

บทที่ 1

บทนำ

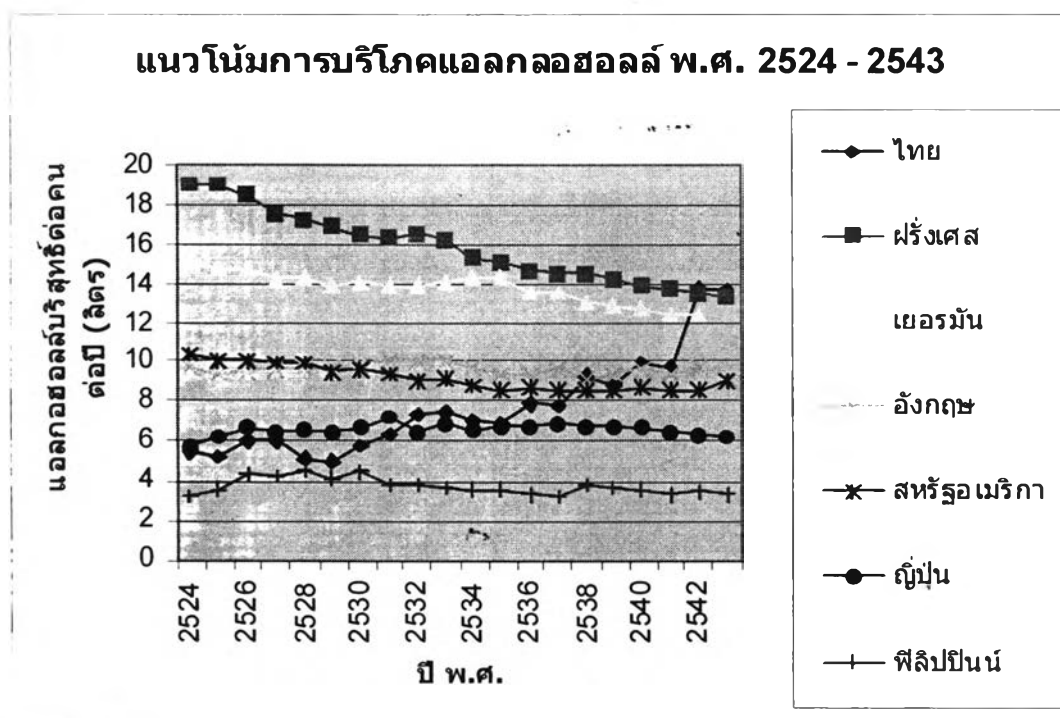


ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมปัจจุบันคงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่าไม่รู้จักเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เพราะเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ถือเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง เป็นวัฒนธรรมทางวัตถุที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างของมนุษย์ และมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์เป็นอย่างมาก รวมทั้งมีการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งเรื่อยมาเป็นระยะเวลายาวนานจนกระทั่งในปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่าการที่เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ยังคงปรากฏอยู่ในสังคมได้นั้นเนื่องมาจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ยังคงมีบทบาทที่สำคัญต่อมนุษย์อย่างต่อเนื่องในทุกสังคม

สังคมไทยมีผู้นิยมดื่มสุราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สังเกตได้จากข้อมูลของฐานข้อมูลการบริโภคสุราขององค์การอนามัยโลก (WHO) ร่วมกับองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ที่คำนวณการบริโภคแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่อหัวต่อปีของประชากร ปี 2543 พบว่าขณะนี้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พลเมืองมีการบริโภคแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อหัวสูงที่สุดประเทศหนึ่ง คนไทยบริโภคแอลกอฮอล์ต่อหัวเท่ากับ 13.59 ลิตร สูงกว่า ฝรั่งเศส (13.31 ลิตร) ซึ่งผลิต ไวน์ คอนยัค เฮอร์มัน (12.45 ลิตร) รัสเซีย (10.70 ลิตร) อังกฤษ (9.73 ลิตร) สหรัฐอเมริกา (9.08 ลิตร) ญี่ปุ่น (6.26 ลิตร) ฟิlipปินส์ (3.33 ลิตร) และที่น่าสังเกต คือ ประเทศที่มีระดับการบริโภคเทียบเคียงได้กับไทยนั้นมีแนวโน้มการบริโภคที่ต่ำลงหรือคงที่ ขณะที่ไทยกลับมีการเพิ่มการบริโภคอย่างมากโดยในปี พ.ศ. 2533 คนไทยบริโภคแอลกอฮอล์ต่อหัวต่อปีเพียง 7.46 ลิตร นั่นหมายถึงคนไทยบริโภคแอลกอฮอล์เพิ่มเกือบหนึ่งเท่าตัวในช่วง 10 ปี (<http://www.thaihealth.or.th/>) นอกจากนี้จากข้อมูลดังกล่าวยังพบว่าปริมาณการบริโภคได้เพิ่มขึ้นอย่างมากในประเทศที่กำลังพัฒนามากกว่าประเทศที่เจริญแล้ว นับว่าคนไทยดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สูงเป็นอันดับ 5 ของโลก ขณะที่อันดับ 1-4 เป็นประเทศในแถบยุโรป ซึ่งอากาศค่อนข้างหนาวจึงดื่มเป็นวิถีชีวิตแต่มีปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ในปริมาณที่น้อยกว่า (ดูแผนภูมิที่ 1)

แผนภูมิที่ 1 แนวโน้มการบริโภคแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2524 - 2543 ของประเทศไทย ,ฝรั่งเศส ,เยอรมัน , อังกฤษ , สหรัฐอเมริกา ,ญี่ปุ่น และฟิลิปปินส์



ที่มา : <http://www.thaihealth.or.th/>

สำหรับในประเทศไทยสำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจพฤติกรรมในการดื่มสุราของประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จากประชากรจำนวนทั้งสิ้น 47.0 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2544 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2545 : 25) พบว่ามีผู้ที่ดื่มสุรา ในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 13.7 ล้านคน (ร้อยละ 31.6) ใน พ.ศ.2539 เป็น 15.3 ล้านคน (ร้อยละ 32.7) ใน พ.ศ.2544 โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นประมาณ 1.6 ล้านคน จากข้อมูลดังกล่าวถือเป็นการยืนยันการบริโภคสุราที่เพิ่มขึ้นของคนไทยได้อย่างชัดเจน

เมื่อพิจารณาผู้ที่ดื่มตามกลุ่มอายุพบว่า กลุ่มวัยทำงาน (อายุ 25 – 59 ปี) เป็นกลุ่มที่มีอัตราการดื่มสุราสูงสุด คือ ร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ กลุ่มเยาวชน (อายุ 15 – 24 ปี) ร้อยละ 21.6 และกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 20.0 เมื่อเปรียบเทียบอัตราการดื่มสุราในแต่ละกลุ่มอายุระหว่างชายและหญิง พบว่า การดื่มสุราในทุกกลุ่มอายุของชายจะสูงกว่าหญิง เมื่อพิจารณาในอีกมุมหนึ่งยังพบว่า อัตราของจำนวนประชากรเพศหญิงที่ดื่มสุราเพิ่มขึ้นในเกือบทุกช่วงอายุและเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าเพศชายที่ดื่มสุราด้วย (ดูตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 อัตราร้อยละของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปที่ดื่มสุรา จำแนกตามหมวดอายุ อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มและเพศ พ.ศ.2539 และ พ.ศ.2544

หมวดอายุ (ปี)	พ.ศ.2539			พ.ศ.2544		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
รวม	31.6	55.4	8.1	32.6	55.9	9.8
15 – 24	21.1	38.3	3.3	21.6	38.1	4.6
25 – 59	38.1	66.1	10.5	39.3	66.3	12.6
60 ปีขึ้นไป	20.4	36.8	6.3	20.0	37.0	5.7
อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มสุรา	20.5	19.7	26.2	20.2	19.3	25.1

ที่มา : รายงานการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2544

สำนักงานสถิติแห่งชาติ , หน้า 26

สมัยก่อนกลุ่มประชากรเป้าหมายเดิมของการดื่มสุราส่วนใหญ่เน้นที่กลุ่มเพศชาย แต่ในสภาพสังคมปัจจุบันสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นคือการเพิ่มขึ้นของอัตราการดื่มสุราในกลุ่มประชากรซึ่งไม่ได้เป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายเดิมของการดื่มสุรา เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มสตรี เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากทุกสังคมวัฒนธรรม ผู้หญิงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มักถูกคาดหวังว่าไม่ยุ่งเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ แต่ปัจจุบันผู้หญิงทั้งในเมืองและในชนบทเข้ามายุ่งเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากขึ้น (สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2543 : 12)

จากการสำรวจสาเหตุของการดื่มสุรา (สำนักงานสถิติแห่งชาติ , 2545 : 31) พบว่าส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากเพื่อเข้าสังคม (ร้อยละ 43.8) รองลงมาคือตามอย่างเพื่อนหรือเพื่อนชวนดื่ม (ร้อยละ 32.8) และทดลองดื่ม (ร้อยละ 15.9) เมื่อพิจารณาอายุที่เริ่มดื่มสุรา พบว่า ผู้ที่เริ่มดื่มสุราเมื่ออายุต่ำกว่า 10 ปี มีสาเหตุของการเริ่มดื่มมาจากความต้องการในการทดลองดื่ม (ร้อยละ 25.7) สำหรับผู้ที่เริ่มดื่มเมื่ออายุ 10 – 19 ปี มีสาเหตุในการเริ่มดื่ม คือ ตามอย่างเพื่อนหรือเพื่อนชวนดื่ม (ร้อยละ 40.9 และ ร้อยละ 39.4 ตามลำดับ) ส่วนผู้ที่เริ่มดื่มเมื่ออายุ 20 ปี ขึ้นไป (เกินกว่าร้อยละ 40) มีสาเหตุมาจากเพื่อการเข้าสังคม จากสถิติดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่าช่วงอายุที่ต่างกันจะมีผลต่อแนวคิดในการดื่มสุราที่ต่างกัน ทั้งนี้ น่าจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ชีวิต ความคิด ความเชื่อ ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และประเภทของกลุ่มสังคมที่ปัจเจกชนแต่ละคนเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ด้วย กลุ่มเพื่อนนับว่า

มีอิทธิพลในทุกช่วงอายุ แต่จะมีอิทธิพลมากที่สุดในช่วงอายุที่น้อยเพราะในวัยนี้ถูกชักจูงและคล้อยตามได้ง่าย

การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ย่อมส่งผลเสียทั้งต่อตัวผู้ดื่มเองและคนในสังคมนอกข้างด้วย เมื่อมีจำนวนผู้ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากขึ้น ปัญหาที่เกิดขึ้นก็ย่อมมีเพิ่มขึ้นเช่นกัน การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีผลกระทบอย่างมากต่อครอบครัว จากงานวิจัยของมูลนิธิเพื่อนหญิง เรื่องสุราในฐานะปัจจัยร่วมก่อความรุนแรงในครอบครัว พบว่า เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดปัญหาในครอบครัว 3 ด้าน คือ .1) ปัญหาสุขภาพ ได้แก่ สมรรถภาพกายและใจลดลง เพราะบาดเจ็บตามร่างกายจากการถูกทุบตี, ตี, ติดยา, อารมณ์เสียบ่อย, ซึมเศร้า, ไม่อยากมีชีวิตอยู่ ประสิทธิภาพในการทำงานลดลงและเกิดโรคร้ายต่างๆ 2) การใช้ความรุนแรง ได้แก่ เกิดการทะเลาะเบาะแว้งคำว่าด้วยถ้อยคำหยาบคายระหว่างคนในครอบครัวเดียวกัน ละเมิดสิทธิทางเพศและทำลายสิ่งของ 3) ปัญหาเศรษฐกิจในครอบครัว ตั้งแต่ระดับ ไม่มีเหลือเก็บจนกระทั่งเป็นหนี้ ครอบครัวไม่เพียงแต่เป็นหน่วยสังคมแรกที่มีอิทธิพลต่อการเป็นคนดื่มหรือไม่ดื่มสุรา แต่ครอบครัวยังเป็นหน่วยสังคมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดจากการดื่มของสมาชิกในครัวเรือน (http://www.thaihealth.or.th/th/document/AW3_10.pdf)

เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อเซลล์ต่างๆ ในร่างกาย (Beasley, Joseph D. : 1996, 266) รวมทั้งส่งผลบั่นทอนสุขภาพร่างกายให้เสื่อมโทรมลง และเกิดผลกระทบต่ออวัยวะทั่วร่างกาย ได้แก่ เกิดการระคายเคืองในช่องปากและลำคอ ไบหน้าและตัวแดง เซลล์ทุกเซลล์ทำงานไวขึ้นกว่าปกติ สมองเสื่อม หัวใจล้มเหลวเพราะทำงานหนักขึ้น เป็นโรคกระเพาะ ตับแข็ง และระบบการทำงานในร่างกายแปรปรวน รวมทั้งส่งผลต่อสติปัญญา ทำให้ผู้ดื่มมีเซาว์ปัญญาลดลง ถึงแม้ว่าการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อย่างมากและเป็นประจำทำให้เกิดอันตรายต่อระบบประสาท หัวใจและตับ แต่การดื่มเพียงเล็กน้อยสามารถช่วยลดการเป็นโรคหัวใจวายได้ (Oakley Ray and Charles Ksir , 1999 : 234) ในบางกรณีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ส่งผลให้ผู้ดื่มขาดความยับยั้งชั่งใจดังที่มีในภาวะปกติ จนทำให้สามารถก่อความรุนแรงและพฤติกรรมที่ก่อความเดือดร้อนและอันตรายต่อตนเองและผู้อื่นได้โดยง่าย รวมทั้งส่งผลต่อสุขภาพจิตของผู้ดื่ม ทำให้ประสาทหลอน ความจำเสื่อม เป็นโรคซึมเศร้า และนำไปสู่บุคลิกภาพที่เสื่อมโทรม (http://www.thaihealth.or.th/th/document/AW3_10.pdf) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อผู้หญิงหลายด้าน โดยเฉพาะผู้ที่ดื่มจัดจึงทำให้ดูแลก่อนวัยและเมื่ออายุมากขึ้นก็อาจทำให้หมดสมรรถภาพไปได้ง่ายๆ ซึ่งรวมถึงการหมดสมรรถภาพทางเพศก่อนวัยอันควรหมายความว่า ทำให้หยุดการสร้างเซลล์สืบพันธุ์ ผลที่ปรากฏคือเต้านมเหี่ยว รังไข่และมดลูกเสื่อมสภาพเร็ว ถ้าหากผู้หญิงดื่มสุราขณะตั้งครรภ์นั้นลูกที่เกิดมาจะมีโอกาสที่จะพิการสูง และในบางกรณีอาจทำให้ตกเลือดหรือแท้งได้ รวมทั้งถ้าแม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นประจำขณะตั้งครรภ์จะส่งผลให้ลูกมีโอกาสติดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้มากกว่าเด็กธรรมดาถึง 4 เท่า การดื่มเครื่องดื่มที่มี

แอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดความรุนแรงและอาชญากรรมในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคดีอาญาฐานความผิด ทำให้เสียทรัพย์สินจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ คดีอาญาฐานความผิดเกี่ยวกับเพศจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และคดีอาญาฐานความผิดต่อร่างกายจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (http://www.thaihealth.or.th/th/document/AW11_17.pdf)

ฤทธิ์ของแอลกอฮอล์ยังทำลายความสามารถในการขับขี้พาทะในในด้านต่างๆ เช่น ทำให้การมองเห็นแคบลง เห็นภาพซ้อน ผู้ขับขี้จึงรับรู้ต่อความเคลื่อนไหวรอบตัวได้น้อยลง การสังการของสมองไปยังกล้ามเนื้อซาลง รวมทั้งทำให้เกิดความรู้สึกที่เห็นว่าสิ่งที่ใหญ่โตกลายเป็นสิ่งเล็กลง เช่น เห็นสิบล้อเป็นรถซาเล้งได้ (http://www.thaihealth.or.th/th/document/AW3_10.pdf) จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก่อนขับรถมีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุสูงมากกว่าปกติ ยังมีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสูง ก็ยังเพิ่มโอกาสในการเกิดอุบัติเหตุสูงขึ้นมาเช่นกัน จากอุบัติเหตุจากรถในปี 2539 พบว่า มีผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บรวมกันถึง 64,449 คน และยังคงไม่เปลี่ยนแปลง โดยในปี 2544 มีผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บรวมกันถึง 65,612 คน (<http://www.thaihealth.or.th/th/document/alcohol-consumption-thai-ver1.ppt>.)

การที่คนไทยยังคงดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในปริมาณที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น สาเหตุสำคัญน่าจะมาจากการการคำนึงถึงบทบาทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในทางบวกซึ่งเป็นค่านิยมที่ปรากฏในสังคม ประกอบด้วย การมีความเห็นว่าการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ในการแสดงและเลื่อนสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ความเป็นสัญลักษณ์สำหรับเพศชาย เป็นสัญลักษณ์ในการแสดงความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ เป็นสิ่งสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม และแสดงความสัมพันธ์ในกลุ่มเดียวกัน ใช้ในการประกอบพิธีกรรมเพื่อติดต่อกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ใช้เป็นยารักษาโรคและแสดงถึงภูมิปัญญาดั้งเดิม และเชื่อมต่อด้านวัฒนธรรมในแต่ละรุ่นให้คงอยู่ บทบาทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จะปรากฏบทบาทที่เด่นชัดเฉพาะช่วงเวลาและเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ซึ่งความเชื่อที่ต่างกันนำไปสู่สถานการณ์การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในรูปแบบที่แตกต่างกัน (Oakley Ray and Charles Ksir , 1999 : 244)

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยทั่วประเทศเกี่ยวกับการซื้อ การใช้สินค้า และการรับสื่อ ในช่วงครึ่งแรกของปี 2546 โดยศูนย์สารสนเทศธุรกิจสวนดุสิต (SBIC) พบว่าในกลุ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คนไทยนิยมดื่มเบียร์มากที่สุด โดยเหตุผลในการดื่มเบียร์มากที่สุด คือ ผ่อนคลาย ร้อยละ 22 ตามด้วยเพื่อเพิ่มบรรยากาศในการสังสรรค์ ร้อยละ 21.4 เข้าสังคม ร้อยละ 20.8 และชอบรสชาติ ร้อยละ 17 (กรุงเทพฯธุรกิจ ,11/7/46) จากเหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า บทบาทของเบียร์ส่วนใหญ่ คือ เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ชอบอยู่

รวมกันเป็นกลุ่ม และมีการปฏิสังสรรค์ทางสังคมอยู่เสมอ นอกจากรวมกลุ่มเพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่มตนเองแล้ว ในบางครั้งยังมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มในทางธุรกิจได้เช่นกัน ดังนั้น ในการคืบประเภทนี้จึงต้องมีผู้ร่วมคืบอยู่ด้วยเสมอ เพราะการคืบคนเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมได้ ในขณะที่เดียวกันถ้าหากคืบคนเดียวบทบาทของเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์ก็จะเปลี่ยนไป เช่น เป็นสิ่งที่ช่วยผ่อนคลาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า ในกลุ่มผู้คืบเครื่องคืบแอลกอฮอล์เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.2 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 40.8 สัดส่วนดังกล่าวถือว่าไม่มีความแตกต่างกันมากนักเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างเพศของผู้คืบ แต่อย่างไรก็ตามเพศชายก็ยังมีสัดส่วนที่มากกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะค่านิยมที่ว่าลูกผู้ชายต้องคืบเหล้า เพื่อแสดงความกล้าหาญแบบชายชาติรี นับเป็นการสร้างความเข้าใจที่ผิด และดูเหมือนว่าความเข้าใจดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคที่มีเพิ่มขึ้นและยากที่จะลบเลือนไป เนื่องจากระบบคิดแบบชายเป็นใหญ่และค่านิยมของการคืบสุรานั้นฝังรากลึกอยู่ในสังคมไทยมานานแสนนาน

แนวคิดหรือมุมมองในการคืบเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์ที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตล้วนเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เกิดการแพร่กระจายเข้ามาของวัฒนธรรมตะวันตก แนวคิดการพัฒนาประเทศ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาระบบเศรษฐกิจ มีการเปิดเสรีทางการค้า เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบคิด ค่านิยมในการบริโภค ให้ความสำคัญกับวัตถุมมากขึ้น โดยเฉพาะกระแสบริโภคนิยมที่ส่งเสริมให้สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาท ทั้งในฐานะของการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์ให้เกิดมุมมองที่ดีในการบริโภคเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์ ทำให้เครื่องคืบเหล่านั้นมีภาพที่สวยงามและบุคคลพึงกระทำได้ตามความประสงค์ของตน การคืบเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์จึงกลายเป็นสื่อหรือเครื่องมือทางสังคมและเป็นกิจกรรมทางสังคม (social activity) ที่เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายรูปแบบหนึ่ง (Vincent N. Parrillo , 2002 : 366) สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ความหมายของสุราเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงคืบสุราได้มากขึ้น และทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตและจำหน่ายสุราได้อย่างเป็นทางการ

การให้ความหมายของเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์ทางสังคมถือเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้บทบาทของเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์เป็นไปในทางบวกมากขึ้น ประกอบกับการมองข้ามพิษภัยของเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์ ทำให้พฤติกรรมการคืบเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์ของคนไทยเกิดขึ้นในทุกโอกาสและทุกสถานที่ จากที่ในอดีตสังคมไทยจะมีการคืบเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์ในเงื่อนไขที่จำกัดเป็นบางโอกาส เช่น พิธีกรรม งานสังสรรค์ เป็นต้น โดยที่สังคมช่วยควบคุมไปในตัว แปรเปลี่ยนมาเป็นการบริโภคอย่างเสรีที่ปราศจากข้อกำหนดหรือข้อบ่งชี้ว่าขอบเขตการคืบอยู่ ณ จุดใด (สายพิณ สาประเสริฐ, 2544 : 3) แสดงให้เห็นว่าการคืบเครื่องคืบที่มีแอลกอฮอล์มีเงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย โดยเฉพาะในเรื่องของค่านิยม ความเชื่อ กาลเทศะในการคืบ ฯลฯ เนื่องจาก

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สามารถสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรม ประเพณี ระบบเศรษฐกิจ การเมือง และความเชื่อต่างๆ (อำนาจ พิรุณสาร ,2538 : 3) การศึกษาทัศนคติของกลุ่มคนที่เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่มีต่อสิ่งที่ดื่มนั้นจึงน่าจะมีส่วนในการแก้ไขปัญหาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และปัญหาที่สืบเนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การศึกษาในครั้งนี้ตั้งอยู่บนฐานความคิดที่ว่า เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมมนุษย์ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นพฤติกรรมทางสังคมที่แสดงออกภายใต้บริบทของแต่ละสังคมหรือลักษณะทางวัฒนธรรมของแต่ละสังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันสถิติการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของคนไทยเพิ่มขึ้นจากในอดีต รวมถึงการที่มีอัตราผู้ดื่มที่เป็นเพศหญิงเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆ ทั้งต่อส่วนตัวและส่วนรวม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาสาเหตุที่ทำให้ผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เพื่อเป็นข้อมูลในการเสนอแนะการลดปริมาณการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาคือกลุ่มผู้หญิงทำงานตอนดึก เนื่องจากงานวิจัยของคลาร์กและมิดานิค (อ้างถึงใน สุกัญญา ,2540 : 4) พบว่าผู้หญิงตอนดึกเป็นช่วงชีวิตที่มีประสบการณ์ด้านการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด และจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มสุราที่กล่าวมาแล้ว พบว่า วัชที่ดื่มสุรามากที่สุดคือวัชผู้ใหญ่ การศึกษาครั้งนี้ถือเป็นการศึกษาเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในมุมมองของผู้หญิง โดยใช้การศึกษาตามมุมมองทางมานุษยวิทยาเพื่อให้ได้ข้อมูลในลักษณะที่เป็นองค์รวม ซึ่งจะสามารถเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงที่ปรากฏในสังคมปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในมุมมองของผู้หญิงทำงาน
2. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในมุมมองของผู้หญิงทำงาน
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในมุมมองของผู้หญิงทำงาน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาในทางมานุษยวิทยา โดยเลือกศึกษาผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งเป็นผู้หญิงทำงานที่มีอายุในช่วง 20 – 35 ปี จำนวน 10 คน เคยดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพื่อการเข้าสังคมในโอกาสต่างๆ เช่น งานวันเกิด งานเลี้ยงสังสรรค์ เป็นต้น รวมถึงงานเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น ประกอบอาชีพในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล และเคยไปใช้บริการร้านอาหารประเภทกึ่งผับกึ่งร้านอาหารกับกลุ่มเพื่อนอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

ข้อสันนิษฐานในการวิจัย

1. ความต้องการได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่มมีผลทำให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน
2. ความต้องการกล้าแสดงออก และต้องการได้รับการยกย่องคนในสังคมนักดื่มมีผลให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน
3. ความต้องการความมั่นคงทางจิตใจมีผลทำให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน
4. ความไม่เท่าเทียมกันทางเพศมีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน
5. อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีผลทำให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน
6. อิทธิพลของสื่อโฆษณามีผลทำให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน

นิยามศัพท์

แอลกอฮอล์ หมายถึง สารอินทรีย์ชนิดหนึ่ง ลักษณะเป็นของเหลวใส กลิ่นฉุน ระเหยง่าย มีขีดเดือด ๗๘.๕° ซ. ชื่อเต็ม คือ เอทิลแอลกอฮอล์ แต่มักเรียกกันสั้นๆ ว่า แอลกอฮอล์ โดยปรกติเกิดขึ้นจากการหมักสารประเภทแป้งหรือน้ำตาลผสมยีสต์ ซึ่งมักเรียกกันว่า แป้งเชื้อ หรือ เชื้อหมัก เป็นองค์ประกอบสำคัญของสุราและเมรัยทุกชนิด เมื่อดื่มเข้าไปจะออกฤทธิ์ทำให้มีอาการมึนเมา ใช้ประโยชน์เป็นตัวทำละลาย และเป็นเชื้อเพลิง เป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน , 2538 : 965)

แอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มมีนเมาที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งไม่มีสี ระเหยง่าย ติดไฟง่าย (ปรีชา แดงโรจน์ และพนิดา จูติวร , 2528 : 2)

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นองค์ประกอบสำคัญของสุราและเมรัยทุกชนิด สามารถนำมาบริโภคได้ และเมื่อดื่มเข้าไปจะออกฤทธิ์ทำให้มีอาการมึนเมา เช่น เบียร์ ไวน์ และสุราชนิดต่างๆ

ผู้หญิงทำงาน หมายถึง ผู้หญิงที่มีอายุในช่วง 20 – 35 ปี ประกอบอาชีพการทำงานด้านต่างๆ ซึ่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้หญิงทำงานที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หมายถึง ผู้หญิงที่มีอายุในช่วง 20 – 35 ปี ประกอบอาชีพการทำงานด้านต่างๆ ซึ่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เคยดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่สามารถนำมาบริโภคได้ เพื่อการเข้าสังคมในโอกาสต่างๆ ทางสังคม เช่น งานวันเกิด งานเลี้ยงสังสรรค์ เป็นต้น รวมถึงงานเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น มีประสบการณ์ในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในลักษณะดังกล่าวข้างต้นไม่น้อยกว่า 6 เดือน และคาดว่าจะมีพฤติกรรมในลักษณะดังกล่าวอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เกิดความเข้าใจและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับเครื่องคั้มีแอลกอฮอล์จากมุมมองของผู้หญิงทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหของภาครัฐและภาคเอกชนเกี่ยวกับการคั้มีเครื่องคั้มีแอลกอฮอล์ในผู้หญิงทุกกลุ่มอาชีพ