “ถ้าดื่มเหล้าไม่เป็น ก็ไม่ใช่ลูกผู้ชาย” ซึ่งคนที่ดื่มเหล้าส่วนใหญ่มักมีการปรับตัวที่ไม่ดีมาก่อน มักมีบุคลิกภาพชนิดขาดประสิทธิภาพ และคิดจะงัดถอยไปสู่ระยะปาก เวลาดื่มเหล้าจะดื่มจืดซ้ำแล้วซ้ำอีก มักมีพฤติกรรมแบบย่ำทำในการดื่ม (ฉลอง ภิรมณ์รัตน์, 2525: 153)

4.2.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม นักจิตวิทยาสังคมได้นำทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมบางส่วนมาใช้เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมหรือการกระทำของมนุษย์ โดยกล่าวว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อันเนื่องมาจากการฝึกฝนจากสิ่งแวดล้อมในสังคม ที่ถูกปั้นแต่งขึ้นจากการตอบสนองที่ไม่ได้เรียนรู้ (Unlearned response) หรือการตอบสนองที่ถูกเรียนรู้ (Learned response) เข้าสู่พฤติกรรมโดยผ่านกระบวนการเลียนแบบ (Imitation) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเสริมแรงโดยตรง (Direct reinforcement) หรือการเสริมแรงโดยไม่คาดหวัง (Unexpected reinforcement) โดยการให้รางวัล (Reward) หรือลงโทษ (Punishment)

เมื่อนำมาอธิบายพฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มเหล้าของบุคคล โดยเฉพาะเยาวชนได้ว่าพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการดื่มเหล้าเป็นปรากฏการณ์ในสังคม ที่เกิดจากการเรียนรู้ถึงการใช้เหล้า การดื่มเหล้าของคนในสังคม อันเป็นผลผลิตของสถานการณ์การเรียนรู้ที่เยาวชนเกิดปฏิสัมพันธ์กับสถาบันอื่น เช่น ครอบครัว (พ่อ แม่) กลุ่มเพื่อนหรือสื่อต่างๆ เป็นต้น ที่เป็นการส่งเสริมให้เยาวชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการตอบสนองการใช้เหล้า การดื่มเหล้า ที่เกิดจากการสังเกตพฤติกรรมผู้อื่น (ประสบการณ์ทางอ้อม เช่น จากสื่อมวลชน) และการมีส่วนร่วม (ประสบการณ์ตรง เช่น พ่อ แม่ กลุ่มเพื่อน) ที่เกี่ยวกับเหล้า เช่น อาจได้เห็นพ่อแม่เมื่อมีความทุกข์ก็หันหาเหล้า เมื่อดื่มแล้วอารมณ์ดีขึ้น มีความสุขมากขึ้น หรือการที่เห็นบุคคลอื่นที่อยู่รอบตัวเขาดื่มเหล้า ทั้งในงานเลี้ยงการพบปะสังสรรค์ เป็นต้น โดยการที่เขาเห็นพฤติกรรมเช่นนั้นเป็นประจำ ทำให้เกิดการเลียนแบบเมื่อตนเองมีความทุกข์ก็จะหันเข้าหาเหล้า หรือเมื่อในงานเลี้ยงสังสรรค์ในหมู่เพื่อนก็ต้องมีเหล้าเป็นส่วนประกอบหนึ่ง โดยที่สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะนำไปสู่การเรียนรู้บรรทัดฐานการยอมรับพฤติกรรมเกี่ยวกับเหล้า และการเรียนรู้บทบาทโดยผ่านการเลียนแบบ (อำนาจ พิรุณสา, 2538: 36-37)

4.2.3 ทฤษฎีการควบคุมสังคม ทาร์วิสเซอร์สไชด์ (อ้างใน สายใจ ชื่นคำ, 2542: 13-22) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมทางสังคมไว้ว่า เป็นความผูกพัน (Bond) ระหว่างบุคคลกับสังคมที่ดี หรือ สังคมที่เป็นระเบียบแบบแผน (Conventional Society) เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการควบคุม หรือยับยั้งไม่ให้บุคคลกระทำผิด หรือ มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน แต่เมื่อความผูกพันทางสังคมอ่อนลง หรือ สลายหลุดลงบุคคลจึงถูกปลดปล่อยจากสิ่งที่ยับยั้งหรือการควบคุม ทำให้บุคคลมี

อิสระที่จะกระทำผิด หรือ มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน ซึ่งความผูกพันต่อสถาบันทางสังคมจะทำหน้าที่เป็นกรอบในการควบคุมพฤติกรรมเบี่ยงเบน ซึ่งทฤษฎีการควบคุมทางสังคมแบ่งออกได้ดังนี้

(1) ทฤษฎีความผูกพันทางสังคม (Social Bond Theory) มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการคือ

(1.1) ความรู้สึกผูกพัน (Attachment) ได้แก่ ความผูกพันทางความรู้สึก และใส่ใจต่อความรู้สึกของผู้อื่น ความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ความรู้สึกผูกพันต่อบิดา มารดา เพื่อน ครู อาจารย์ หรือสถาบัน

(1.2) ความยึดมั่นผูกพัน หรือ ข้อผูกมัด (Commitment) คือ การที่บุคคลมองเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการปฏิบัติตามบรรทัดฐานหรือกฎเกณฑ์ต่างๆของสังคม จนไม่กล้าที่จะละเมิดบรรทัดฐานทางสังคมใดๆอันจะเป็นตัวทำลายตัวเองและสังคม

(1.3) ความเกี่ยวข้อง หรือ การเข้าไปมีส่วนร่วม (Involvement) เป็นการที่บุคคลทุ่มเทหรือเกี่ยวข้องอยู่กับกิจกรรมหรือการกระทำตามแบบแผนที่สังคมยอมรับ ย่อมจะช่วยลดโอกาสหรือยับยั้งไม่ให้เกิดการกระทำผิดหรือมีพฤติกรรมเบี่ยงเบน

(1.4) ความเชื่อ (Belief) คือ ความเชื่อในความถูกต้องเชิงศีลธรรมของกฎระเบียบที่มีอยู่ในสังคม เช่น เชื่อในกฎหมาย กฎระเบียบต่างๆของโรงเรียน เป็นต้น

(2) ทฤษฎียับยั้งการกระทำผิด (Deterrence Theory) กล่าวว่า การที่มนุษย์ตั้งอยู่บนพื้นฐานของเหตุผลที่มีการคิดคำนวณถึงผลได้ผลเสียของการกระทำ ความผิด นั้นหมายถึง ถ้าบุคคลพบว่าประโยชน์ที่พึงได้มีน้อยกว่าผลเสียพวกเขา ก็จะละเว้นจากการกระทำผิด ซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 3 ประการคือ

(2.1) ความแน่นอนในการลงโทษ (Certainty) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่ามีโอกาสถูกจับมาลงโทษมากน้อยเพียงใด ยิ่งโอกาสที่จะถูกจับมาลงโทษมีความแน่นอนมากเท่าใด การกระทำผิดก็มักจะเกิดขึ้นน้อยลงเท่านั้น การทำให้บุคคลรู้ว่าผู้ที่กระทำผิดจะต้องถูกจับ และถูกลงโทษอย่างแน่นอนจะทำให้บุคคลไม่กล้าที่จะกระทำผิด

(2.2) ความรุนแรงในการลงโทษ (Severity) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงระดับความรุนแรงของการลงโทษต่อการกระทำผิดที่มีความหนักเบาเพียงใด ยิ่งการลงโทษมีความรุนแรงมากเพียงใด การกระทำผิดก็มักจะเกิดขึ้นน้อยลง เพราะบุคคลจะมีการคำนวณถึงผลได้ผลเสียต่อการกระทำผิด ถ้าประเมินแล้วไม่คุ้มกับโทษที่จะได้รับก็จะไม่ทำ แต่ถ้าคุ้มค่าก็จะกระทำความผิดนั้น

(2.3) ความรวดเร็วในการลงโทษ (Celerity or swiftness) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความรวดเร็วของการลงโทษต่อการกระทำผิดที่เกิดขึ้นยิ่งการลงโทษสามารถ

กระทำได้รวดเร็วเพียงใด การกระทำผิดก็จะน้อยลง

4.2.4 สาเหตุของการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นในส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม (Social factor) และปัจจัยแวดล้อม (Circumstantial factor) ได้แก่ (สุจิต ลั่นซ้าย, 2544: 56)

(1) ปัจจัยทางสังคม (Social factor)

(1.1) ครอบครัว (Family) มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้และการปรับตัวทางสังคมของเยาวชน อันมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของบุตร สร้างนิสัยความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและทัศนคติรวมทั้งการมองโลกในแง่บวก แง่ลบของเด็ก โดยครอบครัวที่มีปัญหาจะนำไปสู่การมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนรวมทั้งการเสพสุราของบุตรได้

(1.2) ประเพณี (Tradition) การใช้สุราเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

(1.3) สมัยนิยม (Fashion) ซึ่งในปัจจุบันเด็กวัยรุ่นนิยมดื่มสุราและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากขึ้น

(1.4) ค่านิยม (Value) ค่านิยมของคนในสังคมที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในการดำเนินชีวิตที่ยึดวัตถุนิยม

(1.5) กลุ่ม (Group) ทั้งกลุ่มปฐมภูมิ กลุ่มทุติยภูมิ และกลุ่มอ้างอิง ได้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคบค้าสมาคมกับกลุ่มเพื่อนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนหรือเสพสุรา

(1.6) พฤติกรรมตามสังคม (Prosaically behavior) โดยการรับเอาสิ่งภายนอกมาเป็นลักษณะของตัวเอง (Introjections) การพึ่งพาผู้อื่น (Dependent)

(1.7) พฤติกรรมต่อต้านสังคม (Antisocial behavior) ซึ่งอาจเริ่มจากการต่อต้านตนเองและบุคคลใกล้ชิด ชอบทำในสิ่งที่ตรงกันข้าม ปฏิเสธความจริง คือเจียบ เก็บตัว ชอบอยู่คนเดียวความรู้สึกแปลกแยก หวาดระแวง

(2) ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (Circumstantial factor)

(2.1) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ได้กลายมาเป็นทั้งปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อปัญหาการเสพสุราของวัยรุ่น

(2.2) ปริมาณของสุรา และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์จำนวนมากขึ้นและสามารถหาซื้อได้ง่าย

(2.3) การแสวงหาผลประโยชน์ของสถานบันเทิงต่างๆเป็นสิ่งยั่วยุให้เด็กอยากเข้าไปสัมผัส

(2.4) สังคมการสื่อสารข้อมูลสมบุรณ์แบบ (Mobile information society) ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้โดยไร้ขีดจำกัด ซึ่งสื่อต่างๆมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดื่มสุราของวัยรุ่น

(2.5) เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่ค่อยเข้มงวดกับการเสพสุราของเด็กวัยรุ่น ทำให้การบังคับใช้กฎหมายไร้ประสิทธิภาพ

4.2.5 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน มีดังนี้ (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ, 2540 เล่ม 27)

(1) กลุ่มเพื่อน หลายคนไม่กล้าปฏิเสธเมื่อถูกเพื่อนชวนให้ดื่มแอลกอฮอล์ หรือบางคนมีทัศนคติว่าการดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อน หมายถึง การรักพวกพ้องเป็นหนึ่งเดียวกัน ทำให้เกิดความเพลิดเพลินและสนุกสนาน

(2) สังคมและวัฒนธรรม ในสังคมไทยมองเรื่องการดื่มแอลกอฮอล์ว่าเป็นเรื่องธรรมดา ดังจะเห็นได้จากงานสังสรรค์ งานเลี้ยง งานฉลอง รวมทั้งงานประเพณีต่างๆ แทบทุกงานจะต้องมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบด้วยเสมอ ทำให้ผู้ที่เติบโตมาในสังคมในลักษณะนี้มองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องธรรมดา

(3) ความเชื่อ เมื่อใดที่คนเรามีความเชื่อว่าสิ่งที่ตนเองกำลังกระทำไม่เป็นอันตรายต่อตนเองและสามารถที่จะควบคุมสถานการณ์ได้ เมื่อนั้นจะยิ่งทำให้ความกังวลใจและความกลัวที่จะกระทำสิ่งนั้นๆลดน้อยลงและทัศนคตินี้ไปสอดคล้องกับความเชื่อที่มีผลต่อแอลกอฮอล์ โดยช้านานมาแล้วคนมักเชื่อในสรรพคุณของยาองเหล้า และเชื่อว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งคราวหรือประเภทที่มีดีกรีอ่อนๆ คงไม่น่าจะเป็นปัญหากับตนเอง

(4) กระแสของสื่อโฆษณา ในปัจจุบันนี้สื่อต่างๆมีอิทธิพลต่อชีวิตของคนอย่างมาก และในเรื่องเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเห็นว่า มีการแข่งขันทางการค้ากันสูงมาก โฆษณาที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีอยู่มากมาย ซึ่งเป็นกลยุทธ์ของผู้ผลิตในการที่จะต้องพยายามสร้างสื่อโฆษณาขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกอยากลอง และรู้สึกว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเป็นเรื่องที่ดีงาม

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจึงได้มีการนำเอาปัจจัยทางด้านสังคมบางส่วนมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ซึ่งคิดว่าน่าที่จะมีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้แก่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน การหาได้ง่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความใกล้ชิด – ไกลของสถานศึกษากับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแหล่งที่พักอาศัย

### 4.3 ปัจจัยทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

วิวัฒนาการในการควบคุมปัญหาที่เกิดจากสุราของไทยมีแนวโน้มนโยบายในการควบคุมดังนี้ (บัณฑิต ศรไพศาล และคณะ, 2548: 5-9)

4.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายการควบคุมปัญหาสุราเบื้องต้น (พ.ศ. 2504 - 2543)

(1) มาตรการในการควบคุมการเข้าถึงและซื้อหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การควบคุมการเข้าถึงและซื้อหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายในการควบคุมดังนี้ 1) มีการจำกัดอุปทานสุราครั้งแรก ในการจำกัดเวลาขายตามกฎหมายกระทรวงการคลัง พ.ศ.2504 ออกตามความในพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 กำหนดให้ผู้ที่ได้รับอนุญาตจำหน่ายปลีกสุรา (จำหน่ายเวลา 14.00 น.และ 17.00-02.00 น. ของวันถัดไป) ต่อมา มีการจำกัดเวลาเพิ่มขึ้น โดยกำหนดให้ผู้ได้รับอนุญาตจำหน่ายปลีกสุราทั้งที่จำหน่ายเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขาย (ใบอนุญาตรายสุราประเภทที่ 5 และ 6) และไม่ใช่จำหน่ายเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขาย (ใบอนุญาตรายสุราประเภทที่ 3 และ 4) ให้จำหน่ายได้เฉพาะ เวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น. ตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 253 พ.ศ.2515 2) การควบคุมเกี่ยวกับพื้นที่ / เขตการจำหน่ายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ได้กำหนดไม่อยู่ใกล้ชิดกับวัด สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา โรงเรียนหรือสถานศึกษา สโมสรเยาวชน โรงพยาบาล หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก และย่านที่ประชาชนอยู่อาศัย 3) การควบคุมเกี่ยวกับอายุขั้นต่ำในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามมาตรา 26 (10) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 กำหนดห้ามมิให้ผู้ใดจำหน่าย แลกเปลี่ยนหรือให้สุราหรือบุหรี่แก่เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ แต่ในปัจจุบัน ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2550 ได้กำหนดอายุขั้นต่ำในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ที่ 20 ปีบริบูรณ์

นอกจากนี้ มีการใช้ระบบเพิ่มการจัดเก็บภาษีเข้ามาควบคุมปัญหาสุรา ซึ่งองค์ประกอบในการจัดเก็บภาษีของไทยมี 5 ชนิด คือ (ฉัตรสุมน พุทธิภิญโญ, 2548: 67)

1) ภาษีศุลกากร (Custom Tax) ปัจจุบันเก็บในอัตราร้อยละ 60 ของราคา C.I.F. (Cost, Insurance, and Freight)

2) ภาษีสรรพสามิต (Excise Tax) ปัจจุบันเก็บในอัตราที่กรมสรรพสามิตกำหนดภายใต้เงื่อนไข 2 ข้อ คือ 1) จัดเก็บภาษีตามมูลค่า (ราคา) หรือ 2) จัดเก็บภาษีตามปริมาณแอลกอฮอล์ (ดีกรี) ซึ่งพิจารณาว่าภาษีรูปแบบใดสูงกว่ากัน ให้จัดเก็บตามวิธีการนั้น

3) ภาษีท้องถิ่น (Local Tax) ปัจจุบันเก็บในอัตราร้อยละ 10 ของกรมสรรพสามิต

4) ภาษีสุราและบุหรี่เพื่อสุขภาพ (Health Tax) ปัจจุบันเก็บในอัตราร้อยละ 2 ของอัตราภาษีสรรพสามิต

5) ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax) ปัจจุบันเก็บในอัตราร้อยละ 7 ระบบการจัดเก็บอัตราภาษีสุราตามกฎหมายกระทรวงการคลังพ.ศ. 2546 ได้กำหนดการจัดเก็บภาษีไว้ 2 ชนิด คือ 1) ตามปริมาณ ลิตรละ 100 บาท แห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ หรือ 2) ร้อยละ 25 ของราคา ณ โรงงาน ยกเว้น สุราแช่ผลไม้ที่ทำจากองุ่นร้อยละ 60 ของโรงงาน ณ โรงงานที่ต้องเสียภาษีในอัตราที่คิดเป็นเงินภาษีได้สูงกว่า

#### (2) มาตรการจำกัดบริบทการค้า

ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 มาตรา 16 (2) กำหนดห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการยินยอม หรือปล่อยให้พลละเลยให้ผู้มีอาการมีนเมาจนประพฤติกวุ่นวายหรือครองสติไม่ได้เข้าไปหรืออยู่ในสถานบริการระหว่างเวลาทำการ นอกจากนี้แล้ว มาตรา 16 (3) แห่งพระราชบัญญัตินี้ ห้ามมิให้จำหน่ายสุราให้แก่ผู้มีอาการมีนเมาจนประพฤติกวุ่นวายหรือครองสติไม่ได้ และ มาตรา 16 วรรค 1 แห่งพระราชบัญญัตินี้ ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการยอมหรือปล่อยให้พลละเลยให้ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ซึ่งมีได้ทำงานในสถานบริการนั้นเข้าไปในสถานบริการระหว่างเวลาทำการ

#### (3) มาตรการลดอุบัติเหตุ

ในปี พ.ศ.2522 รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ.2522 มาตรา 43(2) กำหนดห้ามมิให้ผู้ขับขี่รถในขณะที่มีนเมาสุราหรือของอย่างอื่น โดยกำหนดให้เจ้าพนักงานจราจรหรือพนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจสั่งให้ผู้ขับขี่หยุดรถ และสามารถสั่งให้การทดสอบว่าผู้ขับขี่หย่อนความสามารถในการขับหรือเมาสุราหรือของอย่างอื่นหรือไม่ นอกจากนี้ ใน มาตรา 102 (3) แห่งพระราชบัญญัตินี้ยังกำหนดให้ผู้ได้รับอนุญาตปฏิบัติหน้าที่ประจำรถต้องไม่เสพหรือเมาสุราหรือของมีนเมาอย่างอื่น

กฎกระทรวง ฉบับที่ 16 พ.ศ.2537 ออกตามความในพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ.2522 กำหนดไม่ให้ผู้ขับขี่ขับรถขณะเมาสุรา และการกำหนดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดที่ผิดกฎหมาย เป็น 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการควบคุมปัญหาอุบัติเหตุจากการเมาสุรา

#### (4) มาตรการรณรงค์

ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 177 พ.ศ.2540 ข้อ 5 กำหนดให้สุราเป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก โดยติดฉลากคำเตือนเป็นภาษาไทยที่มองเห็นได้ง่าย โดยใช้

ตัวอักษรที่ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 2 มิลลิเมตร สีของข้อความต้องตัดกับสีพื้นของฉลาก โดยต้องแสดงข้อความ “คำเตือน: การดื่มสุราก็ทำให้ความสามารถในการขับขี้นานพาหนะลดลง” บนผลิตภัณฑ์สุรา

4.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายการควบคุมปัญหาสุราเพื่อประโยชน์ด้านสุขภาพของประชาชนและสังคมโดยรวม (พ.ศ. 2544- ปัจจุบัน) ได้ออกกฎหมาย นโยบาย และมาตรการต่างๆดังนี้

(1) มาตรการควบคุมการโฆษณา

มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 มีมติเห็นชอบและมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามมาตรการและแผนงาน / โครงการที่ต้องเร่งดำเนินการ โดยกำหนดให้ห้ามเผยแพร่โฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์หรือของบริษัทผู้ผลิต ห้ามการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ รวมทั้งการแสดงเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ตลอดจนการกล่าวถึงผู้สนับสนุนรายการ และห้ามแพร่ภาพโฆษณา (ทุกรูปแบบ) ในการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาภายในประเทศทางวิทยุและโทรทัศน์ ในช่วงเวลา 05.00 - 22.00 น. และให้โฆษณาได้เฉพาะภาพลักษณ์ของบริษัทหรือกิจการ โดยห้ามการโฆษณาในลักษณะชักชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณของผลิตภัณฑ์โดยเด็ดขาด ในช่วงเวลา 22.00 - 05.00 น. และกำหนดให้การโฆษณาป้ายกลางแจ้งต้องระบุคำเตือน

(2) มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นโยบายการจำกัดอายุผู้ซื้อและดื่มสุราไม่ต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งในพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 มาตรา 26 (10) ระบุว่า ภายใต้บังคับบทบัญญัติแห่งกฎหมายอื่น ไม่ว่าเด็กจะยินยอมหรือไม่ ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการจำหน่าย แลกเปลี่ยน หรือให้สุราหรือเบียร์แก่เด็ก เว้นแต่การปฏิบัติทางการแพทย์ และมาตรา 45 แห่งพระราชบัญญัตินี้ห้ามมิให้เด็กซื้อหรือเสพสุราหรือเบียร์ หรือเข้าไปในสถานที่เฉพาะเพื่อการจำหน่ายหรือเสพสุราหรือเบียร์ หากฝ่าฝืนให้พนักงานเจ้าหน้าที่สอบถามเด็กเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับเด็กและมีหนังสือเรียกผู้ปกครองมาร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือ และมีข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับวิธีการและระยะเวลาในการจัดให้เด็กทำงานบริการสังคมหรือทำงานสาธารณประโยชน์ นอกจากนี้ มาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้กำหนดอายุขั้นต่ำในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ที่ 20 ปีบริบูรณ์

(3) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 275) พ.ศ.2546 โดยอาศัยความ

ตามมาตรา 6 (10) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 กำหนดให้มีข้อความเตือนดังนี้

“ห้ามจำหน่ายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี”

“การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง”

“เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ควรดื่ม” เป็นภาษาไทยโดยใช้ตัวอักษร

เส้นทึบ ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร อยู่ในกรอบที่แยกส่วนจากข้อความอื่น สีของกรอบ และข้อความตัดกับสีพื้นของฉลากจนอ่านได้ชัดเจน

(4) รัฐบาลให้ความสำคัญและพยายามดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

รัฐบาลได้มีการกำหนดมาตรการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้ส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบดำเนินการตามมาตรการต่างๆ อย่างเคร่งครัด จริงจัง และต่อเนื่องซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) มาตรการในการจำกัดเวลาและเนื้อหาโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุกระจายเสียง

2) มาตรการเขตปลอดการโฆษณาในสถาบันการศึกษาในรัศมี 500 เมตร

3) มาตรการในการกำหนดอายุผู้ซื้อและมาตรการลงโทษผู้ฝ่าฝืน

4) มาตรการรณรงค์ให้ความรู้และประชาสัมพันธ์อย่างเข้มข้น เข้าถึง และต่อเนื่อง โดยเน้นการสร้างค่านิยมใหม่ที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อป้องกันเด็ก วัยรุ่น และนักดื่มหน้าใหม่ ส่วนนักดื่มหน้าเก่ามุ่งให้ ลด ละ เลิก เป็นสำคัญ

5) มาตรการสร้างและสนับสนุนแนวร่วม โดยสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรม อาทิ ในกลุ่มนักเรียน เพื่อเป็นเครือข่ายในการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง

6) มาตรการกำหนดพื้นที่เขตปลอดการจำหน่ายและการดื่ม เช่น สถานศึกษา ศาสนสถานและร้านสะดวกซื้อในปีน้มน้ำมัน เป็นต้น

(5) มาตรการควบคุมอุตสาหกรรมสุรา ได้แก่

1) การบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่แล้วอย่างจริงจัง ได้แก่

— การจำกัดสถานที่จำหน่าย (ห้ามจำหน่ายในสถานศึกษา ศาสนสถาน และปีน้มน้ำมัน)

— การจำกัดเวลาจำหน่าย (จำหน่ายได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น.)

— การควบคุมการโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์โดยสิ้นเชิงใน

ช่วงเวลา 05.00 - 22.00 น. และให้โฆษณาได้เฉพาะภาพลักษณ์ขององค์กรในช่วงเวลา 22.00 - 05.00 น.

— การจำกัดไม่ให้โฆษณาป้ายกลางแจ้งอยู่ในรัศมี 500 เมตร  
รอบสถานศึกษา

— ต้องติดฉลากคำเตือนบนผลิตภัณฑ์สุราและติดประกาศคำ  
เตือนในสื่อโฆษณาต่างๆ

— การตรวจจับสถานบริการที่จำหน่ายสุราให้กับผู้ที่มึนเมา

## 2) การออกกฎหมายเพื่อควบคุมปัญหาสุราเพิ่มเติม ได้แก่

— มาตรการควบคุมการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนการ  
บริโภคสุราของเยาวชนโดยตรง (เช่น การควบคุมบรรจุภัณฑ์ ขนาดเล็ก ราคาถูกที่กลุ่มเป้าหมาย  
วัยรุ่นหาซื้อได้ง่าย หรือการควบคุมผลิตภัณฑ์ สุราพร้อมดื่ม (Ready to Drink) ที่สร้างความสะดวก  
ให้กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมิได้ตระหนักถึงพิษภัยที่เกิดขึ้นอย่างเพียงพอ

— มาตรการห้ามโฆษณาโดยสิ้นเชิง (Total Ban) หรือ  
มาตรการโฆษณาตอบโต้การเชิญชวนการบริโภคสุราโดยตรง (Counter Advertisement)

ซึ่งมาตรการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
ในประเทศไทยได้กำหนดให้ ห้ามเผยแพร่โฆษณาเครื่องดื่มทุกชนิดหรือโฆษณาบริษัทผู้ผลิต ห้าม  
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบรวมทั้งการแสดงเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อ  
บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ตลอดจนการ  
กล่าวถึงผู้สนับสนุนรายการและห้ามแพร่ภาพโฆษณาในรายการที่มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา  
ภายในประเทศทางวิทยุและโทรทัศน์ในช่วงเวลา 05.00 –22.00 น. ยกเว้น ภาพเครื่องหมายการค้า  
ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือชื่อผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ซึ่งติดมากับการถ่ายทอดการ  
แข่งขันกีฬาอาชีพภายในประเทศ และการแพร่ภาพรายการกีฬาและการถ่ายทอดสดกีฬาจาก  
ต่างประเทศอยู่แล้ว และให้โฆษณาได้เฉพาะภาพลักษณ์ของบริษัทหรือกิจการ (Corporate image)  
เท่านั้น โดยห้ามโฆษณาในลักษณะชักชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณของผลิตภัณฑ์โดย  
เด็ดขาดในช่วงเวลา 22.00 – 05.00 น.

การละเมิดกรณีห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบทางโทรทัศน์และ  
วิทยุระหว่างเวลา 05.00 – 22.00 น. ด้วยการโฆษณาแฝงผ่านวิธีการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการกีฬา  
สมัครเล่น รายการข่าว รายการบันเทิง ซึ่งมีการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ระหว่างเวลา 22.00 – 05.00 น.  
และโดยการกำหนดตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คล้ายคลึงกับสินค้าน้ำดื่มเพื่อจะได้โฆษณา  
ตราสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในช่วงเวลาที่ถูกห้ามหรือหลบเลี่ยงเงื่อนไขอื่นใดที่ถูกห้ามใน

การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การโฆษณากลางแจ้งต้องมีป้ายคำเตือน ซึ่งผู้ดูโฆษณาจะรู้ได้ไม่ยากว่าหมายถึงสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลยุทธ์นี้ทำให้ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยรุ่น ยังคงถูกกระตุ้นเตือนอยู่เสมอโดยอาศัยการแอบแฝงหลบเลี่ยงช่องว่างของกฎหมาย

นอกจากนี้ยังพบว่า จากข้อมูลการตรวจสอบ โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อสุขภาพของสังคม (Media Monitor) ต่อรายการต่างๆที่ออกอากาศในช่วงเวลา 16.00 – 22.00 น. ในเดือนสิงหาคมและกันยายน พบการฝ่าฝืนการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในรูปแบบของการโฆษณาตรงและแฝง ส่วนมากพบในรูปแบบของโฆษณาแฝงในรูปแบบของกราฟฟิก ฉากหลัง สัญลักษณ์ ฯลฯ ส่วนการโฆษณาตรงมักพบในรายการถ่ายทอดสดกีฬาหรือแทรกในสารคดี และสื่อบันเทิงภาคค่ำ (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2549: 10)

ข้อมูลจากสำนักข่าวของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (ฉบับวันที่ 7 มกราคม พ.ศ. 2550) พบว่า มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงของประเทศ ประมาณ 23 สถาบัน เช่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ฯลฯ ได้มีการรวมตัวกันเพื่อต่อต้านร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่อยู่รอบสถาบันเนื่องจากเกิดปัญหาต่างๆมากมายตามมาจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น การทะเลาะวิวาท ผลการเรียนตกต่ำ ผู้สาวและอุบัติเหตุ เป็นต้น ซึ่งได้มีการประชุมผู้เกี่ยวข้อง ได้ข้อสรุปว่า ต้องดำเนินการแก้กฎกระทรวงการคลัง เรื่องการให้ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ จากเดิมกำหนดว่า “สถานที่ขายสุราจะต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานศึกษา รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานศึกษา” ซึ่งไม่มีความรัดกุมเพียงพอทำให้เกิดปัญหาหลากหลายแบบทุกมหาวิทยาลัย จึงขอให้มีการกำหนดเขต 500 เมตร จากรั้วสถานศึกษา เป็นเขตควบคุมการจำหน่ายสุราโดยกำหนดมาตรการดังนี้

- เขต 500 เมตรจากรั้วสถานศึกษา ห้ามมิให้กรมสรรพสามิตออกใบอนุญาตขายสุราแก่ผู้ขออนุญาตรายใหม่

- การต่อใบอนุญาต ซึ่งดำเนินการปีต่อปี ในเขต 500 เมตรจากรั้วสถานศึกษา กรมสรรพสามิตจะดำเนินการต่อใบอนุญาตขายสุราแก่ร้านใดหรือผู้ใด ร้านนั้นหรือผู้ขายนั้น ต้องไม่ถูกคัดค้านเป็นลายลักษณ์อักษรจากอธิบดีหรือผู้อำนวยการสถานศึกษา เพื่อป้องกันมิให้ร้านที่ฝ่าฝืนกฎหมายสร้างปัญหาได้รับใบอนุญาต

- หากร้านใดหรือผู้ขายรายใดทำการละเมิดกฎหมายเขต 500 เมตร เช่น ขายเกินเวลา หรือขายให้แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด สถานศึกษาสามารถร้องขอให้กรมสรรพสามิตเพิกถอนใบอนุญาตขายสุรา ได้ก่อนเวลาที่จะหมดระยะเวลาสิ้นปี

- ในเขต 500 เมตรจากรั้วสถานศึกษา ห้ามมิให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราขายให้แก่ผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ หรืออายุยังไม่ครบ 20 ปีบริบูรณ์

ดังนั้น การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในส่วนของการจำกัดอายุผู้ซื้อ การจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย มาตรการในการควบคุมการโฆษณา และมาตรการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา ดังกล่าวข้างต้นน่าจะมีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นในการที่จะควบคุมปริมาณการดื่มให้ลดจำนวนลงหรือหมดไป

#### 4.4 งานวิจัยและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา

##### 4.4.1 งานวิจัยและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล

###### อายุที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เฟอร์กัสสัน และคณะ (Fergusson, et al., 1994: 1004 อ้างใน กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล, 2542: 67) ได้ทำการศึกษาร่วมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยเด็กและแบบแผนการดื่มในวัยรุ่น โดยทำการศึกษาแบบ Cohort Study ในเด็กแรกเกิดในประเทศนิวซีแลนด์และติดตามจนถึงอายุ 15 ปี โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เด็กและมารดา รายงานของครู บันทึกการป่วยของโรงพยาบาลบันทึกคิของตำรวจ พบว่า เด็กที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนอายุ 6 ปี มีโอกาสดื่มปริมาณมากขึ้นถึงมากขึ้น และมีปัญหาจากการดื่ม เมื่อมีอายุ 15 ปี มากขึ้นเป็น 1.9 ถึง 2.4 เท่าของเด็กที่ไม่ได้ดื่มก่อนอายุ 13 ปี

กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542: ๖) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร พบว่านักเรียนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 65.1 มีแนวโน้มที่จะดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้นหรือดื่มไปในทางที่ผิด ซึ่งช่วงอายุ 14-18 ปีมีการเริ่มดื่มมากที่สุด คือ ร้อยละ 81.5 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอายุของการเริ่มต้นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดให้มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีอยู่เป็นจำนวนมากและจะดื่มมากขึ้นเมื่อมีอายุมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียนที่มีอายุน้อยมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปในทางที่ผิดมากขึ้นเนื่องจากอยู่ในช่วงของวัยรุ่นเป็นวัยที่มีความซุกซน อยากรอง คิดว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการสร้างความสนุกสนาน จึงชักนำให้มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมากและบ่อยขึ้น โดยลักษณะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการดื่มเพื่อการสังสรรค์ทางสังคม เช่น มีการดื่มเป็นกลุ่ม ดื่มตามคำชักชวนของเพื่อน และนิยมดื่มมากในโอกาสต่างๆ

### เพศ

ประกิจ โพธิ์อาสน์ (2541) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อายุระหว่าง 15 – 19 ปีที่กำลังศึกษาอยู่จำนวน 411 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ ร้อยละ 2.7 นานๆ ครั้ง ร้อยละ 46.7 ซึ่งพบว่า ปัจจัยนำ ได้แก่ เพศ ผลการเรียนรู้ ประเภทของการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ และคณะ (2541) ทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทย อายุ 15 – 24 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชน ร้อยละ 40.6 มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยพบว่า เพศชายดื่ม ร้อยละ 53.3 และเพศหญิงดื่ม ร้อยละ 25.1 อายุที่เริ่มดื่ม ประมาณ 15-16 ปี

จากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2544) ระบุว่า เพศที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า ส่วนใหญ่ใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวนประมาณ 13 ล้านคน (คิดเป็น ร้อยละ 55.9 ของประชากรเพศชาย) นอกจากนี้ยังพบว่า เพศชายมีอายุเฉลี่ยการดื่มเร็วกว่าเพศหญิง โดยอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มของเพศชาย คือ 19.3 ปี ส่วนเพศหญิงอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ 25.1 ปี

### ผลการเรียนเฉลี่ย

จิราภรณ์ เทพหนู (2540: 114) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สายสามัญศึกษาในจังหวัดพัทลุง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีผลการเรียนต่ำมีอัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงถึง ร้อยละ 74.74 สูงกว่ากลุ่มที่มีผลการเรียนปานกลางและสูง นอกจากนี้ยังพบว่า ผลการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีผลการเรียนต่ำและปานกลางมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 9.85 และ 2.30 เท่าของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลการเรียนสูงตามลำดับ

ไพฑูรย์ จัยสินและคณะ (2536: 11-12) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สารเสพติดในกลุ่มนักเรียนไทย พบว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนดีส่วนใหญ่จะมุ่งเรียนเพียงอย่างเดียว เวลาที่ใช้ส่วนมากจึงเป็นเรื่องส่วนตัวกับหนังสือในห้องเรียน ห้องสมุด สถานที่เรียนพิเศษ ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เรียนอย่างเดียวจะมีอัตราการดื่มแอลกอฮอล์เพียง ร้อยละ 21.96 ส่วนกลุ่มที่มีผลการเรียนต่ำมักจะได้รับความกดดันจากครอบครัวและสังคมรอบข้างทำให้ไม่มีความสุขในการเรียนเกิดความเครียดและทำให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

#### 4.4.2 งานวิจัยและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทางจิตวิทยา

##### ด้านความอยากลอง

นิตยา กัทลิตระพันธ์ (2542: 5) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการเสพสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กวัยรุ่น ถือว่าเป็นการประพฤตินั้นที่ไม่สมควรแก่วัย และถือว่าเป็นพฤติกรรมเบี่ยงเบนลักษณะหนึ่ง ซึ่งในช่วงของวัยรุ่นจะมีความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อน ดังนั้นเพื่อนจึงมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมของเด็กวัยรุ่น ถ้าครบเพื่อนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนคือเสพสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก็จะมีความเสี่ยงที่จะเสพสุราได้ ซึ่งปัจจุบันนี้ปัญหาการเสพสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กวัยรุ่น พบว่ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทั้งเพศชายและเพศหญิง อันเนื่องมาจากสาเหตุและปัจจัยในด้านต่างๆกัน โดยที่พฤติกรรมการเสพสุราในวัยรุ่นนั้น มีเหตุผลสำหรับการดื่ม ส่วนหนึ่งคือ อยากลอง เพื่อนหรือบิดามารดาและญาติพี่น้องชวนให้ลอง และเหตุผลอื่นๆ เช่น การเข้าสังคม การสังสรรค์ การถูกบังคับให้ดื่ม ถูกหลอกให้ดื่ม เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมการอยากลองของเด็กวัยรุ่นประกอบกับแรงชักจูง และแรงกระตุ้นต่างๆ เช่น อิทธิพลจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชนประเภทต่างๆซึ่งนับว่าเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เด็กวัยรุ่นมีพฤติกรรมเสี่ยงที่จะเสพสุราเพิ่มมากขึ้นได้

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ (2540, เล่ม 27) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ส่วนหนึ่งเกิดจากความอยากลองเพราะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ในการที่อยากจะลองหรือเผชิญกับสิ่งใหม่ๆ โดยเฉพาะในวัยที่ความรู้สึกอยากลองเป็นเรื่องที่ทำทายเป็นต้น สนุกสนาน เช่น ในวัยรุ่น

##### ด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์

จากข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ จากการรวบรวมสถิติข้อมูลระหว่างปี 2548 – 2549 พบว่า เด็กที่มีอายุระหว่าง 11 -19 ปี ดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสาเหตุที่ทำให้วัยรุ่นหันมาดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์นั้นมีเหตุผล 3 ประการที่สำคัญ คือ

- (1) ถูกมอมเมาจากสื่อโฆษณาต่างๆที่เมื่อดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แล้วจะเป็นบุคคลที่มีเสน่ห์ทางเพศ เท่ หรือหล่อเพิ่มมากขึ้น
- (2) หาซื้อได้ง่าย เนื่องจากมีการจัดวางเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไว้ในตำแหน่งที่สามารถเห็นได้ง่าย สามารถขายและหยิบได้ง่าย
- (3) มีราคาถูก พร้อมทั้งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ เช่น ผสมผลไม้ และสุรา

บางชนิดมีการจ่ายภาษีในราคาที่ถูก เพื่อให้สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่ถูก เช่น เหล้าขาว ทำให้สามารถจำหน่ายได้ในกลุ่มบุคคลที่มีรายได้น้อย

กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542: 160) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวชายในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพอใจในราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำเชิงบวกกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและมีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำเชิงบวกกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปในทางที่ผิดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเมื่อมีความพึงพอใจในราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาก โอกาสจะมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และดื่มไปในทางที่ผิดก็มากขึ้นด้วย

### ด้านการรับรู้สื่อโฆษณา

วิลาวัลย์ ฤดีसानต์ (2540: 83) ได้ทำการศึกษาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: นัยยะทางสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ปัจจุบันการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้สร้างสีสัน การสื่อความหมายให้ผู้ดื่มเกิดภาพลักษณ์ (Image) ความคิด (Idea) และอารมณ์ความรู้สึก (Feeling) ถูกใส่ลงไปสินค้า โดยผ่านจากโลกของระบบความหมาย ดังนั้นเมื่อสินค้ารวมเข้ากับภาพลักษณ์และอารมณ์แล้ว ก็สามารถเชื่อมโยงกับความคิดได้ เช่น “ความสุขที่คุณดื่มได้” ก็เชื่อมโยงความสุขอันเป็นสิ่งปรารถนาของมนุษย์ ซึ่งเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ เข้ากับเบียร์ยี่ห้อหนึ่งที่เป็นวัตถุรูปธรรมเช่นนี้ เป็นการเชื่อมโยงสิ่งที่ไม่สามารถบรรลุได้โดยง่าย เข้ากับสิ่งที่สามารถเข้าถึงได้ ทำให้เราคิดว่าวิธีการเข้าถึงความสุขอยู่ไม่ไกลเกินเอื้อมเพียงแค่ดื่มเบียร์ยี่ห้อนั้นเท่านั้น

ปภิขญา มาลาเว (2005) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อแนวโน้มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมโฆษณาในระดับมาก (5-6 วัน / สัปดาห์) มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง และมีทัศนคติเป็นกลางต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 52.0 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยประเภทเครื่องดื่มที่ดื่มมากที่สุด คือ เบียร์ มีความถี่ในการดื่มน้อยกว่า 2 ครั้ง / สัปดาห์ มากที่สุด และจะดื่มเมื่ออยู่ในกลุ่มเพื่อนมากที่สุด นอกจากนี้ ความชอบในกลวิธีการสร้างสรรค์งานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกระดับ

การศึกษาในประเทศนิวซีแลนด์ เกี่ยวกับปัญหาต่างๆที่กำลังประสบอยู่ในขณะนี้ในกลุ่มวัยรุ่น เช่น การใช้สารเสพติด การฆ่าตัวตาย การตั้งครรภ์ และการเกิดอุบัติเหตุจากรถยนต์ นั้นมีสุราเข้ามาเกี่ยวข้องและเป็นสาเหตุที่สำคัญของปัญหาต่างๆเหล่านี้ ซึ่งจากการศึกษา

พบว่า กลุ่มวัยรุ่นอายุ 10-17 ปีที่ชอบดูโฆษณาสุรารายงานว่าดื่มสุราสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ก่อนอายุ 20 ปี มากกว่ากลุ่มที่ไม่ชอบโฆษณาสุรา และกลุ่มวัยรุ่นอายุ 14 -17 ปี ที่ชอบดูโฆษณามากที่สุด จะเป็นกลุ่มที่ดื่มสุรานักที่สุด เนื่องจากเชื่อมโยงว่าการโฆษณาทำให้เกิดความรู้สึกว่าการดื่มสุราทำให้ชีวิตสนุกสนานและตื่นเต้นขึ้น (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2549: 7) ซึ่งมีงานวิจัยหลายชิ้นทั้งในต่างประเทศ และในประเทศไทย พบว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นั้นมีความสัมพันธ์กับปริมาณและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มวัยรุ่นและยังมีความสัมพันธ์กับอัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และในประเทศไทยเองงานวิจัยหลายชิ้นก็ชี้ให้เห็นว่า “โฆษณา” เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ชักนำเยาวชนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และพบว่า สื่อที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มวัยรุ่น ได้แก่ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ (ยงยุทธ ขจรธรรม, 2549)

#### 4.4.3 งานวิจัยและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทางสังคม

##### ด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว

บุคคลภายในครอบครัวนับว่าเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับวัยรุ่นมากที่สุด นับตั้งแต่แรกเกิดจนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งวัยรุ่นจะเกิดการเรียนรู้และรับเอาวัฒนธรรมหรือรูปแบบการดำเนินชีวิตต่างๆมาจากครอบครัว ซึ่งถ้าภายในครอบครัวมีบุคคลที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็ส่งผลให้เด็กเกิดการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการมีส่วนร่วมจึงอาจทำให้เด็กเกิดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

กู๊ดวินและคณะ (Goodwin et al.1973 cited in O’Leary & Wilson, 1987: 294 อ้างใน กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล, 2542: 69) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ เด็กชายที่อยู่ในครอบครัวที่มีบิดาคิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีการคิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 3 เท่า ของเด็กชายที่มาจากครอบครัวที่บิดาไม่คิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงต่อการดื่มสุราในเด็กและวัยรุ่น ของประเทศสหรัฐอเมริกาโดยทำการศึกษาวิจัยแบบไปข้างหน้า (Cohort study) ในเด็กวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 9 ปี จนถึงอายุ 16 ปี พบว่า สาเหตุหนึ่งที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเด็กและวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ พ่อ แม่ ที่ดื่มสุรา มีผลต่ออายุที่เริ่มดื่มสุราของเด็กและวัยรุ่น ยิ่งพ่อแม่ดื่มมาก เด็กวัยรุ่นก็ยิ่งดื่มตั้งแต่อายุยังน้อย ซึ่งสนับสนุนทฤษฎีการเรียนรู้จากสังคม (Social learning theories) กล่าวคือการดื่มสุราของเด็กเกิดจากการเลียนแบบพ่อแม่ ที่ดื่มสุรา ครอบครัวที่มีปัญหาการดื่มยิ่งส่งผลให้เด็กวัยรุ่นมีการดื่มสุรามากขึ้น โดยเด็กวัยรุ่นที่เริ่มดื่มสุราในอายุน้อยครั้ง

แรกมักตั้งต้นที่บ้าน นอกจากนี้บรรยากาศในครอบครัว การเลี้ยงดูของพ่อแม่มีผลต่อพัฒนาการของเด็กวัยรุ่น โดยเฉพาะพฤติกรรมการณ์ดื่มสุราก็พัฒนาไปด้วย (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2549)

ชัยยุทธ ดายา (2534) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยของการขาดแคลนทางสังคมของพ่อแม่ที่กระทบต่อพฤติกรรมการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น: กรณีศึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของกรมสามัญ พบว่า ระดับการรับรู้พฤติกรรมการณ์ดื่มของบิดาและมารดา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เนื่องจาก ครอบครัวเป็นสถาบันสำคัญในการขาดแคลนทางสังคมต่อบุตร ครอบครัวที่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

### ด้านกลุ่มเพื่อน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ และคณะ (2541) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทย อายุ 15 - 24 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การดื่มของเพื่อน เป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จิราภรณ์ เทพหนู (2540: 81) ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพัทลุง พบว่า นักเรียนที่เพื่อนมีอิทธิพลสูงและปานกลาง มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็น 10.64 และ 0.30 เท่าของนักเรียนที่เพื่อนมีอิทธิพลต่ำ

สปริงฮอลล์และคณะ (Sprinlhall et al., 1995 อ้างใน ภาวินี อยู่ประเสริฐ, 2540: 46) ได้กล่าวถึงแรงสนับสนุนทางสังคมโดยกลุ่มเพื่อนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้วัยรุ่นเริ่มใช้สารเสพติด และป้องกันการใช้สารเสพติด จึงพบว่า สาเหตุที่ทำให้วัยรุ่นใช้สารเสพติดมากที่สุด คือ การถูกชักชวนจากเพื่อนและมีการใช้สารเสพติด

ประกิจ โพธิ์อาสน์ (2541) ได้ทำการศึกษาที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีอายุระหว่าง 15 -19 ปี พบว่าปัจจัยเสริม ได้แก่ พฤติกรรมการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการวิเคราะห์การจำแนกพบ พบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ดีที่สุดก็คือ พฤติกรรมการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท

### ด้านการหาได้ง่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ถึงแม้ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะจำกัดอายุผู้ซื้อไม่เกิน 18 ปีแต่โดยทั่วไป

เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ก็เป็นสินค้าที่มีวางจำหน่ายในหลายที่ ไม่ว่าจะในซูเปอร์มาร์เก็ต มินิมาร์ทตลอด 24 ชั่วโมงทำให้สามารถหาซื้อได้ทุกที่ทุกเวลา และการดื่มน้ำสามารถทำได้ไม่ว่าจะเป็นริมทางเท้า หรือแม้แต่สถานที่ท่องเที่ยว

อนุชา นิลประสนธ์ (2550) กล่าวว่า ปัญหาร้านค้าที่จำหน่ายสุราไม่ได้มีแต่ร้านที่อยู่รอบมหาวิทยาลัย โดยที่ภายในมหาวิทยาลัยเองก็มีร้านสะดวกซื้อที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ภายในมหาวิทยาลัยซึ่งเกิดปัญหาต่างๆมากมายเนื่องจากเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้นักศึกษาบางรายดื่มน้ำสุราถึงจนเช้า บางครั้งเกิดปัญหาทะเลาะวิวาทขึ้นภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งนำมาสู่ปัญหาการถูกรื้อไทม์มากที่สุดใน

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคของผู้ดื่มน้ำสุรา พบว่า สาเหตุส่วนหนึ่งที่สนับสนุนพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องที่สะดวกมาก เพราะอยู่ใกล้บ้าน โดยเฉลี่ยผู้ซื้อจะใช้เวลาเพียง 7.5 นาที ซึ่งพบว่า ในภาคอีสานผู้ซื้อใช้เวลาน้อยที่สุดเพียง 5.8 นาที เพราะในหมู่บ้านมีร้านค้าหลายร้าน รองลงมาคือภาคกลาง และภาคเหนือใช้เวลานานที่สุด 10 นาที ส่วนการเดินทางไปดื่มน้ำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านอาหารหรือร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใช้เวลาเฉลี่ย 18.4 นาที นอกจากนี้ยังพบว่า ถ้าผู้ดื่มน้ำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้ร้านจำหน่ายสุรา หรือร้านอาหาร ความถี่ในการดื่มน้ำสุราจะมากขึ้น แสดงว่าความสะดวกในการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อจำนวนครั้งในการดื่มน้ำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ยังพบว่าถ้าเวลาในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อกลับมาดื่มน้ำที่บ้าน เพิ่มขึ้น 10 นาที ผู้ดื่มจะลดการดื่มน้ำลงเฉลี่ย 0.3 ครั้งต่อเดือน จากค่าเฉลี่ย 7 ครั้ง ต่อเดือน (นิพนธ์ พัวพงศกร, 2548)

### ด้านความใกล้ – ไกล ของสถานศึกษา

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2550: 2) ทำการสำรวจความคิดเห็นของเด็ก วัยรุ่น ประชาชนทั่วไปและผู้ค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เกี่ยวกับการโฆษณาหรือการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ในชุมชนผู้ที่ตอบคำถามส่วนใหญ่ร้อยละ 32 % อาศัยอยู่ในบริเวณที่มีโรงเรียน / สถานศึกษา ซึ่งมีการคิดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้บริเวณโรงเรียน / สถานศึกษาในรัศมี 500 เมตร ซึ่งเป็นการชักจูง ชี้นำและส่งเสริมความอยากรู้อยากลองของเด็กและเยาวชนในการเป็นผู้ที่ดื่มน้ำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายใหม่

### ด้านแหล่งที่พักอาศัย

การสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในระหว่าง พ.ศ.2534 – 2539

พบว่า ประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าในเขตเทศบาล นอกจากนี้มีหลายงานวิจัยที่พบว่าสภาพที่อยู่อาศัย เอื้อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ เช่น งานวิจัยของ ซูลเลนเจอร์ และ คิงส์เลย์ (Sullenger and Kingsley. อ้างใน สุชา จันท์เอม, 2536) กล่าวว่า เด็กที่ย้ายที่พอกอยู่บ่อยๆ เช่น ย้ายเพื่อไปทำการศึกษาเล่าเรียนในท้องถิ่นอื่น หรือย้ายที่ทำงานโดยเฉพาะเข้าไปอยู่ในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่ ซึ่งเป็นการจากบิดา มารดาไปอยู่ที่ไกล ทำให้ต้องปกครองตนเอง อาจทำให้ปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ที่แตกต่างจากเดิมไม่ได้ และพ่ายแพ้ต่อความเขี้ยวของสิ่งต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งบันเทิง เริงรมย์ แหล่งอบายมุขต่างๆ เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้กระทำผิดได้

พิศิษฐ์ ธีรฤทธิ (2536) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางสังคมกับการกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติดให้โทษของวัยรุ่น พบว่า เด็กและเยาวชนที่ติดยาเสพติดส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในชุมชนแออัด

อาคม กาญจนประโชติ (2550) กล่าวว่า มหาวิทยาลัยในเขตภาคเหนือ 7 สถาบัน ซึ่งการดำเนินชีวิตของเด็กมักอยู่หอพัก เมื่อเลิกเรียนแล้วก็จะรวมกลุ่มกันทำอาหาร เมื่อมีร้านที่จำหน่ายสุรามายู่อรอบๆมหาวิทยาลัย ก็ทำให้เกิดความสะดวกในการซื้อ สะดวกในการขาย มีเด็กเป็นจำนวนมากที่หลงไปยุ่งเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทำให้รอบมหาวิทยาลัยกลายเป็นแหล่งบันเทิง เกิดการมั่วสุม ทะเลาะวิวาท การเรียนตกต่ำ ทุจริตไทน และเกิดกรณีผู้สาว และอุบัติเหตุมากถึงร้อยละ 90

#### 4.4.4 งานวิจัยและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การศึกษาเกี่ยวกับการควบคุมปัญหาแอลกอฮอล์ด้วยกฎหมาย โดยการรวบรวมงานวิจัยจากประเทศต่างๆเพื่อสนับสนุนพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้ (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2550)

##### มาตรการด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ

งานวิจัยของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีกฎหมายห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่เด็กอายุต่ำกว่า 21 ปี โดยงานวิจัยที่ศึกษานั้นได้ทดลองนำเยาวชนอายุ 21 ปี 3 คนที่หน้าตาอ่อนกว่าอายุดูประมาณ 19 ปี หรือต่ำกว่าไปซื้อเบียร์ตามร้านค้า ร้านค้าละ 3 ครั้ง ผลปรากฏว่า ร้อยละ 47 ของการซื้อ 336 ครั้ง ไม่มีการขอตรวจบัตรเพื่อดูอายุ และปรากฏว่ามีถึง 4 ใน 5 ของร้านค้าที่สามารถซื้อเบียร์ได้อย่างน้อยหนึ่งครั้งในความพยายามซื้อสามครั้ง

บัณฑิต ศรีไพศาล (2550) ได้ทำการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับการกำหนดอายุขั้นต่ำที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเข้มข้นถึง 132 งานวิจัยโดยมีเป้าหมายในการลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นทั้งในระดับมัธยม มหาวิทยาลัย และเยาวชนทั่วไปนั้นพบว่าการเพิ่มอายุขั้นต่ำในการซื้อและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 21 ปีนั้น มีประสิทธิผลสูงสุด

ประเทศเดนมาร์กมีการศึกษาประเมินผลการออกนโยบายกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านค้าที่มีอายุ 15 ปี พบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนอายุต่ำกว่า 15 ปี ลดลงถึงร้อยละ 36 และลดลงร้อยละ 17 ในเยาวชนที่มีอายุมากกว่า 15 ปี

ข้อมูลขององค์การอนามัยโลก พบว่า มีอย่างน้อย 76 ประเทศที่มีกฎหมายกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มี 8 ประเทศที่กำหนดอายุขั้นต่ำที่ 21 ปี ได้แก่ ชิลี เบลารุส อียิปต์ ยูเครน ซามัว ฮอนดูรัส หมู่เกาะโซโลมอนและบางรัฐของสหรัฐอเมริกา มี 5 ประเทศที่กำหนดอายุขั้นต่ำที่ 20 ปี ได้แก่ ไอซ์แลนด์ ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ นอร์เวย์ สวีเดน โดยประเทศส่วนใหญ่กำหนดไว้ที่อายุ 18 ปี และในขณะที่บางประเทศที่ไม่ค่อยเข้มงวดมากนักกำหนดอายุขั้นต่ำไว้เพียง 16 ปี เช่น ฝรั่งเศส เบลเยียม อิตาลี แคมเบีย แทนซาเนีย เป็นต้น (ยงยุทธ ขจรธรรม, 2547)

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับการรู้กฎหมายและบทลงโทษเกี่ยวกับสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ทั้งผู้ดื่มและผู้ที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยวิธีการให้ตอบแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเองจำนวน 26.4 ล้านคน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่รู้และทราบกฎหมายที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กที่อายุต่ำกว่า 18 ปี มากที่สุดถึงร้อยละ 91.1 และทราบว่าบทลงโทษของผู้ที่กระทำผิดกฎหมายจราจรในขณะที่เมาสุรา จะต้องรับโทษโดยการทำงานสาธารณะ งานบริการสังคม ร้อยละ 54.8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547)

### มาตรการทางด้านการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย

การศึกษาในประเทศสวีเดนช่วงทศวรรษที่ 1980 พบว่า มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงหลังจากมีนโยบายปิดการจำหน่ายในวันเสาร์ หลังจากการศึกษาพบว่าการจำหน่ายในวันเสาร์สัมพันธ์กับการเพิ่มขึ้นของความรุนแรงในครอบครัวและการเมาในที่สาธารณะ ต่อมาพบการจำหน่ายแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 หลังจากที่มีการเปิดให้มีร้านจำหน่ายสุราได้ในวันเสาร์ นอกจากนี้ ในประเทศเม็กซิโกมีงานวิจัยพบว่า การปิดจำหน่ายสุราชั่วคราวเพื่อเป็นการรองรับการเลือกตั้ง ตั้งแต่เวลา 24.00 นาฬิกาของคืนวันศุกร์จนถึง 10.00

นาฬิกา ของวันจันทร์ ผลปรากฏว่าลดจำนวนคนอเมริกันที่เดินทางข้ามประเทศลงถึงร้อยละ 35 และลดจำนวนผู้ที่ทำผิดกฎหมายที่มีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสูงเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด

### มาตรการในการควบคุมการโฆษณา

บัญญัติ ศรีไพศาล (2550) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของการโฆษณาชิ้นหนึ่งซึ่งเป็นการศึกษาในระยะยาวของประเทศสวีเดน พบว่า ผู้ชายที่ระลึกความทรงจำถึงการโฆษณาสุราได้ขณะอายุ 13 ปี เมื่ออายุ 18 ปี จะดื่มสุรามากกว่ากลุ่มผู้ชายที่ระลึกความทรงจำเกี่ยวกับโฆษณาไม่ได้และครึ่งหนึ่งของเยาวชนอายุ 10-13 ปี บอกว่าพวกเขารู้จักการดื่มสุราจากการดูโฆษณาและเชื่อมโยงว่าการโฆษณาทำให้เกิดความรู้สึกว่าการดื่มสุราทำให้ชีวิตสนุกและตื่นเต้นขึ้น และนอกจากนี้ การศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อทดสอบว่าค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และระดับการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนหรือไม่ โดยการสำรวจทางโทรศัพท์บุคคลอายุระหว่าง 15-26 ปี ต่อเนื่อง 4 ครั้ง ระหว่าง เดือนเมษายน 2542 – กุมภาพันธ์ 2544 พบว่า เยาวชนที่พบเห็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าโดยเฉลี่ยจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่า โดยที่ทุก 1 โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่พบเห็นเพิ่มขึ้นต่อเดือนจะส่งผลให้เพิ่มปริมาณการดื่มขึ้นร้อยละ 1 และเยาวชนที่อยู่ในพื้นที่ที่มีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่า โดยที่งบประมาณที่เพิ่มขึ้นทุก 1 ดอลลาร์สหรัฐ จะส่งผลให้เพิ่มปริมาณการดื่มร้อยละ 3

รายงานการศึกษาของ ซัฟเฟอร์ และเดฟ (Saffer H. and Dave D.) ในปี 2540 พบว่า การห้ามโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงจะส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อสัปดาห์ของเยาวชนลดลงจากร้อยละ 25 เหลือร้อยละ 21 และการดื่มแบบ “เมาห้าวร่า” (Binge Drinking) ลดลงจากร้อยละ 12 เหลือร้อยละ 7 (ยงยุทธ ขจรธรรม, 2547)

ปัจจุบันยังคงพบเห็นการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อทางโทรทัศน์ในรูปแบบของผู้อุปถัมภ์รายการอยู่เป็นประจำโดยเฉพาะการแข่งขันกีฬาประเภทอาชีพ เช่น กีฬามวยและฟุตบอล เป็นต้น (ฉัตรสุมน พฤทธิญา โย, 2548) ถึงแม้ว่าจะมีการควบคุมการโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้นซึ่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ห้ามมิให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม ซึ่งกำหนดให้การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆสามารถกระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ จากประกาศกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ.

2546 ได้กำหนดเวลาการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยห้ามโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์เวลา 05.00 – 22.00 น. และควบคุมเนื้อหาการโฆษณา โดยให้โฆษณาได้เฉพาะภาพลักษณ์เวลา 22.00 – 05.00 น. และห้ามไม่ให้ติดตั้งป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลางแจ้งในรัศมี 500 เมตรจากสถานศึกษา นอกจากนี้ ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2547 ได้มีการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางป้ายโฆษณาทั้งกลางแจ้งและในโรงภาพยนตร์โดยกำหนดให้ต้องมีคำเตือนควบคู่กับการโฆษณา (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2550)

### มาตรการด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อมูลขององค์การอนามัยโลกจากการสำรวจประเทศต่างๆทั่วโลกพบว่า แม้จะมีงานวิจัยที่สะท้อนผลของการจำกัดสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มาก แต่ประเทศส่วนใหญ่ทั่วโลกมีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หลายแห่ง เช่น ประเทศนอร์เวย์ ออสเตรเลียนิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย โดยพบว่าร้อยละ 72.2 ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา ร้อยละ 57.8 ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการสาธารณสุข ร้อยละ 64.2 ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการ ร้อยละ 52.7 ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสำนักงาน ร้อยละ 54.6 ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในยานพาหนะขนส่งมวลชน ร้อยละ 52.6 ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ชมการแข่งขันกีฬา ร้อยละ 38.0 ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนนหรือสวนสาธารณะและร้อยละ 37.7 ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกิจกรรมบันเทิง (องค์การอนามัยโลก, 2547)

#### 4.4.5 งานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

โจฮันน่า บริกเมเยอร์และเดวิด ฮีเมนเวย์ (Johanna Birckmayer and David Hemenway, 1999) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอายุขั้นต่ำในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กฎหมายกำหนดและการคิดฆ่าตัวตายในเยาวชนในปีพ.ศ. 2542 ซึ่งวัตถุประสงค์ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายที่กำหนดอายุขั้นต่ำในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และจำนวนของเยาวชนที่คิดฆ่าตัวตายที่มีอายุระหว่าง 18-20 ปี ในสหรัฐอเมริกา โดยใช้วิธีการศึกษาแบบภาคตัดขวาง ซึ่งเก็บข้อมูลใน 48 รัฐ ที่ติดกันของสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2513-2542 โดยผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดฆ่าตัวตายในกลุ่มเยาวชนกับอายุขั้นต่ำในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กฎหมายกำหนด มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า อัตราความคิดฆ่าตัวตายในกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 18-20 ปีที่อาศัยอยู่ในรัฐที่กฎหมายมีการ

กำหนดอายุขั้นต่ำในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อายุ 18 ปี มีอัตราการคิดฆ่าตัวตายสูงกว่ารัฐที่กำหนดอายุขั้นต่ำ 21 ปี ถึงร้อยละ 8

โอเจน ฮีมสตรอม (Orjan Hemstrom, 2002) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการควบคุมแอลกอฮอล์ของประเทศในยุโรป ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงความแตกต่างในการควบคุมแอลกอฮอล์ในประเทศต่างๆ ได้แก่ ฟินแลนด์ สวีเดน เยอรมันนี ฝรั่งเศสและอิตาลี โดยที่พิจารณาถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 1,000 คน ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ในประเทศต่างๆข้างต้น ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล พบว่า ปัจจัยทางด้านครอบครัวและกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการควบคุมแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งในประเทศอิตาลี มีอัตราการดื่มแอลกอฮอล์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและมีอัตราเฉลี่ยลดลงจากร้อยละ 38 เหลือร้อยละ 32 นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยทางด้านเพศก็มีผลต่อการดื่มแอลกอฮอล์โดยพบว่า เพศชาย มีอัตราการดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เดวิด เกียร์โคพาร์ตซี และ รัสเซล วินน์ (David Giacomassi and Russel Winn, 1995) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการหาได้ง่ายและความหายนะของดื่มแอลกอฮอล์ โดยทำการศึกษาเชิงวิเคราะห์ถึงความหลากหลายของกฎหมายในการควบคุมปัญหาต่างๆที่มีสาเหตุมาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใน 120 มณฑลของประเทศแคนดักก็ เช่น การกำหนดอายุขั้นต่ำในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 21 ปี ก็เป็นตัวอย่างหนึ่งของความพยายามในการที่จะลดปัญหาที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตามในทุกวันนี้มีรัฐบาลทางตอนใต้ของประเทศดังกล่าวจำนวนมากได้มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพบว่ามี 77 มณฑล ได้มีการออกกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการกำหนดอัตราการเก็บภาษี 6 ชนิดของยานพาหนะที่เกิดอุบัติเหตุชนกัน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวพบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและไม่ปรากฏหลักฐานอัตราการเกิดอุบัติเหตุในประเทศที่ออกกฎหมายดังกล่าว

แอนดริว สเตปทอร์ (Andrew Steptoe, 2004) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการขับขี่ยานพาหนะของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย: กรณีศึกษาใน 23 ประเทศของยุโรป เนื่องมาจากการขับรถในขณะที่มีเมามาเป็นปัญหาหลักของหลายประเทศโดยในการศึกษานี้มีการประเมินถึงความสัมพันธ์ทางด้านทัศนคติที่มีต่อการขับรถในขณะที่มีเมามาและการปฏิบัติตามมาตรการทางกฎหมายของนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยแบ่งเป็นเพศชายจำนวน 8,282 คน และเพศหญิงจำนวน 10,816 คนใน 23 ประเทศของยุโรป ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มาตรการทางกฎหมายในการจำกัดอายุของผู้ดื่มสามารถป้องกันปัญหาที่เกิดจากการขับรถขณะมีเมมาได้ร้อยละ 20 ในเพศชาย และร้อยละ 7 ในเพศหญิง ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศซึ่งระดับที่สูง

สุดทั้งเพศชายและเพศหญิงมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาและ เพศชายระดับสูงสุดมาจากประเทศอเมริกาใต้และประเทศแถบเมดิเตอร์เรเนียน นอกจากนี้จากการสำรวจยังพบว่า การขับรถขณะมีเมายังนำมาซึ่งอุบัติเหตุบนท้องถนนและอัตราการตายที่สำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่อัตราความชุกของการขับรถขณะมีเมมาในประเทศกลุ่มตัวอย่างมีการควบคุมระดับของแอลกอฮอล์ในเลือดใกล้เคียงเข้าสู่จุดสูงสุด นอกจากนี้ทัศนคติที่มีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการขับรถในขณะมีเมมาและอันตรายในรูปแบบอื่นๆล้วนแต่มีแอลกอฮอล์เข้ามามีส่วนในการสนับสนุนทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งความพยายามในการที่จะสนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมระดับแอลกอฮอล์ในเลือดและความพยายามในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการขับรถในขณะมีเมมา น่าที่จะนำไปสู่วิธีการแก้ไขปัญหที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เป็นผลสำเร็จ

### บทที่ 3

## วิธีการวิจัย

### รูปแบบการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเป็นชั้น สุ่ม 3 ชั้น (Stratified three-stage sampling) ซึ่งมีการจัดสรรตัวอย่างในแต่ละชั้น โดยใช้วิธีเนย์แมน (Neyman Allocation)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ เขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานครเขต 1 ปีการศึกษา 2550 ซึ่งมีจำนวนโรงเรียนในสังกัดทั้งหมด 39 โรงเรียน และมีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 40,001 คน

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายทั้ง 3 ระดับชั้น ได้แก่ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยแบ่งออกเป็น 3 ชั้น (Strata) คือ

ชั้นที่ 1 โรงเรียนชายล้วน มีจำนวนโรงเรียนทั้งหมด 9 โรงเรียน มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 8,865 คน

ชั้นที่ 2 โรงเรียนสตรีล้วน มีจำนวนโรงเรียนทั้งหมด 6 โรงเรียน มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 7,847 คน

ชั้นที่ 3 โรงเรียนที่มีทั้งนักเรียนชายและนักเรียนหญิง มีจำนวนโรงเรียนทั้งหมด 24 โรงเรียน มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 23,289 คน

### การหาขนาดตัวอย่าง

วิธีการคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สูตรในการประมาณค่า สัดส่วนประชากรโดยมีการจัดสรรตัวอย่างแบบเนย์แมน (Neyman Allocation) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้คือ (วิลโลว์ กุศลวิศิษฐ์กุล, 2549: 5-55)

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} \left( \sum_{h=1}^L N_h \sqrt{p_h q_h} \right)^2}{N^2 (\hat{r}_p)^2 + Z^2_{\alpha/2} \sum_{h=1}^L N_h p_h q_h}, \quad n_h = \frac{N_h \sqrt{p_h q_h}}{\sum_{h=1}^L N_h \sqrt{p_h q_h}} \times n$$

เมื่อกำหนดให้

- N คือ จำนวนนักเรียนทั้งหมด = 40,001 คน
- n คือ จำนวนนักเรียนตัวอย่าง
- $\alpha$  คือ ความน่าจะเป็นที่ค่าประมาณจะผิดไปจากค่าจริงเกินความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์ กำหนดให้  $\alpha = 0.05$  ดังนั้น  $Z_{\alpha/2} = 1.96$
- L คือ จำนวนชั้น = 3 ชั้น
- $N_h$  คือ จำนวนนักเรียนรวมของแต่ละชั้น
- $n_h$  คือ จำนวนนักเรียนตัวอย่างของแต่ละชั้น
- $p_h$  คือ สัดส่วนของนักเรียนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชั้น ข้อมูลจากรายงานการสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่และดื่มสุราของประชากร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547)
- $q_h$  คือ สัดส่วนของนักเรียนที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชั้น  $q_h = 1 - p_h$
- r คือ ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพัทธ์ กำหนดให้ = 0.1
- $\hat{p}$  คือ สัดส่วนการดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำแนกตามพฤติกรรมการดื่ม ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2547 = 0.3375

แทนค่าในสูตรขนาดตัวอย่างได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

ประเภท โรงเรียน	จำนวนนักเรียน ( $N_h$ )	สัดส่วนนักเรียน ที่ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ( $p_h$ )	สัดส่วนนักเรียน ที่ไม่ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ( $q_h$ )	$N_h \sqrt{p_h q_h}$	$N_h p_h q_h$
ชายล้วน	8,865	0.5441	0.4559	4,415.23	2,199.0092
หญิงล้วน	7,847	0.0902	0.9098	2,247.92	643.9558
สหศึกษา	23,289	0.3375	0.6625	11,012.37	5,207.2748
รวม	40,001			17,675.52	8,050.2398

แทนค่าต่างๆลงในสูตรขนาดตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2 (17,675.52)^2}{(40,001)^2 (0.03375)^2 + (1.96)^2 (8,050.2398)}$$

$$n = 647.53$$

นั่นคือได้จำนวนนักเรียนตัวอย่าง 648 คน

แจกจ่ายขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นโดยวิธีเนย์แมนด้วยสูตร

$$n_h = \frac{N_h \sqrt{p_h q_h}}{\sum_{h=1}^L N_h \sqrt{p_h q_h}} \times n$$

ได้ขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นได้ดังนี้

โรงเรียนชายล้วน ได้จำนวนนักเรียนตัวอย่างคือ 162 คน

โรงเรียนสตรีล้วน ได้จำนวนนักเรียนตัวอย่างคือ 82 คน

โรงเรียนสหศึกษา ได้จำนวนนักเรียนตัวอย่างคือ 404 คน

## วิธีการเลือกตัวอย่าง

### การสุ่มชั้นที่ 1

ทำการสุ่มเลือกโรงเรียนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละชั้น (Stratum) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มเชิงเดียว (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลากแบบไม่คืนที่ดังนี้

โรงเรียนชายล้วนสุ่มมา 2 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร และ โรงเรียนวัดสระเกษ

โรงเรียนสตรีล้วนสุ่มมา 2 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนสตรีวัดมหาพฤฒาราม และ โรงเรียนสายปัญญาในพระราชินี

โรงเรียนสหศึกษาสุ่มมา 1 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนศรีอยุธยา

### การสุ่มชั้นที่ 2

กำหนดจำนวนนักเรียนตัวอย่างในแต่ละโรงเรียนตามสัดส่วนของจำนวนนักเรียนที่มีอยู่ในโรงเรียนตัวอย่างดังนี้คือ

โรงเรียนชายล้วน ได้แก่ โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร มีจำนวนของนักเรียนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 124 คน และ โรงเรียนวัดสระเกษ มีจำนวนของนักเรียนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 38 คน รวม 162 คน

โรงเรียนสตรีล้วน ได้แก่ โรงเรียนสตรีวัดมหาพฤฒาราม มีจำนวนของนักเรียนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 41 คน และ โรงเรียนสายปัญญาในพระราชินี มีจำนวนของนักเรียนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 41 คน รวม 82 คน

โรงเรียนสหศึกษา ได้แก่ โรงเรียนศรีอยุธยา มีจำนวนของนักเรียนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 159 คน

### การสุ่มชั้นที่ 3

คำนวณจำนวนของนักเรียนตัวอย่างที่ศึกษาในแต่ละระดับชั้นเรียนของมัธยมศึกษาตอนปลายตามสัดส่วนของจำนวนนักเรียนที่มีอยู่ในโรงเรียนตัวอย่างได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนนักเรียนตัวอย่างในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ประเภทโรงเรียน	โรงเรียนตัวอย่าง	จำนวนนักเรียนตัวอย่างในแต่ละชั้นปี
ชายล้วน	1. โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร	มัธยมศึกษาปีที่ 4 46 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 5 45 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 6 33 คน
	2. โรงเรียนวัดสระเกษ	มัธยมศึกษาปีที่ 4 14 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 5 8 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 6 16 คน
หญิงล้วน	1. โรงเรียนสตรีวัดมหาพฤฒาราม	มัธยมศึกษาปีที่ 4 14 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 5 13 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 6 14 คน
	2. โรงเรียนสายปัญญาในพระราชินีปทุมธานี	มัธยมศึกษาปีที่ 4 13 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 5 14 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 6 14 คน
สหศึกษา	โรงเรียนศรีอยุธยา	มัธยมศึกษาปีที่ 4 53 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 5 52 คน
		มัธยมศึกษาปีที่ 6 54 คน

เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมีข้อจำกัดเรื่องการเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลในโรงเรียนตัวอย่างบางแห่ง ทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้เพียง 403 คน จากขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ 648 คน ทำให้ค่า  $r$  มีค่าเพิ่มขึ้น 12.73 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมีค่าเพิ่มขึ้นจากเดิมเพียงเล็กน้อย แต่มีค่าไม่เกิน 20 เปอร์เซ็นต์ จึงยังคงเป็นตัวอย่างที่เหมาะสมของประชากรที่ศึกษา

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มน้ำเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ เขตการศึกษาที่ 1 ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมจากแนวคิด ทฤษฎี กฎหมายและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ซึ่งในส่วนของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ถึงแบบสอบถามส่วนที่ 4 มีเกณฑ์ในการแปลผลแบ่งออกเป็น 3 ระดับดังนี้คือ

ระดับคะแนนน้อยกว่าร้อยละ 60 หมายถึง ข้อความตรงกับความเป็นจริงน้อย

ระดับคะแนนร้อยละ 60 - 79 หมายถึง ข้อความตรงกับความเป็นจริงระดับปานกลาง

ระดับคะแนนตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป หมายถึง ข้อความตรงกับความเป็นจริงมาก

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มน้ำเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นทั้งคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิดให้ตอบตามความเป็นจริง ซึ่งประกอบไปด้วย

1.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 10 ข้อ

1.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการดื่มน้ำเบียร์ จำนวน 8 ข้อ

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านจิตวิทยาซึ่งประกอบไปด้วย

2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับความอยากลองดื่มน้ำเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด โดยมีตัวเลือกให้เลือกตอบ 5 ตัวเลือก ตามความเป็นจริง คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งข้อคำถามมีจำนวน 8 ข้อ มีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

น้อยที่สุด หมายถึงข้อความว่า ข้อความตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบน้อยที่สุด

น้อย หมายถึงข้อความว่า ข้อความตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบน้อย

ปานกลาง หมายถึงข้อความว่า ข้อความตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบปานกลาง

มาก หมายถึงข้อความว่า ข้อความตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบมาก

มากที่สุด หมายถึงข้อความว่า ข้อความตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบมากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนน

คำตอบ	ข้อความเชิงบวก (คะแนน)	ข้อความเชิงลบ (คะแนน)
น้อยที่สุด	1	5
น้อย	2	4
ปานกลาง	3	3
มาก	4	2
มากที่สุด	5	1

การแปลผลแบ่งออกเป็น 3 ระดับ

ระดับคะแนน 8-27 คะแนน หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงน้อย

ระดับคะแนน 28-33 คะแนน หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงระดับปานกลาง

ระดับคะแนนตั้งแต่ 34-38 คะแนน หมายถึง ตรงกับความเป็นจริงมาก

2.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดให้เลือกตอบตามความเป็นจริง โดยเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ให้เลือกตอบ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งข้อคำถามมีจำนวน 7 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ดังนี้

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หมายความว่า ผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นไม่ตรงกับความรู้สึกของตนเองทุกประการและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่ให้มาทั้งหมด

ไม่เห็นด้วย หมายความว่า ผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของตนเองเป็นส่วนน้อยและไม่เห็นด้วยกับข้อความที่ให้มานั้นเป็นส่วนมาก

ไม่แน่ใจ หมายความว่า ผู้ตอบไม่สามารถตัดสินใจได้หรือไม่แน่ใจกับข้อความที่ให้มา

เห็นด้วย หมายความว่า ผู้ตอบคำถามเห็นด้วยกับข้อความที่ให้มาทั้งหมดนั้นตรงกับความรู้สึกของตนเองเป็นส่วนมาก

เห็นด้วยอย่างยิ่ง หมายความว่า ผู้ตอบคำถามเห็นด้วยกับข้อความที่ให้มาทั้งหมดนั้นตรงกับความรู้สึกของตนเองทุกประการ

เกณฑ์การให้คะแนน

คำตอบ	คำถามเชิงบวก (คะแนน)	คำถามเชิงลบ (คะแนน)
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่แน่ใจ	3	3

เห็นด้วย	4	2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1

การแปลผลแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ

ระดับคะแนน 7-24 คะแนน	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับต่ำ
ระดับคะแนน 25-28 คะแนน	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับปานกลาง
ระดับคะแนนตั้งแต่ 29-31 คะแนน	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับสูง

2.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้สื่อโฆษณา ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดและเปิดให้กรอกข้อมูลตามความเป็นจริง จำนวน 2 ข้อคำถาม

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสังคม ซึ่งประกอบไปด้วย

3.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัวลักษณะของแนวคำถามเป็นแบบวัดพฤติกรรมซึ่งใช้คำถามปลายเปิดให้เลือกตอบโดยใช้ Rating Scale มีการวัด 4 ระดับให้เลือกตอบที่ตรงกับความเป็นจริง คือ ไม่เคยเลย นานๆครั้ง บ่อยครั้ง และเป็นประจำ ซึ่งข้อคำถามมีทั้งหมด 8 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

คำตอบ	ข้อความเชิงบวก (คะแนน)	ข้อความเชิงลบ (คะแนน)
ไม่เคยเลย	1	4
นานๆครั้ง	2	3
บ่อยครั้ง	3	2
เป็นประจำ	4	1

การแปลผลแบ่งออกเป็น 3 ระดับ

ระดับคะแนน 8-22 คะแนน หมายความว่า ครอบครัวมีส่วนสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ

ระดับคะแนน 23-26 คะแนน หมายความว่า ครอบครัวมีส่วนสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับคะแนนตั้งแต่ 27 คะแนนขึ้นไป หมายความว่า ครอบครัวมีส่วนสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง

3.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด โดยมี ตัวเลือกให้เลือกตอบ 2 ตัวเลือก คือ ใช่ และ ไม่ใช่ ซึ่งมีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ

## เกณฑ์ในการให้คะแนน

คำตอบ	ข้อความเชิงบวก (คะแนน)	ข้อความเชิงลบ (คะแนน)
ใช่	1	0
ไม่ใช่	0	1

## การแปลผล

ระดับคะแนน 0-4 คะแนน หมายความว่า กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่ำ

ระดับคะแนน 5-6 คะแนน หมายความว่า กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับปานกลาง

ระดับคะแนนตั้งแต่ 7-9 คะแนน หมายความว่า กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูง

3.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการหาได้ง่ายของเบียร์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบ 2 ตัวเลือก คือ ใช่ และ ไม่ใช่ ซึ่งข้อคำถามมีจำนวน 3 ข้อ

## เกณฑ์การให้คะแนน

ตอบ ใช่	ได้	1 คะแนน
ตอบ ไม่ใช่	ได้	0 คะแนน

## การแปลผล

ระดับคะแนนน้อยกว่า 1 คะแนน แสดงว่า มีการหาได้ง่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับที่ต่ำ

ระดับคะแนน 1-2 คะแนน แสดงว่า มีการหาได้ง่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับคะแนนตั้งแต่ 3 คะแนนขึ้นไป แสดงว่า มีการหาได้ง่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง

3.4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความใกล้เคียงของสถานศึกษากับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด โดยมีตัวเลือกให้เลือกตอบ 2 ตัวเลือก คือ ใช่ และ ไม่ใช่ ซึ่งข้อคำถามมีทั้งหมด 6 ข้อ

## เกณฑ์การให้คะแนน

ตอบ ใช่	ให้	1 คะแนน
---------	-----	---------

ตอบ ไม่ใช่ ให้ 0 คะแนน

การแปลผล

ระดับคะแนน 0-3 คะแนน หมายความว่า ความใกล้เคียง-ไกลของสถานศึกษากับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับที่ต่ำ

ระดับคะแนน 4-5 คะแนน หมายความว่า ความใกล้เคียง-ไกลของสถานศึกษากับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับปานกลาง

ระดับคะแนนตั้งแต่ 5-6 คะแนน หมายความว่า ความใกล้เคียง-ไกลของสถานศึกษากับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับที่สูง

3.5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่พักอาศัย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดโดยมีตัวเลือกให้เลือกตอบตามความเป็นจริง คือ ใช่ และ ไม่ใช่ โดยมีข้อความจำนวน 7 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

ตอบ ใช่ ให้ 1 คะแนน

ตอบ ไม่ใช่ ให้ 0 คะแนน

การแปลผล

ระดับคะแนน 0-4 คะแนน หมายความว่า บริเวณของแหล่งที่พักอาศัยมีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับที่ต่ำ

ระดับคะแนน 5-6 คะแนน หมายความว่า บริเวณของแหล่งที่พักอาศัยมีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับปานกลาง

ระดับคะแนนตั้งแต่ 6-7 คะแนน หมายความว่า บริเวณของแหล่งที่พักอาศัยมีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับที่สูง

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามด้านการรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายเปิดให้เลือกตอบและคำถามปลายเปิดให้ตอบตามความเป็นจริงจำนวน 11 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

ตอบถูกได้ 1 คะแนน

ตอบผิดได้ 0 คะแนน

การแปลผล

คะแนน 0-6 คะแนน มีการรับรู้ในระดับต่ำ

คะแนน 7-8 คะแนน มีการรับรู้ในระดับปานกลาง  
คะแนนตั้งแต่ 9-11 คะแนน มีการรับรู้ในระดับสูง

### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา ความชัดเจนของภาษาที่ใช้แล้วนำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมตามคำแนะนำ ก่อนที่จะนำไปใช้ทดสอบ

2. การทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมแล้ว ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาโดยผู้วิจัยเลือกนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนเทพศิลา จำนวน 30 คน นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์หาความเที่ยง โดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามในส่วนที่เป็นความคิดเห็น เท่ากับ 0.860

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดคณะกรรมการ การศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ เขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง ใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 90 วัน โดยมีขั้นตอนและวิธีดำเนินการดังนี้

1. ขออนุญาตจากทางบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อทำการขออนุญาตเก็บข้อมูลจากนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากทางโรงเรียนที่เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการและขั้นตอนการเก็บข้อมูลรวมทั้งกลุ่มตัวอย่างให้กับทางโรงเรียนทราบ

2. ประสานงานกับทางโรงเรียนต่างๆที่จะเข้าไปเก็บข้อมูล

3. ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองในโรงเรียนที่อนุญาตให้ผู้วิจัยสามารถทำการเก็บข้อมูลได้ โดยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถามในแต่ละข้อให้กลุ่มตัวอย่างได้รับทราบ ซึ่งใช้เวลา 30 นาทีโดยประมาณ ในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองในห้องเรียน

4. ในกรณีที่ทางโรงเรียนไม่สะดวกให้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ผู้วิจัยจะทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ วิธีการและขั้นตอนการเก็บข้อมูลให้อาจารย์ผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของทางโรงเรียนนั้นๆ ได้รับทราบ โดยผู้วิจัยจะนัดเวลารับแบบสอบถามคืนจากทางอาจารย์ผู้เก็บรวบรวมข้อมูล
5. นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์อีกครั้ง และนำไปทำการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

### สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. สถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistics) ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ตั้งกััดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ พื้นที่การศึกษา กรุงเทพมหานครเขต 1 จำนวน 403 คน โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผลการเก็บข้อมูลนำเสนอเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

#### ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

##### 1.1. ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลการศึกษาปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับอายุ เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการเรียน และผลการเรียนเฉลี่ย มีรายละเอียดดังนี้

**อายุ** พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 16.36 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 14 ปี และมีอายุสูงสุด 19 ปี

**เพศ** พบว่า เพศชายร้อยละ 55.3 และ เพศหญิงร้อยละ 44.7

**ระดับชั้นการศึกษา** พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 34.7 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ร้อยละ 32.8 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 32.5

**แผนการเรียน** พบว่า นักเรียนที่ศึกษาในแผนวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 45.2 นักเรียนที่ศึกษาในแผนศิลปศาสตร์ ร้อยละ 49.9 และนักเรียนที่ศึกษาในแผนคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 5.0

**ผลการเรียนเฉลี่ย** พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ส่วนใหญ่มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 35.0 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี ร้อยละ 37.9 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีและเกณฑ์ดี ร้อยละ 32.8 รายละเอียดตามตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุ (ปี)</b>		
14	1	0.2
15	91	22.6
16	136	33.7
17	116	28.8
18	56	13.9
19	3	0.7
รวม	403	100.0
อายุเฉลี่ย 16.36 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01 ปี อายุต่ำสุด 14 ปี อายุสูงสุด 19 ปี		
<b>เพศ</b>		
ชาย	223	55.3
หญิง	180	44.7
รวม	403	100.0

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับชั้นการศึกษา</b>		
ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	140	34.7
ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5	132	32.8
ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	131	32.5
รวม	403	100.0
<b>แผนการเรียน</b>		
สายวิทยาศาสตร์	182	45.1
สายศิลปศาสตร์	201	49.9
สายคอมพิวเตอร์	20	5.0
รวม	403	100.0
<b>ผลการเรียนเฉลี่ย</b>		
<b>ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4</b>		
1.00	3	2.1
1.50	16	11.4
2.00	13	9.3
2.50	33	23.6
3.00	49	35.0
3.50	25	17.9
4.00	1	0.7
รวม	140	100.0

### ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>ผลการเรียนเฉลี่ย</b>		
<b>ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5</b>		
1.00	0	0.0
1.50	9	6.8
2.00	43	32.6
2.50	50	37.9
3.00	18	13.6
3.50	12	9.1
4.00	0	0.0
รวม	132	100.0
<b>ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6</b>		
1.00	0	0.0
1.50	5	3.8
2.00	12	9.2
2.50	43	32.8
3.00	43	32.8
3.50	25	19.1
4.00	3	2.3
รวม	131	100.0

## 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

### 1.2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับ อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก ผู้ที่แนะนำให้นักเรียนรู้จักเบียร์ และการดื่มเบียร์ทั้งในอดีตและในปัจจุบัน มีรายละเอียดดังนี้

อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 54.1 เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรกอายุระหว่าง 10-14 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 10.50 ปี

**ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก** พบว่า ชนิดของเบียร์ที่นักเรียนรู้จักมากที่สุดร้อยละ 65.3 คือ เบียร์ช้าง

ผู้ที่แนะนำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายรู้จักเบียร์ พบว่า บิดาเป็นผู้ที่แนะนำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายรู้จักกับเครื่องดื่มเบียร์มากที่สุด ร้อยละ 32.5

การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากการศึกษาพบว่า นักเรียนร้อยละ 51.9 เคยดื่มเบียร์ และปัจจุบันยังคงดื่มเบียร์อยู่ คิดเป็นร้อยละ 22.1 รายละเอียดตามตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการดื่มเบียร์

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการดื่มเบียร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก (ปี)</b>		
5-9	133	33.0
10-14	218	54.1
15-19	52	12.9
รวม	403	100.0
อายุเฉลี่ย 10.50 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.80 ปี อายุต่ำสุด 5 ปี อายุสูงสุด 17 ปี		
<b>ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
เบียร์ช้าง	263	65.3
เบียร์สิงห์	229	56.8
เบียร์ลิโอ	197	48.9
เบียร์ไฮเนเกน	108	26.8
เบียร์อาซา	47	11.7
เบียร์คาลเบอร์ก	17	4.2
เบียร์เซียร์	14	3.5
เบียร์สด	11	2.7
อื่นๆ ได้แก่ เบียร์ไทเกอร์ ไลท์เบียร์	6	1.5

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการดื่มเบียร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>ผู้ที่แนะนำให้ให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายรู้จักเบียร์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
บิดา	131	32.5
สื่อโฆษณา	120	29.8
ญาติ พี่ น้อง	58	14.4
เพื่อน	49	12.2
มารดา	40	9.9
โทรทัศน์	32	7.9
สังคมรอบข้าง	30	7.4
ร้านค้า	8	2.0
หนังสือพิมพ์	2	0.5
อื่นๆ ได้แก่ รู้จักเอง ครู เพื่อนบิดา	15	3.7
<b>การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย</b>		
<b>ข้อมูลการดื่มเบียร์ที่ผ่านมา</b>		
ไม่เคย	194	48.1
เคย	209	51.9
รวม	403	100.0
<b>ข้อมูลการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน</b>		
ไม่ดื่ม	314	77.9
ดื่ม	89	22.1
รวม	403	100.0

## 1.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบันของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบันของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในด้าน อายุที่เริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรก บุคคลที่นักเรียนเริ่มดื่มเบียร์ด้วยครั้งแรก เหตุผลที่นักเรียนตัดสินใจดื่มเบียร์ ชนิดของเบียร์ที่ดื่มเป็นประจำ เหตุผลที่เลือกดื่มเบียร์ ความบ่อยครั้งในการดื่มเบียร์ในรอบหนึ่งสัปดาห์ ปริมาณของเบียร์ที่ดื่มในรอบหนึ่งสัปดาห์ บุคคลที่นักเรียนดื่ม

เบียร์ด้วยเป็นส่วนใหญ่ และสถานที่ที่นักเรียนดื่มเบียร์เป็นประจำเรียงลำดับจากมากไปน้อย มีรายละเอียดดังนี้

**อายุที่เริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรก** จากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 55.0 มีอายุอยู่ระหว่าง 10-14 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 13.50 ปี ซึ่งมีอายุต่ำสุด 6 ปี และอายุสูงสุด 18 ปี

**บุคคลที่นักเรียนเริ่มดื่มเบียร์ด้วยครั้งแรก** จากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 66.3 จะดื่มเบียร์ครั้งแรกกับเพื่อน

**เหตุผลที่ทำให้นักเรียนตัดสินใจดื่มเบียร์** จากการศึกษาพบว่า เหตุผลส่วนใหญ่ที่ทำให้นักเรียนร้อยละ 75.2 ดื่มเบียร์คือ ความอยากลอง

**ชนิดของเบียร์ที่ดื่มเป็นประจำ** จากการศึกษาพบว่า ชนิดของเบียร์ที่นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 33.7 ดื่มเป็นประจำ คือ เบียร์ลิโอบ

**เหตุผลที่เลือกดื่มเบียร์ในแต่ละชนิด** จากการศึกษาพบว่า เหตุผลที่นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 42.7 เลือกดื่มเบียร์ในแต่ละชนิด คือ ชอบในรสชาติของเบียร์

**ความบ่อยครั้งในการดื่มเบียร์ต่อสัปดาห์** จากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 43.8 จะดื่มเบียร์นานๆครั้งประมาณ 2-3 ครั้ง ต่อเดือน แล้วแต่โอกาสและเฉพาะเทศกาล เฉลี่ยแล้ว 3.80 ครั้งต่อสัปดาห์

**ปริมาณของเบียร์ที่ดื่มในรอบหนึ่งสัปดาห์** จากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 19.1 จะดื่มเบียร์ในปริมาณ 1 ขวดต่อสัปดาห์

**บุคคลที่นักเรียนดื่มเบียร์ด้วยเป็นส่วนใหญ่** จากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 73.0 จะดื่มเบียร์กับกลุ่มเพื่อน

**สถานที่ที่นักเรียนดื่มเบียร์เป็นประจำเรียงลำดับจากมากไปน้อย** จากการศึกษาพบว่า สถานที่ที่นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 74.1 ดื่มเบียร์มากที่สุด คือ งานเลี้ยงสังสรรค์ รองลงมาได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 56.2 และหอพักเพื่อน ร้อยละ 50.5 รายละเอียดตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุที่เริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรก (ปี)</b>		
6-9	7	8.0
10-14	49	55.0
15-19	33	37.0
รวม	89	100.0
อายุเฉลี่ย 13.50 ปี อายุต่ำสุด 6 ปี อายุสูงสุด 18 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.47 ปี		
<b>บุคคลที่นักเรียนเริ่มดื่มเบียร์ด้วยครั้งแรก</b>		
บิดา	18	20.2
มารดา	5	5.7
เพื่อน	59	66.3
ญาติ	5	5.6
อื่นๆ ได้แก่ ดื่มคนเดียว	2	2.2
รวม	89	100.0
<b>เหตุผลที่ทำให้นักเรียนตัดสินใจดื่มเบียร์</b>		
อยากลอง	67	75.2
เทศกาล	7	7.9
อื่นๆ ได้แก่ เพื่อเข้าสังคม ความเครียด		
ทำให้ร่างกายอบอุ่น	15	16.9
รวม	89	100.0
<b>ชนิดของเบียร์ที่ดื่มเป็นประจำ</b>		
ไม่มี	13	14.6
เบียร์ช้าง	15	17.0
เบียร์สิงห์	10	11.2
เบียร์ลิโอบ	30	33.7
เบียร์คาลเบอร์	1	1.1
เบียร์ไฮเนเกน	18	20.2
อื่นๆ ได้แก่ เบียร์อาซา และเบียร์สด	2	2.2
รวม	89	100.0

**ตารางที่ 5** จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
<b>เหตุผลที่เลือกดื่มเบียร์ในแต่ละชนิด</b>		
อยากลอง	15	16.9
ไม่มี	10	11.2
ชอบสีสัน	1	1.1
ชอบผลิตภัณฑ์	4	4.5
ชอบรสชาติ	38	42.7
อื่นๆ ได้แก่ ตามใจเพื่อน หาซื้อง่าย ราคาถูก	21	23.6
รวม	89	100.0
<b>ความบ่อยครั้งในการดื่มเบียร์ต่อสัปดาห์</b>		
1 ครั้ง / สัปดาห์	24	27.0
2 ครั้ง / สัปดาห์	13	14.6
3 ครั้ง / สัปดาห์	3	3.4
4 ครั้ง / สัปดาห์	4	4.5
มากกว่า 4 ครั้ง / สัปดาห์	6	6.7
อื่นๆ ได้แก่ บางเวลา แล้วแต่โอกาสและ อารมณ์ เวลาที่เครียดมากๆ นานๆ ครั้ง	39	43.8
รวม	89	100.0
เฉลี่ย 3.80 ครั้ง / สัปดาห์ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.21 ครั้ง / สัปดาห์		

**ตารางที่ 5** จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน  
(ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
<b>ปริมาณของเบียร์ที่ดื่มในรอบหนึ่งสัปดาห์</b>		
1 แก้ว / สัปดาห์	6	6.7
1.5 แก้ว / สัปดาห์	1	1.1
2 แก้ว / สัปดาห์	9	10.1
3 แก้ว / สัปดาห์	3	3.4
1 กระป๋อง / สัปดาห์	9	10.1
1.5 กระป๋อง / สัปดาห์	2	2.2
2 กระป๋อง / สัปดาห์	10	11.2
3 กระป๋อง / สัปดาห์	6	7.0
1 ขวด / สัปดาห์	17	19.1
1.5 ขวด / สัปดาห์	2	2.2
2 ขวด / สัปดาห์	12	13.4
3 ขวด / สัปดาห์	7	7.9
1 ลิตร / สัปดาห์	4	4.5
2 ลิตร / สัปดาห์	1	1.1
รวม	89	100.0
<b>บุคคลที่นักเรียนดื่มเบียร์ด้วยเป็นส่วนใหญ่</b>		
กลุ่มเพื่อน	65	73.0
บุคคลในครอบครัว	10	11.0
คนเดียวตามลำพัง	4	5.0
ไม่จำกัดกลุ่มดื่ม	10	11.0
รวม	89	100.0

**ตารางที่ 5** จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานที่ที่นักเรียนดื่มเบียร์เป็นประจำ (เรียงลำดับจากมากไปน้อย)</b>		
<b>บ้าน</b>		
ลำดับที่1	24	27.0
ลำดับที่2	6	6.7
ลำดับที่3	7	7.9
รวม	37	41.6
<b>หอพักตนเอง</b>		
ลำดับที่1	2	2.2
ลำดับที่2	1	1.1
ลำดับที่3	2	2.2
รวม	5	5.5
<b>หอพักเพื่อน</b>		
ลำดับที่1	17	19.1
ลำดับที่2	10	11.2
ลำดับที่3	18	20.2
รวม	45	50.5
<b>ร้านอาหาร</b>		
ลำดับที่1	9	10.1
ลำดับที่2	18	20.2
ลำดับที่3	11	12.4
รวม	38	42.7
<b>ห้างสรรพสินค้า</b>		
ลำดับที่1	0	0.0
ลำดับที่2	2	2.2
ลำดับที่3	3	3.4
รวม	5	5.6

**ตารางที่ 5** จำนวนและร้อยละของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบัน  
(ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานที่ที่นักเรียนดื่มเบียร์เป็นประจำ (เรียงลำดับจากมากไปน้อย)</b>		
<b>สวนสาธารณะ</b>		
ลำดับที่1	2	2.2
ลำดับที่2	12	13.5
ลำดับที่3	5	5.6
รวม	19	21.3
<b>สถานที่ท่องเที่ยว</b>		
ลำดับที่1	11	12.4
ลำดับที่2	18	20.2
ลำดับที่3	21	23.6
รวม	50	56.2
<b>งานเลี้ยงสังสรรค์</b>		
ลำดับที่1	23	25.8
ลำดับที่2	22	24.7
ลำดับที่3	21	23.6
รวม	66	74.1
<b>อื่นๆได้แก่ ผับ ลานเบียร์</b>		
ลำดับที่1	1	1.1
รวม	1	1.1

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกออกเป็น ปัจจัยทางด้านความอยากลอง ปัจจัยด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ และ ปัจจัยด้านการรับรู้สื่อโฆษณา ซึ่งผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ปัจจัยทางด้านความอยากลง** จากการศึกษาพบว่า ความอยากลงคัมเบียร์ของนักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 95.0 อยู่ในระดับน้อย ซึ่งหมายความว่า นักเรียนส่วนใหญ่ไม่มีความอยากลงคัมเบียร์ รายละเอียดตามตารางที่ 6

**ตารางที่ 6** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านความอยากลง

ปัจจัยด้านความอยากลง	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับน้อย	8-27	383	95.0
ระดับปานกลาง	28-33	18	4.5
ระดับมาก	34-38	2	0.5
รวม		403	100.0

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านความอยากลงของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นรายข้อ พบว่า การเห็นป้ายโฆษณาที่เกี่ยวกับเบียร์ทุกครั้งทำให้นักเรียนร้อยละ 48.9 มีความรู้สึกอยากลงคัมเบียร์มากขึ้นน้อยที่สุด นอกจากนี้ การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆทำให้นักเรียนร้อยละ 36.5 สามารถจดจำชื่อของเบียร์ได้มากขึ้น รายละเอียดตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางจิตวิทยา  
ด้านความอยากลอง จำแนกรายข้อ

ข้อความ	ความอยากลอง					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. เมื่อได้ดูโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับเบียร์นักเรียนมักจะมีความรู้สึกอยากลองดื่มตามโฆษณา	7 (1.7)	19 (4.7)	110 (27.3)	118 (29.3)	149 (37.0)	403 (100.0)
2. ทุกครั้งที่ได้ดูโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับเบียร์นักเรียนมักจะมีความสุขตามโฆษณานั้นๆ	6 (1.4)	15 (3.7)	96 (24.0)	148 (36.7)	138 (34.2)	403 (100.0)
3. การเห็นป้ายโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับเบียร์ทุกครั้งทำให้นักเรียนมีความรู้สึกอยากดื่มมากขึ้น	3 (0.7)	10 (2.5)	67 (16.6)	126 (31.3)	197 (48.9)	403 (100.0)
4. การนำเสนอของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับเบียร์ที่แสดงภาพที่สวยงามและมีความแปลกใหม่เป็นการชี้ชวนให้นักเรียนอยากลองดื่มเบียร์นั้นมากขึ้น	7 (1.7)	33 (8.2)	114 (28.3)	115 (28.5)	134 (33.3)	403 (100.0)

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางจิตวิทยา  
ด้านความอยากลอง จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ข้อความ	ความอยากลอง					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
5. การเห็นโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆที่เกี่ยวกับเบียร์ช่วย ทำให้นักเรียนสามารถ ตัดสินใจในการเลือก ชนิดของเบียร์ได้ง่ายขึ้น	13 (3.2)	55 (13.6)	116 (28.8)	107 (26.6)	112 (27.8)	403 (100.0)
6. การรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ เบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆ ทำให้นักเรียนสามารถ จดจำชื่อของเบียร์ได้ มากขึ้น	68 (16.9)	147 (36.5)	123 (30.5)	40 (9.9)	25 (6.2)	403 (100.0)
7. ป้ายโฆษณาเกี่ยวกับเบียร์ ที่แสดงถึงความสุขจาก การที่ได้ดื่มเบียร์ไม่ทำ ให้นักเรียนเกิดความรู้สึก อยากลองดื่ม	72 (17.9)	67 (16.6)	123 (30.5)	72 (17.9)	69 (17.1)	403 (100.0)
8. การเห็นโฆษณาในที่ต่างๆ เกี่ยวกับเบียร์ทำให้นักเรียน มีความรู้สึกอยาก เลียนแบบตามโฆษณานั้น	4 (1.0)	15 (3.7)	67 (16.6)	121 (30.0)	196 (48.6)	403 (100.0)

**ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์** จากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 87.1 มีความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหมายความว่า นักเรียนส่วนใหญ่ไม่มีความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์ รายละเอียดตามตารางที่ 8

**ตารางที่ 8** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์

ปัจจัยด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความพึงพอใจต่ำ	7-24	351	87.1
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	25-28	46	11.4
ระดับความพึงพอใจสูง	29-31	6	1.5
รวม		403	100.0

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์เป็นรายข้อ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 49.4 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งในกรณีถ้ามีเงินมากขึ้น จะหาซื้อเบียร์มาดื่มในปริมาณที่มากขึ้น นอกจากนี้พบว่ามีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 2.5 เห็นด้วยอย่างยิ่งถึงแม้ว่าเบียร์จะมีการปรับราคาขึ้นเท่าใดก็ตามนักเรียนก็ยังคงที่จะซื้อดื่มต่อไป นักเรียนร้อยละ 34.7 ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าราคาของเบียร์ในปัจจุบันนั้นเป็นราคาที่สามารจะซื้อดื่มได้ รายละเอียดตามตารางที่ 9

**ตารางที่ 9** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางจิตวิทยา  
ด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ จำแนกรายข้อ

ข้อความ	ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์					
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		รวม จำนวน	
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ราคาของเบียร์ในปัจจุบัน นั้นเป็นราคาที่สามารที่ จะซื้อดื่มได้	38 (9.4)	140 (34.7)	146 (36.2)	48 (12.0)	31 (7.7)	403 (100.0)
2. ถึงแม้ว่าเบียร์จะมีการ ปรับราคาขึ้นเท่าใดก็ตาม นักเรียนก็ยังคงที่จะซื้อ ดื่มต่อไป	10 (2.5)	40 (10.0)	86 (21.3)	100 (24.8)	167 (41.4)	403 (100.0)
3. ถ้ามีเงินมากขึ้นนักเรียนก็ จะหาซื้อเบียร์มาดื่มใน ปริมาณมากขึ้น	11 (2.7)	27 (6.7)	70 (17.4)	96 (23.8)	199 (49.4)	403 (100.0)
4. เมื่อราคาของเบียร์สูงขึ้น นักเรียนจะดื่มเบียร์ใน ปริมาณที่น้อยลง	51 (12.7)	112 (27.8)	118 (29.3)	40 (9.9)	82 (20.3)	403 (100.0)
5. ราคาของเบียร์ในปัจจุบัน เป็นราคาที่นักเรียนพึง พอใจ	14 (3.5)	59 (14.6)	160 (39.7)	80 (19.9)	90 (22.3)	403 (100.0)
6. เหตุผลที่เลือกดื่มเบียร์ชนิด ต่างๆเพราะว่าภาชนะที่ บรรจุสวยงาม แปลก และ ดึงดูดความสนใจ	16 (4.0)	83 (20.6)	124 (30.8)	87 (21.6)	93 (23.0)	403 (100)

**ตารางที่ 9** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางจิตวิทยา  
ด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์ จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ข้อความ	ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์					รวม
	เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
	อย่างยิ่ง				อย่างยิ่ง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
7. เหตุผลที่เลือกดื่มเบียร์ชนิดต่างๆ เนื่องจากติดใจในรสชาติของเบียร์แต่ละชนิด	39	83	121	52	108	403
	(9.7)	(20.6)	(30.0)	(12.9)	(26.8)	(100.0)

ปัจจัยทางด้านการรับรู้สื่อโฆษณา จากการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 88.6 ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มเบียร์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือป้ายโฆษณาร้อยละ 73.8 และเพื่อนร้อยละ 41.7 ตามลำดับ ซึ่งในรอบหนึ่งสัปดาห์นักเรียนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มเบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆ 6-10 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ เฉลี่ยแล้ว 7.60 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 41.7 รายละเอียดตามตารางที่ 10

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางจิตวิทยา  
ด้านการรับรู้สื่อโฆษณา

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์	การรับรู้สื่อโฆษณา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. บิดามารดา	46 (11.4)	29 (7.2)	50 (12.4)	125 (31.0)
2. ครูดี พี่น้อง	33 (8.2)	28 (6.9)	51 (12.7)	112 (27.8)
3. เพื่อน	41 (10.2)	50 (12.4)	77 (19.1)	168 (41.7)
4. วิทยู	4 (1.0)	24 (6.0)	36 (8.9)	64 (15.9)
5. โทรทัศน์	247 (61.3)	75 (18.6)	35 (8.7)	357 (88.6)
6. อินเทอร์เน็ต	3 (0.7)	23 (5.7)	51 (12.7)	77 (19.1)
7. ป้ายโฆษณา	33 (8.2)	171 (42.4)	94 (23.3)	298 (73.9)
8. อื่นๆ ได้แก่ โรงภาพยนตร์ สถานบันเทิง	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.5)	6 (1.5)

**ตารางที่ 10** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านการรับรู้สื่อโฆษณา (ต่อ)

ในรอบ 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา นักเรียนรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับ เบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆเป็นจำนวนเท่าใด (ครั้ง / สัปดาห์)	จำนวน	ร้อยละ
1-5	167	41.4
6-10	168	41.7
11-15	52	12.9
16-20	16	4.0
รวม	403	100.0
เฉลี่ย 7.60 ครั้ง/สัปดาห์ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.30 ครั้ง/สัปดาห์		

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม**

ผลการศึกษาปัจจัยทางด้านสังคมในส่วนของ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน การหาได้ง่ายของเบียร์ ความใกล้ชิด-ไกลของสถานศึกษา และ แหล่งที่พักอาศัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยทางด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว จากการศึกษาพบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 98.3 อยู่ในระดับที่ต่ำ ซึ่งหมายความว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัวส่วนใหญ่ไม่มีส่วนในการสนับสนุนการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย รายละเอียดตามตารางที่ 11

**ตารางที่ 11** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคมด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับต่ำ	8-22	396	98.3
ระดับกลาง	23-26	5	1.2
ระดับสูง	27	2	0.5
รวม		403	100.0

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่แล้ว บิดา มารดา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 73.7 ไม่เคยหัดให้นักเรียนดื่มเบียร์เพื่อให้รู้จักมารยาททางสังคม บิดา มารดา ส่วนใหญ่ร้อยละ 46.9 จะสอนนักเรียนเสมอว่าการดื่มเบียร์เป็นสิ่งไม่ดี ส่วนบิดา มารดา ที่ใช้ให้นักเรียนไปซื้อเบียร์เป็นประจำ ญาติพี่น้องที่ชวนให้นักเรียนทดลองดื่มเบียร์เมื่อมีการสังสรรค์ภายในครอบครัวและนักเรียนร่วมดื่มเบียร์กับสมาชิกในครอบครัวเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 1.0 รายละเอียดตามตารางที่ 12

**ตารางที่ 12** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม ด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว จำแนกรายข้อ

ข้อความ	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว				
	ไม่เคย	นานๆครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็นประจำ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. ความถี่ในการดื่มเบียร์ของบิดา มารดา ของนักเรียน	142 (35.2)	198 (49.1)	46 (11.4)	17 (4.2)	403 (100.0)
2. บิดา มารดา หัดให้นักเรียนดื่มเบียร์ เพื่อให้รู้จักมารยาททางสังคม	297 (73.7)	87 (21.6)	15 (3.7)	4 (1.0)	403 (100.0)
3. บิดา มารดา ใช้ให้นักเรียนไปซื้อเบียร์	257 (63.8)	120 (29.8)	22 (5.4)	4 (1.0)	403 (100.0)
4. บิดา มารดา สอนนักเรียนว่าการดื่ม เบียร์เป็นสิ่งไม่ดี	40 (9.9)	56 (13.9)	118 (29.3)	189 (46.9)	403 (100.0)
5. ญาติ พี่น้องของนักเรียนดื่มเบียร์หลัง เลิกงาน	155 (38.5)	187 (46.4)	42 (10.4)	19 (4.7)	403 (100.0)
6. ญาติ พี่น้อง ชวนให้นักเรียนทดลองดื่ม เบียร์เมื่อมีการสังสรรค์ภายใน ครอบครัว	254 (63.0)	124 (30.8)	21 (5.2)	4 (1.0)	403 (100.0)

**ตารางที่ 12** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคมด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ข้อความ	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว				
	ไม่เคย	นานๆครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็นประจำ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
7. เมื่อมีงานเลี้ยงสังสรรค์ในครอบครัว เครื่องดื่มที่นักเรียนเห็นคือ เบียร์ / เหล้า / ไวน์ ซึ่งมีส่วนผสมของแอลกอฮอล์	92 (22.8)	170 (42.2)	83 (20.6)	58 (14.4)	403 (100.0)
8. นักเรียนร่วมดื่มเบียร์กับสมาชิกในครอบครัว	274 (68.0)	111 (27.5)	14 (3.5)	4 (1.0)	403 (100.0)

ปัจจัยทางด้านกลุ่มเพื่อน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเพื่อนส่วนใหญ่ร้อยละ 78.0 มีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในระดับที่ต่ำ รายละเอียดตามตารางที่ 13

**ตารางที่ 13** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคมด้านกลุ่มเพื่อน

กลุ่มเพื่อน	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
อิทธิพลต่ำ	0-4	315	78.0
อิทธิพลปานกลาง	5-6	74	18.0
อิทธิพลสูง	7-9	14	4.0
รวม		403	100.0

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมด้านกลุ่มเพื่อนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นรายข้อ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 จะช่วยชักนำให้เพื่อนเลิกดื่มเบียร์ นอกจากนี้พบว่ามีกลุ่มเพื่อนร้อยละ 7.7 ที่ชอบชวนนักเรียนไปดื่มเบียร์เสมอหลังจากเลิกเรียน รายละเอียดตามตารางที่ 14

**ตารางที่ 14** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม  
ด้านกลุ่มเพื่อน จำแนกรายข้อ

กลุ่มเพื่อน	จำนวน	ร้อยละ
1. เพื่อนสนิทของนักเรียนชอบดื่มเบียร์	118	29.3
2. เพื่อนของนักเรียนมักชวนนักเรียนไปดื่มเบียร์เสมอ หลังจากเลิกเรียน	31	7.7
3. นักเรียนมักไม่กล้าที่จะปฏิเสธเมื่อถูกเพื่อนชวนให้ ทดลองดื่มเบียร์เพราะถือว่าเป็นการไม่ให้เกียรติเพื่อน	53	13.2
4. นักเรียนเคยมีความคิดอยากที่จะลองดื่มเบียร์ เมื่อเห็น เพื่อนภายในกลุ่มของนักเรียนดื่มแล้วมีความสุข สนุกสนาน	131	32.5
5. นักเรียนไม่ค่อยคบกับเพื่อนที่ดื่มเบียร์ และ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทุกชนิด	76	18.9
6. นักเรียนจะช่วยชักนำให้เพื่อนของนักเรียนเลิกดื่มเบียร์	247	61.3
7. ในงานเลี้ยงสังสรรค์วาระพิเศษระหว่างนักเรียนและ กลุ่มเพื่อนมักจะมีเบียร์มาช่วยเติมสีสันของความ สนุกเสมอ	161	40.0
8. นักเรียนและเพื่อนภายในกลุ่มมักใช้เวลาว่างส่วน ใหญ่ไปเที่ยวในห้างสรรพสินค้าและสถานบริการที่มี เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ผับ หรือ ดิสโก้เทค เสมอ	53	13.2
9. นักเรียนกลายเป็นบุคคลหนึ่งที่ดื่มเบียร์เหมือนกับ กลุ่มเพื่อนของนักเรียน	67	16.6

ปัจจัยทางด้านการหาได้ง่ายของเบียร์ จากการศึกษาพบว่า การหาได้ง่ายของเบียร์ส่วน  
ใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 49.0 รายละเอียดตามตารางที่ 15

**ตารางที่ 15** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม  
ด้านการหาได้ง่ายของเบียร์

การหาได้ง่ายของเบียร์	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับต่ำ	0	55	14.0
ระดับปานกลาง	1-2	196	49.0
ระดับสูง	3	152	37.0
รวม		403	100.0

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการหาได้ง่ายของเบียร์เป็นรายข้อพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 72.2 สามารถหาซื้อเบียร์ได้ในทุกสถานที่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อต่างๆ เป็นต้น รายละเอียดตามตารางที่ 16

**ตารางที่ 16** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม  
ด้านการหาได้ง่ายของเบียร์ จำแนกรายข้อ

การหาได้ง่ายของเบียร์	จำนวน	ร้อยละ
1. นักเรียนสามารถหาซื้อเบียร์ได้ในทุกสถานที่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อต่างๆ เป็นต้น	291	72.2
2. นักเรียนสามารถซื้อเบียร์ได้ตลอดเวลา โดยไม่มีการจำกัดเวลา โดยเฉพาะในร้านสะดวกซื้อต่างๆที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	194	48.1
3. นักเรียนมักที่จะเห็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี สามารถที่จะซื้อเบียร์ ได้จนเป็นเรื่องปกติ	277	68.7

ปัจจัยทางด้านความใกล้-ไกลของสถานศึกษา จากการศึกษาพบว่า ความใกล้-ไกลของสถานศึกษากับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 92.3 มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในระดับที่ต่ำ รายละเอียดตามตารางที่ 17

**ตารางที่ 17** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม  
ด้านความใกล้-ไกลของสถานศึกษา

ความใกล้-ไกลของสถานศึกษา	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับต่ำ	0-3	372	92.3
ระดับปานกลาง	4-5	27	6.7
ระดับสูง	5-6	4	1.0
รวม		403	100.0

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความใกล้-ไกลของสถานศึกษาเป็นรายข้อพบว่า การที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์อยู่ใกล้กับสถานศึกษาไม่ทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.2 เกิดความรู้สึกอยากซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์มาทดลองดื่มนักเรียนร้อยละ 66.5 สามารถหาซื้อเบียร์ได้ในระยะ 500 เมตรจากสถานที่ศึกษา นอกจากนี้การที่สถานศึกษาอยู่ใกล้กับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ทำให้นักเรียนร้อยละ 8.4 และกลุ่มเพื่อนหนีเรียนมาสังสรรค์กันเสมอ รายละเอียดตามตารางที่ 18

**ตารางที่ 18** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม  
ด้านความใกล้-ไกลของสถานศึกษา จำแนกรายข้อ

ความใกล้-ไกลของสถานศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานศึกษาของนักเรียนอยู่ใกล้กับแหล่งสถานบันเทิงที่มีการจำหน่าย เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ประเภทเบียร์	190	47.1
2. นักเรียนสามารถหาซื้อเบียร์ได้ในระยะ 500 เมตรจากสถานที่ศึกษา	268	66.5
3. ในระหว่างทางที่เดินทางไปสถานที่ศึกษา เมื่อผ่านร้านที่จำหน่ายเบียร์ทุกครั้งทำให้เกิดความรู้สึกอยากลองซื้อมาดื่ม	37	9.2
4. การที่สถานศึกษาอยู่ใกล้กับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ทำให้นักเรียนและเพื่อนมักโดดเรียนมาสังสรรค์กันเสมอ	34	8.4
5. บริเวณสถานศึกษาของนักเรียนไม่มีร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์เลยในระยะ 500 เมตร	83	20.6
6. การที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์อยู่ใกล้กับสถานศึกษาไม่ทำให้เกิดความรู้สึกอยากซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์มาทดลองดื่มนักเรียน	275	68.2

**ปัจจัยทางด้านแหล่งที่พักอาศัย** จากการศึกษาพบว่า แหล่งที่พักอาศัยมีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 95.3 อยู่ในระดับที่ต่ำ แสดงว่าแหล่งที่พักอาศัยไม่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ รายละเอียดตามตารางที่ 19

**ตารางที่ 19** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม ด้านแหล่งที่พักอาศัย

แหล่งที่พักอาศัย	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับต่ำ	0-4	384	95.3
ระดับปานกลาง	5-6	16	4.0
ระดับสูง	6-7	3	0.7
รวม		403	100.0

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้านแหล่งที่พักอาศัยเป็นรายข้อ พบว่า การที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้สถานที่พักไม่ทำให้นักเรียนส่วนใหญ่ ร้อยละ 74.7 เกิดความรู้สึกอยากลองซื้อ มาทดลองดื่ม และ/หรือ เข้าไปรับบริการ นอกจากนี้พบว่า ทุกครั้งที่เดินทางกลับบ้านและผ่านร้านที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือผ่านลานเบียร์ต่างๆ บิคา มารดา ของนักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 76.5 จะบอกเสมอว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดีไม่ควรทดลองดื่ม รายละเอียดตามตารางที่ 20

**ตารางที่ 20** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม ด้านแหล่งที่พักอาศัย จำแนกรายข้อ

แหล่งที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
1. บริเวณที่พักอาศัยของนักเรียนอยู่ใกล้แหล่งสถานบันเทิงที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	195	48.4
2. หลังจากเลิกเรียน นักเรียนกับเพื่อนมักจะแวะซื้อเบียร์และ/หรือ เข้าไปดื่มเบียร์ในร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เสมอ	19	4.7
3. การผ่านร้านที่จำหน่ายเบียร์ ทำให้เกิดความรู้สึกอยากลองเข้าไปดื่ม เพื่อเป็นประสบการณ์ เช่น ลานเบียร์ต่างๆ	52	12.9

**ตารางที่ 20** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยทางสังคม  
ด้านแหล่งที่พักอาศัย จำแนกรายข้อ (ต่อ)

แหล่งที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
4. ทุกครั้งที่เดินทางกลับบ้านและผ่านร้านที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือผ่านลานเบียร์ต่างๆ บิดา มารดา ของนักเรียนจะบอกเสมอว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดีไม่ควรทดลองดื่ม	272	76.5
5. การที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้สถานที่พักของนักเรียน ไม่ทำให้เกิดความรู้สึกอยากลองซื้อมาทดลองดื่ม และ/หรือ เข้าไปรับบริการ	301	74.7
6. ในระหว่างทางกลับบ้านบิดา และ/หรือมารดา มักที่จะพานักเรียนแวะร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อดื่มเบียร์ก่อนกลับถึงบ้านเสมอ	29	7.2
7. นักเรียนมักเห็นภาพของคนที่มาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านที่อยู่บริเวณใกล้บ้านเสมอเป็นประจำจนเกิดเป็นความเคยชิน	172	42.7

**ส่วนที่ 4** ปัจจัยทางด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ปัจจัยด้านการรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วยมาตรการด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ การจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย การควบคุมการโฆษณา และการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ ร้อยละ 73.0 อยู่ในระดับต่ำ แสดงว่านักเรียนส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รายละเอียดตามตารางที่ 21

**ตารางที่ 21** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยด้านการรับรู้  
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
รับรู้ในระดับต่ำ	0-6	294	73.0
รับรู้ในระดับปานกลาง	7-8	16	23.5
รับรู้ในระดับสูง	9-11	4	3.5
รวม		403	100.0

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นราย  
ด้านพบว่า

**มาตรการทางด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ** ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอน  
ปลายส่วนใหญ่ ร้อยละ 56.8 ไม่ทราบอายุขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนดให้สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มี  
ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ได้ และพบร้อยละ 43.2 ของนักเรียนที่ทราบอายุขั้นต่ำที่กฎหมาย  
กำหนดให้สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ได้ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย  
ส่วนใหญ่ร้อยละ 48.8 ทราบว่าตนเองไม่สามารถซื้อเบียร์มาดื่มได้ เพราะอายุต่ำกว่าที่กฎหมาย  
กำหนด ส่วนนักเรียนที่สามารถซื้อเบียร์ได้อยู่เป็นประจำและทางร้านค้าไม่เคยถามถึงอายุและ  
ตรวจบัตรประจำตัวประชาชน พบร้อยละ 7.9 และ ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ รายละเอียดตามตารางที่  
22

**มาตรการทางด้านการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย** ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้น  
มัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 62.0 ไม่ทราบว่ากฎหมายได้กำหนดช่วงเวลาในการ  
จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ไว้ช่วงเวลาใด และพบว่าร้อยละ 38.0 ของนักเรียน  
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ทราบช่วงเวลาที่ยกกฎหมายกำหนดให้สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มที่มี  
ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ได้ รายละเอียดตามตารางที่ 22

**มาตรการทางด้านการควบคุมการโฆษณา** ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา  
ตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 72.5 ไม่ทราบถึงมาตรการในการควบคุมการโฆษณาที่กฎหมายกำหนด  
และพบว่า ร้อยละ 27.5 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ทราบถึงมาตรการในการควบคุม  
การโฆษณาที่กฎหมายกำหนด รายละเอียดตามตารางที่ 22

**มาตรการทางด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 87.8 ไม่ทราบว่ากฎหมายได้กำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ที่ใดบ้าง และพบร้อยละ 12.0 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ทราบถึงกฎหมายในการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นักเรียนร้อยละ 53.3 ไม่ทราบในส่วนของกฎหมายที่กำหนดห้ามมิให้ร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในระยะที่น้อยกว่า 500 เมตร จากโรงเรียน ในรอบ 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา พบว่า มีนักเรียนร้อยละ 1.0 ที่เคยลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนเพื่อดื่มกับเพื่อนเป็นประจำมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 7.2 ของนักเรียนเคยลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนนานๆ ครั้งโดยเฉพาะในโอกาสพิเศษ เช่น งานปีใหม่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 4.2 คิดว่าการลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนไม่เป็นความผิด และร้อยละ 12.9 ของนักเรียนคิดว่าโรงเรียนได้วางแนวทางในการลงโทษเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ไม่รุนแรง ซึ่งเป็นการรับรู้ที่ผิด โดยโทษที่จะได้รับจากการลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนส่วนใหญ่ คือ ถูกตัดคะแนนความประพฤติครั้งละ 20 คะแนน ถูกตักเตือน และลงบันทึกในแฟ้มประวัติส่วนตัว ถ้าครบ 3 ครั้งทางโรงเรียนจะเชิญผู้ปกครองมาพบ และถ้าใน 1 ปี คะแนนความผิดรวม มากกว่า 50 คะแนน จะต้องถูกส่งไปเข้าค่ายฝึกอบรมและบำเพ็ญประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 40.9 นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 50.4 ไม่เคยร่วมกิจกรรมกับทางโรงเรียนตามนโยบายของรัฐบาลในการร่วมรณรงค์เพื่อให้เยาวชน ลด ละ เลิกและเห็นถึงโทษและพิษภัยต่างๆที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รายละเอียดตามตารางที่ 22

**ตารางที่ 22** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกรายข้อ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
<b>มาตรการทางด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ</b>		
กฎหมายได้กำหนดห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอายุเท่าใด		
ไม่ทราบ	229	56.8
ทราบ	174	43.2
รวม	403	100.0
นักเรียนเป็นบุคคลหนึ่งที่สามารถซื้อเบียร์มาดื่มได้โดยไม่ผิดกฎหมายใช่หรือไม่		
ใช่ เพราะมีอายุเกินกว่าที่กฎหมายกำหนดห้ามไว้	57	14.1
ใช่ เพราะสามารถซื้อได้อยู่เป็นประจำ	32	7.9
ไม่ใช่ เพราะอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด	195	48.8
ไม่ใช่ เพราะอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนดโดยทางร้านที่จำหน่ายมีการตรวจบัตรประจำตัวและไม่จำหน่ายให้	115	28.5
อื่นๆ ได้แก่ สามารถซื้อได้เพราะทางร้านค้าไม่เคยมองอายุและตรวจบัตร	6	1.5
<b>มาตรการทางด้านการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย</b>		
ถ้านักเรียนเป็นบุคคลที่สามารถซื้อเบียร์มาดื่มเองได้โดยไม่ขัดต่อกฎหมายนักเรียนจะสามารถซื้อได้ในช่วงเวลาใด		
ไม่ทราบ	250	62.0
ทราบ	153	38.0
รวม	403	100.0

**ตารางที่ 22** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยด้านการรับรู้  
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกรายข้อ (ต่อ)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
<b>มาตรการทางด้านการควบคุมการโฆษณา</b>		
นักเรียนทราบหรือไม่ว่ากฎหมายในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์นั้น ได้อนุญาตให้โฆษณาได้ในช่วงเวลาใด		
ไม่ทราบ	292	72.5
ทราบ	111	27.5
รวม	403	100.0
<b>มาตรการทางด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</b>		
ในรอบ 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา นักเรียน เคยลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียน เพื่อดื่มกับกลุ่มเพื่อนหรือไม่		
เคยนานๆครั้งทำเฉพาะในโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น งานปีใหม่	29	7.2
เคยทำเป็นประจำ มากกว่า 1 ครั้ง ต่อ สัปดาห์	4	1.0
ไม่เคยเพราะกลัวถูกอาจารย์จับได้	49	12.2
ไม่เคยเพราะผิดกฎระเบียบของโรงเรียน และกลัวถูกลงโทษ	322	79.9
การลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนนั้นเป็นความผิดหรือไม่		
ไม่เป็นความผิด (ตอบผิด)	17	4.2
เป็นความผิด (ตอบถูก)	386	95.8
รวม	403	100.0
โรงเรียนวางแนวทางในการลงโทษเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ อย่างไร		
ไม่รุนแรง (ตอบผิด)	52	12.9
รุนแรง (ตอบถูก)	351	87.1
รวม	403	100.0

**ตารางที่ 22** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกรายข้อ (ต่อ)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
โทษที่นักเรียนจะได้รับจากการลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนคือ		
1. ถูกตัดคะแนนความประพฤติครั้งละ 20 คะแนน ถูกตัดเตือน และแจ้งให้ผู้ปกครองรับทราบทันที	135	33.5
2. ถูกลงบันทึกความผิดในแฟ้มประวัติส่วนตัว และปรับเงิน 100 บาท ต่อการกระทำผิด 1 ครั้ง ถ้า ครบ 3 ครั้ง ทางโรงเรียนจะแจ้งให้ผู้ปกครองรับทราบและเชิญผู้ปกครองมาพบ	30	7.4
3. แจ้งให้ผู้ปกครองรับทราบทันทีและถ้ากระทำผิดครบ 3 ครั้ง จะต้องไปปฏิบัติตนเพื่อบำเพ็ญสาธารณประโยชน์	57	14.1
4. ถูกตัดคะแนนความประพฤติครั้งละ 20 คะแนน ถูกตัดเตือน และลงบันทึกในแฟ้มประวัติส่วนตัว ถ้า ครบ 3 ครั้งทางโรงเรียนจะเชิญผู้ปกครองมาพบ และถ้าใน 1 ปี คะแนนความผิดรวม มากกว่า 50 คะแนน จะต้องถูกส่งไปเข้าค่ายฝึกอบรมและบำเพ็ญประโยชน์	165	40.9
5. อื่นๆ ได้แก่ ไม่ทราบวิธีการลงโทษของทางโรงเรียน	27	6.7
นักเรียนเคยมีส่วนร่วมกับทางโรงเรียนตามนโยบายของรัฐบาลในการร่วมรณรงค์เพื่อให้เยาวชน ลด ละ เลิกและเห็นถึงโทษและพิษภัยต่างๆที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่อย่างไร		
ไม่เคย	203	50.4
เคย	200	49.6
ได้แก่ โนตรง์แอลกอฮอล์ ลด เลิก เหล้า บุหรี่		
วันต่อต้านยาเสพติด ตั้งสติก่อนสทาร์ท ลดเหล้าเข้าพรรษา		
วันยาเสพติดแห่งชาติ ต้านภัยแอลกอฮอล์		
กีฬาต้านยาเสพติด เดินขบวนต่อต้านการเมาแล้วขับ เดินขบวนต่อต้านสุราและยาเสพติด		
โครงการทูบีนัมเบอร์วัน เป็นต้น		
รวม	403	100.0

**ตารางที่ 22** จำนวนและร้อยละของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำแนกตามปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกรายข้อ (ต่อ)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
โรงเรียนได้มีการห้ามมิให้ร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในระยะที่น้อยกว่า 500 เมตรจากโรงเรียนใช่หรือไม่		
ไม่ใช่ (ตอบผิด)	215	53.3
ใช่ (ตอบถูก)	188	46.7
รวม	403	100.0
กฎหมายได้กำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นักเรียนทราบหรือไม่ว่ามีที่ใดบ้าง		
ไม่ทราบ	354	87.8
ทราบ	49	12.2
ได้แก่ สถานศึกษา สถานที่ราชการ วัด โรงพยาบาล		
รวม	403	100.0

**ส่วนที่ 5** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) มีรายละเอียดดังนี้

**ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า**

อายุ ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก และ ผู้ที่แนะนำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายรู้จักเบียร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

เพศ และ ระดับชั้นการศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แผนการเรียน ผลการเรียนเฉลี่ย อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก และ การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ผ่านมา พบว่า มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายละเอียดตามตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	$\chi^2$	df	p-value
อายุ	4.222	2	0.121
เพศ	3.973	1	0.046*
ระดับชั้นการศึกษา	6.064	2	0.048*
แผนการเรียน	9.543	2	0.008 **
ผลการเรียนเฉลี่ยในภาค การศึกษาที่ผ่านมา	26.812	2	< 0.001**
อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก	10.898	2	0.004**
ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก	4.974	2	0.083
ผู้ที่แนะนำให้รู้จักเบียร์	3.634	1	0.057
การดื่มเบียร์ของนักเรียนที่ผ่านมา	102.531	1	< 0.001**

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### ปัจจัยทางจิตวิทยา พบว่า

ความอยากลอง และ ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การรับรู้สื่อโฆษณา จากการหาความสัมพันธ์ในส่วนของแหล่งข้อมูลที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ พบว่า การได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์จากเพื่อน สื่อทางโทรทัศน์ และป้ายโฆษณา มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้รับจาก บิดา มารดา ญาติ พี่ น้อง วิทยุ และอินเทอร์เน็ต รวมไปถึง

ถึง จำนวนครั้งที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ในรอบ 1 สัปดาห์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

เมื่อหาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยทางด้านจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยทางด้านจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายละเอียดตามตารางที่ 24

**ตารางที่ 24** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	$\chi^2$	df	p-value
ความอยากลอง			< 0.001 ** †
ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์	52.080	1	< 0.001 ** ††
การรับรู้สื่อโฆษณา (แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์)			
1. บิดา มารดา	3.804	3	0.283
2.ญาติ พี่ น้อง	1.999	3	0.573
3.เพื่อน	63.523	3	< 0.001 **
4.วิทยุ	1.622	3	0.655
5.โทรทัศน์	21.187	3	< 0.001 **
6.อินเทอร์เน็ต	3.877	3	0.275
7.ป้ายโฆษณา	15.741	3	0.001 **
การรับรู้สื่อโฆษณา (จำนวนครั้งที่ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ในรอบ 1 สัปดาห์)	2.692	3	0.442
รวมทุกด้าน	45.500	2	< 0.001 **

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

† Fisher exact test

††  $\chi_c^2$

### ปัจจัยทางด้านสังคม พบว่า

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว ปัจจัยด้านกลุ่มเพื่อน ความใกล้ชิด-ไกลของสถานศึกษาและแหล่งที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การหาได้ง่ายของเบียร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

เมื่อหาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยทางด้านสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยทางด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายละเอียดตามตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยทางด้านสังคมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	$\chi^2$	df	p-value
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว			< 0.007** †
กลุ่มเพื่อน	33.835	1	< 0.001** ††
การหาได้ง่ายของเบียร์	5.341	2	0.069
ความใกล้ชิด-ไกลของสถานศึกษา	23.052	1	< 0.001** ††
แหล่งที่พักอาศัย			< 0.001** †
รวมทุกด้าน	69.414	2	< 0.001**

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

† Fisher exact test

††  $\chi_c^2$

### ปัจจัยทางด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า

มาตรการทางด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ การจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย มาตรการในการควบคุมการโฆษณา และ มาตรการทางด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และ เมื่อหาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย รายละเอียดตามตารางที่ 26

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	$\chi^2$	df	p-value
ด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ	0.218	1	0.640
ด้านการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย	0.843	1	0.358
ด้านการควบคุมการโฆษณา	1.164	1	0.218
ด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายแ ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.401	2	0.436
ระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์			0.306†
รวมทุกด้าน	2.187	2	0.335

† Fisher exact test

## บทที่ 5

### อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยในประเด็นดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 14 – 19 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 16.36 ปี ซึ่งเป็นเพศชายร้อยละ 55.3 และเพศหญิงร้อยละ 44.7 โดยนักเรียนส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในแผนศิลปศาสตร์ ร้อยละ 49.9 รองลงมาได้แก่ แผนวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 45.2 และแผนคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ ผลการศึกษาพบว่านักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ส่วนใหญ่ร้อยละ 12.1 มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดี นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ร้อยละ 12.4 มีผลการเรียนเฉลี่ย

อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 10.7 มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีถึงเกณฑ์ดี

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เริ่มรู้จักเบียร์อยู่ในช่วงอายุ 10-14 ปี โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 10.5 ปี ซึ่งอายุดำสุดที่พบคือ 5 ปี และอายุสูงสุดคือ 17 ปี ชนิดของเบียร์ที่รู้จักมากที่สุดร้อยละ 65.3 ได้แก่ เบียร์ช้าง และผู้ที่ทำให้นักเรียนได้รู้จักกับเบียร์มากที่สุดร้อยละ 32.5 คือ บิคา นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 51.9 เคยดื่มเบียร์ และในปัจจุบันยังคงดื่มเบียร์อยู่พบร้อยละ 22.1 โดยพบว่านักเรียนชายมีการดื่มเบียร์มากกว่านักเรียนหญิง ร้อยละ 26.0 และ ร้อยละ 17.2 ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์ในปัจจุบันของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรกเมื่ออายุ 10-14 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 13.5 ปี ซึ่งอายุดำสุดที่พบคือ 6 ปี บุคคลที่นักเรียนเริ่มดื่มเบียร์ด้วยครั้งแรกส่วนใหญ่ร้อยละ 66.3 คือ เพื่อน สาเหตุเนื่องจากความอยากรลองของนักเรียนเอง พบถึงร้อยละ 75.2 ชนิดของเบียร์ที่นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 33.7 เลือกดื่มได้แก่ เบียร์ลิโอ เนื่องจากร้อยละ 42.7 ของนักเรียนส่วนใหญ่ชอบในรสชาติของเบียร์นักเรียนร้อยละ 43.8 จะดื่มเบียร์นานๆ ครั้งประมาณ 2-3 ครั้งต่อเดือน หรือแล้วแต่โอกาสและในเทศกาลต่างๆ เฉลี่ยแล้วประมาณ 3.8 ครั้ง / สัปดาห์ นักเรียนร้อยละ 19.1 จะดื่มเบียร์ประมาณ 1 ขวด/สัปดาห์ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการดื่มกับกลุ่มเพื่อนสูงถึง ร้อยละ 73.0 ในงานเลี้ยงสังสรรค์ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และหอพักเพื่อน ร้อยละ 74.1 ร้อยละ 56.2 และ ร้อยละ 50.5 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางจิตวิทยา

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายประกอบไปด้วยปัจจัยทางด้านความอยากรลอง ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ และปัจจัยทางการรับรู้สื่อโฆษณา ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

ปัจจัยทางด้านความอยากรลองดื่มเบียร์ของนักเรียนส่วนใหญ่ ร้อยละ 95 อยู่ในระดับที่น้อย แสดงว่า นักเรียนส่วนใหญ่ไม่อยากจะทดลองดื่มเบียร์ แต่เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อแล้วพบว่า การที่นักเรียนได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อต่างนั้นทำให้สามารถจดจำชื่อของเบียร์ได้มากขึ้น และช่วยทำให้นักเรียนสามารถตัดสินใจในการเลือกชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายขึ้น ซึ่งมีผลต่อความอยากรลองดื่มเบียร์ของนักเรียนมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 36.5 และร้อยละ 13.6 ตามลำดับ แต่จากการที่นักเรียนได้เห็นป้ายโฆษณาเกี่ยวกับเบียร์ที่แสดงถึงความสุขจากการที่

ได้ดื่มเบียร์ไม่ทำให้นักเรียนร้อยละ 17.9 เกิดความรู้สึกอยากลองดื่มเบียร์

ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์ของนักเรียนส่วนใหญ่ ร้อยละ 87.1 อยู่ในระดับที่ต่ำ แต่เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อแล้วพบว่า นักเรียนร้อยละ 34.7 เห็นด้วยกับราคาของเบียร์ในปัจจุบันซึ่งเป็นราคาที่สามารที่จะซื้อมาดื่มได้และเป็นราคาที่นักเรียนร้อยละ 14.6 พึงพอใจ ถึงแม้เบียร์จะมีการปรับราคาขึ้นเท่าใดก็ตาม พบว่า นักเรียนร้อยละ 10.0 ก็ยังคงที่จะซื้อเบียร์ดื่มต่อไป มีเพียงนักเรียนร้อยละ 7.7 เท่านั้นที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับราคาของเบียร์ในปัจจุบันว่าเป็นราคาที่สามารที่จะซื้อมาดื่มได้ เหตุผลที่นักเรียนร้อยละ 20.6 เลือกดื่มน้ำชนิดต่างๆเพราะว่าภาชนะที่บรรจุสวยงาม แปลก ดึงดูดความสนใจและตั้งใจในรสชาติของเบียร์แต่ละชนิด

ปัจจัยทางการรับรู้สื่อโฆษณานั้นพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 88.6 รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ป้ายโฆษณาต่างๆและ จากกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 73.9 และร้อยละ 41.7 ตามลำดับ ในรอบ 1 สัปดาห์ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 41.7 ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆ เป็นจำนวนถึง 6-10 ครั้ง / สัปดาห์ เหลือแล้ว 7.6 ครั้ง / สัปดาห์

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางสังคม

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายประกอบไปด้วย ปัจจัยทางการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน การหาได้ง่ายของเบียร์ ความใกล้ชิดไกลของสถานศึกษาและแหล่งที่พักอาศัย ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

ปัจจัยทางการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัวของนักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 98.3 อยู่ในระดับที่ต่ำ แสดงว่าบุคคลในครอบครัวของนักเรียนส่วนใหญ่ไม่มีส่วนในการสนับสนุนการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย บิดามารดาส่วนใหญ่ร้อยละ 46.9 มักที่จะสอนนักเรียนเสมอว่าการดื่มเบียร์หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆเป็นสิ่งที่ไม่ดี ซึ่งพบเพียงร้อยละ 1.0 ที่บิดา มารดาสอนให้นักเรียนดื่มเบียร์เพื่อให้รู้จักมารยาททางสังคม เมื่อมีงานเลี้ยงสังสรรค์ในครอบครัวเครื่องดื่มที่นักเรียน ร้อยละ 14.4 พบเห็นอยู่เป็นประจำ คือ เบียร์ เหล้า ไวน์ ซึ่งมีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ และบ่อยครั้งที่ญาติ พี่ น้อง ชวนให้นักเรียนร้อยละ 5.2 ทดลองดื่มเบียร์เมื่อมีการสังสรรค์ภายในครอบครัว จึงมีผลทำให้พบว่านักเรียนร้อยละ 1.0 ร่วมดื่มเบียร์กับสมาชิกในครอบครัวเป็นประจำ ทำให้มีจำนวนของเยาวชนที่ดื่มเบียร์เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านกลุ่มเพื่อน ในภาพรวมมีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 78.0 อยู่ในระดับที่ต่ำ นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 จะช่วยชักนำให้เพื่อนเลิกดื่มเบียร์ แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดส่วนอื่นแล้วพบว่า นักเรียนร้อยละ 32.5 มีความคิดที่อยากลองดื่มเบียร์ เมื่อเห็นเพื่อนภายในกลุ่มดื่มเบียร์แล้วมีความสุขสนุกสนานซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 29.3 มีเพื่อนสนิทที่ชอบดื่มเบียร์และที่สำคัญไปกว่านั้นในงานเลี้ยงสังสรรค์วาระพิเศษระหว่างนักเรียนและกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 40.0 มักที่จะมีเบียร์มาช่วยเติมสีสรรของความสนุกสนาน นักเรียนร้อยละ 13.2 ไม่กล้าที่จะปฏิเสธเมื่อถูกเพื่อนชวนให้ทดลองดื่มเบียร์เพราะถือว่าเป็นการไม่ให้เกียรติเพื่อน นักเรียนร้อยละ 16.6 กลายเป็นบุคคลหนึ่งที่ดีดื่มเบียร์เหมือนกับเพื่อนภายในกลุ่ม ซึ่งถือได้ว่ากลุ่มเพื่อนเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนสนับสนุนการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยทางการหาได้ง่ายของเครื่องดื่มเบียร์ร้อยละ 49.0 อยู่ในระดับปานกลาง โดยที่นักเรียนสามารถที่จะหาซื้อได้ในทุกสถานที่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อต่างๆที่มีการเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่มีการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย และจำกัดอายุของผู้ซื้อ ซึ่งพบเห็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี สามารถซื้อเบียร์หรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ได้จนเกิดเป็นความเคยชิน

ปัจจัยทางด้านความใกล้-ไกลของสถานศึกษากับสถานที่ที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า ร้อยละ 92.3 มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในระดับที่ต่ำ การที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้กับสถานศึกษาไม่ทำให้นักเรียนร้อยละ 68.2 เกิดความรู้สึกอยากซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาทดลองดื่ม แต่ก็พบว่า การที่นักเรียนร้อยละ 66.5 สามารถหาซื้อเบียร์ได้ในระยะ 500 เมตรจากสถานศึกษา ทำให้นักเรียนร้อยละ 9.2 เกิดความรู้สึกอยากที่จะซื้อเบียร์มาลองดื่มทุกครั้งที่ผ่านมาที่ผ่านร้านค้าที่มีการจำหน่ายเบียร์ นอกจากนี้ การที่สถานศึกษาอยู่ใกล้กับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลให้มีนักเรียนร้อยละ 8.4 มักที่จะเรียนมาสังสรรค์กันเสมอ

ปัจจัยทางด้านแหล่งที่พักอาศัย พบว่า มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนร้อยละ 95.3 อยู่ในระดับที่ต่ำ นักเรียนร้อยละ 48.4 ที่พักอาศัยอยู่ใกล้กับแหล่งสถานบันเทิงที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้สถานที่พักไม่ทำให้นักเรียนร้อยละ 74.7 เกิดความรู้สึกอยากลองซื้อมาทดลองดื่ม และ/หรือ เข้าไปรับบริการ นักเรียนร้อยละ 42.7 เห็นภาพของคนเมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำจนเกิดเป็นความเคยชิน แต่ก็มีนักเรียนส่วนหนึ่ง ร้อยละ 4.7 ที่แวะซื้อเบียร์ และ/หรือ เข้าไปดื่มเบียร์ในร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เสมอหลังจากเลิกเรียนเป็นประจำ

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 73.0 มีการรับรู้อยู่ในระดับที่ต่ำ นักเรียนส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ การจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย การควบคุมการโฆษณา และ การกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ยังพบว่า ในรอบ 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา นักเรียนเคยลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนเพื่อดื่มกับกลุ่มเพื่อนเป็นประจำ มากกว่า 1 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ และ นานๆ ครั้ง เฉพาะในโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น งานปีใหม่ คิดเป็นร้อยละ 1.0 และ ร้อยละ 7.2 ตามลำดับ นักเรียนร้อยละ 4.2 คิดว่าการลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนนั้นไม่เป็นความผิด นักเรียนร้อยละ 12.9 คิดว่าโรงเรียนมีแนวทางในการลงโทษที่ไม่รุนแรง และมีนักเรียนร้อยละ 6.7 ที่ยังไม่ทราบถึงวิธีการลงโทษของทางโรงเรียนที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 95.8 นั้นทราบว่า การลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนนั้นเป็นความผิด และ โรงเรียนมีแนวทางในการลงโทษที่รุนแรงเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยโทษที่จะได้รับจากการลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 40.9 คือ ถูกตัดคะแนนความประพฤติเชิญผู้ปกครองมาพบ และถ้าใน 1 ปี คะแนนความผิดรวม มากกว่า 50 คะแนน จะต้องถูกส่งไปเข้าค่ายฝึกอบรมและบำเพ็ญประโยชน์ จึงทำให้นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 79.7 ไม่เคยลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนเพื่อดื่มกับกลุ่มเพื่อนเพราะผิดกฎระเบียบของโรงเรียน และกลัวถูกลงโทษ

ดังนั้นการที่โรงเรียนได้กำหนดบทลงโทษที่รุนแรงเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ นั้นทำให้นักเรียนส่วนใหญ่ไม่กล้าที่จะฝ่าฝืนเพราะกลัวถูกลงโทษ จึงส่งผลทำให้ปริมาณการดื่มเบียร์ของนักเรียนที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียนเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง

#### ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ มีรายละเอียดดังนี้

### ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล

**อายุ** ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเปอร์เซ็นต์ในการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในแต่ละช่วงอายุมีความใกล้เคียงกัน แม้รัฐบาลจะมีมาตรการทางกฎหมายในการจำกัดอายุขั้นต่ำของผู้ที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้แล้วแต่ก็ยังพบว่าการจำหน่ายให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนดคือ 20 ปี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิราภรณ์ เทพหนู (2540) ที่ทำการศึกษาดังกล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สายสามัญศึกษา ในจังหวัดพัทลุง จำนวน 1,261 คน พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (95%CI = 0.93-1.47) ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานครจำนวน 614 คน พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก** มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า เมื่อมีอายุมากขึ้นเปอร์เซ็นต์ในการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายก็มีเปอร์เซ็นต์สูงขึ้นไปด้วยเช่นกันซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2548) ที่พบว่า เด็กที่เริ่มรู้จักและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนอายุ 13 ปี มีโอกาสที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้นไปตามอายุที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ

**เพศ** มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า เพศชาย มีการดื่มเบียร์มากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ยงยุทธ ขจรธรรม (2547) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับพฤติกรรมและแบบแผนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย พบว่าวัยรุ่นชายที่มีอายุ 11-19 ปี มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 21.23 ในขณะที่วัยรุ่นหญิงในช่วงอายุเดียวกัน พบว่า มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 14.1

**ระดับชั้นการศึกษา** มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า เมื่อศึกษาอยู่ในระดับชั้นที่

สูงขึ้นเปอร์เซ็นต์ของการดื่มเบียร์จะน้อยลงในกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีวิถีภาวะและความรู้ที่เพิ่มมากขึ้นทำให้มีการยับยั้งชั่งใจเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มที่ดื่มเบียร์ที่พบว่า เมื่อระดับชั้นการศึกษาสูงขึ้นเปอร์เซ็นต์ในการดื่มเบียร์ก็เพิ่มมากขึ้นตามระดับชั้นการศึกษา

**แผนการเรียน และผลการเรียนเฉลี่ยในภาคการศึกษาที่ผ่านมา** มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่านักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์ส่วนใหญ่มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก ส่วนนักเรียนที่ดื่มเบียร์ส่วนใหญ่มีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ในระดับผ่านเกณฑ์-พอใช้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิราภรณ์ เทพหนู (2540) ที่ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สายสามัญศึกษา ในจังหวัดพัทลุง จำนวน 1,261 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีผลการเรียนต่ำ-ปานกลางมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 14.48 เท่า (95% CI=8.96, 23.38) และ 2.77 เท่า (95% CI=1.8.9, 4.05) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลการเรียนดีตามลำดับ

**ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก และ ผู้ที่แนะนำให้ให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายรู้จักเบียร์** ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ชนิดของเบียร์ที่รู้จักมีเปอร์เซ็นต์แตกต่างกันไม่มากทั้งในกลุ่มของนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์และกลุ่มที่ดื่มเบียร์ นอกจากนี้แล้วผู้ที่แนะนำให้นักเรียนรู้จักเบียร์ พบว่า กลุ่มเครือข่าย ซึ่งได้แก่ บิดามารดา ญาติ พี่ น้อง มีอิทธิพลในกลุ่มนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์มากกว่ากลุ่มของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ ในทางตรงกันข้ามอิทธิพลจากสังคมนรอบข้าง ได้แก่ กลุ่มเพื่อน สื่อ โฆษณาต่างๆ เป็นต้น กลับมีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนมากกว่ากลุ่มเครือข่าย

**การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ผ่านมา** มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักเรียนที่เคยดื่มเบียร์มาก่อนและปัจจุบันเลิกดื่มแล้วพบร้อยละ 57.6 ส่วนนักเรียนที่เคยดื่มเบียร์มาก่อนและในปัจจุบันยังคงดื่มเบียร์อยู่พบถึงร้อยละ 42.4 ของนักเรียนทั้งหมด เหตุผลสำคัญที่ทำให้นักเรียนดื่มเบียร์ในปัจจุบันคือ ความอยากลอง จากการศึกษาพบว่าบุคคลที่นักเรียนดื่มเบียร์ด้วยส่วนใหญ่คือกลุ่มเพื่อน ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของวัยรุ่นที่มีความอยากลองหรือเผชิญกับสิ่งต่างๆ เนื่องจากถือว่าเป็นเรื่องที่ท้าทาย ตื่นเต้น สนุกสนาน และประกอบกับวัยนี้ยังไม่มีความกลัวที่เพียงพอจึงหลงระเริงไปกับสิ่งยั่วยุต่างๆ ได้ง่ายและที่สำคัญวัยนี้กลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลมาก หลายคนไม่กล้าที่จะปฏิเสธเมื่อถูกเพื่อนชวนให้ดื่มเบียร์หรือมีทัศนคติที่ว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับกลุ่มเพื่อน หมายถึง การรักพวกพ้องเป็นหนึ่งเดียวกัน ทำให้เกิดความเพลิดเพลินและสนุกสนานร่วมกัน

**กล่าวโดยสรุป** ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุและอายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ ครั้งแรก เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการเรียน ผลการเรียนเฉลี่ย ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก บุคคลที่แนะนำให้รู้จักเบียร์และข้อมูลการดื่มเบียร์ที่ผ่านมา พบว่า เพศและระดับชั้นการศึกษามีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนแผนการเรียน ผลการเรียนเฉลี่ย อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก และการดื่มเบียร์ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 แต่เมื่อหาความสัมพันธ์ในส่วนของ อายุ ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก และผู้ที่แนะนำให้นักเรียนรู้จักเบียร์พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1

### ปัจจัยทางจิตวิทยา

**ด้านความอยากลอง** มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มของนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์ มีระดับของความอยากลองดื่มเบียร์อยู่ในระดับน้อย เมื่อเทียบกับกลุ่มของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ในปัจจุบันแล้วพบว่า มีระดับของความอยากลองดื่มเบียร์อยู่ในระดับที่สูง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของมุลนิธิเมาไม่ขับ (2550) ที่พบว่า ความอยากลอง เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น โดยเฉพาะในวัยรุ่นจะมีความรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ทำหาย ดันดันและสนุกสนาน

**ด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์** มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งจากผลการศึกษาในกลุ่มของนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์พบว่า มีความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์อยู่ในระดับที่ต่ำ ส่วนในกลุ่มของนักเรียนที่ดื่มเบียร์พบว่า มีความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์อยู่ในระดับปานกลาง / สูง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2548-2549) พบว่า เด็กที่มีอายุระหว่าง 11-19 ปี ดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้นและสาเหตุสำคัญที่ทำให้เด็กหันมาดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจาก ราคาที่ถูกและรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงให้มีจุดดึงดูดความสนใจของผู้รับบริการมากขึ้น

**ด้านการรับรู้สื่อโฆษณา** ในส่วนของแหล่งข้อมูล พบว่า การได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์จากเพื่อน สื่อทางโทรทัศน์ และป้ายโฆษณามีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา

ของ ปภิชญา มาลาเว (2005) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อแนวโน้มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมโฆษณาในระดับมาก และมีทัศนคติเป็นกลางต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 52.0 ดื่มเบียร์มากที่สุด นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับข้อมูลของ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (2549) ที่พบว่า กลุ่มเยาวชนในประเทศนิวซีแลนด์ ที่มีอายุ 10-17 ปี ที่ชอบดูโฆษณาสุรามีรายงานว่าดื่มสุราสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ก่อนอายุ 20 ปี มากกว่ากลุ่มที่ไม่ชอบดูโฆษณาสุรา และยังพบว่ากลุ่มเยาวชนอายุ 14-17 ปี เป็นกลุ่มที่ชอบดูโฆษณาสุรามากที่สุด จะเป็นกลุ่มที่ดื่มสุรานักที่สุด เนื่องจากมีการเชื่อมโยงว่าการโฆษณาทำให้เกิดความรู้สึกว่าการดื่มสุราทำให้ชีวิตสนุกสนานและตื่นเต้นขึ้น

**กล่าวโดยสรุป** ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความอยากลอง ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ และการรับรู้สื่อโฆษณา พบว่า ความอยากลอง และ ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 นอกจากนี้ ด้านการรับรู้สื่อโฆษณาในส่วนของแหล่งข้อมูลที่นักเรียนได้รับทราบเกี่ยวกับเบียร์ พบว่า การได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์จากเพื่อน สื่อทางโทรทัศน์ และป้ายโฆษณามีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 แต่ในส่วนของส่วนแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ที่นักเรียนได้รับทราบจาก บิดา มารดา ญาติ พี่น้อง วิทยุ และอินเทอร์เน็ต รวมไปถึง จำนวนครั้งที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ในรอบ 1 สัปดาห์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 แต่จากการหาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยทางจิตวิทยา พบว่า มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2

### ปัจจัยทางสังคม

**ด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว** มีความความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักเรียนในกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์พบว่า ครอบครัวมีส่วนสนับสนุนการดื่มเบียร์ในระดับที่ต่ำ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ร้อยละ 71.4 พบว่า ครอบครัวมีส่วนในการสนับสนุนให้นักเรียนดื่มเบียร์อยู่ในระดับปานกลาง / สูง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัยยุทธ ดาษา (2534) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยของการขาดแคลนทางสังคมของพ่อแม่ที่กระทบต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น: กรณีศึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของกรมสามัญ พบว่า ระดับการ

รับรู้พฤติกรรมการดื่มของบิดาและมารดา มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ด้านกลุ่มเพื่อน** มีความความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า ในกลุ่มของนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์นั้นกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลอยู่ในระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มของนักเรียนที่ดื่มเบียร์พบว่าร้อยละ 76.9 กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง / สูง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ประภาเพ็ญสุวรรณ (2541) ที่ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทย อายุ 15-24 ปี พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ กลุ่มเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

**ด้านการหาได้ง่ายของเบียร์** จากการศึกษาพบว่า ไม่มีความความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ในกลุ่มของนักเรียนที่ดื่มเบียร์แล้วพบว่า การหาได้ง่ายของเบียร์อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากมีวางจำหน่ายให้เห็นได้ทั่วไปในห้างสรรพสินค้าต่างๆ รวมไปถึงร้านสะดวกซื้อต่างๆด้วยเช่นกัน ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร (2548) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคของผู้ดื่มสุรา พบว่า สาเหตุส่วนหนึ่งที่สนับสนุนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้สะดวกในทุกสถานที่

**ด้านความใกล้-ไกลของสถานศึกษา** มีความความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยในกลุ่มของนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์นั้นพบว่าความใกล้-ไกลของสถานศึกษามีอิทธิพลในระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มที่ดื่มเบียร์พบว่าความใกล้-ไกลของสถานศึกษามีอิทธิพลในระดับปานกลาง / สูง ต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียน ทั้งนี้เนื่องมาจากร้านค้าต่างๆที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษาบางครั้งยังมีการคิดป้ายโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงเป็นการชักจูง ชี้นำและส่งเสริมความอยากรู้อยากลองของเด็กวัยนี้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (2550) ในการสำรวจความคิดเห็นของเยาวชนที่อยู่ในสถานศึกษาที่อยู่ใกล้กับสถานที่ที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 500 เมตร จากสถานศึกษา พบว่า มีส่วนส่งเสริมความอยากรู้อยากลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นมากขึ้น

**ด้านแหล่งที่พักอาศัย** มีความความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งในกลุ่มของนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์นั้นพบว่า แหล่งที่พักอาศัยมีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ในระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มของนักเรียนที่ดื่ม

เบียร์ร้อยละ 68.4 พบว่าแหล่งที่พักอาศัยมีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ในระดับปานกลาง / สูง ทั้งนี้ เนื่องจากการที่เด็กในวัยนี้พักอาศัยอยู่ในบริเวณที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ/หรือ สภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งที่พักอาศัยมีการสังสรรค์ซึ่งมีแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่ใช้ในการสังสรรค์เสมอๆ ทำให้เด็กวัยนี้เกิดความรู้สึกอยากจู้จุกลองดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้เช่นกัน เพราะจากผลการศึกษาพบว่านักเรียนร้อยละ 42.7 เกิดความเคยชินกับภาพของผู้ที่เมามาก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านค้าที่อยู่บริเวณใกล้บ้านเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร (2548) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสุราของผู้ที่ดื่มสุรา พบว่า การที่มีร้านที่จำหน่ายสุราอยู่ใกล้บ้านทำให้การหาซื้อสุรามาดื่มได้สะดวกมากเพราะโดยเฉลี่ยแล้วผู้ซื้อจะใช้เวลาเพียง 7.5 นาที จึงเป็นการส่งเสริมให้มีจำนวนผู้ดื่มรายใหม่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น

**กล่าวโดยสรุป** ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน การหาได้ง่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความใกล้-ไกลของสถานศึกษาและแหล่งที่พักอาศัย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน ความใกล้-ไกลของสถานศึกษาและแหล่งที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 แต่ในส่วนของ การหาได้ง่ายของเบียร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 แต่จากผลการศึกษาในภาพรวมของปัจจัยทางสังคม พบว่า มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3

### **ปัจจัยทางด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

**การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 4 จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกลุ่มนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์ร้อยละ 83.2 พบว่า มีการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มนักเรียนที่ดื่มเบียร์ร้อยละ 28.6 พบว่า มีการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับที่สูง และมีนักเรียนส่วนหนึ่งที่ยังไม่ทราบถึงมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านของการจำกัดอายุผู้ซื้อ ซึ่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 29 กำหนดห้ามมิให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่ายี่สิบปี

## บริบูรณ์

ด้านการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย กฎกระทรวงการคลังฉบับที่ 36 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2548 กำหนดให้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ได้ระหว่างเวลา 11.00 - 14.00 น. และเวลา 17.00-24.00 น.

ด้านการควบคุมการโฆษณา ซึ่งประกาศกรมประชาสัมพันธ์ เรื่องการกำหนดหลักเกณฑ์และระยะเวลาสำหรับการโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ทางวิทยุและโทรทัศน์ได้ระหว่างเวลา 05-22.00 น. นอกจากนี้แล้ว มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังกำหนดห้ามโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในลักษณะอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงให้ผู้อื่นดื่มน้ำโดยตรงหรือโดยอ้อม แต่ในปัจจุบันก็ยังคงพบเห็นการโฆษณาที่แอบแฝงและ/หรือเป็นการชักจูงและดึงดูดความสนใจให้เห็นถึงความสุข ความสนุกสนานที่เกิดจากการดื่มน้ำแอลกอฮอล์อยู่เป็นประจำทางสื่อต่างๆ

ด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มน้ำเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ซึ่งตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้แก่ วัดหรือสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรม สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานที่ราชการ หอพัก สถานศึกษา สถานบริการน้ำดื่มเชื้อเพลิง และสวนสาธารณะ

ด้านระเบียบปฏิบัติและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ จากการศึกษาพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มน้ำเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย นักเรียนส่วนใหญ่ทั้งในกลุ่มที่ไม่ดื่มน้ำเบียร์และกลุ่มที่ดื่มน้ำเบียร์ในปัจจุบันร้อยละ 78.1 และร้อยละ 21.9 ตามลำดับ พบว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติรวมทั้งบทลงโทษของโรงเรียนที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์อยู่ในระดับที่ต่ำ นักเรียนร้อยละ 6.7 ไม่ทราบถึงบทลงโทษของโรงเรียนในกรณีที่ทำความคิดที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ซึ่งระเบียบปฏิบัติรวมทั้งบทลงโทษของโรงเรียนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์จะมีแนวทางในการลงโทษที่รุนแรง กรณีที่มีเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์หรือของมีนเมาไว้ในครอบครองจะถูกตัดคะแนนความประพฤติครั้งละไม่เกิน 20 คะแนน แต่ถ้าดื่มน้ำเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์หรือของมีนเมาจะถูกตัดคะแนนความประพฤติครั้งละไม่เกิน 30 คะแนน ถูกตักเตือนและลงบันทึกในแฟ้มประวัติส่วนตัวรวมทั้งแจ้งให้ผู้ปกครองรับทราบ ถ้าทำความผิดถึง 3 ครั้ง ทางโรงเรียนจะเชิญผู้ปกครองมาพบเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข และ ทำทัณฑ์บน ถ้าใน 1 ปี มีคะแนนความผิดรวม มากกว่า 50 คะแนน จะต้องถูกส่งไปเข้าค่ายฝึกอบรมและบำเพ็ญประโยชน์

## บทที่ 6

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ เขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานครเขต 1 ปีการศึกษา 2550 จำนวน 403 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) สถิติร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-square) ในการหาความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปและให้ข้อเสนอแนะดังนี้

### สรุปผลการวิจัย

#### ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 14-19 ปี ซึ่งอายุเฉลี่ยที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก คือ 10.5 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 5 ปี และอายุสูงสุด 17 ปี เริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรกเมื่อมีอายุเฉลี่ย 13.5 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 6 ปี และอายุสูงสุด 18 ปี ส่วนใหญ่พบว่าเพศชายมีการดื่มเบียร์มากกว่าเพศหญิง ร้อยละ 26.0 และ ร้อยละ 17.2 ตามลำดับ กลุ่มของนักเรียนที่ดื่มเบียร์พบว่าร้อยละ 39.5 มีผลการเรียนเฉลี่ยผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ ส่วนกลุ่มของนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.9 มีผลการเรียนเฉลี่ยในอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก ผู้ที่แนะนำให้นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 32.5 ได้รู้จักเบียร์มากที่สุด คือ บิดา รองลงมาได้แก่ สื่อโฆษณา ร้อยละ 29.8

การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 51.9 เคยดื่มเบียร์ และปัจจุบันยังคงดื่มเบียร์อยู่ร้อยละ 42.4 ส่วนใหญ่ร้อยละ 66.3 ของนักเรียนจะดื่ม

เบียร์กับกลุ่มเพื่อนเป็นครั้งแรก สาเหตุเนื่องมาจากความอยากลองและชอบในรสชาติของเบียร์เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 75.2 และร้อยละ 42.7 ตามลำดับ

### ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์ร้อยละ 91.7 พบว่าอยู่ในระดับต่ำ ส่วนในกลุ่มของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ร้อยละ 32.1 พบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์อยู่ในระดับที่สูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านความอยากลองและความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ร้อยละ 95.0 และร้อยละ 87.1 ตามลำดับ อยู่ในระดับต่ำ แสดงว่านักเรียนส่วนใหญ่ไม่มีความอยากลองดื่มเบียร์ และส่วนใหญ่ไม่ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์ในปัจจุบัน

ด้านการรับรู้สื่อโฆษณา ส่วนของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์จากสื่อโทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และเพื่อน ร้อยละ 88.6 ร้อยละ 73.9 และร้อยละ 41.7 ตามลำดับ ซึ่งในรอบหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมา นักเรียนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆเป็นจำนวนเฉลี่ย 7.6 ครั้ง / สัปดาห์

### ปัจจัยทางด้านสังคม

ปัจจัยทางสังคมมีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์ร้อยละ 92.0 พบว่าอยู่ในระดับต่ำ ส่วนในกลุ่มของนักเรียนที่ดื่มเบียร์ร้อยละ 47.6 พบว่า ปัจจัยทางสังคมมีอิทธิพลอยู่ในระดับที่สูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน ความใกล้ชิดไกลของสถานศึกษา และแหล่งที่พักอาศัย ร้อยละ 98.3 ร้อยละ 78.0 ร้อยละ 92.3 และ ร้อยละ 95.3 ตามลำดับ มีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในระดับที่ต่ำ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวส่วนใหญ่ไม่มีอิทธิพลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ด้านการหาได้ง่ายของเบียร์มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 49.0 อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถหาซื้อเบียร์ได้ในแทบทุกสถานที่ เช่น ห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อต่างๆ เป็นต้น

### ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายพบว่า นักเรียนร้อยละ 73.0 มีการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้แล้วยังพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์และกลุ่มที่ดื่มเบียร์ ร้อยละ 78.1 และร้อยละ 21.9 ตามลำดับ มีการรับรู้เกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

**ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล** ได้แก่ เพศ และ ระดับชั้นการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้แล้ว แผนการเรียน ผลการเรียนเฉลี่ย อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก และการดื่มเบียร์ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 เมื่อหาความสัมพันธ์ในส่วนของ อายุ ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก และ ผู้ที่แนะนำให้นักเรียนรู้จักเบียร์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1

**ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา** ได้แก่ ความอยากลอง และ ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 ในส่วนของการรับรู้สื่อโฆษณา ด้านของแหล่งข้อมูลที่นักเรียนได้รับทราบเกี่ยวกับเบียร์พบว่า การได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์จากเพื่อน สื่อทางโทรทัศน์ และป้ายโฆษณามีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 แต่ในส่วนของส่วนแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ที่นักเรียนได้รับจาก บิดา มารดา ญาติ พี่ น้อง วิทยุ และอินเทอร์เน็ตรวมไปถึง จำนวนครั้งที่นักเรียนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ในรอบ 1 สัปดาห์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 ผลการหาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยทางจิตวิทยาพบว่า มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2

**ปัจจัยทางด้านสังคม** ได้แก่ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน ความใกล้ชิด-ไกลของสถานศึกษาและแหล่งที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 ในส่วนของการหาได้ง่ายของเบียร์พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยทางสังคม พบว่า มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3

**ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ทั้งในด้านของการจำกัดอายุผู้ซื้อ การจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย มาตรการในการควบคุมการโฆษณาและมาตรการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งระเบียบปฏิบัติและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 4

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับที่ต่ำทั้งด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ การจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย มาตรการในการควบคุมการโฆษณาและมาตรการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มหรือสอดแทรกเนื้อหาของกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงในหลักสูตรการเรียนการสอน

2. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดนโยบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยมีการใช้มาตรการทางกฎหมายที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควบคู่ไปกับการใช้มาตรการทางจิตวิทยาและมาตรการทางสังคม เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางกฎหมายเพียงอย่างเดียวไม่สามารถที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

3. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรออกกฎระเบียบและบทกำหนดโทษนักเรียนในส่วนที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นแบบแผนเดียวกันทั่วประเทศเพื่อไม่ให้นักเรียนเกิดความสับสนในการปฏิบัติและควรมีการแจ้งและย้ำเตือนให้นักเรียนได้รับทราบถึง

ระเบียบและบทกำหนดโทษดังกล่าวเป็นระยะ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีนักเรียนส่วนหนึ่งร้อยละ 6.7 ที่ไม่ทราบถึงบทกำหนดโทษเมื่อทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. โรงเรียนควรดำเนินการควบคุมการลักลอบนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไปในโรงเรียนอย่างจริงจังมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่และดำเนินการลงโทษนักเรียนที่กระทำผิดโดยไม่มีกรณขวัณ โดยเฉพาะช่วงเทศกาลต่างๆ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีนักเรียนร้อยละ 7.2 สามารถลักลอบนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไปในโรงเรียนช่วงเทศกาลและร้อยละ 1.0 ของนักเรียนกระทำมากกว่า 1 ครั้ง ต่อ สัปดาห์

2. โรงเรียนควรเพิ่มกิจกรรมรณรงค์และต่อต้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโรงเรียน โดยการให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าวมากขึ้นและมีการให้รางวัลแก่นักเรียนที่มีผลงานดีเด่นเพื่อเป็นการเสริมสร้างกำลังใจให้กับนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 50.4 ไม่เข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์และต่อต้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. ครู ผู้ปกครอง และผู้ที่ใกล้ชิดกับนักเรียนต้องเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับนักเรียน โดยการที่ไม่ควรดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้นักเรียนเห็น และ/หรือชักชวนให้นักเรียนทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า เมื่อมีงานเลี้ยงสังสรรค์ภายในครอบครัว ญาติ พี่น้อง จะชวนให้นักเรียนร้อยละ 1.0 ทดลองดื่มเบียร์ ทำให้นักเรียนร้อยละ 1.0 ร่วมดื่มเบียร์กับสมาชิกภายในครอบครัว

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

2. ศึกษาการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. ศึกษาถึงผลกระทบจากพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อร้านค้าต่างๆ

ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร (FACTORS AFFECTING BEER BEVERAGE DRINKING OF HIGH SCHOOL STUDENTS IN BANGKOK, THAILAND)

นางสาว หนึ่งฤทัย มีสอาด 4837674 PPH / M

วท.ม. (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: นัตรสุนน พฤทธิภิญโญ, น.บ., สม.ม.ปช.ด. (ประชากรศาสตร์), วิไล กุศลวิศิษฐ์กุล, วท.ม. (ชีวสถิติ), สุธี อยู่สถาพร, น.บ., D.E.A.de Droit des Affaires Contrats., D.enD. (Hons)(Regime 1984)

## บทสรุปแบบสมบูรณ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการรายงานภาวะทางสังคมของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกไตรมาสโดยเฉพาะ เบียร์พบว่ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 18.5 ประเทศไทยมีสถิติการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่อหัวต่อปี เป็นอันดับ 5 ของโลก และดื่มเบียร์ (Beer) เป็นอันดับที่ 85 ของโลก ซึ่งมีปริมาณการดื่มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยที่เบียร์ถือว่าเป็นเครื่องดื่มที่วัยรุ่นใช้เป็นค่านำไปสู่การดื่มมากที่สุด และที่สำคัญจำนวนของผู้ดื่มรายใหม่ที่พบในปัจจุบันมีอายุน้อยลง โดยพบว่าเด็กอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป 1 ใน 3 คน มีการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ซึ่งสัดส่วนของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.6 นำมาซึ่งปัญหาด้านสุขภาพ ครอบครัว อุบัติเหตุและอาชญากรรมต่างๆ ในปี พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ถูกบัญญัติขึ้น โดยควบคุมตั้งแต่สถานที่จำหน่าย การกำหนดอายุผู้ซื้อ การควบคุมการโฆษณา ไปจนถึงบทลงโทษผู้ฝ่าฝืน จึงนำมาซึ่งการศึกษาในครั้งนี้เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่น่าจะส่งผลกระทบต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มวัยรุ่นที่นับวันยังเพิ่มจำนวนของผู้ดื่มรายใหม่ที่มีอายุน้อยมากขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญในการสนับสนุนพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการบังคับใช้ต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

## สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
3. ปัจจัยทางด้านสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
4. ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

## กรอบความคิดในการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีปัจจัย 4 กลุ่ม ที่เป็นสาเหตุของการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ

1. ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ จากการศึกษาของ เฟอร์กัสสัน และคณะ (Fergusson, et al., 1994: 1004 อ้างใน กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล, 2542: 67) พบว่า เด็กที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนอายุ 6 ปี มีโอกาสดื่มปริมาณมากและถี่มากขึ้น ซึ่งจะมีปัญหาจากการดื่ม

เมื่อมีอายุ 15 ปี มากขึ้นเป็น 1.9 - 2.4 เท่าของเด็กที่ไม่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพศชายจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง ร้อยละ 53.3 และ ร้อยละ 25.1 ตามลำดับ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ และคณะ, 2541) นอกจากนี้ นักเรียนที่มีผลการเรียนอยู่ในระดับต่ำและปานกลางมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 9.85 และ 2.30 เท่าของนักเรียนที่มีผลการเรียนอยู่ในระดับสูง (จิราภรณ์ เทพหนู, 2540)

## 2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

ความอยากลอง เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น เนื่องจากถือว่าเป็นเรื่องที่ทำหาย ตื่นเต้น และสนุกสนาน (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ, 2540 เล่ม 27)

ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์ วัยรุ่นส่วนใหญ่เมื่อมีความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาก โอกาสที่จะมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และดื่มไปในทางที่ผิดก็มากขึ้นด้วย (กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล, 2542)

การรับรู้สื่อโฆษณา กลุ่มวัยรุ่นอายุ 10-17 ปีที่ชอบดูโฆษณาสुरามีรายงานว่าดื่มสุราสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ก่อนอายุ 20 ปี มากกว่ากลุ่มที่ไม่ชอบดูโฆษณาสุรา (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2549: 7) ดังนั้นการ โฆษณา จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ชักนำวัยรุ่นให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะสื่อทาง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ (ยงยุทธ ขจรธรรม, 2549)

## 3. ปัจจัยทางด้านสังคม

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม กล่าวว่า การดื่มสุราของเด็กวัยรุ่นเกิดจากการเลียนแบบพ่อ แม่ ที่ดื่มสุรา ครอบครัวที่มีปัญหาการดื่มสุรายิ่งส่งผลให้เด็กวัยรุ่นมีการดื่มสุราเพิ่มมากขึ้น (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2549)

กลุ่มเพื่อน วัยรุ่นที่เพื่อนมีอิทธิพลสูงและปานกลาง มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็น 10.64 และ 0.30 เท่า ของวัยรุ่นที่เพื่อนมีอิทธิพลต่ำ (จิราภรณ์ เทพหนู, 2540)

การหาได้ง่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุส่วนหนึ่งที่สนับสนุนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจาก สะดวกและหาซื้อง่าย โดยเฉลี่ยผู้ซื้อจะใช้เวลาเพียง 7.5 นาที ในการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทำให้ความถี่ในการดื่มสุราเพิ่มมากขึ้น (นิพนธ์ พัวพงศกร, 2548)

ความใกล้ – ไกลของสถานศึกษา ข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการ  
สร้างเสริมสุขภาพ (2550: 2) พบว่า การตีค้ำยโฆษณาเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์ใกล้บริเวณ สถานศึกษา  
ในรัศมี 500 เมตร เป็นการชักจูง ช้่นนำและส่งเสริมความอยากรู้้อยากลองของวัยรุ่นในการเป็นผู้ที่ค้ำม  
เครื่องค้ำมแอลกอฮอล์รายใหม่

แหล่งที่พัทอาศัย การสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในระหว่าง พ.ศ. 2534 –  
2539 พบว่า ประชากรที่มีอายุ 11 ปี ช้่นขึ้นไป ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมีการค้ำมเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์  
มากกว่าในเขตเทศบาล ช้่นสภาพที่อยู่อาศัยเอื้อต่อการค้ำมเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์

#### 4. ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์

มาตรการด้านการจำกัดอายุช้่นซื้อ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องค้ำม  
แอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรา 29 บัญญัติไว้ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมี  
อายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์” และตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มาตรา 26 (10) บัญญัติไว้  
ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนหรือให้สุราหรือให้บุหรี่แก่เด็ก เว้นแต่ การปฏิบัติทาง  
การแพทย์”

มาตรการด้านการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย กฎกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 36  
พ.ศ. 2504 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2548 ซึ่งกำหนดให้ผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภท  
ที่ 3 และ ประเภทที่ 4 ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าต่างๆเช่น โลตัสคาร์ฟู บิ๊กซี และร้านค้าปลีกในสถานี  
น้ำมัน รวมถึงร้านอาหาร ดิสโก้เทค ผับ โดยอนุญาตให้ขายได้ในเวลา 11.00 – 14.00 และเวลา 17.00  
– 24.00 น.

มาตรการในการควบคุมการโฆษณา ตามมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุม  
เครื่องค้ำมแอลกอฮอล์บัญญัติไว้ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือ  
เครื่องหมายของเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงให้ผู้ช้่นดื่มโดยตรง  
หรือโดยอ้อม” นอกจากนี้ ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2546 ได้กำหนด ห้ามโฆษณาเครื่องค้ำม  
ทุกชนิดที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทางวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ตั้งแต่เวลา 05.00 – 22.00  
น.และกำหนดให้สถาบันการศึกษาและการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ไม่รับการสนับสนุนใดๆจากผู้ผลิต  
และจำหน่ายเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ห้ามติดตั้งป้ายโฆษณาเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์ ในรัศมี  
500 เมตร จากสถานศึกษา

มาตรการด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและค้ำมเครื่องค้ำม  
แอลกอฮอล์ ตามมาตรา 27 และ มาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องค้ำมแอลกอฮอล์ พ.ศ.

2551 ได้กำหนดไว้ว่า ห้ามมิให้ผู้ใดขายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณ วัด หรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลและร้านขายยา สถานที่ราชการ หอพัก สถานศึกษา สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงและสวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

## วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ เขตพื้นที่การศึกษากทม.เขต 1 จำนวน 403 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 90 วัน

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายเกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใช้การทดสอบความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ ในการหาความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร

## ผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรกเมื่ออายุ 10-14 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.1 ซึ่งผู้ที่แนะนำให้นักเรียนรู้จักเบียร์ส่วนใหญ่ร้อยละ 32.5 คือ บิดา นักเรียนร้อยละ 51.9 เคยดื่มเบียร์ และในปัจจุบันยังคงดื่มเบียร์อยู่พบร้อยละ 22.1 อายุที่เริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรกส่วนใหญ่ร้อยละ 55.0 อยู่ในช่วง 10-14 ปี โดยนักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 66.3 จะดื่มเบียร์ครั้งแรกกับเพื่อน

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ซึ่งจากผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

2.1 ปัจจัยทางด้านความอยากลอง จากการศึกษาพบว่า การเห็นป้ายโฆษณาที่เกี่ยวกับเบียร์ทุกครั้งทำให้นักเรียนร้อยละ 48.9 มีความรู้สึกอยากดื่มเบียร์มากขึ้น

2.2 ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ จากการศึกษาพบว่า นักเรียนร้อยละ 43.7 มีความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ปัจจัยทางการรับรู้สื่อโฆษณา จากการศึกษาพบว่า นักเรียนร้อยละ 61.3 ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มเบียร์จากโทรทัศน์มากที่สุด โดยในรอบหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมา นักเรียนร้อยละ 41.7 ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆ เฉลี่ยแล้ว 7.6 ครั้ง ต่อสัปดาห์

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม ซึ่งจากผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

3.1 ปัจจัยทางการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว จากการศึกษาพบว่า บุคคลในครอบครัวร้อยละ 98.3 ไม่สนับสนุนให้นักเรียนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.2 ปัจจัยทางด้านกลุ่มเพื่อน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเพื่อนร้อยละ 78.0 ไม่มีส่วนสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน และส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 จะช่วยชักนำให้เพื่อนเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.3 ปัจจัยทางการหาได้ง่ายของเบียร์ จากการศึกษาพบว่า นักเรียนร้อยละ 49.0 สามารถหาซื้อเบียร์ได้ในระดับปานกลาง เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อต่างๆ

3.4 ปัจจัยทางด้านความใกล้-ไกลของสถานศึกษา จากการศึกษาพบว่า ความใกล้-ไกลของสถานศึกษาร้อยละ 92.3 ไม่มีส่วนสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน และการที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้กับสถานศึกษาไม่ทำให้นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 68.2 เกิดความรู้สึกอยากซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาดื่ม

3.5 ปัจจัยทางด้านแหล่งที่พักอาศัย จากการศึกษาพบว่า แหล่งที่พักอาศัยร้อยละ 95.3 ไม่มีส่วนสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน และการที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้สถานที่พักอาศัยไม่ทำให้นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 74.7 เกิดความรู้สึกอยากซื้อมาดื่ม และ/หรือ เข้าไปรับบริการ

## ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 73.0 มีการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับที่ต่ำ

**ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย**

5.1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า อายุ ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก และผู้ที่แนะนำให้นักเรียนรู้จักเบียร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วน เพศและระดับชั้นการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า แผนการเรียน ผลการเรียนเฉลี่ย อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรกและการดื่มเบียร์ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายละเอียดตามตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	$\chi^2$	df	p-value
อายุ	4.222	2	0.121
เพศ	3.973	1	0.046*
ระดับชั้นการศึกษา	6.064	2	0.048*
แผนการเรียน	9.543	2	0.008 **
ผลการเรียนเฉลี่ย	26.812	2	< 0.001**
อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก	10.898	2	0.004**
ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก	4.974	2	0.083
ผู้ที่แนะนำให้นักเรียนรู้จักเบียร์	3.634	1	0.057
การดื่มเบียร์ที่ผ่านมา	102.531	1	< 0.001**

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา พบว่า ความอยากลอง และ ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์ มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในด้านของการรับรู้สื่อโฆษณา พบว่า การได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับ

เบียร์จากเพื่อน สื่อทางโทรทัศน์ และป้ายโฆษณามีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ที่นักเรียนได้รับทราบจาก บิดา มารดา ญาติ พี่ น้อง วิทยุ และอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงจำนวนครั้งที่นักเรียนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ในรอบ 1 สัปดาห์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เมื่อหาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยทางด้านจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	$\chi^2$	df	p-value
ความอยากลอง			< 0.001 ** †
ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์	52.080	1	< 0.001 ** ††
การรับรู้สื่อโฆษณา (แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์)			
1.บิดา มารดา	3.804	3	0.283
2.ญาติ พี่ น้อง	1.999	3	0.573
3.เพื่อน	63.523	3	< 0.001 **
4.วิทยุ	1.622	3	0.655
5.โทรทัศน์	21.187	3	< 0.001 **
6.อินเทอร์เน็ต	3.877	3	0.275
7.ป้ายโฆษณา	15.741	3	0.001 **
การรับรู้สื่อโฆษณา (จำนวนครั้ง / 1 สัปดาห์)	2.692	3	0.442
รวมทุกด้าน	45.500	2	< 0.001 **

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

† Fisher exact test

††  $\chi^2$

5.3 ปัจจัยทางด้านสังคม พบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน ความใกล้ชิด-ไกลของสถานศึกษาและแหล่งที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการหาได้ง่ายของเบียร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เมื่อหาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยทางด้านสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายละเอียดตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยทางด้านสังคม	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	$\chi^2$	df	p-value
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว			< 0.007 ** †
กลุ่มเพื่อน	33.835	1	< 0.001 ** ††
การหาได้ง่ายของเบียร์	5.341	2	0.069
ความใกล้ชิด-ไกลของสถานศึกษา	23.052	1	< 0.001 ** ††
แหล่งที่พักอาศัย			< 0.001 ** †
รวมทุกด้าน	69.414	2	< 0.001 **

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

† Fisher exact test

††  $\chi^2_c$

5.4 ปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ ด้านการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย มาตรการในการควบคุมการโฆษณา และมาตรการด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และ เมื่อหาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยด้านการรับรู้

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย รายละเอียดตามตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย		
	$\chi^2$	df	p-value
ด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ	0.218	1	0.640
ด้านการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย	0.843	1	0.358
ด้านการควบคุมการโฆษณา	1.164	1	0.218
ด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่าย และดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.401	2	0.436
ระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์			0.306†
รวมทุกด้าน	2.187	2	0.335

† Fisher exact test

## อภิปรายผล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ในประเด็นดังต่อไปนี้

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

นักเรียนส่วนใหญ่เริ่มรู้จักกับเบียร์ครั้งแรกเมื่ออายุ 10-14 ปี โดยอายุต่ำสุดที่พบคือ 5 ปี และอายุสูงสุดคือ 17 ปี พบการดื่มเบียร์ในนักเรียนชายมากกว่านักเรียนหญิง ร้อยละ 26.0 และร้อยละ 17.2 ตามลำดับ ซึ่งผู้ที่ทำให้นักเรียนได้รู้จักกับเบียร์มากที่สุดร้อยละ 32.5 คือ บิดา นักเรียนส่วนใหญ่เคยดื่มเบียร์ร้อยละ 51.9 และในปัจจุบันยังคงดื่มอยู่ร้อยละ 22.1 เริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรกเมื่ออายุ 10-14 ปี และส่วนใหญ่จะดื่มกับกลุ่มเพื่อนเป็นครั้งแรก

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

ปัจจัยทางจิตวิทยาในส่วนของความอยากลอง พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 95 ไม่มีความอยากลองคัมเบียร์ ถึงแม้ว่าการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อต่างนั้นจะทำให้ นักเรียนร้อยละ 36.5 สามารถจดจำชื่อของเบียร์ได้มากขึ้นก็ตาม ด้านความพึงพอใจในราคาและ รูปลักษณะของเบียร์ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 87.1 ไม่พึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของ เบียร์ โดยนักเรียนร้อยละ 23.0 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับเหตุผลที่เลือกคัมเบียร์เพราะว่าภาชนะที่บรรจุ สวยงาม แปลกและดึงดูดความสนใจ ซึ่งนักเรียนร้อยละ 20.6 เลือกคัมเบียร์ชนิดต่างๆเนื่องจากติด ใจในรสชาติของเบียร์แต่ละชนิด นอกจากนี้ ด้านการรับรู้สื่อโฆษณานั้นพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ รับประทานข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุดถึงร้อยละ 88.6 รองลงมาได้แก่ ป้ายโฆษณาต่างๆ และจากกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 73.9 และร้อยละ 41.7 ตามลำดับ ซึ่งในรอบ 1 สัปดาห์ นักเรียนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆ เป็นจำนวน 6-10 ครั้ง / สัปดาห์ เฉลี่ยแล้ว 7.6 ครั้ง / สัปดาห์

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคม

ปัจจัยทางสังคมในส่วนของ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว พบว่าร้อยละ 98.3 ไม่มีส่วนสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน บิดามารดาส่วนใหญ่ มักที่จะสอนนักเรียนเสมอว่าการดื่มเบียร์หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆเป็นสิ่งที่ไม่ดี แต่ก็ พบว่าร้อยละ 1.0 บิดา มารดา หัดให้นักเรียนดื่มเบียร์เพื่อให้รู้จักมารยาททางสังคม เมื่อมีงานเลี้ยง สังสรรค์ในครอบครัว เครื่องดื่มที่นักเรียนพบเห็นอยู่เป็นประจำ คือ เบียร์ เหล้า ไวน์ และบ่อยครั้งที่ ญาติ พี่ น้อง ชวนให้นักเรียนลองดื่มเบียร์เมื่อมีการสังสรรค์ภายในครอบครัว จึงมีผลทำให้พบว่า นักเรียนร้อยละ 1.0 ร่วมดื่มเบียร์กับสมาชิกในครอบครัวเป็นประจำ ซึ่งทำให้มีจำนวนของวัยรุ่นที่ ดื่มเบียร์เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

ปัจจัยทางสังคมในส่วนของกลุ่มเพื่อน พบว่า นักเรียนร้อยละ 32.5 มีความคิดที่ อยากรองคัมเบียร์เมื่อเห็นเพื่อนภายในกลุ่มดื่มแล้วมีความสุขสนุกสนาน ซึ่งพบว่านักเรียนร้อยละ 29.3 มีเพื่อนสนิทที่ชอบคัมเบียร์และในงานเลี้ยงสังสรรค์วาระพิเศษระหว่างนักเรียนกับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 40.0 จะมีเบียร์มาช่วยเติมสีสันของความสนุกสนาน โดยที่นักเรียนร้อยละ 13.2 ขอรับการ เชิญชวนให้ทดลองคัมเบียร์ นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียนร้อยละ 16.6 ดื่มเบียร์เหมือนกับเพื่อน ภายในกลุ่ม เนื่องจากสามารถหาซื้อเบียร์ได้ง่ายได้ในทุกสถานที่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวก ซื้อต่างๆที่มีการเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ก็สามารถซื้อเบียร์ หรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ได้

ปัจจัยทางสังคมในส่วนของความใกล้-ไกลของสถานศึกษาพบว่า นักเรียนร้อยละ 66.5 สามารถหาซื้อเบียร์ได้ในระยะ 500 เมตรจากสถานที่ศึกษา ร้อยละ 9.2 ของนักเรียนที่เดินผ่านร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำเกิดความรู้สึกอยากที่จะซื้อเบียร์มาลองดื่มทุกครั้ง ส่งผลให้ร้อยละ 8.4 ของนักเรียนมักที่จะหนีเรียนมาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เสมอ

ปัจจัยทางสังคมในส่วนของแหล่งที่พักอาศัย พบว่า นักเรียนร้อยละ 48.4 พักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานบันเทิงที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และนักเรียนร้อยละ 42.7 เคยชินกับภาพคนเมา นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียนร้อยละ 4.7 ชอบที่จะแวะซื้อเบียร์ และ/หรือ เข้าไปดื่มเบียร์ในร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เสมอหลังจากเลิกเรียน

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนส่วนใหญ่ร้อยละ 73.0 มีการรับรู้อยู่ในระดับต่ำ โดยพบว่ากลุ่มนักเรียนที่ไม่ดื่มเบียร์ร้อยละ 83.2 มีการรับรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มนักเรียนที่ดื่มเบียร์ร้อยละ 28.6 มีการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รับรู้ในระดับที่สูง นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียนส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นักเรียนร้อยละ 7.2 เคยลักลอบนำเบียร์เข้าไปดื่มในโรงเรียน นักเรียนร้อยละ 6.7 ไม่ทราบถึงวิธีการลงโทษของทางโรงเรียน นักเรียนร้อยละ 4.2 คิดว่าไม่เป็นความผิด และร้อยละ 12.9 ของนักเรียน คิดว่าโทษที่จะได้รับนั้นไม่รุนแรง ซึ่งเป็นการรับรู้ที่ไม่ถูกต้อง เนื่องจากโรงเรียนได้วางแนวทางการลงโทษขั้นรุนแรงในความผิดที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

**ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม และ ปัจจัยทางด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย**

5.1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศและระดับชั้นการศึกษา ความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ แผนการเรียน ผลการเรียนเฉลี่ย อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก และ การดื่มเบียร์ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 ส่วน อายุ ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก และผู้ที่แนะนำให้รู้จักเบียร์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1

5.2 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา จากการศึกษาพบว่า ความอยากลอง และ ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณ์ของเบียร์ มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 การรับรู้สื่อโฆษณาในส่วนของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์พบว่า การได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์จากเพื่อน สื่อทางโทรทัศน์ และป้ายโฆษณามีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 ส่วนแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ที่ได้รับจาก บิดา มารดา ญาติ พี่ น้อง วิทยุ และอินเทอร์เน็ต รวมถึงไปถึง จำนวนครั้งที่ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ในรอบ 1 สัปดาห์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 จากการศึกษาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยทางจิตวิทยาพบว่า มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2

5.3 ปัจจัยทางด้านสังคม จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน ความใกล้ชิด-ไกลของสถานศึกษาและแหล่งที่พักอาศัย มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 ส่วนปัจจัยด้านการหาได้ง่ายของเบียร์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 จากการศึกษาความสัมพันธ์ในภาพรวมของปัจจัยทางสังคม พบว่า มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3

5.4 ปัจจัยทางการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 4

ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมใช้มาตรการทางด้านจิตวิทยาและมาตรการทางสังคมเข้ามาร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควบคู่ไปกับการใช้มาตรการทางด้านกฎหมาย ทั้งนี้เนื่องจากการใช้มาตรการทางกฎหมายเพียงอย่างเดียวไม่สามารถที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

FACTORS AFFECTING BEER BEVERAGE DRINKING OF HIGH SCHOOL  
STUDENTS IN BANGKOK, THAILAND

NUENGRUETHAI MESAAD 4837674 PPH/M

M.Sc. (PUBLIC HEALTH) MAJOR IN MEDICAL AND PUBLIC HEALTH LAW  
ADMINISTRATION

THESIS ADVISOR COMMITTEE: CHARDSUMON PRUTIPINYO, Ph.D. (DEMOGRAPHY),  
WILAI KUSOLVISITKUL, M.Sc. (BIOSTATISTICS), SUTHEE YOOSATAPORN, D.enD.  
(Hons – Regime 1984)

## EXTENDED SUMMARY

### **Background and significance of the problem**

The social report of the Office of National Economic and Social Development Board pointed out that drinkers tend to increase quarterly, particularly beer drinkers which rose 18.5%. Thailand's statistics of alcoholic beverage drinking per head per year is the 5<sup>th</sup> and beer drinking ranks the 85<sup>th</sup> of the world. The drinking amount also increases steadily and rapidly. Mostly, beer is the beverage that teenagers begin their drinking. Significantly, the study shows that the number of new drinkers at present has younger ages as one of three children whose age is more than 11 years old drinks alcohol mixed beverages. The 32.6% increased proportion of drinkers causes the problems of health, family, accidents and crimes. In 2007, the Alcoholic Beverage Control Act was enacted to control selling venues, age of buyer, advertisements, as well as imposing penalty for violators. The significance of these problems leads to the study on factors that influence teenagers to drink alcoholic beverage which is increasing each day with younger new drinkers. The study's result will be the important fundamental information to support the efficient enforcement of the Alcoholic Beverage Control Act.

## **Objectives of the study**

1. To study relations between personal characteristics and beer drinking of high school students.
2. To study relations between psychological factors and beer drinking of high school students.
3. To study relations between social factors and beer drinking of high school students.
4. To study relations between recognition factors about law concerning alcoholic beverages and beer drinking of high school students.

## **Hypothesis of the study**

1. Personal characteristic factors and the previous beer drinking experience relate positively with beer drinking of high school students.
2. Psychological factors relates positively with beer drinking of high school students.
3. Social factors relates positively with beer drinking of high school students.
4. Recognition factors about law concerning alcoholic beverage relate with beer drinking of high school students.

## **Conceptual framework of the study**

From the research review, there are 4 factors that are the causes of beer drinking in high school students in Bangkok as per the followings:

### **1. Personal characteristic factors and beer drinking**

The study of Fergusson, et al., 1994: 1004 quoted in the study of Kamolthip Wijitsuntornkul, B.E. 2542: 67, shows that children drinking alcoholic beverage before 6 years old have a chance to increase their drinking amount and drink it more often. When these children reach 15 years old, the problem from drinking increase 1.9 - 2.4 times higher than those do not drink. Alcoholic beverage consumption in males is higher than that in females, with the proportions of 53.3%

and 25.1%, respectively (Prapapen Suwan, et al., B.E. 2541). Moreover, students having low to medium Grade Point Average (GPA) have the risk of 9.85 and 2.30 times respectively higher than those having high GPA (Jiraporn Thepnu, B.E. 2540).

## **2. Psychological factors**

2.1 Curiosity is the factor encouraging alcoholic beverage drinking among teenagers as they think it is challenging, exciting and enjoyable to try (Thai Junior Encyclopedia, B.E. 2540, no. 27).

2.2 Satisfaction in price and image of beer; a report points out that more satisfaction in price and image of alcoholic beverage is more chance for people to drink alcoholic beverage with a wrong purpose. (Kamolthip Wijitsuntornkul, B.E. 2542)

2.3 Recognition of advertisement; a report points out that teenagers whose ages are between 10-17 years old who like to watch alcoholic beverage advertisement have more chance to drink alcoholic beverage once a week before they reach 20 years old than those who do not like to watch these advertisements (Center for Alcohol Studies, B.E. 2549: 7). Therefore, advertisement is one of factors tempting teenagers to drink alcoholic beverage, particularly T.V, and movie medias (Yongyuth Khajorntham, 2006 B.E.2549).

## **3. Social factors**

Drinking alcoholic beverages among family members; the social learning theory shows that teenagers drink alcohol beverage as they imitate their drinking parents. Family plagued with alcohol drinking problem usually result in more teenagers drinking alcoholic beverages (Center for Alcohol Studies, B.E. 2549).

Friends; teenagers whose friend gang has high and medium influence on them have the chance to drink alcoholic beverages 10.64 and 0.30 times higher than those whose friends have low influence (Jiraporn Thepnu, B.E. 2540).

Easy and convenient accessibility of alcoholic beverages is also a reason that supports alcoholic beverage consumption behavior. In the average, buyer spends only 7.5 minutes to buy alcoholic beverage, which also result in increasing drinking frequency (Niphon Puapongsakorn, B.E.2548).

Vicinity of school and alcoholic beverage selling venue; the information of Thai Health Promotion Foundation (B.E. 2550: 2) points out that advertisements or billboards of alcoholic beverages near education venues in the vicinity of 500 meters motivate, lead and arouse teenagers to be new drinkers.

Residence of teenagers; the survey of National Statistical Office during B.E. 2534 – 2539 showed that population whose ages are higher than 11 years old living outside the municipality drink more alcoholic beverage than those living in the municipality. So residential condition is also a favorable factor stimulating drinking.

#### **4. Recognition factors about law related to the control of alcoholic beverages**

4.1 The measure to control age of buyers; Section 29 of the Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 specifies that ‘Sale of alcoholic beverages is forbidden to a person who is below 20 years old’. The Child Protection Act B.E. 2546 specifies in its Section 26 (10) that ‘Sale, exchange or giving away liquor or cigarette to a child is forbidden, other than for medical purpose’.

4.2 The measure to control selling time; the Ministerial Regulations No. 36, B.E. 2504, which was amended in B.E. 2548, allows entrepreneurs getting liquor selling license Types 3 and 4 which are department stores, e.g., Lotus, Carrefour, Big C, retail stores in petrol stations, including restaurants, discotheque and pub to sell alcoholic beverages during 11.00 - 14.00 hrs and 17.00 - 24.00 hrs.

4.3 The measure to control advertisement; Section 32 of the Alcohol Beverage Control Act specifies that ‘The advertisement of alcoholic beverages, the display of brand name or logo to boast the qualities of the beverage or motivate other persons to drink both directly or indirectly are forbidden’. Moreover, the announcement of Public Relations Department, B.E. 2546 prohibited the broadcast of all alcohol-mixed beverage advertisements on radio and television during 05.00-22.00 hrs. It also prohibits educational institutions and national sport competitions to receive sponsorship from producers and sellers of alcoholic beverages. Moreover, signs or advertisement of alcoholic beverage are forbidden to install in the vicinity of 500 meters from educational institutions.

4.4 The measure to designate alcohol free zones; Sections 27 and 31 of the Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 specify that ‘Sales or consumption of alcoholic beverages are forbidden in temples, their areas, the venues to perform rites, public health service venues, hospitals, drug stores, official places, petrol stations and the mini-marts in the vicinity of petrol station as well as public parks’.

## **Research Methodology**

This Survey Research aims to study factors influencing beer drinking of high school students in Bangkok. The sampling group is 403 high school students in schools in Bangkok Education Service Area Office 1 under the Office of the Basic Education Commission, Ministry of Education. The information is compiled by using questionnaires. The data collection period is 90 days.

The data is analyzed by using the percentage statistics, the average and the standard deviation to explain personal characteristics and beer drinking, psychological factors, social factors and the recognition factors about law related to alcoholic beverages. The chi-square test is used to find the relations of each variable.

## **Research Result**

The results from the study on factors affecting alcoholic beverage drinking of high school students in Bangkok can be divided in the following 5 parts:

### **1. Personal characteristic factors and beer drinking of high school students**

The study showed that most students know beer for the first time when they are around 10-14 years old, accounting for 54.1%. The person introducing beer to student is their father (32.5%). Students used to drink beer accounts for 51.9%, and those who still drink beer until now is 22.1%. The ages that most teenagers begin their beer drinking is in the range of 10-14 years old, which is 55.0%. Mostly, students drink beer in the first time with their friends (66.3%).

### **2. Psychological factors** The study’s result shows the following details:

Curiosity; the research found that 48.9% of students seeing alcoholic beverage advertisement or billboards each time stimulate their desire to drink beer.

Satisfaction in prices and image of beer; the study found that 43.7% of students have medium satisfaction in price and image of beer.

Recognition of advertisement; the study found that 61.3% of students know most information about alcoholic beverage from television. In a previous one week, 41.7% of students recognized information about beer via media channels with the average of 7.6 times per week.

### **3. Social factors;** the study's result shows the following details:

Drinking alcoholic beverages among family members; the study found that 98.3% of family members do not support students to drink alcoholic beverage.

Friend gang; the finding showed that 78.0% of the student's friends do not involve in encouraging student to drink and most of them or 61.3% help to motivate their friend to stop drinking.

Easy accessibility of alcoholic beverage; the study found that 49.0% of students can buy beer with medium-range accessibility in department stores and convenient stores.

Vicinity of school and alcoholic beverage selling venue; the study found that 92.3% of school's vicinity does not take part in encouraging students to drink alcoholic beverage. Selling venue located near school does not make most students (68.3%) feel like buying alcoholic beverage to drink.

Residence of teenagers; the finding showed that 95.3% of residence does not involve in encouraging students to drink. Selling venues located near student's house does not make most students (74.7%) feel like buying alcoholic beverage to drink and/or using the service.

### **4. Recognition about law related to alcoholic beverages**

The study found that 73.0% of students have low recognition of law related to alcoholic beverages.

## 5. Relations between personal characteristic factors and beer drinking, psychological factors, social factors and the recognition factors of law related to alcoholic beverages toward beer drinking of high school students.

5.1 From personal characteristic factors, the study found that age, type of beer that student know and the person introducing beer to students do not relate with beer drinking of high school students. Gender and grades (Mathayom 4, 5, 6) relate with beer drinking of high school students with statistical significance at  $P = 0.05$ . Moreover, the finding showed that the studying programs, Grade Point Average (GPA), the age of student knowing beer for the first time and the previous beer drinking relate with beer drinking of high school students with the statistical significance at  $P = 0.01$  as per details in Table 1

**Table 1** Relations between personal characteristic factors and beer drinking of high school students

Personal characteristic of high school students	Beer drinking of high school students		
	$\chi^2$	df	p-value
Age	4.222	2	0.121
Gender	3.973	1	0.046*
Grades (Mathayom 4,5,6)	6.064	2	0.048*
Studying program	9.543	2	0.008**
Grade point average (GPA)	26.812	2	< 0.001**
Age that first knows beer	10.898	2	0.004**
Type of known beer	4.974	2	0.083
Person introducing beer to student	3.634	1	0.057
Previous beer drinking	102.531	1	< 0.001**

\* The statistical significance is 0.05.

\*\* The statistical significance is 0.01.

5.2 Concerning psychological factors, the finding showed that curiosity, satisfaction in prices and image of beer relate with beer drinking of high

school students statistically and significantly at  $P = 0.01$ . In terms of advertising recognition, it was found that students know information about beer from friends, T.V. and billboard advertisement which relate with beer drinking of high school students with statistical significance at  $P = 0.01$ . For the information source about beer, students know it from parents, relatives, brothers and sisters, radio and internet. The frequency of information about beer heard by the students in a one-week round does not relate with beer drinking of high school students. Taking the overall relations of psychological factors and beer drinking of high school students into calculation, the study found that they relate with statistical significance at  $P = 0.01$  according to the details in Table 2.

**Table 2** Relations between psychological factors and beer drinking of high school students

Psychological factors	Beer drinking of high school students		
	$\chi^2$	df	p-value
Curiosity			< 0.001 ** †
Satisfaction in price and image of beer	52.080	1	< 0.001 ** ††
Recognition of advertising media (information source about beer)			
1. Parents	3.804	3	0.283
2. Relatives	1.999	3	0.573
3. Friends	63.523	3	< 0.001 **
4. Radio	1.622	3	0.655
5. T.V.	21.187	3	< 0.001 **
6. Internet	3.877	3	0.275
7. Advertisement billboard	15.741	3	0.001 **
Recognition of advertising media (times per one week)	2.692	3	0.442
Aggregated factors	45.500	2	< 0.001 **

\*\* The statistical significance is 0.01.

† Fisher exact test

††  $\chi_c^2$

5.3 Social factors; the study found that alcoholic beverage drinking among family members, friends, the vicinity of school and alcoholic beverage selling venue, as well as student’s residence relate with beer drinking of high school students with the statistical significance at P = 0.01, but the easy accessibility of beer does not relate with beer drinking of high school students. Taking the overall relations of social factors and beer drinking of high school students into calculation, the finding shows that they relate statistically and significantly at P = 0.01 according to Table 3.

**Table 3** Relations between social factors and beer drinking of high school students

Social factors	Beer drinking of high school students		
	$\chi^2$	df	p-value
Alcohol drinking among family members			< 0.007** †
Friend group	33.835	1	< 0.001** ††
Easy accessibility of beer	5.341	2	0.069
Vicinity of school (and selling venue)	23.052	1	< 0.001** ††
Residence			< 0.001** †
Aggregated factors	69.414	2	< 0.001**

\*\* The statistical significance is 0.01.

† Fisher exact test

††  $\chi_c^2$

5.4 Recognition factors about law related to alcoholic beverages including the measures to control age of buyers, selling period, advertisement, the designation of alcohol free zones, including the regulations and penalty of schools concerning alcoholic beverage do not relate with beer drinking of high school students. Taking the overall relations of recognition factors about law related to alcoholic beverages into calculation, the study found that these factors show no relation with beer drinking of high school students according to detail in Table 4.

**Table 4** Relations between recognition factors about law related to alcoholic beverages and beer drinking of high school students

Recognition factors about law related to alcoholic beverages	Beer drinking of high school student		
	$\chi^2$	df	p-value
Limited age of buyer	0.218	1	0.640
Limited selling period	0.843	1	0.358
Control of advertisement	1.164	1	0.218
Designation of alcohol free zones	1.401	2	0.436
Regulations and penalty of schools concerning alcoholic beverage			0.306†
Aggregated factors	2.187	2	0.335

† Fisher exact test

## Discussion on the study's results

The study on “Factors affecting beer beverage drinking of high school students in Bangkok.” The main issues will be discussed as follows:

### Part 1 Personal characteristic factors and beer drinking of high school students

Most students know beer for the first time when they are around 10-14 years old. The youngest age found is 5 years and the oldest age is 17 years old. The study found more male students drinking beer than female ones at 26.0% and 17.2%, respectively. The person introducing beer to students is mostly their father (32.5%). Most students of 51.9% used to drink beer and 22.1% still drink it until now. They began their beer drinking for the first time when they are around 10-14 years old and most of them drink with friend gang in their first time.

### Part 2 Psychological factors

For psychological factor pertaining to curiosity, the finding shows that most students (95%) do not want to try drinking beer despite their acknowledgement about beer via media channels enables 36.5% of them to have more brand awareness. In the part of satisfaction in price and image of beer, the study found that most students

(87.1%) are not satisfied with price and image of beer, 23.0% of students disagree seriously with the reason that they choose to drink beer because of its attractive and unique package drawing their attention. Students of 20.6% choose to drink a variety types because they are impressed with the taste of each beer. Concerning the acknowledgement about beer via advertisement media, the study found that most students (88.6%) know information from T.V. media, followed by billboard advertisement and friend group at 73.9% and 41.7%, respectively. In a one week round, students know information about beer via media channels around 6-10 times per week, with the average of 7.6 times per week.

### **Part 3 Social factors**

For social factors pertaining to alcohol drinking among family members, the study found that 98.3% do not support students to drink. Most parents usually teach students that drinking alcoholic beverages is not good. However, the study found that 1.0% of parents practice students to drink to know social etiquette or drink during family party. Alcoholic beverages that students see regularly are beer, liquor and wine. In many opportunities, students are tempted by relatives, brothers or sisters to try drinking beer in family party, which results in 1.0% of students regularly participate in drinking beer with family members and the increasing number of teenage drinkers respectively. In the part of friend gang, the study found that 32.5% of students feel like to try beer when they see their friends in the gang enjoyable after drinking. The finding showed that 29.3% of students have close friends who like drinking beer. In special parties between students and their friend gang, 40.0% have beer to add their colorful fun and 13.2% of students accept their friend's invitation to try drinking beer. Students of 16.6% drink beer like their friends in the group because they can buy beer easily in all venues such as department stores and convenient stores opening 24 hrs where children below 18 years old can buy beer or alcohol-mixed beverages. With regard to proximity between school and alcoholic beverage selling venue, 66.5% of students can buy beer in the vicinity of 500 meters from school, 9.2 percent of those walking pass the store selling alcoholic beverage so regularly that they feel like buying beer to try every time, resulting in 8.4% of students usually skip school to drink alcoholic beverage. In terms of residence, 48.4% of students live near

entertainment venues selling alcoholic beverages and 42.7% get used to seeing drunkards. Moreover, the study found that 4.7% of students like to stop by the store selling alcoholic beverages to buy and/or drink beer after school hours.

#### **Parts 4 Recognition factors about law related to alcoholic beverages**

Most students of 73.0% have low recognition about law related to alcoholic beverages. Among non-drinkers, 83.2% have medium range recognition about law related to alcoholic beverages. For beer drinkers, 28.6% have high recognition about law related to alcoholic beverages. Moreover, the finding shows that most students do not know regulations and penalty of school about alcoholic beverages and 7.2% of students used to smuggle beer to drink in school. The finding shows that 6.7% of students do not know the school's penalty, 4.2% deem that drinking alcoholic beverage is not wrong and 12.9% think that the punishment they will receive is not serious, which is their wrong understanding against school which set up serious penalty about alcoholic beverage on students.

#### **Part 5 Relations between personal characteristic factors, psychological factors, social factors and recognition factors about law related to alcoholic beverages and beer drinking of high school students.**

5.1 For personal characteristic factors, the study found that gender and grades (Mathayoms 4, 5, 6) related with beer drinking of high school students with statistical significance at  $P = 0.05$ . Moreover, studying program, GPA, student's age that knows beer for the first time and previous beer drinking relate with beer drinking of high school students with statistical significance at  $P = 0.01$ , which is in line with hypothesis 1. However, the finding showed that age, type of known beer and the person introducing beer to student do not relate with beer drinking of high school students, which does not conform to hypothesis 1.

5.2 With regard to psychological factors, the study found that curiosity to try beer, satisfaction in price and image of beer relate with beer drinking of high school students with statistical significance at  $P = 0.01$ , which is in line with hypothesis 2. For recognition of advertising media about beer, the finding shows that students know information about beer from friends, T.V. and advertisement

billboards which relate with beer drinking in high school students with the statistical significance at  $P = 0.01$ , conforming to hypothesis 2. For information source about beer, students usually know it from parents, relatives, brothers and sisters, radio and internet. The frequency that students know beer information in a one week round does not show relations with beer drinking of high school students, which is not in line with hypothesis 2. The overall relations of psychological factors relate with beer drinking of high school students statistically and significantly at  $P = 0.01$ , which is in accordance with hypothesis 2.

5.3 Concerning social factors, the study found that alcohol drinking among family members, friend group, vicinity of school and alcoholic beverage selling venue, as well as residence of students relate with beer drinking of high school students with statistical significance at  $P = 0.01$ , which is in line with hypothesis 3. The easy accessibility of beer showed no relations with beer drinking of high school students, which does not conform to hypothesis 3. Taking the overall relations of social factors into calculation, they relate with beer drinking of high school students with statistical significance at  $P = 0.01$ , which is in line with hypothesis 3.

5.4 For recognition factors about law related to alcoholic beverages including regulations and penalty of school concerning alcoholic beverages, the study found that they do not relate with beer drinking of high school students, which does not conform to hypothesis 4.

Therefore it is necessary that government and concerned agencies use psychological and social measures to help solving problems occurred from alcoholic beverages together with law measure as the sole use of law is not able to solve problems from drinking alcoholic beverage.

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล. (2542). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน  
อาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
(สาขารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกสุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์ คณะสาธารณสุข  
ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ. (2527). จิตวิทยาการศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ  
โรฒประสานมิตร.
- กรมประชาสัมพันธ์. กำหนดหลักเกณฑ์และระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจทาง  
สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์: ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2544.
- กรมประชาสัมพันธ์. กำหนดหลักเกณฑ์และระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจทาง  
สถานีวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์: ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2546.
- กระทรวงการคลัง. ฉบับที่ 36 พ.ศ. 2504.
- กระทรวงการคลัง. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุรา พ.ศ. 2548.
- กระทรวงศึกษาธิการ. ศูนย์ปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2549.
- กระทรวงสาธารณสุข. กรมสุขภาพจิต. (2544). คู่มือส่งเสริมสุขภาพจิตนักเรียนระดับมัธยมศึกษา  
สำหรับครู. นนทบุรี: โรงพิมพ์ ร.ส.พ.
- กระทรวงสาธารณสุข. การแสดงฉลากสุรา: ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 177 พ.ศ. 2540.
- กระทรวงสาธารณสุข. การแสดงฉลากสุรา: ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 272 พ.ศ. 2546.
- กระทรวงสาธารณสุข. สุรา(ฉบับที่ 2) ข้อที่ 1-3: ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 275 พ.ศ. 2546.
- กระทรวงสาธารณสุข. แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับหน่วยงานในสังกัด:  
ประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2549.
- กันยา สุวรรณแสง. (2532). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: อักษรพิทยา.
- จิราภรณ์ เทพหนู. (2540). ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษา  
ตอนปลาย สายสามัญศึกษา ในจังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร  
มหาบัณฑิต (สาขารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกอนามัยครอบครัว คณะสาธารณสุข  
ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

นัทรสูมน พฤทธิภิญโญ. (2548). การทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมอุปทานของการบริโภคสุรา. งานวิจัย.

ฉลอง ภิรมย์รัตน์. (2525). จิตวิทยาอาชีพ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศรีอนันต์.

ชัยยุทธ คายา. (2534). ปัจจัยของการขัดเกลาทางสังคมของพ่อแม่ที่มีผลกระทบต่อการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขามนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรเจิด สิงคะเนติ. (2547). กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก. งานวิจัย.

นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ. (2548). นโยบายสาธารณะเพื่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. สำนักงานมูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. งานวิจัย.

นิตยา กัทสิทธิ์พันธ์. (2542). “การศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงของเด็กในเมือง.” วารสารวิจัยสังคม ฉบับที่ 22.

บุญชัย พิทักษ์ดำรงกุล. (2524). ปริมาณของสุราผสมในประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ 2512-2521. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บัณฑิต ศรีไพศาลและคณะ. (2548). วิวัฒนาการนโยบายควบคุมปัญหาสุราของประเทศไทย. ศูนย์วิจัยสุรา: ม.ป.ท.

ประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 294 เรื่องเด็กซึ่งประพฤตินไม่สมควรแก่วัย

ประกิจ โพธิ์อาสน์. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสุศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประภาพรเพ็ญ สุวรรณและคณะ. (2541). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทย. งานวิจัย.

ประเวช ตันติพิวัฒนสกุล. (2547). แผนสนับสนุนยุทธศาสตร์ด้านสุขภาพจิต: เสนอสำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพ. (เอกสารอัดสำเนา).

ปภิษฐา มาลาเว. (2548). อิทธิพลของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์หลังมติจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อแนวโน้มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498

พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

พิศิษฐ์ หิรัญกิจ. (2536). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางสังคมกับการกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติดให้โทษของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชญากรรมวิทยาและงานยุติธรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ไพฑูรย์ จัยสิน และคณะ. (2536). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้สารเสพติดในกลุ่มนักเรียนไทย. งานวิจัย.

ภาวิณี อยู่ประเสริฐ. (2540). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้สารเสพติดของนักเรียนวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(สาธารณสุขศาสตร์) สาขาพยาบาลสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

มณีรัตน์ สุทธิพันธ์. (2538). ความเข้มข้นของแอลกอฮอล์. เวชสารแพทย์ตำรวจ.

มานิช หล่อตระกูลและคณะ. (2539). จิตเวชศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

มุลนิธิเมาไม่ขับ. (2550). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการดื่มน้ำแอลกอฮอล์. กรุงเทพมหานคร. (เอกสารเผยแพร่).

ขงยุทธ ขจรธรรมและคณะ. (2547). ประสิทธิผลของนโยบายและมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพมหานคร: ดีไซน์.

โยธิน คันสนยุทธและคณะ. (2538). การรับรู้จิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

รณชัย คงสกลธ์. (2548). กฎหมาย กฎกระทรวง ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการควบคุมการบริโภคสุรา. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.

\_\_\_\_\_. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542, หน้า 1399. กรุงเทพมหานคร: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้น.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับประชาชน พ.ศ. 2540

วิลาวลัย ฤดีสานต์. (2540). การดื่มน้ำแอลกอฮอล์น้อยๆทางสังคมและวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขามนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิไล กุศลวิศิษฐ์กุล. (2549). การสุ่มตัวอย่างและการหาขนาดตัวอย่าง, ประมวลสาระชุดวิชาการ

วิจัยทางการแพทย์สารสนเทศและสถิติ.หน่วยที่ 5. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมมาธิราช.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2549). จิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพมหานคร: หอมชาวบ้าน.

ศรีวงศ์ หะวานนท์. (2545). คู่มือธรรมรงค์ป้องกันปัญหาจากสุรา, หน้า 42-46. นนทบุรี: 2545.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. ม.ป.ท.: สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2549). เอกสารวิชาการประกอบการพิจารณากำหนดมาตรการควบคุมการ  
โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.

—————. (2548). มาตรการป้องกันการดื่มสุราในเยาวชนอายุก่อนเกณฑ์. ฐานข้อมูลเพื่อการ  
จัดการปัญหาสุขภาพ ฉบับเดือน พฤศจิกายน 2548.

—————. (2548). วิวัฒนาการนโยบายควบคุมปัญหาสุราของประเทศไทย. 13 กรกฎาคม  
2548. เอกสารข้อเท็จจริง.

สถิต วงศ์สวรรค์. (2525). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บำรุงสาสน์.

สายใจ ชื่นคำ. (2542). พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นในสังคมไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาสุขภาพ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ. พิษภัยของแอลกอฮอล์. เล่มที่ 27 พ.ศ. 2540.

สุคิด ลั่นซ้าย. (2540). “พฤติกรรมด้านยาเสพติดในปัจจุบัน.” วารสารสำนักงานป้องกันและ  
ปราบปรามยาเสพติดแห่งประเทศไทย ฉบับเดือน มีนาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2540.

สุชา จันทร์เอม. (2536). จิตวิทยาพัฒนาการ. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทย  
วัฒนาพานิชย์จำกัด.

—————. (2525). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: แพร่พิทยา.

สุพัฒน์ ชีรเวชเจริญชัย. (2534). ยาและสิ่งเสพติดให้โทษ. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

โสภา ชูนิกุลชัย. (2532). จิตวิทยาสังคมประยุกต์. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (2550). เยาวชนกับอิทธิพลโฆษณาเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์. (ข้อมูลเผยแพร่).

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ  
แอลกอฮอล์: ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2548.

สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า. (2548). เลิกดื่มเหล้ากันเถอะนะ. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ป.  
(เอกสารเผยแพร่).

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2543). กองนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2. ภาวะเศรษฐกิจ  
อุตสาหกรรมแอลกอฮอล์. ม.ป.ท.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2547). รายงานการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร. กรุงเทพมหานคร.
- อนงค์ ก้องประวีติ. (2529). การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ความน่าดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาอาชีวศึกษาจากโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะครุศาสตร์ ภาควิชาจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพรรณ เมธาติลลกุล. (2537). สุรากับปัญหาสุขภาพจิต. นนทบุรี.
- อาคม กาญจนประโชติ. (2550). 23 ม.ตั้งรวมตัวต้านร้านเหล้าย่าน 500 เมตร จากรั่วห้ามขาย. สำนักข่าวสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (ข้อเท็จจริง)
- อนุชา นิลประสนธิ. (2550). 23 ม.ตั้งรวมตัวต้านร้านเหล้าย่าน 500 เมตร จากรั่วห้ามขาย. สำนักข่าวสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (ข้อเท็จจริง)
- อำนาจ พิรุณสาร. (2538). การดื่มและการให้คุณค่าของเหล้าของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สาขามนุษยวิทยาประยุกต์ คณะสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

## ภาษาอังกฤษ

- America Academy of Child Adolescent Psychiatry. 2007.
- Birckmayer, J. and Hemenway, D. (1999). "Minimum-Age Drinking Law and Youth Suicide, 1970 - 1990." American Journal of Public Health, 89: 1365-1368.
- Giacopassi, D. (1995). "Alcohol Availability and Alcohol-Related Crashes: Does Distance Make a Difference?." AM.J. Drug Alcohol Abuse, 21(3): 407-416.
- Hemstrom, O. n.d. "Information alcohol control in six EU countries." Contemporary Drug Problems, 29: 577-601.
- Institute of Alcohol Studies. (2005). Alcohol Policies. (<http://www.ias.org.uk>)
- Stephoe, A. et al., (2004). "Drinking and Driving in University Students: An international study of 23 countries." Psychology and Health, 19: 527-540.
- The Great British Beer Festival. 2004.
- World Health Organization. (2000). Global status report: Alcohol policy.
- \_\_\_\_\_. (2004). Global Alcohol Database, [http://www3.who.int/whosis/menu.cfm?path=who sis, alcohol language=English](http://www3.who.int/whosis/menu.cfm?path=who%20sis,alcohol%20language=English).

## ภาคผนวก

ภาคผนวก ก



No. MU 2007-209

Documentary Proof of Ethical Clearance  
The Committee on Human Rights Related to  
Human Experimentation  
Mahidol University, Bangkok

-----


Title of Project. Factors Affecting Beer Beverage Drinking of High School in Bangkok  
(Thesis for Master Degree)

Principle Investigator. Miss Nucngruchthai Mesaad

Name of Institution. Faculty of Public Health

Approved by the Committee on Human Rights Related to Human Experimentation

Signature of Chairman.  .....  
(Professor Dr. Srisin Khusmith)

Signature of Head of the Institute.  .....  
(Professor Dr. Pornchai Matangkasombut)

Date of Approval. 31 OCT 2007 .....

Date of Expiration. 30 OCT 2008 .....

**ภาคผนวก ข**

**หนังสือยินยอมคนให้ทำการวิจัย**

**(Informed Consent Form)**

**การวิจัยเรื่อง** บ้างจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายใน  
กรุงเทพมหานคร

**วันที่ให้คำยินยอม** วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

**ข้าพเจ้า** (ค.ช./ค.ญ./นาย/นางสาว).....

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้ทำการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยถึง  
วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการวิจัยอย่างละเอียด และมี  
ความเข้าใจดีแล้ว

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่างๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบังซ่อน  
เร้น จนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้ามีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และเข้าร่วม  
โครงการวิจัยนี้ โดยสมัครใจ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนี้ จะไม่มีผลต่อตัวข้าพเจ้า

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเฉพาะที่เกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ และจะเปิดเผย  
ได้เฉพาะ ในรูปที่สรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่  
เกี่ยวข้องกระทำ ได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น

ผู้วิจัยรับรองว่าหากมีข้อมูลเพิ่มเติมที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา ข้าพเจ้าจะได้รับการ  
แจ้งให้ทราบ โดยไม่ปิดบังซ่อนเร้น

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้ว มีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบ  
ยินยอม นี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนาม.....ผู้ยินยอม  
(.....)

ลงนาม.....ผู้ปกครอง  
(.....)

## แบบสอบถามเรื่อง

### ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร

**คำชี้แจง** แบบสอบถาม ตอบ โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านจิตวิทยา
- ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสังคม
- ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านการรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นางสาวหนึ่งฤทัย มีสอาด

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข

ภาควิชาบริหารงานสาธารณสุข

คณะสาธารณสุขศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและการดื่มเบียร์

ข้อคำชี้แจง : กรุณาเติมข้อความ หรือ ทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงในช่องว่าง หรือหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

#### ข้อมูลทั่วไป

1. อายุ (ระบุ)..... ปี
2. เพศ  ชาย  หญิง
3. ศึกษาอยู่ในระดับชั้น  ม. 4  ม.5  ม.6
4. ศึกษาอยู่ในแผนการเรียน  สายวิทย์  สายศิลป์  อื่นๆ(ระบุ).....
5. ผลการเรียนเฉลี่ยในภาคการศึกษาที่ผ่านมา ( ระบุ ) .....
6. นักเรียนเริ่มรู้จักกับเบียร์ครั้งแรกเมื่ออายุเท่าใด (ระบุ ).....ปี
7. ชนิดของเบียร์ที่นักเรียนรู้จักคือ.....
8. ผู้ที่แนะนำให้นักเรียนได้รู้จักกับเครื่องดื่มเบียร์คือ .....
9. นักเรียนเคยดื่มเบียร์หรือไม่
  - 9.1  ไม่เคยดื่ม
  - 9.2  เคยดื่ม
10. ปัจจุบันนักเรียนดื่มเบียร์หรือไม่
  - 10.1  ไม่ดื่ม (ข้ามไปตอบ หน้า 3 )
  - 10.2  ดื่ม



#### ข้อมูลเกี่ยวกับการดื่มเบียร์

- 1.) นักเรียนเริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรกเมื่ออายุ ..... ปี
- 2.) นักเรียนเริ่มดื่มเบียร์ครั้งแรกกับใคร (ระบุ ) .....
- 3.) เหตุผลที่ทำให้นักเรียนตัดสินใจดื่มเบียร์คือ .....
- 4.) ชนิดของเบียร์ที่นักเรียนดื่มเป็นประจำคือ.....  
เหตุผลที่เลือกดื่มคือ .....
- 5.) ในรอบหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมา นักเรียนดื่มเบียร์บ่อยครั้งแค่ไหน(ตอบเพียง 1ข้อ)
  - 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์
  - 2 ครั้ง ต่อ สัปดาห์
  - 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์

- 4 ครั้ง ต่อสัปดาห์
- มากกว่า 4 ครั้ง ต่อสัปดาห์
- อื่นๆ (ระบุ) .....

6.) ปริมาณของเบียร์ที่นักเรียนดื่มในแต่ละครั้งมีปริมาณเท่าใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ..... แก้ว ต่อ สัปดาห์
- ..... กระป๋อง ต่อ สัปดาห์
- ..... ขวด ต่อ สัปดาห์
- ..... ลิตร ต่อ สัปดาห์
- ..... อื่นๆ (ระบุ )

7.) นักเรียนดื่มเบียร์กับใครเป็นส่วนใหญ่ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ดื่มกับกลุ่มเพื่อน
- ดื่มกับบุคคลภายในครอบครัว
- ดื่มคนเดียวตามลำพัง
- ดื่มกับคนข้างบ้าน
- ไม่จำกัดกลุ่มดื่ม ดื่มกับใครก็ได้
- อื่นๆ (ระบุ) .....

8.) นักเรียนดื่มเบียร์ในสถานที่ใดบ้าง (ระบุหมายเลข 1, 2, 3 จากมากไปน้อยตามลำดับ)

- ที่บ้าน
- ที่หอพักของตนเอง
- หอพักเพื่อน
- ร้านอาหาร
- ห้างสรรพสินค้า
- สวนสาธารณะ
- สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ
- งานเลี้ยงสังสรรค์
- อื่นๆ (ระบุ) .....

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

### 2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับความอยากลองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในการดื่มเบียร์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย  $\surd$  ลงในช่องข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เมื่อได้ดูโฆษณาที่เกี่ยวกับเบียร์นักเรียนมักจะมีความรู้สึกอยากลองดื่มตามโฆษณา					
2. ทุกครั้งที่ได้ดูโฆษณาที่เกี่ยวกับเบียร์นักเรียนมักจะมีความสุขตามโฆษณานั้นๆ					
3. การเห็นป้ายโฆษณาที่เกี่ยวกับเบียร์ทุกครั้งทำให้นักเรียนมีความรู้สึกอยากดื่มมากขึ้น					
4. การนำเสนอของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับเบียร์ ที่แสดงภาพที่สวยงามและมีความแปลกใหม่เป็นการจูงใจให้นักเรียนอยากลองดื่มเบียร์นั้นมากขึ้น					
5. การเห็นโฆษณาผ่านสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับเบียร์ช่วยทำให้นักเรียนสามารถตัดสินใจในการเลือกชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายขึ้น					
6. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆทำให้นักเรียนสามารถจดจำชื่อของเบียร์ได้มากขึ้น					
7. ป้ายโฆษณาเกี่ยวกับเบียร์ที่แสดงถึงความสุขจากการที่ได้ดื่มเบียร์ไม่ทำให้นักเรียนเกิดความรู้สึกอยากลองดื่ม					
8. การเห็นโฆษณาในที่ต่างๆเกี่ยวกับเบียร์ ทำให้นักเรียนมีความรู้สึกอยากเลียนแบบตามโฆษณานั้น					

## 2.2 ความพึงพอใจในราคาและรูปลักษณะของเบียร์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย  $\checkmark$  ที่ตรงกับข้อความที่เป็นจริง

ข้อความ	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1. ราคาของเบียร์ในปัจจุบันนั้นเป็นราคาที่ สามารถที่จะซื้อดื่มได้					
2. ถึงแม้ว่าเบียร์จะมีการปรับราคาขึ้นเท่าใดก็ ตามนักเรียนก็ยังคงที่จะซื้อดื่มต่อไป					
3. ถ้ามีเงินมากขึ้นนักเรียนก็จะหาซื้อเบียร์มาดื่ม ในปริมาณมากขึ้น					
4. เมื่อราคาของเบียร์สูงขึ้นนักเรียนจะดื่มเบียร์ ในปริมาณที่น้อยลง					
5. ราคาของเบียร์ในปัจจุบันเป็นราคาที่นักเรียน พึงพอใจ					
6. เหตุผลที่เลือกดื่มเบียร์ชนิดต่างๆเพราะว่า ภาชนะที่บรรจุสวยงาม แปรลก และดึงดูด ความสนใจ					
7. เหตุผลที่เลือกดื่มเบียร์ชนิดต่างๆเนื่องจากติด ใจในรสชาติของเบียร์แต่ละชนิด					

## 2.3 การรับรู้สื่อโฆษณา

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย  $\checkmark$  ที่ตรงกับข้อความที่เป็นจริงและเติมข้อความลงในช่องว่างตาม  
ความเป็นจริง

2.3.1 นักเรียนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์จากแหล่งใดมากที่สุดตามลำดับ  
(ระบุหมายเลข 1, 2, 3 ตามลำดับจากมากไปน้อย)

- บิดา มารดา
- ญาติ พี่ น้อง
- เพื่อน

- วิทย์
- โทรทัศน์
- อินเทอร์เน็ต
- ป้ายโฆษณาต่างๆ
- อื่นๆ (ระบุ) .....

2.3.2 ภายในรอบ 1 สัปดาห์ ที่ผ่านมา นักเรียนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ผ่านทางสื่อต่างๆเป็นจำนวนเท่าใด (ระบุ) .....ครั้ง

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสังคม

3.1 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว

**คำชี้แจง :** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ข้อความ	ไม่เคย	นานๆ ครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็นประจำ
1. ความถี่ในการดื่มเบียร์ของบิดา มารดาของนักเรียน				
2. บิดา มารดา หักให้นักเรียนดื่มเบียร์เพื่อให้รู้จักมารยาททางสังคม				
3. บิดา มารดา ใ้ให้นักเรียนไปซื้อเบียร์				
4. บิดา มารดา สอนนักเรียนว่าการดื่มเบียร์เป็นสิ่งไม่ดี				
5. ญาติ พี่น้องของนักเรียนดื่มเบียร์หลังเลิกงาน				
6. ญาติ พี่น้อง ชวนให้นักเรียนทดลองดื่มเบียร์เมื่อมีการสังสรรค์ภายในครอบครัว				
7. เมื่อมีงานเลี้ยงสังสรรค์ในครอบครัว เครื่องดื่มที่นักเรียนเห็นคือ เบียร์ / เหล้า / ไวน์ ซึ่งมีส่วนผสมของแอลกอฮอล์				
8. นักเรียนร่วมดื่มเบียร์กับสมาชิกในครอบครัว				

## 3.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ข้อความ	ใช่	ไม่ใช่
1. เพื่อนสนิทของนักเรียนชอบดื่มเบียร์		
2. เพื่อนของนักเรียนมักชวนนักเรียนไปดื่มเบียร์เสมอหลังจากเลิกเรียน		
3. นักเรียนมักไม่กล้าที่จะปฏิเสธเมื่อถูกเพื่อนชวนให้ทดลองดื่มเบียร์เพราะถือว่าเป็นการไม่ให้เกียรติเพื่อน		
4. นักเรียนเคยมีความคิดอยากที่จะลองดื่มเบียร์ เมื่อเห็นเพื่อนภายในกลุ่มของนักเรียนดื่มแล้วมีความสุข สนุกสนาน		
5. นักเรียนไม่คบกับเพื่อนที่ดื่มเบียร์ และ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทุกชนิด		
6. นักเรียนจะช่วยชักนำให้เพื่อนของนักเรียนเลิกดื่มเบียร์		
7. ในงานเลี้ยงสังสรรค์วาระพิเศษระหว่างนักเรียนและกลุ่มเพื่อนมักจะมีเบียร์มาช่วยเติมสีสันของความสนุกเสมอ		
8. นักเรียนและเพื่อนภายในกลุ่มมักใช้เวลาว่างส่วนใหญ่ไปเที่ยวในห้างสรรพสินค้าและสถานบริการที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ผับ หรือ ดิสโก้เทค เสมอ		
9. นักเรียนกลายเป็นบุคคลหนึ่งที่ดื่มเบียร์เหมือนกับกลุ่มเพื่อนของนักเรียน		

## 3.3 การหาได้ง่ายของเบียร์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ตรงข้อความที่เป็นจริงมากที่สุด

ข้อความ	ใช่	ไม่ใช่
1. นักเรียนสามารถหาซื้อเบียร์ได้ในทุกสถานที่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อต่างๆ เป็นต้น		
2. นักเรียนสามารถซื้อเบียร์ได้ตลอดเวลา โดยไม่มีการจำกัดเวลา โดยเฉพาะในร้านสะดวกซื้อต่างๆที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง		
3. นักเรียนมักที่จะเห็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี สามารถที่จะซื้อเบียร์ ได้จนเป็นเรื่องปกติ		

## 3.4 ความใกล้ – ไกลของสถานศึกษา

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย  $\surd$  ลงในข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ข้อความ	ใช่	ไม่ใช่
1. สถานศึกษาของนักเรียนอยู่ใกล้กับแหล่งสถานบันเทิงที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทเบียร์		
2. นักเรียนสามารถหาซื้อเบียร์ได้ในระยะ 500 เมตรจากสถานศึกษา		
3. ในระหว่างทางที่เดินทางไปสถานศึกษา เมื่อผ่านร้านที่จำหน่ายเบียร์ทุกครั้งทำให้เกิดความรู้สึกอยากลองซื้อมาดื่ม		
4. การที่สถานศึกษาอยู่ใกล้กับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้นักเรียนและเพื่อนมักโดดเรียนมาสังสรรค์กันเสมอ		
5. บริเวณสถานศึกษาของนักเรียนไม่มีร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในระยะ 500 เมตร		
6. การที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้กับสถานศึกษาไม่ทำให้เกิดความรู้สึกอยากซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาทดลองดื่ม		

## 3.5 แหล่งที่พักอาศัย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย  $\surd$  ลงในข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ข้อความ	ใช่	ไม่ใช่
1. บริเวณที่พักอาศัยของนักเรียนอยู่ใกล้แหล่งสถานบันเทิงที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
2. หลังจากเลิกเรียน นักเรียนกับเพื่อนมักที่จะแวะซื้อเบียร์ และ/หรือ เข้าไปดื่มเบียร์ในร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เสมอ		
3. การผ่านร้านที่จำหน่ายเบียร์ ทำให้เกิดความรู้สึกอยากลองเข้าไปดื่ม เพื่อเป็นประสบการณ์ เช่น ลานเบียร์ต่างๆ		
4. ทุกครั้งที่เดินทางกลับบ้านและผ่านร้านที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือผ่านลานเบียร์ต่างๆ บิดา มารดา ของนักเรียนจะบอกเสมอว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดีไม่ควรทดลองดื่ม		
5. การที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้สถานที่พักของนักเรียน ไม่ทำให้เกิดความรู้สึกอยากลองซื้อมาทดลองดื่ม และ/หรือ เข้าไปรับบริการ		
6. ในระหว่างทางกลับบ้านบิดา และ/หรือมารดา มักที่จะพานักเรียนแวะร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อดื่มเบียร์ก่อนกลับถึงบ้านเสมอ		

7. นักเรียนมักเห็นภาพของคนที่มาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านที่อยู่บริเวณใกล้บ้านเสมอเป็นประจำจนเกิดเป็นความเคยชิน		
---	--	--

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามด้านการรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

**คำชี้แจง :** ให้ทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงหน้าข้อความที่ถูกต้องเพียงข้อความเดียวและเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. ในรอบ 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา นักเรียน เคยลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนเพื่อดื่มกับกลุ่มเพื่อนหรือไม่
  - เคยนานๆ ครั้งทำเฉพาะใน โอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น งานปีใหม่
  - เคยทำเป็นประจำ มากกว่า 1 ครั้ง ต่อ สัปดาห์
  - ไม่เคยเพราะกลัวถูกอาจารย์จับได้
  - ไม่เคยเพราะผิดกฎระเบียบของโรงเรียน และกลัวถูกลงโทษ
2. การลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนนั้นเป็นความผิดหรือไม่
  - เป็นความผิด
  - ไม่เป็นความผิด
3. โรงเรียนวางแนวทางในการลงโทษเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้อย่างไร
  - รุนแรง
  - ไม่รุนแรง
4. โทษที่นักเรียนจะได้รับจากการลักลอบนำเบียร์เข้าไปในโรงเรียนคือ
  - ถูกตัดคะแนนความประพฤติครั้งละ 20 คะแนน ถูกตัดเดือน และแจ้งให้ผู้ปกครองรับทราบทันที
  - ถูกลงบันทึกความผิดในแฟ้มประวัติส่วนตัว และปรับเงิน 100 บาทต่อการกระทำ ความผิด 1 ครั้ง ถ้า ครบ 3 ครั้ง ทางโรงเรียนจะแจ้งให้ผู้ปกครองรับทราบและเชิญผู้ปกครองมาพบ
  - แจ้งให้ผู้ปกครองรับทราบทันทีและถ้ากระทำผิดครบ 3 ครั้ง จะต้องไปปฏิบัติตนเพื่อบำเพ็ญสาธารณประโยชน์

- ถูกตัดคะแนนความประพฤติครั้งละ 20 คะแนน ถูกตัดเดือน และลงบันทึกในแฟ้มประวัติส่วนตัว ถ้า ครบ 3 ครั้งทางโรงเรียนจะเชิญผู้ปกครองมาพบ และถ้าใน 1 ปี คะแนนความผิดรวม มากกว่า 50 คะแนน จะต้องถูกส่งไปเข้าค่ายฝึกอบรมและบำเพ็ญประโยชน์
- อื่นๆ (ระบุ) .....
5. นักเรียนเคยมีส่วนร่วมกับทางโรงเรียนตามนโยบายของรัฐบาลในการร่วมรณรงค์เพื่อให้เยาวชน ลด ละ เลิกและเห็นถึงโทษและพิษภัยต่างๆที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ อย่างไร
- เคย (ระบุกิจกรรม) .....
- ไม่เคย (ระบุเหตุผล) .....
6. นักเรียนทราบหรือไม่ว่ากฎหมายได้กำหนดห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอายุเท่าใด
- ทราบ (ระบุ) .....
- ไม่ทราบ
7. นักเรียนเป็นบุคคลหนึ่งที่สามารถซื้อเบียร์มาดื่มได้โดยไม่ผิดกฎหมายใช่หรือไม่
- ใช่ เพราะมีอายุเกินกว่าที่กฎหมายกำหนดห้ามไว้
- ใช่ เพราะสามารถซื้อได้อยู่เป็นประจำ
- ไม่ใช่ เพราะอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด
- ไม่ใช่ เพราะอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนดโดยทางร้านที่จำหน่ายมีการตรวจบัตรประจำตัวและไม่จำหน่ายให้
- อื่นๆ (ระบุ) .....
8. ถ้านักเรียนเป็นบุคคลที่สามารถซื้อเบียร์มาดื่มเองได้โดยไม่ขัดต่อกฎหมายนักเรียนจะสามารถซื้อได้ในช่วงเวลาใด
- ซื้อได้ตลอดเวลาถ้าร้านเปิดจำหน่าย
- ซื้อได้เฉพาะช่วงเวลากลางวันก่อนเวลา 24 นาฬิกา
- ซื้อได้ในช่วงเวลา 11.00-14.00 นาฬิกา และ 17.00-24.00 นาฬิกา
- อื่นๆ (ระบุ) .....

9. นักเรียนทราบหรือไม่ว่ากฎหมายในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์นั้นได้อนุญาตให้โฆษณาได้ในช่วงเวลาใด
- ทราบ (ระบุ) .....
  - ไม่ทราบ
10. โรงเรียนได้มีการห้ามมิให้ร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในระยะที่น้อยกว่า 500 เมตรจากโรงเรียนใช่หรือไม่
- ใช่
  - ไม่ใช่
11. กฎหมายได้กำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นักเรียนทราบหรือไม่ว่ามีที่ใดบ้าง
- ทราบ (ระบุ) .....
  - ไม่ทราบ

**๓๓๓** ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถาม **๑๙๑๑**

**ภาคผนวก ก**  
**ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์**

**ตารางภาคผนวกที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการดื่มเบียร์**  
**ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย**

คุณลักษณะส่วนบุคคล ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>อายุ(ปี)</b>				<b>4.222</b>	<b>2</b>	<b>0.121</b>
14-15	77 (83.7)	15 (16.3)	92 (100.0)			
16-17	196 (77.8)	56 (22.2)	252 (100.0)			
18-19	41 (69.5)	18 (30.5)	59 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
<b>เพศ</b>				<b>3.973</b>	<b>1</b>	<b>0.046 *</b>
ชาย	165 (74.0)	58 (26.0)	223 (100.0)			
หญิง	149 (82.8)	31 (17.2)	180 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

**ตารางภาคผนวกที่ 1** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการดื่มเบียร์  
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>ระดับชั้นการศึกษา</b>				<b>6.064</b>	<b>2</b>	<b>0.048*</b>
มัธยมศึกษาปีที่ 4	118 (84.3)	22 (15.7)	140 (100.0)			
มัธยมศึกษาปีที่ 5	95 (72.0)	37 (28.0)	132 (100.0)			
มัธยมศึกษาปีที่ 6	101 (77.1)	30 (22.9)	131 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
<b>แผนการเรียน</b>				<b>9.543</b>	<b>2</b>	<b>0.008**</b>
สายวิทยาศาสตร์	144 (79.1)	38 (20.9)	182 (100.0)			
สายศิลปศาสตร์	160 (79.6)	41 (20.4)	201 (100.0)			
สายคอมพิวเตอร์	10 (50.0)	10 (50.0)	20 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**ตารางภาคผนวกที่ 1** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการดื่มเบียร์  
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคลของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>ผลการเรียนเฉลี่ยในภาค การศึกษาที่ผ่านมา</b>				<b>26.812</b>	<b>2</b>	<b>&lt;0.001**</b>
1.00-2.00	26 (60.5)	17 (39.5)	43 (100.0)			
2.01-3.00	136 (71.2)	55 (28.8)	191 (100.0)			
3.01-4.00	152 (98.9)	17 (10.1)	169 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
<b>อายุที่เริ่มรู้จักเบียร์ครั้งแรก (ปี)</b>				<b>10.898</b>	<b>2</b>	<b>0.004**</b>
5-9	112 (84.2)	21 (15.8)	133 (100.0)			
10-13	155 (78.7)	42 (21.3)	197 (100.0)			
14-17	47 (64.4)	26 (35.6)	73 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางภาคผนวกที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการดื่มเบียร์  
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชนิดของเบียร์ที่รู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				4.974	2	0.083
1. เบียร์ช้าง	198	45	243			
เบียร์สิงห์	(81.5)	(18.5)	(100.0)			
เบียร์ลิโอบี						
2. เบียร์ไฮเนเกน	84	34	118			
เบียร์อาซา	(71.2)	(28.8)	(100.0)			
เบียร์คาลเบอร์						
3. เบียร์เซียร์	32	10	42			
เบียร์สด	(76.2)	(23.8)	(100.0)			
เบียร์ไทเกอร์						
ไลท์เบียร์						
รวม	314	89	403			
	(77.9)	(22.1)	(100.0)			

**ตารางภาคผนวกที่ 1** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการดื่มเบียร์  
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>ผู้ที่แนะนำให้นักเรียนรู้จักกับเบียร์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>				<b>3.634</b>	<b>1</b>	<b>0.057</b>
1.กลุ่มเครือญาติ	257 (80.1)	64 (19.9)	321 (100.0)			
2.กลุ่มสังคมรอบข้าง	57 (69.5)	25 (30.5)	82 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
<b>การดื่มเบียร์ที่ผ่านมาของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย</b>				<b>102.531</b>	<b>1</b>	<b>&lt;0.001**</b>
ไม่เคยดื่มเบียร์	193 (100.0)	0 (0.0)	193 (100.0)			
เคยดื่มเบียร์	121 (57.6)	89 (42.4)	210 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางภาคผนวกที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยทางจิตวิทยา	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ความอยากลอง						< 0.001 ** †
ระดับน้อย	306 (79.9)	77 (20.1)	383 (100.0)			
ระดับปานกลาง/มาก	8 (40.0)	12 (60.0)	20 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
ความพึงพอใจในราคาและ รูปลักษณะของเบียร์				28.934	1	< 0.001 ** ††
ระดับต่ำ	289 (82.3)	62 (17.7)	351 (100.0)			
ระดับปานกลาง/สูง	25 (48.1)	27 (51.9)	52 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

† Fisherexact test

††  $\chi^2$

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางภาคผนวกที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้น  
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

ปัจจัยทางจิตวิทยา	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>การรับรู้สื่อโฆษณา ด้านแหล่งข้อมูล เกี่ยวกับเบียร์ (เรียงลำดับจากมาก ไปน้อย)</b>						
<b>บิดา มารดา</b>				<b>3.804</b>	<b>3</b>	<b>0.283</b>
มาก	35 (76.1)	11 (23.9)	46 (100.0)			
ปานกลาง	25 (86.2)	4 (13.8)	29 (100.0)			
น้อย	43 (86.0)	7 (14.0)	50 (100.0)			
รวม	103 (82.4)	22 (17.6)	125 (100.0)			
<b>ญาติ พี่ น้อง</b>				<b>1.999</b>	<b>3</b>	<b>0.573</b>
มาก	26 (78.8)	7 (21.2)	33 (100.0)			
ปานกลาง	23 (82.1)	5 (17.9)	28 (100.0)			
น้อย	36 (70.6)	15 (29.4)	51 (100.0)			
รวม	85 (75.9)	27 (24.1)	112 (100.0)			

ตารางภาคผนวกที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้น  
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

ปัจจัยทางจิตวิทยา	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>การรับรู้สื่อโฆษณา ด้านแหล่งข้อมูล เกี่ยวกับเบียร์ (เรียงลำดับจากมากไป น้อย)</b>						
<b>เพื่อน</b>				<b>63.523</b>	<b>3</b>	<b>&lt; 0.001**</b>
มาก	17 (41.5)	24 (58.5)	41 (100.0)			
ปานกลาง	30 (60.0)	20 (40.0)	50 (100.0)			
น้อย	55 (71.4)	22 (28.6)	77 (100.0)			
รวม	102 (60.7)	66 (39.3)	168 (100.0)			
<b>วิทยุ</b>				<b>1.622</b>	<b>3</b>	<b>0.655</b>
มาก	3 (75.0)	1 (25.0)	4 (100.0)			
ปานกลาง	18 (75.0)	6 (25.0)	24 (100.0)			
น้อย	31 (86.1)	5 (13.9)	36 (100.0)			
รวม	52 (81.2)	12 (18.8)	64 (100.0)			

ตารางภาคผนวกที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้น  
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

ปัจจัยทางจิตวิทยา	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>การรับรู้สื่อโฆษณา ด้านแหล่งข้อมูล เกี่ยวกับเบียร์ (เรียงลำดับจากมาก ไปน้อย)</b>						
<b>โทรทัศน์</b>				<b>21.187</b>	<b>3</b>	<b>&lt; 0.001**</b>
มาก	210 (85.0)	37 (15.0)	247 (100.0)			
ปานกลาง	53 (70.7)	22 (29.3)	75 (100.0)			
น้อย	24 (68.6)	11 (31.4)	35 (100.0)			
รวม	287 (80.4)	70 (19.6)	357 (100.0)			
<b>อินเทอร์เน็ต</b>				<b>3.877</b>	<b>3</b>	<b>0.275</b>
มาก	2 (66.7)	1 (33.3)	3 (100.0)			
ปานกลาง	17 (73.9)	6 (26.1)	23 (100.0)			
น้อย	45 (88.2)	6 (11.8)	51 (100.0)			
รวม	64 (83.1)	13 (16.9)	77 (100.0)			

ตารางภาคผนวกที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้น  
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

ปัจจัยทางจิตวิทยา	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การรับรู้สื่อโฆษณา ด้านแหล่งข้อมูล เกี่ยวกับเบียร์ (เรียงลำดับจากมากไป น้อย)				15.741	3	0.001**
ป้ายโฆษณา						
มาก	24 (72.7)	9 (27.3)	33 (100.0)			
ปานกลาง	148 (86.5)	23 (13.5)	171 (100.0)			
น้อย	72 (76.6)	22 (23.4)	94 (100.0)			
รวม	244 (81.9)	54 (18.1)	298 (100.0)			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางภาคผนวกที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้น  
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

ปัจจัยทางจิตวิทยา	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จำนวนครั้งที่นักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอน ปลายได้รับทราบ ข้อมูลเกี่ยวกับเบียร์ ในรอบ 1 สัปดาห์ (ครั้ง/สัปดาห์)				2.692	3	0.442
1-5	127 (76.0)	40 (24.0)	167 (100.0)			
6-10	130 (77.4)	38 (22.6)	168 (100.0)			
11-15	45 (86.5)	7 (13.5)	52 (100.0)			
16-20	12 (75.0)	4 (25.0)	16 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

**ตารางภาคผนวกที่ 3** ความสัมพันธ์ในภาพรวมระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับการดื่มเบียร์ของ  
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ภาพรวมของปัจจัย ทางจิตวิทยา	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ปัจจัยทางจิตวิทยา				27.029	2	< 0.001**
ระดับต่ำ	44 (91.7)	4 (8.3)	48 (100.0)			
ระดับปานกลาง	124 (88.6)	16 (11.4)	140 (100.0)			
ระดับสูง	146 (67.9)	69 (32.1)	215 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**ตารางภาคผนวกที่ 4** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ปัจจัยทางสังคม	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัว</b>						<b>&lt; 0.001** †</b>
สนับสนุนการดื่มเบียร์ระดับต่ำ	312 (78.8)	84 (21.2)	396 (100.0)			
สนับสนุนการดื่มเบียร์ระดับปานกลาง/สูง	2 (28.6)	5 (71.4)	7 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
<b>ปัจจัยด้านกลุ่มเพื่อน</b>				<b>33.835</b>	<b>1</b>	<b>&lt; 0.001** ††</b>
มีอิทธิพลต่ำ	305 (81.3)	70 (18.7)	375 (100.0)			
มีอิทธิพลปานกลาง/สูง	9 (32.1)	19 (67.9)	28 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

† Fisherexact test

††  $\chi_c^2$

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางภาคผนวกที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

ปัจจัยทางสังคม	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>การหาได้ง่ายของเบียร์</b>				<b>5.341</b>	<b>2</b>	<b>0.069</b>
ระดับต่ำ	49 (89.1)	6 (10.9)	55 (100.0)			
ระดับปานกลาง	146 (74.5)	50 (25.5)	196 (100.0)			
ระดับสูง	119 (78.3)	33 (21.7)	152 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
<b>ความใกล้เคียงของสถานศึกษา</b>				<b>23.052</b>	<b>1</b>	<b>&lt; 0.001**</b>
ระดับต่ำ	301 (80.9)	71 (19.1)	372 (100.0)			
ระดับปานกลาง/สูง	13 (41.9)	18 (58.1)	31 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

††  $\chi^2_c$

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางภาคผนวกที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้น  
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)

ปัจจัยทางสังคม	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
แหล่งที่พักอาศัย				< 0.001 ** †
ระดับต่ำ	308 (80.2)	76 (19.8)	384 (100.0)	
ระดับปานกลาง/สูง	6 (31.6)	13 (68.4)	19 (100.0)	
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)	

† Fisherexact test

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางภาคผนวกที่ 5 ความสัมพันธ์ในภาพรวมระหว่างปัจจัยทางสังคมกับการดื่มเบียร์ของนักเรียน  
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ภาพรวมของปัจจัย ทางสังคม	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ปัจจัยทางสังคม				55.718	2	< 0.001 **
ระดับต่ำ	81 (92.0)	7 (8.0)	88 (100.0)			
ระดับปานกลาง	178 (84.8)	32 (15.2)	210 (100.0)			
ระดับสูง	55 (52.4)	50 (47.6)	105 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางภาคผนวกที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>ด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ</b>				<b>0.218</b>	<b>1</b>	<b>0.640</b>
ตอบผิด	176 (76.9)	53 (23.1)	229 (100.0)			
ตอบถูก	138 (79.3)	36 (20.7)	174 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
<b>ด้านการจำกัดช่วงเวลาในการจำหน่าย</b>				<b>0.843</b>	<b>1</b>	<b>0.358</b>
ตอบผิด	199 (79.6)	51 (20.4)	250 (100.0)			
ตอบถูก	115 (75.2)	38 (24.8)	153 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
<b>ด้านการควบคุมการโฆษณา</b>				<b>1.164</b>	<b>1</b>	<b>0.218</b>
ตอบผิด	223 (76.4)	69 (23.6)	292 (100.0)			
ตอบถูก	91 (82.0)	20 (18.0)	111 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

**ตารางภาคผนวกที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ต่อ)**

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
<b>ด้านการกำหนดเขตพื้นที่ปลอดการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</b>				<b>1.401</b>	<b>2</b>	<b>0.436</b>
รับรู้ในระดับต่ำ	30 (83.3)	6 (16.7)	36 (100.0)			
รับรู้ในระดับปานกลาง	139 (75.7)	45 (24.5)	184 (100.0)			
รับรู้ในระดับสูง	145 (79.2)	38 (20.8)	183 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			
<b>กฎระเบียบและบทลงโทษของโรงเรียนเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</b>						<b>0.306†</b>
รับรู้ในระดับต่ำ	311 (78.1)	87 (21.9)	398 (100.0)			
รับรู้ในระดับปานกลาง / สูง	3 (60.0)	2 (40.0)	5 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

† Fisherexact test

ตารางภาคผนวกที่ 7 ความสัมพันธ์ในภาพรวมระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ  
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ภาพรวมของปัจจัย ด้านการรับรู้กฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	การดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย			$\chi^2$	df	p-value
	ไม่ดื่มเบียร์	ดื่มเบียร์	รวม			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การรับรู้กฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์				2.187	2	0.335
รับรู้ในระดับต่ำ	225 (76.5)	69 (23.5)	294 (100.0)			
รับรู้ในระดับปานกลาง	79 (83.2)	16 (16.8)	95 (100.0)			
รับรู้ในระดับสูง	10 (71.4)	4 (28.6)	14 (100.0)			
รวม	314 (77.9)	89 (22.1)	403 (100.0)			

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล

นางสาว หนึ่งฤทัย มีสอาด

วัน เดือน ปีเกิด

30 มกราคม 2518

สถานที่เกิด

จังหวัดสุโขทัย

ประวัติการศึกษา

มหาวิทยาลัยมหิดล, พ.ศ. 2538-2542

พยาบาลศาสตรบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหง, พ.ศ. 2542-2545

ศิลปศาสตรบัณฑิต

ตำแหน่ง สถานที่ทำงานปัจจุบัน

พยาบาล

คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี

กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ 02-2011502