

# การสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบ

ทักษพล ธรรมรังสี\*

สุรศักดิ์ ไชยสงค์\*\*

\*สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ

\*\*คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

## บทคัดย่อ

การสำรวจเป็นเครื่องมือสำคัญในการได้มาซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผลกระทบข้อมูลจากการสำรวจนอกจากจะเป็นตัวชี้วัดของสถานการณ์ ความเสี่ยงและความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว ยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงประสิทธิผลและความครอบคลุมของการนำนโยบายแอลกอฮอล์ไปปฏิบัติด้วย ลักษณะเด่นของข้อมูลจากการสำรวจคือ การที่สามารถแสดงถึงลักษณะการกระจายของข้อมูลตามกลุ่มประชากรและในมิติอื่น ๆ รวมถึงข้อมูลที่ไม่ได้เข้าสู่ระบบรายงาน

การออกแบบชุดคำถามมีความสำคัญต่อการสำรวจอย่างยิ่ง ประเด็นสำคัญที่ควรคำนึงถึงได้แก่ การกำหนดนิยามและขอบเขต กรอบระยะเวลาอ้างอิง คำถามและวิธีคำนวณ ปริมาณการบริโภค การแปลงปริมาณการบริโภค การเลือกชุดคำถามระหว่างการบริโภคทั่วไปและที่มีลักษณะเจาะจง และระหว่างคำถามปลายเปิดกับตัวเลือกคำตอบ และความสอดคล้องกับวัฒนธรรม โดยการสำรวจสามารถใช้ชุดคำถามได้หลายลักษณะ ซึ่งมีข้อดีข้อเสียต่างกัน คำถามแบบปริมาณความถี่ จะมีความสะดวกสูง ส่วนชุดคำถามแบบความถี่ลำดับขั้น และชุดคำถามที่ซับซ้อนขึ้น จะให้ข้อมูลที่ละเอียดกว่า ส่วนการสำรวจผลกระทบจากการบริโภค พฤติกรรมและทัศนคติอื่น ๆ ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงกลไก ระยะเวลาการก่อผลกระทบและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การรับรู้และระดับความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงความสอดคล้องกับหลักการและแนวคิดของมาตรการต่าง ๆ

**คำสำคัญ:** แอลกอฮอล์, สุรา, พฤติกรรมการบริโภค, การสำรวจ

## บทนำ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพของโลกที่ร้ายแรงใกล้เคียงกับบุหรี่และภาวะความดันโลหิตสูง โดยเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตก่อน

วัยอันควรของประชากรโลกถึง 1.8 ล้านรายต่อปี และก่อภาระโรคถึงร้อยละ 4.0 ของปีสุขภาพะที่สูญเสียปรับด้วยความบกพร่องทางสุขภาพ (Disable-Adjusted Life Years/DALYs)<sup>(1)</sup> สำหรับประเทศไทยนั้นการบริโภค

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จัดเป็นปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ อันดับสองรองจากการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย โดยก่อภาวะโรคถึงร้อยละ 5.8<sup>(2)</sup> นอกจากนี้ปัญหาต่อสุขภาพแล้ว การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังเป็นสาเหตุหลักและปัจจัยร่วมของปัญหาทางสังคม และทางเศรษฐกิจอีกมากมาย ซึ่งผลกระทบของปัญหาเหล่านี้มิได้จำกัดอยู่ที่เพียงผู้บริโภคเท่านั้น ยังเป็นภาระต่อรัฐและสังคมในวงกว้างอีกด้วย โดยมีการประมาณว่าผลกระทบทางสังคมของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีมูลค่าร้อยละ 1.1-6.0 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ<sup>(3)</sup>

สภาพความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมนั้นเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องสามด้านคือ ปริมาณการบริโภค รูปแบบการบริโภค (drinking pattern) และปริมาณผู้บริโภคในสังคม หรือความชุกของผู้บริโภค (drinker prevalence)<sup>(4)</sup> รูปแบบการบริโภคจะประกอบไปด้วยประเภทเครื่องดื่ม ความถี่ สถานที่ และบริบทในการบริโภค โดยการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทั่วไปนั้นจะมีลักษณะแตกต่างกันระหว่างประชากรกลุ่มย่อยต่างๆ ในสังคมโดยเฉพาะในสังคมที่ไม่ได้มีวัฒนธรรมการดื่มเป็นประจำ<sup>(5)</sup> ตัวอย่างเช่น ความแตกต่างระหว่างเพศและวัย

นโยบายในการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือที่เรียกว่า นโยบายแอลกอฮอล์ (alcohol policy) ในหลักการนั้นจะต้องประกอบด้วยมาตรการสองกลุ่ม คือมาตรการที่มีเป้าหมายที่ประชากรทั่วไป และมาตรการเฉพาะสำหรับประชากรกลุ่มเสี่ยงลักษณะต่าง ๆ เช่น เยาวชน หรือผู้ขับขี่ยานพาหนะ<sup>(4)</sup> ดังนั้นข้อมูลเกี่ยวกับความชุกของผู้บริโภค ปริมาณการบริโภค และรูปแบบการบริโภค ทั้งในภาพรวมและเฉพาะกลุ่มประชากรย่อย จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในกระบวนการวางแผนและกำหนดนโยบายแอลกอฮอล์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในสังคม

## ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และแหล่งที่มา

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบนั้นแบ่งได้เป็นสามประเภทคือ 1) ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการบริโภค และ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติอื่น ๆ เช่น ทัศนคติเกี่ยวกับนโยบายแอลกอฮอล์ นอกจากนี้จะแสดงถึงสถานการณ์การบริโภคและปัญหาโดยรวมแล้ว ยังเป็นตัวชี้วัดสำหรับประสิทธิผล ความครอบคลุม และการยอมรับของสังคมต่อมาตรการต่าง ๆ ของนโยบายแอลกอฮอล์อีกด้วย

ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบนั้นมีที่มาจากแหล่งในสองลักษณะได้แก่

1. ข้อมูลที่ได้จากรายงานขององค์กรหรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง (institution-based data) ซึ่งสามารถให้ข้อมูลได้ทั้งสามประเภท เช่น ข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากฐานข้อมูลการผลิต การนำเข้า และระบบภาษีอากร ข้อมูลด้านพฤติกรรมจากผลงานการเฝ้าระวัง เช่น การสุ่มตรวจลมหายใจ การล่อซื้อ ข้อมูลผลกระทบจากการบริโภคที่ได้จากรายงานของระบบบริการสุขภาพ และระบบยุติธรรม

2. ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจหรือการศึกษา (survey-based data) ซึ่งมีทั้งการสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบ รวมถึงพฤติกรรมเสี่ยงโดยตรง เช่น การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ และการดื่มสุราของประชากรโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ หรือการสำรวจ/วิจัยที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น ต้องการทราบสถานะสุขภาพหรือพฤติกรรมสุขภาพกว้าง ๆ หรือต้องการทราบความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลกระทบ เช่น ต้องการทราบว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเกี่ยวข้องกับปัญหาสุขภาพที่สนใจหรือไม่

ตัวอย่างของข้อมูลจากทั้งสองแหล่งได้แสดงไว้ใน

ตารางที่ 1 ในการเลือกใช้ข้อมูลจึงต้องเข้าใจจุดแข็งและข้อจำกัดของข้อมูลแต่ละลักษณะ ซึ่งบางครั้งอาจจะให้ภาพที่แตกต่างกันมาก เช่น ข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภค มีแนวโน้มจะให้ข้อมูลปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะอยู่ในภาพรวมของประเทศหรือเฉลี่ยต่อรายบุคคลน้อยกว่าข้อมูลจากระบบภาษีอยู่ร้อยละ 30 ถึง 70<sup>(6-9)</sup> ดังนั้นหากต้องการทราบปริมาณการบริโภคในภาพรวมจึงไม่ควรใช้การสำรวจพฤติกรรมเป็นเครื่องมือ เนื่องจากการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่อาศัยการรายงานด้วยตนเอง (self-reported) จะให้ข้อมูลปริมาณการบริโภคที่น้อยกว่าข้อมูลพฤติกรรมจริงที่ได้จากการสังเกต<sup>(10)</sup>

ข้อมูลจากสถิติและรายงานขององค์กรและสถาบันต่าง ๆ เช่น กรมสรรพสามิต กรมศุลกากร กระทรวงสาธารณสุข ศาลและระบบยุติธรรม กรมประชาสัมพันธ์ กลุ่มอุตสาหกรรมสุรา และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีลักษณะเด่นที่การเป็นข้อมูลในภาพรวม (aggregated or population level) เช่น การบอกถึงสถานการณ์ในระดับประเทศหรือภาค อีกทั้งยังมีความน่าเชื่อถือและความแม่นยำเพราะมีแหล่งที่มาจากผู้รับผิดชอบโดยตรง และมีความต่อเนื่องของข้อมูลซึ่งแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงตามระยะเวลา

แต่ในทางกลับกันข้อจำกัดของข้อมูลในภาพรวมเหล่านี้คือการที่ไม่สามารถแสดงสถานการณ์การกระจายของข้อมูลพฤติกรรมและผลกระทบในมิติต่าง ๆ ทั้งระหว่างกลุ่มประชากร ระยะเวลา และพื้นที่ อีกทั้งยังไม่สามารถครอบคลุมข้อมูลที่อยู่นอกเหนือระบบการจัดเก็บข้อมูล เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่ถูกกฎหมายที่ยังมีปริมาณอยู่ไม่น้อยในประเทศไทย ซึ่งไม่อาจจะได้จากรายงานของกรมสรรพสามิต หรือข้อมูลของผู้ป่วยและบาดเจ็บที่ไม่ได้มารับการรักษาพยาบาลหรือรักษาพยาบาลในสถานพยาบาลนอกสังกัดก็ไม่ถูกครอบคลุมในระบบรายงานของกระทรวงสาธารณสุข หรือข้อมูลการทะเลาะวิวาทและความรุนแรงซึ่งมีจำนวนไม่น้อยที่ไม่ได้เข้าสู่กระบวนการของ

ตำรวจและระบบยุติธรรม

ประโยชน์ี่ประการของการสำรวจข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งการสำรวจในระดับบุคคลหรือตัวแทนครัวเรือน คือการที่สามารถบอกได้ถึงข้อมูลในด้านต่าง ๆ คือ ความซุกซนของผู้บริโภค, รูปแบบการบริโภค, ผลกระทบจากการบริโภคในรายบุคคล และสามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประชากรย่อยในลักษณะเศรษฐกิจสังคมและตามระยะเวลาต่าง ๆ กัน<sup>(8,11)</sup> ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ไม่สามารถหาได้จากการรายงานของหน่วยงาน

อย่างไรก็ตามข้อจำกัดสำคัญประการหนึ่งของการสำรวจข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลกระทบและการนำไปใช้ก็คือ การขาดความรู้ในเชิงเทคนิคของการสำรวจข้อมูล เช่น ความแม่นยำในด้านแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การให้นิยามที่แตกต่างกัน การออกแบบชุดคำถามและการวิเคราะห์และคำนวณข้อมูลที่ได้จากการสำรวจซึ่งส่งผลให้ผลสำรวจต่าง ๆ นั้นมีข้อจำกัดในการเปรียบเทียบและการนำไปใช้

## การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นอกจากประเด็นทั่วไปที่ควรคำนึงถึงก่อนการวางแผนออกแบบการสำรวจและวิจัย เช่น การสุ่มตัวอย่าง ความเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง ประเด็นทางจริยธรรม และการลดอคติ (bias) ด้านต่าง ๆ ของการสำรวจแล้ว การวางแผนการสำรวจที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยังต้องพิจารณาประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้

### 1. คำนียามและขอบเขต

#### • คำนียามของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการบริโภค

เนื่องจากแอลกอฮอล์มีการนำไปบริโภคในหลายรูปแบบ เช่น เป็นอาหาร เครื่องดื่ม ยารักษาโรค

ในการออกแบบการสำรวจจึงต้องมีการกำหนดขอบเขต ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และลักษณะการ บริโภคที่การสำรวจจะครอบคลุม ตัวอย่างเช่น ต้อง พิจารณาว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะนับรวมการ บริโภคในลักษณะรักษาโรคไว้ด้วยหรือไม่ หากไม่ จะ ครอบคลุมการดื่มยาต้องเหล้าซึ่งยังเป็นที่ยอมรับ พอสสมควรหรือไม่ แต่หากครอบคลุมอาจจะต้องรวมถึงการ บริโภคยาสตรีแพนโบราณบางตำหรับด้วย หรือกรณี ของลักษณะการบริโภคต้องมีความชัดเจนว่าจะครอบ-

คลุมเฉพาะการ “ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ” หรือไม่ ซึ่งมักจะเกิดคำถามว่าควรครอบคลุมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะที่นำไปผสมหรือแปร สภาพหรือไม่ เช่น การนำไปปรุงอาหารและขนม หรือ ผสมในกาแฟ

● **ค่านิยมของผู้บริโภค**

การกำหนดค่านิยมของผู้บริโภคมีความสำคัญ มากสำหรับการประเมินความชุกของผู้บริโภคและ ปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อผู้บริโภค (per drinker

ตารางที่ 1 ตัวอย่างข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบทั้งสามประเภท และแหล่งที่มาที่เหมาะสม

พฤติกรรมกรบริโภค	ผลกระทบจากการบริโภค		พฤติกรรมและทัศนคติอื่น ๆ	
	ระยะสั้น	ระยะยาว		
ข้อมูลจากรายงานขององค์กร/สถาบัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปริมาณการบริโภคต่อหัวประชากร</li> <li>- จำนวนผู้ที่ได้รับใบอนุญาตขายปลีกสุรา</li> <li>- ยอดขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อัตราการเสียชีวิตและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ</li> <li>- จำนวนอุบัติเหตุจราจร</li> <li>- จำนวนคดีอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับการดื่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนผู้ป่วยและผู้เสียชีวิตด้วยโรคที่มีผลจากการดื่ม</li> <li>- จำนวนผู้เข้ารับการบำบัดอาการติดสุรา</li> <li>- อัตราของหญิงตั้งครรภ์ที่บริโภคสุรา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานลักษณะการเกิดอุบัติเหตุ</li> <li>- จำนวนการจับกุมการผลิตสุราผิดกฎหมาย</li> <li>- จำนวนผู้ที่ถูกคุมตรวจลมหายใจในช่วงเทศกาล</li> </ul>
ข้อมูลจากการสำรวจ/วิจัย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความชุกของผู้บริโภค และ ความชุกของผู้บริโภคประเภทต่าง ๆ</li> <li>- ปริมาณการบริโภคเฉพาะกลุ่มประชากร, เฉพาะสุรานอกกระบบภาษี</li> <li>- รูปแบบของการบริโภค (เช่น ความถี่, ประเภท, สถานที่, การเข้าถึง, เจือปนใจในการดื่ม)</li> <li>- ค่าใช้จ่ายในการดื่ม</li> <li>- ความชุกของการดื่มจนเมามาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความชุกของการเกิดอุบัติเหตุในครอบครัว</li> <li>- ความชุกของความรุนแรงในครอบครัว</li> <li>- ประสิทธิภาพในการขาดงานจากการดื่ม</li> <li>- ค่าใช้จ่ายในการบำบัดรักษา</li> <li>- ประสิทธิภาพต่ออาชญากรรมที่มีผลจากการดื่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประสิทธิภาพของการเจ็บป่วยและสูญเสียชีวิตด้วยโรคจากการดื่มในครัวเรือน</li> <li>- ความชุกของปัญหาความสัมพันธ์ในครอบครัวจากการดื่ม</li> <li>- ผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อครัวเรือน เช่น ความยากจน โอกาสในการศึกษา</li> <li>- ผลกระทบทางสุขภาพจิต เช่น การพยายามฆ่าตัวตาย อาการซึมเศร้า</li> <li>- ผลกระทบด้านอาชีพการงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประสิทธิภาพในการถูกคุมตรวจลมหายใจ</li> <li>- พฤติกรรมที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลงหากมีมาตรการต่าง ๆ*</li> <li>- ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ</li> <li>- การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ</li> <li>- การรับรู้ถึงโทษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*</li> </ul>

\*เช่น การสำรวจความยืดหยุ่นต่อราคาของอุปสงค์ ที่สอบถามว่าจะเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคหรือไม่หากราคาเครื่องดื่มเปลี่ยนแปลงไป

consumption) เกณฑ์ในการกำหนดสถานะของผู้บริโภคที่นิยมใช้กันทั่วไปคือ “การที่ได้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ในกรอบระยะเวลาอ้างอิง (reference period) ซึ่งมักนิยมใช้ที่ระยะเวลา 12 เดือน ดังนั้นผู้ที่ไม่ได้บริโภคเลยในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมาจึงถูกจัดให้เป็นผู้ที่ไม่ได้บริโภค (abstainer) แม้ว่าบางส่วนของอาจจะบริโภคอย่างหนักในช่วงก่อนหน้า 12 เดือนนี้ก็ ตาม นอกจากนี้บางการสำรวจได้กำหนดให้การที่ “เคยบริโภค” โดยไม่คำนึงถึงกรอบระยะเวลา เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ ขณะที่บางการสำรวจได้กำหนดเกณฑ์ในการตัดสินใจสถานะของผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การกำหนดเป็นสามลักษณะ ได้แก่ ผู้บริโภคปัจจุบัน (current drinker) ผู้ที่เคยบริโภคแต่ปัจจุบันไม่บริโภคแล้ว (former drinker) และผู้ที่ไม่เคยบริโภค (lifetime abstainer) หรือการใช้ปริมาณการบริโภคในกรอบระยะเวลาอ้างอิงเป็นเกณฑ์ เช่น กำหนดให้ผู้บริโภคหมายถึงผู้ที่ได้บริโภคมากกว่า 12 แก้วมาตรฐานในระยะเวลา 12 เดือน

#### • การแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการสำรวจนั้นต้องมีความเหมาะสมกับสถานการณ์การบริโภคในสังคมนั้น ๆ การแบ่งแบบมาตรฐานที่นิยมใช้ทั่วไปซึ่งแบ่งเครื่องดื่มออกเป็นสามชนิด คือ ไวน์ เบียร์ และสุรากลั่นนั้นอาจจะไม่เหมาะสมเสมอไป ผู้บริโภคบางส่วนอาจจะนิยมบริโภคเครื่องดื่มอื่น ๆ นอกจากสามประเภทหลักนี้ เช่น เครื่องดื่มพื้นเมืองต่าง ๆ และเครื่องดื่มใหม่ ๆ ในปัจจุบัน เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม (ready-to-drink) ไวน์คูลเลอร์ และสุรากลั่นผสมน้ำผลไม้

การกำหนดค่ามาตรฐานปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ในเครื่องดื่มแต่ละประเภท เช่น กำหนดความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ในเบียร์และสุรากลั่นเป็นร้อยละ 5 และ 40 ตามลำดับ ก็มีความสำคัญในการคำนวณปริมาณการบริโภคเช่นกัน เครื่องดื่มประเภทเดียวกันอาจจะมีปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์แตกต่างกันหลายเท่า

เช่น สุรากลั่นซึ่งอาจจะมีเข้มข้นตั้งแต่ต่ำกว่าร้อยละ 14 ถึงสูงกว่าร้อยละ 70 และนอกจากนี้ยังมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางส่วนที่ไม่ทราบปริมาณแอลกอฮอล์หรือมีปริมาณไม่คงที่ เช่น เครื่องดื่มพื้นบ้าน

## 2. การกำหนดกรอบระยะเวลาอ้างอิงสำหรับการสำรวจ (Reference period)

การกำหนดกรอบระยะเวลาอ้างอิงมักจะสัมพันธ์กับลักษณะของชุดคำถาม โดยทั่วไปมักอยู่ในช่วงระหว่าง 1 สัปดาห์ถึง 1 ปีสำหรับข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกเว้นกรอบระยะเวลาเพื่อคัดกรองหาผู้ไม่บริโภคตลอดชีวิต หรือการหาข้อมูลผลกระทบบางประเภทที่ต้องใช้กรอบระยะเวลายาวนานขึ้น

การกำหนดกรอบระยะเวลาให้สั้นเช่น “7 วันที่ผ่านมา” มีผลดีในแง่ลดอคติจากการลืม (memory bias) และข้อจำกัดในการประมาณการค่าเฉลี่ย ข้อมูลที่ได้มาจึงมีความแม่นยำสูงกว่า แต่ข้อจำกัดของกรอบระยะเวลาที่สั้นคืออาจจะไม่สามารถแสดงพฤติกรรมการบริโภคโดยปกติของผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่ไม่บริโภคไม่สม่ำเสมอ ตัวอย่างเช่น การสำรวจในช่วงฤดูฝนหรือเข้าพรรษาอาจให้ผลแตกต่างจากการสำรวจในช่วงเทศกาล นอกจากนี้การใช้กรอบระยะเวลายังมีข้อจำกัดในการหาความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคกับผลกระทบบางส่วนโดยเฉพาะที่มีความถี่และโอกาสของการเกิดผลกระทบน้อย และปัญหาบางส่วนต้องใช้ระยะเวลาในการก่อตัว จึงอาจจะไม่เหมาะสมกับการใช้กรอบระยะเวลาอ้างอิงที่สั้น และเนื่องจากการก่อตัวของผลกระทบและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีความแปรปรวนในแต่ละบุคคลและแต่ละช่วงชีวิตอีกด้วย ดังนั้นการใช้กรอบระยะเวลายาวจึงเหมาะสมในการสำรวจข้อมูลปริมาณการบริโภคในสังคมที่มีวัฒนธรรมการบริโภคสม่ำเสมอ<sup>(11)</sup>

ในทางตรงกันข้ามการใช้กรอบระยะเวลายาวขึ้น เช่น 1 ปีจะสามารถลดโอกาสในการแปรปรวนของ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคและผลกระทบตามระยะเวลา เทศกาลและฤดูกาลลง แต่มักจะมีความยุ่งยากสูงขึ้น โดยเฉพาะหากต้องให้กลุ่มตัวอย่างประมาณการ “ข้อมูลตัวแทน” สำหรับพฤติกรรมกรรมการบริโภคของตนในช่วงตลอดกรอบระยะเวลาอ้างอิงที่กำหนด ส่วนการรายงานผลกระทบนั้นมักจะไม่ค่อยมีปัญหาสำหรับกลุ่มตัวอย่างเพราะเป็นเหตุการณ์ที่จดจำได้ง่ายกว่า

### 3. การออกแบบคำถามด้านปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การออกแบบชุดคำถามคำถามด้านปริมาณการบริโภค เป็นประเด็นที่มีความซับซ้อนและมักจะเป็นภาระแก่กลุ่มตัวอย่างในการรายงานค่าประมาณการพฤติกรรมในอดีตที่ผ่านมาของตน โดยประเด็นที่ควรคำนึงถึงและต้องตกลงให้แน่ชัดในการออกแบบชุดคำถามด้านปริมาณประกอบด้วย

#### ● การเลือกใช้ปริมาณการบริโภคต่อวันหรือต่อครั้งที่บริโภค

ผู้บริโภคส่วนหนึ่งมีโอกาสในการบริโภค (drinking occasion) มากกว่าหนึ่งครั้งในวันที่ดื่ม (drinking day) ในทางกลับกันผู้บริโภคอีกส่วนหนึ่งอาจมีโอกาสดื่มที่ยาวนานข้ามวัน

#### ● ปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ และการใช้ระบบแก้วมาตรฐาน (standard drink)

เพื่อให้ข้อมูลปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ สามารถเปรียบเทียบกันได้ จึงต้องมีการเปลี่ยนข้อมูลปริมาณเครื่องดื่มที่บริโภคมาอยู่ในหน่วยเดียวกัน ซึ่งทำได้สองวิธีคือ 1) การทำให้อยู่ในรูปของปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ซึ่งมักมีการแปรในขณะที่ยวิเคราะห์ข้อมูลภายหลังการสำรวจ และ 2) การรายงานในหน่วยของ “แก้วมาตรฐาน” ซึ่งอาจจะต้องทำทันทีในขณะที่สัมภาษณ์และเป็นกระบวนการที่ไม่ถนัดนักแม้ว่าจะมีผู้สัมภาษณ์คอยช่วยเหลือก็ตาม

การเปลี่ยนปริมาณการบริโภคให้อยู่ในรูปของปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ทำได้โดยการคูณปริมาณเครื่องดื่มแต่ละประเภทที่กลุ่มตัวอย่างรายงาน

ด้วยค่าความเข้มข้นของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์สำหรับเครื่องดื่มยี่ห้อหรือประเภทรูปนั้น การกำหนดค่าความเข้มข้นที่แท้จริงตามยี่ห้อของเครื่องดื่มจะสามารถแสดงข้อมูลที่ละเอียดขึ้น แต่ในบางครั้งอาจจะต้องมีการกำหนดค่าคงที่ความเข้มข้นสำหรับเครื่องดื่มประเภทรูปนั้นทั้งหมดไว้เพื่อความสะดวก โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่มีความเข้มข้นไม่แน่ชัดหรือไม่แน่นอน

ส่วนการใช้ระบบแก้วมาตรฐานนั้นจะมีความซับซ้อนกว่าการรายงานด้วยปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ หนึ่งแก้วมาตรฐานคือ ปริมาณเครื่องดื่มที่มีปริมาณหรือน้ำหนักแอลกอฮอล์บริสุทธิ์เท่ากัน ซึ่งปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ในหนึ่งแก้วมาตรฐานนี้มีความแตกต่างกันตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในการศึกษา/สำรวจในประเทศต่าง ๆ จาก 6 กรัมถึง 28 กรัม<sup>(12)</sup> แต่ที่ได้รับความนิยมจะอยู่ระหว่าง 8 หรือ 14 กรัม โดย 1 มิลลิลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์จะมีน้ำหนัก 0.79 หรือ 0.8 กรัม ตัวอย่างเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดต่าง ๆ เมื่อเทียบเป็นแก้วมาตรฐานแสดงในตารางที่ 2

แนวความคิดเรื่องการนำระบบแก้วมาตรฐานมาใช้ในการสำรวจนั้น สอดคล้องกับแนวคิดด้านหนึ่งที่ว่าผู้บริโภคที่มีความเสี่ยงสูงคือผู้ที่ได้รับบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากถึงระดับหนึ่งเท่านั้น เช่น ผู้ที่บริโภคมากกว่า 60 กรัมในเพศชายและ 40 กรัมในเพศหญิง โดยเฉพาะความเสี่ยงต่อปัญหาในระยะสั้น ดังนั้นความชุกของการบริโภคเกินระดับที่กำหนดไว้หรือความชุกของผู้บริโภคเสี่ยงในประชากรก็จะเป็นตัวชี้วัดของความเสียหายต่อปัญหาในสังคมนั่นเอง หลายการสำรวจจึงกำหนดนิยามผู้บริโภคหรือการบริโภคที่มีความเสี่ยงสูงคือมีการบริโภคมากกว่า 5 แก้วมาตรฐาน อย่างไรก็ตามเป็นที่ทราบกันว่ายังมีอีกหลายปัจจัยที่มีผลต่อความเสี่ยงนอกจากปริมาณการบริโภค เช่น ช่วงเวลาหลังจากการบริโภคจนเกิดเหตุ และบริบทของการบริโภค อีกทั้งผู้ที่บริโภคต่ำกว่าเกณฑ์ 5 แก้วมาตรฐานก็ไม่ได้ปลอดภัยเพราะผู้บริโภคบางส่วนจะเริ่มรู้สึกมึนเมาได้หลังการบริโภคไม่มากนัก<sup>(13)</sup> เช่น ประชากรหญิง

## การสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบ

ตารางที่ 2 ตัวอย่างเครื่องดื่มขนาดต่าง ๆ เมื่อเทียบเป็นแก้วมาตรฐาน (standard drink) ที่ 10 และ 14 กรัม/แก้ว

ประเภทเครื่องดื่ม	ขนาด (มิลลิลิตร)	ความเข้มข้น (ร้อยละ)	แอลกอฮอล์บริสุทธิ์ (กรัม)	จำนวนแก้วมาตรฐาน	
				10 กรัม/แก้ว	14 กรัม/แก้ว
<b>เบียร์</b>					
สิงห์ขวดใหญ่	630	6	30.24	3.02	2.16
สิงห์ขวดเล็ก/กระป๋อง	330	6	15.84	1.58	1.13
ช้างขวดใหญ่	640	6.4	32.77	3.28	2.34
ช้างขวดเล็ก/กระป๋อง	330	6.4	16.90	1.69	1.21
สิงห์ไลท์ขวดใหญ่	630	3.5	17.64	1.76	1.26
สิงห์ไลท์ขวดเล็ก	330	3.5	9.24	0.92	0.66
ช้างไลท์ขวดใหญ่	640	4.2	21.50	2.15	1.54
ช้างไลท์ขวดเล็ก	330	4.2	11.09	1.11	0.79
ลิโอขวดใหญ่	630	5.5	27.72	2.77	1.98
โทขวดใหญ่	630	6.5	32.76	3.28	2.34
ไฮเนเก้นขวดใหญ่	660	5	26.40	2.64	1.89
ไฮเนเก้นขวดเล็ก	330	5	13.20	1.32	0.94
<b>ไวน์และสุราผลไม้</b>					
ไวน์มาตรฐาน (ขวด)	750	12-15	72-90	7.2-9.0	5.14-6.43
ไวน์มาตรฐาน (แก้ว)	150	12-15	14.4-18	1.44-1.8	1.03-1.29
สปายคูลเลอร์คัลป์	275	5	11.00	1.10	0.79
บาร์คาคี	275	5.6	12.32	1.23	0.88
<b>สุรากลั่น</b>					
สุราขาว 28	625	28	140.00	14.00	10.00
สุราขาว 40 ขวดใหญ่	625	40	200.00	20.00	14.29
สุราขาว 40 ขวดเล็ก	300-330	40	94.8-105.60	9.48-10.56	6.77-7.54
สุราขาว 40 ก๊ก	150*-170*	40	47.4-54.40	4.74-5.44	3.39-3.89
สุราขาว 40 เป๊ก	40*	40	12.80	1.28	0.91
เซียงซุน	625	30	150.00	15.00	10.71
แม่โจงขวดกลม	750	35	210.00	21.00	15.00
แม่โจงขวดแบน	370	35	103.60	10.36	7.40
จอห์นนี่วอล์คเกอร์แบลคเลเบิ้ล	750	43	258.00	25.80	18.43

\*ค่าโดยประมาณ

ในประเทศสหรัฐอเมริกาจะเริ่มมีอาการมึนเมาเมื่อบริโภคเฉลี่ยที่ 4.15 แก้วมาตรฐาน<sup>(14)</sup>

- ปริมาณการบริโภคกับขนาดของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งโดยเฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มหลายประเภท อาจจะมีคามยุ่งยากในการรายงานปริมาณการบริโภคของตนเนื่องจากขนาดของ

บรรจุภัณฑ์หรือปริมาณเครื่องดื่มที่ซื้อมีความหลากหลาย เช่น สุรากลั่นหนึ่งขวดใหญ่ในท้องตลาดอาจจะมีปริมาณตั้งแต่ 700 ถึง 1,500 มิลลิลิตร หรือเครื่องดื่มบางประเภทอาจจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีขนาดแน่นอน เช่น ไทและกระบอก หรือการแบ่งขายในถุงพลาสติกหรือแก้ว

### ● ปริมาณในการบริโภคแบบเป็นกลุ่ม

เหตุผลทางสังคมเป็นเหตุผลหลักของการเริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคไทย<sup>(15)</sup> โดยเฉพาะในกลุ่มที่บริโภคไม่หนักนัก<sup>(16)</sup> งานวิจัยในต่างประเทศพบว่า การบริโภคเป็นกลุ่มมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปริมาณการบริโภค<sup>(17)</sup> แต่การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคโดยทั่วไปจะเป็นไปในรายบุคคล ซึ่งบางครั้งกลุ่มตัวอย่างอาจจะมี ความยุ่งยากในการรายงานปริมาณการบริโภคของตน รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อได้บริโภคเป็นกลุ่ม บางการสำรวจจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการเฉลี่ยปริมาณและค่าใช้จ่ายของทั้งกลุ่ม

### 4. การเลือกใช้คำถามสำหรับการบริโภคโดยทั่วไปหรือการบริโภคที่มีลักษณะเจาะจง

การถามคำถามสำหรับ “การบริโภคโดยทั่วไป” เป็นที่นิยมเพราะมีความสะดวกในการสำรวจโดยเฉพาะใช้เวลาน้อยและเป็นภาระต่อกลุ่มตัวอย่างน้อย และมักจะมีคำถามคำถามในแต่ละประเด็นเพียงครั้งเดียว เช่น มีปริมาณการดื่มสุราเท่าใด มีความถี่ในดื่มเท่าใด หรือมีค่าใช้จ่ายสำหรับการดื่มสุราเท่าใด ซึ่งแต่ละคำถามสำหรับการบริโภคโดยทั่วไปมักจะแสดงภาพได้ไม่ละเอียดเท่ากับชุดคำถามที่มีลักษณะเจาะจง

ชุดคำถามสำหรับการบริโภคที่มีความเจาะจง มีความจำเพาะได้ในหลายลักษณะ เช่น จำเพาะตามประเภทเครื่องดื่ม สถานที่และเงื่อนไขในการบริโภค โดยคำถามจะต้องประกอบด้วยหลายคำถามย่อยในแต่ละประเด็น ตัวอย่างของชุดคำถามปริมาณการบริโภคที่มีความเจาะจงกับประเภทเครื่องดื่ม (Beverage-specific) ได้แก่ *ท่านมีปริมาณการดื่มเบียร์มากเท่าใด, ท่านมีปริมาณการดื่มไวน์เท่าใด, ท่านมีปริมาณการดื่มสุรากลั่นเท่าใด* และไล่เรียงต่อไปจนครบเครื่องดื่มทุกประเภทที่กำหนดไว้ หรือชุดคำถามความถี่ในการบริโภคที่มีความเจาะจงกับสถานที่บริโภค (location-specific) อาจจะต้องเริ่มถามถึงจำนวนครั้งที่ได้บริโภคภายในกรอบระยะเวลาแยกตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น

ภายในบ้านตนเอง ภายในบ้านของเพื่อนและญาติ ภายในพื้นที่สาธารณะ ภายในสถานบันเทิง และไล่เรียงจนครบสถานที่ในการบริโภคทุกประเภทที่กำหนดไว้ ส่วนชุดคำถามที่มีความเจาะจงในเงื่อนไขของการบริโภคอื่น ๆ อาจจะเป็นการจำแนกตามการบริโภคคนเดียวหรือตามสมาชิกในกลุ่ม หรือจำแนกตามเหตุผลในการบริโภค หรือจำแนกตามเวลาในการดื่ม

จากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลที่ได้มา มาประกอบเป็นภาพรวมอีกครั้ง ซึ่งการคำนวณข้อมูลการบริโภครวมจากผลรวมของข้อมูลจำเพาะตามประเภทเครื่องดื่มนั้น จะให้ค่าสูงกว่าข้อมูลจากชุดคำถามทั่วไป<sup>(18)</sup> ตัวอย่างเช่น ในการศึกษาครั้งหนึ่งพบว่าผลรวมของข้อมูลปริมาณการบริโภคจำเพาะสำหรับแต่ละสถานที่ในการบริโภคมีค่าสูงกว่าชุดคำถามแบบอื่นอย่างชัดเจน และสูงจนใกล้เคียงกับข้อมูลจากระบบรายงานการขาย<sup>(19)</sup>

### 5. ลักษณะของชุดคำถาม

#### 5.1 ประเภทของชุดคำถามพื้นฐาน

องค์การอนามัยโลกได้แยกชุดคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคออกเป็นสามประเภท คือ ชุดคำถามปริมาณ-ความถี่ (Quantity-Frequency/QF) ชุดคำถามแบบความถี่ลำดับชั้น (Graduated Frequency/GF/Graduated Quantity/GQF) และชุดคำถามแบบหนึ่งสัปดาห์ หรือแบบไดอารี่ (Last 7 days/Week Recall/WR)<sup>(8)</sup> โดยตัวอย่างชุดคำถามแต่ละประเภทแสดงในตารางที่ 3

#### ● Quantity-Frequency/QF

เป็นชุดคำถามที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด เนื่องจากเข้าใจได้ง่ายและใช้เวลาน้อย นอกจากนี้ยังสามารถบังคับให้ผู้บริโภคที่มีความเสี่ยงสูงได้ดีพอสมควร<sup>(11)</sup> โดยเป็นการถามถึงปริมาณและความถี่ของการบริโภค “โดยปกติ” (usual quantity and frequency) เช่น *โดยปกติแล้วท่านดื่มสุราร้อยเท่าใด และโดยปกติแล้วท่านดื่มสุรามากเพียงไร* การตั้งคำถามถึงการบริโภคโดยปกตินี้ต้องมีความชัดเจนและรัดกุมในคำถาม ตัวอย่างที่อาจ



นำไปสู่ความสับสน เช่น การใช้คำถามว่า *ท่านนิยมดื่มสุราอะไร* ซึ่งเป็นการถามถึงความนิยม อาจจะไม่ตรงกับพฤติกรรมโดยปรกติ

ข้อจำกัดของ QF ก็คือการทำให้อายุของตัวอย่างประมาณการพฤติกรรมการดื่มปรกติ (typical drinking) ซึ่งค่าปรกตินี้ในทางทฤษฎีคือ *ค่าฐานนิยม* ไม่ใช่ *ค่าเฉลี่ย* แม้ว่าจะพบว่ากลุ่มผู้บริโภคมีแนวโน้มจะรายงานข้อมูลที่อยู่ระหว่างฐานนิยมและค่าเฉลี่ยก็ตาม<sup>(20)</sup> ดังนั้นข้อมูลสุดโต่ง (extreme data) ทั้งมากและน้อยจะถูกลดความสำคัญลงในการรายงานด้วยตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ได้บริโภคในลักษณะไม่สม่ำเสมอ เช่น กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มหนักเฉพาะในโอกาสพิเศษ หรือผู้ที่ได้จับเพียงเล็กน้อยมากไม่กี่ครั้งในรอบระยะเวลาที่กำหนด อาจจะมีคามยุ่งยากในการประเมินค่าปรกติและมีแนวโน้มจะรายงานปริมาณการบริโภคที่แตกต่างจากพฤติกรรมจริง

#### ● Graduated Frequency/GF

GF เป็นชุดคำถามที่ถามถึงจำนวนครั้งในรอบระยะเวลาหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างได้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ให้ เช่น มากกว่า 8, 5-7, 3-4 และ 1-2 แก้วมาตรฐาน โดยมักจะเริ่มต้นที่การให้กลุ่มตัวอย่างรายงานปริมาณการดื่มสูงสุดของตนเองในรอบระยะเวลาดังกล่าวก่อน หลังจากนั้นผู้สัมภาษณ์จะค่อย ๆ ถามถึงจำนวนครั้งที่บริโภคในปริมาณที่รองลงมาเรื่อย ๆ ตัวอย่างคำถามคือ *ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านได้ดื่มเกิน 8 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง* หลังจากนั้นจึงถามว่า *ท่านได้ดื่มในปริมาณ 5-7 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง*

ข้อจำกัดของชุดคำถามแบบ GF คือความยุ่งยากในการประมาณปริมาณการบริโภคของตัวให้อยู่ในรูปของแก้วมาตรฐาน นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนหนึ่งมีแนวโน้มที่จะรายงานความถี่ในการบริโภคเกินความเป็นจริง และเกินจำนวนวันที่เป็นไปได้<sup>(21)</sup> แต่ชุดคำถามแบบ GF ก็มีจุดแข็งคือมีแนวโน้มให้ข้อมูลปริมาณการบริโภคสูงกว่าชุดคำถามแบบอื่น<sup>(22)</sup> เพราะสามารถ

ครอบคลุมข้อมูลสุดโต่ง โดยเฉพาะการบริโภคอย่างหนักและการบริโภคแต่เพียงเล็กน้อย<sup>(23)</sup>

#### ● Week Recall/WR

เป็นชุดคำถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างนึกทบทวนย้อนหลังพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในเจ็ดวันที่ผ่านมา หรือบางครั้งอาจจะใช้เทคนิคคำถามนี้กับกรอบระยะเวลาอ้างอิงที่ยาวนานขึ้น เช่น 3 เดือน ซึ่งอาจจะเหมาะสมขึ้นหากกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการบริโภคต่ำ ตัวอย่างคำถามคือ *ภายในเจ็ดวันที่ผ่านมา ท่านได้ดื่มสุราหรือไม่ ดื่มกี่ครั้ง ดื่มเครื่องดื่มอะไร ครั้งละเท่าไร*

ข้อดีของชุดคำถามแบบ WR คือความแม่นยำของข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างมักจะสามารถจดจำรายละเอียดการบริโภคได้ดี โดยเฉพาะรายละเอียดของรูปแบบการบริโภค ส่วนข้อจำกัดคือ ความจำเพาะต่อระยะเวลาที่เลือกทำการสำรวจ และความอ่อนไหวต่อความสม่ำเสมอในการบริโภค นอกจากนี้ยังพบว่าข้อจำกัดในการบ่งชี้ผู้บริโภคความเสี่ยงสูงเมื่อเทียบกับชุดคำถามแบบอื่น<sup>(6)</sup>

### 5.2 ประเภทชุดคำถามที่ซับซ้อน

นอกชุดคำถามพื้นฐานทั้งสามประเภทแล้ว ยังมีการดัดแปลงและเพิ่มเติมชุดคำถามอื่น ๆ อีก เช่น

1) การสำรวจปริมาณและความถี่โดยอาศัยชุดคำถามอื่น ๆ และหลายชุดคำถามมาประกอบกัน ตัวอย่างเช่น

- การสำรวจปริมาณการบริโภคโดยการรายงานปริมาณการบริโภคในสอง, สามหรือสี่ครั้งล่าสุดและคำนวณหาความถี่ในการบริโภคจากระยะเวลาในการดื่มสอง, สามหรือสี่ครั้งหลังสุดนั้น

- การสำรวจปริมาณการบริโภคโดยการรายงานปริมาณการบริโภคในสามหรือสี่ครั้งล่าสุด แต่ให้กลุ่มตัวอย่างรายงานความถี่ในการบริโภคโดยปรกติดด้วยตนเอง (ลักษณะคำถามแบบ QF)

2) การเพิ่มเติมคำถามในชุดคำถามมาตรฐานโดยมักมีวัตถุประสงค์เพื่อบ่งชี้การบริโภคและผู้บริโภคที่

ตารางที่ 3 ตัวอย่างชุดคำถามพื้นฐานถึงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่าง ๆ

Quantity-Frequency	Graduated Frequency	Week Recall	Beverage-specific QF	Location-specific QF
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาท่านได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• โดยปรกติท่านดื่มบ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปรกติท่านมีปริมาณการดื่มเท่าไร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาท่านได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• ท่านเคยดื่มในปริมาณมากที่สุดเท่าไร</li> <li>• ท่านได้ดื่มมากกว่า 8 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง</li> <li>• ท่านได้ดื่ม 5-7 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง</li> <li>• ท่านได้ดื่ม 3-4 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง</li> <li>• ท่านได้ดื่ม 1-2 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ 7 วันที่ผ่านมาท่านได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• ให้ท่านอธิบายพฤติกรรมการดื่มทั้งหมดในรอบสัปดาห์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาท่านได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• โดยปรกติท่านดื่มสุรากลั่นบ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปรกติท่านมีปริมาณการดื่มสุรากลั่นเท่าไร</li> <li>• โดยปรกติท่านดื่มเบียร์บ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปรกติท่านมีปริมาณการดื่มเบียร์เท่าไร</li> <li>• และถามต่อไปจนครบเครื่องดื่มทุกประเภท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาท่านได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• โดยปรกติท่านดื่มที่บ้านตนเองบ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปรกติท่านมีปริมาณการดื่มที่บ้านตนเองเท่าไร</li> <li>• โดยปรกติท่านดื่มที่บ้านเพื่อนบ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปรกติท่านมีปริมาณการดื่มที่บ้านเพื่อนเท่าไร</li> <li>• และถามต่อไปจนครบสถานที่ดื่มทุกประเภท</li> </ul>

มีความเสี่ยงสูง และมักนิยมใช้เป็นส่วนเพิ่มขยายจากชุดคำถามแบบ QF หรือเรียกว่าเป็น Expanded QF เช่น การเพิ่มคำถามว่าภายในกรอบระยะเวลาอ้างอิงนั้นท่านเคยบริโภคมากกว่า 5 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง หรือท่านเคยดื่มจนรู้สึกเมามายกี่ครั้ง หรือท่านเคยดื่มมากที่สุดเท่าใด จากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ ความชุกของผู้บริโภคที่มีความเสี่ยงสูง หรืออัตราส่วนของการบริโภคที่มีความเสี่ยงสูง หรืออัตราส่วนของการบริโภคจนเมามาย

### 6. การเลือกใช้คำถามปลายเปิดหรือการกำหนดชุดตัวเลือกคำตอบไว้

การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น มักจะมีการกำหนดชุดตัวเลือกคำตอบ (pre-coded/ predefined response categories) ไว้ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเพื่อช่วยลดภาระแก่กลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้การกำหนดตัวเลือกยังมีส่วนช่วยในการตอบ

คำถามที่ละเอียดอ่อนต่อจริยธรรมด้วย<sup>(24)</sup> เช่น การรายงานว่าดื่มหนึ่งครั้งต่อสัปดาห์แทนที่จะต้องรายงานว่าดื่ม 52 ครั้งต่อปี โดยชุดตัวเลือกคำตอบนั้นสามารถนำมาใช้ได้สำหรับคำถามในทุกมิติของการบริโภคทั้งด้านปริมาณ ความถี่ ประเภทเครื่องดื่ม สถานที่ บริบท และค่าใช้จ่ายในการบริโภค แต่การกำหนดชุดตัวเลือกคำตอบนั้นจะไม่สามารถให้อิสระในการกำหนดรายละเอียดได้มากเท่าคำถามปลายเปิดและบางครั้งยังจำกัดความแม่นยำของการสำรวจ ตัวอย่างเช่น การกำหนดประเภทเครื่องดื่มให้เลือกโดยจำกัดจำนวนไว้

บางครั้งกลุ่มตัวอย่างก็อาจจะมีปัญหาในการรายงานคำตอบที่ไม่ตรงกับชุดคำตอบที่กำหนดไว้ ตัวอย่างเช่น หากชุดคำตอบไม่ครอบคลุมถึงการบริโภคน้อยกว่าหนึ่งแก้วมาตรฐาน หรือดื่มเพียงแค่จิบ นอกจากนี้การวิเคราะห์ข้อมูลจากคำตอบที่มีชุดตัวเลือกยังมีความยุ่งยากด้วย ตัวอย่างเช่น หากกลุ่มตัวอย่างรายงานว่ามีความถี่ในบริโภคเกือบทุกวัน (มักอยู่ระหว่างคำตอบ

ทุกวัน และ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์) ก็มีความเป็นไปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนั้นได้รับโรคระหว่าง 209 ถึง 364 ครั้งในรอบปีที่ผ่านมา หรือการรายงานว่ามีปริมาณการบริโภคมากกว่า 8 แก้วมาตรฐาน ซึ่งเป็นตัวเลือกที่กว้างและไม่มีเพดาน

ดังนั้นการออกแบบตัวเลือกชุดคำตอบจึงต้องคำนึงถึงระหว่างความสะดวกของการสำรวจ ภาระของกลุ่มตัวอย่าง และความแม่นยำของข้อมูลในการนำไปใช้ บางครั้งอาจจะต้องใช้คำถามทั้งสองลักษณะควบคู่กัน หรือเพื่อสอบถามซึ่งกันและกัน โดยคำถามปลายเปิดอาจจะเหมาะสมสำหรับการอธิบายปริมาณในการบริโภค ทั้งการบริโภคมากที่สุดและการบริโภคโดยปรกติในกรอบระยะเวลาอ้างอิงกำหนด<sup>(11)</sup>

## 7. การออกแบบการสำรวจให้เหมาะกับวัฒนธรรมการดื่มในสังคม

ผู้ออกแบบการสำรวจโดยเฉพาะการออกแบบชุดคำถามต้องตระหนักถึงความจำเป็นของบริบทในสังคม โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น รูปแบบการดื่ม ลักษณะภาษา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กลุ่มผู้บริโภคเข้าถึงได้ ภาษาที่ใช้ในการสำรวจ และช่วงเวลาในการสำรวจและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยหลายครั้งที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีข้อจำกัดในการรายงานข้อมูลของตนเองในรูปแบบที่ซับซ้อน เช่น การรายงานให้อยู่ในรูปของตัวเลข และร้อยละ

การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักจะมีคำถามในประเด็นที่อ่อนไหวทางจริยธรรมหรือค่านิยมในสังคมนั้นอยู่ด้วย เช่น การบริโภคสุราในกลุ่มเยาวชน หรือประชากรหญิง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดกฎหมาย หรือความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ให้ความร่วมมือในการสำรวจ หรือกลุ่มที่ผู้สัมภาษณ์เข้าไม่ถึงนั้นมีลักษณะแตกต่างกลุ่มตัวอย่างอื่น โดยอาจจะมีความรู้สึกในแง่ลบเมื่อต้องรายงานพฤติกรรมของตนเอง ซึ่งต้องมีการวางแผนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำที่สุดที่เป็นไปได้

## 8. การใช้เครื่องมือช่วยในการสำรวจ

ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหลายรูปแบบโดยมีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาความแม่นยำ ลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มความสะดวกในการสำรวจ ตัวอย่างเช่น การนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์พกพาไปให้กลุ่มตัวอย่างรายงานพฤติกรรมการดื่มของตนอย่างเป็นทางการลับที่แม้แต่ผู้สัมภาษณ์ก็ไม่ทราบ หรือการสำรวจทางโทรศัพท์และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ที่ใช้คอมพิวเตอร์ช่วย (computer assisted telephone interview/ CATI) ซึ่งใช้ค่าใช้จ่ายต่ำกว่า และสามารถลดความรู้สึกอึดอัดของกลุ่มตัวอย่างในการรายงานพฤติกรรมที่ละเอียดอ่อนต่อจริยธรรม<sup>(11)</sup> โดยจากการวิเคราะห์พบว่า การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์มีความแม่นยำไม่ต่างกับการสัมภาษณ์ต่อหน้า<sup>(6)</sup> แต่การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ก็อาจจะมีจุดอ่อนในการสอบถามความเข้าใจระหว่างผู้สัมภาษณ์และกลุ่มตัวอย่าง เพราะต้องสื่อสารด้วยเสียงเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีการนำตัวอย่างหรือรูปตัวอย่างของเครื่องดื่ม ภาษา และบรรจุภัณฑ์ (representational aids) มาช่วยในการอธิบายและสื่อสารสอบถาม ซึ่งมีรายงานว่าทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถรายงานพฤติกรรมการบริโภคของตนเองได้แม่นยำและสะดวกยิ่งขึ้น

## 9. การคำนวณปริมาณการบริโภค

วิธีการคำนวณหาปริมาณการบริโภคจะขึ้นกับลักษณะของชุดคำถาม โดยการคำนวณหาปริมาณการบริโภคในกลุ่มประชากรต่าง ๆ หรือเงื่อนไขการบริโภคต่าง ๆ นั้น มักเป็นไปเพื่อหาความชุกของผู้บริโภคที่มีความเสี่ยงและความชุกของการบริโภคที่มีความเสี่ยงในเงื่อนไขต่าง ๆ จากการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลในหลายประเทศพบว่า ปริมาณการบริโภคที่คำนวณได้อาจจะมีความแตกต่างกันได้ถึงร้อยละ 30 ตามแต่ลักษณะชุดคำถาม<sup>(25)</sup>

โดยแนวคิดพื้นฐานแล้ว ในชุดคำถามแบบ QF และ

WR ปริมาณการบริโภคจะเท่ากับผลคูณของปริมาณการบริโภคโดยปกติ กับจำนวนครั้งที่บริโภคในรอบระยะเวลาอ้างอิงนั้น ซึ่งได้มาจากการสอบถามถึงความถี่ในการบริโภคนั้นเอง ส่วนการคำนวณหาปริมาณการบริโภคจากชุดคำถามที่มีความจำเพาะเจาะจงจะต้องประกอบด้วยผลรวมของปริมาณการบริโภคในส่วนย่อยทั้งหมด เช่น ปริมาณการบริโภคในส่วนของสุรากลั่น เบียร์ และไวน์ หรือปริมาณการบริโภคในส่วนที่บริโภคที่บ้านของตน บ้านเพื่อน ผับ สถานที่สาธารณะและอื่น ๆ โดยทั้งหมดนี้มักนิยมแปลงให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถเปรียบเทียบกันได้

ส่วนการคำนวณจากชุดคำถามแบบ GF จะมีความยุ่งยากกว่าแบบอื่น เพราะต้องกำหนดค่ากลางหรือตัวแทนของอันตรายภาคชั้นความถี่นั้น ตัวอย่างเช่น กำหนดที่ 6 แก้วมาตรฐานสำหรับอันตรายภาคชั้น 5-7 แก้วมาตรฐาน และ 10 แก้วมาตรฐานสำหรับอันตรายภาคชั้น 8 แก้วมาตรฐานหรือมากกว่า จากนั้นจึงนำมาคูณกับความถี่ในกลุ่มตัวอย่างรายงานสำหรับแต่ละอันตรายภาคชั้น

### การสำรวจข้อมูลด้านผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ก่อนที่จะทำการสำรวจผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้ออกแบบการสำรวจต้องแน่ใจว่าการสำรวจเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในการได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบประเภทที่ต้องการ โดยการสำรวจข้อมูลผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรให้ความสำคัญกับผลกระทบที่ไม่สามารถหาได้จากระบบรายงานขององค์กรและสถาบันที่รับผิดชอบ หรือข้อมูลที่ระบบรายงานมีความครอบคลุมจำกัด หรือเป็นการเติมเต็มข้อมูลของระบบรายงาน

การสำรวจข้อมูลด้านผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถทำได้ในหลายระดับ ตั้งแต่การหาความชุกของพฤติกรรมเสี่ยงซึ่งอาจยังไม่

เกิดปัญหาตามมา เช่น การสำรวจพฤติกรรมกรรมการขับชียานพาหนะภายหลังการดื่ม หรือการสำรวจประสพการณ์ในการเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ เช่น ความชุกของความรุนแรงในครอบครัว ค่าใช้จ่ายที่ครัวเรือนต้องจ่ายเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแม้แต่การสำรวจถึงมุมมองและการรับรู้ต่อปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น การถามถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงลึกของครอบครัวจากการดื่มสุรา

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลกระทบนั้นอาจจะอยู่ในหลายลักษณะ และหลากหลายระดับความสัมพันธ์ ตั้งแต่การที่การบริโภคแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุโดยตรง การเป็นปัจจัยสำคัญ ไปจนถึงการเป็นเพียงแค่ปัจจัยเสริม ปัญหาสุขภาพบางชนิดจะไม่เกิดขึ้นเลยหากไม่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือมีค่า Attributable Fraction (AF) เป็น 1.0 เช่น อาการติดเหล้า ภาวะตับแข็งจากแอลกอฮอล์ ภาวะแอลกอฮอล์เป็นพิษ ในขณะที่บางปัญหานั้นอาจจะมีอิทธิพลของการบริโภคแอลกอฮอล์ในระดับรองลงมา เช่น อุบัติเหตุจราจร (AF=0.2) การทำร้ายร่างกาย (0.46)<sup>(26)#</sup> ความสัมพันธ์ต่อปัญหาทางสังคม และปัญหาทางพฤติกรรมอื่น มักมีความซับซ้อนกว่าปัญหาสุขภาพและเกี่ยวข้องกับปัจจัยอื่นอีกมาก เช่น การมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย ความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาการหย่าร้าง นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลกระทบต่าง ๆ ยังแปรเปลี่ยนตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคด้วย เช่น เพศ อายุ ในบางครั้งการสำรวจเกี่ยวกับผลกระทบที่ซับซ้อนนั้นชุดคำถามเฉพาะการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพียงอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอที่จะให้ภาพความสัมพันธ์ และอาจจะต้องครอบคลุมถึงปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย

ผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลายด้านจะต้องอาศัยระยะเวลาในการก่อปัญหา

#เป็นการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา

เพราะผลกระทบจะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ ตามปริมาณการบริโภคสะสมของผู้บริโภค เช่น ภาวะตับแข็ง ผลเสียด้านการงาน หรือความสูญเสียทางเศรษฐกิจ บางครั้งชุดคำถามถึงพฤติกรรมการบริโภคในรอบระยะเวลาอ้างอิงที่สั้นอาจไม่ให้ความสัมพันธ์ที่แท้จริง ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มมีปัญหาเหล่านี้ได้พยายามลดหรือหยุดการบริโภคของตนไปก่อนหน้านี้อแล้ว (sick quitter effect) จนบางครั้งการสำรวจอาจจะต้องใช้กรอบระยะเวลาอ้างอิงที่ยาวนานทั้งชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง

การรายงานผลกระทบของกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉพาะพฤติกรรมเสี่ยงนั้นมักมีความจำเพาะเจาะจงกับปัจจัยส่วนบุคคลและบริบทของผู้บริโภค เช่น การสำรวจประสบการณ์ในการขับขี้นานพาหนะภายหลังการบริโภค อาจจะได้ผลที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่มีและไม่มียานพาหนะเป็นของตนเอง หรือกลุ่มที่บริโภคในบ้านและที่บริโภคในสถานที่อื่น อีกทั้งการรายงานถึงปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางส่วนยังเป็นประเด็นที่อ่อนไหวต่อความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างด้วย เช่น ความรุนแรงในครอบครัว หรือพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ ดังนั้นผู้ออกแบบการสำรวจจึงควรคำนึงถึงประเด็นลักษณะการก่อตัวของปัญหา รวมถึงความเหมาะสมและความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างด้วย

### การสำรวจข้อมูลด้านพฤติกรรมและทัศนคติอื่น ๆ

นอกจากข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคและด้านผลกระทบซึ่งเป็นตัวชี้วัดถึงสถานการณ์ ขนาด และความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมนั้น ๆ แล้ว พฤติกรรมและทัศนคติอื่น ๆ ก็มีความสำคัญในการสนับสนุนกระบวนการของนโยบายแอลกอฮอล์ ทั้งในขั้นตอนการวางนโยบายและการติดตามประเมินผล

#### ● ประสิทธิภาพของนโยบายฯ และความครอบคลุมของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ที่ผ่านมามีตัวชี้วัดถึงประสิทธิภาพของมาตรการต่าง ๆ ของนโยบายแอลกอฮอล์มักจะใช้ระบบรายงาน

ผลงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ เช่น ผลการจับกุมผู้ผลิตเครื่องดื่มที่ไม่ได้รับอนุญาต หรือจำนวนอุบัติเหตุจราจรที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคโดยเฉพาะในช่วงเทศกาล แต่สำหรับในหลายมาตรการนั้น ประสิทธิภาพอาจจะไม่สามารถหาได้จากระบบรายงาน เช่น หากต้องการทราบประสบการณ์ในการถูกสุ่มตรวจลมหายใจในหมู่ประชากร หรือโอกาสในการได้มาซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ถูกกฎหมาย หรือประสบการณ์ในการได้มาซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการซื้อของเยาวชนที่อายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

#### ● พฤติกรรมที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลง

การสำรวจพฤติกรรมที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลงนี้มักเป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนของการวางนโยบายและมักเป็นรูปแบบของการศึกษาวิจัยมากกว่าการสำรวจโดยทั่วไป เช่น การสอบถามกลุ่มตัวอย่างว่าหากมีการเปลี่ยนแปลงของราคาเครื่องดื่มแล้วจะมีผลอย่างไรต่อพฤติกรรมการบริโภคของตน อย่างไรก็ตามผู้ออกแบบการสำรวจ/วิจัยจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคกับมาตรการต่าง ๆ และระเบียบวิธีที่เหมาะสมในการศึกษาด้วย หลายครั้งที่มีการสำรวจซึ่งวางแผนและเลือกระเบียบวิธีที่อาจมีปัญหามาใช้ เช่น การตั้งคำถามแก่ผู้บริโภคว่าหากมีการห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางวิทยุและโทรทัศน์แล้วจะงดดื่มหรือไม่ ซึ่งเป็นการออกแบบคำถามที่ไม่ได้ให้ความสำคัญถึงความเชื่อมโยงระหว่างการโฆษณาและพฤติกรรมการบริโภคเท่าที่ควร งานวิจัยในต่างประเทศชี้ให้เห็นว่าการโฆษณามีผลชัดเจนต่อการเริ่มบริโภคโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและต้องอาศัยการสะสมของการรับรู้ (accumulated perception) มายาวนาน ดังนั้นจึงมีผลไม่ชัดเจนต่อพฤติกรรมการบริโภคในระยะสั้น<sup>(27,28)</sup>

นอกจากนั้นประเด็นคำถามต้องคำนึงถึงการรับรู้และความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่าง และสถานการณ์ที่เป็นไปได้จริง เช่น การศึกษาครั้งหนึ่งที่ถามกลุ่มตัวอย่างว่าจะมีพฤติกรรมการดื่มเปลี่ยนไปอย่างไรหาก

ราคาของเครื่องดื่มที่บริโภคโดยปกติเพิ่มขึ้น “ร้อยละ 10” โดยที่ราคาของเครื่องดื่มอื่นคงที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งอาจมีข้อจำกัดในความเข้าใจเรื่องร้อยละ และในกลุ่มที่นิยมบริโภคตามการแบ่งขายเป็นเบ็ก อาจจะเห็นว่าราคาที่ขยับขึ้นเพียง 50-80 สตางค์ไม่มีผลนัก และอาจแตกต่างจากความคิดเห็นของผู้ที่ดื่มสุรานำเข้าเป็นขวดที่ต้องขึ้นราคาไปอีก 100 บาท อีกทั้งราคาขยับเพิ่มของเครื่องดื่มประเภท/ยี่ห้อเดียวกันนั้นเป็นสถานการณ์ที่เป็นจริงได้ยากในระบบภาษีสุรา

### ● ความคิดเห็นต่อนโยบาย และประสบการณ์อื่น ๆ

ความคิดเห็นต่อมาตรการและนโยบายนั้นมีส่วนสนับสนุนกระบวนการของนโยบายโดยเฉพาะขั้นตอนการตัดสินใจเชิงนโยบาย นอกจากนี้การสำรวจยังสามารถครอบคลุมถึงประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบ เช่น การศึกษาถึงการรับรู้และการจดจำได้ต่อมาตรการและนโยบายต่าง ๆ หรือต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### ข้อเสนอแนะสำหรับการสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศไทย

ในภาพรวมประเทศไทยเคยมีการสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบอยู่จำนวนไม่น้อย ทั้งในส่วนที่เป็นการสำรวจถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคโดยตรง และการสำรวจ/วิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคและผลกระทบต่าง ๆ ซึ่งมักจะมีข้อควรปรับปรุงในการสำรวจและศึกษา ตั้งแต่ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ และความเหมาะสมในการใช้การสำรวจเป็นเครื่องมือโอกาสใช้แหล่งข้อมูลอื่น ไปจนถึงความเหมาะสมของชุดคำถาม

การสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านมา นั้น มักยังไม่ให้ความสำคัญกับเทคนิคการออกแบบชุดคำถามเท่าที่ควร และเป็นไปใน

ลักษณะซ้ำซ้อนกัน มีการสำรวจจำนวนมากที่ใช้ชุดคำถามเดียวกัน โดยเฉพาะชุดคำถามแบบ QF มาตรฐานคือการถามถึงการบริโภคในภาพรวม ซึ่งเป็นเทคนิคที่มีข้อจำกัดด้านความแม่นยำโดยเฉพาะในแง่ของปริมาณการบริโภค อีกทั้งหลายการสำรวจยังมักจำกัดจำนวนสูงที่สุดในการตอบ เช่น ให้ระบุประเภทของเครื่องดื่มที่บริโภคไม่เกิน 3 ประเภท ซึ่งการออกแบบชุดคำถามในลักษณะนี้แม้ว่าจะเป็นการลดภาระของกลุ่มตัวอย่าง แต่ก็มักไม่ให้อาภาพพฤติกรรมที่ครบถ้วนสมบูรณ์

ส่วนการสำรวจ/วิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น บางส่วนยังไม่ให้ความสำคัญกับลักษณะความสัมพันธ์รวมถึงกลไกและปัจจัยในการก่อผลกระทบ ปัจจัยส่วนบุคคล และบริบทของการบริโภคเท่าที่ควร ตัวอย่างเช่น การสอบถามเพียงแค่สถานะของกลุ่มตัวอย่างในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งการออกแบบชุดคำถามที่ไม่ครบถ้วนเหมาะสมนั้นย่อมมีข้อจำกัดในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้อง จนบางครั้งอาจจะนำไปถึงการสรุปผลที่มีข้อบกพร่องได้

ในภาพรวมของประเทศ การสำรวจ/วิจัยเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินงานของหน่วยงานใด ๆ ควรมีลักษณะส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน มากกว่าการทำซ้ำไปมา โดยหนทางหนึ่งที่จะเป็นไปได้คือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์ของกันและกัน รวมถึงการหาโอกาสดำเนินการร่วมกัน เช่น การกำหนดประเด็นคำถามพื้นฐานเพื่อการเปรียบเทียบได้ในแต่ละการสำรวจ หรือการใช้นิยามต่าง ๆ ร่วมกัน หรือการใช้กลุ่มตัวอย่างเดียวกัน เพื่อให้ผลการสำรวจมาเติมเต็มซึ่งกันและกัน

### เอกสารอ้างอิง

1. World Health Organization. The World Health Report 2002: reducing risks, promoting healthy life. Geneva: World Health Organization; 2002.

2. คณะทำงานการะโรคและการบาดเจ็บที่เกิดจากพฤติกรรมสุขภาพและปัจจัยเสี่ยง กระทรวงสาธารณสุข. การะโรคและปัจจัยเสี่ยงของประชาชนไทย พ.ศ. 2542. นนทบุรี: กระทรวง-สาธารณสุข; 2547
3. World Health Organization. WHO global status report on alcohol 2004. Geneva, Switzerland: World Health Organization; 2004.
4. Babor TF, Caetano R, Casswell S, Edwards G, Giesbrecht N, Graham K, et al. Alcohol: no ordinary commodity. New York: Oxford University Press; 2003.
5. Room R, Jernigan D, Carlini-Marlatt B, Gureje O, Makela K, Marshall M, et al. Alcohol in developing societies: a public health approach. Helsinki: Finnish Foundation for Alcohol Studies the World Health Organization; 2002.
6. Rehm J. Measuring quantity, frequency and volume of drinking. *Alcohol Clin Exp Res* 1998; 22:4-14.
7. Stockwell T, Donath S, Cooper-Stanbury M, Chikritzhs T, Catalano P, Mateo C. Under-reporting of alcohol consumption in household surveys, a comparison of quantity-frequency, graduated frequency and recent recall. *Addiction* 2004; 99:1024-33.
8. World Health Organization. International guide for monitoring alcohol consumption and related harm. Geneva: World Health Organization; 2000.
9. Midanik LT. Workshop on measurement issues in alcohol consumption: comparing usual quantity/frequency and graduated frequency scales to assess yearly alcohol consumption. *Addiction* 1994; 89:407-12.
10. Perrine M, Mundt J, Searles J, Walter D. I only had a couple of beer: validation of driver's self-reported drinking in bars. Vermont: Vermont Alcohol Research Center; 1997.
11. Dawson DA. Methodological issues in measuring alcohol use. *Alcohol Res Health* 2003; 27:18-29.
12. Turner C. How much alcohol is in a "standard drink"? An analysis of 125 studies. *Br J Addict* 1990; 85:1171-5.
13. Eckardt MJ, File SE, Gessa GL, Grant KA, Guerri C, Hoffman PL, et al. Effects of moderate alcohol consumption on the central nervous system. *Alcohol Clin Exp Res* 1998; 22:998-1040.
14. Kerr WC, Greenfeild TK, Midanik LT. How many drinks does it take you to feel drunk? Trend and predictors for subjective drunkenness. *Addiction* 2006; 101:1428-37.
15. สำนักงานสถิติแห่งชาติ, รายงานการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547. กรุงเทพมหานคร: สำนักพยากรณ์สถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ; 2548.
16. Assanangkornchai S. The economic cost of alcohol-related admission in Songkhla, 1991. Proceeding of the 13th Scientific Meeting of International Epidemiology Association; 1993 Sep 26-29; Australia. Sydney: University Sydney; 1993.
17. Hennessy M, Saltz R. Modeling social influences on public drinking. *J Stud Alcohol* 1993; 54:139-44.
18. Graham K, Demers A, Rehm J, Gmel G. Problems with the graduated frequency approach to measuring alcohol consumption: results from a pilot study in Toronto, Canada. *Alcohol Alcohol* 2004; 39:455-62.
19. Wyllie A, Zhang JF, Casswell S. Workshop on measurement issues in alcohol consumption: comparison of six alcohol consumption measures from survey data. *Addiction* 1994; 89:425-30.
20. Grunewald PJ, Mandanik LT, Mitchell PR. Drinking patterns and drinking behaviours: theoretical models of risky acts. *Contemp Drug Probl* 1996; 23:407-40.
21. Greenfeild TK. Ways of measuring drinking patterns and the difference they make: experience with graduated frequencies. *J Subst Abuse* 2000; 12:33-49.
22. Poikolainen K, Podkletnova I, Alho H. Accuracy of quantity-frequency and graduated frequency questionnaires in measuring alcohol intake: comparison with daily diary and commonly used laboratory markers. *Alcohol Alcohol* 2002; 37:573-6.
23. Rehm J, Greenfeild TK, Walsh G, Xie X, Robson L, Single E. Assessment methods for alcohol consumption, prevalence of high risk drinking and harm: a sensitivity analysis. *Int J Epidemiol* 1999; 28:219-24.
24. Ivis FJ, Bondy SJ, Adlaf EM. Effect of question structure on self-reports of heavy drinking: closed-ended versus open-ended questions. *J Stud Alcohol* 1997; 58:622-4.
25. Gmel G, Graham K, Kuendig H, Kuntsche S. Measuring alcohol consumption-should the 'graduated frequency' approach become the norm in survey research? *Addiction* 2006; 101:16-30.
26. Shultz J, Rice D, Parker D, Goodman R, Stroh G, Chalmers N. Quantifying the disease impact of alcohol with ARDI software. *Public Health Rep* 1991; 106:443-50.
27. Wyllie A, Waa A, Zhang JF. Alcohol and moderation advertising expenditure and exposure. Auckland: University of Auckland; 1996.
28. Wyllie A, Zhang JF, Casswell S. Response to televised alcohol advertisements associated with drinking behaviour of 10 to 17 year olds. *Addiction* 1998; 93:361-71.

**Abstract**    **Survey on Alcohol Consumption and Related Consequences**

**Thaksaphon Thamarangsi\***, **Surasak Chaiyasong<sup>†</sup>**

\*International Health Policy Program, <sup>†</sup>Faculty of Pharmacy and Health Sciences, Mahasarakham University

*Journal of Health Science* **2006; 15:839-54.**

Population-based surveys allow the collection of data on alcohol consumption and consequences which could indicate consumption situation, magnitude and severity of alcohol-related problems, coverage of implementation and effectiveness of alcohol policy interventions. The advantages of survey-based information, compared to institution-based, are ability to differentiate data among sub-population groups, areas and timeframes, and to cover non-institutional data, such as illegal consumption.

Subjects to be concerned in setting up survey questionnaires include; definitions of alcoholic beverages and consumption, defining reference period, consumption volume measuring methods, using questions on specific or general consumption, using open end or pre-coded questions and culture relevancy. Survey on alcohol consumption could apply many types of questionnaire. “Quantity Frequency” approach gains more popularity from its conveniences, however, other more complicated approaches, including “Graduated Frequency”, could provide in-detail information. Planners for surveys on consumption impacts should also concern on causality mechanism, including appropriate period and the role of involved-factors, perception and understanding of interviewees. In addition, rationale and fundamental ideology of interventions should be taken into account in designing questionnaire on alcohol policy.

**Key words:**    **alcohol, alcohol consumption, survey**