

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นหญิง

FACTORS RELATED TO ALCOHOL CONSUMPTION IN FEMALE ADOLESCENTS

นางสาวณัฐกาญ	หาญประสิทธิ์ธาดา	เลขประจำตัวนิสิต	543 7421 5 38
นาย ธนชาติ	แดงสังวาลย์	เลขประจำตัวนิสิต	543 7430 1 38
นางสาววราลี	ทองศรี	เลขประจำตัวนิสิต	543 7474 8 38

โครงการทางจิตวิทยานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาจิตวิทยา

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2557

นางสาวณัฐกาญจน์ หาญประสิทธิ์ธาดา, นายธนชาติ แดงสังวาลย์, นางสาววราลี ทองศรี :

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นหญิง (FACTORS RELATED TO ALCOHOL CONSUMPTION IN FEMALE ADOLESCENTS)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการทางจิตวิทยาหลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กวรรณิการ์ นลราชสุวัจน์, 58 หน้า

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิง ผู้วิจัยใช้มาตรวัดพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบวัดอิทธิพลของเพื่อนและพัฒนามาตรวัดเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ สุชาติพิทย์ สุทธิเมธากร (2550) ปรับมาตรวัดการแสวงหาความตื่นเต้นใจในสัมผัสของสิทธิพงษ์ วงศ์วิวัฒน์ (2548) ที่ได้แปลมาจาก Arnett (1994) และได้สร้างมาตรวัดอิทธิพลจากสื่อโดยผู้วิจัย จากนั้นนำมาตรวัดไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงอายุระหว่าง 18-24 ปีที่กำลังศึกษาอยู่ระดับมหาวิทยาลัย ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยด้านเพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ และอิทธิพลจากสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านเจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์และการแสวงหาความตื่นเต้นใจในสัมผัส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และปัจจัยด้านเพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ และอิทธิพลจากสื่อ สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ร้อยละ 37.1 ($R=.609$, $p < .01$)

สาขาวิชา :จิตวิทยา.....ลายมือชื่อนิสิต.....

ปีการศึกษา.....2558.....ลายมือชื่อนิสิต.....

ลายมือชื่อนิสิต.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการทางจิตวิทยาหลัก.....

543 7421 5 38, 543 7430 1 38, 543 7474 8 38 : MAJOR BACHELOR OF SCIENCES NI PSYCHOLOGY

Natthakan Harnprasitthada, Thanachart Dangsangwarn, Waralee Thongsri

FACTORS RELATED TO ALCOHOL CONSUMPTION IN FEMALE ADOLESCENTS

SENIOR PROJECT ADVISOR: Assist. Prof. Dr. Kannikar Nolrajsuwat, 58 pp.

The purpose of this research was to examine the relationship between alcohol drinking behavior and factors related to alcohol consumption in female adolescents. Researchers used Suthatip Sutthimathakorn (2007) 's Alcohol Drinking Behavior Scale, Influence from friends Test developed Attitudetoward Alcohol Drinking Test. Sensation Seeking Test was modifier from Sitthipong Wongwiwatthana (2005)'s which was translated from Arnett (1994) 's . Media Influence was developed by researchers. The data was collected from 100 female adolescents.

The results of the study were as follows: 1) Drinks from close friends offering, perceived alcohol drinking norm of close friends, and media influence significantly correlated with alcohol drinking behavior at .05 level. 2) Closed-friend attitude toward alcohol drinking, attitude toward alcohol drinking, and sensation seeking significantly correlated with alcohol drinking behavior at .01 level. 3) Drinks from close friends offering, perceived alcohol drinking norm of close friends, and media influence co-predicted alcohol drinking behavior at 37.1%($R = .609$, $p < .01$)

Field of Study :Psychology..... Student's Signature

Academic Year :2014..... Student's Signature

Student's Signature

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยทางจิตวิทยาฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างดีที่สุดของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กวรรณิการ์ นลราชสุวัจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยที่ได้ช่วยแนะนำแนวทางการทำวิจัย การเป็นนักวิจัยที่ดี ให้ความรู้เกี่ยวกับการทำงาน ตลอดจนช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงานและการดำรงชีวิตให้มีความสุข ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งอย่างยิ่งในความเมตตาของท่าน ขอขอบพระคุณในความปรารถนาดีที่มีต่อลูกศิษย์ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ ดร.อภิชนา ไชยวุฒิภรณ์วานิช และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชูพงศ์ ปัญจมะวัตผู้เป็นกรรมการในการสอบที่ได้ช่วยแนะนำแนวทางการแก้ไขเกี่ยวกับโครงการวิจัยในครั้งนี้ รวมไปถึงการให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ในการทำโครงการวิจัย

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างที่ช่วยให้ความร่วมมือในการการแบบสอบถาม รวมไปถึงเพื่อนคณะจิตวิทยาที่คอยช่วยเหลือในการทำงานวิจัย คอยให้กำลังใจ ให้คำปรึกษาต่างๆ รวมไปถึงพี่ที่คณะจิตวิทยาที่คอยอำนวยความสะดวกเพื่อให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณพ่อแม่ แม่ ที่คอยให้กำลังใจในการทำโครงการทางจิตวิทยารวมไปถึงการให้คำแนะนำต่างๆ มีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ และให้อิสระในการตัดสินใจแก่ผู้วิจัย

ณัฐภาณุ หาญประสิทธิ์ธาดา

ธนชาติ แดงสังวาลย์

วราลี ทองศรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 วิธีการดำเนินงานวิจัย	24
บทที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4 อภิปรายผลการวิจัย	38
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	40
รายการอ้างอิง	43
ภาคผนวก	46
ภาคผนวก ก	46
ภาคผนวก ข	50

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันพบว่า ปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่น เช่น การตั้งครรภโดยไม่พึงประสงค์ การข่มขืน การทะเลาะวิวาท การใช้สารเสพติด รวมไปถึงอุบัติเหตุอื่นๆ ที่ร้ายแรงถึงขั้นเสียชีวิต โดยสาเหตุสำคัญประการหนึ่งมาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากฐานข้อมูล WHO – Alcohol Consumption Database พบว่า คนไทยมีแนวโน้มที่จะบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้นติดอันดับ 5 ของโลกในปี พ.ศ.2544 นอกจากนี้ เยาวชนมีแนวโน้มที่จะดื่มเพิ่มมากขึ้น และเริ่มดื่มที่อายุน้อยลง สำนักงานสถิติแห่งชาติ มีการเก็บข้อมูลของผู้ที่สูบบุหรี่และดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของคนไทยในช่วง พ.ศ.2547 พบว่า บุคคลที่มีอายุสูงกว่า 15 ปีบริบูรณ์มีอยู่ประมาณ 49.4 ล้านคน โดยแยกเป็นผู้ที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 33.2 ล้านคน และเป็นผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 16.1 ล้านคน โดยจากจำนวนดังกล่าวเป็นบุคคลที่ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำประมาณ 8.8 ล้านคนและเมื่อพิจารณาตามอายุที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทยในปี พ.ศ. 2547 พบว่า ผู้หญิงมีอายุเฉลี่ยเริ่มต้นดื่มสุราประมาณ 25.4 ปี แต่ผู้วิจัยจึงสรุปว่า ในปัจจุบันเพศหญิงมีแนวโน้มเริ่มต้นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงอายุที่น้อยลง และเกิดปัญหาทางสังคมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่เหมาะสม เช่น ไม่มีการป้องกัน ขาดสติและการยับยั้งชั่งใจซึ่งอาจนำไปสู่การติดโรคทางเพศสัมพันธ์ การตั้งครรภโดยไม่พึงประสงค์

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า วัยรุ่นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาสำคัญในสังคมไทยที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนด้วยเหตุผลดังนี้

ประการที่ 1 จากงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น พบว่า บุคคลที่ทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ มักมีแนวโน้มที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอนาคต และเสี่ยงต่อการได้รับผลกระทบทางร่างกายและจิตใจถึงขั้นที่เรียกว่า ได้รับผลเสียจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Gruber, Diclemente, Anderson, & Lodico, 1996; Hawkins Graham, Maguin, Abbott, Hill, & Calalano, 1997; cited in Simons-Morton, Maynie, Crump, Saylor, Eited, & Yu, 1999) นอกจากนี้ การศึกษากลุ่มตัวอย่างในสหรัฐอเมริกา พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 50 เริ่มมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเห็นได้ว่า วัยรุ่นในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ดังนั้น การลดความเสี่ยงของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น จึงทำได้โดยการยับยั้งโอกาสในการทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

ประการที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น มักนำไปสู่พฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพอื่นๆ ได้แก่ พฤติกรรมการสูบบุหรี่ พฤติกรรมการใช้สารเสพติด และพฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์ (Donovan & Jessor, 1985; Kulbox & Cox, 2002; Valois, Oeltmann, Waller, & Hussey, 1999 cited in Donovan, 2004)

ทรงเกียรติ ปิยะกะและคณะ (2545) กล่าวว่า วัยรุ่นมักจะเริ่มต้นใช้สารเสพติดที่ถูกกฎหมาย เช่น บุหรี่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนนำไปสู่การใช้สารเสพติดอื่นๆ และทำให้ติดสารเสพติดต่อไป นั่นคือ เมื่อวัยรุ่นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วต่อมาก็จะเปลี่ยนเป็นคนที่ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นอกจากนี้ การศึกษาความสัมพันธ์ของวัยรุ่นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับพฤติกรรมทางเพศสัมพันธ์ (Michaud & Narring, 1998) พบว่า กลุ่มตัวอย่างของนักเรียนอายุ 16 - 20 ปี ในประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ กว่าครึ่งได้มีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nordin, Hanson, & Tyden (2001) พบว่า นักเรียน 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกเนื่องจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเห็นได้ว่า วัยรุ่นที่ดื่มจนเมามายเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรและเป็นสาเหตุของการเกิดโรคทางเพศสัมพันธ์เนื่องจากขาดความยับยั้งชั่งใจ และขาดสติในการควบคุมตนเอง (สุวิทนา อารีพรรค, 2543)

ประการที่ 3 วัยรุ่นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมากนั้น สามารถทำให้เกิดความเสี่ยงทั้งในด้านสุขภาพและด้านสังคม เช่น อุบัติเหตุทางรถยนต์ การทำร้ายร่างกาย การตั้งครมภ์ในวัยเรียน การติดโรคทางเพศสัมพันธ์ เป็นต้น จากการศึกษาที่ผ่านมา (Dqwkins, 1997; Duncan, Alpert, Duncan, & Hops, 1997; DuRant, Smith, Kreiter, & Krochuk, 1999; Bonomo, et al., 2001; Shope, Waller, Raghunathan, & Patil, 2001; Glied & Pine, 2002; Richardson & Budd, 2003; Testa, Vazile-Tamsen, & Livingston, 2004 cited in Gage & Suzuki, 2005) พบว่า วัยรุ่นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุ การตั้งครมภ์ในวัยเรียน ปัญหาความรุนแรง ภาวะซึมเศร้า การข่มขืน ฆ่าตัวตาย และการติดโรคทางเพศสัมพันธ์ ที่พบว่า วัยรุ่นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจทำให้มีการแพร่เชื้อ HIV และเสี่ยงต่อการติดโรคผ่านทางกรรมสัมพันธ์ โดยเฉพาะพฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ตั้งใจ หรือพฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกัน หรือพฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์ที่แลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Mature et al., 2002; Stueve, et al., 2002)

จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีบุคคลจำนวนมากที่มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีอันตรายต่อสุขภาพทางด้านสังคม ด้านกายภาพและด้านจิตใจ (สุวรรณ อรุณพงศ์ไพศาล, 2549)

ด้านสังคม (Social Dimension) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเฉียบพลัน เช่น อุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับรถยนต์ อาชญากรรมความรุนแรง ปัญหาการทำงาน อาจส่งผลต่อเนื่องไปยัง หนี้สิน การสูญเสียการทำงาน ครอบครัวแตกแยก

ด้านกายภาพ (Physical Dimension) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเฉียบพลัน เช่น เสียชีวิตหรือบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ การทะเลาะวิวาท อาจส่งผลเรื้อรัง เช่น ความดันโลหิตสูง เส้นเลือดในสมองแตก มะเร็งในลำคอ ระบบภูมิคุ้มกันผิดปกติ

ด้านจิตใจ (Psychological Dimension) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเฉียบพลัน เช่น ปฏิกริยาการตอบสนองช้าลง ไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้ อาจส่งผลเรื้อรัง เช่น ด้านของความจำ คลุ้มคลั่งจากพิษของสุรา

ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างการทำหน้าที่ของครอบครัว บรรทัดฐานของกลุ่มเพื่อน เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และทักษะการปฏิเสธการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย (สุรีย์พร เตมียชาติ, 2552) พบว่า ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Attitude toward alcohol drinking), ทักษะการปฏิเสธการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol refusal skill), บรรทัดฐานของกลุ่มเพื่อน (Peer Norms) ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติพิทย์ สุทธิเมธากร, 2550 ที่ศึกษาปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นชาย พบว่า ปัจจัยที่สามารถทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำของวัยรุ่นชายได้ คือ เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาให้ดื่ม บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ จะเห็นได้ว่า เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ บรรทัดฐานของกลุ่มเพื่อนเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเพศชายและเพศหญิง

ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเพศหญิงที่เพิ่มมากขึ้น อาจเป็นผลมาจากปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากงานวิจัยในอดีต เช่น อิทธิพลจากสื่อ เป็นต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยคัดสรรเพิ่มเติมที่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นหญิงไทย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ทฤษฎีจิตวิทยาวัยรุ่น ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล และทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน ตลอดจนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่นและพัฒนาการ

ความหมายของวัยรุ่น

วัยรุ่น หรือ Adolescence ในภาษาอังกฤษ มีรากศัพท์มาจาก Adolescere ในภาษาละติน ซึ่งหมายความว่า การเจริญเข้าสู่ความมีวุฒิภาวะ (Grow to Maturity) ความหมายในแง่นี้จะพิจารณาจากกระบวนการต่างๆ ทั้งทางด้านร่างกาย สังคม อารมณ์และสติปัญญา

องค์การอนามัยโลก (WHO, 1987) ได้ให้ความหมายของวัยรุ่นไว้ว่า วัยรุ่น หมายถึงสภาวะที่บุคคลอยู่ในช่วงของความเจริญเติบโตจากวัยเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่ ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงใน 3 ลักษณะดังนี้

1. พัฒนาการด้านร่างกาย
2. พัฒนาการทางด้านจิตใจ
3. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ

ในสังคมไทย วัยรุ่นจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย กล่าวคือ ฮอริโมนในร่างกายจะเริ่มมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเพศ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงร่างกายด้านอื่นๆ โดยระยะนี้จะเริ่มในช่วงอายุประมาณ 13 ปี และสิ้นสุดเมื่อวัยรุ่นจบการศึกษา และเริ่มมีงานทำ เป็นอิสระจากบิดามารดามากขึ้น โดยมีช่วงอายุประมาณ 21 ปี ซึ่งในแต่ละระยะของวัยรุ่นก็ขึ้นอยู่กับโครงสร้างของสังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้น (ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, 2530) จึงแบ่งวัยรุ่นออกเป็นระยะต่างๆ ดังนี้

1. ระยะวัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence)
2. ระยะวัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence)
3. ระยะวัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence)

ระยะวัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) เป็นระยะที่เด็กเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น อยู่ในช่วงอายุ 13-15 ปี ระยะนี้จะเป็นช่วงของการปรับตัวต่างๆ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของสภาพร่างกาย วัยรุ่นจะเริ่มสนใจตนเองมากขึ้น ทั้งในเรื่องของรูปร่างและการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเพศและทางร่างกาย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจิตใจ ทำให้เกิดอารมณ์แปรปรวนได้

ระยะวัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) ระยะนี้จะอยู่ในช่วงอายุ 15-18 ปี ซึ่งเป็นระยะที่วัยรุ่นเริ่มจะปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้แล้ว ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในด้านร่างกาย จิตใจ และความคิดของวัยรุ่นจะค่อยเป็นค่อยไป โดยมุ่งเน้นที่การค้นหาเอกลักษณ์ส่วนตัว พฤติกรรมของวัยรุ่นในช่วงนี้จึงจะชอบความเป็นอิสระ อยากรู้อยากลอง และเป็นตัวของตัวเอง เริ่มมีทัศนคติและค่านิยมของตนเอง มีการวางแผนอนาคต นอกจากนี้วัยรุ่นจะเริ่มมีความสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามอีกด้วย

ระยะวัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) ระยะนี้จะเป็นช่วงสุดท้ายของวัยรุ่นก่อนที่จะเริ่มเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ ระยะนี้จะอยู่ในช่วงอายุ 18-20 ปี วัยรุ่นจะเริ่มวางรูปแบบชีวิตของตนเอง เริ่มมีการพัฒนาในด้านสายอาชีพที่ตนมุ่งจะทำในอนาคต และสามารถเชื่อมโยงบทบาทหน้าที่ให้เข้ากับสังคมได้ รู้คุณค่าและ

กำหนดเป้าหมายของชีวิต ในระยะนี้การพัฒนาของวัยรุ่นจะเข้าสู่วุฒิภาวะอย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความรู้สึกนึกคิดและปรัชญาในชีวิต

พัฒนาการของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย

สำหรับพัฒนาการวัยรุ่นจากการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าเมื่อเด็กเริ่มเข้าสู่การเป็นวัยรุ่น จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกาย สรีระ และพัฒนาการด้านสติปัญญา พัฒนาการด้านสังคม และบุคลิกภาพ โดยจะกล่าวถึงในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

1. พัฒนาการทางด้านร่างกาย

โดยทั่วไปวัยรุ่นตอนปลายนั้นจะมีพัฒนาการทางด้านร่างกายค่อนข้างสมบูรณ์แล้วในทุกๆด้าน ส่วนใหญ่จะมีรูปร่างหน้าตาสวย สมส่วน บางคนอาจจะเป็นผู้ใหญ่มากเหมือนช่วงวัยรุ่นตอนต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงร่างกายนี้มีผลมาจากฮอร์โมน (เพ็ญพิไล ฤทธาคนานนท์, 2549)

2. พัฒนาการทางด้านสติปัญญา

พัฒนาการด้านสติปัญญาของวัยรุ่นตอนปลายนั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านความคิด ความเข้าใจ และการใช้เหตุผล

Piaget (1972) กล่าวว่า ลักษณะพัฒนาการทางสติปัญญาในวัยรุ่นนั้นแตกต่างกับลักษณะทางพัฒนาการในวัยอื่นๆ ซึ่งเรียกพัฒนาการทางสติปัญญาในระยะวัยรุ่นว่า Formal Operation หรือเรียกว่าระยะของการแก้ปัญหาด้วยเหตุผลกับสิ่งที่เป็นนามธรรม กล่าวคือ วัยรุ่นจะมีความสามารถในการรวบรวมเหตุผลหลายๆประการ ในการแก้ปัญหาต่างๆทำให้เกิดประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามวัยรุ่นจะมีความคิดที่แตกต่างกับผู้ใหญ่ เนื่องจากวัยรุ่นจะมุ่งยึดความคิดของตนเป็นหลัก (Intellectual egocentrism) ซึ่งจะทำให้วัยรุ่นแยกความคิดของตนกับความคิดผู้อื่นได้ไม่ดีเท่าที่ควร

นอกจากนี้ที่กล่าวว่าวัยรุ่นสามารถคิดในเชิงนามธรรมได้ คือ สามารถคิดในสิ่งที่ไม่จำเป็นต้องมองเห็นโดยตรง ด้วยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ในหลากหลายแง่มุมบนพื้นฐานของเหตุและผล รวมถึงการตั้งสมมติฐานต่างๆเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา โดยมีการจัดการและวางแผนอย่างเป็นระบบ ทั้งยังมีความจำดีกว่าในวัยเด็ก เพราะมีวิธีการจำอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความเข้าใจมโนทัศน์หรือความคิดรวบยอดได้ดี จนเกิดความเข้าใจในสิ่งที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

3. พัฒนาการทางด้านอารมณ์

วัยรุ่นได้ชื่อว่าเป็นวัยที่คึกคะนอง มีอารมณ์ที่รุนแรง เปลี่ยนแปลงง่าย และควบคุมได้ยาก เมื่อได้รับการ กระทบกระเทือนทางอารมณ์ไม่ว่าจะทุกข์หรือสุข ดังนั้นจะเห็นว่าวัยรุ่นนั้นเจ้าอารมณ์ ทำอะไรไม่ยั้งคิด วู่วาม ทั้งนี้ก็เพราะวัยรุ่นขาดความรู้สึกที่มั่นคง มีความตึงเครียดภายในใจ และอารมณ์รุนแรงนี้เอง จะเกิดในระหว่างที่มีพัฒนาการด้านต่างๆ ยิ่งมีการเปลี่ยนแปลงมากเท่าไร ก็จะทำให้เกิดอารมณ์มากขึ้นเท่านั้น (Arnold Gesell, 1970 อ้างถึงใน ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, 2530)

ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย จะมีสภาพอารมณ์ที่มั่นคงขึ้น ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับมารยาทการเปลี่ยนแปลงของวัยรุ่น และบทบาทในสังคม ที่จะทำให้อารมณ์สามารถควบคุมตนเองและแก้ปัญหาได้

ดังนั้นในช่วงที่วัยรุ่นศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย วัยรุ่นต้องพบเจอกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ ได้พบเพื่อนใหม่ ต้องมีการปรับตัวใหม่ เพื่อให้อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ แต่ถ้าหากวัยรุ่นไม่สามารถปรับตัวได้ ก็อาจจะส่งผลถึงสภาวะทางอารมณ์ได้เช่นกัน

4. พัฒนาการทางสังคม

ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายนั้น ส่วนใหญ่จะค้นหาเอกลักษณ์ของตนเองได้แล้ว ซึ่งจะเห็นได้จากเด็กที่มีความต้องการและความสามารถของตนเอง ซึ่งการเรียนรู้ที่จะทำตามสังคมก็เพื่อให้พฤติกรรมเป็นที่ยอมรับของสังคมนั้น เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการทางด้านนี้ และสิ่งที่มีอิทธิพลทางสังคมต่อเด็กวัยรุ่นก็คือ พ่อแม่ กลุ่มเพื่อน และสถานศึกษา (ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, 2530)

การเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตจากครอบครัวไปสู่สังคมที่กว้างขึ้น ทำให้อารมณ์วัยรุ่นต้องมีการเข้ากลุ่มเพื่อน เด็กในวัยนี้จึงจะให้ความสำคัญกับเพื่อน ต้องการการยอมรับและมีคุณค่าจากกลุ่มเพื่อน ดังนั้นวัยรุ่นจึงจะยอมทำพฤติกรรมต่างๆ ให้เหมือนกับกลุ่ม ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้มีพฤติกรรมคล้ายตามกลุ่มได้ง่าย ถึงแม้ในบางครั้งจะไม่เห็นด้วยหรือทราบดีว่าไม่เหมาะสมก็ตาม ดังนั้นการเลือกคบเพื่อนจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก นอกจากนั้นวัยรุ่นยังให้ความสนใจกับเพศตรงข้าม ซึ่งเป็นไปตามแรงขับตามธรรมชาติของบุคคลเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น ต้องการมีคนรัก เข้าใจกัน แลกเปลี่ยนความรู้สึกต่างๆต่อกัน เป็นเพื่อนและพึ่งพากันและกัน (อุไร สุมาธิธรรม, 2549 อ้างถึงในสิทธิพงษ์ วงศ์วิวัฒน์, 2548)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of reasoned action) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of planned behavior)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of reasoned action) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of planned behavior) ทั้งสองทฤษฎีนี้ใช้ในการทำนายพฤติกรรม โดย Fishbein and Ajzen, 1975 เขาได้ร่วมกันพัฒนาทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล เพื่อนำไปเป็นเครื่องมือในการอธิบายและทำนายพฤติกรรมของบุคคล โดยการที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมนั้นขึ้นอยู่กับเจตนาเชิงพฤติกรรมที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการและความพยายามของบุคคล กล่าวคือ หากมีเจตนาเพียงใด ก็มีแนวโน้มความเป็นไปได้ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น (จุฬาลักษณ์ เชาว์สุวรรณกิจ, 2548) โดยมีแนวคิดว่าการแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น อยู่ภายใต้เจตนาที่จะแสดงพฤติกรรม ซึ่งเจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ เจตคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) การคล้ายตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)

เจตนาต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) เป็นการประเมินทางบวกหรือลบต่อพฤติกรรมนั้นๆ ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าการกระทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้ผลทางบวก ก็มีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ดังนั้นเมื่อมีทัศนคติทางบวกก็จะเกิดเจตนาหรือตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) จะแบ่งเป็น 2 องค์ประกอบ คือ ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs) เป็นความเชื่อที่ว่าบุคคลหรือกลุ่มคนคิดว่าควรหรือไม่ควรกระทำพฤติกรรมนั้น บุคคลก็มีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น และแรงจูงใจที่บุคคลจะทำตามความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิง (Motivation to comply)

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เป็นการรับรู้ของบุคคลว่า มีความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นๆหรือไม่ ถ้าบุคคลเชื่อว่ามีความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมในสภาพการณ์นั้น และสามารถควบคุมให้เป็นดังความคาดหวังได้ เขาก็มีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นๆ หากวัยรุ่นรับรู้ถึงอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนที่มีต่อการกระทำพฤติกรรมใดๆ รวมทั้งการสนับสนุนในการทำพฤติกรรมนั้น วัยรุ่นก็แนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นๆด้วย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. อิทธิพลของเพื่อนที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ (Peer Influence on Drinking)

กลุ่มเพื่อนของวัยรุ่น คือ กลุ่มเด็กวัยรุ่นที่มีระดับอายุเท่ากัน มากกว่า หรืออาจเท่านั้นน้อยกว่าโดยมารวมกลุ่มที่มีความสนใจหรือมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน มีการสร้างบรรทัดฐานของกลุ่ม เพื่อกำหนดแนวทางการปฏิบัติแก่สมาชิกในกลุ่ม (ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, 2535)

ธรรมชาติของวัยรุ่นจะชอบเข้ากลุ่มกับเพื่อนวัยเดียวกัน บทบาทของเพื่อนและความผูกพันกันในวัยรุ่นจึงสำคัญและมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น ทั้งในรูปของการแสดงพฤติกรรม เจตคติเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค่านิยมต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถ้ากลุ่มเพื่อนเป็นที่ยอมรับในสังคม วัยรุ่นก็มีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมให้เป็นที่ยอมรับในสังคมด้วย แต่หากกลุ่มเพื่อนไม่เป็นที่ยอมรับในสังคม ก็จะยากในการที่วัยรุ่นจะทำในสิ่งที่สังคมยอมรับ ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาในตัววัยรุ่นเองและอยู่ในสังคมอย่างไม่มีความสุข (ประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร, 2535)

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่เพื่อนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเป็นอย่างมาก และอิทธิพลของเพื่อนที่มีผลต่อพฤติกรรมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. เพื่อนนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม (Alcohol offering by friends)
2. การลอกเลียนแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อน (Peer modeling of alcohol use)
3. บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนที่รับรู้ (Perceived alcohol drinking norm of friends)

1.1 เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม (Alcohol offering by closed-friends) หมายถึง การที่บุคคลนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาให้ดื่ม โดยเริ่มจากการนำเสนอให้ดื่ม สนับสนุน ตลอดจนการออกคำสั่งให้ดื่ม เช่น การบังคับ เติมเครื่องดื่มให้โดยไม่ได้ถาม หรือซื้อให้ (Graham, Mark and Hansan, 1991; Oostveen, Knibbe and DeVies, 1996 cite in Wood, Mitchell, Read & Brand, 2004)

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าในต่างประเทศของ Wood, Mitchell, Read & Brand (2004). ได้ใช้อิทธิพลของเพื่อน เช่น เพื่อนนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาให้ดื่ม การลอกเลียนการดื่มของเพื่อน และบรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนที่รับรู้ โดยศึกษาจากวัยรุ่นตอนปลายจำนวน 556 คน จากการศึกษาพบว่าวัยรุ่นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานก่อนหน้าของ Graham, Marks & Hansen (1991) และ Wood, Read, Palfai & Stevenson (2001) ที่พบว่า นักเรียนมีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้นและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Borasri & Carrey (2001) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสังคม ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของสังคมที่เป็นสิ่งที่จะส่งผลช่วยในการเพิ่มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนในมหาวิทยาลัย

จากงานวิจัยดังกล่าวพอสรุปได้ว่า การที่เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาให้ดื่มส่งผลต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

1.2 การลอกเลียนแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท (Peer modeling of alcohol use)

การลอกเลียนแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท หมายถึง การที่บุคคลลอกเลียนแบบพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากเพื่อนสนิท เช่น ปริมาณในการดื่ม นอกจากลอกเลียนแบบพฤติกรรมในการดื่มแล้ว ยังเลียนแบบความคิดอีกด้วย เช่น เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเจตคติเกี่ยวกับคนเมา (Jessur & Donovan, 1981 cite in Wood, Mitchell, Read & Brand, 2004)

การเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) หรือ การลอกเลียนแบบ (Modeling)

การเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการลอกเลียนแบบ หมายถึง การที่บุคคลเรียนรู้จากการสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่นโดยที่บุคคลอาจจะไม่ต้องแสดงออก หรือได้รับผลจากพฤติกรรมนั้นโดยตรง ในการเรียนรู้นี้ตัวแบบเพียงตัวเดียวก็สามารถถ่ายทอดทั้งความคิดและการแสดงออกได้พร้อมๆกัน (สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2549)

แนวคิดพื้นฐาน

การเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม ซึ่งเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์นั้นมีปฏิสัมพันธ์กับปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และอิทธิพลของสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นสาเหตุให้มนุษย์เรียนรู้พฤติกรรมส่วนใหญ่มาจากการสังเกตหรือเลียนแบบ (Bandura, 1986)

การเรียนรู้โดยการลอกเลียนแบบประกอบด้วย 2 ขั้น ขั้นแรก คือ การได้รับการเรียนรู้ ทำให้สามารถแสดงพฤติกรรมได้ โดยขั้นตอนการเรียนรู้ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ลำดับ คือ ความเอาใจใส่เลือกสิ่งเร้า (Selective Attention), การเข้ารหัส (Coding), และการจดจำ (Retention) ซึ่งทั้ง 3 ส่วน นี้ล้วนเป็นกระบวนการทางสติปัญญา (Cognitive Process) ขั้นที่ 2 คือ การกระทำ (Performance) ซึ่งอาจกระทำหรือไม่กระทำก็ได้ขึ้นอยู่กับผู้เรียน เช่น ความสามารถทางร่างกาย ทักษะต่างๆ รวมทั้งแรงจูงใจจากความคาดหวังที่จะได้รับการเสริมแรง

หน้าที่ของตัวแบบแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. หน้าที่สร้างพฤติกรรมใหม่ กรณีนี้เป็นกรณีของผู้สังเกตไม่เคยเรียนรู้พฤติกรรมนั้นๆ มาก่อน
2. ทำหน้าที่สร้างพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น กรณีนี้เป็นกรณีของผู้สังเกตเคยเรียนรู้พฤติกรรมนี้มาแล้วบ้าง โดยที่ตัวแบบจะมีหน้าที่จูงใจให้ผู้เรียนรู้พยายามพัฒนาให้ดีขึ้น
3. ทำหน้าที่ระงับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม (Inhibition) หรือยุติระงับการแสดงพฤติกรรม (Disinhibition) ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับว่าตัวแบบที่แสดงพฤติกรรมได้รับผลกรรมอย่างไร

ในงานวิจัยนี้ ตัวแบบจะทำหน้าที่ทั้ง 3 ลักษณะดังกล่าว คือ กรณีสร้างพฤติกรรมใหม่ เช่น พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่กลุ่มตัวอย่าง กรณีพัฒนาพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น โดยมีตัวแบบเป็นแรงจูงใจให้ผู้ที่เคยเรียนรู้แล้วพยายามดื่มให้มากขึ้น เช่น เพื่อนที่ดื่มในงานเลี้ยงสังสรรค์ บุคคลก็อยากดื่มได้แบบนั้นบ้าง จึงจดจำแล้วนำมาพัฒนาการดื่มของตนให้ดีขึ้น และกรณีระงับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือยุติระงับการแสดงพฤติกรรม เช่น เมื่อบุคคลเห็นเพื่อนประสบอุบัติเหตุหรือป่วยหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็จะทำหน้าที่ยับยั้งไม่ให้ผู้สังเกตทำพฤติกรรมตาม โดยต่อมาหากบุคคลเห็นเพื่อนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กันอย่างมีความสุข ไม่มีเหตุร้ายแล้วยังได้รับผลทางบวก ก็จะทำให้บุคคลดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากที่ไม่กล้าดื่ม

ประเภทตัวแบบที่ใช้ในการลอกเลียนแบบ มี 2 ประเภทดังนี้

1. ตัวแบบที่มีชีวิตจริง (Live Model) หมายถึง ตัวแบบที่มีชีวิต ผู้สังเกตสามารถสังเกตตัวแบบได้โดยไม่ต้องผ่านทางสื่อหรือสัญลักษณ์อื่นๆ เช่น ตัวแบบที่เป็นมนุษย์

ตัวแบบที่มีชีวิตนี้ ได้แก่ พ่อแม่ คนในครอบครัว เพื่อน และกลุ่มบุคคลต่างๆ แต่เพื่อนนั้นจะมีอิทธิพลต่อการเลียนแบบมากในวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน เนื่องจากภายในกลุ่มเพื่อนนั้นจะมีการสร้างบรรทัดฐานของกลุ่มขึ้นมา ซึ่งจะส่งแรงกดดันให้สมาชิกในกลุ่มคล้อยตาม

บุคคลใดที่แตกต่างหรือไม่ทำตามก็อาจจะถูกล้อเลียน หรือไม่ยอมรับเข้ากลุ่ม ดังนั้น เมื่อวัยรุ่นอยู่ในกลุ่มที่ดี ก็จะมีพฤติกรรมที่ดี แต่หากอยู่ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม เช่น กลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ วัยรุ่นก็อาจจะมีพฤติกรรมดังกล่าวตามกลุ่มไปด้วย

2. ตัวแบบสัญลักษณ์ (Symbolic Model) หมายถึง ตัวแบบที่ผู้สังเกตจะสังเกตได้จากสื่อหรือสัญลักษณ์อื่นๆ เช่น คำบอกเล่า ภาพยนตร์ โทรทัศน์

ตัวแบบสัญลักษณ์ ได้แก่ คำบอกเล่า สื่อมวลชนต่างๆ แต่สำหรับวัยรุ่นสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเขามาก เพราะสื่อเป็นแหล่งที่เขาสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสามารถเรียนรู้สิ่งต่างๆ ได้มากมาย ทั้งพฤติกรรม การแสดงออก และอีกมากมายที่เขาให้ความสนใจ ซึ่งมาจากความอยากรู้อยากเห็น ด้วยเหตุผลนี้จึงไม่ยากเลยที่วัยรุ่นจะลอกเลียนแบบการดื่มแอลกอฮอล์

วัยรุ่นตอนปลายนั้นมักจะมีการรวมตัวเป็นกลุ่มในสังคม ทั้งภายในสถาบันการศึกษาและภายนอก เป็นวัยที่มีความต้องการการยอมรับ ทั้งจากกลุ่มเพื่อน และครอบครัว พฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น จึงอาจะมาจากการสังเกตและเลียนแบบ

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยของต่างประเทศพบว่า การลอกเลียนแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถเพิ่มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Graham, J. W., Marks, G., & Hansen, W. B. (1991) และงานวิจัยของ Goldberg & Botvin (1993) พบว่า ปัจจัยที่สามารถทำนายการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี ได้แก่ เพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ Brennan, Walfish & AuBuchon (1986) ได้ศึกษาและพบว่ากลุ่มเพื่อนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จนเป็นอันตรายต่างร่างกาย ถึงขั้นที่เรียกว่า ได้รับผลเสียจากการดื่ม

ในการศึกษางานวิจัยในประเทศไทยมีการพูดถึงการลอกเลียนแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากเพื่อน จากงานวิจัยของสิทธินันท์ เจริญรัตน์ (2543) พบว่าอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถที่จะเพิ่มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากขึ้น และงานวิจัยของ สายพิณ สาประเสริฐ (2544) เพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถที่จะเพิ่มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนนายสิบทหารบกได้ นอกจากนี้ รุ่งวิทย์ มาศงามเมือง (2539) และ ประกิจ โพธิอาศน์ (2541) ยังพบข้อมูลที่สอดคล้องกันคือ เพื่อนสนิทที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยที่เพิ่มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นได้เช่นกัน

1.3บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ (Perceived alcohol drinking norm of closed-friends)

อิทธิพลของบรรทัดฐานที่รับรู้ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เรื่องของความหมายบรรทัดฐาน สุชา จันท์เอม (2536) กล่าวว่า บรรทัดฐานพฤติกรรม คือ พฤติกรรมที่กลุ่มคาดหวังให้สมาชิกภายในกลุ่มประพฤติและปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน หรือที่สอดคล้องกัน ซึ่งอาจจะตั้งเป็นกฎเกณฑ์ของพฤติกรรมยังรวมไปถึงค่านิยมของกลุ่มด้วย โดยสามารถแบ่งบรรทัดฐานของพฤติกรรมได้เป็น 2 แบบดังนี้

1. มาตรฐานหรือบรรทัดฐานทางสังคม (Social norm) คือ ค่านิยมและมาตรฐานของกลุ่ม ซึ่งจะนำมาใช้เป็นแบบแผนปฏิบัติของแต่ละบุคคล

2. มาตรฐานหรือบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม (Cultural norms) คือ กฎเกณฑ์ของสังคมที่ยึดขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นหลัก เพื่อมาควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่ม

Cialdini, Reno & Kallgren (1990) ได้ให้คำจำกัดความของบรรทัดฐานทางสังคม (Social norm) ว่า เป็นการรับรู้ที่สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

1. บุคคลรับรู้ในขอบเขตที่ว่าผู้อื่นเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับการที่ตนริเริ่มที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Injunctive norms)

2. บุคคลรับรู้ในสิ่งที่บุคคลอื่นกระทำจริง เช่น นักเรียนนักศึกษาทั่วไปแล้วดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากเท่าไร โดยงานวิจัยดังกล่าวได้เน้นที่บุคคลรับรู้ในสิ่งที่บุคคลอื่นกระทำจริง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศ Borsari & Carey (2001) พบว่าบรรทัดฐานทางสังคมที่ยอมรับที่จะให้นักศึกษาสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลายเป็นเรื่องปกติและสามารถที่จะยอมรับได้ Li & Rosenbloom (1993) พบว่าปัจจัยที่สามารถทำนายรูปแบบของการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในประเทศจีน ได้แก่ บรรทัดฐานทางวัฒนธรรมและค่านิยม นอกจากนี้ Callas, Flynn & Worden (2004) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาสังคมที่ได้มาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม ได้แก่ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพื่อนรับรู้ ความชุกในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นที่รับรู้ บรรทัดฐานการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบิดามารดาที่รับรู้ ความคาดหวังในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความคาดหวังในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทางบวกและทางลบ

จากงานวิจัยข้างต้นพอที่จะสรุปได้ว่า ทฤษฎี Social cognitive Theory ของ Bandura พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมและปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น นอกจากนี้ อิทธิพลของเพื่อนทั้ง 3 องค์ประกอบนั้นน่าจะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

2. การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส (Sensation seeking)

Arnett (1997) ให้คำนิยามเกี่ยวกับการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสว่า เป็นความต้องการ สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่พร้อมกับความรุนแรง ซึ่งสิ่งเร้าดังกล่าวคือ ประสบการณ์ใหม่ๆ (Novelty) ที่เราได้รับรู้ เกิดขึ้นโดยทันทีทันใด ส่วนสิ่งเร้าที่มีความเข้มข้นทางสัมผัส (Intensity) คือ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับ ความแรง ความหนักแน่นของสิ่งเร้าทางประสาทสัมผัส

Zuckerman (1969) ให้คำนิยามเกี่ยวกับการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส ว่าการแสวงหา ความตื่นเต้นเร้าใจ ในสัมผัสเปรียบเสมือนความต้องการที่แตกต่างกันการมีประสบการณ์ที่มีความน่า ตื่นเต้น หรือการทำกิจกรรมที่มีความเสี่ยง

Carton, Jouvent, & Widlocher (1992) ได้กล่าวถึงว่าการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสว่า การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสประกอบกันทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

1. ความรู้สึกชอบสิ่งที่ตื่นเต้นเร้าใจและเสี่ยงภัย (Thrill and adventure) เป็นคุณลักษณะของบุคคล ที่ชอบความท้าทาย มีความเสี่ยง ชอบการผจญภัยและการต่อสู้
2. ประสบการณ์ในการแสวงหาหรือสำรวจสิ่งใหม่ (Experience seeking) เป็นคุณลักษณะของ บุคคลที่ชอบประสบการณ์ที่มีความแปลกใหม่ เช่น การเดินทางไปในที่ต่างๆ การใช้ชีวิตนอกกรอบ ไม่ชอบ ทำตามกฎเกณฑ์
3. ลักษณะที่ไม่มีการยับยั้งชั่งใจ หรือข่มใจ (Disinhibition) เป็นคุณลักษณะชอบการกระทำที่ ก่อให้เกิดผลเสียต่อการที่ไม่สามารถควบคุมตนเองได้ อาจเป็นพฤติกรรมที่ผิดกฎหมายทางสังคม
4. ความรู้สึกที่ไวต่อความน่าเบื่อหน่าย (Boredom susceptibility) เป็นความรู้สึกที่ไวต่อความเบื่อ หน่ายต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งส่งผลให้บุคคลนั้นมีความต้องการที่จะแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส จากงานวิจัยที่มีการศึกษาในต่างประเทศเกี่ยวกับเรื่องของการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Baker (1996) ได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 คน ผลการศึกษาพบว่า บุคคลที่มีพฤติกรรม ใช้สารเสพติด (เช่น ดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่) มีคะแนนของการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสเพิ่มมาก ขึ้นเช่นกัน

Johnson & Cropsey (2001) ได้ศึกษาพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์จากนักศึกษาจำนวน 256 คน ในประเทศอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาที่มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์อยู่เป็น ประจำ รวมถึงนักศึกษาที่ดื่มในปริมาณมาก มักจะมีคะแนนของการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส เพิ่มมากขึ้น

Pederson (1991) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพจิตการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสและการใช้ สารเสพติด จำนวน 553 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการใช้สารเสพติดของ

วิจัยรุ่นคือ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส ส่วนปัจจัยที่สามารถทำนายการดื่มแอลกอฮอล์ของ
 วิจัยรุ่นคือ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสเช่นกัน

จากงานวิจัยข้างต้นพอที่จะสรุปได้ว่า บุคคลที่มีระดับของการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส
 มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะฉะนั้นการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสจึงน่า
 ที่จะปัจจัยหนึ่งที่มีสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์

เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ (Attitude toward alcohol drinking) หมายถึง ความเข้มของ
 อารมณ์ในทางบวกหรือลบ ความรู้สึกทั้งในด้านการสนับสนุนหรือต่อต้านต่อการดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งอารมณ์
 ความรู้สึกในทางบวก ได้แก่ การมีความรู้สึกดีกับดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ส่วนอารมณ์ความรู้สึก
 ในทางลบ ได้แก่ ความไม่ชอบ เกลียดหรือต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ (Thurstone, 1946)

ความหมายของเจตคติ

เจตคติ หมายถึง บุคคลที่มีความเข้มของอารมณ์ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งต่างๆ
 อารมณ์ความรู้สึกส่วนที่เป็นทางบวก ได้แก่ การชอบพอ การปกป้องหรือการทำความดีกับสิ่งนั้น ส่วนอารมณ์
 ความรู้สึกที่เป็นทางลบ ได้แก่ การเกลียด ไม่ชอบ ทำลายหรือมีปฏิกริยาต่อต้านสิ่งนั้น ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้
 อาจหมายถึง วัตถุ ความคิด แผนการกระทำ รูปแบบความประพฤติ อุดมการณ์ หลักจริยธรรม หรือ
 สัญลักษณ์ที่บุคคลแสดงอารมณ์ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบได้ (Thurstone, 1946)

เจตคติหมายถึง ปฏิกริยาในด้านอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และ
 ประสบการณ์ เจตคติแบ่งออกได้หลายแบบเช่น ความสนใจ ความพึงพอใจ ความรัก ความศรัทธา
 ประสบการณ์จะเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีเจตคติต่อสิ่งต่างๆในทางบวกและทางลบ ถ้าบุคคลมีเจตคติใน
 ทางบวกกับสิ่งใดแล้ว บุคคลจะมีพฤติกรรมที่จะเผชิญกับสิ่งนั้นแบบพึงพอใจ ส่วนบุคคลที่มีเจตคติในทาง
 ลบกับสิ่งนั้น บุคคลจะมีพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงหรือถอยหนี (Allpor, 192-72:80)

สุรวงศ์ ไควตระกูล (2545: 366) ได้ให้ความหมายของเจตคติว่า เจตคติเป็นอักษณาสัย
 (Disposition) หรือแนวโน้มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมหรือสิ่งเร้าซึ่งอาจเป็นได้ทั้ง
 คน วัตถุ สิ่งของ หรือความคิด (Ideas) ทัศนคติอาจเป็นบวกหรือลบ ถ้าบุคคลมีเจตคติทางบวกกับสิ่งใด ก็
 จะมีพฤติกรรมที่เผชิญกับสิ่งนั้น ถ้ามีทัศนคติลบก็จะหลีกเลี่ยง ทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้ และเป็นการ
 แสดงออกของค่านิยมและความเชื่อของบุคคล

เจตคติ หมายถึง การประเมินในทางชอบหรือไม่ชอบต่อบางสิ่งหรือบางคน แสดงออกมาในรูปแบบ
 ของความคิด ความเชื่อ อารมณ์ความรู้สึกและพฤติกรรม

องค์ประกอบของเจตคติ 3 ประเภท (Hawkins, Best and Coney, 1998) ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความคิดความเข้าใจ (Cognitive) ความคิด ความเชื่อ และแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ เช่น “ผู้รับสวัสดิการนั้นเป็นคนขี้เกียจ”
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective) อารมณ์ ความรู้สึกต่อสิ่งต่างๆ เช่น ความกลัว ความเห็นอกเห็นใจ เกลียด ยกตัวอย่างคือ “มีความรู้สึกไม่ชอบต่อผู้รับสวัสดิการ”
3. องค์ประกอบด้านแนวโน้มของพฤติกรรม (Behavioral) การมีแนวโน้มหรือความต้องการในการแสดงออกต่อสิ่งต่างๆ เช่น “ความต้องการที่จะขับไล่ผู้รับสวัสดิการออกจากพื้นที่”

ลักษณะของเจตคติ

ลักษณะที่สำคัญของเจตคติ มีดังนี้ (ปราณี ทองคำ, 2539)

- 1.เจตคติมีที่หมาย (Attitude object) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น คน สิ่งของ ความรัก ฯลฯ
- 2.มีการระบุในแง่ดี-ไม่ดี (Evaluation aspect) มีความผันแปรในทางบวกและทางลบหรือในด้านการสนับสนุนหรือต่อต้าน
- 3.ลักษณะคงทน (Relatively enduring) เจตคติของคติที่มีต่อสิ่งต่างๆ ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่การเปลี่ยนแปลงต้องใช้เวลา
- 4.มีความพร้อมในการตอบสนอง (Readiness for response) มีความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งต่างๆตามเจตคติที่บุคคลมีอยู่ เช่น ความพร้อมที่จะซื้อรถยนต์ถ้ามีเงิน

การวัดเจตคติ

การวัดเจตคติแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ (Baron & Byrne, 1988 อ้างถึงในสมร อริยานุชิตกุล, 2541) คือ

- 1.ทิศทาง (Direction) หมายถึง การประเมินค่าความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มในการทำพฤติกรรมในด้านบวกหรือลบ
- 2.ปริมาณ (Magnitude) หมายถึง ความเข้มข้นหรือปริมาณความรุนแรงของเจตคติไปในทิศทางบวกหรือลบ

ประโยชน์ของเจตคติ

ประโยชน์ของเจตคติประกอบด้วย 4 ประการ (Triandis, 1971) ดังนี้

- 1.เพื่อทำนายพฤติกรรม การมีเจตคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกหรือทางลบ ทำให้สามารถทำนายแนวโน้มที่บุคคลจะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้นๆได้
- 2.เพื่อหาทางป้องกัน เจตคติถูกสร้างขึ้นเพื่อปกป้องบุคคลจากการคุกคามภายนอก หรือจากความรู้สึกภายในของตนเอง

3. เพื่อหาทางแก้ไขพฤติกรรม

4. เพื่อเข้าใจสาเหตุและผลของเจตคติต่อสิ่งต่างๆ เจตคตินั้นเปรียบเสมือนสาเหตุภายในตัวบุคคลที่ผลักดันให้บุคคลกระทำพฤติกรรมต่างๆ โดยเจตคตินั้นอาจได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายนอกด้วยเช่นกัน

การเกิดเจตคติ

ผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดเจตคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ ได้สรุปไว้ว่าเจตคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งเจตคติ (Source of attitude) ต่างๆที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดเจตคติที่สำคัญ (Rensis Likert อ้างถึงใน ชรินทร์ ต่วยชะเอม, 2541) ได้แก่

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลเผชิญเหตุการณ์เฉพาะอย่างกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี บุคคลจะเกิดเจตคติต่อสิ่งนั้นในทางที่เคยประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับอิทธิพลทางการสื่อสารจากบุคคลอื่น ทำให้บุคคลนั้นเกิดเจตคติใหม่ขึ้นมาหรือเปลี่ยนเจตคติที่มีอยู่เดิม เช่น การสื่อสารโดยการโน้มน้าว เป็นต้น

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่น โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อบุคคลโดยตรงและทางอ้อม เช่น พ่อแม่ เพื่อน ดารา นักร้องที่ชื่นชอบ

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional factors) เป็นแหล่งที่สนับสนุนให้บุคคลเกิดเจตคติบางอย่าง เช่น โรงเรียน วัด มหาวิทยาลัย หน่วยงานต่างๆ

4. อิทธิพลจากสื่อ

อิทธิพล หมายถึง กำลังที่ยังผลให้สำเร็จ อำนาจที่แฝงอยู่ในบุคคลหรือรัฐซึ่งสามารถบันดาลให้เป็นไปตามความประสงค์ อำนาจที่สามารถบันดาลให้ผู้อื่นคล้อยตามหรือทำตาม (ราชบัณฑิตยสถาน)

การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารกับคนจำนวนมาก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ทำให้สื่อมวลชนเป็นสถาบันทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อความคิดความรู้สึก อารมณ์และพฤติกรรมของมนุษย์โดยเฉพาะพฤติกรรม การลอกเลียนแบบ ในปัจจุบันการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนเป็นเทคโนโลยีที่ไร้พรมแดน และมีการเจริญเติบโตอย่างมาก ทำให้สมาชิกในสังคมมีโอกาสสัมผัสกับสื่อต่างๆมากขึ้น

อิทธิพลของสื่อมวลชนในด้านต่างๆ (ปรมะ สตะเวทิน, 2541) ดังนี้

1. อิทธิพลต่อการซื้อของประชาชน โดยเหล่าผู้โฆษณามีความเชื่อว่าการโฆษณาจะช่วยให้การค้าขายสินค้าและบริการดีขึ้น

2. อิทธิพลทางการเมือง เช่น การเป็นผู้ส่งเสริมให้ประชาชนมีความสนใจในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และส่งเสริมให้ประชาชนออกไปเลือกตั้ง เป็นต้น

3. อิทธิพลต่อเด็ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์และวิทยุ โดยจากผลการวิจัย สรุปได้ว่า อิทธิพลที่โทรทัศน์มีต่อเด็ก ได้แก่ เพิ่มความตื่นตัวของเด็ก สร้างนิสัยรุนแรงและก้าวร้าวให้แก่เด็ก สร้างความลำบากในการอดกลั้นต่อสิ่งที่ปรารถนา เปิดโอกาสให้เด็กมีที่หลบหนีจากความกดดันทางสังคมและความบกพร่องในการรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้เด็กลอกเลียนแบบพฤติกรรมจากสิ่งที่เห็นจากสื่อ อาจมีการแทรกแซงและเบียดบังการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันของเด็ก

4. อิทธิพลต่อธรรมเนียม เป็นการยกระดับธรรมเนียมของประชาชน และมีส่วนทำให้วัฒนธรรมหนึ่งๆ กลายมาเป็นวัฒนธรรมของมวลชนด้วย

5. อิทธิพลด้านความบันเทิง ทำให้จิตใจของบุคคลพ้นจากความกดดัน คลายเครียด และสร้างความสุข ความสบายใจให้แก่บุคคลโดยผ่านความบันเทิง

6. อิทธิพลต่อความรุนแรง แบ่งได้ 4 ประเภท ดังนี้

6.1 อิทธิพลต่อการลอกเลียนแบบของผู้ชม

6.2 อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ

6.3 อิทธิพลด้านการกระตุ้นทางกาย อันนำไปสู่การกระทำที่รุนแรง

6.4 ก่อให้เกิดกระบวนการของการอ้างความถูกต้องหรือแนวโน้มที่ชอบความรุนแรง โดยถือเอาการกระทำที่เผยแพร่จากสื่อเป็นแบบอย่างที่ยึดถือว่าถูกต้อง

7. อิทธิพลด้านการศึกษา โดยความรู้และข่าวสารนั้นจะผ่านทางสื่อมวลชนแขนงต่างๆ

8. อิทธิพลต่อสังคม โดยมีผลต่อการพัฒนาเอกลักษณ์ของบุคคล

9. อิทธิพลต่อประสามติ โดยการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเสนอข่าวสารและความคิดเห็นแก่ประชาชน ซึ่งการคัดเลือกข่าวสารมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของบุคคลหรือประสามติของประชาชน

จะเห็นได้ว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นอย่างมาก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ และ Social Media เพราะได้รับความนิยมและสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะซีรีส์ที่เกี่ยวกับวัยรุ่น เช่น Hormone the series, Room alone, Love sick เป็นต้น ที่นำเสนอพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม กล่าวคือ การท่องเที่ยวตามสถานบันเทิง การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้สารเสพติด พฤติกรรมรุนแรงและพฤติกรรมทางเพศ ในการที่สื่อเป็นที่นิยม จึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นในด้านการสร้างค่านิยมที่ผิดตลอดจนการแสดงพฤติกรรมเลียนแบบที่ไม่เหมาะสมตามมา

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลจากสื่อต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มีการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลในปี ค.ศ. 1930 คือ ทฤษฎีแบบจำลองเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Model) (Katz and Lazarsfeld, 1955) ทฤษฎีนี้เชื่อว่า บุคคลในฐานะผู้รับสารจะได้รับอิทธิพลโดยตรงจากสื่อมวลชนโดยไม่มีการต่อต้านจากผู้รับสาร ผู้รับสารมีลักษณะที่เพิกเฉยเฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้นในการหาข่าวสาร เรียกว่า ผู้รับสารที่ถูกกระทำ (Passive Receiver หรือ Passive Audience)

สื่อในปัจจุบันมีความหลากหลายและแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งวัยรุ่นในยุคสมัยนี้อยู่ใน Generation Y ที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและเข้าถึงได้ง่าย จึงทำให้วัยรุ่นเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากสื่อเมื่อสื่อเป็นที่ยอมรับในสังคม ทำให้วัยรุ่นเกิดการคล้อยตามสื่อ และยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ ค่านิยมผ่านการเรียนรู้จากการสังเกต (Observational learning) และเกิดเป็นพฤติกรรมการลอกเลียนแบบ

Bandura (1986) อธิบายว่ากระบวนการต่างๆ ของการเลียนแบบหรือการเรียนรู้โดยการสังเกต มี 4 กระบวนการ

1. กระบวนการใส่ใจ (Attention Process) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใส่ใจหรือสนใจรับรู้พฤติกรรมของตัวแบบ ซึ่งการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความใส่ใจต่อตัวแบบ แต่ระดับของความใส่ใจจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เป็นตัวแบบ และปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะของผู้สังเกต

ปัจจัยเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เป็นตัวแบบซึ่งมีอิทธิพลต่อระดับการเรียนรู้จากการสังเกตประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

1.1 ความเด่นชัด ตัวแบบที่เด่นย่อมดึงดูดความสนใจได้ดีกว่า

1.2 ทิศทางของอารมณ์ ความรู้สึกของผู้สังเกตที่มีต่อตัวแบบ หากชอบก็จะมี ความใส่ใจกับ

พฤติกรรมของตัวแบบมากกว่า

1.3 ความซับซ้อน ผู้สังเกตจะใส่ใจเหตุการณ์ที่ซับซ้อนน้อยกว่า

1.4 จำนวนตัวแบบ หากมีตัวแบบหลายตัวจะได้เรียกความสนใจได้

1.5 คุณค่าในการใช้ประโยชน์ ตัวแบบที่มีพฤติกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อผู้สังเกต จะได้รับความใส่ใจมากกว่า

2. กระบวนการเก็บจำ (Retention Process) หมายถึง กระบวนการที่ผู้สังเกตประมวลสิ่งที่ได้จากการสังเกตไว้ในความจำในรูปของสัญลักษณ์ ในลักษณะของภาษาหรือภาพจน

3. กระบวนการแสดงออก (Motor Reproduction Process) หมายถึง กระบวนการที่ผู้สังเกตเปลี่ยนสัญลักษณ์ในความทรงจำ มาเป็นการกระทำหรือการแสดงออกที่เหมาะสม

4. กระบวนการจูงใจ (Motivational Process) หมายถึง การที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมใด พฤติกรรมหนึ่งไม่ใช่ว่าเพียงเพราะเขาสามารถทำได้ แต่พวกเขาจะแสดงพฤติกรรมที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเขา และจะไม่แสดงพฤติกรรมที่ไม่เกิดประโยชน์หรือทำให้ได้รับโทษ

ความรู้เกี่ยวกับเครื่องตีแอลกอฮอล์

1. ความหมายของเครื่องตีแอลกอฮอล์

แอลกอฮอล์ตามความหมายพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 หมายถึงสารอินทรีย์ชนิดหนึ่งมีลักษณะเป็นของเหลวใส กลิ่นฉุน มีจุดเดือดอยู่ที่อุณหภูมิ 78.5 องศาเซลเซียส ชื่อเต็มของแอลกอฮอล์คือ เอทิลแอลกอฮอล์ แต่มักจะนิยมเรียกกันสั้นๆว่า แอลกอฮอล์ โดยปกติแล้วแอลกอฮอล์จะเกิดจากการหมักสารจำพวก แป้งหรือน้ำตาลผสมยีสต์ เป็นองค์ประกอบสำคัญของสุราทุกชนิด เมื่อบริโภคเข้าไปจะก่อให้เกิดอาการมึนเมา

กระทรวงสาธารณสุขได้ให้ความหมายของคำว่าแอลกอฮอล์ว่าเป็นสารเสพติดที่เกิดขึ้นจากการหมักผัก ผลไม้ หรือเมล็ดพืชชนิดต่างๆ โดยทั่วไปแล้วแอลกอฮอล์จะไม่มีรส ไม่มีกลิ่น รสหรือกลิ่นในเครื่องตีแอลกอฮอล์จะเกิดขึ้นมาจากการแต่งกลิ่น เครื่องตีแอลกอฮอล์แต่ละชนิดจะมีความเข้มข้นแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาของการหมัก

เครื่องตีแอลกอฮอล์ตามความหมายของศูนย์ข้อมูลสุขภาพกรุงเทพ กล่าวคือ เครื่องตีแอลกอฮอล์เป็นของเหลวไม่มีสี เกิดจากการแปรรูปมาจากพืชจำพวกแป้งและน้ำตาล เช่น อ้อย ข้าวโพด มันสำปะหลัง แอลกอฮอล์จะออกฤทธิ์แบบกดประสาท มีการเสพติดทางร่างกายและจิตใจ มีคุณค่าทางอาหารต่ำแต่มีแคลอรีสูง

2. ประเภทเครื่องตีแอลกอฮอล์

โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีการกำหนดชนิดของแอลกอฮอล์และสุรากลั่น (มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสุรากลั่น กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

สุรขาวหมายถึง สุราที่เกิดจากการนำส่วนของ กากน้ำตาล ข้าว มากลั่นแล้วนำไปผสมกับพืชชนิดอื่นๆ มีแรงของแอลกอฮอล์ไม่เกิน 80 ดีกรี และในการจัดจำหน่ายจะต้องปรุงแต่งให้มีแอลกอฮอล์เกิน 40 ดีกรี

บรันดีหมายถึง สุราที่ได้จากการกลั่นไวน์ที่ทำจากผลไม้ที่ไม่มีแรงของแอลกอฮอล์ไม่เกิน 95 ดีกรี และใช้เวลาในการหมักไม่ต่ำกว่า 1 ปี การจัดจำหน่ายจะต้องปรุงแต่งให้มีแรงของแอลกอฮอล์ไม่ต่ำกว่า 38 ดีกรี

วอดก้าหมายถึง สุรากลั่นที่ผ่านขบวนการกำจัดกลิ่นเฉพาะตัวซึ่งเกิดจากวัตถุดิบ โดยการกลั่นซ้ำหรือการกรองด้วยถ่าน ในการผลิตวอดก้าอาจจะมีการแต่งกลิ่น รส อีกด้วย แต่ในการจัดจำหน่ายจะต้องมีความแรงของแอลกอฮอล์ไม่ต่ำกว่า 38 ดีกรี

วิธีก็หมายถึง สุราที่เกิดจากการกลั่นของธัญพืช เช่น ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโพด ข้าวเจ้า ข้าวเหนียว ที่มีแรงของแอลกอฮอล์ไม่เกิน 95 ดีกรี การจัดทำวิธีก็จะต้องใช้เวลาในการหมักไม่ต่ำกว่า 2 ปี ในการบรรจุภาชนะเพื่อวางจำหน่ายจะต้องมีแรงของแอลกอฮอล์ไม่ต่ำกว่า 40 ดีกรี

เบียร์หมายถึง เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 0.5 ดีกรีขึ้นไป ได้จากกระบวนการหมักเวิร์ต เป็นสารละลายที่ได้จากการต้มสกัดมอลต์ข้าวบาร์เลย์กับฮอป หรือผลิตภัณฑ์จากฮอปโดยอาจจะใช้คาร์โบไฮเดรตจากวัตถุดิบอื่นเป็นส่วนผสมในการสกัด อาจจะมีการแต่งสี กลิ่น และรสเพิ่มเติม

สาโทหมายถึง สุราแช่ชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการนำข้าวมาผ่านกรรมวิธีการผลิตสาโท โดยการหมักด้วยเชื้อราและยีสต์ เพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงให้เป็นแอลกอฮอล์ซึ่งหมักไว้ระยะหนึ่งจากนั้นเติมน้ำสะอาดในอัตราส่วนที่มีความเหมาะสมและอาจจะเติมน้ำตาลทรายให้เหมาะกับการหมักเพื่อที่จะให้ได้ความแรงของแอลกอฮอล์ตามต้องการ (ประกิจ โพธิอาศน์, 2541)

3. ผลของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.1 สมองและระบบประสาท

สมองเมื่อเริ่มดื่มสุราเข้าไปใหม่ๆจะส่งผลทำให้ระบบการควบคุมการทำงานของร่างกายมีความกระปรี้กระเปร่า มีความสดชื่น มีการเปลี่ยนแปลงทางบุคลิก และเมื่อดื่มมากขึ้นจะทำให้เกิดอาการง่วงมึนจนหมดสติ ส่วนของระบบประสาทส่วนปลาย จะส่งผลให้ระบบประสาทอักเสบ มีอาการชาตามปลายมือปลายเท้า ซึ่งเป็นอาการของเหน็บชา ไม่สามารถควบคุมการทรงตัวได้ การดื่มสุรามากจะก่อให้เกิดอาการสุราเรื้อรัง ทำให้ความจำเสื่อม เกิดความคิดที่เลอะเลือนเมื่อเป็นระยะเวลานานขึ้นจะทำให้สมองเสื่อมและเสียการทรงตัว คือ มีลักษณะเดินไม่ตรงและเมื่อทำการตรวจโดยละเอียดจะพบว่าสมองเล็กลง

3.2 ระบบทางเดินอาหารและตับ

กระเพาะอาหาร พิษของสุราจะส่งผลให้เยื่อบุกระเพาะอาหารถูกทำลาย ซึ่งกรดในกระเพาะจะมากขึ้นทำให้เป็นโรคกระเพาะอาหารอักเสบ เป็นแผลในกระเพาะทำให้เกิดอาการปวดท้องหรืออาเจียนออกมาเป็นเลือด

ตับ เป็นอวัยวะที่สำคัญในการทำลายแอลกอฮอล์ เมื่อแอลกอฮอล์เข้าสู่ภายในร่างกายแล้วจะถูกส่งไปยังตับเพื่อที่จะทำลายและเมื่อมีปริมาณมากจะทำให้ตับบวม มีไขมันไปแทรกตามเซลล์ของตับเมื่อมีอาการนานๆจะส่งผลให้ตับแข็ง อาจจะมีอาการอาเจียนเป็นเลือดหรือส่งผลให้เป็นถึงมะเร็งตับได้

3.3 ระบบหัวใจและหลอดเลือด

ระบบหัวใจ เมื่อดื่มสุราเข้าไปในปริมาณมากจะส่งผลให้หัวใจเต้นเร็วขึ้นและในช่วงเวลาเดียวกันจะทำให้ขาดวิตามินบี 1 ซึ่งจะทำให้หัวใจทำงานได้ไม่เต็มที่ทำให้เกิดหัวใจโตได้

ระบบหลอดเลือด แอลกอฮอล์ที่บริโภคเข้าไปในร่างกายจะส่งผลให้เส้นเลือดขยายตัว ทำให้ไขมันในเลือดสูง เส้นเลือดแข็งตัวง่ายและอาจจะทำให้เส้นเลือดในสมองแตกได้

3.4 ระบบเมื่อดเลือด

แอลกอฮอล์จะส่งผลให้การทำงานของเม็ดเลือดแดงเสีย ก่อให้เกิดอาการของเลือดจาง ขาดสารพวกโฟลิก เม็ดเลือดขาวจะมีการผลิตน้อยลง ความต้านทานลดต่ำลง การหยุดเลือดในร่างกายจะทำได้ไม่ดีเนื่องจากเกร็ดเลือดทำหน้าที่ไม่ดีทำให้มีอาการตกเลือดง่าย

3.5 อัตราการเกิดมะเร็งในอวัยวะต่างๆ

การเกิดมะเร็งในอวัยวะต่างๆเป็นสาเหตุการตายอันดับที่สองของคนติดสุราเรื้อรังและมีโอกาสเกิดมะเร็งสูงถึง 10 เท่า เมื่อเทียบกับคนปกติ อวัยวะที่พบมะเร็งคือหลอดอาหารกระเพาะ และตับ

3.6 ระบบขับถ่ายและอวัยวะเพศ

เมื่อดื่มแอลกอฮอล์น้อยจะเกิดความต้องการทางเพศสูง แต่เมื่อดื่มจนติดหรือเรื้อรังความต้องการทางเพศจะลดลงและอาจทำให้ลูกอ้วนทะเล็กลงได้ ส่วนผู้หญิงที่ตั้งครรภ์อาจทำให้แท้งหรือคลอดบุตรเร็วกว่ากำหนดอาจทำให้บุตรมีความผิดปกติได้

3.7 ผลต่อจิตใจและสุขภาพจิต

เมื่อดื่มสุราติดต่อกันสักระยะหนึ่งจะเกิดอาการติดสุรา นอกจากนั้นยังทำให้เกิดปัญหาทางสุขภาพจิตที่มีความรุนแรงสูงและไม่สามารถรักษาได้ เช่น โรคซึมเศร้าจากสุรา โรคความจำเสื่อมจากสุรา เป็นต้น (กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล, 2542)

จะเห็นได้ว่าผลของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อทางร่างกายและจิตใจในหลายด้าน และก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์

4. สาเหตุของการดื่มแอลกอฮอล์

การดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละบุคคลมีเหตุผลที่แตกต่างกันออกไป โดยเริ่มจากการดื่มเพื่อที่จะเข้าสังคม(Social drink) เมื่อดื่มบ่อยๆจะทำให้เริ่มที่จะติดเป็นนิสัย (Habitual Drink) จนสุดท้ายไม่สามารถที่จะควบคุมการดื่มได้ การดื่มแอลกอฮอล์จนติดเป็นนิสัยยังส่งผลให้ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวและเพื่อนลดลงขาดความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน หากถึงขั้นนี้จะเรียกว่า (Alcoholic) และถ้ายังดื่มแอลกอฮอล์ไปในช่วงเวลานานๆจะทำให้เป็นโรคพิษสุราเรื้อรัง (Alcoholism) ซึ่งจะเป็นการป่วยเรื้อรังทางด้านร่างกาย จิตใจ จากการติดแอลกอฮอล์

สาเหตุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีสาเหตุต่างๆ ซึ่งสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชเล่มที่ 27(2546)

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีการเริ่มบริโภคแอลกอฮอล์

1. ความอยากรลอง เป็นธรรมชาติของคนเราทุกคนที่จะอยากรู้หรืออยากลองในสิ่งใหม่ๆ โดยเฉพาะวัยรุ่นจะรู้สึกว่าการแปลกใหม่เป็นเรื่องที่ท้าทาย ตื่นเต้น

2. กลุ่มเพื่อน คงเป็นสิ่งที่ยากสำหรับหลายๆคนที่เวลาเพื่อนชวนไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วไม่สามารถที่จะปฏิเสธได้ การดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเพื่อน หมายถึง การรักพวกพ้องเดียวกัน การแสดงความ เป็นกลุ่มเดียวกัน ทำให้เกิดความสุขสนุกสนาน

3. สังคมและวัฒนธรรม ในสังคมคนไทยมองว่าเรื่องของการดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องที่ปกติ จะ สังเกตได้อย่างชัดเจนตามงานเลี้ยง งานแต่งงาน งานฉลองเทศกาล หรือแม้แต่งานบวช ก็จะต้องมี เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาเป็นส่วนประกอบด้วย จึงเป็นเหตุให้มองว่าเป็นเรื่องปกติ

4. ความเชื่อ มนุษย์จะเชื่อว่าตนเองนั้นสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ทุกอย่างและความเชื่อ เหล่านี้ทำให้ไปสอดคล้องกับความเชื่อที่มีต่อแอลกอฮอล์ เมื่อนานมาแล้วคนมักจะเชื่อในสรรพคุณในยา ดองเหล้า เชื่อว่าการดื่มแอลกอฮอล์เป็นบางครั้งไม่น่าที่ก่อให้เกิดปัญหากับตนเอง

5. ความเครียด คุณสมบัติของแอลกอฮอล์สามารถทำให้คนนั้นรู้สึกผ่อนคลาย รู้สึกดี ลืมเรื่องทุกข์ ร้อนในช่วงขณะ จึงเป็นเหตุให้ผู้ที่มีความเครียดดื่มแอลกอฮอล์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิงในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานงานวิจัย

เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ อิทธิพลจากเพื่อน และการรับรู้จาก สื่อ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิงใน กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ วัยรุ่นหญิงตอนปลายอายุ 18 - 22 ปี ที่กำลังศึกษาใน ระดับอุดมศึกษา ในกรุงเทพมหานคร

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variable)

2.1.1 เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์

2.1.2 อิทธิพลจากเพื่อน ได้แก่ เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้

2.1.3 การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสังคม

2.1.4 อิทธิพลจากสื่อ

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ชนิดดื่มหรือเอทานอลเกิน 0.5 ดีกรี แต่ไม่เกิน 80 ดีกรี (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2554) ซึ่งออกฤทธิ์ส่งผลให้เกิดอาการมึนเมา เช่น สุราขาว บรั่นดี วอดก้า วิสกี้ เบียร์ สาโท และอื่นๆ

2. วัยรุ่นหญิงตอนปลาย (Female Late Adolescent) หมายถึง นิสิตนักศึกษาเพศหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาอายุระหว่าง 18 – 22 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง การเคยดื่มหรือไม่เคยดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตนักศึกษาเพศหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาอายุระหว่าง 18 – 22 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

4. เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Attitude toward alcohol drinking) หมายถึง บุคคลที่มีความเข้มของอารมณ์ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ ในทางสนับสนุนหรือต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้คำว่าอารมณ์ความรู้สึกด้านบวก ได้แก่ การชอบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนอารมณ์ความรู้สึกด้านลบ ได้แก่ การไม่ชอบหรือมีปฏิกิริยาต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในงานวิจัยนี้หมายถึงคะแนนที่ได้จากมาตรวัดเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่พัฒนาขึ้นโดย สุชาติพิทย์ สุทธิเมธากร (2550)

5. อิทธิพลของเพื่อน ประกอบด้วย 4 มิติ

5.1 เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม (Alcohol offering by closed-friends) หมายถึง การที่บุคคลที่นำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาให้ดื่ม โดยเริ่มจากการนำเสนอให้ดื่ม สนับสนุน ตลอดจนการออกคำสั่งให้ดื่ม เช่น การบังคับ เติมเครื่องดื่มให้โดยไม่ได้ถาม หรือซื้อให้ (Graham, Mark and Hansan, 1991; Oostveen, Knibbe and Devies, 1996 cite in Wood, Mitchell, Read & Brand, 2004)

5.2 เพื่อนสนิทที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Closed-friend who drink alcohol) หมายถึง เพื่อนที่มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5.3 เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท (Closed-friend attitude toward alcohol drinking) หมายถึง บุคคลที่ลอกเลียนแบบความคิดของเพื่อนสนิทในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5.4 บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ (Perceived alcohol drinking norm of closed-friends) หมายถึง บุคคลที่อ้างอิงการรับรู้เกี่ยวกับปริมาณการดื่ม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อครั้งโดยเฉลี่ยช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา และอ้างอิงการรับรู้เกี่ยวกับความถี่ของการดื่มเป็นประจำในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเพื่อนสนิท

ในงานวิจัยนี้หมายถึงคะแนนที่ได้จากมาตรวัดอิทธิพลของเพื่อน ที่พัฒนาขึ้นโดย สุชาติพิทย์ สุทธิเมธากร (2550)

6. การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส (Sensation seeking) หมายถึง บุคคลที่มีความต้องการสัมผัสและประสบการณ์ความแปลกใหม่ที่หลากหลายและมีความซับซ้อนตามแนวคิดของ Arnett (1994 อ้างถึงในสิทธิพงษ์ วงศ์วิวัฒน์) ซึ่งประกอบด้วยกัน 2 มิติ คือ

- มิติความแปลกใหม่ (Novelty) คือ ประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ หรือเป็นเหตุการณ์ที่คาดฝัน
- มิติความเข้มข้นของสิ่งเร้าทางสัมผัส (Intensity) คือ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับระดับความแรง ความดัง หรือความหนักแน่นของสิ่งเร้าทางประสาทสัมผัส

ในงานวิจัยนี้หมายถึงคะแนนที่ได้จากมาตรวัดการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส ที่แปลมาจาก Arnett Inventory of Sensation Seeking Scale: AISS โดย สิทธิพงษ์ วงศ์วิวัฒน์ (2548)

7. อิทธิพลจากสื่อ (Media influence) หมายถึง การเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากสื่อเมื่อสื่อเป็นที่ยอมรับในสังคม ทำให้วัยรุ่นเกิดการคล้อยตามสื่อ และยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ ค่านิยมผ่านการเรียนรู้จากการสังเกต (Observational learning) และการลอกเลียนแบบ (Modeling)

ในงานวิจัยนี้หมายถึงคะแนนที่ได้จากมาตรวัดอิทธิพลจากสื่อ ที่พัฒนาขึ้นโดยผู้วิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิง
2. ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถใช้เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนป้องกันหรือควบคุมพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น รวมไปถึงผลทางลบที่อาจเกิดขึ้นจากการดื่มแอลกอฮอล์
3. เป็นแนวทางในการให้คำปรึกษาแก่ผู้ปกครอง อาจารย์ และบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้วัยรุ่นมีสุขภาพที่ดีทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย

กลุ่มตัวอย่าง

วัยรุ่นหญิงตอนปลายอายุ 18 – 22 ปี ที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คนโดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Snowball กล่าวคือนำแบบสอบถามไปสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมเข้าข่ายในการวิจัย จากนั้นให้ผู้ทำแบบสอบถามแนะนำกลุ่มตัวอย่างคนอื่นๆที่เข้าข่ายต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

1. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. แบบวัดจำนวน 4 ชุด ประกอบด้วย

1. แบบวัดเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. แบบวัดอิทธิพลของเพื่อน
3. แบบวัดการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสังคม
4. แบบวัดอิทธิพลจากสื่อ

2.1 แบบวัดเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Attitude toward alcohol drinking)

สุภาทิพย์ สุทธิเมธากร (2550) ได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ประเมินเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยแบบวัดมีข้อกระทงทั้งสิ้น 20 ข้อ ข้อกระทงทั้งหมดเป็นความคิดเห็นทางบวก ลักษณะการตอบข้อกระทงเป็นแบบ Likert rating scale มีทั้งหมด 5 ระดับด้วยกัน คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดย 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง แบบวัดจึงมีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 20 คะแนน และมีคะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน กรณีที่ได้คะแนนสูง แสดงว่าเป็นผู้มีเจตคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในทางตรงกันข้ามกรณีที่ได้คะแนนต่ำ แสดงว่าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ไม่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เกณฑ์การให้คะแนน

แบบวัดเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการให้คะแนนข้อกระทงในทิศทางบวก (Positive Item) เช่น

ข้อ 1 งานปาร์ตี้จะหมดสนุกทันทีถ้าไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อ 2 การตีพิมพ์เครื่องมือแอลกอฮอล์ไม่มีผลใดๆต่อการเรียน

เกณฑ์การให้คะแนน คือ ถ้าตอบข้อกระทงว่า “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ได้ 5 คะแนน ตอบว่า “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” จะได้ 1 คะแนน

การแปลคะแนน

การทำงานวิจัยในครั้งนี้จะใช้คะแนนดิบในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้น และไม่มีการแปลงคะแนนเป็นคะแนนรวม รวมทั้งไม่มีการแปลงความหมายของคะแนนในเชิงคุณภาพว่าหมายถึง เจตคติต่อการตีพิมพ์เครื่องมือแอลกอฮอล์ในระดับสูงหรือต่ำแต่อย่างใด

การรายงานคุณภาพของเครื่องมือ

แบบวัดเจตคติต่อการตีพิมพ์เครื่องมือแอลกอฮอล์ได้รับการพัฒนาโดยกลุ่มผู้วิจัย โดยผ่านการวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) และการประเมินค่าความเที่ยง (Reliability) เป็นดังนี้

1. การวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis)

ผู้วิจัยได้นำแบบวัดเจตคติต่อการตีพิมพ์เครื่องมือแอลกอฮอล์ไปทดสอบกับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 30 คน แล้วนำไปประเมินคุณภาพของแบบวัดด้วยวิธีการวิเคราะห์รายข้อ (Item Analysis) โดยการทดสอบหาความสัมพันธ์ภายในเนื้อหา ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ที่เหลือ (Corrected Item Total Correlation หรือ CITC)

2. การประเมินค่าความเที่ยง (Reliability)

นำแบบวัดเจตคติต่อการตีพิมพ์เครื่องมือแอลกอฮอล์ จำนวน 20 ข้อ ที่ได้จากการนำไปทดสอบกับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 30 คน มาหาค่าความเที่ยงโดยการประเมินหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal consistency reliability) ด้วยสูตรวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเที่ยงทั้งหมดเท่ากับ .80

การตรวจสอบพัฒนาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบประสิทธิผลของแบบวัดเจตคติต่อการตีพิมพ์เครื่องมือแอลกอฮอล์ โดยผู้วิจัยนำแบบวัดเจตคติต่อการตีพิมพ์เครื่องมือแอลกอฮอล์ ที่มีข้อกระทงจำนวน 20 ข้อ ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 30 คน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมข้ออื่นๆ ทั้งหมด (Corrected Item Total Correlation หรือ CITC) แล้วพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของข้อกระทงแต่ละข้อเทียบกับค่าวิกฤตเท่ากับ .296 โดยกำหนดให้มีระดับนัยสำคัญที่ .05 และวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's alpha coefficient) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ .05 (ตารางที่ 1 ในภาคผนวก ก)

จากการวิเคราะห์พบว่า มีข้อกระทงที่ไม่มีนัยสำคัญและตัดทิ้งไปจำนวน 2 ข้อ จากเดิมมี 20 ข้อ กระทง เหลือข้อกระทงจำนวน 18 ข้อกระทง (รายละเอียดในภาคผนวก ข)

2.2 แบบวัดอิทธิพลของเพื่อน (Peer influences on drinking Scale)

ผู้วิจัยใช้แบบวัดของสุทธาทิพย์ สุทธิเมธากร (2550) ที่ได้ปรับปรุงมาจากมาตรวัด Peer and parental influences and alcohol involvement ของ Wood, Mitchell, Read & Brand (2004) โดยแบบวัดประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ เพื่อประเมินอิทธิพลของเพื่อนต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับบุคคลทั่วไปในช่วงอายุระหว่าง 15-18 ปี

เกณฑ์การให้คะแนน

แบบวัดอิทธิพลของเพื่อน มีการให้คะแนนข้อกระทงทั้ง 3 แบบวัด ไปในทิศทางเดียวกันคือทิศทางบวก

เกณฑ์การให้คะแนนถ้าตอบว่า “9 ครั้งขึ้นไป” ได้ 5 คะแนน ตอบว่า “ไม่เคย” ได้ 1 คะแนน

การแปลคะแนน

ในการวิจัยนี้ใช้คะแนนดิบ (Raw Score) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้นและไม่มีการแปลงคะแนนเป็นคะแนนรวม (Total score) รวมทั้งไม่มีการแปลความหมายของคะแนนในเชิงคุณภาพว่าหมายถึงอิทธิพลของเพื่อนในระดับสูงหรือต่ำแต่อย่างใด

การพัฒนาแบบวัด

สุทธาทิพย์ สุทธิเมธากร (2550) ได้ปรับปรุงและพัฒนาแบบวัดอิทธิพลของเพื่อนต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ Wood, Mitchell, Read & Brand (2004) โดยมีจำนวนข้อกระทงทั้งหมด 19 ข้อแต่ได้ตัดทอนจำนวนข้อกระทงและเปลี่ยนลักษณะข้อกระทงบางข้อให้มีเนื้อหาของคำถามที่เหมาะสมกับวัยรุ่นไทย และเพื่อป้องกันการหลงลืมในเรื่องของปริมาณและจำนวนครั้งที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงกำหนดระยะเวลาให้เร็วขึ้นจาก 1 ปี เป็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ดังนั้นจึงมีข้อกระทงเหลือทั้งหมด 10 ข้อดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 เพื่อนนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม (Alcohol offering by friends)

เป็นการประเมินอิทธิพลของเพื่อนที่มีผลโดยตรงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาประกอบด้วยข้อกระทงทั้งหมด 4 ข้อ เช่น ใน 3 เดือนที่ผ่านมาเคยมีเพื่อนนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ท่านดื่มกี่ครั้ง

องค์ประกอบที่ 2 การลอกเลียนแบบเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อน (Closed friend attitude toward alcohol drinking)

เป็นการประเมินการลอกเลียนแบบ ซึ่งสามารถที่จะถ่ายทอดทั้งความคิดและกายแสดงออกได้พร้อมๆกันจำนวน 2 ข้อ โดยเป็นคำถามที่ถามเกี่ยวกับเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท เช่น เพื่อนสนิทรู้สึกอย่างไรกับการเมาสุรา

องค์ประกอบที่ 3 บรรทัดฐานของเพื่อนสนิทที่รับรู้ (Perceived alcohol drinking norm of closed friend)

เป็นการประเมินบรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อครั้ง โดยเฉลี่ยในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา และการถี่ของการดื่มเป็นประจำในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ประกอบด้วยข้อกระทงทั้งหมด 2 ข้อ(รายละเอียดในภาคผนวก ข)

2.3 แบบวัดการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส (Arnett Inventory of Sensation Seeking Scale: AISS)

แบบวัดนี้เป็นแบบวัดการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส ของบุคคลทั่วไปในระดับอายุ 14 ปีขึ้นไปโดยเป็นแบบวัดที่ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบคือ ความแปลกใหม่ (Novelty) และความเข้มของสิ่งเร้า (Intensity of stimulation) จากการแปลของ สิทธิพงศ์ วงศ์วิวัฒน์ (2548) โดยนำมาปรับเปลี่ยนข้อกระทงเป็นบางข้อเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง

แบบวัดนี้มีข้อกระทงทั้งหมด 20 ข้อแบ่งเป็น 10 ข้อในแต่ละองค์ประกอบ (Arnett, 1994) ข้อกระทงเป็นทั้งความคิดเห็นทางบวกและความคิดเห็นทางลบ ลักษณะการตอบข้อกระทงเป็นแบบ Rating scale มี 4 ระดับ คือ “จริงมาก” “จริง” “ไม่จริง” “ไม่จริงมาก” โดยมีมาตรวัด 1 (ไม่จริงมาก) ถึง 4 (จริงมาก) มาตรวัดทั้งสองมีติมีคะแนนต่ำสุดแต่ละมิติ 10 คะแนน สูงสุดแต่ละมิติ 40 คะแนน กรณีที่ได้คะแนนสูงสุดแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสสูง และถ้าได้คะแนนต่ำสุดแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสต่ำ

เกณฑ์การให้คะแนน

แบบวัดการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสมีการให้คะแนนตามเกณฑ์ของ Arnett (1994) ฉบับภาษาอังกฤษ คือ แบ่งการให้คะแนนข้อกระทงออกเป็น 2 ลักษณะด้วยกันดังต่อไปนี้

องค์ประกอบความแปลกใหม่ (Novelty) มี 10 ข้อ

ข้อความที่มีความหมายในทิศทางบวก ได้แก่ข้อ 1,5,7,9,11,15 และ 19

ข้อความที่มีความหมายในเชิงลบ ได้แก่ข้อ 3,13 และ 17

เกณฑ์การให้คะแนน คือ ถ้าตอบข้อกระทงว่า “จริงมาก” ได้ 4 คะแนน ตอบว่า “ไม่จริงมาก” ได้ 1 คะแนน

มิติความเข้มของสิ่งเร้า (Intensity) มี 10 ข้อ

ข้อความที่มีความหมายในทิศทางบวก ได้แก่ข้อ 4,8,12,14,16,18 และ 20

ข้อความที่มีความหมายในเชิงลบ ได้แก่ข้อ 2,6 และ 10

เกณฑ์การให้คะแนน คือ ถ้าตอบข้อกระทงว่า “ไม่จริงมาก” ได้ 4 คะแนน ตอบว่า “จริงมาก” ได้ 1 คะแนน

การแปลคะแนน

ในการวิจัยนี้ใช้คะแนนดิบ (Raw Score) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้นและไม่มี การแปลงคะแนนเป็นคะแนนรวม (Total score) รวมทั้งไม่มีการแปลความหมายของคะแนนในเชิงคุณภาพว่า หมายถึงการแสวงหาความตื่นตัวในใจในสัมผัสในระดับสูงหรือต่ำแต่อย่างใด

การรายงานคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบวัดการแสวงหาความตื่นตัวในสัมผัสไปทดสอบกับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 30 คน มาหาค่าความเที่ยงโดยการประเมินหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal consistency reliability) ด้วยสูตรวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Cronbach (Cronbach's alpha coefficient) โดยแบ่งออกเป็น 2 มิติ คือมิติความเข้มของสิ่งเร้า ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ .215 และมิติความแปลกใหม่ ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ .168 (ตารางที่ 2 ในภาคผนวก ก)

การตรวจสอบพัฒนาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยนำแบบวัดการแสวงหาความตื่นตัวในสัมผัส ที่มีจำนวนข้อทั้งหมด 20 ข้อ ไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 30 คน จากการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ตัดข้อ 6 ข้อ จากเดิมมี 20 ข้อ เหลือข้อทั้งหมดจำนวน 14 ข้อ และได้ปรับเนื้อหาข้อที่เหลือให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างจริง(รายละเอียดในภาคผนวก ข)

2.4 แบบวัดอิทธิพลจากสื่อ (Media Influence)

แบบวัดอิทธิพลจากสื่อ ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นเองจากการทบทวน แนวคิด และทฤษฎี โดยเป็นแบบวัดที่ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบ เพื่อใช้ในการประเมินอิทธิพลจากสื่อที่มีต่อบุคคลในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แบบวัดมีข้อทั้งหมดทั้งสิ้น 15 ข้อ ข้อทั้งหมดเป็นความคิดเห็นทางบวกทั้งหมด ลักษณะการตอบข้อ 6 ข้อ เป็นแบบ Likert rating scale มี 5 ระดับด้วยกัน คือ “มากที่สุด” “มาก” “ปานกลาง” “น้อย” และ “น้อยที่สุด” โดยมีมาตรวัด 1 (น้อยที่สุด) ถึง 5 (มากที่สุด) แบบวัดทั้งหมดนี้มีคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 10 คะแนน มีคะแนนสูงสุดเท่ากับ 50 คะแนน กรณีที่ได้คะแนนสูง แสดงว่าเป็นผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนกรณีที่ได้คะแนนต่ำ แสดงว่าเป็นผู้ที่ไม่ได้รับอิทธิพลจากสื่อในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(รายละเอียดในภาคผนวก ข)

เกณฑ์การให้คะแนน

แบบวัดอิทธิพลจากสื่อมีการให้คะแนนข้อกระทงในทิศทางบวก (Positive Items) เช่น

ข้อ 1. ท่านคิดว่าภาพยนตร์หรือโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อตนเองมากขึ้น

เกณฑ์การให้คะแนน คือ ถ้าตอบข้อกระทงว่า “มากที่สุด” ได้ 5 คะแนน ตอบว่า “น้อยที่สุด” ได้ 1

คะแนน

การแปลผลคะแนน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้คะแนนดิบ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้น และไม่มีการแปลงคะแนนเป็นคะแนนรวม รวมทั้งไม่มีการแปลความหมายของคะแนนในเชิงคุณภาพว่า หมายถึง อิทธิพลจากสื่อต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูงหรือต่ำแต่อย่างใด

การรายงานคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบวัดอิทธิพลจากสื่อต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปทดสอบกับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 30 คน แล้วนำไปประเมินคุณภาพของแบบวัดโดยการทดสอบหาความสอดคล้องภายในเนื้อหา ด้วยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ที่เหลือ (Corrected Item Total Correlation หรือ CITC) และหาค่าความเที่ยงโดยการประเมินหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal consistency reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ .904(ตารางที่ 3 ในภาคผนวก ก)

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำมาตรวัดไปเก็บข้อมูลนิสิตหญิงมีอายุระหว่าง 18-22 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน โดยมีความน่าเชื่อถือของข้อมูล จากการนำไปสู่กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยกลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับ (Gate keeper) ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามในแบบรายบุคคล พร้อมทั้งมีการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้ และระบุอย่างชัดเจนว่าข้อมูลเหล่านี้จะถูกเก็บเป็นความลับ เมื่อรวมรวมได้ครบตามจำนวนจะนำมาวิเคราะห์ทางด้านสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณและวิเคราะห์คะแนนเพื่อหาค่าสถิติดังนี้ ตอนที่ 1 การทดสอบสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อแสดงข้อมูลที่เกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์ทางสถิติของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการวิเคราะห์ทางสถิติพหุคูณถดถอย (Multiple Regression Analysis) ในการทำนายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บทที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิงตอนปลายที่กำลังศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย คณะผู้วิจัยนำเสนอโดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การทดสอบสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อแสดงข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์ทางสถิติของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับพฤติกรรมกรรมการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ และการวิเคราะห์ทางสถิติพหุคูณถดถอย (Multiple Regression Analysis) ในการทำนายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับพฤติกรรมกรรมการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

ตอนที่ 1 การทดสอบสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บข้อมูลขั้นต้นในงานวิจัยนี้ มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 คน เป็นนิสิตนักศึกษาหญิงในระดับปริญญาตรีทั้งหมด

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ ชั้นปี และการอยู่อาศัย (N = 100)

	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
18	2	2.0
19	8	8.0
20	13	13.0
21	25	25.0
22	39	39.0
23	11	11.0
24	2	2.0
รวม	100	100.00

$M = 21.32$

$SD = 1.246$

	จำนวน	ร้อยละ
ระดับชั้นที่กำลังศึกษา		
ปี 1	9	9.0
ปี 2	10	10.0
ปี 3	31	31.0
ปี 4	50	50.0
รวม	100	100.00
$M = 3.22$ $SD = .960$		
อยู่อาศัยกับ		
บิดามารดา	67	67.0
ญาติ	9	9.0
คนเดียว	18	18.0
เพื่อน	4	4.0
คนรัก	2	2.0
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 1 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำแนกตามอายุและระดับการศึกษา โดยคิดเป็นร้อยละ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีอายุเฉลี่ย 21.32 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.35 ส่วนใหญ่ อายุ 22 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ อายุ 21 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ทั้งหมดกำลังศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 4 จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยส่วนใหญ่อยู่อาศัยกับบิดามารดา จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคืออยู่คนเดียว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิงตอนปลายโดยคิดเป็นร้อยละ (N = 100)

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุที่เริ่มดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก		
ก่อนอายุ 12 ปี	7	7.0
13-15ปี	21	21.0
16-18ปี	50	50.0
19-21ปี	21	21.0
หลังอายุ 21ปี	1	1.0
2.สาเหตุของการดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกในชีวิต		
เพื่อทดลองว่าเป็นอย่างไร	75	75.0
เพื่อจะได้เข้ากลุ่มกับเพื่อนๆที่ชอบ	9	9.0
เพื่อความผ่อนคลาย	6	6.0
เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา	1	1.0
อื่นๆ	9	9.0
3.จำนวนที่ดื่มในแต่ละครั้ง ในช่วง3เดือนที่ผ่านมา		
น้อยกว่า 1 ดริง	26	26.0
1 ดริง	7	7.0
2 ดริง	18	18.0
3 ดริง	6	6.0
มากกว่า 3 ดริง	43	43.0
4.ดื่มแอลกอฮอล์กี่วัน ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา		
ไม่ดื่มเลย	20	20.0
1-3 วัน	41	41.0
> 3 วัน	39	39.0
5.คาดว่าจะดื่มในอนาคตข้างหน้า		
ดื่ม	78	78.0
ไม่ดื่ม	5	5.0
ไม่แน่ใจ	17	17.0

จากตารางที่ 2 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออายุ 16-18 ปี เป็นจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยสาเหตุของการดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกในชีวิตจะดื่มเพื่อทดลองว่าเป็นอย่างไรจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนที่ดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละครั้งในช่วงของ 3 เดือนที่ผ่านมาจะดื่มมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา มีการดื่มแอลกอฮอล์มากกว่า 3 วัน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 จากกลุ่มตัวอย่าง โดยที่คาดว่าในอนาคตจะดื่มแอลกอฮอล์เป็นจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

1.2 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตารางที่ 3

คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร (N = 100)

ตัวแปร	Total	Min	Max	M	SD
1. เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม	20	4	20	7.88	3.563
2. บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้	10	2	10	7.65	2.124
3. เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท	10	6	10	7.93	1.121
4. เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	90	18	70	46.53	9.188
5. การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสังคม	56	31	54	40.19	4.419
6. อิทธิพลจากสื่อ	75	17	69	40.34	10.718
7. พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์	3	1	3	2.35	.770

จากตาราง 3 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยกลุ่มตัวอย่างระบุว่า เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาให้ดื่มมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 7.88 เมื่อเทียบกับคะแนนเต็มเท่ากับ 20 ถือว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 7.65 เมื่อเทียบกับคะแนนเต็มเท่ากับ 10 ถือว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับสูง เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิทมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 7.93 เมื่อเทียบกับคะแนนเต็มเท่ากับ 10 ถือว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับสูง เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 46.53 เมื่อเทียบกับคะแนนเต็มเท่ากับ 90 ถือว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสังคมมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 40.19 เมื่อเทียบกับคะแนนเต็มเท่ากับ 56 ถือว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับสูง อิทธิพลจากสื่อมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 40.34

ซึ่งถือว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 2.35 เมื่อเทียบกับคะแนนเต็มเท่ากับ 3 ถือว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับสูง

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน อิทธิพลจากเพื่อน เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ และการรับรู้จากสื่อเป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิงในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยวิเคราะห์การวิเคราะห์ทางสถิติของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้ตั้งตารางที่ 4 และการวิเคราะห์ทางสถิติพหุคูณถดถอย (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีตัวแปรอิสระ คือ อิทธิพลจากเพื่อน เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ และการรับรู้จากสื่อ ทำนายตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยวิธีการใส่ตัวแปรเข้าสมการทุกตัวพร้อมกัน ได้ตั้งตารางที่ 5

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลจากเพื่อน เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ และการรับรู้จากสื่อ กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

VAR	BEH	FRN1	FRN2	FRN3	ATT	SEN	MED
BEH	-	.501**	.409**	.169*	.209*	.212*	.294**
FRN1	.501**	-	.327**	.271**	.259**	.086	.214*
FRN2	.409**	.327**	-	.384**	.373**	.133	.275**
FRN3	.169*	.271**	.384**	-	.256**	.113	.242**
ATT	.209*	.259**	.373**	.256**	-	.212*	.613**
SEN	.212*	.086	.133	.113	.212*	-	.156
MED	.294**	.214*	.275**	.242**	.613**	.156	-

หมายเหตุ * $p < .05$, ** $p < .01$

BEH = พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์

FRN1 = เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม

FRN2 = บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้

FRN3 = เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท

ATT = เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

SEN = การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสังคม

MED = อิทธิพลจากสื่อ

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตัวแปรตาม) กับตัวแปรต้นแต่ละตัว พบว่าตัวแปรต้นทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยความสัมพันธ์มีทิศทางเดียวกัน และเป็นความสัมพันธ์ที่มีอยู่จริง เนื่องจากมีค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรตามแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติดังนี้

เมื่อพิจารณารายด้านของอิทธิพลจากเพื่อน ด้านเพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .501$) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ด้านบรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .409$) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ด้านเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .169$) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ด้านเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .209$) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ด้านการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .212$) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และด้านของอิทธิพลจากสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .294$) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ โดยมี อิทธิพลจากเพื่อน ที่แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ และเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ และอิทธิพลจากสื่อ เป็นตัวแปรทำนาย ($N = 100$)

ตัวแปรทำนาย	b	SE b	β	t	p
(ค่าคงที่)	.235	.707		.332	.740
1. เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม	.089	.019	.410	4.600	.000
2. บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้	.102	.035	.281	2.941	.004
3. เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท	-.056	.063	-.082	-.894	.374
4. เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	-.012	.009	-.143	-1.306	.195
5. การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสังคม	.025	.015	.146	1.724	.088
6. อิทธิพลจากสื่อ	.015	.008	.213	2.030	.045

หมายเหตุ $R^2 = .371$, $F = 9.125$ ($df = 6$ $df_2 = 93$, $p = .000$)

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพหุคูณถดถอย (Multiple Regression Analysis) พบว่า 3 ตัวแปรที่มีความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดในการพยากรณ์พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม ($\beta = .410, p < .01$) รองลงมาคือ บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ ($\beta = .281, p = .004$) และ อิทธิพลจากสื่อ ($\beta = .213, p = .045$) ซึ่งร่วมกันทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ร้อยละ 37.1

เมื่อพิจารณาที่ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b) พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ ($b = .102$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านเพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม ($b = .089$) และปัจจัยด้านอิทธิพลจากสื่อ ($b = .015$) สามารถนำมาเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์} = .235 + .102^{**}(\text{บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้}) + .089^{**}(\text{เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม}) + .015^{*}(\text{อิทธิพลจากสื่อ})$$

หมายเหตุ * $p < .05$, ** $p < .001$

จากสมการพยากรณ์แปลความหมายได้ดังนี้

1. บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้

ตัวแปรนี้สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .004 มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($b = .102$) กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนบรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น .102 คะแนน เมื่อตัวแปรอื่นในสมการคงที่

2. เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม

ตัวแปรนี้สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($b = .089$) กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่มเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น .089 คะแนน เมื่อตัวแปรอื่นในสมการคงที่

3. อิทธิพลจากสื่อ

ตัวแปรนี้สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .045 มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ($b = .015$) กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนอิทธิพลจากสื่อเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น .015 คะแนน เมื่อตัวแปรอื่นในสมการคงที่

ดังนั้นจากผลการศึกษาวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยอิทธิพลจากเพื่อนสามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 2 ด้านเท่านั้น คือปัจจัยด้านเพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม และบรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ ส่วนปัจจัยด้านอิทธิพลจากสื่อสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ปัจจัยด้านเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิทการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสังคมและเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานได้บางส่วน

บทที่ 4

อภิปรายผลการวิจัย

โครงการการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคัดสรรทั้ง 4 ด้าน คือ เจตคติต่อการดื่ม แอลกอฮอล์ อิทธิพลของเพื่อนทั้ง 3 องค์ประกอบ อิทธิพลจากสื่อ และการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจใน สัมผัส ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิงโดยผู้วิจัยขออภิปรายผลการ วิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ว่า

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับ ปัจจัยด้านอิทธิพลของเพื่อน ด้านเจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ ด้านการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจใน สัมผัส และด้านอิทธิพลจากสื่อ ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐาน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์สูงสามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ อิทธิพลจากเพื่อนใน 2 องค์ประกอบเท่านั้น ได้แก่ เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่ม มาให้ดื่ม ($\beta = .410, p < .01$) และบรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ ($\beta = .281, p < .01$) อธิบาย ได้ว่า อิทธิพลจากเพื่อนกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับ การ ศึกษาวิจัยของ Wood, Mitchell, Read & Brand (2004) ว่าอิทธิพลของเพื่อน เช่น เพื่อนนำเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์มาให้ดื่ม การลอกเลียนการดื่มของเพื่อน และบรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนที่รับรู้ ทำให้วัยรุ่นดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก และการศึกษา ของ Borasri & Carrey (2001) เกี่ยวกับอิทธิพลของสังคม ซึ่งพบว่า อิทธิพลของสังคมที่เป็นสิ่งที่จะส่งผล ช่วยในการเพิ่มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การที่วัยรุ่นมี พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาจากการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) และ ลอกเลียนแบบ (Modeling) โดยมีอิทธิพลส่วนใหญ่มาจากเพื่อน ซึ่งเป็นตัวแบบที่มีชีวิต (Live Model) เนื่อง ด้วยวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน เมื่อภายในกลุ่มเพื่อนนั้นมีการสร้างบรรทัดฐานของกลุ่ม ขึ้นมา ก็จะส่งแรงผลักดันให้สมาชิกในกลุ่มคล้อยตาม แต่บางกรณีก็ทำหน้าที่ระงับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือยุติระงับการแสดงพฤติกรรมทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับว่าตัวแบบที่แสดงพฤติกรรมได้รับผลกระทบอย่างไร เช่น ผลเสียของการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือ อากาเรมา (Bandura, 1986) ซึ่งเราจะเห็นได้จากผลของการวิจัย พบว่า 1 องค์ประกอบของอิทธิพลจากเพื่อน คือ เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิท มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่ำ และไม่สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ใน ตัวแปรเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เช่นกัน เพราะเจตคติเป็นตัวทำนายพฤติกรรมจากทฤษฎี

การกระทำด้วยเหตุผล และทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน บุคคลจะแสดงพฤติกรรมนั้นขึ้นอยู่กับเจตนาเชิงพฤติกรรม ซึ่งแม้ว่าจะมีเจตคติต่อพฤติกรรมสูง และคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แต่การแสดงพฤติกรรมก็ต้องขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมด้วย (จุฬาลักษณ์ เชาว์สุวรรณกิจ, 2548)

นอกจากนี้ตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์และสามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ อิทธิพลจากสื่อ ($\beta = .213$, $p = .045$) อธิบายได้ว่าอิทธิพลจากสื่อกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2541) สื่อมวลชนมีอิทธิพลในด้านต่างๆ เช่น อิทธิพลต่อการซื้อของประชาชน อิทธิพลต่อรสนิยม อิทธิพลด้านความบันเทิง เป็นต้น จะเห็นว่าในปัจจุบันมีความหลากหลายและแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งวัยรุ่นในยุคสมัยนี้อยู่ใน Generation Y ที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและเข้าถึงได้ง่าย จึงทำให้วัยรุ่นเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากสื่อเมื่อสื่อเป็นที่ยอมรับในสังคม ทำให้วัยรุ่นคล้อยตามสื่อ และยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ ผ่านการเรียนรู้จากการสังเกต (Observational learning) และการเลียนแบบ (Modeling) โดยมีแรงจูงใจในการเกิดพฤติกรรมสูง (Bandura, 1986)

อีกหนึ่งตัวแปรที่มีค่าสหสัมพันธ์ต่ำและไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ คือ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส ($r = .212$, $p < .05$) อธิบายได้ว่าการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีของ Arnett (1997) ที่ให้คำนิยามเกี่ยวกับการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัสว่า เป็นความต้องการสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่พร้อมกับความรุนแรง ซึ่งสิ่งเร้าดังกล่าวคือ ประสบการณ์ใหม่ๆ (Novelty) และสิ่งเร้าที่มีความเข้มข้นทางสัมผัส (Intensity) ซึ่งสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นกิจกรรมที่ตื่นเต้นเร้าใจ และเร้าต่อประสาทสัมผัส แต่ที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ผู้วิจัยเห็นว่า กิจกรรมที่จะตอบสนองการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส เปรียบเสมือนความต้องการการมีประสบการณ์ที่มีความน่าตื่นเต้น หรือการทำกิจกรรมที่มีความเสี่ยง Zuckerman (1969) ดังนั้นพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจจะไม่ใช่กิจกรรมส่วนใหญ่ของบุคคลที่แสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยคัดสรรทั้ง 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านอิทธิพลของเพื่อนทั้ง 3 องค์ประกอบ ปัจจัยด้านเจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยด้านอิทธิพลจากสื่อ และปัจจัยด้านการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิง แต่มีเพียง 3 ตัวแปร คือ ปัจจัยด้านเพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม ปัจจัยด้านบรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ และปัจจัยด้านอิทธิพลจากสื่อ ที่สามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยคัดสรรทั้ง 4 ด้าน คือ เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ อิทธิพลของเพื่อน อิทธิพลจากสื่อ และการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นหญิง

สมมติฐานงานวิจัย

ปัจจัยคัดสรรมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

นิสิตนักศึกษาในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชากรเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

1.แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

เป็นเครื่องมือที่ใช้แสดงถึงข้อมูลส่วนตัวที่ตรงกับความเป็นจริงของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อความคำถาม 4 ส่วน คือ เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษา และการพักอาศัย

2.มาตราวัดเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Attitude toward alcohol drinking)

มาตราวัดเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ สุชาติพิทย์ สุทธิเมธากร (2550) ได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ประเมินเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยแบบวัดมีข้อกระทงทั้งสิ้น 18ข้อ ข้อกระทงทั้งหมดเป็นความคิดเห็นทางบวก ลักษณะการตอบข้อกระทงเป็นแบบ Likert Rating Scale

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นงานวิจัยที่ผ่านมาหลายปีการศึกษาแล้วจึงนำมาตราวัดดังกล่าวไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตนักศึกษาในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชากรเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 30 คน และนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมข้ออื่นๆ ในมาตราวัด (Corrected item-total correlation : CITC) และกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมาตรานี้มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบอัลฟาของครอนบาค เท่ากับ .80

3. มาตรการวัดอิทธิพลของเพื่อน (Peer influences on drinking Scale)

มาตรการวัดอิทธิพลของเพื่อน ผู้วิจัยนำมาจากของสุธาทิพย์ สุทธิเมธากร (2550) ที่ได้ปรับปรุงมาจากแนวคิดของ Wood, Mitchell, Read & Brand (2004) โดยแบบวัดประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ เพื่อประเมินอิทธิพลของเพื่อนต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับบุคคลทั่วไปในช่วงอายุระหว่าง 15-18 ปี

4. มาตรการวัดการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส (Arnett inventory of sensation seeking scale)

มาตรการวัดการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบคือ ความแปลกใหม่ (Novelty) และความเข้มของสิ่งเร้า (Intensity of stimulation) โดยผู้วิจัยได้นำมาตรการวัดอิทธิพลจากสื่อไปทำการทดลองใช้งาน (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างและนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมข้ออื่นๆ ในมาตรการวัด (Corrected item-total correlation : CITC) และกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมาตรการนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบอัลฟาของครอนบาค แบ่งออกเป็น 2 มิติ คือมิติความเข้มของสิ่งเร้า ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ .215 และมิติความแปลกใหม่ ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ .168

5. มาตรการวัดอิทธิพลจากสื่อ (Media influence)

มาตรการวัดอิทธิพลจากสื่อผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นเองจากการทบทวน แนวคิด และทฤษฎี โดยเป็นแบบวัดที่ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบ เพื่อใช้ในการประเมินอิทธิพลจากสื่อที่มีต่อบุคคลในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบวัดมีข้อกระทงทั้งสิ้น 15 ข้อ ข้อกระทงเป็นความคิดเห็นทางบวกทั้งหมด ลักษณะการตอบข้อกระทงเป็นแบบ Likert rating scale ผู้วิจัยได้นำมาตรการวัดอิทธิพลจากสื่อไปทำการทดลองใช้งาน (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมข้ออื่นๆ ในมาตรการวัด (Corrected item-total correlation : CITC) และกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมาตรการนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในแบบอัลฟาของครอนบาค เท่ากับ .904

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำมาตรการวัดทั้งหมดไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชากรเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 100 คนโดยคณะผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามแบบรายบุคคลพร้อมทั้งอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และระบุว่าข้อมูลเหล่านี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for window เพื่อนำมาวิเคราะห์คำนวณข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร้อยละ วิเคราะห์ค่าที ค่าสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอย และการวิเคราะห์เพิ่มเติม

ผลการวิจัย

อิทธิพลจากเพื่อน เจตคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ และการรับรู้จากสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และตัวแปรบางส่วน ได้แก่ เพื่อนสนิทนำเครื่องดื่มมาให้ดื่ม บรรทัดฐานการดื่มของเพื่อนสนิทที่รับรู้ และอิทธิพลจากสื่อสามารถทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่ดื่มกับที่ไม่เครื่องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. ควรทำการศึกษาให้มีหลากหลายทางพื้นที่ เช่น ในกทม และต่างจังหวัด
3. ควรทำการศึกษาให้มีหลากหลายทางสังคม เช่น อาชีพ อายุ สถานะทางเศรษฐกิจสังคม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยครั้งนี้ไปใช้

1. เพื่อกำหนดนโยบายในการรณรงค์ให้มีการดื่มแอลกอฮอล์น้อยลงในวัยรุ่น โดยส่งเสริมให้ทำกิจกรรมเช่น ดนตรี กีฬา และศิลปะ เป็นต้น
2. เพื่อกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการรณรงค์ป้องกันปัญหาที่มีสาเหตุมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การทะเลาะวิวาท และอุบัติเหตุบนท้องถนนโดยขอความร่วมมือจากสื่อ สถานศึกษา และครอบครัว
3. เพื่อให้ความรู้และรณรงค์ป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร ซึ่งเกิดจากการเมาสุรา และมีเพศสัมพันธ์โดยไม่พึงประสงค์

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมลทิพย์วิจิตรสุนทรกุล. (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตสาขาวิชาสุศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์คณะสาธารณสุขศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จุฬาลักษณ์ เชาวสุวรรณกิจ. (2549). *พฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการแสวงหาการสัมผัสของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี: การศึกษาตามแนวรูปแบบบูรณาการของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม*. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประกิจโพธิอาศน์. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตสาขาวิชาสุศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์คณะสาธารณสุขศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประไพพรรณภูมิวิมลสาร. (2530). *จิตวิทยาวัยรุ่น*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมโภชน์เยี่ยมสุภาสิต. (2549). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม(พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายพินสาประเสริฐ. (2544). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคัดสรรกับพฤติกรรมการดื่มสุราของนักเรียนนายสิบทหารบก*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตสาขาวิชาเอกพยาบาลสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สิทธิพงศ์วิวัฒน์. (2548). *ปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับการมีเพศสัมพันธ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตสาขาจิตวิทยาพัฒนาการคณะจิตวิทยาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาทิพย์ สุทธิเมธากร. (2550). *ปัจจัยคัดสรรที่สัมพันธ์กับการดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นชายในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตสาขาจิตวิทยาพัฒนาการคณะจิตวิทยาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวทนาอารีพรรค. (2533). *มนุษย์กับสังคม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2545). *มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสุรากลั่น*. กระทรวงอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร.

ภาษาอังกฤษ

- Arnett, J. (1994). Sensation seeking: A new conceptualization and a new scale. *Personality and Individual Differences, 16*, 289-296.
- Baker J. (1996). Adolescent substance use and psychological health. *Journal Alcohol Drug Education, 40*, 51-56.
- Bandura, A. (1986). *Social foundation of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hal
- Borsari, B., & Carey, K. B. (2001). Peer influences on college drinking: A review of the research. *Journal of Substance Abuse Treatment, 13*, 391-424.
- Donovan, J. E. (2004). Adolescent alcohol initiation: A review of psychosocial risk factors. *Journal of Adolescent Health, 35*, 529.e7-529.e18.
- Goldberg, C. J., & Botvin, G. J. (1993). Assertiveness in hispanic adolescents: Relationship to alcohol use and abuse. *Psychology Report, 73*, 227-238.
- Graham, J. W., Marks, G., & Hansen, W. B. (1991). Social influence processes affecting adolescent substance use. *Journal of Applied Psychology, 76*, 291-298.
- Johnson, T. J., & Cropsey, K. (2001). Sensation seeking and drinking game participation in heavy drinking college students. [December 15, 2005] Available from:
URL: <http://www.state.vt.us/adap/Cork/AprilibWatchColleges.html>
- Mataure, P., McFarland, W., Fritz, K., Kim, A., Woelk, G., Ray, S., & Rutherford, G. (2002). Alcohol use and highrisk sexual behavior among adolescents and young adults in Harare, Zimbabwe. *AIDS and Behavior, 6*, 211-219.
- Michaud, P., & Narring, F. (1998). Saturday night fever: Circumstances of the first: sexual intercourse among Swiss teenagers. *Journal of Adolescent Health, 20*, 167.
- Nordin, E. H., Hanson, U., & Tyden, T. (2001). Sex behavior among high school students in
Patterson, G. R., DeBaryshe, B. D., & Ramsey, E. (1989). A developmental perspective on Antisocial behavior. *American Psychology, 4*, 329-335.
- Pederson, W. (1991). Mental health, sensation seeking and drug use patterns: A longitudinal study. *British Journal Addict, 86*, 195-204.
- Piaget, J. (1972). Intellectual evolution from adolescence to adulthood. *Human development, 15*, 1-12.
- Thurstone. L. L. (1946/1959). Comment. *American Journal of Sociology, 52*, 39-40. Reprinted

in L. L. Thurstone, *The measurement of values* (pp. 320-322). Chicago University of Chicago Press.

Wood, M. D., Mitchell, R. E., Read, J. P., & Brand, N. H. (2004). Do parents still matter? parent and peer influences on alcohol involvement among recent high school graduates.

Psychology of Addictive Behaviors, 18(1), 19-30.

World Health Organization. (1994). *International guide for monitoring alcohol consumption and related harm*. Geneva: WHO.

World Health Organization.(1996). *Lexicon of alcohol and drug terms*. London: WHO

ภาคผนวก ก
คุณภาพเครื่องมือ

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ห้มาตรวัดเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตรวัด (Corrected item-total correlation : CITC) (n = 30, p < .05, Critical r = .296)

ข้อกระทงคำถาม	ค่า CITC
1. งานปาร์ตี้จะหมดสนุกทันที ถ้าไม่มีเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	.289
2. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ไม่มีผลใดๆต่อการเรียน	.396
3. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์จะช่วยลดความโกรธหรือความคับข้องใจของบุคคลที่ดื่ม	.424
4. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้มีความเชื่อมั่นในตนเองมากขึ้น	.492
5. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้ลดความวิตกกังวลในการเข้าสังคมได้	.446
6. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์เป็นที่ทำหาย น่าทดลอง	.517
7. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้สามารถลืมความทุกข์ที่เผชิญอยู่ได้	.551
8. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้ชีวิตมีสีสัน	.418
9. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้ชีวิตมีความสุข	.564
10. ความทุกข์จะหมดไป ถ้าได้ดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	.594
11. วัยรุ่นทุกคนควรที่จะหาโอกาสดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	.361
12. ผู้ชายที่ดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ถือว่าเป็นผู้ชายเต็มตัว	.308
13. ผู้หญิงจะดูมีเสน่ห์มากขึ้นถ้าได้ดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	.626
14. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์จะทำให้นอนหลับสบายขึ้น	-.014
15. เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ถือได้ว่าเป็นน้ำทิพย์จากสวรรค์	.271
16. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้สมองทำงานแจ่มใสขึ้น	.495
17. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้สามารถเพิ่มพูนสมรรถภาพทางเพศมากขึ้น	.534
18. วัยรุ่นมักจะมีปัญหาหรืออุปสรรคด้วยการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	-.067
19. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ไม่มีผลเสียต่อสุขภาพ	.396
20. การเกิดอุบัติเหตุไม่เกี่ยวข้องใดๆกับการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของคนดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์เป็นครั้งคราว	.166
ค่า Cronbach's Alpha	.808

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามที่สร้างขึ้นในมาตรวัด โดยการใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในมาตรวัด (Corrected Item-total Correlation : CITC) ($n = 30, p < .05, \text{Critical } r = .296$)

มิติที่ 1 : ความแปลกใหม่	ค่า CITC
1. ฉันเห็นว่าการที่ได้แต่งงานกับชาวต่างชาติสักคนก็น่าสนใจดีเหมือนกัน	-.154
3. ฉันมักจะอดทนในการที่ต้องต่อคิวยาวๆ ได้	-.126
5. เวลาไปเที่ยว ฉันคิดว่าจะเป็นการดีมาก หากมีการวางแผนล่วงหน้า ให้น้อยแผนเข้าไว้ และหากมีอะไรไม่เป็นไปตามแผน ก็ค่อยจัดการกันตอนนั้น	.182
7. ฉันคิดว่าการที่ได้แสดงหรือพูดต่อหน้ากลุ่มคนเป็นเรื่องสนุกและเร้าใจดี	.003
9. ฉันอยากท่องเที่ยวไปในดินแดนที่ห่างไกลและแปลกหูแปลกตา	.194
11. ฉันคงจะสนุกมาก ถ้าฉันเป็นหนึ่งในคณะสำรวจกลุ่มแรกที่ได้เดินทางไปยังดินแดนที่ไม่มีใครรู้จัก	.409
13. ฉันไม่ชอบอาหารที่มีรสจัดและเผ็ดร้อน	.014
15. ฉันมักจะเปิดวิทยุหรือโทรทัศน์ทิ้งไว้ ในขณะที่ฉันกำลังทำงานอย่างอื่น เช่น อ่านหนังสือหรือทำความสะอาดบ้าน	-.197
17. ฉันคิดว่าเวลาไปที่ร้านอาหาร เราควรจะสั่งอาหารแบบเดิมๆ ที่เคยกิน	.003
19. ถ้ามีการเปิดให้ไปเที่ยวดวงจันทร์หรือดาวเคราะห์ดวงอื่นๆ ได้ฟรี ฉันจะเป็นคนแรกที่ลงชื่อขอไป	.316
ค่า Cronbach's Alpha	.168
มิติที่ 1 : ความแปลกใหม่	ค่า CITC
2. ฉันไม่ชอบว่ายน้ำที่เย็นจัด แม้จะเป็นวันที่อากาศร้อนอบอ้าวมากก็ตาม	.098
4. ฉันชอบฟังเพลงเสียงดังๆ	-.009
6. ฉันชอบหลีกเลี่ยงการชมภาพยนตร์ที่รับการกล่าวขวัญว่าน่าสะพรึงกลัวหรือระทึกขวัญอย่างสุดๆ	.159
8. ถ้าฉันไปเที่ยวสวนสนุก ฉันจะเลือกเล่นรถไฟเหาะตีลังกาหรือเครื่องเล่นประเภทความเร็วสูงอื่นๆ	.197
10. ฉันไม่เคยคิดที่จะเอาเงินไปเล่นการพนัน แม้ว่าฉันจะมีเงินจ่าย	.124
12. ฉันชอบชมภาพยนตร์ที่มีแต่ฉากระเบิดและการขับรถไล่ล่ากัน	-.230
14. โดยทั่วไปแล้ว ฉันทำงานได้ดีขึ้นเมื่อต้องอยู่ภายใต้แรงกดดัน	-.232
16. มันน่าตื่นเต้นดี เวลาได้เห็นอุบัติเหตุทางรถยนต์	-.069
18. ฉันชอบความรู้สึกเวลาที่ยืนอยู่ริมขอบ บนที่สูง และมองลงไปข้างล่าง	.339
20. ฉันเห็นว่า การได้เข้าร่วมรบในสงครามต้องเป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้นสุดๆ	.398
ค่า Cronbach's Alpha	.215

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์มาตรวัดอิทธิพลจากสื่อต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตรวัด (Corrected item-total correlation : CITC) ($n = 30$, $p < .05$, Critical $r = .296$)

ข้อกระทงคำถาม	ค่า CITC
1. ท่านรู้จักเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสื่อต่างๆ	.124
2. ท่านจะเข้าร่วมงานปาร์ตี้ เมื่อมีการโฆษณาร่วมกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	.713
3. ท่านไปเที่ยวตามสถานบันเทิงตามที่เคยพบเห็นในสื่อต่างๆ	.628
4. ท่านมีความรู้สึกอยากที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากที่รับชมสื่อ	.694
5. โฆษณาที่น่าสนใจเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ท่านรู้สึกอยากที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้นๆ	.498
6. เมื่อท่านเห็นพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือได้รับความนิยมจากการโพสต์สื่อต่างๆ ทำให้ท่านอยากที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	.661
7. เมื่อท่านรับชมละคร หรือ ภาพยนตร์ที่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ท่านรู้สึกอยากที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	.654
8. ท่านบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่ได้รับรู้จากสื่อ	.668
9. ท่านรู้สึกสนใจที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อเห็นว่าแอลกอฮอล์ยี่ห้อดังกล่าวได้รับความนิยมจากสื่อต่างๆ	.667
10. การโฆษณาเกี่ยวกับโปรโมชันของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ท่านรู้สึกว่าอยากที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น	.509
11. เมื่อการโฆษณาการแสดงดนตรีระบุสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในงาน ทำให้ท่านอยากไปมากขึ้น	.713
12. ท่านจะไปงานปาร์ตี้ต่างๆ จากการเห็นประชาสัมพันธ์ว่ามีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในงาน	.793
13. สื่อแสดงให้เห็นว่าการดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่สิ่งที่เลวร้าย	.141
14. ท่านรับรู้ว่าการดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เพิ่มความสนุกสนานจากสื่อต่างๆ	.573
15. เมื่อเห็นโพสต์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสถานบันเทิงที่แปลกใหม่หรือได้รับความนิยม ทำให้ท่านมีความรู้สึกอยากจะลองบ้าง	.777
ค่า Cronbach's Alpha	.904

ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

พฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์จากประสบการณ์จริงและเจตคติของผู้คนในวัยเดียวกับท่าน จึงขอความร่วมมือให้เลือกตอบคำถามที่ตรงกับความคิด ความรู้สึก และตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปวิจัยได้อย่างเที่ยงตรง

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 4 ฉบับด้วยกันดังต่อไปนี้

- แบบสอบถามอิทธิพลของเพื่อน 10 ข้อ
- แบบสอบถามเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ 18 ข้อ
- แบบสอบถามการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส 14 ข้อ
- แบบสอบถามในเรื่องของอิทธิพลจากสื่อ 15 ข้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ชั้นปี

ปี1 ปี2 ปี3 ปี4

4. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับใคร

บิดา มารดา ญาติ คนเดียว เพื่อน

คนรัก อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์

คำชี้แจง คำถามในส่วนนี้มีความสำคัญมาก ผู้วิจัยขออภัยหากมีคำถามที่เกี่ยวข้อกับเรื่องส่วนตัวของท่าน อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะเก็บคำตอบของท่านไว้อย่างเป็นความลับ ทั้งนี้จะนำคำตอบทั้งหมดไปใช้เพื่อรายงานสรุปร่วมกับคำตอบของท่านอื่นๆเท่านั้น โปรดตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์

ในที่นี้หมายถึง เบียร์ ไวน์ ไวน์คูลเลอร์ เหล้า วอดก้า วิสกี้ และอื่นๆ โดยหนึ่งดริงก์ หรือ หนึ่งดื่มมาตรฐาน เทียบเท่าเครื่องดื่มประเภทต่างๆ จะได้ประมาณดังต่อไปนี้

- ไวน์ธรรมดาหนึ่งแก้วขนาด 100 ซีซี.
- Fortified Wine (Port) หนึ่งแก้วขนาด 60 ซีซี.
- เบียร์หนึ่งกระป๋อง หรือ เบียร์ครึ่งขวด
- ไวน์คูลเลอร์หนึ่งขวด
- เหล้า ที่มีความเข้มข้นของเอทิลแอลกอฮอล์ 40% ABV หรือ 80 proof หรือ หนึ่งถ้วยเล็กขนาด 30 ซีซี.

5. ท่านเคยดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์หรือไม่

เคย ไม่เคย

6. ท่านคิดว่าท่านจะดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์หรือไม่ในอนาคตข้างหน้า

ดื่ม ไม่ดื่ม ไม่แน่ใจ

7. ท่านเริ่มดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออายุ..... ปี

8. สาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ครั้งแรกในชีวิต

- เพื่อทดลองว่าเป็นอย่างไร เพื่อจะได้เข้ากลุ่มกับเพื่อนๆที่ชื่นชอบ
- เพื่อลดความเครียด เพื่อความผ่อนคลาย
- เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา เพื่อเพิ่มฤทธิ์ของสารเสพติดประเภทอื่น
- อื่นๆระบุ.....

9. ใน 3 เดือนที่ผ่านมา โดยเฉลี่ยแล้วท่านดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในแต่ละครั้งมากน้อยเพียงใด

- ดื่มน้อยกว่า 1 ครั้ง ดื่ม 1 ครั้ง
- ดื่ม 2 ครั้ง ดื่ม 3 ครั้ง
- ดื่มมากกว่า 3 ครั้ง

10. ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ท่านดื่มแอลกอฮอล์กี่วัน

- ไม่ดื่มเลย ดื่ม 1-3 วัน ดื่มมากกว่า 3 วัน

แบบสอบถาม

อิทธิพลของเพื่อน

คำชี้แจง คำถามส่วนนี้เกี่ยวกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่ออิทธิพลของเพื่อนในการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ เมื่อท่านอ่านข้อความจบ โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เคยมีเพื่อนนำเอาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาให้ท่านดื่มกี่ครั้ง

- ไม่เคย 1-2 ครั้ง 3-5 ครั้ง
 6-9 ครั้ง 9 ครั้งขึ้นไป

2. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เคยมีเพื่อนมายื่นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ท่านดื่มโดยที่ท่านไม่ได้ขอกี่ครั้ง

- ไม่เคย 1-2 ครั้ง 3-5 ครั้ง
 6-9 ครั้ง 9 ครั้งขึ้นไป

7. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา โดยเฉลี่ยแล้วเพื่อนสนิทของท่านแต่ละคน ดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในแต่ละครั้งมากน้อยเพียงใด

- ไม่ดื่มเลย ดื่มน้อยกว่า 1 ดริงก์ ดื่ม 1 ดริงก์
 ดื่ม 2 ดริงก์ ดื่ม 3 ดริงก์ หรือมากกว่า

8. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาท่านคิดว่า เพื่อนสนิทของท่านแต่ละคน ดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์เป็นจำนวนกี่ครั้ง

- ไม่เคย 1-2 ครั้ง 3-5 ครั้ง
 6-9 ครั้ง 9 ครั้งขึ้นไป

9. เพื่อนสนิทของท่านส่วนใหญ่มีความรู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์

10. เพื่อนสนิทของท่านส่วนใหญ่มีความรู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับคนเมาสุรา

ยอมรับได้มากที่สุด	ยอมรับได้	ไม่แน่ใจ	ไม่ยอมรับ	ไม่ยอมรับมากที่สุด
5	4	3	2	1
5	4	3	2	1

แบบสอบถาม

เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ต้องการทราบถึงความรู้สึกหรือความคิดเห็นของท่านต่อการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น ไม่มีคำตอบใดถือว่าถูกหรือผิด โปรดทำเครื่องหมาย x ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด

ท่านคิดอย่างไรเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. งานปาร์ตี้จะหมดสนุกทันที ถ้าไม่มีเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	5	4	3	2	1
2. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ไม่มีผลใดๆต่อการเรียน	5	4	3	2	1
3. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์จะช่วยลดความไม่สบายใจ	5	4	3	2	1
4. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้มีความเชื่อมั่นในตนเองมากขึ้น	5	4	3	2	1
5. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ช่วยลดความวิตกกังวลในการเข้าสังคมได้	5	4	3	2	1
6. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์เป็นที่ทำหายน่าทดลอง	5	4	3	2	1
7. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้สามารถลืมความทุกข์ที่เผชิญอยู่ได้	5	4	3	2	1
8. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้ชีวิตมีสีสัน	5	4	3	2	1
9. การดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ทำให้ชีวิตมีความสุข	5	4	3	2	1
10. ความทุกข์จะหมดไป ถ้าได้ดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์	5	4	3	2	1

แบบสอบถาม
การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจในสัมผัส

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อความแล้วตอบคำถามตามความรู้สึกของท่าน โดยทำเครื่องหมาย X ทับตัวเลขที่
ต้องการตามความรู้สึก ดังนี้ 1 = ไม่จริงมาก 2 = ไม่จริง 3 = จริง 4 = จริงมาก

ข้อความ	จริง มาก	จริง	ไม่ จริง	ไม่ จริง มาก
1. ฉันรู้สึกตื่นเต้น ถ้าจะได้ไปเที่ยวสถานที่ที่ไม่เคยไปมาก่อน	4	3	2	1
2. ฉันชอบความรู้สึกเวลาที่ยืนอยู่ริมขอบ บนที่สูง และมองลงไปข้างล่าง	4	3	2	1
3. ฉันจะรู้สึกตื่นเต้น เมื่อได้เริ่มต้นความสัมพันธ์กับคนรักใหม่	4	3	2	1
4. ฉันชอบฟังเพลงที่มีจังหวะเร้าใจ	4	3	2	1
5. การไปเที่ยวสำหรับฉันไม่จำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนมากนัก	4	3	2	1
6. ฉันขอหลีกเลี่ยงการชมภาพยนตร์ที่คนกล่าวขวัญว่าน่าสะพรึงกลัวหรือระทึกขวัญอย่างสุดๆ	4	3	2	1
7. ฉันรู้สึกตื่นเต้นเมื่อได้รู้ว่าจะต้องเจอกับเพื่อนใหม่	4	3	2	1

แบบสอบถาม

อิทธิพลจากสื่อต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ต้องการทราบถึงความรู้สึกรหรือความคิดเห็นของตัวของท่านที่มีต่อ อิทธิพลจากสื่อต่อการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ไม่มีคำตอบใดถือว่าถูกหรือผิด โปรดทำเครื่องหมาย x ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด

ท่านคิดอย่างไรเกี่ยวกับอิทธิพลจากสื่อต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย
1. ท่านรู้จักเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสื่อต่างๆ	5	4	3	2	1
2. ท่านจะเข้าร่วมงานปาร์ตี้ เมื่อมีการโฆษณาร่วมกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	5	4	3	2	1
3. ท่านไปเที่ยวตามสถานบันเทิงตามที่เคยพบเห็นในสื่อต่างๆ	5	4	3	2	1
4. ท่านมีความรู้สึกอยากที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากที่รับชมสื่อ	5	4	3	2	1
5. โฆษณาที่น่าสนใจเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ท่านรู้สึกอยากที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้นๆ	5	4	3	2	1
6. เมื่อท่านเห็นพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือได้รับความนิยม จากการโพสต์ลงสื่อต่างๆ ทำให้ท่านอยากที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	5	4	3	2	1
7. เมื่อท่านรับชมละคร หรือ ภาพยนตร์ที่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ท่านรู้สึกอยากที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	5	4	3	2	1
8. ท่านบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่ได้รับรู้จากสื่อ	5	4	3	2	1