

3937033 PHPH/M : สาขาวิชาเอก : สุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์ ; วท.ม.(สาธารณสุขศาสตร)

ศัพท์สำคัญ : เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ / วัยรุ่น / PRECEDE Framework

ประจักษ์ โฟธิธาศน์ : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (FACTORS INFLUENCING ADOLESCENT ALCOHOL DRINKING BEHAVIOR, PRANAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : ประภาพรเพ็ญ สุวรรณ Ph.D., นิรัตน์ อิมามิ Ph.D., ลักขณา เต็มศิริกุลชัย สค.ม. 194 หน้า. ISBN 974-661-238-7

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-19 ปีที่กำลังศึกษาอยู่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย นักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และนักเรียนของศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียน จำนวน 411 คน เป็นวัยรุ่นชาย ร้อยละ 55.5 วัยรุ่นหญิง ร้อยละ 44.5 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกแล้วนำมาวิเคราะห์ค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Student's t-test, Chi-square, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient และ Multiple Classification Analysis

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ ร้อยละ 2.7 ดื่มนาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 46.7 และพบว่าปัจจัยนำ ได้แก่ เพศ อายุ ผลการเรียน ประเภทของการศึกษา ลักษณะที่พักอาศัย ทักษะคิด ค่านิยม การรับรู้ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยอื่น ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งซื้อขาย ความสัมพันธ์ในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยเสริม ได้แก่ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท และการรับอิทธิพลจากสื่อโฆษณามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการวิเคราะห์การจำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis) พบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ดีที่สุด คือ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท รองลงมาคือ ทักษะคิดต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพศ และการรับอิทธิพลจากสื่อโฆษณา ตามลำดับ