

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 300 ชุด ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Cluster Sampling จากประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ 4 อำเภอ และ 2 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอสันป่าตอง อำเภอแม่วาง กิ่งอำเภอดอยหล่อ และกิ่งอำเภอแม่ออน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีการกระจายตัวของอายุตั้งแต่น้อยกว่า 18 ปีไปจนถึง 60 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน

ด้านพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า ร้อยละ 46.7 เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และส่วนใหญ่ยังคงดื่มอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน การดื่มเพื่อเข้าสังคมหรือร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์เป็นสิ่งจูงใจของการเริ่มดื่มครั้งแรกและเป็นสิ่งจูงใจของการดื่มในปัจจุบันมากที่สุด ส่วนเทศกาลหรืองานประเพณีที่นิยมดื่มนั้น ร้อยละ 93.3 นิยมดื่มในช่วงประเพณีสงกรานต์ การชားเงินส่วนใหญ่เป็นการช่วยกันจ่ายโดยร้อยละ 65 ของผู้บริโภคนิยมซื้อเป็นเงินสดและเป็นการซื้อจากร้านขายของชำ

สุราพื้นบ้าน สุราไทย และเบียร์เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่มในครั้งแรก ปัจจุบันมีผู้นิยมดื่มเบียร์และสุราไทยมากกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่น ผู้บริโภคร้อยละ 54 จะเปลี่ยนยี่ห้อไปเรื่อยๆ โดยไม่ยึดติดกับยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง โดยเฉพาะ และจะพิจารณาปัจจัยในด้านราคา มากกว่าปัจจัยอื่นๆ ด้านพฤติกรรมการดื่มร้อยละ 69.3 นิยมทำให้เครื่องดื่มเจือจางลงโดยการเติมโซดาลงไปนเครื่องดื่ม และมีของขบเคี้ยวประเภทถั่วทอด มันทอด และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์เป็นของแกล้ม ผู้บริโภคร้อยละ 81.7 นิยมดื่มกับเพื่อนและมักจะดื่มที่ร้านอาหารหรือสถานบันเทิงมากกว่าสถานที่อื่น ๆ

ด้านผลกระทบที่เคยได้รับจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น พบว่า ร้อยละ 45.5 ของผู้บริโภคเคยประสบอุบัติเหตุหลังการดื่ม ร้อยละ 35.3 เคยถูกทำร้ายร่างกาย แต่ผู้บริโภค ร้อยละ 62 รู้สึกว่าการดื่มสามารถช่วยให้คลายจากความเครียด ร้อยละ 48.7 รู้สึกว่าการดื่มช่วยให้ตนเข้าสังคมได้ง่าย ในขณะที่เดียวกันร้อยละ 36.7 เห็นว่าการดื่มเป็นการสิ้นเปลืองเงินทอง และอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย อย่างไรก็ตามแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตระหนักถึงผลเสียหรือโทษของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ร้อยละ 80 ไม่คิดที่จะลดปริมาณการดื่มลง

Abstract

The objective of the study, "The Study of Alcohol Consumption Behavior among People in Chiang Mai" aims to study alcohol consumption behavior among people in Chiang Mai. Data was collected by using questionnaires completed by 300 respondents Samples using Cluster Sampling among population in four districts and two sub-districts such as Muang District, Doisaket District, Sunpatong District, Mawang District, Doilao Sub-District, and Mae-On Sub-District. The, data was analyzed by descriptive analysis.

The study revealed that alcohol consumption people were mostly male aged range between less than 18 to more than 60 years old. They were employees and had income lower than 5,000 baht per month.

For alcohol consumption behavior, it was found that 46.7% of the respondents started drinking alcohol while they were less than 18 years old and most of them still consuming alcohol continuously to the present time. Social drinking was a key motivation for alcohol consumption and it was also the reason the major motivation for consuming at the present time. 93.3% of the respondents consumed alcohol in Songkran Festival. The respondents also shared money for consumption and 65% of the respondents bought alcohol by cash from the grocery stores.

Local liquor, Thai liquor, and bear were the most popular alcoholic beverage that were mostly consumed at the first time. At present, bear and Thai liquor were mostly consumed more than other alcoholic beverages. 54% of the respondents normally changed alcohol brand when consumption and considered price rather than other factors. For consumption behavior, 69.3% added soda in alcohol and consumed with snack like peanut, potato chip and cashew nut. 81.7% consumed alcohol with friends at restaurants or entertainment places rather than other places.

Furthermore, the study also revealed the side effects of alcohol consumption that 45.5 % of the respondents had accident after consuming alcohol. 35.3% had bodily harm. However, 62% of the respondents felt that consuming alcohol could release stress. 48.7% of the respondents felt that consuming alcohol could assist social relations. At the same time, 36.7% of the respondents agreed that consuming alcohol wasted money and may cause accidents. Even though most of the sample group realized the negative effects of alcohol consumption, 80% of the respondents never reduce their consumption quantity.