

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปและอภิปรายถึงผลการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ , ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในมุมมองของผู้หญิงทำงาน กรณีศึกษาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้หญิงทำงานมีอายุระหว่าง 20 - 35 ปี จำนวนทั้งสิ้น 10 ราย ประกอบอาชีพในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล เคยดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพื่อการเข้าสังคมในโอกาสต่างๆ และดื่มกับกลุ่มเพื่อนอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง โดยมีประสบการณ์ในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในลักษณะดังกล่าวข้างต้นไม่น้อยกว่า 6 เดือน และคาดว่าจะมีพฤติกรรมในลักษณะดังกล่าวอย่างต่อเนื่องในอนาคต เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสัมภาษณ์ (interview guide) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล พร้อมทั้งข้อมูลที่ได้อาจการวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) และการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) เป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่ใช้วิธีการเก็บข้อมูลประวัติชีวิตร่วมกับการสัมภาษณ์เจาะลึกกับกรณีศึกษาที่ทำการศึกษามีลำดับการนำเสนอ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกรณีศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า กรณีศึกษาที่มีอายุน้อยที่สุดคือ 25 ปี และอายุมากที่สุดคือ 32 ปี ทุกคนมีสถานภาพสมรสโสด และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี 9 คน จบการศึกษาระดับปริญญาโท 1คน ทำงานราชการ 4 คน และทำงานกับบริษัทเอกชน 6 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 6,000 – 30,000 บาท มีช่วงเวลาทำงานระหว่าง 8.00 – 18.00 น. มีเพียง 1 ราย เท่านั้น ที่มีเวลาการทำงานไม่แน่นอนเพราะมีการเปลี่ยนเวลาการทำงานแบบเป็นกะ หมุนเวียน 24 ชั่วโมง มีภูมิลำเนาเดิมในจังหวัดกรุงเทพฯ 2 คน และมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัด 8 คน แบ่งเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 คน และภาคกลาง 4 คน ปัจจุบันพักอยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ ซึ่งส่วนใหญ่มีที่พักใกล้กับที่ทำงานสำหรับผู้ที่มิภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด กรณีศึกษา 4 ราย พักอาศัยเพียง

ลำพังและมีกรณีศึกษา 6 รายพักร่วมกับบุคคลอื่น บุคคลที่กรณีศึกษาร่วมพักอาศัยด้วยส่วนใหญ่ คือญาติพี่น้อง มีจำนวน 5 ราย และมีเพียงรายเดียวที่พักอาศัยอยู่กับเพื่อน

5.1.2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในมุมมองของผู้หญิงทำงาน

ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ กรณีศึกษาทุกรายให้คำนิยามของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์พร้อมทั้งแบ่งประเภทของเครื่องดื่ม และอธิบายถึงข้อดีและข้อเสียของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ผ่านประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มาจากระสทสผสทั้ง 5 จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการดื่ม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างทุกรายมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นความหมาย ประเภท และข้อดีข้อเสีย ซึ่งความรู้เหล่านี้ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มของพวกเขา พวกเขายังคงดื่มต่อไปถึงแม้ว่าบางคนจะได้รับผลเสียไปแล้วก็ตาม ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าการได้พบปะพูดคุยกับกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างอย่างมาก เพราะการได้ร่วมดื่มกับกลุ่มตัวอย่างทำให้เกิดความสนุกสนานและไม่เครียด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มทำงาน ที่อาจมีความเครียดทั้งจากรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน การได้สังสรรค์กับเพื่อนจึงถือเป็นการผ่อนคลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของประกิจ โพธิอาสน์ (2541:151) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มในระดับต่ำ แต่เมื่อนำมาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่ดื่มกับกลุ่มที่ไม่ดื่ม พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

การเรียนรู้การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นครั้งแรก กรณีศึกษาทุกรายเห็นตัวอย่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จากบุคคลภายในครอบครัว ตรงข้ามกับงานวิจัยของ ประกิจ โพธิอาสน์ (2541:147) ที่พบว่าพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของสายใจ ชื่นคำ (2542 :95), สายพิณ สาประเสริฐ (2544: 106) และจิราภรณ์ เทพหนู (2544:116) ที่พบว่าการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของบิดามารดาหรือบุคคลในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง ถ้าคนในครอบครัวดื่มก็มีแนวโน้มว่าเด็กที่พบเห็นจะดื่มมากในอนาคต กรณีศึกษาส่วนใหญ่เริ่มดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ระหว่างช่วงอายุ 14- 23 ปี โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 ราย เริ่มดื่มในช่วงอายุ 14- 19 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของกมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542:150) ที่พบว่าช่วงอายุ 14 - 18 ปี เป็นช่วงอายุที่มีการเริ่มต้นการดื่มมากที่สุด บุคคลที่กรณีศึกษาร่วมดื่มในครั้งแรกที่เป็นคนในครอบครัวมี 2 ราย บุคคลที่กรณีศึกษาร่วมดื่มในครั้งแรกที่เป็นเพื่อนมี 7 ราย และมีเพียงหนึ่งรายที่ดื่มครั้งแรกเพียงลำพัง โอกาสที่ทำให้ดื่มในครั้งแรกนั้นส่วนใหญ่มีถึง 8 ราย ที่ดื่มในโอกาสพิเศษทั้งของเพื่อนและที่ทำงาน

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน เครื่องดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เป็นที่นิยม คือ เบียร์ สอดคล้องกับงานวิจัยของไพจิตร ศรียุกต์รัตน์ (2544:99) ที่พบว่า โครงสร้างการตลาดในประเทศมีการผลิตเบียร์เพิ่มขึ้นทุกปี เป็นผลมาจากการเปิดเสรีทำให้มีผู้ประกอบการมากขึ้น มีการผลิตมากขึ้น นำไปสู่การแข่งขันทางธุรกิจ ส่งผลให้ราคาเบียร์ถูกลง และทำให้เกิดการบริโภคได้ง่ายและดื่มได้มากขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสายพิณ สาประเสริฐ (2544:110) พบว่า ประเภทเครื่องดื่มที่นิยมมากที่สุดคือเบียร์ แต่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยของสายพิณเป็นนักเรียนนายสิบซึ่งเป็นเพศชาย แสดงให้เห็นว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงนิยมดื่มเบียร์มากที่สุดเหมือนกัน กลุ่มคนที่นิยมร่วมดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ด้วย จากการศึกษาพบว่า มี 2 ประเภท ได้แก่ เพื่อนสมัยเรียน และเพื่อนที่ทำงาน ประเด็นการพูดคุยในวงเล็บพบว่า ส่วนใหญ่นิยมพูดคุยในเรื่องที่ทำให้เกิดความสนุกสนาน และจะไม่พูดคุยเรื่องที่ทำให้เกิดความเครียด สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมไปดื่ม แบ่งได้ 2 ประเภท คือ ร้านอาหาร และที่บ้าน โดยส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่าง 6 ราย นิยมดื่มที่ร้านอาหาร แหล่งที่ซื้อเครื่องดื่มมาดื่ม พบว่า มี 3 แหล่ง คือ ร้านอาหาร, ร้านสะดวกซื้อ และซื้อจากคนรู้จัก ค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง มีหลายระดับ เฉลี่ยตั้งแต่ไม่เสียเงินหรือมีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 100 – 500 บาทต่อคนต่อครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของอำนาจ พิรุณसार (2538:71) พบว่าค่าใช้จ่ายในการดื่มเหล้าต่อคนต่อครั้ง มีประมาณตั้งแต่ 120 – 200 บาท โอกาสในการดื่ม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ดื่มเพราะอยากดื่ม และดื่มตามเทศกาล สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิพันธ์ เจริญรัตน์ (2543:95) ที่พบว่า นักเรียนให้ความสนใจการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในงานสังสรรค์ ช่วงเวลาในการดื่ม นิยมดื่มในเวลาเย็นหรือหลังเลิกงาน ตั้งแต่ 17.00 น. เป็นต้นไป จนถึงประมาณ 24.00 น. สอดคล้องกับงานวิจัยของอำนาจ พิรุณसार (2538:71) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มดื่มเหล้าตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึงเวลาประมาณ 22.30 น. ซึ่งเป็นเวลาเลิกงานเช่นเดียวกัน ภายใน 1 เดือน มีจำนวนครั้งที่ดื่มโดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง

การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในสังคมไทย เป็นผลมาจากบุคลิกภาพของคนไทย เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์กับความแตกต่างระหว่างเพศ และบทบาทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

5.1.3 การพิสูจน์ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น

ในการศึกษาครั้งนี้ มีข้อสันนิษฐานเบื้องต้นของการศึกษาจำนวน 6 ข้อ โดยการพิสูจน์ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น จะใช้การพิจารณาจาก

ก.ระดับค่านิยมการต้องการได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่ม

ข.ระดับค่านิยมในการกล้าแสดงออกและการได้รับการยกย่องจากคนในสังคมนัก

ดื่ม

ค.ระดับค่านิยมความต้องการทางร่างกายและความมั่นคงทางจิตใจ

ง.ระดับค่านิยมเรื่องความแตกต่างระหว่างเพศ

จ.ระดับอิทธิพลเพื่อนกับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ฉ.ระดับอิทธิพลของสื่อโฆษณากับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

เนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงานเป็นผลมาจากองค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ดังนั้นถ้าพบว่า ทัศนศึกษาผู้หญิงทำงานมีระดับของการศึกษาตามตัวแปรเหล่านี้สูง ก็สามารถกล่าวได้ว่าองค์ประกอบหรือตัวแปรดังกล่าวมีผลหรือมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถ้าตัวแปรดังกล่าวมีผลต่อทัศนศึกษาตั้งแต่ 6 รายขึ้นไปจากทัศนศึกษาทั้งหมด 10 ราย ในข้อสันนิษฐานเบื้องต้นของการศึกษาแต่ละข้อ ก็จะถือว่าเป็นไปตามข้อสันนิษฐานที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งจากผลของการศึกษา สามารถพิสูจน์ข้อสันนิษฐานเบื้องต้นของการศึกษาได้ดังนี้

ข้อสันนิษฐานข้อที่ 1 ตั้งไว้ว่า ความต้องการได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่มมีผลทำให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน

ตารางที่ 14 ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์กับค่านิยมการต้องการได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่มในแต่ละกรณี

ทัศนศึกษา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
ระดับค่านิยม											
น้อย	✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓	7
มาก		✓			✓			✓			3

จากตารางข้างต้น เห็นได้ว่า การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงานทั้ง 10 ราย มีความสัมพันธ์กับค่านิยมการต้องการได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่มในระดับน้อย คือ มี 3 ใน 10 รายที่ยอมรับว่าดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพื่อให้เกิดการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่ม ตรงข้ามกับงานวิจัยของกมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542:151) ที่พบว่า การดื่มเป็นสิ่งที่ทำให้เพื่อนยอมรับ และการปฏิเสธการดื่มกับเพื่อนเป็นการปฏิเสธสัมพันธ์ภาพ ดังนั้น ข้อสันนิษฐานเบื้องต้นของการศึกษาที่ตั้งไว้จึงไม่เป็นจริง

ข้อสันนิษฐานที่ 2 ตั้งไว้ว่า ความต้องการกล้าแสดงออก และต้องการได้รับการยก
ย่องในสังคมนักดื่มมีผลให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์กับค่านิยมใน
การกล้าแสดงออกและการได้รับการยกย่องจากคนในสังคมนักดื่มในแต่ละกรณี

กรณีศึกษา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
ระดับค่านิยม											
น้อย				✓	✓	✓				✓	4
มาก	✓	✓	✓				✓	✓	✓		6

จากตารางข้างต้น เห็นได้ว่า การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงานทั้ง
10 ราย มีความสัมพันธ์กับค่านิยมในการกล้าแสดงออกและการได้รับการยกย่องจากคนในสังคม
นักดื่มในระดับมาก คือ มี 6 ใน 10 รายที่ยอมรับว่า ผู้หญิงทำงานดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพื่อ
ต้องการแสดงถึงอำนาจจากการกล้าแสดงออก และต้องการได้รับการยกย่องจากคนในสังคมนักดื่ม
จากการศึกษาพบว่า การดื่มเครื่องดื่มของผู้หญิงทำงานมากกว่าครั้งทำให้เกิดการกล้าแสดงออกและ
มีความมั่นใจมากขึ้น รวมทั้งไม่รู้สึกสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง เพราะมีความเป็นตัวของตัวเอง
สูง ส่วนในการยกย่องทางสังคมนั้น การดื่มยังส่งผลถึงการแสดงออกถึงฐานะและรสนิยมที่
แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิลาวัณย์ ฤดีสานต์ (2539:40) ที่พบว่า สภาวะคลุมเครือของ
บรรยากาศช่วงเวลาค่ำได้สร้างความกล้าให้กับกลุ่มสถาปนิก จากที่ไม่กล้ากระทำสิ่งต่างๆ ใน
สภาวะปกติก็สามารถกระทำสิ่งต่างๆ เหล่านั้นได้ ดังนั้น ข้อสันนิษฐานเบื้องต้นของการศึกษาข้อนี้
จึงเป็นจริงตามที่คาดไว้

ข้อสันนิษฐานที่ 3 ตั้งไว้ว่า ความต้องการความมั่นคงทางจิตใจมีผลทำให้เกิดการ
บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
กับค่านิยมความต้องการความมั่นคงทางจิตใจในแต่ละกรณี

กรณีศึกษา ระดับค่านิยม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
น้อย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
มาก											0

จากตารางข้างต้น เห็นได้ว่า การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงานทั้ง 10 ราย มีความสัมพันธ์กับค่านิยมความต้องการความมั่นคงทางจิตใจน้อย คือ กรณีศึกษาทุกราย ยอมรับว่าการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงานไม่เป็นผลมาจากค่านิยมความต้องการทางร่างกายและความมั่นคงทางจิตใจ จากการศึกษาพบว่า การดื่มไม่สามารถลดความเครียดได้ และกลับทำให้รับประทานอาหารได้น้อยลง แสดงว่า การดื่มในกลุ่มผู้หญิงทำงานไม่นิยมดื่มขณะมีความทุกข์ และยังดื่มทำให้อีกเกิดความเครียดมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภิชญา มาลาเว (2548:110) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงไม่เห็นด้วยกับข้อความที่ว่า การดื่มเป็นวิธีคลายทุกข์ได้ ดังนั้น ข้อเสนอพื้นฐานเบื้องต้นของการศึกษาข้อนี้จึงไม่เป็นไปตามที่ตั้งข้อสังเกตไว้

ข้อเสนอพื้นฐานที่ 4 ตั้งไว้ว่า ความแตกต่างระหว่างเพศมีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน

ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
กับค่านิยมเรื่องความแตกต่างระหว่างเพศในแต่ละกรณี

กรณีศึกษา ระดับค่านิยม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
น้อย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
มาก											0

จากตารางข้างต้น เห็นได้ว่า การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงานทั้ง 10 ราย มีความสัมพันธ์กับค่านิยมเรื่องความแตกต่างระหว่างเพศในระดับน้อย กรณีศึกษาทุกราย ยอมรับว่าการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่มีข้อจำกัดระหว่างเพศ จากการศึกษาพบว่า ข้อจำกัดทางเพศในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ลดลงอย่างมากจากในอดีต และการตัดสินใจความเป็น

ตัวตนของผู้หญิงขณะดื่มเหล้าเป็นการตัดสินใจที่ผิวดินจากภายนอก และไม่เป็นที่ยอมรับในผู้หญิงทำงานกลุ่มดังกล่าว ตรงข้ามกับงานวิจัยของวิลาวณิช ฤดีสานต์ (2539:90-91) ที่พบว่า การบริโภคเหล้าของผู้หญิงในกลุ่มสถาปนิกอาศัยวิถีชีวิตหรือเครื่องดื่ม ในการที่จะหลุดพ้นจากกรอบสังคมตามแบบผู้ชาย โดยอาศัยเหล้าและสังคมวงเหล้าเพื่อเอ่ยถึงเรื่องราวที่อยากพูดถึง บางครั้งในสังคมวงเหล้าที่มีการพบปะระหว่างชายหญิงแปลกหน้า ผู้หญิงบางส่วนอาศัยโอกาสจากสถานะที่กฎเกณฑ์ทางสังคมหลวมชั่วขณะในการต่อสายสัมพันธ์กับเพศชายอย่างเปิดเผย ดังนั้น ข้อเสนอแนะเบื้องต้นของการศึกษาข้อนี้จึงไม่เป็นไปตามที่ตั้งข้อสังเกตไว้

ข้อสันนิษฐานที่ 5 ตั้งไว้ว่า อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีผลทำให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์กับอิทธิพลของเพื่อนในแต่ละกรณี

กรณีศึกษา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
ระดับของอิทธิพลของเพื่อน											
น้อย											0
มาก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10

จากตารางข้างต้น เห็นได้ว่า การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงานทั้ง 10 ราย มีความสัมพันธ์กับระดับของอิทธิพลของเพื่อนในระดับมาก กรณีศึกษาทุกรายยอมรับว่า อิทธิพลของเพื่อนมีส่วนสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และได้แสดงให้เห็นว่าการดื่มเป็นพฤติกรรมกลุ่มที่เกิดขึ้นตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มากกว่าจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเพียงปัจเจกบุคคลเท่านั้น สอดคล้องกับการศึกษาของประกิจ โพธิ์อาสน์ (2541:146), จิราภรณ์ เทพหนู (2540:116), กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542:159), มาลินี ด้วงทอง (2543:48), สิทธิพันธ์ เจริญรัตน์ (2543:1), สายใจ ชื่นคำ (2542:88), สาพิณ สาประเสริฐ (2544:108) ดังนั้น ข้อเสนอแนะเบื้องต้นของการศึกษาข้อนี้จึงเป็นจริงตามที่คาดไว้

ข้อสันนิษฐานที่ 6 ตั้งไว้ว่า อิทธิพลสื่อโฆษณา มีผลทำให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
กับระดับของอิทธิพลของสื่อโฆษณาในแต่ละกรณี

กรณีศึกษา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
ระดับของอิทธิพล ของสื่อโฆษณา											
น้อย			✓	✓	✓		✓		✓		5
มาก	✓	✓				✓		✓		✓	5

จากตารางข้างต้น เห็นได้ว่าการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงานทั้ง 10 ราย มีความสัมพันธ์กับระดับของอิทธิพลของสื่อโฆษณาในระดับน้อย กรณีศึกษา 5 ใน 10 ราย ขอมรับว่าอิทธิพลของสื่อโฆษณาไม่มีส่วนสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ตรงข้ามกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ เทพหนู (2544:117) , กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542:161), สิทธิพันธ์ เจริญรัตน์ (2543:92), มาลินี ด้วงทอง (2543:46) พบว่าอิทธิพลจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และมีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรมของวัยรุ่น ดังนั้น ข้อเสนอแนะเบื้องต้นของการศึกษาข้อนี้จึงไม่เป็นไปตามที่ตั้งข้อสังเกตไว้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

5.2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์

ในระดับความต้องการความรักและการยอมรับจากผู้อื่น(คนในสังคมนักดื่ม) แสดงให้เห็นว่า ในกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มนักดื่ม ถ้าร่วมดื่มกับกลุ่มคนที่ดื่มก็จะได้รับการยอมรับ แต่ถึงเราไม่ดื่มก็สามารถเข้าสังคมหรือรวมกลุ่มอยู่กับเพื่อนได้ ดังนั้น การดื่มจึงไม่ใช่การสร้างความเป็นพวกเดียวกันที่แท้จริง เพียงแต่เครื่องดื่มเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างบรรยากาศในการสังสรรค์ให้เกิดความสนุกสนานมากขึ้น ส่วนในการติดต่อทางธุรกิจให้رابรื่นไม่ควรตั้งเครื่องดื่มมาดื่มในขณะนั้น แต่เมื่อสิ้นสุดการเจรจาทางธุรกิจ การร่วมดื่มด้วยกันเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันในรูปแบบหนึ่ง

การดำรงชีวิตอยู่ในสังคมเมืองที่มีความรีบเร่งในการดำเนินชีวิตเกือบทุกด้าน และการเป็นสังคมที่มีแต่ความแข่งขัน มีส่วนทำให้เกิดความอ้างว้างและโดดเดี่ยวภายในจิตใจ การต้องการความรักจากผู้อื่นและการปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ เพื่อกำจัดความรู้สึกโดดเดี่ยว เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลา การสร้างความสนิทสนมกัน การสร้างความเป็นเพื่อน และการกระชับความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นเพื่อให้ได้รับการยอมรับในขณะร่วมดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ถือเป็นบรรทัดฐานรูปแบบหนึ่งที่ภายในกลุ่มสร้างขึ้นโดยไม่รู้ตัวและเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ และไม่ใช่อัตนธรรมที่เป็นกฎเกณฑ์แน่นอนตายตัว แต่มีอิทธิพลในการบังคับให้ผู้เข้าร่วมดื่มภายในกลุ่มเกิดความคล้อยตามบรรทัดฐานที่เกิดขึ้น และปฏิบัติตามสิ่งที่คนในกลุ่มให้การยอมรับได้อย่างไม่ยาก ดังนั้น คนส่วนใหญ่เมื่ออยู่ในกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มักจะคล้อยตามโดยร่วมดื่มกับคนเหล่านั้น เพื่อให้เกิดการยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มนั้นๆ ในทางทฤษฎีถ้าหากได้ร่วมดื่มกับคนในกลุ่ม จะได้รับการยอมรับในระดับสูง และได้รับการคาดหวังว่าสามารถคบหากันได้ เพราะมีความชอบคล้ายกัน และนำอาจไปสู่การดื่มด้วยกันอีกในครั้งต่อไป แต่ในทางปฏิบัติ การคบหากันไม่ใช่สิ่งที่เป็นผลมาจากการสร้างความเป็นมิตรจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ แต่มักเกิดขึ้นก่อนที่จะเกิดกิจกรรมดังกล่าว

จากการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งประเด็นค่านิยมในการต้องการได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่ม เป็น 2 ประเด็น คือ การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (Activity) และ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (Object)

การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ส่งผลให้เกิดการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่ม และทำให้เกิดความสนุกสนานภายในกลุ่มนักดื่ม ส่วนเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์พบว่าไม่ใช่เครื่องมือในการสร้างความเป็นพวกเดียวกัน ไม่มีส่วนสำคัญในการเข้าสังคม และไม่สามารถส่งผลต่อการเจรจาติดต่อทางธุรกิจ

ค่านิยมดังกล่าวจึงมุ่งเน้นการยอมรับในตัวกิจกรรม คือ ให้ความสำคัญต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มากกว่าการยอมรับและให้ความสำคัญในตัวเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ผู้ดื่มเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมดังกล่าว แต่การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมนั้น ไม่ได้ส่งผลให้พวกเขายอมรับในผลของการดื่มดังกล่าว ค่านิยมข้างต้น เนื่องจากผลที่เกิดขึ้นนั้นได้เกิดขึ้นก่อนที่จะเกิดการร่วมดื่มด้วยกัน และตัวเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เองก็ไม่ได้มีบทบาทชัดเจนในการเข้าสังคมหรือการติดต่อทางธุรกิจ กิจกรรมการดื่มที่เกิดขึ้นจึงไม่ใช่การดื่มเพื่อให้เกิดการยอมรับ แต่การดื่มเป็นกิจกรรมเพื่อต่อยอดความสัมพันธ์ที่กระหว่างกัน และทำให้ปัจเจกบุคคลรู้จักการปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่ตนเองได้เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ด้วย ถ้าไปอยู่ในสังคมที่มีการดื่ม บุคคลนั้นก็

จะร่วมดื่มด้วย แต่เมื่อไปอยู่ในสังคมที่ไม่มีการดื่ม บุคคลนั้นก็ไม่ใช่จำเป็นต้องดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ในระดับความต้องการได้รับการยกย่อง มีเกียรติยศ ชื่อเสียง แสดงให้เห็นว่า การดื่มเหล้าส่วนใหญ่ทำให้ตนเองกล้าแสดงออกและมีความมั่นใจมากขึ้น ทั้งในด้านความคิดและการกระทำแต่การดื่มไม่ได้ช่วยให้ตนเองมีความเป็นผู้นำมากขึ้นหรือสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง เพราะการเป็นผู้นำขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลและแต่ละสถานการณ์ และการดื่มในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ดื่มอย่างมีสติ ไม่นิยมดื่มจนเมาอย่างไม่มีสติหรือเสียบุคลิกภาพ รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับว่าเครื่องดื่มแต่ละประเภทแสดงถึงรสนิยมที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล แต่ไม่เห็นด้วยว่าการดื่มเครื่องดื่มของต่างประเทศจะแสดงออกถึงความเป็นคนชั้นสูงเสมอไป เพราะไม่ยึดติดกับค่านิยมดังกล่าวแต่ขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละคนมากกว่า

ในระดับความต้องการทางด้านร่างกายและความมั่นคงปลอดภัย แสดงให้เห็นว่าการดื่มเป็นเพียงแค่การทำให้ลืมความเครียดไปชั่วขณะหนึ่งเท่านั้น อาจเมาแล้วหมดสติไปช่วงเวลาหนึ่ง แต่ความเครียดยังอยู่ สังเกตได้จากการที่คนดื่มพุดหรือเพื่อออกมาให้ได้ยิน แสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ทำให้เกิดความเครียดยังคงอยู่ ในความเป็นจริงการที่ความเครียดลดลงขณะดื่มนั้น! ผลหลักมาจากการที่ได้ระบายได้พูดคุยกับเพื่อน แอลกอฮอล์ไม่ใช่สิ่งที่ทำให้ความเครียดลดลงความเครียดที่แท้จริง เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น เมื่อเวลาที่มีความทุกข์จะไม่รู้สึกอยากดื่ม เพราะถ้าเกิดความทุกข์ใจแล้วดื่มจะทำให้เกิดความทุกข์กายด้วย การดื่มเป็นการเพิ่มความทุกข์มากยิ่งขึ้น แต่กลับไม่สามารถดับทุกข์ได้ ดังนั้นช่วงเวลาที่ดื่มจะเป็นช่วงเวลาที่มีความสุข หรือช่วงเวลาที่ไม่เครียดจึงจะทำให้บรรยากาศในการดื่มเกิดความสนุกสนานอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตามการดื่มขึ้นอยู่กับอารมณ์ของผู้ดื่มและสถานการณ์ในขณะนั้นด้วย

5.2.2 แนวคิดเรื่องเพศและสตรีนิยม

แสดงให้เห็นว่า สมัยก่อนบทบาทและลักษณะสำคัญที่ปรากฏในสังคมไทย มีลักษณะสังคมแบบชายเป็นใหญ่ มองการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของเพศชายเป็นเรื่องปกติ และมีการจำกัดการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในเพศหญิง แต่ในปัจจุบันสังคมเปิดกว้าง ทำให้สังคมยอมรับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงมากขึ้น และมีการสร้างมุมมองผู้หญิงที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในมุมมองใหม่ ที่แตกต่างไปจากมุมมองเดิม เป็นที่สังเกตในสังคมปัจจุบันปริมาณผู้หญิงที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก็ไม่ใช่ตัววัดในการแสดงความเท่าเทียมกันทางเพศ และไม่ใช่ ตัววัดหรือตัดสินความเป็นคนดีหรือคนไม่ดีของแต่ละบุคคล แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 อย่าง ได้แก่

ก. พฤติกรรมและการแสดงออกของผู้ค้ำ คุณไม่ติดต่อเมื่อประพาศิตัวเกินขอบเขตที่
 ติงามของวัฒนธรรมไทย ถ้ามาแล้วทำตัวไม่ดีก็ไม่น่าสนใจ

ข. บุคลิกลักษณะภายนอกของผู้ค้ำแต่ละคน ทั้งรูปร่างหน้าตาและการแต่งตัว ถ้า
 หน้าตาดีก็ดึงดูดใจไม่จำเป็นต้องค้ำเหล่า บางคนไม่ค้ำเหล่าก็มีเสน่ห์ได้ แต่บางคนค้ำแล้วแค้น
 ก็ดูดี บางคนแต่งตัวไปมากแล้วมาค้ำ บางทีก็ดูน่าเกลียดมากกว่าคู่แข่ง ยิ่งค้ำยิ่งดูไม่ดี

ค. มุมมองของแต่ละคนในการมองผู้หญิงที่ค้ำเหล่า บางคนอาจมองในด้านบวก
 บางคนมองในด้านลบ รวมทั้งการนิยามคำว่า"ดี" หรือ"ไม่ดี" ของแต่ละคนก็ต่างกันด้วย ถ้าค้ำแล้ว
 ไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ไม่ถือว่าเป็นคนไม่ดี เพราะบางคนไม่ค้ำก็สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่นได้

ง. การแสดงความสามารถ ความเท่าเทียมกันทางเพศควรวัดจากความสามารถใน
 ด้านต่างๆ ของแต่ละบุคคล เช่นการทำงาน ความคิด การพูดคุยกัน และถ้าค้ำแล้วเป็นคนมี
 ทัศนคติ มีความคิดเห็นที่น่าสนใจ ก็ทำให้ดูน่าสนใจและเป็นที่ดึงดูดใจได้

นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า การค้ำเครื่องค้ำในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างส่วน
 ใหญ่ไม่มีข้อจำกัดระหว่างเพศ และเครื่องค้ำไม่ใช่สัญลักษณ์สำหรับเพศชาย เนื่องจากเพศไม่ใช่สิ่ง
 สำคัญ ปัจจุบันผู้หญิงก็ค้ำและค้ำมากขึ้นจนดูเหมือนว่าเป็นเรื่องปกติธรรมดา เหมือน
 แอลกอฮอล์เป็นเครื่องค้ำประเภทหนึ่งที่ใครก็สามารถค้ำได้ ไม่จำกัดเพศ อย่างไรก็ตามความ
 แตกต่างระหว่างเพศยังส่งผลให้เกิดข้อจำกัดใน 3 ประการ คือ

ประการแรก เจ็บใจด้านร่างกาย ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างในการดูค้ำ
 แอลกอฮอล์ ผู้หญิงจะเมาเร็วและเมื่อง่ายกว่าผู้ชาย และผู้หญิงมีครรภ์ไม่ควรค้ำเพราะส่งผลต่อเด็ก
 ในครรภ์

ประการที่สอง ความปลอดภัย ผู้หญิงต้องมีความระมัดระวังตัวมากกว่าผู้ชาย
 เพราะว่าเมื่อมาจะได้รับความสะดวกน้อยกว่าผู้ชาย อาจถูกล่อลวงจากผู้ไม่หวังดี

ประการที่สาม พฤติกรรมการแสดงออก การที่ผู้หญิงมาแสดงออกในลักษณะ
 แบบเดียวกับผู้ชายที่มา จะถูกมองในแง่ลบมากกว่าผู้ชายที่มา

ในสมัยก่อนเครื่องดัดถือเป็นสัญลักษณ์สำหรับเพศชาย สำหรับปัจจุบันแนวคิดดังกล่าวยังคงมีอยู่ แต่มีการสร้างสัญลักษณ์สำหรับเพศหญิงเช่นกัน เช่น เครื่องดัดที่มีดิกริต้าและมีรศหวานเหมาะสำหรับผู้หญิง

จากการศึกษาถึงมุมมองในการมองผู้หญิงและผู้ชายที่ดัดแล้วมา พบว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือการวางตัวและพฤติกรรมในการแสดงออก การดัดต้องรู้จักขอบเขตของสังคมไทยที่ยอมรับได้ ผู้หญิงและผู้ชายเมื่อมาจะมีผลต่างกัน นั่นคือ ส่วนใหญ่ถ้าผู้ชายเขามักจะทำความเดือดร้อนให้คนอื่นต้องคนอื่นดูแล แต่ผู้หญิงที่เขามาจะทำให้ตนเองเดือดร้อน เนื่องจากโดยธรรมชาติผู้หญิงเป็นเพศที่จะได้รับอันตรายหรือได้รับความเสียหายง่ายอยู่แล้ว ถ้าเขาจะเกิดอันตรายต่อตนเองได้ง่ายขึ้น และบางคนอาจไม่ระมัดระวังตัวทำให้เกิดภาพพจน์ที่ไม่เหมาะสม แต่ความพอดีของผู้หญิง อย่างไรก็ตามทั้งผู้หญิงและผู้ชายหากดัดจนเขาก็ไม่ดีและไม่เหมาะสม แต่ผู้หญิงควรลองดัดเพื่อให้รู้จักรสชาติและไม่ทำให้โดนผู้อื่นหลอกได้ง่าย

5.2.3 แนวคิดการขัดเกลาทางสังคม

แสดงให้เห็นว่า กระบวนการขัดเกลาเกี่ยวกับเครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์ในสังคมไทย ได้หล่อหลอมให้ผู้หญิงได้รับรู้ภาพลักษณ์ของเครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์ตั้งแต่ในระดับครอบครัว นั่นคือ เห็นพฤติกรรมการดัดเครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์จากคนภายในครอบครัวเป็นอันดับแรก ถือเป็นแรงกระตุ้นอย่างหนึ่งในการเรียนรู้ แต่การที่จะเลียนแบบหรือไม่นั้นยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน เช่น ค่านิยมที่สืบทอดกันมาว่าเป็นผู้หญิงห้ามดัดเครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์ การดัดกันภายในครอบครัวยังไม่ปรากฏภาพของผู้หญิงในการร่วมดัดด้วย เพราะถือเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม หากไม่ปฏิบัติตามสิ่งที่สังคมคาดหวังไว้จะถูกลงโทษในแง่ลบทันที

สำหรับตัวแทนในกระบวนการขัดเกลาทางสังคมเกี่ยวกับเครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์ที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกกรณีได้รับการขัดเกลาโดยตรงจากกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะเพื่อนกลุ่มที่เรียนสมัยมหาวิทยาลัย โดยปกติธรรมชาติคนเรามักจะไม่ปฏิเสธคำชักชวนให้ทำกิจกรรมร่วมกันจากเพื่อนสนิท เช่นเดียวกับการที่เพื่อนมักจะปฏิเสธคำชักชวนให้ร่วมดื่มเหล้าด้วยกันในกลุ่มเพื่อน สอดคล้องกับการศึกษาของสายพิณ สาประเสริฐ (2544:105) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสิ่งที่มีเหมือนกันคือ ไม่สามารถปฏิเสธคำเชิญชวนให้มาร่วมดื่มด้วยกันในโอกาสต่างๆ ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของอำนาจ พิรุณสาร (2538:95) ที่พบว่า เขาชวนใช้เหล้าเป็นเครื่องดัดที่ทำให้เพื่อนมารวมกลุ่มกัน หรือมาอยู่แวดล้อมตัวเขา โดยการชักชวนเพื่อนมาดื่มเหล้าและเมื่อเกิดการรวมกลุ่มก็จะเกิดการดื่มเหล้าในหมู่เพื่อนฝูงตามมา แสดงให้เห็นว่า การดัด

ต่างๆ ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของอำนาจ พิรุณสาร (2538:95) ที่พบว่า เขาชวนใช้เหล้าเป็น เครื่องดื่มที่ทำให้เพื่อนมารวมกลุ่มกัน หรือมาอยู่แคว้นล้อมตัวเขา โดยการชักชวนเพื่อนมาดื่มเหล้า และเมื่อเกิดการรวมกลุ่มก็จะเกิดการดื่มเหล้าในหมู่เพื่อนฝูงตามมา แสดงให้เห็นว่า การดื่ม เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เกิดจากคำชักชวนของเพื่อน และทำให้เขาชวนมีเพื่อน ส่วนกระบวนการ ขัดเกลารผ่านการกระทำซ้ำของสื่อ จากการศึกษา พบว่า อิทธิพลของสื่อโฆษณาไม่มีส่วนสัมพันธ์ กับการดื่มเครื่องดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์จากสื่อต่างๆ เป็นประจำ และจะจดจำโฆษณาของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้ แต่การ โฆษณาดังกล่าวกลับไม่มีผลต่อการเลือกดื่มตามโฆษณานั้น เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือก ดื่มประเภทของเครื่องดื่มตามที่ตนเองและเพื่อนในกลุ่มนิยมดื่มมากกว่า สอดคล้องกับการวิจัย ของปัทมา มาลาเว (2548:112) ที่พบว่า ความชอบในแนวทางของการนำเสนอมีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มในการดื่ม แต่ความถี่ในการเปิดรับชมโฆษณาเครื่องดื่มไม่มีผลต่อทัศนคติต่อการดื่ม เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และไม่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มเช่นกัน อย่างไรก็ตาม สำหรับการเปิดพื้นที่ทางสังคมหรือการพยายามสร้างภาพลักษณ์ใหม่และดอกฟ้าภาพลักษณ์ให้กับผู้ผลิตที่ ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์นับว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงในปัจจุบัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิง ทำงาน ได้แก่ แรงจูงใจทางสังคม ข้อจำกัดระหว่างเพศ และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ผู้วิจัยมี ข้อเสนอแนะดังรายละเอียดดังนี้

1) แรงจูงใจทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นความต้องการได้รับการยกย่องจากคนในสังคม นักดื่มความต้องการกล้าแสดงออก และการได้รับการยกย่อง รวมทั้งความต้องการทางร่างกายและ ความมั่นคงทางจิตใจ พบว่า แรงจูงใจดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตในสังคมที่ต้องมี ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งการร่วมดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์กับกลุ่มสังคม ถือเป็น สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากคนในสังคม ก่อให้เกิดเป็นค่านิยมที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ ดังนั้น สังคมไทยควร ร่วมกันสร้างค่านิยมในรูปแบบใหม่ โดยจัดให้มีการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ร่วมกัน และชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการยอมรับซึ่งกันและกัน รวมทั้งได้รับการ

ยกย่องจากการร่วมทำกิจกรรม อันจะนำไปสู่ความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งการสร้างค่านิยมที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในรูปแบบใหม่นั้น ผู้ที่มีส่วนสำคัญคือบุคลากรรอบข้างและคนใกล้ชิด

2) ข้อจำกัดระหว่างเพศ พบว่า ในปัจจุบันที่ข้อจำกัดระหว่างเพศในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ถูกลดทอนลง ผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้อย่างเปิดเผยมากขึ้น และมองว่าการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติในสังคม ส่งผลให้ผู้หญิงได้รับอันตรายจากสังคมน้อยลงมากขึ้น เนื่องจากข้อจำกัดในความเป็นเพศหญิงยังคงมีอยู่ ดังนั้น รัฐบาลควรมีมาตรการในการควบคุมสื่อโฆษณาที่นำเสนอภาพผู้หญิงที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในทางบวก และกระตุ้นให้เห็นโทษของการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สำหรับผู้หญิงให้มากขึ้น

3) อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน พบว่า เพื่อมีอิทธิพลต่อการชักชวนให้ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระดับสูง และให้ความสำคัญกับการดื่มกับเพื่อนมากกว่าการดื่มร่วมกับครอบครัว ทำให้ความสัมพันธ์ในครอบครัวที่เกิดขึ้นระหว่างการทำกิจกรรมร่วมกันขาดหายไป ดังนั้น สังคมไทยควรสร้างค่านิยมในการสังสรรค์และการรวมกลุ่มทำกิจกรรมร่วมกัน โดยเริ่มตั้งแต่ครอบครัว ให้เกิดความรู้สึกผูกพันกันมากขึ้น ซึ่งจะทำให้การคล้อยตามกลุ่มเพื่อนในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีปริมาณลดลงได้

4) ครอบครัวและญาติผู้ใหญ่ มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงาน โดยการทำให้เห็นเป็นตัวอย่าง ทำให้เกิดความอยากแสดงถึงความเป็นผู้ใหญ่ ดังนั้น บุคคลในครอบครัวควรตระหนักถึงความสำคัญในการประพฤติตัวให้เป็นแบบอย่างที่ดีและเหมาะสมต่อบุตรหลานต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี เพียง 10 ราย เท่านั้น ผลการศึกษาจึงไม่อาจเป็นข้อสรุปที่ครอบคลุมถึงผู้หญิงทำงานทั้งหมดได้ ดังนั้น ควรศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มผู้หญิงทำงานช่วงอายุอื่น เพื่อให้เห็นภาพรวมแนวคิดของผู้หญิงทำงานทั้งหมด

2) ควรทำการศึกษาการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายวัยทำงาน เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างเพศเกี่ยวกับพฤติกรรมในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

3) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มผู้หญิงทำงานที่ประกอบอาชีพในสังคมชนบทหรือต่างจังหวัด เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบท

4) ควรทำการศึกษาในกลุ่มผู้หญิงทำงาน โดยแบ่งเป็นการศึกษากลุ่มที่มีการประกอบอาชีพที่ต่างกันไป เพื่อศึกษาถึงการขัดเกลารูปแบบพฤติกรรมการดื่มที่เกิดจากความแตกต่างหลากหลายของกลุ่มอาชีพ