รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน กรณีศึกษา: ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย

The Causal Relationship Model between Component Variables of Alcohol Beverage and Consumption Behavior of Adolescents. A Case Study: Northeastern Thailand.

เพ็ญพร ปุกหุต[1], เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม[2], อัจฉราวรรณ ท้าวด่อน[3], ปราณี สกุลลิขเรศสีมา[4]

Penporn Pukahuta[1], Saowaluk Jitnom[2], Atcharawan Thaodon[3], Pranee Sakullikalatesima[4]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จำนวน 400 ฉบับ อัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 92.25 มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณาและสถิติอนุมานด้วยรูปแบบสมการเชิงโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยที่ปัจจัยด้านส่วนบุคคลเป็นตัวส่งผ่านไปสู่การตัดสินใจการบริโภค นอกจากนี้ปัจจัยด้านการรับรู้ การเข้าใจ และนำไปปฏิบัติตามมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์ร่วมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

คำสำคัญ : เยาวชน, เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Abstract

The objectives of this research were to study the structure of causal relationships between component variables of alcohol beverage and consumption behavior of adolescents in

[1] อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, E-mail: tuesday.p@hotmail.com

[2] อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, E-mail: saowaluk1968@hotmail.com

[3] อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, E-mail: job_atcharawan@hotmail.com

[4] อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, E-mail: tom_pranee@hotmail.com

[1] Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology, E-mail: tuesday.p@hotmail.com

[2] Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology, E-mail: saowaluk1968@hotmail.com

[3] Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology, E-mail: job_atcharawan@hotmail.com

[4] Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology, E-mail: tom_pranee@hotmail.com

Northeastern Thailand. Questionnaires were the instrument for collecting data using 400 papers at a response rate of 92.25%. The data analysis process used descriptive statistics and inferential statistics with structural equation model. The results showed that socio and economic factors have a significant effect on the consumption behavior of adolescents. Personal factors had an indirect effect with the decision to drink. In addition, the factors of perception, understanding, and action to follow the measures of alcohol policy, had a direct effect on the decision making process.

Keywords: Adolescents, Alcohol Beverage

บทนำ

จากการศึกษาค้นคว้าและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า เยาวชนไทยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงกว่าค่าเฉลี่ยโลกถึง 9 เท่าตัว ซึ่งแอลกอฮอล์เป็นต้นเหตุของการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจร ร้อยละ 90 โดยมีผู้เสียชีวิต 26,000 คนต่อปี ก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจปีละไม่ต่ำกว่า 150,000 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) เกิดจากสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัวล่อแหลม ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายรอบสถาบันการศึกษาชุมชนที่พักอาศัย มีสื่อโฆษณาแฝงด้วยเนื้อหายั่วยุหรือเชิญชวน และการเข้าถึงได้ง่ายของเยาวชน จากแรงชักชวน ต้องการความยอมรับ ความกล้าแสดงออก คลายความทุกข์ ถูกท้าทาย เห็นต้นแบบของบุคคลในครอบครัว นอกจากนี้เกิดความอยากรู้ อยากเห็น อยากทดลองสิ่งใหม่ และเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทุกด้าน อาทิ ด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และความต้องการสังคม ซึ่งนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ที่ไม่เหมาะสม การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมของเยาวชนเช่นเดียวกัน อาทิ การคบเพื่อนการต้องการความเป็นอิสระทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งกับผู้ปกครองนำไปสู่พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ส่งผลให้การเรียนตกต่ำ อารมณ์หงุดหงิด ก้าวร้าวชอบความรุนแรง ทะเลาะวิวาท และการดื่มเครื่องดื่มเป็นประจำอาจทำให้เกิดโรคตับแข็ง โรคพิษสุราเรื้อรัง โรคตับอักเสบหรือกระทำผิดด้านกฎหมาย เช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาอุบัติเหตุจากรถยนต์ ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้เป็นเพียงปัญหาในระดับปัจเจกบุคคลระดับครอบครัว ชุมชน สังคมโดยรวมเท่านั้น แต่เป็นปัญหาระดับประเทศอีกด้วย ดังนั้นระดับความรุนแรงของปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ส่งผลให้เศรษฐกิจได้รับความผันผวนหรือขาดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา หรือขยายตัวทางเศรษฐกิจอีกด้วย จึงทำให้นำไปสู่ประเด็นที่ต้องการศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย เนื่องจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายภูมิภาค พบว่า อัตราการดื่มส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงร้อยละ 30.15 รองลงมาคือ ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ) (ร้อยละ 26.46) ภาคเหนือ (ร้อยละ 21.77) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 13.08) และ ภาคใต้ (ร้อยละ 8.54) ตามลำดับ (คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2558) ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในวางแผนเพื่อการลดละเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงปลูกฝังเยาวชนให้ตระหนักถึงโทษจากการดื่มและเป็นแนวทางให้ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญ รวมทั้งเพิ่มความสนใจเอาใจใส่ในการเฝ้าระวังพฤติกรรมและหาทางป้องกันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทยด้วยศึกษาขนาดและทิศทางอิทธิพล (อิทธิพลรวม ประกอบด้วย อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม)

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา มุ่งศึกษาตัวแปรองค์ประกอบ แบ่งออก 2 ประเภท คือ

1. ตัวแปรสาเหตุ ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายนอก และตัวแปรแฝงภายใน

1.1 ตัวแปรแฝงภายนอก ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 2 ตัว ได้แก่

1.1.1 ตัวแปรแฝงด้านส่วนบุคคล สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา เกรดเฉลี่ย และขนาดของครอบครัว นอกจากนี้ได้ปรับมาตรการวัดของแบบสอบถามจาก Nominal Scale เป็น Dummy Variable

1.1.2 ตัวแปรแฝงด้านครอบครัว สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ สถานภาพทางรายได้ครอบครัว ความผูกพันของสมาชิกในครอบครัว และการอบรมเลี้ยงดู โดยใช้แบบสอบถามแสดงถึงระดับความคิดเห็นเป็น Rating Scale

1.2 ตัวแปรแฝงภายใน ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 3ตัว ได้แก่

1.2.1 ตัวแปรแฝงด้านสังคมและเศรษฐกิจ สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ การได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเห็นตัวแบบจากเพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง การได้รับการสนับสนุนในการดื่มจากเพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง การเข้าถึงแหล่งซื้อหรือขาย และการตลาด โดยใช้แบบสอบถามแสดงถึงระดับความคิดเห็นเป็น Rating Scale

1.2.2 ตัวแปรแฝงด้านจิตวิทยา สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ อยากลองความเชื่อหรือความประเพณี ความเครียดหรือความกดดัน และกระแสนิยม โดยใช้แบบสอบถามแสดงถึงระดับความคิดเห็นเป็น Rating Scale

1.2.3 ตัวแปรแฝงด้านมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์ สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ การรับรู้ การเข้าใจ และนำไปปฏิบัติตาม โดยใช้แบบสอบถามแสดงถึงระดับความคิดเห็นเป็น Rating Scale

2. ตัวแปรผล ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ ความถี่ในการดื่มแต่ละครั้ง ปริมาณในการดื่มแต่ละครั้ง และค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง โดยใช้แบบสอบถามแสดงถึงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น Rating Scale

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี พำนักอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยมีประวัติการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่ดื่มแน่นอน ด้วยวิธีการของ Cochran (Cochran, 1977) กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิจัย คณะวิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้พื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี ตามสัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างในอัตราเท่ากัน และสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ตามแหล่งสถาบันการศึกษา (โรงเรียนและมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและภาคเอกชน) ของแต่ละจังหวัด

ขอบเขตระยะเวลา คณะวิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงเดือนตุลาคม–เดือนกันยายน พ.ศ.2559

วิธีการศึกษา

คณะวิจัยสร้างเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย (Questionnaire) จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งนำแบบสอบถามการวิจัยที่สร้างและพัฒนามอบผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ด้วยวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index: IOC) มีค่าเท่ากับ 0.948 โดยค่า IOC ที่ได้มีค่ามากกว่า 0.80 ขึ้นไป (บุญใจ ศรีสถิตย์นรากูร. 2550: 210) ถือว่าผ่านเกณฑ์ยอมรับได้จากนั้นนำแบบสอบถามการวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คนกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.853โดยเกณฑ์การวัดที่ยอมรับได้ควรมีค่า $a \geq 0.7$ (Jump, 1978) ถือว่าผ่านเกณฑ์ยอมรับได้ หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วน คณะวิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามการวิจัยสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลมีทั้งการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อใช้วิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path Analysis) ของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนบุคคล ด้านครอบครัว ด้านสังคม-เศรษฐกิจ ด้านจิตวิทยา และด้านมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์ รวมทั้งพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย

คณะวิจัยได้รับแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์จำนวน 369 ฉบับ (อัตราตอบกลับร้อยละ 92.25) จากนั้นวิเคราะห์ลักษณะข้อมูล**ส่วนบุคคลของเยาวชน** พบว่า กลุ่มตัวอย่างของเยาวชน จำนวน 369 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 53.7) มีอายุโดยรวมเฉลี่ยระหว่าง 15-19 ปี (ร้อยละ 87.8) ส่วนใหญ่ศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 78.0) ด้วยผลการเรียนไม่เกิน 3.00 (ร้อยละ 70.7) นอกจากนี้เยาวชนส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกไม่เกิน 5 คนต่อครอบครัว (ร้อยละ 90.2)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเยาวชน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ตัวแปรองค์ประกอบ			
1. ด้านครอบครัว	**4.02**	**0.529**	**มาก**
1.1 ความผูกพันของสมาชิกในครอบครัว	4.40	0.605	มากที่สุด
1.2 การอบรมเลี้ยงดู	3.57	0.806	มาก
1.3 สถานภาพทางรายได้ครอบครัว	3.84	0.854	มาก
2. สังคม-เศรษฐกิจ	**2.81**	**0.947**	**ปานกลาง**
2.1 การได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	2.83	1.143	ปานกลาง
2.2 การเห็นตัวแบบจากเพื่อน–บุคคลรอบข้าง	2.87	1.047	ปานกลาง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
2.3 การสนับสนุนในการดื่มจากเพื่อน-บุคคลรอบข้าง	2.61	1.007	ปานกลาง
2.4 การเข้าถึงแหล่งซื้อ-ขาย	2.97	1.071	ปานกลาง
2.5 การตลาด	2.90	1.068	ปานกลาง
3. ด้านจิตวิทยา	**2.85**	**0.984**	**ปานกลาง**
3.1 อยากลอง	2.81	1.050	ปานกลาง
3.2 ความเชื่อ-ความประเพณี	2.73	1.053	ปานกลาง
3.3 ความเครียด-ความกดดัน	2.85	1.105	ปานกลาง
3.4 กระแสนิยม	2.98	1.025	ปานกลาง
4. มาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์	**3.75**	**0.753**	**มาก**
4.1 การรับรู้ด้านมาตรการฯ	3.82	0.846	มาก
4.2 การเข้าใจด้านมาตรการฯ	3.81	0.818	มาก
4.3 นำไปปฏิบัติตามด้านมาตรการฯ	3.66	0.870	มาก

หมายเหตุ: เกณฑ์การวัดค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 คือ เยาวชนมีความคิดเห็นต่อตัวแปรอยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61-3.40 คือ เยาวชนมีความคิดเห็นต่อตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า เยาวชนมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อตัวแปรองค์ประกอบ**ด้านครอบครัว**อยู่ในระดับมาก กล่าวคือ เยาวชนมีความคิดเห็นว่าสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่มีความผูกพัน มีความเอื้ออาทร มีน้ำใจ มีความสนิมสนม และสามารถปรึกษาหารือปัญหาต่างๆ ได้ รวมทั้งได้รับการสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมและการเรียนต่างๆ เป็นอย่างดี อีกทั้งฐานะเศรษฐกิจครอบครัวของเยาวชนส่วนใหญ่มีความเป็นอยู่ที่ดี สำหรับเรื่องการเลี้ยงดูของครอบครัว แต่ละครอบครัวให้ความเอาใจใส่ และมักจะตามใจเยาวชนอยู่เสมอ แม้ว่าจะมีการกล่าวตักเตือนเป็นครั้งคราว ส่วนระดับความคิดเห็นต่อ**ด้านมาตรการของนโยบาย**อยู่ในระดับมาก กล่าวคือ เยาวชนมีการรับรู้และเข้าใจในเรื่องควบคุมการเข้าถึง-หาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการจำกัดอายุผู้ซื้อและดื่มไม่ให้เกิน 18 ปี ทั้งทราบเกี่ยวกับโทษภัยจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงวิธีการ ละเลิก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้เยาวชนมีระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อตัวแปรองค์ประกอบ**ด้านจิตวิทยา**อยู่ระดับปานกลาง กล่าวคือ เยาวชนมีความคิดเห็นว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มเพื่อน ไม่ใช่สิ่งเลวร้าย เป็นเรื่องปกติของวัยรุ่น เมื่อมีการเข้ากลุ่มหรือการเลี้ยงสังสรรค์ต้องมีรายการที่เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ เป็นการชี้ชวนและได้ทราบถึงความนิยมในการดื่มของกลุ่มสังคม ณ ปัจจุบัน อีกทั้งระดับความคิดเห็นต่อ**ด้านสังคม-เศรษฐกิจ**อยู่ระดับปานกลาง กล่าวคือ เยาวชนมีความคิดเห็นว่าการเข้าถึงแหล่งการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายจากร้านค้าบริเวณโรงเรียนทั้งบริเวณที่พักอาศัยใกล้กับสถานบันเทิง สามารถเข้าไปนั่งร่วมวงจัดหาหรือซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อการดื่มได้ง่าย เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้จัดจำหน่าย (ผู้ขาย) ไม่ได้มีการตรวจสอบหรือขอดูบัตรประชาชนของผู้ซื้อ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับพฤติกรรมการบริโภคฯ ของเยาวชน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับพฤติกรรมการบริโภค
พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
ความถี่ในการดื่มแต่ละครั้ง	3.89	1.122	น้อย
ปริมาณในการดื่มแต่ละครั้ง	3.64	1.255	น้อย
ค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง	3.85	1.127	น้อย
ภาพรวมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3.87	0.923	น้อย

หมายเหตุ: เกณฑ์การวัดค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41-4.20 คือ เยาวชนมีพฤติกรรมการดื่มฯ ในระดับน้อย

จากตารางที่ 2 สำหรับระดับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มฯ โดยเฉลี่ยมีการดื่มอยู่ในระดับปริมาณค่อนข้างน้อย กล่าวคือ เยาวชนคิดว่าสามารถควบคุมปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ เมื่อดื่มแล้วยังสามารถครองและควบคุมสติ และสามารถดำเนินชีวิตปกติอีกด้วย

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย

คณะวิจัยดำเนินการตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย ได้นำเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุเป็นพื้นฐานในการหาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (path coefficient) การใช้แผนภาพจำลองเข้าช่วย เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และตรวจสอบดัชนีความกลมกลืนของโมเดลโครงสร้างเชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน เมื่อพิจารณาจาก Chi-Square = 2944.08, df = 226, p-value = 0.0000, RMSEA = 0.181 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.59 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.50 และ Standardized RMR เท่ากับ 0.25 พบว่า ไม่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามเกณฑ์ตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดังนี้

ตารางที่ 3 เกณฑ์ตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนี	ระดับการยอมรับ
1. ค่าไค-สแควร์	ค่าไค-สแควร์ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเข้าใกล้ 0 แสดงว่า รูปแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. ค่า GFI	มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป แสดงว่า รูปแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลฯ
3. ค่า AGFI	มีค่าตั้งแต่ 0.90 แสดงว่า รูปแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลฯ
4. ค่า RMSEA	น้อยกว่า 0.08 แสดงว่า รูปแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลฯ
5. Standardized RMR	น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า รูปแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลฯ

ที่มา: สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณา และรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์ (2554) และ Diamantopoulos and Siguaw (2000)

คณะวิจัยกำหนดสัญลักษณ์ใช้แทนตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous variable)

K1 แทน ส่วนบุคคล

K2 แทน ครอบครัว

ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous variable)

E1 แทน สังคม-เศรษฐกิจ

E2 แทน จิตวิทยา

E3 แทน มาตรการของนโยบายฯ

ตัวแปรผล (Dependent variable)

E4 แทน พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable)

X1 แทน เพศ

X2 แทน อายุ

X3 แทน ระดับการศึกษา

X4 แทน เกรดเฉลี่ย

X5 แทน ขนาดของครอบครัว

X6 แทน สถานภาพทางรายได้ครอบครัว

X7 แทน ความผูกพันของสมาชิกในครอบครัว

X8 แทน การอบรมเลี้ยงดู

Y1 แทน การได้รับสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

Y2 แทน การเห็นตัวแบบจากเพื่อน–บุคคลรอบข้าง

Y3 แทน การสนับสนุนในการดื่มจากเพื่อน-บุคคลรอบข้าง

Y4 แทน การเข้าถึงแหล่งซื้อ-ขาย

Y5 แทน การตลาด

Y6 แทน อยากลอง

Y7 แทน ความเชื่อ-ประเพณี

Y8 แทน ความเครียด-ความกดดัน

Y9 แทน กระแสนิยม

Y10 แทน การรับรู้มาตรการฯ

Y11 แทน การเข้าใจมาตรการฯ

Y12 แทน นำไปปฏิบัติตามมาตรการฯ

Y13 แทน ค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง

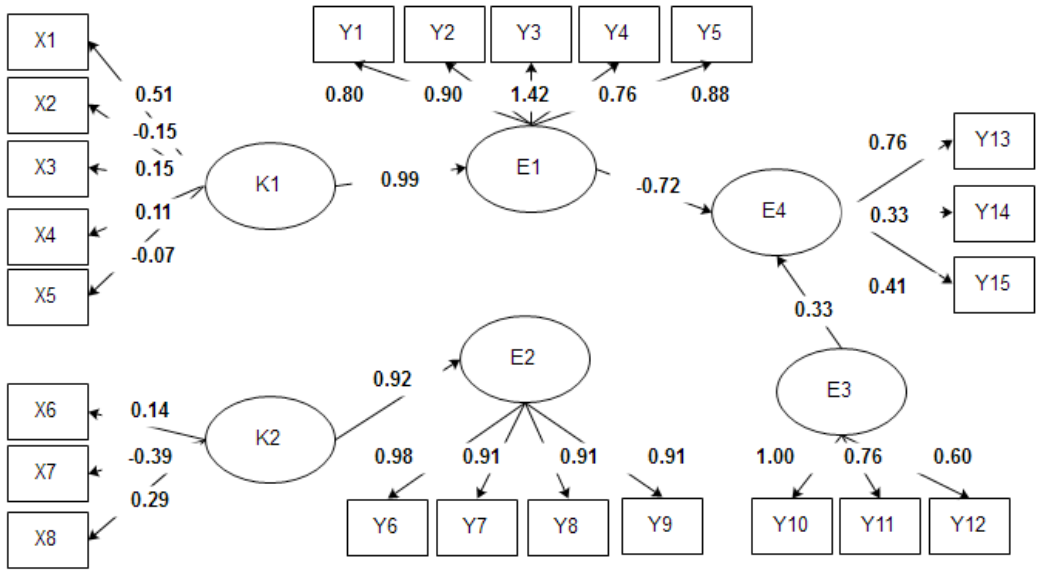
Y14 แทน ปริมาณในการดื่มแต่ละครั้ง

Y15 แทน ความถี่ในการดื่มแต่ละครั้ง

TE = อิทธิพลรวม, IE = อิทธิพลทางอ้อม, DE = อิทธิพลทางตรง

ผลการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างเชิงสาเหตุฯ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย พบว่า แบบจำลองพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไม่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Chi-Square = 2944.08, df = 226, p= 0.0000, RMSEA = 0.181) โดยที่ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.59 และค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.50 รวมทั้ง Standardized RMR เท่ากับ 0.25

คณะวิจัยจึงได้ดำเนินการปรับรูปแบบ (Modification indices) โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งผลการคำนวณจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ



ภาพประกอบ 1 ผลวิเคราะห์เชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(หลังปรับโมเดล)

จากภาพประกอบ 1 และตารางที่ 4 พบว่า แบบจำลองพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ ซึ่งไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Chi-Square = 170.82, df = 164, p-value = 0.34153), ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.93 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.011 รวมทั้ง Standardized RMR เท่ากับ 0.024 จากผลดังกล่าวข้างต้นผ่านเกณฑ์การทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์มีขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.33 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านสังคมและเศรษฐกิจมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.72 ในทิศทางตรงกันข้าม อีกทั้งพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทยยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยด้านส่วนตัวผ่านด้านสังคมและเศรษฐกิจ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.71 ในทิศทางตรงกันข้าม

นอกจากนี้ตัวแปรด้านครอบครัวยังมีผลต่อด้านจิตวิทยา มีขนาดอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.92 ในทิศทางเดียวกัน และตัวแปรด้านส่วนตัวมีผลต่อด้านสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.99 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ตัวแปรเหตุ	K1			K2			E1			E2			E3			E4			R^2
ตัวแปรผล	TE	IE	DE	TE	IE	TE	IE	DE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	
ตัวแปรสังเกตได้																			
Y1 (E1)	0.91	-	0.91	-	-	-	0.92	-	0.92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	R^2 = 64%
Y2 (E1)	0.94	-	0.94	-	-	-	0.95	-	0.95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	R^2 = 80%
Y3 (E1)	1.43	-	1.43	-0.48	-	-0.48	1.44	-	1.44	-0.52	-	-0.52	-	-	-	-	-	-	R^2 = 90%
Y4 (E1)	0.81	-	0.81	-	-	-	0.82	-	0.82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	R^2 = 56%
Y5 (E1)	0.93	-	0.93	-	-	-	0.94	-	0.94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	R^2 = 77%
Y6 (E2)	-	-	-	0.96	-	0.96	-	-	-	1.04	-	1.04	-	-	-	-	-	-	R^2 = 97%
Y7 (E2)	-	-	-	0.90	-	0.90	-	-	-	0.98	-	0.98	-	-	-	-	-	-	R^2 = 84%
Y8 (E2)	-	-	-	0.94	-	0.94	-	-	-	1.02	-	1.02	-	-	-	-	-	-	R^2 = 83%
Y9 (E2)	-	-	-	0.88	-	0.88	-	-	-	0.96	-	0.96	-	-	-	-		-	R^2 = 84%
Y10 (E3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.81	-	0.81	-	-	-	R^2 = 99%
Y11 (E3)	-	-	-	-0.16	-	-0.16	-	-	-	-0.17	-	-0.17	0.60	-	0.60	-	-	-	R^2 = 92%
Y12 (E3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.51	-	0.51	-	-	-	R^2 = 36%
Y13 (E4)	-0.47	-	-0.47	-	-	-	-0.47	-0.47	-	-	-	-	0.22	0.22	-	0.66	-	0.66	R^2 = 37%
Y14 (E4)	-0.29	-	-0.29	-	-	-	-0.29	-0.29	-	-	-	-	0.14	0.14	-	0.41	-	0.41	R^2 = 31%
Y15 (E4)	-0.27	-	-0.27	-	-	-	-0.27	-0.27	-	-	-	-	0.13	0.13	-	0.38	-	0.38	R^2 = 56%
ตัวแปรแฝง																			
E1	**0.99**	**-**	**0.99**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**R^2 = 98%**			
E2	**-**	**-**	**-**	**0.92**	**-**	**0.92**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**R^2 = 85%**			
E3	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**			
E4	**-0.71**	**-0.71**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-0.72**	**-**	**-0.72**	**-**	**-**	**-**	**0.33**	**-**	**0.33**	**R^2 = 50%**			

สรุปและอธิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน พบว่า

1.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ด้านสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงด้านมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์

1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน มี 1 ปัจจัย คือ ด้านส่วนบุคคลโดยผ่านด้านสังคมและเศรษฐกิจ

1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน มี 1 ปัจจัย คือ ด้านสังคมและเศรษฐกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน และมีอิทธิพลทางอ้อมโดยเป็นต่อส่งผ่านของด้านส่วนบุคคล

2. ขนาดอิทธิพลและทิศทางความสัมพันธ์ที่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ได้แก่ ด้านสังคมและเศรษฐกิจมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.72 ในทิศทางตรงกันข้าม รวมถึงด้านมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.33 ในทิศทางเดียวกัน

2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน คือ ด้านส่วนบุคคลมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านด้านสังคมและเศรษฐกิจ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.71 ในทิศทางตรงกันข้าม

2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน คือ ด้านสังคมและเศรษฐกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.72 ในทิศทางตรงกันข้าม และมีอิทธิพลทางอ้อมโดยเป็นต่อส่งผ่านของด้านส่วนบุคคล มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.71 ในทิศทางตรงกันข้าม

จากผลการวิจัยนำไปสู่การอภิปรายผลได้ดังนี้

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านสังคม-เศรษฐกิจ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.72 ในทิศทางตรงกันข้าม และมีอิทธิพลทางอ้อมโดยเป็นต่อส่งผ่านของด้านส่วนบุคคล มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.71 ในทิศทางตรงกันข้าม หมายความว่า ผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงการส่งผ่านของด้านส่วนบุคคลจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนขนาดของการตอบสนองอยู่ที่ 0.72 และ 0.71 หน่วยต่อการเปลี่ยนแปลงใน 1 หน่วยของการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงการส่งผ่านของด้านส่วนบุคคล ตามลำดับ

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น พบว่า ตัวแปรด้านสังคมและเศรษฐกิจ ขึ้นอยู่กับปัจจัยเหล่านี้ อาทิ การได้รับการสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเห็นตัวแบบจากการกลุ่มเพื่อนและบุคคลรอบข้าง การได้รับการสนับสนุนในการดื่มจากเพื่อนและบุคคลรอบข้าง การเข้าถึงแหล่งซื้อและขาย และการตลาด แต่มีอิทธิพลการส่งผ่านไปยังพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทิศทางตรงข้าม เนื่องจากเยาวชนให้เหตุผลว่า การได้รับการสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเห็นตัวแบบจากการ

กลุ่มเพื่อนและบุคคลรอบข้าง การได้รับการสนับสนุนในการดื่มจากเพื่อนและบุคคลรอบข้าง การเข้าถึงแหล่งซื้อและขาย รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดนั่นมีผลต่อการตัดสินใจในการดื่มอยู่ในระดับปานกลาง

คณะวิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของเยาวชน พบว่า เริ่มดื่มครั้งแรกเมื่ออายุระหว่าง 15-17 ปี (ร้อยละ 42.4) เริ่มดื่มจากบ้านเพื่อน (ร้อยละ 52.3) ประเภทเครื่องดื่มชนิดแรกที่เริ่มดื่ม คือ เบียร์ ไวน์ สปาย (ร้อยละ 50.8) ซึ่งมีความเข้มข้นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ค่อนข้างน้อยไม่เกิน 10 เปอร์เซ็นต์ จากการชักชวนและได้รับแรงสนับสนุนจากกลุ่มเพื่อนหรือแฟน (ร้อยละ 83.9) มีปริมาณการดื่มไม่เกิน 3 แก้วต่อครั้ง (แก้วกลม 200 cc) (ร้อยละ 36.5) ส่วนค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้งไม่เกิน 500 บาท (ร้อยละ 60.9) โดยเยาวชนให้เหตุผลว่าการดื่มครั้งแรกนั่นเกิดจากความอยากรู้ อยากเห็น อยากทดลอง เพื่อนยั่วยุถูกท้าทายให้ดื่ม หรือเมื่อเห็นเพื่อนดื่มแล้วเกิดความสนุก ไม่มีความเขินอาย กล้าแสดงออกมากขึ้น จึงอยากลองดื่มดูบ้าง

ปัจจุบันสังคมไทยได้ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการแก้ปัญหาการสนับสนุนจากบุคคลรอบข้างและสื่อต่างๆ อาทิ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์มากขึ้น โดยสร้างความเข้มแข็งทางด้านจิตใจที่มีต่อความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อหรือการรับรู้ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งต้องอาศัยจากความร่วมมือร่วมใจหลายฝ่าย ซึ่งปัจจุบันมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ทางด้านครอบครัวและสถาบันการศึกษาซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาความคิด ความรู้สึก ความเชื่อต่างๆ และเป็นสิ่งแวดล้อมที่เยาวชนส่วนใหญ่ใช้ชีวิตและมีปฏิสัมพันธ์มากที่สุด หากพ่อแม่ผู้ปกครองและอาจารย์ผู้สอนสนับสนุนและส่งเสริมการปลูกฝังทัศนคติเชิงลบต่อการดื่มมากขึ้น ก็จะทำให้พฤติกรรมการดื่มของเยาวชนลดน้อยถอยลง อีกทั้งเยาวชนเริ่มตระหนักถึงผลกระทบต่อการเรียนมากขึ้น เนื่องจากสังคมยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันด้านการศึกษากันสูงและกฎระเบียบข้อบังคับการเรียนของสถาบันศึกษาที่มีความเข้มงวดในเรื่องผลสัมฤทธิ์การเรียน เช่น หากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะต้องมีผลการเรียนไม่น้อยกว่า 2.00 และเข้าร่วมกิจกรรมตามหน่วยกิตที่สถาบันศึกษากำหนดไว้ จึงทำให้สังคมของเยาวชนเริ่มให้ความสนใจกับชีวิตการเรียน และการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับสถาบันศึกษามากขึ้น ทำให้เยาวชนห่างไกลจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อีกทั้งครอบครัวที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีประสบการณ์ตรงในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้สามารถบอกถึงผลเสียของการดื่มได้อย่างชัดเจนและสามารถยกตัวอย่างพฤติกรรมที่เป็นปัญหาของตนเองให้เยาวชนเห็นได้อย่างละเอียด อาจทำให้เยาวชนรู้สึกกลัวการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Mares, et al., 2011) สอดคล้องกับ สุชาดา กรเพชรปาณี และพูลพงศ์ สุขสว่าง (2556) พบว่า นักศึกษาที่มีความคาดหวังทางลบจากการดื่มจะทำให้นักศึกษามีแรงจูงใจในการดื่มต่ำ และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็จะน้อยลง เพราะความคาดหวังทางลบจากการดื่มจะส่งผลกระทบที่ไม่ดีให้กับตนเองและคนรอบข้าง เช่น การดื่มจะทำให้ตนกลายเป็นคนก้าวร้าว ควบคุมสติไม่ได้ ขาดสมาธิในการเรียน สิ่งเหล่านี้จะทำให้นักศึกษามีเจตคติที่ไม่ดีต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รู้สึกหวาดกลัวต่อสิ่งต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นกับตน ทำให้หลีกเลี่ยงจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการที่บิดามารดาควบคุมสื่อให้เยาวชนดูสื่อโฆษณา จะช่วยตัดช่องทางในการเข้าถึงสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ดี เป็นการลดแรงกระตุ้นให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งการเฝ้าระวังการรับสื่อจากบิดามารดาจะช่วยให้เยาวชนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง (Hastings G, Anderson S, Cooke E, Gordon R.,2005) ครอบครัวที่มีความอยู่ดีมีสุข สมาชิกในครอบครัวช่วยกันแก้ปัญหาอาจ

ทำให้เยาวชนไม่ไปยุ่งเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(Chaplin, et al., 2012) ดังนี้สังคมควรสร้างความรู้ ความตระหนัก ความเข้าใจในโทษและภัยของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปลูกฝังค่านิยมในการคบเพื่อน และสร้างจิตสำนึกใหม่ รวมถึงการรักษากฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ และการปลูกทักษะในการคบเพื่อนที่จะส่งผลให้เยาวชนหากไกลจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ขณะที่ผลของการเปลี่ยนแปลงทางด้านการรับรู้ การเข้าใจ และนำไปปฏิบัติตามมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในทิศทางเดียวกัน ส่วนขนาดของการตอบสนองอยู่ที่ 0.33 หน่วยต่อการเปลี่ยนแปลงใน 1 หน่วยของการเปลี่ยนแปลงทางด้านการรับรู้ การเข้าใจ และนำไปปฏิบัติตามมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์

จากการสอบถามระดับความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อการรับรู้ การเข้าใจ และนำไปปฏิบัติตามมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์ พบว่าเยาวชนมีการรับรู้และเข้าใจในเรื่องควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการจำกัดอายุผู้ซื้อและดื่มไม่ให้เกิน 18 ปี และทราบเกี่ยวกับโทษและพิษภัยจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงรู้และเข้าใจวิธีการ ละ เลิก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้เยาวชนได้ปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ของภาครัฐ เช่น การรณรงค์เมาไม่ขับช่วงเทศกาล หรือเปลี่ยนสถานที่ดื่มเป็นในบริเวณภายในบ้าน หรือลดปริมาณการดื่ม แต่มีการละเลยหรือยืดหยุ่นต่อกฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวกับการควบคุมการเข้าถึงหรือการหาซื้อที่มีการจำกัดอายุผู้ซื้อและดื่มไม่ให้เกิน 18 ปี จากการสังเกตโดยสภาพทั่วไปในปัจจุบัน พบว่า มาตรการในการควบคุมผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีประสิทธิผลไม่สามารถควบคุมให้อยู่ในกรอบของกฎหมายได้ เนื่องจากเยาวชนสามารถเข้าถึงและหาซื้อเครื่องดื่มได้ง่าย ตามแหล่งบริเวณใกล้สถานศึกษา ชุมชนที่พักอาศัย หอพัก ซึ่งเป็นสิ่งที่หล่อแหลมต่อการดื่มได้ง่าย อีกทั้งยังพบเห็นการเติบโตธุรกิจสถานบริการ และสถานบันเทิงใกล้บริเวณกับสถานศึกษาหรือชุมชนมากยิ่งขึ้น ส่วนการกำหนดช่วงเวลาการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังพบว่าร้านค้าทั่วไปในบริเวณชุมชน (ร้านโชห่วย) มีการลักลอบการจำหน่ายในช่วงเวลาห้ามซื้อขาย หรือขายให้กับผู้ที่มีอายุไม่ถึงเกณฑ์อยู่เสมอ นอกจากนี้ป้ายโฆษณาต่างๆ และเนื้อหาในการแสดงตัวละครได้มีการสอดแทรกพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเชิญชวน จูงใจหรือกระตุ้นและสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับธีรวุฒิ ทองทับ (2552) ที่ว่ากฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ยังไม่มีความครอบคลุม ทำให้เกิดปัญหาขึ้น ได้แก่ การโฆษณาแฝงสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้รูปแบบของการโฆษณา ณ จุดขายสินค้า การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ทำให้เห็นว่ามาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้บังคับอยู่ไม่มีประสิทธิภาพ รวมถึงมาตรการลงโทษผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำความผิดที่ไม่เด็ดขาด จึงพบการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยไปใช้: ปัจจุบันนักดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มการบริโภคเพิ่มขึ้น ควรเร่งดำเนินการแก้ไขต่อไปนี้

1.1 แก้ปัญหาเบื้องต้นจากบุคคลในครอบครัว ควรสร้างความเข้มแข็ง ความผูกพัน ร่วมกิจกรรมระหว่างบุคคลในครอบครัว และเป็นตัวอย่างที่ดีแก่บุตรหลาน ปลูกฝังค่านิยมและสร้างจิตสำนึกที่ดี ควรให้ความรู้ความเข้าใจกับบุตรหลานเกี่ยวกับข้อเท็จจริงและโทษของเครื่องแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ ว่ามีผลกระทบอย่างไร

โดยเฉพาะการดื่มแล้วขับขี่รถบนท้องถนนที่มีสถิติอุบัติเหตุเสียชีวิตค่อนข้างสูง สามารถทำให้เยาวชนห่างไกลจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

1.2 ภาครัฐควรหามาตรการในการลด ละ เลิก การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากต้นเหตุและการแก้ไขปัญหาจากการดื่มครั้งแรกของนักดื่มหน้าใหม่ ไม่ใช่แก้ปัญหาที่ปลายเหตุ เพื่อลดความเสี่ยงที่เยาวชนจะกลายเป็นผู้มีพฤติกรรมการดื่ม จนกลายเป็นติดสุราในวัยผู้ใหญ่ก็เป็นได้ รวมถึงการสร้างความพร้อมให้แก่เจ้าหน้าที่ภาครัฐในการทำงานทั้งด้านงบประมาณและกำลังพล และการให้ความรู้ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งในด้านกฎหมายที่ใช้บังคับและบทลงโทษที่มีความชัดเจนและเข้มงวด

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนักดื่มที่เป็นเยาวชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยเหตุผลต่างๆ ดังนี้ ครอบครัวอยากให้เลิก มีปัญหาสุขภาพ จึงอยากเลิกเอง รู้ถึงโทษภัยมากขึ้น รู้ว่าไม่ดี จึงอยากเลิกสังคมไม่ค่อยยอมรับ ต้องการประหยัด การดื่มสร้างปัญหาในครอบครัว และสูญเสียค่าใช้จ่ายมากเกินไป จากการสอบถามเพิ่มเติมกับนักดื่มเยาวชนต้องการให้ชุมชนมีการจัดกิจกรรมสนับสนุนให้เยาวชนเลิกดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้ จัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้ หรือจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ แจกสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับความรู้ สติกเกอร์จัดอบรมให้ความรู้แก่เยาวชนเรื่องผลกระทบและวิธีเลิกดื่ม รวมถึงกิจกรรมสร้างเสริมกำลังใจสำหรับเยาวชนที่ต้องการเลิกดื่ม

ดังนั้นทุกหน่วยงานไม่ว่าจะเป็น เยาวชน ครอบครัว ผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ชุมชน สังคม และสถาบันศึกษา นอกจากนี้ภาครัฐบาลควรมีส่วนร่วมการรณรงค์ ลด ละ เลิก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนและนักดื่มหน้าใหม่ รวมทั้งทุกหน่วยงานควรปรึกษาหารือเพื่อป้องกันหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป: การศึกษาครั้งนี้ยังคงมีข้อจำกัดในด้านข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คณะวิจัยพบว่า จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องยังขาดข้อบกพร่องในการศึกษาความสัมพันธ์ด้านส่วนตัว ด้านครอบครัว ด้านสังคม-เศรษฐกิจ ด้านจิตวิทยา ด้านมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์ที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน เพราะคณะวิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะบางส่วน (Partial) ที่มีความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร เช่น ศึกษาปัจจัยด้านครอบครัวที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และศึกษาปัจจัยด้านครอบครัวที่มีผลต่อด้านสังคมและเศรษฐกิจกับด้านจิตวิทยา เป็นต้น โดยขาดการศึกษาภาพรวมขององค์ประกอบทั้งหมดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้บ้างเส้นทางไม่มีความสัมพันธ์ (การส่งผ่าน) เมื่อต้องศึกษาถึงรูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรองค์ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมาด้วยงบประมาณรายจ่าย ประจำปี 2559 สำเร็จลุล่วงได้ด้วยการสั่งสมความรู้คำแนะนำจากคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจในการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ อีกทั้งเป็นกำลังใจทำให้มีความอดทนและอุตสาหะจนกระทั่งการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

ธีรวุฒิ ทองทับ. (2552). *มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองด้านการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

บุญใจ ศรีสถิตย์นรากูร. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ.* กรุงเทพฯ: บริษัท ยูแอนด์ไอ อินเตอร์มีเดีย จำกัด.

สุชาดา กรเพชรปาณี และพูลพงศ์ สุขสว่าง. (2556). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา,* 11(1), 45-55.

สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณา และรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์. (2554). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL.* (พิมพ์ครั้งที่ 3).กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์

คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. (2558). *รู้ทันเรื่องเหล้า..มาจับเข่าคุยกับครอบครัว.* กรุงเทพฯ: สหมิตรพริ้นติ้งแอนด์พับลิสซิ่ง.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2557.* กรุงเทพฯ: กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

Chaplin, T. M., Sinha, R., Simmons, J. A., Healy S.M., Mayes, L. C., Hommer, R. E., & Crowley, M. J. (2012). *Parent-adolescent conflict interactions and adolescent alcohol use.Addictive Behaviors.* 37, 605-612.

Cochran, W.G. (1977). *Sampling technique.* 3rd ed. New York: Wiley.

Diamantopoulos, A &Siguaw, A.D. (2000). *Introducing LISREL: A Guide for the Uninitiated.* Sage Publications: London.

Hastings G, Anderson S, Cooke E, Gordon R. (2005). Alcohol marketing and young people's drinking: A review of the research. *J Public Health Pol***.** 26(3), 296-311.

Jump, N. (1978). *Psychometric Theory***.** 2 nd. ed., New York: McGraw Hill.

Mares, S. H.W., vander Vorst, H., Engels, R. C.M.E., & Lichtwarck, A. (2011). Parental alcohol use, alcohol-related problems, and alcohol-specific attitudes, alcohol-specific communication, and adolescent excessive alcohol use and alcohol-related problems: An indirect path model. *Addictive Behaviors,* 36, 209-216.