

ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาระดับ
ปริญญาตรีและปริญญาโท



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาระดับ
ปริญญาตรีและปริญญาโท

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2565

สิริภัส จัทรภิมย์เดช

นางสาวสิริภัส จัทรภิมย์เดช
ผู้วิจัย

Winai W

รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

Viwaha. Rasmam

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง ทองอากาศ,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ธีรพงษ์ ปิณิจเสถิกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยในหัวข้อการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรีและปริญญาโทเล่มนี้ ได้ผ่านสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี จะขาดบุคคลสำคัญไปไม่ได้เลย ที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำ และแนะแนวทางในการทำวิจัย ให้ออกมาประสบความสำเร็จ คือ รศ. ดร. วินัย วงศ์สุวรรณ ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ต้องขอขอบคุณอาจารย์ที่คอยแนะนำทุกอย่าง ทำให้งานวิจัยฉบับนี้ออกมาสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และต้องขอขอบคุณอาจารย์ที่สั่งสอนในมหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ให้ความรู้ คำแนะนำ และข้อปฏิบัติต่างๆ ทำให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆกับผู้ที่วิจัยอย่างยิ่ง

รวมไปถึงต้องขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ทั้งกลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี 15 คน และ กลุ่มนักศึกษาปริญญาโท 15 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสามารถเปิดมุมมองต่างๆให้กับผู้ทำงานวิจัยมากขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกยินดีและดีใจ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

สิริภัส นัตรภิมย์เดช

ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท
A STUDY OF ALCOHOL CONSUMPTION BEHAVIOR OF BACHELOR'S AND MASTER'S
STUDENTS

ศิริภัต นัตรภิรมย์เดช 6350310

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัดน์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจเสกิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

ไม่ว่าจะในประเทศไทยหรือต่างประเทศ การดื่มแอลกอฮอล์ถือว่าเป็นสิ่งที่อยู่ในสังคมมาอย่างยาวนาน จนบางครั้งก็เข้าผสานรวมกับผู้คน เกิดเป็นวัฒนธรรม ไม่ว่าจะอายุน้อยหรืออายุมาก ก็ต้องมีความข้องเกี่ยวหรือรู้จักเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มากก็น้อย งานวิจัยในครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมในการเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีและนักศึกษาระดับปริญญาโท และเพื่อศึกษาการเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท สามารถสะท้อนพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพได้หรือไม่ โดยกำหนดรูปแบบงานวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Quantitative Research) ทั้งหมด 30 คน ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ข้อมูล เกิดเป็นแนวคิดและเชื่อมโยงไปถึงทฤษฎี

ผลงานวิจัยพบว่าเมื่อมนุษย์อายุเพิ่มมากขึ้น ความต้องการและความคาดหวังในชีวิตก็สูงมากขึ้น จุดประสงค์ในการดื่มแอลกอฮอล์ก็เพิ่มขึ้นตาม ยิ่งประสบการณ์การใช้ชีวิตมากขึ้นเท่าไร การถูกตั้งความหวังทั้งกับตัวเอง และผู้อื่นก็มากขึ้น นำไปสู่ทุกการกระทำ ก็จะมีเหตุผลและการวางแผนรับรองเสมอ และพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพที่แสดงออกมา มีความสอดคล้องกับประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ทั้งหมด เนื่องจากการเลือกดื่มประเภทของแอลกอฮอล์ของแต่ละคน แตกต่างกันไป ทุกคนจะมีเหตุผลส่วนตัว การที่จะหล่อหลอมทำให้เกิดเป็นพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพที่แสดงออกมานั้น มีปัจจัยหลายอย่าง ไม่ใช่แค่ประเภทเครื่องดื่มอย่างเดียว

คำสำคัญ : เครื่องดื่มแอลกอฮอล์/ พฤติกรรมของผู้บริโภค/ ระดับการศึกษา

43 หน้า

สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
	1.2 คำถามงานวิจัย	3
	1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
	1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
	1.5 ข้อยกเว้นในงานวิจัย	3
บทที่ 2	การทบทวนวรรณกรรม	5
	2.1 คำจำกัดความคำศัพท์พิเศษ	5
	2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์	6
	2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องคีมแอลกอฮอล์	8
	2.4 แนวคิดและทฤษฎีของบุคลิกภาพ	10
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	15
	3.1 รูปแบบการวิจัย	15
	3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	15
	3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัย	16
	3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	17
	3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
	3.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	19
	3.7 ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	19
	3.8 จริยธรรมในงานวิจัย	20
บทที่ 4	ผลการศึกษางานวิจัย	21
	4.1 กระบวนการเก็บข้อมูล	21
	4.2 อุปสรรคและความท้าทายในการเก็บข้อมูล	22
	4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	23
	4.4 สรุปผลของการเก็บข้อมูล	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 แนวคิดหลักที่ได้	35
4.6 ประเด็นความเห็นต่าง	35
บทที่ 5 สรุปผลงานวิจัย	36
5.1 สรุปผลงานวิจัย	36
5.2 ข้อจำกัดหรือจุดอ่อนของงานวิจัย	39
5.3 ประโยชน์ที่ผู้วิจัยได้รับจากการวิจัย	39
บรรณานุกรม	41
ประวัติผู้วิจัย	43



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	กลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 15 คน	21
1.2	กลุ่มนักศึกษาปริญญาโท จำนวน 15 คน	22



สารบัญรูปรภาพ

รูปรภาพ

หน้า

1.1 โมเดล DISC

11



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถือว่าเป็นการเข้าสังคมแบบหนึ่ง ที่สามารถแผ่ขยายออกไปทั่วในหลายประเทศ กลายเป็นวัฒนธรรมและการสังสรรค์ ทำให้บางคนนั้นเกิดเป็นภาพจำ หรือติดใจในกลิ่นหรือรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นๆ กลายมาเป็นพฤติกรรมที่บางครั้งต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ แม้ว่าจะดื่มแอลกอฮอล์คนเดียว ไม่ต้องดื่มกับสังคมนั้นก็ตาม โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) กล่าวว่า สาเหตุในการดื่มของแต่ละคนก็แตกต่างกัน ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากดื่มเพราะตามเพื่อนหรือเพื่อนชวน (ร้อยละ 38.90) รองลงมาคือ อยากทดลองดื่มเอง (ร้อยละ 29.10) และดื่มเพราะเข้าสังคมในงานพิธีหรืองานสังสรรค์ต่างๆ เช่น งานทำบุญ งานศพ งานแต่ง งานขึ้นบ้านใหม่ (ร้อยละ 17.60) โดยอายุเฉลี่ยเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเพศชายคือ 19 ปี และเพศหญิง 24 ปี ซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีหลายประเภท โดยที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ 1. เบียร์ (ร้อยละ 47.40) 2. สุราขาว/สุรากลั่นชุมชน (ร้อยละ 26.60) 3. สุราสี/สุราแดง (ร้อยละ 22.00) 4. ไวน์คูลเลอร์/สุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่น 5. ไวน์องุ่น/แชมเปญ/ไวน์ผลไม้ และ สุราแช่พื้นบ้านยาแดงเหล้า/สุราจีน/อื่นๆ

ซึ่งแบรนด์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็พยายามที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด โดยมีการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ ผ่านการโฆษณาและการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นการออกแบบสีต้นของโฆษณา การใช้ประโยคหรือคำพูดที่สะท้อนตัวตนของแบรนด์ รวมกันจนทำให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ ซึ่งส่งผลให้ต่อผู้บริโภค ทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น สามารถสะท้อนบุคลิกหรือตัวตนของผู้ดื่มได้จากมุมมองเห็นจากบุคคลภายนอกหรือสังคมนั้น อย่างเช่นการโฆษณาของเบียร์ลีโอนั้น เป็นการแสดงให้เห็นถึงมิตรภาพ การที่เพื่อนๆ มาร่วมดื่มเบียร์ สังสรรค์กันอย่างสนุกสนาน โดยมีข้อความหลักที่เราต้องการจะสื่อสารกับลูกค้า (key message) คือ รวมกันมันส์กว่า ซึ่งทางแบรนด์ชูจุดเด่นเรื่องเพื่อน เรื่องมิตรภาพ ทำให้เกิดภาพจำว่า ถ้ามาดื่มกับเพื่อน ต้องดื่มเบียร์ลีโอนั้นถึงจะสนุกสนาน อีกตัวอย่างคือ โฆษณาแบรนด์ Johnnie Walker เป็นการแสดงออกมาให้เห็นถึงความเป็นตัวเอง และเชื่อมั่นในศักยภาพของตัวเอง สามารถแสดงออกได้ตามที่ตัวเองต้องการ โดยมีข้อความหลักที่เราต้องการจะสื่อสารกับลูกค้า (key message) คือ Keep Walking ซึ่งทางแบรนด์ชูจุดเด่นเรื่องการได้เป็นตัวของตัวเอง มั่นใจในตัวเอง ความประสบความสำเร็จ โดยทำให้เกิด

ภาพจำว่า ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ไหน Johnnie Walker ก็อยู่เคียงข้าง ถ้าหากได้เป็นตัวของตัวเอง อย่างแท้จริง และตัวอย่างสุดท้ายคือ โฆษณา Bovin Winery เป็นการแสดงออกมาให้เห็นถึงความหรูหรา มีระดับ และควมมีคุณค่าไม่ว่าจะตัวสินค้าหรือผู้ดื่ม ซึ่ง mood & tone รวมถึงเสื้อผ้าของนักแสดง จะเน้นสีเข้ม เพื่อแสดงถึงความสูงส่ง หลูหรูหรา และความน่าดึงดูด โดยทั้งหมดนี้จะทำให้เกิดภาพจำ ของการดื่มเครื่องดื่มนี้ต้องเป็นคนที่มียาได้สูงหรือเป็นคนชนชั้นสูง มีระดับ แต่งตัวดี และมีเครื่องประดับมากมาย โดยทั้งหมดนี้จะเห็นว่าทุกการสื่อสารของแบรนด์ ไม่ว่าจะผ่านสินค้า โฆษณาต่างๆ จะสามารถทำให้เกิดภาพลักษณ์ของแบรนด์และผู้ดื่มได้ ถ้าหากเราต้องการให้สังคมมองว่าเป็นคนรูปแบบไหน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัย ที่คนภายนอกหรือสังคมตัดสินเราได้

ซึ่งทั้งในด้านวัฒนธรรม สังคม หรือตัวบุคคลเอง เมื่อเจอสิ่งเร้าต่างๆเป็นประจำนั้น ก็ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ใช้ร่วมกับความรู้และประสบการณ์ ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ ความนึกคิดบางอย่าง ส่งผลให้แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพต่างๆ โดยทั้งพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพที่แสดงออกมานั้น จะมีผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน การเข้าสังคม และการทำงานในองค์กร ซึ่งถ้าหากบุคคลากรในองค์กรมีบุคลิกภาพที่ดี มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ วัฏปฏิบัติกับผู้อื่นและคนในสังคม และมีพฤติกรรมสอดคล้องกับหน้าที่ในการทำงาน จะถือว่าเป็นข้อได้เปรียบกับองค์กรนั้นๆ ที่จะนำข้อมูล มาปรับโครงสร้าง วางแผน กลยุทธ์ต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับพนักงาน รวมถึงสามารถกระตุ้นหรือชักจูง ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน และทำให้ผลิตผลงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งถ้าหากว่าเราทราบถึงความแตกต่างของแต่ละบุคคล แต่ละบุคลิกภาพนั้น จะสามารถรู้แนวทางปฏิบัติกับบุคคลนั้นๆ ได้ โดยถือว่าเป็นข้อดี ของการนำมาปรับใช้ทั้งในชีวิตประจำวันและในการทำงานอีกด้วย

ทางผู้วิจัยเห็นว่าปัจจุบันผู้คนเริ่มหันมาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กันเป็นจำนวนมาก ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเข้าสังคม จึงต้องการที่จะศึกษาพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทนั้น จะ สะท้อนตัวตนออกมาในรูปแบบใด มีลักษณะบุคลิกภาพประเภทใดบ้าง มีความสัมพันธ์กันมากน้อยแค่ไหน เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้นั้นไปพัฒนาและปรับปรุงตัวให้ดียิ่งขึ้น เพราะเมื่อเรารู้ข้อมูลบุคลิกภาพนั้นแล้ว จะสามารถช่วยให้ค้นหาแนวทางในด้านการใช้ชีวิต ด้านการทำงาน และการเข้าสังคม ซึ่งสามารถช่วยปรับปรุงพฤติกรรมให้เป็นไปในด้านที่ดีมากยิ่งขึ้น และยังช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพของผู้อื่น สามารถนำข้อมูลนี้ มาใช้เป็นแนวทาง ในการปฏิบัติตัวกับผู้อื่น ได้อย่างเหมาะสม รวมถึงเป็นการยอมรับและเคารพในความแตกต่างของแต่ละบุคคลอีกด้วย

1.2 คำถามงานวิจัย

1.2.1 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาปริญญาโทและปริญญาตรี มีความแตกต่างกันอย่างไร

1.2.2 การเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท สามารถสะท้อนพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพได้หรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมในการเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาปริญญาโทและนักศึกษาปริญญาตรี

1.3.2 เพื่อศึกษาการเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท สามารถสะท้อนพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพได้หรือไม่

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลของงานวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลนี้มาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติทั้งตนเองและผู้อื่น ซึ่งเป็นประโยชน์ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน ชีวิตในการทำงาน การเข้าสังคม รวมถึงลักษณะและพฤติกรรมในการทำงาน ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีลักษณะพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพแตกต่างกัน นอกจากนี้ทางองค์กรยังสามารถนำข้อมูลมาปรับ วิเคราะห์ ให้งานที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพคนนั้นๆ เพื่อได้ผลลัพธ์ของงานออกมามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และยังช่วยให้เข้าใจในธรรมชาติของบุคคลนั้นๆ สามารถกำหนดแนวทางในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ได้อย่างเหมาะสม

1.5 ข้อจำกัดในงานวิจัย

1.5.1 เนื่องด้วยการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ อยู่ในช่วงของสถานการณ์โควิด 19 (Covid-19) ที่ยังคงมีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ต้องมีการรักษาระยะห่าง ใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้ง ทำให้การสัมภาษณ์เป็นไปด้วยความไม่สะดวกมากนัก เพื่อรักษาความปลอดภัยทั้งตัวผู้สัมภาษณ์และผู้ให้ข้อมูล จึงอาจจะต้องมีการขอสัมภาษณ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งอาจจะเสี่ยงต่อการถูกรบกวนต่างๆ เช่น สภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมที่ผู้ให้ข้อมูลอยู่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตอาจจะไม่เสถียร ได้ยินเสียง

ไม่ชัดเจน ทำให้ข้อมูลที่ได้รับอาจจะไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ รวมถึงการใส่หน้าปกก่อนนำมายื่น ก็ทำให้ไม่สามารถเห็นลักษณะสีหน้าของผู้ให้ข้อมูลอย่างชัดเจน ซึ่งส่งผลให้การที่จะนำข้อมูลในส่วนนี้มาวิเคราะห์ร่วมกับคำตอบได้ยาก

1.5.2 เนื่องด้วยหัวข้อที่ผู้วิจัยศึกษานั้นค่อนข้างเป็นเรื่องที่ลุ่มลึก และเป็นเรื่องของความคิดเห็นส่วนบุคคล อาจจะส่งผลกระทบต่อจิตใจ ดังนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ต้องตระหนักในเรื่องนี้ และไม่ถามคำถามที่ก้าวท้าว หรือรุกรานความเป็นส่วนตัวมากเกินไป ทำให้ผู้ให้ข้อมูลรู้สึกอึดอัด เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยหัวข้อ “ศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระหว่างนิสิต/นักศึกษา ระดับปริญญาโท และ นิสิต/นักศึกษา ระดับปริญญาตรี” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีสาระสำคัญดังนี้

- 2.1 คำจำกัดความคำศัพท์พิเศษ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์
- 2.3 แนวคิดที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

2.1 คำจำกัดความคำศัพท์พิเศษ

2.1.1 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เกรียงกมล ภัทรพรไพศาล (2560) กล่าวว่า พฤติกรรมในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มประจำ ความถี่ในการดื่มแอลกอฮอล์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการดื่มแอลกอฮอล์ เหตุผลในการดื่มแอลกอฮอล์ ปริมาณในการดื่ม และค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.1.2 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เกรียงกมล ภัทรพรไพศาล (2560) กล่าวว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึงของเหลวที่มีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์ แต่เรียกสั้นๆว่า แอลกอฮอล์ เกิดจากการหมักแป้งผสมยีสต์เป็นหลัก ซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นสามารถระบุประเภทได้หลายอย่าง สามารถแบ่งตามปริมาณคีรีของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกระบวนการผลิตแอลกอฮอล์ ซึ่งแอลกอฮอล์นั้น เมื่อดื่มเข้าสู่ร่างกาย จะทำให้เกิดอาการมึนงง มึนเมา และมีสติสัมปชัญญะไม่สมบูรณ์

2.1.3 ผู้ดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง นิสิต/นักศึกษา ระดับปริญญาโท และ นิสิต/นักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

2.2.1 ความหมายของความต้องการของมนุษย์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 กล่าวถึง ความต้องการว่า หมายถึง ความต้องการ หรือมีความประสงค์บางอย่าง เมื่อเกิดความรู้สึกนั้น ร่างกายจะเกิดภาวะขาดสมดุล เนื่องจากมีสิ่งเร้ามากระตุ้น ทำให้ร่างกายเกิดความกระตุ้นตนเอง เพื่อแสวงหาความต้องการนั้น และเมื่อร่างกายได้รับการตอบสนองหรือได้รับความต้องการนั้นแล้ว ก็จะกลับมาสู่ภาวะสมดุล และยังสามารถเกิดความต้องการใหม่ๆ ได้อีก

แซมมวลสัน (Samuelson, 1917 อ้างใน กฤษณา ศักดิ์ศรี, 2534, หน้า 159) ได้กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการที่จะบรรลุถึงความต้องการของตนเองทีละขั้นทีละขั้น และจะพยายามหาทางเพื่อให้บรรลุความต้องการนั้นๆ เมื่อบรรลุความต้องการขั้นแรกแล้ว ความสำคัญก็จะหมดไป เกิดเป็นความต้องการใหม่เกิดขึ้น มนุษย์ก็จะหาวิธีเพื่อบรรลุความต้องการนั้นต่อไป และเมื่อสามารถบรรลุความต้องการนั้น ความสำคัญก็จะหมดลงไปเช่นกัน และก็สามารถเกิดเป็นความต้องการใหม่เกิดขึ้นได้อีก เรียงขึ้นไปตามลำดับ

2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์

จากพฤติกรรมความต้องการของมนุษย์ที่มีเป็นลำดับขั้น สามารถเชื่อมโยงได้กับทฤษฎี มาสโลว์ หรือทฤษฎีลำดับความต้องการ (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) มาสโลว์ เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์ สามารถอธิบายแนวโน้มของการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ได้รับสิ่งที่ต้องการหรือคาดหวังได้ โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์ เป็นสัตว์ที่มีความต้องการ และยากที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายหรือความต้องการนั้นๆ ในทฤษฎีลำดับขั้นนั้น แสดงถึงความต้องการของมนุษย์ที่เป็นลำดับขั้น ตามพีระมิด ที่เมื่อมนุษย์มีความต้องการในขั้นแรกแล้ว จะหาทางเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ และเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการนั้นแล้ว ก็จะแสวงหาความต้องการลำดับถัดไป โดยมาสโลว์ ได้เรียงลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ไว้ดังนี้

1. ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological Needs)
2. ความต้องการด้านความปลอดภัยและมั่นคง (Safety Needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love Needs)

4. ความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ (Esteem Needs)

5. ความต้องการบรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริง (Self-actualization Needs)

โดยการเรียงลำดับขั้นนี้ สามารถอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมได้ดังนี้

1. ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการด้านพื้นฐานของมนุษย์เพื่อที่จะดำรงชีวิต ซึ่งมีอำนาจและสามารถเห็นชัดเจนมากที่สุด ได้แก่ อาหาร น้ำ อากาศ การนอนหลับ เครื่องดื่ม ที่พักพิง เสื้อผ้า ความต้องการทางเพศ ความอบอุ่น เป็นต้น แรงขับเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นโดยตรงกับความอยู่รอดของมนุษย์

2. ความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety Needs) เริ่มเป็นความต้องการที่ซับซ้อนมากขึ้น มนุษย์ต้องการที่จะควบคุมดูแลสิ่งต่างๆ ในชีวิต สามารถคาดเดาได้ว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไรต่อ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของความมั่นคงทางการเงิน ความปลอดภัยของสุขภาพ ความปลอดภัยจากโรคภัยไข้เจ็บ อุบัติเหตุ หรือการบาดเจ็บ รวมไปถึงความปลอดภัยทางด้านอารมณ์ อย่างเช่น การไม่เศร้าเสียใจ การไม่กังวลใจ หรือการวิตกกังวล รวมไปถึงความมั่นคงและความแน่นอนในชีวิตที่ดี

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love Needs) ขั้นนี้เป็นขั้นที่ต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีหรือได้รับความรัก กับครอบครัว คนรัก และเพื่อน ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสังคม อยากมีความใกล้ชิดกับกลุ่มเพื่อน หรือสังคม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสถานะทางอารมณ์ ถ้าหากได้รับความรักที่ดี สิ่งที่มาตามก็จะรู้สึกพึงพอใจ ใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่ง ไม่รู้สึกแปลกแยก โดดเดี่ยว แต่ถ้าหากไม่ได้รับความสัมพันธ์ที่ดี จะสามารถทำให้บุคคลนั้นๆ เกิดพฤติกรรมเชิงลบ อย่างเช่นการเก็บตัว การรู้สึกโดดเดี่ยว ไม่มีคุณค่า รวมไปถึงขาดการไว้วางใจผู้อื่นอีกด้วย

4. ความต้องการในการยอมรับนับถือ (Esteem Needs) มนุษย์มีความต้องการได้รับการยอมรับ 2 ลักษณะ ทั้งแบบต้องการการยอมรับนับถือตนเอง (Self-respect) คือต้องการมีอำนาจยอมรับในตัวเอง เชื่อมั่นในตัวเอง ทั้งในด้านร่างกายและความสามารถ ต้องการให้รู้สึกว่าตัวเองมีคุณค่า ไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น สามารถประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ และมีชีวิตที่โดดเด่น และอีกหนึ่งลักษณะคือ ต้องการการยอมรับจากผู้อื่น (Esteem from Other) คือความต้องการในเกียรติยศ ได้รับการยกย่อง และการยอมรับจากสังคม ได้รับความสนใจ และเป็นที่ยอมรับจากบุคคลภายนอก

5. ความต้องการบรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริง (Self-actualization Needs) เป็นลำดับที่อยู่ขั้นสูงสุดของพีระมิด นั่นคือสิ่งที่สามารถปรารถนาให้บรรลุเป้าหมายในชีวิต ไม่ว่าจะทักษะ หรือความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ หรือการได้ทำตามเป้าหมายในอุดมคติ ถือว่าสามารถบรรลุจุดสูงสุด

ของศักยภาพของตนเอง เช่น ต้องการเป็นพ่อแม่ในอุดมคติ ต้องการเป็นเลิศในด้านกีฬา ด้านดนตรี หรือต้องการมีความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

โดยมาสโลว์ได้กล่าวว่าการลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์นี้ไม่ได้เกิดขึ้นแบบเฉพาะเท่านั้น สามารถยืดหยุ่นได้ตามสภาพแวดล้อม ปัจจัยต่างๆ รวมถึงความแตกต่างจำเพาะของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ยังสามารถเกิดได้จากสิ่งเร้า หรือแรงจูงใจหลายๆอย่าง มากกว่าการขับเคลื่อนด้วยความต้องการเพียงอย่างเดียว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่มีผลกับร่างกาย โดยทำให้เกิดอาการมึนเมา ไม่สามารถควบคุมสติสัมปชัญญะ และขาดการควบคุมตนเอง โดยจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีดังนี้

2.3.1 ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ราชบัณฑิตยสถาน (2525) กล่าวว่า แอลกอฮอล์ หมายถึงสารอินทรีย์ชนิดหนึ่ง ลักษณะเป็นของเหลวใส กลิ่นฉุน ระเหยง่าย มีจุดเดือด 78.5 องศาเซลเซียส โดยมีชื่อเต็มว่า เอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl Alcohol) เป็นส่วนผสมที่ได้จากการหมักข้าว ข้าวโพด และผลไม้ต่างๆ ด้วยยีสต์ ซึ่งปริมาณของแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในสุราแต่ละชนิดแตกต่างกัน สังเกตได้จากปริมาณดีกรีของสุราแต่ละชนิด

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2551) กล่าวว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายความว่า สุราตามกฎหมาย ทั้งนี้ไม่รวมถึงยา วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท และยาเสพติดให้โทษตามกฎหมาย

สรุปได้ว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นสารอินทรีย์ที่มีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl alcohol) เป็นส่วนผสมจากน้ำตาลหรือแป้งผสมกับยีสต์ผ่านการหมัก โดยสามารถแบ่งประเภทแอลกอฮอล์ได้จากปริมาณดีกรีของแอลกอฮอล์ ซึ่งเมื่อดื่มเข้าสู่ร่างกาย จะทำให้เกิดอาการมึนเมา ขาดการควบคุมสติสัมปชัญญะ แต่ไม่เผลอ หรือวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท รวมถึงยาเสพติดด้วย

2.3.2 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เขมณัฐ สีนสายอ (2548) กล่าวว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านการหมัก (fermented alcoholic beverages) เป็นเครื่องดื่มที่เกิดจากกระบวนการหมักวัตถุดิบโดยตรง โดยวัตถุดิบจะมีทั้งธัญพืช พืช และผลไม้ เมื่อทำการหมักเรียบร้อยแล้ว สามารถดื่มได้โดยไม่ต้องทำการกลั่น เพื่อแยกเอาแอลกอฮอล์ออก เช่น เบียร์ ไวน์ สาโท เป็นต้น

2. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านการกลั่น (distilled alcoholic beverages) เป็นเครื่องดื่มที่เกิดจากกระบวนการหมักเชื้อ โดยวัตถุดิบจะมีทั้งธัญพืช พืช และผลไม้ เมื่อทำการหมักด้วยยีสต์เรียบร้อยแล้ว จึงนำมากลั่น เพื่อให้ได้ปริมาณสูงขึ้น อาจมีการปรุงแต่งหรือเพิ่มกรรมวิธีต่างๆ เพื่อดึงดูดผู้บริโภค เช่น บรั่นดี วิสกี้ เป็นต้น

โดยสรุป เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านการหมัก เช่น เบียร์ ไวน์ สาโท เป็นต้น และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านการกลั่น เช่น บรั่นดี วิสกี้ เป็นต้น

2.3.3 ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มานพ คณะโต (2547) กล่าวว่า สามารถระบุประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ดังนี้

1. เบียร์ เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คนทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือชื่นชอบบริโภคกันมาก มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี ทำจากข้าวบาเลย์ จากนั้นนำไป หมัก อบ บด แล้วก็ดื่มให้เดือดแล้วพอสุก จึงนำไปเก็บที่ถังหมัก และปรุงแต่งด้วยด้วยการเติมยีสต์ หรือเพิ่มวิธีทำต่างๆ ตามการปรุงแต่งตามเบียร์แต่ละยี่ห้อ เช่น Heineken หรือ Budweiser เป็นต้น

2. วิสกี้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กลั่นจากข้าว หรือผสมข้าวหลายชนิดมารวมกัน จากนั้นหมักและกลั่นให้ปริมาณแอลกอฮอล์สูงขึ้น แล้วถึงนำไปบ่มที่ถังไม้โอ๊ค เพื่อให้ได้ สี รสชาติ และกลิ่นที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งบางยี่ห้อก่อนที่จะนำมาบรรจุใส่ขวด อาจนำมาปรุงแต่ง สี รสชาติ กลิ่น เพื่อดึงดูดผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เช่น เหล้าวิสกี้ ยี่ห้อ Dewar's หรือ Bulleit Rye เป็นต้น

3. บรั่นดี เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คนในประเทศไทยชื่นชอบ เริ่มจากหมักองุ่นให้เป็นไวน์ แล้วนำมากลั่นเป็นบรั่นดี แล้วบ่มให้ได้ สี รสชาติ กลิ่นให้ดีขึ้น เช่น XO Extra Vieille Grand Reserve เป็นต้น

4. เหล้าขาว ถือเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท้องถิ่น ที่คนใช้แรงงานทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือชื่นชอบ ซึ่งเกิดจากกากน้ำตาล หรือข้าว เป็นวัตถุดิบหลัก จากนั้นจึงนำมากลั่นเป็นเหล้า โดยไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งทั้ง สี กลิ่นและรสชาติ ทำให้เหล้าขาวมีกลิ่นแอลกอฮอล์แรง สีขาวใส และมีปริมาณแอลกอฮอล์ ตั้งแต่ 28-40 ดีกรี จากการที่เหล้าขาวไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งใดๆ ทำให้มีราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นๆ

5. ไวน์ หรือ เหล้าองุ่น เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คนชนชั้นปานกลางขึ้นไปชื่นชอบ แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

5.1 Table wine หรือ Still wine เป็นไวน์ที่หมักจากผลไม้ ได้แก่ องุ่น ไม่มีก๊าซ มีปริมาณดิกิริ 10-13 ดิกิริ จำแนกออกได้ตามสีของไวน์ที่ปรากฏ คือ ไวน์แดง ไวน์ขาว และ ไวน์ชมพู

5.2 Sparkling wine เป็นไวน์ที่มีก๊าซ เกิดจากการหมักไวน์ซ้ำอีกครั้ง ทำให้ไวน์ชนิดนี้ มีความซ่า เช่น Codorniu Clasico เป็นต้น

5.3 Fortified wine เป็นไวน์ที่มีดิกิริสูงกว่าไวน์แบบอื่นๆ ซึ่งมีสูงถึง 18-19 ดิกิริ

สรุปได้ว่า ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น มีหลายชนิด โดยแต่ละชนิดจะมีปริมาณดิกิริที่แตกต่างกัน รวมไปถึงวัตถุดิบที่ใช้ และกระบวนการในการผลิตด้วย

2.4 แนวคิดและทฤษฎีของบุคลิกภาพ

2.4.1 ความหมายของบุคลิกภาพ

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2539) ได้กล่าวว่า บุคลิกภาพ คือ ลักษณะของแต่ละบุคคลที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก ซึ่งสามารถแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ซึ่งให้เห็นถึงความเป็นปัจเจกบุคคล โดยลักษณะภายนอก คือ ส่วนที่บุคคลภายนอกมองเห็นชัดเจน เช่น หน้าตา รูปร่าง มารยาท การวางตัว การแต่งตัว น้ำเสียง การใช้คำพูด ทักษะการทำกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น และส่วนที่เกิดขึ้นภายใน คือ สิ่งที่บุคคลภายนอกมองไม่เห็น แต่อาจเกิดจากการอนุมานได้ เช่น สติปัญญา ความรู้สึก การนึกคิด ลักษณะอารมณ์ประจำตัว ความใฝ่ฝัน อุดมคติ ค่านิยม ความสนใจ และความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยแต่ละบุคลิกที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจากการหล่อหลอมจากสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ลักษณะเฉพาะตัวของตนเอง พันธุกรรม ซึ่งบุคลิกภาพ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเวลา การเรียนรู้ ประสบการณ์ และสถานการณ์ บุคลิกภาพนั้นเป็นได้ทั้งแบบลักษณะแท้จริงและลักษณะที่เกิดขึ้นแบบผิวเผิน ซึ่งสามารถปิดบัง หรือซ่อนบุคลิกภาพนั้นๆ ได้ ทั้งจริงใจหรือไม่ได้จริงใจก็ตามความต้องการ

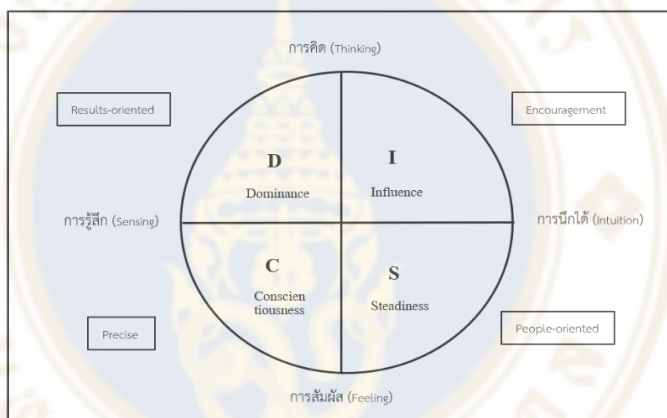
นันทน์ภัส ตั้งภรณ์พรรณ (2553, หน้า 12) กล่าวว่า บุคลิกภาพหมายถึงสิ่งที่สามารถมองเห็นจากภายนอกได้ชัดเจน เช่น หน้าตา รูปร่าง สรีระ ลักษณะ การวางตัว กริยามารยาท การใช้ น้ำเสียงหรือคำพูดคำจา การเคลื่อนไหวต่างๆ และที่ไม่สามารถมองเห็นได้โดยตรง เช่น สติปัญญา ความถนัด อารมณ์ ความปรารถนา หรือค่านิยม จากที่สิ่งที่กล่าวถึงนั้น ทำให้สามารถแยกพฤติกรรม

หรือบุคลิกภาพแต่ละแบบออกมาได้ โดยบุคลิกภาพนั้น เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามการรับรู้ สถานการณ์ และประสบการณ์ต่างๆที่ได้พบเจอ

2.4.2 แนวคิดบุคลิกภาพตามโมเดล DISC

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะการศึกษาแนวคิดของบุคลิกภาพ ตามโมเดล DISC ของวิลเลียม โมลตัน มาร์สตัน (อ้างใน จิรภิญญา จิรไพศาลกุล 2562) เป็นนักจิตวิทยา ที่ได้แบ่งหมวดหมู่บุคลิกภาพของมนุษย์ไว้ 4 รูปแบบ ซึ่งได้ตีพิมพ์ไว้ในหนังสือ Emotions of Normal People

ซึ่งเป็นการวัดพฤติกรรมและคุณลักษณะของคนบุคคลทั่วไป นำไปสู่ลักษณะพฤติกรรมที่มีความแตกต่างกัน โดยที่ดร.มาร์สตันได้อธิบายถึงบุคลิกภาพของมนุษย์ เป็นการจัดรูปแบบที่แสดงออกมาเป็น 4 ประเภท ได้แก่ D (Dominance), I (Influence), S (Steadiness), C (Conscientiousness)



ภาพที่ 1.1 โมเดล DISC

จากภาพที่ 1 ได้อธิบายถึงคุณลักษณะทั้ง 4 รูปแบบ ซึ่งถูกจัดแบ่งอยู่บน 2 แกนหลักของโมเดล โดยมีประเภทที่เน้นการรู้สึก (Sensing) การนึกได้ (Intuiting) และประเภทที่เน้นการคิด (Thinking) การสัมผัส (Feeling) ซึ่งทั้ง 4 ลักษณะนี้ ไม่มีลักษณะไหนเป็นลักษณะที่โดดเด่นกว่าลักษณะอื่นๆ ไม่มีลักษณะที่ถูกหรือผิด ทุกลักษณะนั้นมีจุดแข็ง จุดอ่อนของตัวเอง ซึ่งเมื่อวิเคราะห์คุณลักษณะต่างๆนี้แล้ว จึงสามารถจำแนกพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพของมนุษย์ออกมาได้ 4 แบบ ตามหนังสือ Emotions of Normal People ได้ดังนี้

D (Dominance) เป็นคนกล้าตัดสินใจ เน้นผลลัพธ์ มุ่งมั่น มักทำอะไรด้วยความรวดเร็ว พุดจาเสียงดัง ชัดด้วยชัดคำ มีความกล้าที่จะเสี่ยงกับสิ่งต่างๆ ชอบการแข่งขัน และมักเอาตัวเป็นเป็นศูนย์กลาง ไม่ค่อยรับฟังผู้อื่นมากนัก ตรงไปตรงมา ก่อนข้างเป็นคนคือร้อน และมั่นใจในตัวสูง

ลักษณะเด่น คือ เป็นคนที่มีความมุ่งมั่น และชัดเจน ไม่โลเล เต็มขนาดกับการตัดสินใจ ความมั่นใจสูง รวดเร็ว ซึ่งเป็นลักษณะเด่นในการเป็นผู้นำ เป็นคนชัดเจนกับเป้าหมาย มีความรับผิดชอบสูง และเป็นคนที่ไม่หนีปัญหา

ด้านแรงจูงใจ เพราะว่าเป็นคนที่ชัดเจนกับเป้าหมาย ถ้ามีโอกาสใหม่ ๆ เข้ามาก็พร้อมที่รับข้อเสนอ คนกลุ่มนี้ชอบที่จะพัฒนาตัวเองตลอดเวลา ถ้ามีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการทำงาน ก็จะยินดีอย่างมาก

จุดที่ต้องระวัง เนื่องจากเป็นคนที่มีความมั่นใจ จนกลายเป็นคนที่มีอัตตาสูง ไม่ค่อยรับฟังความเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้อื่น ซึ่งในการเป็นผู้นำที่ดีนั้น นอกจากที่จะมุ่งมั่นในความสำเร็จแล้ว ยังควรที่จะรับฟังคำเตือน หรือข้อเสนอแนะของผู้อื่นด้วย ยังมีเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่ ความคาดหวังก็จะสูงตามไปด้วย ถ้าลดความคาดหวังลง และยอมรับในผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ก็จะเกิดผลดีด้านอื่นๆตามมา รวมถึงบางทีอาจจะมองข้ามรายละเอียดเล็กน้อยอื่นๆอีกด้วย

I (influence) เป็นคนช่างพูด ชอบเข้าสังคม มีความเป็นมิตร เปิดเผยและมีความจริงใจ เป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์ ร่าเริง แต่ก็มีอารมณ์อ่อนไหว มักไม่ค่อยสนใจรายละเอียดมากนัก ชอบนอกประเด็น ไม่ค่อยรักษากฎเกณฑ์

ลักษณะเด่น คือ มีภาพลักษณ์ที่ดี ที่ทำให้ผู้อื่นเกิดความประทับใจ คนกลุ่มนี้เป็นคนที่ค่อนข้างมีความกระตือรือร้น คอยส่งพลังงานด้านบวกให้กับคนรอบข้างเสมอ มองโลกในแง่ดี และมีความคิดสร้างสรรค์ ไม่อยู่ในกรอบ สามารถสร้างบรรยากาศดีๆ ให้กับคนรอบข้าง รวมถึงมีมนุษยสัมพันธ์เป็นเลิศ โน้มน้าวคนเก่ง เป็นตัวของตัวเอง และมีความกล้าแสดงออก

ด้านแรงจูงใจ ด้วยบรรยากาศรอบข้างที่ไม่เคร่งเครียด การมีอิสระ และการได้แสดงออกถึงความสร้างสรรค์ของตัวเอง จะทำให้คนกลุ่มนี้มีความภูมิใจในตัวเอง ภูมิใจกับงานที่ทำออกมา

จุดที่ต้องระวัง คือคนกลุ่มนี้มักปฏิเสธคนไม่เก่ง มักไวใจคนอื่นมากเกินไป และด้วยความที่ชอบพูดนอกประเด็น อาจจะทำให้โดนตำหนิได้ รวมถึงการมีทัศนคติที่ดีนั้น ก็ควรมีขอบเขตในการช่วยเหลือ นอกจากนี้ยังเสียสมาธิได้ง่าย เพราะมีเรื่องที่สนใจหลายอย่าง

S (steadiness) คนกลุ่มนี้เป็นคนใจดี ใจเย็น สงบ เสมอต้นเสมอปลาย ชอบทำอะไรที่เป็นระบบระเบียบละเอียดรอบคอบ และถ่อมตัว มีความประนีประนอมสูง ชอบเป็นผู้ฟังมากกว่า มักแสดงออกว่าเห็นด้วยกับผู้อื่นตลอดเวลา ชอบฟังคำแนะนำจากผู้อื่น ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง

ลักษณะเด่น คือ เป็นคนใจเย็น สุขุม รอบคอบ เก็บรายละเอียดต่างๆ ได้เป็นอย่างดี เป็นฝ่ายสนับสนุนที่คอยประนีประนอมกับคนรอบข้าง ชอบทำตามกฎระเบียบ เป็นที่ปรึกษาได้ดี ซึ่งคน

กลุ่มนี้ไม่ค่อยมีปัญหาขัดแย้งกับใคร เหมาะกับการเป็นคนกลางที่คอยช่วยไกล่เกลี่ย แก้ปัญหาให้กับผู้อื่น

ด้านแรงจูงใจ คนกลุ่มนี้ไม่ชอบการปะทะอารมณ์ ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบงานที่มีความมั่นคง ชอบงานที่มีการกำหนดหน้าที่ รายละเอียดงานอย่างชัดเจน สถานที่ในการทำงานที่เต็มไปด้วยการกดดันตลอดเวลาอาจจะไม่เหมาะสมกับคนกลุ่มนี้

จุดที่ต้องระวัง เนื่องจากคนกลุ่มนี้ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงอะไรที่กระทบกัน ทำให้มักไม่พัฒนาตัวเอง ยึดติดกับสิ่งเดิมๆ นอกจากนี้ยังเป็นคนใจเกรงใจ ไม่ชอบทะเลาะ หรือการปะทะอารมณ์ จึงบางทีทำให้เกิดการถูกเอาเปรียบอยู่เสมอ

C (conscientiousness) ชอบความสมบูรณ์แบบ มักยึดติดกับรายละเอียด ยึดหลักในเหตุผล หลักการที่ชัดเจน ถูกต้อง ให้ความสำคัญกับข้อเท็จจริง เป็นคนละเอียดถี่ถ้วน เน้นทำตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบความเสี่ยง มักทำอะไรด้วยความระมัดระวังเสมอ

ลักษณะเด่น คือ เป็นนักวางแผน ชอบทำในสิ่งที่เป็นระบบ เป็นขั้นตอนชัดเจน ทำตามกฎเกณฑ์ มีความละเอียดรอบคอบ ช่างสังเกต ชอบคิดล่วงหน้า หรือมีการคาดคะเนสถานการณ์ล่วงหน้า เพื่อประเมินความเสี่ยง และวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

ด้านแรงจูงใจ ชอบการทำงานที่มีเนื้อหาข้อมูลละเอียด ครบถ้วน และมีความต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นถึงศักยภาพของตัวเอง การที่ทำงานด้านการวิเคราะห์ หรือการวางแผน เป็นงานที่ค่อนข้างเหมาะสมกับคนกลุ่มนี้

จุดที่ต้องระวัง การที่ใส่ใจรายละเอียดมากๆ โดยการสอบถามข้อมูลจากผู้อื่น อาจจะทำให้สร้างความลำบากใจให้กับผู้อื่น และการที่ต้องวางแผนล่วงหน้าเป็นประจำ ก็อาจจะทำให้พลาดโอกาสบางอย่างไปได้ บางครั้งก็ควรลองเสี่ยงสิ่งใหม่ๆ การที่เป็นคนใจระแวง คิดเล็กคิดน้อย ก็เป็นคนดี แต่ก็ยังเป็นข้อเสียได้เช่นกัน ต้องรักษาความสมดุลให้เหมาะสม และมักเป็นคนชอบวิจารณ์ผู้อื่น แต่ไม่ชอบให้ผู้อื่นวิจารณ์ตนเอง อาจจะต้องผ่อนคลายด้านนี้ รับฟังผู้อื่นมากขึ้น และยอมรับในข้อผิดพลาดของตัวเองด้วย

โมเดล DISC นี้จะช่วยให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อนของตัวเอง รวมถึงความถนัด แรงจูงใจ ลักษณะในการทำงานที่เหมาะสม และแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมของตนเอง เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงตนเองให้ดียิ่งขึ้น เมื่อเราทราบถึงลักษณะบุคลิกภาพนั้นแล้ว จะช่วยให้เราสามารถค้นหาแนวทางที่เหมาะสม ช่วยปรับปรุงพฤติกรรมให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับตนเองและบุคคลรอบข้าง และโมเดล DISC นี้ยังช่วยในการเพิ่มการรับรู้ความต่างของบุคลิกภาพทำให้สามารถปรับการทิศทางและความเข้าใจในธรรมชาติของบุคคลนั้นๆ รวมไปถึงการกำหนด แนวทางการสร้างปฏิสัมพันธ์กับแต่ละบุคคลได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการยอมรับและเคารพในความแตกต่างของแต่ละ

บุคคล นอกจากนี้ยังสามารถนำคุณลักษณะต่างๆมาปรับใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาหัวข้อ “การศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาปริญญาโทและนักศึกษาปริญญาตรี” ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดรายละเอียดในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. ประโยชน์ที่จะได้รับ
7. ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
8. จริยธรรมในงานวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้ กำหนดรูปแบบงานวิจัยโดยใช้วิธี งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการเปรียบเทียบกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษาปริญญาโท และนักศึกษาปริญญาตรี

3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 30 คน ใช้เทคนิคหรือวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษาปริญญาโท 15 คน และ นักศึกษาปริญญาตรี 15 คน ที่ปัจจุบันกำลังเรียนหรือศึกษา

อยู่ในระดับนั้นๆ โดยทำการคัดเลือกบุคคลผู้ให้ข้อมูลจากการระบุตัวคนว่าเป็นบุคคลที่ชื่นชอบในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัย

ในการศึกษาทำวิจัยในครั้งนี้ มีการใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) ซึ่งจะเก็บข้อมูลทั้งหมด 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวมทั้งสิ้น 30 คน โดยมีการกำหนดแนวทางของคำถามเป็นแบบลักษณะคำถามปลายเปิดรวมถึงให้มีการถ่ายทอดประสบการณ์ในประเด็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลักษณะการทำงานในสังคมและวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งคำถามจะเกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้อ้างอิงไว้ในบทบทวนวรรณกรรม ซึ่งแต่ละส่วนจะเป็นคำถามปลายเปิด มีอิสระในการตอบคำถาม ซึ่งทางผู้วิจัยจะไม่ถามคำถามแบบเจาะจง แต่จะถามคำถามด้วยความแยบยล และต้องได้คำตอบที่มีประเด็นสำคัญ โดยทางผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางคำถามไว้ 3 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ คำถามด้านประชากรศาสตร์ เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้รับรู้ถึงพื้นฐานการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลแต่ละบุคคลมีพื้นฐานการใช้ชีวิตแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว สังคม สิ่งแวดล้อม หรือการศึกษา ทุกปัจจัยมีผลทำให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน รวมถึงเป็นการคัดกรองและยืนยันกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา คณะ/สาขาวิชา ชื่อมหาวิทยาลัย สถานภาพ ตำแหน่งหน้าที่การงาน และรายได้ต่อเดือน เป็นต้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความแตกต่างระหว่างนักศึกษาปริญญาโทและปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่คือเรื่องของวุฒิภาวะและประสบการณ์ของคนที่ศึกษาปริญญาโทนั้นจะมีมากกว่า และการเรียนการสอนที่แตกต่างกัน ในช่วงปริญญาตรี ทุกคนจะได้รับการสั่งสอนผ่านรูปแบบทฤษฎี แต่การศึกษาในปริญญาโทนั้น จะเน้นให้ช่วยพัฒนาทักษะ และให้หาคิวเคราะห์ประมวลผลต่างๆ รวมถึงได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ในการทำงาน ดังนั้นเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ต้องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะกับตัวเอง หรือกับสังคมนั้น ย่อมมีเหตุผลต่างกัน ซึ่งนักศึกษาปริญญาตรีมักจะดื่มตามเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ แต่นักศึกษาปริญญาโทนั้น มักจะหาเหตุผลมารับรองเสมอ เช่น ดื่มเพื่อเข้าสังคม ดื่มเพื่อแก้เครียดบางอย่าง เป็นต้น ดังนั้นจึงควรสอบถามข้อมูลพื้นฐานแต่ละบุคคลให้ได้มากที่สุด เมื่อนำมาประเมินคำตอบต่อไป

ส่วนที่ 2 คือ คำถามเกี่ยวกับแนวคิดและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านการใช้ชีวิตในสังคม เพื่อให้ทราบหรือรับรู้มุมมองที่แตกต่างของแต่ละบุคคลว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

รวมถึงให้ทราบถึงเหตุผลที่มีความชื่นชอบในการดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ประเภทเครื่องดื่มที่ดื่มเป็นประจำ ความถี่ในการดื่ม กลุ่มสังคมที่ไปดื่มด้วยกัน สถานที่ที่ไปเป็นประจำ ค่าใช้จ่ายรายเดือนในการออกไปสังสรรค์ดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น ซึ่งคำถามในส่วนนี้อาจจะต้องใช้หลักจิตวิทยาประกอบร่วม เพื่อสังเกตท่าทาง คำตอบ และองค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งคำตอบในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้นๆ จะสามารถสะท้อนไปยังตัวตนของบุคคลนั้นๆ ได้แบบใดบ้าง ซึ่งต้องนำคำตอบมาประมวลผลถัดต่อไป เช่น คนที่ชื่นชอบการดื่มไวน์แดง เพราะต้องการเป็นคนที่ดี มีระดับ ต่อสังคม เป็นต้น

ส่วนที่ 3 คือ คำถามเกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีด้านบุคลิกภาพ เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติ พฤติกรรม ลักษณะในการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันของผู้ให้ข้อมูล ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร โดยคำถามส่วนนี้จะเน้นให้ถ่ายทอดประสบการณ์ในการเรียน การทำงาน และการใช้ชีวิตประจำวัน ว่ามีแบบแผนหรือมีสิ่งชี้นำหรือยึดเหนี่ยวอย่างไรที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรม หรือบุคลิกภาพต่างๆออกมา เช่น ลักษณะการเรียน การทำงาน การใช้ชีวิต งานอดิเรก สถานที่ที่ชอบไป กลุ่มสังคมมีแบบไปไหนบ้าง มีความกดดันจากสภาพแวดล้อม หรือรู้สึกถึงความเครียด หรือไม่อย่างไร บรรยากาศสิ่งแวดล้อมที่พบเจอเป็นประจำเป็นอย่างไร เป็นต้น โดยการสัมภาษณ์ดังกล่าวนี้ จะใช้เวลาอย่างน้อย 20 นาที ถึง 1 ชั่วโมง ต่อ 1 คน ซึ่งต้องมีการพูดคุยทั่วไป เพื่อละลายพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลก่อน เพื่อที่จะได้คำตอบที่เป็นตัวเองและเป็นความจริงมากที่สุด และการเก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ จะมีการเก็บข้อมูลโดยโปรแกรมบันทึกเสียงในโทรศัพท์มือถือ เพื่อใช้ในการบันทึกเสียงข้อมูลในการให้สัมภาษณ์ เพื่อที่จะได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ รวมถึงมีการใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในการจดบันทึกความคิดเห็นและข้อมูลในประเด็นสำคัญต่างๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ ได้แก่ iPad Air และ Apple Pencil ควบคู่กัน

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานักวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยรูปแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งทางผู้วิจัยมีวิธีการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 30 คน โดยแนวคำถามเป็นลักษณะแบบปลายเปิด และให้ถ่ายทอดประสบการณ์ เพื่อเป็นอิสระในการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูล โดยสถานที่ในการสัมภาษณ์นั้น จะเป็นสถานที่ที่สะดวกที่สุดสำหรับผู้ให้ข้อมูลและผู้ทำการสัมภาษณ์ ซึ่งควรเป็นสถานที่ที่มีความส่วนตัว ไม่มีบุคคลอื่นรบกวนหรือมารบกวน ขณะทำการให้ข้อมูล เพื่อให้ได้คำตอบที่เป็นตัวเองมากที่สุด และมีความสมบูรณ์ครบถ้วน โดยสามารถที่จะสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าหรือผ่าน

ช่องทางออนไลน์ เช่น Zoom Line หรือ Google meet ก็ได้ ตามความสะดวกของทั้งสองฝ่ายมากที่สุด โดยทุกครั้งก่อนที่จะทำการสัมภาษณ์ ต้องมีการขออนุญาตบันทึกเสียง ของผู้ให้ข้อมูลก่อนทุกครั้ง พร้อมแจ้งว่าจะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆสู่สาธารณะ เพื่อความสบายใจในการสัมภาษณ์รวมถึงรักษาพื้นที่ส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งในช่วงแรกของการสัมภาษณ์ จะมีการพูดคุยเรื่องทั่วไป เพื่อเป็นการละลายพฤติกรรม เพิ่มความสบายใจ กับผู้ให้ข้อมูลมากที่สุด ก่อนที่จะเข้าคำถามประเด็นสำคัญในสามส่วนที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ และในระหว่างการสัมภาษณ์ ทางผู้ให้สัมภาษณ์จะสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลร่วมด้วย เช่น น้ำเสียง ท่าทางการพูด ลักษณะการวางตัว และสายตา เพื่อนำมาประกอบพิจารณาในการวิเคราะห์ผลข้อมูลในบทต่อไป

โดยจะทำการสัมภาษณ์ตั้งแต่ พฤษภาคม ถึง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2565

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการแยกแยะคำตอบของผู้ให้ข้อมูล โดยดึงคำซ้ำหรือข้อมูลสำคัญออกมาจำแนกรวมกันเป็นกลุ่ม เพื่อให้เห็นภาพรวมของข้อมูลอย่างชัดเจน และง่ายต่อการวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อแต่ละกลุ่มอย่างเป็นระบบ โดยอ้างอิงถึงแนวคิดและทฤษฎีในบทบทวนวรรณกรรมว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร รวมถึงมีประเด็นที่น่าสนใจหรือมีประโยชน์ในการศึกษาในอนาคตหรือไม่ โดยมีกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.1 ถอดข้อความในการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 30 คน

3.5.2 นำข้อความที่ได้จากการถอดบทสัมภาษณ์ออกมาจัดหมวดหมู่ที่เหมือนกัน โดยดึงคำซ้ำ หรือประโยคที่มีความเป็นไปในทางแนวเดียวกัน รวมถึงคำสำคัญของคำตอบ เพื่อหาประเด็นที่สำคัญ และสามารถนำไปอธิบายหรือค้นพบข้อมูลที่น่าสนใจที่เป็นประโยชน์

3.5.3 นำข้อมูลที่ถูกรวบรวมแล้ว มาพิจารณาหรือเปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎี ที่ได้อ้างอิงไว้ในบทบทวนวรรณกรรม ว่าข้อมูลดังกล่าวนี้มีความสอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ หรือมีความขัดแย้งกันอย่างไร

3.5.4 นำข้อมูลทั้งหมดมาเชื่อมโยงกัน และนำไปสรุปผลการวิเคราะห์ต่อไป

3.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นนั้น สามารถช่วยตอบข้อสงสัยหรือเป็นความรู้ที่น่าสนใจ เกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น จะสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมหรือบุคลิกภาพได้หรือไม่ ซึ่งถ้าเราสามารถจำแนกพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพได้ ก็จะช่วยเพิ่มการรับรู้ในการแสดงพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพต่างๆ ให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน หรือลักษณะในการทำงานหรือใช้ชีวิตประจำวันให้เหมาะสม เพื่อที่จะได้ช่วยปรับปรุงพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพบางอย่างให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งไม่ใช่แค่ประโยชน์ของตัวเอง แต่สามารถนำไปปรับใช้และเข้าใจธรรมชาติของบุคคลอื่นๆ ได้อีกด้วย และยังสามารถรู้แนวทางในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับแต่ละบุคคลได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังสามารถนำคุณลักษณะต่างๆ มาปรับใช้ในการทำงานให้ดีขึ้น

โมเดล DISC นี้จะช่วยให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อนของตัวเอง รวมถึงความถนัด แรงจูงใจ ลักษณะในการทำงานที่เหมาะสม และแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมของตนเอง เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น เมื่อเราทราบถึงลักษณะบุคลิกภาพนั้นแล้ว จะช่วยให้เราสามารถค้นหาแนวทางที่เหมาะสม ช่วยปรับปรุงพฤติกรรมให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับตนเองและบุคคลรอบข้าง และโมเดล DISC นี้ยังช่วยในการเพิ่มการรับรู้ความต่างของบุคลิกภาพทำให้สามารถปรับการทิศทางและความเข้าใจในธรรมชาติของบุคคลนั้นๆ รวมไปถึงการกำหนด แนวทางการสร้างปฏิสัมพันธ์กับแต่ละบุคคลได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการยอมรับและเคารพในความแตกต่างของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ยังสามารถนำคุณลักษณะต่างๆ มาปรับใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

3.7 ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา ซึ่งหัวข้อนี้ค่อนข้างที่จะสุ่มเสี่ยงในการเก็บข้อมูลของผู้ทำการวิจัย ซึ่งคำถามในการสัมภาษณ์นั้น บางประเด็นอาจมีความอ่อนไหวในคำถามหรือคำตอบ อาจจะทำให้เกิดความไม่สบายใจให้กับผู้ให้ข้อมูล เกิดการปิดบังข้อมูล ให้ข้อมูลเท็จหรือให้สัมภาษณ์ในสิ่งที่ไม่เป็นของตัวเอง เป็นต้น ดังนั้นก่อนการสัมภาษณ์จะมีการให้รายละเอียดคำถามหรือชี้แจงประเด็นที่จะสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลก่อนทุกครั้ง เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในคำถาม และยินยอมให้ข้อมูลตามรายละเอียดที่แจ้งไว้ และจะไม่ถามคำถามที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลเกิดความรู้สึกไม่สบายใจ รวมถึงคำถามที่มีการพาดพิงผู้อื่นมากเกินไป โดยในการสัมภาษณ์ทุกครั้งจะมีการแจ้งล่วงหน้าในการขอบันทึกเสียงและจดบันทึกข้อมูล พร้อมชี้แจงว่าจะไม่นำไปเผยแพร่สู่สาธารณะ แต่จะนำไปศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในอนาคต

3.7.1 แผนสำรอง

หากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามกระบวนการที่กำหนด เช่น ผู้ให้ข้อมูลไม่สามารถมาสัมภาษณ์ได้ตามที่นัดหมาย ก็สามารถเลื่อนระยะเวลาในการสัมภาษณ์ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความสะดวกของทั้งผู้ให้ข้อมูลและผู้สัมภาษณ์ แต่ถ้าหากผู้ให้ข้อมูลขอผ่อนผันในการให้สัมภาษณ์บ่อยครั้ง ก็สามารถเปลี่ยนผู้ให้ข้อมูลได้ แต่ต้องอยู่ในเงื่อนไขกลุ่มเดิม รวมถึงถ้าหากผู้ให้ข้อมูลต้องการยุติการสัมภาษณ์กระทันหัน ก็สามารถทำได้โดยเลื่อนวันหรือเวลาในการสัมภาษณ์ หรือสามารถเปลี่ยนผู้ให้ข้อมูลได้เช่นกัน

3.8 จริยธรรมในงานวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 30 คน ก่อนการทำสัมภาษณ์จะมีการชี้แจง บอกรายละเอียด หรือประเด็นในการสัมภาษณ์ก่อน เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจทานคำถามก่อน ถ้าหากมีคำถามใดที่ไม่สะดวกตอบ ก็สามารถแจ้งได้ล่วงหน้า เพื่อความสบายใจของผู้ให้ข้อมูล รวมถึงมีการขออนุญาตบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ เพื่อเก็บข้อมูลได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน พร้อมแจ้งว่าจะไม่มีการนำข้อมูลนี้ ไปเผยแพร่สู่สาธารณะโดยเด็ดขาด แต่จะนำข้อมูลไปศึกษาหาประเด็นที่สำคัญหรือเป็นประโยชน์ในอนาคต ซึ่งผู้วิจัยจะเคารพความเป็นส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ และหลีกเลี่ยงคำถามหรือประเด็นที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลไม่สบายใจ และถ้าหากระหว่างการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเกิดความไม่สบายใจ หรือมีธุระเร่งด่วนกระทันหัน ต้องการยุติการสัมภาษณ์ สามารถยุติได้ทันที ไม่มีการบังคับหรือทำการสัมภาษณ์ต่อใดๆ และเมื่อผู้วิจัยทำการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงจะทำการลบทิ้งข้อมูลที่ได้บันทึกการสัมภาษณ์ไว้ เพื่อรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ให้ข้อมูล

บทที่ 4

ผลการศึกษางานวิจัย

จากการวิจัยหัวข้อ “การศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของนักศึกษาปริญญาตรี และ นักศึกษาปริญญาโท” เป็นการเก็บข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการเปรียบเทียบกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษาปริญญาตรี 15 คน และนักศึกษาระดับปริญญาโท 15 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน ผ่านการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview)

4.1 กระบวนการเก็บข้อมูล

งานวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด 2 กลุ่ม แบ่งเป็นนักศึกษาปริญญาตรี 15 คน นักศึกษาปริญญาโท 15 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน ผ่านช่องทางออนไลน์ มีลักษณะคำถามเป็นแนวปลายเปิด ให้อายุทอดประสบการณ์และ ให้อิสระในการตอบคำถาม โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์คนละประมาณ 20 นาที – 1 ชั่วโมง มีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 กลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 15 คน

ตารางที่ 1.1 กลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 15 คน

ผู้ให้ข้อมูล (นามสมมติ)	เพศ	อายุ (ปี)	ชั้นปีการศึกษา	มหาวิทยาลัย
คุณชีพ	หญิง	21	4	เกษตรศาสตร์
คุณกุล	หญิง	21	4	ศรีนครินทรวิโรฒ
คุณเมย์	หญิง	21	4	ธรรมศาสตร์
คุณเบนซ์	ชาย	21	4	เกษตรศาสตร์
คุณมายด์	หญิง	21	4	ศรีนครินทรวิโรฒ
คุณกีฟท์	หญิง	20	3	เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
คุณบี	ชาย	21	4	บูรพา
คุณบอส	ชาย	21	4	ศรีนครินทรวิโรฒ
คุณส้มโอ	หญิง	19	2	ศรีนครินทรวิโรฒ

ตารางที่ 1.1 กลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 15 คน (ต่อ)

ผู้ให้ข้อมูล (นามสมมติ)	เพศ	อายุ (ปี)	ชั้นปีการศึกษา	มหาวิทยาลัย
คุณฟ้า	หญิง	18	1	ศรีนครินทรวิโรฒ
คุณท้อพี	หญิง	20	3	ศรีนครินทรวิโรฒ
คุณเจ	ชาย	18	1	เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
คุณนาย	ชาย	18	1	เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
คุณบั้ง	ชาย	20	3	ธรรมศาสตร์
คุณแพรว	หญิง	18	1	ธรรมศาสตร์

4.1.2 กลุ่มนักศึกษาปริญญาโท จำนวน 15 คน

ตารางที่ 1.2 กลุ่มนักศึกษาปริญญาโท จำนวน 15 คน

ผู้ให้ข้อมูล (นามสมมติ)	เพศ	อายุ (ปี)	มหาวิทยาลัย
คุณเฟิร์น	หญิง	33	Aston, UK
คุณป้อ	ชาย	33	Aston, UK
คุณฮ้าง	ชาย	28	นิด้า
คุณพี	ชาย	26	CMMU
คุณแบร์	ชาย	32	CMMU
คุณมายด์	หญิง	27	CMMU
คุณเอ๋ย	หญิง	28	ธรรมศาสตร์
คุณพี	ชาย	27	CMMU
คุณซี	ชาย	27	CMMU
คุณเมย์	หญิง	29	CMMU
คุณวาท	ชาย	33	จุฬา
คุณปลา	หญิง	30	ศรีนครินทรวิโรฒ
คุณเตย	หญิง	27	รามคำแหง
คุณนนท์	ชาย	27	รามคำแหง
คุณสูง	ชาย	28	ธรรมศาสตร์

4.2 อุปสรรคและความท้าทายในการเก็บข้อมูล

ซึ่งด้วยหัวข้องานวิจัย ผู้ให้ข้อมูลหลายคนค่อนข้างที่จะสนใจ ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี แต่จากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ไม่สามารถพบเจอกันได้แบบ face to face เพื่อความปลอดภัย ซึ่งส่วนใหญ่จะทำการโทรทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้ไม่สามารถสังเกตท่าทาง หน้าตา แววตา ของผู้ให้ข้อมูลอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงต้องมีการวิเคราะห์น้ำเสียง และถามคำถามที่แบบยืด ไม่ถามคำถามที่ตรงประเด็นมากเกินไป เพราะบางครั้งผู้ให้ข้อมูลอาจจะมีความตอบแบบ keep character หรือเรียกอีกอย่างว่า “keep look” เพื่อให้คำตอบออกมาดูดี ซึ่งอาจจะตรงข้ามกับความเป็นจริง ดังนั้นควรถามคำถามที่สามารถสะท้อนตัวตนออกมาให้ได้มากที่สุด เช่น งานอดิเรก สถานที่ที่ชอบไปทัศนคติการใช้ชีวิต เป็นต้น

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ทำการวิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการถอดบทสัมภาษณ์ของทั้ง 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 30 คน แล้วจากนั้นจึงแยกแยะคำตอบ และดึงคำซ้ำหรือข้อมูลสำคัญออกมาจำแนกเป็นเป็นกลุ่ม เพื่อให้เห็นภาพรวมอย่างชัดเจน จากนั้นจึงวิเคราะห์เนื้อหาแต่ละกลุ่ม โดยอ้างอิงจากแนวคิดและทฤษฎีในบทบททวนวรรณกรรมว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร

ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากแนวคิดของเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และแนวคิดเรื่องการสะท้อนบุคลิกภาพหรือพฤติกรรมจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า

4.3.1 เมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น ความต้องการ ความคาดหวัง ก็จะเพิ่มขึ้นตามลำดับ และยังส่งผลถึงปัจจัยในการดื่มแอลกอฮอล์อีกด้วย จากบทสัมภาษณ์ของนักศึกษาปริญญาตรี ที่มีเนื้อหาเป็นไปในทางเดียวกัน เกี่ยวกับเหตุผลหรือปัจจัยในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้กล่าวถึง “การได้ใกล้ชิดกับเพื่อน..การได้ใช้เวลาหรือกิจกรรมร่วมกันกับเพื่อน..การได้สนุกสนานไปกับเพื่อนๆ” ซึ่งมีความแตกต่างกับบทสัมภาษณ์ของนักศึกษาปริญญาโทอย่างสิ้นเชิง ในเนื้อหานั้นมีความเป็นไปในทางเดียวกัน ได้กล่าวถึง “การเข้าสังคม..การ keep connection.. การไปหา connection ใหม่ๆ...อยากผ่อนคลายจากเรื่องทุกข์ใจ”

4.3.2 เหตุผลหรือปัจจัยในการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา 2 กลุ่ม นอกจากจะมีความแตกต่างกันแล้ว การเลือกดื่มประเภทของแอลกอฮอล์ก็มีความแตกต่างเช่นกัน จากบทสัมภาษณ์ นักศึกษาปริญญาตรี มักเลือกดื่มประเภทแอลกอฮอล์ตามเพื่อนและตามราคาโปรโมชั่น ไม่ได้มีแบรนด์ในใจ หรือชื่นชอบประเภทไหนเป็นพิเศษ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ยังไม่สามารถแยกความแตกต่าง

ของรศชาติได้ ได้กล่าวว่า “ปกติเลือกกินตามเพื่อน เพื่อนกินตัวไหนก็เลือกตัวนั้นเลย...ตัวไหนราคาดีกว่าหรือมีโปรโมชัน ก็เอาแบรนด์นั้นได้..แยกรศชาติแต่ละตัวไม่ออกด้วยซ้ำ ไม่รู้ว่าต่างกันที่ตรงไหน” รวมไปถึงยังอายุน้อย ประสบการณ์ในการทำงานยังไม่มาก ทำให้เมื่อถามคำถามที่ต้องการให้สะท้อนบุคลิกการทำงานและการใช้ชีวิตในสังคมนั้น ยังไม่ชัดเจน ซึ่งแตกต่างจากนักศึกษาปริญญาโท ที่สามารถชี้เฉพาะได้ทันทีว่าจะเลือกดื่มประเภทไหน มีแบรนด์ไหนในใจ รวมไปถึงมีประสบการณ์การทำงานในระดับหนึ่ง สามารถถามคำถามที่สะท้อนตัวตนหรือบุคลิกในการทำงานและการใช้ชีวิตในสังคมออกมาได้อย่างชัดเจน กล่าวว่า “เลือกดื่มแอลกอฮอล์จากรศชาติ ตัวไหนถูกปาก ก็จะเลือกตัวนั้น...นอกจากชอบรศชาติแล้วยังสามารถถ่ายรูปลงโซเชียลมีเดียได้..พอโตขึ้นก็อยากเลือกดื่มอะไรที่แตกต่าง” จากบทสัมภาษณ์จะเห็นว่าบางทีผู้ให้ข้อมูลจะไม่ตอบคำถามตรงๆ ต้องนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพิ่มเติม นักศึกษาปริญญาโทนอกจากจะเลือกจากรศชาติที่ชื่นชอบแล้ว การดื่มเพื่อแสดงสถานะ หรือภาพลักษณ์ก็เป็นอีกเหตุผลที่คนส่วนใหญ่เลือกดื่ม เช่น ไวน์ ค็อกเทล หรือเบียร์คาร์ฟ ดังนั้นจะปฏิเสธไม่ได้เลยว่าภาพลักษณ์ก็เป็นอีกหนึ่งอย่างที่นักศึกษาปริญญาโท ให้ความสำคัญ ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถสะท้อนพฤติกรรมหรือบุคลิกการทำงานออกมาได้อย่างสอดคล้องกันว่าแต่ละบุคคลที่เลือกประเภทเครื่องดื่มชนิดเดียวกันนั้น จะมีลักษณะหรือพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน อย่างบุคคลที่เลือกดื่มเบียร์ ได้กล่าวว่า “ต้องตรวจงาน หรือตรวจทานหลายๆรอบ..ค่อนข้างใส่ใจรายละเอียดทั้งงานและคนรอบข้าง...ชอบความถูกต้องมากกว่าถูกใจ” บุคคลที่เลือกดื่มเหล้าหรือค็อกเทลต่างๆ ได้กล่าวว่า “เป็นคนชัดเจน..ตัดสินใจเด็ดขาด..ไม่ค่อยชอบคนโลเล...ไม่ค่อยชอบการปะทะ” และสุดท้ายคนที่ชอบดื่มไวน์ กล่าวว่า “สนใจสายตาสังคม..ชอบพบปะผู้คน..ไม่ชอบมองใครไม่ดี” เป็นต้น ทำให้เมื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ต่างๆ จึงทำให้เกิดเป็นข้อมูลในขั้นต่อไป

4.4 สรุปผลของการเก็บข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของทั้ง 2 กลุ่ม นักศึกษาปริญญาตรี และนักศึกษาปริญญาโท พบว่าสามารถวิเคราะห์ออกมาได้ 2 แนวคิด ดังนี้

4.4.1 แนวคิดที่ 1 สายตาของสังคม มักตัดสินใจจากภายนอกว่า บุคคลที่ทำการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทนั้น มีความเติบโต มักมีความรู้ ความขยัน ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน มีประสบการณ์มากกว่าบุคคลอื่นๆ มีไหวพริบและวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่ดี มักนึกถึงอนาคตและความจำเป็นที่ต้องคิดให้ถี่ถ้วนจะตัดสินใจอะไรที่ชัดเจน มักได้รับโอกาสและมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และการใช้ชีวิตในสังคม รวมถึงได้รับความชื่นชมจากคนภายนอกเสมอ แตกต่างจากบุคคลที่ศึกษาในระดับ

ปริญญาตรี ที่มองว่ายังเป็นเด็ก เป็นเรื่องปกติในการศึกษาที่เป็นมาตรฐานทั่วไปของสังคม ที่ทุกคนควรที่จะได้รับอยู่แล้ว และที่สำคัญช่วงที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีนั้น เป็นช่วงที่กำลังคิดเพื่อน ต้องการอยู่กับเพื่อนตลอดเวลา รวมถึงต้องการเป็นที่ยอมรับจากเพื่อนๆ ทำให้ถูกชักจูงหรือโน้มน้าวไปทางต่างๆ ได้ง่าย ซึ่งในความจริงแล้วจะเป็นอย่างนั้นทั้งหมดหรือไม่นั้น ทางผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกพบความเห็นและคำตอบที่น่าสนใจคือ ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาปริญญาตรี คือ อยากรอง อยากรู้เวลากับเพื่อน ไม่อยากรู้สึกแปลกแยกจากเพื่อน ต้องการเข้าสังคม ความสนุกสนาน และต้องการเป็นที่ยอมรับจากเพื่อน และในส่วนของนักศึกษาปริญญาโท ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เพื่อเข้าสังคม Connection หรือหาเครือข่ายเพิ่มเติม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ต่างๆ และต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากความเครียดหรือความกังวลบางอย่างในชีวิต แม้แต่การที่ถูกตั้งความหวังจากผู้อื่น การกดดันตัวเองจากการที่ต้องประสบความสำเร็จ ก็เช่นกัน

เกิดเป็นแนวคิด เมื่อมนุษย์อายุเพิ่มมากขึ้น ความต้องการและความคาดหวังในชีวิตก็สูงมากขึ้น จุดประสงค์ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เพิ่มขึ้นตาม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่านักศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ ต้องการมีเวลากับเพื่อน อยากรู้เวลากับเพื่อน รวมไปถึงอยากมีกิจกรรมร่วมกันกับเพื่อนตลอดเวลา รวมไปถึงต้องการการยอมรับจากเพื่อนๆ และการดื่มแอลกอฮอล์นั้น ก็เป็นตัวเลือกที่ดี ที่ทำให้รู้สึกสนิทและใกล้ชิดกับเพื่อนมากขึ้น แม้ว่ารสชาติของแอลกอฮอล์ที่ดื่มเข้าไป จะไม่รู้สึกลูกปากเลยแม้แต่น้อย แต่ก็ต้องดื่ม เพื่อที่จะไม่ให้ตัวเองรู้สึกแปลกแยก

ตัวอย่างเช่น คุณชีพ อายุ 21 ปี (นักศึกษาปริญญาตรี ปี 4 ม.เกษตรศาสตร์) ที่มักไปเที่ยวที่ห้องล่อกับกลุ่มเพื่อน 6-7 คน เป็นประจำ โดยแอลกอฮอล์ที่ดื่มจะเป็นเหล้าผสมmixer และสิ่งที่คาดหวังเวลาไปก็จะเน้นไปเอาความบันเทิง ความสนุกสนานกับเพื่อนๆ ยิ่งช่วงเวลาแอลกอฮอล์ออกฤทธิ์ ทำให้รู้สึกมีเมามา ยิ่งรู้สึกสนุก ถึงตอนนั้นก็ไม่จะไม่ค่อยรับรู้รสชาติอีกต่อไป แต่พอช่วงโควิดทำให้สถานบันเทิงปิดทุกแห่ง ก็จะนัดเพื่อนๆ มากินที่คอนโดแทน จะเห็นว่าถึงมีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ แต่ก็สามารถหาสถานที่อื่นมาทดแทนได้ เพื่อที่จะได้ใช้เวลาอยู่กับเพื่อน

อีกหนึ่งตัวอย่าง คุณกุล อายุ 21 ปี (นักศึกษาปริญญาตรี ปี 4 มศว) ที่โดยปกติเป็นคนที่ไม่ค่อยดื่มแอลกอฮอล์ เพราะารู้สึกว่าไม่ได้อร่อยหรือลูกปากขนาดนั้น ไม่ว่าจะป็นเหล้าหรือเบียร์ก็ตาม แต่พอมีช่วงโอกาสหรือเวลาที่สำคัญ ก็จะไปดื่มกับเพื่อนๆ เสมอ เช่นช่วงสอบเสร็จ หรือปิดเทอม ก็จะนัดเพื่อนๆ ไปกินแอลกอฮอล์ที่ตลาดรถไฟ รัชดา ซึ่งคุณกุลแจ้งว่าถึงจะไม่ค่อยดื่ม แต่ก็รู้สึกว่าจะต้องไปเข้าสังคมกับเพื่อนๆ บ้าง เพราะไม่อยากรู้สึกแปลกแยกจากสังคม

คุณเมย์ อายุ 21 ปี (นักศึกษาปริญญาตรี ปี 4 ม.ธรรมศาสตร์) เล่าว่า “เป็นคนคิดเพื่อนมา กกๆๆ เพื่อนไปไหน เราไปหมด ก่อนหน้านี้คือไปร้านเหล้าเกือบทุกอาทิตย์ จะเห็นหนูเซ็คอินตาม ทองหล่อ เอกมัยเลย คือจุดประสงค์จริงๆอยากไปใช้เวลากับเพื่อนมากกว่า ไม่ได้เน้นมาขนาดนั้น แต่รู้สึกว่าการได้ไปกินเหล้า ไปร้องเพลง ไปเต้น มันก็ทำให้ความสัมพันธ์มันใกล้ชิดขึ้นอยู่นะ พอเวลาเรียน ก็ตั้งใจเรียน ไม่ได้เหลวไหล เราก็แค่แบ่งแยกหน้าที่ให้มันชัดเจนอยู่”

และในส่วน of นักศึกษาปริญญาโท จะเน้นไปที่การเข้าสังคม การหา Connection ไม่ได้ไปโฟกัสที่ความสนุกสนาน เหมือนช่วงเรียนอยู่ปริญญาตรี สถานที่ที่นัดกันนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารที่มีแอลกอฮอล์ขายควบคู่ด้วย จะไม่ได้ไปสถานบันเทิงโดยตรง เพราะด้วยหน้าที่ที่รับผิดชอบ รวมถึงสภาพร่างกาย ที่จะไปเผชิญคนหนาแน่น และร้านที่เปิดเพลงเสียงดัง คงจะไม่ถูกจริตเหมือนแต่ก่อน จึงเน้นไปบรรยากาศนั่งฟังเพลงสบายๆมากกว่า

ยกตัวอย่างเช่น คุณเฟิร์น อายุ 33 ปี (นักศึกษาปริญญาโท Aston University) เล่าว่า “ปัจจุบันก็ยังไปสังสรรค์กับเพื่อนๆบ้าง แต่ก็เป็กลุ่มเล็กๆ ประมาณ 3-4 คน เน้นคนที่อยู่ด้วย แล้วสบายใจมากกว่า มักชอบไปร้านอาหารบรรยากาศดีๆ มีดนตรีสดฟังเพลินๆ แล้วก็ดื่มพวกค็อกเทล เพราะรสชาติมันถูกปากมากกว่า รู้สึกว่าเหล้าหรือเบียร์อื่นๆ ที่เคยดื่มเมื่อก่อนป.ตรี มันขม ไม่อร่อย ไม่รู้จะกินไปทำไม หาเครื่องดื่มที่ถูกปากเราจะดีกว่า เวลาไปกับเพื่อนๆก็จะแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน เพื่อนบางคนเครียดเรื่องงานหรือครอบครัว ก็จะมาระบายหรือมาขอคำปรึกษาบ้าง รู้สึกว่าหัวข้อในการนั่งคุยในวง จะเปลี่ยนไปตามช่วงอายุจริงๆ”

หรืออีก 1 ผู้ให้ข้อมูล คือคุณป้อ อายุ 33 ปี (นักศึกษาปริญญาโท Aston University) เล่าว่า “ตอนนี้แต่งงานแล้ว สิ่งที่ต้องโฟกัสหรือความสำคัญนอกจากหน้าที่การงาน คือครอบครัว เราอยากจะทำหน้าที่ในทุกๆด้านให้ดี ไม่อยากให้คนอื่น มองเข้ามาแล้วรู้สึกว่าเรา hold ทุกอย่างไว้ไม่ได้ ในเรื่องของดื่มสังสรรค์ก็ยังมีบ้าง เพราะเราทำธุรกิจค้าขายด้วย ก็ต้อง keep connection ไว้อยู่แล้ว”

จากแนวคิดนี้นั้นพบว่า สามารถเชื่อมโยงได้กับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับความต้องการมนุษย์ที่เป็นลำดับชัดเจน ซึ่งเมื่อบุคคลใดที่มีได้รับความต้องการหรือได้รับการตอบสนองความต้องการในลำดับขั้นต้นแล้ว ก็จะแสวงหาความต้องการลำดับขั้นที่สูงขึ้นต่อไป เรียงเป็นภาพพีระมิด โดยรวมทั้งหมดมี 5 ชั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการในด้านร่างกาย สรีระ (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิต ที่ต้องการตอบสนองต่อร่างกาย เช่น ในด้านการดื่ม กิน ตอบสนองต่อการหิวกระหาย น้ำ อาหาร อากาศ การพักผ่อน การมีเพศสัมพันธ์ ต้องการรักษาสมดุลในร่างกาย ไม่

ต้องการการเจ็บป่วย เป็นต้น โดยความต้องการนี้อาจจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม และประสบการณ์ของบุคคลนั้นๆ

ขั้นที่ 2 ความต้องการมั่นคงและความปลอดภัย (Safety Needs) คือความต้องการที่จะได้รับการปกป้องและรักษา รวมถึงมีความมั่นคง ไม่ต้องการรับความเสี่ยงที่ไม่แน่นอน รวมถึงไปถึงความมั่นคงในครอบครัว อาชีพ และหลักประกันต่างๆ

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Needs) คือความต้องการที่จะได้รับความรัก และส่งต่อความรัก มีความสัมพันธ์ที่ดี ไม่ว่าจะ พ่อแม่ ครอบครัวยุ เพื่อนพ้อง ความเป็นกลุ่มเป็นสังคม รวมไปถึงความต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ต้องการให้สังคมเห็นว่ามีความสำคัญ และต้องการมีเพื่อน ต้องการรู้สึกว่าได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มนั้นๆ ไม่ต้องการให้ตนเองรู้สึกแปลกแยกจากเพื่อนๆ ไม่เช่นนั้นจะเกิดเป็นความรู้สึกโดดเดี่ยว และเก็บตัว

ขั้นที่ 4 ความต้องการหาเกียรติยศ ชื่อเสียง และความภาคภูมิใจ (Self-Esteem Needs) คือการได้รับการยอมรับ การเชิดชู ชื่นชม เคารพ ความมีชื่อเสียง มีหน้ามีตาในสังคม ต้องการให้ผู้อื่นรู้สึกประทับใจ โดยสิ่งเหล่านี้ จะทำให้รู้สึกถึงความมีคุณค่า ที่ได้รับความชื่นชมจากบุคคลอื่น ได้เราได้ทำสิ่งต่างๆแล้วผลลัพธ์นั้นออกมาดี หรือแม้แต่เราประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานหรือด้านต่างๆ จนได้รับการยอมรับ ปราสจากคำดีหรือคำดูถูก ก็จะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกอึดใจ มีความสุข เกิดเป็นสุขภาพจิตที่ดีตามมา แต่คนส่วนใหญ่มักกดดันตัวเองมากเกินไป หรือแบกรับความหวังจากคนรอบข้างมากเกินไป ก็จะเกิดเป็นผลเสียต่อตัวเอง

ขั้นที่ 5 ความต้องการตระหนักในตัวเอง (Self-Actualization Needs) หรือความสมบูรณ์ในชีวิต เป็นจุดสูงสุดที่ความปรารถนาแต่ละคน แตกต่างกัน ไม่ว่าจะด้านไหนก็ตาม การที่ได้รับความเติมเต็มในจุดๆนั้น หรือความประสบความสำเร็จในชีวิต ก็จะทำให้รู้สึกภาคภูมิใจในตัวเอง และรู้สึกว่าบรรลุศักยภาพของตนเองอีกด้วย

ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวพบว่าเมื่อแบ่งช่วงอายุของนักศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโท ส่วนใหญ่แล้วนั้นจะอยู่ในขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Needs) และ ขั้นที่ 4 ความต้องการหาเกียรติยศ ชื่อเสียง และความภาคภูมิใจ (Self-Esteem Needs) ซึ่งหมายถึงช่วงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สิ่งที่พวกเขาต้องการมากที่สุด คือการที่ได้ได้อยู่ใกล้ชิดกับเพื่อนๆ ความสนุกสนาน ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน สร้างความผูกพัน รวมไปถึงต้องการการยอมรับจากคนกลุ่มเดียวกันอีกด้วย ซึ่งตรงกับทฤษฎีของมาส โลว์นิน ที่เป็นช่วงที่มีภารกิจหรือการพัฒนาที่สำคัญคือการสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิด ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มเพื่อน หรือคนรัก โดยจะมีการแลกเปลี่ยนกันทั้งด้านความคิด ความรู้สึก หรือเป้าหมาย รวมถึงต้องการอยู่กับแบบสังคม ซึ่งถ้าหากทำสำเร็จ เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดในสังคมแล้วนั้น ก็จะเกิดความไว้วางใจ เห็นคุณค่า และมี

ความนับถือกันและกัน ซึ่งการดื่มแอลกอฮอล์ด้วยกัน ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิด ไม่ว่าจะในสถานที่ที่สามารถ ร้อง เล่น เต้น กันได้สนุกสนาน บางครั้งพูดคุยกันได้ไม่กี่ประโยค ก็สามารถทำให้เกิดความสัมพันธ์นั้นได้ทั้งหมด แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าเกิดไม่ประสบความสำเร็จในความสัมพันธ์ขั้นนี้ จะทำให้รู้สึกความรู้สึกโดดเดี่ยว แยกแยกออกจากสังคม จะเกิดความรู้สึกไม่ไว้วางใจ และมีความสับสนในเอกลักษณ์ของตัวเอง

ในส่วนของบุคคลที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาโทนั้น สิ่งที่เขาต้องการมากที่สุดคือการทำหน้าที่ของตัวเอง ให้ลุล่วง และสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็ในเรื่องของการทำงาน และครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การทำงาน และการหารายได้ให้ตัวเองและครอบครัว จะไม่ค่อยมาคำนึงถึง ความสนุกสนานเหมือนแต่ก่อน มักมีการวางแผนในอนาคต เส้นทางเดินชีวิตที่ค่อนข้างชัดเจน แต่ก็ต้องมีเวลาเข้าสังคมบ้างบางครั้ง เพื่อประโยชน์กับตัวเอง เช่น การเข้าสังคม การหา Connection หรือ เครือข่ายต่างๆ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ โดยการที่ไปดื่มแอลกอฮอล์ด้วยกันก็เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ดีในการเข้าสังคม นอกจากจะดื่มเพื่อเข้าสังคมแล้วนั้น บุคคลบางกลุ่มยังดื่มแอลกอฮอล์เพื่อหลีกเลี่ยงจากความเครียด และความกังวลจากการทำงาน หรือครอบครัว ได้เช่นกัน ซึ่งตรงกับทฤษฎีของมาสโลว์ ในขั้นที่ 4 ที่เป็นช่วงที่สังคมต้องการในบุคคลนั้นๆแสดงบทบาทของตัวเอง เพื่อต้องการการยอมรับ ความมีชื่อเสียง การได้รับเชิดชูและชื่นชม ไม่ว่าจะเป็นการประสบความสำเร็จทั้งในหน้าที่การงาน การใช้ชีวิต และครอบครัว และยังเป็นวัยที่ริเริ่มหาสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ให้แก่ตัวเอง เช่น การทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ อย่างการศึกษาต่อ ก็เป็นหนึ่งอย่างที่ได้รับ ความสนใจ สำหรับคนวัยนี้เช่นกัน เพื่อที่จะได้รับความชื่นชมจากบุคคลภายนอก ได้รับความยอมรับจากสังคม รวมถึงสร้างโอกาสในการก้าวหน้าในหน้าที่การงาน แต่ในทางตรงกันข้าม หากไม่ประสบความสำเร็จในขั้นนี้ จะทำให้รู้สึกที่ถอดอยกับชีวิต รู้สึกว่าตนเองไร้ความสามารถ และกลายเป็นคนไม่มีคุณค่า

4.4.2 แนวคิดที่ 2 จากการศึกษา การโปรโมท รวมถึงโฆษณา เลือกริเชนเตอร์ของแบรนด์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น มันสะท้อนหรือสื่อสารออกมาตรงกับบุคลิกภาพของผู้ดื่มได้มากน้อยแค่ไหน เพราะด้วยช่วงอายุ วุฒิภาวะ สังคม ก็เป็นตัวที่หล่อหลอมทำให้เกิดบุคลิกภาพต่างๆขึ้นเช่นกัน ซึ่งถ้าหากคนที่ดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทมีบุคลิกภาพเหมือนกัน ก็จะทำให้แบรนด์สามารถสื่อสาร key message ออกมาได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

ซึ่งบุคคลที่ศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ก็จะมีเหตุผลในการเลือกดื่มประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างกันด้วย อย่างบุคคลที่ศึกษาในระดับปริญญาโทนั้น ส่วนใหญ่จะเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก รสชาติ ความถูกปากมาเป็นอันดับแรก ซึ่งความชอบแต่ละคนไม่เหมือนกัน ต่อมาคือ คุณค่าของแบรนด์ พวกเขาพยายามที่จะไม่กินแอลกอฮอล์ที่ได้รับความนิยมในตลาด มากเกินไป หรือเรียกอีกอย่างว่าต้องการแตกต่างจากสังคม ทำให้ผู้คนประทับใจและชื่นชมใน

ความแตกต่างของตัวเอง และในส่วนของระดับปริญญาตรีนั้น ส่วนใหญ่จะเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก ประเภทตามเพื่อน เพื่อนหรือสังคมนั้นๆ ก็เลือกแบรนด์นั้นได้เลย ไม่มีประเภทเครื่องดื่ม หรือแบรนด์ในใจ มักทำตามหรือดื่มตามเพื่อนหรือสังคม ต่อมาคือเลือกตามราคาและโปรโมชั่นแต่ละร้าน แต่ละครั้ง แบรินด์ไหนถูกกว่า ก็เลือกแบรนด์นั้นทันที ด้วยความที่ยังไม่ได้ทำงาน ยังอยู่ในวัยเรียน ยังมีรายได้ที่ไม่มากพอ เรื่องราคาก็เป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน และสุดท้ายรสชาติ คือน้อยคนมาก ที่จะรับรู้ถึงความแตกต่างของรสชาติ เช่น คนส่วนใหญ่ก็แยกไม่ออกระหว่าง เบียร์สิงห์ และเบียร์ลีโอ เป็นต้น

ซึ่งทั้งหมดทั้งหมดนี้ จะเห็นว่าในส่วนของเหตุผลในการเลือกดื่มแอลกอฮอล์ยังมีความแตกต่างกันแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นคนที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือปริญญาโท ก็มักจะมีเหตุผลในการเลือกดื่มของตัวเอง ไม่ว่าจะด้านใดก็ตาม อย่างเช่นคนที่ศึกษาปริญญาตรีนั้น ไม่มีแบรนด์หรือประเภทเครื่องดื่มที่ชื่นชอบ มักจะเลือกประเภทเครื่องดื่มตามเพื่อนๆ และราคา ทำให้ไม่สามารถชี้เฉพาะได้ว่า จะเลือกหรือมีความชื่นชอบเครื่องดื่มประเภทไหน ไม่ได้สนใจเรื่องรสชาติแต่แรก และในส่วนของนักศึกษาปริญญาโท เนื่องจากส่วนใหญ่เลือกตามรสชาติที่ชื่นชอบมาเป็นอันดับแรก ให้สามารถจำแนกประเภทได้ว่า แต่ละบุคคลชื่นชอบเครื่องดื่มประเภทไหน รวมไปถึงในหน้าที่การทำงาน อาชีพ และการใช้ชีวิตในสังคม อยู่ระดับที่มีประสบการณ์ หรือผ่านการเรียนรู้มาระยะหนึ่ง ทำให้สามารถสะท้อนพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพในการทำงานออกมาได้อย่างชัดเจน

จากการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จึงสามารถกล่าวได้ว่า บุคคลที่ศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาโทนั้น บุคคลที่ชื่นชอบดื่มเบียร์ มักเป็นคนจำพวก C (conscientiousness) เป็นคนที่ชอบความสมบูรณ์แบบ มักยึดติดกับรายละเอียด ยึดหลักในเหตุผล หลักการที่ ชัดเจน ถูกต้อง บุคคลที่ชื่นชอบเหล้าวิสกี้และเหล้าบรันดี เช่น johnny walker chivas regal และ cocktail พบว่าส่วนใหญ่เป็นคนจำพวก D (Dominance) เป็นคนชัดเจน ไม่โลเล เด็ดขาดกับทุกการตัดสินใจ และก็มีคน S (steadiness) นิดหน่อย ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นคนใจดี ใจเย็น ไม่ค่อยชอบการปะทะ และสุดท้ายคนที่ชอบดื่มไวน์ เช่น ไวน์แดง ไวน์ขาว และ Sparkling wine พบว่าส่วนใหญ่เป็นคนจำพวก I (influence) เป็นคนที่สนใจในภาพลักษณ์ที่ดี ต้องการทำให้ผู้อื่นเกิดความประทับใจ ช่างพูด และชอบเข้าสังคม

เกิดเป็นแนวคิด พฤติกรรมหรือบุคลิกภาพที่แสดงออกมา มีความสอดคล้องกับประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่ากลุ่มคนที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีนั้น มักไม่ได้มีแบรนด์ในใจ มักเลือกตามเพื่อน ตามราคา และโปรโมชั่น ซึ่งในการจำแนกตัวตนตาม DISC Model นั้นจึงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากไม่สามารถชี้เฉพาะเจาะจงได้ว่าชอบเครื่องดื่มประเภทไหน

ยกตัวอย่างเช่น คุณเบนซ์ อายุ 21 ปี (นักศึกษาปริญญาตรี ปี 4 ม.เกษตรศาสตร์) กล่าวว่าโดยปกติจะชอบไปสถานบันเทิงแถวทองหล่อ เอกมัย และ อารีย์ เนื่องจากเป็นสถานบันเทิง ทำให้

แต่ละร้านก็จะจำหน่ายแบรนด์หลักและโปรโมชันเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เหมือนกัน อย่างเช่นร้านแถวทองหล่อ ก็จะเป็นแบรนด์ Chivas ส่วนร้านแถวอารีย์ ก็จะเป็นแบรนด์ Johnny walker เป็นต้น ทำให้คุณเบนซ์ก็เลือกที่จะดื่มตามที่ทางร้านเสนอ ไม่ได้มีข้อจำกัดว่าจะต้องดื่มแบรนด์ไหนเป็นพิเศษ หรือแม้แต่ถ้าร้านไหนมีหลายตัวเลือก คุณเบนซ์ก็จะเลือกที่จะดื่มตามเพื่อน หรือตามราคาและโปรโมชัน ว่าแบรนด์ไหนถูกกว่ากัน เพราะปกติสิ่งที่คาดหวังในการมาสถานบันเทิงคือความสนุกสนานและได้ใช้เวลากับเพื่อนๆ แต่ในบางครั้งเวลาอยู่คนเดียวก็จะมีความรู้สึกอยากดื่มเบียร์เย็นๆ จิบระหว่างดูหนัง ดูบอล มีทั้งเบียร์ข้างข้าง คาร์ฟเบียร์ข้าง แล้วแต่อารมณ์ ไม่ได้มีเฉพาะเจาะจงเป็นตัวไหน

อีกหนึ่งตัวอย่าง คุณมายด์ อายุ 21 ปี (นักศึกษาปริญญาตรี ปี 4 มศว) มักไปสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนๆ บ่อย สถานที่ที่ชอบไปคือตลาดรถไฟ รัชดา และถนนข้าวสาร ในช่วงการเลือกเครื่องดื่มก็จะตามใจเพื่อนๆ เพื่อนเลือกอะไร ก็จะดื่มตาม ไม่ได้มีแบรนด์หรือประเภทเครื่องดื่มพิเศษ เพราะสิ่งที่คาดหวัง คือการได้ใช้เวลากับเพื่อนๆ แต่ก็มีบ้างที่อยากลองแบรนด์ใหม่ๆ อย่างเช่น โขงู ก็จะมีหลากหลายรสชาติ แต่ได้แจ้งว่า “หนูก็ไม่ค่อยรู้ถึงความแตกต่างเท่าไร แต่กลิ่นมันชัดเจนอยู่นะ ก็พอได้ลองจะได้เอาไปเล่าให้คนอื่นฟังได้ว่าเคยลองดื่มแล้ว” ซึ่งจะเห็นชัดเจนว่าไม่ได้สนใจในรสชาติ แต่สนใจในการเข้าสังคมมากกว่า

คุณกอล์ฟ อายุ 20 ปี (นักศึกษาปริญญาตรี ปี 3 ม.บางมด) เล่าว่า “ไปไม่ค่อยบ่อยมักจะปกติจะไปร้านแถวหลังมอ ไปเวลาแบบหลังสอบ หรือปิดเทอมมากกว่า เวลาไปก็ไม่ได้มีแบรนด์พิเศษในใจนะที่ ดูตามโปรโมชันแต่ละร้านอะ ว่าร้านนี้มีแบรนด์ไหนเป็น main บ้าง หรือไม่ก็ดูราคา ตัวไหนถูก มีโปรพิเศษ ก็เอาอันนั้น ส่วนมาเอาบรรยากาศ ไม่ไปเดินๆ เน้นนั่งชิลๆ ฟังดนตรีสด คุยกันมากกว่า ไปกับเพื่อน 5-6 คน แหละ เยอะอยู่ พวกนั้นนัดกันบ่อยอยู่ แต่หนูอะไปไม่บ่อย แต่ถ้าไม่ไปเลยมันก็จะรู้สึกแปลกๆ ไซเปลา ไม่รู้อะ คิดไปเองด้วยมั้ง5555” จากข้อมูลในส่วนนี้จะเห็นว่าคุณกอล์ฟไม่ได้สนใจในส่วนของคุณดื่มแอลกอฮอล์ แต่สนใจในการเข้าสังคม การได้อยู่กับเพื่อน กลัวที่จะรู้สึกแปลกแยกมากกว่า

ในส่วนของนักศึกษาปริญญาโท ที่มีรายได้จากการทำงาน และมีประสบการณ์การทำงานมาไ้ระดับหนึ่ง มักสามารถเลือกแบรนด์หรือประเภทเครื่องดื่มตามรสชาติที่ตัวเองชื่นชอบได้ ทำให้ในจุดนี้นั้น สามารถนำมาจำแนกพฤติกรรม ใน DISC Model ได้

อย่างเช่น คุณอึ้ง อายุ 28 ปี (นักศึกษาปริญญาโท NIDA) เล่าว่า “ปกติชอบการดื่มเบียร์ แต่ก็ไม่ได้มีแบรนด์ในใจขนาดนั้น แต่ชอบลองเบียร์ใหม่ๆ ที่ไม่เคยชิม อย่างคาร์ฟเบียร์เนี่ย น่าสนใจ มันมีหลากหลายให้เลือก ไม่เหมือนเมื่อก่อน ที่มีเบียร์ mass ไม่ก็เจ้า รสชาติก็ไม่ได้ถูกปากขนาดนั้น ก็มีไปกินกับเพื่อนๆ บ้าง อย่างเพื่อนป.โท ก็มีไปกินกัน 2-3 ครั้งแล้ว เหมือนกินเอาสังคมด้วยแหละ

แต่ก็มีชื่อมาเกินคนเดียวย่าง เวลาเครียดๆจากงาน ก็อยากหาอะไรแก้เครียด ให้มันสดชื่น และในช่วงเวลาการทำงานก็เป็นคนที่ค่อนข้างเคร่งเครียด Perfectionist นิดหน่อย คือเราไม่อยากจะให้คนอื่นมาว่างานเราได้ ส่วนใหญ่ก็จะเสียเวลาไปกับการตรวจสอบงาน ลงรายละเอียดแต่ละงานนานไปนิดนึง และด้วยสายงานที่เราทำ คือพวกวิศวะ ทำให้เราต้องอยู่กับการคำนวณ การวิเคราะห์ ความถูกต้อง ก็รู้สึกนะว่าตัวเองเป็นคนที่ซีเรียสในการทำงานเหมือนกัน ซีเรียสในการทำงานไม่พอ มันก็ลามมาถึงการใช้ชีวิตในสังคมด้วยนี่แหละ พยายามที่จะปรับๆอยู่เหมือนกัน เพราะมันค่อนข้างที่จะเสียสุขภาพจิต” จากการวิเคราะห์ในด้านพฤติกรรมจะเห็นว่าคุณยังสะท้อนตัวตนออกมาเป็นแบบ C (conscientiousness) จากการที่ใส่ใจในรายละเอียดต่างๆอยู่เสมอ เน้นความถูกต้องและสมบูรณ์แบบตลอดเวลา

หรืออีกหนึ่งตัวอย่าง คุณพี อายุ 26 ปี (นักศึกษาปริญญาโท CMMU) เล่าว่า “ก็ไปกินไม่บ่อย อาทิตย์ละครั้งได้ ปกติไปกับเพื่อนร่วมงาน มันก็ต้องมีเข้าสังคมบ้าง ชอบแชนแนลดื่มแบบอิชากายะ ที่มันมีป๊ิงๆ นั่งชิลๆได้ ชอบแชนแนลดื่มชิลมากกว่า ถ้าเครื่องดื่มที่ชอบ ก็เบียร์แหละ พวก Hoegaarden หรือไม่ก็ อาซาฮี เวลาในการทำงาน ก็ค่อนข้างซีเรียสนิดนึงแหละ ด้วยความเป็นสถาปัตย์ด้วย มันต้องละเอียด ไม่อยากปล่อยอะไรไปเลย เพราะจะมีผลกับการทำงานด้วย Specialist มั้ยนะ 555 คงไม่ถึงขั้นนั้น แต่แค่ตรวจสอบ ดูรายละเอียดหลายรอบ ก็ป้องกันความผิดพลาดไป ละก็ความเป็นระเบียบก็ต้องมีด้วย ไม่งั้นพอเรามาดู overall มันจะแบบ แปลกๆ รู้สึกไม่ดีอะ ในการใช้ชีวิตปกติมันก็มีบ้าง ที่ต้องเป๊ะ คือบางทีมันก็เหนื่อยนะ อยากชิลๆ อยากปล่อยๆบ้าง แต่หน้าที่ความรับผิดชอบมันค้ำคอ เหมือนเราต้องดูแล ตรวจสอบหลายๆรอบ” จากการวิเคราะห์ในด้านพฤติกรรมจะเห็นว่าคุณเพิ่งสะท้อนตัวตนออกมาเป็นแบบ C (conscientiousness) จากการที่ใส่ใจรายละเอียดเคร่งเครียดทั้งกับงานและการใช้ชีวิต ถึงงานจะออกมาสมบูรณ์แบบ แต่กลับให้ความรู้สึกกดดันในตัวเองตลอดเวลา

หรืออีกหนึ่งตัวอย่าง คุณแบร์ อายุ 32 ปี (นักศึกษาปริญญาโท CMMU) ที่ตอนนี้กำลังสนใจเครื่องดื่มประเภทไวน์ ซึ่งก่อนหน้านี้ก็ไม่ได้มีแบรนด์หรือประเภทเครื่องดื่มในใจ แต่พอโตขึ้น ด้วยวัย และประสบการณ์ต่างๆ เลยอยากจะเริ่มดื่มไวน์ พอได้ลองครั้งแรก ก็รู้สึกติดใจ ชื่นชอบ จากนั้นจึงเริ่มที่จะทดลองดื่มไวน์ไปเรื่อยๆ ด้วยภาพลักษณ์ของบุคคลที่ดื่มไวน์ สามารถแสดงออกถึงฐานะและความแตกต่างของชนชั้นได้เช่นกัน ถึงแม้ว่าราคาไวน์บางตัวนั้น ไม่ได้สูงขนาดนั้น แต่ด้วยภาพลักษณ์ ก็สามารถแสดงถึงความหรูหราได้ ซึ่งจากการสอบถาม ชีวิตการทำงานและชีวิตประจำวัน “จะค่อนข้างเป็นคนทีกระตือรือร้น และมองโลกในแง่บวก พยายามที่จะไม่คิดลบ เพราะแค่เรื่องงาน เรื่องเรียนก็เครียดมากพอแล้ว จะไม่เอาเรื่องที่ toxic มาใส่ในหัว ถ้าถามว่าชอบเข้าสังคมมั๊ย ก็ไม่ขนาดนั้น แต่เข้าได้ เรายินดีที่จะรู้จักคนใหม่ๆอยู่แล้ว” จากการวิเคราะห์ในด้าน

พฤติกรรมจะเห็นว่าคุณเพิ่งสะท้อนตัวตนออกมาเป็นแบบ I (influence) จากการที่เลือกเครื่องดื่มประเภทนี้ ก็ค่อนข้างที่จะเป็นคนที่สนใจในภาพลักษณ์ที่ดี ต้องการทำให้ผู้อื่นเกิดความประทับใจ เป็นคนที่ค่อนข้างใส่ใจสายตาสังคมระดับหนึ่ง และเป็นคนมองโลกในแง่บวก ตัดเรื่อง toxic ออกจากชีวิตได้ดี

และอีกหนึ่งตัวอย่าง คุณมายด์ อายุ 27 ปี (นักศึกษาปริญญาโท CMMU) เล่าว่าปกติไม่ค่อยดื่มแอลกอฮอล์บ่อย จะดื่มเพื่อเข้าสังคมเท่านั้น ก็ถ้าเราไม่ไปเลย มันก็นะ โดแล้ว มันก็ต้องคิดถึง connection ด้วยอะ จะเลือกเอาแต่ตัวเอง ความคิดตัวเองเหมือนแต่ก่อนก็ไม่ได้อะ ยิ่งเราขายของออนไลน์ด้วย connection สำคัญจริงๆนะ มันเปิดโอกาสหลายๆอย่างให้เรา บางทีก็ได้รู้จักเพื่อนของเพื่อนเวลาไปกินเหล้าด้วยกันเหมือนกัน”แต่ถ้าให้เลือกประเภทเครื่องดื่ม ก็สามารถเลือกได้อย่างรวดเร็ว คือชื่นชอบการดื่มเหล้ามากกว่า “พวกค็อกเทล ผสมต่างๆ เพราะให้รสชาติที่ไม่ขม และถูกปากมากกว่า แล้วก็มันดูมีความเป็นฟรุ๊ตตี้ๆ ผลไม้ๆอะ อร่อยนะ กินง่ายกว่าตัวอื่นแล้วแหละ ที่สำคัญ สามารถถ่ายรูปอัปโหลดลง social media ได้รูปสวยๆอีกด้วย แต่เวลาทำงานก็จะจริงจังนะ ค่อนข้างเป็นคนชัดเจน ไม่ค่อยชอบคนที่โลเล ทำงานเร็วด้วยบางทีอะ ชอบอะไรที่มันเด็ดขาด ไม่เวียนว้อ คือมันทำให้บางทีเสียเวลาในการทำงานได้ด้วย แต่เราก็จะไม่พูดไปตรงๆหรอก ไม่ชอบการปะทะ ถ้าเลี้ยงได้ก็จะเลี้ยง แต่ถ้าเขาทำอะไรที่ส่งผลกับงานเรา ก็ปล่อยไปไม่ได้หรอก และอีกอย่างคือเกลียดการถูกบังคับมากๆ อันนี้คือไม่ได้จริง บังคับสิ่งที่เราไม่ชอบเมื่อไร คงต่อต้านแบบเงิบๆ เมื่อนั้นแหละ ”จากการวิเคราะห์ในด้านพฤติกรรมจะเห็นว่าคุณมายด์สะท้อนตัวตนออกมาเป็นแบบ D (Dominance) และแบบ S (steadiness) จะเห็นว่าเป็นคนที่ค่อนข้างชัดเจน เด็ดขาด มีภาวะความเป็นผู้นำ มีความมั่นใจในตัวเองสูง แต่ก็มีความที่ต้องการหลีกเลี่ยงความปะทะ ไม่ชอบการทะเลาะกัน เป็นที่ปรึกษาที่ดี และไม่ชอบถูกบังคับมากๆ

คุณเอ๊ย อายุ 28 ปี (นักศึกษาปริญญาโท ม.ธรรมศาสตร์) เล่าว่า “ปกติก็ดื่มสังสรรค์กับเพื่อนๆกลุ่มเดิมๆ ตอนเรียนป.ตรีแหละ ไปกันไม่กี่คน นัดเจอกันยากเกิน ด้วยความที่ทุกคนแยกย้ายไปทำงาน มีครอบครัว ทำให้กว่าจะเจอกันแต่ละที นานอะ แต่ถ้าคนไหนอยู่ใกล้ๆก็โอเคนะ นัดกินข้าวร้านอาหาร ที่มันมีขายพวกค็อกเทลอะ คือชอบเลยขย กินง่าย อร่อย บางร้านก็มีหลากหลายเมนูอย่าง sex on the beach ้ mai thai ้ mojito ้ อิกเยอะแยะ มันทำให้เราได้ลองรสชาติอะไรใหม่ๆอีกเยอะ เพราะส่วนผสมมันก็แตกต่างกันไปปะละ ถูกปากสุดละ ถ่ายรูปสวยๆได้ด้วย ในชีวิตของการทำงานหรือ ก็รู้สึกตัวเองไม่ได้เป็นคนซีเรียขนาดนั้นนะ5555 แต่ก็ชัดเจนแหละ แล้วเราก็อยากได้หัวหน้าที่ชัดเจน ไม่โลเลด้วย บางทีหัวหน้าสั่งเรามา 1,2 เราก็ไปบริฟลูกค้าเรียบร้อยด้วยความรวดเร็วอะนะ วันต่อมาบอกว่าเอา 3 ด้วย เอ้า!? ว้อทท งงเด้อออ คือไม่ชอบ ไม่ชอบเลย คือมันควรเคาะแล้วนะว่าจะยังไง เพราะมันยับย่อยอะ ควรสั่งมาให้มันเคลียร์และชัดเจนมัยเอ๊ย แต่เราก็จะไม่

กระโดดกระตาคณะ นิ่งๆก่อน เขาให้ทำเราก็ทำตามที่เขาสั่ง แต่ถ้ามันเป็นโปรเจกใหญ่ กำลังจะ lunch แล้ว อยู่ๆมาตั้งเปลี่ยน คือพูดนะ ต้องบอกเขาโดยตรงว่ายังไง บอกเหตุผล อธิบายสิ่งที่ถูกต้อง ให้เขารับรู้อะ ว่ามันผิดคด ” จากการวิเคราะห์ในด้านพฤติกรรมจะเห็นว่าคุณเอื้อสะท้อนตัวตน ออกมาเป็นแบบ D (Dominance) และแบบ S (steadiness) จากการที่มีความชัดเจนและเด็ดขาด รวมไปถึงต้องการทำงานกับคนที่ประเภทเดียวกับตนเองด้วย จากการวิเคราะห์น้ำเสียงร่วมด้วย จะเห็นว่าน้ำเสียงค่อนข้างมีความหนักแน่น ชัดถ้อยชัดคำ มีความมั่นใจ รวมไปถึงคนที่ค่อนข้างใจเย็น จะพูดก็ต่อเมื่อจำเป็นจริงๆ หรือเกิดสถานการณ์ที่ต้องพูด ถึงจะพูด ไม่อยากมีปัญหากับใคร และก็ ไม่อยากมีปัญหากับงานที่รับผิดชอบด้วย

จากแนวคิดนี้นั้นพบว่า สามารถเชื่อมโยงได้กับทฤษฎี DISC model ได้เพียงบางส่วน เนื่องจากผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าเหตุผลในการเลือกทีมประเภทแอลกอฮอล์แต่ละบุคคล มีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะดื่มเพราะตามเพื่อน ดื่มเพราะอยากลอง หรือแม้แต่มีดื่มเพราะความชื่นชอบจริงๆ ดังนั้น การที่จะมาตัดสินว่าบุคคลที่ดื่มเครื่องดื่มนี้ มีบุคลิกภาพแบบใดใน DISC Model คาดว่าน่าจะเป็นเรื่องคว่นในการตัดสินใจเกินไป แต่ถ้าวิเคราะห์กลุ่มคนส่วนหนึ่งของนักศึกษาปริญญาโท ก็ยังคงสามารถตัดสินได้ เนื่องจากพวกเขาได้เลือกประเภทเครื่องดื่มที่ชื่นชอบจากตัวเอง หรือแม้แต่สั่งรื้อ ครอบข้างหล่อหลอม ทำให้เกิดความชื่นชอบก็ตาม โดยทฤษฎี DISC model นั้น ได้แบ่งคนเป็น 4 กลุ่ม คือ ได้แก่ D (Dominance) ที่มีพฤติกรรมมั่นใจในตัวเองสูง เป็นคนมีความชัดเจน ไม่โลเล มีภาวะเป็นผู้นำ แต่ก็ยังมีความคว่นตัดสินใจเกินไป ขาดความรอบคอบ

I (Influence) ที่มีพฤติกรรมสนใจสายตาสังคม ใส่ใจกับการมีภาพลักษณ์ที่ดี ต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมและประทับใจ และเป็นคนที่มองโลกในแง่ดี ชอบเข้าสังคม ไม่ชอบความปะทะที่รุนแรง

S (Steadiness) ที่มีพฤติกรรมค่อนข้างใจเย็น อดทน เป็นที่ปรึกษาและผู้ฟังที่ดี จะพูดเรื่องสำคัญก็ต่อเมื่อจำเป็นเท่านั้น รวมไปถึงไม่ชอบการถูกบีบบังคับ หรือการตีกรอบ

C (Conscientiousness) ที่มีพฤติกรรมใส่ใจกับรายละเอียดสูง ถี่ถ้วน เน้นความสมบูรณ์แบบ ถูกต้อง มีความเป็นระเบียบ ไม่ค่อยชอบความเสี่ยง หรือความไม่มั่นคงใดๆ

โดยจะทำการแบ่งบุคคลที่ชื่นชอบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทมาจัดรวมกัน เพื่อแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ แล้ววิเคราะห์ว่าแต่ละกลุ่มนั้น มีพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพแบบใด คำตอบของคนในกลุ่มนั้นๆมีความสอดคล้องหรือใกล้เคียงกันมากน้อยแค่ไหน เพื่อที่ทางแบรนด์หรือผู้ประกอบการ จะสามารถนำข้อมูลนี้ ไปเป็นข้อมูลประกอบการทำโฆษณา โปรโมทสินค้า และสื่อสาร key message ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยจากการวิเคราะห์ครั้งนี้สามารถนำไปสู่การตอบคำถามงานวิจัย ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาปริญญาตรีและนักศึกษาปริญญาโทแตกต่างกันอย่างไร

จากการรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์พบว่า ความต้องการและความคาดหวังของแต่ละคนมีความแตกต่างกันตามช่วงวัย โดยกลุ่มนักศึกษาปริญญาโทพบว่าคนกลุ่มนี้มีความต้องการและความคาดหวังในชีวิตที่ค่อนข้างสูง มีการวางแผนการดำเนินชีวิตที่ชัดเจน เช่น คนกลุ่มนี้มักวางแผนแล้วว่า หลังจากจบการศึกษาปริญญาโทนั้น จะเลือกไปต่อเส้นทางไหน ไม่ว่าจะ เรียนต่อปริญญาเอก เปลี่ยนสายงาน เปลี่ยนวิชาชีพ ขอเพิ่มฐานเงินเดือน แม้แต่การเพิ่มตำแหน่งในหน้าที่การงาน ทุกอย่างถูกกำหนดไว้ก่อนหน้าแล้ว รวมไปถึงเหตุผลหรือจุดประสงค์ในการดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย ที่คนกลุ่มนี้มักจะคำนึงถึงการ keep connection ก่อนเสมอ การดืมเพื่อเข้าสังคม การดืมเพื่อหาเครือข่ายใหม่ๆ เพิ่มโปรไฟล์ให้ตัวเอง รวมไปถึงการดืมเพื่อภาพลักษณ์ที่ดี ต้องการผู้อื่นประทับใจ ซึ่งแตกต่างจากพฤติกรรมของนักศึกษาปริญญาตรี ที่คนกลุ่มนี้มักจะใช้ชีวิตตามเพื่อน ตามกลุ่ม ตามสังคมที่ใกล้ชิดขณะนั้นมากกว่า เหตุผลหรือจุดประสงค์ของการไปดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนกลุ่มนี้มักจะต้องการใกล้ชิดกับเพื่อน ต้องการมีกิจกรรมร่วมกัน แม้ว่าคนกลุ่มนี้จะไม่ชอบรสชาติของแอลกอฮอล์ หรือดืมจนรู้สึกเมา เวียนหัว ถึงขั้นอาเจียนออกมา แต่ก็ไม่ยอมแพ้ ยังมีการนัดกับกลุ่มเพื่อนๆ อยู่เสมอ เนื่องจากไม่อยากรู้สึกว่าตัวเองแปลกแยกออกจากสังคม จึงมักเลือกใช้วิธีนี้ ในการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนให้มากยิ่งขึ้น

2. การเลือกดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท สามารถสะท้อนพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพได้หรือไม่

จากการรวบรวมและทำการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทนั้น สามารถสะท้อนพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพได้บางส่วน ไม่สามารถเหมารวมได้ว่าคนดืมเครื่องดื่มประเภทนี้ สะท้อนพฤติกรรมอย่างไร เนื่องจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีนั้น จากข้อมูลข้างต้นได้กล่าวว่าคนกลุ่มนี้ยังเป็นคนกลุ่มที่ไม่สามารถแยกรสชาติของแอลกอฮอล์ออกได้ ไม่ได้มีแบรนด์สินค้าหรือประเภทเครื่องดื่มที่ชื่นชอบจริงๆ ส่วนใหญ่เลือกเครื่องดื่มตามเพื่อน ตามราคาโปรโมชั่น ทำให้ไม่สามารถแบ่งประเภทพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพในการดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาปริญญาตรีได้ แตกต่างจากนักศึกษาปริญญาโท ที่สามารถชี้เฉพาะเจาะจงได้ทันที ว่ามีความชื่นชอบ หรือต้องการเลือกเครื่องดื่มประเภทไหน เนื่องจากคนกลุ่มนี้ เลือกดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากรสชาติเป็นหลัก รวมไปถึงภาพลักษณ์ของเครื่องดื่มแต่ละประเภทด้วย ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล จะสามารถแบ่งประเภทของพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพในการเลือกดืมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นักศึกษาปริญญาโทได้

4.5 แนวคิดหลักที่ได้

จากการรวบรวมข้อมูล ทำให้ได้แนวคิดหลัก 2 แนวคิด ได้แก่

แนวคิดที่ 1 เมื่อมนุษย์อายุเพิ่มมากขึ้น ความต้องการและความคาดหวังในชีวิตก็สูงมากขึ้น จุดประสงค์ในการดื่มแอลกอฮอล์ก็เพิ่มขึ้นตาม

แนวคิดที่ 2 พฤติกรรมหรือบุคลิกภาพที่แสดงออกมา มีความสอดคล้องกับประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4.6 ประเด็นความเห็นต่าง

ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าในสังคมไทย ยังไม่เปิดกว้างพอสำหรับเรื่องของการดื่มแอลกอฮอล์ มีการจำกัดทั้งวันและเวลา ในการซื้อสินค้าเครื่องดื่ม ซึ่งประเด็นนี้ค่อนข้างทำให้คนต่างชาติรู้สึกมีแรงกดดันได้เช่นกัน ยกตัวอย่างที่ประเทศไทยออกกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา เป็นต้น ซึ่งทางรัฐอ้างว่า เพื่อศีลธรรมอันดีของประชาชน การที่รัฐออกกฎหมายแบบนี้ จึงทำให้คนส่วนใหญ่ยังมีความเห็นต่อต้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากมองว่านอกจากรัฐไม่ส่งเสริมแล้ว เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็มีโทษมากกว่าคุณประโยชน์ ไม่ว่าจะในด้านของร่างกาย หรือแม้แต่ผลกระทบต่อสังคม ซึ่งผู้วิจัยมองเห็นต่างออกไป ในความคิดเห็นส่วนตัวนั้น มองว่าการที่ภาครัฐออกกฎหมายแบบนี้ ทำให้สูญเสียรายได้ต่อวันได้เป็นจำนวน ไม่ว่าจะจากนักท่องเที่ยวไทย หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงแสดงถึงความไม่เท่าเทียมของคนที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ และในเรื่องโทษของการดื่มแอลกอฮอล์นั้น ทางผู้วิจัยไม่ปฏิเสธว่ามันก็สามารถเกิดเหตุการณ์รุนแรงได้ แต่ถ้าหากภาครัฐและภาคเอกชน ให้การศึกษา ให้ความรู้ประชาชน สม่่าเสมอ ในการรับมือหรือการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เหมาะสม ก็จะทำให้ธุรกิจด้านนี้สามารถเติบโตไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงคุณภาพของคนไทยก็จะดีมากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลงานวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยในหัวข้อ การศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ นักศึกษาปริญญาโทและนักศึกษาปริญญาตรี ซึ่งเป็นรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 30 คน ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) โดยมี วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมในการเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ นักศึกษาปริญญาโท และนักศึกษาปริญญาตรี และ เพื่อศึกษาการเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละ ประเภท สามารถสะท้อนพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพได้หรือไม่ โดยผลลัพธ์ของข้อมูลในครั้งนี้ จะ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติทั้งกับตัวเองและผู้อื่น สามารถรับรู้ถึงธรรมชาติ และ เข้าใจตัวตนของผู้อื่นได้มากขึ้น จะเป็นประโยชน์ทั้งในด้านการใช้ชีวิตประจำวัน การทำงาน และการเข้าสังคม ซึ่งแต่ละบุคคลมักจะมีพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพแตกต่างกัน ทำให้องค์กรสามารถนำ ข้อมูลนี้มาวิเคราะห์ และหางานที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคลได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้จะทำให้ผลงานใน การทำงานออกมามีประสิทธิภาพแล้ว ยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ได้อย่าง เหมาะสมอีกด้วย และจากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถถ่วงถอยออกมาเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงไปสู่ วัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลงานวิจัย

5.1.1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลของนักศึกษาปริญญาตรี 15 คน และ นักศึกษาปริญญาโท 15 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน พบว่า ปัจจัยหรือเหตุผลในการเลือกดื่มของนักศึกษา 2 กลุ่มนี้มีความ แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยข้อมูลของนักศึกษาปริญญาโท พบว่าส่วนใหญ่เลือกดื่มแอลกอฮอล์เพื่อ เส้นสายในเส้นทางอาชีพ เช่น ดื่มเพื่อเข้าสังคม เพื่อ connection เพื่อเครือข่ายใหม่ๆ และยังเลือกดื่ม เพื่อหลีกเลี่ยงกับความคิดหรือความกังวลในชีวิต ที่เต็มไปด้วยความกดดันและความคาดหวังที่จะต้อง ประสบความสำเร็จ กลายเป็นความเครียดที่สะสม คนกลุ่มนี้จึงเลือกที่จะดื่มเพื่อพัก หรือหนีจาก ความเป็นจริง แตกต่างจากนักศึกษาปริญญาตรี ที่พบว่าส่วนใหญ่เลือกดื่มตามเพื่อน ตามสังคม ความ สนุกสนาน และความต้องการที่จะได้ใกล้ชิดกับเพื่อน ซึ่งบางคนไม่ได้มีความชื่นชอบในการดื่ม แอลกอฮอล์ แต่ก็ต้องไปดื่มกับกลุ่มเพื่อนๆ เนื่องจากกลัวความรู้สึกแปลกแยก อยากได้รับการ ขอมรับจากเพื่อนๆ ไม่ต้องการรู้สึกโดดเดี่ยว เกิดเป็นแนวคิด เมื่อมนุษย์อายุเพิ่มมากขึ้น ความ

ต้องการและความคาดหวังในชีวิตที่สูงมากขึ้น จุดประสงค์ในการดื่มแอลกอฮอล์ก็เพิ่มขึ้นตาม โดยสามารถเชื่อมโยงได้กับทฤษฎีมาสโลว์ หรือทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ที่ได้กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ที่เป็นลำดับขั้น ตามรูปพีระมิด ซึ่งความต้องการของนักศึกษาปริญญาโท ส่วนใหญ่จะอยู่ในขั้นที่ 4 ที่เป็นขั้นของการเคารพนับถือ (Self-Esteem Needs) เป็นขั้นที่ต้องการได้รับการยอมรับ การได้รับความชื่นชม การได้ถูกเห็นว่าตนเองมีคุณค่า รวมไปถึงชื่อเสียง เกียรติยศต่างๆ แตกต่างจากความต้องการของนักศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะอยู่ในขั้นที่ 3 ที่เป็นขั้นที่ต้องการการเป็นที่รัก หรือต้องการความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Needs) เป็นขั้นที่ต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดี ทั้งครอบครัว คนรัก และที่สำคัญคือเพื่อน หรือเรียกว่าต้องการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ไม่ต้องการรู้สึกโดดเดี่ยวหรือแปลกแยกจากกลุ่มเพื่อนๆ อยากมีเวลาหรือกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ ตลอดเวลา

โดยแนวคิดนี้มีความน่าสนใจ ไม่ว่ามนุษย์จะมีอายุมากหรือน้อย สิ่งที่คิดตัวมาตลอดคือความต้องการบางอย่างในชีวิต ตั้งแต่ความต้องการพื้นฐาน ความปลอดภัยและความมั่นคง ความรักหรือความเป็นเจ้าของ ความเคารพนับถือ และไปถึง ความบรรลุเป้าหมายของตัวเอง ซึ่งเมื่อมนุษย์มีอายุมากขึ้น ความต้องการหรือความคาดหวังก็จะเพิ่มมากขึ้นตาม ลำดับ สิ่งที่สามารถดำเนินต่อ คือการวางแผนแนวปฏิบัติที่จะทำให้บรรลุผล

5.1.2. จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลทั้ง 30 คน พบว่าบุคลิกภาพหรือพฤติกรรมของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่ปัจจัยหลายอย่าง เช่นความจำเพาะส่วนบุคคล สิ่งแวดล้อม สังคม จิตวิทยา และอื่นๆ หล่อหลอมทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นๆ การเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เช่นกัน จากข้อมูลของกลุ่มนักศึกษาปริญญาตรีพบว่าส่วนใหญ่ เลือกดื่มประเภทแอลกอฮอล์ตามเพื่อนๆ และราคาโปรโมชั่น ไม่ได้มีแบรนด์หรือประเภทเครื่องดื่มที่ชื่นชอบ ตอบว่าเลือกดื่มเครื่องดื่มเพื่อนอย่างชัดเจน และด้วยความที่ยังเรียนเป็นนักศึกษาไม่นาน ทำให้รายได้ไม่มากนัก จึงเลือกดื่มได้เฉพาะเครื่องดื่มที่ไม่แพงจนเกินไป สามารถหารกับเพื่อนแล้วจ่ายไหว ไม่เน้นรสชาติ แต่ต้องการดื่มเพื่อความสนุก ได้ใช้เวลากับเพื่อน ทำให้ไม่สามารถชี้เฉพาะได้ว่าเลือกหรือมีความชื่นชอบเครื่องดื่มประเภทไหน แตกต่างจากกลุ่มนักศึกษาปริญญาโท ที่สามารถระบุประเภทเครื่องดื่มได้อย่างชัดเจน โดยส่วนใหญ่เลือกจากรสชาติที่ถูกปากมาก่อนเป็นอันดับแรก คนกลุ่มนี้มักรู้ความชอบและรสนิยมของตนเองอยู่แล้ว ซึ่งความชอบในรสชาติของแต่ละบุคคลก็ไม่เหมือนกัน ต่อมาคือคุณค่าของแบรนด์ โดยคนกลุ่มนี้มักชอบความแตกต่าง ไม่ได้ต้องการมีรสนิยม หรือความชอบเหมือนคนทั่วไปในสังคม หรือเรียกอีกอย่างว่ามักไม่เลือกดื่มแบรนด์ตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเหนือชั้นคนอื่นๆ มีความแตกต่าง ต้องการเป็นที่ยอมรับ และคำชื่นชมในกลุ่มคนทั่วไป รวมไปถึงเรื่องของพฤติกรรมในการทำงาน ที่มีความชัดเจนและเป็นตัวของตัวเองมากกว่ากลุ่ม

นักศึกษาปริญญาตรี ด้วยความที่มีประสบการณ์มากกว่าทั้งในการทำงาน และการใช้ชีวิตในสังคม เกิดเป็นแนวคิด พฤติกรรมหรือบุคลิกภาพที่แสดงออกมา มีความสอดคล้องกับประเภทของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ แต่ไม่ใช่ทั้งหมด ถ้าจะเหมารวมว่าการเลือกประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถสะท้อนพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพออกมาได้ ผู้วิจัยมองว่าเป็นการด่วนตัดสินมากเกินไป อย่างกลุ่ม นักศึกษาปริญญาตรีนั้น ในการจำแนกตัวตนตาม DISC Model นั้นจึงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากไม่สามารถชี้เฉพาะเจาะจงได้ว่าชอบเครื่องดื่มประเภทไหน

แต่จากการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จึงสามารถกล่าวได้ว่า บุคคลที่ศึกษาอยู่ในช่วง ปริญญาโทนั้นยังสามารถเชื่อมโยงไปที่ทฤษฎี DISC Model ได้ เนื่องจากส่วนใหญ่สามารถระบุ ความชื่นชอบ หรือเลือกประเภทเครื่องดื่มได้อย่างชัดเจน และมีประสบการณ์การทำงานและการใช้ ชีวิตในสังคมนาระดับหนึ่ง ทำให้สามารถนำข้อมูลในส่วนนี้มาวิเคราะห์และแยกหมวดหมู่ได้อย่าง ชัดเจนและครบถ้วน และจากการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ได้ผลลัพธ์ดังนี้

ในกรณีบุคคลที่ชื่นชอบดื่มเบียร์ มักเป็นคนจำพวก C (conscientiousness) เป็นคนที่ ชอบความสมบูรณ์แบบ มักยึดติดกับรายละเอียด ยึดหลักในเหตุผล หลักการที่ ชัดเจน ถูกต้อง บุคคล ที่ชอบดื่มเหล้าวิสกี้และเหล้าบรันดี เช่น johnny walker chivas regal และ cocktail พบว่าส่วนใหญ่ เป็นคนจำพวก D (Dominance) เป็นคนชัดเจน ไม่โลเล เด็ดขาดกับทุกการตัดสินใจ และก็มีควม S (steadiness) อยู่เล็กน้อย ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นคนใจดี ใจเย็น ไม่ค่อยชอบการปะทะ และสุดท้ายคนที่ชอบ ดื่มไวน์ เช่น ไวน์แดง ไวน์ขาว และ Sparkling wine พบว่าส่วนใหญ่เป็นคนจำพวก I (influence) เป็นคนที่สนใจในภาพลักษณ์ที่ดี ต้องการทำให้ผู้อื่นเกิดความประทับใจ ช่างพูด และชอบเข้าสังคม

โดยแนวคิดนี้มีความน่าสนใจ จะเห็นว่าการเลือกดื่มประเภทของแอลกอฮอล์ของแต่ละ คน แตกต่างกัน ทุกคนจะมีเหตุผลส่วนตัว ที่ทำไม่ถึงเลือกดื่มประเภทนั้นๆ โดยเฉพาะคนที่อายุยัง น้อย ส่วนใหญ่คือมีแนวโน้มยึดติดกับเพื่อน ไม่มีแบรนด์หรือประเภทเครื่องดื่มที่ชื่นชอบ และ บางครั้งก็แยกแยะรสชาติไม่ออก ว่าแต่ละแบรนด์มีความแตกต่างกันอย่างไร รวมไปถึงเลือกดื่มตัวที่ มีราคาไม่สูงเกินไป ด้วยความที่ยังมีรายรับค่อนข้างน้อย ยังไม่ได้ออกมาทำงานเต็มตัว ยังขอเงินจาก ผู้ปกครอง ทำให้ต้องโฟกัสในเรื่องของราคาค่อนข้างมาก แตกต่างจากบุคคลที่ทำงานแล้ว มี ประสบการณ์การทำงานนาระดับหนึ่ง มีรายได้ที่สามารถใช้จ่ายไปกับเรื่องเข้าสังคมพอสมควร จะ สามารถเลือกประเภทเครื่องดื่มได้ทันทีตามความชื่นชอบ ซึ่งส่วนใหญ่เลือกจากรสชาติ กับคุณค่า ของแบรนด์ โดยทำให้เห็นว่าบุคคลที่มีประสบการณ์ชีวิตมากขึ้น การยึดติดกับเพื่อนก็จะน้อยลง เลือกสนใจในตัวเองมากขึ้น ไม่ถูกชักจูงหรือถูกโน้มน้าวได้ง่าย และยังคงสนใจสายตาสังคมมากขึ้น ด้วย เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญของคนวัยนี้มาก บางครั้งการเลือกดื่มประเภทของแอลกอฮอล์ ยังสามารถสะท้อนถึงสถานะทางสังคมได้อีกด้วย โดยทั้งหมดนี้สามารถเชื่อมโยงไปสู่การสะท้อน

พฤติกรรมหรือบุคลิกภาพในการทำงานได้บางส่วน ไม่สามารถเหมารวมทั้งหมดได้ว่าคนที่ชื่นชอบเครื่องดื่มประเภทนี้ มีพฤติกรรมอย่างนี้ เนื่องจากปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพมีหลากหลาย ไม่ใช่แค่การเลือกดื่มประเภทแอลกอฮอล์เพียงอย่างเดียว

5.2 ข้อจำกัดหรือจุดอ่อนของงานวิจัย

เนื่องจากระหว่างทำงานวิจัยในครั้งนี้ ยังอยู่ภายใต้โรคระบาดโควิด-19 จากสถานการณ์ที่ยังมีอยู่นี้ ทำให้เกิดข้อจำกัดหลายอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากต้องรักษามาตรฐานในการดูแลตัวเองและรับผิดชอบต่อสังคม จากที่ควรทำการสัมภาษณ์แบบ face to face เพื่อที่จะเก็บข้อมูลและสังเกตทั้งสีหน้า แววตา และท่าทาง ของผู้ให้ข้อมูล เพื่อนำมาประกอบผลการวิเคราะห์ให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น กลับสามารถสัมภาษณ์ได้เพียงโทรทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ส่งผลให้บางครั้งผู้ให้ข้อมูลอาจหลุดโฟกัส หรือสัญญาณอาจจะขาดหายไปบ้างบางส่วน ทำให้เก็บข้อมูลอาจจะไม่ได้สมบูรณ์มากนัก รวมไปถึงในช่วงนี้ร้านอาหาร หรือสถานบันเทิงหลายแห่งยังไม่เปิด 100% และก็ยังมีการรักษาระยะห่างที่มากขึ้น ทำให้ความอิน หรือคลั่งไคล้ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดน้อยลง เพราะฉะนั้นในการให้ข้อมูลอาจจะคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงและเป็นตัวของตัว ไม่มากนัก

5.3 ประโยชน์ที่ผู้วิจัยได้รับจากการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ถือว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ที่ได้ทำความรู้จักรหรือเข้าใจในเรื่องของลำดับความต้องการของมนุษย์เพิ่มมากขึ้น รู้ว่าแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน เห็นได้ชัดในเรื่องของอายุ หรือการศึกษาในระดับชั้นที่แตกต่างกัน ยิ่งอายุมากขึ้น หรือเติบโตมากขึ้น สิ่งที่วางแผนในชีวิต หรือการคาดการณ์ในอนาคต ก็จะมากขึ้น รวมไปถึงได้รู้ถึงปัจจัยหรือจุดประสงค์ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ว่าในความเป็นจริงเหตุผลที่ดื่มแอลกอฮอล์ มันมีมากกว่าความสนุกสนาน การได้ใกล้ชิดกับเพื่อน ยังมีเรื่องของการทำงานมาเกี่ยวข้อง การ keep connection เป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมากสำหรับคนวัยทำงาน รวมไปถึงการหาเครือข่ายใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในหน้าที่การงาน ทำให้รู้ว่ามนุษย์ยังมีอายุเพิ่มมากขึ้น ความกดดันและความคาดหวังในชีวิตก็จะสูงขึ้น กลายเป็นความเครียด ผู้คนไม่สามารถหาทางออก ก็จะใช้อัลกอฮอล์หลบหนีความเครียดสักระยะก่อนที่จะกลับมาเผชิญหน้ากับความจริง

บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข กรมอนามัย. (2560) รายงานการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการเด็กปฐมวัย
ไทย. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2565, เข้าถึงได้จาก
http://203.157.71.139/group_sr/allfile/1580280672.pdf
- กฤษณา สักดิ์ศรี. (2534). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยครูพระนคร
- เกรียงกมล ภัทรพรไพศาล. (2560). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัยรัฐบาล (รายงาน
ผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เจนฉัตร สีนสายออ. (2548). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ในเพศหญิง หมู่บ้านแห่งหนึ่งใน จังหวัดนครราชสีมา (วิทยานิพนธ์
ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- จิรภิญญา จิรไพศาลกุล. (2562). บุคลิกภาพที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการคุณลักษณะงานของพนักงาน
บริษัทเอกชนกลุ่มเจเนอเรชันวาย (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นันทน์ภัส ตั้งภรณ์พรรณ. (2553). แบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับการเผชิญปัญหา และฝ่า
ฟันอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา).
- มานพ คณะโต และคณะ. (2547). รายงานประมาณการผู้ใช้เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ 2546. ขอนแก่น: เครือข่ายพัฒนาวิชาการและข้อมูลสารสนเทศ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
อักษรเจริญทัศน์
- วรรณกร พลพิชัย และจันทร์ อ้อยเอ็ง. (2561). การสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว ทักษะทาง
สังคมและพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากยาเสพติดของวัยรุ่นในตำบลไม้ฝาด อำเภอ
สีเกา จังหวัดตรัง (รายงานผลการวิจัย). นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- วิบูลย์ จุง. (2550). ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ Maslow's Hierarchical Theory of Motivation.
สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2565, เข้าถึงได้จาก

บรรณานุกรม (ต่อ)

http://www.thaischool.in.th/_files_school/62102138/data/62102138_1_20111209-131002.pdf

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2539). ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (รู้ เขารู้ เรา). พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ หมอชาวบ้านสำนักงานสถิติแห่งชาติ. การสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่ และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2560. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2565, เข้าถึงได้จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/social/health/SmokingDrinking/2017/Full%20Report.pdf>

Gwendolyn T. Sorell & Marilyn J. Montgomery (2001) Feminist Perspectives on Erikson's Theory: Their Relevance for Contemporary Identity Development Research, *Identity*, 1:2, 97-128, DOI: 10.1207/S1532706XID0102_01