

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย

วชิระ พุกเจริญ*

บทคัดย่อ

การวิจัยแบบสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยจำนวน 440 คน โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ 3 ขั้นตอน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามตอบด้วยตนเอง ระหว่างเดือนกันยายน – ตุลาคม พ.ศ. 2558 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจง ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าไคสแควร์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศชาย ร้อยละ 65.7 มีอายุเฉลี่ย 20.37 ปี อยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 34.3 ส่วนใหญ่ศึกษาคณะรัฐศาสตร์ ร้อยละ 24.8 เกรดเฉลี่ยเฉลี่ยอยู่ที่ 2.91 มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 6,959.32 บาท เข้าหอพักอยู่กับเพื่อนร้อยละ 40.2 กิจกรรมพิเศษเล่นกีฬา ร้อยละ 45.9 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา เกรดเฉลี่ย รายได้ คณะ ที่พักอาศัย ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ สัมพันธภาพภายในครอบครัว อิทธิพลด้านเพื่อนและอิทธิพลด้านโฆษณา และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เจตคติต่อการดื่มเบียร์ การรับรู้ในการดื่มเบียร์ ค่านิยมในการดื่มเบียร์ มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับสูงกับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีปัจจัยที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ต่อพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ เจตคติต่อการดื่มเบียร์ อิทธิพลด้านเพื่อน ค่านิยมในการดื่มเบียร์ และอิทธิพลด้านโฆษณา ได้ร้อยละ 99.1 จึงเสนอแนะให้สถานศึกษาสามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมจัดกิจกรรมการปรับเจตคติ สอดแทรกผลกระทบจากการบริโภคเบียร์ ส่งเสริมความรู้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การรณรงค์ติดป้ายประกาศ เชิญชวนนักศึกษาห่างไกลแอลกอฮอล์และมีค่านิยมที่ดีในกลุ่มนักศึกษา

คำสำคัญ: เบียร์/ พฤติกรรมการดื่มเบียร์/ นักศึกษามหาวิทยาลัย

* นักวิชาการสาธารณสุข โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล บึงข่าอ้อ จังหวัดปทุมธานี

Factors related to beer drinking among university students

Vachira Pukcharoen*

Abstract

This survey research aims to study the factors associated with beer drinking behavior among university students. Participants were 440 university students recruited through a 3-stage random sampling. Data were collected through self-administered questionnaire during September – October 2015 and were analyzed by frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, Chi-square test, Pearson's correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis. Study results revealed that more than 6 out of 10 students (65.7%) were male; their mean age = 20.37 years old; 34.3% were first-year students; more than 2 out of 10 studied in Faculty of Political Science (24.8%); mean GPA = 2.91; averaged monthly income = 6,959.32 THB; four out of ten (40.2%) rent and shared a room with friends in a dormitory; and 45.9% played sports as extracurricular activity. *Personal factors* (age, class, GPA, income, faculty, and living place), *social factors* (family relationship, peer pressure, and influence of advertising), and *environmental factors* (attitude, perception and value about beer drinking behavior) significantly had a high level of positive correlation with beer drinking behavior among university students ($p=0.01$). Four factors that could work together to significantly predict beer drinking behavior among university students ($p=0.001$) included *attitude toward beer drinking behavior*, *peer pressure*, *value about drinking beer* and *influence of advertising*; and they could predict as correctly as 99.1%. The study suggests that educational institutions should use these findings as a guide for organizing attitude-adjustment activities; incorporating the contents on impacts of beer consumption, promoting knowledge on alcoholic beverage control laws; putting the billboards campaigning for students to keep a distance from alcohol; and promoting good social value among students.

Keyword: Beer/ Beer drinking behavior/ University students

* Academician Position, Hospital Health Promotion Tambon Buengchamaor, Pathum Thani

บทนำ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจสังคมและสุขภาพ จากการจัดอันดับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยพบว่า ข้อมูลจากองค์การอนามัยโลก ปี 2557 ระบุว่า ประเทศไทยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากเป็นอันดับที่ 78 ของโลก เฉลี่ย 7.1 ลิตรต่อคน และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มผู้หญิง โดยสาเหตุที่หันมาดื่มเพราะต้องการผ่อนคลายจากการทำงาน การเรียน เท่ๆ ต้องการได้รับการยอมรับจากเพื่อนฝูง ประกอบกับหาซื้อง่าย ใกล้บ้าน ใกล้สถานศึกษา แต่ที่น่ากังวลคือ บางคนรู้สึกว่าการดื่มเพราะมาจากการส่งเสริมการขาย หรือเห็นโฆษณาผ่านสังคมออนไลน์ อย่างไรก็ตาม จากปัญหาเหล่านี้หากไม่ดำเนินการควบคุมมากขึ้นอีก 5 ปีประเทศไทยมีแนวโน้มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันดับที่ 56 (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2557)

เบียร์ จัดเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่เรียกว่า สุราแช่ หมายถึง มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสม โดยที่แอลกอฮอล์นั้นได้มาจากการหมักบ่ม มิใช่โดยการกลั่น เบียร์เกิดจากการหมักน้ำตาลที่ได้จากการเปลี่ยนแปลงแป้งของเมล็ดธัญพืชหรือธัญชาติประเภทข้าวมอลต์ ดังนั้นเบียร์จึงเป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์น้อยที่สุด (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ, 2541) และเบียร์จัดเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ไม่ผิดกฎหมายและไม่ถูกต่อต้านจากสังคม จึงมีการจัดจำหน่ายและดื่มกันอย่างแพร่หลายและกว้างขวางตามร้านค้าทั่วไป จากสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2550) โดยสาเหตุที่หันมาดื่มเพราะต้องการผ่อนคลายจากการทำงาน การเรียน เท่ๆ ต้องการได้รับการยอมรับจากเพื่อนฝูง ประกอบกับหาซื้อง่าย ใกล้บ้าน ใกล้สถานศึกษา แต่ที่น่ากังวลคือ บางคนรู้สึกว่าการดื่มเพราะมาจากการส่งเสริมการขาย หรือเห็นโฆษณาผ่านสังคมออนไลน์

การโฆษณาเบียร์เป็นการส่งเสริมการบริโภค เมื่อดูจากโฆษณาเบียร์เหล่านี้กลุ่มเป้าหมายของโฆษณาคือกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน ในเมืองที่มีกำลังซื้อ ขณะเดียวกันแนวทาง การโฆษณาชี้ให้เห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของ ค่านิยมในการดื่มผ่านงานกีฬา ดนตรี การเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ทั้งของไทย ในเป็นเจ้าภาพจัดงานเองหรือเป็นผู้สนับสนุนซึ่งนอกจากจะทำให้ให้นักดื่มเข้าใจว่าการดื่มเป็นกระแสนิยมของสังคมแล้ว และยังสามารถหลีกเลี่ยงการใส่คำเตือนตามกฎหมายในการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์, 2555) เมื่อพิจารณาและวิเคราะห์สถานการณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันพบว่าภาวะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เบียร์) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนขึ้นของผู้ดื่มรายใหม่ที่สำคัญ คือ วัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนของชาติถึงปีละ 2.6 ล้านคน นำมาซึ่งปัญหาต่าง ๆ ทั้งทางด้านสาธารณสุข เศรษฐกิจ และสังคมโดยรวมของประเทศ สาเหตุส่วนหนึ่งมีผลมาจากการโฆษณา นอกจากนี้อิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งเป็นฐานย่อยที่สุดของสังคมหน่วยแรกโดยครอบครัวที่มีพ่อหรือแม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เบียร์) ลูกจะมีโอกาสสูงที่จะเป็นคนดื่มแอลกอฮอล์ด้วยในอนาคต ปัจจัยทางด้านเพื่อน และปัจจัยที่เกิดจากตัวของเยาวชนเอง เช่น ความอยากรอง เป็นต้น ล้วนมีส่วนที่ทำให้สถานการณ์ของการดื่มแอลกอฮอล์ (เบียร์)

ในเยาวชนเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ปัจจุบันนักเรียน นิสิต นักศึกษา เรียนและพักอาศัยท่ามกลางร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการศึกษา การกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ปี 2552 โดย ผศ.ดร.ภัทรพร พลพนาธรรม (2552) พบว่า ทุกมหาวิทยาลัยที่ศึกษามีร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ล้อมรอบในรัศมี 500 เมตร โดยภาพรวมมีร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น 1,712 แห่ง เฉลี่ย 57 ร้านต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร จำนวนร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา 5 อันดับได้แก่ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา

รายชื่อสถานศึกษา	จำนวนร้าน จำหน่าย แอลกอฮอล์ (ร้าน)	พื้นที่ (Donut โดยรอบ) (ตร.กม.)	จำนวนร้าน/ ตร.กม.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	407	3.15	129
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	164	2.25	73
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	129	3.90	33
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม	125	1.68	74
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	123	3.81	32
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	100	1.66	60

ที่มา : ภัทรพร พลพนาธรรม, 2552

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย เพื่อเป็นแนวทางและเกิดประโยชน์ในการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2551 โดยเฉพาะในการห้ามโฆษณา ให้มีประสิทธิภาพ และยังเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขกฎหมายต่อไป

คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครมีอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่กำลังศึกษา คณะ เกรดเฉลี่ย ที่พักอาศัย กิจกรรมพิเศษ การเข้าถึงแหล่งซื้อขาย ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ สัมพันธภาพกับครอบครัว อิทธิพลด้านเพื่อน และอิทธิพลด้านโฆษณา ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เจตคติต่อการดื่มเบียร์ การรับรู้ในการดื่มเบียร์ และค่านิยมในการดื่มเบียร์ ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่กำลังศึกษา คณะ เกรดเฉลี่ย ที่พักอาศัย กิจกรรมพิเศษ การเข้าถึงแหล่งซื้อขาย กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ สัมพันธภาพกับครอบครัว อิทธิพลด้านเพื่อน และอิทธิพลด้านโฆษณา กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เจตคติต่อการดื่มเบียร์ การรับรู้ในการดื่มเบียร์ และค่านิยมในการดื่มเบียร์ กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
8. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลและสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่กำลังศึกษา คณะ เกรดเฉลี่ย ที่พักอาศัย กิจกรรมพิเศษ การเข้าถึงแหล่งซื้อขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ สัมพันธภาพกับครอบครัว อิทธิพลด้านเพื่อน และอิทธิพลด้านโฆษณามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เจตคติต่อการดื่มเบียร์ การรับรู้ในการดื่มเบียร์ และค่านิยมในการดื่มเบียร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และสามารถร่วมกันคาดทำนายพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัยและการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อความสอดคล้องกับปัญหาการวิจัย โดยคัดเลือกมหาวิทยาลัยตลาดวิชาในเขตกรุงเทพมหานครแห่งหนึ่ง เพราะมหาวิทยาลัยตลาดวิชาขยายโอกาสการศึกษาระดับอุดมศึกษาแก่ประชาชนมากที่สุด ฉะนั้นนักศึกษาส่วนใหญ่จึงมีความหลากหลายเข้ามาศึกษา ประกอบกับไม่บังคับให้มาเข้าชั้นเรียน โดยถือว่าผู้ที่เข้าชั้นเรียน และไม่เข้าชั้นเรียน ก็มีสิทธิ์ในการสอบไล่ได้เหมือนกัน นักศึกษาส่วนใหญ่จึงสามารถมีเวลาทำงานด้วยเรียนไปด้วยมากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยปิด ซึ่งมหาวิทยาลัยตลาดวิชาแห่งนี้มีนักศึกษาที่มีสภาพการเป็นนักศึกษา ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ปีที่ 1- 4 ปีการศึกษา 2557 ที่ศึกษาอยู่จริงทั้งหมด 218,472 คน(สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล (สวป.), 2558) ในการกำหนดตัวอย่างครั้งนี้ โดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน(Krejcie and Morgan) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (ฉัตรสุนัน พงศ์ปิฎกโชติ, 2553 :190) ความคลาดเคลื่อนที่ผู้วิจัยยอมรับได้เท่ากับ 5% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะเท่ากับ 400 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการหาความสัมพันธ์เนื่องจากข้อมูลไม่ครบจึงจะเก็บข้อมูลเพิ่มเป็นร้อยละ 10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา ดังนั้นประชากรกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ศึกษาครั้งนี้จึงเท่ากับ 440 คน

ขั้นตอนที่ 2 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ(Accidental Selection) โดยเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยตลาดวิชาแห่งนั้นที่อยู่ภายในบริเวณมหาวิทยาลัย ตั้งแต่เวลา 8.00 น. – 16.00 น. และก่อนการตอบแบบสอบถามผู้วิจัยจะสอบถามก่อนทุกครั้งว่าเป็นผู้ที่ดื่มเบียร์หรือไม่ หากเป็นผู้ดื่มเบียร์ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามให้ตอบต่อไป ช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูล ระหว่างเดือนกันยายน – ตุลาคม 2558

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ตามกรอบแนวคิด โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ **ส่วนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่กำลังศึกษา คณะ เกรดเฉลี่ย ที่พักอาศัย กิจกรรมพิเศษ การเข้าถึงแหล่งซื้อขาย เป็นต้น จำนวน 13 ข้อ **ส่วนที่ 2** แบบสอบถามปัจจัยด้านสังคมโดยนำเครื่องมือของชอแก้ว ร่มสุข(2555) มาใช้ ได้แก่ สัมพันธภาพกับครอบครัว จำนวน 6 ข้อ อิทธิพลด้านเพื่อน จำนวน 5 ข้อ และอิทธิพลด้านโฆษณา จำนวน 5 ข้อ **ส่วนที่ 3**

แบบสอบถามปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เจตคติต่อการดื่มเบียร์ จำนวน 15 ข้อ การรับรู้เกี่ยวกับการดื่มเบียร์ จำนวน 12 ข้อ และค่านิยมในการดื่มเบียร์ จำนวน 10 ข้อ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามพฤติกรรมการดื่มเบียร์ มีจำนวน 12 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการส่งรายละเอียดของโครงการวิจัยและตัวอย่างเครื่องมือวิจัยให้คณะกรรมการพิทักษ์สิทธิตัวอย่างวิจัยขององค์กรโดยได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรม การวิจัยในมนุษย์ของ มหาวิทยาลัยมหิดล เลขที่ MUPH 2015-121

2. ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งแนบเอกสารชี้แจงรายละเอียดของการวิจัยและสิทธิของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าร่วมโครงการ

3. ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป ส่วนหนึ่งสอยินยอมตนให้ทำการวิจัย ผู้วิจัยจะจัดเก็บไว้อย่างปลอดภัยเพื่อไม่ให้บุคคลอื่นเข้าถึงได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประมวลผลกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจง ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-square) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment Correlation coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1 ข้อมูลทั่วไปนักศึกษามหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 440 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 65.7 มีอายุเฉลี่ย 20.37 และมีอายุต่ำสุด 18 ปี สูงสุด 24 ปี นักศึกษามหาวิทยาลัยส่วนใหญ่อยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 34.3 สำหรับคณะที่นักศึกษาศึกษาในปัจจุบันพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาคณะรัฐศาสตร์ ร้อยละ 24.8 ในส่วนของเกรดเฉลี่ยของนักศึกษามหาวิทยาลัยพบว่า มีเกรดเฉลี่ยเฉลี่ยอยู่ที่ 2.91 เกรดเฉลี่ยต่ำสุด 1.80 และเกรดเฉลี่ยสูงสุด 4.00 รายรับที่นักศึกษาได้รับจากผู้ปกครองหรือรายได้จากการทำงานต่อเดือนพบว่า มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 6,959.32 บาท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุดเดือนละ 3,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด 13,000 บาท สำหรับที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษาเช่าหอพักอยู่กับเพื่อนร้อยละ 40.2 กิจกรรมพิเศษยามว่างที่นักศึกษาทำเป็นประจำนอกเหนือจากการเรียน พบว่า นักศึกษามีกิจกรรมทำร้อยละ 100 โดยกิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่พบว่า เล่นกีฬา ร้อยละ 45.9 บุคคลที่นักศึกษามหาวิทยาลัยดื่มด้วย พบว่าเป็น เพื่อน/รุ่นพี่ ร้อย

ละ 100 การเข้าถึงแหล่งซื้อขายพบว่า นักศึกษาสามารถเข้าถึงร้านขายของใกล้มหาวิทยาลัยมีเครื่องดื่มเบียร์ขาย ร้อยละ 71.4 สาเหตุที่ทำให้ให้นักศึกษามหาวิทยาลัยดื่มเบียร์ครั้งแรกในชีวิตพบว่า เพื่อทดลองว่าจะเป็นอย่างไรร้อยละ 55.0 ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยสรุปได้ดังนี้

เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ ($p < 0.05$) โดยพบว่า มีพฤติกรรมการดื่มเบียร์อยู่ในระดับสูง **ชั้นปีที่ศึกษา** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ ($p < 0.001$) โดยพบว่าพฤติกรรมการดื่มเบียร์อยู่ในระดับปานกลาง พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในชั้นปีที่ 4 **คณะ** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ ($p < 0.001$) โดยพบว่าพฤติกรรมการดื่มเบียร์อยู่ในระดับสูง พบว่าส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะนิติศาสตร์ **ที่พักอาศัย** มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ ($p < 0.001$) โดยพบว่าพฤติกรรมการดื่มเบียร์อยู่ในระดับสูง พบว่าส่วนใหญ่เช่าหอพักอยู่กับเพื่อน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมโดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่า **ปัจจัยส่วนบุคคล** ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์เชิงลบระดับปานกลาง ($r = -0.424$, $p < 0.001$) เกรดเฉลี่ยมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำ ($r = 0.088$, $p < 0.05$) และรายได้มีความสัมพันธ์เชิงลบระดับต่ำ ($r = -0.129$, $p\text{-value} < 0.05$) กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย **ปัจจัยด้านสังคม** ได้แก่ สัมพันธภาพภายในครอบครัว มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูง ($r = 0.990$, $p\text{-value} < 0.001$) อิทธิพลด้านเพื่อน มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูง ($r = 0.983$, $p\text{-value} < 0.001$) และอิทธิพลด้านโฆษณา มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูง ($r = 0.986$, $p < 0.001$) กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย **ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม** ได้แก่ เจตคติต่อการดื่มเบียร์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูง ($r = 0.993$, $p < 0.001$) การรับรู้ในการดื่มเบียร์มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูง ($r = 0.971$, $p < 0.001$) และค่านิยมในการดื่มเบียร์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับสูง ($r = 0.979$, $p < 0.001$) กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อหาปัจจัยที่เป็นตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย พบว่า สมการพยากรณ์ที่ตัวแปรประกอบไปด้วยตัวแปร เจตคติต่อการดื่มเบียร์ อิทธิพลด้านเพื่อน ค่านิยมในการดื่มเบียร์ และอิทธิพลด้านโฆษณา สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการดื่มเบียร์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.995 และสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการดื่มเบียร์ได้ร้อยละ 99.1 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 1.30 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่ามีตัวแปร 3 ตัวที่มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ได้แก่ เจตคติต่อการดื่มเบียร์ ($Beta = 0.782$) อิทธิพลด้านเพื่อน ($Beta = 0.220$) และอิทธิพลด้านโฆษณา ($Beta = 0.260$)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยพยากรณ์ในการทำนายสมรรถนะพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย

ลำดับขั้นตัว พยากรณ์	B	SE. B	Beta	T	p-value
constant	2.056	0.473		6.507	<0.001
เจตคติต่อการดื่ม เบียร์	0.619	0.044	0.782	14.061	
อิทธิพลด้านเพื่อน	0.421	0.047	0.220	8.947	
ค่านิยมในการดื่ม เบียร์	-0.513	0.074	-0.265	-6.946	
อิทธิพลด้านโฆษณา	0.534	0.077	0.260	6.925	
ค่าคงที่ 3.079 ; $SE_{est} = \pm 1.30$					
$R = .995$; $R^2 = .991$; $F = 11502.068$; $p\text{-value} < .001$					

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

อิทธิพลด้านเพื่อนของนักศึกษามหาวิทยาลัย ตามทฤษฎีของ แมคไกวร์ และมิลแมน 1965 (อ้างอิงถึงในนฤมล ปยุะติ, 2553) ที่เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคม โดยบุคคลจะพัฒนาทัศนคติของตนเองในลักษณะใดนั้นขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากผู้อื่นในสังคม ซึ่งสำหรับการศึกษาครั้งนี้คือกลุ่มเพื่อนที่เปรียบเสมือนกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มตัวอย่าง โดยบุคคลจะใช้กลุ่มอ้างอิงหรือกลุ่มเพื่อนนี้เพื่อประเมินทัศนคติของตน และตัดสินใจว่าทัศนคติของตนถูกต้อง เพราะคิดว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มมีทัศนคติเช่นเดียวกับตน **อิทธิพลด้านโฆษณาของนักศึกษามหาวิทยาลัย** ปัจจุบันระบบเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น ข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ สามารถเข้าถึงง่าย ผลสำรวจล่าสุดของสำนักวิจัยเอแบคโพล ยังยืนยันได้ว่า การโฆษณามีผลต่อการสร้างทัศนคติของวัยรุ่น เช่น การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกครั้งที่ผ่านมาที่บริษัทเบียร์เป็นเจ้าภาพทำให้เด็กและเยาวชนรู้สึกชอบคุณ และยืนยันให้การสนับสนุนเบียร์ตอบแทนร้อยละ 71.4 (กัลยาณมิตร เพื่อนแท้สำหรับคุณ, 2558) สอดคล้องการศึกษาของอูรยา วงศ์ไชยคง (2547) พบว่า ภาพยนตร์โฆษณามีผลต่อพฤติกรรมการดื่มของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยมากที่สุด **เจตคติต่อการดื่มเบียร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย** ซึ่งเจตคติแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) เจตคติทางบวก หรือทัศนคติที่ดี เป็นแนวโน้มที่อินทรีย์จะเข้าหาสิ่งเร้า หรือสถานการณ์นั้น เนื่องมาจากความชอบหรือความพึงพอใจ 2) เจตคติทางลบ หรือทัศนคติที่ไม่ดี เป็นแนวโน้มที่อินทรีย์ จะถอยหนีจากสิ่งเร้าหรือสถานการณ์นั้นๆ เนื่องจากความไม่ชอบหรือความไม่พอใจ จากการศึกษาของณภัทร จันทรล่อ (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง พบว่า ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่คิดจะเลิกแอลกอฮอล์เพราะสิ้นเปลือง มี

ทัศนคติคิดว่าข้อดีของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะช่วยผ่อนคลายความเครียด ทัศนคติด้านข้อเสียคือทำลายสุขภาพตนเอง

การรับรู้ในการดื่มเบียร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในปัจจุบันการรับรู้การโฆษณาของสื่อมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากโฆษณาทำให้เกิดความรู้สึกว่าการดื่มเป็นเรื่องที่ดีจึงเกิดความรู้สึกคล้อยตามและ อยากลอง นักศึกษาส่วนใหญ่มีการรับรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 จากสื่อโทรทัศน์ข่าว ตามร้านค้ามีการดำเนินการตามอย่างเคร่งครัด สำหรับประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 275) พ.ศ. 2546 ได้กำหนดข้อความคำเตือนมีดังนี้คือ “ห้ามจำหน่ายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี” “การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับชียานพาหนะลดลง” และ “เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปีไม่ควรดื่ม” การกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะสามารถช่วยลดปัญหาและผลกระทบด้านต่างๆ ตลอดจนการสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนทุกคน มาตรการที่สำคัญได้แก่ มาตรการบังคับใช้กฎหมายเพื่อลดอุบัติเหตุ การเพิ่มอัตราภาษีสรรพสามิต การควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อ การโฆษณา รวมทั้งร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ **ค่านิยมในการดื่มเบียร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย** การศึกษาของ ลักขณา เต็มศิริกุลชัย และคณะ (2542) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทย พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดคือ การดื่มของเพื่อน รองลงมาคือ การได้รับสื่อและอิทธิพลจากโฆษณา เพศ ประเภทสถานศึกษา ความสัมพันธ์ในครอบครัว ค่านิยมต่อการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการดื่มของพี่น้อง เรียงตามลำดับ งานวิจัยทั้งหลายเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน สื่อและการโฆษณา เป็นตัวแปรในด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญมากต่อพฤติกรรมการดื่มของเยาวชน จากสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศไทย ปี 2556 พบว่า 10 ปีที่ผ่านมาความชุกการดื่มเบียร์ของผู้หญิงเพิ่มมากขึ้น และยังพบว่าชนิดที่ดื่มใน 12 เดือนที่ผ่านมา จากข้อมูลที่สำรวจในปี 2554 พบว่า ดื่มเบียร์ถึงร้อยละ 40.8 และนักดื่มหญิงดื่มเบียร์มากที่สุด ร้อยละ 52.6 นักดื่มไทยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงไปสู่การดื่มเบียร์และไวน์มากขึ้น และมีแนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มตามสไตลตะวันตกเพิ่มมากขึ้น **พฤติกรรมการดื่มเบียร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย** การศึกษาของรัตติยา บัวสอน และเชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล(2555) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผลการศึกษา พบว่านักศึกษาล้วนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 73.8 รองลงมาคืออยู่ใน ระดับต่ำร้อยละ 14.8 และระดับสูง ร้อยละ 11.4 ถึงแม้ว่าจะมีพระราชบัญญัติควบคุมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ออกมา ก็ยังไม่สามารถลดปัญหาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักศึกษาลงได้ แต่อย่างน้อยยังเป็นการป้องกันในระดับหนึ่ง ในการจำกัดขอบเขตตีกรอบเรื่องการบริโภคและลดผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ลงได้ และในปัจจุบันเราจะเห็นได้จากข่าวหน้าหนึ่งที่มีการใช้กฎหมายอย่างชัดเจน เกี่ยวกับดาราดูเป็นแบบอย่างของเยาวชนที่มีการแอบโฆษณาทางอ้อม สื่อให้เกิดการลอกเลียนแบบ แต่ก็ยังไม่สามารถฟันหรือเล็ด

ลดกฎหมายออกไปได้ จากข่าวนั้นแสดงให้เห็นว่าพระราชบัญญัติควบคุมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 สามารถป้องกันรูปแบบการโฆษณา หลากหลายรูปแบบที่แอบแฝงมาให้เห็น

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้มีดังนี้

1) เจตคติต่อการดื่มเบียร์ อธิพิพลด้านเพื่อน ค่านิยมในการดื่มเบียร์ และอธิพิพลด้านโฆษณา เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษา ดังนั้นสถานศึกษาสามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมจัดกิจกรรมการปรับทัศนคติ การสอนการรู้จักปฏิเสธการดื่มเบียร์ในโอกาสต่างๆ สอดแทรกผลกระทบจากการบริโภคเบียร์ในเนื้อหาการสอน การรณรงค์คัดปายประกาศ เชิญชวนนักศึกษาชายุคใหม่ ไม่เข้าใกล้แอลกอฮอล์ โดยใช้นักศึกษาตัวอย่างที่ดีเป็นแบบอย่างเป็นตัวแบบในการเปลี่ยนแปลงค่านิยมในกลุ่มนักศึกษา มีการจัดตั้งคณะกรรมการออกกฎระเบียบควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ภายในสถานศึกษาให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเดียวกัน

2) สถานศึกษาควรจัดแผนประชุมหารือกระตุ้นความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เพื่อสร้างความตระหนักถึงผลจากการกระทำผิดกฎหมาย พ.ร.บ. ฯ และผลกระทบต่อนักศึกษา ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ให้ผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาเข้าใจ การจัดทำแผนประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการสุ่มให้มีเจ้าหน้าที่ตรวจตามร้านค้าอย่างน้อยเดือนละครั้ง และมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นช่วยกันป้องกันและแก้ไขปัญหาเพื่อลดปัญหาของสังคมได้

3) ตัวแปร เพศ ที่พักอาศัย อายุ เกรดเฉลี่ย และสัมพันธภาพภายในครอบครัว เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ของนักศึกษา ดังนั้น ในผู้ปกครอง ควรให้ความสำคัญ ดูแล เฝ้าระวังคอยสังเกตพฤติกรรม ให้คำปรึกษาว่ากล่าวตักเตือนในพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และให้ความอบอุ่น แก่บุตรหลาน และการมีกิจกรรมภายในครอบครัวร่วมกันจะช่วยให้ครอบครัวมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกันมากขึ้น เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ทำให้ผู้ปกครองสามารถรับทราบถึงพฤติกรรมของบุตรหลานได้อย่างไม่กังวลใจ และจากผลการวิจัยจะเห็นว่าอายุยังน้อยยิ่งดื่มมาก

เอกสารอ้างอิง

กัลยาณมิตร เพื่อนแท้สำหรับคุณ. (2558). บทความระบือยงทัศนะ : โฆษณาเหล้า – เบียร์ เพิ่มนักดื่ม

หน้าใหม่. วันที่สืบค้น 30 พฤศจิกายน 2558, เข้าถึงได้จาก

http://www2.kalyanamitra.org/th/article_detail.php?i=831

ฉัตรสุมน พฤทธิบุญ. (2554). การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาระบบสุขภาพ.กฎหมายสาธารณสุขและการบังคับใช้. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

- ณภัทร จันทร์ลออ. (2555). **พฤติกรรมและปัจจัยการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง**. รายงานวิชา Research Exercise in Current Economics Issues. เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นงนุช ใจชื่น, โศภิต นาสืบ, สุรศักดิ์ ไชยสงค์ และทักษพล ธรรมรังสี. (2556). **การรับรู้การจดจำ การครอบครอง และการให้ความหมายที่มีต่อสิ่งของที่มีตราสัญลักษณ์ของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ กับทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย**. นนทบุรี: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- นฤมล ปุยะติ. (2553). **ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางอารมณ์และเจตคติต่อการมีเพศสัมพันธ์ ก่อนสมรสของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนบุรีรัมย์พิทยาคม อำเภอเมือง จังหวัด บุรีรัมย์**. สารนิพนธ์ปริญญาสาขารณศาสตรบัณฑิต คณะสาขารณศาสตร มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. (2555). **อิทธิพลของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเศรษฐกิจการเมือง และนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารงานสาธารณสุข คณะ สาธารณสุขศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภัทรพร พลพนาธรรม. (2552). **การกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบ มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร**. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- รัตติยา บัวสอน และเชษฐ รัชดาพรณาธิกุล. (2555). **พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร**.วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา บัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการเสพติด สถาบันพัฒนาสุขภาพอาเซียน, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ลักขณา เตมศิริกุลชัย และคณะ. (2542). **การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทย**. วารสารนโยบายและแผนสาธารณสุข, 2(4) : 54
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ ๒๗ เรื่องที่ ๖ พิษภัยของแอลกอฮอล์. **ปัจจัยที่ส่งเสริมให้บริโภค แอลกอฮอล์**. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2558, เข้าถึงได้จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=27&chap=6&page=t27-6-infodetail03.html>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2557). **ควบคุมแอลกอฮอล์ ป้องกัน-ลด เยาวชน นักดื่มหน้าใหม่**. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2558, เข้าถึงได้จาก <http://www.thaihealth.or.th/Content/26653-ควบคุมแอลกอฮอล์%20ป้องกัน-ลด%20เยาวชนนักดื่มหน้าใหม่.html>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). **รายงานสถิติประชากรและสังคม**. วันที่สืบค้น 10 ตุลาคม 2558, เข้าถึงได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/census/census.html>
- สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2559). **ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง**. วันที่ สืบค้น 10 ตุลาคม 2558, เข้าถึงได้จาก <http://www.lib.ru.ac.th/journal/kunfather.html>