

# การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่จำหน่าย และ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผูบริโภค

A study of relationship between liquor stores and alcohol consumer behaviors.



กนิษฐา ไทยกล้า



# บทที่ 1 : บทนำ

## ความเป็นมา และความสำคัญ

ถึงแม้จะมีการปรับขึ้นอัตราภาษีของสุรา และนโยบายการจำกัดเวลาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาลแล้วก็ตาม ปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังคงเพิ่มขึ้น การจัดอันดับโลก โดยองค์การอนามัยโลก<sup>1</sup> พบว่าประเทศไทยมีปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงเป็นอันดับ 40 ของโลก โดยเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดกลั่น สูงเป็นอันดับ 5 ของโลกจำนวนเงินที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากกว่าค่าก่อสร้างสนามบินสุวรรณภูมิ โดย ปี 2548 ประมาณการว่าคนไทยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถึง 10,000 ล้านลิตร และจ่ายเงินเพื่อซื้อเหล้าถึง 187,000 ล้านบาท แนวโน้มอัตราการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยปี 2532 อัตราการดื่มเฉลี่ย 20.2 ลิตรต่อคนต่อปี และปี 2546 มีอัตราการบริโภคเฉลี่ย 58.0 ลิตรต่อคนต่อปี เพิ่มเกือบ 3 เท่าตัว จำนวนประชากรที่ดื่ม จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2547<sup>2</sup> คนไทยอายุ 15 ปีขึ้นไปที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีจำนวน 16.1 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 32.7 ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป แยกเป็นชาย 13.58 ล้านคน หรือร้อยละ 55.5 ของเพศชาย อายุ 15 ปีขึ้นไป เป็นหญิง 2.57 ล้านคนหรือร้อยละ 10.3 ของเพศหญิง ในจำนวนนี้เป็นผู้ดื่มสุราเป็นประจำหรือดื่มสม่ำเสมอประมาณ 8.8 ล้านคน แยกเป็นชาย 8.03 ล้านคน เป็นหญิง 7.6 แสนคน จำนวนนักดื่มหน้าใหม่เพิ่มขึ้นปีละอย่างน้อย 260,000 คน หรือประมาณวันละ 700 คน และในปี พ.ศ. 2550 ศูนย์วิจัย ปัญหาสุราได้สนับสนุนให้ดำเนินการสำรวจประมาณการผู้เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภาคเหนือ<sup>3</sup> ผลการสำรวจเบื้องต้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาคเหนือที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 30 วันก่อนการสัมภาษณ์ ร้อยละ 23.0 และมีแนวโน้มอายุที่เริ่มดื่มน้อยลง สาเหตุหนึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้ง่ายขึ้น ผลการสำรวจอุปทานเครื่องดื่มในชุมชนภาคเหนือ<sup>4</sup> ที่ผ่านมาพบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีอยู่ในทุกชุมชน โดยเป็นสินค้าหนึ่งที่ย่อมจำหน่ายกับสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไป ซึ่งในจำนวนนี้ไม่รวมถึงการจำหน่ายสุราที่ผลิตได้ในท้องถิ่น (สุราเถื่อน) ประกอบกับทางศูนย์วิจัยปัญหาสุราต้องการข้อมูลพื้นฐานในการผลักดัน นโยบาย และกฎหมายต่างๆ ที่จะควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบครบวงจรทั้งด้านอุปสงค์ อุปทาน และผลกระทบ ซึ่งพื้นที่เชียงใหม่เคยมีการสำรวจสถานบันเทิงในปี 2547 โดยทีมสำรวจเฝ้าระวังติดตามสถานการณ์การใช้

<sup>1</sup> ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.). ข้อมูลการจัดอันดับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย. เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2549 [Online]. Available from: URL:<http://www.cas.or.th/index.php?content=statistic&location=1&category=2&id=6>

<sup>2</sup> สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. การสำรวจพฤติกรรมมารยาทสุราและการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547. เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2551 [Online]. Available from: URL:[http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/serv\\_survey.html](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/serv_survey.html)

<sup>3</sup> คณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสาธารณสุขเสพติด สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด. สำรวจประมาณการผู้เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การสำรวจครัวเรือนทั่วประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 1 . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จรัสสินีทางการพิมพ์; 2550.

<sup>4</sup> กนิษฐา ไทยกล้า สุโข เสมมหาศักดิ์ เจิมขวัญ รัชชชานติ และอภิรักษ์ อารัมรัตน์. Mapping อุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ภาคเหนือ. พิมพ์ครั้งที่ 1 . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิมพ์ดีการพิมพ์; 2550.



สารเสพติดเพื่อความบันเทิงของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงถือเป็นโอกาสอันดีที่มีผู้วิจัยมากด้วยประสบการณ์การทำงานในสถานบันเทิง และสนใจที่จะศึกษาถึงการสำรวจจำนวน และการกระจายของจุดจำหน่าย การดื่ม และผลกระทบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เพื่อส่งผลต่อการศึกษาที่ได้กลับไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนทางด้านนโยบายมาตรการ การควบคุมปริมาณการบริโภค ลดจำนวนผู้ดื่มรายใหม่ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนเทศบาลนครเชียงใหม่
2. เพื่อสำรวจการกระจายตัวของสถานที่จำหน่าย/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตพื้นที่เทศบาลนครเชียงใหม่
3. เพื่อสำรวจพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และประสบการณ์การเกิดผลกระทบจากการดื่มของผู้ที่ซื้อ/ดื่มจากสถานที่จำหน่าย/ดื่มในชุมชนเทศบาลนครเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาประเภทเครื่องดื่มรูปแบบต่าง ๆ และปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ/ดื่ม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่จำหน่าย/ดื่มกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

### ระเบียบวิธีวิจัย

การสำรวจตัวอย่างพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แบบภาคตัดขวาง (Cross Sectional Study) ร่วมกับการสำมะโนสถานที่ดื่ม และจำหน่ายทุกแห่งที่อยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ทั้ง 4 คือ แขวงนครพิงค์ แขวงศรีวิชัย แขวงกาวิละ และแขวงเม็ງราย ซึ่งมีจำนวนประชากรที่มีอายุ 18-60 ปี จำนวน 90,138 คน จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้คำนวณจากสัดส่วนของผู้ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในเขตเทศบาลของภาคเหนือปี 2550 ซึ่งมีสัดส่วนของผู้ดื่ม ร้อยละ 32.8 จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความคลาดเคลื่อนในการคำนวณตัวอย่าง 10% จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 340 ตัวอย่าง โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน แขวงละ 85 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มสถานที่ที่ดื่ม และจำหน่ายในแต่ละแขวงประเภทละ 1 แห่ง ซึ่งประเภทของสถานที่ที่จะได้เมื่อมีการลงพื้นที่เพื่อสำรวจสถานที่ที่ดื่ม และจำหน่ายที่มีอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ทั้งหมดมากำหนดเป็นกรอบตัวอย่าง (Sampling Frame)

การวิจัยครั้งนี้ได้นำวิธี Venue-day-time มาใช้ในการวางแผนการเก็บข้อมูล คือ กำหนดช่วงวัน - เวลาในการเก็บข้อมูลเป็นวันทำงาน วันหยุด ช่วงเวลาที่คนมาใช้บริการน้อย ช่วงเวลาที่คนมาใช้บริการมาก ซึ่งการกำหนดช่วงเวลานี้นขึ้นอยู่กับข้อมูลของสถานที่ดื่ม และจำหน่ายที่ทำการสำรวจได้

กระบวนการสุ่มตัวอย่างโดยใช้เทคนิค VDT ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลักด้วยกัน

- 1) การระบุสถานที่ และทำแผนที่

<sup>5</sup>สรรพสามิตภาคที่ 5. สถิติแสดงรายละเอียดผลการจัดเก็บรายได้รวมทั้งภาคที่ 5 ประจำเดือน ตุลาคม 2548 - กันยายน 2549. เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2550 [Online]. Available from: URL:<http://www5.excise.go.th/profit/Pro2549.html>.

- 2) การแจกแจงจำนวนของสถานที่ซื้อ/ดื่มในพื้นที่ เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบตัวอย่าง (Sampling Frame)
- 3) การตรวจสอบคุณสมบัติ และสร้างความสมัครใจเข้าร่วมโครงการ
- 4) การคัดเลือกสถานที่ และสุ่มตัวอย่างผู้ที่มีพฤติกรรมการซื้อ/ดื่ม

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการสำรวจครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจอันประกอบด้วยแบบสอบถาม พฤติกรรมการดื่มแบบตอบเองที่พัฒนาโดยคณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสารเสพติด กระทรวงยุติธรรม ซึ่งได้มีการถามปริมาณที่ดื่มเป็น 3 ระดับ (Tri-level method) ได้แก่ ปริมาณที่ผู้ดื่มจัดว่าเป็นการดื่มมากของตนเอง การดื่มปานกลาง และการดื่มน้อย ในการดื่มแต่ละครั้งใน 1 ปีที่ผ่านมา โดยระบุชนิดของเครื่องดื่มฯ รวมทั้งยี่ห้ออย่างละเอียด และปริมาณดื่มฯ ตามที่คุ้นเคย ถามจำนวนครั้งของการดื่มแต่ละระดับใน 1 ปีที่ผ่านมา โดยแบ่งความถี่ออกเป็น 10 ระดับ คือ ทุกวัน 5-6 วันต่อสัปดาห์ 3-4 วันต่อสัปดาห์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ 2-3 วันต่อเดือน 1 วันต่อเดือน 7-11 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา 4-6 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา 2-3 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา และ 1 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา

### ดัชนีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Drinking indices)<sup>6</sup>

ปริมาณและความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นดัชนีที่บ่งชี้ถึงความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายทั้งด้านสุขภาพ และสังคมที่ผู้ดื่มจะได้รับจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Drinking indices) โดยทั่วไปนิยมรายงานเป็นข้อมูลต่อไปนี้

1. ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวัน (Average daily intake) เป็นตัวบอกลักษณะการดื่มของบุคคลนั้นโดยเฉลี่ยเท่าๆ กันทุกวัน ทั้งในวันดื่ม และไม่ดื่ม ในระยะเวลาที่ศึกษา ซึ่งในโครงการนี้ใช้ที่ 1 ปี จึงเป็นค่าปริมาณแอลกอฮอล์อย่างต่ำที่บุคคลได้รับโดยเฉลี่ยต่อวัน

2. ปริมาณแอลกอฮอล์ต่อวันที่ดื่ม เป็นตัวบอกขนาดของการดื่มในวันๆ นั้นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น โดยไม่ได้นับวันที่ไม่ได้ดื่มมาเป็นตัวหารด้วย จึงเป็นค่าที่บอกความรุนแรงของการดื่มของบุคคลนั้นในวันที่เขาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Average drinking intensity)

ในประเทศไทยยังไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเฉลี่ยต่อวันกับระดับความเสี่ยงจากการดื่ม การรายงานผลในโครงการนี้จึงใช้ค่าของต่างประเทศซึ่งแนะนำโดยองค์การอนามัยโลก เป็นแนวทาง ดังนี้

---

<sup>6</sup> คณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสารเสพติด. "สถานภาพการบริโภคสุรา พ.ศ. 2550". พิมพ์ครั้งที่ 2 กันยายน 2551 จรัสสินทวงศ์การพิมพ์ จำกัด. กรุงเทพฯ. หน้า 27.

ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวัน (Average daily intake) กับระดับความเสี่ยงต่อการเกิดอันตราย

ระดับความเสี่ยง	ชาย (ผู้ใหญ่อายุ 25-60 ปี)	หญิง (ผู้ใหญ่อายุ 25-60 ปี)
เสี่ยงน้อย	1-40 กรัมต่อวัน	1-20 กรัมต่อวัน
เสี่ยงปานกลาง	41-60 กรัมต่อวัน	21-40 กรัมต่อวัน
เสี่ยงมาก	61-100 กรัมต่อวัน	41-60 กรัมต่อวัน
เสี่ยงรุนแรง	>100 กรัมต่อวัน	>60 กรัมต่อวัน

หมายเหตุ วัยรุ่น และผู้สูงอายุใช้ค่าปริมาณแอลกอฮอล์ครึ่งหนึ่งของค่าที่ใช้ในผู้ใหญ่เพศเดียวกัน ส่วนผู้ที่มีโรคทั้งทางร่างกาย และจิตเวช และสตรีตั้งครรภ์ไม่ควรดื่มเลย

3. ความถี่ของการดื่ม ได้แก่ จำนวนวันที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในระยะเวลาที่กำหนด นิยมรายงานเป็นความถี่ต่อสัปดาห์ ต่อเดือน หรือต่อปี ตามข้อแนะนำของ National Institute on Alcohol and Alcoholism ผู้ใหญ่ทั้งชาย และหญิงควรดื่มไม่เกินสัปดาห์ละ 4-5 วัน โดยควรมีวันที่ไม่ดื่มเลย 2-3 วันต่อสัปดาห์

4. จำนวนวันที่ดื่มหนัก (Binge drinking) หมายถึงการดื่มมากกว่า 5 หน่วยมาตรฐานขึ้นไปต่อครั้ง ซึ่งในโครงการนี้เทียบเป็นปริมาณเบียร์มากกว่า 6 กระป๋องหรือ 3 ขวดใหญ่ หรือเหล้ามากกว่า 5 แก้วหรือครึ่งแบน หรือไวน์มากกว่า 5 แก้วหรือครึ่งขวด ต่อครั้ง การดื่มปริมาณมากเช่นนี้ในหนึ่งวันจะเพิ่มความเสี่ยงของบุคคล ๆ นั้นในการเกิดอันตรายได้สูงมาก ถึงแม้ว่าจะดื่มเช่นนั้นาน ๆ ครั้งก็ตาม

5. ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มต่อปี (Total annual consumption) เป็นปริมาณแอลกอฮอล์รวมที่คน ๆ นั้นดื่มทั้งปี มักใช้เป็นค่าที่บอกปริมาณการดื่มของประชากรทั้งหมดของประเทศหรือชุมชนนั้น ไม่ได้บ่งบอกถึงความรุนแรงของความเสี่ยงจากการดื่ม และระดับการดื่มของบุคคลแต่ละคน

คะแนนจากการตอบคำถามของ AUDIT สามารถนำมาใช้คัดแยกผู้ตอบออกเป็น 4 ระดับตามความรุนแรงของปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือ

1. คะแนน 0-7 คือผู้ที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยหรือผู้ที่มีความเสี่ยงต่ำจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (non-drinker or low risk drinker)

2. คะแนน 8 ขึ้นไปจัดว่าเป็นผู้มีความผิดปกติจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (alcohol-use disorders) โดยแบ่งเป็น 3 ระดับย่อยคือ

o คะแนน 8-15 คือผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเสี่ยง (hazardous drinker) หรือผู้ที่มีความเสี่ยง ระดับปานกลางจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (moderate risk drinker)

o คะแนน 16-19 คือผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบอันตราย (harmful drinker) หรือผู้ที่มีความเสี่ยงสูงมากจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (high risk drinker)

o คะแนน >20 คือผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบอันตรายมากหรืออาจเป็นผู้มีภาวะเสพติดแอลกอฮอล์ (dependent drinker)

### วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย ขั้นตอนตามเทคนิค VDT คือ

1. เข้าพื้นที่ที่ศึกษาพร้อมกับภาพถ่ายทางดาวเทียมซึ่งมีความละเอียดในระยะห่างจากพื้นดิน 500 เมตร สามารถเห็นถึงหลังคา ถนน ตรอก ซอย และแผนที่บอกเส้นถนนเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

เพื่อทำการบันทึกตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้า จุดจำหน่าย สถานศึกษา ศาสนสถานด้วยเครื่องบอกพิกัดภูมิศาสตร์สารสนเทศ (Global Positioning System: GPS) จัดทำแผนที่

2. เมื่อได้แผนที่ และจำนวนสถานบริการทั้งหมดพร้อมรายละเอียดแล้ว สังเกตสภาพพื้นที่จริงเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง สภาพสถานบริการ ลักษณะ รูปแบบการจำหน่าย กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ ถนน แหล่งชุมชน สถานบริการประเภทอื่นๆ ที่พักอาศัย และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จัดหมวดหมู่ประเภทของสถานที่ที่ดื่มและจำหน่าย เพื่อนำมาจัดทำกรอบตัวอย่าง (Sampling Frame) สำหรับการสุ่มสถานที่ในแต่ละแขวง

3. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสังเกตแบบมีโครงสร้าง (Structured Observation) ไม่มีการจดบันทึกการสังเกตโดยทันที ต้องทำตัวให้เข้ากับธรรมชาติ และไม่ก่อให้เกิดความระแวงความสงสัยจากกลุ่มตัวอย่าง (ผู้ประกอบการ เจ้าของ หรือพนักงานระดับผู้จัดการของสถานที่จำหน่าย/ดื่ม) สำหรับการจดบันทึกเหตุการณ์ รูปแบบของพฤติกรรมการณ์ซื้อ/ดื่ม พฤติกรรมการณ์จำหน่าย จะกระทำการบันทึกทันทีเมื่อมีโอกาสเหมาะสมหลังจากการสังเกต

4. สุ่มตัวอย่างสถานที่จำหน่าย/ดื่มจากกรอบตัวอย่าง (Sampling Frame) ในแต่ละแขวง โดยทำการสุ่มสถานที่ที่ดื่ม และจำหน่ายประเภทละ 1 แห่ง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ให้ครบทุกประเภทที่ได้แบ่งไว้ในขั้นตอนที่ 2

5. สถานที่ที่สุ่มได้ในขั้นตอนที่ 4 จะมีการกำหนดตารางเวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของผู้ที่มาใช้บริการในสถานที่แหล่งที่สุ่มได้ ซึ่งต้องมีการกระจายตัวไปตามช่วงวันและช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เช่น ในวันต่างกัน โดยนับวัน สุกร์ เสาร์ อาทิตย์ เป็นวันปลายสัปดาห์ ซึ่งจะมีจำนวนผู้ใช้บริการมากกว่าวันปกติ และวันปกติ จันทร์-พฤหัสบดี และนับช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เช่น ช่วงระหว่างวัน 08.00-12.00 น. 13.00-17.00 น. ช่วงหัวค่ำ 17.00 - 20.00 น. และนับช่วงดึก 21.00 - 24.00 เป็นต้น

6. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบที่มีโครงสร้างในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว โดยกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ได้มีการรักษาความลับของโครงการวิจัยนั้นจะไม่มีมีการจดบันทึกชื่อ หรือข้อมูลที่สามารถระบุตัวผู้ให้ข้อมูล หากจำเป็นจะทำการบันทึกเพียงชื่อเล่นและเบอร์โทรศัพท์ เพื่อประโยชน์ในการนัดหมายสัมภาษณ์ รวมถึงเพื่อประโยชน์ด้านการควบคุมคุณภาพการวิเคราะห์ข้อมูล การขอความยินยอมจะไม่มีมีการลงลายมือชื่อในใบยินยอม เนื่องจากจะเป็นการเปิดเผยตัวแต่จะขอความยินยอมโดยวาจา และหากไม่ยินยอมก็ไม่มีเงื่อนไขข้อบังคับใดที่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องให้ข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างสามารถที่จะปฏิเสธการให้ข้อมูลได้ในทุกขณะที่ทำการสัมภาษณ์ ซึ่งพนักงานสัมภาษณ์จะยุติการสัมภาษณ์ทันทีเมื่อได้รับการปฏิเสธจากผู้ให้ข้อมูล และถือข้อมูลชุดที่ได้รับนั้นเป็นการยกเลิก ซึ่งผู้สัมภาษณ์ต้องดำเนินการสุ่มตัวอย่างต่อไปจนครบจำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

### กระบวนการสัมภาษณ์อาสาสมัคร

การเก็บรวบรวมข้อมูลสถานที่จำหน่าย/ดื่มด้วยการสังเกตที่มภาคสนามเก็บข้อมูลในลักษณะของการมีส่วนร่วม โดยไม่มีปฏิกริยาโต้ตอบ (Passive participation) โดยพนักงานภาคสนามจะเปิดเผยบทบาทของตนเองให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลทราบ ด้วยการแนะนำ หรือแสดงตัวต่อเจ้าของ ผู้ประกอบการ ให้ได้รู้จัก และสร้างความคุ้นเคยกับสถานที่ที่รับรู้บรรยากาศทั้งภายนอก และภายใน เพื่อจะได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในบรรยากาศของเหตุการณ์ ซึ่งการมีส่วนร่วมมีลักษณะเพียงการอยู่เฉย และสังเกตอยู่เฉพาะ

ภายนอกเท่านั้น วิธีการนี้จะช่วยให้พนักงานภาคสนามมีโอกาสซึมซับ บรรยากาศ รวมทั้งเห็นภาพที่เกิดขึ้น ตามสภาพจริง แบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ

ช่วงแรก สังเกตเพื่อการอธิบาย (Descriptive) เป็นการสังเกตสภาพทั่วไปของสถานที่จำหน่าย/ ตี๋มที่มีอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เช่น ซี่งถนน ตำแหน่งที่ตั้ง ประเภทร้าน ลักษณะสิ่งปลูกสร้าง เวลาในการเปิด-ปิด และขายเครื่องตี๋มที่มีแอลกอฮอล์ ประเภทใบอนุญาต กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ และการบันทึกเพิ่มเติมที่ได้จากการสังเกต

ช่วงที่สอง การสังเกตมีจุดเน้น (Focused) หลังจากคุ้นเคยกับพื้นที่มาระยะหนึ่งจะทำการสังเกต โดยมุ่งเน้นบางเรื่อง เช่น ประเภทใบอนุญาตเครื่องตี๋มที่มีแอลกอฮอล์ที่จำหน่าย กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ และการบันทึกเพิ่มเติมที่ได้จากการสังเกต

ช่วงที่สามการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ที่มีพฤติกรรมการตี๋มเครื่องตี๋มที่มีแอลกอฮอล์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบที่มีโครงสร้างในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว โดยเมื่อได้สร้างความคุ้นเคย สันทนากับบุคคล กลุ่มบุคคลที่อยู่บริเวณสถานที่จำหน่าย/ตี๋มมาไ้ระยะหนึ่งจะทำให้ง่ายต่อการ สุ่มตัวอย่าง ที่มีพฤติกรรมการตี๋มเครื่องตี๋มที่มีแอลกอฮอล์โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างอายุ 18 ปี การเก็บรวบรวม ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องตี๋มที่มีแอลกอฮอล์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบที่มีโครงสร้างในการเก็บข้อมูลเชิง คุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกหลังจากได้สร้างความคุ้นเคย สันทนากับ เจ้าของร้านมาไ้ระยะหนึ่งจะทำ ให้ง่ายต่อการสัมภาษณ์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบองค์รวมที่สามารถตอบปัญหาพฤติกรรมการซื้อ/ตี๋ม และสร้าง แนวทางแก้ไขป้องกันได้สมบูรณ์ที่สุดด้วยการนำเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณมาควบคู่กัน

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน

1. วิเคราะห์ความแตกต่างของประเภทร้านค้า จุดจำหน่าย ชนิด และประเภทเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ และการได้รับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์

- วิธีการวัดระยะทางของจุดอื่นข้างเคียงที่อยู่ใกล้สุด (Nearest neighbor) การวิเคราะห์ข้อมูล การกระจายตัวทางพื้นที่นำเทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับภูมิศาสตร์ ใช้วิธีการวัด ระยะทางของจุดอื่นข้างเคียงที่อยู่ใกล้สุด (Nearest neighbor) เพื่อศึกษาการกระจายตัว ตามพื้นที่<sup>7</sup> ด้วยการนำเอาการ นำเสนอข้อมูลโดยใช้แผนที่ด้วยวิธีการทางสถิติ (Statistics profile) เพื่อให้ทราบความหนาแน่น (Density) การรวมกลุ่ม (Clustering) หรือการกระจาย (Distribution)

<sup>7</sup> มนัส สุวรรณ. เทคนิคเชิงปริมาณสำหรับวิชาภูมิศาสตร์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โอ เอส พริ้นติ้งเฮ้าส์; 2541.

$$R = 2 \bar{D}_{obs} \sqrt{\frac{N}{A}}$$

R คือ ค่าดัชนี Nearest Neighbor

$\bar{D}_{obs}$  คือ ระยะห่างโดยเฉลี่ยของระยะห่างระหว่างจุดต่าง  
กับจุดอื่น ข้างเคียงใกล้ที่สุด

N คือ จำนวนทั้งหมด

A คือ จำนวนพื้นที่

2. วิเคราะห์บริบทการจำหน่าย/ดื่ม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการดื่มจำแนกตามประเภทสถานที่จำหน่าย และดื่มด้วยวิธีการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์ความแปรปรวน
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับลักษณะที่ปรากฏให้มีชัดเจนขึ้น นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพื้นที่โดยตรง และทำการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Inductive) ตีความสร้างข้อสรุปที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการดื่ม และสถานที่จำหน่าย/ดื่ม ซึ่งต้องนำบริบทข้อมูลเชิงปริมาณมาทำการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ควบคู่ไปด้วย





## บทที่ 2 : การกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### จุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ชุมชนเมืองเชียงใหม่<sup>8</sup> ตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำปิงตอนกลางเชิงดอยสุเทพ มีแม่น้ำปิงไหลผ่านใจกลางเมืองในแนวเหนือ - ใต้ ชุมชนดั้งเดิมหรือบริเวณเมืองเก่าตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำปิง ต่อมาเมื่อชุมชนได้พัฒนาให้มีความเจริญขึ้น โดยมีการขยายตัวข้ามแม่น้ำปิงมาทางฝั่งตะวันออก และภายหลังจากที่ความเจริญทางคมนาคมมากขึ้นทำให้ชุมชนได้พัฒนาออกไปหลายทิศทางตามเส้นทางคมนาคม และโครงข่ายสาธารณูปโภค ธุรกิจการพัฒนาดินและที่พักรออาศัยได้ขยายตัวเป็นอย่างมาก สภาพที่แท้จริงของชุมชนเมืองเชียงใหม่ในปัจจุบันไม่ได้คงอยู่แต่เฉพาะในเขตเทศบาลเท่านั้น แต่ได้ขยายออกไปตามบริเวณชานเมืองและชนบทโดยรอบ เทศบาลนครเชียงใหม่มีพื้นที่ 40 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุม 4 แขวง ได้แก่ แขวงนครพิงค์ แขวงกาวิละ แขวงเม็งราย และแขวงศรีวิชัย โดยแบ่งพื้นที่ตามแขวงได้ดังนี้

แขวงนครพิงค์ มีพื้นที่ 11.7 ตารางกิโลเมตร

แขวงกาวิละ มีพื้นที่ 11.4 ตารางกิโลเมตร

แขวงเม็งราย มีพื้นที่ 7.7 ตารางกิโลเมตร

แขวงศรีวิชัย มีพื้นที่ 9.2 ตารางกิโลเมตร

ภาพ 1 แผนที่เขตเทศบาลนครเชียงใหม่แบ่งตามแขวง



<sup>8</sup> เทศบาลนครเชียงใหม่. 2551 <http://www.cmcity.go.th/aboutus/topography.php>

## ลักษณะทั่วไปของพื้นที่

### แขวงนครพิงค์

ลักษณะของพื้นที่เริ่มตั้งแต่กลางเมืองที่เป็นย่านเศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวเลียบบเลาะลำน้ำปิง ในเขตพื้นที่ตำบลศรีภูมิ และข้างม่อยขึ้นไปทางทิศเหนือจนจรดกับอำเภอแมริม จึงมีความหลากหลายในส่วนของลักษณะของพื้นที่ และผู้พักอาศัย ในด้านของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จึงมีลักษณะที่ต่างกันอย่างชัดเจนออกไปตามพื้นที่ กล่าวคือ ในเขตพื้นที่ใจกลางเมืองมีประชากรพักอาศัยอย่างหนาแน่น เนื่องด้วยสาเหตุของความจำกัดในพื้นที่ทำให้สถานบันเทิงมีขนาดเล็กอยู่กระจายตามแหล่งที่มีผู้พักอาศัย และแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นเท่านั้น ในขณะที่พื้นที่ที่ห่างจากตัวเมืองออกไปจะมีลักษณะเป็นร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อตามแหล่งที่มีการพักอาศัยที่หนาแน่นในแต่ละพื้นที่ ตามถนนเส้นหลักที่มุ่งไปสู่อำเภอแมริมสองข้างทางมีร้านขายอาหาร และเครื่องดื่มขนาดเล็กตั้งอยู่ตามรายทาง บางร้านดัดแปลงเป็นร้านคาราโอเกะขนาดเล็กเพื่อให้บริการแก่ผู้สัญจรผ่านไปมาหรือผู้พักอาศัยในชุมชนใกล้เคียง นอกจากนี้ยังมีสถาบันการศึกษาทั้งระดับอุดมศึกษา มัธยมศึกษา ประถมศึกษา และอนุบาล ทั้งของรัฐบาล และเอกชน สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่าง ๆ มีการปรับเปลี่ยนวิธีการขายเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ เช่น ร้านขายของชำที่ส่วนใหญ่จะขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิด สุราขาว และสุราสีเป็นขวดเปลี่ยนมาเป็นการขายปลีก โดยแบ่งขายย่อยเป็นกึ่ง หรือ ตอง แทนการขายเป็นขวดที่ขายได้ยากกว่า ร้านอาหาร และเครื่องดื่มขนาดเล็กมีการปรับเปลี่ยนเป็นการขายอาหารพื้นเมือง ประเภทหลู้ ลาบ พร้อมกันนี้ ยังขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในร้านร่วมด้วย ร้านคาราโอเกะบางแห่งมีการให้บริการแก่ลูกค้าที่มีรายได้ น้อยแต่อยากเที่ยว โดยการทำเป็นร้านคาราโอเกะขนาดเล็ก ใช้ตู้คาราโอเกะแบบหยอดเหรียญแทนการใช้ วงดนตรีเล่น และมีพนักงานหญิงสาวไว้ให้บริการเพียง 1-2 คนต่อร้าน โดยเน้นขายเฉพาะสุรา-เบียร์ ที่ผลิตในประเทศเป็นหลัก มีจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่ทั้งหมด 242 แห่ง โดยแยกประเภท เป็นร้านขายของชำ ค้าปลีก 72 แห่ง สถานบันเทิง 25 แห่ง ร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมุกะทะ 54 แห่ง ผับ บาร์ 18 แห่ง ร้านสะดวกซื้อ 24 แห่ง คาราโอเกะ 32 แห่ง ร้านค้าส่ง และค้าปลีกเหล่า 11 แห่ง ร้านเหล้าตอง/ซุ้ม/รถเข็น/เหล้าป่น 5 แห่ง ลานเบียร์ 1 แห่ง

### แขวงศรีวิชัย

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นชุมชนเมืองย่านการค้า ประชากรมีรายได้อยู่ในระดับที่สูง อีกทั้งยังมีปัจจัยด้านอื่น ๆ สนับสนุนภายในพื้นที่ อาทิเช่น เป็นแหล่งที่พักอาศัยที่ไม่หนาแน่นทำให้สามารถขยายกิจการให้มีขนาดใหญ่ได้ มีสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงอยู่ในพื้นที่ ลูกค้าส่วนหนึ่งจึงเป็นนักศึกษาที่มีกำลังในการซื้อสูง เป็นย่านธุรกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งยังเป็นย่านบันเทิงที่มีชื่อเสียงมานานเป็นที่รู้จักกันดีว่า "สันติธรรม" จึงมีกลุ่มลูกค้าวัยทำงานเข้ามาใช้บริการสถานบันเทิงในพื้นที่มาก เพราะใกล้กับที่ทำงาน การคมนาคมสะดวก โดยมีถนนสายชุปเปอร์ไฮเวย์ตัดผ่าน และอีกเหตุผลหนึ่งคือ ร้านค้าหรือสถานบันเทิงที่มีชื่อเสียง รู้จักกันดีในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นที่เข้ามาเที่ยวในเชียงใหม่ ทำให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาใช้บริการในพื้นที่นี้ ซึ่งปัจจัยดังที่กล่าวมาจึงเป็นตัวผลักดันให้สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่แขวงนี้ส่วนใหญ่เป็นลักษณะของสถานบันเทิง หรือผับ บาร์ เป็นหลัก เพื่อรองรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีจำนวนมาก จุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในแขวงศรีวิชัยมีจำนวน 395 แห่ง โดยแยกประเภทเป็นสถานบันเทิง 109 แห่ง ร้านขายของชำ ค้าปลีก 78 แห่ง ร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมุกะทะ 76

แห่ง ผับ บาร์ 45 แห่ง ร้านสะดวกซื้อ 45 แห่ง คาราโอเกะ 18 แห่ง ร้านค้าส่ง และค้าปลีกเหล้า 14 แห่ง ร้านเหล้าตอง/ซุ้ม/รถเข็น/เหล้าปั่น 6 แห่ง ลานเบียร์ 1 แห่ง โต๊ะสนุกเกอร์ 3 แห่ง ซุปเปอร์มาร์เก็ต 2 แห่ง ร้านขายยา 1 แห่ง สถานที่จำหน่ายที่มีลักษณะเป็นที่นั่งดื่มมีมากถึงร้อยละ 65 โดยเป็นสถานบันเทิง ขนาดกลาง จนถึงขนาดใหญ่ สถานที่จำหน่ายจำพวกร้านสะดวกซื้อก็มีอยู่เป็นจำนวนมากตามไปด้วย ร้อยละ 34.7 นิยมที่จะซื้อไปดื่มยังสถานที่ต่างๆ เช่น ที่พักของตนเอง ซึ่งส่วนมากก็คือร้านสะดวกซื้อที่ตั้ง อยู่ใกล้กับที่พักอาศัยหรือแหล่งชุมชนนั้นๆ นั่นเอง ขณะที่ร้านเหล้าตองที่มีอยู่ในพื้นที่แขวงศรีวิชัย มีลักษณะเป็นซุ้มหรือรถเข็นมักจะอยู่ตามรายการที่มีคนอาศัยชุกชุม หรือแหล่งร้านอาหารรถเข็น เพื่อให้บริการกับลูกค้าที่สัญจรผ่านไป-มา หรือผู้ที่ต้องการดื่มก่อนเข้าที่พัก

### แขวงเมืองราย

พื้นที่แขวงเมืองรายบางส่วนของพื้นที่ยังอยู่ในเขตตัวเมือง พื้นที่ในส่วนนี้จึงยังเป็นแหล่งท่องเที่ยว และค้ำคั่งไปด้วยผู้พักอาศัย และนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อไปยังแขวงศรีวิชัย และแขวงนครพิงค์ได้ ทำให้จำนวนของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีจำนวนที่สูงไม่ต่างจากพื้นที่ 2 แขวงที่กล่าวมาแล้ว พื้นที่ของแขวงเมืองรายประกอบด้วยตำบลหลายยา ตำบลช้างคลาน และตำบลพระสิงห์บางส่วน จุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่นี้มี 311 แห่ง ประกอบด้วยสถานบันเทิง 76 แห่ง ร้านขายของชำ ค้าปลีก 54 แห่ง ร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมุกะทะ 44 แห่ง ผับ บาร์ 54 แห่ง ร้านสะดวกซื้อ 30 แห่ง คาราโอเกะ 24 แห่ง ร้านค้าส่ง และค้าปลีกเหล้า 19 แห่ง ร้านเหล้าตอง/ซุ้ม/รถเข็น/เหล้าปั่น 6 แห่ง ลานเบียร์ 4 แห่ง ในส่วนของสถานบันเทิงที่อยู่ในพื้นที่แขวงเมืองรายมีตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง โดยส่วนใหญ่ อยู่ใกล้กับเส้นทางคมนาคม และย่านการค้า ร้านขายของชำ และค้าปลีกจะอยู่กระจายตัวตามจุดต่าง ๆ ใน ชุมชนของทุกพื้นที่ ร้านสะดวกซื้อจะอยู่ตามหัวมุมถนน และชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น และ จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ พบว่าสถานบันเทิง ผับ บาร์ จะจับกลุ่มกันอยู่ในส่วนบริเวณของถนนช้างคลาน ถนนเจริญประเทศ และพื้นที่ที่ที่พักอาศัยที่เรียกว่า เชียงใหม่แลนด์ มากกว่าพื้นที่ส่วนอื่นๆ ในแขวงเมืองราย และยังพบว่าร้านขายของชำบางร้านมีการขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แบบย่อยหรือขายปลีกคล้ายกับการขาย แบบซุ้มหรือรถเข็นขายเหล้าตอง ซึ่งส่วนใหญ่จะพบตามชุมชนเล็กๆ มากกว่าชุมชนขนาดใหญ่

### แขวงกาวิละ

พื้นที่แขวงกาวิละครอบคลุมตำบลหนองหอย ตำบลท่าศาลา และตำบลหนองป่าครั่งบางส่วน พื้นที่ทั้งหมดอยู่นอกเขตชุมชนเมืองออกมา มีเส้นทางพาดผ่านหลายสาย การสัญจรผ่านไป-มาได้ง่าย แต่ด้วยสาเหตุของการที่อยู่นอกเขตชุมชนเมือง และห่างจากย่านเศรษฐกิจ รวมถึงการสัญจรที่สะดวกนี้เอง ส่งผลให้แขวงกาวิละเป็นเพียงเส้นทางผ่านเพื่อจะเข้าไปยังตัวเมือง ส่งผลให้จำนวนร้านค้า และสถานบันเทิงต่าง ๆ ในเขตนี้มีจำนวนน้อยกว่าทุก ๆ แขวงที่กล่าวมา นั่นคือ จำนวนของสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในแขวงนี้ทั้งหมดมีเพียง 135 แห่ง แยกเป็นร้านขายของชำ ค้าปลีก 54 แห่ง สถานบันเทิง 14 แห่ง ร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมุกะทะ 24 แห่ง ผับ บาร์ 9 แห่ง ร้านสะดวกซื้อ 16 แห่ง คาราโอเกะ 4 แห่ง ร้านค้าส่ง และค้าปลีกเหล้า 9 แห่ง ร้านเหล้าตอง/ซุ้ม/รถเข็น/เหล้าปั่น 2 แห่ง ซุปเปอร์มาร์เก็ต 2 แห่ง ร้านขายยา 1 แห่ง โดยร้านนั่งดื่มส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของร้านขายอาหาร และเครื่องดื่ม เน้นหนักไปที่ร้านขายอาหารพื้นเมืองมากกว่าร้านอาหารทั่วๆ ไปมีการขายเหล้า และเบียร์ไปด้วย บางแห่งมีการขายเหล้าแบ่งหรือเหล้าตอง



ร่วมกับอาหาร ร้านเหล่านี้จะอยู่ตามข้างทางของเส้นทางสัญจร บริเวณชุมชนหรือตลาด ส่วนร้านขายอาหาร และเครื่องดื่มทั่วไปจะอยู่ตามข้างทางของเส้นทางหลักมากกว่าที่จะอยู่ในชุมชน ร้านคาราโอเกะที่อยู่ภายใน แขวงกาวิละเป็นร้านคาราโอเกะขนาดเล็ก มักเป็นเพิงชั่วคราวภายในท้องถิ่น เช่น ไม้หรือไม้ไผ่ มีการใช้ไฟ กระพริบตกแต่ง เกือบทั้งหมดใช้ตู้คาราโอเกะหยอดเหรียญในการให้บริการแก่ลูกค้า บางแห่งมีการจำหน่าย เหล้าตองหน้าร้านไปพร้อมกับกาให้บริการคาราโอเกะ สถานบันเทิงในพื้นที่แขวงกาวิละเป็นสถานบันเทิง ขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง พบมากตามถนนเส้นที่เลียบริมเลาะลำน้ำปิง และตามเส้นทางสายวงแหวนรอบใน ที่เข้าสู่ท่าอากาศยานเชียงใหม่ สถานบันเทิงบางแห่งมีวงดนตรีเล่น บางแห่งใช้เครื่องเสียงในการบรรเลงดนตรี

จากการสำรวจการกระจายตัวของสถานที่ที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในแต่ละแขวงใน เขตเทศบาล พบว่ามีสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีทั้งหมด 1,083 แห่ง โดยแยกประเภทเป็นร้าน ขายของชำ ค้าปลีก 258 แห่ง สถานบันเทิง 224 แห่ง ร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมุกะทะ 198 แห่ง ผับ บาร์ 126 แห่ง ร้านสะดวกซื้อ 115 แห่ง คาราโอเกะ 78 แห่ง ร้านค้าส่ง และค้าปลีกเหล่า 53 แห่ง ร้านเหล้าตอง/ซุ้ม/ รถเข็น/เหล้าปั่น 19 แห่ง ลานเบียร์ 6 แห่ง โต๊ะสนุกเกอร์ 3 แห่ง ซุปเปอร์มาร์เก็ต 2 แห่ง ร้านขายยา 1 แห่ง ซึ่งสถานที่จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกือบทั้งหมด อยู่ในบริเวณเขตชุมชนที่เป็นย่านที่พักอาศัย ชุมชน ตลาด ย่านเศรษฐกิจ หรือแม้แต่รอบเขตสถานศึกษา และศาสนสถาน โดยสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ จำพวกร้านค้า ปกติหรือขายของชำจะอยู่ในของบริเวณย่านที่พักอาศัย และเขตชุมชน สถานบันเทิง ผับ บาร์ ร้านสะดวกซื้อ และร้านขายเหล้า โดยเฉพาะจะอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่เป็นย่านเศรษฐกิจมากกว่าจะอยู่ในเขตชุมชน ซึ่งในแต่ละแขวงจะมีจำนวนจุดจำหน่ายต่างกัน คือ แขวงศรีวิชัยมีจุดจำหน่ายทั้งสิ้น 395 แห่ง แบ่ง เป็น สถานบันเทิงร้อยละ 27.6 ร้านขายของชำ ค้าปลีกร้อยละ 19.7 และร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมุกะทะร้อยละ 19.2 แขวงเมืองราย 311 แห่ง แบ่งเป็นสถานบันเทิงร้อยละ 24.4 ร้านขายของชำ ค้าปลีก ผับ บาร์ ร้อยละ 17.4 และร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมุกะทะร้อยละ 14.1 แขวงนครพิงค์ 242 แห่ง แบ่งเป็นร้านขายของชำ ค้าปลีก ร้อยละ 29.8 ร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมุกะทะร้อยละ 22.3 คาราโอเกะร้อยละ 13.2 และแขวงกาวิละ 135 แห่ง แบ่งเป็นร้านขายของชำ ค้าปลีกร้อยละ 40.0 ร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมุกะทะร้อยละ 17.8 และร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 11.9

ตาราง 1 ประเภทจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จำแนกตามพื้นที่

ประเภทร้าน	กาวิละ		นครพิงค์		เมืองราย		ศรีวิชัย		รวม	
	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%
ร้านขายของชำ ค้าปลีก	54	40.0	72	29.8	54	17.4	78	19.7	258	23.8
สถานบันเทิง	14	10.4	25	10.3	76	24.4	109	27.6	224	20.7
ร้านอาหารเครื่องดื่ม หมุกะทะ	24	17.8	54	22.3	44	14.1	76	19.2	198	18.3
ผับ บาร์	9	6.7	18	7.4	54	17.4	45	11.4	126	11.6
ร้านสะดวกซื้อ	16	11.9	24	9.9	30	9.6	45	11.4	115	10.6
คาราโอเกะ	4	3.0	32	13.2	24	7.7	18	4.6	78	7.2
ร้านขายเหล้าโดยเฉพาะ	9	6.7	11	4.5	19	6.1	14	3.5	53	4.9
ร้านเหล้าตอง/ซุ้ม/รถเข็น/เหล้าปั่น	2	1.5	5	2.1	6	1.9	6	1.5	19	1.8
ลานเบียร์			1	0.4	4	1.3	1	0.3	6	0.6
โต๊ะสนุกเกอร์							3	0.8	3	0.3
ซูเปอร์มาร์เก็ต	2	1.5							2	0.2
ร้านขายยา	1	0.7							1	0.1
รวม	135	100.0	242	100.0	311	100.0	395	100.0	1083	100.0

## การกระจายตัวของจุดจำหน่าย

การกระจายตัวของจุดจำหน่ายในพื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ซึ่งมีทั้งสิ้น 1,083 แห่ง เมื่อทำการวิเคราะห์ทางภูมิศาสตร์เพื่อหาการกระจายตัวทางพื้นที่ด้วยการวัดระยะทางของจุดอื่นข้างเคียงที่อยู่ใกล้ที่สุด จุดจำหน่ายแอลกอฮอล์ทั้งหมดมีการกระจายตัวแบบเกาะกลุ่ม(Clustered Distribution) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.01$ ) พิจารณาแยกตามประเภทของจุดจำหน่าย พบว่าสถานบันเทิง ร้านคาราโอเกะ ร้านสะดวกซื้อ ร้านผับ และบาร์ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านหมูกระทะ ร้านขายของชำ/ค้าปลีก ร้านขายสุรา โดยเฉพาะมีการกระจายตัวแบบเกาะกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.01$ ) ร้านลานเบียร์ กระจายแบบเป็นระเบียบหรือห่างกัน (Uniform/Dispersed Distribution) ร้านเหล้าตอง/ซุ้ม/รถเข็น กระจายแบบสุ่มหรือไม่เป็นระเบียบ (Random Distribution)

รูปแบบการกระจายจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เมื่อวิเคราะห์แยกตามแขวงมีดังนี้

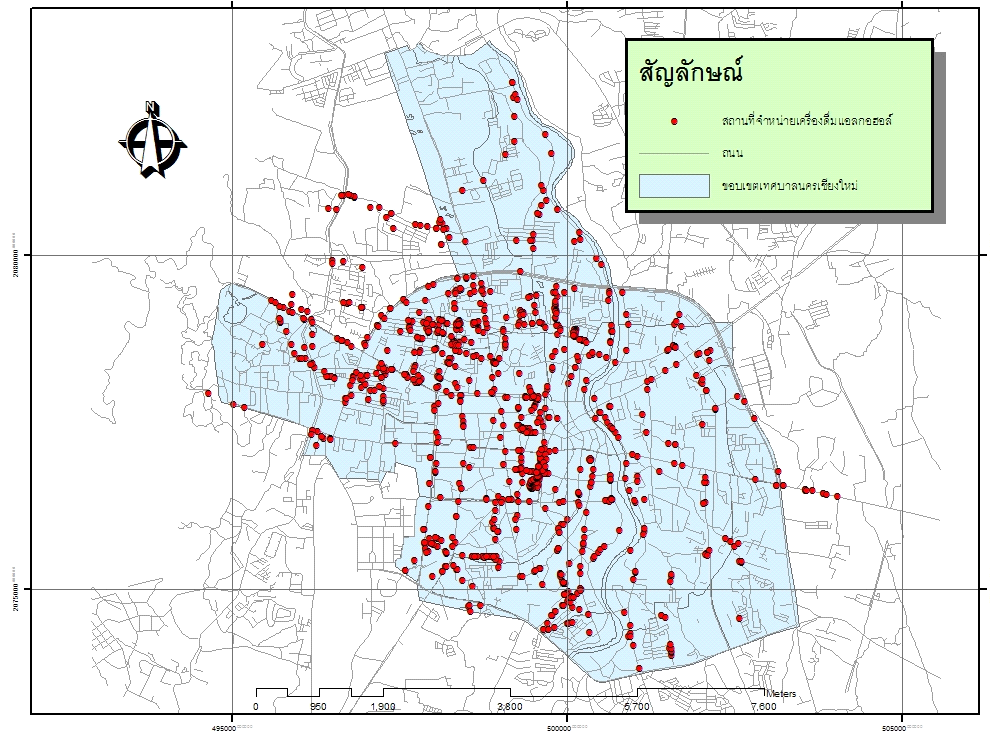
- แขวงกาวีละมีการกระจายแบบเกาะกลุ่ม (Clustered Distribution)
- แขวงศรีวิชัยมีการกระจายแบบเกาะกลุ่ม (Clustered Distribution)
- แขวงเม็งรายมีการกระจายแบบเกาะกลุ่ม (Clustered Distribution)
- แขวงนครพิงค์มีการกระจายแบบเกาะกลุ่ม (Clustered Distribution)

ตาราง 2 การกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ประเภทร้าน	กระจายตัว	Z-score (Significance)
ร้านขายของชำ ค้าปลีก	เกาะกลุ่ม	-7.87(<0.01)
สถานบันเทิง	เกาะกลุ่ม	-14.95 (<0.01)
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมูกระทะ	เกาะกลุ่ม	-10.22 (<0.01)
ผับ บาร์	เกาะกลุ่ม	-12.67 (<0.01)
ร้านสะดวกซื้อ	เกาะกลุ่ม	-3.95 (<0.01)
คาราโอเกะ	เกาะกลุ่ม	-9.05 (<0.01)
ร้านขายเหล้าโดยเฉพาะ	เกาะกลุ่ม	-2.67 (<0.01)
ร้านเหล้าตอง/ซุ้ม/รถเข็น/เหล้าปั่น	ไม่เป็นระเบียบ	-1.46 (>0.10)
ลานเบียร์	ห่างกัน	8.22 (<0.01)
รวม	เกาะกลุ่ม	-36.38(<0.01)

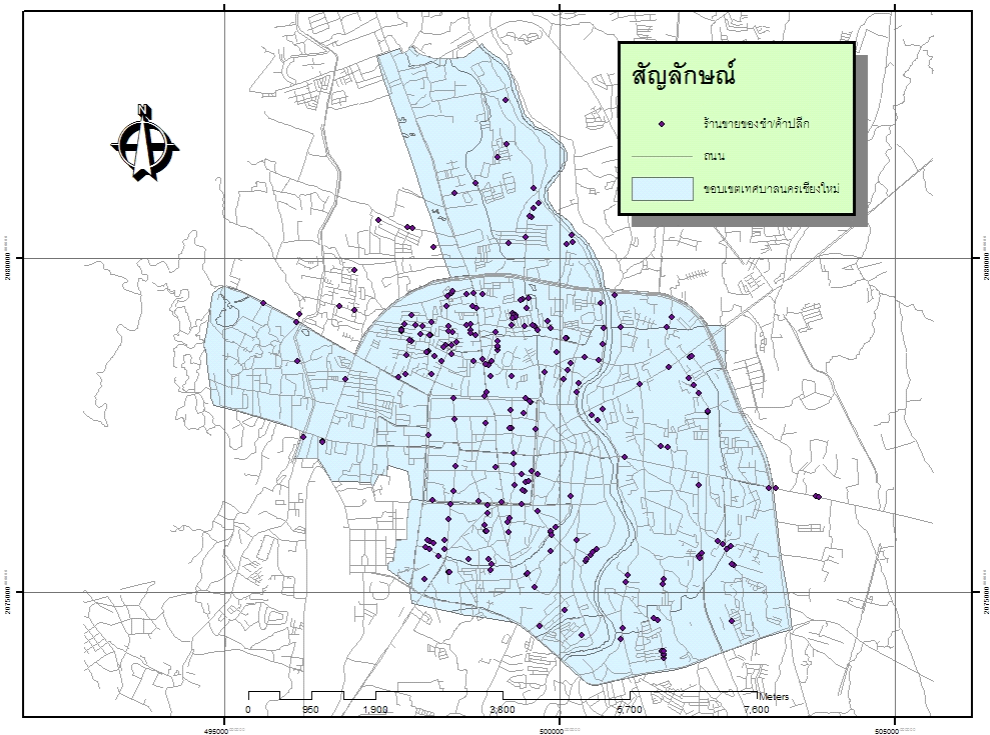
ภาพ 2 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

แผนที่แสดงลักษณะการกระจายแบบเกาะกลุ่มกันของสถานจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด 1,083 จุด ในบริเวณเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

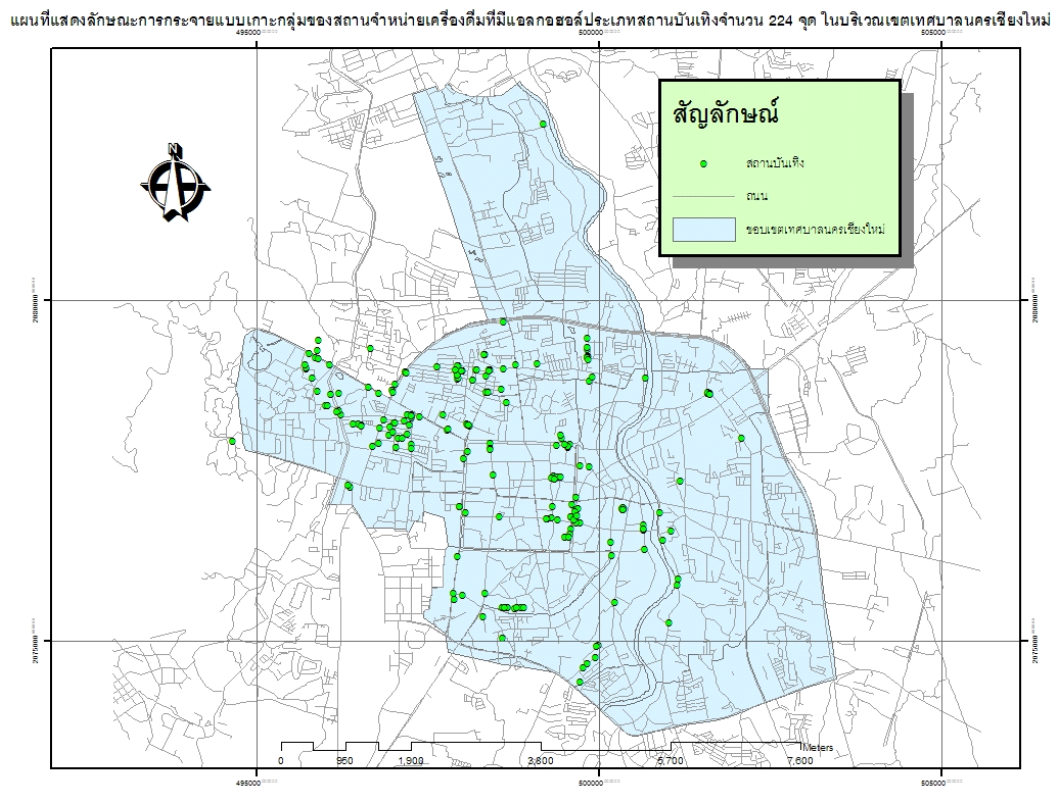


ภาพ 3 แผนที่แสดงการกระจายของร้านขายของชำ/ค้าปลีก

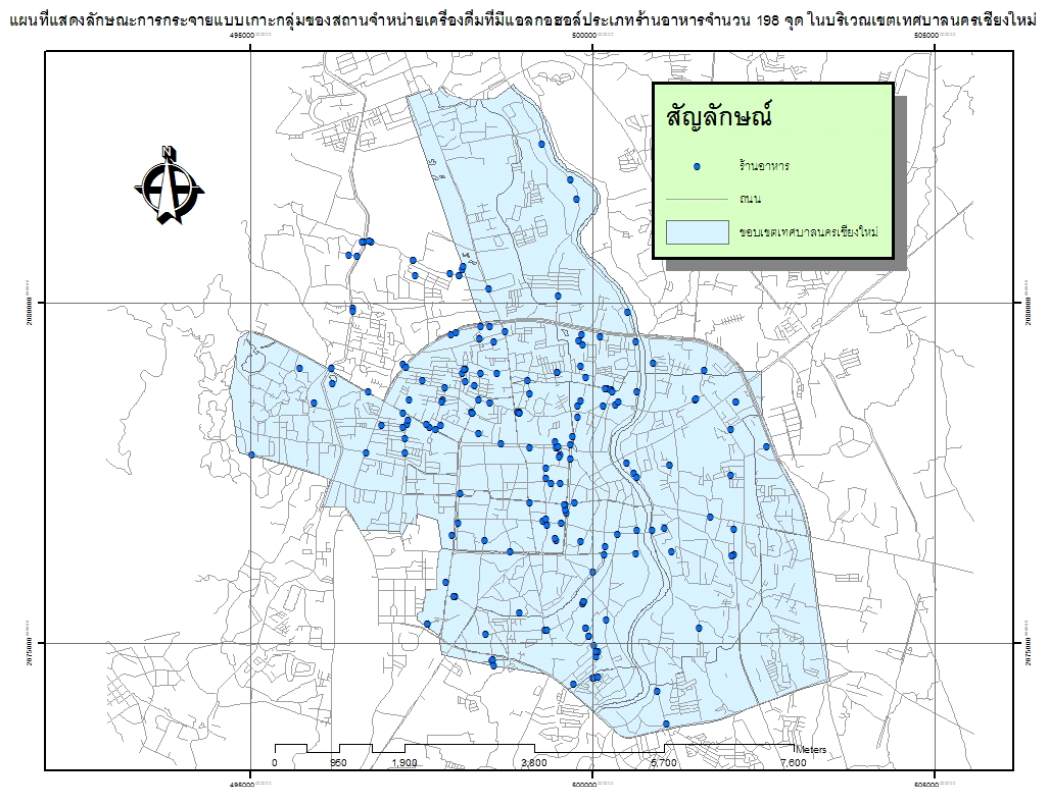
แผนที่แสดงลักษณะการกระจายแบบเกาะกลุ่มกันของสถานจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทร้านขายของชำ/ค้าปลีกจำนวน 258 จุด ในบริเวณเขตเทศบาลนครเชียงใหม่



ภาพ 4 แผนที่แสดงการกระจายของสถานบันเทิง



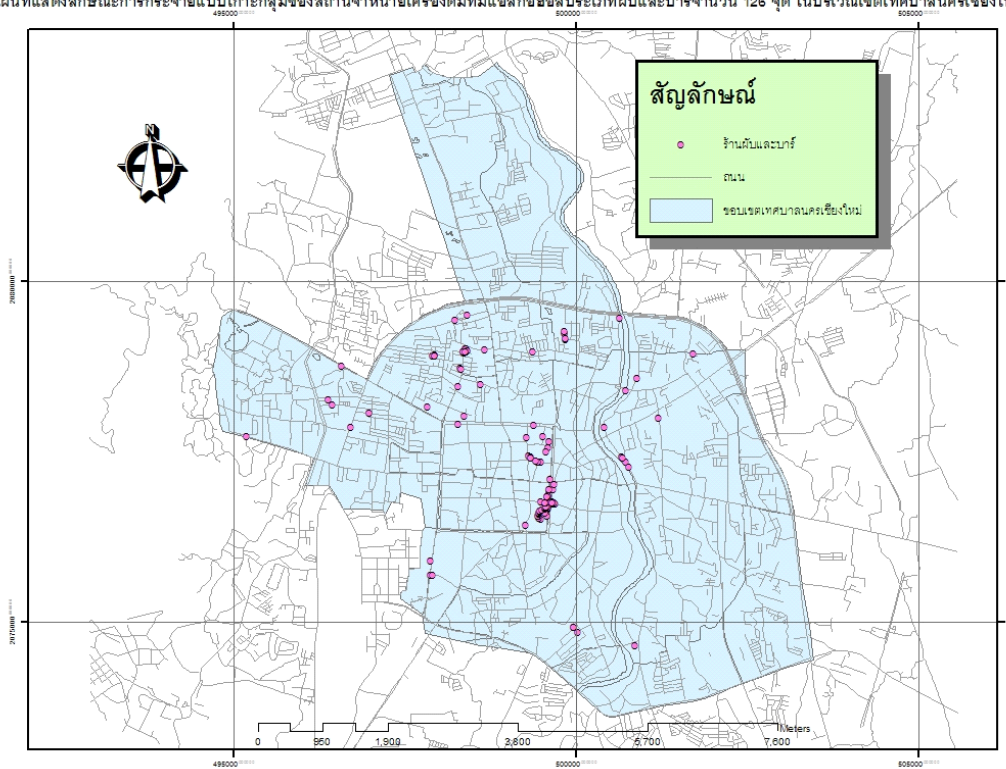
ภาพ 5 แผนที่แสดงการกระจายของร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านหมูกระทะ





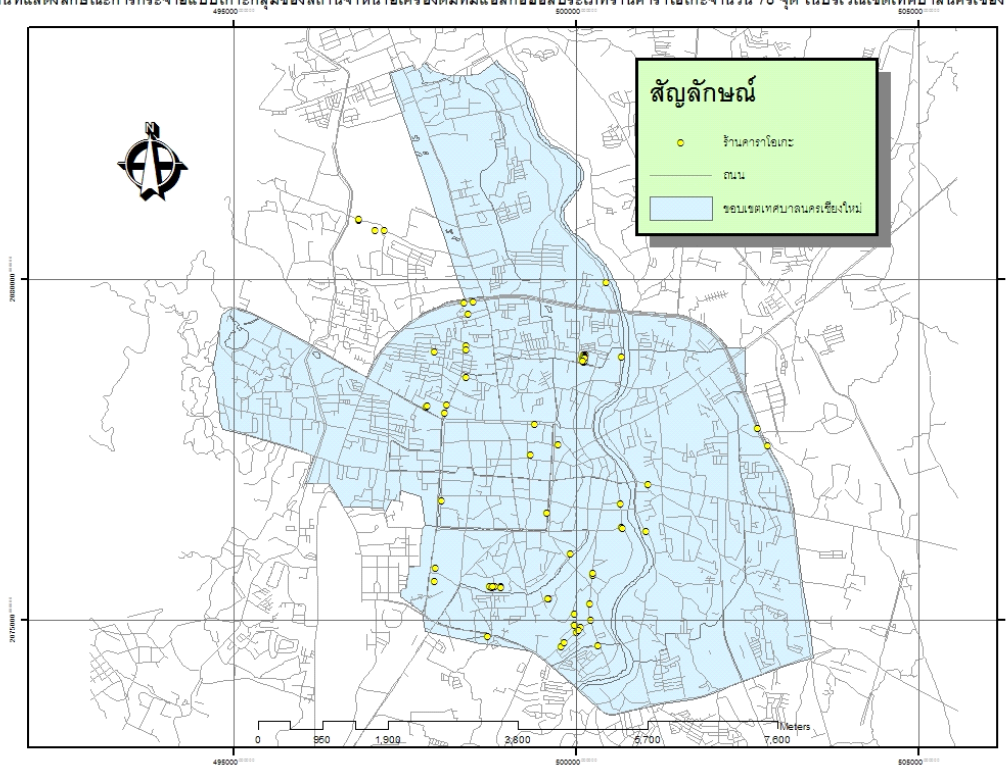
ภาพ 6 แผนที่แสดงการกระจายของผับบาร์

แผนที่แสดงลักษณะการกระจายแบบเกาะกลุ่มของสถานจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทผับและบาร์จำนวน 126 จุด ในบริเวณเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

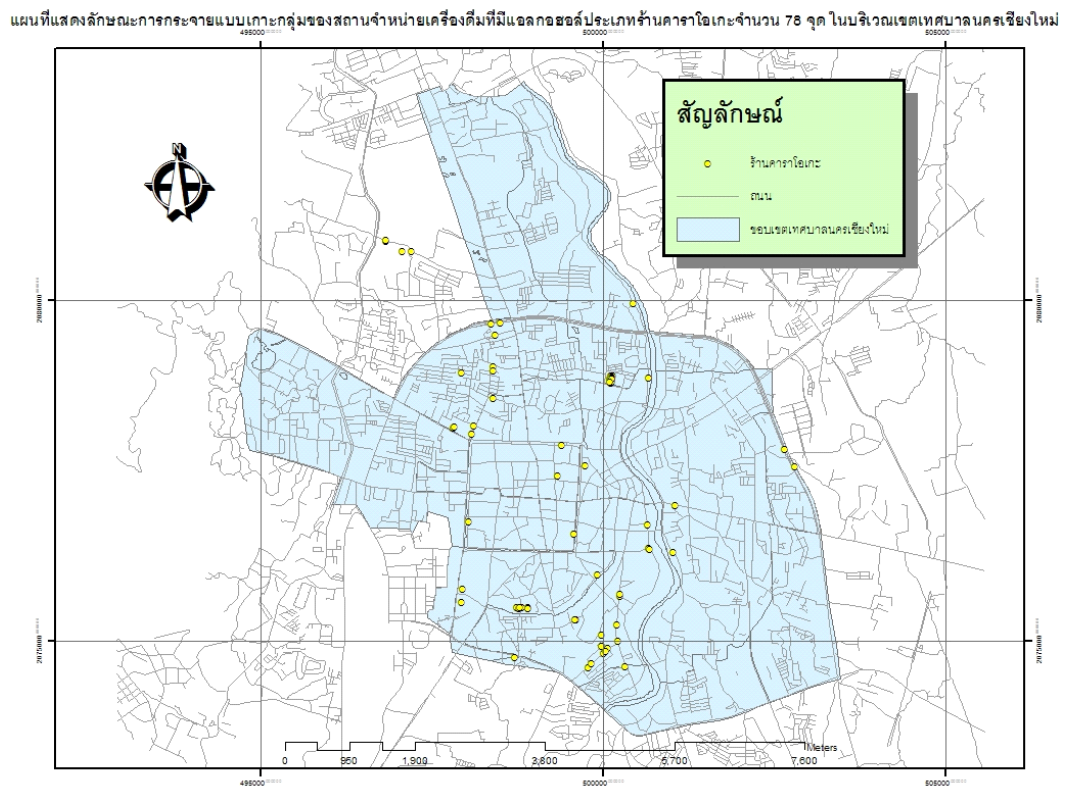


ภาพ 7 แผนที่แสดงการกระจายของร้านสะดวกซื้อ

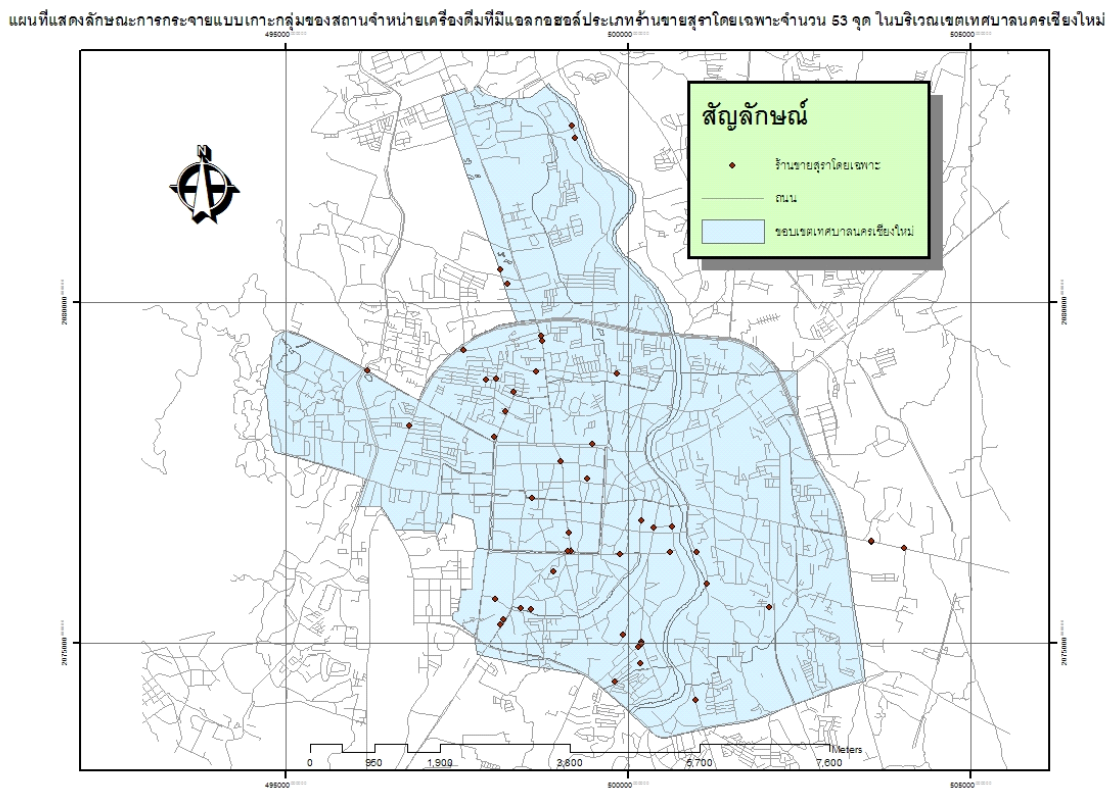
แผนที่แสดงลักษณะการกระจายแบบเกาะกลุ่มของสถานจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทร้านคาราโอเกะจำนวน 78 จุด ในบริเวณเขตเทศบาลนครเชียงใหม่



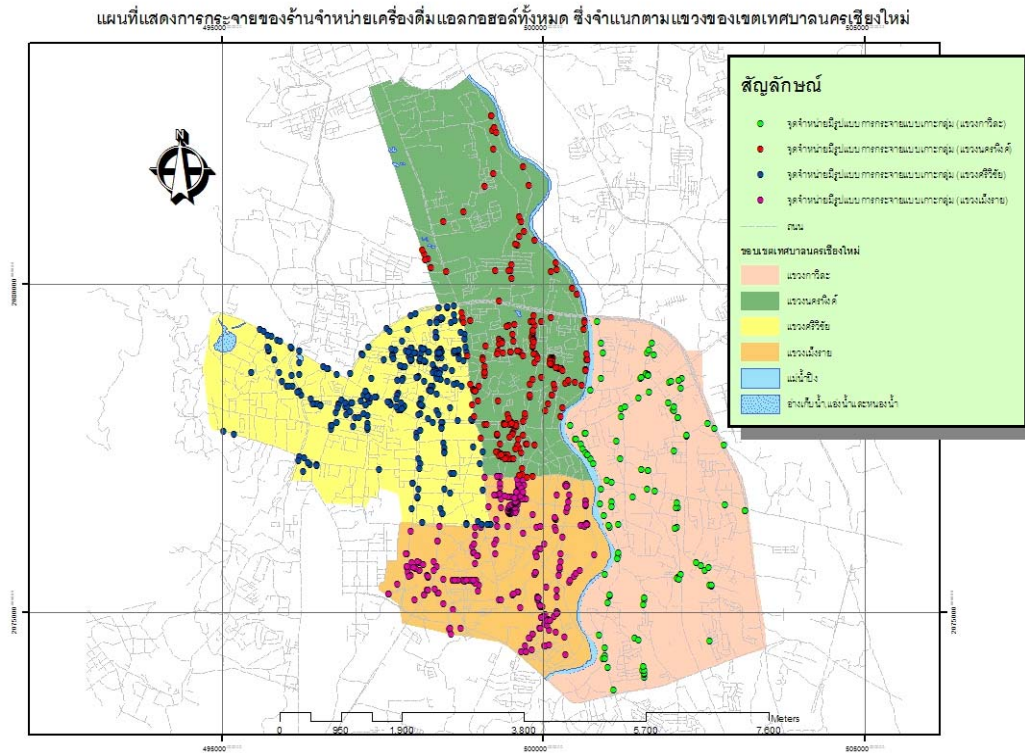
ภาพ 8 แผนที่แสดงการกระจายของร้านค้าไอเกะ



ภาพ 9 แผนที่แสดงการกระจายของร้านจำหน่ายสุราโดยเฉพาะ



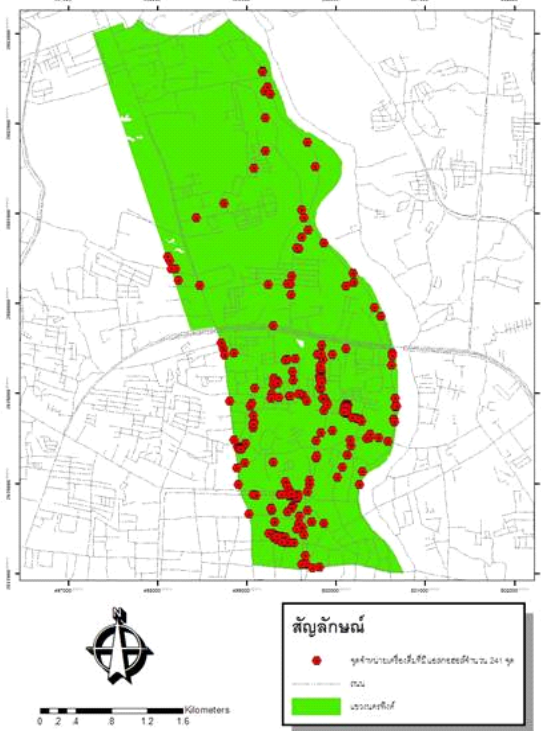
ภาพ 10 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายทั้งหมดจำหน่ายเครื่องตัดหญ้าตามแขวงของเขตเทศบาลนครเชียงใหม่



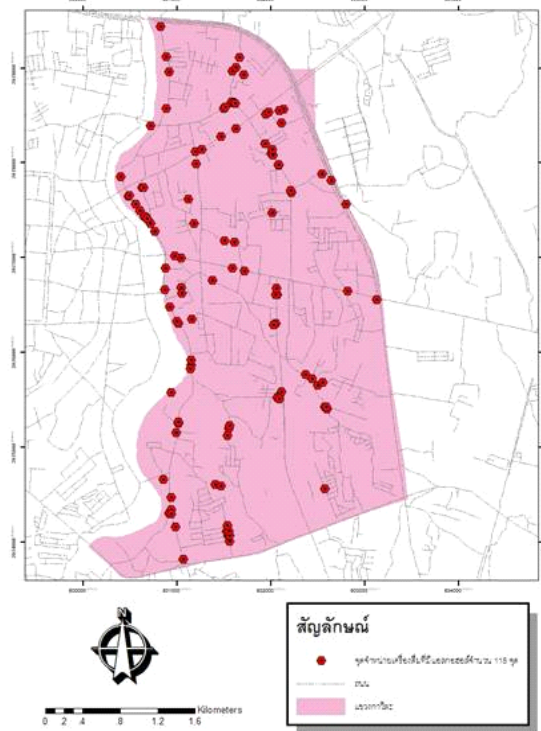


ภาพ 11 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายทั้งหมดจำแนกตามแขวงนครพิงค์ กาวิลละ ศรีวิชัย และเม็งราย

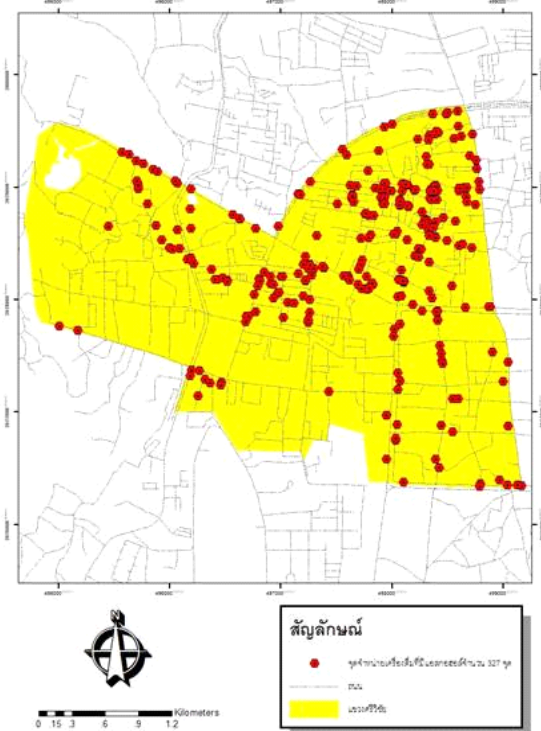
รูปแบบการกระจายแบบเกาะกลุ่มของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในแขวงนครพิงค์ เทศบาลนครเชียงใหม่



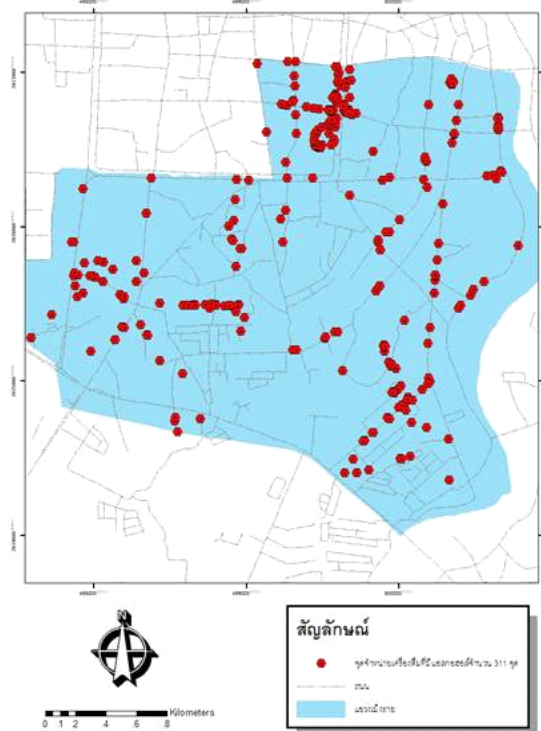
รูปแบบการกระจายแบบเกาะกลุ่มของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในแขวงกาวิลละ เทศบาลนครเชียงใหม่



รูปแบบการกระจายแบบเกาะกลุ่มของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในแขวงศรีวิชัย เทศบาลนครเชียงใหม่



รูปแบบการกระจายแบบเกาะกลุ่มของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในแขวงเม็งราย เทศบาลนครเชียงใหม่





**บริบทการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**  
**ช่วงเวลาที่ยกจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์**

ช่วงเวลาที่ยกจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของจุดจำหน่ายร้อยละ 61.3 มีการจำหน่ายในช่วงเวลาที่กฎหมายห้ามจำหน่ายโดยลักษณะการจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นการขายตลอดทั้งวันที่เปิดร้าน แล้วแต่ว่าลูกค้าจะซื้อเวลาไหน มีจำนวนหนึ่งที่เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง ร้อยละ 0.3 จุดจำหน่ายที่ยกจำหน่ายในช่วงเวลาที่กฎหมายกำหนดมีเพียงร้อยละ 17.3 โดยในร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะมีร้านที่ยกจำหน่าย ในช่วงเวลาที่ห้าม ร้อยละ 67.0 รองมาคือ ชุ้มเหล้า ยาตอง ร้อยละ 63.2 สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค ร้อยละ 60.2 และร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ร้อยละ 58.5 จุดจำหน่ายร้อยละ 99.6 ที่มีใบอนุญาตขายสุราตามพระราชบัญญัติสุรา

ตาราง 3 ช่วงเวลาที่ยกจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของจุดจำหน่ายจำแนกตามสถานที่จำหน่าย

ช่วงเวลาที่ยกจำหน่าย	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค		ชุ้มเหล้า/ยาตอง		ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้า		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ขายตลอดทั้งวันที่เปิดร้านแล้วแต่ว่าลูกค้าจะซื้อเวลาไหน	185	67.0	216	60.2	12	63.2	251	58.5	664	61.3
ขายตามเวลาที่กฎหมายกำหนด	30	10.9	79	22.0	1	5.3	77	17.9	187	17.3
ไม่ให้ข้อมูล	61	22.1	64	17.8	6	31.6	101	23.5	232	21.4
รวม	276	100.0	359	100.0	19	100.0	429	100.0	1,083	100.0

ตาราง 4 ประเภทใบอนุญาตของจุดจำหน่ายจำแนกตามสถานที่จำหน่าย

ประเภทใบอนุญาต	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค		ชุ้มเหล้า/ยาตอง		ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้า		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ประเภท 1	-		-		-		39	9.1	68	6.3
ประเภท 2	-		-		-		6	1.4	8	0.7
ประเภท 3	197	71.4	354	98.6	5	26.3	194	45.2	764	70.5
ประเภท 4	79	28.6	3	0.8	14	73.7	182	42.4	265	24.5
ไม่มีใบอนุญาต	-		2	0.6	-		1	0.2	3	0.3
ไม่ให้ข้อมูล	-		-		-		1	0.2	1	0.1
รวม	276	100.0	359	100.0	19	100.0	429	100.0	1,083	100.0

## ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่าย

ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่จำหน่ายสุรานำเข้าเกือบร้อยละ 50.0 โดยมีสัดส่วนของการจำหน่ายสุรานำเข้าพอๆ กับสุราที่ผลิตในประเทศ สุรานำเข้าที่นิยมมากที่สุดคือ สุราเซกันดารี (Secondary) ที่มีอายุขมประมาณ 3 ปี มีจุดจำหน่ายอยู่ร้อยละ 44.3 แยกในแต่ละสถานที่จำหน่ายพบว่า ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้ามากที่สุด ร้อยละ 59.2 ชุ่มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่น ร้อยละ 52.6 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะร้อยละ 42.0 และสถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค ร้อยละ 27.9 สุราสแตนดาร์ด (Standard) อายุขมประมาณ 5 ปี มีจุดจำหน่ายอยู่ร้อยละ 24.7 แยกในแต่ละสถานที่จำหน่ายพบว่า ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้ามากที่สุด ร้อยละ 36.8 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะร้อยละ 19.2 สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค ร้อยละ 15.3 และชุ่มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่น ร้อยละ 10.5 สุราอีโคโนมี (Economy) อายุขม น้อยกว่า 3 ปี มีจุดจำหน่ายอยู่ร้อยละ 20.3 แยกในแต่ละสถานที่จำหน่ายพบว่า ชุ่มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่นมากที่สุด ร้อยละ 26.3 สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค ร้อยละ 22.6 ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้า ร้อยละ 19.6 และร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะร้อยละ 18.1 สุราสีของไทยมีจุดจำหน่ายอยู่ร้อยละ 48.5 แยกในแต่ละสถานที่จำหน่ายพบว่า ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้ามากที่สุด ร้อยละ 55.9 ชุ่มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่น ร้อยละ 57.9 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะร้อยละ 46.7 และสถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค ร้อยละ 41.8 สุราขาว สุราพื้นบ้าน สุราชุมชน มีจุดจำหน่ายอยู่ร้อยละ 26.5 แยกในแต่ละสถานที่จำหน่ายพบว่า ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้ามากที่สุด ร้อยละ 31.5 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะร้อยละ 23.9 สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค ร้อยละ 23.7 และชุ่มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่น ร้อยละ 5.3

จำหน่ายเบียร์สูงถึงร้อยละ 85.5 แยกในแต่ละสถานที่จำหน่ายพบว่า ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้ามากที่สุด ร้อยละ 87.2 สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค ร้อยละ 87.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะร้อยละ 81.9 และชุ่มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่น ร้อยละ 68.4

สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทคจำหน่ายเบียร์อีโคโนมี (Economy) มากถึงร้อยละ 85.0 เบียร์สแตนดาร์ด (Standard) ร้อยละ 73.5 และเบียร์พรีเมียม (Premium) ร้อยละ 62.4 ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้าจำหน่ายเบียร์อีโคโนมี (Economy) มากถึงร้อยละ 87.2 เบียร์สแตนดาร์ด (Standard) ร้อยละ 68.5 และเบียร์พรีเมียม (Premium) ร้อยละ 45.9 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะ จำหน่ายเบียร์อีโคโนมี (Economy) มากถึงร้อยละ 80.1 เบียร์สแตนดาร์ด (Standard) ร้อยละ 61.2 และเบียร์พรีเมียม (Premium) ร้อยละ 41.7 ชุ่มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่นจำหน่ายเบียร์อีโคโนมี (Economy) มากถึงร้อยละ 68.4 เบียร์สแตนดาร์ด (Standard) ร้อยละ 10.5 และเบียร์พรีเมียม (Premium) เพียงร้อยละ 5.3

ตาราง 5 ประเภทเครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายจำแนกตามจุดจำหน่าย

เครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม/หมูกะทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ผับ/ บาร์/ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
สุรานำเข้า	139	50.4	123	34.3	15	78.9	257	59.9	534	49.3
พรีเมียม(Premium)	51	18.5	42	11.7	1	5.3	110	25.6	204	18.8
สแตนดาร์ด(Standard)	53	19.2	55	15.3	2	10.5	158	36.8	268	24.7
เซกันดารี(Secondary)	116	42.0	100	27.9	10	52.6	254	59.2	480	44.3
อีโคโนมี(Economy)	50	18.1	81	22.6	5	26.3	84	19.6	220	20.3
สุราสีไทย	129	46.7	150	41.8	11	57.9	240	55.9	530	48.9
สุราขาว/พื้นบ้าน/ชุมชน	66	23.9	85	23.7	1	5.3	135	31.5	287	26.5
เบียร์	226	81.9	313	87.2	13	68.4	374	87.2	926	85.5
พรีเมียม (Premium)	115	41.7	224	62.4	1	5.3	197	45.9	537	49.6
สแตนดาร์ด (Standard)	169	61.2	264	73.5	2	10.5	294	68.5	729	67.3
อีโคโนมี (Economy)	221	80.1	305	85.0	13	68.4	374	87.2	913	84.3



ภาพ 12 ลักษณะสถานที่จำหน่าย และการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์





ภาพ 13 รูปแบบการส่งเสริมการขาย และการจัดวางเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของจุดจำหน่าย



ภาพ 14 การส่งเสริมการขาย และการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาล



ภาพวันสงกรานต์ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ส่วนใหญ่จากอินเทอร์เน็ต [www.moohin.com](http://www.moohin.com)

## การพัฒนาเครื่องมือช่วยในการสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

การถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะในหมวดของปริมาณการดื่มนั้น โครงการนี้ได้ใช้แผ่นภาพ (Thai Drinking Survey Guide version 1.0) ช่วยในการนึกถึงภาษา หรือบรรจุกฎณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เคยดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาควบคู่กับแบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่พัฒนาโดยคณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสารสนเทศกระทรวงยุติธรรม ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับปริมาณที่ดื่มได้ง่ายขึ้น ซึ่งในการสำรวจครั้งนี้ได้มีการสำรวจรูปแบบ ชนิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีจำหน่ายในจุดจำหน่ายต่าง ๆ พบว่ามีความหลากหลายของรูปแบบบรรจุกฎณ์ ชนิด และตราห้อยที่เพิ่มมากขึ้นจากปีที่ทำการสำรวจ และจัดทำแผ่นภาพ Thai Drinking Survey Guide version 1.0 ทางทีมผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายในพื้นที่เขตเทศบาลอีกครั้งเพื่อจัดการวัดปริมาตร และถ่ายภาพบรรจุกฎณ์ ภาษาต่าง ๆ และพัฒนาแผ่นภาพรุ่นใหม่ออกมา โดยได้ทำการยอบรรจุกฎณ์หรือภาษาให้ได้สัดส่วนเพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงในการช่วยกลุ่มตัวอย่างนึกถึงปริมาณที่ดื่มได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

แผ่นภาพ Thai Drinking Survey Guide version 2.0 ได้รับคำแนะนำจาก รศ.ดร. สวัสดิ์ อัมฉนังค์กรชัย ในการจัดทำตารางเปรียบเทียบปริมาณการดื่มขนาดต่าง ๆ ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่ม การคำนวณค่ามาตรฐานและความเสี่ยงของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยได้จัดวางรูปแบบของแผ่นภาพตามประเภทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ดังนี้

- เหล้าแดง ประกอบด้วยสุราสีทั้งของไทย และต่างประเทศ ขวด และแก้วขนาดต่าง ๆ
- สุราขาว/สุราชุมชน ประกอบด้วย สุราแช่ สุราขาว สาโท
- เหล้าตอง ประกอบด้วย อุปกรณ์ในการตวงที่เรียกว่า เบ็ก ตอง กัง กี้
- เบียร์ ประกอบด้วยเบียร์ขวดใหญ่ เล็ก กระป๋อง แก้วในรูปแบบต่าง ๆ
- เหล้าปั่น ประกอบด้วย อุปกรณ์ที่ใช้ตวง shot ภาษาที่ใส่ เช่น แก้วเหยือก
- น้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์/RTD (Ready To Drink) ในรูปแบบของบรรจุกฎณ์ที่ต่างกัน



ภาพ 15 แผ่นภาพ Thai Drinking Survey Guide version 2.0

### เหล้าขาว

1 shot = 15 ml.  
2 shot = 30 ml.  
1 shot = 3 shot (45 ml.)

เหล้าดำ 1 เติต = 6 shot (90 ml.)  
\* ควบคุมปริมาณการดื่มเหล้าขาวไม่เกิน 3 เติตต่อวัน

### เหล้าแดง

1000 ml., 700 ml., 500 ml.

1 ฟลิก = 5 ml., 1 shot = 15 ml., 2 shot = 30 ml.  
1 ฟลิกพูน = 15 ml.

1 ฟลิก + น้ำแข็ง = 5 ml.  
1 ฟลิกพูน 15 ml. + น้ำแข็ง + น้ำ (ใส)  
1 ฟลิกพูน 15 ml. + น้ำแข็ง + น้ำ (ใส) สลับสัปดาห์

### เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ชนิดเครื่องดื่ม	% แอลกอฮอล์
น้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์	5 - 7 %
ไวน์	12 %
เบียร์	3.5 - 7 %
เหล้าแดง	35 - 40 %
เหล้าขาว	28 - 40 %
สาโท สุราหมี่ สุราพื้นเมือง	6 - 7 %
น้ำชา ตู กระชาย	10 %

หมายเหตุ : ปริมาณเครื่องดื่ม ควบคุมปริมาณการดื่ม

### ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มด้วยมาตรฐาน<sup>1</sup>

1 Standard drink = 10 - 12 gm ethanol

### คำนวณปริมาณของปริมาณแอลกอฮอล์

1 ml ethanol = 0.79 g. (specific gravity)

เครื่องดื่ม	% แอลกอฮอล์	ขนาด	ปริมาณเอทานอล
เบียร์	4-5%	1 กระป๋อง	330 ml. x 0.04 = 13.2 ml. x 0.79 = 10.4 g.
เหล้า	40%	1 เม็ด	50 ml. x 0.40 = 20 ml. x 0.79 = 15.8 g.

### ระดับความเสี่ยงของการดื่มแอลกอฮอล์<sup>1</sup>

ความเสี่ยง	ชาย	หญิง
เสื่อต่า	1 - 40 g.	1 - 20 g.
เสื่อปานกลาง	41 - 60 g.	21 - 40 g.
เสื่อสูง	61 - 100 g.	41 - 60 g.
เสื่อสูงมาก	≥ 101 g.	≥ 61 g.

### Safe-limit drinking<sup>1</sup>

ไม่เกิน 4 ดื่มมาตรฐาน : สตรีมีครรภ์ : ไม่ควรดื่มเลย  
ไม่เกิน 2 ดื่มมาตรฐาน : ผู้สูบบุหรี่ : ไม่เกิน 2 ดื่มมาตรฐาน

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข  
สำนักงานวิจัยทางจิตวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล  
110 ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพมหานคร 10320  
โทร: 053-946148  
E-mail: kthaka@gmail.com

### เหล้าดำ

1 เม็ด, 200, 60 = 50 ml.

### สาโท / สุราหมี่

สาโท 700 ml., สุราหมี่ 700 ml., สุราขาว 625 ml., สุราขาว 330 ml.

### เบียร์

330 ml., 500 ml., 640 ml.

หมายเหตุ : ปริมาณเครื่องดื่ม ควบคุมปริมาณการดื่ม

### เบียร์ + น้ำแข็ง

เบียร์ 1 เติต : 1,000 ml., 750 ml., 500 ml., 250 ml.

เบียร์ + น้ำแข็ง 5 ถ้วย = 225 ml.  
เบียร์ + น้ำแข็ง 3 ถ้วย = 150 ml.  
เบียร์ + น้ำแข็ง 4 ถ้วย = 200 ml.  
เบียร์ + น้ำแข็ง 4 ถ้วย = 300 ml.  
เบียร์ + น้ำแข็ง 3 ถ้วย = 170 ml.  
เบียร์ + น้ำแข็ง 5 ถ้วย = 390 ml.

## การส่งเสริมการขาย

จำนวนจุดจำหน่ายที่สัมภาษณ์ทั้งหมด 40 ตัวอย่าง ร้อยละ 41.2 ที่ตอบว่าไม่มีการส่งเสริมการขาย เนื่องจากเป็นร้านค้าปลีก ขายของชำ เน้นการขายสินค้าอื่นเป็นหลัก การส่งเสริมการตลาดจุดจำหน่ายที่ไม่มีที่สำหรับนั่งดื่มส่วนใหญ่จะมีป้ายโฆษณา สติกเกอร์ จัดทำป้ายร้านให้ ในส่วนของจุดจำหน่ายที่เป็นสถานบันเทิง ผับ บาร์ คาราโอเกะ ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม หมุกกะทะ จะมีรูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่ต่างออกไป เช่น การมีพนักงานส่งเสริมการขาย (PG) ร้อยละ 20.6 การให้ส่วนลดราคาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สำหรับการสั่งในช่วงค่ำหรือช่วงเวลาที่กำหนด เช่น เบียร์ 3 ขวด เบียร์ 4 กระป๋อง สั่งเหล้า ได้ส่วนลดอาหาร การได้รับของแถมของที่ระลึกที่มีตราสินค้าของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น แก้ว ปฏิทิน เสื้อหมวก บางแห่งเมื่อสั่งสุราจะได้รับมิกเซอร์ (เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์) 1 ชุด เช่น น้ำแข็ง น้ำ โซดา และน้ำอัดลม สถานบันเทิงบางแห่งมีการจัดส่งเสริมการตลาดกิจกรรมพิเศษในวันระหว่างอาทิตย์ เช่น เลดีไนท์ ให้ราคาพิเศษหรือได้รับสุราฟรีสำหรับสุภาพสตรี ส่วนใหญ่การนำป้ายโชว์ และติดสติกเกอร์ การทำป้ายร้านเท่านั้น

## มีการส่งเสริมการขาย

"โปรโมชัน เบียร์ ช้างสด เขียว 109 บาท ช้าง 3 ขวด 129 บาท มีพนักงาน PG บริการตลอดคืน"

"โปรโมชันเบียร์ Cheer 3 ขวด 99 บาท, มี PG บริการตลอดทั้งคืน PG เบียร์ Cheer , มีป้ายแนะนำสินค้าของเบียร์ Cheer มาตั้งไว้"

"ช้าง 3 ขวด 100 บาท ลีโอ 3 ขวด 130 บาท วัวย่าง+ไส้ย่าง จาน 20 บาทขึ้นไป"

"ซื้อเบียร์ ลีโอ 3 ขวดแถม 3 ขวด ก่อน 3 ทุ่ม ราคา 219 บาท ถ้าหลัง 3 ทุ่ม ซื้อซื้อลีโอ 2 ขวด แถม 1 ขวด ราคา 119 บาท"

"มีโปรโมชัน เบียร์ โดยขายเป็นชุดๆ ละ 3 ขวด ถ้าเบียร์ช้าง 3 ขวด 139 บาท เบียร์ลีโอ 149 บาท"

"มีน้ำแข็งและน้ำเย็นให้ฟรี และช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น สงกรานต์ วันที่ 12 มีการตั้งเตาปิ้งย่าง กับแก้มปรี แต่ต้องซื้อเหล้าจากร้าน"

"ขาดอง 4 ขวดแถม 1 ขวด เบียร์ช้างก่อน 3 ทุ่ม 3 ขวด 100บาท เบียร์เชียร์ 3 ขวด 100 บาท มีพนักงาน PG ช้าง คอยให้บริการ"

"มีพนักงาน Pg มาประจำอยู่ที่ร้านเป็นพนักงานของเหล้า Benmore และเมื่อซื้อเหล้า Benmore 1 ขวด แถมแก้ว 1 ใบ นอกเหนือจากนั้นก็ขายตามปกติ"

"ทางร้านมีพนักงาน PG มาช่วยเชียร์และส่งเสริมการขายมีของแถมและโปรโมชันทุกเดือน"

"มี PG Benmore ให้บริการในร้าน เลดีไนท์ สุภาพสตรี 4 ท่าน ก่อน 4 ทุ่มรับฟรี Benmore 1 ขวด"

"ก่อน 3 ทุ่ม Benmore 1 ขวดแถมมิกเซอร์ชุดเล็ก 1 ชุด มีพนักงาน PG บริการลูกค้าตลอดทั้งคืน"

"ซื้อเหล้า 1 ลัง แถมแก้ว 12 ใบ และปฏิทิน"

"โปรโมชัน เปิด chivas 1,050 บาท เปิด 100 pipers รับส่วนลดอาหาร 150 บาท เบียร์สด ก่อน 3 ทุ่ม เขียวละ 69 บาท"

"หลัง 3 ทุ่ม เขียวละ 99 บาท ทาวเวอร์ละ 269 บาท ของแถมเป็นของเบียร์ช้างเฉพาะบางช่วงก่อน 3 ทุ่มทาวเวอร์ละ 199 บาท"

## ไม่มีการส่งเสริมการขาย

"ไม่มีการส่งเสริมการขาย เนื่องจากเป็นร้านขายของชำเล็กๆ และมีลูกค้าประจำอยู่แล้ว"

"ไม่มีการส่งเสริมการขาย เนื่องจากทางร้านเน้นขายอาหารเป็นหลัก"

"ไม่มี เนื่องจากเป็นร้านจำหน่ายแอลกอฮอล์ขนาดเล็ก จำหน่ายในราคาเยอเยอ(กึ่งละ 15 บาท)อยู่แล้ว"

"ไม่มี เนื่องจากทางร้านขายในราคาไม่แพง ขายถูกกว่าที่อื่น กำไรน้อยอยู่แล้ว"

"ไม่มี เป็นร้านที่เป็นกันเอง ลูกค้าส่วนใหญ่สนิทกับเจ้าของร้าน"

## ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสถานที่จำหน่ายจากนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล

### การขึ้นภาษี

ผู้ประกอบการร้อยละ 80.0 มีความเห็นว่าการขึ้นภาษีทำให้ต้นทุนในการลงทุนเพิ่มขึ้น ราคาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สูงขึ้น ในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดีมีลูกค้าลดลง โดยลดความถี่ในการซื้อ/ดื่ม ผู้ประกอบการร้อยละ 20.0 มีความเห็นว่ามีลูกค้าบางกลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อ/ดื่มด้วยการหาสินค้าทดแทน เนื่องจากตลาดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้เลือกหลากหลายขนาด และหลากหลายราคา

### การห้ามโฆษณา

ผู้ประกอบการร้อยละ 65.0 ที่ไม่ได้รับผลกระทบกับการจำหน่ายจากการห้ามโฆษณา เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีการซื้อ ใช้บริการเป็นประจำ รวมทั้งกลุ่มลูกค้ามีการบอกกันแบบปากต่อปาก ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งร้อยละ 35.0 การห้ามโฆษณาส่งผลให้โฆษณาไม่ทั่วถึง ทำให้กลุ่มลูกค้าไม่รู้จักร และทำให้ยอดขายลดลง

"ไม่เพียง เพราะ ลูกค้ารู้จักกันแบบปากต่อปากไม่ต้องโฆษณาก็รู้และการห้ามโฆษณาในโทรทัศน์ก็ไม่มีผลเพราะคนจะดื่มมันก็ดื่มห้ามไม่ได้หรอก"

"ไม่มีผลต่อยอดขายเพราะลูกค้าต่างๆจะรู้จักเหล้ากันหมดแล้ว และทางร้านก็มีป้ายเหล้าไว้ให้ดูแล้ว"

"ไม่มี เพราะลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่บอกกันแบบปากต่อปาก คือ การโฆษณาจะไม่มีผลเท่าไร จึงไม่เกิดปัญหาขึ้น"

"ทำให้คนทั่วไปไม่เห็นชื่อร้านทำให้คนหาไม่เจอว่าร้านอยู่ที่ไหนและขายเหล้าตอง"

"เมื่อไม่มีการโฆษณาทำให้ไม่เกิดการส่งเสริมการตลาดจะไม่มีลูกค้าใหม่ๆ ลูกค้าเป็นบุคคลกลุ่มเดิมๆ"

## การจัดระเบียบสังคม การจัด Zoning (หรือการจำกัดพื้นที่การจำหน่าย)

การจำกัดเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำให้รายได้จากการขายลดลง จำนวนลูกค้าลดลง ผู้ประกอบการร้อยละ 57.0 ไม่ได้รับผลกระทบจากการจำกัดช่วงเวลาจำหน่าย และการจำกัดพื้นที่การจำหน่าย



"ทำให้ลูกค้าหาซื้อได้ยาก แต่ไม่ทำให้แก้ไขปัญหาได้จริง"

"ส่งผลกระทบต่อคนข้างน้อย เพราะเป็นร้านขายของชำขนาดเล็ก"

"ไม่มีผลอะไร ร้านขายเหล้ามีมาก จะซื้อที่ไหนก็ได้ เราขายของเรา"

"ไม่ค่อยมี เนื่องจากเวลาที่รัฐบาลกำหนดคือ 11.00-14.00น.และ17.00-24.00น. ช่วงนี้จะไม่ค่อยได้ขายมาก คือไม่ค่อยมีลูกค้า ส่วนใหญ่จะมารับประทานอาหารมากกว่า"

"ไม่มีผลกระทบ เนื่องจากทางร้านตั้งอยู่ห่างจากสถานศึกษาตามที่กฎหมายกำหนดซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงานขึ้นไปและนักศึกษาที่บรรลุนิติภาวะแล้วเป็นบางส่วน"

"เปิดขายโดยไม่มีจำกัดเวลาเหมือนเดิมดีกว่า เพราะยังไปลูกค้าก็เข้ามาซื้อตลอดเวลาอยู่แล้วมาจำกัดเวลาก็ยังจะทำให้มีคณลักลอบขายกันอีก"

### ความคิดเห็นต่อสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อชุมชนแวดล้อม

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 89.0 มีความคิดเห็นในทิศทางเดียวกัน คือ จุดจำหน่ายประเภทที่มีการจัดสถานที่นั่งสำหรับดื่มส่งผลกระทบต่อชุมชน ชุมชนได้รับความเดือดร้อน เนื่องจากการจอดรถข้างถนน กีดขวางการจราจร การจราจรติดขัด ส่งเสียงดัง โดยเฉพาะช่วงเวลาหลังจากที่สถานบริการดังกล่าวปิดการให้บริการในแต่ละวัน บางแห่งมีการเมาสุรา และเกิดการทะเลาะวิวาท และอุบัติเหตุที่เกิดจากการเมาแล้วขับ ในส่วนของการมีจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะจุดจำหน่ายขนาดเล็ก ร้านขายของชำ ชุ้มเหล้าตอง อยู่ในชุมชน และในบริเวณนั้นมีสถานศึกษาส่งผลกระทบต่อนักเรียน นักศึกษาที่อยู่ในชุมชนจะสามารถหาซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้ง่าย มีโอกาสในการเลือกซื้อ/ดื่มมากขึ้น สำหรับผู้มีอายุต่ำกว่า 18 ปี การดำเนินชีวิตในชุมชนที่ตนอยู่นั้น ได้พบเห็นพฤติกรรมการซื้อ/ดื่มของคนในชุมชนทุกวันจนก่อให้เกิดความเคยชิน และกลายเป็นวัฒนธรรมค่านิยมในที่สุด

"ได้รับผลกระทบในช่วงที่ร้านปิด คนมาเที่ยวมักส่งเสียงดังรบกวนชาวบ้านที่อยู่รอบๆ บางครั้งเกิดการทะเลาะวิวาท"

"เนื่องจากอยู่ใกล้สถานศึกษา อาจทำให้นักศึกษามีทางเลือกในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น ดังนั้นควรที่จะมีการจำกัดพื้นที่การจำหน่ายแอลกอฮอล์ และควรให้สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งอยู่ห่างไกลจากสถานศึกษา"

"ลูกค้าที่มากินจอดรถขวางทางจราจร บางครั้งก็เสียงดังรบกวนชาวบ้านข้างๆ"

"สะดวกต่อลูกค้าในชุมชนไม่ต้องออกไปหาซื้อในเมือง"



## บทที่ 3 : การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

### พฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 78.5 เพศหญิง ร้อยละ 21.5 มีสัดส่วนการใช้บริการสถานที่จำหน่ายแตกต่างกัน คือ ร้านอาหารเครื่องดื่ม/หมุกะทะ/คาราโอเกะ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 86.3 อายุระหว่าง 20-24 ปี ร้อยละ 56.2 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 37.0 สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.2 เพศหญิง ร้อยละ 39.8 อายุระหว่าง 20-24 ปี ร้อยละ 62.1 อาชีพนักศึกษา ร้อยละ 53.4 ชุมเหล่า/ยาตอง/เหล้าป่น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 96.3 อายุ 25 ปีขึ้นไป ร้อยละ 88.9 อาชีพรับจ้าง ร้อยละ 59.3 ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 96.9 อายุ 25 ปีขึ้นไป ร้อยละ 59.4 อาชีพรับจ้าง ร้อยละ 46.9 กลุ่มตัวอย่างที่นิยมดื่มที่พัก ที่ทำงาน งานเลี้ยงส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 81.0 อายุ 25 ปีขึ้นไป ร้อยละ 65.7 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 37.1

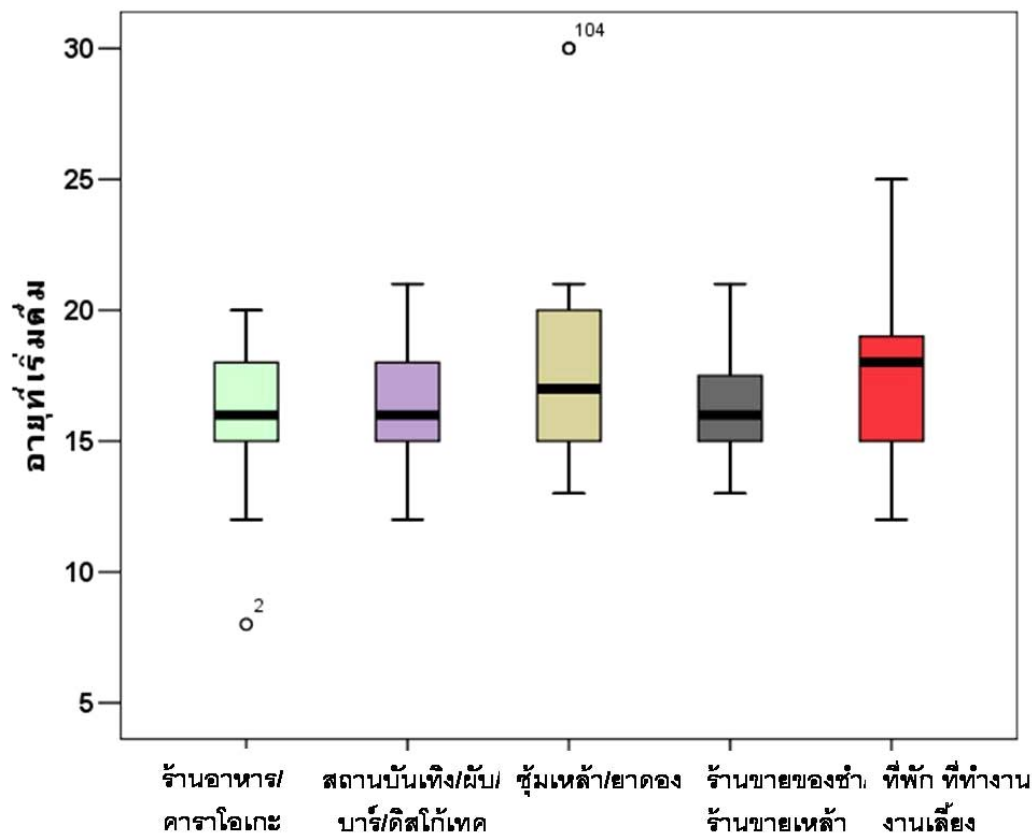
ตาราง 6 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่จำหน่าย จำแนกตามสถานที่จำหน่าย/ดื่ม

	ร้านอาหาร เครื่องดื่ม/ หมุกะทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค		ชุมเหล่า/ ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ขายเหล้า		ที่พัก/ ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ผู้ให้บริการ	73	100.0	103	100.0	27	100.0	32	100.0	105	100.0	340	100.0
เพศ(Sig. = 0.000)												
ชาย	63	86.3	62	60.2	26	96.3	31	96.9	85	81.0	267	78.5
หญิง	10	13.7	41	39.8	1	3.7	1	3.1	20	19.0	73	21.5
ช่วงอายุ (Sig. = 0.000)												
12-19	4	5.5	10	9.7	0		2	6.3	8	7.6	24	7.1
20-24	41	56.2	64	62.1	3	11.1	11	34.4	28	26.7	147	43.2
25 ปีขึ้นไป	28	38.4	29	28.2	24	88.9	19	59.4	69	65.7	169	49.7
อาชีพ (Sig. = 0.000)												
พนักงานบริษัทเอกชน	27	37.0	30	29.1	4	14.8	9	28.1	39	37.1	109	32.1
นักศึกษา	3	4.1	55	53.4	5	18.5	6	18.8	27	25.7	120	35.3
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	7	9.6	1	1.0	1	3.7	2	6.3	6	5.7	17	5.0
รับจ้าง	18	24.7	15	14.6	16	59.3	15	46.9	30	28.6	94	27.6
ว่างงาน	1	1.4	1	1.0	0		0		3	2.9	5	1.5

## อายุที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งแรก

อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 17 ปี (range = 8-40) เพศชายเริ่มดื่มในช่วงอายุที่น้อยกว่าเพศหญิง โดยร้านอาหารเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะ มีอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มน้อยที่สุด คือ 16 ปี (range = 8-20) สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค มีอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม 16 ปี (range = 12-21) ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้ามีอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม 16 ปี (range = 13-21) ที่พัก/ที่ทำงาน/งานเลี้ยง มีอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม 17 ปี (range = 12-40) และ ชุมเหล่า/ยาดอง/เหล้าบ้าน มีอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม 18 ปี (range = 13-38) ซึ่งช่วงอายุที่เริ่มดื่มส่วนใหญ่จะต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้

ภาพ 16 อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามจุดจำหน่าย



## ประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### ผู้ดื่มในปัจจุบัน (Current drinkers)

จากตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 340 คน รายงานว่าภายในเวลา 1 ปีที่ผ่านมาบางครั้งเคยดื่มหนัก เช่น ดื่มเบียร์มากกว่า 6 กระป๋องหรือ 3 ขวดใหญ่ หรือเหล้ามากกว่า 5 แก้วหรือครึ่งแบน หรือไวน์มากกว่า 5 แก้วหรือครึ่งขวดต่อครั้ง (Binge drinking) เพศชาย และหญิงมีสัดส่วนการดื่มที่ใกล้เคียงกัน คือ มากกว่าร้อยละ 70.0 เพศหญิงที่มีการดื่มหนักจะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25-44 ปี เพศชายกระจายทุกช่วงอายุเป็นที่น่าสังเกตคือ ช่วงอายุ 20-24 ปี มีการดื่มหนักมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ร้อยละ 85.3 กลุ่มวัยรุ่นอายุน้อยกว่า 20 ปี ดื่มหนัก ร้อยละ 72.2

ตารางที่ 7 ประสพการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุและเพศจำนวน (ร้อยละ)

	น้อยกว่า 20 ปี	20-24 ปี	25-44 ปี	45-68 ปี	รวม
<b>ชาย</b>					
ดื่มใน 7 วันที่ผ่านมา	16(88.9)	97(89.0)	95(85.6)	26(89.7)	234(87.6)
ดื่มใน 30 วันที่ผ่านมา	18(100.0)	106(97.2)	108(97.3)	29(100.0)	261(97.8)
ดื่มใน 1 ปีที่ผ่านมา	18(100.0)	109(100.0)	111(100.0)	29(100.0)	267(100.0)
ดื่มหนักต่อครั้งใน 1 ปี	13(72.2)	93(85.3)	72(64.9)	15(51.7)	193(72.3)
<b>หญิง</b>					
ดื่มใน 7 วันที่ผ่านมา	6(100.0)	25(65.8)	21(77.8)	2(100.0)	54(74.0)
ดื่มใน 30 วันที่ผ่านมา	6(100.0)	37(97.4)	27(100.0)	2(100.0)	72(98.6)
ดื่มใน 1 ปีที่ผ่านมา	6(100.0)	38(100.0)	27(100.0)	2(100.0)	73(100.0)
ดื่มหนักต่อครั้งใน 1 ปี		29(76.3)	21(77.8)		55(75.3)

(ร้อยละคิดจากจำนวนตัวอย่างทั้งหมดในเพศ และกลุ่มอายุนั้น)

กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 97 เป็นผู้ดื่มในปัจจุบัน หรือดื่มใน 30 วันที่ผ่านมาในทุกสถานที่จำหน่ายของพื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยเฉพาะคนที่มีพฤติกรรมการดื่มใน 7 วันที่ผ่านมา พบว่า ดื่มที่ดื่มที่ชุ่มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่น ร้อยละ 100.0 ดื่มที่พัก ที่ทำงาน งานเลี้ยง ร้อยละ 89.5 ชื้อจากร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ร้อยละ 81.3 สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้อยละ 80.6 และร้านอาหารเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ร้อยละ 79.5 สถานที่พบว่าการดื่มภายในเวลา 1 ปีที่ผ่านมาบางครั้งเคยดื่มหนัก เช่น ดื่มเบียร์มากกว่า 6 กระป๋องหรือ 3 ขวดใหญ่ หรือเหล้ามากกว่า 5 แก้วหรือครึ่งแบน หรือไวน์มากกว่า 5 แก้วหรือครึ่งขวดต่อครั้ง (Binge drinking) คือ ร้านอาหารเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ร้อยละ 86.3 สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้อยละ 74.8 ที่พัก ที่ทำงาน งานเลี้ยง ร้อยละ 72.4 ชุ่มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่น ร้อยละ 59.3 และร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 8 ประสพการณ์การดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามสถานที่จำหน่าย/ดื่ม

ประสพการณ์การดื่ม	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หมูกระทะ/คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค		ชุ่มเหล้า/ยาดอง		ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้า		ที่พัก/ที่ทำงาน/งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ดื่มใน 7 วัน (Sig = 0.041)	58	79.5	83	80.6	27	100.0	26	81.3	94	89.5	288	84.7
ดื่มใน 30 วัน (Sig. 0.566)	71	97.3	100	97.1	27	100.0	32	100.0	103	98.1	333	97.9
ดื่มใน 1 ปี	73	100.0	103	100.0	27	100.0	32	100.0	105	100.0	340	100.0
ดื่มหนักใน 1 ปี (Sig = 0.001)	63	86.3	77	74.8	16	59.3	16	50.0	76	72.4	248	72.9



ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เคยดื่มมากที่สุด คือ เบียร์ ร้อยละ 79.1 ซึ่งแบ่งเป็นเบียร์ เกรด สแตนดาร์ด (standard) ร้อยละ 52.9 เบียร์เกรดอีโคโนมี (economy) ร้อยละ 35.3 นิยมดื่มสุรานำเข้าร้อยละ 40.3 สามารถจำแนกเป็นสุราเกรดเซกันดารี (secondary) ร้อยละ 32.4 สุราเกรดสแตนดาร์ด (standard) ร้อยละ 16.5 สุราสีของไทย ร้อยละ 29.4 สุราขาว สุราพื้นบ้าน สุราชุมชน ร้อยละ 18.0 ชนิดเครื่องดื่มที่เคยดื่มในชีวิต มากที่สุด คือ เบียร์ รองมา คือ สุราสี (เหล้าแดง) และน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ เมื่อพิจารณาแยกตามสถานที่ จำหน่ายประเภทร้านอาหารเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ กลุ่มตัวอย่างเคยดื่มเบียร์มากที่สุด รองมาคือ เหล้าแดง และน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค เคยดื่มเบียร์มากที่สุด รองมาคือ เหล้าแดง และเหล้าปั่น สถานที่จำหน่ายประเภทซุ้มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่น กลุ่มตัวอย่างเคยดื่มเบียร์มากที่สุด รองมาคือ เหล้าแดง เหล้าขาว และเหล้าพื้นบ้าน ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้ากลุ่มตัวอย่าง เคยดื่มเบียร์มากที่สุด รองมาคือ เหล้าแดง และเหล้าพื้นบ้าน ที่พัก ที่ทำงาน งานเลี้ยง กลุ่มตัวอย่างเคยดื่มเบียร์ มากที่สุด รองมาคือ เหล้าแดง และน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์

สำหรับชนิดเครื่องดื่มที่นิยมดื่มในปัจจุบัน หรือดื่มใน 30 วันที่ผ่านมากลุ่มตัวอย่างนิยมดื่มเบียร์มากที่สุด รองมาคือเหล้าแดง ในสถานที่ประเภทร้านอาหารเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า และที่พัก ที่ทำงาน งานเลี้ยง สำหรับสถานที่จำหน่ายประเภท ซุ้มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่นนิยมดื่มใน 30 วันมากที่สุด คือ เหล้าแดง รองมา คือ เบียร์

ตารางที่ 9 ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่มจำแนกตามสถานที่จำหน่าย/ดื่ม

ประเภท เครื่องดื่ม	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม/ หมูกระทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ยาดอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		ที่พัก/ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
สุรานำเข้า	34	46.6	68	66.0			4	12.5	31	29.5	137	40.3
ฟรีเมียม	4	5.5	5	4.9			1	3.1			10	2.9
สแตนดาร์ด	9	12.3	15	14.6			4	12.5	28	26.7	56	16.5
เซกันดารี	27	37.0	53	51.5			3	9.4	27	25.7	110	32.4
อีโคโนมี	2	2.7							2	1.9	4	1.2
สุราสีไทย	21	28.8	25	24.3	13	48.1	5	15.6	36	34.3	100	29.4
สุราขาว/ พื้นบ้าน/ชุมชน	9	12.3	6	5.8	20	74.1	11	34.4	18	17.1	64	18.8
เบียร์	66	90.4	75	72.8	13	48.1	24	75.0	91	86.7	269	79.1
ฟรีเมียม	5	6.8	5	4.9					6	5.7	16	4.7
สแตนดาร์ด	46	63.0	56	54.4	5	18.5	12	37.5	61	58.1	180	52.9
อีโคโนมี	26	35.6	24	23.3	11	40.7	15	46.9	44	41.9	120	35.3

ตารางที่ 10 ชนิดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดต่างๆ จำแนกตามสถานที่จำหน่าย/ดื่ม

ชนิดเครื่องดื่ม	ร้านอาหาร เครื่องดื่ม/ หมุกะทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ร้านขายเหล้า		ที่พัก/ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
เคยดื่มในชีวิต												
น้ำผลไม้ผสมฯ	49	67.1	88	85.4	11	40.7	18	56.3	68	64.8	234	68.8
เบียร์	72	98.6	98	95.1	26	96.3	31	96.9	102	97.1	329	96.8
ไวน์	42	57.5	90	87.4	17	63.0	17	53.1	63	60.0	229	67.4
เหล้าแดง	70	95.9	97	94.2	26	96.3	29	90.6	94	89.5	316	92.9
บรั่นดี	29	39.7	55	53.4	15	55.6	14	43.8	40	38.1	153	45.0
เหล้าขาว	45	61.6	72	69.9	24	88.9	25	78.1	67	63.8	233	68.5
ยาตองเหล้า	31	42.5	51	49.5	22	81.5	18	56.3	47	44.8	169	49.7
เหล้าจีน	21	28.8	39	37.9	21	77.8	16	50.0	46	43.8	143	42.1
เหล้าพื้นบ้าน	26	35.6	60	58.3	23	85.2	24	75.0	61	58.1	194	57.1
เหล้าเถื่อน	20	27.4	43	41.7	22	81.5	22	68.8	51	48.6	158	46.5
เหล้านอกหนี่ภาซี	19	26.0	32	31.1	5	18.5	7	21.9	22	21.0	85	25.0
เบียร์นอกหนี่ภาซี	8	11.0	21	20.4	3	11.1	5	15.6	17	16.2	54	15.9
ไวน์นอกหนี่ภาซี	6	8.2	19	18.4	4	14.8	4	12.5	16	15.2	49	14.4
RTD	21	28.8	47	45.6	3	11.1	10	31.3	28	26.7	109	32.1
เหล้าปั่น	39	53.4	84	81.6	6	22.2	13	40.6	49	46.7	191	56.2
เคยดื่มใน 30 วัน												
น้ำผลไม้ผสมฯ	21	28.8	48	46.6	3	11.1	8	25.0	27	25.7	107	31.5
เบียร์	67	91.8	94	91.3	17	63.0	31	96.9	98	93.3	307	90.3
ไวน์	8	11.0	35	34.0	3	11.1	5	15.6	19	18.1	70	20.6
เหล้าแดง	62	84.9	90	87.4	22	81.5	27	84.4	80	76.2	281	82.6
บรั่นดี	7	9.6	12	11.7	5	18.5	6	18.8	9	8.6	39	11.5
เหล้าขาว	12	16.4	17	16.5	18	66.7	13	40.6	28	26.7	88	25.9
ยาตองเหล้า	6	8.2	13	12.6	10	37.0	5	15.6	17	16.2	51	15.0
เหล้าจีน	3	4.1	7	6.8	8	29.6	5	15.6	14	13.3	37	10.9
เหล้าพื้นบ้าน	6	8.2	8	7.8	13	48.1	8	25.0	23	21.9	58	17.1
เหล้าเถื่อน	4	5.5	7	6.8	10	37.0	7	21.9	14	13.3	42	12.4
เหล้านอกหนี่ภาซี	3	4.1	7	6.8	2	7.4	0	0.0	6	5.7	18	5.3
เบียร์นอกหนี่ภาซี	0	0.0	5	4.9	1	3.7	0	0.0	5	4.8	11	3.2
ไวน์นอกหนี่ภาซี	0	0.0	3	2.9	1	3.7	0	0.0	4	3.8	8	2.4
RTD	10	13.7	20	19.4	0	0.0	4	12.5	6	5.7	40	11.8
เหล้าปั่น	27	37.0	53	51.5	2	7.4	8	25.0	22	21.0	112	32.9

พิจารณาแต่ละกลุ่มอายุพบว่าอัตราของผู้ชายที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชนิดในชีวิต ทุกกลุ่มอายุตั้งแต่วัยรุ่น วัยแรงงาน และผู้สูงอายุ นิยมดื่มเบียร์มากที่สุด รองมา คือ เหล้าแดง และเหล้าขาว อัตราของผู้หญิงที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชนิดในชีวิตของกลุ่มอายุ 20 ปีขึ้นไป นิยมดื่มเบียร์มากที่สุด รองมา คือ เหล้าแดง ยกเว้นกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี นิยมดื่มไวน์มากที่สุด รองมาคือ เหล้าแดง น้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ และเหล้าปั่น (ตาราง 13) ประเภทเครื่องดื่มที่นิยมดื่มใน 30 วันที่ผ่านมา ของเพศชายส่วนใหญ่ที่นิยมดื่มมากที่สุด คือ เบียร์ และเหล้าแดง นอกจากเครื่องดื่ม 2 ประเภท ที่กล่าวไว้แล้วในกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ยังนิยมดื่มน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ กลุ่มอายุ 20-24 ปี นิยมดื่มเหล้าปั่น อายุ 25 ปีขึ้นไป นิยมดื่มเหล้าขาวในลำดับรองมา สำหรับเพศหญิงอายุน้อยกว่า 20 ปี นิยมดื่มน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ เหล้าปั่น เหล้าแดง และเบียร์ กลุ่มอายุ 20-24 ปี นิยมดื่มเบียร์มากที่สุด รองมาคือ เหล้าแดง และเหล้าปั่น กลุ่มอายุ 25-44 ปี นิยมดื่มเหล้าแดงมากที่สุด รองมาคือ เบียร์ และน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป นิยมดื่มเบียร์มากที่สุด รองมา คือ เหล้าแดง

ตารางที่ 11 ประสิทธิภาพการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดต่างๆ จำนวน (ร้อยละ)

	เคยดื่มในชีวิต			เคยดื่มใน 30 วันที่ผ่านมา		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวน	267	73	340	267	73	340
น้ำผลไม้ผสมฯ	173(64.8)	61(83.6)	234(68.8)	69(25.8)	38(52.1)	107(31.5)
เบียร์	261(97.8)	68(93.2)	329(96.8)	246(92.1)	61(83.6)	307(90.3)
ไวน์	174(65.2)	55(75.3)	229(67.4)	48(18.0)	22(30.1)	70(20.6)
เหล้าแดง	254(95.1)	62(84.9)	316(92.9)	224(83.9)	57(78.1)	281(82.6)
บรั่นดี	128(47.9)	25(34.2)	153(45.0)	31(11.6)	8(11.0)	39(11.5)
เหล้าขาว	199(74.5)	34(46.6)	233(68.5)	80(30.0)	8(11.0)	88(25.9)
ยาดองเหล้า	153(57.3)	16(21.9)	169(49.7)	47(17.6)	4(5.5)	51(15.0)
เหล้าจีน	130(48.7)	13(17.8)	143(42.1)	35(13.1)	2(2.7)	37(10.9)
เหล้าพื้นบ้าน	164(61.4)	30(41.1)	194(57.1)	52(19.5)	6(8.2)	58(17.1)
เหล้าเถื่อน	140(52.4)	18(24.7)	158(46.5)	40(15.0)	2(2.7)	42(12.4)
เหล้านอกหนีภาซี	75(28.1)	10(13.7)	85(25.0)	16(6.0)	2(2.7)	18(5.3)
เบียร์นอกหนีภาซี	43(16.1)	11(15.1)	54(15.9)	10(3.7)	1(1.4)	11(3.2)
ไวน์นอกหนีภาซี	38(14.2)	11(15.1)	49(14.4)	6(2.2)	2(2.7)	8(2.4)
RTD	92(34.5)	17(23.3)	109(32.1)	32(12.0)	8(11.0)	40(11.8)
เหล้าปั่น	138(51.7)	53(72.6)	191(56.2)	77(28.8)	35(47.9)	112(32.9)

ตารางที่ 12 อัตราของผู้ที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชนิดในชีวิต จำแนกตามอายุ และเพศ (ร้อยละ)

อายุ	ชาย				หญิง			
	อายุน้อยกว่า 20 ปี	20-24 ปี	25-44 ปี	45-68 ปี	อายุน้อยกว่า 20 ปี	20-24 ปี	25-44 ปี	45-68 ปี
จำนวน	18	109	111	29	6	38	27	2
น้ำผลไม้ผสมฯ	12(66.7)	84(77.1)	67(60.4)	10(34.5)	5(83.3)	31(81.6)	25(92.6)	
เบียร์	18(100.0)	105(96.3)	110(99.1)	28(96.6)	4(66.7)	37(97.4)	25(92.6)	2(100.0)
ไวน์	11(61.1)	80(73.4)	66(59.5)	17(58.6)	6(100.0)	28(73.7)	20(74.1)	1(50.0)
เหล้าแดง	15(83.3)	105(96.3)	106(95.5)	28(96.6)	5(83.3)	31(81.6)	24(88.9)	2(100.0)
บรั่นดี	5(27.8)	58(53.2)	54(48.6)	11(37.9)	1(16.7)	10(26.3)	12(44.4)	2(100.0)
เหล้าขาว	14(77.8)	88(80.7)	73(65.8)	24(82.8)	2(33.3)	21(55.3)	10(37.0)	1(50.0)
ยาตองเหล้า	8(44.4)	67(61.5)	56(50.5)	22(75.9)	1(16.7)	9(23.7)	5(18.5)	1(50.0)
เหล้าจีน	6(33.3)	49(45.0)	53(47.7)	22(75.9)	1(16.7)	5(13.2)	6(22.2)	1(50.0)
เหล้าพื้นบ้าน	8(44.4)	65(59.6)	65(58.6)	26(89.7)	4(66.7)	13(34.2)	12(44.4)	1(50.0)
เหล้าเถื่อน	6(33.3)	56(51.4)	55(49.5)	23(79.3)	1(16.7)	7(18.4)	9(33.3)	1(50.0)
เหล้านอกหนี่ภาซี	4(22.2)	32(29.4)	35(31.5)	4(13.8)	(0.0)	6(15.8)	4(14.8)	(0.0)
เบียร์นอกหนี่ภาซี	4(22.2)	16(14.7)	21(18.9)	2(6.9)	1(16.7)	6(15.8)	4(14.8)	(0.0)
ไวน์นอกหนี่ภาซี	3(16.7)	15(13.8)	17(15.3)	3(10.3)	1(16.7)	4(10.5)	6(22.2)	(0.0)
RTD	8(44.4)	51(46.8)	31(27.9)	2(6.9)	(0.0)	10(26.3)	7(25.9)	(0.0)
เหล้าปั่น	13(72.2)	74(67.9)	48(43.2)	3(10.3)	5(83.3)	32(84.2)	15(55.6)	1(50.0)

ตารางที่ 13 อัตราของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชนิดใน 30 วันที่ผ่านมา จำแนกตามอายุ และเพศ (ร้อยละ)

อายุ	เคยดื่มใน 30 วันที่ผ่านมา							
	ชาย				หญิง			
	อายุน้อยกว่า 20 ปี	20-24	25-44	45-68	อายุน้อยกว่า 20 ปี	20-24	25-44	45-68
จำนวน	18	109	111	29	6	38	27	2
น้ำผลไม้ผสมฯ	9(50.0)	32(29.4)	26(23.4)	2(6.9)	5(83.3)	17(44.7)	16(59.3)	
เบียร์	18(100.0)	102(93.6)	101(91.0)	25(86.2)	4(66.7)	34(89.5)	21(77.8)	2(100.0)
ไวน์	4(22.2)	15(13.8)	25(22.5)	4(13.8)	3(50.0)	10(26.3)	9(33.3)	
เหล้าแดง	13(72.2)	97(89.0)	90(81.1)	24(82.8)	5(83.3)	28(73.7)	22(81.5)	2(100.0)
บรั่นดี	1(5.6)	10(9.2)	17(15.3)	3(10.3)		5(13.2)	3(11.1)	
เหล้าขาว	6(33.3)	22(20.2)	39(35.1)	13(44.8)		3(7.9)	5(18.5)	
ยาตองเหล้า	6(33.3)	14(12.8)	18(16.2)	9(31.0)	1(16.7)	1(2.6)	1(3.7)	1(50.0)
เหล้าจีน	1(5.6)	9(8.3)	15(13.5)	10(34.5)		(0.0)	1(3.7)	1(50.0)
เหล้าพื้นบ้าน	1(5.6)	19(17.4)	20(18.0)	12(41.4)		1(2.6)	5(18.5)	
เหล้าเถื่อน	13(11.9)	19(17.1)	8(27.6)		(0.0)	1(3.7)	1(50.0)	
เหล้านอกหนี่ภาซี	1(5.6)	3(2.8)	11(9.9)	1(3.4)		2(5.3)		
เบียร์นอกหนี่ภาซี	1(5.6)	2(1.8)	6(5.4)	1(3.4)		1(2.6)		
ไวน์นอกหนี่ภาซี	1(5.6)	1(0.9)	4(3.6)			1(2.6)	1(3.7)	
RTD	4(22.2)	12(11.0)	15(13.5)	1(3.4)		5(13.2)	3(11.1)	
เหล้าปั่น	8(44.4)	43(39.4)	24(21.6)	2(6.9)	5(83.3)	22(57.9)	8(29.6)	



กระแสความนิยมประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในกลุ่มเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ เหล้าปั่น และเครื่องดื่มผสมเสร็จ (RTD - Ready-To-Drink) ได้รับความนิยมมากขึ้นทั้งเพศชาย และหญิง โดยเฉพาะกลุ่มประเภทเหล้าปั่น ซึ่งในช่วงที่ทำการศึกษพบว่า มีจำนวนจุดจำหน่ายที่จำหน่ายเครื่องดื่มประเภทนี้เพิ่มจำนวนมากตามความนิยม โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น นอกจากรสชาติที่ดื่มง่ายแล้ว ประกอบกับวิธีการดื่มที่เปลี่ยนไปนอกจากนั้นมีสุรากลั่นที่ผลิตขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะเป็นสุราขาวที่กลั่นมาจากดอกไม้ไม้บรรจุนวดแก้วที่มีลักษณะคล้ายสุรานำเข้า จำหน่ายในราคาประมาณ 350-400 บาทต่อขวด ซึ่งสุราชนิดนี้กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพฯ รูปแบบของสุราที่นิยมดื่มส่วนใหญ่จะมีการผสมในแบบที่เรียกว่า "เหล้าถัง (Bucket)"

"เหล้าปั่น" คือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์อาจจะเป็นเหล้าสี เหล้าขาว วอดก้า รัม หรือจิน โดยปกติจะใส่เหล้าประมาณ 3 shot / แก้ว ผสมกับเครื่องดื่มที่เป็นน้ำหวานกลั่นผลไม้รสชาติแล้วนำมาปั่นใส่เหยือกขายกันในราคาประมาณเหยือกละ 69 ถึง 99 บาท

"เหล้าถัง" คือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ใช้เหล้าแดง ผสมกับเครื่องดื่มชูกำลัง โซดา น้ำอัดลม น้ำมะนาว ผสมรวมกันแล้วใส่เหยือกหรือถึงน้ำแข็ง ใช้หลอดดูด ขายราคาประมาณถึงละ 169-250 บาท

"เหล้าปอก" คือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์อาจจะเป็นเหล้าสี เหล้าขาว วอดก้า รัม หรือจิน โดยปกติจะใส่เหล้าประมาณ 10 มล. ผสมกับเครื่องดื่มที่เป็นน้ำหวานกลั่นผลไม้รสชาติในแก้วขนาด 50 มล. เวลาดื่มต้องบีบมะนาวใส่เกลือเล็กน้อย ขายเป็นชุด ชุดละ 10 แก้วเล็ก(ขนาด 50 มล.) ราคาประมาณ 69-89 บาท

"Rainbow" "B52" ซึ่งอาจจะมีชื่อเรียกมากกว่านี้ คือ น้ำหวาน สุราอยู่ชั้นบน จุดไฟ รอจนไฟหมด แล้วใช้หลอดดูดควัน หลังจากนั้นดื่มน้ำหวานที่มีสุราอยู่ชั้นบนตาม

ภาพ 17 ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่หลากหลาย



ภาพ 18 การจัดมุมสำหรับ Cocktail หรือ ที่รู้จักกันในกลุ่มนักดื่ม "เหล้าปั่น" "เหล้าป๊อก"



#### แบบแผนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ใน 1 ปีที่ผ่านมามีความแตกต่างกันตามเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพศชายกลุ่มอายุ 20-24 ปี มีปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวัน (Average daily consumption: gm/day) มากที่สุด คือ 84.6 กรัม/วัน กลุ่มอายุ 25-44 ปี ปริมาณเฉลี่ย 65.4 กรัม/วัน และกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ปริมาณ 45.8 กรัม/วัน เพศหญิงอายุมากกว่า 45 ปี มีปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวัน (Average daily consumption : gm/day) มากที่สุด คือ 50.8 กรัม/วัน กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ปริมาณ 26.9 กรัม/วัน กลุ่มอายุ 25-44 ปี ปริมาณเฉลี่ย 22.7 กรัม/วัน และกลุ่มอายุ 20-24 ปี ปริมาณ 18.7 กรัม/วัน

พิจารณาแยกในแต่ละสถานที่จำหน่ายประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ มีปริมาณการดื่มเฉลี่ย 74.79 กรัม/วัน ซึ่งมากกว่าซุ้มเหล้าตอง ยาดอง เหล้าปั่น (68.11กรัม/วัน) ที่ทำงาน ที่พัก งานเลี้ยง (58.61กรัม/วัน) ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า (45.46 กรัม/วัน) และสถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค (45.46กรัม/วัน) เมื่อพิจารณาปริมาณเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (Average drinking intensity : gm/drinking day) ยังคงเป็นกลุ่มอายุ 20-24 ปี ที่มีปริมาณเฉลี่ยมากที่สุด คือ 166.5 กรัม/วันที่ดื่ม กลุ่มอายุ 12-19 ปี ปริมาณเฉลี่ย 139.9 กรัม/วันที่ดื่ม กลุ่มอายุ 25-44 ปี 125.3 กรัม/วันที่ดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ มีปริมาณการดื่มเฉลี่ย 152.90 กรัม/วัน ซึ่งมากกว่าสถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค (123.38กรัม/วัน) ที่ทำงาน ที่พัก งานเลี้ยง (115.73กรัม/วัน) ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า (106.88 กรัม/วัน) และซุ้มเหล้าตอง ยาดอง เหล้าปั่น (100.47กรัม/วัน) สำหรับจำนวนวันที่ดื่มหนักต่อปี (Frequency of binge drinking per year) ของเพศชายมีความสัมพันธ์กับช่วงอายุเมื่ออายุมากขึ้น จำนวนวันที่ดื่มหนักมากขึ้นตาม คืออายุ 45-68 ปี ค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ดื่มหนักมากกว่าอายุ 25-44 ปี และ 20-24 ปี ตามลำดับ ซุ้มเหล้าตอง ยาดอง เหล้าปั่นมีปริมาณการดื่มเฉลี่ย 57.50 วัน ซึ่งมากกว่าร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ

(46.68 วัน) สถาบันเทววิทย บัณฑิตวิทยาลัย (26.96) ที่ทำงาน ที่พัก งานเลี้ยง (42.96 วัน) และร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า(39.00 วัน)

ตารางที่ 14 ดัชนีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามเพศชาย และอายุ

	ชาย				
	12-19	20-24	25-44	45-68	รวม
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวัน (กรัม/วัน) Average daily consumption: gm/day					
ค่าเฉลี่ย	45.8	84.6	65.4	33.8	68.3
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	50.2	159.1	94.8	27.7	120
มัธยฐาน	31.6	40.7	31.7	25.6	33.5
ค่าน้อยที่สุด	1.1	0.8	0.3	3.3	0.3
ค่ามากที่สุด	193.4	1033.5	468.2	103.3	1033.5
จำนวน	18	106	110	29	263
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (กรัม/วันที่ดื่ม) Average drinking intensity: gm/drinking day					
ค่าเฉลี่ย	139.9	166.5	125.3	74.1	137.3
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	113.2	231.8	130.3	50.2	174.9
มัธยฐาน	90.8	96.9	81.5	76.1	83.6
ค่าน้อยที่สุด	11.4	13.1	0.6	16.9	0.6
ค่ามากที่สุด	374.3	1548.3	743.7	298.2	1548.3
จำนวน	18	107	111	29	265
ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มทั้งปี (กรัม) Annual total consumption: gm					
ค่าเฉลี่ย	16,717.50	30,872.80	23,861.90	12,325.10	24,926.50
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	18,322.70	58,053.80	34,607.60	10,095.40	43,801.90
มัธยฐาน	11,514.40	14,836.60	11,577.80	9,325.70	12,231.20
ค่าน้อยที่สุด	409.2	301.3	96.7	1,218.10	96.7
ค่ามากที่สุด	70,602.00	377,226.90	170,882.00	37,685.30	377,226.90
จำนวน	18	106	110	29	263
จำนวนวันที่ดื่มหนักต่อปี Frequency of binge drinking per year					
ค่าเฉลี่ย	38.2	39.2	48.7	83.9	46.2
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	32.6	42.8	58.5	102.4	55.8
มัธยฐาน	24	30	30	36	30
ค่าน้อยที่สุด	3	1	1	1	1
ค่ามากที่สุด	96	198	240	365	365
จำนวน	13	93	72	15	193

ตารางที่ 15 ดัชนีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามเพศหญิง และอายุ

	หญิง				
	12-19	20-24	25-44	45-68	รวม
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวัน (กรัม/วัน) Average daily consumption: gm/day					
ค่าเฉลี่ย	26.9	18.7	22.7	50.8	21.7
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	28	21.1	44.7	10	32
มัธยฐาน	20.1	9.9	8.5	50.8	9.6
ค่าน้อยที่สุด	3.6	0.2	0.4	43.8	0.2
ค่ามากที่สุด	74.5	87.8	195.5	57.9	195.5
จำนวน	6	38	26	2	72
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (กรัม/วันที่ดื่ม) Average drinking intensity: gm/drinking day					
ค่าเฉลี่ย	67.2	78.5	70.5	117.8	75.7
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	30.7	62.5	91.1	84.7	72.4
มัธยฐาน	67.8	65.6	44.8	117.8	50.3
ค่าน้อยที่สุด	21.2	3.8	4.3	57.9	3.8
ค่ามากที่สุด	109.8	226.3	432.6	177.6	432.6
จำนวน	6	38	27	2	73
ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มทั้งปี (กรัม) Annual total consumption: gm					
ค่าเฉลี่ย	9,825.30	6,821.70	8,277.60	18,558.20	7,923.70
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	10,221.00	7,693.40	16,297.70	3,636.40	11,666.20
มัธยฐาน	7,327.30	3,602.60	3,114.10	18,558.20	3,497.90
ค่าน้อยที่สุด	1,318.00	78.5	142.7	15,986.90	78.5
ค่ามากที่สุด	27,195.10	32,057.00	71,373.60	21,129.50	71,373.60
จำนวน	6	38	26	2	72
จำนวนวันที่ดื่มหนักต่อปี Frequency of binge drinking per year					
ค่าเฉลี่ย	19.6	18.1	14.2	-	16.7
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	20.3	23.4	19.6	-	21.4
มัธยฐาน	12	10	10	-	10
ค่าน้อยที่สุด	1	2	1	-	1
ค่ามากที่สุด	50	96	86	-	96
จำนวน	5	29	21	-	55



ตารางที่ 16 ดัชนีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามสถานที่จำหน่าย/ดื่ม

	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม/ หมุ่กะทะ/ คาราโอเกะ	สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค	ซุ้มเหล้า/ ยาตอง	ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า	ที่พักที่ทำงาน/ งานเลี้ยง	รวม
ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวัน(กรัม/วัน)						
Mean	74.79	45.46	68.11	52.00	58.61	58.28
Std. Deviation	139.57	89.16	86.98	71.62	116.41	109.00
Median	42.08	23.72	43.87	31.33	23.62	29.62
Minimum	0.64	0.22	7.30	2.15	0.26	0.22
Maximum	1,033.50	700.27	412.81	287.87	976.11	1,033.50
N	73	101	26	32	103	335
ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม(กรัม/วันที่ดื่ม)						
Mean	152.90	123.38	100.47	106.88	115.73	124.01
Std. Deviation	228.81	121.18	118.55	186.02	135.31	160.39
Median	88.34	81.93	66.39	51.55	80.89	79.50
Minimum	5.42	3.83	29.61	13.08	0.61	0.61
Maximum	1,548.30	648.73	643.92	1,053.10	806.06	1,548.30
N	73	102	27	32	104	338
ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มทั้งปี(กรัม)						
Mean	27,300.13	16,592.95	24,861.14	18,981.12	21,394.14	21,272.18
Std. Deviation	50,943.85	32,544.24	31,749.52	26,139.82	42,490.60	39,785.34
Median	15,358.82	8,659.56	16,012.26	11,434.27	8,621.50	10,810.18
Minimum	233.14	78.51	2,664.48	785.07	96.65	78.51
Maximum	377,226.93	255,599.76	150,676.34	105,072.50	356,279.04	377,226.93
N	73	101	26	32	103	335
จำนวนวันที่ดื่มหนักต่อปี						
Mean	46.68	26.96	57.50	39.00	42.96	39.62
Std. Deviation	46.78	35.73	77.58	46.79	61.41	51.70
Median	36.00	12.00	25.50	28.50	17.50	23.00
Minimum	2.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00
Maximum	198.00	192.00	240.00	192.00	365.00	365.00
N	63	77	16	16	76	248

ความถี่ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาทั้งชาย และหญิงในเกือบทุกกลุ่มอายุมีความถี่ในการดื่มฯ ส่วนใหญ่ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ยกเว้นเพศชาย กลุ่มอายุ 25-44 ปี ส่วนใหญ่ดื่ม 3-4 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 29.1 เพศหญิงกลุ่มอายุ 25-44 ปี ส่วนใหญ่ดื่ม 2-3 วันต่อเดือน ร้อยละ 42.3 พิจารณาในแต่ละสถานที่จำหน่ายพบว่าความถี่ในการดื่มทุกวันในสถานที่จำหน่ายประเภทซุ้มเหล้าตอง ยาตอง เหล้าป่นส่วนใหญ่ร้อยละ 33.3 ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ร้อยละ 31.3 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะความถี่ในการดื่ม ส่วนใหญ่ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 31.5 สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้อยละ 39.8

ตารางที่ 17 ความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มฯ ใน 12 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามเพศ และกลุ่มอายุ-จำนวน (ร้อยละ)

	12-19 ปี		20-24 ปี		25-44 ปี		45-68 ปี		รวม	
ชาย	18		106		110		29		263	
1 วันต่อปี										
2-3 วันต่อปี										
4-6 วันต่อปี										
7-11 วันต่อปี 1	5.6	1	0.9	3	2.7			5	1.9	
1 วันต่อเดือน		2	1.9	5	4.5	1	3.4	8	3	
2-3 วันต่อเดือน	5	27.8	9	8.5	16	14.5	4	13.8	34	12.9
1-2 วันต่อสัปดาห์	6	33.3	40	37.7	19	17.3	7	24.1	72	27.4
3-4 วันต่อสัปดาห์	3	16.7	22	20.8	32	29.1	7	24.1	64	24.3
5-6 วันต่อสัปดาห์	2	11.1	15	14.2	19	17.3	3	10.3	39	14.8
ทุกวัน	1	5.6	17	16.0	16	14.5	7	24.1	41	15.6
หญิง	6		38		26		2		72	
1 วันต่อปี	-		-		-		-		-	
2-3 วันต่อปี	-		-		-		-		-	
4-6 วันต่อปี	-		-		-		-		-	
7-11 วันต่อปี		1	2.6	1	3.8			2	2.8	
1 วันต่อเดือน 1	16.7	1	2.6					2	2.8	
2-3 วันต่อเดือน	1	16.7	15	39.5	11	42.3			27	37.5
1-2 วันต่อสัปดาห์	1	16.7	15	39.5	7	26.9	1	50.0	24	33.3
3-4 วันต่อสัปดาห์	1	16.7	5	13.2	3	11.5			9	12.5
5-6 วันต่อสัปดาห์	1	16.7			2	7.7			3	4.2
ทุกวัน	1	16.7	1	2.6	2	7.7	1	50.0	5	6.9

ตารางที่ 18 ความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มขม ใน 12 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามสถานที่จำหน่าย/ดื่ม

ความถี่ของการดื่ม เครื่องดื่มขม ใน 12 เดือนที่ผ่านมา	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม/ หมูกะทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		ที่พัก/ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
	7-11 วันต่อปี	3	4.1					4	3.8	7	2.1	
1 วันต่อเดือน	2	2.7	2	1.9	1	3.7			5	4.8	10	2.9
2-3 วันต่อเดือน	9	12.3	30	29.1			7	21.9	15	14.3	61	17.9
1-2 วันต่อสัปดาห์	23	31.5	41	39.8	2	7.4	4	12.5	26	24.8	96	28.2
3-4 วันต่อสัปดาห์	14	19.2	17	16.5	9	33.3	6	18.8	27	25.7	73	21.5
5-6 วันต่อสัปดาห์	12	16.4	6	5.8	5	18.5	5	15.6	14	13.3	42	12.4
ทุกวัน	10	13.7	5	4.9	9	33.3	10	31.3	12	11.4	46	13.5

### ระดับความเสี่ยง และปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มต่อวัน

การจำแนกระดับความเสี่ยงตามปริมาณแอลกอฮอล์ ใช้ค่าดังนี้

ผู้ชายอายุ 20-59 ปี	เสี่ยงน้อย	= 1-40 กรัม
	เสี่ยงปานกลาง	= 41-60 กรัม
	เสี่ยงมาก	= 61-100 กรัม
	เสี่ยงรุนแรง	= >100 กรัม
ผู้หญิงอายุ 20-59 ปี	เสี่ยงน้อย	= 1-20 กรัม
	เสี่ยงปานกลาง	= 21-40 กรัม
	เสี่ยงมาก	= 41-60 กรัม
	เสี่ยงรุนแรง	= >60 กรัม

ผู้ชายอายุ <20 หรือ >60 ปี ใช้ค่าเท่ากับผู้หญิง

อัตราของตัวอย่างตามระดับความเสี่ยงแยกตามปริมาณการดื่มต่อวันจำแนกตามเพศ และกลุ่มอายุ เพศชายส่วนใหญ่มีระดับความเสี่ยงของการดื่มต่อวันที่ได้รับ คือ เสี่ยงน้อย ร้อยละ 53.9 โดยมากจะเป็นกลุ่มอายุ 45-65 ปี ร้อยละ 69.0 อายุ 25-44 ปี ร้อยละ 56.6 อายุ 20-24 ปี ร้อยละ 49.5 และอายุ 12-19 ปี ร้อยละ 38.9 อายุ 12-19 ปี เสี่ยงรุนแรงร้อยละ 33.3 อายุ 25-44 ปี เสี่ยงรุนแรงร้อยละ 31.2 เพศหญิงส่วนใหญ่มีระดับความเสี่ยงของการดื่มต่อวันที่ได้รับ คือ เสี่ยงน้อย ร้อยละ 65.2 โดยมากจะเป็นกลุ่มอายุ 25-44 ปี ร้อยละ 70.8 อายุ 20-24 ปี ร้อยละ 67.6 และอายุ 12-19 ปี ร้อยละ 50.0 และกลุ่มอายุนี้อายุ 16.7 ที่มีความเสี่ยงรุนแรง

ปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (กรัม/วันที่ดื่ม) Average drinking intensity : gm/drinking day เพศชายในกลุ่มอายุน้อย 20 ปี มีความเสี่ยงรุนแรงสูงถึง ร้อยละ 83.3 รองมากกลุ่มอายุ 20-24 ปี ร้อยละ 46.7 และ อายุ 25-44 ปี ร้อยละ 40.0 เช่นเดียวกับเพศหญิงอายุ 12-19 ปีมีความเสี่ยงรุนแรงสูงถึง ร้อยละ 66.7 รองมากกลุ่มอายุ 20-24 ปี ร้อยละ 52.6 อายุ 45-68 ปีร้อยละ 50.0 และ อายุ 25-44 ปี ร้อยละ 25.9

พิจารณาระดับความเสี่ยงตามปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวัน สถานที่จำหน่ายประเภท สถาน บันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมุกกระทะ คาราโอเกะ ที่ทำงาน ที่พัก งานเลี้ยง กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเสี่ยงรุนแรงถึงอันตรายเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นซุ้มเหล้าตอง ยาดอง เหล้าปั่น มีความเสี่ยงระดับมาก และร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้าระดับความเสี่ยงน้อย ความเสี่ยง ตามปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวันที่ดื่มทุกสถานที่จำหน่ายระดับความเสี่ยงน้อยมากกว่าร้อยละ 50.0

ตารางที่ 19 จำนวน และอัตราของตัวอย่างตามระดับความเสี่ยงแยกตามปริมาณการดื่มต่อวัน  
จำแนกตามเพศ และอายุ

ก. จำแนกตามปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวัน (กรัม/วัน) Average daily consumption : gm/day

	อายุ 12-19 ปี		อายุ 20-24 ปี		อายุ 25-44 ปี		อายุ 45-68 ปี		รวม	
ชาย	18		105		106		29		258	
เสี่ยงน้อย	7	(38.9)	52	(49.5)	60	(56.6)	20	(69.0)	139	(53.9)
เสี่ยงปานกลาง	5	(27.8)	24	(22.9)	13	(12.3)	3	(10.3)	45	(17.4)
เสี่ยงมาก	-	-	11	(10.5)	15	(14.2)	4	(13.8)	30	(11.6)
เสี่ยงรุนแรง	6	(33.3)	18	(17.1)	18	(17.0)	2	(6.9)	44	(17.1)
หญิง	6		34		24		2		66	
เสี่ยงน้อย	3	(50.0)	23	(67.6)	17	(70.8)	-	-	43	(65.2)
เสี่ยงปานกลาง	2	(33.3)	4	(11.8)	5	(20.8)	-	-	11	(16.7)
เสี่ยงมาก	-	-	5	(14.7)	-	-	2	(100.0)	7	(10.6)
เสี่ยงรุนแรง	1	(16.7)	2	(5.9)	2	(8.3)	-	-	5	(7.6)

ข. จำแนกตามปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (กรัม/วันที่ดื่ม) Average drinking intensity :  
gm/drinking day

	อายุ 12-19 ปี		อายุ 20-24 ปี		อายุ 25-44 ปี		อายุ 45-68 ปี		รวม	
ชาย	18		107		110		29		264	
เสี่ยงน้อย	1	(5.6)	12	(11.2)	22	(20.0)	5	(17.2)	40	(15.2)
เสี่ยงปานกลาง	-	-	11	(10.3)	15	(13.6)	6	(20.7)	32	(12.1)
เสี่ยงมาก	2	(11.1)	34	(31.8)	29	(26.4)	16	(55.2)	81	(30.7)
เสี่ยงรุนแรง	15	(83.3)	50	(46.7)	44	(40.0)	2	(6.9)	111	(42.0)
หญิง	6		38		27		2		73	
เสี่ยงน้อย	-	-	5	(13.2)	5	(18.5)	-	-	10	(13.7)
เสี่ยงปานกลาง	1	(16.7)	9	(23.7)	7	(25.9)	-	-	17	(23.3)
เสี่ยงมาก	1	(16.7)	4	(10.5)	8	(29.6)	1	(50.0)	14	(19.2)
เสี่ยงรุนแรง	4	(66.7)	20	(52.6)	7	(25.9)	1	(50.0)	32	(43.8)

(1) การจำแนกระดับความเสี่ยงตามปริมาณแอลกอฮอล์ ใช้ค่าดังนี้

ผู้ชายอายุ 20-59 ปี เสี่ยงน้อย = 1-40 กรัม เสี่ยงปานกลาง = 41-60 กรัม เสี่ยงมาก = 61-100 กรัม เสี่ยงรุนแรง = >100 กรัม

ผู้หญิงอายุ 20-59 ปี เสี่ยงน้อย = 1-20 กรัม เสี่ยงปานกลาง = 21-40 กรัม เสี่ยงมาก = 41-60 กรัม เสี่ยงรุนแรง = >60 กรัม

ผู้ชายอายุ <20 หรือ >60 ปี ใช้ค่าเท่ากับผู้หญิง

(2) ร้อยละคิดจากจำนวนตัวอย่างในกลุ่มอายุและเพศนั้น

ตารางที่ 20 จำนวน และอัตราของตัวอย่างตามระดับความเสี่ยงแยกตามปริมาณการดื่มต่อวัน และ ปริมาณการดื่มต่อวันที่ดื่มจำแนกตามสถานที่จำหน่าย/ดื่ม

	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม/ หมุ่กะทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		ที่พัก/ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ระดับความเสี่ยงจำแนกตามปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวัน(กรัม/วัน)(Sig. = 0.002)												
เสี่ยงน้อย	8	11.0	8	7.8	3	11.1	10	31.3	21	20.0	50	14.7
เสี่ยงปานกลาง	7	9.6	18	17.5	7	25.9	5	15.6	12	11.4	49	14.4
เสี่ยงมาก	25	34.2	22	21.4	12	44.4	9	28.1	27	25.7	95	27.9
เสี่ยงรุนแรง	33	45.2	54	52.4	5	18.5	8	25.0	43	41.0	143	42.1
ระดับความเสี่ยงจำแนกตามปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม(กรัม/วันที่ดื่ม)(Sig. = 0.003)												
เสี่ยงน้อย	31	42.5	64	62.1	11	40.7	22	68.8	54	51.4	182	53.5
เสี่ยงปานกลาง	16	21.9	14	13.6	4	14.8	4	12.5	18	17.1	56	16.5
เสี่ยงมาก	11	15.1	11	10.7	9	33.3	1	3.1	5	4.8	37	10.9
เสี่ยงรุนแรง	13	17.8	10	9.7	2	7.4	5	15.6	19	18.1	49	14.4

(1) การจำแนกระดับความเสี่ยงตามปริมาณแอลกอฮอล์ ใช้ค่าดังนี้

ผู้ชายอายุ 20-59 ปี เสี่ยงน้อย = 1-40 กรัม เสี่ยงปานกลาง = 41-60 กรัม เสี่ยงมาก = 61-100 กรัม เสี่ยงรุนแรง = >100 กรัม

ผู้หญิงอายุ 20-59 ปี เสี่ยงน้อย = 1-20 กรัม เสี่ยงปานกลาง = 21-40 กรัม เสี่ยงมาก = 41-60 กรัม เสี่ยงรุนแรง = >60 กรัม

ผู้ชายอายุ <20 หรือ >60 ปี ใช้ค่าเท่ากับผู้หญิง

(2) ร้อยละคิดจากจำนวนตัวอย่างในพื้นที่นั้น แยกตามเพศ

### สถานที่ เวลา โอกาสที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแหล่งที่มาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กลุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ทุกแขวง ทั้งเพศชาย - เพศหญิง และทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่ จะดื่มกับเพื่อน ญาติ เพื่อเข้าสังคม และจะดื่มในช่วงเวลาตอนเย็นถึงค่ำมากที่สุด โดยไม่เลือกโอกาสในการดื่ม ทุกสถานที่จำหน่ายมักจะดื่มช่วงเวลาตอนเย็นถึงค่ำร้อยละ 83.8 โดยไปดื่มกับดื่มกับเพื่อน เข้าสังคม และญาติ มากกว่าร้อยละ 50 ที่ดื่มโดยไม่เลือกโอกาส

ตารางที่ 21 แบบแผนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามเพศชายและอายุ

	ชาย				
	น้อยกว่า 20 ปี	20-24	25-44	45-68	รวม
ดื่มกับใคร	18	109	110	29	266
ดื่มคนเดียว	(0.0)	6(5.6)	17(15.3)	13(44.8)	36(13.5)
แฟน	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
ดื่มกับเพื่อน/เข้าสังคม/ญาติ	18(100.0)	101(93.5)	94(84.7)	16(55.2)	229(86.1)
อื่นๆ	(0.0)	1(0.9)	(0.0)	(0.0)	1(0.4)



	ชาย				
	น้อยกว่า 20 ปี	20-24	25-44	45-68	รวม
เวลาที่มักดื่ม	18	109	110	29	266
หลังเลิกงาน	(0.0)	7(6.4)	30(27.0)	8(27.6)	45(16.9)
ตอนเย็น/ค่ำ	17(94.4)	100(91.7)	78(70.3)	21(72.4)	216(80.9)
ก่อนนอน	1(5.6)	1(0.9)	3(2.7)	(0.0)	5(1.9)
อื่นๆ	(0.0)	1(0.9)	(0.0)	(0.0)	1(0.4)
โอกาสที่ดื่ม	18	109	110	29	266
เมื่อเข้าสังคม	2(11.1)	13(11.9)	12(10.8)	2(6.9)	29(10.9)
งานฉลองต่างๆ /มีความสุข	6(33.3)	15(13.8)	7(6.3)	2(6.9)	30(11.2)
ไม่เลือกโอกาส	6(33.3)	71(65.1)	72(64.9)	21(72.4)	170(63.7)
ไม่สบายใจ	1(5.6)	1(0.9)	5(4.5)	1(3.4)	8(3.0)
เทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	1(5.6)	2(1.8)	7(6.3)	1(3.4)	11(4.1)
อื่นๆ	2(11.1)	7(6.4)	8(7.2)	2(6.9)	19(7.1)

(ร้อยละคิดจากจำนวนคนในกลุ่มอายุและเพศนั้นที่ดื่มเครื่องดื่มฯ ภายใน 1 ปีที่ผ่านมา - ร้อยละตามคอลัมภ์)

#### ตารางที่ 22 แบบแผนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามเพศหญิงและอายุ

	หญิง				
	น้อยกว่า 20 ปี	20-24	25-44	45-68	รวม
ดื่มกับใคร	18	109	110	29	266
ดื่มคนเดียว	(0.0)	(0.0)	(1.0)	3.7(0.0)	(1.0)
แฟน	(0.0)	3(7.9)	(0.0)	(1.0)	50(4.0)
ดื่มกับเพื่อน/เข้าสังคม/ญาติ	6(100.0)	34(89.5)	(26.0)	96.3(1.0)	50(67.0)
อื่นๆ	(0.0)	1(2.6)	(0.0)	(0.0)	(1.0)
เวลาที่มักดื่ม	18	109	110	29	266
หลังเลิกงาน	(0.0)	1(2.7)	(1.0)	3.7(0.0)	(2.0)
ตอนเย็น/ค่ำ	6(100.0)	35(94.6)	(26.0)	96.3(2.0)	100(69.0)
ก่อนนอน	(0.0)	1(2.7)	(0.0)	(0.0)	(1.0)
อื่นๆ	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
โอกาสที่ดื่ม	18	109	110	29	266
เมื่อเข้าสังคม	1(16.7)	11(28.9)	(3.0)	11.1(0.0)	(15.0)
งานฉลองต่างๆ /มีความสุข	2(33.3)	6(15.8)	(12.0)	44.4(0.0)	(20.0)
ไม่เลือกโอกาส	3(50.0)	12(31.6)	(7.0)	25.9(2.0)	100(24.0)
ไม่สบายใจ	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
เทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	(0.0)	6(15.8)	(3.0)	11.1(0.0)	(9.0)
อื่นๆ	(0.0)	3(7.9)	(2.0)	7.4(0.0)	(5.0)

ตารางที่ 23 แบบแผนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามเพศชายและพื้นที่

	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/ หมูกระทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		ที่พักร/ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
เวลาที่มักดื่ม												
หลังเลิกงาน	9	12.3	2	1.9	8	29.6	9	28.1	19	18.1	47	13.8
ตอนเย็น/ค่ำ	61	83.6	98	95.1	19	70.4	23	71.9	84	80.0	285	83.8
ก่อนนอน	2	2.7	3	2.9	0	0.0	0	0.0	2	1.9	6	1.8
อื่นๆ	1	1.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
ดื่มกับใคร												
ดื่มคนเดียว	3	4.1	0	0.0	11	40.7	8	25.0	15	14.3	37	10.9
แฟน	1	1.4	1	1.0	1	3.7	0	0.0	1	1.0	4	1.2
ดื่มกับเพื่อน/เข้าสังคัม/ ญาติ	67	91.8	101	98.1	15	55.6	24	75.0	89	84.8	296	87.1
อื่นๆ	2	2.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.6
โอกาสที่ดื่ม												
เมื่อเข้าสังคัม	8	11.0	16	15.5	2	7.4	4	12.5	14	13.3	44	12.9
งานฉลองต่างๆ / มีความสุข	10	13.7	22	21.4	1	3.7	1	3.1	16	15.2	50	14.7
ไม่เลือกโอกาส	45	61.6	52	50.5	19	70.4	24	75.0	54	51.4	194	57.1
ไม่สบายใจ	3	4.1	1	1.0	1	3.7	0	0.0	3	2.9	8	2.4
เทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	2	2.7	5	4.9	1	3.7	3	9.4	9	8.6	20	5.9
อื่นๆ	5	6.8	7	6.8	3	11.1	0	0.0	9	8.6	24	7.1

### ความผิดปกติจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol-use disorders)

ความผิดปกติจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol-use disorders) เพศชายอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่มีระดับความเสี่ยงปานกลางมากกว่าร้อยละ 50 ไม่ดื่ม/เสี่ยงน้อยร้อยละ 38.9 และเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มอายุนี้เมื่อวัยรุ่นชายมีระดับความเสี่ยงในขั้นที่เสี่ยงมาก-อันตรายถึงกับเสพติด ในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่น โดยเฉพาะสถานที่จำหน่ายประเภทซุ้มเหล้าตอง ยาตอง เหล้าปั่น มี สัดส่วนของผู้ดื่มที่มีระดับความเสี่ยงเสี่ยงมาก-อันตรายถึงกับเสพติดสูงกว่าจุดจำหน่ายประเภทร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ประเภทสถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค และร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ตามลำดับ

ตารางที่ 24 จำนวน และร้อยละของความผิดปกติจากการดื่มเครื่องดื่มขม จำแนกตามเพศ และกลุ่มอายุ - จำนวน (ร้อยละ)

	อายุน้อยกว่า 20 ปี	อายุ 20-24 ปี	อายุ 25-44 ปี	อายุ 45-68 ปี	รวม
<b>ชาย</b>	18	109	111	29	267
ไม่ดื่ม/เสียงน้อย (0-7 คะแนน)	7(38.9)	12(11.0)	22(19.8)	11(37.9)	52(19.5)
เสียงปานกลาง (8-15 คะแนน)	5(27.8)	71(65.1)	61(55.0)	16(55.2)	153(57.3)
เสียงมาก (16-19 คะแนน)	4(22.2)	17(15.6)	24(21.6)	2(6.9)	47(17.6)
อันตรายเสพติด (>20 คะแนน)	2(11.1)	9(8.3)	4(3.6)	(0.0)	15(5.6)
<b>หญิง</b>	6	38	27	2	73
ไม่ดื่ม/เสียงน้อย (0-7 คะแนน)	2(33.3)	18(47.4)	19(70.4)	1(50.0)	40(54.8)
เสียงปานกลาง (8-15 คะแนน)	4(66.7)	14(36.8)	4(14.8)	1(50.0)	23(31.5)
เสียงมาก (16-19 คะแนน)	(0.0)	5(13.2)	4(14.8)	(0.0)	9(12.3)
อันตรายเสพติด (>20 คะแนน)	(0.0)	1(2.6)	(0.0)	(0.0)	1(1.4)

(ร้อยละคิดจากจำนวนตัวอย่างทั้งหมดในกลุ่มอายุและเพศนั้นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 12 เดือนที่ผ่านมา)

ตารางที่ 25 จำนวน และร้อยละของความผิดปกติจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามพื้นที่ - จำนวน (ร้อยละ)

	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/ หมูกระทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		ที่พัก/ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>ความผิดปกติจากการดื่มเครื่องดื่มขม</b>												
ไม่ดื่ม/เสียงน้อย (0-7 คะแนน)	16	21.9	30	29.1	7	25.9	5	15.6	34	32.4	92	27.1
เสียงปานกลาง (8-15 คะแนน)	42	57.5	51	49.5	10	37.0	19	59.4	54	51.4	176	51.8
เสียงมาก (16-19 คะแนน)	12	16.4	16	15.5	8	29.6	7	21.9	13	12.4	56	16.5
อันตราย-เสพติด (>20 คะแนน)	3	4.1	6	5.8	2	7.4	1	3.1	4	3.8	16	4.7

เพศหญิงปริมาณการดื่มเฉลี่ยต่อวันแปรผันตามความรุนแรงของภาวะการณ้ผิดปกติ ผู้ที่มีความเสี่ยงระดับอันตราย-ติดแอลกอฮอล์ (คะแนน AUDIT >20) จะดื่มในปริมาณมากที่สุดเฉลี่ย 214.8 กรัมต่อวันที่ดื่ม ผู้ที่ดื่มสุราแบบอันตราย (Harmful drinker) หรือผู้ที่มีความเสี่ยงสูงมากจากการดื่มสุรา (High risk drinker) คะแนน AUDIT 16-19 จะดื่มในปริมาณมากที่สุดเฉลี่ย 120.4 กรัมต่อวันที่ดื่ม (ตาราง 32-33) เพศชายมีความเสี่ยงระดับอันตราย-ติดแอลกอฮอล์ (คะแนน AUDIT >20) จะดื่มในปริมาณมากที่สุดเฉลี่ย 144.6 กรัมต่อวัน ผู้ที่ดื่มสุราแบบอันตราย (Harmful drinker) หรือผู้ที่มีความเสี่ยงสูงมากจากการดื่มสุรา (High risk drinker) คะแนน AUDIT 16-19 จะดื่มในปริมาณมากที่สุดเฉลี่ย 184.7 กรัมต่อวันที่ดื่ม

ผู้ที่ดื่มที่ทำงาน ที่พัก งานเลี้ยงมีความเสี่ยงระดับอันตราย-ติดแอลกอฮอล์ (คะแนน AUDIT >20) จะดื่มในปริมาณมากที่สุดเฉลี่ย 273.5 กรัมต่อวัน สถานที่จำหน่ายประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ จะดื่มในปริมาณมากที่สุดเฉลี่ย 231.72 กรัมต่อวัน สถานที่จำหน่ายประเภทซุ้มเหล้าตอง ยาตอง เหล้าปั่น ผู้ที่ดื่มสุราที่มีความเสี่ยงสูงมากจากการดื่มสุราคะแนน AUDIT 16-19 จะดื่มในปริมาณมากที่สุดเฉลี่ย 96.68 กรัมต่อวัน

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ในกลุ่มผู้ที่มีความเสี่ยงระดับอันตราย-ติดแอลกอฮอล์มีจำนวนวันที่ดื่มหนักเฉลี่ย 60.67วันต่อปี สถานที่บันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ผู้ที่มีความเสี่ยงระดับอันตราย-ติดแอลกอฮอล์มีจำนวนวันที่ดื่มหนักเฉลี่ย 60 วันต่อปี ซุ้มเหล้าตอง ยาตอง เหล้าปั่น ผู้ที่มีความเสี่ยงสูงมากจากการดื่มสุรา มีจำนวนวันที่ดื่มหนักเฉลี่ย 108.50 วันต่อปี ที่ทำงาน ที่พัก งานเลี้ยง ผู้ที่มีความเสี่ยงสูงมากจากการดื่มสุรา มีจำนวนวันที่ดื่มหนักเฉลี่ย 62.38 วันต่อปี

ตารางที่ 26 ปริมาณ และความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มข ในผู้ที่มีความผิดปกติจากการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แยกตามเพศ

คะแนน AUDIT	ชาย				หญิง			
	0-7	8-15	16-19	>20	0-7	8-15	16-19	>20
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวัน (กรัม/วัน) Average daily consumption: gm/day								
ค่าเฉลี่ย	31.3	69.9	81.7	144.6	9.2	24.7	62.9	70.6
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	63.3	117.1	96.4	268.0	10.9	20.8	65.7	
มัธยฐาน	8.8	37.1	48.5	32.8	4.5	19.0	34.6	70.6
ค่าน้อยที่สุด	0.3	1.3	10.2	12.7	0.2	3.8	9.5	70.6
ค่ามากที่สุด	318.2	1033.5	433.8	976.1	44.3	74.5	195.5	70.6
จำนวน	52	151	46	14	39	23	9	1
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (กรัม/วันที่ดื่ม) Average drinking intensity: gm/drinking day								
ค่าเฉลี่ย	92.1	136.8	184.7	154.4	58.9	81.5	120.4	214.8
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	93.7	159.4	260.0	195.7	59.0	53.9	126.5	
มัธยฐาน	66.3	87.1	95.0	101.5	40.1	63.4	84.3	214.8
ค่าน้อยที่สุด	0.6	13.1	31.7	25.4	3.8	9.7	14.8	214.8
ค่ามากที่สุด	400.5	1175.2	1548.3	806.1	272.8	226.3	432.6	214.8
จำนวน	52	152	46	15	40	23	9	1
จำนวนวันที่ดื่มหนักต่อปี Frequency of binge drinking per year								
ค่าเฉลี่ย	23.7	45.4	66.4	53.1	10.4	15.3	34.7	96.0
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	27.7	56.3	68.1	39.6	11.6	14.5	35.7	

คะแนน AUDIT	ชาย				หญิง			
	0-7	8-15	16-19	>20	0-7	8-15	16-19	>20
มัธยฐาน	12.5	30.0	40.0	56.0	8.0	10.0	25.0	96.0
ค่าน้อยที่สุด	1.0	1.0	3.0	1.0	1.0	1.0	3.0	96.0
ค่ามากที่สุด	96.0	365.0	240.0	96.0	48.0	50.0	86.0	96.0
จำนวน	30	120	35	8	28	19	7	1

ตารางที่ 27 ปริมาณ และความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มข ในผู้ที่มีความผิดปกติจากการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แยกตามพื้นที่

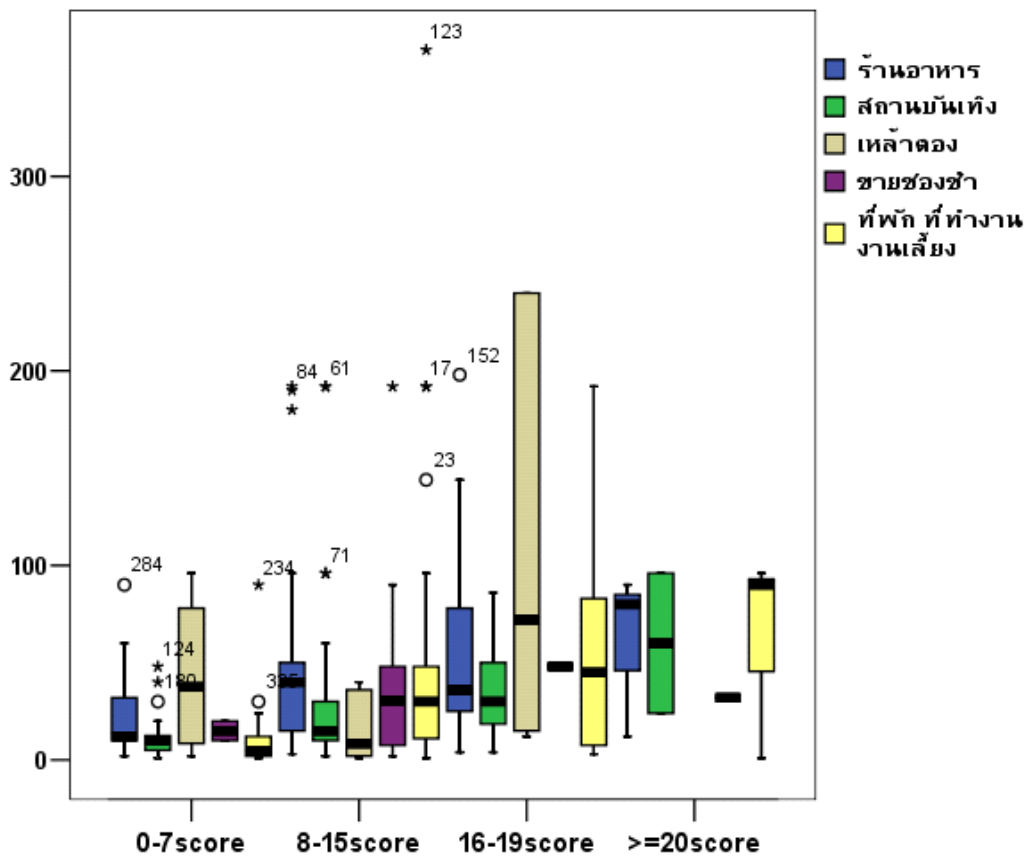
	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/หูกะทะ/คาราโอเกะ				สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค			
	0-7	8-15	16-19	>20	0-7	8-15	16-19	>20
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวัน (กรัม/วัน) Average daily consumption: gm/day								
Mean	13.96	86.74	74.87	231.72	20.36	60.43	47.72	40.58
Std Deviation	19.67	166.07	52.10	220.27	57.26	113.68	48.22	27.65
Median	5.13	46.92	55.31	194.67	6.71	28.94	34.57	28.47
Minimum	0.64	1.30	29.20	32.33	0.22	2.83	9.49	12.65
Maximum	73.56	1,033.50	206.51	468.17	318.22	700.27	195.54	79.53
Valid N	N=16	N=42	N=12	N=3	N=30	N=50	N=15	N=6
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (กรัม/วันที่ดื่ม) Average drinking intensity: gm/drinking day								
Mean	77.63	142.83	270.33	225.72	93.85	132.81	157.83	104.82
Std Deviation	77.44	189.90	416.19	98.32	105.91	131.38	126.55	63.36
Median	56.18	88.60	111.96	245.01	53.29	87.18	123.71	106.26
Minimum	5.42	13.08	59.19	119.19	3.83	9.73	14.80	25.38
Maximum	291.85	1,175.16	1,548.30	312.97	400.51	648.73	432.57	214.82
Valid N	N=16	N=42	N=12	N=3	N=30	N=51	N=15	N=6
จำนวนวันที่ดื่มหนักต่อปี Frequency of binge drinking per year								
Mean	26.00	47.57	59.42	60.67	12.09	30.98	37.09	60.00
Std Deviation	27.41	47.10	58.33	42.44	12.10	43.13	27.87	50.91
Median	12.00	40.00	36.00	80.00	10.00	15.00	30.00	60.00
Minimum	2.00	3.00	4.00	12.00	1.00	2.00	4.00	24.00
Maximum	90.00	192.00	198.00	90.00	48.00	192.00	86.00	96.00
Valid N	N=11	N=37	N=12	N=3	N=23	N=41	N=11	N=2
ซุ้มเหล้า/ยาตอง				ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้า				
	0-7	8-15	16-19	>20	0-7	8-15	16-19	>20
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวัน (กรัม/วัน) Average daily consumption: gm/day								
Mean	80.88	39.96	96.68	31.72	19.47	66.81	38.15	30.24
Std Deviation	93.53	20.75	128.66	.	25.77	89.53	11.45	.
Median	43.80	40.05	56.62	31.72	9.97	30.93	31.72	30.24
Minimum	18.98	7.30	30.56	31.72	3.19	2.15	25.31	30.24
Maximum	284.70	73.32	412.81	31.72	65.07	287.87	57.17	30.24
Valid N	N=7	N=10	N=8	N=1	N=5	N=19	N=7	N=1
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (กรัม/วันที่ดื่ม) Average drinking intensity: gm/drinking day								
Mean	99.42	78.07	140.62	55.51	54.39	145.39	45.58	66.90



	ซุ่มเหล้า/ยาแดง				ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้า			
	0-7	8-15	16-19	>20	0-7	8-15	16-19	>20
Std Deviation	62.59	50.83	205.47	33.64	33.99	235.29	17.07	.
Median	94.33	58.00	68.08	55.51	43.15	63.89	36.77	66.90
Minimum	29.61	47.58	31.72	31.72	13.08	23.36	31.72	66.90
Maximum	190.32	213.16	643.92	79.30	101.50	1,053.10	72.96	66.90
Valid N	N=7	N=10	N=8	N=2	N=5	N=19	N=7	N=1
Mean	43.25	16.00	108.50	57.50	42.83	48.00	32.00	39.00
Std Deviation	43.06	17.40	106.26	77.58	53.37	.	.	46.79
Median	37.50	8.50	72.00	25.50	30.50	48.00	32.00	28.50
Minimum	2.00	1.00	12.00	1.00	2.00	48.00	32.00	2.00
Maximum	96.00	40.00	240.00	240.00	192.00	48.00	32.00	192.00
Valid N	N=4	N=6	N=6	N=16	N=12	N=1	N=1	N=16

	ที่พักที่ทำงาน/งานเลี้ยง			
	0-7	8-15	16-19	>20
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวัน (กรัม/วัน) Average daily consumption: gm/day				
Mean	14.81	52.56	28.36	273.50
Std Deviation	33.72	55.23	34.03	468.50
Median	6.35	36.19	68.33	43.83
Minimum	0.26	6.26	22.53	30.24
Maximum	193.43	263.35	33.76	976.11
Valid N	N=33	N=53	N=13	N=4
ปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อวันที่ดื่ม (กรัม/วันที่ดื่ม) Average drinking intensity: gm/drinking day				
Mean	62.25	119.75	194.25	261.80
Std Deviation	65.79	103.19	210.15	363.25
Median	43.66	94.21	136.87	87.13
Minimum	0.61	23.29	32.10	66.90
Maximum	272.79	659.78	743.68	806.06
Valid N	N=34	N=53	N=13	N=4
จำนวนวันที่ดื่มหนักต่อปี Frequency of binge drinking per year				
Mean	48.74	62.25	62.33	42.96
Std Deviation	68.49	67.02	53.20	61.41
Median	30.00	45.00	90.00	17.50
Minimum	1.00	3.00	1.00	1.00
Maximum	365.00	192.00	96.00	365.00
Valid N	N=43	N=12	N=3	N=76

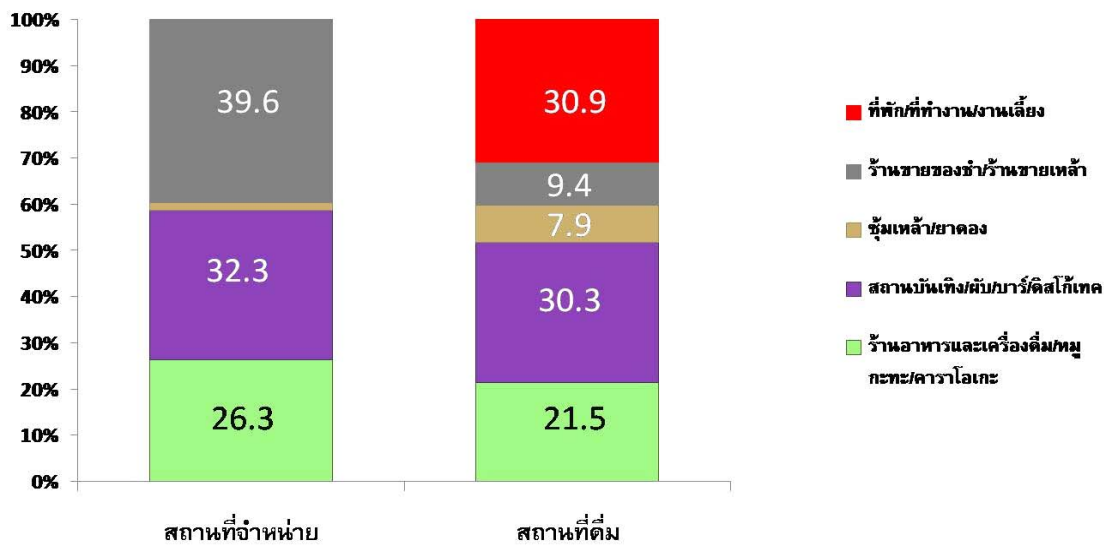
ภาพ 19 จำนวนวันที่ดื่มหนักต่อปี



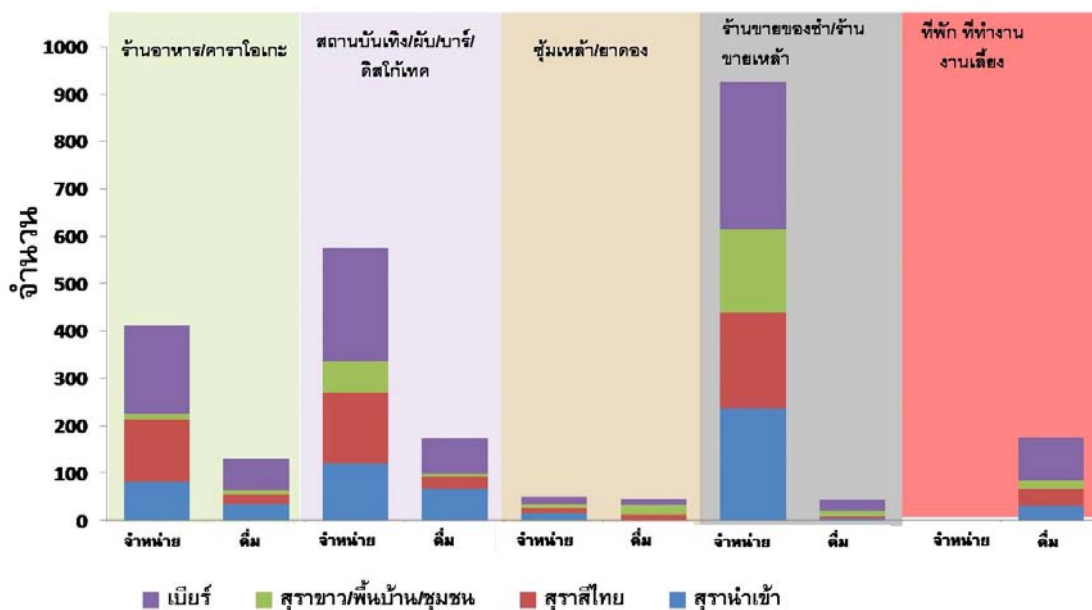
### ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่จำหน่ายและพฤติกรรมการดื่ม

สถานที่จำหน่ายและพฤติกรรมการดื่มมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(Sig.=0.000) คือ สถานที่จำหน่ายประเภทร้านขายของชำ ร้านค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ และร้านขายเหล้าเมื่อเปรียบเทียบจากจำนวนจุดจำหน่ายทั้งหมดมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 39.6 รองมาคือ สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้อยละ 32.3 และร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ร้อยละ 26.3 ในขณะที่สัดส่วนของสถานที่ดื่มมากที่สุดคือ ที่พัก ที่ทำงานและงานเลี้ยง ร้อยละ 30.9 รองมา คือ สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้อยละ 30.3 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ร้อยละ 21.5

ภาพ 20 แสดงสัดส่วนของจุดจำหน่ายและสถานที่นิยมไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



ภาพ 21 แสดงสัดส่วนของประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จุดจำหน่ายและสถานที่นิยมไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



**ปัญหา และผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol-related problems and consequences)**

ปัญหาที่มีการตอบสูงสุดที่ศึกษาของพื้นที่เทศบาลนครเชียงใหม่ คือ ปัญหาทางการเงิน ร้อยละ 53.8 รองมา ได้แก่ ผลเสียต่อการทำงาน การเรียน หรือโอกาสที่จะได้งานทำ ร้อยละ 45.9 รู้สึกผิด หรือเสียใจ หลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 35.3 เคยมีปัญหาทางสุขภาพร่างกายที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 35.0 ทะเลาะวิวาทขณะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 29.7 ผลเสียต่อความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงหรือชีวิตสังคม ร้อยละ 29.7 เมื่อพิจารณาจำนวนข้อที่ตอบว่ามีผลกระทบ 3 ข้อขึ้นไป ร้อยละ 62.1(ร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะร้อยละ 64.4 สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้อยละ 64.1

ซุ้มเหล้าตอง ยาดอง เหล้าปั่น ร้อยละ 55.6 ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ร้อยละ 81.3 และที่פקที่ทำงาน งานเลี้ยง ร้อยละ 54.3)

สถานที่จำหน่ายประเภทซุ้มเหล้าตอง ยาดอง เหล้าปั่น มีสัดส่วนของผู้ดื่มที่มีระดับความเสี่ยงเสี่ยงมาก-อันตรายถึงกับเสพติดสูงกว่าจุดจำหน่ายประเภทร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้าประเภทสถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค และร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ตามลำดับ

ตารางที่ 28 อัตราการตอบยอมรับต่อคำถามเรื่องปัญหา และผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายข้อ (ร้อยละ)

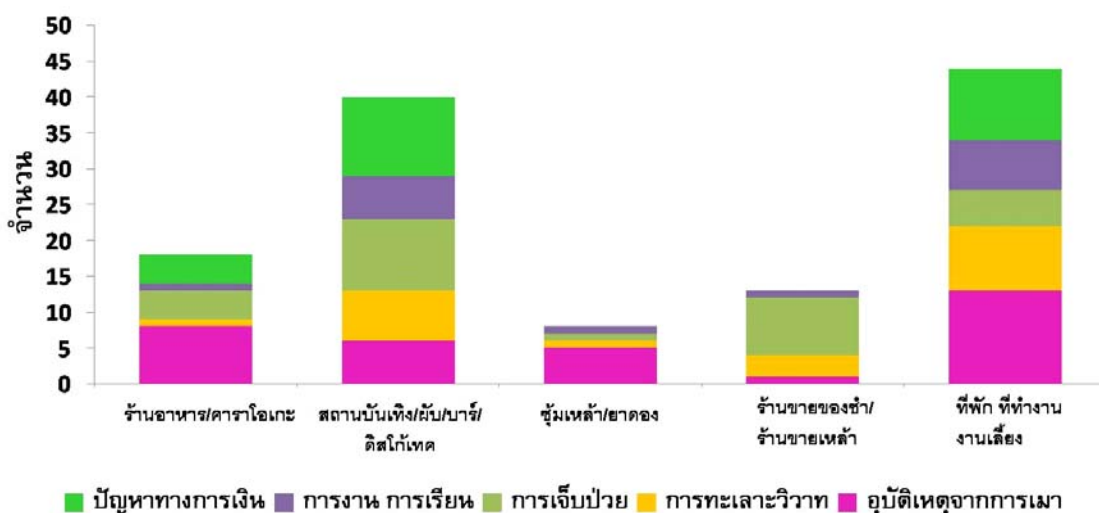
	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/ หมูกระทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ ยาดอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		ที่פקที่ทำงาน/ งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ผลเสียต่อชีวิตสมรส หรือความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนรัก	12	16.4	18	17.5	12	44.4	13	40.6	23	21.9	78	22.9
ผลเสียต่อความสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัวรวมทั้งลูก	18	24.7	15	14.6	12	44.4	14	43.8	23	21.9	82	24.1
ผลเสียต่อความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงหรือชีวิตสังคม	19	26.0	24	23.3	7	25.9	17	53.1	15	14.3	82	24.1
เคยทะเลาะวิวาทขณะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	24	32.9	35	34.0	8	29.6	12	37.5	22	21.0	101	29.7
เคยมีปัญหาทางกฎหมายเนื่องจากการขับรถหลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	7	9.6	10	9.7	5	18.5	3	9.4	5	4.8	30	8.8
ผลเสียต่อการทำงาน การเรียน หรือโอกาสที่จะได้งานทำ	31	42.5	56	54.4	13	48.1	18	56.3	38	36.2	156	45.9
ผลเสียต่อการทำงานบ้าน	18	24.7	37	35.9	12	44.4	15	46.9	19	18.1	101	29.7
ปัญหาทางการเงิน	44	60.3	60	58.3	11	40.7	21	65.6	47	44.8	183	53.8
เคยมีปัญหาทางสุขภาพร่างกายที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	24	32.9	44	42.7	8	29.6	13	40.6	30	28.6	119	35.0
เคยรู้สึกผิด หรือเสียใจหลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	22	30.1	43	41.7	7	25.9	12	37.5	36	34.3	120	35.3
เคยมีปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2	2.7	6	5.8	3	11.1	1	3.1	5	4.8	17	5.0

	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม/ หมูกระทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ ผับ/บาร์/ ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		ที่พัก/ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
เคยตกงานหรือเกือบออก จากงานเนื่องจากการดื่ม เครื่องดื่มฯ	6	8.2	3	2.9	3	11.1	5	15.6	2	1.9	19	5.6
คู่ครองของคุณเคยบอกว่า จะเลิกกับเพราะการดื่ม เครื่องดื่มฯ	12	16.4	11	10.7	5	18.5	7	21.9	11	10.5	46	13.5
เคยรู้สึกไม่พอใจเพราะมี คนวิจารณ์เกี่ยวกับการดื่ม เครื่องดื่มฯ	16	21.9	23	22.3	11	40.7	11	34.4	30	28.6	91	26.8

ตารางที่ 29 จำนวนคน และร้อยละของคนที่มีผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
จำแนกตามอายุ และเพศ - จำนวน (ร้อยละ)

	12-19 ปี	20-24 ปี	25-44 ปี	45-68 ปี	รวม
ชาย	18	109	110	29	266
ไม่มีปัญหา/ผลกระทบเลย	1(5.6)	17(15.6)	20(18.2)	6(20.7)	44(16.5)
มีผลกระทบ 1-2 ข้อ	5(27.8)	15(13.8)	22(20.0)	5(17.2)	47(17.7)
มีผลกระทบ 3 ข้อขึ้นไป	12(66.7)	77(70.6)	68(61.8)	18(62.1)	175(65.8)
หญิง	6	38	27	2	73
ไม่มีปัญหา/ผลกระทบเลย	1(16.7)	1(2.6)	10(37.0)		12(16.4)
มีผลกระทบ 1-2 ข้อ	2(33.3)	16(42.1)	6(22.2)	1(50.0)	25(34.2)
มีผลกระทบ 3 ข้อขึ้นไป	3(50.0)	21(55.3)	11(40.7)	1(50.0)	36(49.3)

ภาพ 22 ผลกระทบที่เคยได้รับหลังจากการดื่มสุรา





ผู้ที่เคยได้รับผลกระทบจากการดื่มเคย์คีมที่มีแอลกอฮอล์ในชีวิตร้อยละ 64.7 โดยส่วนใหญ่เป็นอุบัติเหตุจากการเมาสุราหลังจากที่ดื่มจากร้านอาหารและเครื่องดื่ม คาราโอเกะ ชุ้มเหล้า ยาดอง เหล้าปั่น และที่פק ที่ทำงาน งานเลี้ยง สำหรับสถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ผลกระทบส่วนใหญ่คือ ปัญหาทางการเงิน รองมาคือ ปัญหาต่อสุขภาพ เช่น ปวดหัว ปวดท้อง ปวดหลัง และเมื่อยตามตัว ทะเลาะวิวาท สถานที่จำหน่าย ประเภทร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ส่วนใหญ่จะเป็นการเจ็บป่วยทางร่างกาย และการทะเลาะวิวาท

### ปัจจัยทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาดทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่จำหน่ายแตกต่างกัน คือ

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกในระดับมากเนื่องจากชอบในรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความสะดวกในการดื่ม ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีแฉงราคาแน่นอนหรือติดป้ายชัดเจน ราคาที่จำหน่ายเป็นราคาโปรโมชั่น สถานที่ไปมาได้สะดวก บรรยากาศความสะอาดภายในร้านดี และสามารถซื้อดื่มได้ตลอดเวลา

ประเภทสถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกในระดับมากเนื่องจากราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีแฉงราคาแน่นอนหรือติดป้ายชัดเจน ราคาที่จำหน่ายเป็นราคาโปรโมชั่น สถานที่ไปมาได้สะดวก บรรยากาศความสะอาดภายในร้านดี และสามารถซื้อดื่มได้ตลอดเวลา

ประเภทชุ้มเหล้าดอง ยาดอง เหล้าปั่น ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ไม่สามารถนำมาใช้ในกลุ่มผู้ใช้บริการสถานที่จำหน่ายลักษณะนี้เนื่องจากกลุ่มตั้งอย่งที่ใช้บริการเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำและมีกำลังซื้อน้อย

ประเภทร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านด้านการส่งเสริมทางการตลาด เช่น การโฆษณาโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร ป้ายโฆษณาทั้งภายนอกและภายในร้าน พนักงานส่งเสริมการขาย การจัดแสดงสินค้า ณ จุดจำหน่าย มีการชิงโชคและแจกรางวัล มีของแถม การเพิ่มปริมาณเป็นพิเศษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาในช่วงเทศกาลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกของกลุ่มตัวอย่างในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด

ตารางที่ 30 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ด้านผลิตภัณฑ์	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม/หมูกระทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ผับ/ บาร์/ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		ที่พัก/ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง	
	มาก	3.7±1.0	ปานกลาง	3.3±1.1	ปานกลาง	2.9±1.3	ปานกลาง	3.2±1.1	มาก	3.6±1.0
ชอบในรสชาติ	มาก	3.7±1.0	ปานกลาง	3.3±1.1	ปานกลาง	2.9±1.3	ปานกลาง	3.2±1.1	มาก	3.6±1.0
มีปริมาณมาก	ปานกลาง	2.8±1.2	ปานกลาง	2.9±1.0	น้อย	2.1±1.1	น้อย	2.6±1.1	ปานกลาง	3.0±1.0
เป็นที่ยอมรับ(ชื่อเสียง ของตราหมีห้อย)	ปานกลาง	3.3±1.1	ปานกลาง	3.3±1.0	น้อย	2.6±1.3	ปานกลาง	2.7±1.1	ปานกลาง	3.3±1.1
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ปานกลาง	2.7±1.1	ปานกลาง	2.7±1.0	ที่ ที่สุด	1.7±0.9	น้อย	2.3±0.9	น้อย	2.6±1.1
รูปร่าง สี สัน	ปานกลาง	2.6±1.2	ปานกลาง	2.9±1.0	ที่ ที่สุด	1.8±0.9	น้อย	2.2±0.9	น้อย	2.6±1.0
มีความสะดวกในการดื่ม	มาก	3.5±1.2	ปานกลาง	3.4±0.9	ปานกลาง	2.8±1.2	ปานกลาง	2.8±1.2	ปานกลาง	3.3±1.0
สินค้ามีความหลากหลาย รูปแบบ รสชาติ	ปานกลาง	2.9±1.3	ปานกลาง	2.9±1.0	น้อย	1.9±0.9	น้อย	2.6±0.9	ปานกลาง	2.8±1.1
ด้านราคา										
ความคุ้มค่าต่อราคา : ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	มาก	3.7±1.1	มาก	3.7±1.0	ปานกลาง	3.1±1.1	ปานกลาง	3.1±1.2	มาก	3.7±1.0
แจ้งราคาแน่นอน : มีการบอกราคา หรือ ติดป้ายชัดเจน	มาก	3.6±1.0	มาก	3.7±1.0	ปานกลาง	2.8±0.9	ปานกลาง	3.1±1.0	ปานกลาง	3.3±1.1
มีราคาโปรโมชั่น	มาก	3.6±1.2	มาก	3.8±1.0	น้อย	2.5±1.0	ปานกลาง	2.8±1.2	ปานกลาง	3.2±1.2
ด้านการจัดจำหน่าย										
ไปมาสะดวก	มาก	3.6±1.0	มาก	3.6±1.0	ปานกลาง	3.1±1.0	ปานกลาง	2.8±1.1		3.4±0.9
ที่จอดรถหาง่าย/ กว้างขวาง	ปานกลาง	3.4±1.0	มาก	3.5±0.9	ปานกลาง	2.7±0.9	ปานกลาง	2.8±1.0	ปานกลาง	3.1±1.0
บรรยากาศภายในร้านดี	มาก	3.8±0.9	มาก	4.2±0.8	ปานกลาง	2.7±0.9	ปานกลาง	2.8±1.2	ปานกลาง	3.4±1.0
สามารถซื้อดื่มได้ ตลอดเวลา	มาก	3.7±1.0	มาก	3.7±1.0	ปานกลาง	2.8±0.9	ปานกลาง	3.1±1.1	ปานกลาง	3.4±1.1
ความสะดวกของร้านค้า	มาก	3.7±0.9	มาก	4.0±0.9	ปานกลาง	2.9±0.8	ปานกลาง	2.7±1.1	ปานกลาง	3.3±1.0
ด้านการส่งเสริมทาง การตลาด										

	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม/หมูกระทะ/ คาราโอเกะ		สถานบันเทิง/ผับ/ บาร์/ดิสโก้เทค		ซุ้มเหล้า/ยาตอง		ร้านขายของชำ/ ร้านสะดวกซื้อ/ ร้านขายเหล้า		ที่พัก/ที่ทำงาน/ งานเลี้ยง	
ด้านผลิตภัณฑ์										
ด้านการส่งเสริมทาง การตลาด										
ดูจากโฆษณาโทรทัศน์	น้อย	2.6±1.2	น้อย	2.5±1.2	น้อย ที่สุด	1.7±1.0	น้อย ที่สุด	1.8±0.8	น้อย	2.6±1.1
ดูจากโฆษณา หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	น้อย	2.4±1.2	น้อย	2.4±1.1	น้อย ที่สุด	1.7±1.0	น้อย ที่สุด	1.8±0.8	น้อย	2.3±1.0
ดูจากป้ายโฆษณา	น้อย	2.5±1.2	น้อย	2.5±1.2	น้อย ที่สุด	1.6±0.9	น้อย ที่สุด	1.8±0.9	น้อย	2.4±1.0
ดูจากป้ายโฆษณา ภายในร้าน	น้อย	2.5±1.1	น้อย	2.5±1.0	น้อย ที่สุด	1.5±0.8	น้อย ที่สุด	1.8±0.9	น้อย	2.3±1.0
พนักงานส่งเสริม การขาย	ปาน กลาง	3.3±1.4	ปาน กลาง	3.1±1.3	น้อย	2.0±1.2	น้อย	2.2±1.3	ปาน กลาง	2.7±1.3
การจัดแสดงสินค้า ณ จุดจำหน่าย	น้อย	2.5±1.1	น้อย	2.6±0.9	น้อย	1.9±0.9	น้อย	2.0±0.9	น้อย	2.5±1.0
มีการชิงโชคและ แจกรางวัล	น้อย	2.3±1.2	ปาน กลาง	2.7±1.0	น้อย ที่สุด	1.7±0.9	น้อย	1.9±0.9	น้อย	2.6±1.0
มีของแถม	น้อย	2.5±1.2	ปาน กลาง	2.8±1.0	น้อย	1.9±1.1	น้อย	1.9±0.9	ปาน กลาง	2.7±1.1
การเพิ่มปริมาณเป็น พิเศษของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	ปาน กลาง	2.7±1.3	ปาน กลาง	3.1±1.0	น้อย	2.4±1.1	น้อย	2.1±1.1	ปาน กลาง	2.8±1.1
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ใหม่ๆออกมาในช่วง เทศกาล	ปาน กลาง	2.9±1.3	ปาน กลาง	2.7±1.1	น้อย ที่สุด	1.9±1.0	น้อย	2.0±1.0	น้อย	2.4±0.9

\* Sig. < 0.05



## บทที่ 4 : สรุปผล

### การจำหน่าย และการกระจายตัวของจุดจำหน่าย

จุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีทั้งหมด 1,083 แห่ง การกระจายตัวแบบเกาะกลุ่ม (Clustered Distribution) โดยแยกประเภทสถานบันเทิง ร้านคาราโอเกะ ร้านสะดวกซื้อ ร้านผับ และบาร์ ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านหมูกระทะ ร้านขายของชำ/ค้าปลีก ร้านขายสุราโดยเฉพาะมีการกระจายตัวแบบเกาะกลุ่ม (Clustered Distribution) ร้านลานเบียร์ กระจายแบบเป็นระเบียบหรือห่างกัน (Uniform/Dispersed Distribution) ร้านเหล้าตอง/ซุ้ม/รถเข็น กระจายแบบสุ่มหรือไม่เป็นระเบียบ (Random Distribution) จุดจำหน่ายที่จำหน่ายในช่วงเวลาที่กฎหมายกำหนดมีไม่ถึงร้อยละ 20 ของจำนวนจุดจำหน่ายทั้งหมด ชนิดเครื่องดื่มที่จำหน่ายเกือบทุกร้านมีการจำหน่ายเบียร์ สำหรับสุรา มีสัดส่วนของการจำหน่ายสุรานำเข้าพอ ๆ กับสุราที่ผลิตในประเทศ สุราที่มีจำหน่ายมากที่สุดคือ สุราเกรดเชกกันดาร์ และสุราสีของไทย การส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ บริษัทผู้จัดจำหน่ายสุราแต่ละยี่ห้อจะมีป้ายโฆษณาต่าง ๆ ให้รวมถึงการให้งบประมาณในการจัดทำป้ายชื่อร้าน ที่มีชื่อร้านปรากฏอยู่ในป้ายเพียง 1/4 ของพื้นที่ทั้งหมด ในส่วนของจุดจำหน่ายที่เป็นสถานบันเทิง ผับ บาร์ คาราโอเกะ ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม หมูกระทะ มีพนักงานส่งเสริมการขาย (PG) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ละยี่ห้อมาช่วย อีกทั้งในส่วนของ การให้ส่วนลดราคาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ แกมของที่ระลึกที่มีตราสินค้า จากวิธีการส่งเสริมการตลาดดังกล่าวจึงส่งผลให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้รับผลกระทบจากการห้ามโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

เพศชายเริ่มดื่มในช่วงอายุน้อยกว่าเพศหญิง และมีช่วงอายุที่เริ่มดื่มต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ คือ 12-19 ปี กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 97 เป็นผู้ดื่มในปัจจุบันหรือดื่มใน 30 วันที่ผ่านมา ซึ่งเพศหญิง มีสัดส่วนการดื่มมากกว่าเพศชายเล็กน้อย ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เคยดื่มมากที่สุด คือ เบียร์ เหล้าแดง และเหล้าขาว ชนิดเครื่องดื่มที่นิยมดื่มในปัจจุบันนิยมดื่มเบียร์มากที่สุด รองมาคือเหล้าแดง ในสถานที่ประเภทร้านอาหาร เครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า และที่พักร้านอาหาร งานเลี้ยง สำหรับสถานที่จำหน่ายประเภทซุ้มเหล้า ยาดอง เหล้าบ้านนิยมดื่มมากที่สุด คือ เหล้าแดง รองมา คือ เบียร์ ซึ่งจะดื่มกับเพื่อน ญาติ เพื่อเข้าสังคม และจะดื่มในช่วงเวลาตอนเย็นถึงค่ำมากที่สุด โดยไม่เลือกโอกาสในการดื่ม รายงานว่าภายในเวลา 1 ปีที่ผ่านมาบางครั้งเคยดื่มหนัก เช่น ดื่มเบียร์มากกว่า 6 กระป๋องหรือ 3 ขวดใหญ่ หรือเหล้ามากกว่า 5 แก้วหรือครึ่งแบน หรือไวน์มากกว่า 5 แก้วหรือครึ่งขวดต่อครั้ง (Binge drinking) เพศชายและหญิง มีสัดส่วนการดื่มที่ใกล้เคียงกัน คือ มากกว่าร้อยละ 70.0 เพศหญิงที่มีการดื่มหนักจะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25-44 ปี เพศชายกระจายทุกช่วงอายุเป็นที่น่าสังเกตคือ ช่วงอายุ 20-24 ปี มีการดื่มหนักมากกว่ากลุ่มอายุอื่น สำหรับกลุ่มวัยรุ่นชายอายุ 12-19 ปี ดื่มหนักร้อยละ 72.2 มีการดื่มหนักในสถานที่จำหน่าย ร้านอาหาร เครื่องดื่ม



หมูกระทะ คาราโอเกะ ร้อยละ 86.3 สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้อยละ 74.8 ที่พัก ที่ทำงาน งานเลี้ยง ร้อยละ 72.4 ชุมน้ำดื่ม ยาตอง เหล้าปั่น ร้อยละ 59.3 และร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ร้อยละ 50.0

สถานที่จำหน่ายประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ มีปริมาณการดื่มเฉลี่ยต่อวันและปริมาณเฉลี่ยต่อวันที่ดื่มมากกว่าสถานที่ลักษณะอื่น สำหรับจำนวนวันที่ดื่มหนักต่อปีของเพศชาย มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุเมื่ออายุมากขึ้นจำนวนวันที่ดื่มหนักมากขึ้นตาม คือ อายุ 45-68 ปี ค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ดื่มหนักมากกว่าอายุ 25-44 ปี และ 20-24 ปีตามลำดับ โดยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาพบว่า ความถี่ในการดื่มทุกวันในสถานที่จำหน่ายประเภทชุน้ำดื่ม ยาตอง เหล้าปั่น ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ส่วนร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ความถี่ในการดื่มส่วนใหญ่ 1-2 วันต่อสัปดาห์ พิจารณาระดับความเสี่ยงตามปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวัน สถานที่จำหน่ายประเภทสถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค ร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ที่ทำงาน ที่พัก งานเลี้ยงกลุ่มตัวอย่างมีระดับความเสี่ยงรุนแรงถึงอันตรายเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นชุน้ำดื่ม ยาตอง เหล้าปั่นมีความเสี่ยงระดับมาก และร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้าระดับความเสี่ยงน้อย ความเสี่ยงตามปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเฉลี่ยต่อวันที่ดื่มทุกสถานที่จำหน่ายระดับความเสี่ยงน้อยกว่า ร้อยละ 50.0

ความผิดปกติจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol-use disorders) กลุ่มวัยรุ่นชาย อายุ 12-19 ปีมีระดับความเสี่ยงในขั้นที่เสี่ยงมาก-อันตรายถึงกับเสพติดในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่น โดยเฉพาะสถานที่จำหน่ายประเภทชุน้ำดื่ม ยาตอง เหล้าปั่น มีสัดส่วนของผู้ดื่มที่มีระดับความเสี่ยงเสี่ยงมาก-อันตรายถึงกับเสพติดสูงกว่าจุดจำหน่ายประเภทร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ประเภทสถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค และร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ ตามลำดับ

ปัญหาที่มีการตอบสนองสูงสุดที่ศึกษาของพื้นที่เทศบาลนครเชียงใหม่ คือ ปัญหาทางการเงิน ผลเสียต่อการทำงาน การเรียน หรือโอกาสที่จะได้งานทำ รู้สึกผิด หรือเสียใจหลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 35.3 เคยมีปัญหาทางสุขภาพร่างกายที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การทะเลาะวิวาทขณะดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลเสียต่อความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงหรือชีวิตสังคม เมื่อพิจารณาจำนวนข้อที่ส่วนใหญ่ตอบว่ามีผลกระทบ 3 ข้อขึ้นไป

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่มหรือซื้อระดับมากในสถานที่ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม หมูกระทะ คาราโอเกะ สถานบันเทิง ผับ บาร์ ดิสโก้เทค คือ ชอบในรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความสะดวกในการดื่ม ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีแจ้งราคาแน่นอนหรือติดป้ายชัดเจน ราคาที่จำหน่ายเป็นราคาโปรโมชั่น สถานที่ไปมาได้สะดวก บรรยากาศความสะอาดภายในร้านดี และสามารถซื้อดื่มได้ตลอดเวลา ประเภทร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเหล้า ชุมน้ำดื่ม

## อภิปรายผล

ถึงแม้ว่ามีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สังคม การเมือง กฎหมาย การห้ามโฆษณา ห้ามจำหน่ายสุราในศาสนสถาน การรณรงค์งดเหล้าในช่วงเทศกาลต่างๆ แล้วก็ตาม วัฒนธรรม ความเชื่อ และวิถีชีวิตคนเมืองที่สืบทอดกันมาอย่างเช่น เชื่อว่าถ้ากินลาบกับเหล้าจะมีสรรพคุณพิเศษเป็นยาชูกำลัง ค่านิยม การดื่มสุราเพื่อความสนุกสนานระหว่างเพื่อนฝูงหรือญาติ การสังสรรค์ทั้งงานบุญ งานกุศล ในช่วงเทศกาลต่างๆ ยังคงอยู่ จำนวนนักดื่มรายใหม่เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มอายุน้อยลง รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการจำหน่ายประเภท ชนิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ วิธีการดื่มไปตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไปอย่างเช่นร้านค้ามีการจำหน่ายสุราแบบแบ่งขายมากขึ้นทั้งสุราที่ผลิตในประเทศหรือสุรานำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งแต่ก่อนจะจำหน่ายเฉพาะสุราขาวเท่านั้น หรือมีการนำสุราประเภทต่างๆ มาผสมน้ำหวานกลั่นผลไม้ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง ให้ดื่มง่าย วิธีการดื่มที่เปลี่ยนไป เช่น เหล้าปั่น เหล้าถัง เป็นต้น ปัจจัยของจุดจำหน่ายที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ในแต่ละปีซึ่งไม่เฉพาะแต่สถานบันเทิง ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านหมูกระทะ ยังรวมถึงร้านค้าปลีก ร้านขายของชำที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ชุมน้ำดื่ม ร้านเหล้าตอง ร้านเหล้าปั่น ที่กระจายอยู่ทั่วไป ตามท้องถนนในชุมชนส่งผลให้เยาวชนวัยแรงงาน และวัยสูงอายุสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากจุดจำหน่ายแล้ว ยังมีป้ายโฆษณาเครื่องดื่มที่ติดอยู่ทั่วไป ดังนั้นการรณรงค์ให้จำหน่ายในช่วงเวลาที่อนุญาต การลดจำนวนสถานที่จำหน่ายลง รวมถึงการออกมาตรการเกี่ยวกับการห้ามติดป้ายโฆษณาตามท้องถนนในชุมชน เพื่อให้เข้าถึงได้ยากขึ้นน่าจะเป็นแนวทางในการลดปริมาณการดื่ม หรือลดจำนวนนักดื่มรายใหม่ลงได้



## บรรณานุกรม

- กนิษฐา ไทยกกล้า สุโข เสมมหาศักดิ์ เจิมขวัญ รัชชชานติ และอภิรักษ์ อร่ามรัตน์. Mapping อุทยานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ภาคเหนือ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิมพ์ดีการพิมพ์; 2550.
- กนิษฐา ไทยกกล้า สุโข เสมมหาศักดิ์ เจิมขวัญ รัชชชานติ และอภิรักษ์ อร่ามรัตน์. ความสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มกับการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่ม ที่มีแอลกอฮอล์ในชุมชนพื้นที่ภาคเหนือ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา ; 2550.
- คณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสารเสพติด สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด. สสำรวจประมาณการผู้เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การสำรวจครัวเรือนทั่วประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จรัสสิทวงศ์การพิมพ์; 2550.
- คณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสารเสพติด."สถานภาพการบริโภคสุรา พ.ศ. 2550". พิมพ์ครั้งที่ 2 กันยายน 2551 จรัสสิทวงศ์การพิมพ์ จำกัด. กรุงเทพฯ. หน้า 27.
- ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดเชียงใหม่. จำนวนประชากร. เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2551 [Online]. Available from: URL:<http://www.chiangmaipoc.net/pocdb/db10.php>
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.). ข้อมูลการจัดอันดับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย. เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2549 [Online]. Available from: URL:<http://www.cas.or.th/index.php?content=statistic&location=1&category=2&id=6>
- สรรพสามิตภาคที่ 5. สถิติแสดงรายละเอียดผลการจัดเก็บรายได้รวมทั้งภาคที่ 5 ประจำเดือน ตุลาคม 2548 - กันยายน 2549. เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2550 [Online]. Available from: URL:<http://www5.excise.go.th/profit/Pro2549.html>.
- สรรพสามิตพื้นที่เชียงใหม่. มาตรการ 4 ดอ. เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2550 2550 [Online]. Available from: URL:<http://chiangmai.excise.go.th/rabeebsangkhom.htm>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547. เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2551 [Online]. Available from: URL: [http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/serv\\_survey.html](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/serv_survey.html)
- งานสถิติข้อมูลและสารสนเทศ กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลนครเชียงใหม่. สภาพทั่วไปของเทศบาลนครเชียงใหม่. เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2551 [Online]. Available from: URL: <http://www.cmcity.go.th/aboutus/topography.php>
- มนัส สุวรรณ. เทคนิคเชิงปริมาณสำหรับวิชาภูมิศาสตร์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โอ เอส พรินติ้งเฮ้าส์; 2541. ออมวิรัช นาคทรพร. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, เข้าถึงได้เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2550 [Online]. Available from: URL:<http://www.bangkokbiznews.com/2004/08/12/soc/index.php-news=evo1.html>





## ภาคผนวก : แบบสัมภาษณ์พฤติกรรมการดื่ม

แบบสัมภาษณ์พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่พัฒนาโดยคณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์การวิชาการสาธารณสุขเสฟติด ที่ควรใช้คู่กับแผ่นภาพ Thai Drinking Survey Guide v.2.0

1. อายุที่คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ครั้งแรกอายุ [ ] [ ] ปี
2. นับตั้งแต่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกจนบัดนี้เป็นเวลานานเท่าไร  
[ ] [ ] ปี [ ] [ ] เดือน [ ] [ ] วัน (อายุปัจจุบันของผู้ตอบก็ปี) อายุ [ ] [ ] ปี
3. คุณดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทใด

ประเภทเครื่องดื่ม	ไม่รู้จัก	ดื่มในชีวิต		ดื่มใน 12 เดือน		ดื่มใน 30 วัน	
		ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย
1. น้ำผลไม้ผสม แอลกอฮอล์							
2. เบียร์							
3. ไวน์							
4. เหล้าแดง							
5. บรั่นดี							
6. เหล้าขาว							
7. ยาแดงเหล้า							
8. เหล้าจีน/เซียงซุน/เหมาโต							
9. เหล้าพื้นบ้าน/อุกระแซ่/สาโท							
10. เหล้าเถื่อนพื้นบ้าน/อุกระแซ่/สาโท							
11. เหล้านอกภาษี							
12. เบียร์นอกภาษี							
13. ไวน์นอกภาษี							
14. RTD (เครื่องดื่มผสมเสร็จ)							
15. เหล้าปั่น							

4. คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น ครั้งสุดท้ายเมื่อไหร่  
[ ] 1) ภายใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา (เท่ากับ [ ] [ ] วันก่อนหน้านี้)  
[ ] 2) ภายใน 30 วันที่ผ่านมา (เท่ากับ [ ] [ ] วันก่อนหน้านี้)  
[ ] 3) มากกว่า 30 วันที่ผ่านมาแต่ภายใน 12 เดือนนี้ (เท่ากับ [ ] [ ] วันก่อนหน้านี้)  
[ ] 4) มากกว่า 12 เดือนที่ผ่านมา (ข้ามไปถามหมวดการบำบัดสุรา)
5. กรุณาคิดถึงปริมาณการดื่ม ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ในแต่ละวันที่คุณดื่ม คุณมักดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไร  
[ ] 1) ดื่มปริมาณพอกๆกันทุกวันที่ดื่ม (ถามข้อ 6-7 แล้วข้ามไปถาม 15)  
[ ] 2) ไม่ค่อยแน่นอน (ข้ามไปถามข้อ 8 คุณดื่มมากที่สุด.....)

6. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ในวันที่คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คุณมักดื่มเครื่องดื่มประเภทใด ปริมาณเท่าไร  
(หากคุณดื่มหลายประเภทในวันเดียวกันให้ตอบทุกประเภทรวมกัน หากดื่มประเภทเดียวให้เลือกตอบเฉพาะประเภทเท่านั้น)

ชนิดของเครื่องดื่ม	ยี่ห้อ	รหัสชนิดของเครื่องดื่ม (พนักงานสนามลงรหัส)	จำนวนที่ดื่ม ระบุ (เป็ก, กิง, กัก, แก้ว, กระป๋อง, ขวด)	ปริมาตร (มล.) พนักงานสนามคำนวณ
1 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
2 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
3 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
4 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]

7. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บ่อยเพียงไร
- [ ] 1) ทุกวัน [ ] 2) 5-6 วันต่อสัปดาห์ [ ] 3) 3-4 วันต่อสัปดาห์  
 [ ] 4) 1-2 วันต่อสัปดาห์ [ ] 5) 2-3 วันต่อเดือน [ ] 6) เดือนละวัน  
 [ ] 7) 7-11 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา [ ] 8) 4-6 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา  
 [ ] 9) 2-3 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา [ ] 10) 1 วันเท่านั้นใน 12 เดือนที่ผ่านมา
8. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ในวันที่ดื่ม**มากที่สุด** คุณมักดื่มเครื่องดื่มประเภทใด ปริมาณเท่าไร

ชนิดของเครื่องดื่ม	ยี่ห้อ	รหัสชนิดของเครื่องดื่ม (พนักงานสนามลงรหัส)	จำนวนที่ดื่ม ระบุ (เป็ก, กิง, กัก, แก้ว, กระป๋อง, ขวด)	ปริมาตร (มล.) พนักงานสนามคำนวณ
1 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
2 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
3 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
4 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]

9. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณดื่มแบบนี้บ่อยเพียงไร
- [ ] 1) ทุกวัน [ ] 2) 5-6 วันต่อสัปดาห์ [ ] 3) 3-4 วันต่อสัปดาห์  
 [ ] 4) 1-2 วันต่อสัปดาห์ [ ] 5) 2-3 วันต่อเดือน [ ] 6) เดือนละวัน  
 [ ] 7) 7-11 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา [ ] 8) 4-6 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา  
 [ ] 9) 2-3 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา [ ] 10) 1 วันเท่านั้นใน 12 เดือนที่ผ่านมา
10. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ในวันที่ดื่ม**ปานกลาง** คุณมักดื่มเครื่องดื่มประเภทใด ปริมาณเท่าไร

ชนิดของเครื่องดื่ม	ยี่ห้อ	รหัสชนิดของเครื่องดื่ม (พนักงานสนามลงรหัส)	จำนวนที่ดื่ม ระบุ (เป็ก, กิง, กัก, แก้ว, กระป๋อง, ขวด)	ปริมาตร (มล.) พนักงานสนามคำนวณ
1 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
2 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
3 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
4 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]

11. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณดื่มแบบนี้บ่อยเพียงไร
- [ ] 1) ทุกวัน [ ] 2) 5-6 วันต่อสัปดาห์ [ ] 3) 3-4 วันต่อสัปดาห์  
 [ ] 4) 1-2 วันต่อสัปดาห์ [ ] 5) 2-3 วันต่อเดือน [ ] 6) เดือนละวัน  
 [ ] 7) 7-11 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา [ ] 8) 4-6 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา  
 [ ] 9) 2-3 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา [ ] 10) 1 วันเท่านั้นใน 12 เดือนที่ผ่านมา
12. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ในวันที่ดื่ม **น้อยที่สุด** คุณมักดื่มเครื่องดื่มประเภทใด ปริมาณเท่าไร

ชนิดของเครื่องดื่ม	ยี่ห้อ	รหัสชนิดของเครื่องดื่ม (พนักงานสนามลงรหัส)	จำนวนที่ดื่ม ระบุ (เบก, กิง, กัก, แก้ว, กระป๋อง, ขวด)	ปริมาตร (มล.) พนักงานสนามคำนวณ
1 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
2 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
3 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]
4 .....		[ ][ ]		[ ][ ][ ][ ]

13. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณดื่มแบบนี้ บ่อยเพียงไร
- [ ] 1) ทุกวัน [ ] 2) 5-6 วันต่อสัปดาห์ [ ] 3) 3-4 วันต่อสัปดาห์  
 [ ] 4) 1-2 วันต่อสัปดาห์ [ ] 5) 2-3 วันต่อเดือน [ ] 6) เดือนละวัน  
 [ ] 7) 7-11 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา [ ] 8) 4-6 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา  
 [ ] 9) 2-3 วันใน 12 เดือนที่ผ่านมา [ ] 10) 1 วันเท่านั้นใน 12 เดือนที่ผ่านมา
14. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาคุณเคยดื่มมากติดต่อกันครั้งเดียว เช่น เบียร์มากกว่า 6 กระป๋องหรือ 3 ขวดใหญ่ หรือเหล้ามากกว่า 5 แก้ว หรือครึ่งแบน หรือไวท์มากกว่าครึ่งขวด ต่อครั้ง ประมาณ [ ][ ] วัน
15. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เวลาที่คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คุณมักจะดื่มที่ไหนบ่อยที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)
- [ ] 1) บ้าน/ที่พักของตนเอง [ ] 2) บ้านที่พักเพื่อนบ้านที่พัก  
 [ ] 3) ที่ทำงาน [ ] 4) ร้านอาหาร/ภัตตาคาร/คาราโอเกะ  
 [ ] 5) ผับ/บาร์/ดิสโก้เทค [ ] 6) ร้านน้ำชา  
 [ ] 7) ชุมเหล้า/ยาตอง [ ] 8) โรงเรียน/วิทยาลัย/มหาวิทยาลัย  
 [ ] 9) รถขายสุราเคลื่อนที่ [ ] 10) วัด  
 [ ] 11) งานเลี้ยง [ ] 12) ร้านขายของชำ/ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายเหล้า  
 [ ] 13) อื่นๆ ระบุ.....
16. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เวลาที่คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คุณมักจะซื้อ/หาเครื่องดื่มนั้นมาจากไหน (ระบุเพียง 2 อันดับ เรียงลำดับหมายเลข)
- [ ] 1) ผลิตเอง [ ] 2) ซื้อจากเพื่อนบ้านที่ผลิตเอง  
 [ ] 3) ร้านขายสุราโดยเฉพาะ [ ] 4) ซุปเปอร์มาเก็ต/ร้านขายของชำ  
 [ ] 5) ซื้อของหนีภาษี [ ] 6) สั่งจากร้านอาหารหรือสถานที่ไปดื่ม  
 [ ] 7) ได้มาฟรี [ ] 8) อื่นๆ ระบุ.....

17. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เวลาที่คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คุณมักจะดื่มในเวลาใดบ่อยที่สุด  
(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- [ ] 1) ก่อนทำงานตอนเช้า [ ] 2) ก่อนอาหารกลางวัน  
[ ] 3) ระหว่างอาหารกลางวัน [ ] 4) หลังเลิกงาน  
[ ] 5) ตอนเย็น/ค่ำ [ ] 6) ก่อนนอน  
[ ] 7) อื่นๆ ระบุ.....

18. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เวลาที่คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คุณมักจะดื่มกับใครบ่อยที่สุด  
(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- [ ] 1) ดื่มคนเดียว [ ] 2) แฟน  
[ ] 3) ดื่มกับเพื่อน/เข้าสังคม/ญาติ [ ] 4) อื่นๆ.....

19. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เวลาที่คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คุณมักจะดื่มในโอกาสใดบ่อยที่สุด  
(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- [ ] 1) เมื่อเข้าสังคมเท่านั้น [ ] 2) ฉลองต่างๆ/มีความสุข  
[ ] 3) ไม่เลือกโอกาส [ ] 4) ไม่สบายใจ  
[ ] 5) เทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ ฯลฯ  
[ ] 6) อื่นๆ ระบุ.....

20. สาเหตุที่คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื่องมาจากข้อใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- [ ] 1) เพื่อนชักชวน [ ] 2) อยากลอง  
[ ] 3) เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม [ ] 4) อื่นๆ ระบุ.....

21. ใครเป็นผู้มีอิทธิพลหลักในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคุณ

- [ ] 1) เพื่อน [ ] 2) ครอบครัว  
[ ] 3) แฟน [ ] 4) ตนเอง  
[ ] 5) ดารา/ ผู้มีชื่อเสียง [ ] 6) อื่นๆ ระบุ.....

22. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ปริมาณเดือนละ  
[ ] [ ] [ ] [ ] บาท

AUDIT ต่อไปนี้เป็นการถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคุณในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

	0 ไม่เคยเลย	1 เดือนละครั้ง หรือน้อยกว่า	2 2-4 ครั้งต่อ เดือน	3 2-3 ครั้งต่อ สัปดาห์	4 4 ครั้งขึ้นไป ต่อสัปดาห์
1. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์บ่อยเพียงไร					
2. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา โดยทั่วไป เวลาที่คุณดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ คุณดื่มปริมาณเท่าไรต่อวัน <input type="checkbox"/> เบียร์ <input type="checkbox"/> เหล้า (เลือกตอบเป็นเบียร์และ/หรือเหล้า)	<input type="checkbox"/> ~1-2 กระป๋อง (หนึ่งขวดใหญ่)	<input type="checkbox"/> 3-4 กระป๋อง (2 ขวดใหญ่)	<input type="checkbox"/> 5-6 กระป๋อง (3 ขวดใหญ่)	<input type="checkbox"/> 7-9 กระป๋อง (4 ขวดใหญ่)	<input type="checkbox"/> 10 กระป๋อง ขึ้นไป (6 ขวด)
กรณีดื่มเหล้าหลายชนิดให้เทียบปริมาณเป็นเหล้า (ดูจากคู่มือ) แล้วนำมารวมกัน	<input type="checkbox"/> ~ 25-50 cc. (~1-2 ฝา)	<input type="checkbox"/> 50-100 cc. (~1/4 แบน)	<input type="checkbox"/> 150 cc. (~1/2 แบน)	<input type="checkbox"/> 176-225 cc. (~1/2-3/4 แบน)	<input type="checkbox"/> หนึ่งแบน ขึ้นไป
	0 ไม่เคยเลย	1 น้อยกว่า เดือนละครั้ง	2 ทุกเดือน	3 ทุกสัปดาห์	4 ทุกวันหรือ เกือบทุกวัน
3. ในแต่ละครั้งที่คุณดื่มคุณเคยดื่มปริมาณมากกว่ารวดเร็ว เช่น เบียร์มากกว่า 6 กระป๋อง (3 ขวดใหญ่) หรือเหล้ามากกว่าครึ่งแบนหรือไม่					
4. คุณเคยพบว่าคุณไม่สามารถหยุดดื่มสุราได้หากคุณได้เริ่มดื่มไปแล้วหรือไม่					
5. คุณไม่ได้ทำในสิ่งที่คุณควรจะเป็นปกติเนื่องจากคุณมัวแต่ไปดื่มสุราหรือไม่					
6. คุณต้องดื่มสุราทันทีในตอนเช้า เพื่อจะดำเนินชีวิตตามปกติได้ เพราะหากคุณดื่มหนักในคืนที่ผ่านมาหรือไม่					
7. คุณรู้สึกผิด ไม่ดี โกรธ หรือเสียใจหลังจากที่คุณดื่มสุราหรือไม่					
8. คุณจำไม่ได้ว่าเกิดอะไรขึ้นในคืนที่ผ่านมา เพราะว่าคุณได้ดื่มสุราเข้าไปหรือไม่					



	0 ไม่เคยเลย	1 เดือนละครั้ง หรือน้อยกว่า	2 2-4 ครั้งต่อ เดือน	3 2-3 ครั้งต่อ สัปดาห์	4 4 ครั้งขึ้นไป ต่อสัปดาห์
	0 ไม่เคยเลย		2 เคยแต่ไม่ได้ เกิดขึ้นใน 12 เดือนที่ผ่านมา		4 เคย และ เกิดขึ้นใน 12 เดือน ที่ผ่านมา
9. ตัวคุณเองหรือคนอื่นเคยได้รับบาดเจ็บ ซึ่งเป็นผลมาจากการดื่มสุราของคุณ หรือไม่					
10. เคยมีญาติ เพื่อนฝูง แพทย์หรือบุคลากร ทางแพทย์แสดงความห่วงใยเกี่ยวกับ การดื่มสุราของคุณ หรือแนะนำให้คุณ เลิกดื่มบ้างหรือไม่					