

พฤติกรรมการค้ามั่วของนิติภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพา

สุทธิพงษ์ กรานเขียว

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารทั่วไป  
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา  
มีนาคม 2558  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพา สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ ดร.กฤษเชต ไกรवास อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำ ชี้แนะ และช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง ส่งผลให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงในความกรุณาไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ของวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยนำความรู้ที่ได้มาผสมผสานจนสามารถทำงานวิจัยได้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กฤษเชต ไกรवास อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา อาจารย์เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา อาจารย์ ดร.อุษณากรณ์ ทาวะรัมย์ อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบคุณนิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาทุกคน ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล และเสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณจากใจจริง

สุทธิพงษ์ กรานเขียว

56930149: สาขาวิชา: การบริหารทั่วไป; รป.ม. (การบริหารทั่วไป)

คำสำคัญ: พฤติกรรมการดื่มสุรา/ นิสิตภาคพิเศษ

สุทธิพงษ์ กรานเขียว: พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพา

(ALCOHOL DRINKING BEHAVIOR AMONG STUDENTS IN SPECIAL STUDY PROGRAMS AT BURAPHA UNIVERSITY) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: กิจจุเชต ไกรवास, ปร.ค. 98 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา” โดยมีวัตถุประสงค์ประการแรกคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา และประการที่สอง เพื่อศึกษาเหตุผลในการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานที่พักอาศัย ความรู้ และทัศนคติ โดยเก็บข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เครื่องมือ ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างรายคู่ ใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ (Post HOC) โดยวิธี LSD ที่ระดับ .05

ผลการศึกษา พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา มีความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของคำตอบที่ตอบถูก เท่ากับ 12.26 ข้อ โดยข้อคำถามที่นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ตอบถูกมากที่สุด คือ การดื่มสุราเป็นการผิดศีลข้อ 5 ส่วนข้อคำถามที่นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ตอบผิดมากที่สุด คือ ข้อวัด สถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ สามารถเป็นที่ดื่มสุรา ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า โดยภาพรวมมีทัศนคติไม่ดีต่อการดื่มสุรา เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า การรณรงค์เมาไม่ขับในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีผลทำให้การดื่มสุราลดลง มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับที่ 1 ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า สถานที่ส่วนใหญ่ที่นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือร้านค้า/ ร้านอาหาร ช่วงเวลาที่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตคือ ดื่ม 1-2 ครั้ง/ เดือน และดื่มเฉพาะงานสังคม ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิสิตนิยมดื่ม คือ เบียร์ เหตุผลที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เพื่อต้องการเข้าสังคมและเหตุผลหลักที่ทำให้นิสิตซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การลดราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลการเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นิสิตภาคพิเศษที่มีเพศ ระดับชั้นปี สถานที่พักอาศัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความรู้ และทัศนคติต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

56930149: MAJOR: GENERAL ADMINISTRATION; M.P.A.

(GENERAL ADMINISTRATION)

KEYWORDS: ALCOHOL DRINKING BEHAVIOR/ UNIVERSITY STUDENTS IN  
SPECIAL STUDY PROGRAMS

SUTTIPONG KRANKEAW: ALCOHOL DRINKING BEHAVIOR AMONG STUDENTS  
IN SPECIAL STUDY PROGRAMS AT BURAPHA UNIVERSITY. ADVISOR: KITTACHET  
KRIVART, Ph.D. 98 P. 2015.

The purpose of this study was twofold. First, it aimed at examining alcohol drinking behavior among students studying in a special study programs at Burapha University. Also, this study attempted to investigate their motive for alcohol drinking as classified by personal factors, including gender, year of study, monthly income, accommodation, knowledge, and attitude. The data were collected by a questionnaire asking 400 university students. The statistical tests used to analyze the collected data included frequency, percentage, means, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA. To test the differences between pairs, LSD with a pre-set of a significant level at 0.05 was operated.

The results of the study revealed that the students' level of knowledge about alcohol drinking was found at a high level with 12.26 items of correct answer for the means score. The item that the majority of students answered correctly was the statement of, "Alcohol drinking is a violation of Buddhist precept Number 5". Also, most of them answered incorrectly the statement of, "People are allowed to drink alcohol in temples, educational institutes, dormitories, and government buildings". In addition, the subjects had a negative attitude toward alcohol drinking. Specifically, they rated with the highest means score for the statement, "Anti-drinking campaigns released during various festivals reduce the numbers of alcohol drinkers". Furthermore, the results indicated that the subjects mostly drank alcohol in different shops and restaurants. They drank on week-ends once or twice a month, or they drank when there were some social gatherings. The most popular type of drink among these subjects was beer. Their motive for alcohol drinking included the fact that they wanted to be part of social gatherings. Also, the discount of alcohol sale price was found to be a major reason for the subjects to drink alcohol. Finally, statistically significant differences were found in drinking behavior among the subjects with different gender, year of study, accommodation, amount of monthly income, knowledge, and attitude at a significant level of 0.05.

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับสุรา.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้.....	29
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	36
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการขายสุราให้เด็กและห้ามเด็กดื่มสุรา.....	43
ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยบูรพา.....	49
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	60
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	61
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	62

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	63
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
เกณฑ์การแปลผล .....	64
4 ผลการวิจัย.....	65
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	66
ตอนที่ 3 ทักษะคิดเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	69
ตอนที่ 4 พฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	72
ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	74
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	80
สรุปผลการวิจัย.....	80
อภิปรายผล.....	81
ข้อเสนอแนะ.....	85
บรรณานุกรม.....	88
ภาคผนวก.....	92
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	98

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 ปริมาณของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ในหนึ่งคืบมาตรฐานของประเทศต่าง ๆ.....	12
2-2 จำนวนนิติตระดับการศึกษาปริญญาตรี ภาคพิเศษ.....	50
2-3 สรุปความถี่ของตัวแปรที่ปรากฏในการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58
3-1 วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) โดยแบ่งตามชั้นปีประเภทการศึกษา.....	61
4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
4-2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	66
4-3 สรุปความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	68
4-4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	69
4-5 สรุปภาพรวมทศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	71
4-6 ข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	72
4-7 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ.....	74
4-8 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามชั้นปี.....	75
4-9 ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามชั้นปี.....	75
4-10 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	76
4-11 ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	76
4-12 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามสถานที่พักอาศัย.....	77
4-13 ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามชั้นปี.....	78
4-14 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามความรู้.....	78

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-15 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามทัศนคติ.....	79
4-16 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	79



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 ผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราของคนไทย.....	2
1-2 ผลการสำรวจภาคที่ดื่มเหล้ามากที่สุด.....	2
1-3 ประเภทของเหล้าที่ประชาชนดื่มมากที่สุด.....	3
1-4 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2-1 SECI Model.....	33

# บทที่ 1

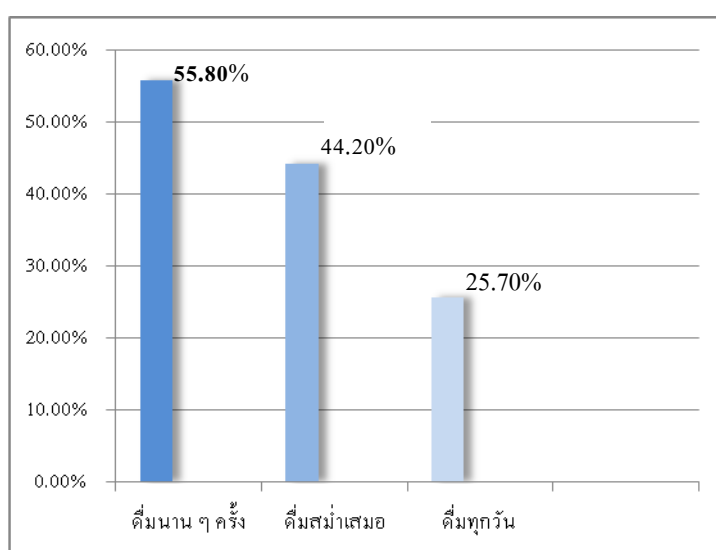
## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

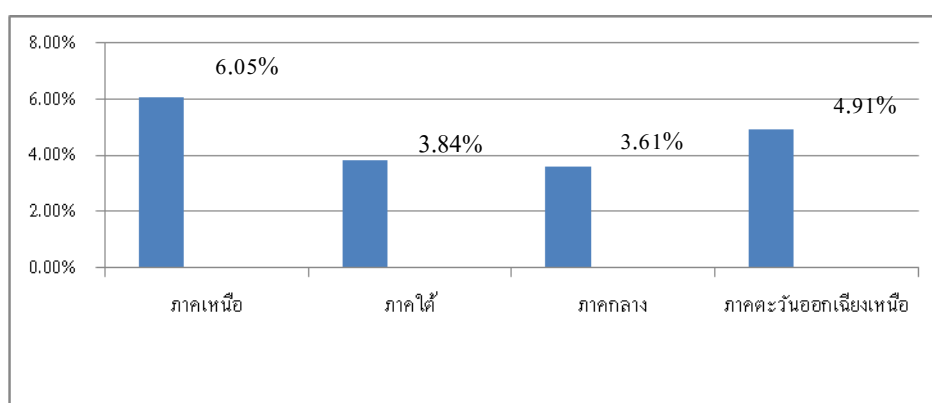
ข้อมูลจากองค์การอนามัยโลก (2012) ระบุมีประชากรทั่วโลกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 2,000 ล้านคน หรือประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรโลก เฉลี่ยดื่มคนละ 6.13 ลิตร สำนักข่าวต่างประเทศรายงานว่า องค์การอนามัยโลก (WHO) เปิดเผยข้อมูลประชากรโลก นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2012 ที่ผ่านมา พบว่ามีผู้เสียชีวิต 3.3 ล้านคน จากสาเหตุต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การดื่มแอลกอฮอล์ นายโเล็กซ์เซสตันอฟ ผู้เชี่ยวชาญด้านโรคเรื้อรังและสุขภาพจิตขององค์การ อนามัยโลก (WHO) เรียกร้องให้รัฐบาลประเทศต่าง ๆ ดำเนินการเพื่อปกป้องประชาชนของตนเอง จากเรื่องดังกล่าว พร้อมย้ำว่า ผู้ชายเสียชีวิตจากการดื่มมากกว่าผู้หญิง และการดื่มสุราทำให้เกิดโรค ต่าง ๆ อีกมากกว่า 200 โรคทั้งนี้ รายงานขององค์การอนามัยโลก ระบุประชากรโลกที่อายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไป จะดื่มแอลกอฮอล์ เฉลี่ยปีละ 6.2 ลิตร ชายยุโรปดื่มสุรามากที่สุดของโลกรัสเซียมากที่สุด ร้อยละ 25 ของผู้ชายทั้งประเทศ เสียชีวิตก่อนจะถึงอายุ 50 ปี เนื่องจากการดื่มเหล้ามากเกินไป อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการดื่มเหล้าในภูมิภาคยุโรป แอฟริกา อเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้ ก่อนข้างทรงตัว แต่ก็เพิ่มขึ้นในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแปซิฟิกตะวันตก

จากการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราของคนไทย โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2554 พบว่าประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 53.9 ล้านคน มีพฤติกรรมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 17.0 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.54 เป็นผู้ที่ดื่มมานาน ๆ ครั้ง 9.5 ล้านคน (ร้อยละ 55.8) และเป็นผู้ที่ดื่มสม่ำเสมอ 7.5 ล้านคน (ร้อยละ 44.2) โดยกลุ่มผู้ที่ดื่มสม่ำเสมอ (5 วัน ต่อสัปดาห์ ขึ้นไป) มีถึงร้อยละ 41.3 ซึ่งในจำนวนนี้เป็นดื่มทุกวัน ร้อยละ 25.7 สำหรับประเภทของสุรา พบว่า นิยมดื่มเบียร์มากที่สุด (เขตเทศบาล 48.4% นอกเขตเทศบาล 40.3%) เมื่อเปรียบเทียบสถิติการดื่ม สุราในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา พบสถิติการดื่มสุราไม่มีความแตกต่าง โดยในปี พ.ศ. 2544 สัดส่วนผู้ดื่ม สุรา ประมาณร้อยละ 32.6 และ ปี พ.ศ. 2554 ร้อยละ 31.5 โดยเพศชาย มีสัดส่วนการดื่มสุราสูงกว่า เพศหญิง เมื่อแยกเป็นรายภาค พบว่า ภาคที่ดื่มเหล้ามากที่สุดคือภาคเหนือ ร้อยละ 6.05 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (4.91%) ส่วนภาคใต้และภาคกลางเป็นภาคที่ดื่มเหล้าในสัดส่วน ที่ใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 3.84 และร้อยละ 3.61 ตามลำดับ สำหรับประเภทของเหล้า ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2554) พบว่า ชาชนบทนิยมดื่มเบียร์มากถึง ร้อยละ 40.3 รองลงมา คือ สุราขาว/ สุรากลั่นชุมชน ร้อยละ 32.8 เหล้าที่เป็นที่นิยมน้อยที่สุด คือประเภทไวน์ (0.3%)

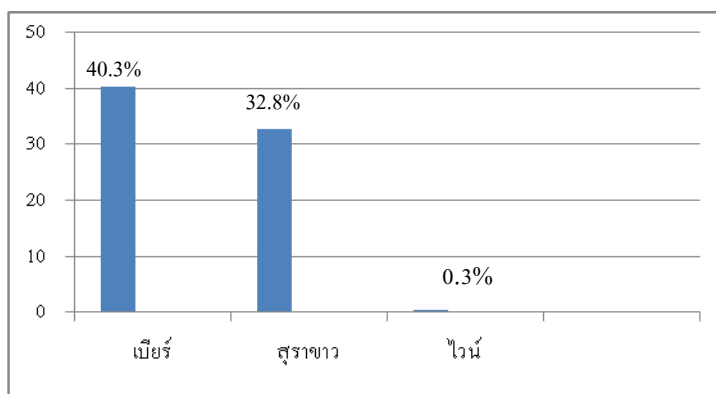
สำหรับความสูญเสียทางเศรษฐกิจจากการดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นอยู่กับปริมาณที่ดื่ม กรณีเพศชาย หากดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับที่อันตรายจะเกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ 360,000 บาทต่อราย ส่วนเพศหญิงจะเกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ 240,000 บาทต่อราย และยังจะทำให้ผู้ชายอายุสั้นลง 3.9 ปี ผู้หญิงอายุสั้นลง 2.2 ปี แนวโน้มการดื่มเหล้าของชาวชนบทในปี พ.ศ. 2557 จากการคำนวณ แนวโน้มนี้ ใช้โปรแกรม Excel โดยใช้สูตร FORECAST ในการคำนวณแสดงว่า ในปี พ.ศ. 2557 ชาวชนบทมีแนวโน้มที่จะการดื่มสุราลดลงเหลือเพียง ร้อยละ 3.2 หากเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2556 มีแนวโน้มลดลงประมาณ ร้อยละ 1.5



ภาพที่ 1-1 ผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราของคนไทย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)



ภาพที่ 1-2 ผลการสำรวจภาคที่ดื่มเหล้ามากที่สุด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)



ภาพที่ 1-3 ประเภทของเหล้าที่ประชาชนดื่มมากที่สุด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

ผลกระทบที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ โดยกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข มีดังนี้คือ ความบกพร่องทางสติปัญญาและการเคลื่อนไหว จะเกิดขึ้นหลังจากการดื่มในแต่ละครั้ง ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปริมาณการดื่มในครั้งนั้น ๆ ด้วยความจำเสื่อมแบบไปข้างหน้า หลังการดื่ม ในปริมาณมาก ๆ เซลล์สมองถูกทำลายเนื่องจากการใช้แอลกอฮอล์ความบกพร่องด้านความจำ ซึ่งรูปแบบที่รุนแรงที่สุด คือ Korsakoff syndrome มีความสัมพันธ์กับการขาดวิตามิน ร่วมกับ การได้รับพิษจากแอลกอฮอล์ โดยจะมีอาการความจำเสื่อมในระยะสั้น แต่รักษาความจำระยะยาว และการคิดย้อนอดีต ได้ดีกว่าอาการผิดปกติที่สมองส่วนหน้า ทำให้เกิดความบกพร่องในด้านการคิด รวบรวมข้อมูล การวางแผน และการจัดระบบภาวะเลือดได้เชื่อมุมสมอง ทั้งเฉียบพลันและเรื้อรัง อาจเกิด หลังจากมีอุบัติเหตุที่ศีรษะซึ่งอาจถูกมองข้ามไปเนื่องจากการได้รับพิษจากแอลกอฮอล์เส้นเลือด ในสมองแตก มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการบริโภคแอลกอฮอล์ที่ก่อให้เกิดอันตราย

พระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีผลตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 โดยมีสาระสำคัญในมาตรา 31 ข้อที่ 4 ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติและห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา ตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติและห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาตาม กฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ตามมาตราที่ 27 ข้อที่ 5 และห้ามมิให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ตามมาตรา 29 (พระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551, 2551) ทั้งนี้เพื่อเป็นการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้าน เศรษฐกิจและสังคม ช่วยเสริมสร้างสุขภาพของประชาชน สร้างความตระหนักถึงพิษภัยของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และป้องกันเด็กและเยาวชน มิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยง่าย

จากการศึกษาข้อมูลพื้นที่โดยรอบมหาวิทยาลัยบูรพา มีร้านเหล้าอยู่เป็นจำนวนมาก อาจส่งผลให้นักศึกษามีพฤติกรรมที่อยากทดลองสิ่งของมีนเมา และมีความเสี่ยงเพิ่มสูงขึ้นจาก มูลเหตุจูงใจหลาย ๆ อย่าง เช่น ความเสี่ยงจากกลุ่มเพื่อน ที่อาจชักชวนกันไปเที่ยวตามสถานบันเทิง หากไม่ไปก็จะเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน ความเสี่ยงจากโปรโมชันการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ของการลด แลก แจก แถมของสถานบันเทิง ซึ่งเป็นสิ่งต้องห้ามและไม่เหมาะสมสำหรับเด็กวัยรุ่น ที่อยู่ในวัยเรียน เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อทั้งในระยะสั้นและระยะยาวในการใช้ ชีวิตประจำวันและการเรียน เนื่องจากนักศึกษาบางกลุ่มหรือบางคนไม่สามารถควบคุมตนเอง ในระหว่างที่ศึกษาเล่าเรียน ขาดระเบียบวินัย เกี่ยวกับ ดื่มนอนสาย ไม่เข้าเรียน ไม่ส่งงาน จนทำให้ หมดสิทธิ์สอบ ไม่สามารถเรียนจบได้ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งก็มีแนวโน้มว่านักศึกษามหาวิทยาลัย บูรพามีพฤติกรรมการดื่มที่มากพอสมควร ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการทำวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนและกำหนดแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มสุรา ของนิสิต

### คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นอย่างไร
2. อะไรเป็นเหตุผลสำคัญในการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. เพื่อศึกษาเหตุผลในการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพา

### สมมติฐานของการวิจัย

1. นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน
2. นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน
3. นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน
4. นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีสถานที่พักอาศัยต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน

5. นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีความรู้ต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน

6. นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีทัศนคติต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในหัวข้อต่าง ๆ คือ แนวคิดเกี่ยวกับสุรา แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการขายสุราให้เด็ก และห้ามเด็กดื่มสุรา ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยบูรพา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2557 ภาคพิเศษ จำนวน 13,093 คน (งานทะเบียนและสถิตินิสิต, 2557) ข้อมูล ณ วันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2554

กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2557 ภาคพิเศษ จำนวน 400 คน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ  $\pm 5$

#### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัย และเก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ. 2558

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา
2. เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนและกำหนดแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดื่มสุราของนิสิต

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในส่วนของ แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำแนวความคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น มากำหนดเป็นกรอบแนวความคิดในเรื่อง “พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา” ดังนี้

### ตัวแปรอิสระ

1. เพศ
2. ระดับชั้น
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
4. สถานที่พักอาศัย
5. ความรู้
6. ทักษะ

### ตัวแปรตาม

#### พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิต

#### ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

#### จำนวน 3 ด้าน คือ

1. ความรู้เกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. ทักษะเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
3. พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่ 1-4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดข้างต้นที่ทำการศึกษา ตัวแปรอิสระ คือ 1. เพศ 2. ระดับชั้น 3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4. สถานที่พักอาศัย 5. ความรู้ 6. ทักษะ ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา”

## นิยามศัพท์เฉพาะ

นิสิต หมายถึง นิสิตระดับปริญญาตรีภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่เคยมีประสบการณ์ในการดื่มสุรา

คณะ หมายถึง คณะที่เปิดสอนระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ประกอบด้วย คณะการจัดการและการท่องเที่ยว คณะการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร คณะพยาบาลศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ คณะโลจิสติกส์ คณะวิทยาการสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ และคณะสหเวชศาสตร์

สุรา หมายถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของบุคคลทั้งที่เป็นการแสดงปรากฏออกมาภายนอก และสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคล ซึ่งไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น ถ่านิยมที่ยึดถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่าง ๆ ทศนคติที่เขามีต่อสิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็น ความเชื่อ ทัศนคติที่เชื่อถือ เป็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้น ๆ

ความรู้สึกลงในการดื่มสุรา หมายถึง อารมณ์ การรับรู้ที่มีผลต่อการดื่มสุรา

มูลเหตุในการดื่มสุรา หมายถึง ต้นเหตุหรือเค้าเรื่องที่ทำให้เกิดการดื่มสุรา

แรงจูงใจในการดื่มสุรา หมายถึง แรงกระตุ้นที่ทำให้เกิดการดื่มสุรา

พฤติกรรมการดื่มสุรา หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกถึงการนำสารแอลกอฮอล์ ที่ทำให้เกิดอาการเมามาเข้าสู่ร่างกาย อาทิ การดื่มสุรา เป็นต้น

การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด การระบวนการตัดสินใจ และการตอบสนองของผู้ซื้อ

การตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่จะซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพทุกประการของสินค้าหรือบริการ แล้วเกิดความประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้น การสร้างความประทับใจ มีความแตกต่างจากการสร้างความพึงพอใจ

การตัดสินใจเลือกร้านค้าที่จะซื้อ หมายถึง ร้านที่จำหน่ายสินค้าที่มีทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ ซึ่งแต่ละร้านค้าควรมีผลิตภัณฑ์ที่ดูเป็นเอกลักษณ์

การตัดสินใจในเวลาที่จะซื้อ หมายถึง ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าชนิดใดก็ตาม จะต้องพิจารณาให้ละเอียดถี่ถ้วน

การตัดสินใจในปริมาณที่จะซื้อ หมายถึง ก่อนการซื้อควรมีการเปรียบเทียบราคาสินค้า และปริมาณที่บรรจุที่จะได้รับ การเปรียบเทียบขั้นต้นนี้สามารถทำให้เราทราบได้ว่าสมควรที่จะซื้อ เป็นจำนวนเท่าใด



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา” ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบ และแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสุรา
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
5. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการขายสุราให้เด็กและห้ามเด็กดื่มสุรา
6. ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยบูรพา
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับสุรา

##### ความหมายของคำว่าสุรา

สุรา หมายถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับ น้ำสุราหรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุรา (พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493, 2546)

สุรา คือ เครื่องดื่มที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ผสมอยู่ปริมาณไม่เกิน 60 ดีกรี (Vol%) ซึ่งถือว่า อยู่ในเกณฑ์ที่คนสามารถใช้ดื่มได้ สุราจัดเป็นสิ่งเสพติดประเภทหนึ่ง เมื่อดื่มสุราจนมีการสะสม ในระดับหนึ่งจะติดสุราและเมื่อหยุดการดื่มแล้วจะมีปฏิกิริยาของร่างกายที่เรียกว่า อาการลงแดง (เกษนภา กิ่งก้าน, 2554)

สุรา หมายถึง เครื่องดื่มที่มีแรงแอลกอฮอล์เกิน 0.5 ดีกรี แต่ไม่เกิน 80 ดีกรี โดยปริมาตร แต่ไม่ถึง 80% และสามารถดื่มได้ (อรรรรณ หุ่นดี, 2536)

สุรา หรือ เหล้า คือ เครื่องดื่มที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ (ชนิดเอทิลแอลกอฮอล์) เป็นส่วนประกอบ ที่สำคัญ โดยแอลกอฮอล์มีฤทธิ์กดระบบประสาทส่วนกลาง ผู้ที่กินเหล้าในปริมาณไม่มาก จะรู้สึก ผ่อนคลาย เนื่องจากแอลกอฮอล์ไปกดจิตได้สำนึกที่คอยควบคุมตนเอง ทำให้กล้าแสดงออกมากขึ้น แต่เมื่อกินมากขึ้นก็จะกดสมองบริเวณอื่น ๆ ทำให้เสียการทรงตัว พูดไม่ชัด จนแม้กระทั่งหมดสติ ในที่สุด (อารีกุล พวงสุวรรณ, 2553)

สุรา (อังกฤษ: Liquor หรือ Spirit) หมายถึง น้ำเมาที่ได้จากการกลั่นสารบางประเภท อาทิ เอทิลแอลกอฮอล์ และเมรัย คือ น้ำเมาที่เกิดจากการหมักหรือแช่ให้เกิดสารบางประเภท เมื่อดื่มแล้วสารนั้นจะออกฤทธิ์กระทบประสาทส่วนกลาง หากดื่มไม่มากอาจรู้สึกอ่อนคลาย เนื่องจากสารกคจิตได้สำนึกที่คอยควบคุมตนเองทำให้กล้ามเนื้อแสดงออกมากขึ้น แต่เมื่อดื่มมากขึ้น ก็จะกดสมองบริเวณอื่น ๆ ทำให้เสียการทรงตัว พูดไม่ชัด จนแม้กระทั่งหมดสติในที่สุด ทั้งสุรา และเมรัยเรียกโดยภาษาปากว่า “เหล้า” (นพดล วรรณิกา, 2552)

สุรา ไม่ได้แปลว่า “เหล้า” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 และ พ.ศ. 2525 แต่แปลว่า “น้ำเมาที่กลั่น” เพิ่งจะมาแปลว่าเหล้าในฉบับปี พ.ศ. 2542 แล้วแปลคำว่า “เหล้า” หมายความว่า “น้ำเมาที่กลั่นหรือหมักแล้ว” (เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล, 2552)

เหล้า คือ เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ชนิดเอทิลแอลกอฮอล์ เป็นส่วนประกอบสำคัญ ออกฤทธิ์กระทบประสาทส่วนกลางผู้ดื่มเหล้าปริมาณไม่มาก จะรู้สึกอ่อนคลาย และเพลิดเพลิน เนื่องจากแอลกอฮอล์ไปกดจิตได้สำนึกที่คอยควบคุมตนเองทำให้กล้ามเนื้อแสดงออกมากขึ้น แต่ถ้าดื่มปริมาณมากจะกดสมองบริเวณอื่น ๆ ทำให้เสียการทรงตัว พูดไม่ชัด และอาจหมดสติหรือตายได้

#### โทษของการดื่ม

1. ความบกพร่องทางสติปัญญา
2. ความบกพร่องทางสติปัญญาและการเคลื่อนไหว จะเกิดขึ้นหลังจากการดื่มในแต่ละครั้ง ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปริมาณการดื่มในครั้งนั้น ๆ ด้วย
3. ความจำเสื่อมแบบไปข้างหน้า หลังการดื่มในปริมาณมาก ๆ เซลล์สมองถูกทำลาย เนื่องจากการใช้แอลกอฮอล์
4. ความบกพร่องด้านความจำ ซึ่งรูปแบบที่รุนแรงที่สุดคือ Korsakoff syndrome มีความสัมพันธ์กับการขาดไทอามีน ร่วมกับการได้รับพิษจากแอลกอฮอล์ โดยจะมีอาการความจำเสื่อมในระยะสั้น แต่การรักษาความจำระยะยาวและการคิดย้อนอดีตได้ดีกว่า
5. อาการผิดปกติที่สมองส่วนหน้า ทำให้เกิดความบกพร่องในด้านการคิดรวบยอด การวางแผน และการจัดระบบ
6. การฝ่อของสมองส่วนซีรีเบลลัม ทำให้เกิดการเดินเซ ทรงตัวได้ไม่ดี
7. ภาวะเลือดได้เชื่อมุมสมอง ทั้งเฉียบพลันและเรื้อรัง อาจเกิดหลังจากมีอุบัติเหตุที่ศีรษะ ซึ่งอาจถูกมองข้ามไปเนื่องจากการได้รับพิษจากแอลกอฮอล์

#### อันตรายของหลอดเลือดสมอง

1. เส้นเลือดในสมองแตก มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการบริโภคแอลกอฮอล์ ที่ก่อให้เกิดอันตราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดื่มในปริมาณมาก ๆ ในคราวเดียวกัน

2. หลอดเลือดสมองอุดตัน มีความสัมพันธ์กับการดื่มที่ก่อให้เกิดอันตรายติดต่อกันเป็นเวลานาน

### **เส้นประสาทส่วนปลายพิการ**

จะมีอาการชาตามเท้า รู้สึกหนาวเหมือนใส่ถุงมือถุงเท้า หรือกล้ามเนื้อกลุ่ม Proximal หรือ Datal อ่อนกำลังลง การฟื้นตัวจะช้ามาก ประมาณ 1 ปี แม้ว่าจะหยุดดื่มอย่างสิ้นเชิงแล้วก็ตาม

### **บาดแผล**

1. การบาดเจ็บที่ศีรษะ
2. ชีวโครงหัก
3. กระดูกขนาดยาวหัก

### **ผลของแอลกอฮอล์ต่อตัวอ่อนในครรภ์**

ในปัจจุบันพบว่าเป็น 1 ใน 2 สาเหตุที่พบบ่อยที่สุด ของการเกิดภาวะปัญญาอ่อน ในประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศ ค่าเฉลี่ย IQ ของเด็กที่ได้รับผลกระทบจากแอลกอฮอล์ จะอยู่ที่ 70 และจะไม่มีพัฒนาการทางด้านสติปัญญาเพิ่มขึ้นตามวัย ใบหน้าจะมีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ สันจมูกยุบ ริมฝีปากบางผิดปกติ ไม่มีกระดูกอ่อนที่ก้น โพรงจมูก พบความผิดปกติของหัวใจได้บ่อย

### **ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

สุราแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

สุรากลั่น คือ สุราที่เกิดจากการเอาน้ำสา (แป้งหรือน้ำตาลหมักด้วยยีสต์ จนเกิด แอลกอฮอล์กลั่น อาจจะมีการเติมสีปรุงกลิ่น แต่งรส ด้วยสารปรุงแต่ง อื่น ๆ แล้วเก็บบ่มต่อไป สุราประเภทนี้ ได้แก่ สุราขาว สุราผสมสุราผสมพิเศษ และสุราปรุงพิเศษ เป็นต้น

สุราไม่กลั่น คือ สุราที่ได้จากการหมักส่ำให้เกิดเป็นน้ำเมาแต่ไม่นำมากลั่นมักจะหมัก จากเมล็ดธัญพืช ผลไม้และน้ำตาลจากพืช เช่น เบียร์ ไวน์ กระแช่ น้ำข้าว น้ำตาลเมา เป็นต้น

### **ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เหล้ากลั่นมีชื่อเรียกต่าง ๆ ออกไปตามวัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิต 1. ตากีลา-Tequila จากกระบองเพชร Agave แห่งเมือง Tequila เม็กซิโก 2. จิน-Gin จากข้าวผสม Juniper ผลไม้ตระกูล เบอรี่ 3. รัม-Rum จากน้ำอ้อยหมัก 4. วอดก้า-Vodka 5. วิสกี้-Whisky/ Whiskey จากข้าวบาเลย์ ข้าวโพด ข้าวไรน์ กลั่นแล้วบ่มในถังไม้โอ๊ก มี Scotch whisky จากสกอตแลนด์ Rye whisky จากแคนาดา Irish whiskey จากไอร์แลนด์ Bourbon whiskey จากอเมริกา 6. บรั่นดี-Brandy หมักองุ่น กลั่นแล้วบ่ม 7. คอนญัก-Cognac ราชาแห่งบรั่นดี

เหล้า มนุษย์คั้นพบน้ำเมาจากผลของการหมัก ย้อนไปได้ถึงสมัยบาบิโลนและอียิปต์ ที่พบว่าถ้าเอาผลองุ่นมาบีบให้แตกแล้วหมักกับข้าวที่หั่นจะได้น้ำที่มีฟองเล็กน้อย ดื่มแล้วรู้สึก

ครีมนอกครีมใจ ส่วนในแง่วิทยาศาสตร์ หลุยส์ ปาสเตอร์ พบเชื้อราชนิดที่เรียกว่ายีสต์ เป็นสิ่งมีชีวิต และใช้น้ำตาลที่ได้จากการย่อยแป้งเป็นอาหาร แล้วถ่ายเอาของเสียออกมา ซึ่งก็คือแอลกอฮอล์ และคาร์บอนไดออกไซด์

เบียร์ หลักฐานบอกว่าการผลิตเบียร์มีมาเป็นเวลานานเกือบ 5,000 ปี บันทึกแคว้น เมโสโปเตเมียราว 2,800 ปีก่อนคริสต์ศักราช พูดถึงการแบ่งปันเบียร์ให้ผู้ใช้แรงงาน สมัยอียิปต์ โบราณก็พบว่ามีการผลิตเบียร์และนิยมดื่มเบียร์อย่างกว้างขวาง มีภาพเขียนและภาพสลักบน แผ่นหินเป็นหลักฐาน

ไวน์ มีต้นกำเนิดในศตวรรษที่ 19 เมื่อหลุยส์ ปาสเตอร์ นักวิทยาศาสตร์คนดังของโลก พบว่า “ยีสต์” หรือเชื้อราขนาดเล็ก เป็นตัวเปลี่ยนน้ำตาลในผลไม้เป็นแอลกอฮอล์ โดยอาศัย ปฏิกิริยาที่ค่อนข้างซับซ้อนการหมักน้ำองุ่นให้กลายเป็นเหล้าเป็นไวน์นั้นเป็นวิธิตามธรรมชาติ โดยยีสต์ที่มีอยู่ตามธรรมชาติของผิวองุ่นให้เป็นแอลกอฮอล์และฟองก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ นอกจากนี้อาจเติมยีสต์เข้าไปอีก เพื่อช่วยกระบวนการหมัก

ไวน์แดงทำมาจากองุ่นแดง ที่หมักเชื้ออุณหภูมิประมาณ 2 สัปดาห์ ด้วยอุณหภูมิ 21-29 องศาเซลเซียส ส่วนไวน์ขาวทำมาจากองุ่นเขียวขาว หมักเชื้อที่อุณหภูมิ 10-15 เซลเซียส นานประมาณ 3-6 สัปดาห์ขั้นตอนคร่าว ๆ ที่ผู้ผลิตไวน์ทำกันก็คือ สกัดน้ำออกมาจากองุ่นก่อน และใส่ถังหมัก เมื่อหมักและกรองตะกอนจากเหล้าองุ่นแล้ว จึงนำเก็บไว้แล้วค่อยบรรจุขวดที่หลัง รสชาติของไวน์ที่ต่างกันนั้น นอกจากจะแตกต่างที่ตัวองุ่นแล้ว ยังขึ้นกับขั้นตอนและเวลาของการหมักอีกด้วย

แชมเปญ คือไวน์ชนิดมีแก๊ส หรือ Sparkling wine เรียกแชมเปญตามชื่อแคว้น Champagne ของฝรั่งเศส อันเป็นที่ซึ่งผลิตไวน์ประเภทนี้ออกมา ทั้งนี้ต้องผลิตจากองุ่น 1 ใน 3 พันธุ์ คือ Pinot noir, Pinot meunier และ Chardonnay ต่างไปจากนั้นจัดเป็นสปาร์กกลิง ไวน์ธรรมดา

วอดก้าไอทีออสเตรีย รวมถึงโปแลนด์ และฟินแลนด์ เหล้าสีขาวใส มีกลิ่นเพียงเล็กน้อย จนแทบไม่รู้สึกรส หนักจากข้าวหรือมันฝรั่งผ่านการกรองและคูดกลั่นจนเหลือสีเจือปนและกลิ่นน้อย ที่สุดมีประวัติว่าวอดก้าถือกำเนิดในโปแลนด์ เมื่อศตวรรษที่ 9 ต่อมาไปแพร่หลายไปในประเทศ แถบยุโรปตะวันออก และรุ่งโรจน์มีชื่อเสียงที่ประเทศรัสเซียในศตวรรษที่ 14 เมื่อทูต สหราชอาณาจักรเดินทางสู่โปมอสโก มีการต้อนรับด้วยเครื่องดื่มวอดก้า จากนั้นวอดก้าก็ได้ ยกในฐานะเป็นเครื่องดื่มประจำชาติชาติรัสเซีย ซึ่งต่อมาผลิตเพื่อการส่งออกด้วย ผู้รับซื้อชาติแรก ที่ถูกบันทึกไว้คือประเทศสวีเดน มีการเซ็นสัญญาซื้อขายใน ค.ศ. 1505 (สุรศักดิ์ ไชยสงค์, 2554)

### มาตรฐานการดื่มแอลกอฮอล์ (Standard drink)

คือ หน่วยอ้างอิงของจำนวนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด โดยจะบ่งชี้ถึงขนาดของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ที่ผสมอยู่ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดนั้น ๆ ซึ่งจะแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ทั้งนี้ จำนวนดื่มมาตรฐานจะขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ และขนาดของภาชนะที่บรรจุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดนั้น ๆ ซึ่งได้แสดงขนาดของ 1 ดื่มมาตรฐานของประเทศต่าง ๆ ไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 2-1 ปริมาณของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ในหนึ่งดื่มมาตรฐานของประเทศต่าง ๆ

ประเทศ	ปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ที่มีในเครื่องดื่มขนาด 1 ดื่มมาตรฐาน (กรัม)
อังกฤษ	8.00
ออสเตรเลีย	10.00
แคนาดา	13.60
สหรัฐอเมริกา	14.00
ญี่ปุ่น	19.75

ซึ่งประเทศไทยของเราใช้มาตรฐานเดียวกันกับประเทศออสเตรเลียคือ 1 ดื่มมาตรฐาน จะมีปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ จำนวน 10 กรัม ซึ่ง 1 ดื่มมาตรฐานสามารถทำให้เกิดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดได้ประมาณ 15-20 mg% ที่สำคัญแอลกอฮอล์ขนาด 1 ดื่มมาตรฐานนั้น ให้พลังงานแก่ร่างกายเพียง 100 แครอรีเท่านั้นและยังไม่มีสารอาหารใดเลย

ทราบหรือไม่ว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชนิดที่บรรจุในขวดที่มีปริมาตรแตกต่างกัน จะมีที่ดื่มมาตรฐาน เรามีวิธีการคำนวณปริมาณแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่มแต่ละประเภทซึ่งคำนวณโดยการนำปริมาณของเครื่องดื่มนั้น (ซีซี) x ร้อยละ (%) หรือดีกรีของแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่มนั้น x 0.789 (ค่ามาตรฐานที่ใช้เปลี่ยนหน่วยของเอทานอลแอลกอฮอล์จากซีซีเป็นกรัมหารด้วย 10 (เครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 10 กรัม เท่ากับ 1 ดื่มมาตรฐาน)

ข้อควรทราบ 1 ดีกรี หรือ 1 กรัมเปอร์เซ็นต์ หมายถึง เอทานอลแอลกอฮอล์ 1 กรัม ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น 100 ซีซี เท่ากับ 0.01 ตัวอย่างเช่น แอลกอฮอล์ 40 ดีกรี = 0.40 เป็นต้น

จากสูตรการคำนวณ 1 ดื่มมาตรฐาน จะต้องทราบปริมาตรของภาชนะที่บรรจุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความเข้มข้นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดนั้น ๆ ด้วย เพื่อจะได้คำนวณและทราบถึงจำนวนดื่มมาตรฐานของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขวดบรรจุขนาดนั้น ๆ ได้

ตัวอย่างการคำนวณหาจำนวนคัมมาตรฐานของเบียร์และสุราในภาชนะบรรจุแต่ละชนิด  
เบียร์ ที่มีความเข้มข้น  $6\% = 0.06$

1. กระป๋อง มีแอลกอฮอล์ 330 ซีซี  $\times 0.06 \times 0.789$  เท่ากับ 15.62 กรัม/ 10 กรัม = 1.56  
หรือประมาณ  $1\frac{1}{2}$  คัมมาตรฐาน

2. ขวดเล็ก มีแอลกอฮอล์ 355 ซีซี  $\times 0.06 \times 0.789$  เท่ากับ 16.80 กรัม/ 10 กรัม = 1.68  
หรือประมาณ  $1\frac{3}{4}$  คัมมาตรฐาน

3. ขวดใหญ่ มีแอลกอฮอล์ 640 ซีซี  $\times 0.06 \times 0.789$  เท่ากับ 30.29 กรัม/ 10 กรัม = 3.03  
หรือประมาณ 3 คัมมาตรฐาน

สุรา ที่มีความเข้มข้น 40 ดีกรี = 0.40

1. เป๊ก มีแอลกอฮอล์ 50 ซีซี  $\times 0.40 \times 0.789$  เท่ากับ 15.78 กรัม/ 10 กรัม = 1.58  
หรือประมาณ  $1\frac{1}{2}$  คัมมาตรฐาน

2. ก๊ก มีแอลกอฮอล์ 150 ซีซี  $\times 0.40 \times 0.789$  เท่ากับ 47.34 กรัม/ 10 กรัม = 4.73  
หรือประมาณ 5 คัมมาตรฐาน

3. แบน มีแอลกอฮอล์ 375 ซีซี  $\times 0.40 \times 0.789$  เท่ากับ 118.35 กรัม/ 10 กรัม = 11.83  
หรือประมาณ 12 คัมมาตรฐาน

4. ขวด มีแอลกอฮอล์ 750 ซีซี  $\times 0.40 \times 0.789$  เท่ากับ 236.7 กรัม/ 10 กรัม = 23.67  
หรือประมาณ 24 คัมมาตรฐาน

เมื่อปริมาตรของภาชนะที่บรรจุเท่าเดิม แต่ความเข้มข้นของแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น  
จะทำให้มีจำนวนคัมมาตรฐานเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นเราจึงควรเลือกดื่มเครื่องดื่มที่มีความเข้มข้น  
ของแอลกอฮอล์ต่ำ ๆ และขนาดเล็ก ๆ ก็จะดื่มได้ในปริมาณที่ไม่มากจนเกินไปและเมื่อเปรียบเทียบกับ  
เกณฑ์การดื่มแบบมีความเสี่ยงต่ำ แล้วก็จะยังทำให้การดื่มเป็นไปอย่างเหมาะสมมากขึ้น  
แต่อย่างไรก็ตาม ให้พึงระลึกไว้เสมอว่า “ไม่มีเครื่องดื่มใด ที่ไม่เสี่ยง”

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

แนวความคิดทฤษฎีที่จะใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วยแนวคิด  
ทฤษฎีที่สำคัญดังต่อไปนี้

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

#### ความหมายของพฤติกรรม

ราชบัณฑิตยสถาน (2525, หน้า 573) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง  
การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายใน

จิตใจและภายนอก อาจทำไปโดยรู้ตัว ไม่รู้ตัว อาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ ผู้อื่นอาจสังเกตการณ์กระทำนั้นได้และสามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้

ชูดา จิตพิทักษ์ (2530, หน้า 2) กล่าวว่า พฤติกรรมนั้น หมายถึง การกระทำของบุคคล ทั้งที่เป็นการแสดงปรากฏออกมาภายนอก และสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคล ซึ่งไม่สามารถ สังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น ค่านิยมที่ยึดถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่าง ๆทัศนคติที่เขามีต่อ สิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็น ความเชื่อ ทัศนคติที่เชื่อถือเป็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้น ๆ

กันยา สุวรรณแสง (2536) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง อาการ บทบาท ลีลา ทำที่ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสหรือวัดด้วยเครื่องมือ พฤติกรรม ที่ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ ตา ปาก จมูก หู และผิวหนัง

ลักขณา สรีวัฒน์ (2544) กล่าวว่า พฤติกรรม ตามความหมายทางจิตวิทยา หมายถึง การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจสังเกตได้โดยตรงและทางอ้อม

สุรพล พะยอมเยี่ยม (2545, หน้า 18-20) กล่าวว่า พฤติกรรม ในทางจิตวิทยานั้น หมายถึง การกระทำอันเนื่องมาจากการกระตุ้นหรือการจูงใจจากสิ่งเร้าต่าง ๆ การกระทำหรือพฤติกรรม เหล่านั้นเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้ผ่านขบวนการกลั่นกรอง ตกแต่งและตั้งใจที่จะทำให้เกิดขึ้น เพื่อให้บุคคลอื่นได้สัมผัสรับรู้พฤติกรรมของบุคคลแม้จะกระทำด้วยสาเหตุจุดมุ่งหมายเดียวกัน แต่จะมีลักษณะอาการแตกต่างกัน เมื่อบุคคล เวลา สถานที่ หรือสถานการณ์เปลี่ยนไปเนื่องจากการกระทำของบุคคลล้วนจะต้องผ่านขบวนการคิดการตัดสินใจ อันประกอบด้วย อารมณ์ และความรู้สึกของผู้กระทำพฤติกรรมนั้น ๆ จึงทำให้พฤติกรรมของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน หรือปรับเปลี่ยนไปตามเรื่องราวที่เกี่ยวข้องเสมอ ด้วยเหตุผลที่ว่าพฤติกรรมแต่ละครั้งเกิดจาก กระบวนการ ซึ่งหากพิจารณาแยกกระบวนการออกเป็น ส่วน ๆ จะพบว่า ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ส่วนการแสดงออกหรือกิริยาท่าทาง (Acting)
2. ส่วนการคิดที่เกี่ยวกับกิริยานั้น (Thinking)
3. ส่วนความรู้สึกที่มีอยู่ในขณะนั้น (Feeling)

บุญทริกา บุญไชยแสน, ศิริพร หงส์ธานี, ศิรินันท์ ปะนะภูเต และนันทนัช ตั้งจตุรโสภณ (2555) กล่าวว่า พฤติกรรม (Behavior) คือ กิริยาอาการที่แสดงออกหรือปฏิบัติภายใต้ตอบเมื่อเผชิญ กับสิ่งเร้า (Stimulus) หรือสถานการณ์ต่าง ๆ อาการแสดงออกต่าง ๆ เหล่านั้น อาจเป็นการ เคลื่อนไหว ที่สังเกตได้หรือวัดได้ เช่น การเดิน การพูด การเขียน การคิด การเต้นของหัวใจ เป็นต้น ส่วนสิ่งเร้าที่มากกระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมก็อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายใน (Internal stimulus) และ สิ่งเร้าภายนอก (External stimulus) สิ่งเร้าภายใน ได้แก่ สิ่งเร้าที่เกิดจากความต้องการทางกายภาพ

เช่น ความหิว ความกระหาย สิ่งเร้าภายในนี้จะมีอิทธิพลสูงสุดในการกระตุ้นเด็กให้แสดงพฤติกรรม และเมื่อเด็กเหล่านี้โตขึ้นในสังคม สิ่งเร้าใจภายในจะลดความสำคัญลง สิ่งเร้าภายนอกทางสังคม ที่เด็กได้รับรู้ในสังคมจะมีอิทธิพลมากกว่าในการกำหนดว่า บุคคลควรจะ แสดงพฤติกรรมอย่างไร ต่อผู้อื่นสิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นต่าง ๆ สิ่งแวดล้อมทางสังคมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5 คือ หู ตา คอ จมูก การสัมผัสสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลที่จะจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรม ได้แก่ สิ่งเร้าที่ทำให้บุคคล เกิดความพึงพอใจที่เรียกว่า การเสริมแรง (Reinforcement) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ การเสริมแรงทางบวก (Positive reinforcement) คือ สิ่งเร้าที่พอใจทำให้บุคคล มีการแสดงพฤติกรรมเพิ่มขึ้น ส่วนการเสริมแรงทางลบ (Negative reinforcement) คือ สิ่งเร้าที่ไม่พอใจหรือไม่พึงปรารถนานำมาใช้เพื่อลดพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาให้น้อยลง เป็นต้น

บุญเกื้อ วัชรเสถียร (2543) กล่าวว่า พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การกระทำหรือ การแสดงออกของสัตว์เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้น (Stimulus) ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นทันทีหรือเกิดขึ้นหลังจากที่ถูกกระตุ้นมาแล้วระยะหนึ่ง

นันทนา สำเภา (2557) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการแสดงออกทุกรูปแบบของสิ่งมีชีวิตเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า ทั้งภายนอกและภายใน เป็นการแสดงออกที่เห็นได้จากภายนอก โดยรูปแบบของพฤติกรรมต่าง ๆ นั้น เป็นผลมาจากการทำงานร่วมกันของพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม

จากความหมายของพฤติกรรมที่กล่าวมาแล้วข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทั้งจากข้างในและข้างนอกจิตใจในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ไม่ว่าจะด้วยท่าทาง คำพูด อากัปกิริยา

### ประเภทของพฤติกรรม

นักจิตวิทยาแบ่งพฤติกรรมมนุษย์ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. พฤติกรรมที่มีมาแต่กำเนิด ซึ่งเกิดขึ้นโดยไม่มีการเรียนรู้มาก่อน ได้แก่ ปฏิกริยาสะท้อนกลับ (Reflect action) เช่น การกระพริบตา และสัญชาตญาณ (Instinct) เช่น ความกลัว การเอาตัวรอด เป็นต้น

2. พฤติกรรมที่เกิดจากอิทธิพลของกลุ่ม ได้แก่ พฤติกรรมที่เกิดจากการที่บุคคลติดต่อกับสังคมและมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม ดังนั้น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์ให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะคือ

2.1 การปรับเปลี่ยนทางด้านของสรีระร่างกาย เช่น การปรับปรุง บุคลิกภาพ การแต่งกาย การพูด



2.2 การปรับเปลี่ยนทางด้านอารมณ์และความรู้สึกนึกคิด ให้มีความสัมพันธ์ภาพที่ดีกับบุคคลอื่น ปรับอารมณ์ความรู้สึก ให้สอดคล้องกับบุคคลอื่น รู้จักการยอมรับผิด

2.3 การปรับเปลี่ยนทางด้านสติปัญญา เช่น การศึกษาค้นคว้าเพื่อให้มีความรู้ที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ การมีความคิดเห็นคล้ายตามความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่

2.4 การปรับเปลี่ยนอุดมคติ หมายถึง การสามารถปรับเปลี่ยนหลักการ แนวทาง บางส่วนบางตอนเพื่อให้เข้ากับสังคมส่วนใหญ่ได้ โดยพิจารณาจากความจำเป็น และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อสวัสดิภาพของตนเองและของกลุ่ม (อรรถ วัลลิวศ์, สุรศักดิ์ ไชยสงค์ และทักษพล ธรรมรังสี, 2553)

ภาณุวัฒน์ ศิวะสกุลราช (2557) กล่าวว่า พฤติกรรมมนุษย์มีความซับซ้อนที่ต้องศึกษาโดยละเอียด แต่อย่างไรก็ตามนักวิชาการได้จำแนกพฤติกรรมมนุษย์ที่เป็นสาระในการศึกษาออกเป็นประเภทต่าง ๆ โดยใช้เกณฑ์ในการจำแนก 5 เกณฑ์ ดังนี้

1. เกณฑ์ในการใช้การสังเกตพฤติกรรมสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท

1.1 ประเภทแรก คือ พฤติกรรมภายนอก (Overt behavior) ซึ่งปรากฏเห็นได้ชัดเจน เช่น การหัวเราะ ยิ้ม ร้องไห้ เป็นต้น

1.2 ประเภทที่สอง คือ พฤติกรรมภายใน (Covert behavior) ซึ่งไม่ปรากฏให้สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจน เช่น ความคิด ความรู้สึก การเข้าใจ ความจำ เป็นต้น

พฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายในมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน กล่าวคือ พฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายในต่างก็เป็นตัวกำหนดซึ่งกันและกัน เช่น ถ้าพฤติกรรมภายใน โศกเศร้า ก็จะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมภายนอกทางสีหน้าแววตาเศร้า ท่าทางเก็บกด เก็บตัว หรือร้องไห้ออกมาได้ ในทำนองเดียวกัน ถ้าพฤติกรรมภายนอกเกรี้ยวกราด ตวาดแม่ไปโดยไม่ตั้งใจ ก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมภายใน คือ รู้สึกผิด และอาจคิดในทางร้ายว่าแม่ไม่รักตน

2. เกณฑ์ด้านแหล่งกำเนิดพฤติกรรม ในการใช้แหล่งที่เกิดเป็นเกณฑ์ พฤติกรรมสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 ประเภทแรก คือ พฤติกรรมวุฒิภาวะ (Maturity) ซึ่งเป็นความพร้อมที่เกิดขึ้นโดยมีธรรมชาติเป็นตัวกำหนดให้เป็นไปได้ตามเผ่าพันธุ์ และวงจรของชีวิต มนุษย์สามารถเกิดพฤติกรรมนั้น ขึ้นมาได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องผ่านประสบการณ์หรือการฝึกฝน เช่น การคลาน การร้องไห้ การนอน เป็นต้น

2.2 ประเภทที่สอง คือ พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned) ซึ่งเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์และการฝึกฝน เช่น การว่ายน้ำ การขี่จักรยาน การอ่านหนังสือ เป็นต้น

3. เกณฑ์ด้านภาวะทางจิตของบุคคล ในการใช้ภาวะทางจิตของบุคคลเป็นเกณฑ์ พฤติกรรมสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.1 ประเภทแรก คือ พฤติกรรมที่กระทำโดยรู้ตัว (Conscious) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับจิตสำนึก เช่น พุด วิ่ง เดิน เป็นต้น

3.2 ประเภทที่สอง พฤติกรรมที่กระทำโดยไม่รู้ตัว (Unconscious) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับจิตไร้สำนึก หรือจิตใต้สำนึก หรือเป็นพฤติกรรมที่ขาดสติสัมปชัญญะ เช่น ผื่น ละเมอ เป็นต้น

4. เกณฑ์ด้านการแสดงออกของอินทรีย์ ในการใช้การแสดงออกของอินทรีย์เป็นเกณฑ์ พฤติกรรมสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.1 ประเภทแรก คือ พฤติกรรมทางกาย (Physical activity) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกโดยใช้อวัยวะของร่างกายอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายด้วยแขน หรือขา การปรับเปลี่ยนอริยาบถของร่างกาย การพยักหน้า การโคลงตัว เป็นต้น

4.2 ประเภทที่สอง คือ พฤติกรรมทางจิต (Psychological activity) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ภายใน เช่น ความคิด ความเข้าใจ หรือการเกิดอารมณ์ เป็นต้น

5. เกณฑ์ด้านการทำงานของระบบประสาท ในการใช้การทำงานของระบบประสาทเป็นเกณฑ์ พฤติกรรมสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

5.1 ประเภทแรก คือ พฤติกรรมที่ควบคุมได้ (Voluntary) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในการควบคุมและสั่งการด้วยสมอง จึงสามารถแสดงพฤติกรรมได้ตามที่ต้องการ เช่น การพูดคุย การแหว่งแขนขา เป็นต้น

5.2 ประเภทที่สอง พฤติกรรมที่ควบคุมไม่ได้ (Involuntary) เป็นการทำงานของอินทรีย์ที่เป็นไปโดยอัตโนมัติ เช่น ปฏิกริยาสะท้อน (สะอึก) สัญชาติญาณ (สะดุ้ง) และการทำงานของระบบอวัยวะภายใน เป็นต้น

จากสาระทั้งหมดที่น่าเสนอจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมครอบคลุมถึงการกระทำทุกอย่างของมนุษย์ทั้งที่ปรากฏชัดเจนและไม่ปรากฏชัดเจน ในอันที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในและสิ่งเร้าภายนอก เพื่อให้เกิดความสมดุลของระบบในร่างกายและจิตใจ ทำให้ตอบสนองความต้องการของอินทรีย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นความสามารถในการปรับตัวและการจัดการกับสภาพการต่าง ๆ ของมนุษย์

#### องค์ประกอบของพฤติกรรม

สุรพล พะยอมแย้ม (2545, หน้า 25-26) ได้แบ่งกระบวนการเกิดพฤติกรรมแต่ละครั้ง ออกเป็นกระบวนการย่อยได้อีก 3 กระบวนการ คือ

1. กระบวนการรับรู้ (Perception process) กระบวนการรับรู้เป็นกระบวนการเบื้องต้นที่เริ่มจากการที่บุคคลได้รับสัมผัสหรือรับรู้ข่าวสารจากสิ่งเร้าต่าง ๆ โดยผ่านระบบประสาทสัมผัส ซึ่งรวมถึงความรู้สึกรับสัมผัส (Sensation) กับสิ่งเร้าที่ได้รับสัมผัสนั้น ๆ ด้วย

2. กระบวนการคิดและเข้าใจ (Cognition process) กระบวนการนี้อาจเรียกได้ว่า “กระบวนการทางปัญญา” ซึ่งประกอบไปด้วยการเรียนรู้ การคิด และการจำ ตลอดจนการนำไปใช้หรือเกิดการพัฒนาจากการเรียนรู้เหล่านั้น ๆ ด้วยการรับการสัมผัสและการรับรู้ไปสู่การคิดและการเข้าใจนี้เป็นระบบการทำงานที่มีความซับซ้อน และเป็นกระบวนการภายในทางจิตที่ศึกษาและสรุปเป็นคำอธิบายที่ชัดเจนได้

3. กระบวนการแสดงออก (Spatial behavior process) หลังจากที่ผ่านมาขั้นตอนของการรับรู้และการคิดและเข้าใจ แล้วบุคคลจะมีอารมณ์ตอบสนองต่อสิ่งที่ได้รับรู้นั้น แต่ยังไม่ได้แสดงออกให้ผู้อื่นได้รับรู้ ยังคงเป็นพฤติกรรมที่อยู่ภายใน (Covert behavior) แต่เมื่อได้คิดและเลือกที่จะแสดงการตอบสนองให้บุคคลอื่นสังเกตได้เราเรียกว่า พฤติกรรมภายนอก (Overt behavior) ซึ่งพฤติกรรมภายนอกนี้เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่มีอยู่ทั้งภายในตัวบุคคลนั้น เมื่อมีปฏิกริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่ง การแสดงออกมาเพียงบางส่วนของที่มีอยู่จริงเช่นนี้ จึงเรียกว่า Spatial behavior

พฤติกรรมมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการ (Cronbach, 1972)

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการที่เกิดขึ้น ความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลาจึงบรรลุความต้องการได้

2. ความพร้อม (Readiness) คือ ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จะดำเนินการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่จะทำกิจกรรมหนึ่งลงไป มนุษย์จะพิจารณาสถานการณ์ก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุดเพื่อสนองความต้องการ

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการกระทำกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจเป็นไปตามที่คาดคิดหรืออาจตรงข้ามก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to thwarting) ในกรณีที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ มนุษย์ก็อาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์และเลือกวิธีการใหม่ ภาณุวัฒน์ ศิวะสกุลราช (2557) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของพฤติกรรมของมนุษย์นั้น แยกออกมาเป็นปัจจัยย่อย ๆ เรียกว่าองค์ประกอบพฤติกรรม ได้แก่ การรับรู้ การเรียนรู้ การคิด สติปัญญา เจตคติ อารมณ์ และความเชื่อ

1. การรับรู้ (Perception) เป็นการแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้าและส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อการแปลความ

2. การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลอย่างค่อนข้างถาวร อันเป็นผลมาจากประสบการณ์หรือการฝึกฝน ไม่ใช่จากการตอบสนองของสัญชาตญาณ อุบัติเหตุ หรือความบังเอิญ โดยกระบวนการเรียนรู้จะเป็นกระบวนการต่อเนื่องเชื่อมโยงจากการรับรู้

3. การคิด (Thinking) เป็นกระบวนการของสมอง ในการสร้างสัญลักษณ์ หรือภาพให้ปรากฏในสมองเพื่อเป็นตัวแทนของวัตถุ สิ่งของ เหตุการณ์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ความสามารถในการคิดนั้นมีความสัมพันธ์ระดับสติปัญญา แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 ความคิดรวบยอด (Concept) เป็นลำดับขั้นที่เกิดจากการทำงานของสมอง ในการจัดกลุ่มหรือการสรุปรวมที่จะทำความเข้าใจในสิ่งของ บุคคล เรื่องราว ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับรู้หรือต่อความคิดเห็น เพื่อให้เกิดความชัดเจน ว่าคืออะไร

3.2 จินตนาการ (Imagination) เป็นการสร้างภาพขึ้นในสมองตามความนึกคิดของตนเองเป็นผลมาจากการสะสมการรับรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ผสมกับความต้องการ ความสนใจ ความคาดหวังอารมณ์และความรู้สึกของบุคคล การจินตนาการในสิ่งเดียวกันของบุคคลแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป

4. สติปัญญา (Intelligence) เป็นความสามารถในตัวบุคคลที่จะทราบได้จากพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออก ระดับของสติปัญญาสังเกตได้จากการแสดงออกที่มีความคล่องแคล่ว รวดเร็ว ความถูกต้อง ความสามารถในการคิด การแก้ปัญหาและการปรับตัว การใช้แบบทดสอบวัด สติปัญญาทำให้ทราบระดับสติปัญญาชัดเจนขึ้น

5. เจตคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกที่แสดงออกมาในทางบวกหรือทางลบ เช่น พอใจ หรือไม่พอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบ ต่อบุคคล หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด สถานะนี้เป็นแรงที่จะกำหนดทิศทางของพฤติกรรมของบุคคลต่อเหตุการณ์ สิ่งของ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง

6. อารมณ์ (Emotion) เป็นสภาวะทางจิตใจ ที่มีต่อสิ่งเร้า ซึ่งมีผลต่อร่างกาย และการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

7. ความเชื่อ (Beliefs) เป็นการยอมรับนับถือเชื่อมั่นในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่บนพื้นฐานของความคิดเหตุผลที่สามารถพิสูจน์ได้ หรืออาจตั้งอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับ ศรัทธา โดยปราศจากเหตุผลหรือการพิสูจน์ใด ๆ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม

เราไม่อาจสังเกตความเชื่อได้โดยตรง แต่จะสังเกตได้จากพฤติกรรมที่บุคคลกระทำ และสันนิษฐานว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากความเชื่อ ความเชื่อไม่จำเป็นต้องมีเหตุผล แต่เป็นการกำหนดขึ้นจากสิ่งที่บุคคลต้องการจะเชื่อในสิ่งใด เขาสามารถเชื่อในสิ่งใด เขาสามารถเชื่อในอะไร และเขาถูกวางเงื่อนไขในสิ่งที่เชื่อมาอย่างไร อีกประการหนึ่งความเชื่อนั้นทำให้เขาตอบสนองความต้องการพื้นฐานได้

### การวัดพฤติกรรม

ในการวัดพฤติกรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและมีความหมายยิ่งขึ้น ควรใช้การวัดพฤติกรรมหลาย ๆ วิธี ดังนี้ (กุลิศรา สุวรรณทิ, 2550)

1. เจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral intention) การวัดเจตนาเชิงพฤติกรรมของบุคคลคือการถามว่า เขาได้วางแผนที่จะทำอะไรบ้างในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น จะพาลูกไปฉีดวัคซีนหรือ เป็นต้น

2. การสังเกตพฤติกรรม (Behavioral observation) ใช้วิธีการสังเกตพฤติกรรมที่เราต้องศึกษาในสถานการณ์ทดลองหรือสถานการณ์จริง

3. ตัวบ่งชี้พฤติกรรม (Behavioral indicators) คือ การรวบรวมข้อมูลการกระทำต่าง ๆ เมื่อบุคคลได้แสดงพฤติกรรมแล้ว เช่น ต้องการรู้ว่าชาวบ้านต้องการดื่มเหล้ายี่ห้ออะไร ก็รวบรวมเหล้ายี่ห้อต่าง ๆ ที่มีขายในร้านค้าของหมู่บ้านว่ายี่ห้อใดขายได้มากที่สุด

การศึกษาตัวบ่งชี้พฤติกรรมนี้ อาจได้รับการสังเกตหลักฐานของพฤติกรรมได้ เพราะพฤติกรรมที่เกิดขึ้นมักจะมีร่องรอยเหลือไว้ให้สังเกต ซึ่งอาจจะติดตัวผู้กระทำพฤติกรรมหรืออยู่ในสิ่งของอื่น ๆ ร่องรอยที่ติดตัวบุคคลผู้กระทำพฤติกรรม เช่น รอยคราบบุหรี่ปั้นหรือที่ปลายนิ้วมือ หรือหน้าตาเศร้าหมองเพราะมีเรื่องกลุ้มใจ เป็นต้น นอกจากนี้หลักฐานพฤติกรรมที่เป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมยังอาจหาได้จากเอกสารและระเบียบต่าง ๆ เช่น หลักฐานการจดทะเบียนสมรสจดหมาย เป็นต้น

4. การวัดพฤติกรรมทางอ้อม (Behavioral measures) คือ การให้บุคคลรายงานสถานการณ์นั้น ๆ

### กระบวนการของพฤติกรรม

กระบวนการของพฤติกรรม จะมีขั้นตอนของกระบวนการเกิดพฤติกรรม 3 กระบวนการ ดังนี้ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2526, หน้า 7-9)

1. กระบวนการรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการที่รับข่าวสารจากสภาพแวดล้อม โดยผ่านทางระบบประสาทสัมผัส กระบวนการจึงรวมความรู้สึก (Sensation) ด้วย
2. กระบวนการรู้ (Cognition) คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิต ที่รวบรวมการเรียนรู้ การจำ การคิด กระบวนการทางจิตดังกล่าวย่อมรวมถึงการพัฒนาด้วย กระบวนการเรียนรู้จึงเป็นกระบวนการทางปัญญาพร้อมกันในกระบวนการเรียนรู้และกระบวนการรู้เกิดจากการตอบสนองทางด้านอารมณ์ (Affect) กั้นกระบวนการรับรู้ กระบวนการรู้ และ กระบวนการทางอารมณ์เป็นพฤติกรรมภายใน
3. กระบวนการเกิดพฤติกรรมในสภาพแวดล้อม (Spatial behavior) คือ กระบวนการ ที่บุคคลมีพฤติกรรมเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม มีสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ผ่านการกระทำ สังเกตได้จากภายนอก เป็นพฤติกรรมภายนอก

#### การสังเกตพฤติกรรม

การสังเกตพฤติกรรมสามารถสังเกตได้ดังนี้ (สมาน มานะกิจ, 2539, หน้า 12)

1. การสังเกตโดยตรง เป็นการสังเกตในขณะที่พฤติกรรมนั้น ๆ กำลังเกิดขึ้นอยู่ การสังเกตโดยวิธีนี้มีข้อบกพร่องในแง่ที่ไม่สามารถจะให้ผู้ถูกสังเกตแสดงพฤติกรรมที่ผ่านไปแล้ว เหมือนอย่างเดิมได้อีก การสังเกตจึงต้องละเอียดรอบคอบทุกแง่ทุกมุมในขณะที่พฤติกรรมนั้น ๆ กำลังเกิดขึ้น การสังเกตโดยตรงแบ่งตามลักษณะการสังเกตได้ดังนี้

1.1 สังเกตโดยการเข้าร่วมสังเกต กระทำตนเป็นเสมือนสมาชิกของกลุ่มนั้น ๆ เช่น เข้าไปอยู่ร่วมกับชาวบ้าน และบันทึกพฤติกรรมไปเรื่อย ๆ วิธีนี้ใช้กันมากในวิชามานุษยวิทยา (Anthropology) ในทางสาธารณสุขก็อาจใช้ได้ โดยการให้สาธารณสุขตำบลผู้ใกล้ชิดกับชาวบ้าน เป็นผู้สังเกตพฤติกรรมต่าง ๆ ของชาวบ้าน โดยไม่ให้ชาวบ้านรู้ตัว

1.2 ลอบสังเกต ทำเป็นปิดบังซ่อนเร้น ผู้สังเกตอาจทำได้โดยใช้กล้องส่องทางไกลดู พฤติกรรม เช่น การสังเกตชีวิตสัตว์ป่าของนักนิยมไพร หรืออาจทำได้โดยใช้กระจกทางเดียว (One-way mirror) ซึ่งด้านหนึ่งเป็นกระจกใสสามารถมองเห็นได้ ส่วนอีกด้านเป็นกระจกเงา ไม่สามารถมองเห็นได้หลังกระจก ใช้สังเกตพฤติกรรม

2. การสังเกตทางอ้อม เป็นการสังเกตพฤติกรรมซึ่งผ่านการถ่ายทอดด้วยเครื่องมือ อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น สังเกตจากการถ่ายภาพยนตร์ไว้

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ

Kotler (1999) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจ ที่ทำให้เกิด การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิด ความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่ง เปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่จะ ได้รับความพึงพอใจจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แม้จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

1. พฤติกรรมของผู้ซื้อ ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายสินค้าจะสนใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค (Buyer behavior) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการปฏิบัติการบริโภค ซึ่งหมายถึง การกระทำของบุคคล ใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยเงิน และรวมทั้งกระบวนการ ตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีกระบวนการกระทำนี้ พฤติกรรมของผู้ซื้อนั้นเราหมายรวมถึงผู้ซื้อ ที่เป็นอุตสาหกรรม (Industrial buyer) หรือเป็นการซื้อบริษัทในอุตสาหกรรมหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ แต่พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเรานั้นเน้นถึงการซื้อของผู้บริโภคเอง ปกติเรามักใช้คำว่า พฤติกรรม ของลูกค้า (Customer behavior) แทนกันกับพฤติกรรมผู้ซื้อ ได้คำทั้งสองคือ พฤติกรรมผู้ซื้อและ พฤติกรรมลูกค้านี้เป็นความหมายเหมือนกัน และก่อน ไปในแง่ลักษณะในทางเศรษฐกิจของ การบริโภคมากกว่า

2. การซื้อและการบริโภค คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น ในความหมายที่ถูกต้อง มิใช่ หมายถึง การบริโภค (Consumption) แต่หากหมายถึง การซื้อ (Buying) ของผู้บริโภค จึงเน้นถึง ตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญและที่ถูกต้องแล้ว การซื้อเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งของการตัดสินใจและ ไม่สามารถแยกออกได้จากการบริโภคสินค้า ทั้งที่กระทำโดยตัวผู้ซื้อเองหรือบริโภคโดยสมาชิก คนอื่น ๆ ในครอบครัวซึ่งมีผู้ซื้อทำตัวเป็นผู้แทนให้การซื้อแทนนั้น ผู้ซื้อแทนจะเป็นผู้ทำงานแทน ความพอใจของผู้ที่จะบริโภคอีกต่อหนึ่ง ด้วยเหตุผลนี้เอง ผู้วิเคราะห์การตลาดจึงต้องระวังอยู่เสมอ ถึงความสัมพันธ์นั้น

### การตัดสินใจ

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problem/ Need recognition) ในขั้นตอนแรก ผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการในสินค้าหรือการบริการซึ่งความต้องการหรือ ปัญหาเหล่านั้นเกิดขึ้นมาจากความจำเป็น (Needs) ซึ่งเกิดจาก

1.1 สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal stimuli) เช่น ความรู้สึกหิวข้าว ทรายน้ำ เป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอก (External stimuli) อาจเกิดจากการกระตุ้นของส่วนประสม ทางการตลาด (4 P's) เช่น เห็นขนมเค้กน่ากิน จึงรู้สึกหิว, เห็นโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์-กิจกรรม ส่งเสริมการตลาดจึงเกิดความรู้สึกอยากซื้อ อยากได้, เห็นเพื่อนมีรถใหม่แล้วอยากได้ เป็นต้น

2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ลำดับขั้นต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งเป็น

2.1 แหล่งบุคคล (Personal sources) เช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก ที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.2 แหล่งทางการค้า (Commercial sources) เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจุกภัณฑ์

2.3 แหล่งสาธารณชน (Public sources) เช่น การสอบถามจากรายละเอียดของสินค้าหรือบริการจากสื่อมวลชน หรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experiential sources) เกิดจากการประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาก่อน

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้วในขั้นต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก โดยในการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ บริการหลังการขาย ราคาขายต่อหน่วย เป็นต้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคก็จะเข้าสู่ในขั้นของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์

4.2 ด้านตราสินค้า

4.3 ด้านร้านค้า

4.4 ด้านเวลา

4.5 ด้านปริมาณ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) หลังจากที่ถูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้วนั้น นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจ ภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ถูกค้าทำ

จากแนวคิดการตัดสินใจ สรุปได้ว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด โดยมีปัจจัย คือ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า สังคม และกลุ่มทางสังคมทัศนคติของผู้บริโภค เวลาและโอกาส



### พฤติกรรมกรรมการดื่มสุราของวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน

ข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO) พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์มากจัดเป็นอันดับ 5 ของโลก และปัจจุบันนี้มีจำนวนผู้ดื่มสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น กลุ่มที่น่าเป็นห่วงซึ่งเป็นที่น่าตกใจใหม่ คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีนักดื่มมากขึ้น โดยวัยรุ่นเพศชาย อายุ 11-19 ปี ที่บริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ มีจำนวนประมาณ 1.06 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 21.23 ของประชากรในกลุ่มอายุนี้ ปรากฏการณ์ที่น่าเป็นห่วงคือ นักเรียนชายและหญิงระดับชั้นมัธยมปลาย และระดับปวช. ที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ ร้อยละ 50 เริ่มดื่มเมื่ออายุต่ำกว่า 15 ปี ทั้งนี้ ผู้ชายเริ่มต้นดื่มในอายุน้อยกว่าผู้หญิง แต่กลุ่มผู้หญิงวัย 15-19 ปี เป็นกลุ่มที่น่าจับตามากที่สุด เนื่องจากการเพิ่มจำนวนเกือบ 6 เท่า คือจากร้อยละ 1.0 เป็นร้อยละ 5.6 และในกลุ่มหญิงในวัยนี้เป็นผู้ดื่มประจำถึง ร้อยละ 14.1 (ดื่ม 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ถึงดื่มครั้งวัน) ปัญหาการติดสุราและการดื่มสุราเป็นปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในวัยผู้ใหญ่เท่านั้นแต่ยังเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับเยาวชนของเราที่มีอายุระหว่าง (12-19 ปี) ที่ดื่มสุราและเบียร์ โดยผู้ชายดื่มมากกว่าหญิง 9 เท่า โดยเฉพาะนักดื่มหน้าใหม่ที่ผู้ผลิตเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เด็กผู้หญิง (วัยรุ่นหญิงอายุ 15-19 ปี มีจำนวนการดื่มสุราเพิ่มขึ้นถึง 6 เท่าตัว)

จากการสำรวจสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ประชากรอายุกลุ่มเยาวชนอายุ 15-24 ปี เป็นกลุ่มที่มีการดื่มสุราและเครื่องดื่มมีนเมา ร้อยละ 23.5 โดยชายมีอัตราการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มมีนเมาสูงกว่าหญิงในทุกกลุ่มอายุและในประเทศไทย พบว่า วัยรุ่นที่เริ่มดื่มสุราครั้งแรกเมื่ออายุ 15 ปี มีความสัมพันธ์กับการติดสุรา (Alcohol dependent) มากกว่าวัยรุ่นที่ดื่มสุราครั้งแรกเมื่ออายุ 20 ปี ถึง 5 เท่า นอกจากนี้ การดื่มสุราเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกโดยไม่ตั้งใจ และมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย รวมทั้งก่อให้เกิดความรุนแรงระหว่างวัยรุ่นด้วยกัน และต่อผู้ใหญ่ด้วย นำไปสู่สาเหตุการตาย 3 อันดับ จากอุบัติเหตุรถยนต์ การฆ่าตัวตาย การฆ่าผู้อื่นตาย ล้วนมีการดื่มสุราและของมีนเมาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยสาเหตุที่เด็กวัยรุ่นมีการดื่มสุราเพราะ

1. เพื่อนชักชวนให้ดื่ม การเข้ากลุ่มเพื่อนและต้องการเป็นที่ยอมรับของเพื่อน เมื่อเพื่อนชวนก็เลยยอมตามเพื่อน
2. เพื่อความสนุกสนาน ร่วมวงกับเพื่อน ๆ แล้วเกิดความสนุกสนาน
3. ถูกยั ถูกทำทายเป็นให้ดื่มสุรา เช่น “ไม่ดื่มไม่ใช่ชาย” “ถ้าเป็นชายจริงต้องดื่ม”
4. ดื่มสุราตามเทศกาล ดื่มเพื่อเพิ่มความสนุกสนาน
5. ดื่มเพื่อคลายความทุกข์ เมื่อมีความทุกข์ใจ การดื่มสุราจะทำให้ผู้ดื่มมีความรู้สึกตัวน้อยลง มีความสุขเพิ่มขึ้น อยากสนุกมากขึ้น จึงทำให้ดื่มความทุกข์ใจได้ชั่วคราว

6. ดื่มเพื่อลดปมค้อยโดยการแสดงพฤติกรรมเด่น การดื่มสุราทำให้เกิดความกล้าที่จะแสดงพฤติกรรมที่ปกติไม่กล้าแสดงออก สิ่งที่เกิดขึ้นก็จะแสดงออกมาโดยไม่คำนึงว่าจะทำให้ใครเดือดร้อนหรือโดยไม่กลัวกฎหมายลงโทษ เช่น ปกติไม่กล้าสู้คน เป็นคนเก็บกด ก็เอะอะ โวยวาย พุดเสียงดัง คุยโว ทำดีทำต่อๆ บางคนอวดร่ำอวดรวย แจกเงิน ฯลฯ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นมี 3 ปัจจัย คือ เพศ อายุ ที่พักอาศัย ทักษะคิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค่านิยมการไม่ดื่ม และการรับรู้ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยเอื้อ คือ การเข้าถึงแหล่งซื้อขาย และความสัมพันธ์ของครอบครัว ส่วนปัจจัยเสริม ได้แก่ พฤติกรรมการดื่มของเพื่อนสนิท และการรับอิทธิพลจากสื่อโฆษณา ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าว มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยปัจจัยนำเข้า ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริมบางกลุ่มที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น เช่น รายได้ที่ได้รับ การศึกษาของบิดามารดา ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เหตุจูงใจก่อนดื่ม เป็นต้น แต่เมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลหลัก คือ เพื่อนสนิทที่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีอิทธิพลมากที่สุดในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

ลักษณะของความสัมพันธ์กับเพื่อนมีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น เพราะเพื่อนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มสุราของวัยรุ่น ซึ่งเป็นได้ทั้งการปรับพฤติกรรมการดื่มให้เหมือนเพื่อน และชักชวนให้เพื่อนดื่ม เพื่อนอาจเป็นผู้ส่งเสริมให้ดื่มหรือหยุดดื่ม และเพื่อนสามารถช่วยเพื่อนให้หยุดดื่มได้ คำถาม คือ อิทธิพลของเพื่อนจะกระทบต่อการดื่มสุร่าเท่ากันหรือไม่ในแต่ละกลุ่ม ความสัมพันธ์ของเพื่อนมีหลายรูปแบบ ความสัมพันธ์กับเพื่อนอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน คือ พฤติกรรมการดื่มสุราอันเนื่องมาจากอิทธิพลของเพื่อนสนิท เช่น ชนิดของเพื่อนและลักษณะของเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้พฤติกรรมที่วัยรุ่นจะถูกครอบงำโดยเพื่อน นั่นคือ ผู้ที่ดื่มสุรามักมีเพื่อนดื่มสุรา เป็นต้น

ปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พบว่า ประชากร มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และผลเสียจากพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า มีทรัพย์สินเสียหายจากอุบัติเหตุจราจร และความสูญเสียทางอ้อม เช่น การหยุดงาน เป็นต้น และพบว่ากลุ่มวัยรุ่นและเยาวชนชายได้รับอุบัติเหตุสูงจากการเมาแล้วขับ ถูกคนเมาชน และโดยสารในรถที่คนเมาขับ ส่วนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ที่สำนักงานสถิติแห่งชาติ ทำการสำรวจครั้งล่าสุดในปี พ.ศ. 2550 พบว่า ประชากรกว่า 15 ล้านคน หรือคิดเป็น 30% ของประชากรดื่มสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

เป็นพฤติกรรมที่น่าเป็นห่วงและส่งผลกระทบต่อสุขภาพอย่างยิ่ง โดยเฉพาะสมองที่ยังไม่เจริญเติบโตเต็มที่ เช่น การดื่มสุราทั้ง ๆ ที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายอนุญาตให้ดื่มสุรา ซึ่งส่งผลเสียตามมามากมาย เช่น อ้วน ความดันโลหิตสูง ความผิดปกติของสมอง-พฤติกรรม-เชาวน์ปัญญา พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ อุบัติเหตุบนท้องถนน ผลการเรียนตกต่ำ และการติดสุรา เมื่อเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ที่สำคัญอาจก่อให้เกิดก่ออาชญากรรมทางเพศมีแนวโน้มที่จะทำร้ายเหยื่ออย่างรุนแรง โดยผู้กระทำมักมีการเมาสุราก่อนหรือระหว่างการทำร้ายทางเพศ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพร่างกาย จิตใจ ครอบครัว และสังคมได้ สุราจะมีผลกระทบกับคนมากขึ้นเรื่อยๆ ขึ้นอยู่กับปริมาณ ความถี่ และความถี่ในการดื่ม เป็นหลัก และสิ่งที่มีปัจจัยร่วมที่สำคัญคือ อายุ เพศ น้ำหนักตัว ความต้านทานต่อสุรา ช่วงเวลาของวันขณะดื่ม ดื่มขณะท้องว่างหรืออิ่ม กำลังเหนื่อยหรือปกติ และกำลังใช้สารเสพติดชนิดอื่นร่วมด้วยหรือไม่ สำหรับในรายที่ดื่มมากเกินไป ดื่มเป็นประจำเป็นเวลานาน ๆ สามารถทำให้เกิดปัญหาที่รุนแรง คือ การติดสุรา และที่แน่ ๆ ปัญหาที่ตามมาคือ ปัญหาครอบครัวมีการทะเลาะเบาะแว้งกัน ครอบครัวแตกแยก ส่งผลถึงลูกด้วย ทำให้เกิดหนี้สิน ปัญหาการงาน ขาดความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน ประสิทธิภาพการทำงานต่ำ มีปัญหากับผู้ร่วมงาน และอาจต้องออกจากงานเป็นคนตกงาน ท้ายที่สุดคือปัญหาสุขภาพ ทั้งทางร่างกายและจิตใจ เช่น โรคตับแข็ง เลือดออกในกระเพาะอาหาร จี๊ดม ขาดสติ อาจทำร้ายผู้อื่น หรือขับรถโดยประมาท ทำให้ผู้อื่นบาดเจ็บหรือเสียชีวิต ซึมเศร้า มีอาการทางจิตหลายคน อาจเข้าใจผิดว่าสุราหรือเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์เป็นสารกระตุ้นประสาท เพราะหลังจากการดื่มไปสัก 2-3 แก้ว มักรู้สึกว่เริ่มควบคุมตัวเองไม่ได้ เริ่มกล้าพูด แต่ความจริงแล้วเป็นสารเสพติดประเภทกดประสาท ซึ่งจะทำให้สมองทำงานช้าลง อารมณ์เศร้า กิดช้า ถ้าดื่มมากขึ้นอาจพูดไม่รู้เรื่อง อ้อแอ้ เดินไม่ตรงทาง สับสน ขาดสติได้

สำนักงานสาธารณสุขจึง ได้มีการดำเนินงานรณรงค์แก้ไขปัญหาลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยดำเนินงานควบคู่ไปกับรณรงค์บังคับใช้กฎหมายห้ามจำหน่ายสุราและบุหรี่แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี เพื่อบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติสุรา ปี 2493 และพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 สิ่งที่ต้องดำเนินการในปี พ.ศ. 2552 คือสำรวจปัญหาผลกระทบของครอบครัว สังคมที่ได้รับจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญห และเป็นข้อเสนอแนะในการลดปริมาณการดื่มสุราได้ก็จะส่งผลต่อการลดความรุนแรงในครอบครัว ลดปัญหาการเกิดอุบัติเหตุจราจร ลดภาระพ่อแม่ผู้ปกครอง และลดภาระทางสังคมลงไปด้วย

### พฤติกรรมการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

บุญเสริม หุตะแพทย์, ชินรัตน์ สมสืบ, ประกายรัตน์ ภัทรชิต, สุรพร เลียนสลาย และ กุลกานต์ อภิวัฒน์ลังการ (2549) ศึกษาพฤติกรรมการณ์บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผลกระทบของการณ์บริโภคสุรา ผลการวิจัยพบว่า เยาวชน 45.3 เปอร์เซ็นต์ เคยดื่มสุรา และ 97.6 เปอร์เซ็นต์ ของผู้เคยดื่มยังคงดื่มมาจนถึงปัจจุบัน

Feldman, Harvey, Holowaty, and Shortt (1999) สํารวจในนักเรียนชาวแคนาดา ที่กำลังศึกษาระดับ ม.3-ม.6 จำนวน 1,236 คน พบว่า ร้อยละ 24 เป็นกลุ่มที่ไม่เคยดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 22 เคยทดลองดื่ม ร้อยละ 39 เป็นนักดื่มแอลกอฮอล์ และร้อยละ 11 จัดเป็นนักดื่มหนัก (มากกว่า 5 แก้วต่อวัน) ในจำนวนนี้ มีร้อยละ 5 เป็นผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม

อายุที่เยาวชนส่วนใหญ่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก พบว่า มีแตกต่างกัน การศึกษาของบุญเสริม หุตะแพทย์ และคณะ (2549) พบว่าเมื่ออายุ 14 ปี โดยดื่มกับเพื่อนดื่มเพราะต้องการทดลองดื่ม และนิยมดื่มเบียร์

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มสุราในเชิงบวก คือ อายุ เจตคติและความเชื่อเกี่ยวกับการดื่มสุรา การรับรู้ความสัมพันธ์ของพ่อแม่และพี่น้อง อิทธิพลเพื่อนและสื่อ และการเข้าถึงแหล่งซื้อ-ขายสุรา และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ คือ คะแนนเฉลี่ย ความเชื่อมั่นในตนเอง ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง การมีวินัยในตนเอง การควบคุมการดื่มสุราของพ่อแม่ และการรับรู้โทษของสุรา ปัจจัยที่ทำนายพฤติกรรมการณ์ดื่มสุราได้ดีที่สุด คือ ความเชื่อเกี่ยวกับการดื่มสุรา อิทธิพลสื่อ การรับรู้ความสัมพันธ์ของพ่อแม่ การเข้าถึงแหล่งซื้อ-ขายสุรา และอิทธิพลเพื่อน ผลการวิจัยเชิงคุณภาพแสดงให้เห็นว่าครอบครัวและสิ่งแวดล้อมสนับสนุนให้เยาวชนเข้าถึงแหล่งซื้อ-ขายสุราได้ง่าย

ผลการสำรวจด้านความถี่ของการณ์ดื่มสุราของนักศึกษาในปัจจุบันส่วนใหญ่จะดื่ม 1-2 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 38.8) มีการดื่มสุราที่ผับ บาร์ เชน (ร้อยละ 31.3) ส่วนใหญ่จะไม่ดื่มในมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 76.8) สถานที่ดื่มในมหาวิทยาลัยมากที่สุด คือหอพักนักศึกษา (ร้อยละ 9.2)

ปริมาณการดื่มแต่ละครั้งจะดื่มหนึ่งกลม/ขวด (ร้อยละ 28.3) รองลงมาคือ 3-4 แก้ว (ร้อยละ 24.4) ค่าใช้จ่ายในการดื่ม 100-200 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 58.9) เวลาในการดื่มเฉลี่ย 3-4 ชั่วโมง/ครั้ง (ร้อยละ 60.7) (สุทธิรักษ์ ไชยรักษ์ และคณะ, 2553) นอกจากนี้ นักศึกษาที่ดื่มสุราจะดื่มประมาณ 7 แก้วต่อครั้ง และนักศึกษาที่ดื่มสุราผสมจะดื่มประมาณ 7 แก้วต่อครั้ง

ประเภทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมคือ ดื่มสุราผสม (ร้อยละ 49.9) รองลงมาคือ ดื่มสุรา (ร้อยละ 41.2) เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.8) นิยมดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งนักศึกษาที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ดื่มเป็นบางโอกาส (ร้อยละ 85.5) รองลงมาคือ ดื่มเฉพาะวันหยุด (ร้อยละ 9.7)

## พฤติกรรมกรซื้อ

จำลองพฤติกรรมผู้บริโภค จะแสดงให้เห็นถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's black box) ที่เปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิต หรือนักการตลาดไม่สามารถคาดคะเนได้เมื่อผู้บริโภครับรู้ต่อสิ่งกระตุ้นและเกิดความต้องการแล้วจึงจะเกิดการซื้อหรือการตอบสนอง (Response) ขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สิ่งกระตุ้นภายนอกของผู้ซื้อ (Stimuli) สิ่งทีกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเกิดจากแรงกระตุ้นภายในร่างกายของผู้บริโภคเอง เช่น ความหิว ความกระหาย หรืออาจเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอก ซึ่งได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ส่วนมากนักการตลาดจะให้ความสำคัญกับสิ่งกระตุ้นภายนอก โดยพยายามจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก โดยเฉพาะสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าขึ้น

### 1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimuli)

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดเป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ซึ่งประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามสะดุดตา สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินหรือการเสนอส่วนลดที่ดีกว่าคู่แข่ง สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีการจัดผลิตภัณฑ์ให้มีจำหน่ายอย่างทั่วถึง และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การลดแลกแจกแถม การโฆษณาที่สม่ำเสมอ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้หากนักการตลาดสามารถเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และสามารถจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าแล้วย่อมจะเป็นเครื่องมือที่สามารถจะกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการได้ ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมกรซื้อในที่สุด

### 1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimuli)

สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ จะเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกองค์กรและนักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคจะมีผลต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภค สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคต้องการใช้โทรศัพท์มือถือกันมากขึ้น สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีผลต่อความต้องการในสินค้าชนิดนั้น และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีในเทศกาลต่าง ๆ จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้าบางอย่างในเทศกาลนั้น ๆ เป็นต้น

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เป็นส่วนที่ได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristic) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจาก ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา (ซึ่งจะได้กล่าวถึง รายละเอียดต่อไป) และยังได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ที่ประกอบได้ด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ (รายละเอียดจะได้กล่าวถึง ในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ)

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's responses) การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ที่จะมาตอบสนองความต้องการ เช่น เลือกข้าวต้มกึ่งเป็นอาหารเช้าหรือเลือก นมสดเป็นอาหารเช้า การเลือกตราสินค้า (Brand choice) เช่น หากต้องการดื่มนมเป็นอาหารเช้า แล้วจะดื่มนมสดตราอะไร การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase time) การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase amount) เป็นต้น

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้

### ความหมายของความรู้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้กำหนดไว้ว่า “ความรู้” คือ สิ่งที่ตั้งสม มาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะ ความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือการปฏิบัติองค์วิชาในแต่ละสาขา

ความรู้ (Knowledge) ยังหมายถึง การใช้ข้อมูลและสารสนเทศที่มีคุณค่าซึ่งมีการนำ ประสบการณ์ วิจารณ์ญาณ ความคิด ค่านิยม และปัญหาของมนุษย์มาวิเคราะห์ เพื่อนำไปใช้ในการ ทำงานหรือการแก้ปัญหา ความรู้จะช่วยตอบคำถามว่า “อย่างไร” (How questions) ทำให้เข้าใจ รูปแบบของความสัมพันธ์

ความรู้ (Knowledge) จะเป็นภูมิปัญญา หรือ Wisdom เมื่อความรู้ที่นำไปใช้เพื่อ การตัดสินใจในประเด็นที่สำคัญ หรือ ระบุว่าความรู้ที่ผ่านการปฏิบัติและพิสูจน์ว่าได้ผลมาอย่าง ยาวนาน ซึ่งการนำเอาข้อมูลมากองรวมกันไม่ได้ทำให้เกิดข่าวสารมากองรวมกันไม่ได้เป็นความรู้ การนำเอาความรู้มากองรวมกันไม่ได้เป็นปัญญา เพราะข่าวสาร ความรู้ ปัญญา มีอะไรที่มากกว่า การนำเอาส่วนประกอบต่าง ๆ

ความรู้ (Knowledge) ที่ชัดเจนหรือที่เขียนระบุไว้ หมายถึง ความรู้ที่สามารถถ่ายโอน

ในภาษาที่เป็นทางการและเป็นระบบ ในทางกลับกันความรู้ฝังลึกนั้นมีลักษณะที่ขึ้นกับบุคคล ซึ่งทำให้การระบุอย่างเป็นทางการและการสื่อสารทำได้

ความรู้ หมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะ วิธีการและกระบวนการต่าง ๆ โดยเน้นในเรื่องของกระบวนการทางจิตวิทยาของความจำ อันเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับการจัดระเบียบ

### ประเภทของความรู้

แนวคิดในการแบ่งประเภทความรู้ที่น่าสนใจและได้รับความนิยมน้อยแพร่หลาย เป็นของ Polanyi and Nonaka (1991) โดยเป็นแนวคิดที่แบ่งความรู้ออกเป็น 2 ประเภท คือ

ความรู้ทั่วไป หรือความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้ง เรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม การจัดการความรู้เด่นชัด จะเน้นไปที่การเข้าถึงแหล่งความรู้ ตรวจสอบ และตีความได้เมื่อนำไปใช้แล้วเกิดความรู้ใหม่ ก็นำมาสรุปไว้ เพื่อใช้อ้างอิง หรือให้ผู้อื่น เข้าถึงได้ต่อไป

ความรู้เฉพาะตัว หรือความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จาก ประสบการณ์ พรสวรรค์ หรือ สัญชาตญาณ ของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้ง่าย เช่น ทักษะ ในการทำงาน งานฝีมือ การจัดการความรู้ซ่อนเร้น จะเน้นไปที่การจัดเวทีเพื่อให้มีการแบ่งปัน ความรู้ที่อยู่ในตัวผู้ปฏิบัติทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันอันนำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ที่แต่ละคน สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ต่อไป

ซึ่งความรู้ 2 ประเภทนี้จะเปลี่ยนสถานภาพ สลับปรับเปลี่ยนไปตลอดเวลา บางครั้ง Tacit ก็ออกมาเป็น Explicit และบางครั้ง Explicit ก็เปลี่ยนไปเป็น Tacit จากความรู้ทั้ง 2 ประเภท สัดส่วน ของความรู้ในองค์กรจะพบว่า ส่วนใหญ่เป็นความรู้แบบฝังลึกมากกว่าความรู้แบบชัดแจ้ง สัดส่วน ได้ประมาณ 80:20 ซึ่งเปรียบเทียบได้กับภูเขาน้ำแข็ง ส่วนที่พ่นเหนือน้ำสามารถมองเห็นชัดเจน เปรียบได้กับความรู้แบบชัดแจ้งซึ่งเป็นส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับส่วนที่จมอยู่ใต้น้ำเปรียบได้กับ ความรู้ฝังลึก

### แนวคิดเรื่ององค์กรแห่งการเรียนรู้

องค์การการเรียนรู้ (Learning organization) เป็นแนวคิดในการพัฒนาองค์การโดยเน้น การพัฒนาการเรียนรู้สภาวะของการเป็นผู้นำในองค์การ (Leadership) และการเรียนรู้ร่วมกัน ของคนในองค์การ (Team learning) เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะร่วมกัน และพัฒนาองค์การอย่างต่อเนื่องทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน

การมีองค์กรแห่งการเรียนรู้จะทำให้องค์กรและบุคลากร มีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และมีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล โดยมีการเชื่อมโยงรูปแบบของการทำงานเป็นทีม (Team working) สร้างกระบวนการในการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจเตรียมรับกับความเปลี่ยนแปลง เปิดโอกาสให้ทีมงานและมีการให้อำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment) เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการคิดริเริ่ม (Initiative) และการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งจะทำให้เกิดองค์กรที่เข้มแข็ง พร้อมเผชิญกับสถานะการแข่งขัน Learning organization หรือ การทำให้องค์กรเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นคำที่ใช้เรียกการรวมชุดของความคิดที่เกิดขึ้นมาจากการศึกษาเรื่องขององค์กร Chris Argyris ได้ให้แนวคิดทางด้าน Organization learning ร่วมกับ Donald Schon ไว้ว่า เป็นกระบวนการที่สมาชิกขององค์กรให้การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วยการตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นเสมอ ๆ ในองค์กร Chris Argyris และ Donald Schon ได้ให้คำนิยามการเรียนรู้สองรูปแบบที่มีความสำคัญในการสร้าง Learning organization คือ Single loop learning (First order/ Corrective learning) หมายถึง การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นแก่องค์กรเมื่อการทำงานบรรลุผลที่ต้องการลักษณะการเรียนรู้แบบที่สอง เรียกว่า Double loop learning (Second order/ Generative learning) หมายถึง การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่ต้องการให้บรรลุผลหรือเป้าหมายไม่สอดคล้องกับผลการกระทำ

### องค์ประกอบขององค์กรแห่งการเรียนรู้

Senge (1990) ได้กล่าวถึงวินัย 5 ประการ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยวินัย 5 ประการนั้น มีดังนี้

วินัยประการที่ 1: การคิดอย่างเป็นระบบ (Systematic thinking) ทุกสิ่งนั้นมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ดังนั้นให้มองทุกอย่างในภาพรวม ไม่มองอย่างจับจดหรือมองแค่ภายในองค์กรของเรา แต่ต้องมองออกไปนอกกรอบ ไปถึงสภาพแวดล้อมภายนอกด้วย

วินัยประการที่ 2: ความรอบรู้แห่งตนเอง (Personal mastery) การเรียนรู้ขององค์กรจะเกิดขึ้นได้เมื่อเกิดการเรียนรู้ระดับบุคคลในองค์กรขึ้นก่อน คนในองค์กรต้องพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นเรื่องของตัวเองถนัดอยู่แล้วหรือไม่ก็ตาม ยิ่งเรื่องของตัวเองถนัดหรือสนใจนั้นยิ่งต้องพัฒนา

วินัยประการที่ 3: แบบแผนความคิดอ่าน (Mental models) คนเราเกิดมาในสถานที่ที่ต่างกัน การเลี้ยงดูก็ต่างกัน สภาพแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาที่ต่างกัน ล้วนแล้วแต่เป็นเหตุให้แบบแผนแนวความคิดอ่านของแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกัน การที่องค์กรจะมุ่งไปในทิศทางไหนนั้นขึ้นอยู่กับแบบแผนความคิดอ่าน ของคนส่วนใหญ่ในองค์กร ดังนั้นจำเป็นต้องบริหาร แนวคิดให้มีความเหมาะสม เพื่อนำพาให้องค์กรไปในทิศทางที่ดี



วินัยประการที่ 4: การเสริมสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Building shared vision) การจะทำให้ทั้งองค์กรสามารถมองภาพใน อนาคตที่องค์กรจะไปให้เป็นภาพเดียวกันทั่วทั้งองค์กรนั้น ในส่วนนี้ ต้องอาศัยผู้บริหารเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะต้องคอยสื่อสารให้ ทั้งองค์กรนี้รับรู้ร่วมกันเกิดการยอมรับร่วมกัน และพร้อมใจร่วมมือมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน

วินัยประการที่ 5: การเรียนรู้เป็นทีม (Team learning) ความรู้บางอย่างนั้นไม่สามารถคิดขึ้นมาได้ หากปราศจากการร่วมมือร่วมใจคิดค้นขึ้นมาร่วมกัน และนอกจากนั้นการเรียนรู้เป็นทีมยังส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่เร็วยิ่งขึ้นกว่าการเรียนรู้โดยลำพัง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้บริหารสามารถเข้ามามีบทบาทที่จะคอยผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อการเรียนรู้เป็นทีม

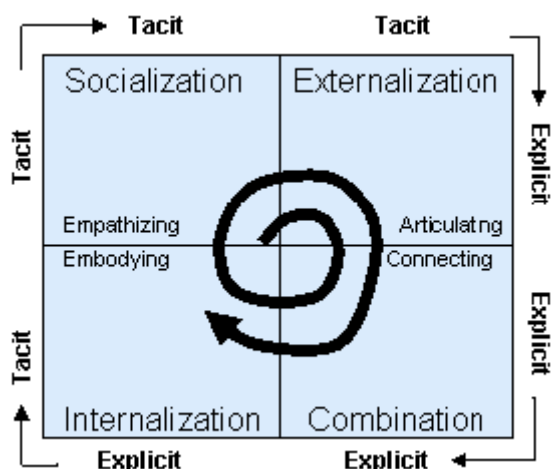
### แนวคิดเรื่องขบวนการจัดการความรู้

วิจารณ์ พานิช (2547) ได้กล่าวไว้ว่า “การจัดการความรู้” หมายถึง การยกระดับความรู้ขององค์กรเพื่อสร้างผลประโยชน์จากต้นทุนทางปัญญา โดย เป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนและกว้างขวาง ไม่สามารถให้นิยามด้วยถ้อยคำสั้น ๆ ได้ ดังนั้นต้องให้นิยามหลายข้อจึงจะครอบคลุมความหมายได้แก่

1. การรวบรวม การจัดระบบ การจัดเก็บ และการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างความรู้ โดยมีเทคโนโลยีด้านข้อมูลและคอมพิวเตอร์เป็นตัวช่วย
2. การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้พฤติกรรมในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสังคม วัฒนธรรมและวิถีปฏิบัติมีผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งมีความสำคัญต่อการจัดการความรู้เป็นอย่างยิ่ง
3. การจัดการความรู้ต้องอาศัยผู้รู้ในการตีความและประยุกต์ใช้ความรู้ ดังนั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคน การดึงดูคนที่มีความรู้ไว้ในองค์กร ถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้
4. การเพิ่มประสิทธิผลขององค์กรการจัดการความรู้มีขึ้นมาเพื่อที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จการประเมินต้นทุนทางปัญญาและผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้เป็นดัชนีที่บอกว่าองค์กรใช้การจัดการความรู้ได้ผลหรือไม่

### The SECI Model

กระบวนการจัดการความรู้ที่ได้รับความนิยมที่ทุกคนต้องรู้จัก คือ SECI Model ของ Nonaka and Takeuchi (1995) ที่ได้เสนอแนวคิดว่าความรู้คนสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit) และความรู้ฝังลึก (Tacit) ซึ่งความรู้ทั้งสองประเภทมีความสำคัญต่อองค์กร โดยเฉพาะความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในการทำงาน หากมีการดึงความรู้ที่ฝังลึกออกมาใช้ หรือเปลี่ยนให้เป็นความรู้ใหม่ขึ้นและเกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้น ซึ่ง SECI Model จะเป็นการอธิบายการถ่ายทอดความรู้และการเปลี่ยนรูปแบบของความรู้ทั้งสองประเภทเกิดเป็นความรู้ใหม่



ภาพที่ 2-1 SECI Model

Socialization เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบความรู้ฝังลึกไปเป็นความรู้ฝังลึก (Tacit to tacit) โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตรงของผู้ที่สื่อสารระหว่างกัน สร้างเป็นความรู้ของแต่ละบุคคลขึ้นมาผ่านการทำงานร่วมกับผู้อื่น การสังเกต การลอกเลียนแบบ และการลงมือปฏิบัติความรู้ฝังลึกนี้อาจจะเป็นกระบวนการคิดซึ่งเป็นการยากที่จะอธิบายออกมาเป็นคำพูด การที่เข้าไปมีส่วนร่วมจะทำให้สามารถเรียนรู้ได้

Externalization เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบความรู้ฝังลึกไปเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Tacit to explicit) สามารถทำได้โดยการเปรียบเทียบการตั้งสมมติฐาน กรอบความคิด ในการถ่ายทอดความรู้ฝังลึกออกมาเป็นความรู้ชัดแจ้งทำได้ยากอาจทำได้โดยผ่านการพูดคุย การเล่าเรื่อง ซึ่งกระบวนการนี้เป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างความรู้

Combination เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบความรู้ชัดแจ้งไปเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit to explicit) เป็นกระบวนการที่ทำให้ความรู้สามารถจับต้องได้นำไปใช้ได้และใช้งานร่วมกันได้สามารถทำได้โดยการแยกแยะ แบ่งประเภท และทำให้อยู่ในรูปเอกสารเป็นการจัดระบบความรู้

Internalization เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบความรู้ชัดแจ้งไปเป็นความรู้ฝังลึก (Explicit to tacit) เกิดจากการทำความเข้าใจในความรู้แบบชัดแจ้งของบุคคลจนเกิดเป็นความรู้ขึ้น โดยผ่านการอ่านหนังสือ เอกสารแล้วทำความเข้าใจ หรือผ่านการฝึกปฏิบัติ การนำเอาความรู้ไปใช้ กระบวนการต่าง ๆ จะเกิดขึ้นหมุนวนกันไปซ้ำแล้วซ้ำเล่า ซึ่งในแต่ละกระบวนการที่เกิดการเปลี่ยนรูปแบบระหว่างความรู้ฝังลึกกับความรู้ชัดแจ้งทำให้เกิดความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น นั้นหมายความว่า Externalization และ Internalization เป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างความรู้ยังสามารถกระตุ้นให้กระบวนการทั้ง 4 เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นเกลียวความรู้ (Knowledge

spiral) และยิ่งเกลียวความรู้หมุนเร็วเท่าไรก็จะทำให้เกิดความรู้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับองค์กรได้มากขึ้นเท่านั้น

### องค์ประกอบของวงจรความรู้

1. คน (People) ในองค์กรจึงมีความสำคัญเป็นอันดับแรก การจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์ กระบวนการ และเทคโนโลยีที่ใช้ในองค์กรเพื่อแสวงหา สร้าง จัดแลกเปลี่ยน และทำให้ความรู้ที่ต้องการได้รับผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่องค์กรต้องการ เป็นการผสมผสานความรู้จากหลายศาสตร์ เช่น การบริหารจัดการ (Management science) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence) และพฤติกรรมองค์กร (Organization behavior)

2. ด้านกระบวนการ (Process) กระบวนการของการจัดการความรู้ ประกอบด้วย แนวทางและขั้นตอนของการจัดการความรู้ โดยต้องระบุประเภทของสารสนเทศที่ต้องการ ทั้งจาก แหล่งข้อมูลภายในและภายนอกเป็นการแยกแยะว่าความรู้ชนิดใดที่ควรนำมาใช้ในองค์กร แล้วนำความรู้นั้นมากำหนดโครงสร้างรูปแบบ และตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนที่จะนำมาผลิตและเผยแพร่โดยการบริหารกระบวนการนั้น จะต้องเข้าใจวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนขององค์กรว่าต้องการให้บรรลุเป้าหมายอะไร

3. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology) การจัดการความรู้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของความรู้ในองค์กรให้เป็นความรู้ที่เกิดประโยชน์ต่อบุคคลนั้น ในเวลาและรูปแบบที่แต่ละองค์กรต้องการ เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการความรู้มีความหมายกว้างกว่าเทคโนโลยีและความรู้ของบุคคล โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ เพื่อให้บุคลากรทุกคนในองค์กรสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

### ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการความรู้ (Knowledge process)

เป็นแนวความคิดของกระบวนการความรู้ที่สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (บุญดี บุญญากิจ และคณะ, 2547, หน้า 54-59 อ้างถึงใน ธรรมนูญนันท พุททวงศ์, 2553) ได้สรุปไว้เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถสร้างและจัดการความรู้ภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งรายละเอียดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

### การค้นหาคำความรู้ (Knowledge identification)

เป็นการค้นหาว่าองค์กรของเรามีความรู้อะไรอยู่บ้าง อยู่ในรูปแบบใด อยู่ที่ใคร และความรู้ อะไรที่องค์กรจำเป็นต้องมีเพื่อทำให้บรรลุเป้าหมาย การค้นหาคำความรู้สามารถใช้เครื่องมือที่เรียกว่า Knowledge mapping หรือการทำและแผนที่ความรู้ เพื่อจัดอันดับความสำคัญ ทำให้มองเห็นภาพรวมของคลังความรู้ขององค์กร บุคลากรทราบว่ามีความรู้อะไรและสามารถหาได้จากที่ไหน นอกจากนี้ยังใช้เป็นพื้นฐานในการต่อยอดความรู้ในเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

### **การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge creation and acquisition)**

องค์กรจะต้องมีวิธีการดึงคู่ความรู้จากแหล่งต่าง ๆ รวบรวมไว้เพื่อจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสม มีการสร้างความรู้ใหม่การนำความรู้จากภายนอกมาใช้ มีการพิจารณาคำจัดความรู้ที่ไม่ได้ใช้หรือล้าสมัยทิ้งไปเพื่อประหยัดทรัพยากรในการจัดเก็บ หัวใจสำคัญคือ การกำหนดเนื้อหาของความรู้ที่ต้องการและแสวงหาความรู้ดังกล่าวให้ได้

### **การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge organization)**

องค์กรต้องจัดความรู้ที่มีอยู่ให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ และเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วมีการแบ่งประเภทของความรู้ อย่างเหมาะสมตามลักษณะของงาน วางโครงสร้างของความรู้ขององค์กร

### **การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge codification and refinement)**

ต้องมีการประมวลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาเดียวกันปรับปรุงเนื้อหาให้มีความสมบูรณ์สอดคล้องต้องการของผู้ใช้

### **การเข้าถึงความรู้ (Knowledge access)**

ความรู้ที่ได้มานั้นต้องถูกนำออกมาใช้ประโยชน์ การเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้นั้นสามารถทำได้ 2 ลักษณะ คือ

การป้อนความรู้ (Push) คือ การส่งข้อมูลความรู้ให้กับผู้รับ โดยที่ผู้รับไม่ได้ร้องขอหรือเรียกว่า Supply-based เช่น หนังสือเวียน การฝึกอบรม

การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้ (Pull) คือ การที่ผู้รับสามารถเลือกใช้แต่เฉพาะความรู้ที่ตนต้องการซึ่งช่วยให้ลดปัญหาการได้รับข้อมูลที่ไม่ต้องการใช้ เรียกอีกอย่างว่า Demand-based เช่น Web board

### **การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge sharing)**

องค์กรสามารถนำเครื่องมือในการจัดการความรู้มาใช้เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งใช้หลักการของ SECI ความรู้ชัดแจ้งสามารถนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ได้อย่างรวดเร็ว แต่ความรู้ฝังลึกนั้นเกิดการแลกเปลี่ยนได้ยากขึ้นอยู่กับทัศนคติและวัฒนธรรมขององค์กรและต้องเลือกใช้วิธีที่เหมาะสม

### **การเรียนรู้ (Learning)**

การที่คนในองค์กรสามารถเรียนรู้จากสิ่งต่าง ๆ และสามารถนำความรู้นั้นไปใช้ตัดสินใจในการทำงานโดยการเรียนรู้และสร้างความรู้ใหม่ขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง เป็นการเพิ่มพูนความรู้ขององค์กรให้มากขึ้นเรื่อย ๆ และถูกนำไปใช้สร้างความรู้ใหม่ ๆ เป็นวงจรที่ไม่มีที่สิ้นสุดที่เรียกว่า วงจรแห่งการเรียนรู้

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทาง จิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคตินั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

Roger (1978, pp. 208-209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติ ว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดย ทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจาก ความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

Rosenberg and Hovland (1960, p. 1) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติ ไว้ว่า ทัศนคติโดยปกติสามารถนิยามว่าเป็นการจงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น

Kendler (1963, p. 572) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด

ทัศนคติเป็นการกำหนดของพฤติกรรมเพราะว่าเกี่ยวพันกับการรับรู้ บุคลิกภาพ และการจงใจ ทัศนคติเป็นความรู้สึกทั้งทั้งในทางบวกและในทางลบ เป็นภาวะจิตใจของการเตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้และถูกปรับตัวให้เข้ากับองค์การ โดยประสบการณ์ที่ใช้อิทธิพลที่มีลักษณะเฉพาะต่อการตอบสนอง ของบุคคลไปสู่บุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ของแต่ละบุคคล หรืออาจกล่าวได้ว่าทัศนคติเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา และมีอิทธิพลอย่างมากต่อสิ่งที่เราสนใจ สิ่งที่เราจดจำ และการแปลความหมายข้อมูลไม่ว่าจะเป็นบุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่น ๆ รวมถึงท่าทีที่แสดงออก อันมุ่งถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มีแนวโน้มต่อการตอบสนองทางด้านอารมณ์ โดยเป็นความรู้สึกที่ชอบหรือไม่ชอบ ถูกใจหรือไม่ถูกใจ ดีหรือไม่ดี สนใจหรือไม่สนใจ อันเป็นผลมาจากการประเมินสิ่งที่เป็นสิ่งเร้า และสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวบุคคลนั่นเอง

ทัศนคติดีมีลักษณะที่เป็นนามธรรม และเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการแสดงออกทางด้านปฏิบัติ แต่ไม่ใช่แรงจูงใจและแรงขับ หากเป็นสภาพแห่งความพร้อมที่จะโต้ตอบและแสดงให้ทราบถึงแนวทางของการตอบสนองของบุคคล ทัศนคตินั้นนับได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม และมีผลต่อแบบของพฤติกรรมที่แสดงออกมา ซึ่งเป็นส่วนที่เราสามารถสังเกตเห็นได้

### โครงสร้างของทัศนคติ (Attitude structure)

โดยปกติแล้วทัศนคติจะมีตำแหน่งที่ไม่คงที่ ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบ ตัวอย่างเช่น การที่เราชอบหรือไม่ชอบการบริการของร้านอาหาร หรือภัตตาคารที่เราไปรับประทาน หรือแม้แต่แนวนโยบายทางการบริหารที่เราชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามเหตุการณ์สิ่งแวดล้อมในขณะนั้น ๆ ในมุมมองของทัศนคติมีโครงสร้างที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ

ความพอใจของบุคคล (Person's affect) เกิดจากความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ได้พบเห็น หรือได้รับโดยตรง ความพอใจมีความคล้ายคลึงกับอารมณ์ เช่น คนส่วนใหญ่จะมีปฏิกิริยาต่อคำว่า "รัก" "เกลียด" หรือ "สงคราม" เช่นเดียวกับการที่นักศึกษาไม่ชอบวิชาบางวิชา ซึ่งถ้าวิชานั้นเป็นวิชาเลือกเขาอาจจะไม่เลือกเรียนในรายวิชานั้น แต่ถ้าเป็นวิชาเอกหรือวิชาบังคับอาจจะทำให้เขามีความว่าวุ่นใจ

ความตระหนัก (Cognition) คือ ความรู้สึกที่บุคคลยอมรับเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ เช่น คุณอาจเชื่อว่า คุณจะชอบวิชาที่เรียน ทั้งนี้เพราะเป็นวิชาที่มีตำราเรียนดีมาก และเวลาเรียนเป็นเวลาที่เหมาะสม ผู้สอนเก่ง การรับรู้ในสิ่งดังกล่าวอาจจะถูกทั้งหมดหรือบางส่วนหรืออาจจะผิดทั้งหมดก็ได้ ความตระหนักจะอยู่บนพื้นฐานของการรับรู้ (Perception) ในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นจริง

ความตั้งใจ (Intention) คือ องค์ประกอบของทัศนคติที่นำไปสู่พฤติกรรม เช่น ถ้าคุณชอบอาจารย์ผู้สอน คุณอาจจะตั้งใจเรียนในวิชาที่เขาสอน ความตั้งใจไม่สามารถจะแปลงออกมาเป็นพฤติกรรม ปกติคุณอาจจะตั้งใจทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ในเวลาต่อมาความตั้งใจนั้นอาจเปลี่ยนไปได้

ทัศนคติมีแหล่งที่มาหลายทาง เป็นต้นว่า ครอบครัว กลุ่มที่เท่าเทียมกัน ประสบการณ์ของงาน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และภาษามีอิทธิพลต่อทัศนคติ ประสบการณ์เริ่มต้นจากครอบครัวด้วยการส่งเสริมการสร้างทัศนคติของแต่ละบุคคล ทัศนคติของเด็กปกติจะมีลักษณะเช่นเดียวกับของพ่อแม่ แต่เมื่อเติบโตเป็นวัยรุ่นจะเริ่มถูกอิทธิพลของกลุ่มครอบงำมากขึ้น กลุ่มที่เท่าเทียมกันจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ เพราะแต่ละบุคคลต้องการถูกยอมรับโดยบุคคลอื่น วัยรุ่นจึงต้องการการยอมรับโดยการเข้ามามีส่วนร่วมกับ ทัศนคติที่คล้ายคลึงกัน หรือโดยการปรับปรุงทัศนคติเพื่อเข้ากันกับกลุ่มให้ได้

### องค์ประกอบของทัศนคติ

#### 1. องค์ประกอบด้านความรู้สึกและอารมณ์ (Affective or emotional component)

เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์หรือความรู้สึก เป็นความรู้สึกที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน ภาวะทางด้านอารมณ์และความรู้สึกเกี่ยวกับคนบางคน ทั้งความคิด เหตุการณ์ หรือจุดประสงค์ ที่มีต่อสิ่งเร้าอันใดอันหนึ่ง อันเป็นผลมาจากการประเมินสิ่งเร้าอันนั้น ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ ถูกใจหรือไม่ถูกใจ สนใจหรือไม่สนใจ องค์ประกอบด้านนี้เกิดจากการเรียนรู้แบบ

มีเงื่อนไข (Conditioned learning) ของคนเราในอดีต ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกในด้านบวกหรือลบที่มีต่อสิ่งที่ได้รับรู้มา ตัวอย่างเช่น ถ้าเด็กได้รับประสบการณ์ที่เลียดูที่ตีมา มีความรัก ความอบอุ่นในครอบครัว เมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ก็มักจะมิตศนคติที่ดีต่อการมีครอบครัว อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากประสบการณ์ของการแสดงความรักของพ่อแม่ที่มีต่อเด็ก ในทางตรงกันข้ามถ้าเด็กได้รับประสบการณ์ในครอบครัวมาแบบที่ไม่ดี มีความคับข้องใจขาดความอบอุ่นในการเลียดู ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการมีครอบครัว ก่อให้เกิดความรู้สึกไม่พอใจ หรือเกลียดชังการมีครอบครัวได้อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากที่ประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับสิ่งนั้นหรือเรื่องนั้นนั่นเอง

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้หรือความเชื่อ (Cognitive or belief component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้หรือความเชื่อ ความคิดเห็น ความเข้าใจหรือความรู้ที่แต่ละบุคคลยึดมั่นไว้ในใจที่มีต่อสิ่งเร้า หรือต่อสิ่งของหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นข้อมูลที่ได้เก็บสะสมมาจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา ความเชื่อที่ได้มานี้จะเป็นความเชื่อที่ได้มาจากการประเมินซึ่งมักจะออกผลเป็นแนวโน้มทางใดทางหนึ่งว่าดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ มีคุณค่าหรือไม่มีคุณค่า ทัศนคติของบุคคลที่แสดงออกมาแบบนี้จะทำให้ผู้อื่นทราบว่าบุคคลนั้นมีความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางใดทางหนึ่งความเชื่อเช่นนั้นจะมีผลต่อการแสดงออกของบุคคล เช่น ความเชื่อในลัทธิและอุดมการณ์ในทางการเมือง ความเชื่อในเรื่องจิตวิญญาณ หรือความเชื่อในโหราศาสตร์ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการประเมินและที่ได้สร้างเป็นความเชื่อขึ้นมาในสังคมนั่นเอง

3. องค์ประกอบความพร้อมที่จะกระทำหรือด้านพฤติกรรม (Action tendency or behavioral component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับส่วนของความรู้สึก เป็นความพร้อมหรือแนวโน้มของบุคคลที่จะแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หลังจากประเมินค่าของสิ่งนั้นแล้ว และกระทำต่อสิ่งเร้าตามความเชื่อหรือความรู้สึกของตน พฤติกรรมจึงเป็นสิ่งที่สะท้อนของทัศนคติที่แสดงออกมาให้ปรากฏเห็นยังภายนอก จึงอาจกล่าวได้ว่าทัศนคติเป็นตัวจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา อาจจะไปในทางเดียวกับทัศนคติหรือในทางที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคตินั้นก็ได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งเป็นตัวแปรของพฤติกรรม เป็นต้นว่า สถานภาพ สถานการณ์ และเหตุการณ์สิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ในขณะนั้น พฤติกรรมหรือทางโน้มเอียงในการที่จะปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ถ้าหากเขามีทัศนคติในทางที่ไม่ดีความพร้อมเพียงในการปฏิบัติตอบทางพฤติกรรมก็จะเป็นไปในทางที่ทำลาย โจมตี ไล่ไฟ หรือถั่นแก้งต่าง ๆ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากมีทัศนคติต่อสิ่งนั้น ๆ ในทางที่ดี ความพร้อมเพียงในการปฏิบัติตามแนวทางพฤติกรรมก็จะเป็นไปในทางสร้างสรรค์ชมเชย สนับสนุน ให้ความช่วยเหลืออุดหนุน

### คุณลักษณะของทัศนคติ (Characteristics of attitudes)

ทัศนคติเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล มีลักษณะเฉพาะของตัวมันเอง เป็นการจัดระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุดมคติ และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ การจัดระเบียบแนวความคิดและความเชื่อจะมีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ คือ ดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ พอใจและไม่พอใจ สนใจและไม่สนใจ ในตัวบุคคลจะไม่มีใครเลยที่มีจิตใจเป็นกลาง เพราะจะมีสิ่งจูงใจและอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งคุณลักษณะของทัศนคติอาจจะสรุปได้ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มืออยู่ภายใน ทัศนคติเป็นเรื่องของการจัดระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อที่เกิดขึ้นมาจากภายในของแต่ละบุคคล
2. ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่ได้มีมาแต่กำเนิด ทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลได้เรียนรู้ และเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก และจะก่อตัวหลังจากที่ได้ประเมินสิ่งแวดล้อมภายนอก ก็จะสร้างทัศนคติให้เกิดขึ้นในตัวเองและจะติดอยู่กับตัวบุคคลนั้น จนกว่าจะเกิดกระบวนการเรียนรู้ใหม่ขึ้นมาแทนที่ ก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปได้
3. ทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร หลังจากที่ได้ก่อตัวขึ้นมาในบุคคลนั้นแล้ว ก็ยากที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้นได้ แม้จะได้รับตัวกระตุ้นที่ต่างกันไป ทั้งนี้เพราะทัศนคติที่ได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว จะมีกระบวนการวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวด้วย ทัศนคติจะคงฝังติดแน่นในตัวบุคคลนั้น และยากที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของเขาได้ในทันทีทันใด ต้องอาศัยระยะเวลาค่อนข้างนาน ตามกระบวนการจัดระเบียบ ความเชื่อว่าจะเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลนั้นได้
4. ทัศนคติจะอ้างถึงสิ่งเร้าและสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวของบุคคลที่เป็นตัวกระตุ้น ทัศนคติไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาได้เองจากภายใน เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจากการสัมผัสและเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อม มีการก่อผลขึ้นเป็นทัศนคติโดยอ้างตัวบุคคลและสิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่น ๆ รอบตัว สิ่งที่ใช้อ้างถึงเพื่อการสร้างทัศนคติอาจจะเป็นตัวบุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวของสังคม หรือแม้แต่ความนึกคิดต่าง ๆ

### การก่อตัวของทัศนคติ (The formation of attitudes)

ทัศนคติเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลที่เกิดขึ้นมาจากภายในตัวบุคคล เป็นลักษณะของการจัดระเบียบแนวความคิด ความเชื่อ อุดมคติ และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ แล้วมีการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างที่เข้ามาสัมผัสอยู่ตลอดเวลา เป็นโครงสร้างที่สลับซับซ้อนกว่า จะพัฒนาก่อตัวขึ้นมาเป็นทัศนคติได้ ก็ต้องได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการหลายทางด้วยกัน มีดังต่อไปนี้



การจูงใจทางร่างกาย (Biological motivations) บุคคลจะสร้างทัศนคติต่อสิ่งที่มีกระทบ ไม่ว่าจะเป็นตัวบุคคล หรือสิ่งของที่เข้ามาเกี่ยวข้อง และได้รับการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงจูงใจทางร่างกาย หากบุคคลหรือสิ่งของช่วยให้เขาได้มีโอกาสตอบสนองตามความต้องการของตนได้ ก็จะสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของนั้น และในทางตรงกันข้ามจะสร้างทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งของหรือบุคคลที่ขัดขวางมิให้เขาตอบสนองความต้องการได้

ข่าวสารข้อมูล (Information) บุคคลจะสร้างทัศนคติจากประสบการณ์ ข่าวสารและข้อมูลที่แต่ละคนได้รับมา ก็จะถูกกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็นและเข้าใจปัญหาต่าง ๆ (Selective perception) แล้วถูกเก็บและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมา

การเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group affiliation) กลุ่มต่าง ๆ นับว่ามีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติให้กับตัวบุคคลได้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกับกลุ่มที่บุคคลจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องอยู่ด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการเกี่ยวข้องกับกลุ่มโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ตาม กลุ่มเหล่านี้ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อนเรียน กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มอ้างอิง กลุ่มกีฬา และกลุ่มสังคมต่าง ๆ

ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ที่ผ่านมาของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งของที่เกี่ยวข้องเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บุคคลประเมินสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มานั้นจนกลายเป็นทัศนคติขึ้นได้อยู่ที่เขาจะมีประสบการณ์ต่อสิ่งเหล่านั้นอย่างไร ถ้าเขามีประสบการณ์ที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของที่มาสัมผัสด้วยก็จะทำให้เขามีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งเหล่านั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าเขามีประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของที่มาสัมผัสด้วย ก็จะทำให้เขามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งเหล่านั้น

บุคลิกภาพ (Personality) บุคคลอาจมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติของบุคคลด้วยลักษณะท่าทางอากัปกริยา และความประพฤติของบุคคลจะมีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้าง ทัศนคติให้กับบุคคลได้

### ประเภทของทัศนคติ (Types of attitudes)

คน ๆ หนึ่งสามารถมีทัศนคติได้เป็นหลาย ๆ อย่าง ในแต่การศึกษาพฤติกรรมองค์กร จะมุ่งให้ความสนใจไปที่ทัศนคติจำนวนไม่มากนัก ที่มีส่วนสัมพันธ์กันกับงานทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับงานนี้มีทั้งในทางบวกหรือทางลบ ในการประเมินผลของพนักงานผู้นั้นที่มีต่อสภาพแวดล้อมในการทำงานนั้น นักวิจัยส่วนมากจะมีความคิดในเรื่องพฤติกรรมองค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกับทัศนคติอยู่ 3 อย่าง คือ

ความพอใจในงาน (Job satisfaction) ความเกี่ยวข้องกับงาน (Job involvement) และความผูกพันกับองค์กร (Organization commitment)

ความพอใจในงาน (Job satisfaction) หมายถึง ทัศนคติโดยทั่วไปของบุคคลที่มีต่อ งานของตน คนที่มีความพอใจในงานสูงจะมีทัศนคติที่เป็นบวกต่องาน ขณะที่อีกคนหนึ่งไม่มี ความพอใจในงานก็จะมีทัศนคติที่เป็นลบต่องาน เมื่อเราพูดถึงทัศนคติของพนักงานเราก็จะหมายถึง ความพอใจในงานเป็นส่วนใหญ่ ถ้าพวกเขาได้รับการปฏิบัติที่ดีจากองค์กร ตอบสนองความ ต้องการของพวกเขา เช่น มีสภาพการทำงานที่มั่นคง มีบรรยากาศที่ดีในการทำงานมีความปลอดภัย สูง ได้รับเงินเดือนค่าจ้างผลตอบแทนพอแก่การยังชีพ การบริหารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความ ยุติธรรม ได้รับผลประโยชน์เกื้อกูล และสวัสดิการที่ดี ฯลฯ ซึ่งจะทำให้พนักงานได้รับความพอใจ และมีความรู้สึกที่ทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

ความเกี่ยวข้องกับงาน (Job involvement) คือ ระดับที่คนเราได้รับการระบุว่า มีส่วนเข้าไปเกี่ยวข้องกับงานและพิจารณาว่าเขามีผลงานสำคัญเท่าไรต่อคุณค่าของตัวเอง ความเกี่ยวข้องกับงานที่มีระดับความเกี่ยวข้องกับงานสูง จะแสดงให้เห็นชัดเจนถึงความกังวล ต่องานที่เขาทำ โดยพบว่าเมื่อความเกี่ยวข้องกับงานมีระดับสูงจะมีความสัมพันธ์ต่อการขาดงาน ในปริมาณน้อย และมีการลาออกหรือย้ายงานน้อย นักพฤติกรรมศาสตร์เชื่อว่า ถ้าพนักงาน ให้ความสำคัญ และมีความเต็มใจเข้าไปเกี่ยวข้องกับงานจะทำให้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น จำนวนคน ที่ลาออกจากงาน และมาทำงานสายจะน้อยลง

ความผูกพันกับองค์กร (Organization commitment) คือ ความผูกพันกับองค์กร ซึ่งให้คำจำกัดความว่า คือสถานะซึ่งพนักงานต้องการที่จะเห็นองค์กรบรรลุเป้าหมายในฐานะ ที่เขาเป็นสมาชิกคนหนึ่งขององค์กร พนักงานจะเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ถึงขนาดมีความผูกพัน (Commitment) และจงรักภักดี (Loyalty) ต่อองค์กร ใครที่จะเห็นความก้าวหน้าขององค์กร ทรบเท่าที่องค์กรยังสร้างความพอใจให้กับพนักงานอยู่ แต่เมื่อไรความไม่พอใจแผ่ขยายไปทั่วทั้ง องค์กร พนักงานก็มีแนวโน้มที่จะลาออกจากองค์กรได้มาก

### **ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and values)**

ทัศนคติและค่านิยมต่างเป็นความรู้สึกของบุคคล ที่มีแนวโน้มของพฤติกรรม ที่จะปฏิบัติตามความรู้สึกนั้น จะแตกต่างกันตรงที่ทัศนคติเป็น แนวโน้มที่เราจะมีการตอบสนอง ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ส่วนค่านิยมจะใช้เป็นมาตรฐานซึ่งใช้เป็นกรอบกำหนดทางเลือกของคนจาก ทางเลือกต่าง ๆ ทัศนคติเป็นความรู้สึกที่เป็นส่วนตัวของบุคคล ส่วนค่านิยมเป็นสิ่งที่กลุ่มคน มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน แต่ทั้งทัศนคติและค่านิยม จะมีความเหมือนกันตรงที่เกิดมาจาก กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม การเรียนรู้จากประสบการณ์และต่างก็มีแนวโน้มของทัศนคติ ในการแสดงออกของบุคคลเหมือน ๆ กัน

ค่านิยมมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับองค์ประกอบด้านทัศนคติ และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม แสดงออก ค่านิยมเป็นกระบวนการทางความคิดของบุคคลที่เป็นตัวกำหนดตัวตัดสิน ซึ่งนำไปสู่บุคคล ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง บทบาทของค่านิยมจะนำหน้าที่เป็นมาตรฐานที่จะนำทางหรือเป็นแนวทาง ให้บุคคลประพฤติปฏิบัติ และทำหน้าที่กระตุ้นเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติ ตลอดจน เสริมสร้างทัศนคติความสนใจและความตั้งใจ ซึ่งนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับ ค่านิยม ดังรูปภาพต่อไปนี้

#### **ทัศนคติและความพึงพอใจ (Attitude and job satisfaction)**

ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ทัศนคติที่แต่ละบุคคลมีต่องานของตน ความพึงพอใจ ในงานเป็นผลที่ได้จากการรับรู้งาน ซึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมในการทำงาน เช่น รูปแบบของผู้บังคับบัญชาหรือลักษณะของหัวหน้างาน นโยบายและกระบวนการปฏิบัติงาน การรวมกลุ่มทำงาน สภาพการทำงาน และผลประโยชน์พิเศษที่ให้ลูกจ้าง

ลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงาน มีดังนี้

1. ผลตอบแทน (Pay) จำนวนเงินที่ได้รับเท่ากับที่คาดว่าจะได้รับ และความเท่าเทียมกัน ที่เข้าใจได้ของผลตอบแทน
2. งาน (Job) ลักษณะของงานมีความน่าสนใจ มีโอกาสในการเรียนรู้ และการได้รับ หน้าที่ความรับผิดชอบ
3. โอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง (Promotion opportunity) ความเป็นไปได้ของโอกาส สำหรับความก้าวหน้า
4. ผู้บังคับบัญชา (Supervisor) ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการแสดงความสนใจ และตระหนักเกี่ยวกับผู้ใต้บังคับบัญชา
5. ผู้ร่วมปฏิบัติงาน (Co-worker) ผู้ร่วมปฏิบัติงานมีความเป็นมิตร มีความสามารถ และให้การสนับสนุนกัน

#### **ทัศนคติและพฤติกรรม (Attitudes and behavior)**

ในความสัมพันธ์ของทัศนคติ และพฤติกรรมนั้น Ajzen และ Fishbein แนะนำว่า ให้มุ่งประเด็นไปที่เจตนาที่จะแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ มากกว่าที่จะคาดเดา และเข้าใจ เอาว่าเป็นรูปแบบของพฤติกรรมที่ตั้งใจ พฤติกรรมที่ตั้งใจจึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็น ไปได้ใน การอธิบายถึงพฤติกรรม หรือสถานการณ์ของการรับรู้ หรือข้อขัดข้องภายใน หรือ การไม่เต็มใจก็อาจเป็นอุปสรรคไม่ให้นำบุคคลแสดงพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ผลกระทบของทัศนคติ (The impact of attitudes)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่มั่นคง มีความโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อลักษณะหลากหลายของสถานการณ์หรือวัตถุประสงค์ เราอาจจะลงความเห็นถึง ทำทางของบุคคลโดยดูจากคำพูดวาจาที่แสดงถึงความเชื่อ ความรู้สึก หรือความมุ่งหมายของพฤติกรรมที่มุ่งต่อวัตถุประสงค์หรือสถานการณ์ จากปฏิกิริยาการรับรู้และสรีระวิทยาหรือจากพฤติกรรมที่แสดงออกมา ยังมีอำนาจของงานที่มีความหลากหลาย บุคคลที่ยิ่งน่าจะมีการจัดระเบียบของทัศนคติที่มากขึ้น ความเชื่อของเขาก่อตัวขึ้นอย่างมากมาจากพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม และประสบการณ์อื่น ๆ ควรจะมีความสำคัญที่ไม่เหมือนกัน และดังนั้นเป็นเหตุผลทำให้ทัศนคติแตกต่างกัน การค้นคว้าเร็ว ๆ นี้แนะนำว่าการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในทัศนคติขึ้นอยู่กับประชากรชาติต่าง ๆ และกลุ่มเชื้อชาติ และบทบาทต่าง ๆ ของประเภทเพศ ทัศนคติที่แตกต่างเหล่านี้จะให้ผลลัพธ์ที่สำคัญสำหรับการจัดการที่มีประสิทธิภาพของความแตกต่างในองค์การ

### การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude change)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่ใช่ลักษณะถาวรของบุคลิกภาพ และก็ไม่ใช่ว่าเป็นสิ่งที่แน่นอนตายตัว บางคนอาจมีประสบการณ์ที่ได้รับไม่ว่าจะเป็นความเครียด หรือความไม่สบายจากสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้คนเหล่านั้นเปลี่ยนความรู้สึกไป โดยการเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรม เช่น การได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ อาจจะทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลงได้ ผู้บริหารอาจจะมีทัศนคติที่ไม่ดีเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงานใหม่ เพราะว่าเขาไม่มีประสบการณ์มาก่อน แต่หลังจากที่ได้ทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานใหม่ ผู้บริหารพบว่า เขาก็มีความสามารถในเชิงพัฒนา สิ่งดังกล่าวอาจกระทำให้ผู้บริหารกลับมามีทัศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานใหม่ได้

ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงได้ไม่ถ่วงนัก มักจะมีการเปลี่ยนแปลงไปก็ต่อเมื่อมีสิ่งเร้า หรือมีสิ่งมากระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลง เช่น ถ้าสิ่งของทำให้ทัศนคติเปลี่ยน ทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งของก็จะเปลี่ยนไปด้วย เช่นเดียวกับคนงานที่มีทัศนคติเกี่ยวกับค่าจ้างว่าไม่เป็นธรรม แต่ถ้านายจ้างเพิ่มค่าจ้างขึ้นจนทำให้ลูกจ้างเกิดความพอใจ ทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวก็จะเปลี่ยนไปในทางที่ดี

### กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการขายสุราให้เด็กและห้ามเด็กดื่มสุรา

เนื่องจากการดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อปัญหาสุขภาพและปัญหาสังคมที่สร้างความสูญเสียให้กับผู้ดื่ม ครอบครัวและสังคม และมีแนวโน้มจำนวนผู้ดื่มหน้าใหม่เพิ่มขึ้นที่ขยายไปสู่กลุ่มเด็กและเยาวชน กระทรวงสาธารณสุขได้พยายามป้องกันมิให้เด็กดื่มสุราก่อนวัยอันควรจึงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 272) พ.ศ. 2546 เรื่อง สุรา ลงวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 เพื่อเป็น

การคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มเด็กจากปัญหาสุราโดยกำหนดเงื่อนไขในฉลากของสุราต้องแสดงรายละเอียดข้อความว่า “คำเตือน: ห้ามจำหน่ายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี: การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี้เยนพาหนะลดลง: เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ควรดื่ม”

แสดงคำเตือนเป็นภาษาไทยที่มองเห็นได้ง่าย โดยใช้ตัวอักษรเส้นทึบขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยม สีของกรอบและข้อความตัดกับสีพื้นของฉลาก ต่อมาได้ปรับเน้นให้ข้อความดังกล่าวอยู่ในกรอบที่แยกส่วนจากข้อความอื่นสีของกรอบและข้อความตัดกับสีพื้นของฉลากจนอ่านได้ชัดเจนในประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 275) พ.ศ. 2546 คำเตือนดังกล่าวน่าจะมีผลต่อสังคมในการตระหนักถึงการปกป้องเด็กจากปัญหาสุราและการเกิดอุบัติเหตุจาก การดื่มสุรา

ต่อมาได้ออกพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 ลงวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2546 ห้ามทั้งการขายสุราให้เด็ก (อายุต่ำกว่า 18 ปี) และห้ามไม่ให้เด็กดื่มสุราเพื่อป้องกันการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็ก โดยระบุในมาตรา 26 (10) ว่า “ภายใต้บังคับบทบัญญัติแห่งกฎหมายอื่นไม่ว่าเด็กจะยินยอมหรือไม่ ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการจำหน่ายและเปลี่ยน หรือให้สุราหรือเบียร์แก่เด็กเว้นแต่การปฏิบัติทางการแพทย์” และมาตรา 45 “ห้ามมิให้เด็กซื้อหรือเสพสุราหรือเบียร์หรือเข้าไปในสถานที่เฉพาะเพื่อการจำหน่ายหรือเสพสุราหรือเบียร์ หากฝ่าฝืนให้พนักงานเจ้าหน้าที่สอบถามเด็กเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับเด็ก และมีหนังสือเรียกผู้ปกครองมาร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือ และมีข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับวิธีการและระยะเวลาในการจัดให้เด็กทำงานบริการสังคม หรือทำงานสาธารณะประโยชน์”

ถึงแม้ว่าจะมีทั้งการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เด็กและห้ามเด็กดื่มแอลกอฮอล์ก็ตาม แต่เด็กยังคงได้รับข้อมูลข่าวสารจากกลวิธีการสื่อสารทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แพร่กระจายไปทุกพื้นที่และทุกรูปแบบเพื่อหวังผลให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น ทำให้เยาวชนรับรู้ในผลิตภัณฑ์และเกิดความคิดที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็นการส่งสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ และป้ายโฆษณา ตลอดจนกิจกรรมส่งเสริมการขายและกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

**การควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์โดยการออกกฎหมาย  
ประกาศ และคำสั่งในช่วงระยะเวลาก่อนปี พ.ศ. 2551**

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ภาครัฐได้พยายามควบคุมปัญหาพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการออกกฎหมาย กฎกระทรวง และมาตรการควบคุมการสื่อสารทางการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เริ่มต้นด้วยรัฐบาลมีนโยบายจัดระเบียบการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยบนท้องถนนของประเทศไทยตามมติคณะรัฐมนตรี

วันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 เห็นชอบและมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตาม มาตรการและแผนงาน/ โครงการที่ต้องเร่งดำเนินการระยะสั้น โดยห้ามเผยแพร่สปอตโฆษณา เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ หรือ สปอตโฆษณาของบริษัทผู้ผลิต ห้ามการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ รวมทั้งห้ามแสดงเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อบริษัทผู้ผลิต เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ตลอดจนการกล่าวถึง ผู้สนับสนุนรายการและห้ามแพร่ภาพโฆษณาทุกรูปแบบในรายการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬา ภายในประเทศทางวิทยุและโทรทัศน์ในช่วงเวลา 05.00-22.00 น. และให้โฆษณาเฉพาะภาพลักษณ์ ของบริษัทหรือกิจการ โดยห้ามการโฆษณาในลักษณะชักชวนให้บริโภค หรืออวดอ้างสรรพคุณ ของผลิตภัณฑ์โดยเด็ดขาด และกำหนดให้การโฆษณาป้ายกลางแจ้งต้องระบุคำเตือน เพื่อให้ การดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าวเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ได้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกาศหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามลำดับดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา อ้างถึงมาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร และยา อ้างถึงมาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ประกาศเรื่อง หลักเกณฑ์ การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ลงวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2546 เพื่อให้เกิด ความเข้าใจตรงกันในการปฏิบัติ โดยระบุไว้ชัดเจนว่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ผสมอยู่มากกว่า ร้อยละ 0.5 ของน้ำหนัก เป็นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ การโฆษณาในช่วงเวลาที่อนุญาตให้โฆษณา ตามประกาศนี้มีสาระสำคัญระบุไว้ดังนี้

1. การโฆษณาในลักษณะการเสนอภาพลักษณ์ของบริษัทหรือกิจการเป็นการโฆษณา ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือกิจการในลักษณะการส่งเสริมสังคม ศีลธรรมหรือวัฒนธรรม อันดีงาม โดยไม่โฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่อาจ แสดงชื่อหรือสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือภาพของผลิตภัณฑ์ในช่วงท้ายของการโฆษณาได้

2. การโฆษณาในลักษณะที่เข้าข่ายเชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณผลิตภัณฑ์ มีลักษณะเป็น การโฆษณาที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า การดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้ประสบความสำเร็จทั้งทางสังคมและทางเพศ หรือทำให้สมรรถนะทางร่างกายดีขึ้น การโฆษณาที่ใช้ผู้แสดงแบบเป็น นักกีฬา ผู้ใช้แรงงาน ดารา นักร้อง นักแสดง การใช้ภาพการ์ตูน และการโฆษณาที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภค เพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล

3. การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทางสื่อต่าง ๆ ต้องแสดงคำเตือน เป็นข้อความให้ผู้อ่านหรือผู้ฟังรับรู้ว่า “การดื่มสุราแล้วขับขีเป็นอันตรายและผิดกฎหมาย” “การจำหน่ายสุราแก่บุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปี ผิดกฎหมาย” และ “การดื่มสุราเป็นอันตรายต่อสุขภาพ และบั่นทอนสติสัมปชัญญะ”

4. การแสดงคำเตือนทางสื่อวิทยุกระจายเสียงต้องมีเสียงฟังได้ชัดเจนไม่น้อยกว่า 3 วินาที ถ้าแสดงทางวิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพและภาพยนตร์ให้แสดงทั้งเสียงตามหลักเกณฑ์ดังกล่าว และคำเตือนเป็นอักษรลอยให้เห็นไม่น้อยกว่า 5 วินาที เป็นตัวอักษรสีขาว ขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่า 1 ส่วนใน 25 ส่วนของขนาดความสูงของจอภาพ ภายในกรอบพื้นที่สีเข้มตัดกับสีพื้น โฆษณา และมีพื้นที่กรอบขนาด 1 ส่วนใน 10 ส่วนของความสูงจอภาพ โดยมีรูปแบบของตัวอักษรอ่านได้ง่ายและชัดเจน วางไว้ ณ ตำแหน่งด้านบนหรือด้านล่างสุดของ พื้นที่โฆษณา และในกรณีที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกลางแจ้ง ให้แสดงคำเตือนตามแนวนอนอยู่ด้านบนสุดของพื้นที่โฆษณา ด้วยตัวอักษรสีขาวบนแถบสีเข้ม มีขนาดของพื้นที่คำเตือนไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของพื้นที่โฆษณา และขนาดของตัวอักษรไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของพื้นที่คำเตือน โดยให้สามารถอ่านได้ชัดเจน ทั้งนี้สถานที่ตั้งสื่อกลางแจ้งต้องไม่อยู่ภายในรัศมี 500 เมตร จากบริเวณที่ตั้งของสถานศึกษาทุกระดับ

5. ต้องไม่โฆษณาในลักษณะการแถมพก หรือให้รางวัลด้วยการเลี้ยงโชค หรือมีการให้ของแถม ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสื่อกลางแจ้งสืบเนื่องจากเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์จัดเป็นอาหารตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 การควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์จึงมีข้อจำกัดควบคุมเฉพาะการ โฆษณาเกี่ยวกับคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณอาหาร ไม่ครอบคลุมถึงการ โฆษณาในรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งมีการจูงใจและสร้างค่านิยมที่ไม่ถูกต้องให้แก่เยาวชน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จึงประกาศให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากในวันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2549 เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค โดยต้องแสดงฉลากของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง สุรา และต่อมามีคำสั่งลงวันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2549 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ด้วยสื่อโฆษณาทุกชนิด หรือวิธีการอื่นใด ยกเว้นกรณีการ โฆษณาในสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดพิมพ์นอกราชอาณาจักรโดยมิได้มีวัตถุประสงค์ให้นำเข้ามาจำหน่าย แจก แลก ในราชอาณาจักร โดยเฉพาะและการถ่ายทอดสด เหตุการณ์สดจากต่างประเทศทางวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีได้มีวัตถุประสงค์ที่จะออกอากาศในราชอาณาจักรไทยโดยเฉพาะ ทั้งนี้ไม่รวมการ โฆษณาที่แทรกหรือคั่นระหว่างการถ่ายทอด

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข วันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2548 กำหนดคำเตือนโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เพิ่มเติมเป็น 6 ข้อความ ได้แก่

1. การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง
2. การดื่มสุราเป็นอันตรายต่อสุขภาพและการบั่นทอนสติสัมปชัญญะ
3. การดื่มสุราทำให้ตับแข็งและเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ

4. เมมาแล้วขับ อาจพิการและตายได้
5. ดื่มสุราอาจทำให้ขาดสติและเสียชีวิต
6. ดื่มสุราผิดศีลข้อ 5

ทั้งนี้ให้ผู้ประกอบการแสดงคำเตือนตั้งแต่ข้อความที่ 1-6 เวียนไปตามลำดับให้ครบทุกคำเตือนทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงชิ้นงานโฆษณา ต่อมา มีประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 122 ตอนพิเศษ 41 ง วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2548 ให้ใช้คำเตือนหนึ่ง ๆ ไม่เกินระยะเวลา 1 ปี นอกจากนี้ยังควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการของกระทรวงสาธารณสุขโดยประกาศห้ามการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดในสถานที่ราชการ และ โรงพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทุกแห่ง ลงวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2549 รวมทั้งไม่อนุญาตให้มีการโฆษณา ส่งเสริมการขายและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนไม่รับการอุดหนุนหรือสนับสนุนด้านการเงินและสิ่งอื่น ๆ ตลอดจนห้ามมิให้ผู้ใดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด ในสถานที่ราชการ และสถานพยาบาล ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทุกแห่ง

สถานที่ห้ามขายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามมาตรา 27 และ 31 และประกาศสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มเติม ได้แก่ สถานที่ดังต่อไปนี้

1. วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ประกาศ ฉบับที่ 1/2552 วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2552 ให้ความหมายของ คำว่า “วัด” ว่าเป็น สถานที่ทางศาสนาของทุกศาสนาโดยปรกติมีโบสถ์ วิหาร ที่อยู่ของสงฆ์หรือนักบวช และคำว่า “สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา” หมายถึง สถานที่ที่ใช้เป็นที่ประกอบพิธีบูชาทางศาสนา ทั้งที่เป็นพิธีกรรมที่เนื่องด้วยงานมงคลและอวมงคล เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนาที่ได้บัญญัติไว้ว่าต้องมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นเนื้อแท้ของพิธีกรรมนั้น ๆ ซึ่งในปัจจุบันมีเพียงพิธีศีลมหาสนิทของศาสนาคริสต์เท่านั้น

2. สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาล ร้านขายยา สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ออกประกาศฉบับที่ 2/2552 และปรับปรุงให้มีความชัดเจนและเข้าใจตรงกันมากขึ้นในฉบับที่ 1/2553 ว่า สถานบริการสาธารณสุข เป็นสถานที่ให้บริการส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันควบคุมโรค รักษาพยาบาล หรือฟื้นฟูสภาพ ที่อยู่ในความควบคุมดูแลของรัฐ เช่น โรงพยาบาลหรือสถานอนามัยของรัฐ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานป้องกันควบคุมโรค กรมหรือกองต่าง ๆ ในกระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น ส่วนสถานพยาบาล ครอบคลุมทั้งสถานที่และยานพาหนะซึ่งจัดไว้เพื่อการประกอบโรคศิลปะ วิชาชีพเวชกรรม วิชาชีพการพยาบาลและการผดุงครรภ์ วิชาชีพทันตกรรม วิชาชีพกายภาพบำบัด และวิชาชีพเทคนิคการแพทย์ทั้งนี้



โดยกระทำเป็นปกติธุระไม่ว่าจะได้รับประโยชน์ตอบแทนหรือไม่ และร้านขายยาเป็นสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณซึ่งได้รับใบอนุญาต ตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510

3. สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร ตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ฉบับที่ 3/ 2552 ระบุว่าห้ามขายและบริโภค ในสถานที่ราชการซึ่งเป็นสถานที่ในกำกับดูแลของทั้งรัฐบาล รัฐสภา และศาล ยกเว้นให้ขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์ได้เฉพาะในร้านค้าหรือสโมสรที่เปิดบริการเป็นการประจำหรือถาวร และยกเว้นให้บริโภคได้ในบริเวณที่พักส่วนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

4. สถานศึกษา ตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ฉบับที่ 5/ 2552 เรื่อง การห้ามขายและบริโภคเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณสถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ” ได้แก่ สถานพัฒนาเด็กปฐมวัย โรงเรียน ศูนย์การเรียน วิทยาลัย สถาบัน มหาวิทยาลัย หน่วยงานการศึกษาหรือหน่วยงานอื่นของรัฐหรือของเอกชนที่มีอำนาจหน้าที่หรือมีวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษา ซึ่งรวมถึง โรงเรียนหรือสถานกวดวิชาของเอกชนด้วย

5. สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นสถานที่ห้ามขายและบริโภคในมาตรา 27 (6) และตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ฉบับที่ 6/ 2552 และปรับปรุงให้ชัดเจนมากขึ้นในฉบับที่ 2/ 2553 ห้ามขายและบริโภคเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ในสถานที่หรือบริเวณ “สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง หมายความว่ารวมถึงสถานบริการก๊าซ สถานบริการน้ำมัน หรือสถานบริการสิ่งอื่นที่ใช้หรืออาจใช้เป็นเชื้อเพลิงหรือสิ่งหล่อลื่นทุกชนิด รวมถึงปั้มหลอดที่มีการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงไว้เพื่อให้บริการน้ำมันเชื้อเพลิงแก่ยานพาหนะด้วย

6. สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อน ห้ามผู้ใดขายหรือบริโภคเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะ ตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ฉบับที่ 6/ 2552 และปรับปรุงเป็น ฉบับ 2/ 2553 กำหนดให้สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป นั้นต้องมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ 1) เป็นสถานที่สาธารณะที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป เป็นของทางราชการ เช่น สวนหลวง ร.9, สวนหลวง, สวนเบญจกิติ หรือสวนทุ่งศรีเมือง เป็นต้น ซึ่งหมายความว่ารวมถึงสถานที่สาธารณะอื่น ๆ ที่ราชการจัดให้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนโดยทั่วไป โดยไม่จำเป็นต้องประกาศหรือจดทะเบียนเป็นสวนสาธารณะ

7. หอพัก ตามมาตรา 27 (3) ห้ามขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือหอพัก ตามประกาศของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ฉบับที่ 4/ 2552 สถานที่

หรือบริเวณหอพักหมายถึงสถานที่ที่จัดขึ้นเพื่อรับผู้พักตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ที่ศึกษาอยู่ในระดับไม่สูงกว่าปริญญาตรีและอายุไม่เกิน 25 ปีบริบูรณ์หรือยังไม่ได้สมรสตามกฎหมาย โดยมีการเรียกเก็บทรัพย์สินตอบแทน ทั้งนี้ไม่ว่าจะเรียกชื่ออย่างไร และจดทะเบียนไว้ถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่

8. สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์

## ข้อมูลทั่วไปมหาวิทยาลัยบูรพา

### ประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยบูรพาพัฒนามาจากวิทยาลัยวิชาการศึกษา บางแสน เป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งแรกของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาค เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2498 ต่อมาได้รับการยกฐานะเป็นมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน

เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2517 ยกฐานะขึ้นเป็นมหาวิทยาลัยบูรพา เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2533 และเปลี่ยนสถานภาพเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ เมื่อวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2551

### ก้าวแรก: วิทยาลัยการศึกษา บางแสน (พ.ศ. 2498-2517)

ปี พ.ศ. 2492 กระทรวงศึกษาธิการ ได้จัดตั้งโรงเรียนฝึกหัดครูชั้นสูงขึ้นที่ชอยประสานมิตรอำเภอพระโขนง จังหวัดพระนคร ต่อมาในปี พ.ศ. 2497 ได้รับการยกฐานะเป็นวิทยาลัยวิชาการศึกษา ชื่อว่า วิทยาลัยวิชาการศึกษา ประสานมิตร ในปี พ.ศ. 2498 ได้ขยายวิทยาเขตออกไปอีก 2 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยวิชาการศึกษาปทุมวัน ตั้งอยู่ที่จังหวัดพระนคร และวิทยาลัยวิชาการศึกษาบางแสน ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2498 ฯพณฯ มังกรพรหมโยธี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้เป็นประธานในพิธีเปิดวิทยาลัยวิชาการศึกษา บางแสน และวางศิลาฤกษ์อาคารอำนวยการซึ่งเป็นอาคารหลังแรกของวิทยาลัย โดยวิทยาลัยได้ประกาศรับสมัครนิสิตเข้าศึกษาและมีนิสิตที่ผ่านการคัดเลือกเป็นรุ่นแรกจำนวน 41 คน ในปี พ.ศ. 2499 ได้รับโอนโรงเรียนพิบูลบำเพ็ญ จากกรมสามัญศึกษา เพื่อปรับปรุงเป็นโรงเรียนสาธิตของวิทยาลัย โดยเปลี่ยนชื่อเป็น โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” วิทยาลัยวิชาการศึกษา บางแสน และในปี พ.ศ. 2501 เป็นปีแรกที่มีผู้สำเร็จการศึกษารุ่นแรกจำนวน 35 คน

### ก้าวต่อมา: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน (พ.ศ. 2517-2533)

วิทยาลัยวิชาการศึกษา ได้รับการยกฐานะเป็น “มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ” โดยพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และโอนสังกัดจากกระทรวงศึกษาธิการ มาสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยในวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2517 วิทยาลัยวิชาการศึกษา บางแสน จึงมีฐานะเป็นมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน

มหาวิทยาลัยได้พัฒนาวิชาการก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2531 คณะรัฐมนตรีมีมติให้ยกฐานะมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน เป็นมหาวิทยาลัยใหม่ และเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ.2533 จึงได้มีประกาศยกฐานะมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน เป็นมหาวิทยาลัยบูรพา ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2533 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 107 ตอนที่ 131

#### ก้าวต่อมา: มหาวิทยาลัยบูรพา (พ.ศ. 2533-ปัจจุบัน)

มหาวิทยาลัยบูรพาได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้านกายภาพ บุคลากรและการพัฒนาระบบบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ มีการจัดตั้งหน่วยงานใหม่เพิ่มขึ้นและมีการขยายงานโดยในปี พ.ศ. 2539 ได้จัดตั้งวิทยาเขตสารสนเทศจันทบุรี และในปี พ.ศ. 2540 ได้จัดตั้งวิทยาเขตสารสนเทศสระแก้ว มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นมหาวิทยาลัยสมบูรณ์แบบผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ด้านสังคมศาสตร์ ด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ และด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยบูรพาได้เปลี่ยนสถานภาพเป็นหน่วยงานในกำกับของรัฐ ซึ่งไม่เป็นส่วนราชการ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2550 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 125 ตอนที่ 5 ก เมื่อวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2551 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2551 (มหาวิทยาลัยบูรพา, 2556)

#### ตารางที่ 2-2 จำนวนนิสิตระดับการศึกษาปริญญาตรี ภาคพิเศษ

คณะ	ชาย	หญิง	รวม
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	619	1,757	2,374
วิทยาศาสตร์	62	299	361
ศึกษาศาสตร์	195	273	468
วิศวกรรมศาสตร์	1,015	225	1,240
ศิลปกรรมศาสตร์	216	157	373
สาธารณสุขศาสตร์	56	310	373
รัฐศาสตร์และนิติศาสตร์	1,969	2,488	4,457
การจัดการและการท่องเที่ยว	329	1,561	1,890
โลจิสติกส์	388	652	1,040
ภูมิสารสนเทศศาสตร์	220	316	536
วิทยาการสารสนเทศ	247	107	354

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ตรงหรือใกล้เคียงกับหัวข้อวิจัย พบว่ามีเอกสารงานวิจัยที่สำคัญ ดังนี้

ประกิจ โพธิอาศน์ (2541) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายที่ได้รับขณะศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่แตกต่างกัน ทักษะคิดต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทักษะคิด คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดจากการประเมินค่าแล้วและมีความพร้อมที่จะกระทำสิ่ง ๆ นั้น แนวการจัดการศึกษาแบบดั้งเดิม (Traditional education) เชื่อว่าทักษะคิดจะทำให้เกิดพฤติกรรม โดยการได้รับข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริง เพื่อให้เกิดระบบคิด และระบบความเชื่อของบุคคล ที่จะส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ถูกต้อง และชักนำให้เกิดพฤติกรรม อันพึงประสงค์ แต่การให้ความรู้เพียงอย่างเดียว โดยขาดถึงการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ ก็ไม่ได้เกิดผลตามที่ต้องการ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยขาดความคำนึงถึงความแตกต่างของวัย บรรทัดฐานของกลุ่ม บรรทัดฐานของสังคม และความสามารถของผู้เรียน ก็ไม่ได้สนับสนุนให้บุคคลมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันพึงประสงค์ได้

กมลทิพย์ วิจิตสุนทรกุล (2542) และนอกจากนี้ บัจจัญนำ ได้แก่ ความรู้เรื่องสุรา ทักษะคิดต่อการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคจากการดื่มสุรา การรับรู้ความรุนแรงของโรคที่เกิดจากการดื่มสุรา การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา บัจจัญเอื้อ ได้แก่ การใช้เวลาว่าง การใช้จ่ายเงินรายได้ การเข้าถึงแหล่งบริการของมหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา บัจจัญเสริม ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ การได้รับข้อมูลคำแนะนำจาก พ่อ แม่ ผู้ปกครอง อาจารย์ เพื่อน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา ตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายสูงสุด มีทั้งบัจจัญนำ บัจจัญเอื้อ และบัจจัญเสริม 6 ตัวแปร ได้แก่ การใช้จ่ายเงินรายได้ การเข้าถึงแหล่งบริการของมหาวิทยาลัย การได้รับข้อมูล คำแนะนำจากเพื่อน ความรู้เกี่ยวกับสุรา การได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ทักษะคิดต่อการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา

อุษา ศิลป์เรืองวิไล (2551) การรับรู้และการตีความเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กวัยรุ่น เป็น โครงการวิจัยที่มีแนวคิดเริ่มต้นจากโครงการรณรงค์ต่าง ๆ ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) ซึ่งมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดมาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีอยู่หลายด้าน ทั้งด้านที่เกิดจากผู้ผลิต ผู้บริโภค รวมถึงสื่อ

ที่เป็นตัวกลางในการรับรู้ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งล้วนแต่เป็นประเด็นที่สามารถนำมาศึกษาได้ทั้งสิ้น ผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มเด็กวัยรุ่นที่ส่วนใหญ่กำลังอยู่ในวัยศึกษาและเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปัจจุบันเป็นกลุ่มที่มีอัตราการบริโภคจำนวนสูงขึ้นจนทำให้เกิดข้อคำถามว่า “ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น, สิ่งแวดล้อม, ตัวเด็กวัยรุ่น, การรับรู้ข่าวสาร/ สื่อประชาสัมพันธ์/ สินค้า, หรือว่าการตีความของเด็กวัยรุ่นเองที่มีต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือว่าปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลให้เด็กวัยรุ่นมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โครงการวิจัยชิ้นนี้เป็นโครงการวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ การตีความเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็ก

อดิศวร์ หลายชูไทย (2550) พบว่า พฤติกรรมการดื่มของนักเรียนเริ่มเมื่อประมาณอายุระหว่าง 18-25 ปี หรืออาจน้อยกว่านั้น อย่างไรก็ตาม นักเรียนหญิงจะเริ่มดื่มช้ากว่าผู้ชาย เนื่องจากผู้หญิงจะถูกควบคุมโดยครอบครัวมากกว่า นักเรียนที่เรียนไม่ดีหรือไม่สนใจเรียนเข้าสู่วงจรการดื่มเร็วกว่านักเรียนที่เรียนดีหรือตั้งใจเรียน และนักเรียนที่ครอบครัวเฝ้าระวังและเอาใจใส่ก็เข้าสู่วงจรการดื่มช้ากว่านักเรียนที่มาจากครอบครัวที่ละเลยไม่ดูแล นอกจากนี้คำแนะนำในครอบครัวก็มีผลทั้งทางลบและทางบวกต่อการเข้าสู่วงจรการดื่มของเยาวชนครอบครัวที่เอาใจใส่เยาวชนสามารถสกัดกั้นเยาวชนไม่ให้เข้าสู่การเป็นนักดื่มอายุน้อยได้ แต่ในขณะเดียวกัน ในการสำรวจ พบกลุ่มเยาวชนอายุ 10 ปีที่เริ่มดื่ม เนื่องจากครอบครัวและญาติพี่น้องแนะนำให้ดื่ม ครอบครัวมีส่วนอย่างมากต่อการดื่มของเยาวชน ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า ถ้านักเรียนเคยถูกรับรู้ว่าเป็นเรื่องการดื่ม โอกาสที่จะเลิกดื่มจะมีมากกว่ากลุ่มนักเรียนที่ครอบครัวไม่ห้าม เหตุผลในการดื่มของนักเรียนทั้งหญิงและชายเริ่มจากความอยากรลองเป็นอันดับแรก และอิทธิพลเพื่อนเป็นลำดับสอง โอกาสในการดื่มครั้งแรกมาจากโอกาสตามเทศกาล โดยเฉพาะตามงานต่าง ๆ และงานเลี้ยงหรืองานรับน้องในสถานศึกษา กระแสนิยมและสื่อมีส่วนในการกระตุ้นการดื่มของเยาวชน โดยเฉพาะเครื่องดื่มประเภทไวน์คูลเลอร์ที่ใช้ความทันสมัยเข้ามาเป็นแรงจูงใจนักเรียนนักศึกษาที่มีทัศนคติว่า การดื่มเป็นเรื่องปกติ และมีความเชื่อลักษณะมายาคติเกี่ยวกับการดื่มมากมาย เช่น เชื่อว่าการดื่มสุราต่างประเทศจะไม่เมา ดื่มเป็น คือคนทันสมัย ดื่มสุราต่างประเทศเป็นเครื่องแสดงสถานะทางสังคม การดื่มเครื่องดื่มบางประเภทเช่น ไวน์คูลเลอร์ไม่ทำลายสุขภาพ ผลการสำรวจนี้สอดคล้องกับผลการสำรวจเยาวชนกับการดื่มในสหรัฐอเมริกา ซึ่งพบว่า ถ้าผู้ดื่มเริ่มเข้าสู่วงจรการดื่มตั้งแต่ยังเป็นวัยรุ่นอายุน้อย โอกาสที่จะกลายเป็นผู้ดื่มถาวรมีสูงมากและสูงกว่าผู้ที่เริ่มดื่มตอนอายุมาก ผลการสำรวจในประเทศไทยสอดคล้องกับผลการสำรวจขององค์กร WHO ในหลายประเทศทั่วโลกกว่า การที่สุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หาซื้อได้ง่ายนั้นมีผลสูงมากต่อการดื่มของวัยรุ่น 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดื่มของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาหลายด้านทั้งในระดับสังคม ระดับชุมชน

ระดับกลุ่ม ระดับครอบครัวและระดับบุคคล ที่มีผลต่อการดื่มของกลุ่มวัยรุ่น สามารถสรุปเป็นสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาและระดับการเรียนรู้ ผลวิจัยในประเทศไทยของ อติศวร หลายชูไทย (2550) บ่งชี้ว่า นักเรียนที่มีผลการเรียนดี มีผลการเรียนเฉลี่ย 3 หรือ 4 จะเริ่มดื่มในระดับอายุที่ช้ากว่า นักเรียนที่ผลการเรียนไม่ดี โดยจะเริ่มดื่มเมื่ออายุประมาณ 20 ปี ส่วนนักเรียนที่ได้ผลการเรียนเฉลี่ยประมาณ 1 หรือ 2 จะเริ่มดื่มเมื่ออายุยังน้อย โดยเฉลี่ยประมาณ 11 ปี จากผลวิจัยนี้ อาจสรุปได้ว่าการที่นักเรียนใส่ใจการเรียนสูง ใช้เวลากับการเรียนมาก ใฝ่เรียน จะทำให้นักเรียนมีความเสี่ยงต่อการดื่มเมื่ออายุน้อยนั้นน้อยลง

ความอยากลองและความอยากเสี่ยง (Risk taking) อติศวร หลายชูไทย (2550) พบว่า ความอยากลอง มีอิทธิพลมากกับกลุ่มนักเรียนนักศึกษา โดยเฉพาะกับกลุ่มนักเรียนมัธยมปลาย และความอยากลองกลายเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการดื่มเมื่ออายุยังน้อยและการดื่มครั้งแรก ผลการวิจัยพบว่า ในกลุ่มเยาวชนอายุที่เริ่มดื่มเมื่ออายุต่ำกว่า 10 ปี ความอยากทดลองเป็นประการสำคัญที่จูงใจให้ดื่ม นอกจากนี้ วัยรุ่นยังมีความต้องการที่จะอยากเสี่ยงอยากทดลองมีพฤติกรรมเสี่ยง (Risk-taking behavior) เพราะประเมินความเสี่ยงไว้ต่ำ (Low risk assessment) และมองว่าความเสี่ยงคือความสนุกเร้าใจ

อิทธิพลเพื่อนและอิทธิพลกลุ่ม อิทธิพลเพื่อนนี้จะแบ่งเป็นเพื่อนในโรงเรียนและเพื่อนนอกโรงเรียน อิทธิพลเพื่อนมีผลต่อทั้งการดื่มครั้งแรกและการชักชวนดื่มเป็นประจำของกลุ่มเยาวชนและเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อทั้งนักเรียนหญิงและชาย เพื่อนในโรงเรียนจะมีอิทธิพลในการสร้างการเลียนแบบกันในกลุ่ม ส่วนเพื่อนนอกโรงเรียนจะมีอิทธิพลในการดื่มเพื่อความสนุกในระดับอุดมศึกษา อิทธิพลเพื่อนจะมีอำนาจสูงสุดในการจูงใจเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาชาย ส่วนในกลุ่มผู้หญิงในทุกระดับอายุ ยกเว้นวัยมัธยมปลาย อิทธิพลเพื่อนและความอยากลองมีความสำคัญพอ ๆ กัน ในผู้หญิงวัยมัธยมปลาย ความอยากลองจะมีอิทธิพลมากกว่า อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสองประการนี้ คือ ความอยากลองและอิทธิพลเพื่อน (Peer pressure) นั้นมักจะมาด้วยกันและเป็นปัจจัยคู่ขนานกันเสมอ อิทธิพลเพื่อนจะมาพร้อมกับความต้องการการเป็นสมาชิกกลุ่ม (Membership need) จึงเกิดการเลียนแบบกันในกลุ่ม การยอมรับพฤติกรรมกลุ่มเป็นพฤติกรรมของตน การมีพฤติกรรมบางอย่างเพื่อให้กลุ่มยอมรับ นอกจากนี้ ความเป็นกลุ่มของวัยรุ่นและแรงกดดันจากกลุ่ม (Friend pressure) มีส่วนสัมพันธ์กับการเกิดพฤติกรรมเสี่ยง (Risk behaviors) ต่าง ๆ ด้วย

ความต้องการสถานะแบบผู้ใหญ่และการค้นหาตัวตน วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการอำนาจเป็นของตนเองและต้องการการเป็นอิสระไม่ขึ้นกับผู้ใหญ่ (Autonomy) ทำให้เกิดความอยากได้สถานะ

แบบผู้ใหญ่ อยากรู้วิถีชีวิตต่าง ๆ ที่ผู้ใหญ่มี ผู้ใหญ่เป็นและที่ผู้ใหญ่สามารถกระทำได้ หนึ่งใน  
วิถีชีวิตของผู้ใหญ่คือการดื่ม ดังนั้น วิถีรุ่นที่ต้องการสถานะแบบผู้ใหญ่จึงสวมบทบาทและต้องการ  
แสดงออกภาวะความเป็นผู้ใหญ่ของตนด้วยการดื่มเลียนแบบสิ่งที่ผู้ใหญ่กระทำ นอกจากนี้วิถีรุ่น  
ยังเป็นวัยที่แสวงหาความเป็นตัวตนที่แท้จริง ทั้งนี้ วิถีรุ่นจึงต้องผ่านการทดลองเรียนรู้หา  
ประสบการณ์เพื่อแสวงหาตัวตน การดื่มจึงกลายเป็นประสบการณ์ หนึ่งที่วิถีรุ่นใช้ในการแสวงหา  
ตัวตนของตนเอง

ครอบครัวญาติพี่น้องและทัศนคติของพ่อแม่ ผลวิจัยพบว่า ครอบครัวมีส่วนสองประการ  
ต่อการดื่ม คือส่งเสริมและห้ามปราม ในกลุ่มนักเรียนที่ดื่มตั้งแต่อายุน้อย พบว่า ครอบครัว  
คะยั้นคะยอให้ดื่มและทัศนคติของพ่อแม่ผู้ปกครองที่เห็นว่า การดื่มไม่ใช่เรื่องเสียหายจึงไม่เคย  
ห้ามปรามนั้นก็ยิ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมกรรมการดื่มและส่งเสริมความเชื่อที่ว่า การดื่มเป็นเรื่อง  
ธรรมดา ส่วนครอบครัวที่ห้ามปรามการดื่ม พบว่าทำให้ผู้ดื่มเข้าสู่วงจรการเป็นนักดื่มหน้าใหม่  
ตั้งแต่อายุยังน้อยนั้นช้าลงได้ นอกจากนี้ พบว่า ถ้าครอบครัวไม่แน่นแฟ้น ไม่เอาใจใส่ หย่าร้าง ก็จะมี  
อิทธิพลต่อการดื่มตั้งแต่อายุยังน้อยได้ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยจากครอบครัวที่มีผล เช่น พ่อแม่  
เป็นนักดื่ม อาชีพของพ่อแม่ ฐานะทางครอบครัว การเลี้ยงดู เป็นต้น

ทัศนคติต่อการดื่ม ผู้ดื่มส่วนใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นมีทัศนคติหลายประการต่อ  
การดื่ม โดยดึงความเชื่อเข้ามาผูกเป็นเหตุผลในการดื่ม ความเชื่อที่สำคัญคือ เชื่อว่า การดื่มเป็น  
จะทำให้เข้าสังคมเป็นหรือสมาคมเป็น การดื่มคือการเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ความเชื่อนี้ปรากฏ  
ในกลุ่มวัยรุ่นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ยังมีความเชื่อที่สำคัญว่า การดื่มเป็นเรื่องปกติ เป็นธรรมดา  
ของวัยรุ่น เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตปกติ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ปรากฏทั้งในกลุ่มวัยรุ่น และในกลุ่มผู้ใหญ่  
ซึ่งมีส่วนทำให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมกรรมการดื่ม และทำให้ผู้ใหญ่ที่มีความเชื่อดังกล่าวจะเลยที่จะห้ามปราม  
หรือแทรกแซงพฤติกรรม นอกจากนี้ พบว่า วัยรุ่นมีทัศนคติเชิงบวกต่อการดื่ม มีการประเมิน  
ความเสี่ยงจากการดื่มไว้น้อย ประเมินพฤติกรรมเสี่ยงว่าไม่เสี่ยง เช่น มองว่าอุบัติเหตุที่เกิดจาก  
ความเมาจะไม่เกิดกับตัวเอง คิดว่าตนเองจะไม่มีวันมาได้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีทัศนคติที่  
เกี่ยวข้องกับเพศสภาพ (Gender) อีกด้วย วัยรุ่นไทยเชื่อว่า การดื่มคือการพิสูจน์ความเป็นผู้ชาย  
ผู้ชายที่ไม่ดื่มจะถูกมองว่าเป็นชายไม่แท้บ้าง เป็นชายที่ไม่กล้าบ้าง มิตรภาพของผู้ชายเชื่อมกันได้  
ในวงเหล้า เป็นต้น ส่วนผู้หญิงจะเชื่อว่า ผู้หญิงที่ดื่มเท่าผู้ชายคือคนคอแข็ง เก่ง โก้ หรือต้องหัดดื่ม  
ให้เป็นเพื่อไม่ให้ผู้ชายหลอก เป็นต้น นอกจากนี้ ประสบการณ์ที่มีต่อการดื่มมีผลต่อการดื่มของ  
วัยรุ่นด้วยเช่นเคยเห็นผู้ใหญ่ดื่มเป็นประจำจนเคยชิน เป็นต้น

เทศกาล วัยรุ่นใช้เทศกาลและวาระโอกาสต่าง ๆ เป็นเหตุผลในการดื่ม นอกจากเทศกาล  
ตามปกติ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์แล้ว กลุ่มวัยรุ่นก็ยังใช้วาระอื่น ๆ หรือสร้างวาระเพื่อมารองรับ

เหตุผลในการดื่มด้วย เช่น ฉลองสอบเสร็จ ออกหักต้องดื่มปลอบใจ วันวาเลนไทน์ รับประทานอาหาร และ โอกาสในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ซึ่งลักษณะเช่นนี้ก็ปรากฏในกลุ่มผู้ใหญ่ด้วยเช่นกัน ผลวิจัยบ่งชี้ว่า วาระเทศกาลต่าง ๆ เป็นช่วงที่นักเรียนนักศึกษามีโอกาสดื่มมากที่สุด

โอกาสที่จะซื้อและราคา ผลวิจัยบ่งชี้ชัดเจนว่า นักเรียนนักศึกษาระบุว่า การที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หาซื้อง่าย ไม่จำกัดอายุ เวลา สถานที่ขาย มีผลต่อการซื้อดื่มมาก นอกจากนี้ เครื่องดื่มบางอย่างราคาไม่แพงก็ทำให้นักเรียนนักศึกษาดื่มมากขึ้นได้

ขาดการตระหนักรู้เรื่องพิษภัยของแอลกอฮอล์และทัศนคติต่อตนเอง ผลวิจัยระบุว่า แท้จริงแล้ว นักเรียนนักศึกษามีการตระหนักรู้เกี่ยวกับพิษภัยแอลกอฮอล์น้อยมาก โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียนมัธยมปลายและนักเรียนระดับอาชีวะ นักเรียนนักศึกษาจะรู้เพียงว่า แอลกอฮอล์จะทำให้เมา หลงมีครรภไม่ควรถูกดื่มสุรา และผู้ดื่มมากจะเป็นโรคตับแข็ง แต่ไม่รู้ว่า มีผลต่อสมองและนักเรียนที่ดื่ม ไม่คิดว่าตนเองติดสุราและคิดว่าตนเองจะไม่เป็นโรค เพราะประเมินความเสี่ยงต่อตนเองไว้ต่ำ (Low self-risk assessment) แต่ประเมินความเสี่ยงต่อผู้อื่นไว้สูง รวมทั้งประเมินสถานการณ์การดื่มไว้สูง หมายถึง วัยรุ่นมักคิดว่า ใคร ๆ ก็ดื่ม จำนวนคนที่ดื่มมีมากมาย อุบัติเหตุหรือโรคร้ายจากการดื่มอาจเกิดกับผู้อื่นมากกว่าและคิดว่าผู้อื่นดื่มมากกว่าตนเองเสมอ นอกจากนี้ ผู้ดื่มยังมีลักษณะเลือกเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับพิษภัยการดื่ม มองว่าสารที่นำเสนอแต่พิษภัยการดื่มนั้นเป็นเรื่องธรรมดา ผู้ดื่มยังหลีกเลี่ยงที่จะตระหนักรู้เนื่องจากยังมีความเชื่อแบบมายาคติในสังคมที่ว่า การดื่มเป็นเรื่องปกติ

บุคลิกภาพ วัยรุ่นเป็นวัยที่มีบุคลิกภาพสำคัญ 4 ประการ คือ 1. ต้องการการกระตุ้น ต้องการความเร้าใจสนุกสนานตลอดเวลา 2. หลีกเลี่ยงที่จะรับรู้ผลกระทบทางลบจากพฤติกรรมของตน 3. ต้องการผลตอบแทนแบบทันตาเห็น และ 4. มีลักษณะต่อต้านสังคม หรือในบางรายมีพฤติกรรมเบี่ยงเบน (Delinquent) บุคลิกภาพสี่แบบนี้มีผลต่อการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มวัยรุ่นดื่มเพราะต้องการความสนุกสนาน การดื่มเป็นการเข้าสู่ความเป็นผู้ใหญ่ที่ต้องการ ความสำเร็จใจ เร้าใจ น่าทดลอง การดื่มที่เคยถูกห้ามตอนเด็ก ๆ ก็กลายเป็นสิ่งช่วยผ่อนคลายห้อยอยากทำ

ภาวะแห่งตนและศักยภาพในการปฏิเสธ (Self-efficacy) การรวมกันเป็นกลุ่มของวัยรุ่นทำให้เกิดแรงกดดันจากกลุ่ม วัยรุ่นที่มีศักยภาพในการปฏิเสธต่ำ มีความมั่นใจในตนเองต่ำแต่ต้องการพึ่งพิงกลุ่มสูง ต้องการการยอมรับจากกลุ่มสูง ต้องการความเป็นสมาชิกสูง หรืออยากเป็นผู้นำในกลุ่ม ก็จะทำให้วัยรุ่นไม่กล้าปฏิเสธการชักชวนดื่มจากกลุ่มหรือการทำให้ดื่มจากกลุ่ม

สื่อและกระแสแฟชั่น สื่อเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในสังคมที่ช่วยสร้างค่านิยมและสนับสนุนค่านิยมบางอย่าง สารที่ส่งมาจากสื่อต่าง ๆ เช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ภาพยนตร์ ดนตรี มีวลีวิดีโอ ต่างเผยแพร่พฤติกรรมดื่มในภาพที่ดี เช่น ความเป็นลูกผู้ชายกับสุรา และสร้างค่านิยม



บางอย่าง เช่น ออกหัก เสียใจ ประชดชีวิต ประชดความรักด้วยการดื่มและที่สำคัญ สื่อเผยแพร่ ความเชื่อที่ว่า การดื่มเป็นเรื่องปกติของสังคม นอกจากนี้ กระแสแฟชั่นและแนวโน้มต่าง ๆ ก็มีผลผลักดันการดื่ม เช่น การดื่มในหมู่หญิงวัยรุ่น การดื่มเหล้าผสม การดื่มไวน์ในกลุ่มวัยรุ่น หญิงหรือการดื่มไวน์คูลเลอร์ในกลุ่มนักเรียนมัธยม ก็เกิดมาจากการสร้างกระแสแฟชั่นจากสังคม และจากนักการตลาด รวมไปถึงผู้นำแฟชั่นต่าง ๆ (Trend setter)

ชุมชนและการใช้เวลาของวัยรุ่น ชุมชนรอบตัววัยรุ่นและสถานที่ที่วัยรุ่นอยู่มีส่วนในการเป็นปัจจัยส่งเสริมการดื่ม ถ้าชุมชนมีการกดดันเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมพฤติกรรมการดื่ม เช่นจำกัดสถานที่ขายสุรา สถานที่ขายสุราอยู่ห่างจากสถานศึกษา เป็นต้น ก็จะมีผลลดการดื่มได้ นอกจากนี้ การใช้เวลาหลังเลิกเรียนของวัยรุ่นก็มีส่วนสำคัญ ผลวิจัยพบว่า วัยรุ่นที่ใช้เวลาทำงานหลังเลิกเรียน มีกิจกรรมกีฬาหลังเลิกเรียน มีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการศึกษา ก็จะมีเข้าสู่วงจรการดื่มช้าลง นอกจากนี้ สถานที่ที่วัยรุ่นจับกลุ่มปะปนกันมาก ๆ ก็มีส่วนส่งเสริมพฤติกรรมชักชวนกันดื่มได้ เช่น ในหอพัก เป็นต้น

ศรีรัช ลาภใหญ่ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษางานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีผลต่อความรู้สึกอยากทดลองดื่ม และการจดจำตราสินค้าในกลุ่มเยาวชนและวัยรุ่น ปี 2550 ผลการศึกษาระบุว่า กลุ่มประชากรตัวอย่างทุกกลุ่มมีความชื่นชอบ โฆษณาสุรา/ เบียร์ กลุ่มทดสอบทุกกลุ่มมองว่า โฆษณาสุรา/ เบียร์ ถ่ายทำสวย สนุก เพื่อดึงดูด ผู้แสดงสวย กลุ่มตัวอย่างชั้นประถมและมัธยมต้นมองว่า โฆษณาสนุก ส่วนกลุ่มตัวอย่างมัธยมปลายและนักศึกษา มองว่า โฆษณาสุรา/ เบียร์ มีแนวคิดของโฆษณาที่ดี มีส่วนเพิ่มความสนุกของโฆษณามากกว่าแค่ภาพสวยหรือถ่ายทำดี กลุ่มมัธยมปลายและนักศึกษามีแนวโน้มที่จะใส่ใจเรื่องแนวคิดของโฆษณามากกว่ากลุ่มเด็กประถมและได้รับอิทธิพลจากแนวคิดของโฆษณามากกว่ากลุ่มเด็กเล็ก โดยเฉพาะเรื่องแรงบันดาลใจและเห็นโฆษณาเป็นตัวอย่างในการสร้างแรงบันดาลใจ กลุ่มเด็กชั้นประถมและมัธยมต้นจะไม่เข้าใจแนวคิดของโฆษณามากนัก ดังนั้น กลุ่มนี้จะชอบโฆษณาที่ ดูง่าย เนื้อเรื่องง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนหรือไม่ใช้แนวคิดในเชิงนามธรรม การใช้กลยุทธ์ผู้มีชื่อเสียงหรือ Celebrity endorsement นั้นมีผลต่อผู้รับสารอย่างเห็นได้ชัด โดยมีผลในแง่การจดจำได้ในทุกกลุ่มทดสอบ โดยเฉพาะโฆษณาเบียร์ช้าง ชุดอภินิหารคนไทย ที่ทุกกลุ่มจดจำได้สูงมาก ฉากสุดท้ายของโฆษณาเป็นที่จดจำได้มากและเป็นฉากที่ผู้ชมจำชื่อสินค้า จำชื่อบริษัท เห็นขวดสุรา ได้ชัดเจน ตราสินค้าเบียร์ช้าง เป็นตราสินค้าที่ได้รับความชื่นชมมากที่สุดในทุกกลุ่ม ทุกกลุ่มปฏิเสธว่า โฆษณาไม่ได้มีผลต่อตนเอง แต่ผลการทดสอบพบว่า โฆษณามีผลในเรื่องการจดจำและความนิยมในตราสินค้า เพราะทุกกลุ่มมีความภักดีต่อตราสินค้าสูงมาก โดยเฉพาะตราสินค้าช้าง ผลสรุประบุว่า ทุกกลุ่มมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ไม่สูงมากและมีความรู้เท่าทันกลยุทธ์ทางการสื่อสารและการตลาดของบริษัทสุรา/

เบียร์ ไม่สูงเช่นกัน ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมกาเปิดรับสารที่ขาดการตระหนักและขาดการพิเคราะห์สาร

ราชวดี เอี่ยมศิลป์ (2550) ได้ศึกษาอิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่าพฤติกรรมกาเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกัน โดยพบว่าโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา และพฤติกรรมกาเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้ 1) ด้านของความถี่การรับชมภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสัปดาห์ที่ผ่านมา 2) ระยะเวลาในการรับชมภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละครั้ง 3) ลักษณะการเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4) การจดจำภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วนำไปเล่าต่อกับผู้อื่น 5) ความรู้สึกรักติดตามชมภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรณพร บุตรขุนทอง (2548) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเบียร์ของผู้บริโภคจังหวัดเชียงราย คือ การโฆษณา ผลการศึกษาโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อความอยากทดลองดื่มในกลุ่มเยาวชนของ ศรีรัช ลาภใหญ่ (2550) พบว่า สื่อโฆษณาและสารโฆษณามีผลต่อการรับรู้สูงมากในกลุ่มเยาวชน การจดจำตราสินค้าได้จากสื่อ

ชลธิชา ไรจนแสง (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมกาดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2550 ส่วนใหญ่บอกว่าการดื่มสุราไม่มีผลกระทบต่อการเรียน (ร้อยละ 80.2) และในอนาคตก็ยังคงดื่มสุราเป็นบางครั้งบางคราวต่อไป (ร้อยละ 80.2)

สุทธิรักษ์ ไชยรักษ์ และคณะ (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมกาดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี พบว่าในอนาคตคนนักศึกษาส่วนใหญ่จะยังดื่มสุราเหมือนเดิม (ร้อยละ 44.0) และคาดหวังว่าการดื่มสุราจะไม่ส่งผลกระทบต่อผลการเรียน (ร้อยละ 71.4) รับรู้คือ การสัมผัสที่มีความหมาย การรู้เป็นการแปลหรือตีความแห่งการสัมผัสที่ได้รับออกเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมายหรือที่รู้จักเข้าใจ ซึ่งในการแปลหรือตีความนี้จำเป็นที่อินทรีย์จะต้องใช้ประสบการณ์เดิม หรือความรู้เดิมหรือความชัดเจนที่เคยมีมาแต่หนหลัง ถ้าไม่มีความรู้เดิมก็จะไม่มีการรับรู้สิ่งเร้านั้น ๆ จะมีแต่เพียงการสัมผัสสิ่งเร้าแทน

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (2554) พบว่า กลุ่มที่ดื่มสุรา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุประมาณ 21 ปี มีผลการเรียนระดับปานกลาง มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 7,770 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 พักอาศัยร่วมกับพ่อแม่และแม่ ส่วนมากแล้วเป็นนักศึกษาภาคปกติ และไม่ได้ทำงานพิเศษ มักใช้เวลาทำกิจกรรมสันทนาการ ประมาณวันละ 2.3 ชั่วโมง ส่วนกลุ่ม

ตัวอย่างของการศึกษานี้ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่ดื่มสุรา ส่วนมากเป็นผู้หญิง อายุประมาณ 20.32 ปี ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มที่ดื่ม และกำลังศึกษาอยู่ชั้นปี 1 มีสถานภาพเป็นนักศึกษาปกติ ไม่ได้ทำงานพิเศษ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ พักอาศัยร่วมกับพ่อและแม่ที่ยังคงอยู่ด้วยกัน เมื่อทำการเปรียบเทียบกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับกลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่ากลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีอายุ และรายได้เฉลี่ยที่สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่มีผลการเรียนและเวลาในการทำกิจกรรมสันทนาการที่ต่ำกว่ากลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนปัจจัยบุคคลด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคล ครอบครัว สังคมและสิ่งแวดล้อม และความคาดหวังจากการดื่มล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรคัดกรอง และดูแลนักศึกษาที่เป็นชาย เรียนปีสุดท้าย และมีผลการเรียนในระดับปานกลาง จะช่วยลดความเสี่ยงในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้การปรับทัศนคติ สภาพแวดล้อม สภาพสังคมโดยรอบ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการสร้างความตระหนักรู้ต่อโทษของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดจนอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน และสื่อโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีส่วนสำคัญในการช่วยลดความเสี่ยง และการมีพฤติกรรมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาได้อีกด้วย

ตารางที่ 2-3 สรุปความถี่ของตัวแปรที่ปรากฏในการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม	ประภกิจ โพธิธาศน์ (2541)	กมลทิพย์ วิจิตสุนทรกุล (2542)	อุษา ศิลป์เรืองวิไล (2551)	อดิศจ์ หลายชูไทย (2551)	ศรัรัช ลาภใหญ่ (2550)	ราชาวดี เอี่ยมศิลป์ (2550)	ชลธิชา โรจนแสง (2550)	สุทธิรักษ์ ไชยรักษ์ (2553)	กรพันธ์ กิตตินวรัตน์ (2554)	ความถี่ รวม
การดื่มสุรา ของนิสิต มหาวิทยาลัย บูรพา ภาคพิเศษ										
ทัศนคติ	✓	✓							✓	3
การวัดความรู้		✓		✓					✓	3

ตารางที่ 2-3 (ต่อ)

ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม การดื่มสุรา ของนิสิต มหาวิทยาลัย บูรพา ภาคพิเศษ	ประกิจ โพธิ์อาศน์ (2541)	กมลทิพย์ วิจิตสุนทรกุล (2542)	อุษา ศิลป์เรืองวิไล (2551)	อดิษฐ์ หลายชูไทย (2551)	ศรัรัช ลาภใหญ่ (2550)	ราชวดี เอี่ยมศิลป์ (2550)	ชลธิชา โรจนแสง (2550)	สุพธิรัชม์ ไชยรัชม์ (2553)	จักรพันธ์ กิตตินวรัตน์ (2554)	ความ ถึ รวม
การรับรู้/ การตีความ เกี่ยวกับ เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ดื่มบาง โอกาส ดื่มเพื่อความ สนุกสนาน โฆษณา ที่มีผลต่อ ความรู้สึก อยากทดลอง ดื่ม			✓		✓	✓				3
				✓				✓	✓	3
				✓				✓		2
					✓	✓			✓	3

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ภาคพิเศษ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยกลุ่มผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคพิเศษของมหาวิทยาลัยบูรพา จำนวนประมาณ 13,093 คน (งานทะเบียนและสถิตินิสิต, 2557)
2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967) จากจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคพิเศษ ของมหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 13,093 คน เมื่อคำนวณแล้วได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษา ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตร} \quad n &= \frac{N}{(1+ Ne)^2} \\ &\text{(เมื่อความเชื่อถือได้ของการเลือกตัวอย่าง = 95\%)} \\ \text{เมื่อ} \quad n &= \text{จำนวนตัวอย่าง} \\ N &= \text{จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือจำนวนของประชากร} \\ e &= \text{ค่าความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้ (กำหนด = .05)} \\ \text{โดยที่} \quad N &= 13,093 \text{ และ } e = 5\% = 0.05 \\ \text{แทนค่าสูตร} \quad n &= \frac{13,093}{1+13,093 (0.05)^2} \\ &= 399.99 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงควรใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคพิเศษของมหาวิทยาลัยบูรพาในการวิจัยครั้งนี้ประมาณ 400 คน จึงจะยอมรับได้ จึงได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ฉบับเต็ม

ตารางที่ 3-1 วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) โดยแบ่งตามชั้นปีและภาคการศึกษา

ชั้นปีการศึกษา	ภาคพิเศษ
ชั้นปีที่ 1	100
ชั้นปีที่ 2	100
ชั้นปีที่ 3	100
ชั้นปีที่ 4	100
รวมทั้งสิ้น	400 ชุด

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) ขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยทำการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตเนื้อหา ของแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานและลักษณะทั่วไปของนิสิต ซึ่งเป็น ข้อมูลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด แบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัย บูรพา มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด แบบเลือกตอบ (Check list) ใช้ข้อมูลจาก สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เกี่ยวกับเรื่องกฎระเบียบข้อบังคับของ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และข้อมูลจากสถาบันการแพทย์ ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข กรมการแพทย์ ในเรื่องของโทษและผลกระทบจากการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัย บูรพา มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด แบบเลือกตอบ (Check list) ใช้ข้อมูลจาก กมลทิพย์ วิจิตสุนทรกุล (2542) งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และของอ้อยทิพย์ ถานันตะ (2550) งานวิจัยเรื่องทัศนคติต่อการดื่มสุราของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด แบบเลือกตอบ (Check list)

ใช้ข้อมูลจาก (อดิศวร์ หลายชูไทย, 2550) เรื่องผลการสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการดื่มของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาหลายด้านทั้งในระดับสังคม ระดับชุมชน ระดับกลุ่ม ระดับครอบครัวและระดับบุคคล ที่มีผลต่อการดื่มของกลุ่มวัยรุ่น สอดคล้องกับผลการสำรวจเยาวชนกับการดื่มในสหรัฐอเมริกา จำนวน 13 ข้อ

### การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง เกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ แล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

3.1 อาจารย์ ดร.กิจฐเขต ไกรวาส อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

มหาวิทยาลัยบูรพา

3.2 อาจารย์เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

มหาวิทยาลัยบูรพา

3.3 อาจารย์ ดร.อุษณาภรณ์ ทาวะรัมย์ อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

มหาวิทยาลัยบูรพา

เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มนักศึกษาที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ โดยหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's alpha โดยค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ .92 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

1. ติดต่อประสานงานโดยขออนุญาตจากมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด
2. ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ให้แก่ผู้เก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามแก่ผู้เก็บรวบรวมข้อมูล
3. ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้ครบ แล้วรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด ผู้วิจัยจะพยายามให้นิสิตได้ตอบแบบสอบถามให้ครบ
4. หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2558 รวมระยะเวลา 2 เดือน

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา โดยใช้วิธีการประมวลผลค่าทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ชั้นปีการศึกษา รายได้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. การวิเคราะห์พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยใช้สถิติ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรสองกลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรตั้งแต่สามกลุ่มขึ้นไป หากพบว่ามีนัยสำคัญ .05 ทางสถิติ จะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Least significant difference test)



### เกณฑ์การแปลผล

นำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยมีเกณฑ์ในการแปลความ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{3-1}{3} \\ &= 0.66 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับทัศนคติ ตามช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 2.34-3.00	หมายถึง	นิสิตมีทัศนคติไม่ดีต่อการดื่มสุรา
ค่าเฉลี่ย 1.67-2.33	หมายถึง	นิสิตมีทัศนคติเป็นกลางต่อการดื่มสุรา
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.66	หมายถึง	นิสิตมีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มสุรา

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลการให้คะแนนความรู้ ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลความ ประยุกต์มาจาก Bloom (1972) ดังนี้

เกณฑ์การวิเคราะห์คะแนนความรู้ มีดังนี้

ช่วงร้อยละของคะแนน	จำนวนคะแนน	การแปลผล
≤ 80%	12 คะแนนขึ้นไป	นิสิตมีความรู้ดี
60- 79 %	10-11 คะแนน	นิสิตมีความรู้ปานกลาง
< 60%	0-9 คะแนน	นิสิตมีความรู้ไม่ดี

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา” โดยมีวัตถุประสงค์ประการแรกคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา และประการที่สอง เพื่อศึกษาเหตุผลในการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานที่พักอาศัย ความรู้ และทัศนคติ โดยเก็บข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 3 ตอน ดังนี้

#### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 400)

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	251	62.75
หญิง	149	37.25
รวม	400	100.00
ระดับชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	100	25.00
ชั้นปีที่ 2	100	25.00
ชั้นปีที่ 3	100	25.00
ชั้นปีที่ 4	100	25.00
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
1,000-5,000 บาท	52	13.00
5,001-10,000 บาท	163	40.75
10,001 บาทขึ้นไป	185	46.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่พักอาศัย		
บ้านตนเอง	59	14.75
บ้านญาติ	93	23.25
หอพัก	220	55.00
อื่น ๆ	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 251 คิดเป็นร้อยละ 62.75 เป็นนิสิตชั้นปีที่ 1 2 3 และ 4 จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 และส่วนใหญ่มีสถานที่พักอาศัยอยู่ในหอพัก จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

ตารางที่ 4-2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา	จำนวน (n = 400)			
	ตอบถูก	ร้อยละ	ตอบผิด	ร้อยละ
1. ปัจจุบันในประเทศไทยใช้พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	260	65.00	140	35.00
2. ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ ผู้ที่มีอายุไม่ครบ 18 ปีบริบูรณ์	285	71.25	15	3.75
3. การดื่มสุราเป็นสาเหตุทำให้เกิด ความบกพร่องทางระบบประสาท	269	67.25	131	32.75

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา	จำนวน (n = 400)			
	ตอบถูก	ร้อยละ	ตอบผิด	ร้อยละ
4. วันสำคัญทางศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอภยบูชา วันเข้าพรรษา ประเทศไทยกำหนดให้งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	368	92.00	32	8.00
5. ร่างกายสามารถดูดซึมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้รวดเร็วกว่าสารอาหาร	253	63.25	147	36.75
6. ปัจจุบัน มีกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	357	89.25	43	10.75
7. วัด สถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ สามารถ เป็นที่ดื่มสุราได้	249	62.25	151	37.75
8. ดื่มสุราผิดศีลข้อ 5	372	93.00	28	7.00
9. การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ ยานพาหนะลดลง	357	89.25	43	10.75
10. แอลกอฮอล์ที่สามารถดื่มได้ คือ เอทิลแอลกอฮอล์ ส่วนแอลกอฮอล์อื่น ๆ ดื่มไม่ได้	350	87.50	50	12.50
11. การดื่มสุราเป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคมะเร็ง ที่อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย	360	90.00	40	10.00
12. บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ไม่ควรดื่ม	355	88.75	45	11.25
13. มีระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดต่ำกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ สามารถขับรถได้ตามกฎหมาย	369	92.25	31	7.75
14. มีระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดมากกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ ไม่สามารถขับรถได้ตามกฎหมาย	340	85.00	60	15.00
15. การดื่มสุราในปริมาณมากและดื่มมาเป็น เวลานาน มีผลทำให้เกิดอันตรายจากเส้นเลือด ในสมองแตก และหลอดเลือดสมองอุดตัน	362	90.50	38	9.50
รวม	4,906	83.15	994	16.85

จากตารางที่ 4-2 พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา มีความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุรา โดยตอบคำถามถูก คิดเป็นร้อยละ 83.15 ตอบคำถามผิด คิดเป็นร้อยละ 16.85 โดยข้อการดื่มสุรา เป็นการผิดศีลข้อ 5 ตอบถูกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.00 รองลงมาคือ ข้อผู้มีระดับแอลกอฮอล์ ในกระแสเลือดต่ำกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ สามารถขับรถได้ตามกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 92.25 อันดับ 3 คือ ข้อวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา ประเทศไทยกำหนดให้งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 92.00

ข้อคำถามที่นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ตอบผิดมากที่สุด คือ ข้อวัด สถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ สามารถเป็นที่ดื่มสุราได้ คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมาคือ ข้อร่างกาย สามารถดูดซึมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รวดเร็วกว่าสารอาหาร คิดเป็นร้อยละ 36.75 อันดับ 3 คือ ข้อปัจจุบันในประเทศไทยใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 คิดเป็น ร้อยละ 35.00

ตารางที่ 4-3 สรุปความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา (n = 400)

ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา	จำนวน	ร้อยละ
ระดับน้อย	19	4.75
ระดับปานกลาง	96	24.00
ระดับมาก	285	71.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: Mean = 12.52 คะแนน Std. = 2.10 คะแนน Max= 15 คะแนน Min = 7 คะแนน

จากตารางที่ 4-3 พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุรา ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 71.25

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของคำตอบที่นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ตอบถูก พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา มีความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุรา เท่ากับ  $4,906 / 400 = 12.26$  ซึ่งอยู่ในระดับมาก

### ตอนที่ 3 ทักษะเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

ตารางที่ 4-4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทักษะเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

ทักษะ	ระดับทักษะ			$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
	ไม่ดี	เป็นกลาง	ดี				
1. ผู้ที่เลิกดื่มสุราได้เป็นผู้ที่สนใจตนเอง	384 (96.00)	16 (4.00)	0 (0.00)	2.96	.19	ทักษะ ไม่ดี	2
2. การรณรงค์เมาไม่ขับในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีผลทำให้การดื่มสุราลดลง	400 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.00	.00	ทักษะ ไม่ดี	1
3. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสุราสามารถเก็บออมไว้เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอย่างอื่นได้	271 (67.75)	105 (26.25)	24 (6.00)	2.62	.59	ทักษะ ไม่ดี	13
4. การดื่มสุราเป็นอันตรายต่อสุขภาพ	293 (73.25)	79 (19.75)	28 (7.00)	2.66	.60	ทักษะ ไม่ดี	11
5. ท่านรู้สึกรังเกียจผู้ที่ดื่มสุรา	276 (69.00)	96 (24.00)	28 (7.00)	2.62	.61	ทักษะ ไม่ดี	14
6. การดื่มสุราทำให้เกิดปัญหาในครอบครัว	312 (78.00)	72 (18.00)	16 (4.00)	2.74	.52	ทักษะ ไม่ดี	10
7. การดื่มสุราก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมายและศีลธรรม	344 (86.00)	44 (11.00)	12 (3.00)	2.83	.44	ทักษะ ไม่ดี	6
8. การดื่มสุราเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุ	315 (78.75)	85 (21.25)	0 (0.00)	2.79	.41	ทักษะ ไม่ดี	7

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

ทัศนคติ	ระดับทัศนคติ			$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
	ไม่ดี	เป็นกลาง	ดี				
9. การต้องการเข้าสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ในการดื่มสุราของบุคคล	321 (80.25)	63 (15.75)	16 (4.00.)	2.76	.51	ทัศนคติ ไม่ดี	9
10. การดื่มสุราเป็น การทำลายบุคลิกภาพ ของตนเอง	340 (85.00)	32 (8.00)	28 (7.00)	2.78	.55	ทัศนคติ ไม่ดี	8
11. การดื่มทำให้รัฐต้อง สูญเสียค่าใช้จ่ายในการ รักษาพยาบาลมากกว่า รายรับที่ได้จากภาษีสุรา	304 (76.00)	44 (11.00)	52 (13.00)	2.63	.70	ทัศนคติ ไม่ดี	12
12. การดื่มสุราทำให้ เป็นที่ยอมรับของคน ในสังคม	253 (63.25)	115 (28.75)	32 (8.00)	2.55	.63	ทัศนคติ ไม่ดี	15
13. การดื่มสุราเป็นเรื่อง ปกติของคนธรรมดา ทั่วไป	349 (87.25)	39 (9.75)	12 (3.00)	2.84	.44	ทัศนคติ ไม่ดี	5
14. การดื่มสุราทำให้มี ความกล้าและมีความ มั่นใจในตนเองมากขึ้น	376 (94.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	2.94	.23	ทัศนคติ ไม่ดี	3
15. ถ้าเพื่อนในกลุ่มดื่ม สุรา ท่านต้องดื่มสุราด้วย	376 (94.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	2.94	.23	ทัศนคติ ไม่ดี	4
	ภาพรวม			2.77	.14	ทัศนคติ ไม่ดี	-

จากตารางที่ 4-4 ทักษะคิดเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับทัศนคติไม่ดี ( $\bar{X} = 2.77$ ,  $SD = .14$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่าการรณรงค์เมาไม่ขับในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีผลทำให้การดื่มสุราลดลง ( $\bar{X} = 3.00$ ,  $SD = .00$ ) มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมา คือ ผู้ที่เลิกดื่มสุราได้เป็นผู้ที่ชนะใจตนเอง ( $\bar{X} = 2.96$ ,  $SD = .19$ ) การดื่มสุราทำให้มีความกล้าและมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น ( $\bar{X} = 2.94$ ,  $SD = .23$ ) ถ้าเพื่อนในกลุ่มดื่มสุราต้องดื่มสุราคัวย ( $\bar{X} = 2.94$ ,  $SD = .23$ ) และการดื่มสุราเป็นเรื่องปกติของคนธรรมดาทั่วไป ( $\bar{X} = 2.84$ ,  $SD = .44$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 สรุปภาพรวมทัศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา  
( $n = 400$ )

ทัศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
ระดับไม่ดี	4914	81.90
ระดับกลาง ๆ	838	13.97
ระดับดี	248	4.13
รวม	6,000	100.00

จากตารางที่ 4-5 พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ส่วนใหญ่มีทัศนคติไม่ดีต่อการดื่มสุรา โดยคิดเป็นร้อยละ 81.90



#### ตอนที่ 4 พฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

ตารางที่ 4-6 ข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา (n = 400)

พฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุรา	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ส่วนใหญ่ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
ที่บ้าน/ ที่พักของตนเอง	24	6.00
ภายในสถานศึกษา	15	3.75
บ้านเพื่อน	72	18.00
ร้านค้า/ ร้านอาหาร	275	68.75
อื่น ๆ	14	3.50
รวม	400	100.00
ช่วงเวลาที่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
วันธรรมดา	43	10.75
วันศุกร์	128	32.00
วันเสาร์-วันอาทิตย์	185	46.25
วันหยุดนักขัตฤกษ์	44	11.00
รวม	400	100.00
ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
ดื่มทุกวัน	26	6.50
ดื่ม 1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	26	6.50
ดื่ม 3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	24	6.00
ดื่ม 1-2 ครั้ง/ เดือน	156	39.00
ดื่มเฉพาะงานสังคม	156	39.00
อื่น ๆ	12	3.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

พฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุรา	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่ม		
เหล้าสี	119	29.75
ไวน์	28	7.00
เหล้าขาว	14	3.50
เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์/ คอกเทล	62	15.50
สุราพื้นบ้าน	0	0.00
เบียร์	153	38.25
ยาแดง	12	3.00
อื่น ๆ	12	3.00
รวม	400	100.00
เหตุผลที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
เพื่อเข้าสังคม	139	34.75
ดื่มตามโฆษณา	42	10.50
เพื่อนชวนดื่ม	120	30.00
เพื่อคลายความทุกข์	42	10.50
อยากลอง อยากรู้	41	10.25
อื่น ๆ	16	4.00
รวม	400	100.00
เหตุผลหลักที่ทำให้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
รายได้เพียงพอในการซื้อ	116	29.00
การลดราคาสินค้า	181	45.25
ออกแบบผลิตภัณฑ์สวยงามสะดุดตา	30	7.50
โฆษณาชวนเชื่อให้ทดลองซื้อ	16	4.00
จำเป็นต้องนำไปใช้ในเทศกาลและประเพณี	29	7.25
อื่น ๆ	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-6 พฤติกรรมเกี่ยวกับการดืมสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า สถานที่ส่วนใหญ่ที่นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือร้านค้า/ร้านอาหาร จำนวน 275 คิดเป็นร้อยละ 68.75 ช่วงเวลาที่นิยมดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 ความถี่ในการดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิต คือ ดืม 1-2 ครั้ง/เดือน และดืมเฉพาะงานสังคม จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิสิตนิยมดืม คือ เบียร์ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 เหตุผลที่ดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เพื่อต้องการเข้าสังคม จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และเหตุผลหลักที่ทำให้นิสิตซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การลดราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 ตามลำดับ

## ตอนที่ 5 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการดืมสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

**สมมติฐานที่ 1** นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการดืมสุราแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-7 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดืมสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ (n = 400)

พฤติกรรมการดืมสุรา	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ภาพรวม	ชาย	251	2.76	.17	-3.49	.00*
	หญิง	149	2.80	.08		

\* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-7 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดืมสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ พบว่า นิสิตภาคพิเศษที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการดืมสุราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**สมมติฐานที่ 2** นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรม  
การดื่มสุราแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-8 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา  
จำแนกตามชั้นปี (n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	1.12	.37	19.75	.00*
ภายในกลุ่ม	396	7.53	.01		
รวม	399	8.66			

\* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-8 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัย  
บูรพา จำแนกตามระดับชั้นปี พบว่า นิสิตภาคพิเศษที่มีชั้นปีต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่าง  
กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-9 ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ  
มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามชั้นปี

ชั้นปี	$\bar{X}$	ชั้นปี 1	ชั้นปี 2	ชั้นปี 3	ชั้นปี 4
ชั้นปี 1	2.75	-	-.05*	-.08*	.05*
ชั้นปี 2	2.80		-	-.03	.10*
ชั้นปี 3	2.84			-	.14*
ชั้นปี 4	2.70				-

\* $p \leq .05$  (นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05)

จากตารางที่ 4-9 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธี  
Pos hoc ของ LSD พบว่า พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตาม  
ชั้นปีแตกต่างกัน จำนวน 5 คู่ ดังนี้

นิสิตชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมการดื่มสุราน้อยกว่านิสิตชั้นปีที่ 2  
 นิสิตชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมการดื่มสุราน้อยกว่านิสิตชั้นปีที่ 3  
 นิสิตชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมการดื่มสุรามากกว่านิสิตชั้นปีที่ 4  
 นิสิตชั้นปีที่ 2 มีพฤติกรรมการดื่มสุรามากกว่านิสิตชั้นปีที่ 4  
 นิสิตชั้นปีที่ 3 มีพฤติกรรมการดื่มสุรามากกว่านิสิตชั้นปีที่ 4  
 สมมติฐานที่ 3 นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน  
 มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-10 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา  
 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	.20	.10	4.77	.00*
ภายในกลุ่ม	397	8.45	.02		
รวม	399	8.66			

\* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-10 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ  
 มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นิสิตภาคพิเศษที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
 ต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-11 ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ  
 มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	ชั้นปี 1	ชั้นปี 2	ชั้นปี 3
1,000-5,000 บาท	2.83	-	.06*	.06*
5,001-10,000 บาท	2.76		-	-.00
10,001 บาทขึ้นไป	2.77			-

\* $p \leq .05$  (นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05)

จากตารางที่ 4-11 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Pos Hoc ของ LSD พบว่า พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ ดังนี้

นิสิตที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000-5,000 บาท มีพฤติกรรมการดื่มสุรามากกว่านิสิต ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

นิสิตที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000-5,000 บาท มีพฤติกรรมการดื่มสุรามากกว่านิสิต ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป

**สมมติฐานที่ 4** นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีสถานที่พักอาศัยต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-12 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามสถานที่พักอาศัย (n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	.26	.08	4.17	.00*
ภายในกลุ่ม	396	8.39	.02		
รวม	399	8.66			

\* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-12 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามสถานที่พักอาศัย พบว่า นิสิตภาคพิเศษที่มีสถานที่พักอาศัยต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-13 ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามชั้นปี

สถานที่พัก	$\bar{X}$	บ้านตนเอง	บ้านญาติ	หอพัก	อื่น ๆ
บ้านตนเอง	2.80	-	-.00	-.05*	.05
บ้านญาติ	2.81		-	-.05*	.05
หอพัก	2.75			-	.00
อื่น ๆ	2.75				-

\* $p \leq .05$  (นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05)

จากตารางที่ 4-13 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Pos Hoc ของ LSD พบว่า พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามสถานที่พักแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ดังนี้

นิสิตที่มีพักอาศัยที่บ้านตนเอง มีพฤติกรรมการดื่มสุราน้อยกว่านิสิตที่พักอาศัยที่หอพัก  
 นิสิตที่มีพักอาศัยที่บ้านญาติ มีพฤติกรรมการดื่มสุราน้อยกว่านิสิตที่พักอาศัยที่หอพัก  
**สมมติฐานที่ 5** นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีความรู้ต่างกัน มีพฤติกรรม  
 การดื่มสุราแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-14 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามความรู้ (n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	7	.98	.14	7.21	.00*
ภายในกลุ่ม	392	7.67	.02		
รวม	399	8.66			

\* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-14 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามความรู้ พบว่า นิสิตภาคพิเศษที่มีความรู้ต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**สมมติฐานที่ 6** นิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรม  
การดื่มสุราแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-15 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา  
จำแนกตามทัศนคติ (n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	15	7.67	.51	198.60	.00*
ภายในกลุ่ม	384	.98	.00		
รวม	399	8.66			

\*p ≤ .05

จากตารางที่ 4-15 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ  
มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามทัศนคติ พบว่า นิสิตภาคพิเศษที่มีทัศนคติต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่ม  
สุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-16 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรม การดื่มสุราแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
2. นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีระดับชั้นต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
3. นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุรา แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
4. นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีสถานที่พักอาศัยต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5. นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีความรู้ต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
6. นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีทัศนคติต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา” โดยมีวัตถุประสงค์ประการแรกคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา และประการที่สอง เพื่อศึกษาเหตุผลในการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษมหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานที่พักอาศัย ความรู้ และทัศนคติ โดยเก็บข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างรายคู่ ใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างรายคู่ (Post hoc) โดยวิธี LSD

### สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา สรุปผลได้ ดังนี้

1. จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นนิสิตชั้นปีที่ 1 2 3 และ 4 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป และส่วนใหญ่มีสถานที่พักอาศัยอยู่ในหอพัก ตามลำดับ

2. ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา มีความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของคำตอบที่ตอบถูก เท่ากับ 12.26 ข้อ เมื่อพิจารณาข้อคำถามที่นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ตอบถูกมากที่สุด สามอันดับแรก คือ การดื่มสุราเป็นการผิดศีลข้อ 5 รองลงมาคือ ผู้มีระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดต่ำกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ สามารถขับรถได้ตามกฎหมาย อันดับ 3 คือ ข้อวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา ประเทศไทย กำหนดให้หญิงชายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนข้อคำถามที่นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ตอบผิดมากที่สุด สามอันดับแรก คือ ข้อวัด สถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ สามารถเป็นที่ดื่มสุรา รองลงมาคือ ข้อร่างกายสามารถดูดซึมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รวดเร็วกว่าสารอาหาร อันดับ 3 คือ ข้อปัจจุบันในประเทศไทยใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

3. ทักษะคิดเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า การรณรงค์เมาไม่ขับในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีผลทำให้การดื่มสุราลดลง มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมา คือ ผู้ที่เลิกดื่มสุราได้เป็นผู้ที่สนใจตนเอง การดื่มสุราทำให้มีความกล้าและมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น ถ้าเพื่อนในกลุ่มดื่มสุราต้องดื่มสุราด้วย และการดื่มสุราเป็นเรื่องปกติของคนธรรมดาทั่วไป ตามลำดับ

4. พฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า สถานที่ส่วนใหญ่ที่นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือร้านค้า/ ร้านอาหาร ช่วงเวลาที่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตคือ ดื่ม 1-2 ครั้ง/ เดือน และดื่มเฉพาะงานสังคม ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิสิตนิยมดื่ม คือ เบียร์ เหตุผลที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เพื่อต้องการเข้าสังคม และเหตุผลหลักที่ทำให้ินิสิตซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การลดราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามลำดับ

5. ผลการเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นิสิตภาคพิเศษที่มีเพศ ระดับชั้นปี สถานที่พักอาศัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความรู้ และทัศนคติต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผล

การศึกษา พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา มีความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกิจ โปธิอาสน์ (2541) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายที่ได้รับขณะศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่แตกต่างกัน ทักษะคิดต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทัศนคติ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เกิดจากการประมาณค่าแล้วและมีความพร้อมที่จะกระทำสิ่ง ๆ นั้น แนวการจัดการศึกษาแบบดั้งเดิม (Traditional education) เชื่อว่าทัศนคติจะทำให้เกิดพฤติกรรม โดยการได้รับข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริง เพื่อให้เกิดระบบคิดและระบบความเชื่อของบุคคล ที่จะส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ถูกต้อง และชักนำให้เกิดพฤติกรรมอันพึงประสงค์ แต่การให้ความรู้เพียงอย่างเดียว โดยขาดถึงการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ก็ไม่ได้เกิดผลตามที่ต้องการ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยขาดความคำนึงถึง ความแตกต่างของวัย บรรทัดฐานของกลุ่ม บรรทัดฐานของสังคม และความสามารถของผู้เรียนก็ไม่ได้สนับสนุนให้บุคคลมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันพึงประสงค์ได้

2. ทศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลทิพย์ วิจิตสุนทรกุล (2542) และนอกจากนี้ ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้เรื่องสุรา ทศนคติต่อการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคจากการดื่มสุรา การรับรู้ความรุนแรงของโรคที่เกิดจากการดื่มสุรา การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ การใช้เวลาว่าง การใช้จ่ายเงินรายได้ การเข้าถึงแหล่งบริการของมหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา ปัจจัยเสริม ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ การได้รับข้อมูลคำแนะนำจาก พ่อ แม่ ผู้ปกครอง อาจารย์ เพื่อน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา ตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายสูงสุด มีทั้งปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม 6 ตัวแปร ได้แก่ การใช้จ่ายเงินรายได้ การเข้าถึงแหล่งบริการของมหาวิทยาลัย การได้รับข้อมูล คำแนะนำจากเพื่อน ความรู้เกี่ยวกับสุรา การได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ทศนคติต่อการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา

3. ผลการเปรียบเทียบการเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นิสิตภาคพิเศษที่มีเพศ ระดับชั้นปี สถานที่พักอาศัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความรู้ และทศนคติต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.1 นิสิตภาคพิเศษที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (2554) พบว่า กลุ่มที่ดื่มสุรา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุประมาณ 21 ปี มีผลการเรียนระดับปานกลาง มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 7,770 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 พักอาศัยร่วมกับ พ่อและแม่ ส่วนมากแล้วเป็นนักศึกษาภาคปกติ และไม่ได้ทำงานพิเศษ มักใช้เวลาทำกิจกรรม สันทนาการ ประมาณวันละ 2.3 ชั่วโมง ส่วนกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่ดื่มสุรา ส่วนมากเป็นผู้หญิง อายุประมาณ 20.32 ปี ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มที่ดื่ม และกำลังศึกษาอยู่ชั้นปี 1 มีสถานภาพเป็นนักศึกษาภาคปกติ ไม่ได้ทำงานพิเศษ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ พักอาศัยร่วมกับพ่อและแม่ที่ยังคงอยู่ด้วยกัน เมื่อทำการเปรียบเทียบกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์กับกลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีอายุ และรายได้เฉลี่ยที่สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่มีผลการเรียนและเวลาในการทำ กิจกรรมสันทนาการที่ต่ำกว่ากลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนปัจจัยบุคคลด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคล ครอบครัว สังคมและสิ่งแวดล้อม และความคาดหวังจากการดื่มล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นผู้ที่

เกี่ยวข้องกับควรรคัดกรอง และดูแลนักศึกษาที่เป็นชาย เรียนปีสุดท้ายและมีผลการเรียนในระดับปานกลาง จะช่วยลดความเสี่ยงในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้การปรับทัศนคติสภาพแวดล้อม สภาพสังคมโดยรอบ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการสร้างความตระหนักรู้ต่อโทษของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดจนอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน และสื่อ โฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีส่วนสำคัญในการช่วยลดความเสี่ยง และการมีพฤติกรรมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาได้อีกด้วย

3.2 นิติสภาพพิเศษที่มีระดับชั้นปีต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอดิศวร์ หลายชูไทย (2550) พบว่าพฤติกรรมการดื่มของนักเรียนเริ่มเมื่อประมาณอายุระหว่าง 18-25 ปี หรืออาจน้อยกว่านั้น อย่างไรก็ตาม นักเรียนหญิงจะเริ่มดื่มช้ากว่าผู้ชาย เนื่องจากผู้หญิงจะถูกควบคุมโดยครอบครัวมากกว่า นักเรียนที่เรียนไม่ดีหรือไม่สนใจเรียนเข้าสู่วงจรการดื่มเร็วกว่านักเรียนที่เรียนดีหรือตั้งใจเรียน และนักเรียนที่ครอบครัวเฝ้าระวังและเอาใจใส่ก็เข้าสู่วงจรการดื่มช้ากว่านักเรียนที่มาจากครอบครัวที่ละเลยไม่ดูแล นอกจากนี้คำแนะนำในครอบครัวก็มีผลทั้งทางลบและทางบวกต่อการเข้าสู่วงจรการดื่มของเยาวชนครอบครัวที่เอาใจใส่เยาวชนสามารถสกัดกั้นเยาวชนไม่ให้เข้าสู่การเป็นนักดื่มอายุน้อยได้ แต่ในขณะเดียวกัน ในการสำรวจ พบกลุ่มเยาวชนอายุ 10 ปีที่เริ่มดื่มเนื่องจากครอบครัวและญาติพี่น้องแนะนำให้ดื่ม ครอบครัวมีส่วนอย่างมากต่อการดื่มของเยาวชน ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า ถ้านักเรียนเคยถูกครอบครัวว่ากล่าวเรื่องการดื่ม โอกาสที่จะเลิกดื่มจะมีมากกว่ากลุ่มนักเรียนที่ครอบครัวไม่ห้าม เหตุผลในการดื่มของนักเรียนทั้งหญิงและชายเริ่มจากความอยากรลองเป็นอันดับแรก และอิทธิพลเพื่อนเป็นลำดับสอง โอกาสในการดื่มครั้งแรกมาจากโอกาสตามเทศกาล โดยเฉพาะตามงานต่าง ๆ และงานเลี้ยงหรืองานรับน้องในสถานศึกษา กระแสนิยมและสื่อมีส่วนในการกระตุ้นการดื่มของเยาวชน โดยเฉพาะเครื่องดื่มประเภทไวน์คูลเลอร์ที่ใช้ความทันสมัยเข้ามาเป็นแรงจูงใจนักเรียนนักศึกษามีทัศนคติว่า การดื่มเป็นเรื่องปกติ และมีความเชื่อลักษณะมายาคติเกี่ยวกับการดื่มมากมาย เช่น เชื่อว่า การดื่มสุราต่างประเทศจะไม่เมา ดื่มเป็นคือคนทันสมัย ดื่มสุราต่างประเทศเป็นเครื่องแสดงสถานะทางสังคมสหรัฐอเมริกา ซึ่งพบว่า ถ้าผู้ดื่มเริ่มเข้าสู่วงจรการดื่มตั้งแต่ยังเป็นวัยรุ่นอายุน้อย โอกาสที่จะกลายเป็นผู้ดื่มถาวรมีสูงมากและสูงกว่าผู้ที่เริ่มดื่มตอนอายุมาก ผลการสำรวจในประเทศไทยสอดคล้องกับผลการสำรวจขององค์กร WHO ในหลายประเทศทั่วโลกว่า การที่สุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หาซื้อได้ง่ายนั้นมีผลสูงมากต่อการดื่มของวัยรุ่น 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดื่มของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาหลายด้านทั้งในระดับสังคม ระดับชุมชน ระดับกลุ่ม ระดับครอบครัวและระดับบุคคล ที่มีผลต่อการดื่มของกลุ่มวัยรุ่น สามารถสรุปเป็นสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

3.3 นิติภาคพิเศษที่มีสถานที่พักอาศัยต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอดิศวร์ หลายชูไทย (2550) พบว่า ครอบครัวญาติพี่น้องและทัศนคติของพ่อแม่ ครอบครัวมีส่วนสองประการต่อการดื่ม คือส่งเสริม และห้ามปราม ในกลุ่มนักเรียนที่ดื่มตั้งแต่อายุน้อย พบว่า ครอบครัวจะยื่นมือขอให้ดื่มและทัศนคติของพ่อแม่ผู้ปกครองที่เห็นว่า การดื่มไม่ใช่เรื่องเสียหายจึงไม่เคยห้ามปรามนั้นก็ยิ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการดื่มและส่งเสริมความเชื่อที่ว่า การดื่มเป็นเรื่องธรรมดา ส่วนครอบครัวที่ห้ามปรามการดื่ม พบว่าทำให้ผู้ดื่มเข้าสู่วงจรการเป็นนักดื่มหน้าใหม่ตั้งแต่อายุน้อยนั้นช้าลงได้ นอกจากนี้พบว่า ถ้าครอบครัวไม่แน่นแฟ้น ไม่เอาใจใส่ หย่าร้าง ก็จะมีอิทธิพลต่อการดื่มตั้งแต่อายุน้อยได้ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยจากครอบครัวที่มีผล เช่น พ่อแม่เป็นนักดื่ม อาชีพของพ่อแม่ ฐานะทางครอบครัว การเลี้ยงดู เป็นต้น

3.4 นิติภาคพิเศษที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (2554) พบว่า กลุ่มที่ดื่มสุรา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุประมาณ 21 ปี มีผลการเรียนระดับปานกลาง มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 7,770 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 พักอาศัยร่วมกับพ่อแม่และแม่ ส่วนมากแล้วเป็นนักศึกษาภาคปกติ และไม่ได้ทำงานพิเศษ มักใช้เวลาทำกิจกรรมสันทนาการ ประมาณวันละ 2.3 ชั่วโมง ส่วนกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่ดื่มสุรา ส่วนมากเป็นผู้หญิง อายุประมาณ 20.32 ปี ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มที่ดื่ม และกำลังศึกษาอยู่ชั้นปี 1 มีสถานภาพเป็นนักศึกษาปกติ ไม่ได้ทำงานพิเศษ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ พักอาศัยร่วมกับพ่อแม่และแม่ที่ยังคงอยู่ด้วยกัน เมื่อทำการเปรียบเทียบกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับกลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีอายุ และรายได้เฉลี่ยที่สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่มีผลการเรียนและเวลาในการทำกิจกรรมสันทนาการที่ต่ำกว่ากลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนปัจจัยบุคคลด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคคล ครอบครัว สังคมและสิ่งแวดล้อม และความคาดหวังจากการดื่มล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรคัดกรอง และดูแลนักศึกษาที่เป็นชาย เรียนปีสุดท้ายและมีผลการเรียนในระดับปานกลาง จะช่วยลดความเสี่ยงในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้การปรับทัศนคติ สภาพแวดล้อม สภาพสังคมโดยรอบ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการสร้างความตระหนักรู้ต่อโทษของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดจนอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน และสื่อโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีส่วนสำคัญในการช่วยลดความเสี่ยง และการมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาได้อีกด้วย

3.5 นิสิตภาคพิเศษที่มีความรู้ต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกิจ โปธินาสน์ (2541) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายที่ได้รับขณะศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่แตกต่างกัน ทักษะคิดต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทักษะคิด คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เกิดจากการประมาณค่าแล้วและมีความพร้อมที่จะกระทำสิ่ง ๆ นั้น แนวการจัดการศึกษาแบบดั้งเดิม (Traditional education) เชื่อว่าทักษะคิดจะทำให้เกิดพฤติกรรม โดยการได้รับข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริง เพื่อให้เกิดระบบคิดและระบบความเชื่อของบุคคล ที่จะส่งผลให้เกิดทักษะคิดที่ถูกต้อง และชักนำให้เกิดพฤติกรรมอันพึงประสงค์ แต่การให้ความรู้เพียงอย่างเดียว โดยขาดถึงการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงทักษะคิด ก็ไม่ได้เกิดผลตามที่ต้องการ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงทักษะคิดโดยขาดความคำนึงถึง ความแตกต่างของวัย บรรทัดฐานของกลุ่ม บรรทัดฐานของสังคม และความสามารถของผู้เรียนก็ไม่ได้สนับสนุนให้บุคคลมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันพึงประสงค์ได้

3.6 นิสิตภาคพิเศษที่มีทัศนคติต่างกัน มีพฤติกรรมการดื่มสุราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลทิพย์ วิจิตสุนทรกุล (2542) และ นอกจากนี้ บัจจยนา ได้แก่ ความรู้เรื่องสุรา ทักษะคิดต่อการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรคจากการดื่มสุรา การรับรู้ความรุนแรงของโรคที่เกิดจากการดื่มสุรา การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา บัจจยเอื้อ ได้แก่ การใช้เวลาว่าง การใช้จ่ายเงินรายได้ การเข้าถึงแหล่งบริการของมหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา บัจจยเสริม ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ การได้รับข้อมูลคำแนะนำจากพ่อแม่ ผู้ปกครอง อาจารย์ เพื่อน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา ตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายสูงสุด มีทั้งบัจจยนา บัจจยเอื้อ และบัจจยเสริม 6 ตัวแปร ได้แก่ การใช้จ่ายเงินรายได้ การเข้าถึงแหล่งบริการของมหาวิทยาลัย การได้รับข้อมูล คำแนะนำจากเพื่อน ความรู้เกี่ยวกับสุรา การได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ทักษะคิดต่อการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการดื่มสุรา

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการศึกษา พฤติกรรมการดื่มสุราค่อนข้างมาก โดยเฉพาะช่วยวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้
  - 1.1 ควรมีการรณรงค์ สร้างความตระหนักถึงโทษของการดื่มสุราให้แก่นิสิต
  - 1.2 ควรปลูกฝังค่านิยมในการไม่ดื่มสุราให้แก่นิสิต
2. จากผลการศึกษา ทักษะคิดเกี่ยวกับการดื่มสุรา ผู้วิจัยจึงเสนอแนะ ดังนี้
  - 2.1 ควรปรับทัศนคติของนิสิตเกี่ยวกับการดื่มสุราใหม่เนื่องจากนิสิตยังเห็นว่าการดื่มสุราทำให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม
  - 2.2 ควรปรับทัศนคติเกี่ยวกับผู้ดื่มสุราใหม่ เนื่องจากนิสิตเห็นว่าผู้ที่ดื่มสุราเป็นคนปกติไม่น่ารังเกียจในสังคม
3. จากผลการศึกษา ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุรา พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ตอบผิดเกี่ยวกับ สถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ สามารถเป็นที่ดื่มสุรา มากที่สุดได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้
  - 3.1 ควรให้ความรู้และรณรงค์ ให้นิสิตไม่ดื่มสุราในสถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ
  - 3.2 ควรปลูกฝังค่านิยมในการไม่ดื่มสุราในสถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ ให้แก่นิสิต

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จากผลการศึกษา ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุรา พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา มีพฤติกรรมการดื่มสุราค่อนข้างมาก โดยเฉพาะช่วยวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้
  - 1.1 ควรมีการรณรงค์ สร้างความตระหนักถึงโทษของการดื่มสุราให้แก่นิสิตอย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง
  - 1.2 ควรปลูกฝังค่านิยมในการไม่ดื่มสุราให้แก่นิสิต เช่น การทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์
2. จากผลการศึกษา ทักษะคิดเกี่ยวกับการดื่มสุรา ผู้วิจัยจึงเสนอแนะ ดังนี้
  - 2.1 ควรปรับทัศนคติของนิสิตเกี่ยวกับการดื่มสุราใหม่เนื่องจากนิสิตยังเห็นว่าการดื่มสุราทำให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคมในกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมรณรงค์ ประชุมเชียร์ เป็นต้น

2.2 ควรปรับทัศนคติเกี่ยวกับผู้ดื่มสุราใหม่ เนื่องจากนิสิตเห็นว่าผู้ที่ดื่มสุราเป็นคนปกติไม่น่ารังเกียจในสังคม ในกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมรับน้อง เป็นต้น

3. จากผลการศึกษา ความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุรา พบว่า นิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ตอบผิดเกี่ยวกับสถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ สามารถเป็นที่ดื่มสุรามากที่สุดได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.1 ควรจัดให้มีการอบรมให้ความรู้และรณรงค์ ให้นิสิตไม่ดื่มสุราในสถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

3.2 ควรปลูกฝังค่านิยมในการไม่ดื่มสุราในสถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ ให้แก่นิสิต เป็นประจำสม่ำเสมอ

#### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรศึกษาพฤติกรรมกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการรณรงค์หรือป้องกันการดื่มสุราของนิสิตในวัยเรียนอย่างแท้จริง

2. ควรศึกษาแรงจูงใจการการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิต เพื่อให้ทราบถึงถึงกระตุ้นที่กระตุ้นให้นิสิตดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อเป็นข้อมูลในการป้องกันและให้ความรู้แก่นิสิตเกี่ยวกับพิษภัย และ โทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



## บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ วิจิตสุนทรกุล. (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กันยา สุวรรณแสง. (2536). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.
- กุลิศรา สุวรรณนที. (2550). *พฤติกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่น: ศึกษากรณีนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย จังหวัดนครปฐม*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เกษนภา กิ่งก้าน. (2554). *ประสิทธิผลการใช้โปรแกรมการบำบัดดูแลเชิงรุกในชุมชนสำหรับผู้ที่เป็นโรคติดเชื้อรา*. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านวังตระคร้อ อำเภอเมืองจังหวัดสุโขทัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- งานทะเบียนและสถิติณิสิต. (2557). *สถิติณิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2557*. เข้าถึงได้จาก <http://reg.buu.ac.th/registrar/home.asp>
- จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์. (2554). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ชลธิชา โรจนแสง. (2550). *เยาวชนไทย: กรณีศึกษาพฤติกรรมกรรมการดื่มสุราของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2550*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชูดา จิตพิทักษ์. (2530). *พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สารมวลชน.
- เชษฐ รัชดาพรรณธิดกุล. (2552). *การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตาม พรบ. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ณัฐนันท์ พุททวงศ์. (2553). *การจัดการความรู้ในองค์กรของบุคลากรกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข: กรณีศึกษา หน่วยงานส่วนกลาง*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสาธารณสุข, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นันทนา สำเภา. (2557). *พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้*. เข้าถึงได้จาก <http://www.nana-bio.com/e-learning/Behavior/Learned.html>
- นพดล กรรณิกา. (2552). *ประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2554” : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไปใน 24 จังหวัดทั่วประเทศ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- บุญเกื้อ วัชรเสถียร. (2543). *พฤติกรรม*. เข้าถึงได้จาก <http://pirun.ku.ac.th/~fscibov/behavior.pdf>

- บุญเสริม หุตะแพทย์, ชินรัตน์ สมสืบ, ประกายรัตน์ ภัทรชิต, สุรพร เลี่ยนสลาย และกุลกานต์ อภิวัฒน์ลังการ. (2549). *พฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย: การสำรวจองค์ความรู้ สถานการณ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญทริกา บุญไชยแสน, ศิริพร หงส์ทะนี, ศิรินันท์ ปะนะญูเต และนันทนัช ตั้งจตุรโสภณ. (2555). *การเข้าถึงแอลกอฮอล์ การรับรู้ และการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคามและผู้จำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์รอบเขตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. โครงการวิจัยเภสัชศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเภสัชศาสตร์, คณะเภสัชศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ประกิจ โพธิอาสน์. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของ วัยรุ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชา สุขศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551. (2551, 13 กุมภาพันธ์). *ราชกิจจานุเบกษา*. หน้า 34.
- พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493*. (2546). กรุงเทพฯ: สุตรไพศาล ฝ่ายวิชาการ.
- ภาณุวัฒน์ ศิวะสกุลราช. (2557). *แนวคิดพื้นฐานพฤติกรรมมนุษย์*. เข้าถึงได้จาก [www.geh2001.ssru.ac.th](http://www.geh2001.ssru.ac.th)
- มหาวิทยาลัยบูรพา. (2556). *ประวัติความเป็นมา*. เข้าถึงได้จาก <http://www.buu.ac.th/new/index.php?link=aboutbuu.php>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- ราชวดี เอี่ยมศิลป์. (2550). *อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษารามคำแหง*. เข้าถึงได้จาก [http://dric.nrct.go.th/bookdetail.php?book\\_id=203857](http://dric.nrct.go.th/bookdetail.php?book_id=203857)
- ลักขณา ศรีวัฒน์. (2544). *จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วัญพร บุตรขุนทอง. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเบียร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, สำนักวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- วิจารณ์ พานิช. (2547). *องค์การการเรียนรู้และการจัดการความรู้*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกุล. (2526). *วิเคราะห์ในระบบทางเดินอาหาร 2*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯเวชสาร.

- ศรีรัช ลาภใหญ่. (2550). การศึกษางานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อความรู้สึก  
อยากทดลองดื่ม และการจดจำตราสินค้าในกลุ่มเยาวชนและวัยรุ่น ปี 2550. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาน มานะกิจ. (2539). ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมเกี่ยวกับการจัดการมูลฝอยติดเชื้อของ  
ผู้บริหาร และพนักงานสถานพยาบาลเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.  
ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม,  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). ผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราของคนไทย. กรุงเทพฯ:  
สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สุทธิรักษ์ ไชยรักษ์, สมชาย รักกลาง, พงศ์มิตร โพธิ์กลาง, สุปริษา เคลือบคนโท, รัชดา, อนงค์เวช,  
สืบศักดิ์ มีพวงพินธุ์ และเอนก ทองไทย. (2553). ศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของ  
นักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์.
- สุรพล พะยอมแย้ม. (2545). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรศักดิ์ ไชยสงค์. (2554). ชนิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. เข้าถึงได้จาก <http://cas.or.th/index.php/research/read/1>
- อดิศวร์ หลายชูไทย. (2550). พฤติกรรมการดื่มของนักเรียน. เข้าถึงได้จาก <http://cas.or.th/index.php/research/read/3>
- อรทัย วลีวงศ์, สุรศักดิ์ ไชยสงค์ และทักษพล ธรรมรังสี. (2553). บทบาทและพฤติกรรมของพ่อแม่  
ที่มีต่อผลการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- อรรวรรณ หุ่นดี. (2536). ยาและสิ่งเสพติดให้โทษ. กรุงเทพฯ: อักษรบัณฑิต.
- อ้อยทิพย์ ถานันตะ. (2550). ทักษะคิดต่อการดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น.  
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย,  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อารีกุล พวงสุวรรณ. (2553). ผลกระทบของความตกลงการค้านานาชาติต่อนโยบายควบคุม  
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- อุษา ศิลป์เรืองวิไล. (2551). การรับรู้และการตีความเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. เข้าถึงได้จาก  
<http://cas.or.th/index.php/research/read/82>

- Bloom, B. S. (1972). *Taxonomy of educational objectives*. New York: David McKay.
- Cronbach, L. J. (1972). *Essentials of psychological testing* (5<sup>th</sup> ed.). New York: Harper Collions.
- Feldman, L., Harvey, B., Holowaty, P., & Shortt, L. (1999). Alcohol use beliefs and behaviors among high school students. *Journal of Adolescent Health, 24*, 48-58.
- Kendler, H. H. (1963). *Attitude*. Retrived from <http://sarawud.Wordpress.com>
- Kotler, P. (1999). *Marketing management*. NewYork: HarperBusiness.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. NewYork: Oxford University Press.
- Polanyi, M., & Nonaka, I. (1991). *The knowledge creating company*. Boston MA: Harvard Business School.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, Affective and Behavioral Components of Attitudes. "In M. J. Rosenberg, C. I. Hovland (Eds.), *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components*. New Haven: Yale University Press.
- Senge, P. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of learning organization*. New York: Bantam Doubleday Dell.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Harper and Row.

ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

## เรื่อง พฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีการศึกษา 2557 เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ท่านตอบให้ทั้งหมดจะถือเป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะสภาพรวมเท่านั้น

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดความรู้เกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีลักษณะเป็นคำถามถูกผิดโดยตอบคำถาม ใช่ ไม่ใช่

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดทัศนคติเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า มี 3 ระดับ คือ เห็นด้วย ไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วย

ตอนที่ 4 แบบสอบถามวัดพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบ

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ แล้วกาเครื่องหมาย  ลงในช่องหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

ชาย       หญิง

2. ระดับชั้น

ชั้นปีที่ 1     ชั้นปีที่ 2     ชั้นปีที่ 3     ชั้นปีที่ 4

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1,000-5,000 บาท     5,001-10,000 บาท     10,001 บาทขึ้นไป

4. สถานที่พักอาศัย

บ้านตัวเอง     บ้านญาติ     หอพัก     อื่น ๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ แล้วกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง  
ที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ใช่	ไม่ใช่
1	ปัจจุบันในประเทศไทยใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551		
2	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้ที่มีอายุไม่ครบ 18 ปีบริบูรณ์		
3	การดื่มสุราเป็นสาเหตุทำให้เกิดความบกพร่องทางระบบประสาท		
4	วันสำคัญทางศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอภินิหาร วันเข้าพรรษา ประเทศไทยกำหนดให้งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
5	ร่างกายสามารถดูดซึมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รวดเร็วกว่าสารอาหาร		
6	ปัจจุบัน มีกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
7	วัด สถานศึกษา หอพัก สถานที่ราชการ สามารถเป็นที่ดื่มสุราได้		
8	ดื่มสุราผิดศีลข้อ 5		
9	การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง		
10	แอลกอฮอล์ที่สามารถดื่มได้ คือ เอทิลแอลกอฮอล์ ส่วนแอลกอฮอล์อื่น ๆ ดื่มไม่ได้		
11	การดื่มสุราเป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคมะเร็งที่อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย		
12	บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า <input type="checkbox"/> 20 ปี <input type="checkbox"/> บริบูรณ์ <input type="checkbox"/> ไม่ <input type="checkbox"/> ควรดื่ม		
13	มีระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดต่ำกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ สามารถ ขับรถได้ตามกฎหมาย		
14	มีระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดมากกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ ไม่สามารถขับรถได้ตามกฎหมาย		
15	การดื่มสุราในปริมาณมากและดื่มมาเป็นเวลานาน มีผลทำให้เกิดอันตราย จากเส้นเลือดในสมองแตก และหลอดเลือดสมองอุดตัน		

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ แล้วกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง  
ที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ทัศนคติ		
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ
1	ผู้ที่เลิกดื่มสุราได้เป็นผู้ที่ชนะใจตนเอง			
2	การรณรงค์เมาไม่ขับในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีผลทำให้การดื่มสุราลดลง			
3	ค่าใช้จ่ายในการซื้อสุรา สามารถเก็บออมไว้ เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอย่างอื่นได้			
4	การดื่มสุราเป็นอันตรายต่อสุขภาพ			
5	ท่านรู้สึกรังเกียจผู้ที่ดื่มสุรา			
6	การดื่มสุราทำให้เกิดปัญหาในครอบครัว			
7	การดื่มสุราก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมาย และศีลธรรม			
8	การดื่มสุราเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุ			
9	ความต้องการเข้าสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ในการดื่มสุราของบุคคล			
10	การดื่มสุราเป็นการทำลายบุคลิกภาพของตนเอง			
11	การดื่มทำให้รัฐต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายในการ รักษาพยาบาลมากกว่ารายรับที่ได้จากภาษีสุรา			
12	การดื่มสุราทำให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม			
13	การดื่มสุราเป็นเรื่องปกติของคนธรรมดาทั่วไป			
14	การดื่มสุราทำให้มีความกล้าและมีความมั่นใจ ในตนเองมากขึ้น			
15	ถ้าเพื่อนในกลุ่มดื่มสุรา ท่านต้องดื่มสุราด้วย			



ส่วนที่ 4 แบบสอบถามพฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มสุราของนิสิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ แล้วกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง  
ที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

1. สถานที่ส่วนใหญ่ที่ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- ที่บ้าน/ ที่พักของตนเอง
- ภายในสถานศึกษา
- บ้านเพื่อน
- ร้านค้า/ ร้านอาหาร
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ช่วงเวลาที่ท่านนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- วันธรรมดา
- วันศุกร์
- วันเสาร์-วันอาทิตย์
- วันหยุดนักขัตฤกษ์

3. ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท่าน

- ดื่มทุกวัน
- ดื่ม 1-2 ครั้ง/ สัปดาห์
- ดื่ม 3-4 ครั้ง/ สัปดาห์
- ดื่ม 1-2 ครั้ง/ เดือน
- ดื่มเฉพาะงานสังคม
- อื่น ๆ ระบุ.....

4. ท่านนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทใดบ้าง

- เหล้าสี                       ไวน์
- เหล้าขาว                     เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์/ คอกเทล
- สุราพื้นบ้าน                 เบียร์
- ยาดอง
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 5. ส่วนมากท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะเหตุใด

- เพื่อเข้าสังคม
- ดื่มตามโฆษณา
- เพื่อนชวนดื่ม
- เพื่อคลายความทุกข์
- อยากลอง อยากรู้
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 6. เหตุผลหลักที่ทำให้ท่านซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- รายได้เพียงพอในการซื้อ
- การลดราคาสินค้า
- ออกแบบผลิตภัณฑ์สวยงามสะดุดตา
- โฆษณาชวนเชื่อให้ทดลองซื้อ
- จำเป็นต้องนำไปใช้ในเทศกาลและประเพณี
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม