

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

บรรทัดฐานการดื่ม
อัตลักษณ์นักดื่ม
และมุมมองที่มีต่อ
มาตรการควบคุม
การดื่มแอลกอฮอล์

ในกลุ่มนักดื่ม คนรุ่นใหม่วัยทำงาน

โดย

รศ. ดร. ณิชฌณีย์ มีมนต์
นางสาวกัทริน อนุตริยะ
นางสาวกมลวรรณ เขียวนิล

ภาควิชาสังคมและสุขภาพ
คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล

(สัญญาเลขที่ 65-10068-06)

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)
หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ภายใต้การสนับสนุนของ
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)



บทคัดย่อ

การวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแบบแผนและบรรทัดฐานของการดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ที่ระบุว่าเป็น “นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา” รวมถึงศึกษามุมมองและข้อเสนอแนะที่นักดื่มกลุ่มนี้มีต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกคนรุ่นใหม่วัยทำงานตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จากพื้นที่เขตเมืองในกรุงเทพมหานคร นครราชสีมา และเชียงใหม่ จำนวน 37 คน

จากผลการศึกษา พบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มคนรุ่นใหม่วัยทำงานมีหน้าที่ทางสังคมอย่างชัดเจน ตั้งแต่การสร้างโอกาสในการพบปะกับคนที่สนิทสนมไปจนถึงการสร้างความสัมพันธ์หรือเครือข่ายทางหน้าที่การงาน ทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นส่วนตัวและผ่อนคลายหลังจากการทำงาน การมีสุนทรียภาพ มีรสนิยม และชนชั้นทางสังคม คนรุ่นใหม่จึงมีบรรทัดฐานการดื่มของตนเองที่กำหนดแบบแผนการดื่มไปตามบริบทบุคคลและบริบทสิ่งแวดล้อมและสังคม อัตลักษณ์นักดื่มของคนรุ่นใหม่วัยทำงานจึงเป็นการมีเสรีภาพในการดื่ม การรู้จักข้อจำกัดและสามารถควบคุมตนเอง และการไม่สร้างผลกระทบทางลบต่อตนเองและผู้อื่น ทั้งนี้ นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหาใช้ “ภาพลักษณ์” ของตนเองเป็นเครื่องมือกำกับพฤติกรรมกรรมการดื่ม โดยมองว่าการดื่มอย่างเป็นปัญหาคือการดื่มแล้วมีผลกระทบต่อตนเองหรือผู้อื่น เช่น การดื่มหนักจนส่งผลกระทบต่อหน้าที่การงานและสุขภาพ การขาดสติจนเป็นภาระให้ผู้อื่นดูแล การมีพฤติกรรมก้าวร้าวหรือนำอับอาย และการเมาแล้วขับ ซึ่งนักดื่มกลุ่มนี้จะไม่ยอมให้เกิดขึ้นเพราะต้องการรักษาภาพลักษณ์ของตนเอง

ในแง่ของมุมมองต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับ “ความเป็นสากล” “ความสมเหตุสมผล” และ “การปฏิบัติได้จริง” โดยจะยอมรับมาตรการที่มีเจตนารมณ์ในการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการดื่มและเป็นไปเพื่อปกป้องประชาชน และไม่เห็นด้วยกับมาตรการที่มีลักษณะของการควบคุมหรือทำให้รู้สึกว่าการดื่มของตัวเองถูกคุกคาม

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ได้แก่ การลดการใช้สารที่แสดงการตีตราให้นักดื่มในรูปแบบเดิม รวมถึงปรับปรุงแบบข้อความหรือสารที่ใช้ในการรณรงค์ที่แสดงถึงความเข้าใจบทบาทของแอลกอฮอล์ในวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่และเสรีภาพในการบริโภค เพิ่มการสื่อสารที่นำเสนอเจตจำนงของมาตรการต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจและยอมรับในกติกาทางสังคมร่วมกัน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกับมาตรการสำคัญที่คนส่วนใหญ่เห็นพ้องอยู่แล้ว เพิ่มโทษและเพิ่มการตีตราผู้ที่สร้างความเสียหาย ก่อความรุนแรง หรือสร้างผลกระทบต่อผู้อื่นอันเป็นผลจากการดื่มจนขาดสติ และกำหนดให้ทุกภาคส่วนทั้งฝ่ายนโยบาย ผู้ผลิต ผู้ขาย ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผับบาร์ ต้องแสดงความรับผิดชอบร่วมกันในการป้องกันไม่ให้เกิดการดื่มจนเกินพอดี โดยไม่ให้เป็นความรับผิดชอบของผู้ดื่มเพียงฝ่ายเดียว



Abstract

This qualitative research aims to explore the patterns and norms of alcohol consumption among individuals who identify themselves as “non-problematic drinkers,” as well as to study their perspectives and suggestions on the current measures to control access to alcoholic beverages. The in-depth interviews involve 37 young working adults aged 20-29 from urban areas in Bangkok, Nakhon Ratchasima, and Chiang Mai.

The study found that alcohol consumption among young working adults serves clear social functions, such as creating opportunities for socializing and building work networks. It also symbolizes privacy, relaxation, aesthetics, taste, and social class. Consequently, young adults have established their own drinking norms, which are shaped by personal and environmental contexts. Their identity as drinkers is characterized by the freedom to drink within limits, self-control, and avoiding negative impacts on themselves and others. Non-problematic drinkers use their “image” as a tool to guide their drinking behavior, avoiding problematic drinking that could affect their work, health, or social behavior. They are particularly cautious of behaviors like heavy drinking, intoxication to the point of dependency, aggressive or embarrassing behavior, and drunk driving, as these can tarnish their image.

Regarding measures to control access to alcoholic beverages, young adults prioritize “universality,” “reasonableness,” and “practicality.” They support measures aimed at preventing problems related to drinking and protecting public safety. However, they oppose measures that are overly controlling or that they perceive as threatening their freedom.

The study suggests several measures: reducing the traditional use of labeling that blames drinkers; adjusting the format or content of campaign messages to reflect the role of alcohol in young adults’ lifestyles and their freedom to consume; enhancing communication to present the intentions of control measures and promote understanding and acceptance of social rules; developing infrastructure for measures that have majority support; increasing penalties and labeling for those who cause damage, violence, or impact others due to problematic drinking; and calling for joint responsibility across all sectors, including policymakers, producers, sellers, and pub and restaurant operators, to prevent excessive drinking without placing the responsibility solely on the drinkers.



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง บรรทัดฐานการดื่ม อัตลักษณ์นักดื่ม และมุมมองที่มีต่อมาตรการควบคุมการดื่ม แอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มคนรุ่นใหม่วัยทำงาน ประสบผลสำเร็จได้จากการสนับสนุนของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) และภาควิชาสังคมและสุขภาพ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้เข้าร่วมวิจัยนักดื่มคนรุ่นใหม่วัยทำงานจากทั้งสามพื้นที่ศึกษาที่สละเวลาให้ข้อมูลสำหรับโครงการวิจัย และการสนับสนุนจาก ผศ.ดร. ดรุณี ภู่อานนท์ ภาควิชาสังคมและสุขภาพ จนดำเนินการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งทางผู้กำหนดนโยบายและผู้สื่อสารรณรงค์ป้องกันปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากมีข้อบกพร่องประการใด คณะผู้วิจัยยินดีน้อมรับเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

คณะผู้วิจัย



สารบัญ

บทคัดย่อ	1
Abstract.....	2
กิตติกรรมประกาศ	3
สารบัญ.....	4
ความเป็นมา หลักการและเหตุผล	8
การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย	11
นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา (Non-problematic drinkers).....	11
แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้.....	13
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	15
นิยามคำศัพท์	16
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	18
วิธีการวิจัย.....	19
รูปแบบการศึกษา.....	19
พื้นที่ศึกษา ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	19
เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูล	20
การเก็บรวบรวมข้อมูล	20
การวิเคราะห์ข้อมูล	20
การดูแลและพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง	21
ระยะเวลาดำเนินงาน	21
การทบทวนวรรณกรรมแบบจำกัดขอบเขต	22
วิธีการสืบค้น (Search strategy).....	22
ผลการคัดเลือกบทความที่เข้าเกณฑ์ (Search results).....	24

การสกัดข้อมูล (Data extraction).....	25
ผลการทบทวนวรรณกรรมแบบจำกัดขอบเขต	26
ลักษณะของวรรณกรรมที่สืบค้น	35
มโนทัศน์และคำศัพท์ที่ถูกใช้อธิบายการตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในบริบททางสังคมวัฒนธรรม.....	36
ข้อสรุปและอภิปรายเบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรมแบบจำกัดขอบเขต.....	39
แนวทางการนำข้อค้นพบไปใช้ในการศึกษา	40
นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา: บรรทัดฐานการดื่ม แบบแผนการดื่ม อัตลักษณ์นักดื่ม.....	42
ลักษณะของผู้ให้ข้อมูล	42
ประสบการณ์การดื่ม.....	44
แบบแผนการดื่มของคนรุ่นใหม่วัยทำงาน.....	46
แบบแผนการดื่มในบริบทบุคคล.....	46
แบบแผนการดื่มในบริบทสิ่งแวดล้อมและสังคม.....	47
บรรทัดฐานการดื่ม และอัตลักษณ์นักดื่ม.....	49
นิยามคำว่า “นักดื่ม” ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูล.....	49
ปริมาณการดื่มที่ยอมรับได้.....	52
การดื่มที่ “เป็นปัญหา”: ความหมายและประสบการณ์.....	53
ลักษณะของ “นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา”	55
กลยุทธ์การควบคุมตนเองของนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา	58
เปรียบเทียบมุมมองต่อการดื่มระหว่างคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่	62
มุมมองของคนรุ่นใหม่วัยทำงานต่อมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์	66
ความคิดเห็นต่อมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์.....	66
การห้ามขับขี่ยานพาหนะขณะมีเมามา หรือการรณรงค์เมาไม่ขับ.....	66
การกำหนดอายุของผู้ซื้อ	67
การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	68
การกำหนดช่วงเวลาขาย	69

การห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนาและวันหยุดพิเศษ	70
ข้อเสนอแนะต่อการออกแบบมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์	72
สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	78
สรุปผลการศึกษา	78
อภิปรายผลการศึกษา	80
ข้อเสนอแนะ	86
แนวการในการทำวิจัยในอนาคต	87
เอกสารอ้างอิง	88
ภาคผนวก.....	1
ภาคผนวก ก เอกสารการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน	2
ภาคผนวก ข แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง	4



ชื่อโครงการภาษาไทย

บรรทัดฐานการดื่ม อัตลักษณ์นักดื่ม และมุมมองที่มีต่อมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มคนรุ่นใหม่วัยทำงาน

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

Drinking Norms, Self-identification, and Perspectives on Alcohol Control Measures among Non-problematic Young Working-age Drinkers

ความเป็นมา หลักการและเหตุผล

ในแต่ละปี มีผู้เสียชีวิตจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กว่า 3 ล้านคนทั่วโลก รวมถึงยังมีอีกหลายล้านคนที่ต้องเจ็บป่วยหรือพิการ โดยภาพรวม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเป็นอันตราย (harmful use of alcohol) ก่อให้เกิดความสูญเสียทางสุขภาพเท่ากับร้อยละ 5.1 ของภาระโรคทั่วโลก ทั้งยังเป็นปัจจัยเสี่ยงอันดับต้น ๆ ของการเสียชีวิตก่อนเวลาอันควรและของความพิการในกลุ่มผู้ที่มีอายุระหว่าง 15 – 19 ปี (World Health Organization, 2022)



สำหรับประเทศไทย มีรายงานการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นจาก 7.85 ลิตรต่อคนต่อปี เมื่อปี พ.ศ. 2537 เป็น 8.47 ลิตรต่อคนต่อปีในปี พ.ศ. 2547 (ศิตาพร ยังกงและคณะ, 2551) และแม้ว่าอัตราการดื่มจะค่อนข้างคงที่ที่เฉลี่ย 7.2 ลิตร ในปี พ.ศ. 2560 แต่ก็ยังนับว่าเป็นปริมาณที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นอกจากนี้ในด้านของผลกระทบจากการดื่ม มีรายงานว่าร้อยละ 82 ของประชากรไทยระบุว่าเคยถูกทำร้ายจากผู้ดื่มแอลกอฮอล์ (Waleewong et al., 2017) การดื่มแอลกอฮอล์ยังเพิ่มโอกาสที่จะเกิดความรุนแรงในครอบครัวขึ้นถึงสี่เท่า และสองในห้าของอาชญากรรมที่เกิดขึ้นโดยเยาวชนไทย มีการดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (Department of Child and Adolescent Correction and Protection, 2008) การบริโภคแอลกอฮอล์จึงเป็นประเด็นที่นักวิชาการหลายแขนงให้ความสำคัญ เนื่องจากมีผลกระทบทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์ทางสังคม (Social landscape) ของประชากรในแทบทุกพื้นที่ทั่วโลก ทั้งในแง่ของประวัติศาสตร์ของการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อใช้สำหรับประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและพิธีกรรมทางสังคมต่าง ๆ มาตั้งแต่โบราณกาล และยังเป็นเครื่องดื่มที่ถูกใช้สำหรับงานเทศกาลต่าง ๆ ทั้งในวันวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีบทบาททางสังคมในฐานะที่เป็นเครื่องมือสำหรับสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ของความผ่อนคลายและการรวมกลุ่มเพื่อมิตรภาพและการเฉลิมฉลองอีกด้วย ทั้งนี้ แต่ละสังคมมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ ส่งต่อความคิดความเชื่อ และขัดเกลาแบบแผนพฤติกรรมในการผลิตและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาอย่างยาวนาน กอปรกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ยิ่งเอื้อให้ผู้คนได้มองเห็น รับรู้ เรียนรู้ และแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ จากทั้งภายในและต่างประเทศ ทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีบทบาทอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คน ความคุ้นเคยต่อการมีอยู่ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน อาจทำให้ความรุนแรงหรืออันตรายทั้งต่อตนเอง บุคคลรอบตัว และสังคม ที่อาจเกิดขึ้นจากการดื่มแอลกอฮอล์นั้นถูกมองข้ามไป (World Health Organization, 2022)

มีงานวิจัยมากมายที่พยายามทำความเข้าใจพฤติกรรมกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในมิติบุคคลและในมิติสังคมวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถหาวิธีการที่จะป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตทั้งในระดับปัจเจก



และในระดับประชากร อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมา งานวิจัยส่วนใหญ่ในประเทศไทยมักมุ่งเข้าไปเป็นการสำรวจการบริโภคแอลกอฮอล์เพื่อระบุกลุ่มเสี่ยง และการศึกษาเพื่อวัดผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์เพื่อแสดงสถานการณ์ความรุนแรงของปัญหา (อรทัย วลีวงศ์ และคณะ, 2557) รวมถึงการศึกษาเพื่อระบุปัจจัยที่ทำให้คนเสพติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งแนวทางเหล่านี้ถือเป็นกรอบคิดหลักที่ใช้ศึกษาปัญหาแอลกอฮอล์มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (สิทธิโชค ชาวไร่เงิน, ม.ป.ป.) และนำไปสู่นโยบายเชิงควบคุมการเข้าถึงและการบริโภคแอลกอฮอล์ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อป้องกันผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย



อย่างไรก็ตาม การศึกษาโดยมองว่าแอลกอฮอล์นั้นเป็นปัญหา หรือการศึกษาที่มุ่งเน้นไปยังปัญหาที่สัมพันธ์กับแอลกอฮอล์ (Problem-oriented approach) นั้นถูกวิพากษ์ว่าไม่สามารถอธิบายครอบคลุมปรากฏการณ์ทางสังคมของการดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นได้ทั้งหมด เพราะงานวิจัยโดยมากนิยมมุ่งไปที่ตัวผู้ที่มีปัญหาจากการดื่ม (Problematic drinkers) โดยเฉพาะผู้ดื่มอายุน้อย หรือผู้ดื่มหนัก (Binge drinkers) เป็นหลัก ในขณะที่อาจมีผู้ดื่มกลุ่มที่ไม่ได้มีปัญหา (Non-problematic drinkers) อยู่ด้วยเช่นกัน (Muhlack et al., 2018, สิทธิโชค ชาวไร่เงิน, ม.ป.ป.) การทำความเข้าใจบทบาทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แบบแผน และบรรทัดฐานของการเป็น “ผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” กลุ่มนี้ จึงน่าจะมีประโยชน์ในแง่ของการทำความเข้าใจวิถีการดื่มที่ “ไม่เป็นปัญหา” และนำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์หรือมาตรการเชิงสังคม ที่จะสามารถป้องกันไม่ให้ผู้ดื่มที่ไม่เป็นปัญหา กลายเป็นผู้ที่มีปัญหาจากการดื่มแอลกอฮอล์ในอนาคต หรือป้องกันไม่ให้เกิดผู้ดื่มที่ยังไม่อยู่ในวัยที่พร้อมได้

จากงานวิจัยสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ระบุว่า แม้ในภาพรวม ความชุกของการดื่มแอลกอฮอล์ในประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไปนั้นลดลงจากร้อยละ 31.5 ในปี พ.ศ. 2554 เป็นร้อยละ 28.4 ในปี พ.ศ. 2560 แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-19 ปี กลับไม่พบความเปลี่ยนแปลง ยิ่งไปกว่านั้น สัดส่วนของนักดื่มหนัก หรือดื่มแล้วขับชี่ยานพาหนะกลับเพิ่มขึ้น ในขณะที่สัดส่วนนักดื่มประจำค่อนข้างคงที่ ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่าการรณรงค์การเลิกดื่มและมาตรการต่าง ๆ อาจไม่ได้ส่งผลต่อผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเสี่ยงมากนัก (อธิบ ตันอารีย์ และ พลเทพ วิจิตรคุณากร, 2562) และยังไม่เกี่ยวข้องกับผู้ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ แต่ไม่มองว่าแอลกอฮอล์นั้นเป็นปัญหาด้วย จึงเป็นที่น่าสนใจว่านักดื่มที่ไม่มีปัญหาเหล่านี้มีมุมมองและปฏิสัมพันธ์กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงแอลกอฮอล์ที่ผ่านมาอย่างไร และมีแนวคิดเกี่ยวกับการป้องกันปัญหาจากการดื่มแอลกอฮอล์อย่างไร

งานวิจัยชิ้นนี้ จึงต้องการค้นหาแบบแผนการดื่ม และบรรทัดฐานการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ดื่มระบุว่าตนเองอยู่ในกลุ่ม “นักดื่มที่ไม่มีปัญหา” (Non-problematic drinkers) และมุมมองที่นักดื่มกลุ่มนี้มีต่อ

มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน โดยเน้นศึกษาในกลุ่มคนรุ่นใหม่วัยทำงานที่มีกำลังซื้อ และมีอิสระในการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังได้ทบทวนวรรณกรรมอย่างมีขอบเขต ที่มุ่งศึกษางานวิจัยที่พยายามอธิบายการดื่มแอลกอฮอล์ในมิติทางสังคมวัฒนธรรม รวมถึงบรรทัดฐานการดื่มของคนรุ่นใหม่วัยทำงานในประเทศต่าง ๆ ผลการศึกษาจะสามารถใช้เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ในการออกแบบมาตรการทางสังคมให้เป็นที่เข้าใจและยอมรับได้ง่ายขึ้นสำหรับผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกกลุ่ม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการดื่มอย่างเป็นอันตราย หรือป้องกันไม่ให้เกิดนักดื่มที่ยังไม่อยู่ในวัยที่พร้อมได้



การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย



จากรายงาน Global Status Report on Alcohol and Health ขององค์การอนามัยโลกระบุว่า ในปี 2016 คนไทยดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ย 8.3 ลิตรต่อคนต่อปี ซึ่งสูงกว่าสถิติของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (4.5 ลิตร ต่อคนต่อปี) โดยกลุ่มประชากรชายมีปริมาณการดื่มมากกว่าประชากรหญิง (14.3 ลิตร และ 2.5 ลิตร ตามลำดับ) โดยร้อยละ 69 เป็นการดื่มสุรา ร้อยละ 28 เป็นการดื่มเบียร์ และร้อยละ 3 เป็นการดื่มไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่น ๆ (World Health Organization, 2018)

อชิบ ตันอารีย์ และ พลเทพ วิจิตรคุณากร (2562) ได้นำเสนอสถานการณ์แอลกอฮอล์ของแต่ละจังหวัดเพื่อประเมินความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ พบว่าภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความชุกของนักดื่มทั้งในกลุ่มผู้ใหญ่และกลุ่มวัยรุ่นสูงกว่าภูมิภาคอื่น ในขณะที่ภาคกลางและภาคใต้มีสัดส่วนของการดื่มประจำและดื่มหนักสูงกว่าภูมิภาคอื่น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของพฤติกรรมกรรมการดื่มและประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการดื่มในแต่ละพื้นที่

นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา (Non-problematic drinkers)



งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา หรือ non-problematic drinkers มีจำนวนไม่มากนัก โดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในต่างประเทศ และมีข้อค้นพบที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ การระบุว่าตนเองเป็นนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหานั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้บรรทัดฐานของการดื่ม และการให้ความหมายว่าลักษณะการดื่มอย่างไรจึงจะถือว่าการดื่มที่ “ยอมรับได้” (Acceptable drinking) ซึ่งบรรทัดฐานดังกล่าวถูกประกอบสร้างผ่านวาทกรรม (Discourse) เกี่ยวกับอัตลักษณ์และเพศภาวะของผู้ดื่ม และนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ของการเป็นนักดื่มของตนเอง โดยนักดื่มกลุ่มนี้จะมีการคงไว้ซึ่งสถานะการเป็นนักดื่มที่ไม่มีปัญหา (หรือมีความรับผิดชอบ – responsible drinkers) ด้วยการกำหนดขอบเขตของพฤติกรรมกรรมการดื่มของตน ซึ่งใช้เป็นบรรทัดฐานในการดื่มในฐานะ non-problematic drinkers (Muhlack et al., 2018)

การนิยามตนเองว่าเป็นนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา ในแง่หนึ่งอาจถือเป็นแรงขับที่จะควบคุมพฤติกรรมของตนเองเพื่อคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์นั้น แต่ในอีกแง่หนึ่งก็อาจทำให้คนกลุ่มนี้เชื่อว่าตนเองสามารถดื่มแอลกอฮอล์ได้ในปริมาณที่มากขึ้น トラบเท่าที่นักดื่มยังเชื่อว่าตนมี “ความรับผิดชอบ” มากกว่าคนอื่น ๆ (Sedgeworth, 2019) และทำให้การดื่มนั้นเป็นเรื่องปกติ (Normalization of alcohol use) หากยังอยู่ในการควบคุมของตนเอง (Ling, 2014) ซึ่งอาจนำไปสู่การดื่มแอลกอฮอล์อย่างเป็นปัญหาในที่สุด (Muhlack et al., 2018)

นอกจากนี้ งานศึกษาที่ผ่านมายังพบว่า กลุ่มนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหาไม่ได้สนใจผลกระทบทางสุขภาพของการดื่มแอลกอฮอล์เท่าที่ควร เพราะการดื่มของคนกลุ่มนี้เป็นการดื่มเพื่อการผ่อนคลายซึ่งเป็นพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ตนได้เรียนรู้มา (Muhlack et al., 2018) และการกำหนดปริมาณการดื่มที่ “เหมาะสม” นั้นก็เป็นการกำหนดจากความคิดความเชื่อของตนเอง (Ling, 2014; Sedgeworth, 2019) จึงส่งผลให้มาตรการหรือการรณรงค์เกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ใช้ไม่ได้ผลนั่นเอง ดังนั้น การศึกษาการให้ความหมายของการดื่มแบบไม่เป็นปัญหา และการควบคุมตนเองเพื่อให้ยังคงสถานะการเป็นนักดื่มที่มีความรับผิดชอบ รวมถึงพฤติกรรมการดื่มและมุมมองที่คนกลุ่มนี้มีต่อยุทธศาสตร์ควบคุมการเข้าถึงการดื่มแอลกอฮอล์จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ และยังมีผู้ศึกษาในประเทศไทย

การยอมรับมาตรการควบคุมการเข้าถึงการดื่มแอลกอฮอล์



พรบ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้กำหนดข้อปฏิบัติเพื่อลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลากลางวันและหลังเที่ยงคืน การห้ามขายให้แก่บุคคลเฉพาะเช่น เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี และผู้ที่มีอาการมินเมา การห้ามขายในสถานที่ห้ามขาย อันได้แก่ ปิมน้ำมัน สถานีบริการเชื้อเพลิง หอพัก สวนสาธารณะ สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา สถานศึกษา สถานบริการสาธารณสุข สถานที่ราชการ พื้นที่อุทยานแห่งชาติ และพื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน การห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนา การห้ามดื่มในสถานที่ห้ามดื่ม โดยเฉพาะในพื้นที่สาธารณะ และการจำกัดการโฆษณาและกิจการทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่ม เป็นต้น

จากการศึกษาการยอมรับมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์และการรับรู้นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในจังหวัดขอนแก่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมดื่มในโอกาสช่วงเทศกาล และสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่าย ใช้เวลาเดินทางสั้น ทั้งยังเคยพบเห็นการฝ่าฝืนข้อปฏิบัติที่จำกัดการเข้าถึงทั้งในแง่ของการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเวลาที่กำหนด การขายให้ผู้ที่มีอาการมินเมา การขายให้เยาวชน เป็นต้น และมีพฤติกรรมการดื่มในสถานที่ห้ามดื่ม โดยเฉพาะในสถานที่สาธารณะ แต่การควบคุมการขายเครื่องดื่มในพื้นที่ห้ามขายค่อนข้างมีประสิทธิภาพ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนับสนุนให้มีการจัดงานประเพณีที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีชุมชนและบุคคลต้นแบบในการลด ละ เลิก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ศิราณี ศรีหาภาค และคณะ, 2563) จากผลการศึกษาดังกล่าวอาจมีนัยยะถึงการขาดประสิทธิภาพของนโยบายควบคุมหรือจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน และความสำคัญของมาตรการเชิงบรรทัดฐาน ที่อาจเป็นที่ยอมรับของประชาชนในท้องถิ่นเดียวกันได้มากกว่า

แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้



การวิจัยชิ้นนี้ได้ประยุกต์ใช้ 2 แนวคิด (Concepts) ได้แก่

Construction of Alcohol Consumption และ

Proscriptive vs. Prescriptive Morality

แนวคิด Construction of Alcohol Consumption



เป็นการอธิบายการประกอบสร้างการดื่มแอลกอฮอล์ จากความคิด ความเชื่อ และการให้ความหมายทางสังคมของนักดื่ม ซึ่งนำไปสู่สิ่งที่นักดื่มเชื่อว่าเป็น “การดื่มตามบรรทัดฐาน” (Normative drinking) ที่เหมาะสม ในที่นี้การดื่มตามบรรทัดฐาน จะถูกใช้เพื่ออธิบายว่าปฏิบัติการ (หรือพฤติกรรม) การดื่มแบบไหนที่ถูกนิยามว่าเป็นการดื่มแบบที่ “ยอมรับได้” (acceptable) หรือ “ยอมรับไม่ได้” (unacceptable)

จากข้อสรุปของงานวรรณกรรมปริทัศน์ โดย (Muhlack et al., 2018) ความหมายของพฤติกรรมการดื่มที่ยอมรับได้ซึ่งปรากฏในงานวิจัยที่ผ่านมาประกอบไปด้วยหลายแง่มุมด้วยกัน อาทิ พฤติกรรมของนักดื่มในที่สาธารณะ ผลกระทบหรือผลเสียที่เกิดขึ้นต่อนักดื่มหรือผู้อื่น หรือ ความเหมาะสม กับวัยวุฒิ และความสามารถ ในการทำสิ่งที่ตนต้องรับผิดชอบ เป็นต้น และนักดื่มที่แสดงอาการว่าได้รับผลกระทบจากแอลกอฮอล์และควบคุมตนเองไม่ได้ (เช่น พูดอ้อแอ้ไม่ชัดเจน เดินไม่ตรง อาเจียน หรือเมาค้างในวันรุ่งขึ้น) ดื่มแล้วขับ เมาจนไม่สามารถดูแลลูกได้ หรือเป็นผู้ที่อายุน้อยหรืออายุมากที่เสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพหากดื่มในปริมาณมาก มักจะถูกตีตราว่าเป็นการดื่มที่ยอมรับไม่ได้ (อาทิ Ling et al., 2012; Emslie et al., 2012, as cited in Muhlack et al., 2018)

การดื่มตามบรรทัดฐานนั้นถูกประกอบสร้างผ่านอัตลักษณ์ (Identity) ของนักดื่ม ทั้งในแง่ของอัตลักษณ์ของการดื่มที่ยอมรับได้ หรือการเป็นนักดื่มที่มีความรับผิดชอบ ที่นักดื่มนิยามให้แก่ตนเอง หรือถูกนิยามโดยพฤติกรรมการดื่มของตนเอง และในแง่ของการเป็นสัญลักษณ์ของการก้าวผ่านจากตัวตนเดิมสู่ตัวตนใหม่ เช่น การเติบโตเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะ เป็นต้น นอกจากนี้ยังถูกประกอบสร้างผ่านวาทกรรมเรื่องเพศภาวะ (Gender) เพราะรูปแบบการดื่มมักถูกใช้เป็นเครื่องมือในการแสดงออกถึงบรรทัดฐานทางเพศ หรือการก้าวข้ามบรรทัดฐานทางเพศ และยอมส่งผลถึงความคาดหวังทางสังคมและการให้ตัดสินความยอมรับได้ หรือยอมรับไม่ได้ ของพฤติกรรมการดื่มด้วย เช่น แม้ว่าผู้หญิงที่ดื่มจะได้รับการยอมรับไม่ต่างจากผู้ชาย แต่ผู้คนอาจรู้สึกไม่สะดวกใจที่จะเห็นผู้หญิงดื่มหรือเมาอยู่ตามสถานบันเทิงมากกว่าเมื่อเทียบกับผู้ชาย (Holloway et al., 2008, as cited in Muhlack et al., 2018)

แอลกอฮอล์มักถูกมองเป็นเครื่องกำหนดเส้นแบ่งให้แก่การทำงานหรือความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน การดื่มเป็นเสมือนการประกาศว่าผู้ดื่มได้ปฏิบัติหน้าที่เสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว และถึงเวลาผ่อนคลายหลังเลิกงาน บรรทัดฐานในการดื่มในบริบททางสังคมยังถูกมองว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าภาพและแขก เป็นมารยาทในการต้อนรับขับสู้ ซึ่งทำให้แม้แต่ผู้ที่ไม่ได้เป็นนักดื่มอย่างจริงจังก็ต้องมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

หลากหลายแบบเก็บไว้ที่บ้านของตน ในขณะที่แขกก็ต้องรับน้ำใจจากเจ้าภาพด้วยการดื่ม การดื่มตามมารยาท เช่นนี้ นัยหนึ่งถูกมองว่าเป็นการดื่มที่ “ยอมรับได้” แต่หากเจ้าภาพกระตุ้นให้แขกดื่มจนเกินพอดี และเมาในพื้นที่ของบ้านเจ้าภาพ การดื่มนั้นก็จะกลายเป็นการดื่มที่ “ยอมรับไม่ได้” ได้เช่นกัน ฉะนั้นการประกอบสร้าง การดื่มตามบรรทัดฐานจึงเกิดขึ้นผ่านการกำหนดสัญลักษณ์ว่าการดื่มเป็นเครื่องมือเพื่อความผ่อนคลายจากหน้าที่การงานหรือเพื่อการสนุกสนาน (Play) ด้วย และท้ายที่สุด การดื่มตามบรรทัดฐานนั้นเป็นสิ่งที่ผู้คนเรียนรู้ ทั้งจากครอบครัวและวัฒนธรรมตนเอง (Learning to drink) ตลอดจนจากความชอบส่วนตัว และผลของ แอลกอฮอล์ที่มีต่อตนเอง ทั้งนี้ ยังรวมถึงการเรียนรู้ทักษะของ “นักดื่มที่ไม่มีปัญหา” ความรู้เท่าทันแอลกอฮอล์ และการแสดงออกถึงความรู้ที่ตนมีในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรม “การดื่มที่มีบรรทัดฐาน” ด้วย (Muhlack et al., 2018)

โดยสรุป อัตลักษณ์ เพศภาวะ การละเล่น และการเรียนรู้ที่จะดื่ม เป็นสิ่งที่กำหนดนิยามการดื่มอย่างมี บรรทัดฐาน และสิ่งค้ำประกอบนี้ทำงานร่วมกันในการสร้างภาพที่ซับซ้อนยิ่งขึ้นของธรรมชาติของบรรทัดฐาน การดื่ม ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ต้องการทำความเข้าใจสิ่งที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรม (หรือปฏิบัติการ) การดื่มของนักดื่ม ที่นิยามตนเอง (Self-identification) ว่าเป็นนักดื่มที่ไม่มีปัญหา (Non-problematic drinkers) และแนวทางการ คองไว้ซึ่งสถานะนั้น แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการประเมินความเสี่ยงทางอ้อมที่อาจทำให้คนกลุ่มนี้ดื่ม แอลกอฮอล์ในปริมาณที่มากเกินไปจนเป็นอันตรายด้วยเช่นกัน

แนวคิด Prescriptive vs. Proscriptive Morality



ในบางครั้งถูกนำมาใช้อธิบายในทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ ในแง่ของการตอบสนองเชิง พฤติกรรมต่อข้อเสนอแนะทางสุขภาพ โดยเป็นการเปรียบเทียบระหว่างการให้ข้อเสนอแนะสอง รูปแบบ คือ 1) ข้อเสนอแนะที่บอกว่าควรทำอย่างไร (เช่น ท่านควรดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่ เหมาะสม) กับ 2) ข้อเสนอแนะที่บอกว่าไม่ควรทำอย่างไร (เช่น ท่านไม่ควรดื่มแอลกอฮอล์เกิน ปริมาณที่เหมาะสม) ที่จะส่งผลต่อการตอบสนองเชิงแรงจูงใจและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยข้อเสนอแนะที่บอกว่าควรทำอย่างไร เป็นข้อเสนอแนะที่ตั้งอยู่บนฐานของ Prescriptive morality และข้อเสนอแนะที่บอกว่าไม่ควรทำอย่างไร เป็นข้อเสนอแนะที่ตั้งอยู่บนฐานของ Proscriptive morality นั่นเอง

ในการกำหนดกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ การใช้สาร (messages) ที่โน้มเอียงไปทางการส่งเสริม สนับสนุน กระตุ้น ด้วยถ้อยคำที่เป็นเชิงบวก มักจะมีความสัมพันธ์กับ Prescriptive moral rules หรือเกณฑ์ทางศีลธรรมในแง่ที่ว่า “ควร” จะทำอะไร ในขณะที่สารที่โน้มเอียงไปทางการป้องกัน หลีกเลี่ยงปกป้อง ด้วยถ้อยคำที่เป็นเชิงลบ มักจะมีความสัมพันธ์กับ Proscriptive moral rules (Pavey et al., 2018) ดังนั้น ในการสื่อสารเกี่ยวกับสุขภาพจึงต้องพิจารณาถึงลักษณะของการใช้สาร (หรือถ้อยคำ) ว่า

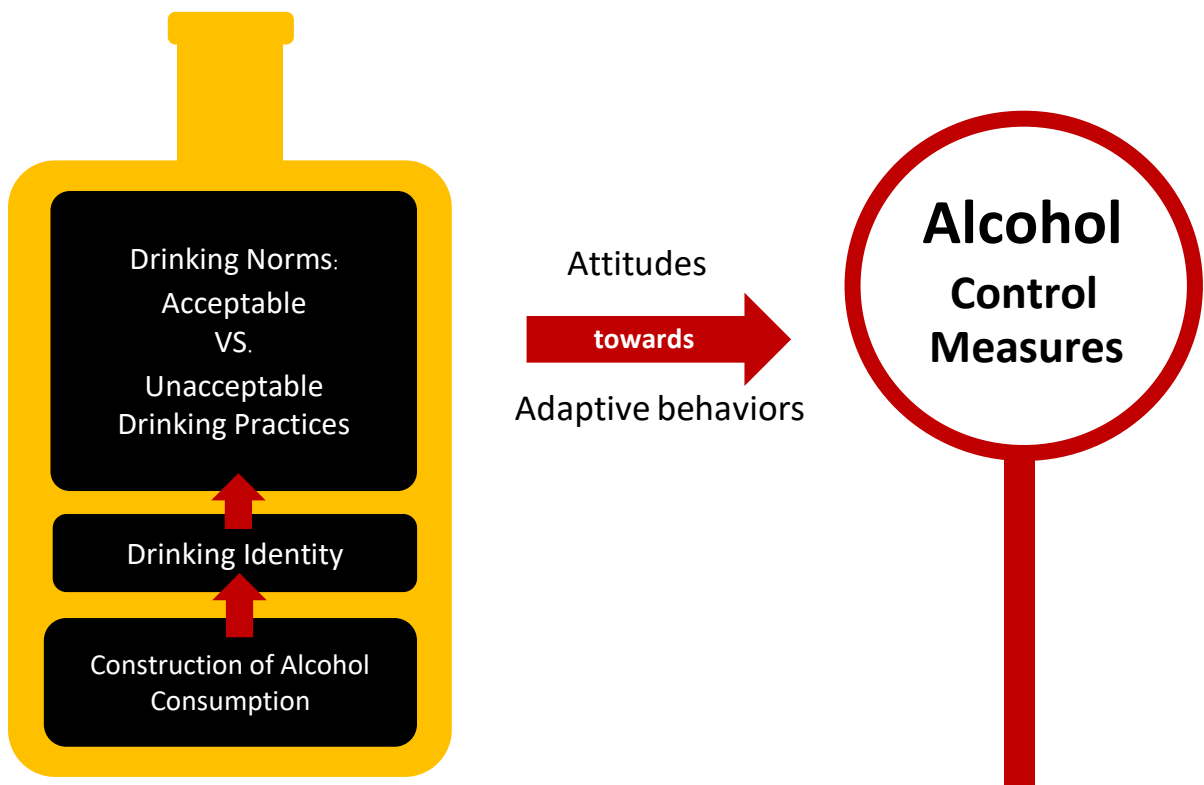
กระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางแรงจูงใจและพฤติกรรมไปในทางใด โดยทั่วไป แม้ว่าการสื่อสารด้วยข้อมูลหรือ ถ้อยคำแบบห้ามปราม หรือ Proscriptive จะดึงดูดความสนใจและกระตุ้นเตือนได้มากกว่า แต่ในทางกลับกัน อาจทำให้เกิดการตอบสนองแบบตั้งรับหรือต่อต้านมากกว่า โดยเฉพาะเมื่อผู้รับสารรู้สึกว่าการสื่อสารของตนถูกคุกคาม และอาจนำไปสู่พฤติกรรมตรงกันข้ามได้ และทำให้การสื่อสารข้อมูลสุขภาพนั้นไม่เกิดผล ตามที่ประสงค์

จากการศึกษาของ (Pavey et al., 2018) พบว่า ข้อความที่สื่อสารเพื่อแนะนำเกี่ยวกับการดื่ม แอลกอฮอล์แบบ Proscriptive สามารถเพิ่มบรรทัดฐานทางศีลธรรมเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ นำไปสู่การมีทัศนคติที่ดี และเจตจำนงที่จะดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่เหมาะสมได้จริง ทว่าในเชิงพฤติกรรม กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายกลับยิ่งดื่มในปริมาณมากขึ้น ทั้งนี้ การกำหนดมาตรการควบคุม การดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีแนวโน้มไปทางการสื่อสารแบบ Proscriptive กล่าวคือ เป็นการกำหนด“ข้อห้าม” การจำหน่ายแอลกอฮอล์ ในแต่ละวาระโอกาสและสถานที่ ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่บังคับใช้ตรงไปยังผู้ชาย และส่งผลทางอ้อมต่อการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคไม่ให้อาจสามารถซื้อหรือ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวาระและโอกาสนั้น ๆ การศึกษาทัศนคติที่นักดื่ม มีต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะนักดื่มที่ไม่คิดว่าตนเองดื่มแอลกอฮอล์จนเป็นปัญหา น่าจะทำให้เข้าใจถึงการตอบสนองต่อมาตรการดังกล่าว และนำไปสู่การพัฒนามาตรการหรือนโยบายและแนวทางการสื่อสารทางสุขภาพเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิผลมากขึ้น



กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาชิ้นนี้ต้องการทำความเข้าใจการประกอบสร้างการดื่มแอลกอฮอล์ (Construction of alcohol consumption) จากความคิด ความเชื่อ และการให้ความหมายทางสังคมของการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่ม“นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา” ซึ่งกลายเป็นบรรทัดฐานการดื่ม (Drinking norms) ของนักดื่มกลุ่มนี้ โดยคณะผู้วิจัยมีสมมุติฐานเบื้องต้นว่า อัตลักษณ์ความเป็นนักดื่ม (Drinking identity) ที่นักดื่มแต่ละคนนิยามให้แก่ตนเอง (Self-identification) เป็นผลมาจากประสบการณ์ทางสังคมที่นักดื่มสั่งสมมา ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดวิธีคิดและความเชื่อเกี่ยวกับการดื่ม และกำกับรูปแบบและพฤติกรรมกรรมการดื่ม (Drinking practices) ในระดับปัจเจก ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ ตลอดจนทัศนคติที่มีต่อนโยบายหรือมาตรการควบคุมในระดับสังคม รวมถึงพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อนโยบายนั้น ๆ โดยสามารถแสดงเป็นภาพกรอบแนวคิดการศึกษาได้ดังนี้



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดการศึกษา

นิยามคำศัพท์

นักดื่ม (Drinkers) หมายถึงผู้ที่ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ (Regular drinker) ที่ดื่มแอลกอฮอล์ชนิดใดก็ได้ อย่างน้อย 1 วันต่อสัปดาห์ (อธิป ตันอารีย์ และ พลเทพ วิจิตรคุณากร, 2562)

นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา (Non-problematic drinkers) หมายถึง นักดื่มที่ไม่มีพฤติกรรมดื่มแอลกอฮอล์ครั้งละมากๆ (Binge drinking) ไม่ดื่มแล้วขับ ไม่ดื่มหลังจากถูกวินิจฉัยว่ามีสถานะทางการแพทย์ที่ไม่สามารถดื่มแอลกอฮอล์ได้ (เช่น โรคทางภูมิคุ้มกัน หรือโรคตับ) และไม่มีพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกับการใช้สารเสพติด (Muhlack et al., 2018) อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ จะให้ผู้เข้าร่วมศึกษาให้นิยามด้วยตนเองก่อน ว่า “นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา” มีลักษณะอย่างไร จากนั้นผู้วิจัยจะนำนิยามของผู้เข้าร่วมศึกษามาเปรียบเทียบกับนิยามจากวรรณกรรมที่อ้างอิง

บรรทัดฐานการดื่ม (Drinking norms) หมายถึง การกำหนดนิยามของการดื่มแอลกอฮอล์ ว่าการดื่มแบบใดเป็นการดื่มที่ยอมรับได้ (Acceptable drinking) และการดื่มแบบใดเป็นการดื่มที่ยอมรับไม่ได้ (Unacceptable drinking) ในมุมมองของผู้ที่นิยามตนเองว่าเป็นนักดื่มไม่เป็นปัญหา

อัตลักษณ์นักดื่ม (Drinking identity) หมายถึง นิยามของตัวตนแบบที่นักดื่มรับรู้และกำหนดขึ้นในฐานะที่ตนเองเป็นผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือการระบุบทบาทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หรือภาพลักษณ์ส่วนบุคคลของตนเอง ซึ่งมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดื่ม ทักษะการดื่มที่มีต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการตอบสนองต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งถือเป็นการประกอบสร้างทางจิตวิทยาและสังคมที่ประกอบด้วยการรับรู้ตนเอง อัตลักษณ์ทางสังคม และแนวโน้มพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้แอลกอฮอล์

มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol control measures) หมายถึง มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย การกำหนดสถานที่และเวลาที่ห้ามขายหรือห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



วัตถุประสงค์การศึกษา



1. เพื่ออธิบายความหมายของแอลกอฮอล์และการดื่มแอลกอฮอล์ในมิติทางสังคมวัฒนธรรม ผ่านการทบทวนวรรณกรรมอย่างมีขอบเขต (Systematic scoping review)



2. เพื่อค้นหาแบบแผน และบรรทัดฐานการดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ที่ระบุว่าตนอยู่ในกลุ่ม “นักดื่มที่ไม่มีปัญหา” (non-problematic drinkers)



3. เพื่อศึกษามุมมองและข้อเสนอแนะที่นักดื่มกลุ่มนี้มีต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยที่ใช้ในปัจจุบัน



วิธีการวิจัย

รูปแบบการศึกษา

เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาเชิงสำรวจ (Exploratory descriptive study) เพื่อสืบค้นรูปแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และวิถีชีวิตที่อยู่เบื้องหลังการดื่มของ คนรุ่นใหม่วัยทำงานที่นิยามตนเองว่าเป็นนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method)



พื้นที่ศึกษา ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดพื้นที่ศึกษาจาก 3 ภูมิภาคของประเทศไทยซึ่งเป็นภูมิภาคที่ถูก ประเมินว่ามีความเสี่ยงด้านแอลกอฮอล์ (มีอัตราการดื่มแอลกอฮอล์ หรือมีปัญหาที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์) สูงที่สุด (อธิบ ต้นอารีย์ และ พลเทพ วิจิตรคุณากร, 2562) ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (ภาคกลาง) นครราชสีมา (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) และเชียงใหม่ (ภาคเหนือ) (อธิบ ต้นอารีย์ และ พลเทพ วิจิตรคุณากร, 2562) โดย ในขั้นแรกได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูล (informants) จังหวัดละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน มีเกณฑ์การคัดเลือกได้แก่

- (1) เป็นบุคคลวัยทำงานตอนต้น มีอายุระหว่าง 20-29 ปี
- (2) ทำงานและ/หรืออยู่อาศัยในเขตเมือง (อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หรือ กรุงเทพมหานคร)
- (3) เป็นนักดื่มที่ดื่มเป็นประจำ (regular drinker) ที่ดื่มแอลกอฮอล์ชนิดใด ปริมาณใดก็ได้ อย่างน้อย 1 ครั้งต่อ สัปดาห์
- (4) นิยามตนเองว่าเป็น “นักดื่มที่ไม่มีปัญหา”
- (5) สามารถสื่อสารภาษาไทยหรือภาษาท้องถิ่นไทย (อีสาน และเหนือ) ได้

นอกจากนี้ มีผู้ให้ข้อมูลอีก 6 รายในเขตกรุงเทพมหานครที่ถูกแนะนำให้เข้าร่วมโครงการจากผู้ให้ ข้อมูลคนก่อนหน้าตามวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสโนวบอล โดยระบุว่า เป็นนักดื่มที่ดื่มเป็นประจำ แต่หลังจาก สัมภาษณ์แล้วพบว่า ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มดังกล่าวไม่ได้ดื่มอย่างสม่ำเสมอทุกสัปดาห์ แต่ดื่มในปริมาณมากในแต่ละ ครั้ง และเนื่องจากผู้ให้ข้อมูลไม่ได้มีคุณสมบัติตรงตามนิยามที่กำหนด ในขณะทำงานวิจัยต้องการมุ่งทำความเข้าใจแบบแผนการดื่ม และอัตลักษณ์ของผู้ที่ดื่มอย่างสม่ำเสมอจนเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต คณะผู้วิจัยจึงใช้ ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล 6 รายนี้เฉพาะส่วนที่แสดงข้อมูลทั่วไป ประสบการณ์การดื่ม และมุมมองที่มีต่อมาตรการ ควบคุมการดื่มเท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูล

ใช้แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (ดูภาคผนวก ข) ซึ่งเป็นแนวคำถามปลายเปิด เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและพฤติกรรมกรรมการตี้มแอลกอฮอล์ของผู้ให้ข้อมูล สาเหตุที่ตี้ม ประสพการณ์การตี้ม การให้ความหมายต่อการตี้ม การนิยามตนเองในฐานะนักตี้ม บรรทัดฐานในการตี้ม มุมมองและการให้นิยามการตี้มที่เป็นปัญหา/ยอมรับไม่ได้ และไม่เป็นปัญหา/ยอมรับได้ เทคนิคหรือเงื่อนไขในการคงไว้ซึ่งสถานะนักตี้มที่มีความรับผิดชอบ การเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ทศนคติและข้อเสนอแนะที่มีต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และข้อเสนอแนะต่อการป้องกันปัญหาอันเกิดจากการตี้มแอลกอฮอล์



เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง อุปกรณ์สำหรับบันทึกเสียง อุปกรณ์สำหรับจดบันทึกด้วยมือ และตัวนักวิจัยที่เข้าไปปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูล และเป็นผู้ตีความข้อมูลที่ได้จากการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยที่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับโครงการวิจัย เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเริ่มจากการแนะนำของคนใกล้ชิดที่รู้จักผู้ที่เป็นนักตี้มที่ตรงตามเกณฑ์การคัดเลือก จากนั้นจึงค้นหาผู้ให้ข้อมูลรายถัดไปด้วยวิธีการสุ่มแบบสโนว์บอล (snowball sampling) จนกว่าจะได้จำนวนผู้ให้ข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการ ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนจะได้รับคำอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย และลักษณะข้อมูลที่ต้องการ ก่อนจะลงนามยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (informed consent) แล้วจึงทำการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (face-to-face) ด้วยการพบปะกันทางกายภาพ หรือผ่านช่องทางออนไลน์ (ผ่านโปรแกรมการประชุมด้วยวิดีโอ) ตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึกจะใช้เวลาประมาณ 45 นาทีถึง 1 ชั่วโมง ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ได้รับค่าตอบแทนภายหลังจากเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์เป็นเงินจำนวน 500 บาทต่อราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่



(1) ข้อมูลลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ชีวิตประจำวัน และลักษณะการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (ปริมาณและความถี่)

(2) ข้อมูลหมวดหมู่คำตอบตามกรอบแนวคิดการศึกษา โดยจำแนกข้อมูลตามหมวดหมู่ที่กำหนดไว้เบื้องต้นประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป แบบแผนการตี้ม ความหมายของการตี้ม มุมมองที่มีต่อสถานะบุคคลและสถานะสังคมกับการตี้ม การนิยามการตี้มที่เป็นปัญหา และมุมมองและการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ จากนั้นจึงพิจารณาเพิ่มหมวดหมู่หลักและหมวดหมู่ย่อยหากพบ emerging themes อื่นๆ ที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม

การดูแลและพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง

ในด้านการรักษาความลับ (Confidentiality) ชื่อของผู้ให้ข้อมูลจะถูกปกปิดเป็นความลับ ในการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยจะกำหนดชื่อของผู้ให้ข้อมูลขึ้นมาใหม่ โดยชื่อจริงจะไม่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับข้อมูลที่เก็บไว้ได้ ข้อมูลที่บันทึกแบบเสียงสนทนาและข้อมูลจากการถอดบันทึกเป็นข้อความจะถูกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ ปกป้องด้วยรหัสการเข้าถึงที่มีเพียงนักวิจัยและผู้ช่วยวิจัยหลักเท่านั้นที่จะสามารถเข้าถึงได้ และ



ในด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) นักวิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเมื่อผู้ให้ข้อมูลพร้อมให้สัมภาษณ์ ในสถานที่ที่เป็นส่วนตัวหรือสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวกใจ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะอัดเสียงสนทนาเมื่อได้รับอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลก่อนทุกครั้ง

โครงการวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคนจากคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล รหัสโครงการ 203/041.1303

ระยะเวลาดำเนินงาน

16 เดือน เริ่มตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2565 ถึง 31 มีนาคม 2567



การทบทวนวรรณกรรมแบบจำกัดขอบเขต



การทบทวนวรรณกรรมแบบจำกัดขอบเขต (Scoping review) มีวัตถุประสงค์เพื่อสืบค้นงานวิจัยที่ศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างบรรทัดฐานทางสังคมวัฒนธรรมเกี่ยวกับการดื่ม ว่าถูกนำมาอธิบายการรับรู้และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนรุ่นใหม่วัยทำงานอย่างไร

วิธีการสืบค้น (Search strategy)

คณะผู้วิจัยได้กำหนดคำสืบค้น (Search terms) แบบกว้างโดยครอบคลุมประชากร (Population) เป้าหมายได้แก่ผู้ใหญ่ตอนต้น และคนรุ่นใหม่วัยทำงาน โดยวรรณกรรมต้องใช้นิทัศน์ (Concept) ที่ระบุถึงการประกอบสร้างทางสังคม วัฒนธรรม อัตลักษณ์ และบรรทัดฐาน ซึ่งสัมพันธ์กับผลลัพธ์ (Outcome) คือ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความเชื่อ ทศนคติ และการรับรู้เกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ คำค้นทั้งหมดกำหนดเป็นภาษาอังกฤษ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คำสืบค้น (Search terms)

Population	Concept	Outcome
Young adults, young working adults, young people	Social construction, culture, cultural influence, self-identification, identity, norm, normalization, normative	drinking, drinking behavior, drink pattern, alcohol use, alcohol consumption, belief, attitudes, perception

คณะผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นอย่างเป็นระบบ (Systematic search) จากฐานข้อมูลระดับนานาชาติ 2 ฐานข้อมูลได้แก่ PubMed และ Embase โดยกำหนดเกณฑ์คัดเข้า (Inclusion criteria) ได้แก่ (1) เป็นบทความวิจัยหรือบทความทบทวนวรรณกรรมปริทัศน์ (2) เป็นบทความที่ใช้มุมมองทางสังคมวัฒนธรรมในการอธิบายการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (3) เป็นบทความที่เผยแพร่ นับตั้งแต่ ค.ศ. 2000 จนถึงปัจจุบัน (4) เป็นบทความภาษาอังกฤษ และ (5) ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงบทความฉบับเต็ม (Full-text) ได้

ในเบื้องต้น จำนวนบทความที่พบจากการสืบค้นจากฐานข้อมูล 2 แหล่ง มีทั้งหมด 1,793 เรื่อง โดยมาจากฐานข้อมูล PubMed 728 เรื่อง และฐานข้อมูล Embase จำนวน 1,065 เรื่อง ทำการสืบค้นเมื่อวันที่ 7

มิถุนายน 2566 มีรายละเอียดของผลการสืบค้นวรรณกรรมเบื้องต้น และเงื่อนไขคำค้นที่ใช้ในแต่ละฐานข้อมูล ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการสืบค้นเบื้องต้น และเงื่อนไขคำค้นที่ใช้ในแต่ละฐานข้อมูล

No.	Database	Date	Search strategy	Results (2000-2023)
1	Pubmed	7/6/20 23	(‘Young adults’[Title/Abstract] OR ‘Young working adults’[Title/Abstract] OR ‘Young people’[Title/Abstract]) AND(‘Social construction’[Title/Abstract] OR ‘culture’[Title/Abstract] OR ‘cultural influence’[Title/Abstract] OR ‘self-identification’[Title/Abstract] OR ‘identity’[Title/Abstract] OR ‘norm’[Title/Abstract] OR ‘normalization’[Title/Abstract] OR ‘normative’[Title/Abstract]) AND (drinking [Title/Abstract] OR ‘drinking behavior’[Title/Abstract] OR ‘drink pattern’[Title/Abstract] OR ‘alcohol use’[Title/Abstract] OR ‘alcohol consumption’[Title/Abstract] OR ‘belief’[Title/Abstract] OR ‘attitudes’[Title/Abstract] OR ‘perception’[Title/Abstract])	728
2	Embase	7/6/20 23	(young AND adults:ab,ti OR 'young working adults':ab,ti OR 'young people':ab,ti) AND ('social construction':ab,ti OR culture:ab,ti OR 'cultural influence':ab,ti OR 'self-identification':ab,ti OR 'identity':ab,ti OR normalization:ab,ti OR normative:ab,ti) AND (drinking:ab,ti OR 'drinking behavior':ab,ti OR 'drink pattern':ab,ti OR 'alcohol use':ab,ti OR 'alcohol consumption':ab,ti OR belief:ab,ti OR attitudes:ab,ti OR perception:ab,ti)	1,065
	Total			1,793

ผลการคัดเลือกบทความที่เข้าเกณฑ์ (Search results)



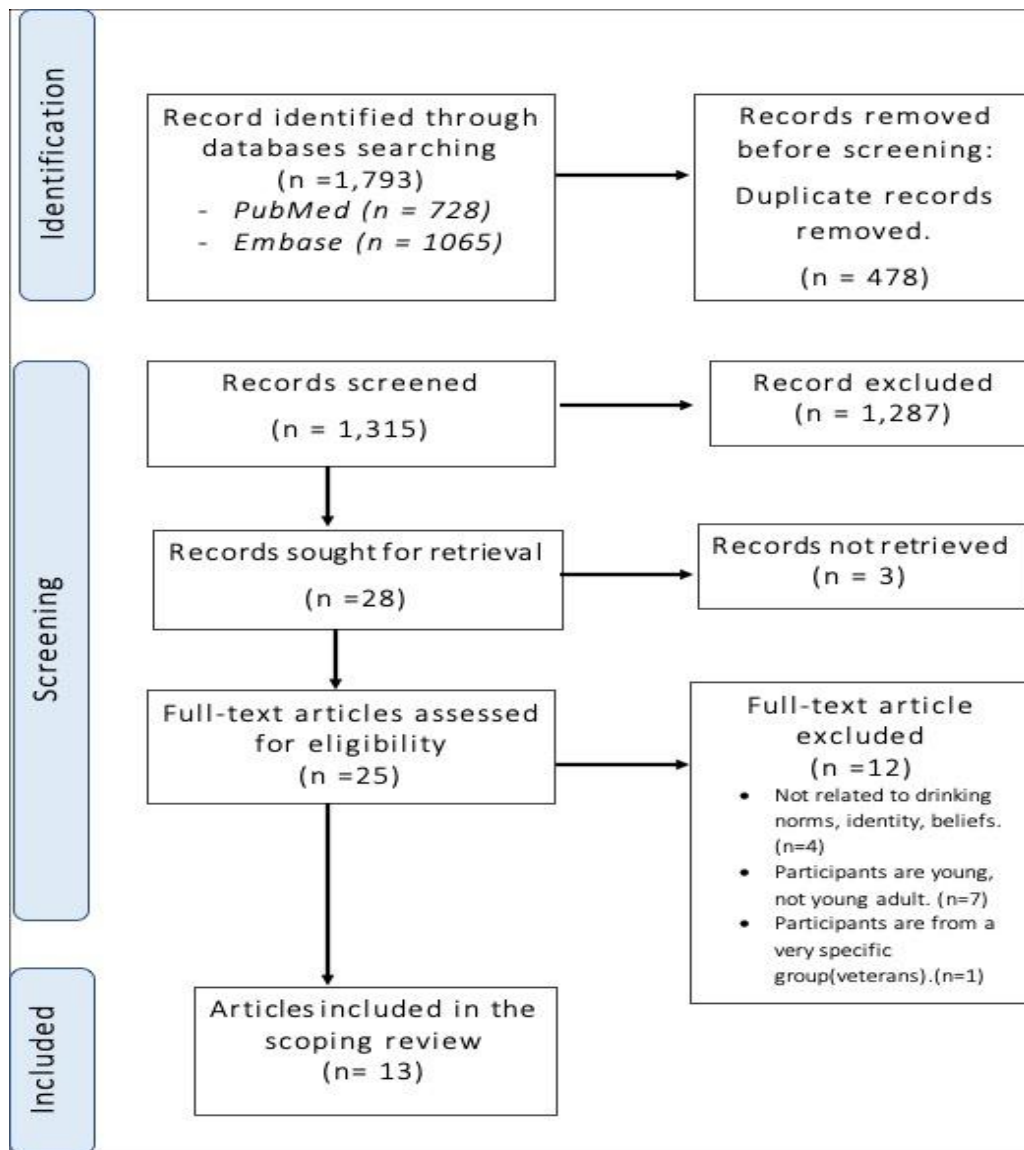
จากบทความต้นฉบับ (Original articles) ที่เข้าเกณฑ์คำสืบค้นจำนวน 1,793 เรื่อง คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความซ้ำซ้อนของบทความระหว่างฐานข้อมูล และตัดบทความที่ซ้ำซ้อนจำนวน 478 เรื่องออกไป เมื่อพิจารณาชื่อเรื่องและบทคัดย่อของบทความที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน พบบทความที่ไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษาซึ่งต้องคัดออกจากรายการวรรณกรรมอีกจำนวน 1,287 เรื่อง และพบว่ามีความอีก 3 เรื่องที่ไม่สามารถเข้าถึงฉบับเต็มได้

จากนั้นคณะผู้วิจัยได้อ่านบทความฉบับเต็มที่น่าจะเข้าเกณฑ์จำนวน 25 เรื่อง ในการคัดกรองขั้นสุดท้าย ได้คัดบทความอีก 12 เรื่องออกจากรายการวรรณกรรมเนื่องจาก

(1) เนื้อหาของบทความจำนวน 4 เรื่อง (W. K. Cook, J. Bond, K. Karriker-Jaffe, & S. Zemore, 2013; Demant & Saliba, 2020; Groefsema & Kuntsche, 2019b; Piumatti, Aresi, & Marta, 2023) ไม่เกี่ยวข้องกับบรรทัดฐานการดื่ม อัตลักษณ์การดื่ม หรือความเชื่อเกี่ยวกับการดื่ม หรือมีการกล่าวถึงมโนทัศน์ (concept) เหล่านี้ แต่ไม่มีการนิยามหรือนำไปใช้อธิบายพฤติกรรมการดื่มหรือทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อการดื่มอย่างชัดเจน

(2) กลุ่มตัวอย่างในบทความจำนวน 7 เรื่องเป็นเยาวชน ไม่ใช่ผู้ใหญ่ตอนต้น (Herring, Bayley, & Hurcombe, 2014; Klima, Skinner, Haggerty, Crutchfield, & Catalano, 2014; Macarthur, Hickman, & Campbell, 2020; Plant et al., 2007; Townshend, 2013; Walker et al., 2020; Yoon, Lam, Sham, & Lam, 2015) และ

(3) กลุ่มตัวอย่างในบทความจำนวน 1 เรื่อง เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เฉพาะเจาะจงมากเกินไป (ทหารผ่านศึกที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น) (Young, Pedersen, Pearson, & Neighbors, 2018) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากกลุ่มประชากรที่งานชิ้นนี้ต้องการศึกษา ทำให้มีบทความที่เข้าเกณฑ์สำหรับการสกัดข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 13 เรื่องโดยรายละเอียดแสดงในแผนภาพ PRISMA แสดงผลการสืบค้นและคัดกรองบทความ (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 PRISMA Flowchart

การสกัดข้อมูล (Data extraction)

คณะผู้วิจัยสกัดข้อมูลด้วยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในตารางที่พัฒนาขึ้นตามวัตถุประสงค์หลักของการทบทวนวรรณกรรม โดยเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะของบทความ (ชื่อผู้แต่ง ปีที่ตีพิมพ์ ประเทศที่ศึกษา วิชาที่ใช้ กลุ่มตัวอย่าง) มโนทัศน์ (concepts) หรือคำศัพท์ (terms) ที่ใช้อธิบายเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ ในมุมมองเชิงสังคมวัฒนธรรม และข้อค้นพบหลักจากการศึกษา จากนั้นจึงนำข้อมูลที่แจกแจงได้มาสังเคราะห์เป็นข้อค้นพบของการทบทวนวรรณกรรมในครั้งนี้

ผลการทบทวนวรรณกรรมแบบจำกัดขอบเขต

ตารางที่ 3 แสดงรายการบทความทั้งหมดที่ถูกคัดเลือก (n=13) และองค์ประกอบของการศึกษา ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่าง พื้นที่ศึกษา การออกแบบการวิจัย วิธีการเก็บข้อมูล มโนทัศน์หรือคำศัพท์หลักที่ใช้ และข้อค้นพบ โดยย่อ

ตารางที่ 3 รายการบทความทั้งหมดที่ถูกคัดเลือกและองค์ประกอบของการศึกษา

ที่	ชื่อผู้แต่ง	ชื่อบทความ	ปีที่แต่ง	กลุ่มตัวอย่าง	พื้นที่ศึกษา	การออกแบบการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	มโนทัศน์หรือคำศัพท์หลักที่ใช้	ข้อค้นพบโดยย่อ
1.	Bærndt, M. F., & Kolind, T.	Drinking and partying among young Muslim women: Exclusion in the context of a normalized youth drinking culture	2021	25 Ethnic Muslim young woman partygoers	Denmark	Qualitative	in-depth interviews & group interviews	Intersectionality	Danish youth drinking culture = very high alc consumption & party. But, Muslim Danish are often excluded due to their religious and cultural roots (e.g., gendered social control; prejudiced religious identity) regardless of whether they drink or not.
2.	Beccaria, F., Rolando, S., & Ascani, P.	Alcohol consumption and quality of life among young adults: A comparison among three European countries	2012	4,841 adults aged 25-34	Italy, Netherlands, France	Quantitative	Telephone interviews	Drinking culture	Drinking patterns differ across cultures and lifestyles of each population subgroup (e.g., young Italian adults seem to be attached to traditional culture, which is more restrictive about intoxication); Home/restaurant drinkers are more responsible or socially integrated as compared to bar drinkers.

ที่	ชื่อผู้แต่ง	ชื่อบทความ	ปีที่แต่ง	กลุ่มตัวอย่าง	พื้นที่ศึกษา	การออกแบบการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	มโนทัศน์หรือคำศัพท์หลักที่ใช้	ข้อค้นพบโดยย่อ
3.	Blevins, C. E., Abrantes, A. M., Anderson, B. J., Caviness, C. M., Herman, D. S., & Stein, M. D.	A longitudinal evaluation of the role of alcohol self-concept in alcohol use, motives, negative affect, and alcohol-related problems among emerging adults	2009	226 community-recruited participants in health behaviors study	USA	Quantitative	Face-to-face interviews	Alcohol self-concept (AKA: drinking identity); Internalization	Self-concept, rates of use, and problems decreased over the course of time. Decreases in motives for alcohol use (including coping and enhancement motives) were related to subsequent decreases in alcohol self-concept, which in turn were associated with decreases in use and use-related problems. Alcohol self-concept mediated the longitudinal relationship between coping motives and use as well as use-related problems
4.	Daykin, N. Irwin, R. Kimberlee, R. Orme, J. Plant, M.	Alcohol, young people and the media: a study of radio output in six radio stations in England	2009	N/A	UK-England	Mixed-method	Screening 1200 hours of weekend output from six radio stations in England, focusing on	media output might be part of a developing culture of excessive drinking	This study on alcohol representation in English radio among young people found varying volumes of alcohol-related comments, mostly initiated by presenters. These comments contribute to program identity and audience connections, often without

ที่	ชื่อผู้แต่ง	ชื่อบทความ	ปีที่แต่ง	กลุ่มตัวอย่าง	พื้นที่ศึกษา	การออกแบบการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	มโนทัศน์หรือคำศัพท์หลักที่ใช้	ข้อค้นพบโดยย่อ
	McCarron, L. Rahbari, M.						periods when references to alcohol would be expected e.g. the Christmas period.		challenging the assumption that alcohol is essential for a good time. This research underscores the importance of further examining alcohol references in media targeting young people in the UK.
5.	Greene KM, Murphy ST, Rossheim ME	Context and culture: Reasons young adults drink and drive in rural America	2018	18-25 years old (72 young adults)	USA	Qualitative	Focus group discussions	social ecological perspectives	The study's findings highlight that several factors contribute to drinking and driving behavior in rural areas. These factors include social influences such as peer pressure and parental modeling, cultural values like independence, stoicism, and social cohesion specific to rural communities, as well as the legal and physical environment, including the lack of a strong police presence, low population density, and limited transportation alternatives.

ที่	ชื่อผู้แต่ง	ชื่อบทความ	ปีที่แต่ง	กลุ่มตัวอย่าง	พื้นที่ศึกษา	การออกแบบการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	มโนทัศน์หรือคำศัพท์หลักที่ใช้	ข้อค้นพบโดยย่อ
6.	Ho, K. Y., Lam, K. K., Wu, C. S., Tong, M. N., Tang, L. N., & Mak, Y. W.	Exploring Contributing Factors of Solitary Drinking among Hong Kong Chinese Adolescents and Young Adults: A Descriptive Phenomenology	2022	10–24 years old	Hong Kong	Qualitative	Interview	N/A	Factors contributing to the initiation and continuation of solitary drinking in this population include enhancement and coping drinking motives, social discomfort, reduced self-control, automatic mental processes, and using solitary drinking as a desperate response to stressors.
7.	Jiang, H., Xiang, X., Hao, W., Room, R., Zhang, X., & Wang, X.	Measuring and preventing alcohol use and related harm among young people in Asian countries: a thematic review	2018	young women aged 15–29 year	Asian countries	Qualitative	Review	cultural differences, policies, and regional variations .	Drinking patterns and behaviors vary across eight selected Asian countries due to culture, policies and regional variations.
8.	Kim, S. Y., & Kim, H. J.	Trends in alcohol consumption for Korean adults from	2021	7,623 adults aged 19	Korea	Quantitative	Secondary data	Socioeconomic factors	The increasing trend in alcohol consumption was more pronounced

ที่	ชื่อผู้แต่ง	ชื่อบทความ	ปีที่แต่ง	กลุ่มตัวอย่าง	พื้นที่ศึกษา	การออกแบบการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	มโนทัศน์หรือคำศัพท์หลักที่ใช้	ข้อค้นพบโดยย่อ
		1998 to 2018: Korea national health and nutritional examination survey		years or above					among individuals with high socioeconomic factors. A significant increase in alcohol consumption was found in Korea over the study period, with variations based on gender, age, socioeconomic factors, and alcoholic beverage types.
9.	Kuendig, H., Plant, M. A., Plant, M. L., Miller, P., Kuntsche, S., & Gmel, G.	Alcohol-related adverse consequences: Cross-cultural variations in attribution process among young adults	2008	young adults aged between 18 and 24 years.	Eight European countries: Finland, Sweden, Iceland, the Isle of Man, the Netherlands, Czech Republic, Hungary, and Switzerland	Quantitative	Survey	Cultural norms (concept of "wetness" and "dryness")	The study revealed notable differences in associations between countries and alcohol-related adverse effects, particularly distinguishing between Nordic and other European nations. Cultural norms significantly influenced the reporting of these consequences, with respondents in countries known for "dry" or "binge" drinking cultures more likely to attribute adverse effects to their alcohol consumption, especially

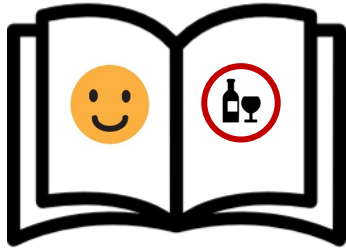
ที่	ชื่อผู้แต่ง	ชื่อบทความ	ปีที่แต่ง	กลุ่มตัวอย่าง	พื้นที่ศึกษา	การออกแบบการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	มโนทัศน์หรือคำศัพท์หลักที่ใช้	ข้อค้นพบโดยย่อ
									those related to episodic heavy drinking.
10.	Kuntsche, E., Knibbe, R., Gmel, G., & Engels, R.	Who drinks and why? A review of socio-demographic, personality, and contextual issues behind the drinking motives in young people	2006	young people (10- to 25-year olds) who have specific motives for drinking	N/A	Qualitative	Review	Contextual factors	Drinking motives in youth (aged 10 to 25) are shaped by socio-demographic, personality, and contextual factors. As they age, motives evolve from general to gender-specific. Personality traits like extraversion and sensation-seeking correlate with enhancement motives, while neuroticism and anxiety are associated with coping motives. Contextual influences, including cultural differences between countries, affect drinking motives, with minimal variation observed among ethnic groups within the same culture.
11.	M. Plant, P. Miller, M. Plant, S. Kuntsche, G. Gmel,	Marriage, cohabitation and alcohol	2008	24-32-year-old people	10 European countries.	Quantitative	Survey	'Gender, Alcohol and Culture: An	This study investigates drinking habits among married or cohabiting young adults aged 24-32 in 10 European

ที่	ชื่อผู้แต่ง	ชื่อบทความ	ปีที่แต่ง	กลุ่มตัวอย่าง	พื้นที่ศึกษา	การออกแบบการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	มโนทัศน์หรือคำศัพท์หลักที่ใช้	ข้อค้นพบโดยย่อ
	with S. Ahlström, A. Allamani, F. Beck, K. Bergmark, K. Bloomfield, L. Csémy, Z. Elekes, R. Knibbe, L. Kraus, H. Ólafsdóttir, I. Rossow & A. Vidal	consumption in young adults: An international exploration		within each of the ten countries	The countries included in the study were Sweden, Spain, the United Kingdom, the Czech Republic, Norway, Germany, Finland, Denmark, Iceland, and Hungary.			International Study (GENACIS)' project, which suggests that cultural factors are being explored in relation to alcohol consumption	countries. Although both married and cohabiting individuals had similar yearly frequencies of alcohol intake, married individuals consumed less per occasion and had lower annual volumes. These distinctions varied by country, notably in Sweden, Spain, the United Kingdom, the Czech Republic, and Norway, and were not influenced by gender, presence of children, women's empowerment, age at first marriage, or per capita alcohol consumption. This suggests that cultural factors may play a role in the differences observed in alcohol consumption patterns.
12.	Seaman P, Edgar F, Ikegwonu T	The role of alcohol price in young adult	2013	130 participants aged 16-30 .	UK-Scotland	Qualitative	interviews, focus groups, and visual	Cultural factor	Cultural factors encompass the societal, historical, and environmental influences molding the beliefs,

ที่	ชื่อผู้แต่ง	ชื่อบทความ	ปีที่แต่ง	กลุ่มตัวอย่าง	พื้นที่ศึกษา	การออกแบบการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	มโนทัศน์หรือคำศัพท์หลักที่ใช้	ข้อค้นพบโดยย่อ
		drinking cultures in Scotland					methods such as graphical elicitation.		values, norms, and behaviors of a specific group or society. In Scotland, these cultural factors play a crucial role in shaping attitudes and behaviors regarding alcohol consumption among young adults.
13.	Sinkinson, M.	Having a good time: Young people talk about risk and fun when combining alcohol consumption and water activities	2014	A total of 17 young people, aged between 17 and 24 years,	New Zealand	Qualitative	Focus group interviews	situational context 'kiwi youth culture'	Alcohol consumption is prevalent in recreational aquatic activities among young people in New Zealand, and there is a cultural acceptance of voluntary risk-taking within the 'kiwi youth culture' context. This underscores the importance of educational and intervention efforts to address the balance between risk and enjoyment without stigmatizing high-risk activities.

ลักษณะของวรรณกรรมที่สืบค้น

บทความที่ศึกษาเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ของคนรุ่นใหม่วัยทำงานหรือวัยผู้ใหญ่ตอนต้นในมิติทางสังคมวัฒนธรรมมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเกือบร้อยละ 50 เป็นบทความที่ตีพิมพ์ในช่วงปี



2018-2022 หรือ 6 เรื่องจาก 13 เรื่อง (ร้อยละ 46.1) ใน 5 ปีที่ผ่านมา เมื่อจำแนกตามพื้นที่ศึกษา พบว่าการศึกษาในประเทศภูมิภาคยุโรปมีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 30.7) รองลงมาคือภูมิภาคเอเชีย (ร้อยละ 23.1) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 15.4) สหราชอาณาจักร (ร้อยละ 15.4) และออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ (ร้อยละ 7.7) และเป็นบทความปริทัศน์ที่ไม่จำกัดพื้นที่ศึกษา (ร้อยละ 7.7)

ซึ่งจะเห็นได้ว่าประเทศฝั่งตะวันตกมีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวมากกว่าประเทศในฝั่งเอเชีย/แปซิฟิกอย่างชัดเจน โดยมีทั้งที่เป็นการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจากหลายประเทศ และศึกษาในพื้นที่ประเทศเดียว ในขณะที่ในเอเชียมีการศึกษาประเด็นนี้เพียง 2 ประเทศเท่านั้นคือฮ่องกง และเกาหลีใต้

ในด้านวิธีการวิจัย มีทั้งการวิจัยที่เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (ร้อยละ 38.4) การศึกษาเชิงปริมาณ (ร้อยละ 38.4) การศึกษาแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ (ร้อยละ 7.7) และเป็นบทความวรรณกรรมปริทัศน์ (ร้อยละ 15.4) ทั้งนี้ งานวิจัยเชิงคุณภาพมักเป็นงานที่ให้ความสำคัญกับบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่มีความเฉพาะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การศึกษาประสบการณ์ของหญิงมุสลิมในสังคมที่มีคนผิวขาวเป็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับการถูกกีดกันไม่ให้ร่วมปาร์ตี้ที่มีการดื่มแอลกอฮอล์ (Baerndt & Kolind, 2021) การศึกษาการดื่มแล้วขับในกลุ่มวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่อาศัยอยู่ในเขตชนบทซึ่งมีความเป็นปัจเจกน้อย และสิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพและสังคมวัฒนธรรมมีส่วนสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมกรรมการดื่ม (Greene, Murphy, & Rossheim, 2018) การศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา (phenomenology) ของการดื่มคนเดียวในวัยรุ่นจีนฮ่องกง (Ho et al., 2022) การดื่มและการละเล่นทางน้ำในวัฒนธรรมคนหนุ่มสาวนิวซีแลนด์ (Sinkinson, 2014) และการศึกษาบทบาทของกลไกราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับวัฒนธรรมการดื่มของผู้ที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นในสกอตแลนด์ (Seaman, Edgar, & Ikegwuonu, 2013)



ส่วนงานวิจัยเชิงปริมาณมีทั้งที่อยู่ในรูปแบบการใช้ข้อมูลทุติยภูมิขนาดใหญ่ (Kim & Kim, 2021) และการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง (survey) โดยมุ่งหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรทัดฐานทางสังคมหรือวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการบริโภคแอลกอฮอล์

(i.e., (Beccaria, Rolando, & Ascani, 2012; Blevins et al., 2018; Kuendig et al., 2008; Plant et al.,

2008) ในกลุ่มนี้มีงานที่เป็นการวิจัยระยะยาว (longitudinal study) อยู่หนึ่งเรื่อง ซึ่งเป็นการติดตามการให้นิยามเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) แรงขับในการดื่ม และพฤติกรรมการดื่มที่เป็นปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุ (Blevins et al., 2018) สำหรับงานวิจัยแบบผสมผสาน เป็นการเก็บข้อมูลโดยค่านวนสัดส่วนและจัดหมวดหมู่ข้อความเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ที่ส่งเข้ามาทางสถานีวิทยุหลาย ๆ แห่งในช่วงเทศกาลต่าง ๆ (Daykin et al., 2009) ส่วนงานวรรณกรรมปริทัศน์ เป็นการประมวลข้อค้นพบจากการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบแรงขับในการดื่มหรือพฤติกรรมการดื่มในแต่ละพื้นที่ แล้วนำมาอนุมานถึงความสัมพันธ์ของการดื่มกับบริบททางนโยบาย สังคม วัฒนธรรม (i.e.(Jiang et al., 2018; Kuntsche, Knibbe, Gmel, & Engels, 2006)



มโนทัศน์และคำศัพท์ที่ถูกใช้อธิบายการดื่มแอลกอฮอล์ในบริบททางสังคมวัฒนธรรม

มโนทัศน์ (concepts) หลักที่มักถูกใช้อธิบายบริบททางสังคมวัฒนธรรมเพื่อทำความเข้าใจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบทความที่คัดเลือกได้แก่ (1) วัฒนธรรมการดื่ม (Drinking culture) (2) บรรทัดฐานการดื่ม (Drinking norms) และความเชื่อเชิงบรรทัดฐาน (Normative beliefs) (3) อัตลักษณ์การดื่ม (Drinking identity) หรือมุมมองต่อตนเองในฐานะผู้ดื่ม (Alcohol self-concept) และ (4) การตัดกันของอัตลักษณ์ทางสังคม (Intersectionality) ซึ่งมโนทัศน์เหล่านี้มีความเชื่อมโยงกันแต่มีจุดเน้นที่แตกต่างกัน กล่าวคือ



1) **วัฒนธรรมการดื่ม (Drinking culture)** เป็นพฤติกรรม ทศนคติ และค่านิยมเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ภายในกลุ่มสังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นถูกรับรู้และใช้อย่างไรในแต่ละวาระและโอกาสของสังคมนั้น ๆ งานศึกษาที่กล่าวถึงวัฒนธรรมการดื่มหลายชิ้นจึงมักมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบแบบแผนการดื่มระหว่างประชากรกลุ่มย่อย ๆ ที่อยู่ในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันหรือมีรูปแบบการใช้ชีวิตแตกต่างกัน (อาทิ Kuendig et al., 2008 และ Beccaria et al., 2012) ที่เปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มวัยผู้ใหญ่ตอนต้นในประเทศต่าง ๆ ในยุโรป หรือเพื่อให้คำอธิบายที่เฉพาะต่อบริบทของประเทศนั้น ๆ (เช่น Seaman et al., 2013) ที่พบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมองการดื่มแอลกอฮอล์ในฐานะอัตลักษณ์แห่งชาติ ทำให้การดื่มเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของการก้าวเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ของชาวสกอตแลนด์



2) **บรรทัดฐานการดื่ม (Drinking norms)** และความเชื่อเชิงบรรทัดฐาน (Normative beliefs) บรรทัดฐานการดื่ม เป็นเกณฑ์หรือแนวทางการปฏิบัติร่วม (shared standards) ที่สร้างขึ้นภายในกลุ่มหรือในสังคมวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ เกี่ยวกับปริมาณการดื่ม วาระและโอกาสในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ถือว่ายอมรับได้ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มในชุมชนหรือในกลุ่มสังคมนั้น ๆ ในขณะที่ความเชื่อเชิงบรรทัดฐาน เป็นความเชื่อของบุคคล (individual's beliefs) เชิงการตัดสินใจว่าพฤติกรรมอย่างไรนับว่าเป็นพฤติกรรมที่เป็นปกติ

(normal) หรือยอมรับได้ (acceptable) ในกลุ่มสังคมหนึ่ง ๆ ในบริบทของการดื่ม แอลกอฮอล์ ความเชื่อเชิงบรรทัดฐานนี้จะเป็นตัวกำหนดมุมมองว่าพฤติกรรมกรรมการดื่มแบบใด จึงเป็นการดื่มที่ปกติหรือควรจะเป็นตามที่บุคคลคิดว่ากลุ่มหรือในสังคมนั้น ๆ คาดหวัง ซึ่งสองมโนทัศน์นี้มีความเชื่อมโยงกัน ยกตัวอย่างเช่น งานของ Sinkinson (2014) ที่พบว่าคนหนุ่มสาวใน นิวซีแลนด์มีการยอมรับทางวัฒนธรรมในการทำกิจกรรมที่เสี่ยงอันตรายโดยเฉพาะการดื่มให้มึนเมาแล้วทำ กิจกรรมทางน้ำ ซึ่งมักเป็นสิ่งที่ต้องห้ามในประเทศอื่น ๆ แต่เป็นความคาดหวังทางสังคมเฉพาะกลุ่ม วัฒนธรรมกีวี เป็นต้น

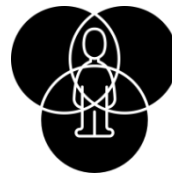


3) อัตลักษณ์การดื่ม (Drinking identity) หรือมุมมองต่อตนเองในฐานะผู้ดื่ม (Alcohol self-concept) เป็นการอธิบายเกี่ยวกับการรับรู้ของปัจเจกต่อพฤติกรรมกรรมการดื่ม ของตนเองในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์หรือบุคลิกของตน ซึ่งการกำหนดอัตลักษณ์ ของความเป็นนักดื่มนี้ถูกพบว่ามีความสัมพันธ์กับการใช้แอลกอฮอล์โดยเฉพาะในรูปแบบการดื่มที่เป็นปัญหา (problematic patterns) (Daykin et al., 2009) ได้วิเคราะห์หาคำความเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ที่ถูกส่งเข้ามา ในรายการวิทยุต่าง ๆ ในประเทศอังกฤษ และพบว่าข้อความทั้งจากการแสดงความคิดเห็น ผู้จัดรายการ และผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มนั้นมีส่วนสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมการดื่มเกินขนาด (excessive drinking) และการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นนักดื่มและบรรทัดฐานการดื่มให้กับคนหนุ่มสาว อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาระยะ ยาวโดย(Blevins et al., 2018) พบว่าอัตลักษณ์การดื่มนี้สามารถเปลี่ยนไปในแต่ละช่วงชีวิต โดยเมื่อบุคคลมี อายุมากขึ้น ความเข้มข้นของอัตลักษณ์นักดื่มมีแนวโน้มที่จะลดลง และนำไปสู่แรงขับในการดื่ม รวมถึงปริมาณ การดื่มและปัญหาจากการดื่มที่ลดลงไปด้วย



ทั้งนี้ คำศัพท์ของวัฒนธรรมการดื่มที่ส่งผลต่อบรรทัดฐานการดื่มแอลกอฮอล์ที่พบได้บ่อยโดยเฉพาะใน งานศึกษาจากประเทศแถบยุโรปได้แก่คำว่า วัฒนธรรมแบบเปียก (Wet culture) ซึ่งหมายถึงสังคมหรือ วัฒนธรรมที่การดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติพบเห็นได้ทั่วไปและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง หรือมีการดื่ม แอลกอฮอล์ในชีวิตประจำวัน และวัฒนธรรมแบบแห้ง (Dry culture) ซึ่งหมายถึงสังคมหรือวัฒนธรรมที่ไม่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือมีการดื่มอย่างจำกัด ไม่บ่อยครั้ง แต่อาจเป็นการดื่มครั้งละมาก ๆ ซึ่งย่อม ส่งผลต่อมุมมองต่อการดื่ม และการกำหนดบรรทัดฐานการดื่ม เช่น (Kuendig et al., 2008) ที่ศึกษาความ แตกต่างระหว่างแต่ละวัฒนธรรมในการดื่มของผู้ใหญ่ตอนต้นและผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ พบว่ากลุ่ม ประเทศนอร์ดิกกับกลุ่มประเทศยุโรปมีปัญหาผลกระทบจากการดื่มแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสามารถ อธิบายเชื่อมโยงกับบรรทัดฐานการดื่มแบบแห้ง (dryness) ของชาวนอร์ดิก (เช่น เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ไอซ์แลนด์ นอร์เวย์) ที่ไม่ได้ดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งแต่มีวัฒนธรรมของการดื่มครั้งละมาก ๆ ทำให้มีความเสี่ยง ที่จะเกิดผลเสียจากการดื่ม เช่น การเมาายมดสติและการบาดเจ็บได้มากกว่าประเทศอื่น ๆ ในแถบยุโรปที่มี บรรทัดฐานการดื่มแบบเปียก (wetness) นอกจากนี้ (Beccaria et al., 2012) ได้เปรียบเทียบคุณภาพชีวิต ของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นในประเทศอิตาลี เนเธอร์แลนด์ และฝรั่งเศส และพบว่ารูปแบบการ

ดื่มของคนกลุ่มนี้แตกต่างกันไปตามแต่ละประเทศ เช่น ผู้ที่อยู่ในอิตาลีมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมแบบอนุรักษ์นิยมมากกว่า โดยจะไม่ดื่มจนมีเมามากเกินไป จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมการดื่มนั้นเชื่อมโยงกับบรรทัดฐานการดื่มอย่างชัดเจน



4) การบรรจบกันของอัตลักษณ์ทางสังคม (Intersectionality) เป็นมโนทัศน์ที่ใช้ทำความเข้าใจว่าการจัดกลุ่มทางสังคม ที่เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ของบุคคลในแง่ต่าง ๆ อาทิ เชื้อชาติ ชนชั้น เพศ ฯลฯ นั้นต่างร่วมกันส่งผลต่อประสบการณ์ของแต่ละบุคคล งานศึกษาของ (Baerndt & Kolind, 2021) ใช้มโนทัศน์นี้ในการอธิบายการกีดกันหรือการละเลยไม่ให้อาสาสมัครเดนมาร์กที่นับถือศาสนาอิสลามมีโอกาสเข้าร่วมการสังสรรค์ในหมู่เพื่อนฝูงเพราะข้อจำกัดทางศาสนาที่ไม่ให้ผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอยู่นอกบ้านยามวิกาล ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่มีชาติพันธุ์และศาสนาหนึ่ง ๆ นั้นก่อร่างตัวตนหรืออัตลักษณ์การดื่ม (หรือการไม่ดื่ม) และนำไปสู่ประสบการณ์ของการไม่สามารถเป็นส่วนหนึ่งหรือถูกละเลยโดยสังคมนั้น ๆ ในบางวาระโอกาส โดยเฉพาะในสังคมที่ให้ความสำคัญต่อการดื่มในฐานะที่เป็นการสร้างมิตรภาพและประสบการณ์ทางเพศ รวมถึงรูปแบบการดื่มที่เน้นให้เกิดความเมินเมา

นอกจากนี้ ยังมีงานศึกษาที่ไม่ได้กล่าวถึงแนวคิด Intersectionality แต่มีคำอธิบายที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่การศึกษาแบบการดื่มของผู้หญิงในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีสถานะสมรส และที่ไม่มีสถานะสมรสแต่อยู่ร่วมกับคู่รักในยุโรป 10 ประเทศ (Plant et al., 2008) ซึ่งพบว่าทั้งสองกลุ่มมีความถี่ในการดื่มไม่แตกต่างกัน แต่ผู้หญิงที่มีสถานะสมรสจะดื่มในปริมาณที่น้อยกว่าในแต่ละครั้ง นอกจากนี้ปริมาณการดื่มต่อครั้งของผู้หญิงที่มีสถานะสมรสหรืออยู่ร่วมกับคู่รักยังแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศอีกด้วย ซึ่งอาจมีนัยถึงบรรทัดฐานการดื่มและความเชื่อเชิงบรรทัดฐานที่เป็นผลมาจากความเป็นผู้หญิงและสถานภาพการสมรสในแต่ละวัฒนธรรม

นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาที่ใช้มุมมองอื่น ๆ ที่กว้างขึ้นในการอธิบายการดื่มแอลกอฮอล์กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม เช่น (Kim & Kim, 2021) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงแนวโน้มค่านิยมทางสังคมกับการเลือกประเภทและปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์ของคนหนุ่มสาวเกาหลีใต้ และ (Greene et al., 2018) ที่ใช้มุมมองนิเวศวิทยาสังคมอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างบริบททางกายภาพ สังคม วัฒนธรรม กับการดื่มแล้วขับในพื้นที่ชนบทของสหรัฐอเมริกา รวมถึง (Ho et al., 2022) ที่ศึกษาการดื่มคนเดียวซึ่งถือเป็นพฤติกรรมที่แตกต่างจากการดื่มของคนในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มักดื่มในกิจกรรมทางสังคม และพบว่าเป็นการดื่มเพื่อคลายเครียดและเพื่อหลีกเลี่ยงจากความไม่สะดวกใจที่พบเจอในสังคมในชีวิตประจำวัน

ข้อสรุปและอภิปรายเบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรมแบบจำกัดขอบเขต



คณะผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นร่วมในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมและการดื่มแอลกอฮอล์ จากบทความที่คัดเลือกมาศึกษาเบื้องต้นได้ดังนี้

1) บทความที่คัดเลือกมาศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นที่จะอธิบายการดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้บริบททางสังคมวัฒนธรรม และชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ค่านิยม ในระดับสังคมที่ส่งผลถึงมุมมอง ความคิดความเชื่อ ความคาดหวังร่วม ซึ่งนำไปสู่การกำกับแบบแผนและพฤติกรรมกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ในระดับปัจเจก โดยแต่ละพื้นที่ศึกษานั้นมีบริบทที่แตกต่างกัน ซึ่งย่อมทำให้แบบแผนการดื่มแอลกอฮอล์ของคนในกลุ่มสังคมแต่ละกลุ่ม แตกต่างกันไปด้วย

2) การดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มผู้ใหญ่ตอนต้น มักเป็นการดื่มเพื่อแสดงการเปลี่ยนผ่านจากวัยรุ่นสู่ความเป็นวัยผู้ใหญ่ โดยเป็นช่วงวัยที่บุคคลได้ออกสู่โลกของการทำงานและเปิดรับค่านิยมทางสังคม จึงมีการเรียนรู้ที่จะมีแบบแผนการดื่มเพื่อแสดงออกถึงตัวตนในแง่ต่าง ๆ ได้แก่ การเป็นผู้มีความทันสมัยต่อกระแสนิยม หรือเป็นสถานะทางสังคม เช่น เลือกรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่โฆษณาว่าดีต่อสุขภาพ (Kim & Kim, 2021) การได้เป็นสมาชิกของสังคมในภาพกว้าง เช่น การดื่มเพื่อแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชาติสกอตแลนด์ที่มีเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียง (Seaman et al., 2013) หรืออัตลักษณ์ของชาวกีวีที่กล้าหาญ (Sinkinson, 2014) และการดื่มแล้วขับในชนบทสหรัฐอเมริกาเพื่อแสดงออกถึงเสรีภาพในวัยผู้ใหญ่ (Greene et al., 2018) หรือแม้กระทั่งการใช้การดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องมือเพื่อหลีกเลี่ยงสถานะที่ไม่พึงประสงค์จากการเริ่มต้นชีวิตในวัยผู้ใหญ่ (Ho et al., 2022) แสดงให้เห็นว่านอกจากการดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นไปเพื่อการสังสรรค์และความบันเทิงแล้ว ยังมีความหมายทางสังคมและยังถูกใช้เป็นสัญลักษณ์แสดงตัวตนของบุคคลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นด้วย ทั้งนี้ แบบแผนการดื่มเหล่านี้อาจเปลี่ยนแปลงไปเมื่อผู้ดื่มเข้าสู่วัยอื่น ๆ ของแต่ละช่วงชีวิต (Blevins et al., 2018)

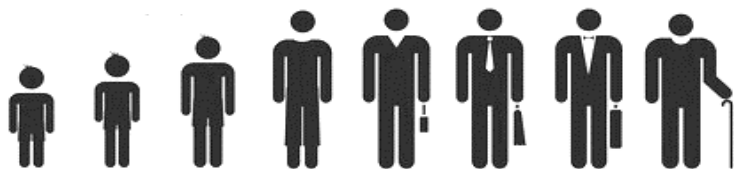
3) การดื่มแอลกอฮอล์ในแง่หนึ่งถือเป็นการดื่มตามบรรทัดฐาน (normative) ทางสังคมวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ ทั้งที่มีวัฒนธรรมการดื่มเป็นปกติในชีวิตประจำวัน และดื่มเฉพาะบางโอกาสแต่ในปริมาณมากจนเกินขนาด (Beccaria et al., 2012; Kuendig et al., 2008) รวมถึงการดื่มตามสื่อที่ส่งเสริมวัฒนธรรมการดื่มหนักในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Daykin et al., 2009) แต่ในอีกแง่หนึ่งก็ถือได้ว่าเป็นการดื่มแบบมีเหตุผลกำกับ (rational) เพื่อให้ได้รับการยอมรับหรือเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Bærndt & Kolind, 2021; Sinkinson, 2014) หรือเลือกดื่มตามเงื่อนไขทางนโยบาย (Jiang et al., 2018; Kuntsche et al., 2006) หรือเศรษฐกิจ (เช่น การกำหนดราคาขายในสกอตแลนด์) มากำกับ (Seaman et al., 2013).

4) การศึกษาการลดปริมาณการดื่ม การถูกกีดกันทางสังคมเพราะการไม่ดื่ม เช่น การศึกษาแบบแผนการดื่มของหญิงผู้ใหญ่ตอนต้นที่ลดหรือจำกัดการดื่มแอลกอฮอล์ของตนเองเมื่อมีสถานะสมรส (Plant et al., 2007) และการที่หญิงชาวมุสลิมในเดนมาร์กถูกละเลยไม่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมการสังสรรค์กับเพื่อน ๆ

(Bærndt & Kolind, 2021) แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังรวมถึงการตัดสินใจที่สังคมมีต่อสถานะทางเพศ บทบาทเพศ และศาสนา ต่อการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

แนวทางการนำข้อค้นพบไปใช้ในการศึกษา

ในด้านการกำหนดประชากรที่ศึกษา แม้จะมีงานวิจัยที่พยายามทำความเข้าใจพฤติกรรมกรรมการตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในมิติทางสังคมวัฒนธรรมอยู่จำนวนมาก แต่งานที่มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่กลับมีค่อนข้างจำกัด ส่วนใหญ่ (ซึ่งรวมถึงบทความที่คัดเลือกมาทบทวนวรรณกรรมในครั้งนี้) จะมีกลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่น (Adolescents) หรือผู้ใหญ่ที่ยังอายุน้อย (Young adults) การกำหนดนิยามของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นในแต่ละการศึกษานั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยในบางเรื่องกำหนดช่วงอายุที่ 15-29 ปี บางเรื่องกำหนดที่ 25-34 ปี หรือบางเรื่องทำการปรับทัศนัวรรณกรรมที่ใช้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (10-25 ปี) (Kuntsche et al., 2006) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการศึกษาที่ระบุกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใหญ่ตอนต้นให้ความสำคัญกับบริบทการเปลี่ยนผ่านสถานะทางวัยวุฒิ (transition) จากวัยรุ่นสู่วัยผู้ใหญ่เป็นหลัก โดยอาจไม่ได้มุ่งพิจารณาบริบทของความเป็นคนรุ่นใหม่วัยทำงานที่ให้ความสำคัญกับรูปแบบการใช้ชีวิต (lifestyle) และการมีอำนาจในตนเองต่อการตัดสินใจ (autonomy) รวมถึง



การมีกำลังซื้อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ด้วยตนเองมากนัก ดังวัตถุประสงค์ของการวิจัยขั้นนี้ที่ดำเนินการในลำดับถัดไป

ในด้านการนิยามมโนทัศน์เกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมของการตีพิมพ์แอลกอฮอล์ มีบทความที่คัดเลือกมาทบทวนวรรณกรรมเพียงบางชิ้นเท่านั้น ที่ให้นิยามเกี่ยวกับบทบาทของวัฒนธรรมการตีพิมพ์ บรรทัดฐานการตีพิมพ์ และอัตลักษณ์การตีพิมพ์ รวมถึงอธิบายความสัมพันธ์กับการตีพิมพ์อย่างชัดเจน (Beccaria et al., 2012; Seaman et al., 2013; Sinkinson, 2014) โดยสองในสามชิ้นที่กล่าวมาข้างต้นใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ นอกจากนี้ ในขั้นตอนของการคัดเลือกบทความ มีหลายบทความที่กล่าวถึงบรรทัดฐานการตีพิมพ์ แต่ถูกคัดออกเนื่องจากบทความเหล่านั้นไม่ได้ให้คำนิยามที่ชัดเจนของความเชื่อเชิงบรรทัดฐาน หรือใช้การวัดค่าเฉลี่ยของปริมาณการตีพิมพ์เป็นตัวแทน (proxy) ของบรรทัดฐานการตีพิมพ์ โดยไม่ได้อภิปรายว่าในแต่ละสังคมหรือวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างกำหนดบรรทัดฐานการตีพิมพ์ไว้ว่าอย่างไร หรือมีความเชื่อเชิงบรรทัดฐานอย่างไร (e.g., (W. K. Cook, J. Bond, K. J. Karriker-Jaffe, & S. Zemore, 2013; Demant & Saliba, 2020; Groefsema & Kuntsche, 2019a; Piumatti et al., 2023) การศึกษาในขั้นถัดไป คณะผู้วิจัยจึงให้ผู้เข้าร่วมวิจัยให้ความหมายต่อการตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ให้นิยามตนเองในฐานะนักตีพิมพ์ ระบุแบบแผนการตีพิมพ์ และสอบถามถึงมุมมอง

ที่มีต่อการดื่มของตัวเองและบุคคลที่มีสถานะทางสังคมต่าง ๆ กัน เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของเงื่อนไขเหล่านี้ที่มีต่อแบบแผนการดื่มได้ชัดเจนขึ้น

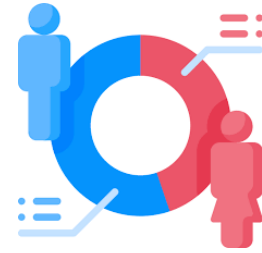
ในด้านของการออกแบบและกำหนดพื้นที่ศึกษา การศึกษาที่ผ่านมาทั้งในรูปแบบการศึกษาในพื้นที่เดียว (single-site study) และการศึกษาในหลายพื้นที่ (multiple-site studies) โดยทั้งสองรูปแบบมีจุดเด่นและข้อท้าทายต่างกัน กล่าวคือ การศึกษาในพื้นที่เดียวจะช่วยให้สามารถทำความเข้าใจบริบททางสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่ศึกษาได้ลึกซึ้งขึ้น แต่อาจไม่สามารถเปรียบเทียบมุมมอง และพฤติกรรมของนักดื่มในบริบทที่แตกต่างกันได้ ในทางกลับกัน การศึกษาในหลายพื้นที่จะเอื้อให้ผู้วิจัยเห็นความสัมพันธ์ระหว่างบริบทที่แตกต่างกับแบบแผนการดื่ม แอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันได้ชัดเจนกว่า แต่ในการศึกษาที่ผ่านมามักเป็นการนำเสนอในภาพกว้าง (ส่วนใหญ่เป็นบริบทเชิงสังคมวัฒนธรรมระดับประเทศ) ทำให้อาจมองข้ามความหลากหลายภายในพื้นที่ศึกษาไป คณะผู้วิจัยได้พิจารณาถึงข้อจำกัดของการศึกษาทั้งสองรูปแบบ จึงทำการศึกษาในหลายพื้นที่ในประเทศเดียวกัน



นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา:
บรรทัดฐานการดื่ม แบบแผนการดื่ม อັตลักษณ์นักดื่ม

ลักษณะของผู้ให้ข้อมูล

จากผู้ให้ข้อมูล (informants) จำนวนทั้งสิ้น 37 ราย เป็นผู้ให้ข้อมูลที่อาศัยหรือทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 17 ราย จังหวัดเชียงใหม่ 10 ราย และจังหวัดนครราชสีมา 10 ราย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี เป็นเพศชาย 20 ราย (ร้อยละ 54) เพศหญิง 17 ราย (ร้อยละ 46) ร้อยละ 78 ของผู้ให้ข้อมูลเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนอายุ 18 ปี เป็นการเชิญชวนให้ดื่มโดยสมาชิกในครอบครัวร้อยละ 13.5 และโดยเพื่อนร้อยละ 73 อายุน้อยที่สุดที่เริ่มดื่มคือ 11-12 ปี ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 81 ทำงานเต็มเวลาทั้งที่เป็นเจ้าของกิจการ เจ้าหน้าที่ของรัฐ และพนักงานบริษัทเอกชน และร้อยละ 19 ทำงานแบบไม่เต็มเวลา (part-time) โดยเป็นพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหารหรือผับ/บาร์ และเป็นผู้ช่วยวิจัยในมหาวิทยาลัย จากข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการดื่ม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่ทำงานในร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเหล้า หรือสถานบันเทิงส่วนใหญ่ ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกวันหรือเกือบทุกวัน



ตารางที่ 4 ลักษณะของผู้ให้ข้อมูล

รหัสผู้ให้สัมภาษณ์	อายุ	อาชีพ	รายได้โดยประมาณ	ดื่มครั้งแรก	ผู้ชักชวน	ความถี่ในการดื่มปัจจุบัน
กทม. ชาย 1	26	พนักงานมหาวิทยาลัย	20,000	ม. ปลาย	ไม่ระบุ	1 วัน/สัปดาห์
กทม. ชาย 2	22	นักดนตรีอิสระ	27,000	16-17 ปี	เพื่อน	เกือบทุกวัน
กทม. ชาย 3	29	ครูสอนแบดมินตัน	60,000	ม. ต้น	พ่อ	5-6 วัน/สัปดาห์
กทม. ชาย 4	29	พนักงานบริษัทเอกชน	40,000	ม. ต้น	เพื่อน	1 วัน/สัปดาห์
กทม. ชาย 5	29	เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศ	60,000	ม. ต้น	ครอบครัว	1-3 วัน/สัปดาห์
กทม. ชาย 6	29	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50,000	15-16 ปี	ครอบครัว	2-3 ครั้ง/เดือน*
กทม. ชาย 7	29	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50,000	18-19 ปี	เพื่อน	1-2 ครั้ง/เดือน*
กทม. หญิง 1	29	กราฟิก/ครีเอทีฟ	ไม่ระบุ	17 ปี	เพื่อน	3 วัน/สัปดาห์
กทม. หญิง 2	23	นักไลฟ์	20,000	ม. 4	เพื่อน	2-3 วัน/สัปดาห์
กทม. หญิง 3	22	พนักงานบริษัท	20,000	ม. 6	เพื่อน	4-5 วัน/สัปดาห์
กทม. หญิง 4	29	พนักงานบริษัท	100,000	ม. 6	เพื่อน	2-3 วัน/สัปดาห์

รหัสผู้ให้สัมภาษณ์	อายุ	อาชีพ	รายได้ โดยประมาณ	ดื่มครั้ง แรก	ผู้ชักชวน	ความถี่ในการดื่ม ปัจจุบัน
กทม. หญิง 5	22	ธุรกิจของที่บ้าน	15,000	ม. 4	เพื่อน	3-5 วัน/สัปดาห์
กทม. หญิง 6	27	พนักงานบัญชี	30,000	17-18 ปี	แม่	2-3 ครั้ง/เดือน*
กทม. หญิง 7	28	นักจิตวิทยา	25,000	15-16 ปี	เพื่อน	1 ครั้ง/2 เดือน*
กทม. หญิง 8	27	พนักงานบริษัททั่วไป	70,000	15 ปี	ไม่ระบุ	1-2 ครั้ง/เดือน*
กทม. หญิง 9	28	รับราชการ	18,000	19 ปี	เพื่อน	1 ครั้ง/เดือน*
เชียงใหม่ ชาย 1	29	เซลล์กราฟเปียร์	21,000	11-12 ปี	พ่อ	เกือบทุกวัน
เชียงใหม่ ชาย 2	22	เสิร์ฟร้านเหล้า (part time)	400/วัน	ม. ปลาย	เพื่อน	4 วัน/สัปดาห์
เชียงใหม่ ชาย 3	24	บาริสต้า (part time)	40/ชม.	16-17 ปี	เพื่อน	ทุกวัน
เชียงใหม่ ชาย 4	29	เจ้าของร้านเหล้า	30,000	15 ปี	ไม่ระบุ	เกือบทุกวัน
เชียงใหม่ ชาย 5	29	วิศวกร	21,000	15 ปี	เพื่อน	2-3 วัน/สัปดาห์
เชียงใหม่ ชาย 6	23	รองผจก. ร้านเหล้า	20,000	ม.1	เพื่อน	เกือบทุกวัน
เชียงใหม่ ชาย 7	28	เซฟเบเกอร์โรงแรม	30,000	21 ปี	ไม่ระบุ	2 วัน/สัปดาห์
เชียงใหม่ หญิง 1	26	เสิร์ฟร้านเหล้า	14,000	17-18 ปี	เพื่อน	เกือบทุกวัน
เชียงใหม่ หญิง 2	23	เสิร์ฟร้านเหล้า (part time)	400/วัน	14 ปี	เพื่อน	ทุกวัน
เชียงใหม่ หญิง 3	21	เสิร์ฟร้านเหล้า (part time)	420/วัน	ปี 1	เพื่อน	3-4 วัน/สัปดาห์
นครราชสีมา ชาย 1	28	ผู้ช่วยวิจัย (part time)	17,000	ม. ต้น	เพื่อน	1 วัน/สัปดาห์
นครราชสีมา ชาย 2	25	ผู้ช่วยวิจัย (part time)	18,000	ปี 1	เพื่อน	2 วัน/สัปดาห์
นครราชสีมา ชาย 3	28	ครูโรงเรียนมัธยม	22,000	ม. ปลาย	เพื่อน	2-3 วัน/สัปดาห์
นครราชสีมา ชาย 4	27	ผู้ช่วยวิจัย (part time)	20,000	ม. ปลาย	เพื่อน	4 วัน/สัปดาห์
นครราชสีมา ชาย 5	28	ผู้ช่วยเซฟทั่วไป	9000	18 ปี	เพื่อน	2 วัน/สัปดาห์
นครราชสีมา หญิง 1	26	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	17,400	19 ปี	เพื่อน	1 วัน/สัปดาห์
นครราชสีมา หญิง 2	26	เจ้าหน้าที่โครงการวิจัย	30,000	17-18 ปี	ครอบครัว	3-4 วัน/สัปดาห์
นครราชสีมา หญิง 3	27	พนักงานเสิร์ฟร้านอาหาร	9,000	20 ปี	เพื่อน	1 วัน/สัปดาห์

รหัสผู้ให้สัมภาษณ์	อายุ	อาชีพ	รายได้ โดยประมาณ	ดื่มครั้งแรก	ผู้ชักชวน	ความถี่ในการดื่ม ปัจจุบัน
นครราชสีมา หญิง 4	20	พนักงานเสิร์ฟร้านอาหาร	12,000	15 ปี	เพื่อน	2-3 วัน/สัปดาห์
นครราชสีมา หญิง 5	28	พนักงานมหาวิทยาลัย	18,000	20 ปี	เพื่อน	3-4 วัน/สัปดาห์

*ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าตนเป็นนักดื่มที่ดื่มเป็นประจำ (Regular drinkers) แต่ไม่ได้ดื่มสม่ำเสมอทุกสัปดาห์

ประสบการณ์การดื่ม



ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ดื่มครั้งแรกกับเพื่อนในโอกาสพิเศษ เช่น เมื่อมีกิจกรรมของโรงเรียนหรือมีการสังสรรค์ เช่น ดื่มที่บ้านหรือหอพัก เพื่อน/รุ่นพี่ ดื่มเมื่อไปทัศนศึกษาหรือท่องเที่ยว ดื่มในงานเลี้ยงจบการศึกษา และดื่มในค่ายเก็บตัวนักกีฬา ส่วนผู้ที่ดื่มครั้งแรกจากการชักชวนของสมาชิกในครอบครัว จะเป็นการดื่มที่บ้าน ด้วยเหตุผลว่าพ่อ หรือ แม่ อยากให้ได้ลองรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเชื่อว่าการฝึกให้ดื่มครั้งแรกกับคนในครอบครัวจะเป็นการสอนให้ลูกหลานรู้จักระมัดระวังและดูแลตนเองได้หากอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องดื่มและมีความเสี่ยง โดยเฉพาะสำหรับผู้หญิง

“ที่บ้านพาดื่ม ฝึกเข้าวงการนี้จะได้รู้ตัว แล้วก็จะรู้ทันคนอื่นด้วย”

นครราชสีมา หญิง 2

“แม่บอกว่าเหมือนแบบเวลาไปข้างนอกจะได้ไม่โดนมอมอะไรเจี้ยคะ เหมือนแบบไปเจอสังคมข้างนอกจะได้
แบบรู้ว่ารสชาติเป็นยังไงอะไรเจี้ยคะประมาณนี้”

กทม. หญิง 6*

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้ให้ข้อมูลดื่มครั้งแรกมักจะเป็นเครื่องดื่มที่มีรสชาติเบา ดื่มง่าย หรือเป็นเครื่องดื่มผสม เช่น วิสกี้, รัมผสม, ไวน์อัดก๊าซ เป็นต้น ในขณะที่ปัจจุบันผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมดระบุว่าดื่มเบียร์เป็นหลัก โดยมีทั้งเบียร์ที่มีขายตามร้านสะดวกซื้อทั่วไป และคราฟต์เบียร์ รวมถึงเหล้า (วิสกี้) ค็อกเทล โขงเหล้าบ๊วย และไวน์ ซึ่งมีรสชาติหลากหลายและราคาค่อนข้างสูง และน่าจะสัมพันธ์กับกำลังทรัพย์ที่เพิ่มมากขึ้น เมื่อผู้ให้ข้อมูลเริ่มทำงานและมีรายได้เป็นของตนเอง

“มันน่าจะเป็นคนละฟิสิกกันมากกว่า เพราะว่าตอนเรียนเนี่ยคือมีเงินจำกัด แต่พอมาทำงานแล้วมาอยู่บ้านค่าหอ
มันไม่ต้องจ่าย รายเดือนที่ได้รับต่อเดือนมันมากกว่าเดิม มันก็สามารถซื้อได้บ่อยขึ้น”

กทม. ชาย 1

นอกจากนี้ พฤติกรรมการดื่ม ทัศนคติเมื่อดื่ม และวัตถุประสงค์ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ให้ข้อมูลจะเปลี่ยนแปลงไปตามประสบการณ์ในแต่ละช่วงอายุของตน ส่วนปริมาณที่ดื่มแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับ

วาระและโอกาสในการดื่ม อย่างไรก็ตาม รูปแบบการดื่มเมื่อเข้าสู่วัยทำงานจะเป็นการดื่มในความถี่และปริมาณที่ลดลง รวมถึงดื่มเฉพาะวันหยุดและไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อความมีเมามา

“ช่วงแรก ๆ ที่ดื่มมันก็จะดื่มได้ไม่เยอะเนอะความ Tolerance มันก็ไม่ได้สูงมากกินได้ไม่เยอะเท่าไรแต่ก็ไม่ถึงขั้นเมาหัวราน้ำอะไร แต่ก็จะเป็นกินอยู่กับญาติ ๆ มากกว่าแค้ก็ให้กินพอถึงจุด ๆ หนึ่งแล้วแค้ก็ไม่ให้กินต่อแล้ว ก็หยุดแค้ตรงนั้น แต่พอเข้ามามหาลัยช่วงปี 1 ปี 2 ปี 3 ปี 4 ตอน ปี 1 ปี 2 ก็จะทำคอนข้างหนักอยู่เหมือนกัน ช่วงนั้น แต่ก็ลิมิตนะประมาณ 2-3 ครั้งต่อปี จะกินเฉพาะช่วงที่สอบเสร็จเท่านั้นก็ดื่มที่เมาเป็นเมาละเป็นละ พอเรียนป.โทก็จะไม่ค่อย ตกปีครึ่งสองครึ่งเองมั้ง”

กทม. ชาย 8*

“พอวัยทำงานมาก็ดื่มเฉพาะวันหยุดครับ เดียวนี้ก็จะประมาณรอบละ 3 แก้ว หรือ 3 รสชาติ คือสมมติว่าเราวันนี้เราตั้งใจจะไปกินคราฟต์เบียร์เราก็จะเลือกแค่ 3 ตัวเพื่อชิมรสชาติ หรือว่าเป็นกระป๋องตามร้านคราฟต์เบียร์”

เชียงใหม่ ชาย 7

“ถ้าเข้ามามหาลัยก็จะบ่อยใครชวนก็ไปถ้าเป็นช่วงมหาลัย ก็เป็นช่วงกำลังหัวเนอะวัยรุ่นุ่นพีต ๆ อะหน่อยก็ดื่มได้หลายขวดหน่อย 5-6 ขวดขึ้นไปก็มี ผมชอบพูดกับเพื่อนนะว่าโตแล้วไม่ได้ต้องดื่มเพื่อชนะใครดื่มเพื่อสังสรรค์ ก็เลยแค่นี้แหละดื่มพอกริม ๆ ก็พอ”

กทม. ชาย 7*

“ช่วงปัจจุบันนี้ตั้งแต่ผมเรียนจบมาทำงานแล้วก็แบบคอนข้างที่จะดื่มแทบทุกวัน แต่มันจะหนักช่วงศุกร์เสาร์มากกว่าเพราะว่ามันเจอลูกค้าคอนข้างที่จะเยอะ ลูกค้าก็จะแบบเฮ้ยดื่มกับพี่หน่อยเราก็จะมีวิธีที่แบบพลิกตัวออกมาแบบพี่ ๆ แบบนี้วะเดี๋ยวผมต้องไปนุ่นไปนี่ก่อนไปเสิร์ฟอาหารหรือไปอะไรเราจะคอนข้างที่จะแบบไม่กินในช่วงเวลางานซึกเท่าไรตั้งแต่แบบเริ่มมีอายุเริ่มคิดได้อย่างเงี้ย”

เชียงใหม่ ชาย 6

“หลังจากที่ทำงานปุ๊ปหนูก็รู้สึกว่ หนูเริ่มลดปริมาณลง กินน้อยลงด้วย แต่แบบเวลาเพื่อนชวนออกอย่างเงี้ยก็ออก แต่ก็จะไม่ค่อยแบบดื่มเยอะมากแบบใส่สุดเหมือนตอนที่เรียน หนูว่ามันเป็นช่วงวัยด้วยตอนเรียนเนอะมันมีเพื่อนต่างคนก็แบบไป ๆ ต่างคนมันก็แบบใส่สุดเงี้ยคะ แต่พอโตอย่างหนูเงี้ยหนูกับเพื่อนบางคนก็มีงานทำแล้วก็ต้องมีสิ่งที่จะต้องรับผิดชอบในวันต่อไปก็จะไม่ค่อย ส่วนมากก็



จะออกไปแบบแค้โอเค have fun แล้วก็แยกย้ายกันกลับ”

กทม. หญิง 2

แบบแผนการดื่มของคนรุ่นใหม่วัยทำงาน

คนรุ่นใหม่วัยทำงานดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะชื่นชอบในรสชาติ และมีเป้าประสงค์เฉพาะในการดื่มแต่ละครั้ง ซึ่งไม่ใช่การดื่มเพื่อความมึนเมาเพียงอย่างเดียว โดยแบบแผนการดื่มของผู้ให้ข้อมูลสามารถจำแนกได้ตาม 2 บริบทหลักได้แก่ แบบแผนการดื่มในบริบทบุคคล และแบบแผนการดื่มในบริบทสิ่งแวดล้อมและสังคม

แบบแผนการดื่มในบริบทบุคคล



แบบแผนการดื่มในบริบทบุคคล ในที่นี้เป็นความต้องการดื่มและพฤติกรรมการดื่มที่กำหนดโดยตัวผู้ดื่มเอง โดยไม่ได้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับสิ่งแวดล้อม มักเป็นการดื่มเพื่อตนเองและอาจไม่จำเป็นต้องมีผู้ร่วมดื่มด้วย ซึ่งแบ่งเป็น

(1) การดื่มคนเดียว (Solo drinking) โดยมากมีวัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือความเหนื่อยล้าจากการทำงาน โดยการดื่มเป็นสัญลักษณ์ของการได้ใช้เวลาพักผ่อนทำตามใจตนเองในพื้นที่ส่วนตัว และเป็นเครื่องมือช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย ส่วนใหญ่เป็นการดื่มที่บ้านตัวเองหลังเลิกงาน

“ดื่มเพื่อให้หลับได้ง่าย หลับได้ไว”

นครราชสีมา ชาย 1

“ผ่อนคลายมากกว่า แบบเราเครียดจากงาน เครียดจากสังคมอะไรเยอะแยะ สังคมมันไม่ได้ตั้งใจเรา”

นครราชสีมา ชาย 4

“ถ้าแบบกินเพื่อผ่อนคลายเพื่อคลายเครียดอะไรเงี้ยครับ อย่างวันไหนมีเรื่องให้เครียด เอออยากกินวะ สมมติถ้าเรื่องค่าใช้จ่ายวันนี้เรามีตั้งแต่ 300 เรายอมเสีย 200 เพราะวันนี้เราเครียดเราอยากกิน”

เชียงใหม่ ชาย 3

(2) การดื่มตามโอกาสและอารมณ์ (Occasional and mood-dependent drinking)

ผู้ให้ข้อมูลบางรายระบุว่าประเภทของเครื่องดื่มและการตัดสินใจดื่มนั้นขึ้นอยู่กับสภาวะอารมณ์ของตนเองในเวลานั้น ๆ ซึ่งรวมถึงสถานที่ดื่มและประเภทของเครื่องดื่มในแต่ละครั้งด้วย หรือมีการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการสร้างบรรยากาศหรืออารมณ์ในเวลาพักผ่อน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงรสนิยมหรือความชอบของแต่ละบุคคลด้วย

“ชอบกินเบียร์ค่ะ คือใจอะชอบเบียร์สดกับเบียร์คราฟต์ แต่ถ้าไม่มีตั้งค์ก็จะเหลือแค่เบียร์สดกับเบียร์กระป๋องค่ะ ก็จะมีถ้าวันไหนเป็นโอกาสพิเศษ อย่าง คราฟต์เบียร์ต้องเข้าวันที่ปิดจ๊อบ เงินออกประมาณนี้ค่ะ มันก็จะได้อรรถรสในการดื่มต่ำมากขึ้น แบบเราอยากให้รางวัลตัวเองหน่อยเงี้ยค่ะ”

กทม. หญิง 1

“พอเรากลับไปหลังจากเลิกงานอย่างเจ็ยครับ คือผมชอบดูหนังฟังเพลงอะไรเจ็ยแล้วถ้า mood มันไม่ได้ อยากดูหนังสนุกอยากฟังเพลงเพราะอะไรเจ็ยก็กินคนเดียวได้”

นครราชสีมา ชาย 4

(3) การดื่มเป็นประจำและเป็นนิสัย (Routine and habitual drinking) ผู้ให้ข้อมูลบางรายอธิบายว่าการดื่มเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของตน ไม่ว่าจะกินเพราะอาชีพของตนเอง (เช่น ผู้ที่มีอาชีพทดสอบกราฟต์เปียร์) หรือดื่มประจำจนเป็นนิสัย ดื่มเพื่อเพิ่มรสชาติของอาหาร หรือดื่มทดแทนเครื่องดื่มอื่นๆ

“กินไปดู Netflix ไปครับ ก็พร้อมับข้าวเย็น”

กทม. ชาย 4

“แบบเลิกงานเสร็จก็เหนื่อยแล้วก่อนนอนก็กินเปียร์ซักขวดสองขวด กินข้าวดูทีวีแล้วก็นอน กินกับข้าวเลยครับ เรากินข้าวก่อนนอนก็กินเปียร์แทนน้ำอะไรเจ็ย ให้มันรู้สึกแบบสดชื่นหน่อยเพราะว่าผมสอนทั้งวันเหงื่อออกทั้งวันมันเพลียทั้งวันเจ็ยครับ”

กทม. ชาย 3

“ก็ดื่มเรื่อย ๆ ครับ แต่จะมาหนักช่วง 2 ปีที่จะมาเปิดร้าน ถ้าช่วงอื่น ๆ ก็จะไม่ประมาณ เหมือนดื่มเกือบทุกวัน บ้าง ก็เหมือนนักดนตรีทั่ว ๆ ไปอะครับ แต่พอเปิดร้านเองอยู่ร้านก็เลยดื่มทุกวันครับ”

เชียงใหม่ ชาย 4

แบบแผนการดื่มในบริบทสิ่งแวดล้อมและสังคม



แบบแผนการดื่มในบริบทสิ่งแวดล้อมและสังคม ในที่นี้เป็นแบบแผนการดื่มที่มีอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพและทางสังคมเป็นตัวกำกับลักษณะการดื่ม ประเภทของเครื่องดื่ม และพฤติกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดื่ม โดยการดื่มนั้นมีหน้าที่ทางสังคมตั้งแต่การรวมกลุ่มพบปะกันจนถึงการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางหน้าที่การงาน แบ่งเป็น



(1) การดื่มตามกิจกรรมและสิ่งแวดล้อมที่มีลักษณะเฉพาะ (Activity and environment specific drinking) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่มีต่อพฤติกรรมการดื่ม เช่น การดื่มในสถานที่แตกต่างกัน (ดื่มที่ผับ/บาร์ ดื่มที่บ้านพักของเพื่อน) การดื่มในช่วงที่มีกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น ดื่มนกับกลุ่มเพื่อนที่ซบถบักไบค์ด้วยกัน หรือการดื่มเมื่อมีการแนะนำเพื่อนใหม่ รวมถึงการเลือกดื่มในช่วงวันหรือเวลาเฉพาะ เช่น จะจงดดื่มเฉพาะช่วงวันหยุดหรือสุดสัปดาห์ และช่วงเวลาการดื่ม

“แถวนี้มันไม่มีกิจกรรมอะไรให้ทำนอกจากไปร้านเหล้า”

นครราชสีมา ชาย 2

“ไปคนเดียวค่ะ ไม่เหงา แบบชีวิตหนูไปคนเดียว ส่วนใหญ่ไปก็คือเราก็จอกคนรู้จักที่ร้านอยู่แล้ว มันเป็นแหล่งที่แบบเราไปกับเพื่อนมาก่อน รู้จักคนนั้นคนนี้ก็ไปบังเอิญมาเจอกันอยู่ต๊ายจ๊ายค่ะ”
เชียงใหม่ หญิง 1

“มันก็มีสังคมอีกแบบนึงนะที่ไม่ใช่ทำงานแต่คือเป็นคนที่เกี่ยวข้องอะ ผมก็จะแบบอยากรู้จักคนให้มากกว่าเลยต้องไปร้านนู้นร้านนี้ร้านนั้นอะ แล้วก็จะได้รู้จักรุ่นพี่มั่งเป็นทอด ๆ ไปเรื่อย ๆ ก็ไปคนเดียวบ้างไปกับแฟนบ้างครับ”
เชียงใหม่ ชาย 6

(2) การดื่มในบริบทของการรวมกลุ่มทางสังคม (Social context drinking)

พฤติกรรมกรรมการดื่มของผู้ให้ข้อมูลจะแตกต่างกันไปตามกลุ่มคนที่ตนเองดื่มด้วย เช่น การดื่มกับเพื่อนในฐานะที่เป็นกิจกรรมทางสังคมทั้งในการพบปะกันตามปกติ ทานอาหารเย็นร่วมกัน และในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของการรวมตัวกันและทำกิจกรรมร่วมกันในหมู่เพื่อนฝูง ส่วนการดื่มกับสมาชิกในครอบครัว เช่น พ่อ หรือคนรักที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ก็แสดงให้เห็นว่าการดื่มเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิสัมพันธ์กันภายในครอบครัวด้วย นอกจากนี้ ยังมีการดื่มกับเพื่อนร่วมงานหรือลูกค้าภายหลังจากเวลางาน เป็นการดื่มเพื่อเป้าประสงค์เกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่อยู่ในเครือข่ายหน้าที่การงานอีกด้วย

“ดื่มกับพ่อและพี่ชาย ที่บ้าน ถ้าดื่มคนเดียวจะดื่มเบียร์ ถ้าเป็นเหล้าจะดื่มกับพ่อ”
กทม. ชาย 1

“บางทีก็ดื่มกับเพื่อนคนสองคนซิด ๆ ไปร้านเหล้าแบบหนักเลยกับเพื่อนก็เดือนละ 3-5 ครั้ง แล้วแต่ช่วง”
นครราชสีมา ชาย 4

“ช่วงนั้นเป็นช่วงที่เราเข้าสังคมมาในกลุ่มรถแล้วอะไรเงี้ยครับทำให้เรารู้จักการกินมากขึ้นจนทำให้แบบกินไปนาน ๆ มันรู้ว่าการกินมันคือการเข้าสังคมการละลายพฤติกรรมอะไรบางอย่างของคนแต่ละคนที่เข้ามารู้จักกันอะไรเงี้ยก็เลยกินไปเรื่อย ๆ จนรู้สึกว่าร่มกินทุกวันครับ”
เชียงใหม่ ชาย 3

“ดื่มที่บ้านบ้างตามร้านบ้าง แล้วก็ดื่มกับลูกค้า หรือเพื่อนเซลล์ด้วยกัน”
เชียงใหม่ ชาย 1

(3) การดื่มตามเหตุการณ์ (Event-driven drinking) เป็นการดื่มตามโอกาสสำคัญหรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ปาร์ตี้วันเกิดเพื่อน หรือการไปเที่ยวด้วยกันกับเพื่อน โดยใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นตัวสร้างบรรยากาศของความสนุกสนานให้เกิดขึ้น การดื่มโดยมีเหตุการณ์หรือโอกาสพิเศษเป็นตัวขับเคลื่อนนี้ มักเป็นการดื่มที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ แต่ผู้ดื่มจะดื่มในปริมาณมาก ซึ่งจะพบพฤติกรรมดังกล่าวได้กับทั้งผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าตนเป็น

นักดื่มประจำ (regular drinker) ที่ดื่มแอลกอฮอล์อยู่แล้วเป็นประจำอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง และผู้ให้ข้อมูลที่ไม่ได้เป็นนักดื่มประจำ แต่จะดื่มทุกครั้งเมื่อมีโอกาสพิเศษและดื่มในปริมาณมาก

“ถ้าสมมติเวลาไปบาร์หรือว่าไปอะไรที่แบบเค้ามีอะไรที่แบบดนตรีหรือแบบเป็นบาร์ที่คนเค้าไม่ได้ไปเดินกันอะคะอย่างนั้นอะก็จะเน้นไปทางค็อกเทล ไวน์อะไรเงี้ยคะ แต่ถ้าเราไปเที่ยวที่เป็นพวกผับหรือร้านเหล้าที่มีดนตรีสดอย่างเงี้ยคะอันนี้ก็กินไปทางที่เป็นเหล้าหรือไม่ก็เป็นพวกโซจูอย่างเงี้ยคะ”

กทม. หญิง 8*

“ส่วนใหญ่จะไปดื่มวันศุกร์ เสาร์ ที่ตื่นสายได้ก็จะรันวาดตั้งแต่ 2 ทุ่มถึงตี 2”

นครราชสีมา หญิง 2

บรรทัดฐานการดื่ม และอัตลักษณ์นักดื่ม

นิยามคำว่า “นักดื่ม” ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูล

แม้คำว่า “นักดื่ม” ในการศึกษาชิ้นนี้จะถูกนิยามไว้ว่าหมายถึงผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ (regular drinkers) และถูกใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล แต่เมื่อถามถึงมุมมองที่ผู้ให้ข้อมูลมีต่อตนเองในฐานะนักดื่ม กลับพบว่าผู้ให้ข้อมูลบางส่วนไม่เห็นด้วยที่ตนเองจะถูกเรียกว่า “นักดื่ม” และได้มีการนิยามคำว่า “นักดื่ม” ในมุมมองของผู้ที่ดื่มเป็นประจำซึ่งแบ่งได้เป็น 5 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่



(1) การนิยามตามความรู้เฉพาะทางหรือการเป็นมืออาชีพ

ในที่นี้ คำว่า “นักดื่ม” ถูกมองว่าเป็นวิชาชีพที่ต้องอาศัยความรู้เฉพาะทางอย่างเป็นทางการ การดื่มของนักดื่มในนิยามนี้จึงเป็นการดื่มโดยอาชีพ ซึ่งเป็นการดื่มเพื่อทดลอง ทดสอบรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดต่าง ๆ หรือเป็นการดื่มแบบไม่เป็นทางการเพื่อเพิ่มเติมขอบเขตของความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ แม้จะไม่ใช่เป็นผู้มีวิชาชีพเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่มีการศึกษาด้วยตนเอง และมีความรู้อย่างลึกซึ้ง สามารถอธิบายเกี่ยวกับกรรมวิธีการผลิต หรือประวัติของเครื่องดื่มนั้น ๆ ได้ ก็สามารถถูกเรียกว่า “นักดื่ม” ได้เช่นกัน

“ผมคิดว่าเค้าจะต้องเป็นคนมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถบ่งบอกได้ แบบเค้าศึกษามาว่าอันเนี้ยทำมาจากกรรมวิธีอะไร แบบนี้กับแบบนี้ต่างกันยังไง มีที่มาที่ไปแบบไหนอะไรอย่างนั้นอะครับ”

กทม. ชาย 3

“นักดื่ม” เป็นพวกเลือกสรรในการดื่ม มีความรู้ หรือทำเป็นอาชีพ “ดื่มประจำ” คือดื่มเกือบทุกวัน”

กทม. หญิง 2

“อย่างนักดื่มผมกับเพื่อน ๆ ที่ศึกษาเรื่องแอลกอฮอล์เงี้ยมันก็มีสาระ”

เชียงใหม่ ชาย 4

“หนูคิดว่าน่าจะเป็นพวกที่ดื่มเก่ง หมายถึงว่า นั่นดิหนูก็ไม่รู้ หนูว่านักดื่มน่าจะเป็นคนที่รู้เรื่องเหล้าเยอะ หมายถึงว่า คำดื่มแล้วคำรู้รสชาติ หรือว่าคำรู้ว่าเหล้าแบบนี้ๆเป็นแบบไหนอะไรแบบนี้ละ คือหนูคิดว่าคนทั่วไปกินอะไม่รู้หรือกว่าเหล้าอะมาจากไหนมาจากอะไรก็คือกินไปเพราะเพื่อนกินหรือกินเพราะราคาถูกอะไรเงี้ย แต่แบบบางคนนักดื่มน่าจะเป็นสายคล้าย ๆ สายค็อกเทลมึนๆที่แบบรู้ว่าเหล้าแบบนี้ ๆ เป็นแบบไหนที่แบบผสมอะไรอร่อย หนูว่านักดื่มน่าจะเป็นแบบนี้มากกว่า”

เชียงใหม่ หญิง 1



(2) การนิยามตามความสนใจชื่นชอบในรสชาติ “อย่างจริงจัง”

ผู้ให้ข้อมูลอีกส่วนหนึ่งมองว่า “นักดื่ม” คือผู้ที่มีความสนใจในรสชาติ (รวมถึงกลิ่น และรสสัมผัส) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดต่างๆ และรู้สึกเพลิดเพลินกับการได้ลองดื่มเครื่องดื่มอย่างหลากหลาย นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่ดื่มเพื่อสุนทรียภาพ เพื่อชื่นชมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยไม่ต้องดื่มในปริมาณมากหรือดื่มจนเมา

“นักดื่มนี้ มีการดื่มเพื่อรสชาติไม่ได้ดื่มเพื่อเมา ดื่มศึกษาตัวใหม่ ๆ ศึกษาคาแรกเตอร์ แล้วเป็นพวกคอลเลกชันก็จะเป็นเก็บสะสมด้วย”

เชียงใหม่ ชาย 7

“นักดื่มก็คงเป็นแบบว่าไปหาดื่มหรือว่ามีความสนใจหรือชื่นชอบหรือตามหาเครื่องดื่มที่มันเอ๋อตามรสชาติตามหาอะไรต่าง ๆ”

นครราชสีมา ชาย 3



(3) การนิยามตามความถี่ ปริมาณและ “ความทนทาน” ต่อความเมา

“นักดื่ม” ถูกมองในอีกแง่หนึ่งว่า หมายถึง ผู้ที่มีความทนทานต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยต้องดื่มในปริมาณมาก ๆ ในแต่ละครั้ง ดื่มบ่อย และใช้เวลาดื่มยาวนาน

“คอแข็ง พวกกินแล้วไม่ค่อยเมา นักดื่มน่าจะกินได้เยอะกว่าคนที่ดื่มเป็นประจำ”

เชียงใหม่ ชาย 1

“นักดื่มของผมนี่คือ ยึดตามรุ่นพี่คนนึงก็แล้วกันครับ รุ่นพี่คนนั้นก็คือนัก นักมากเลยกินหนักก็คือแบบแทบทุกวัน แล้วก็กินครั้งนึงผมว่าเค้าคนเดียวก็ไม่น่าต่ำกว่าครึ่งลิตรอะไรประมาณเนี่ย ถ้าผมมองว่า type นั้นเป็นนักดื่มก็คือขาดเบียร์ไม่ได้”

นครราชสีมา ชาย 2



(4) การนิยามตาม “ความรับผิดชอบ” ต่ตนเองและคนรอบข้าง

ผู้ให้ข้อมูลบางรายระบุถึงความสามารถในการควบคุมตนเอง ไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น หรือเป็นผู้ที่ดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นการนิยามในเชิงบวก

“คำว่านักดื่มต้องรับผิดชอบต่อตัวเองได้ ดื่มแล้วไม่สร้างความเดือดร้อนนะครับ อันนี้คือมุมมองคำว่านักดื่มของผมนะครับก็คือมันแหละครับดื่มแล้วรับผิดชอบต่อตัวเองได้ ไม่สร้างความเดือดร้อน”

นครราชสีมา ชาย 5



(5) การนิยามตามพฤติกรรมการดื่มหนักจนควบคุมไม่ได้

นอกจากนี้ ยังมีการนิยาม “นักดื่ม” ในเชิงลบ ซึ่งคำดังกล่าวทำให้ผู้ให้ข้อมูลนึกถึงผู้ที่ต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำทุกวัน ขาดไม่ได้ และเป็นการดื่มหนักจนขาดสติ ไม่สามารถควบคุมตนเองได้

“ทุกวัน ขาดไม่ได้ ถ้าไม่กินจะมีอาการเหมือนลงแดง มือสั่น ปากสั่นอะไรเงี้ย”

นครราชสีมา ชาย 1

“นักดื่มนี้ดื่มจัดรีปาว ดื่มเกือบจะทุกวัน ปริมาณก็อาจจะเกี่ยว เพราะว่ามีเพื่อนคนนึงอะมันดื่มทุกวันเลยแล้วก็ดื่มเยอะดื่มจนแบบเมาหัวราน้ำอย่างเงี้ย”

นครราชสีมา หญิง 3

ปริมาณการดื่มที่ยอมรับได้



เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ที่นิยามตนเองว่าเป็น “นักดื่ม (หรือผู้ดื่ม) ที่ไม่เป็นปัญหา” การกำหนดบรรทัดฐานการดื่ม และมุมมองต่อตนเองในฐานะผู้ดื่ม และพฤติกรรมการดื่ม (อัตลักษณ์นักดื่ม) ของตนเองจึงเป็นไปในรูปแบบใกล้เคียงกัน

ในแง่ของปริมาณการดื่มที่ยอมรับได้ หรือเหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมดเห็นตรงกันว่า การดื่มเป็นประจำไม่ใช่การดื่มทุกวัน อาจจะมีเวลาที่ได้ถึงสัปดาห์ละ 3-4 วัน ส่วนการดื่มทุกวันนั้นถือว่าบ่อยเกินไป เว้นแต่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพที่ต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น นักทำคราฟต์เบียร์ หรือพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหารที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือผับ/บาร์ ที่ต้องมีการดื่มร่วมกับลูกค้า โดยในการดื่มแต่ละครั้ง ผู้ให้ข้อมูลมีการกำหนดปริมาณที่เหมาะสมสำหรับตนเองทั้งในเชิงวัตวิสัย (นับปริมาตรของเครื่องดื่ม) และอัตวิสัย (สังเกตอาการของตนเอง) เพื่อควบคุมให้ตนเองไม่ดื่มมากเกินไป อย่างไรก็ตาม การกำหนดปริมาณที่เหมาะสมหรือยอมรับได้นั้น ไม่ใช่การกำหนดปริมาณโดยอ้างอิงจากข้อแนะนำทางสุขภาพ แต่เป็นการกำหนดปริมาณจากประสบการณ์ของตนเอง

“สำหรับหนูตอนนี้รับได้ที่ 2 ขวดคนเดียว ส่วนคนอื่นคิดว่าแต่ละคนรับได้ไม่เท่ากัน ความถี่ที่คิดว่าถ้า 3 วันก็ยังไม่ปกติอยู่ แต่ถ้าทุกวันเนี่ยเยอะเกินไป”
นครราชสีมา หญิง 1

“มันน่าจะอยู่ที่ร่างกายในการรับแอลกอฮอล์ จุดที่พอดีหรือของเราก็ไม่เคยสังเกตแต่อย่างก็คือถ้าจะเทียบเป็นเบียร์ก็ 2-3 ขวดเนี่ยแหละค่ะที่คิดว่ามันโอเคมันเป็นเหมือนจุดที่มันแบบเป็นการคลายเครียดระดับนึง”
นครราชสีมา หญิง 2

“สำหรับผมความพอดีสำหรับคนดื่มประจำเนอะ ถ้าสำหรับผมเองอาทิตย์นึงน่าจะตก 3-4 ครั้งพอดี ก็ลิมิตของผมเลย 5 ขวดเบียร์ มากกว่านี้คือเมาแล้ว”
เชียงใหม่ ชาย 3

“พอดีของผมมันหมายถึงปริมาณมากกว่าความถี่ในแต่ละสัปดาห์ ถ้าเกิดว่าเค้ากินทุกวันแต่ว่าวันละ 1 ขวดผมว่ามันก็ได้เยอะ แต่ว่าถ้าเค้ากิน 2-3 วันแต่ละวันมาแฮงค์ตื่นมาทำงานไม่ได้เลยอันนี้ก็เรียกว่าเยอะ”
กทม. ชาย 3

“ถ้าโดยตัวปริมาณจริง ๆ มันอาจจะต้องแบ่งตามประเภทของเครื่องดื่มอะค่ะ แต่คิดว่าถ้าเป็นเบียร์ถ้าเกิดว่าเกิน 3 ขวด ถ้าไซส์ที่พอเทียบได้ก็คือเกิน 3 ขวดนี่ก็อาจจะเริ่มขาดสติแล้ว เริ่มไม่ดีแล้วคือจริง ๆ ความถี่ไม่ค่อยมีผลนะค่ะถ้าในแต่ละครั้งเค้ากินในปริมาณที่ครึ่งแก้วหรืออะไรก็ตามที่หนึ่ง ถ้าในปริมาณที่เค้า control ได้ สองคือ เค้าสามารถห้ามตัวเองให้ไม่กินได้ ก็คืออันนี้ต่อให้กินทุกวันแล้วพรุ่งนี้มันงานไม่กินก็ถือว่ายังปกติ มองที่ความสามารถในการควบคุมมากกว่าค่ะ”
กทม. หญิง 5

การดื่มที่ “เป็นปัญหา”: ความหมายและประสบการณ์



ผู้ให้ข้อมูลให้ความหมายการดื่มที่เป็นปัญหา ว่าเป็นการดื่มที่ส่งผลกระทบต่อตนเองหรือผู้อื่น ซึ่งประมวลได้จากการสังเกตพฤติกรรมของคนรอบข้าง หรือประสบการณ์การดื่มจนเป็นปัญหาของตนเองในอดีต โดยพฤติกรรมที่เป็นปัญหาหรือสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่นมีหลายระดับ ตั้งแต่การไม่สามารถควบคุมตนเองได้จนเป็นภาระของเพื่อนฝูง การส่งเสียงดังรบกวนหรือสร้างความรำคาญให้ผู้อื่น คุกคามผู้อื่นทางร่างกาย ทำให้สถานที่สกปรก ทำข้าวของเสียหาย ลักษณะของ ทะเลาะวิวาท จนถึงเมาแล้วขับจนเกิดอุบัติเหตุ

“ดื่มแล้วเมาอาละวาด ดื่มแล้วทะเลาะวิวาท ดื่มแล้วทำให้ครอบครัวมีปัญหาอะไรอย่างงี้ล่ะครับ”

กทม. ชาย 3

“บางครั้งลูกค้าก็มีเรื่องกันก็มีครับ ส่วนใหญ่จะเป็นต่างชาติครับ ผมไม่รู้ว่่าเค้าดื่มไปเท่าไรแล้วเค้าเคยลวนลามลูกค้าผู้หญิงเจ๊ยยครับ เรายังไม่ค่อยโอเคเท่าไร ผมก็ต้องเชิญออกครับ ออกร้านไปเลยเพื่อให้ลูกค้าคนอื่นเค้าสบายใจอะครับ”

เชียงใหม่ ชาย 4

“ถ้าสำหรับหนูนะทำภาระให้คนอื่น อันนี้หนูเห็นคนอื่นเค้าที่ในร้านอย่างเงี้ย พอเริ่มแบบดื่มเยอะไข่ม้อยเคะ ก็แบบไปเป็นภาระให้คนอื่น เหมือนแบบวันนั้นที่หนูไปอะ อยู่ ๆ เค้าก็เดินมาหยิบโทรศัพท์หนูไปเลยอะ หนูยังถือเล่นอยู่เลยนะ”

นครราชสีมา หญิง 4

“การดื่มที่มีปัญหาคือที่เราส่งผลกระทบต่อคนอื่นหมายถึงภาพลักษณ์หรืออะไรที่ อย่างโตะเลอะแล้วอ้วก แก้วแตกจะไปกระเด็นโดนคนอื่นมัยนัยเคะ” นครราชสีมา หญิง 1

“เมาแล้วขับ ผมก็เคยประสบอุบัติเหตุที่แบบเราไม่เกี่ยวอะไรเลย เราซื้อของอยู่ข้างทางแต่ว่ามีคนเมาขับรถมาชนเราเจ๊ยยครับ นี่ยังตามเหลืออยู่ทุกวันนี้”

นครราชสีมา ชาย 5

“การดื่มที่รบกวนคนอื่นครับ อีกอย่างหนึ่งที่ผมไม่ชอบเลยก็คือ ถ้าเป็นในเมืองมากเราจะไม่เจอ แต่ถ้าถ้าเป็นอย่างบ้านผมมันจะไม่ได้อยู่ตัวเมืองไข่ม้อยมันก็จะมั่งตั้งวงกินเหล้ากันแล้วก็เปิดเพลงเสียงดังส่งเสียงรบกวน อันเนี้ยก็จะเป็นปัญหา”

นครราชสีมา ชาย 2

“เริ่มมีพฤติกรรมที่จะลักเล็กขโมยน้อยเพื่อไปซื้ออะไรเงี้ยมันเริ่มมีความต้องการมากเกินไป”

นครราชสีมา ชาย 1



ส่วนการตีที่ถูมองว่าเป็นปัญหาเพราะสร้างความเดือดร้อนให้กับตนเอง ส่วนใหญ่ จะมาจากประสบการณ์ตรงของผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่จะเป็นอาการทางร่างกายหลัง จากการตีหนักเกินไป เช่น ปวดหัว เวียนหัว อาเจียน หมดสติ เม้า ค้าง ไม่สามารถรับผิดชอบงานในวันรุ่งขึ้นได้

“ปกติหนูชอบกินเบียร์ไข่ม้อยคะ หนูไปกินเหล้าก็คือแบบว่าเคยมีปัญหาแบบว่ามันแฉงมาก ๆ จนทำอะไรไม่ได้เลยแล้วก็อ้วกอย่างเงี้ยคะ คือแฉงหนักทำอะไรใช้ชีวิตประจำวันไม่ได้ คือต้องนอน ๆ ทั้งวันอย่างเงี้ย”

เชียงใหม่ หญิง 3

“เคยแค่เกือบจะอาเจียนแต่ไม่ถึงกับอาเจียน พอกินเสร็จไปอาบน้ำแล้วมานอน อันนั้นอะ เวียนหัวแบบจะอาเจียนเลยแต่แล้วก็ไม่ได้อาเจียน อันนั้นคือหนักที่สุดนะครับ” กทม. ชาย 1

“ของผมนี่ไม่ถึงขั้นที่จำไม่ได้ครับ แต่อาจจะแบบว่าอ้วกก่อนนอนหรือว่ากลางดึกตื่นขึ้นมาอ้วกอะไรเงี้ยครับ แล้วก็เลอะเทอะบ้านอะไรเงี้ยครับประมาณนั้นครับ เราก็ต้องมานั่งรับผิดชอบทำความสะอาดเองตอนเช้า”

กทม. ชาย 4

“ก็เคยมีภาพตัดเลยครับ ก็คือน่าจะของแรงอยู่เหมือนกับครับแก้วเดียวไม่ถึง 5 นาทีก็คือล้มไปเลย”

นครราชสีมา ชาย 1

เมื่อถามถึงผลเสียของแอลกอฮอล์ต่อตนเอง ผู้ให้ข้อมูลต่างเห็นพ้องว่าการตี แอลกอฮอล์เป็นประจำน่าจะมีผลเสียต่อสุขภาพ โดยเฉพาะเมื่อตีในปริมาณมากต่อเนื้อ เป็นเวลายาวนาน หรือเมื่อมีภาวะเจ็บป่วยอื่น ๆ ร่วมด้วย โดยผลเสียต่อสุขภาพที่ผู้ให้ข้อมูล ระบุกันมากที่สุดได้แก่ น้ำหนักเพิ่ม/ลงพุง และความพร้อมทางร่างกายหรือความคิด/ ความสามารถในการตัดสินใจลดลง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลเชื่อว่าภาวะเหล่านี้จะหายไปในช่วงที่พัก จากการตีแอลกอฮอล์ ปัญหาทางสุขภาพที่ผู้ให้ข้อมูลประสบด้วยตนเองได้แก่ โรคกรดใน กระเพาะอาหาร โรคเกาต์เทียม ซึ่งทำให้ต้องควบคุมปริมาณหรือลดการตีลง



“ผลเสียถ้าตอนเนี้ยยังไม่เจอแต่ว่าภายในร่างกายก็ยังไม่รู้เหมือนกันว่าเกิดอะไรขึ้น ก็จะมีปวดหัว เวียนหัว แฉงบ้างครับหลังจากตื่น”

นครราชสีมา ชาย 2

“ผลเสียต่อสุขภาพเคยเจ็บหน้าอก เจ็บปอด เจ็บอะไรพวกนี้ไปหมดนะครับ แล้วก็ตอนนั้นต้องกินยา รักษาานาน หมอก็คือให้งดหมดเลย แล้วมันไม่ใช่ดแค่เหล่าครับมันลามไปถึง ซา กาแฟ บุหรี่ อะไรพวกนี้ด้วยนะครับ เพราะว่าเป็นกรดไหลย้อนครับ”

นครราชสีมา ชาย 5

“คืออ้วน ตอนแรกหนูอ้วนหนักมาก ตอนแรกน้ำหนักหนูขึ้นมาเพราะว่าหนูกินเบียร์บ่อยมาก ๆ แล้วเบียร์ที่หนูกินมันจะเป็นแบบเบียร์ข้างซึ่งมันก็อ้วนมากค่ะ ส่งผลกับร่างกายคือมันอ้วนแล้วมันก็ขยับถ่ายสำหรับหนูมันขยับถ่ายไม่ค่อยปกติ”

เชียงใหม่ หญิง 3

“ก็มีบ้างครับอย่างพออายุเริ่มมากก็จะมีภาวะโรคเกาต์เทียม หลังจากดื่มแอลกอฮอล์ถ้าในปริมาณที่มันมากเหมือนขับถ่ายไม่หมดก็สะสมเป็นเกาต์เทียมครับเคยปรึกษาหมออยู่ ปวดเข้าปวดข้อ”

กทม. ชาย 6*

“ส่วนข้อเสียนั้นก็อาจจะ ข้อเสยก็อาจจะทำให้ performance ในการเล่นกีฬาของเราลดลงครับ แต่ก็คือมันก็ไม่ได้ลดแล้วลดเลย อย่างพอเราหยุดกินไป 2-3 วันมันก็กลับมาเหมือนเดิม”

กทม. ชาย 3

ลักษณะของ “นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา”



ผู้ให้ข้อมูลได้สะท้อนมุมมองต่อตนเองในฐานะ “นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา” ซึ่งเชื่อมโยงไปถึงวิธีคิดเกี่ยวกับการดื่ม สิ่งที่ต้องพิจารณาเมื่อดื่ม และพฤติกรรมกรรมการดื่มของตน ซึ่งเชื่อมโยงกับบริบทแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม รวมถึงการมีความรับผิดชอบ ต่อตนเองและผู้อื่น โดยจำแนกได้เป็น 5 หลักการ ได้แก่ การใช้อัตวิสัยในการประเมินความเหมาะสมตามบริบทของการดื่ม การมีวินัยและควบคุมตนเอง การกำหนดความถี่และปริมาณที่เหมาะสมในการดื่ม การตระหนักถึงบริบททางวัฒนธรรมของการดื่ม และการมีความรับผิดชอบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของตนเองและผู้อื่น

(1) การใช้อัตวิสัยในการประเมินความเหมาะสมของพฤติกรรมตามบริบทของการดื่ม (Subjectivity and contextual nature of drinking)



ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ประเมินพฤติกรรมการดื่มที่เหมาะสมแบบอัตวิสัย กล่าวคือ แต่ละบุคคลมีความสามารถในการต้านทานฤทธิ์แอลกอฮอล์ไม่เท่ากัน การมองปริมาณการดื่มที่ “เหมาะสม” จึงแตกต่างกันไปตาม แต่ละบุคคลและบริบทในขณะนั้น เช่น ปริมาณการดื่มที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องหรือไม่ต้องขับขี่ยานพาหนะด้วยตนเอง ปริมาณการดื่มที่เหมาะสมเมื่อผู้ดื่มต้องการพบปะพูดคุยกับกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ ต่าง ๆ กัน ปริมาณการดื่มที่เหมาะสมสำหรับการดื่มเพื่อผ่อนคลายความเครียด ในบ้านของตนเองกับในสถานที่สาธารณะ เป็นต้น ฉะนั้น การกำหนดปริมาณการดื่มจึงไม่ควรมีมาตรฐานเดียว และนักดื่มที่มีความรับผิดชอบควรพิจารณาถึงบริบทและวัตถุประสงค์การดื่มของตนเอง ในเวลานั้น ๆ ด้วย

“คือจุดประสงค์ที่ผมดื่มผมก็ให้แถมแล้วกินนอนหลับได้อะไรเงี้ยครับ
แต่ถ้าถ้าคนที่เค้าดื่มเพื่อสังสรรค์ก็เอ้อเอาแค่แบบว่าควบคุมตัวเองได้ แล้วก็ไม่ใช่ยานพาหนะ”

นครราชสีมา ชาย 1

“ผมว่าปริมาณมันไม่ได้เกี่ยว ผมว่ามันอยู่ที่เวลาแบบบางที่มันดึกไป
พรุ่งนี้มีทำงานมีประชุมอะไรเงี้ยครับ ตรงนี้จะเป็นตัวกำหนด”

เชียงใหม่ ชาย 5

“ก็ถ้าไปดื่มที่ร้านข้างนอกหรือว่าไปที่ ๆ ไม่ใช่ของตัวเองก็นั่งแท็กซี่ดีกว่า
แล้วถ้าเป็นไปได้ก็รู้ลิมิตการกินประมาณไหนถึงจะพอไม่สนุกมากเกินไปมีสติไร้ครับ”

กทม. ชาย 3

(2) การมีวินัยและควบคุมตนเอง (Self-regulation and control)

ความสามารถในการควบคุมตนเอง เป็นประเด็นที่นักดื่มที่ไม่เป็น
ปัญหาเน้นย้ำมากที่สุด เพราะเป็นการรู้ข้อจำกัดของตนเองในการดื่ม การ
ดื่มอย่างเป็นปัญหาถูกมองว่าเกิดจากการขาดความยับยั้งชั่งใจ แม้ว่าจะรู้
ข้อจำกัดของตนเองแต่ ไม่สามารถควบคุมตนเองให้หยุดดื่มก่อนที่จะเกิด
ปัญหาได้ และนำไปสู่การสร้างความคิดรื้อนให้แก่ผู้อื่น และปัญหาทาง
สุขภาพของตนเอง หากรู้ตัวว่าไม่สามารถควบคุมตนเองได้ดี อาจให้เพื่อนหรือคนรู้จักช่วยตักเตือนหรือควบคุม
ด้วย



“มีครับก็คือถ้าไปร้านกับคนอื่นอย่างเงี้ยแล้วรู้สึกตัวว่าตัวเองจะอ้วกแล้วอย่างเงี้ยจะนั่งก่อนเลยคือจะพอก่อน
แล้วเพราะว่าคิดอยู่ในใจเลยว่าไม่อยากเป็นภาระใคร แต่ถ้ากินอยู่ห้องคนเดียวอะครับอ้วกก็อ้วกไม่เป็นไร
ถ้าอยู่บ้านถ้าวันนั้นเราอยากจะกินก็ปล่อยอยู่ครับ แต่ว่าถ้าไปที่อื่นหรือว่าอยู่บ้านเพื่อนอะไรที่แบบจะเป็นภาระ
คนอื่นเนี่ยก็จะยับยั้งได้ ก็กินน้ำอย่างจืดหรือว่านั่งอยู่เฉย ๆ ฟังเพลง
แล้วก็แบบรอให้โอเคขึ้นอะไรประมาณนี้แล้วก็แบบกินต่อได้”

นครราชสีมา ชาย 4

“เราตั้งบรรทัดฐานเลยว่าถ้าเมื่อไหร่ที่เรารู้สึกแบบเนี่ย ในปริมาณแอลกอฮอล์ที่เราได้รับประมาณเนี่ยเรา
รู้สึกตัวเองเลยว่าถ้าตอนนี้เราเป็นแบบนี้แล้ว ถ้ามากกว่านี้ควรเบาลงหรือไม่ก็เลิกกินเลย”

เชียงใหม่ ชาย 3

“หนูรู้สึกว่ามันจริง ๆ แล้วการดื่มอะมันดื่มได้ หมายถึงว่ามันจะมีจุดหนึ่งที่เราต้องรู้อยู่แล้วว่าฉันไม่ไหวแล้วแบบ ถ้ากินเยอะกว่านี้คือออกไปแล้ว แต่ก็ยังกินอันนี้คือจะไม่ชอบเพราะรู้สึกว่ามันทำอะไร เคี้ยวเรียกว่าไง แบบสมมุติเมื่อกันหมดเลยอะ ก็คือตาย แล้วถ้าสมมุติมีรอด 1 คน อี 1 คนนั้นก็ตายเหมือนกันอะอะไรเงี้ยก็เลยรู้สึกว่ามันไม่ชอบคนที่กินง่าย กินง่าย หมายถึงว่า ฉันรู้แล้วว่าฉันเริ่มเมาแต่ฉันจะไม่หยุดแบบเหมือนฟิลแบบฉันเก่งอะไรเงี้ย”

เชียงใหม่ หญิง 1

(3) การกำหนดความถี่และปริมาณการดื่มที่เหมาะสม (Appropriate frequency and quantity)



จากการสัมภาษณ์นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา สามารถตีความได้ว่าผู้ให้ข้อมูลอยู่ภายใต้บรรทัดฐานการดื่มที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะในแง่ของการกำหนดปริมาณการดื่ม (2-3 ขวดหรือกระป๋องเบียร์ต่อครั้ง) และความถี่ในการดื่ม (ไม่เกิน 3-4 วันต่อสัปดาห์) ที่ยอมรับได้ ซึ่งสามารถใช้แนวทางนี้ในการกำหนดข้อจำกัดของตนเองเพื่อไม่ให้เป็นนักดื่มที่เป็นปัญหาได้เช่นกัน

“หาปริมาณตัวเองให้เจอครับ เวลาจะดื่มก็ควรสังเกตตัวเองว่าจุดไหนควรพอได้แล้ว”

กทม. ชาย 1

“กำหนดปริมาณ ถ้าเป็นคราฟต์เบียร์จะไม่เกิน 3 แก้ว เพราะแอลกอฮอล์ค่อนข้างสูง แต่ถ้าเกิดว่าเป็น สุราเป็นเหล้าเนี่ยก็จะ 1 แบน เพราะเวลาผมดื่มเหล้าจะมีผสมโซดาผสมโค้ก แต่ถ้าเป็นเบียร์ไม่ได้ผสมอะไร”

นครราชสีมา ชาย 5

(4) การตระหนักถึงบริบททางวัฒนธรรมของการดื่ม (Cultural awareness)

ผู้ให้ข้อมูลบางรายระบุว่านักดื่มควรเข้าใจถึงบริบท เชิงวัฒนธรรม การดื่ม เพื่อจะสามารถเลือกประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของการดื่ม หรือโอกาสของการดื่ม ควบคู่ไปกับการรู้เท่าทันข้อจำกัดของตนเองเพื่อไม่ให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ



“ส่วนตัวคือสมมุติไปไหนกับลูกค้าที่ลูกค้าชวนไปต่อแล้วเค้าให้เราเรียกขอตให้เรายกวี เราจะไม่เอาคือไม่เอาไม่กิน กินเป็นแก้วผสมอะไรเงี้ยกินได้แต่จะให้ยกวีคือไม่เอา อย่างวันนั้นหนูหนีกลับบ้านไปเลย เพราะหนูรู้สึกว่าไม่เอาอะทำไมต้องกินโง่ขนาดนั้นด้วยอะ ก็ปฏิเสธก็คือไม่กินดีกว่าอะ”

เชียงใหม่ หญิง 1

“สมมุติว่าไปกับเพื่อนที่ทำงานเค้าก็จะไม่ได้กินหนักเท่าเพื่อนเที่ยวไข่ม้อยคะ เค้าก็จะกินแค่แบบกินไวน์ กินเหล้า บ๊วย กินโซจูแค่เนี่ย คือเราก็จะรู้อยู่แล้วว่าไปกับเพื่อนจะกินประมาณนี้ แต่ว่าถ้าเป็นเพื่อนมหาลัยหรือมัธยมอะ

ก็จะขึ้นอยู่กับว่าไปกับเพื่อนแก๊งไหน เช่นถ้าเป็นเพื่อนที่เป็นแก๊งสนิทอย่างเงี้ยค้ะก็จะไปกินไวน์หรือว่าค็อกเทล แต่ว่าถ้าเพื่อนอีกแก๊งที่แบบเที่ยวหนัก ๆ อะก็จะกินวิสกี้เลย”

กทม. หญิง 8*

(5) ความรับผิดชอบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของตนเองและผู้อื่น (Adverse impacts and responsibility)



ผู้ให้ข้อมูลมองว่าพฤติกรรมกรรมการดื่มที่เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่น เช่น อาเจียนต่อหน้าเพื่อนหรือคนที่ไม่รู้จัก ทำข้าวของเสียหาย การไม่มีสติควบคุมตนเองจนก่อความเดือดร้อนให้สถานบริการ สถานที่สาธารณะ หรือแก่เพื่อนของตนเอง และการไม่สามารถทำงานหรือภารกิจในชีวิตประจำวันได้ หลังจากคืนที่ดื่มหนัก เป็นพฤติกรรมที่น่าอายและขาดความรับผิดชอบ และยังทำให้ผู้ดื่มมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีอีกด้วย การดื่มที่ไม่เป็นปัญหาในมุมมองของผู้ให้ข้อมูล ก็คือ “การดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ” (responsible drinking) นั่นเอง

“ก็คงจะบอกได้ว่า เออถ้าเวลาเค้ามาอะอย่าลืมให้เพื่อนเค้าถ่ายคลิปนะแล้วตอนมีสติอะให้กลับมานั่งดูแล้วเราจะรู้ว่าตัวเองทำอะไรลงไปแล้วมันจะลำบากอะใครคนอื่น เราารู้สึกว่ากระบวนการเนี่ยให้เค้าเห็นกับตัวเอง อะมันจะรู้สึกผิดมากกว่าเราไปเตือนเค้าอะค้ะ ใช่ แบบว่าขอถ่ายคลิปนะตอนมานะไรจ้ะ”

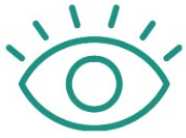
กทม. หญิง 1

“เออมันแค่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแล้วก็ต่อตัวเองเหมือนทุกอย่างที่เราทำด้วยอะอย่างขับรถยนต์ขับมอไซค์เงี้ยเราก็ต้องเปิดไฟเลี้ยวเพื่อให้เห็นข้างหลังดูทางเลยใช่หัยค้ะ มันก็เป็นการรับผิดชอบต่อการใช้พื้นที่ร่วมกัน เพราะว่าถ้ากินที่บ้านแล้วจะเมาตัวเหลวนั้นก็เป็นสิทธิของคุณ แต่ถ้าคุณมาอยู่ในพื้นที่ที่มันไม่ได้สาธารณะขนาดนั้นแต่ว่ามันเป็นที่ที่คนเข้าได้อะ เราก็ควรรู้ว่าเราดื่มได้แค่นี้ประมาณนี้”

เซียงใหม่ หญิง 2

กลยุทธ์การควบคุมตนเองของนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา

ผู้ให้ข้อมูลได้ระบุวิธีการควบคุมหรือกำหนดปริมาณการดื่มของตนเอง ไม่ให้ดื่มหนักจนเกินไป หรือดื่มจนขาดสติและก่อให้เกิดปัญหา ซึ่งมีทั้งการควบคุมการดื่มด้วยตนเอง ด้วยความช่วยเหลือของผู้อื่น และด้วยสถานการณ์ดังนี้



(1) สังเกตปฏิกิริยาของร่างกายและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปเมื่อตื่นแอลกอฮอล์

(Physical and behavioral awareness) ผู้ให้ข้อมูลหลายรายให้ความสำคัญกับการ

สังเกตการตอบสนองของร่างกายต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น รู้สึกเหมือนอิมเครื่องดื่ม

ความสามารถในการได้ยินเปลี่ยนไป ควบคุมสติยากขึ้น หรือเริ่มเสียการทรงตัว รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมที่ไม่ปกติของตนเอง เช่น กล้าทำในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน หรือมีความรู้สึกสนุกสนานเกินปกติ

“มันเป็นลิมิตที่ตัวเองรู้อยู่แล้วครับ อย่างสมมุติว่า 3-4 ขวดเนี่ยจะเริ่มรู้สึก.. มันจะมีอาการบอกอยู่ครับ ถ้าเกิน

2 ขวดมันก็จะมึนๆ นิดหน่อย รู้สึกมันเดินไปเข้าห้องน้ำอะไรอย่างเงี 3 ขวดจะเริ่มหน้าชา

รู้แล้วว่าเริ่มเมาถ้า 4 ขวดเวียนหัว มันเหมือนแบบจะอ้วกอะครับ ก็เรียนรู้ว่าถ้าเติมอีกขวดเนี่ย รีบบร้อย

แน่นอน เมา แต่ก็ไม่เคยไปถึงขั้นนั้น”

นครราชสีมา ชาย 1

“ถ้าให้ผมจะสังเกตตัวเองผมจะแบบเหมือนกินน้ำธรรมดาครับคนเราก็คงไม่ได้กินน้ำได้ 10 ลิตร

ประมาณนั้นอะมันก็จะเริ่มจุกถ้าให้ผมมองตัวเองก็คงจะเป็นเริ่มจุก”

นครราชสีมา ชาย 2

“รู้ตัวนะอย่างเคสล่าสุดเนี่ยเมาแล้วหยุดเลยคือ มันจะมึนแล้วมันแบบว่า

พอเมาแล้วมันอยากเดินอยากอะไรนู่นนั่นนี่”

นครราชสีมา หญิง 2

“มีครับหุจะดับหุจะเริ่มไม่ได้ยิน ถ้าเป็นอีกขั้นนึงก็หุจะไวต่อเสียงอะ ใครพูดอะไรมาก็เงี้ยอะ”

เชียงใหม่ ชาย 3



(2) กำหนดข้อจำกัดของตนเอง (Setting personal limits) ประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลเห็น

ร่วมกันคือ นักดื่มจะต้อง “รู้ลิมิต” หรือข้อจำกัดของตนเองและสามารถควบคุมหรือหยุด

ดื่มได้เมื่อถึงข้อจำกัดนั้น รวมถึงมีวิธีการกำหนดข้อจำกัดที่ไม่ใช้ความรู้สึกช่วยตัดสินใจ เช่น

กำหนดปริมาณที่ดื่ม โดยเฉพาะเมื่ออยู่คนเดียว หรือกำหนดงบประมาณที่ใช้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“ถ้าดื่มคนเดียวอยู่ที่ห้องเงีก็จะจำกัดตั้งแต่ซื้อมาแล้วครับก็แค่ระวังตัวเองพออะไรเงี้ย”

นครราชสีมา ชาย 3

“สมมติว่าเราทำงานเรารู้สึกว่าราคามันแรงเราก็จะแบบเงีไม่เอาดีกว่าเงีกินแบบเปียร์ก็พอ แต่ถ้าวันนี้อยาก

กินไวน์จริง ๆ ถึงจะสั่ง เวลาซื้อที่มันก็ 300+ ก็จะไม่แบบอยู่ที่เงินมันก็มีส่วนในการเลือกซื้อเลือกกิน”

กทม. หญิง 6*

“เราดื่มเรารู้ว่าเราดื่มได้แค่ไหนอะ แบบถ้าสมมติ max ของเรา 8 ขวดเจ็ยเกิน 8 ขวดมาอีกอีกเดี๋ยวก็คือ
เรีบร้อยแล้ว ทีนี้เราก็ดูแล้วว่าอาการประมาณเนี้ยกรีม ๆ แล้ว”

เชียงใหม่ หญิง 2



(3) **ปรับพฤติกรรมกรดื่มให้เหมาะกับบริบท** (Context-dependent drinking) ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงการมีพฤติกรรมกรดื่มแตกต่างกันไปตามสถานที่ วาระ และโอกาส เช่น เมื่อดื่มที่บ้านจะดื่มได้อย่างอิสระ ในขณะที่ถ้าดื่มนอกบ้าน หรือตามสถานที่สาธารณะ ต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ เพื่อไม่ให้ดื่มมากเกินไปจนขาดสติและเป็นภาระให้แก่ผู้อื่น นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลายรายจำกัดการดื่มของตนเพราะต้องรับผิดชอบงานในวันรุ่งขึ้น และเมื่อต้องดื่มร่วมกับบุคคลที่ไม่สนิทสนมโดยเฉพาะดื่มกับผู้อาวุโสกว่าหรือลูกค้า รวมถึงการลดความเร็วในการดื่มเมื่อใกล้ถึงข้อจำกัดของตนเพื่อให้ยังสามารถดื่มต่อได้และไม่ทำลายบรรยากาศของครอบครัว

“ถ้าไปร้านกับคนอื่นอย่างเจ็ยแล้วรู้สึกตัวว่าตัวเองจะอ้วกแล้วอย่างเจ็ยจะนั่งก่อนเลยคือจะพอก่อนแล้ว
เพราะว่าคิดอยู่ในใจเลยว่าไม่อยากเป็นภาระใคร แต่ถ้ากินอยู่ห้องคนเดียวอะครบอ้วกก็อ้วกไม่เป็นไร
ถ้าอยู่บ้านถ้าวันนั้นเราอยากกินก็ปล่อยอยู่ครีบ แต่ว่าถ้าไปที่อื่นหรือว่าอยู่บ้านเพื่อน
อะไรที่แบบจะเป็นภาระคนอื่นเนี้ยก็จะยับยั้งได้”

นครราชสีมา ชาย 4

“ก็คือพอเริ่มถึงระดับนึงก็จะเว้น คือไม่ได้หยุดดื่มไปเลยไม่ได้ทำให้บรรยากาศในโต๊ะมันแย
แต่ว่าจะเว้นแบบพยายามดื่มให้ช้าลง โอเคเรารู้ว่าเรามีสติอยู่”

กทม. หญิง 8*



(4) **คำนึงถึงความปลอดภัย** (Safety considerations) การดื่มแล้วไม่ขับ เป็นกฎสำคัญของนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา นอกจากนี้ยังมีเงื่อนไขเชิงสุขภาพ เช่น ประสบการณ์ภูมิแพ้ แอลกอฮอล์ หรือปฏิกิริยาของแอลกอฮอล์ต่อยารักษาโรคประจำตัว ซึ่งทำให้ดื่มอย่างระมัดระวังมากขึ้น

“แต่พวกก็คือรู้ตัวเองว่าต้องขับรถ แต่ว่าถ้าจะขับรถมันจะไม่ไหวแล้วแน่ ๆ แต่คือมันก็ไม่ได้มั่นใจจนถึงขั้นควบคุม
ตัวเองไม่ได้ แต่คือรู้ตัวเองว่าตัวเองเนี้ยไม่เป็นปกติ ก็คือเริ่มมันแล้วก็เลยหยุด”

นครราชสีมา หญิง 2

“อันนี้คือมันคุมด้วยค่ะ เพราะว่าหมอเค้าก็บอกให้คุมปริมาณแอลกอฮอล์ด้วยเงี้ยค่ะ คือไปหาหมอมาค่ะ คือมันตีกับยา (โรคซึมเศร้า) ด้วย กินเกินมันก็จะมึนปัญหาเกี่ยวกับยาที่กินโรเงี้ย เค้าก็บอกว่าคือรู้อย่างเลิกขาดไม่ได้แต่ก็ให้ลดปริมาณ”

เชียงใหม่ หญิง 2



(5) **เรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา** (Learning from experience) โดยเฉพาะ ประสบการณ์เชิงลบอันเป็นผลมาจากการดื่มหนัก เช่นดื่มจนอาเจียน เมามาก หมดสติ หรือการปรับนิสัยการดื่ม เช่น ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ตอนท้องว่างเพื่อป้องกันไม่ให้เมาง่ายขึ้น

“เคยกินหนัก ๆ เลยค่ะแล้วเหมือนตื่นขึ้นมาเราก็จะทำอะไรไม่ไหวเลยเลือกที่จะลดปริมาณการกินลงเพื่อให้มันแบบว่าพอให้ได้กินพอให้ได้มีแรงอะไรแบบนี้อะพี่.. ก็เริ่มลดลงแบบกำหนดตัวเอง พอลดลงเราก็รู้สึกว่ามันก็ไม่ได้หนักอะไรเราก็มาทำงานได้ปกติ อีกอย่างนึงเราดื่มเรากำหนดตัวเองว่าดื่มแค่เนี้ย มันไม่ได้เมาจนมาทำงานไม่ไหว ก็จะซื้อมาแค่นั้น”

นครราชสีมา หญิง 3

“คือเป็นคนเมาที่ถ้าเมาสุด ๆ เลยนะจะตัวเหลวเลยคะนั่งแบบเนี้ยพาไปหน่อย แต่เรารู้สึกว่าพอเราเป็นผู้หญิงอะเราทำแบบนั้นไม่ได้เพราะว่าไม่มีใครเซฟเราได้ดีเท่าเราเซฟตัวเอง ก็เคยเกิดเหตุการณ์แบบนี้ขึ้น ครั้งนึงก็เลยฝังใจไปเลยว่ากินถึงแค่นี้แหละเอาตัวเองกลับบ้านให้ไหว”

เชียงใหม่ หญิง 2



(6) **ใช้กลยุทธ์ทางจิตใจ** (Mental strategies) ผู้ให้ข้อมูลบางรายใช้วิธีคอยตัดเตือนตนเอง และพยายามนึกถึงประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับการดื่มก่อนหน้านี้ หรือตั้งเงื่อนไขกับตนเองอย่างเข้มงวดและไม่สามารถต่อรองได้ว่าจะต้องหยุดดื่มเมื่อใด

“พอก็คือพอจบก็คือจบ” นครราชสีมา ชาย 2

“ควบคุมหรือครับ พอคือพอเลยครับผมว่าแค่นี้ คือแบบจะไม่มีมารมาย้อเวลาว่าแบบอีกนิดนึง ขออีกซัก 10 นาทีอย่างเงี้ยมันไม่ได้ครับ คือถ้าคิดจะหยุดก็คือหยุดเลยครับ”

เชียงใหม่ ชาย 6



(7) พึ่งพาปัจจัยภายนอก (Dependence on external factors) ผู้ให้ข้อมูลบางราย โดยเฉพาะผู้ที่มีความลำบากในการควบคุมตนเอง จะขอให้เพื่อนหรือสมาชิกครอบครัวช่วยควบคุมการดื่มหรือใช้การสร้างเงื่อนไขภายในกลุ่มเพื่อนดื่ม เพื่อลดความเสี่ยงต่อตนเองและคนรอบข้าง

“ก็ยังไม่กินเบียร์ปกติยังใช้ชีวิตได้ปกติแต่เราก็บอกเพื่อนว่าเนี่ยลิมิตแล้วกินเพิ่มไม่ได้แล้วเดี๋ยวหมอต่า ทุกคนก็เข้าใจไม่มีปัญหาอะค่ะ”

เชียงใหม่ หญิง 2

“ก็คอยสังเกตตัวเองหรือว่าให้เพื่อนคอยเตือนเราบอกเราว่าแบบกินเท่านี้มาเกินไปแล้วนะอะไรเงี้ย ก็ถ้าเกิดเราไม่รู้ตัวเองก็ต้องให้เพื่อนช่วยเตือน”

กทม. หญิง 9*

เปรียบเทียบมุมมองต่อการดื่มระหว่างคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่



ความเปลี่ยนแปลงของบรรทัดฐานทางสังคมและวัฒนธรรม จากอิทธิพลของเทคโนโลยี สื่อ และข้อมูลด้านสุขภาพ ทำให้บทบาทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อวิถีชีวิตของคนแต่ละรุ่นเปลี่ยนแปลงไป ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในวัยทำงานตอนต้น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างคนรุ่นเก่า กับคนรุ่นใหม่นั้นแตกต่างกันในหลายมิติ ทั้งในแง่ของแรงขับในการดื่ม การ

ให้ความหมายของการดื่ม รูปแบบหรือลักษณะการดื่ม และมุมมองที่มีต่อการดื่มของสถานะทางสังคมต่าง ๆ

ในแง่ของแรงขับในการดื่ม ผู้ให้ข้อมูลมองว่า นักดื่มรุ่นเก่าดื่มเพื่อใช้ฤทธิ์ของแอลกอฮอล์อย่างเต็มที่ กล่าวคือ ดื่มเป็นประจำในปริมาณมาก ๆ เพื่อให้มีเมเมา โดยไม่มีการควบคุมปริมาณ ในขณะที่นักดื่มรุ่นใหม่ใช้การดื่มในฐานะกิจกรรมทางสังคม ให้ความสำคัญกับการพบปะและใช้เวลาไปกับเพื่อนดื่มที่มีรสนิยมใกล้เคียงกัน

“ถ้าเป็นรุ่นเดียวกัน กินเอารสชาติ กินเอาสังคม ไม่ได้กินให้ตัวเองเมา แต่ถ้าเป็นคนยุคก่อนเท่าที่สังเกตเห็นมา คือกินเอาเมา อันนี้ก็จะเผลอในวงสังคมที่แบบไปสัมพันธ์ไร้อันนี้ คนแก่ ๆ เค้าก็จะกินเอาเมาพุงคาโต๊ะก็มี”

กทม. ชาย 1

“ก็ถ้าเทียบง่าย ๆ ก็คือเทียบรุ่นผมกับรุ่นคุณพ่อคุณแม่เนอะ อย่างผมก็จะกินเพื่อว่ารสชาติเพราะว่ามันมีสตอรี่ มันมีเรื่องราวแบบว่าอย่างเบียร์เนี่ยครับมันมีวิธีการที่เค้าบ่มหรือว่าวัตถุดิบที่เค้าใช้มันคืออะไร รสชาติมันมีความว่าไร้อะไรเงี้ยครับ ส่วนถ้าเป็นรุ่นคุณพ่อคุณแม่เค้าก็จะมองว่า เอ่อกินเหล้าแล้วก็จะเมานะ

มันไม่คืนอะไรเจ็ยครับประมาณนี้”

กทม. ชาย 4

“คนรุ่นเก่าชอบกินตามงานสังสรรค์สนุกสนาน แต่ไม่มีการควบคุมปริมาณที่เหมาะสม คนรุ่นใหม่ระวังมากกว่า เพราะมีการควบคุมทางสังคมผ่านแบบอย่างที่ถูกมองแล้วว่าไม่เหมาะสม”

กทม. หญิง 1

“คนรุ่นเก่านี้ ยกตัวอย่างเลยนะพ่อแฟนผมนี่กินวันละกลม วันละกลมน ะอายุแก่ก็เยอะแล้วพี่ กินวันละกลม ผมก็ค่อนข้างที่จะเป็นห่วง เพราะบางทีออกไปกินข้าวกันนอกบ้านก็จะสั่งมากมดหนึ่งเจ็ยมันค่อนข้างที่จะอันตรายนะเพราะอายุก็เยอะแล้ว กินเยอะครับ บางทีก็แก้วประมาณนี้ะครับก็เติมครึ่งแก้ว แล้วที่เหลือเป็นน้ำ มันค่อนข้างดื่มหนักไป ดื่มน้อยครบทุกวันเลยวันละกลม เดือนนึ่งก็ 30 วัน ก็กินทุกวันเพราะแกแบบช่วงเย็น ๆ แกไม่ค่อยแบบไม่มีงานอะไรให้ทำ แบบอยู่บ้านอย่างเจ็ยทำสวนอะไรนึ่งก็ดื่ม ๆ

บางทีก็พาเพื่อนอะไรมาดื่ม”

เซียงใหม่ ชาย 7



นอกจากนี้ การดื่มของคนรุ่นเก่า ถูกมองว่าเป็นไปเพื่อเพิ่มกำลังวังชา หรือผ่อนคลายหลังจากการทำงานที่ใช้แรงงานมาก โดยไม่ได้สนใจประเภท ปริมาณ หรือรสชาติของเครื่องดื่ม ในขณะที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความหลากหลาย และข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงบริบทของการดื่ม และมีความระมัดระวังปริมาณที่ตนเองดื่ม โดยเฉพาะเมื่อมีงานต้องรับผิดชอบในวันรุ่งขึ้น

“มุมมองเรื่องการดื่มหรือครับ คนรุ่นนี้กับคนรุ่นเก่า ผมว่ามันแตกต่างกันตรงที่แบบเค้าจะเป็นคนที่ดื่มหนักมาก่อนช่วงนั้น เค้าก็กินแบบเนี้ยอยู่เป็นประจำอยู่แล้ว ส่วนคนรุ่นใหม่ะครับ ก็คิดว่าเราจะไหวการทำงานหรือว่าการใช้ชีวิตพุงนี้มัย”

เซียงใหม่ ชาย 6

“ต่างครับถ้ามองไปถึงเจนนก่อนหน้า สำหรับเจนนก่อนหน้าที่บ้านผมเนอะเค้าก็จะดื่มเพื่อให้มีแรงทำงานอะไรอย่างนี้มากกว่าแบบทำก่อสร้างทำอะไรอย่างนี้เค้าก็จะกินแล้วก็ระหว่างวันก็กินนิดหน่อยอะไรแบบนี้ แล้วพอตอนเย็นที่เค้ากินกันอะคนแถวบ้านที่เค้ากินกันจนแบบเมาก็คือเค้าเหนื่อยเค้าอยากพักผ่อนเค้าอยากกินแล้วนอนเลยคือเค้าไม่มีอะไรทำแล้วหลังจากนั้นอะไรเจ็ย แต่รุ่นใหม่เนี้ยเค้ากินเพื่อเข้าสังคมด้วยใช้เวลาอยู่กับเพื่อน ๆ อะไรที่แบบเป็นคนสไตล์เดียวกันเป็นนักดื่มเหมือนกัน”

นครราชสีมา ชาย 4



จากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลจะเห็นคนรุ่นเก่าดื่มในงานสังสรรค์ ของเครือญาติเพื่อนฝูง กล่าวคือเป็นการดื่มหนักในโอกาสพิเศษ หรือดื่มเพื่อละลายพฤติกรรม แต่คนรุ่นใหม่สามารถดื่มคนเดียวได้โดยไม่ต้องมีการสังสรรค์ เป็นการดื่มเพื่อผ่อนคลาย เพื่อรสชาติ เพื่อบรรยากาศ ดื่มเป็นประจำได้โดยไม่ต้องจำเป็นต้องมีเพื่อนดื่มและไม่ได้ดื่มเพื่อให้เมา

“จากประสบการณ์ตนเองเวลาเราไปดื่มอย่างเงี้ยบางที่เราแค่อยากไปเที่ยวไปสนุกกับเพื่อนไปแบบเอ๋อไปเจอที่สังคมใหม่ ๆ แต่ด้วยความที่รุ่นพ่อรุ่นแม่หนูเนี่ยอันนี้ถ้าจากพ่อแม่หนูเลยนะที่หนูเห็นเค้าจะออกไปดื่มก็จะมีคนแบบเป็นโอกาสอะคะ มีคนบินมาจากต่างประเทศบางที่แบบเป็นเพื่อนหรือแบบจะส่งกลับไปเงี้ยคะจะไม่ค่อยแบบอย่างวันเกิดไรเงี้ยคะ ก็จะไปทานข้าวปกติไม่ค่อยดื่มไม่ค่อยอะไรกัน”

กทม. หญิง 2

“ผมว่าก็น่าจะมองต่างครับ อย่างผมทำเบียร์เองครับ พ่อก็ยังไม่เข้าใจที่ทำ พ่อก็ยังยกหมดแก้วไม่ได้จะลิ้มรสชาติอะไร แล้วผมก็เอาเหล้าแพงๆไป ผู้ใหญ่ที่บ้านก็กินผสมโซดาอยู่ดี ผมก็เลยรู้สึกว่ามันกินรีเจนซีไปเถอะ ผมก็เลยรู้สึกว่าคุณไม่ได้จะศึกษาอะไรเท่าเรา”

เชียงใหม่ ชาย 4

“หนูว่าต่างเลยนะ ถ้าเป็นเมื่อก่อนเค้าจะดื่มกันแค่แบบเหมือนสังสรรค์กันแค่งานเลี้ยงอะไรแบบนี้ สมัยก่อนเค้าจัดงานเลี้ยงกันเค้าถึงจะมีดื่ม แต่ถ้าเป็นทุกวันนี้ก็อยากจะไปก็เข้าไปกัน ก็อยากจะดื่มก็ไปดื่มไม่จำเป็นต้องแบบมีงานมีเทศกาลหรือวันอะไร”

นครราชสีมา หญิง 4



เมื่อให้ระบุถึงมุมมองของคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการดื่มซึ่งสัมพันธ์กับสถานะส่วนบุคคลหรือสังคม ผู้ให้ข้อมูลมองว่าคนรุ่นเก่าค่อนข้างมีมุมมองต่อการดื่มแบบดั้งเดิม กล่าวคือใช้การดื่มตามเทศกาลหรืองานประเพณี ไม่ได้เลือกเครื่องดื่มตามฐานะทางสังคมหรือการเงิน และมองการดื่มของผู้หญิงเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม เห็นแล้วไม่สบายใจ มีความเสี่ยง ส่วนคนรุ่นใหม่จะมองว่าการดื่มเป็นสิทธิของทุกเพศ เป็นไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ โดยมีประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นตัวบ่งบอกรสนิยมและสถานะทางสังคม

“มีคะ เอาจริง ๆ ถ้าเกิดว่าเป็นคนที่เค้าไม่ได้คิดมากเรื่องเจนเนอร์เรื่องวัฒนธรรมในนั้นอะ ไม่ว่าจะรุ่นใหม่รุ่นเก่ามันก็ไม่แคร์หรือทำไม่อะก็จะกินอะตั้งค์ก็ตั้งค์เรา ตัวก็ตัวเราอะไรเงี้ย แต่ว่าที่เจอมาก็จะแบบไม่ค่อยอยากให้ผู้หญิงกินเงี้ยคะ คือมันแบบผู้หญิงออกไปกินเหล้าทำไมทำแบบนี้ มันเป็นฟิลแบบยังมีเรื่องของเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง หุ้ยเป็นผู้หญิงหรือทำไมกินเยอะ เป็นผู้หญิงจริง ๆ หรือ”

เชียงใหม่ หญิง 2

“ผมไม่รู้ว่าคุณรุ่นเก่าเค้าคิดยังไงแต่จากที่ผมสังเกตคือพ่อผมเป็นคนที่ยากแล้วดี แต่หลัง ๆ ยากแล้วแย่งๆๆ อะไรเงี้ย ซึ่งการกินแต่ละทีของแกรู้สึกว่ามีตั้งค่างานจะกินอะไรที่มันดีกว่านี้หน่อย แกมีรายได้ที่เข้ามาเยอะมากงานจะกินอะไรที่มันดี ๆ กว่านี้หน่อยแต่แกไปกินอะไรพวก low class อย่างเงี้ย ซึ่งอะไรที่แกกินมันส่งผลเสียต่อสุขภาพมาก”

เชียงใหม่ ชาย 3

“เช่นอย่างถ้าไปนั่งรูปท็อป อย่างเงี้ยก็จะกินเป็นไวน์ แต่ถ้าไปซิด ๆ กับเพื่อนเลยก็จะกินเป็นเบียร์เป็นอะไรอย่างเงี้ยเพราะว่ามันก็จะถูกแล้วก็กินได้เยอะ แต่ว่าถ้าจะกินแบบเราจะเอาตัวไปอยู่ในสังคม ๆ หนึ่งที่เราแบบเขาเรียกอะไรแบบเหมือนเอาตัวไปเข้าสังคมเงี้ยคะ ก็จะเปิดเป็นแบบมีระดับขึ้นมาหน่อยเช่นแบบมีว้อดก้า เจมสัน ซิวาส ประมาณเนี้ยคะ”

กทม. หญิง 2

“การเลือกดื่มมันก็ดูเกรดคนดูรสนิยม สำหรับผมเอาจริง ๆ อะเครื่องดื่มอย่างถ้าเป็นเบียร์อันนี้พูดถึงยี่ห้ออะไร ก็แบบถ้าแบบอย่างร้านผมอะเครื่องดื่มมันจะราคาสูงเบียร์มันจะราคาสูง ถ้าถูกสุดมันจะเป็นพวกข้างพวกอะไรอย่างเงี้ยพี ก็แบบจะเห็นคนที่ดื่มว่าแบบวัยรุ่นนักศึกษาถ้ามาดื่มก็จะเลือกดื่มข้างเพราะว่ามันถูกสุด แต่ถ้าเป็นพวกวัยทำงานเค้าก็จะดื่มพวกบลัดไวเซอร์ สิงห์ ไฮโนแกน เพราะว่าเค้ามีกำลังซื้อกำลังจ่ายมากกว่า มันแบบดูถึงระดับแบบกำลังจ่ายของลูกเค้าได้”

เชียงใหม่ ชาย 2



“มีอยู่แล้ว คือเราเป็นภาพจำแบบเวลาเราดื่มอะไร หรือเวลาเราไปร้านกับเพื่อน เราเลือกอะไรอะ มันก็จะมีคาร์บอนแล้วอะ เฮ้ยคนนี้ชอบกินแบบนี้ คนนี้ชอบกินแบบนี้ แบบ character เหมือนอะไรเงี้ย อย่างที่มอเงี้ย เค้าบอกว่า คนเนี้ยชอบไปร้านลับมากเลยแล้วร้านลับอะมันเป็นร้านยาตองอะ มันก็สื่อว่าเออเค้าเป็นคนที่ยากหนัก ยากแบบเค้าจะเรียกว่าอะไรอะ “คนคอสกปรก” ยากอะไรก็ได้ อะไรเงี้ย แล้วอีกอย่างนะเหล่าพวกมันก็ซัดเพราะว่าเป็นเครื่องดื่มที่แรงแต่ราคาถูกเข้าถึงง่ายก็จะมีเปรียบเทียบกันแบบนี้เสมอ”

นครราชสีมา หญิง 2



มุมมองของคนรุ่นใหม่วัยทำงานต่อมาตรการ ควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์



จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ที่คนรุ่นใหม่วัยทำงานกล่าวถึงมีทั้งสิ้น 8 มาตรการด้วยกัน ได้แก่ การห้ามขับซี่ยานพาหนะขณะมีเมเมา การกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การกำหนดพื้นที่จำหน่าย การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงวันเลือกตั้ง การห้ามขายในงานเทศกาล การห้ามโฆษณาซื้อขาย การกำหนดช่วงเวลาซื้อขาย และการห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนา

ความคิดเห็นต่อมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์

เมื่อสอบถามถึงความคิดเห็นที่มีต่อมาตรการดังกล่าว ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดเห็นด้วยว่าต้องมีมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเข้าใจเจตนาของมาตรการ แต่ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับความสามารถในการปฏิบัติได้จริง หรือความสมเหตุสมผลของบางมาตรการ โดยมาตรการที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงและแสดงความเห็นด้วยทั้งหมด ได้แก่ การห้ามขับซี่ยานพาหนะขณะมีเมเมา การกำหนดอายุขั้นต่ำ และการกำหนดพื้นที่ขาย ส่วนมาตรการที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงและส่วนใหญ่แสดงความเห็นด้วย ได้แก่ การห้ามขายในงานเทศกาล และการห้ามโฆษณาซื้อขาย

การห้ามขับซี่ยานพาหนะขณะมีเมเมา หรือการรณรงค์เมาไม่ขับ



ผู้ให้ข้อมูลเห็นพ้องกันว่าเป็นมาตรการที่เหมาะสม และแสดงถึงความรับผิดชอบที่ผู้ดื่มมีต่อตนเองและสังคม แต่ตั้งข้อสังเกตถึงข้อจำกัดในการปฏิบัติตามมาตรการของตัวผู้ดื่ม โดยเฉพาะความไม่พร้อมของระบบขนส่งมวลชน หรือการใช้รถโดยสารประเภทต่าง ๆ ในยามวิกาล ซึ่งมีไม่เพียงพอ และอาจไม่ปลอดภัย

“มันเป็นคำเตือนที่ดีนะคะเพราะว่าคนส่วนใหญ่ก็ไม่ค่อยตระหนักถึงความปลอดภัยของตัวเอง ถึงจะไม่นึกถึงความปลอดภัยของตัวเองแต่ก็ไม่นึกถึงความปลอดภัยของคนอื่นด้วยก็เป็นภาระของสังคมเหมือนกัน”

กทม. หญิง 9*

“คือเมามันก็ไม่ควรขับจริง ๆ เพราะคือแค่เดินก็ยังไม่ตรงแล้วอะ หนูว่าโอเคหมายถึงว่ามันก็เตือนอย่างน้อยก็เห็นว่าเออเมาอย่าขับนะมึง หนูว่าช่วยได้นะเพราะว่าอย่างน้อยคือหนูรู้สึกว่ถ้าเราไปกับเพื่อน เพื่อนก็ไม่ยอม

ให้มึงขับอยู่แล้วอะ แล้วหนูก็มีที่ไปเที่ยวแล้วแบบมึงไม่ต้องขับไปส่งมึงอะไรเงี้ย”

เชียงใหม่ หญิง 1

“ถ้าเราอยากกินจริง ๆ อะซึ่งเด็กมหาลัยหรือแถวนั้นมันก็ไม่ได้มีแท็กซี่วิ่งตลอดมันไม่ใช่แหล่งบันเทิงแบบทั่วไป อะมันก็รู้สึกว่ามันก็เป็นอันตรายในการเดินทางกลับด้วย หรือว่าแบบขับรถอะไรอย่างเงี้ยที่มันต้องระยะไกลกว่าเดิมมันก็เพิ่มความเสี่ยง”

กทม. หญิง 1

“ด้วยความที่อย่างประเทศไทยอะเราจะบอกว่าดื่มห้ามขับอะมันทำได้เฉพาะเมืองหลวงแล้วก็คนที่กำลังทรัพย์มากพอเท่านั้นอย่างทุกวันนี้อาจผมก็จะกด grab ไปตีมันไหนไปตีมันก็จะกด grab ถือว่าเป็นการรับผิดชอบต่อสังคมแต่ถ้าพูดเรื่องเวลาแล้วก็กำลังทรัพย์ไม่ใช่ทุกคนที่จะกด grab อย่างเชียงใหม่ไปไหนก็ต้องมี 200 300 500 หรือว่าถ้าไปกรุงเทพฯ grab ก็มี 100 150 ขึ้นอยู่แล้ว แต่เชียงใหม่เนี่ยด้วย grab ค่าจะหานักท่องเที่ยวอยู่แล้วแต่เป็นโซนเฉพาะโซนที่เค้าไปได้ไม่ใช่โซนที่ลึก เพราะฉะนั้นข้อกำหนดกำหนดไม่มีผลหรือว่าต่างจังหวัดที่ไม่เจริญ grab เข้าไม่ถึงหรือว่าบ้านอยู่ไกลปัญหานี้คือหนึ่งที่ต้องเจอ”

เชียงใหม่ ชาย 7

การกำหนดอายุของผู้ซื้อ



เหล่านี้ได้ง่าย

ผู้ให้ข้อมูลเห็นความสำคัญของการไม่ให้เยาวชนเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมองว่าต้องมีวุฒิภาวะเพียงพอในการควบคุมตนเอง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาจากการดื่ม อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้อาจกระทำได้ยาก โดยเฉพาะในร้านค้าชุมชน สถานบันเทิง และร้านอาหารที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะยังสามารถพบเห็นเยาวชนเข้าถึงเครื่องดื่ม

“หนูว่าก็ดีนะคะ อย่างถ้าเด็กที่ซื้อมาแล้วมันอย่างตอนที่หนูอายุ 15 แล้วแบบลองซื้อถ้าเราพ่อแม่ยังไม่ได้ตอมนั้นก็แอบพ่อแม่มา (หัวเราะ) มันก็ไม่ดี”

นครราชสีมา หญิง 4

“คือจำกัดอายุอะมองว่าโอเค วุฒิภาวะคนยังอายุน้อย ๆ เค้าก็จะแบบไม่ค่อยมี เหมือนเค้าแบบยังยับยั้งตัวเองไม่ได้เท่าคนที่โตแล้ว แล้วทุกประเทศก็จำกัดอายุมันเป็นเหมือนสากลที่ทุกคนรู้อยู่แล้วว่าเด็กอายุน้อยยังไม่ควรเข้ามายุ่งเกี่ยวกับแอลกอฮอล์อบายมุขต่างๆ”

กทม. หญิง 8*

“บ้านเราหรือรับอายุต่ำกว่า 20 ปะ ต่ำกว่า 20 คือไม่ขายให้ แต่ผมคิดว่ามันห้ามกันไม่ได้ เพราะเมื่อก่อนผมอายุเท่าไรผมยังไปหาซื้อมาได้อะ ยิ่งสมัยนี้นั้นไวเนอะพวก grab พวกอะไร

บางที่เด็กบางคนนะยังเข้าร้านเหล้าได้เลยแค่นั้นจริงๆ”

เชียงใหม่ ชาย 6

“เรื่อง 18 ปีเข้าผับอันนี้เฉย ๆ มากกว่าค่ะคือไม่ได้รู้สึกว่ามัน strict จริง ๆ แล้วก็ไม่ได้รู้สึกว่ามันมีผลเพราะว่าร้านอาหารที่มันขายเหล้าเบียร์ทั่วไปที่มันเป็นเชิงร้านอาหารมันก็มีเด็ก ๆ เข้าไปได้ เด็กก็สั่งได้อยู่ดีค่ะ”

กทม. หญิง 4

“เอาจริง ๆ แล้วพวกนักดื่มหน้าใหม่มันไม่สนพวกคำแนะนำหรืออะไรหรอกค่ะอย่างที่พวกหนูได้กินใหม่ ๆ อะคะหนูก็เน้นกินเอาเมาไปเลยอย่าไปยอมแบบว่ากินเลยกินไปเลย แบบว่ามันเป็นช่วงแรกที่ได้กินมันเหมือนแบบยังเด็กแล้วมันก็ยังห่ออยู่อะค่ะ คือเค้าก็ไม่สนหรอกค่ะว่าเค้าจะมีคำแนะนำหรือว่าเค้าอะไรที่มันพูดมาดี ๆ”

กทม. หญิง 3

“สำหรับผมนะผมว่าน่าจะต้องปล่อยเสรี ถ้าถามความเห็นผม เพราะผมว่าจำกัดไปมันก็ไม่มีประโยชน์อะไรอะ สมมติเด็กอายุไม่ถึง สมมติเด็ก ป. 3 ป. 4 อยากกินอะมันก็กินได้ เหมือนอย่างที่ผมที่ตอนเด็กพอให้ลองกินก็กินได้อะ เรื่องนี้มันก็ให้เด็กเค้าตัดสินใจเองว่า เค้าจะเริ่มกินตอนไหน ผมว่าเด็กสมัยนี้มันโตไวมันก็น่าจะมีความคิดอะ อย่างถ้าสมมติมันทำอะไรไปมันก็ต้องรับผิดชอบ เรียกว่าไงอะรับผิดชอบต่อสิ่งที่ตัวเองทำไป”

กทม. ชาย 5

การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



ผู้ให้ข้อมูลหลายรายระบุว่า การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อต่างๆ นั้น แม้จะมีเจตนาเพื่อช่วยลดการกระตุ้นให้ประชาชนอยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่กลับไม่ได้ผลจริงในทางปฏิบัติ เพราะกฎหมายกำหนดไม่ให้โฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ แต่ไม่ได้ห้ามการโฆษณาตราสัญลักษณ์สินค้า หรือเครื่องดื่มทั่วไปที่ใช้ตราสัญลักษณ์เดียวกันกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งยังคงส่งผลต่อการรับรู้และระลึกถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และความมีนเมา และอาจถือเป็นการเชิญชวนทางอ้อมด้วย ยิ่งไปกว่านั้น มาตรการดังกล่าวยังอาจช่วยให้บริษัทผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดใหญ่เป็นผู้ได้เปรียบทางการตลาด เพราะสามารถนำเสนอสินค้าอื่น ๆ ด้วยตราสัญลักษณ์เดียวกันกับเครื่องดื่มแบบมีแอลกอฮอล์ที่บริษัทของตนเป็นเจ้าของได้ ในขณะที่ปิดกั้นโอกาสในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีทุนขนาดเล็กกว่า นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลที่ต้องการให้อนุญาตให้มีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้ความรู้และสร้างทางเลือกในการบริโภค

“อย่างไม่โฆษณาถามหน่อยที่คุณเห็นโฆษณาที่อยู่ในทีวีเปลี่ยนจากเบียร์เป็นโซดาอย่างเงี้ย คิดว่าเค้าไม่รู้หรือว่าคุณโปรโมทอะไรอยู่”

กทม. ชาย 7*

“ห้ามโฆษณาเบียร์ก็เลยโฆษณาเป็นโซดาสิงห์แทน ส่วนตัวผมเรียกว่าไม่เห็นด้วยแล้วกันมันไม่รู้จะห้ามไป
ทำไมอะเนอะเพราะสุดท้ายแล้วก็รู้ยู่ดีอะมันก็รู้ยู่แล้ว ซึ่งอย่างโซดาสิงห์โฆษณาไปมันก็รู้ยู่แล้วว่าโฆษณา
โปรดักส์แอลกอฮอล์สิงห์บูรูดอย่างเงี้ยนะคือจริง ๆ มันควรจะเป็นเสรีภาพที่จะเค้าเรียกว่าเิงอย่างการ
โฆษณาไซ้ยมันก็ควรที่จะให้โฆษณาได้อะ ผมว่ามันก็น่าจะต้องเปลี่ยนแปลงนะ”

กทม. ชาย 5

“แบรนด์เปลี่ยนเป็นรูปแบบใหม่ก็คือดูดีหน่อยเป็นแอลกอฮอล์ 0% แต่ถ้าเกิด มันก็เป็นการชักจูงนักดื่มหน้า
ใหม่อะที่เห็นแล้วก็รู้สึกสนใจสิถ้าแบบสวยดีลองชิมแบบไม่มีแอลกอฮอล์ก็อร่อยดีนิ ถ้าอยากลองเป็น
แอลกอฮอล์จริงก็ทำเิงอะ เนี่ยมันก็เป็นการชักจูงด้วย”

กทม. หญิง 1

“ผมว่าการห้ามโฆษณามันไม่แฟร์ครับ เจ้าเล็กกับเจ้าใหญ่ เพราะฉะนั้นก็ควรให้โฆษณาได้ไม่ว่าจะเป็นวิธีไหน
ครับ ผมไม่ได้มองว่าความสำคัญของการโฆษณามันจะทำให้เราไม่อยากกินหรืออยากกินเพิ่มขึ้นอย่างเงี้ย
เพราะว่าถ้าเราอยากกินไม่ต้องเห็นโฆษณาเราก็กินอยู่แล้วอะ”

เชียงใหม่ ชาย 4

“ที่อยากให้เลิกคือ เลิกห้ามโฆษณาแอลกอฮอล์ เราอยากรู้ว่าโลกเราเนี่ยมันมีแอลกอฮอล์อะไรที่มันน่าดื่มบ้าง
รู้จากสื่อออนไลน์เท่านั้นที่คนรีวิว มันไม่มีโฆษณาให้เห็น”

กทม. ชาย 1

การกำหนดช่วงเวลาขาย



มาตรการกำหนดช่วงเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีการตอบรับที่แตกต่างกัน โดยมีทั้งผู้ที่เห็นด้วย เพราะทำให้สามารถจำกัดปริมาณการดื่มและเวลาที่จะดื่มได้ และผู้ที่ไม่เห็นด้วย เพราะไม่เห็นผลในทางปฏิบัติ ผู้ที่ต้องการซื้อยังคงสามารถหาซื้อได้ในเวลาอื่น ๆ ก็กตุนได้ หรือซื้อจากร้านขายของชำได้ ส่วนผู้ที่เห็นด้วย จะมองว่าการจำกัดเวลาซื้อขายช่วยให้ผู้ที่ควบคุมการดื่มของตนเองไม่ได้ เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ยากขึ้น

“ก็เห็นด้วยนะถ้าจะซื้อตลอดเวลา มันก็น่าจะเิงไปที่แบบ เหมือนแบบไม่มีการควบคุมการจำหน่ายที่มันมาก
เิงไปสำหรับคนที่อาจจะเสพติดการดื่มอะไรเงี้ยอะ”

กทม. หญิง 9*

“คือมันก็ครั้ง ๆ นะ มันก็ดีส่วนนี้ ไม่ดีส่วนนี้ ก็ดีก็คือแบบอย่างผมมันวัยทำงานก็คือแบบตรงนี้มันเป็นช่วง
ทำงานมันก็จะได้เป็นตัวกำหนดพวกนี้ด้วยให้แบบยังไม่ต้องกิน พอเลิกงานค่อยแบบค่อยกินอะไรแบบนี้ก็ได้
เพราะว่ามันเป็นช่วงเวลาทำงาน อย่างผมทำงานอยู่ไซด์งานก่อสร้างอย่างเงี้ยถ้าเกิดเราไปกินช่วงเวลานั้นอะพอ
ขาดสติแล้วเมาหรือว่ายังเิงอะครับ คือสติมันจะลดลงเวลาที่เรากินมันอาจจะเิงผลทำให้เกิดอุบัติเหตุก็ได้”

เชียงใหม่ ชาย 5

“ผมไม่แน่ใจว่าที่เค้ากำหนดช่วงเวลาซื้อไข่ม้อยครับ 11.00-14.00 แล้วก็ 17.00-24.00 ผมก็ไม่เห็นด้วยเหมือนกัน เพราะว่าถ้าคนมันจะกินมันก็ไม่ต้องซื้อช่วงเวลานั้นก็ได้อะครับ หมายถึงว่าไม่ว่าเค้าจะห้ามอะไรถ้าคนมันจะกินมันก็ทำได้อะเนอะถ้าพูดตรง ๆ มันก็กินได้อยู่ดีอะก็เลยไม่รู้ว่าจะห้ามไปทำไม ผมไม่เห็นประโยชน์จากการที่เค้ากำหนดเวลาตรงนี้ส่วนตัวผมนะ”

กทม. ชาย 5

“มองว่า 11 โมงถึงบ่ายสอง เป็นช่วงเวลาการซื้อตอนกลางวัน มองว่าเขาไม่ได้ควบคุม ให้มันปวดหัว เช่นว่าเราไปตามร้านขายของชำเขาก็ยังปล่อยให้เสรีอยู่ แต่ว่าพอเป็นร้านอาหาร ร้านโชห่วยหรืออะไรพวกนี้เขาไม่ให้ซื้อ ผมก็เลยมองว่าอ้าวทำไมไม่ทำให้มันเหมือนกัน”

นศรราชสีมา ชาย 5

“ไม่ make sense นะเอาจริง ๆ ไปต่างประเทศมาเค้าก็แบบซื้อได้ทั้งวันนี่ คือคนจะกินจะดื่มยังไงมันก็แบบไปซื้อได้อยู่ดีถึงจะเป็นวันพระวันเลือกตั้งเวลาหรืออะไรถ้าคนมันจะกินมันก็กินได้”

กทม. หญิง 6*

การห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนาและวันหยุดพิเศษ



ผู้ให้ข้อมูลมองว่า เป็นมาตรการที่ตั้งอยู่บนฐานของศีลห้าในศาสนาพุทธ ซึ่งเป็นเรื่องของข้อห้ามเฉพาะศาสนาพุทธแต่ส่งผลกระทบต่อผู้ดื่มที่ไม่ได้นับถือศาสนาพุทธด้วย จึงไม่ใช่มาตรการที่เป็นสากล เช่นเดียวกับการห้ามขายในช่วงวันเลือกตั้ง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลบางรายไม่เข้าใจเหตุผลว่าทำไมจึงห้าม การห้ามขายในวันสำคัญต่าง ๆ มักถูกมองว่าเป็นมาตรการที่ไม่สมเหตุสมผล และไม่ได้ลดการบริโภคแอลกอฮอล์ในวันดังกล่าว เพราะผู้ดื่มสามารถหาซื้อเครื่องดื่มเตรียมไว้ก่อนได้

“วันพระ แต่ถ้าทุกวันพระก็คิดว่ามันก็ไม่น่าจะโอเค แต่ถ้าเป็นพวกวันนักขัตฤกษ์วันเข้าพรรษาอะไรเงี้ยคนเค้าก็ต้องสังสรรค์กันอยู่แล้วก็โอเคนะคะ แต่มันก็มีคนกินนะอย่างเรา เราเคยทำเซเว่นมาก่อนก็จะรู้ว่าพอใกล้ถึงวันที่จะไม่ขายเหล้าเบียร์อย่างเงี้ยเค้าก็จะมาซื้อตุนไว้ก่อนอย่างเงี้ยคะ อย่างตุนไว้ก็กินแค่นี้พอ”

นศรราชสีมา หญิง 3

“คือรู้สึกว่พระกับเหล้าไม่ใช่เรื่องเดียวกัน แล้วการที่เค้าเป็นคนดีไม่ได้หมายความว่าเค้าต้องไม่ดื่มเหล้า คนดื่มเหล้าก็ไม่ได้หมายความว่าเค้าเป็นคนเลวหรือคนไม่ดีอะ คือศาสนาคริสต์หรือประเทศอื่นเค้าไม่เห็นต้องมาจำกัดเลย อย่างคริสมาต์เดย์มันคือวันของพระเจ้าก็ได้ห้ามดื่มเหล้าเค้าก็ยัง celebrate กันได้ก็ไม่เข้าใจว่าทำไมพุทธถึงดื่มไม่ได้ ไม่งั้นไม่ต้องมีศาสนาที่ได้อะนั่นก็จะดื่ม”

กทม. หญิง 8*

“วันพระวันเลือกตั้งทุกวันที่ไม่รู้ว่าจะต้องปิดไปทำไมอะครับ ผมว่าก็นั่นดิ ก็เลยอาจจะย้อนกลับไปถามว่าพวกเค้า
เป็นคนรุ่นเก่าเกินไปรีป่าว คือเรารู้ว่าเค้าชื่อเสียง เค้าก็ชื่อเสียงกันอยู่แล้ว”

เชียงใหม่ ชาย 4

“กระทบเราโดยตรงน่าจะไม่มีแต่รู้สึกว่ามันไม่แฟร์กับคนอื่นมากกว่า อย่างเช่นการห้ามขายแอลกอฮอล์ในวัน
ทางศาสนาพุทธอย่างเงี้ย เรา รู้สึกว่ามันไม่ค่อยแฟร์สำหรับคนที่นับถือศาสนาอื่น”

กทม. ชาย 8*

“สุดท้ายคนก็อาจจะตุนก่อนหน้านั้นซัก 1 วันก็ได้ เค้าอาจจะเฮ้ยพุงนี้แอลกอฮอล์ไม่ขายเราไปซื้อวันนี้ดีกว่า
สุดท้ายเค้าก็กินอยู่ดี คือห้ามไม่ได้อยู่ดี”

เชียงใหม่ หญิง 3

ข้อเสนอแนะต่อการออกแบบมาตรการควบคุมการตีเมล็ดแอลกอฮอล์

ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการออกแบบมาตรการควบคุมการตีเมล็ดแอลกอฮอล์ และการรณรงค์เกี่ยวกับการตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ดังนี้



(1) เพิ่มความเข้มงวดของการบังคับใช้กฎหมาย และเพิ่มโทษสำหรับกรณีเมาแล้วขับ ในขณะเดียวกัน ต้องมีเครื่องมือวัดปริมาณแอลกอฮอล์ที่น่าเชื่อถือ และไม่มีการเลือกปฏิบัติ

“แล้วด้วยความที่เชียงใหม่มันไม่มีรถสาธารณะไงครับก็คือผมจะพอยต์ไปที่เรื่องของ การเดินทางก่อนเนอะ มันไม่ได้มีรถสาธารณะ เรามันควบคุมอะไรไม่ได้เลยอะ ผมมองว่าตรงเนี่ยเราทำอะไรไม่ได้ อาจจะ ต้องไปแก้ที่กฎหมายมากกว่าเนอะครับ อาจจะไปเพิ่มเรื่องของรถสาธารณะ หรือเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจพวกเมาแล้วขับ”

เชียงใหม่ ชาย 1

“ก็อาจจะต้องเป็นเรื่องค่าปรับไปเลยครับ กฎหมายอาจจะแรงเรื่องค่าปรับไปเลย อย่างเจ็ดพัน ผมว่าก็น้อยนะ ผมคิดว่าตอนนั้นเป็นเด็กเราก็อาจจะคิดว่าแพง พอตอนนี้เราก็รู้สึกว่ามันเป็นการไม่รับผิดชอบต่อสังคม เท่าไหร่ อ่าก็ควรมีโทษมากกว่านั้น”

เชียงใหม่ ชาย 4

“เพิ่มความเข้มงวดขึ้นไปอะ ก็คืออย่างเมาแล้วขับอย่างเงี้ยมันก็อยู่ที่จิตสำนึกของตำรวจด้วยถ้าเค้าไม่ถึงจริงนี่ก็ไม่ควรไปจับเค้า ก็คือสมมติผมไม่รู้เนาะว่าเค้าจะมีเครื่องมือที่ error หรืออะไรเงี้ยประมาณนั้น เพราะว่า มันก็เคยเกิดขึ้นกับรุ่นพี่ผมอย่างเงี้ย เค้าก็กินนะแต่คือเปียร์ครึ่งกระป๋องอะแล้วก็หายประมาณเกือบครึ่งชั่วโมง แล้วเค้าก็บอกว่าเป่าอีกทีก็คือร้อยกว่า มันต้องไม่เกิน 50 ปกติมันก็น่าจะเยอะขึ้นนะ ผมก็ไม่รู้ว่าตัวเครื่องมันมี error อะไรด้วยรีปาวผมว่ามันก็น่าจะต้องไปเข้มงวดเรื่องพวกนี้ด้วย”

เชียงใหม่ ชาย 5

“คือตรงนี้มันก็ถูกนะคะคนกินก็ควรรับผิดชอบทางเลือกของตัวเองแต่อย่างเช่นถ้าเค้าไป fix ให้ไม่เกิดการจ่ายส่วย หรือจ่ายใต้โต๊ะหรืออะไรก็ตามเวลาเป่าแล้วเอาเงินตรงนั้นมาหมุนตรงนี้แทนหรืออะไรอย่างเงี้ยมันอาจจะทำให้ลดการจ่ายใต้โต๊ะแล้วทำให้คนแบบ normalize สิ่งนี้ว่าต้องดูแลตัวเองได้ ไม่ใช่แค่แบบการยอมจ่ายส่วย การยอมขับทั้งที่เมาแล้วจ่ายส่วยไม่ใช่ทางออกเดียว”

กทม. หญิง 4



(2) พัฒนาระบบขนส่งที่เพียงพอ ปลอดภัย และมีราคาสมเหตุสมผล เพื่อให้ผู้ดื่มสามารถเดินทางได้โดยไม่ต้องเสี่ยงขับรถด้วยตนเอง

“ก็คือแบบที่มันเกิดเหตุมาแล้วขับอย่างเจ็ยคะมันเป็นเพราะการเดินทางของคนในประเทศอะ คือหนูรู้สึกว่าการที่หนูไปกินแต่ละครั้งอะหนูต้องคิดไว้เลยว่าจะกลับยังไปบางที่ก็แบบต้องคุยกับพี่ไว้เลยว่าแบบไปรับนะอะไรแบบนี้เพราะว่ามันเดินทางลำบากอะ รถไฟฟ้าปิดเร็ว แท็กซี่ไม่ปลอดภัย หายาก แล้วก็แบบคิดแพงด้วยตอนนั้นเคยกลับแล้วแบบ 500 เหมอะอะไรเจ็ยก็ไม่ไหว คือตอนนี้ขอแบบเริ่มง่ายที่สุดอะอย่างพวกแท็กซี่อะต้องไม่อ้อพราคาต้องควบคุมตรงนี้ให้ได้แบบมิเตอร์มันราคาเท่าไรก็คือควรที่จะเท่านั้นเรื่องง่ายที่สุดก็คือต้องทำอันนี้ให้ได้ แล้วก็จำนวนมีมากพอแล้วก็ไม่เลือกลูกค้าอะ แล้วก็ที่แบบว่าเป็นขับให้อะคะอันนั้นคือราคามันสูงมากต่อให้เราเอารถไปแบบราคาที่เราขับที่จะใช้บริการสิ่งนั้นอะคะราคามันสูงแบบสูงเกินที่แบบคนเค้าจะเลือกใช้ 600+ได้คะ แต่เวลาหนูกดที่ไรก็แบบ 600-700 ไม่เคยใช้คะแพงไป”

กทม. หญิง 2

“ข้อเสนอแนะหรือครับ ให้เค้าไม่ขับอันนี้มันน่าจะเรื่องใหญ่เลยนะ มันอาจจะแบบเป็นเรื่องของแบบร้านอะไรเจ็ยครับ อย่างร้านสามารถ co กับ Grab ได้ co กับอะไรได้คือเอารถมารอหน้าร้านเลย มีสถานที่ให้รถมารอหน้าร้านเลยโดยที่มันเป็นราคากลางไม่มีการบวกเพิ่ม เป็นแบบบริษัทที่แบบ co กันเลยกับร้านสถาบันเทิงไรเจ็ยครับ คือดื่มออกมาเสร็จก็กลับบ้านได้แน่นอน ราคาไม่โดนปล้น”

กทม. ชาย 3

“รัฐไม่ได้สนับสนุนเพิ่มเติมต่อการที่จะให้คนไม่ขับ เช่นสมมุติว่าคือมันก็เป็นไปไม่ได้อะนะคะ แต่สมมุติยกตัวอย่างเช่น ถ้าเรามี district สำหรับท่องเที่ยว ที่จะให้ BTS ขยายเวลาไปถึง ตี 2 ตี 3 ตี 4 หรือส่วนรถค่า grab drive your car ให้มันไม่แพง หรือเปิดเป็นแท็กซี่หรืออะไรที่มันอำนวยความสะดวกมากขึ้น แต่ว่าตัวกฎหมายเห็นด้วยว่าแฮ็ยสุดทำมันทำเพื่อประโยชน์ของคนดื่ม จริง ๆ มันไม่มีทางเลือก อืม มันมีทางเลือกแล้วกันแต่ทางเลือกมันไม่ง่าย แต่ทางเลือกมันก็คือเรารู้สึกว่าเรารับผิดชอบทางเลือกนั้นคนเดียว”

กทม. หญิง 4



(3) ให้สถานประกอบการมีส่วนร่วมในการตรวจปริมาณแอลกอฮอล์ก่อนผู้ดื่มขับรถกลับ

“จริงๆมันน่าจะจะมีเครื่องวัดเนอะแบบไม่เกิน อย่าง 80 มิงเมา พอมีไม่ไปต่อแล้วมีงพอแล้ว เจอด่านคือมีงตายเลยนะ หนูว่าแบบมีงเมาแล้วนะไม่ต้องต่อแล้ว ด้านเค้าก็มีที่วัดเนอะ จะไปเสี่ยงด่านหรือว่าจะเสี่ยงตรงนี้”

เชียงใหม่ หญิง 1

“หนูน่าจะเป็นคนที่ concern เรื่องการตี้มแล้วขับพอสมควรก็เลยคิดว่า คือสมมติว่าเวลาไปร้านไหนไข่มั้ยคะก็จะมีเอ่อที่จอดรถประมาณนี้หนูคิดว่าควรที่จะสแกนตั้งแต่ลานจอดรถเลยแบบว่าไม่ให้ขับออกมาควรจะเริ่มตั้งแต่ตรงนั้นเลย เพราะว่าบางคนเงี้ยคะเค้า คือหนูก็เห็นเลยนะในเฟซบุ๊กมันมีแบบว่าเป็นเพจเลยแล้วก็เขียนเลยว่าวันนี้มีด่านที่ไหนบ้างคนมันก็จะพยายามหลีกเลี่ยงเส้นทางนั้น มันสามารถที่จะหลีกเลี่ยงกันได้สุดท้ายมันก็ยังทำให้มีอยู่ หนูเลยคิดว่ามันควรจะแบบสแกนตั้งแต่ตอนออกจากร้านเลยว่าห้ามคนที่ตี้มขับรถออกมา”

กทม. หญิง 2



(4) ปรับรูปแบบข้อความหรือสารที่ใช้ในการรณรงค์ โดยคำนึงถึงรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ ลดการตีตราเครื่องตี้มแอลกอฮอล์และตัดสินว่าผู้ตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นกลุ่มที่มีปัญหา

“ข้อความรณรงค์หรือครับ ผมว่ามันอาจจะต้องเป็นการ เตียวเค้าเรียกว่าในะสมัยนี้เค้าน่าจะเปลี่ยนเป็นคำโปรยหรือการรณรงค์ให้เลิกตี้มหรือตี้มให้น้อยหรือตี้มแล้วมันจะทำให้มีปัญหาเป็นในเชิงที่มันจะอธิบายมากกว่าตี้มแล้วมันจะเป็นยังไง หมายถึงว่าไม่ควรจะ judge ไปเลยว่าต้องเลิกตี้มนะ เข้าใจผมนะผมก็อธิบายไม่ถูก คือผมก็ไม่ค่อยเห็นในมูมนั้นเลย แต่เค้าว่าตี้มแล้วคำโปรยหรืออะไรที่ออกมาส่วนใหญ่มันจะเป็นเชิง negative ซะส่วนใหญ่เลยอะ คือส่วนตัวผมว่ามันอาจจะไม่ต้องบอกข้อดีก็ได้ แต่ว่าก็ควรจะให้มันกลาง ๆ มากกว่าเนี่ย ไม่ใช่ไปแบบทาง negative ทั้งหมด”

กทม. ชาย 5

“ข้อความรณรงค์ก็จะเป็นตี้มไม่ขับอะไรเงี้ยคะ เอาจริง ๆ หนูว่ามันไม่ค่อยได้ผลเลยคะหนูว่าคนตี้มมัน คนตี้มแล้วขับมันมีเยอะมากที่เป็นข่าวอะไรเงี้ยคะอย่างเวลาที่หนูไปเที่ยวอย่างจิ้งแล้วเวลาที่ถามเค้าว่ากลับยังเงี้ยอะไรเงี้ยเค้าก็จะบอกว่าเค้าขับรถมาอะไรเงี้ยคะ”

กทม. หญิง 3

“มันเป็นโง่กว่า เออให้เหล่าเท่ากับแข่งนะ ก็แค่ให้รู้ว่าเออการให้เหล่านะมันเท่ากับเราไปแข่งเค้า เป็นการฝั่งหัว คือในสังคมไทยรู้สึกว่ามันจะมีประโยคฝั่งหัวมาตั้งแต่อดีตแล้วคะก็จะเป็นการรณรงค์แบบฝั่งหัวให้ทุกคนว่านั่นแบบเป็นความจริงแต่จริง ๆ ก็เป็นแค่ประโยคที่คน ๆ นึงคิดขึ้นมา เพื่อให้คนรุ่นต่อไปต้องคิดแบบนี้ ๆ เดินเป็นเส้นตรง”

เซียงใหม่ หญิง 2

“ผมว่าไม่อะ จากผมเลยนะผมเป็นคนที่เป็นคนดูบุหรือผมก็เห็นแบบพวก สสส. เค้าโปรโมทว่าแบบเอารูปน่ากลัวรูปปอดรูอะไรเงี้ยดำ ๆ ผมเห็นเค้าเอามาแปะกันจากที่แบบตัวเล็ก ๆ ก็ขยายขึ้นจนแบบเลยครึ่งของมา ผมก็เลยมาคิดว่าถ้าตี้มมาทั้งของเงี้ยถามว่าคนปกติที่เค้าดูอยู่เค้าจะเลิกดูมัยเค้าก็ไม่เลิก เค้าก็เหมือนเดิม เรื่อง

“เหล่าผมก็คิดว่ามันก็ได้ผล”

เชียงใหม่ ชาย 5

“หนูว่าน่าจะเป็นคำที่มันแบบว่า เมาแล้วไปแบบคือแบบว่า เมาแล้วรับผิดชอบกับตัวเองอะคะแบบว่าอาจจะ เป็นประมาณอย่าไปสร้างภาระให้คนอื่นตอนเมาอย่างเงี้ยคะแต่ว่าหนูยังคิดคำที่มันคล้องจองกันไม่ออก เพราะว่าคือส่วนใหญ่ตอนนี้มันเป็นภาระคนอื่นมากกว่าคะเวลาที่เมาแล้วเค้าขับรถชนหรือว่าทำนู่นทำนี่ ที่มันไม่ใช่นะ เป็นดื่มไม่ขับกลับรถเพื่อนอย่างงี้มัยคะมันจะมีพูดตลก ๆ อะไรเงี้ยคะ ก็รู้สึกว่าจะอย่างน้อย ถึงแม้ว่าอาจจะเมากันหมดแต่ว่ามันก็ต้องมีคนหนึ่งที่เมาแล้วก็ขับรถกลับ หรือไม่ก็เป็นแบบการกลับแท็กซี่หรือไม่ ก็แบบหาที่นอนอะไรเงี้ยมากกว่าก็รู้สึกว่ามันก็ใช้ได้อยู่คะ”

กทม. หญิง 3



(5) สร้างค่านิยมการเป็นผู้ดื่มที่มีความรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดเป็นบรรทัดฐานการดื่มใหม่

“ควรรณรงค์ด้วยข้อความที่ส่งเสริมให้ "ดื่มให้เป็น" "ดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ" เพิ่ม awareness ไม่ใช่ห้ามอย่างเดียว มีทั้งป้องกันและมีทั้งเชิงรุก” กทม. หญิง 1

“ก็คืออยากให้คนไทย strict เรื่องการดื่มที่ตัวปัญหามันจริง ๆ ไม่ใช่เฮ้ยไม่ขับ เพราะว่าเดี๋ยวโดนจับ มันต้องไม่ ขับเพราะเราอาจจะไปชนใครตายก็ได้ใครจะไปรู้ เหมือนอย่างต่างประเทศอย่างเงี้ยคะคือเค้าไม่ขับ คือเมา หรือแค่ดื่มก็คือไม่ขับเลยจริง ๆ เพราะว่าเค้าแบบตระหนักจริง ๆ ว่าผลเสียของมันคืออะไร ถ้าเราควบคุมไม่ได้ ประมาณเนี้ยคะ”

กทม. หญิง 4

“คือต้องไม่ทำให้แอลกอฮอล์รู้สึกเป็นผู้ร้ายอะคะ ต้องเป็นการโฆษณาที่คุณจะดื่มก็ได้ถ้าคุณรับผิดชอบตัวเองได้ ไม่ใช่ว่าห้ามดื่ม หรือว่าคือเหมือนไม่ได้แค่บอกว่า no แต่บอกว่า how to สมมติว่าอะดื่มห้ามขับแล้วมี option อะไรให้ฉันเลือกบ้าง ดื่มห้ามขับนั่ง grab drive อะไรเงี้ย หรือดื่มห้ามขับ นอนโรงแรมข้างๆอะไรเงี้ยคะ คิดว่าคือคนถ้าเราดื่มแล้วจริงๆตอนนั้นมันคิดไม่ค่อยออกอะคะ คือถ้ามันเป็นข้อความที่ท้อ ๆ บอกมาไม่มีการตีความ หรือไม่มี how to ต่ออะเราก็จะอ่านแล้วผ่านไปเพราะมันไม่ได้ช่วยอะไรเรา เราก็ดื่มไปแล้วห้ามขับแล้วยังไง ละก็รถอยู่ตรงนี้แล้วเราจะทำยังไงละ”

กทม. หญิง 4



(6) เปลี่ยนสถานะและภาพลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยนำเสนอเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในมิติเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยให้ผู้คนเกิดความสนใจ

แสวงหาความรู้ ต้มเครื่องต้มแอลกอฮอล์ด้วยสุนทรียภาพและศิลปะ ซึ่งจะทำให้แอลกอฮอล์ไม่ใช่เพียงเครื่องต้มเพื่อความมินเมาหรือเสพติด

“การต้ม อิมก็คังเป็นเรื่องการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องแอลกอฮอล์มั้งครับ เป็นแนวที่ผมชอบแล้วกันก็แบบว่า แอลกอฮอล์มันมีก็ประเภทแบ่งเป็นอะไรบ้าง แบบให้ความรู้ไปในแนวแบบเชิงนั้นมากกว่า ต้มยังไง มันมีที่มา จากไหน แบบที่ตอนนี้เค้าบูม ๆ กันก็อย่างสุราก็ว่าหน้าประมาณเนี่ยครับ คือสนับสนุนให้มีความรู้ อย่าง ความคิดผมตอนนี้ละ ถ้าเรามีความรู้มากขึ้นก็อาจจะอยากลองหลายอย่าง คือจะได้ไม่ต้องโปกส์ว่าต้องกิน อย่างเดียวให้มันเมา”

กทม. ชาย 4

“เราก็อาจจะสร้างจุดขายสร้างจุดเด่นมันขึ้นมาเพื่อให้การดื่มเนี่ยมันเป็นอะไรที่น่าศึกษา เป็นอะไรที่แบบว่า เค้าเรียกว่าไรอะ เป็นศิลปะ เป็นอะไรขึ้นมา มากกว่าที่จะดื่มเพื่อให้มันเมา เหมือนคล้าย ๆ กาแฟอย่างเงี้ย ที่แบบเนี่ยอ้อกาแฟเนี่ยมาจากนี้นู่นนี่นั่น เราก็อาจจะแบบเปียร์นี่ทำมาจากนี้ละมีรสชาติแบบนี้ เพราะว่ามันมาจากอะไร แบบเปียร์คราฟต์เงี้ยครับ สร้าง story ให้มัน อะไรมันขึ้นมาเพื่อให้การดื่มมันดูมีอะไรมากกว่าการเมา”

กทม. ชาย 3

ตารางที่ 5 สรุปมุมมองของคนรุ่นใหม่วัยทำงานต่อมาตรการควบคุมการตีแอลลกอฮอลล์

มาตรการที่ถูกกล่าวถึง	ความเป็นสากล	ความสมเหตุสมผล	การปฏิบัติได้จริง
การห้ามขับชี่ยานพาหนะขณะมีเมินเมา	เป็นสากล	เหมาะสม แสดงความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม	ระบบขนส่งมวลชนมีไม่เพียงพอ ราคาแพง ไม่ปลอดภัย
การกำหนดอายุของผู้ซื้อ	เป็นสากล	เห็นความสำคัญ เพราะผู้ดื่มต้องมีวุฒิภาวะเพียงพอในการควบคุมตนเอง	พบการเข้าถึงเครื่องดื่มของเยาวชนได้ง่ายตามร้านค้าชุมชน สถานบันเทิง ร้านอาหารทั่วไป
การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่มีความคิดเห็นเรื่องความเป็นสากล แต่มีประเด็นเรื่องการกีดกันผู้ผลิตรายย่อย	เข้าใจได้ว่าต้องการลดการกระตุ้นให้คนอยากดื่มแอลกอฮอล์	ห้ามเฉพาะการโฆษณาเครื่องดื่ม แต่ไม่ห้ามโฆษณาตราสัญลักษณ์สินค้าเดียวกันที่ใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น
การกำหนดช่วงเวลาขาย	ไม่เป็นสากล (จากการรับรู้เห็นว่าประเทศอื่นๆ ไม่มีการกำหนดเวลาขาย)	ช่วยให้สามารถจำกัดปริมาณการดื่มและเวลาที่ดื่มได้ โดยเฉพาะผู้ที่อาจควบคุมตนเองได้ยาก	สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในเวลาอื่น กักตุนได้ ไม่ได้ทำให้ดื่มลดลง
การห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนาและวันหยุดพิเศษ	เป็นมาตรการที่มีฐานอยู่บนข้อห้ามของบางศาสนา แต่ส่งผลกระทบต่อผู้ที่นับถือศาสนาอื่นด้วย	ศาสนาและความดีไม่ได้เชื่อมโยงกับการดื่ม	สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในเวลาอื่น กักตุนได้ ไม่ได้ทำให้ดื่มลดลง

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ



การวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อค้นหาแบบแผนและบรรทัดฐานของการดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ที่ระบุว่าตนเองอยู่ในกลุ่ม “นักดื่มที่ไม่มีปัญหา” รวมถึงศึกษามุมมองและข้อเสนอแนะที่นักดื่มกลุ่มนี้มีต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน โดยมีการทบทวนวรรณกรรมแบบกำหนดขอบเขตเพื่อสืบค้นมนิทัศน์ที่ใช้ในการศึกษาการดื่มในมิติทางสังคมวัฒนธรรมในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกคนรุ่นใหม่วัยทำงานตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จากพื้นที่เขตเมืองในกรุงเทพมหานคร นครราชสีมา และเชียงใหม่ จำนวน 37 คน

สรุปผลการศึกษา



จากการทบทวนวรรณกรรมแบบจำกัดขอบเขต พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ของคนรุ่นใหม่วัยทำงานหรือวัยผู้ใหญ่ตอนต้นในมิติทางสังคมวัฒนธรรมที่ตีพิมพ์ในฐานข้อมูลนานาชาติ PubMed และ Embase และเผยแพร่ นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 ถึง 2023 ที่เข้าเกณฑ์การสืบค้นทั้งสิ้น 13 เรื่อง โดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในประเทศตะวันตก (ประเทศในภูมิภาคยุโรป สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์) มโนทัศน์หลักที่มักถูกใช้อธิบายบริบททางสังคมวัฒนธรรมเพื่อทำความเข้าใจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แก่ (1) วัฒนธรรมการดื่ม (Drinking culture) ซึ่งหมายถึงทัศนคติ พฤติกรรม และค่านิยมการดื่มในสังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งกำหนดว่าการดื่มถูกรับรู้และใช้อย่างไรในแต่ละวาระและโอกาส (2) บรรทัดฐานการดื่ม (Drinking norms) ซึ่งหมายถึงเกณฑ์หรือแนวปฏิบัติร่วมที่สร้างขึ้นในกลุ่มหรือในวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ เกี่ยวกับปริมาณการดื่ม และกาลเทศะ (3) ความเชื่อเชิงบรรทัดฐาน (Normative belief) ซึ่งหมายถึงความเชื่อของบุคคลซึ่งเป็นความเชื่อเชิงตัดสินว่าพฤติกรรมใดเป็นปกติ หรือยอมรับได้ และ (4) อัตลักษณ์การดื่ม (Drinking identity) หรือมุมมองต่อตนเองในฐานะผู้ดื่ม (Alcohol self-concept) ซึ่งอธิบายพฤติกรรมการดื่มในฐานะที่เป็นอัตลักษณ์ของปัจเจก ซึ่งนำไปสู่การเป็นนักดื่มหนัก หรือนักดื่มที่มีความรับผิดชอบ แรงขับเชิงอัตลักษณ์นี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงชีวิตเมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้น

คนไทยรุ่นใหม่วัยทำงานดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะชื่นชอบในรสชาติ เพื่อลดความเครียดจากการทำงาน เพื่อสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนสนิท และเป็นสัญลักษณ์ของการใช้เวลาส่วนตัวเมื่อกลับบ้าน

โดยมีแบบแผนและประเภทของเครื่องดื่มตามบริบทต่าง ๆ เช่น การดื่มคนเดียว หรือการดื่มในบริบททางสังคม การดื่มเพื่อผ่อนคลาย การดื่มเพื่อสังสรรค์กับคนสนิท หรือดื่มเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงานหรือลูกค้า ทั้งยังขึ้นอยู่กับสถานที่ที่ดื่มด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลมักไม่เห็นด้วยที่จะเรียกตนเองว่า “นักดื่ม” และมองว่าคำดังกล่าวบ่งชี้ลักษณะของผู้ดื่มในหลายแง่มุม อาทิ ผู้ที่มีความรู้หรือทำอาชีพเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้ที่ต้องดื่มเป็นประจำทุกวันอย่างขาดไม่ได้ และผู้ที่สามารถดื่มได้ในปริมาณมากกว่าคนทั่วไป สิ่งที่กำหนดประเภทของเครื่องดื่มและพฤติกรรมการดื่มได้ชัดเจนที่สุดคือสถานะทางเศรษฐกิจซึ่งสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ทางสังคม เพราะเครื่องดื่มบางชนิด เช่น ไวน์ วิสกี้ หรือคราฟต์เบียร์ มีราคาสูง ส่วนเบียร์ที่มีจำหน่ายทั่วไปเป็นสัญลักษณ์ของการสังสรรค์ในกลุ่มคนอายุน้อย ทั้งนี้ จากมุมมองของผู้ให้ข้อมูล การดื่มเป็นสิทธิ์ที่กระทำได้ทั้งเพศหญิงและชาย แต่ประเภทของเครื่องดื่มที่ผู้ดื่มหญิงและชายชื่นชอบอาจแตกต่างกันไป



นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า วัตถุประสงค์และพฤติกรรมการดื่มของคนรุ่นใหม่กับคนรุ่นก่อนหน้านั้นแตกต่างกัน โดยคนรุ่นก่อนถูกมองว่าดื่มเพื่อความรื่นเริงเป็นหลัก ในขณะที่คนรุ่นใหม่ดื่มเพราะเป็นกิจกรรมทางสังคมโดยไม่จำเป็นต้องเมา คนรุ่นก่อนดื่มเพราะต้องการเสพแอลกอฮอล์ ในขณะที่คนรุ่นใหม่ดื่มเพราะชื่นชอบในกลิ่นรสของเครื่องดื่มและต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ หรือคนรุ่นก่อนดื่มเพื่อผ่อนคลาย ลดความเหนื่อยล้าหลังจากงานที่ใช้แรงงาน ในขณะที่คนรุ่นใหม่ดื่มในชีวิตประจำวันทั่วไปโดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุการณ์พิเศษ เป็นต้น ในแง่ของการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของผู้ดื่ม และการควบคุมตนเองไม่ให้ดื่มอย่างเป็นปัญหา ผู้ให้ข้อมูลใช้การสังเกตสภาพร่างกายและปฏิกิริยาของตนเองที่ไม่ปกติ การกำหนดเงื่อนไขกับตนเองและกับเพื่อนว่าผู้ที่ดื่มต้องไม่ขับขี่ยานพาหนะ การกำหนดปริมาณการดื่มในแต่ละครั้งจากประสบการณ์ที่มี และการเข้มงวดกับข้อตกลงก่อนการดื่มของตนเองโดยไม่ต่อรอง ส่วนพฤติกรรมการดื่มที่ยอมรับไม่ได้ ได้แก่ การดื่มที่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น เช่น การดื่มมากเกินไปโดยไม่ควบคุมตนเอง การใช้ความรุนแรง ทะเลาะวิวาท สร้างความสกปรก ขาดสติจนไม่สามารถช่วยตัวเองได้ ขับรถขณะมีเมามา เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน แต่ตั้งคำถามถึงมาตรการที่ไม่เป็นสากล เช่น การห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนาพุทธ รวมถึงการบังคับใช้ที่อาจไม่ได้ผลในทางปฏิบัติ เช่น การกำหนดเวลาขายซึ่งกระตุ้นให้ผู้ซื้อักตุนเครื่องดื่มเพื่อจะสามารถดื่มได้ตามเวลาที่ต้องการ หรือการรณรงค์เมาไม่ขับ ทั้งที่ระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ปลอดภัยหรือน่าเชื่อถือเพียงพอ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาชิ้นนี้มีข้อค้นพบสำคัญสามประการ ได้แก่

(1) การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์มีหน้าที่ทางสังคมอย่างชัดเจน ตั้งแต่การสร้างโอกาสในการพบปะกับคนที่



สนิทสนมไปจนถึงการสร้างความคุ้นเคยหรือเครือข่ายทางอาชีพการงาน ทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นส่วนตัวและการผ่อนคลายหลังจากการทำงาน การมีสุนทรียภาพ มีรสนิยม และชนชั้นทางสังคม

มุมมองของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการตีพิมพ์นั้นได้รับอิทธิพลมาจากทั้งครอบครัว เพื่อน และการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านการขัดเกลาทางสังคมหลังจากเข้าสู่วัยทำงาน กลุ่มนักตีพิมพ์คนรุ่นใหม่วัยทำงานไม่ได้มองเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในฐานะสิ่งเสพติดมีเม

การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์จึงเป็นไปอย่างมีเป้าประสงค์ แบบแผนการตีพิมพ์ของคนกลุ่มนี้เป็นไปตามความเชื่อเชิงบรรทัดฐาน (Normative belief) ในการกำหนดประเภท ปริมาณ และความถี่ ให้สอดคล้องกับวาระและโอกาสที่หลากหลายมากขึ้น โดยการตีพิมพ์หนักจนมีเมานั้นจะถูกละเลยไม่ได้ (Acceptable) ในกรณีที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ส่วนตัวเท่านั้น เพราะเป็นการตีพิมพ์ในบริบทของการผ่อนคลายหรือสร้างความสนุกสนานในกลุ่มเพื่อนที่สนิทสนมกัน แต่จะเป็นพฤติกรรมที่ยอมรับไม่ได้ (Unacceptable) หากเกิดในพื้นที่สาธารณะ และเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์อยู่ในฐานะเป็นเครื่องมือเชื่อมต่อทางสังคมกับผู้อาวุโส เพื่อนร่วมงาน หรือคนสำคัญในอาชีพการงาน

ยิ่งไปกว่านั้น การตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ประเภทของแอลกอฮอล์ และสถานที่ในการตีพิมพ์ ยังเป็นเครื่องมือสะท้อนอัตลักษณ์ของผู้ตีพิมพ์ในแง่ของการมีรสนิยมและไลฟ์สไตล์ที่มีกำลังทางเศรษฐกิจมากพอที่จะตีพิมพ์แอลกอฮอล์อย่างมีสุนทรียภาพ ทำให้คนรุ่นใหม่วัยทำงานซึ่งมีรายได้และมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องตีพิมพ์ด้วยตนเองแสวงหาเครื่องตีพิมพ์ที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น และตีพิมพ์เพื่อแสดงออกถึงการมีประสบการณ์เสรีภาพในการเลือก และความรู้ที่กว้างขวางและลึกซึ้งเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองตีพิมพ์ ทำให้การตีพิมพ์หนักโดยไม่เลือกประเภทเครื่องตีพิมพ์หรือไม่เลือกเวลาถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมของ “คนรุ่นเก่า” ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมการตีพิมพ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และวัฒนธรรมการตีพิมพ์แบบ “คนไทยรุ่นใหม่” นั้นเชื่อมโยงกับบรรทัดฐานการตีพิมพ์อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับข้อค้นพบของ (Kuendig et al., 2008) และ (Beccaria et al., 2012) ที่พบว่ารูปแบบการตีพิมพ์ของคนวัยผู้ใหญ่ตอนต้นแตกต่างกันไปตามแต่ละบริบททางวัฒนธรรม โดยในการศึกษาชิ้นนี้ ความแตกต่างของบริบททางวัฒนธรรมนั้นไม่ได้เกิดขึ้นในทางภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ แต่แตกต่างกันในแง่ของยุคสมัยที่ผู้คนมีการรับรู้ต่อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เปลี่ยนแปลงไป

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า ผู้ให้ข้อมูลไม่ได้กล่าวเจาะจงถึงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ที่ผลิตโดยท้องถิ่นมากนัก จึงทำให้ยังไม่สามารถอธิบายการตีพิมพ์ในบริบทของประเทศไทยในงานชิ้นนี้ได้อย่างชัดเจน ซึ่งแตกต่างจากประเทศตะวันตกที่มีประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของการผลิตเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของตนเอง เช่น

(Seaman et al., 2013)) ที่พบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยชาวสกอตแลนด์ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมองการดื่มแอลกอฮอล์ในฐานะอัตลักษณ์แห่งชาติ ทำให้การดื่มเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของการก้าวเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ นอกจากนี้ การดื่มแอลกอฮอล์เพื่อแสดงออกถึงการเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ในกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เกิดขึ้นในช่วงที่เรียนมหาวิทยาลัยและยังไม่ได้เข้าสู่การทำงาน โดยใช้การดื่มแอลกอฮอล์แล้วมีพฤติกรรมเสี่ยงเพื่อแสดงออกถึงการเปลี่ยนผ่านสู่วัยผู้ใหญ่ เช่นเดียวกับที่พบในการศึกษาของ (Sinkinson, 2014) และ Greene et al. (2018) แต่หลังจากเข้าสู่วัยทำงาน พฤติกรรมเหล่านี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นอีก แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์การดื่มนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงชีวิต ส่งผลถึงแรงขับเคลื่อนที่ลดลงเมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้น (Blevins et al., 2018) และเข้าสู่บรรทัดฐานของคนวัยทำงานที่ต้องแสดงความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน สังคม และสุขภาพของตน

แม้ในงานวิจัยที่ผ่านมาจะพบว่าการดื่มถูกประกอบสร้างผ่านวาทกรรมเรื่องเพศภาวะ ซึ่งส่งผลถึงความคาดหวังทางสังคมและการตัดสินใจยอมรับได้หรือยอมรับไม่ได้ของพฤติกรรมการดื่มของเพศหญิง (Muhlack et al., 2018) แต่ผลการศึกษาจากงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า คนรุ่นใหม่วัยทำงานไม่มีความคิดเชื่อมโยงระหว่างเพศภาวะและการดื่มในชีวิตประจำวันมากนัก อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของนักดื่มเพศหญิงเองจะมีความกังวลต่อความเปราะบางและความเสี่ยงของเพศหญิงในสถานการณ์ที่มีการดื่มแอลกอฮอล์มาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งน่าจะเป็นเงื่อนไขกำกับไม่ให้ดื่มจนเมเมาในพื้นที่สาธารณะ หรือเมื่อต้องเดินทางกลับบ้าน ซึ่งแตกต่างจากข้อค้นพบของ Plant et al. (2007) และ Bærndt (Bærndt & Kolind, 2021) ที่พบว่าสังคมมีความคาดหวังหรือตัดสินใจพฤติกรรมการดื่มตามสถานะทางเพศ และบทบาทเพศ นำไปสู่การลดปริมาณการดื่ม หรือการถูกกีดกันทางสังคมเพราะการนับถือศาสนาที่ไม่ให้ผู้หญิงดื่ม เป็นต้น

(2) นักดื่มแบบไม่มีปัญหาใช้ “ภาพลักษณ์” และการมีวินัยของตนเอง เป็นเครื่องมือกำกับพฤติกรรมการดื่ม



เนื่องจากการดื่มอย่างเป็นปัญหาในมุมมองของคนรุ่นใหม่คือการดื่มแล้วมีผลกระทบต่อตนเองหรือผู้อื่น เช่น การดื่มหนักจนทำลายหน้าที่การงานหรือสุขภาพ การขาดสติจนเป็นภาระให้ผู้อื่นต้องดูแล การมีพฤติกรรมก้าวร้าวหรือน่าอับอาย และการเมาแล้วขับ ซึ่งนักดื่มกลุ่มนี้จะไม่ยอมให้เกิดขึ้นเพราะต้องการรักษาภาพลักษณ์ของตนเอง

การดื่มตามบรรทัดฐานนั้นถูกประกอบสร้างผ่านอัตลักษณ์ (identity) ที่นักดื่มนิยามให้แก่ตนเอง รวมถึงการถูกนิยามโดยพฤติกรรมการดื่มของตนเอง โดยเฉพาะการเป็นผู้ที่ก้าวผ่านจากตัวตนเดิมสู่ตัวตนใหม่ จากการเติบโตเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะ (Muhlack et al., 2018) จึงสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในฐานะ “ผู้ที่มีความรับผิดชอบ” ได้ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งศึกษาผู้ที่นิยามตนเองว่าเป็น “นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา” เพราะเชื่อว่าสถานะดังกล่าวเป็นวาทกรรมที่ประกอบสร้างอัตลักษณ์ของนักดื่มกลุ่มนี้ และยอมส่งผลต่อแรงขับเคลื่อนในการควบคุมพฤติกรรมของตน ยิ่งไปกว่านั้น ในยุคที่ผู้คนใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) เพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ของตนเอง ภาพและเนื้อหาที่แสดงพฤติกรรมการดื่มที่ถูกตัดสินว่า “เป็นปัญหา” จะถูกเผยแพร่ไปสู่วงกว้างได้โดยง่าย ในขณะเดียวกัน วาทกรรมเกี่ยวกับการมีเสรีภาพ

ในการดื่มตราเบที่ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น หรือ “การดื่มอย่างรับผิดชอบ” (responsible drinking) ที่ส่งต่อกันมาในสื่อสมัยใหม่ (เช่น การปฏิเสธการดื่มเมื่อต้องขับชี่ยานพาหนะในละคร หรือการเติบโตขององค์ความรู้เกี่ยวกับการทำกราฟต์เปียร์) อาจยังทำให้ผู้ดื่มต้องการแสดงให้เห็นทักษะของนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา ที่รู้เท่าทัน แอลกอฮอล์ และสามารถควบคุมตนเองได้ เพราะคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการมี “ภาพลักษณ์” ที่ดีในฐานะนักดื่มในโลกเสรี

นอกจากนี้ นักดื่มรุ่นใหม่วัยทำงานยังแสดงออกถึงการไม่ยอมรับการถูกนิยามในรูปแบบที่อาจสัมพันธ์กับการรู้สึกถูกตีตรา ทั้งในแง่ของการถูกเรียกว่าเป็น “นักดื่ม” และการถูกมองด้วยมุมมองแบบดั้งเดิมที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น “สิ่งที่ไม่พึงประสงค์” การนิยามคำว่า “นักดื่ม” ในผู้ให้ข้อมูลมีทั้งการนิยามเชิงบวกที่เป็นการยกระดับสถานะผู้ดื่มที่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับเครื่องดื่ม และการนิยามเชิงลบที่กตสถานะผู้ดื่มที่ดื่มในปริมาณมากให้เป็นผู้ที่สร้างปัญหาหรือเป็นภาระ แต่ไม่ว่าจะเป็นการนิยามรูปแบบใด คำว่า “นักดื่ม” ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลเป็นคำที่อยู่นอกเหนือแบบแผนการดื่มปกติ เพราะไม่ได้บ่งชี้การดื่มเพื่อสุนทรียภาพหรือการดื่มเพียงเพื่อผ่อนคลายในชีวิตประจำวัน ฉะนั้น ข้อความการณรงค์ที่ใช้คำว่า “นักดื่ม” จึงอาจไม่สามารถดึงดูดความสนใจคนกลุ่มนี้ หรือแม้กระทั่งสร้างความรู้สึกรู้สึกต่อต้าน เพราะขาดความเชื่อมโยงกับแบบแผนการดื่มและไลฟ์สไตล์ของพวกเขา ข้อค้นพบนี้ แสดงให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับ “ตัวตน” มั่นใจในตัวเอง ควบคุมตนเองได้ ต้องการเสรีภาพ ต้องการทางเลือก และต้องการอำนาจในตนในการตัดสินใจเลือกและกระทำ โดยไม่ชอบที่จะถูกผู้อื่นมากำหนดนิยามให้กับตนเอง

อย่างไรก็ตาม การนิยามตนเองว่าไม่ใช่ “นักดื่ม” เพราะไม่ได้สร้างปัญหานั้นอาจทำให้คนกลุ่มนี้เชื่อว่าตนเองสามารถดื่มแอลกอฮอล์ได้ในปริมาณที่มากขึ้นตราเบที่ตนยังมี “ความรับผิดชอบ” มากกว่าคนอื่น ๆ (Sedgeworth, 2019) และทำให้การดื่มนั้นเป็นเรื่องปกติ (Normalization of alcohol use) หากยังอยู่ใน การควบคุมของตนเอง (Ling, 2014) ซึ่งอาจเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมสุราใช้ประเด็นนี้โฆษณากระตุ้นให้คนรุ่นใหม่ดื่มแอลกอฮอล์กันมากยิ่งขึ้น (ทักษพล ธรรมรังสี, 2553)

ยิ่งไปกว่านั้น กลุ่มนักดื่มที่ไม่เป็นปัญหายังอาจไม่ได้สนใจผลกระทบทางสุขภาพของการดื่มแอลกอฮอล์เท่าที่ควร และการกำหนดปริมาณการดื่มที่ “เหมาะสม” นั้นมาจากความคิด ความเชื่อของตนเอง ปริมาณการดื่มของผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ยิ่งเกินกว่าคำแนะนำปริมาณการดื่ม (drinking guideline) ไปค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Ling (2014) ดังที่พบในผู้ให้ข้อมูลบางรายที่มีอาการ เจ็บป่วยแต่ไม่สามารถหยุดดื่มได้ ทำได้เพียงลดปริมาณการดื่มลง ยิ่งไปกว่านั้น คนรุ่นใหม่ยังมองว่าการกำหนดปริมาณการดื่มมาตรฐานจากหน่วยงานด้านสุขภาพ ไม่ควรถูกนำมาพิจารณาในกลุ่มผู้ดื่ม ความเผลอเผลอ เป็นอหิวาธิ และ การควบคุมตนเองคือการรู้ให้เท่าทันข้อจำกัดของตน จึงส่งผลให้มาตรการหรือการณรงค์ เกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ใช้ไม่ได้ผลนั่นเอง

(3) คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับ “ความเป็นสากล” “ความสมเหตุสมผล” และ “การปฏิบัติได้จริง” ของมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ดื่ม โดยจะยอมรับมาตรการที่มีเจตนารมณ์ในการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์และเป็นไปเพื่อปกป้องประชาชน เช่น การไม่ขับซี้พาหนะขณะมีเมามา เพื่อป้องกันอุบัติเหตุ หรือการจำกัดอายุของผู้ซื้อเพื่อไม่ให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่หรือนักดื่มที่ยังมีวุฒิภาวะไม่เพียงพอ

เนื่องจากมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีธรรมชาติที่เป็น “การควบคุม” พฤติกรรม บุคคล สถานที่ และเวลา เพราะสื่อสารด้วยข้อมูลหรือถ้อยคำแบบห้ามปรามเชิงศีลธรรม (Proscriptive morality) หรือเป็นสารเชิงป้องกัน ซึ่งจะดึงดูดความสนใจและกระตุ้นเตือนได้มากกว่า แต่ในทางกลับกันอาจทำให้เกิดการตอบสนองแบบตั้งรับหรือต่อต้านมากกว่า (Pavey et al., 2018) โดยเฉพาะเมื่อผู้รับสารรู้สึกว่าการสื่อสารข้อมูลส่วนบุคคลของตนถูกคุกคาม และอาจนำไปสู่พฤติกรรมตรงกันข้ามได้ และทำให้การสื่อสารข้อมูลสุขภาพนั้นไม่เกิดผลตามที่ประสงค์

แม้บางมาตรการมีเจตจำนงที่จะส่งเสริมความเข้าใจและความรับผิดชอบของผู้ดื่ม (Prescriptive morality) อาทิ การกำหนดห้ามไม่ให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนา ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมให้เคารพกิจปฏิบัติของศาสนาอื่น ๆ หรือการกำหนดช่วงเวลาขายสามารถถูกมองเป็นการกระตุ้นให้ผู้ดื่มมีรูปแบบการดื่มอย่างรับผิดชอบมากขึ้น แต่ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ มาตรการดังกล่าวขาดความเป็นสากล เช่น การกำหนดห้ามไม่ให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางพุทธศาสนา มีฐานจากศีลห้าในศาสนาพุทธในประเทศไทย จึงมีความจำเพาะต่อบริบททางศาสนาและวัฒนธรรมสูง ในขณะที่มีผู้ที่นับถือศาสนาอื่น ผู้ที่ไม่เคร่งครัดต่อข้อห้ามทางศาสนามากนัก หรือผู้ที่ไม่ได้นับถือศาสนาใด ๆ ถูกควบคุมไปด้วย ทั้งยังขาดความสมเหตุสมผลเพราะไม่มีการสื่อสารว่าเหตุใดจึงต้องห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนาพุทธ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่นับถือหรือไม่ได้นับถือศาสนาพุทธอย่างไร จึงเป็นมาตรการที่ถูกมองว่าไม่สมเหตุสมผล เพราะแม้ว่าจะสามารถห้ามร้านค้าหรือร้านอาหารไม่ให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ผู้ดื่มก็สามารถซื้อหามาได้จากร้านขายของชำหรือกักตุนไว้ล่วงหน้าเพื่อที่จะดื่มในวันที่ห้ามขายได้เช่นกัน ทั้งนี้อาจส่งผลให้เกิดการตอบสนองเชิงต่อต้านคือมีการกักตุนและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมากกว่าปกติ ยิ่งไปกว่านั้น วันสำคัญทางศาสนามักจะเป็นวันหยุดราชการ จากข้อมูลการศึกษาระบุว่าคนรุ่นใหม่วัยทำงานไม่นิยมดื่มหากต้องมีการะหน้าที่หรือต้องทำงานในวันถัดไป ฉะนั้นการดื่มในวันหยุดหรือในคืนก่อนวันหยุดจึงเป็นกิจกรรมปกติ ทำให้มาตรการดังกล่าวไม่เชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย จึงไม่เห็นผลในทางปฏิบัติ เป็นต้น

นอกจากนี้ การฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรการ ยังมีสาเหตุมาจากโครงสร้างพื้นฐานของการบังคับใช้มาตรการที่อาจยังไม่สมบูรณ์เพียงพอและไม่สามารถสร้างความมั่นใจว่าหากปฏิบัติตามมาตรการแล้วจะไม่เกิดผลเสียต่อตนเองในภายหลัง เช่น การไม่มีช่องทางการเดินทางที่ปลอดภัยหรือเข้าถึงได้ในยามวิกาล หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความไม่เชื่อถือในอุปกรณ์วัดระดับแอลกอฮอล์ ตลอดจนความเสียด

อาชญากรรมอื่นๆ แม้ว่าผู้ดื่มจะเห็นความสำคัญของการลดความเสี่ยงอุบัติเหตุและการสร้างผลกระทบต่อผู้อื่น แต่ตัวผู้ดื่มเองก็ควรได้รับการปกป้องในฐานะผู้ปฏิบัติตามมาตราการด้วย

แม้ว่าการศึกษาชิ้นนี้ไม่ได้เจาะจงไปที่องค์ประกอบหรือลักษณะของ “สาร” ที่ใช้สื่อสารนโยบายหรือมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง แต่จากผลการศึกษา คณะผู้วิจัยเห็นว่า การสื่อสารที่โน้มเอียงไปทางการป้องกัน หลีกเลี่ยง หรือปกป้อง รวมถึงการสร้างความเข้าใจในเจตนารมณ์ของมาตรการ นอกเหนือจากการควบคุมหรือกำหนดข้อห้าม น่าจะสามารถเพิ่มบรรทัดฐานทางศีลธรรมเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ นำไปสู่ทัศนคติที่ดี และเจตจำนงที่จะดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่เหมาะสมได้ ซึ่งผู้มีส่วนในการสื่อสารนโยบายควรให้ความสำคัญ และสามารถอ้างอิงข้อมูลจากงานวิจัยชิ้นนี้ ที่บ่งชี้ว่าคนรุ่นใหม่วัยทำงานเป็นผู้ที่ต้องการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อตนเองโดยไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น และยินดีปฏิบัติตามมาตรการหากไม่ได้รับสิทธิถูกคุกคามเสรีภาพ หรือถูกตีตรา ฉะนั้น การออกแบบการสื่อสาร อาจพิจารณาถึงการสร้างจิตสำนึกร่วมและความเคารพในผู้อื่น ซึ่งเป็นอัตลักษณ์หนึ่งของคนกลุ่มนี้ด้วย

การศึกษาชิ้นนี้ได้รวมผู้ให้ข้อมูลที่ระบุว่าตนเองเป็นนักดื่มประจำ (Regular drinkers) แต่ไม่ได้เป็นไปตามนิยามอย่างเป็นทางการว่าต้องเป็นผู้ที่ดื่มอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ซึ่งชี้ให้เห็นเส้นแบ่งระหว่างการจำแนกกลุ่มผู้ดื่มตาม (1) ความสม่ำเสมอ (regularity) ซึ่งสอดคล้องกับนิยามการดื่มเป็นประจำในการศึกษาชิ้นนี้ คือ ต้องมีการดื่มทุกสัปดาห์ (2) ความถี่ (frequency) ที่แม้จะถูกวัดเป็นจำนวนครั้งต่อช่วงเวลาหนึ่ง ๆ แต่สามารถถูกตีความแบบอัตวิสัยได้ เช่น การดื่มสัปดาห์ละครั้ง อาจถูกมองว่าไม่บ่อย กับการดื่มเดือนละ 2 ครั้งอาจจะถูกมองว่าบ่อย ขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละคน และ (3) ปริมาณการดื่ม (amount) ที่วัดได้ทั้งในเชิงวัตถุวิสัย เช่น ปริมาตรเครื่องดื่มตามประเภทของเครื่องดื่ม และอัตวิสัย เช่น ดื่มเท่าไรจึงจะเหมาะสม ซึ่งเป็น 3 มิติที่ต้องพิจารณาไปพร้อมกัน โดยเฉพาะเมื่อต้องการประเมินความเสี่ยงหรือแนวโน้มการเกิดปัญหาหรืออันตรายจากการดื่ม



การศึกษาชิ้นนี้มีข้อจำกัดบางประการที่ควรนำมาพิจารณาควบคู่กับการนำผลการศึกษาไปใช้ ได้แก่

(1) การศึกษาชิ้นนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพที่เก็บข้อมูลเฉพาะเขตเมือง จึงสามารถสะท้อนแบบแผนการดื่มของนักดื่มที่นิยมตนเองว่า “ไม่เป็นปัญหา” ในบริบทของเมืองขนาดใหญ่ กลุ่มตัวอย่างจึงเป็นผู้ที่มีโอกาสพบปะผู้คนและได้รับข้อมูลที่หลากหลาย และมีแนวโน้มที่จะมีกิจกรรมทางสังคมมากกว่า รวมถึงเป็นผู้ประกอบอาชีพที่มีรายได้ค่อนข้างสม่ำเสมอ ส่งผลถึงเป้าประสงค์การดื่ม ทัศนคติต่อการดื่ม และพฤติกรรมเกี่ยวกับการดื่มที่อาจแตกต่างจากนักดื่มที่อาศัยอยู่ในเขตชนบท

(2) แม้ว่าจะมีการกำหนดพื้นที่ศึกษาโดยพิจารณาคัดเลือกจังหวัดใน 3 ภูมิภาคของประเทศไทย แต่การใช้วิธีคัดเลือกแบบสโวนบอลทำให้ผู้ให้ข้อมูลภายในแต่ละภูมิภาคเองมีลักษณะค่อนข้างคล้ายคลึงกัน (homogeneity) จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงภาพของภูมิวัฒนธรรมที่หลากหลายในประเทศไทยได้

(3) การกำหนดกรอบวิเคราะห์ของการศึกษาชิ้นนี้ จำกัดอยู่เพียงการทำความเข้าใจมุมมองเชิงอัตวิสัยที่อยู่บนฐานของมโนทัศน์การวิจัยแบบตีความ และใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจผู้ให้ข้อมูลจำนวนหนึ่ง และไม่ได้นำเอามุมมองด้านสาธารณสุข ประชากร และจิตวิทยามาใช้เปรียบเทียบผลการศึกษา ทำให้ข้อค้นพบที่ได้ยังไม่สามารถเป็นภาพแทนของประชากรคนไทยรุ่นใหม่วัยทำงานตอนต้นทั้งหมดได้ ฉะนั้น ผลการศึกษานี้จึงสะท้อนได้เฉพาะสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลเข้าใจและให้ความหมายด้วยตนเอง เช่น ปริมาณการดื่มที่เหมาะสม ซึ่งถูกรับรู้แบบอัตวิสัยและอาจไม่สอดคล้องกับข้อแนะนำทางสาธารณสุขเกี่ยวกับปริมาณการดื่มมาตรฐานต่อเงื่อนไขทางกายภาพของผู้ดื่ม

(4) แม้ว่าผู้ดื่มจะสามารถระบุถึงผลกระทบทางสุขภาพจากการดื่มของตนเองได้ แต่การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ประเมินการรับรู้ต่อความเสี่ยงและอันตรายจากการดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจะเป็นเงื่อนไขสำคัญในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงไม่สามารถชี้ชัดได้ว่าผู้ให้ข้อมูลซึ่งนิยามตนเองว่าเป็น “นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา” มีความตระหนักทางสุขภาพหรือไม่

(5) การระบุช่องว่างทางอายุหรือการสรุปอัตลักษณ์การดื่มแบบคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ เป็นการระบุผ่านมุมมองของคนรุ่นใหม่เพียงฝั่งเดียว แม้ว่าจะสามารถสะท้อนการจำแนกพฤติกรรมการดื่มของคนรุ่นใหม่จากคนรุ่นเก่าได้ แต่ไม่สามารถใช้ตัดสินได้ว่าคนรุ่นเก่าที่แท้แล้วมีพฤติกรรมอย่างไร และมุมมองของคนรุ่นใหม่อาจเป็นผลมาจากการสร้างวาทกรรมเกี่ยวกับการดื่มและนักดื่มผ่านสื่อต่างๆ ในอดีต

(6) เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้นิยามตนเองว่าเป็น “นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา” จึงอาจมีความเป็นไปได้ที่จะตอบคำถามในเชิงบวกเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มของตนเอง ฉะนั้นเพื่อลดอคติของคำตอบ (response bias) โดยเฉพาะการตอบตามความคาดหวังทางสังคม (social desirability bias) สัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ขอให้ผู้ให้ข้อมูลเล่าประสบการณ์การดื่มจนเป็นปัญหาของตน ซึ่งต่อมาได้ถือเอาประสบการณ์นั้นมากำกับการดื่มของตนเองในปัจจุบัน

(7) แนวคิด Prescriptive/Proscriptive Morality เป็นแนวคิดสำหรับวิเคราะห์สาร (messages) ที่ใช้สื่อสารมาตรการไปสู่มวลชน ซึ่งแม้ว่าวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพจะช่วยสะท้อนมุมมองของนักดื่มต่อมาตรการเหล่านี้ แต่อาจไม่สามารถใช้วิเคราะห์หรือสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบและวิธีการสื่อสารให้เกิดประสิทธิผลได้เท่าวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะสามารถใช้ลำดับความน่าสนใจ ความเข้าใจ และความสามารถในการจูงใจให้ปฏิบัติตาม ในกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดใหญ่ขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา 5 ประการดังนี้



(1) ลดการใช้สารที่แสดงการตีตรานักดื่มในรูปแบบเดิมซึ่งเข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย และปรับรูปแบบข้อความหรือสารที่ใช้ในการรณรงค์ที่แสดงถึงความเข้าใจบทบาทของแอลกอฮอล์ในวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่และเสรีภาพในการบริโภค เพราะคนรุ่นใหม่เชื่อว่าตนเองดื่มอย่างมีเป้าประสงค์มากกว่าดื่มเพื่อความรื่นเริงอย่างเดียว พร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์การดื่มอย่างรับผิดชอบ ให้แอลกอฮอล์ไม่ถูกใช้ในฐานะเครื่องดื่มเพื่อความรื่นเริงหรือเสพติด เพื่อให้เกิดเป็นบรรทัดฐานการดื่มสำหรับคนรุ่นใหม่

(2) เพิ่มการสื่อสารที่จำแนกเจตจำนงของมาตรการต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจและการยอมรับในกติกาทางสังคมร่วมกัน โดยเฉพาะมาตรการที่ไม่ค่อยเป็นที่กล่าวถึง หรือมาตรการที่ทำความเข้าใจได้ยากสำหรับคนรุ่นใหม่ เช่น การห้ามไม่ให้ซื้อขยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางวัน เวลา และสถานที่ รวมถึงการห้ามไม่ให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งควรสอดคล้องกับประโยชน์ในระดับสาธารณะ

(3) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกับมาตรการสำคัญที่คนส่วนใหญ่เห็นพ้องอยู่แล้ว เช่น การห้ามขับขณะมีเมามา ทั้งในแง่ของระบบขนส่งมวลชน ความปลอดภัย ราคาที่เป็นธรรม รวมถึงการใช้เครื่องมือตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ที่แม่นยำ และไม่ให้มีการเลือกปฏิบัติ

(4) เพิ่มโทษและเพิ่มการตีตราผู้ที่สร้างความเสียหาย ก่อความรุนแรง หรือสร้างผลกระทบต่อผู้อื่นอันเป็นผลพิสูจน์ได้ว่าเกิดจากการขาดสติเนื่องจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(5) กำหนดให้ทุกภาคส่วนต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน ทั้งฝ่ายนโยบาย ผู้ผลิต ผู้ขาย ผู้ประกอบการร้านอาหารและผับบาร์ ในการป้องกันไม่ให้เกิดการดื่มแอลกอฮอล์จนเกินพอดี หรือสร้างความเดือดร้อนให้กับผู้อื่น โดยไม่ให้เป็นความรับผิดชอบของผู้ดื่มเพียงฝ่ายเดียว เช่น ให้ผู้ผลิตระบุปริมาณแอลกอฮอล์บนฉลากให้ชัดเจนอ่านง่าย เพื่อให้ผู้ดื่มสามารถประเมินปริมาณการดื่มที่เหมาะสมกับตนเองได้ ให้ผู้ขายร้านค้าปลีกตรวจสอบอายุของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเข้มงวด ให้ผู้ประกอบการช่วยตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ก่อนลูกค้าจะออกจากสถานบันเทิง หรือเป็นผู้จัดหาพาหนะหรือช่องทางการคมนาคมที่ปลอดภัยเพื่อป้องกันการเมาแล้วขับ เป็นต้น



แนวทางการทำวิจัยในอนาคต

(1) การขยายผลไปยังกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายขึ้น ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์ ความเป็นเมือง/ชนบท รวมถึงผู้ที่ไม่ดื่ม หรือผู้ดื่มที่เป็นปัญหาด้วย เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมของการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในปัจจุบัน

(2) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ เกี่ยวกับทัศนคติ การให้ความหมาย และแบบแผนพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อหาวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับคนแต่ละกลุ่ม

(3) การศึกษาการรับรู้ ความเข้าใจ และมุมมองที่มีต่อกฎหมาย มาตรการ และการรณรงค์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มและการดื่มแอลกอฮอล์โดยละเอียด เพื่อระบุมาตรการที่ประชาชนมีการรับรู้หรือมีความเข้าใจที่จำกัด และนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อพัฒนาแนวทางการสื่อสารนโยบายหรือมาตรการต่างๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

(4) การศึกษาระยะยาว เพื่อติดตามความเปลี่ยนแปลงของบทบาทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีแต่คนในแต่ละช่วงวัย นิัยการดื่ม และประสบการณ์ชีวิต

(5) การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินการเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการเมาแล้วขับ ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้ประกอบการร้านอาหาร ผับ บาร์ ให้ร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในการลดความเสี่ยงของผู้ดื่ม

(6) การศึกษาความสอดคล้องกันระหว่างความเมาที่ถูกรับรู้แบบอัตวิสัย กับการวัดความเมาแบบวัตถุวิสัย และประเมินประสบการณ์ของบุคคลหรืออิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความไม่สอดคล้องนั้น

เอกสารอ้างอิง

- ทักษพล ธรรมรังสี. (2553). ประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการดื่มอย่างรับผิดชอบ. Retrieved from <https://ihpptaigov.net/publication/the-effectiveness-of-policies-to-promote-responsible-drinking-2010> on April 3, 2024.
- ศิตาพร ยังก และคณะ. (2551). การศึกษาทบทวนการดำเนินการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พ.ศ. 2540 – 2550 และบทบาทของ สสส.กรุงเทพฯ:กราฟิกโกซิสเต็มส์
- ศิริภาณี ศรีหาคาศ และคณะ. (2563). สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการรับรู้นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด จังหวัดขอนแก่น วารสารศูนย์อนามัยที่ 9: วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ปีที่ 14 ฉบับที่ 35 (2020): กันยายน-ธันวาคม 2563.
- สิทธิโชค ชาวไร่เงิน (ม.ป.ป.). ประเด็นการศึกษามิติทางสังคมวัฒนธรรมของแอลกอฮอล์ Retrieved from <http://www.shi.or.th/download/588/>
- อธิป ตันอารีย์ และ พลเทพ วิจิตรคุณากร. (2562). สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และดัชนีความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ของจังหวัดในประเทศไทย ข้อมูลการสำรวจ พ.ศ. 2560 วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข ปีที่ 13 ฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม.
- อรทัย วลีวงศ์, ทักษพล ธรรมรังสี และจินตนา จันทร์โคตรแก้ว. (2557). ผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์ต่อผู้อื่น: แนวคิด สถานการณ์ และช่องว่างขององค์ความรู้ของประเทศไทย วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน
- Bærndt, M. F., & Kolind, T. (2021). Drinking and partying among young Muslim women: Exclusion in the context of a normalized youth drinking culture. *International Journal of Drug Policy*, 93. doi:10.1016/j.drugpo.2021.103170
- Beccaria, F., Rolando, S., & Ascani, P. (2012). Alcohol consumption and quality of life among young adults: a comparison among three European countries. *Substance use & misuse*, 47(11), 1214-1223. Retrieved from <https://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&id=L366367214&from=export>
- Blevins, C. E., Abrantes, A. M., Anderson, B. J., Caviness, C. M., Herman, D. S., & Stein, M. D. (2018). A longitudinal evaluation of the role of alcohol self-concept in alcohol use,

- motives, negative affect, and alcohol-related problems among emerging adults. *American Journal on Addictions*, 27(6), 501-508. doi:10.1111/ajad.12768
- Cook, W. K., Bond, J., Karriker-Jaffe, K., & Zemore, S. (2013). Who's at risk? ethnic drinking cultures, socioeconomic disparities, and asian american young adult drinking. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 37, 214A. doi:10.1111/acer.12162
- Cook, W. K., Bond, J., Karriker-Jaffe, K. J., & Zemore, S. (2013). Who's at risk? Ethnic drinking cultures, foreign nativity, and problem drinking among Asian American young adults. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 74(4), 532-541. doi:10.15288/jsad.2013.74.532
- Daykin, N., Irwin, R., Kimberlee, R., Orme, J., Plant, M., McCarron, L., & Rahbari, M. (2009). Alcohol, young people and the media: a study of radio output in six radio stations in England. *Journal of public health (Oxford, England)*, 31(1), 105-112. doi:10.1093/pubmed/fdn114
- Demant, D., & Saliba, B. (2020). Queer binge: harmful alcohol use among sexual minority young people in Australia. *Public Health*, 179, 18-26. doi:10.1016/j.puhe.2019.09.022
- Department of Child and Adolescent Correction and Protection. (2008). Research project on crime decreasing strategy among child and adolescent.
- Greene, K. M., Murphy, S. T., & Rossheim, M. E. (2018). Context and culture: Reasons young adults drink and drive in rural America. *Accident; analysis and prevention*, 121, 194-201. doi:10.1016/j.aap.2018.09.008
- Groefsema, M., & Kuntsche, E. (2019a). Acceleration of drinking pace throughout the evening among frequently drinking young adults in the Netherlands. *Addiction (Abingdon, England)*, 114(7), 1295-1302. doi:10.1111/add.14588
- Groefsema, M., & Kuntsche, E. (2019b). Acceleration of drinking pace throughout the evening among frequently drinking young adults in the Netherlands. *Addiction*, 114(7), 1295-1302. doi:10.1111/add.14588

- Herring, R., Bayley, M., & Hurcombe, R. (2014). "But no one told me it's okay to not drink": A qualitative study of young people who drink little or no alcohol. *Journal of Substance Use*, 19(1-2), 95-102. doi:10.3109/14659891.2012.740138
- Ho, K. Y., Lam, K. K., Wu, C. S., Tong, M. N., Tang, L. N., & Mak, Y. W. (2022). Exploring Contributing Factors of Solitary Drinking among Hong Kong Chinese Adolescents and Young Adults: A Descriptive Phenomenology. *Int J Environ Res Public Health*, 19(14). doi:10.3390/ijerph19148371
- Jiang, H., Xiang, X., Hao, W., Room, R., Zhang, X., & Wang, X. (2018). Measuring and preventing alcohol use and related harm among young people in Asian countries: a thematic review. *Glob Health Res Policy*, 3, 14. doi:10.1186/s41256-018-0070-2
- Kim, S. Y., & Kim, H. J. (2021). Trends in alcohol consumption for Korean adults from 1998 to 2018: Korea national health and nutritional examination survey. *Nutrients*, 13(2), 1-14. doi:10.3390/nu13020609
- Klima, T., Skinner, M. L., Haggerty, K. P., Crutchfield, R. D., & Catalano, R. F. (2014). Exploring heavy drinking patterns among black and white young adults. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 75(5), 839-849. doi:10.15288/jsad.2014.75.839
- Kuendig, H., Plant, M. A., Plant, M. L., Miller, P., Kuntsche, S., & Gmel, G. (2008). Alcohol-related adverse consequences: Cross-cultural variations in attribution process among young adults. *European Journal of Public Health*, 18(4), 386-391. doi:10.1093/eurpub/ckn007
- Kuntsche, E., Knibbe, R., Gmel, G., & Engels, R. (2006). Who drinks and why? A review of socio-demographic, personality, and contextual issues behind the drinking motives in young people. *Addictive Behaviors*, 31(10), 1844-1857. doi:10.1016/j.addbeh.2005.12.028
- Ling, J. (2014). Everyday drinking: The meaning of alcohol for working age home drinkers.
- Macarthur, G. J., Hickman, M., & Campbell, R. (2020). Qualitative exploration of the intersection between social influences and cultural norms in relation to the

- development of alcohol use behaviour during adolescence. *BMJ Open*, 10(3).
doi:10.1136/bmjopen-2019-030556
- Muhlack, E., Carter, D., Braunack-Mayer, A., Morfidis, N., & Elliott, J. (2018). Constructions of alcohol consumption by non-problematised middle-aged drinkers: A qualitative systematic review. *BMC Public Health*, 18. doi:10.1186/s12889-018-5948-x
- Pavey, L., Sparks, P., & Churchill, S. (2018). Proscriptive vs. Prescriptive Health Recommendations to Drink Alcohol Within Recommended Limits: Effects on Moral Norms, Reactance, Attitudes, Intentions and Behaviour Change. *Alcohol and Alcoholism*, 53(3), 344-349. doi:10.1093/alcalc/agx123
- Piumatti, G., Aresi, G., & Marta, E. (2023). A psychometric analysis of the Daily Drinking Questionnaire in a nationally representative sample of young adults from a Mediterranean drinking culture. *Journal of Ethnicity in Substance Abuse*, 22(1), 171-188. doi:10.1080/15332640.2021.1918600
- Plant, M. L., Miller, P., Plant, M., Kuntsche, S., Gmel, G., Ahlström, S., . . . Vidal, A. (2008). Marriage, cohabitation and alcohol consumption in young adults: An international exploration. *Journal of Substance Use*, 13(2), 83-98. doi:10.1080/14659890701820028
- Plant, M. L., Miller, P., Plant, M. A., Ozenturk, T., Doyle, W. D., Fong, J., & Mylchreest, K. (2007). Drinking patterns and alcohol-related experiences amongst adults on the Isle of Man: A comparison with the United Kingdom. *Journal of Substance Use*, 12(4), 243-252. doi:10.1080/14659890701476581
- Seaman, P., Edgar, F., & Ikegwuonu, T. (2013). The role of alcohol price in young adult drinking cultures in Scotland. *Drugs (Abingdon Engl)*, 20(4), 278-285. doi:10.3109/09687637.2013.765386
- Sedgeworth, C. (2019). *Alcogenesis: the normalisation of 'non-problematic' drinking in working adults (Doctoral dissertation)*. Durham University.
- Sinkinson, M. (2014). Having a good time: Young people talk about risk and fun when combining alcohol consumption and water activities. *International Journal of Health Promotion and Education*, 52(1), 47-55. doi:10.1080/14635240.2013.852348

- Townshend, T. G. (2013). Youth, alcohol and place-based leisure behaviours: a study of two locations in England. *Soc Sci Med*, 91, 153-161. doi:10.1016/j.socscimed.2013.02.017
- Waleewong O. (2017). Moving Thailand's mountain of alcohol-related harm. *Bull World Health Organ*, 95(7), 487-488. doi:10.2471/blt.17.020717
- Walker, C. J., Derlan Williams, C., Cage, J., DeLaney, E. N., Lozada, F. T., & Dick, D. M. (2020). Associations between ethnic-racial identity and alcohol problems among diverse emerging adults. *Journal of Ethnicity in Substance Abuse*, 1-24. doi:10.1080/15332640.2020.1793865
- World Health Organization. (2018). Global status report on alcohol and health 2018. Retrieved from <https://www.who.int/publications/i/item/9789241565639>
- World Health Organization. (2022). Alcohol. Retrieved from https://www.who.int/health-topics/alcohol#tab=tab_1
- Yoon, S., Lam, W. W. T., Sham, J. T. L., & Lam, T. H. (2015). Learning to drink: How Chinese adolescents make decisions about the consumption (or not) of alcohol. *International Journal of Drug Policy*, 26(12), 1231-1237. doi:10.1016/j.drugpo.2015.09.001
- Young, C. M., Pedersen, E. R., Pearson, A. D., & Neighbors, C. (2018). Drinking to cope moderates the efficacy of changing veteran drinking norms as a strategy for reducing drinking and alcohol-related problems among U.S. veterans. *Psychology of Addictive Behaviors*, 32(2), 213-223. doi:10.1037/adb0000347

ภาคผนวก



MU-MOU CoA No. 2023/041.1303

Mahidol University Multi-faculty Cooperative IRB Review

Certificate of Approval

Protocol No. : MU-MOU MUSSIRB No. 2023/040 (B1)
Title of Project (English): DRINKING NORMS, SELF-IDENTIFICATION, AND PERSPECTIVES ON ALCOHOL CONTROL MEASURES AMONG NON-PROBLEMATIC YOUNG WORKING-AGE DRINKERS
Title of Project (Thai): บรรทัดฐานการดื่ม อัตลักษณ์นักดื่ม และมุมมองที่มีต่อมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มคนรุ่นใหม่วัยทำงาน
Type of research: Single study, single site
Principle Investigator: ASSOC. PROF. DR. NATTHANI MEEMON
Affiliation: FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES, MAHIDOL UNIVERSITY
Research Site: กรุงเทพมหานคร (ภาคกลาง) นครราชสีมา (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) และเชียงใหม่ (ภาคเหนือ)
Type of Review: Expedited Review
Approval includes:
1) Submission Form Version Date 10 March 2023
2) Proposal Version Date 17 February 2023
3) Participant Information Sheet Version Date 17 February 2023
4) Informed Consent Form Version Date 17 February 2023
6) Interview Guideline Version Date 17 February 2023

The IRB of Record is in full compliance with International Guidelines for Human Research Protection such as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guidelines and the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

Date of Approval: 13 March 2023

Date of Expiration: 12 March 2024

Signature of Chairperson:

(Assoc. Prof. Pichet Kalamkasait)

Signature of Deputy Dean for Research and Academic Services,
Faculty of Social Sciences and Humanities:

(Pol. Capt. Lect. Dr. Sutham Cheurprakobkit)

List of Co – Investigators and Affiliations

1. MISS KAMONWAN KIEWNIN / FACULTY OF MEDICINE SIRIRAJ HOSPITAL, MAHIDOL UNIVERSITY
2. MISS PATTARIN ANUTARIYA

Investigators must comply with the Following:

1. Conduct the research according to the approved protocol;
2. Conduct the informed consent process without coercion or undue influence, and provide the potential subjects sufficient time to consider whether or not to participate.
3. Use only the Consent Form and other documents bearing the “*MU-MOU* Approval stamp;
4. Obtain approval of any changes in research activity before commencing and informed research participants about the changes for their consideration in pursuing the research.
5. Timely report of serious adverse events to the *IRB of Record* and any new information that may adversely affect the safety of the subjects or the conduct of the trial;
6. Provide the *IRB of Record* the progress reports at least annually or as requested;
7. Provide the *IRB of Record* the final reports when completed the study procedures.

Office of The Committee for Research Ethics (Social Sciences)
Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University
999 Phuttamonthon 4 Rd., Salaya, Phuttamonthon District, Nakhon Pathom 73170

Tel. 0 2441 9180

Email: mussirb310@gmail.com

Website: www.mussirb.com

ภาคผนวก ข แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง



แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

0. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์

- (a) ขออนุญาตทราบอายุปัจจุบัน อายุที่เริ่มดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งแรก
- (b) ลักษณะของงานที่ทำ ช่วงเวลาที่ทำงาน
- (c) รายได้ แหล่งที่มาของรายได้
- (d) สถานภาพสมรส
- (e) ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน การใช้เวลาในวันทำงาน และการใช้เวลาในวันหยุด

1. แบบแผนและบรรทัดฐานของการดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้ที่ระบุว่าตนอยู่ในกลุ่ม “นักดื่มที่ไม่เป็นปัญหา” (Non-problematic drinkers)

1.1 แบบแผนการดื่มแอลกอฮอล์

(a) ขอให้ผู้ให้สัมภาษณ์เล่าเส้นทางการดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่เริ่มดื่มครั้งแรก ดื่มแอลกอฮอล์ชนิดใด เหตุผลที่ลองดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งแรกคืออะไร ใครเป็นคนชักชวน ความถี่ในการดื่มนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และเหตุผลของการดื่มแอลกอฮอล์จนถึงปัจจุบัน

(b) ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชื่นชอบ การเลือกประเภทของเครื่องดื่ม เวลาที่ดื่ม สถานที่ที่นิยมดื่มแอลกอฮอล์ ปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละครั้ง บุคคลที่มักจะดื่มด้วยกัน

1.2 ความหมายของแอลกอฮอล์และการดื่มแอลกอฮอล์

(a) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ และการดื่มแอลกอฮอล์มีความหมายอย่างไรต่อผู้ให้สัมภาษณ์ ขอให้เล่าประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท และความรู้สึกของท่านต่อการดื่มของบุคคลที่มีเพศ วัย อาชีพ รายได้ และสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน

(b) ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าตนเองเป็น “นักดื่ม” หรือไม่ เพราะอะไร คำว่า “ดื่มเป็นประจำ” ในความหมายของผู้ให้สัมภาษณ์คือดื่มอย่างไร ความถี่และปริมาณเท่าใดคือปริมาณที่พอดี และปริมาณเท่าใดคือปริมาณที่ “น้อยเกินไป” หรือ “มากเกินไป” ในมุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์

(c) ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่าตนเองเป็น “นักดื่มที่มีปัญหา” หรือไม่ ความหมายของ “การดื่มที่เป็นปัญหา” คืออะไร และท่านหรือคนรู้จักเคยมีพฤติกรรมการดื่ม หรือผลลัพธ์จากการดื่มที่ก่อให้เกิดปัญหาบ้างหรือไม่ กรุณาบอกเล่าประสบการณ์ที่สำคัญในฐานะนักดื่มของท่าน พฤติกรรมการดื่มหรือพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากการดื่มแบบไหนที่ท่านคิดว่ายอมรับไม่ได้มากที่สุด





(d) ผู้ให้สัมภาษณ์กำหนดปริมาณการดื่มของตนเองอย่างไร หรือมีเทคนิคควบคุมตนเองอย่างไร จึงสามารถหลีกเลี่ยงไม่ให้ตนเองดื่มมากเกินไปจนเกิดปัญหาต่างๆ ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น และคิดว่าจะคงบรรทัดฐานการดื่มดังกล่าวนี้ต่อไปได้มากน้อยเพียงใด

(e) ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่าแอลกอฮอล์มีผล (ทั้งผลดีและผลเสีย) ต่อสุขภาพอย่างไร และพฤติกรรมกรรมการดื่มของผู้ให้สัมภาษณ์ในปัจจุบันมีผลดีหรือผลเสียต่อตัวของท่านอย่างไรบ้าง

(f) ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่า มุมมองของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อเครื่องดื่มและการดื่มแอลกอฮอล์ มีความเหมือนและ/หรือแตกต่างจากมุมมองของคนรุ่นก่อนๆ อย่างไรบ้าง

(g) ขอให้ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำแนะนำแก่ผู้ที่ดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมากจนเป็นปัญหา ว่าควรจะทำอย่างไร จึงจะเป็นการดื่ม “อย่างรับผิดชอบ” และ “ไม่เป็นปัญหา”

2. มุมมองและข้อเสนอแนะต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้ในปัจจุบัน

2.1 การรับรู้มาตรการและมุมมองต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(a) ขอให้ผู้ให้สัมภาษณ์บอกมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่พอจะนึกได้ ว่ามีมาตรการอะไรบ้าง

(b) ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่า ในการดื่มแอลกอฮอล์ครั้งล่าสุดของท่าน ได้ฝ่าฝืนมาตรการใดเกี่ยวกับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ้าง และมาตรการใดที่ส่งผลกระทบต่อท่านมากที่สุด และส่งผลกระทบอย่างไร

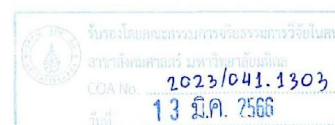
(c) ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่า มาตรการต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น มีแนวคิดเบื้องหลังอย่างไร และท่านเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยอย่างไร

(d) (ผู้วิจัยยกตัวอย่างมาตรการ รวมถึงข้อความรณรงค์เกี่ยวกับการดื่มต่างๆ ที่มีในปัจจุบัน) ขอให้ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นว่า มาตรการและข้อความที่ใช้สื่อสารเพื่อรณรงค์เกี่ยวกับการดื่มนั้นจะมีประสิทธิผลหรือไม่ อย่างไร ทั้งในแง่ของการบังคับใช้ และในแง่ของการสร้างความตระหนักถึงความเสี่ยงจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(e) ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่าการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่จำเป็นหรือไม่ อย่างไร

2.2 ข้อเสนอแนะต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(a) มาตรการปัจจุบันมาตรการใดที่ท่านเห็นว่าจะช่วยให้ นักดื่มยังสามารถคงความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่กลายเป็นนักดื่มที่เป็นปัญหาได้บ้าง





(b) จากมาตรการและข้อความรณรงค์เกี่ยวกับการดื่ม ที่ท่านมองว่าเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิผลน้อย หากท่านเป็นผู้ออกแบบมาตรการ และ/หรือออกแบบข้อความเพื่อรณรงค์เกี่ยวกับการดื่ม ท่านคิดว่าจะต้องสื่อสารอย่างไร จึงจะเข้าถึงความคิดและความเข้าใจของนักดื่ม

(c) ท่านคิดว่าต้องทำอะไร เพื่อให้ให้นักดื่มมีความตระหนักในการดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ และไม่ดื่มจนเป็นปัญหาทั้งต่อสุขภาพ และการดำเนินชีวิตของตนเองและผู้อื่น

