การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจแบบตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสัดส่วนการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ลักษณะการดื่มและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของประชาชนวัยทำงานในอำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี สุ่มตัวอย่างแบบ two stage cluster Sampling เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ประชาชนวัยทำงาน จำนวน 600 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบลอจิสติค โดยมีการถ่วงน้ำหนักตามวิธีการสุ่มตัวอย่างและระดับความเชื่อมั่นที่ 95% CI

ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนวัยทำงานดื่มเครื่องที่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 39.0 (95% CI:35.1-42.0, Design Effect: 0.6) โดยมีอายุแรกดื่มเฉลี่ย 19.2 ปี สาเหตุหลักที่ทำให้ดื่มคือ อยากลองและความโก้เก๋ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดแรก คือ เบียร์ ลักษณะการดื่มในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมาดื่มเบียร์ ร้อยละ 73.5 โดยดื่ม 1-2 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 55.8 และดื่มครั้งละประมาณ 330 ml. (ประมาณ 1 ขวดกลมเล็กหรือ 1 กระป๋องเล็ก) และ 331-660 ml. (ประมาณ 2 ขวดกลมเล็กหรือ 1 ขวดกลมใหญ่) ร้อยละ 34.3 และ 33.7 ใกล้เคียงกัน และเคยเลิกดื่ม ร้อยละ 31.2 แต่เลิกได้ไม่สำเร็จ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P<0.05$) คือ 1) เพศ โดยพบว่า วัยทำงานที่เป็นเพศชายจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากเป็น 3.2 เท่า (95%CI: 1.4-6.1, Design Effect: 1.5) ของวัยทำงานที่เป็นเพศหญิง 2) สถานภาพสมรส วัยทำงานที่สถานภาพคู่ จะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากเป็น 2.3 เท่า (95%CI:1.3-4.1, Design Effect: 1.0) ของวัยทำงานที่ไม่มีสถานภาพคู่ 3) การสูบบุหรี่ วัยทำงานที่สูบบุหรี่จะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากเป็น 2.9 เท่า (95%CI: 1.8-4.5, Design Effect: 0.7) ของวัยทำงานที่ไม่สูบบุหรี่ 4) การรับรู้ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ วัยทำงานทีมีการรับรู้ผลกระทบจากการดืมเครืองดืมแอลกอฮอล์อยู่ในระดับตำจะมีโอกาสดืมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากเป็น 2.2 เท่า (95%CI:1.2-3.8, Design Effect: 0.6) ของวัยทำงานที่มีการรับรู้ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สูง 5) ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ วัยทำงานที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูงจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากเป็น 2.2 เท่า (95%CI:1.1-4.6, Design Effect:0.7) ของวัยทำงานที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ 6) การได้รับอิทธิพลการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากเพื่อน วัยทำงานที่ได้รับอิทธิพลการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากเพื่อนระดับสูงจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากเป็น 5.3 เท่า (95%CI:3.1-9.3, Design Effect:0.7) ของวัยทำงานที่ได้รับอิทธิพลการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากเพื่อนระดับต่ำ และ 7) การได้รับอิทธิพลการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากสื่อโฆษณา วัยทำงานที่ได้รับอิทธิพลการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากสื่อโฆษณาระดับสูงจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากเป็น 2.8 เท่า (95%CI:1.2-6.3, Design Effect:1.2) ของวัยทำงานที่ได้รับอิทธิพลการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากสื่อโฆษณาระดับต่ำ

This study is a Cross-section survey. The purposes of the study were to study the proportion of alcohol drinking, the characteristics of drinking and the factors related to alcohol drinking of working age people in Phanom Distrcit, Suratthani Province. The samples were selected by two stage cluster sampling method. The samples were 600 working age people. The data were analyzed by using descriptive statistics: frequency distribution, percentage, mean, median, standard deviation, minimum value and maximum value. The inference statistics: multiple logistic regression analysis, which weighted according to the sample random method and the reliability level was 95% CI, was also used to analyze the data.

The results of the study were shown that there were 39.0 percent of working age people drinking alcohol (95%CI: 35.1-42.0, Design Effect: 0.6). The average age was 19.2 years old. The main reasons of drinking alcohol were that they want to try drinking it and believe that it is smart to drink alcohol. Beer was the first type of alcohol they drank. During last month, 73.5 percent drank beer. 55.8 percent of them drank 1-2 days a week. 27.9 percent of them drank 3-4 days a week. 34.3 percent of them drank around 330 ml. each time (about a small bottle or a small can). 33.7 percent of them drank about 331-660 ml. each time (about 2 small bottles or a big bottle). 31.2 percent used to stop drinking but they were not successful. The factors related to alcohol drinking at statistical significance (p-value < 0.05) were as the following. 1) Gender: it was found that working men trend to drink alcohol 3.2 times (95%CI: 1.4-6.1, Design Effect: 1.5) of working women. 2) Status: the working age people who having marital status trend to drink alcohol 2.3 times (95%CI: 1.3-4.1, Design Effect: 1.0) of working age people who having others marital status. 3) Smoking: the working age people who smoke trend to drink alcohol 2.9 times

(95%CI: 1.8-4.5, Design Effect: 0.7) of the working age people who do not smoke. 4) The perception of the effects of drinking alcohol: the working age people who perceive the effects of drinking alcohol in the low level trend to drink alcohol 2.2 times (95%CI: 1.2-3.8, Design Effect: 0.6) of the working age people who perceive the effects of drinking alcohol in the high level. 5) The positive attitude towards drinking alcohol: the working age people who have high positive attitude towards drinking alcohol trend to drink alcohol 2.2 times (95%CI: 1.1-4.6, Design Effect: 0.7) of the working age people who have low positive attitude. 6) Influence from friends: the working age people who gain high influence on drinking alcohol from friends trend to drink alcohol 5.3 times (95%CI: 3.1-9.3, Design Effect: 0.7)of the working age people who gain low influence on drinking alcohol from friends. 7) Influence from advertisements: the working age people who gain high influence on drinking alcohol from advertisements trend to drink alcohol 2.8 times (95%CI: 1.2-6.3, Design Effect: 1.2) of the working age people who gain low influence on drinking alcohol from advertisements.