

ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
ของผู้หญิงทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



นางสาวคุณกร บุญเทียมทัด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชามานุษยวิทยา ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-333-44

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SYMBOLIC MEANING OF ALCOHOL BEVERAGE CONSUMPTION
OF WORKING WOMEN IN BANGKOK METROPOLIS

Miss Kunaporn Boonthiemtud

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Anthropology

Department of Sociology and Anthropology

Faculty of Political Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 947-14-333-44

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
ของผู้หญิงทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นางสาวคุณกร บุญเทียมทัต

สาขาวิชา

มานุษยวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี มิตรสมหวัง

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... น.ส. นนทพัล คณบดีคณะรัฐศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.อมรา พงศาพิชญ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ยศบ ส.อ. ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยง ชื่นสุขวิมล)

..... ส.อ. อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี มิตรสมหวัง)

..... ส.อ. กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ประสิทธิ์ สวาสดีญาติ)

นางสาวคุณกร บุญเทียมทัด : ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
ของผู้หญิงทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (SYMBOLIC MEANING OF
ALCOHOL BEVERAGE CONSUMPTION OF WORKING WOMEN IN BANGKOK
METROPOLIS) อ. ที่ปรึกษา : ผศ. ดร.สุภาวดี มิตรสมหวัง, 195 หน้า. ISBN 974-143-334-4.

การศึกษาเรื่อง “ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของผู้หญิงทำงานใน
เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ,ปัจจัย
ที่มีอิทธิพลต่อการดื่ม และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการดื่มและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มของผู้หญิง
ทำงาน ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการศึกษาทางมานุษยวิทยา(Anthropological method) กลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษาคือ
ผู้หญิงทำงานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 10 คน มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี เคยดื่มเครื่องดื่มที่มี
แอลกอฮอล์กับเพื่อนที่ร้านอาหารอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-depth
interview) และสังเกตพฤติกรรม(non-participative observation) และมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการ
วิเคราะห์เนื้อหา(Content analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างนิยมดื่มเบียร์กับเพื่อนที่ร้านอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลและเพื่อ
เข้าร่วมงานสังสรรค์ประเภทต่างๆ ในช่วงเวลาเลิกงาน โดยเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยครั้งละ 0 – 500 บาท และมีความถี่
ในการดื่ม 2 - 3 ต่อสัปดาห์
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มของผู้หญิงทำงาน ได้แก่ ค่านิยมในการกล้าแสดงออกและการได้รับการ
การยกย่องจากคนในสังคมนักดื่ม รวมถึงอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ส่วนค่านิยมการต้องการได้รับการยอมรับจาก
คนในสังคมนักดื่ม, ค่านิยมความต้องการความมั่นคงทางจิตใจ, ค่านิยมความไม่เท่าเทียมกันทางเพศ และ
อิทธิพลของสื่อโฆษณาพบว่าไม่มีผลต่อการดื่มของกลุ่มตัวอย่าง
3. กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการดื่มของผู้หญิงทำงานมาก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมักถูกชักชวนให้ร่วม
ดื่มในกลุ่มเพื่อนนักดื่มอยู่เสมอ การปฏิเสธคำชักชวนเกิดขึ้นไม่บ่อยครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่าค่านิยมในการกล้า
แสดงออกและการได้รับการยกย่องจากคนในสังคมนักดื่มมีอิทธิพลต่อการดื่มของกลุ่มตัวอย่างเช่นกัน เพราะ
กลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจมากขึ้นและกล้าแสดงออกทั้งในด้านคำพูด และการกระทำ เมื่อได้ดื่มเครื่องดื่มที่มี
แอลกอฮอล์ และจะแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างไปเมื่อดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

โดยสรุปข้อค้นพบที่น่าสนใจของการวิจัยครั้งนี้ คือ การร่วมดื่มของผู้หญิงทำงานเป็นดื่มเพื่อสมาน
ความสัมพันธ์ที่มีอยู่มากกว่าเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มใหม่และผู้หญิงทำงานให้ความสำคัญกับกิจกรรม
ทางสังคมในการดื่มมากกว่าตัวเครื่องดื่มหรือผลที่จะเกิดขึ้นจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ภาควิชา ...สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา...
สาขาวิชามานุษยวิทยา.....
ปีการศึกษา2548.....

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
Supawadee Mitg

4581111924 : MAJOR Sociology and Anthropology

KEY WORD: working women / alcohol consumption / behavior of drinking

Kunaporn Boonthientud : SYMBOLIC MEANING OF ALCOHOL BEVERAGE CONSUMPTION OF WORKING WOMEN IN BANGKOK METROPOLIS. THESIS ADVISOR : ASST. PROF. SUPAVADEE MITRSOMWANG,PhD. , 195 pp. ISBN 974-14-333-44.

The objectives of this study are to study working women's alcohol consumption behavior, factors affecting their alcohol consumption behaviors and relationships between alcohol consumption behaviors and factors affecting their drinking behaviors. Anthropological method was employed to gather data from 10 working women who were 20 – 35 years old and drank alcohol beverage with their friends at restaurant at least once a month. Data were collected by using In-depth interviews, with interview guide and non-participative observation. Data were checked by the interviewers before being analyzed by content analysis.

The results are as following :

1. Working women prefer to drink beer with their friends at restaurants due to their personal wants and their social interaction with friends about 2 – 3 times a week in the afternoon. Drinking experience was around 0 – 500 bath per time per person.

2. Self-confident and the peer group influence were found to be affecting their decision to drink while social acceptance, need for mental security, the sexual inquiry and the advertising impact did not affect their alcohol consumption behaviors.

3. The influence of peer group tended to have high impact on the working women's drinking behaviors because they drank due to their friend invitations and they hardly refused them. It was also found that these women tended to drink because they wanted to gain social acceptance from their friends and to show themselves off. They felt more confident and could express themselves freely after drinking.

In conclusion the major finding of this study was that the working woman drank alcohol because they wanted to maintain their relationships with their friends rather than building new relationships and gave more emphasis on social activities than the beverage itself and the drinking impact.

Department Sociology and Anthropology Student's signature.....*Kunaporn Boonthientud*

Field of studyAnthropology..... Advisor's signature.....*Supavadee Mitr Somwang*

Academic year2005.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือและการสนับสนุนอย่างดียิ่งจากคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ทุกท่าน เริ่มจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี มิตรสมหวัง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำวิจัย ด้วยดีตลอดมา ได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยง ชื่นสุวิมล ที่กรุณาได้รับเป็นประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รวมทั้ง รองศาสตราจารย์ประสิทธิ์ สวาสดิ์ญาดี กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในงานวิจัย เพื่อให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ขอกราบของพระคุณคณาจารย์ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ และให้กำลังใจตลอดการศึกษา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและคอยเป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้า และขอขอบคุณเพื่อนๆ และพี่ๆ ทุกท่านที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือชี้แนะในการเรียนและทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่มีส่วนสำคัญและมีค่ายิ่งในการให้ความรักและกำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา ทำให้การดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี คุณประโยชน์ที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณตามที่ได้กล่าวถึงข้างต้นทุกท่าน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
ข้อสันนิษฐานในการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	9
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดและทฤษฎี.....	11
2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ (Theory of Human Motivation).....	11
2.2 แนวคิดการขัดเกลาทางสังคม / กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Socialization).....	15
2.3 แนวคิดเรื่องเพศและสตรีนิยม (Gender and Feminism).....	29
2.4 ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์.....	38
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์.....	48
2.6 กรอบแนวคิด.....	59

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	60
3.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	60
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	61
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	62
3.4 แหล่งข้อมูลในการศึกษา.....	63
3.5 ระเบียบวิธีวิจัย.....	64
3.6 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	65
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	69
4.1 ข้อมูลการสัมภาษณ์แต่ละกรณีศึกษา.....	69
4.2 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล.....	128
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ	166
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	166
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	173
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	178
รายการอ้างอิง.....	181
ภาคผนวก.....	187
ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์.....	188
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	195

สารบัญญัตราจ

ฉ

ตาราง	หน้า
1. ตารางที่ 1 อัตราร้อยละของประชากรอายุ 15 ปี ขึ้นไปที่ดื่มสุรา จำแนกตามหมวดอายุ อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มและเพศ พ.ศ.2539 และ พ.ศ.2544.....	3
2. ตารางที่ 2 ผลการศึกษาในภาพรวมของค่านิยมการต้องการ ได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่ม.....	140
3. ตารางที่ 3 ผลรวมค่านิยมการต้องการได้รับการยอมรับ จากคนในสังคมนักดื่มแต่ละกรณีศึกษา.....	141
4. ตารางที่ 4 ผลการศึกษาในภาพรวมของค่านิยมในการกล้าแสดงออก และการได้รับการยกย่องจากคนในสังคมนักดื่ม.....	145
5. ตารางที่ 5 ผลรวมค่านิยมในการกล้าแสดงออกและ การได้รับการยกย่องจากคนในสังคมนักดื่มแต่ละกรณีศึกษา.....	147
6. ตารางที่ 6 ผลการศึกษาในภาพรวมของค่านิยมความต้องการความมั่นคงทางจิตใจ.....	151
7. ตารางที่ 7 ผลรวมค่านิยมความต้องการความมั่นคงทางจิตใจแต่ละกรณีศึกษา.....	152
8. ตารางที่ 8 ผลการศึกษาในภาพรวมของค่านิยมเรื่องความไม่เท่าเทียมกันทางเพศ.....	155
9. ตารางที่ 9 ผลรวมค่านิยมเรื่องความไม่เท่าเทียมกันทางเพศแต่ละกรณีศึกษา.....	156
10. ตารางที่ 10 ผลการศึกษาในภาพรวมของอิทธิพลของเพื่อน กับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์.....	160
11. ตารางที่ 11 ผลรวมอิทธิพลของเพื่อนกับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แต่ละกรณีศึกษา.....	161
12. ตารางที่ 12 ผลการศึกษาในภาพรวมของอิทธิพลของโฆษณา กับการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์.....	163
13. ตารางที่ 13 ผลรวมอิทธิพลของโฆษณากับ การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แต่ละกรณีศึกษา.....	164
14. ตารางที่ 14 ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ กับค่านิยมการต้องการได้รับการยอมรับจากคนในสังคมนักดื่มในแต่ละกรณี.....	169
15. ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ กับค่านิยมในการกล้าแสดงออกและการได้รับการยกย่องจากคนในสังคมนักดื่มในแต่ละกรณี.....	170
16. ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ กับค่านิยมความต้องการทางร่างกายและความมั่นคงทางจิตใจในแต่ละกรณี.....	171

17. ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ระหว่างการคุ้มครองเครื่องมือที่มีแอลกอฮอล์ กับค่านิยมเรื่องความไม่เท่าเทียมกันทางเพศในแต่ละกรณี.....	171
18. ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างการคุ้มครองเครื่องมือที่มีแอลกอฮอล์ กับอิทธิพลของเพื่อนในแต่ละกรณี.....	172
19. ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างการคุ้มครองเครื่องมือที่มีแอลกอฮอล์ กับระดับของอิทธิพลของสื่อโฆษณาในแต่ละกรณี.....	173

สารบัญญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1. แผนภูมิที่ 1 แนวโน้มการบริโภคแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2524 - 2543 ของประเทศไทย ,ฝรั่งเศส , เยอรมัน ,อังกฤษ , สหรัฐอเมริกา ,ญี่ปุ่น และฟิลิปปินส์	2
2. แผนภูมิที่ 2 ลำดับชั้นความต้องการทั้งหมดของมนุษย์ในทัศนะของมาส โลว์	14