รูปแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตภาคเหนือ*

Patterns of Alcohol Consumption Among Students in the Northern Universities*

บทความวิจัย
วารสารพยาบาลศาสตร์และสุขภาพ
Journal of Nursing Science & Health
ปีที่ 37 ฉบับที่ 4 (ตุลาคม-ธันวาคม) 2557
Volume 37 No.4 (October-December) 2014

ชมนาด พจนามาตร์ DN. มนตรา พงษ์นิล ศศม.*** สุริย์ฉาย คิดหาทอง วท.ม****
Chomnard Potjanamart DN. Montra Pongnil M.A.*** Surichai Kithathong MS.****

บทคัดย่อ

การศึกษาเชิงสำรวจนี้ ศึกษารูปแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย จำนวน 1,567 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2556 - กุมภาพันธ์ 2557 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 66.3 เคยทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มคือ 16.8 ปี ช่วงอายุที่เริ่มดื่ม คือ 12-22 ปี เมื่อเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 52.9 ยังคงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเลือกดื่ม เบียร์ บรั่นดี และไวน์/สปาย สถานที่จะไปดื่มคือ ผับ บาร์ และจะดื่มร่วมกับเพื่อน ปริมาณการดื่ม อยู่ระหว่างครั้งละ 3-4 แก้ว ถึง 1 ขวด ใช้เวลาในการดื่มแต่ละครั้ง ประมาณ 3-4 ชั่วโมง แหล่งซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นอันดับแรก คือร้านสะดวกซื้อ รองลงมาคือร้านจำหน่ายอาหาร ร้านค้าเหล่านี้อยู่ห่างจากมหาวิทยาลัยในรัศมี 1 กิโลเมตร

คำสำคัญ: รูปแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นักศึกษามหาวิทยาลัย

Abstract :

This survey study aimed at exploring the pattern of alcohol use in university students. The sample was 1,567 university students. Data were collected during November, 2013 to February, 2014 by using questionnaire. Descriptive statistics were used to analyze the data. Results revealed that 66.3% of students had ever used alcohol. The mean age of first use of alcohol was 16.8 years old with the range of 12 -22 years old. While enrolling in university, 52.9% of students consumed alcohol in different social events and mostly drank with friends. The liquors of choice were beers, brandy, wine or sparkling wine. The popular places to hangout were bars and pubs. The average consumption in each occasion was 3-4 glasses to 1 bottle in approximately 3-4 hours. Students bought liquors from different stores, mainly from convenient stores, followed by food stores. Those stores were located within 1 km radius to the campus.

keywords: patterns of alcohol consumption, university student

*ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

**รองศาสตราจารย์ สำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
***อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
****อาจารย์ สำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นและเริ่มบริโภคที่อายุน้อยลง เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสารเสพติดที่สามารถจำหน่ายอย่างถูกกฎหมายและหาซื้อได้ง่าย จากผลการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปี 2554 พบว่า คนไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 16,992,017 คน หรือร้อยละ 31.5 ของประชากรผู้ใหญ่ ภาพรวมความชุกของนักดื่มในช่วงกว่า 10 ปี (2544-2554) ค่อนข้างคงที่โดยมีทิศทางลดลงเล็กน้อย คือ จากร้อยละ 32.7 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 31.5 ในปี 2554 กลุ่มประชากรที่มีความชุกของนักดื่มสูงที่สุด คือ วัยผู้ใหญ่ (อายุ 25-59 ปี) โดยดื่มใน 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ กลุ่มเยาวชนผู้ที่อายุ 15-24 ปี ร้อยละ 23.7 สำหรับวัยสูงอายุดื่มร้อยละ 16.6 แต่พบว่าการดื่มของเยาวชนอายุ 15-24 ปี กลับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.6 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 23.7 ในปี 2554[1]

ในปัจจุบันตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พุ่งเป้าไปที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ คือเยาวชนที่มีอายุ 15-24 ปี ซึ่งเป็นเยาวชนที่กำลังอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน มีรายงานผลการสำรวจการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยต่าง ๆในหลายประเทศ มีพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น และมีการดื่มมากกว่าเยาวชนที่ไม่เข้าเรียนในมหาวิทยาลัย[2] สอดคล้องกับการสำรวจในประเทศไทยที่พบว่านักศึกษาในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถึงร้อยละ 49.7[3] และมีรายงานว่านักศึกษาที่ดื่มแอลกอฮอล์หนัก จะเป็นผู้ที่เริ่มดื่มมาตั้งแต่อยู่ในระดับมัธยมศึกษา[4] โอกาสที่นักศึกษาจะดื่มก็คือ เทศกาลรื่นเริงต่าง ๆ หรือดื่มเพื่อคลายความเหงา ความทุกข์ ฉลองหลังการสอบ รวมทั้งการรับน้อง[5] ซึ่งไม่ว่านักศึกษาจะมีเหตุผลอย่างไร ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็จะส่งผลอันตรายต่อร่างกาย เช่น มีผลต่อระบบทางเดินอาหาร ระบบหัวใจและหลอดเลือด อีกทั้งส่งผลให้ผู้ดื่ม มีพฤติกรรมการแสดงออกที่เสี่ยงต่าง ๆ เนื่องจากแอลกอฮอล์ออกฤทธิ์กดการทำงานของสมองโดยตรง นักวิชาการได้จำแนกปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มนักศึกษาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใน 3 ลักษณะคือ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเอง ปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนรอบข้าง และปัญหาที่เกิดขึ้นกับสังคม ปัญหาที่พบมากที่สุดคือปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเอง ได้แก่ ผลการเรียนตกต่ำ ร้อยละ 14.35 ปัญหาที่เกิดกับคนรอบข้าง คือ ทะเลาะวิวาทกับคู่รัก ร้อยละ 13.4 มีเพศสัมพันธ์โดยไม่ได้ตั้งใจ ร้อยละ 7.5 ทะเลาะวิวาทกับเพื่อนหรือพ่อแม่ญาติพี่น้อง ร้อยละ 7.2 สำหรับปัญหาที่เกิดกับสังคม คือ เมาแล้วขับรถทำให้เกิดอุบัติเหตุ ร้อยละ 8.9[6] ทำให้เกิดอันตรายถึงแก่ชีวิต หรือเกิดความพิการและสูญเสียทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก พบว่า ในปี 2551 ประเทศไทยสูญเสียมูลค่าทางเศรษฐกิจจากอุบัติเหตุจราจร คิดเป็น 243,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นมูลค่าร้อยละ 2.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ[7] จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนก่อให้เกิดผลกระทบมากมายและเป็นปัญหาที่มีความสำคัญ เพราะบุคคลเหล่านี้จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ เป็นทรัพยากรบุคคลสำคัญที่จะมีบทบาทในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งนับได้ว่าเป็นบุคคลที่มีคุณภาพและเป็นกำลังสำคัญของประเทศในอนาคต

นักศึกษาในมหาวิทยาลัย อยู่ในวัยรุ่นตอนปลาย ที่ยังมีความคึกคะนอง อยากรู้อยากเห็น อยากทดลอง แต่อาจขาดความมั่นใจในตนเองเนื่องจากปัญหาการปรับตัว และมีความเข้าใจว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้มีคนยอมรับ ซึ่งจะส่งผลให้มีพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ขึ้น มีรายงานว่านักศึกษาจะมีพฤติกรรมการดื่มมากใน 2 สัปดาห์แรกหลังเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย[4] เพราะการมีประสบการณ์ใหม่ในสังคมมหาวิทยาลัยทำให้ไม่สามารถควบคุมตนเองได้[8] ประกอบกับสภาพแวดล้อมโดยรอบมหาวิทยาลัยซึ่งมีร้านค้า ร้านอาหารเกิดขึ้นมากมาย ถึงแม้ว่าพระราชบัญญัติเกี่ยวกับการจำหน่ายสุราจะไม่อนุญาตให้ร้านค้าจำหน่ายสุราใกล้สถานศึกษาภายในรัศมี 500 เมตร แต่ร้านค้าต่าง ๆ ก็หลีกเลี่ยงและปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์

เช่น เหล้าปั่น เหล้าดอง เพื่อเป็นการเชิญชวนสร้างความแปลกใหม่ให้กับผู้ซื้อ หรือการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านอาหาร เป็นต้น ทำให้สภาพการณ์เหล่านี้ เอื้อให้กลุ่มนักศึกษาสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่าย

นอกจากนั้นการโฆษณาผ่านสื่อสาธารณะต่าง ๆ เป็นการเสนอภาพลักษณ์ในเชิงบวกทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจกับภาพลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร เนื่องจากเป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง ทำให้ผู้รับสารจดจำภาพที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา เช่น สโลแกน หรือคำพูด มีส่วนทำให้รู้จักตราสินค้าและสนใจซื้อหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาบริโภคต่อไป โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ และเป็นวัยที่กำลังค้นหาตัวเอง หรือสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวเองเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของคนรอบข้าง ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่ากลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ต้องการก้าวพ้นจากวัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่ โดยใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นสินค้าสำหรับผู้ใหญ่เป็นปัจจัยประกอบในการแสดงตนเองว่าเป็นผู้ใหญ่

การป้องกันและแก้ไขปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีลักษณะที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดื่มและการเข้าถึงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน และต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับบริบทที่เกิดขึ้น ดังนั้นการที่ได้มีข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดื่ม การสื่อสารที่ส่งเสริมการเข้าถึงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งความหนาแน่นของจุดจำหน่ายแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมที่เอื้อให้เยาวชนสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายในบริบทที่เป็นจริงในปัจจุบันจะช่วยให้การวางแผนดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหาการเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของเยาวชนในสถาบันการศึกษาได้ดียิ่งขึ้น

ภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่มีผลการสำรวจพบว่ามีผู้ดื่มแอลกอฮอล์สูงถึงร้อยละ 37.1 ของจำนวนผู้ดื่มแอลกอฮอล์ทั้งประเทศ และเป็นเยาวชนในกลุ่มอายุ 15-24 ปี เป็นส่วนใหญ่[9] ซึ่งเป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐและวิทยาลัยต่าง ๆ บางสถาบันดำเนินการมาเป็นเวลานาน มีการศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาพอสมควร แต่บางสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยพะเยา เริ่มเปิดดำเนินการในระยะที่ใกล้เคียงกัน ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่ม เช่น การเข้าถึงร้านค้า หรือความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เปลี่ยนแปลงหลังการเปิดดำเนินการของสถาบันการศึกษายังไม่ได้มีการศึกษาวิจัย

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการดื่มและการเข้าถึงจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในบริบทของมหาวิทยาลัยในกำกับทั้งสองแห่ง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะสะท้อนข้อเท็จจริง เพื่อประโยชน์ในการวางแผนป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา ได้แก่ ประเภทของเครื่องดื่ม ปริมาณที่ดื่ม สถานที่ไปดื่ม โอกาสที่จะดื่ม บุคคลที่ร่วมดื่ม และเวลาที่ดื่ม
2. เพื่อศึกษาการเข้าถึงการดื่ม ได้แก่ การสื่อสารที่ทำให้อยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แหล่งจำหน่าย ระยะทางของการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเชิงสำรวจนี้ ศึกษารูปแบบการดื่ม การเข้าถึงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาประจำปีการศึกษา 2556 จาก มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง 9,623 คน และมหาวิทยาลัยพะเยา 6,079 คน รวมทั้งสิ้น 15,702 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการประมาณค่าร้อยละ 10 ได้กลุ่มตัวอย่างรวม 1,507 คน และเพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลจึงเพิ่มขนาดกลุ่ม

ตัวอย่างขึ้นเป็น 1,600 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มหลายขั้นตอน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยผ่านความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามเท่ากับ .9 และทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือกับนักศึกษา จำนวน 20 คน คำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้เท่ากับ .8

การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง

โครงการได้รับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และผู้วิจัยได้ทำหนังสือชี้แจงวัตถุประสงค์และการพิทักษ์สิทธิ์แนบแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทุกคนทราบว่าการให้ข้อมูลเป็นไปตามความสมัครใจของแต่ละคน ทุกคนมีสิทธิที่จะตอบหรือไม่ตอบก็ได้ ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างในด้านใด ๆ ทั้งสิ้น ข้อมูลทั้งหมดนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยังฝ่ายกิจการนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเพื่อขอความร่วมมือในการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ใช้เวลาในการรวบรวมข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 2 ของปีการศึกษา 2556 ได้แบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยพะเยากลับมา 600 ชุด และจากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงจำนวน 1000 ชุด พบว่า มีข้อมูลไม่ครบถ้วน 33 ชุดจึงคัดออก และนำมาใช้ในการวิเคราะห์ 967 ชุด รวมแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนที่นำมาวิเคราะห์ทั้งสิ้น จำนวน 1,567 ชุด หรือร้อยละ 97.9 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

1. **ข้อมูลทั่วไป** กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.9) อายุระหว่าง 17–24 ปี (ร้อยละ 39.2) พักหอพักนอกมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 30.3) พักในหอพักของมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 16.5) พักตามบ้านเช่าต่าง ๆ (ร้อยละ 35) ส่วนใหญ่ได้รับค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ระหว่าง 6,001–9,000 บาท กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 72.8 บิดามีพฤติกรรมการดื่มสุรา ร้อยละ 45.3 มารดามีพฤติกรรมการดื่มสุรา กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสื่อต่าง ๆหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ รับรู้จากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 77.8

2. **รูปแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 66.3 เคยทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดย***อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม*** คือ 16.8 ปี อายุที่เริ่มดื่มน้อยที่สุดคือ 12 ปี อายุที่มากที่สุดที่เริ่มดื่ม คือ 22 ปี ***เครื่องดื่มที่ทดลองดื่มครั้งแรก*** พบว่า ร้อยละ 36.8 จะดื่ม ไวน์ หรือสปาย ร้อยละ 27.2 จะดื่มเบียร์ และส่วนใหญ่จะพบว่า ***ผู้จัดหาและร่วมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยในครั้งแรก*** คือ เพื่อน

เมื่อเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 829 คน (ร้อยละ 52.9) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1,567 คน ยังคงมี***พฤติกรรมการดื่ม*** ทั้งที่ดื่มเป็นประจำหรือครั้งคราว ในกลุ่มที่ยังคงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ ร้อยละ 69.5 ***โอกาสการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*** มีหลากหลาย เช่น เมื่อสอบเสร็จ ฉลองความสำเร็จของการทำงานส่งครู หรือแม้กระทั่งวันหยุดสุดสัปดาห์ เทศกาลรื่นเริงต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ลอยกระทง ***ชนิดของเครื่องดื่มที่เลือก*** ร้อยละ 49.5 จะเลือกดื่มเบียร์ ร้อยละ 34.9 เลือกบรั่นดี และร้อยละ 31.2 จะเลือกดื่มไวน์/สปาย ***ความถี่ในการดื่ม*** ร้อยละ 35.8 จะดื่ม 1–2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 24.9 ดื่ม 1–2 ครั้งต่อสัปดาห์ และร้อยละ 20.1 ดื่มภาคการศึกษาละครั้ง ***สถานที่ที่จะไปดื่ม*** ร้อยละ 24.0 ดื่มตามผับ–บาร์ ร้อยละ 19.9 ดื่มในที่พักอาศัยนอกมหาวิทยาลัย ***บุคคลที่ร่วมดื่ม*** ร้อยละ 32.9 จะดื่มร่วมกับเพื่อน ***ปริมาณการดื่ม*** ร้อยละ 28.5 จะดื่มครั้งละ 3–4 แก้ว ร้อยละ 23.6 จะดื่มครั้งละประมาณ 1 ขวด ***เวลาในการดื่ม***

แต่ละครั้ง ร้อยละ 47.5 ใช้เวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 24.9 ใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง

3. **การเข้าถึงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** ***แหล่งที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*** กลุ่มตัวอย่างจะซื้อจากหลากหลายแหล่ง ที่พบมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ร้านสะดวกซื้อ รองลงมาคือ ร้านจำหน่ายอาหารและร้านขายของชำ ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 67.2 ให้ข้อมูลว่า ร้านค้าเหล่านี้ อยู่ห่างจากมหาวิทยาลัย ภายในรัศมี 1 กิโลเมตร ทั้งนี้ ร้อยละ 45.3 จะสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตลอดเวลา และร้อยละ 55.8 ให้ข้อมูลว่าไม่เคยถูกถามอายุจากผู้จำหน่ายเมื่อต้องการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 41.6 จะเสียค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประมาณ 100-200 บาท ร้อยละ 25.7 จะเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 201-300 บาท และส่วนใหญ่เป็นเงินค่าใช้จ่ายประจำเดือน

การอภิปรายผล

1. **รูปแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา** พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาก่อนเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มคือ 16.8 ปี ซึ่งเป็นวัยในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เครื่องดื่มที่ทดลองดื่มครั้งแรกคือ ไวน์ สปายหรือเบียร์ ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ในลักษณะที่ใช้ในการสังสรรค์และดื่มทั้งเพศหญิงและเพศชาย ทั้งนี้สื่อโฆษณามีลักษณะเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงที่ดื่มแล้วมีความร่าเริง และทันสมัย กล่าวได้ว่าเด็กวัยรุ่นเมื่อเติบโตขึ้นช่วงเวลาหนึ่ง จะเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะมีความเชื่อว่า เป็นพฤติกรรมของผู้ใหญ่ นอกจากนี้การดื่มไวน์ยังเป็นสัญลักษณ์ของชนชั้นที่มีฐานะดี[10] เมื่อเริ่มเข้าสู่วัยรุ่นความรู้สึกอยากเป็นอิสระและอยากรู้อยากลองยังเป็นธรรมชาติของวัยรุ่น โดยเฉพาะผู้ที่มีบิดามารดาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นตัวแบบ ดังในการศึกษานี้ กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 72.8 มีบิดาดื่มสุรา และร้อยละ 45.3 มีมารดาดื่มสุรา สอดคล้องกับการศึกษาของ Anderson & Henry ที่พบว่าประสบการณ์การดื่มครั้งแรกของนักศึกษาเกิดขึ้นในครอบครัวที่มีบิดา-มารดาเป็นตัวแบบ[11]

เมื่อเข้าสู่มหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 52.9 (829 คน จากจำนวน 1,567 คน) ยังคงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เลือกดื่มเบียร์ บรั่นดี และไวน์/สปาย ทั้งนี้เป็นเพราะว่าเครื่องดื่มเหล่านี้มีจำหน่ายในทุกร้านค้า ไม่ว่าจะเป็นร้านสะดวกซื้อหรือร้านค้าย่อยต่าง ๆ นอกจากนี้ เบียร์ สปายและไวน์ได้ถูกมองในลักษณะของเครื่องดื่มที่มีดีกรีของแอลกอฮอล์ต่ำกว่าสุราประเภทอื่น ทำให้ผู้ดื่มรู้สึกว่าเป็นเครื่องดื่มปกติเทียบเท่ากับน้ำอัดลม หรือน้ำผลไม้ ที่สามารถดื่มได้[10] และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เริ่มหัดดื่มจะเป็นประเภท สปายหรือไวน์ มากกว่าจะเริ่มหัดดื่มเบียร์ อาจจะเนื่องจากมีการโฆษณาว่าทำมาจากผลไม้ ทำให้รู้สึกว่าเป็นเครื่องดื่มที่น่าจะบริโภคได้ในระยะเริ่มแรก

ปริมาณการดื่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งละ 3-4 แก้ว จนถึง 1 ขวด ซึ่งเป็นปริมาณเท่ากับ 750-1,000 มิลลิลิตร เมื่อพิจารณาถึงเบียร์ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่นักศึกษานิยมดื่มมากที่สุด เบียร์ มีแอลกอฮอล์ 5 เปอร์เซ็นต์ ปริมาณ 1 การดื่มมาตรฐาน คือ 341 มิลลิลิตร หรือ 12 ออนซ์ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า เบียร์ในเมืองไทยนั้นมีความเข้มข้นสูงกว่ามาตรฐานกำหนดไว้ คือ ประมาณ 6-10 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 2 - 4 การดื่มมาตรฐาน มีรายงานว่า ผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 1-1.5 เท่า ของการดื่มมาตรฐานจะรู้สึกสนุกสนานร่าเริง แต่หากดื่มมากกว่า 2.5 เท่าของการดื่มมาตรฐาน จะทำให้สูญเสียการควบคุมการเคลื่อนไหว การตัดสินใจบกพร่อง และหากดื่มในปริมาณมากขึ้นไปจะมีอาการมึนเมาควบคุมตัวเองได้น้อยลง[12-13]

สถานที่ไปดื่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 24 จะไปดื่มตามร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยตรงได้แก่ ผับ บาร์ ร้อยละ 19.9 จะดื่มในสถานที่พักอาศัยนอกมหาวิทยาลัย เพราะว่ากลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่งพักอาศัยอยู่นอกมหาวิทยาลัย โดยจะเช่าหอพักหรือเช่าบ้านอยู่ด้วยกัน ดังนั้นจึงค่อนข้างจะมีอิสระในการไปเที่ยวสถานบันเทิงต่าง ๆ เมื่อเทียบกับหอพักในมหาวิทยาลัย ซึ่งกำหนดเวลากลับเข้าหอพักไว้ ประกอบ

กับห่างไกลจากผู้ปกครองที่จะคอยดูแลควบคุมความประพฤติ ทำให้สามารถชักชวนกันไปเที่ยวสถานที่บันเทิงต่าง ๆ โดยไม่ต้องขออนุญาตผู้ปกครอง สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัย เขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามสถานบันเทิงต่าง ๆ เช่นกัน[14]

โอกาสที่จะดื่ม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่า จะดื่มในโอกาสเทศกาลรื่นเริงต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ฉลองสอบเสร็จ ทำงานส่งอาจารย์เสร็จ หรือในวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อผ่อนคลายความเครียดที่เกิดขึ้นจากการเรียน คล้ายคลึงกับผลการศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่[15] ที่พบว่า สาเหตุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประการหนึ่ง คือ ผ่อนคลายความเครียดที่เกิดจากการเรียน แต่บางการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่ออยากดื่ม ไม่จำเป็นต้องมีเทศกาลหรือโอกาสใด ๆ[16] เป็นที่น่าสังเกตว่ากิจกรรมในมหาวิทยาลัย เช่น การรับน้อง กิจกรรมกีฬา หรือกิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ จะมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละมหาวิทยาลัยมีหน่วยงานที่คอยดูแลคุมความประพฤติของนักศึกษา

บุคคลที่ร่วมดื่ม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดื่มร่วมกับเพื่อน กลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่นตอนปลาย อิทธิพลของกลุ่มจะเป็นสิ่งที่คนในวัยนี้ให้ความสำคัญค่อนข้างมาก เมื่ออยู่รวมกันเป็นกลุ่ม กิจกรรมสังสรรค์ก็มักจะมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะเป็นสิ่งที่อยากทดลอง และมีความคาดหวังจากการดื่มคือ ความกล้าแสดงออก ได้รับการยอมรับจากเพื่อน และรู้สึกว่าเป็นผู้ใหญ่ขึ้น ดังผลการศึกษาถึงเส้นทางการเป็นนักดื่มและพฤติกรรมต่อเนื่องของการดื่มในนิสิต/นักศึกษา พบว่า การชักชวนของกลุ่มเพื่อนทำให้นักศึกษาทดลองดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก ถึงร้อยละ 35.5[6]

เวลาที่ดื่ม ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาเย็น หลัง 20.00 น. เป็นช่วงเวลาหลังอาหารค่ำ และ/หรือช่วงเวลาระหว่างรับประทานอาหารค่ำ กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการดื่มร่วมกับการรับประทานอาหารประมาณ 3-4 ชั่วโมง ซึ่งเวลาที่เลิกดื่มกลับที่พักก็จะประมาณ 23-24 น. ซึ่งเวลาดังกล่าวน่าจะใช้ในการทบทวนหรือเตรียมที่จะต้องเข้าเรียนในวันรุ่งขึ้นมากกว่าที่จะใช้เวลาไปกับการบันเทิง และเมื่อถามถึงกิจกรรมหลังกลับที่พัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะกลับไปนอนหลับ มีส่วนน้อยที่ยังคงจะไปเที่ยวต่อ

2. **การเข้าถึงการดื่ม** ได้แก่ การสื่อสารที่ทำให้อยากดื่ม แหล่งจำหน่าย ระยะทางของการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 77.8 และจากป้ายโฆษณาตามที่ต่าง ๆ ร้อยละ 49.3 การมีโอกาสรับชมโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ เป็นผลให้เกิดการรับรู้ และจดจำโฆษณานั้น ๆได้ เกิดความพึงพอใจและประทับใจในตัวโฆษณาและตราสินค้านั้น เมื่อได้พบเห็นสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้อต่าง ๆ เช่น ตามร้านค้า ทำให้เกิดการระลึกถึง จากจดจำโฆษณาและ/หรือตราสินค้านั้นได้ จึงมีส่วนทำให้เกิดการซื้อหาและบริโภคต่อไป[17] ดังในการศึกษาครั้งนี้ ที่พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ร้อยละ 87.3 ขึ้นอยู่กับโฆษณาที่ได้รับรู้มา และแหล่งจำหน่ายที่เข้าถึงได้ง่ายที่สุดคือ ร้านสะดวกซื้อ ซึ่งบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยทั้งสองแห่งนี้ มีร้านสะดวกซื้อที่เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต่ำกว่า 2-3 ร้าน ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตลอดเวลา และร้อยละ 55.8 ไม่เคยถูกสอบถามอายุจากผู้ขาย อีกทั้งระยะทางไม่ห่างไกล เมื่อเลิกจากการเรียนกลุ่มตัวอย่างก็มักจะออกมาซื้อหาอาหารหน้ามหาวิทยาลัย ซึ่งได้มีการปรับสภาพจากที่พักอาศัยของประชาชนกลายเป็นร้านค้า ร้านอาหาร ซึ่งระเบียบการควบคุมร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ให้มีภายในรัศมี 500 เมตร หรือ 1,000 เมตร ห่างจากสถาบันการศึกษานั้น ยังไม่สามารถระบุระยะได้ชัดเจนว่า จะนับจากบริเวณใดเป็นเกณฑ์ เนื่องจากตัวตึกของมหาวิทยาลัยทั้งสองแห่งที่ศึกษาในครั้งนี้ ตั้งอยู่ลึกเข้าไปจากถนนใหญ่ประมาณ 3-4 กิโลเมตร ถึงแม้ว่าขอบรั้วที่แสดงอาณาเขต

ของมหาวิทยาลัยจะติดกับถนนใหญ่ จึงมีสิทธิ์ที่จะเลี่ยงกฎหมายข้อนี้ได้ ดังนั้นจึงยังคงมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เปิดขายอยู่ใกล้เคียงกับรั้วมหาวิทยาลัย

ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเสียค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้งประมาณ 100-200 บาท ซึ่งเป็นเงินค่าใช้จ่ายประจำเดือน สอดคล้องกับผลการศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ในแต่ละครั้งของการดื่มสุราส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายประมาณ 100-200 บาท[18] ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ได้รับค่าใช้จ่ายประจำเดือนอยู่ระหว่าง 6,000-9,000 บาท ถึงร้อยละ 35 และได้รับมากกว่า 9,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ร้อยละ 24.8 ซึ่งอาจจะทำให้มีเงินมากพอที่จะซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยไม่กระทบต่อค่าใช้จ่ายประจำวัน

ข้อเสนอแนะ

การเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย เริ่มทดลองดื่มตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษา ดังนั้น ยังคงต้องหาแนวทางรณรงค์การป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ ในกลุ่มเด็กวัยรุ่นตอนต้น ให้ใส่ใจต่อสุขภาพโดยมีกิจกรรมยามว่างที่สร้างสรรค์

ฝ่ายกิจการนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ควรมีกิจกรรมสร้างค่านิยมทางสังคมเกี่ยวกับการสังสรรค์ การผ่อนคลายความเครียดโดยไม่มีการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และควรกำหนดบทลงโทษทางวินัยแก่นักศึกษาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นโยบายเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรเข้มงวดและควรจะขยายการควบคุมการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ทั้งหมด รวมถึงป้ายโฆษณา โดยเฉพาะสื่อทางโทรทัศน์ ซึ่งการโฆษณาแม้จะไม่ใช่การโฆษณาสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่จะอยู่ในรูปการโฆษณาแฝง ทำให้เยาวชนรับรู้และจดจำแบรนด์เครื่องดื่มและเกิดความคุ้นเคยกับสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สนับสนุนการสร้างนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่ได้รับผลกระทบ

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้ให้ข้อมูลทุกท่านในมหาวิทยาลัยสองแห่งในเขตภาคเหนือ และศูนย์วิจัยปัญหาสุราที่สนับสนุนทุนในการดำเนินการวิจัยนี้

References

1. Thummarangsi T. (editor). Situation of alcohol consumption and impact in Thailand 2013. Center for alcohol research. Bangkok: The graphic system limited. 2014. (in Thai).
2. Karam E, Kypri K, Salamoun M. Alcohol use among college students: an international perspective. Current opinion in Psychiatry. 2007; 20(3); 213-21.
3. Siriwan Y. 8 problems in youth: Thairat News. May 29, 2008. (in Thai)
4. Wechsler H, Lee JF, Kuo M, Lee H. College binge drinking in the 1990_s: A continuing problem. Results of the Harvard School of Public Health 1999 College Alcohol Study. J Am Coll Health. 2000; 48; 199-210.
5. National Statistics Office. Drinking behavior among Thai People 2007. Bangkok: National Statistics Office. 2008. (in Thai)
6. Kijtorntham W. Cause and effect of drinking behavior of Thai undergraduate students. Journal of Behavioral Science 2012; 18: (1); 1-16. (in Thai)
7. Division of Planning, Department of Transpor tation. Transportation statistics 2008. Bangkok: Division of Planning. Department of Transpor tation 2009. (in Thai)
8. Kremer M, Levy D. Peer effect from alcohol use among college students. J Econ Perspect 2003; 22(3), 189-206.

9. Health Systems Research Institute. Report on Thai people's health survey by the 4 Thphysical exam ination 2008-9. Bangkok: the Graphic System Limited 2010. (in Thai)
10. Patcharanuruk T. Drinking behavior. Bangkok: The War Veterans Organization Printing.1998. (in Thai)
11. Anderson AR, Henry CS. Family system chara cteristics and parental behaviors as predictors of adolescent substance use. Adolescence 1994; 29, 405-420.
12. World Health Organization. Consequences of alcohol use. [cited 2013 January 10]. Available from http://www.who.int/linkfiles/Facts_and Figures ch5.pdf .
13. Thai Health Promotion Foundation. Information to reduce the loss of a drunk. [cited 2013 January 10]. Available from http://www.cas.or.th. (in Thai)
14. Viroontungtrakool P. Factors related decision making to consume alcoholic drinks of students on universities in Bangkok. HCU Journal 2008; 12(23), 55-63. (in Thai).
15. Wong-umnart L. Drinking behavior of students in Chiang Mai University. Faculty of Economics. Chiang Mai University. 2010. (in Thai).
16. Rukkang S, Pokang P, KeubKonTho S, Anongvet P, Mepoungpin S, Thongthai P. Drinking beha vior of student in Suranaree university of Techno logy. Suranaree University of Technology. 2010. (in Thai)
17. Egan KG, Moreno MA. Alcohol References on Undergraduate Mailes' Facebook Profiles. Am J Mens Health 2011; 5 (5), 413-420.
18. Rojjanasang C. Thai Youth: A Case study of Alcohol consumption behavior among Khon Khen University students. Graduate school. Khon Khen University. 2007. (in Thai)