

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่
ผู้เขียน	นางสาวพัชรพรรณ คุณา
ปริญญา	สาขารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญประภา ศิวโรจน์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัย และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 391 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และใช้แบบคัดกรอง Alcohol Use Disorder Identification Test (AUDIT) ร่วมด้วย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไคสแควร์ ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1) นักศึกษาหญิงมากกว่าครึ่งหนึ่งปัจจุบันยังมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 58.1) รองลงมาคือ ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย (ร้อยละ 30.7) และเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่เลิกแล้ว (ร้อยละ 11.2)

2) ปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีรายละเอียดดังนี้

2.1) การหาง่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า การมีสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเพียงพอ และการมีชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่ายหลากหลายประเภท มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$)

2.2) ความสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า ค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากที่พัก มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ส่วนโปรแกรมชั้นการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.3) สื่อโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า การรับรู้ว่าการบริโภคของเป็นโฆษณาแฝงของผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการตอบแทนบุญคุณหากได้รับทุนการศึกษาจากผู้จัด

จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ส่วนการรับรู้ว่าการให้ทุนการศึกษา การเป็นสปอนเซอร์แข่งขันกีฬา และการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของเยาวชนเป็นโฆษณาแฝงของผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และช่องทางการรับรู้ข่าวสารของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.4) ปัจจัยด้านครอบครัวพบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมารดาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่น้องร่วมบิดา และการพูดคุยหรือเคยสอนเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบิดามารดาได้รับอนุญาตจากบิดามารดาให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ส่วนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบิดาและสถานภาพสมรสของบิดามารดาไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.5) ปัจจัยด้านเพื่อนพบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนสนิทการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อมีการพบปะสังสรรค์ของเพื่อนในกลุ่ม และการกล้าปฏิเสธเพื่อนเมื่อถูกชักชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Factors Related to Alcohol Drinking of Female Undergraduate University Students, Chiang Mai Province
Author	Miss Pacharapan Kuha
Degree	Master of Public Health
Advisor	Assoc. Prof. Dr. Penprapa Siviroj

ABSTRACT

The purposes of this independent study were to study alcohol drinking behaviors of female undergraduate university students and examine factors related to alcohol drinking. The sample was composed of 391 female undergraduate university students in Chiang Mai province. The data was collected using a questionnaire and using an Alcohol use Disorder Identification Test (AUDIT) screening test. **Data** was analyzed by descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, standard deviation and Chi-square. The results were as follows:

1) More than half of all students used to drinking alcohol (58.1%) the following; students who never drink alcohol (30.7%) and used drink alcohol (11.2%).

2) External factors related to alcohol drinking had details as follow:

2.1) Easy to find alcohol; found that enough of alcohol shops and several kind of alcohol were significantly related to alcohol drinking ($p < 0.05$).

2.2) Access to alcohol; found that expenses of alcohol drinking and Distance from residence to alcohol shops were significantly related to alcohol drinking at 0.05 levels ($p < 0.05$). Promotion of alcohol was not significantly related to alcohol drinking.

2.3) Advertising of alcohol; found that perception that donation was placement advertising and returns if they receive scholarship were significantly related to alcohol drinking at 0.05 levels ($p < 0.05$). Perception that scholarship, sport sponsorship and supporting the activities of youth were placement advertising and advertise media of alcohol were not significantly related to alcohol drinking.

2.4) Family factors; found that alcohol drinking behavior of mother and relatives, teaching of alcohol drinking from father and mother and allowing from father and mother to drink alcohol were significantly related to alcohol drinking at 0.05 levels ($p < 0.05$). Alcohol drinking behavior of father and Marital status of father and mother were not significantly related to alcohol drinking.

2.5) Peer factors; found that alcohol drinking behavior of best friend, alcohol drinking when had meeting and braving to deny of persuading from friend to drink alcohol were significantly related to alcohol drinking at 0.05 levels ($p < 0.05$).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved