

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและแนวทางป้องกันพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัย แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้าง เชิงสาเหตุ (Structural Equation Model: SEM) จำนวน 10 ตัวแปรแฝง ประกอบด้วย 1) บุคลิกภาพ 2) การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน 3) การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4) การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว 5) ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 6) การสนับสนุนจาก เพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 7) การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 8) ทักษะการตัดสินใจ 9) ความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 10) พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล
2. การวิเคราะห์ตัวแปรสังเกตได้ ที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิง สาเหตุพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. การวิเคราะห์ความสอดคล้องของรูปแบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือกับข้อมูลเชิงประจักษ์
4. การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรในรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้าง เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ

5. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางป้องกันพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ นักเรียนวัยรุ่น จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการป้องกันแก้ไขปัญหายาจากปัจจัยเชิงสาเหตุ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก

2. การสนทนากลุ่ม

3. แนวทางไป้องกันพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่น

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ แทนความหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันใน

การแปลความหมาย ดังต่อไปนี้

$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$C.V.$	หมายถึง	สัมประสิทธิ์ความผันแปร (Coefficient of Variance)
$SKEWNESS$	หมายถึง	ค่าความเบ้
$KURTOSIS$	หมายถึง	ค่าความโด่ง
n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
χ^2	หมายถึง	ค่าสถิติ ไค-สแควร์ (Chi-Square)
df	หมายถึง	ขั้นแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)
p	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
**	หมายถึง	มีข้อมูลสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
*	หมายถึง	มีข้อมูลสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
RMR	หมายถึง	ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual)
$RMSEA$	หมายถึง	ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
$AGFI$	หมายถึง	ดัชนีความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
TE	หมายถึง	อิทธิพลโดยรวม (Total Effects)
DE	หมายถึง	อิทธิพลทางตรง (Direct Effects)
IE	หมายถึง	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects)
SE	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

t	หมายถึง	ค่าสถิติทดสอบ
PER	หมายถึง	บุคลิกภาพ
BAD	หมายถึง	การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน
APP	หมายถึง	การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
HOME	หมายถึง	การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว
MODEL	หมายถึง	ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
FRIEND	หมายถึง	การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
MARKE	หมายถึง	การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ATTITUDE	หมายถึง	ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
EXP	หมายถึง	ความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
DRINKING	หมายถึง	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
per1	หมายถึง	บุคลิกภาพแบบหัวนั้ ไหวแปรปรวน
per2	หมายถึง	บุคลิกภาพแบบแสดงออกหรือแสดงตัว
per3	หมายถึง	บุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง
per4	หมายถึง	บุคลิกภาพแบบอ่อนโยนหรือเป็นมิตร
per5	หมายถึง	บุคลิกภาพแบบมีสติหรือมีจิตสำนึก
bad1	หมายถึง	กฎโรงเรียนเกี่ยวกับการหนีเรียน
bad2	หมายถึง	กฎโรงเรียนเกี่ยวกับการเล่นการพนัน
bad3	หมายถึง	กฎโรงเรียนเกี่ยวกับการพกพาอาวุธ
bad4	หมายถึง	กฎโรงเรียนเกี่ยวกับการซื้อ/เสพยา
bad5	หมายถึง	กฎโรงเรียนเกี่ยวกับการลักทรัพย์
bad6	หมายถึง	กฎโรงเรียนเกี่ยวกับการก่อเหตุทะเลาะวิวาท
bad7	หมายถึง	กฎโรงเรียนเกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมชั่วสาว
bad8	หมายถึง	กฎโรงเรียนเกี่ยวกับการค้าประเวณี
bad9	หมายถึง	กฎโรงเรียนเกี่ยวกับการเที่ยวกลางคืน
appl	หมายถึง	การเข้าถึงสถานที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
app2	หมายถึง	การเข้าถึงเวลาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
home1	หมายถึง	การอบรมเลี้ยงดูแบบอำนาจนิยม

home2	หมายถึง	การอบรมเลี้ยงดูแบบตามใจ
home3	หมายถึง	การอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย
home4	หมายถึง	การอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย
model1	หมายถึง	ตัวแบบมีชีวิตจริง
model2	หมายถึง	ตัวแบบสัญลักษณ์
friend1	หมายถึง	การสนับสนุนจากเพื่อนด้านอารมณ์
friend2	หมายถึง	การสนับสนุนจากเพื่อนด้านการยอมรับ
friend3	หมายถึง	การสนับสนุนจากเพื่อนด้านการมีส่วนร่วม
mar1	หมายถึง	ผลิตภัณฑ์เครื่องคั้มแอลกอฮอล์
mar2	หมายถึง	ราคาเครื่องคั้มแอลกอฮอล์
mar3	หมายถึง	การส่งเสริมการตลาดเครื่องคั้มแอลกอฮอล์
mar4	หมายถึง	การจัดจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์
atti1	หมายถึง	ทัศนคติด้านความคิด
atti2	หมายถึง	ทัศนคติด้านความรู้สึก
atti3	หมายถึง	ทัศนคติด้านความพร้อมตอบสนอง
expect1	หมายถึง	ความคาดหวังด้านการกล้าแสดงออก
expect2	หมายถึง	ความคาดหวังด้านการเปลี่ยนภาวะอารมณ์
expect3	หมายถึง	ความคาดหวังด้านความรู้สึกพึงพึง
expect4	หมายถึง	ความคาดหวังด้านการกระตุ้นในเรื่องเกี่ยวกับเพศ
expect5	หมายถึง	ความคาดหวังด้านการเปลี่ยนความคิด
expect6	หมายถึง	ความคาดหวังด้านการลดความตึงเครียด
drink	หมายถึง	พฤติกรรมการคั้มเครื่องคั้มแอลกอฮอล์

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา ผลการเรียนรู้เฉลี่ยสะสม อายุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก สาเหตุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชอบดื่ม รูปแบบพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษา ผลการเรียนรู้เฉลี่ยสะสม อายุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก สาเหตุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชอบดื่ม และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n= 1,008)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	658	65.3
หญิง	350	34.7
2. อายุ		
12 - 14 ปี	105	10.4
15 - 18 ปี	679	67.4
19 - 21 ปี	224	22.2
3. ระดับชั้นที่กำลังศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	104	10.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย	319	31.6
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	269	26.7
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	316	31.3
4. ผลการเรียนรู้เฉลี่ยสะสม		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.00	108	10.7
2.01 - 3.00	765	75.9
3.01 - 4.00	135	13.4

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n= 1,008)	ร้อยละ
5. อายุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก		
6 - 11 ปี	94	9.3
12 - 14 ปี	299	29.7
15 - 18 ปี	463	45.9
19 - 20 ปี	13	1.3
6. สาเหตุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก		
อยากลอง	709	70.3
เพื่อนชวน	408	40.5
ถูกทำโทษ	91	9.0
คนในครอบครัวชักชวน	53	5.3
ถูกบังคับ	51	5.1
ได้รับการเชิญชวนจากสาวเชียร์เบียร์	26	2.6
เลียนแบบเพื่อนหรือดารา	21	2.1
ดูจากโฆษณา	16	1.6
7. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชอบดื่ม		
เบียร์	607	60.2
เหล้า	400	39.7
ไวน์ผสมพร้อมดื่ม	309	30.7
เหล้าปั่น	280	27.8
เหล้าขาว	159	15.8
เหล้าพันบ้าน	142	14.1
เหล้ายาแดง	85	8.4
8. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
แบบเสียด้า	558	55.4
แบบเสียดูง	270	26.8
แบบอันตราย	84	8.3
แบบคิด	96	9.5

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,008 คน เป็นเพศชายร้อยละ 65.3 เพศหญิง ร้อยละ 34.7 มีช่วงอายุระหว่าง 12-14 ปี (วัยรุ่นตอนต้น) ร้อยละ 10.4 ช่วงอายุระหว่าง 15-18 ปี (วัยรุ่นตอนกลาง) ร้อยละ 67.4 ช่วงอายุระหว่าง 19-21 ปี (วัยรุ่นตอนปลาย) ร้อยละ 22.2

กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 10.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 31.6 ประกาศนียบัตรวิชาชีพร้อยละ 26.7 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงร้อยละ 31.3

ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.00 (อยู่ในระดับต่ำกว่าเกณฑ์ถึงพอใช้) ร้อยละ 10.7 ผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 2.01-3.00 (อยู่ในช่วงระดับน่าพอใจถึงค่อนข้างดี) ร้อยละ 75.9 และผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 3.01-4.00 (อยู่ในช่วงระดับดีถึงดีมาก) ร้อยละ 13.4

อายุนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครั้งแรก อายุต่ำสุด 6 ปี และสูงสุด 20 ปี แบ่งเป็นช่วงวัยเด็กอายุระหว่าง 6-11 ปี ร้อยละ 9.3 วัยรุ่นตอนต้น อายุระหว่าง 12-14 ปี ร้อยละ 29.7 วัยรุ่นตอนกลางอายุระหว่าง 15-18 ปี ร้อยละ 45.9 และวัยรุ่นตอนปลายอายุระหว่าง 19-20 ปี ร้อยละ 1.3

สาเหตุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครั้งแรกของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากอยากรลอง ร้อยละ 70.3 รองลงมาเกิดจากเพื่อนชวน ร้อยละ 40.5 และถูกท้าทาย ร้อยละ 9.0 ส่วนสาเหตุที่เกิดจากการคึกคะนองเป็นสาเหตุน้อยที่สุด ร้อยละ 1.6

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ ชอบดื่มมากที่สุด ได้แก่ เบียร์ ร้อยละ 60.2 รองลงมาคือเหล้า ร้อยละ 39.7 และไวน์ผสมพร้อมดื่ม ร้อยละ 30.7 ส่วนเหล้าคองชอบดื่มน้อยที่สุด ร้อยละ 8.4

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเสี่ยงต่ำ ร้อยละ 55.4 รองลงมาคือแบบเสี่ยงสูง ร้อยละ 26.8 แบบอันตราย ร้อยละ 9.5 และแบบติด ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

1.2 การวิเคราะห์ตัวแปรสังเกตได้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้

ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรผัน และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรของ
ตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปร	$\bar{X}$	SD	Skewness	Kurtosis	C.V.(%)
บุคลิกภาพ					
1. แบบหวานไหวแปรปรวน	2.32	0.87	0.50	-0.15	37.50
2. แบบแสดงออก/แสดงตัว	3.42	0.80	-0.30	-0.09	23.39
3. แบบเปิดกว้าง	3.38	0.77	0.03	-0.03	22.78
4. แบบอ่อนโยน/เป็นมิตร	3.47	0.73	-0.16	0.28	21.03
5. แบบมีสติหรือมีจิตสำนึก	3.54	0.74	-0.33	0.44	20.90
การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน					
6. หนีเรียน	2.12	1.11	0.76	-0.16	52.35
7. เล่นการพนัน	1.70	1.04	1.45	1.30	61.76
8. พกพาอาวุธ	1.41	0.88	2.20	4.19	62.41
9. ชื้อ/เสพสุรา	1.44	0.83	2.13	4.14	57.63
10. ลักทรัพย์	1.30	0.77	2.87	8.12	59.23
11. ก่อเหตุทะเลาะวิวาท	1.56	0.96	1.81	2.63	62.17
12. แสดงพฤติกรรมชั่วช้า	1.62	1.07	1.67	1.87	66.04
13. ค้าประเวณี	1.29	0.76	2.94	8.51	58.91
14. เทียวกลางคืน	2.16	1.21	0.74	-0.42	56.01
การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
15. สถานที่ซื้อเครื่องดื่ม ฯ	2.32	1.04	0.38	-0.66	44.82
16. เวลาซื้อเครื่องดื่ม ฯ	2.23	1.25	0.71	-0.50	55.60
การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว					
17. แบบอำนาจนิยม	2.87	0.75	-0.01	0.10	26.13
18. แบบตามใจ	2.53	0.78	0.43	0.10	30.83
19. แบบประชาธิปไตย	3.64	0.81	-0.49	0.25	22.25
20. แบบปล่อยปละละเลย	2.21	0.84	0.65	0.11	38.00

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{X}$	SD	$Skewness$	$Kurtosis$	$C.V.(%)$
ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
21. แบบมีชีวิตจริง	1.84	0.93	1.04	0.44	50.54
22. แบบสัญลักษณ์	1.92	0.97	0.96	0.15	50.52
การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
23. ด้านอารมณ์	2.34	1.06	0.26	-0.81	45.29
24. ด้านการยอมรับ	2.05	0.95	0.63	-0.26	46.34
25. ด้านการมีส่วนร่วม	2.11	0.96	0.58	-0.30	45.49
การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
26. ผลิตภัณฑ์	2.17	1.02	0.66	-0.29	47.00
27. ราคา	2.04	0.96	0.73	-0.10	47.05
28. การส่งเสริมการตลาด	2.09	1.01	0.58	-0.53	48.32
29. การจัดจำหน่าย	2.03	1.01	0.78	-0.08	49.75
ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
30. ด้านความคิด	2.74	0.60	1.07	1.27	21.89
31. ด้านความรู้สึก	2.21	1.05	0.48	-0.65	47.51
32. ด้านความพร้อมตอบสนอง	1.84	0.89	1.05	0.70	48.36
ความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
33. ด้านการกล้าแสดงออก	2.08	1.05	0.74	-0.16	50.48
34. ด้านการเปลี่ยนภาวะอารมณ์	2.34	1.13	0.47	-0.65	48.29
35. ด้านความรู้สึกพึงพอใจ	2.23	1.09	0.62	-0.35	48.87
36. ด้านการกระตุ้นในเรื่องเกี่ยวกับเพศ	1.91	1.01	1.00	0.25	50.75
37. ด้านการเปลี่ยนความคิด	1.99	1.06	1.00	0.30	53.26
38. ด้านการลดความตึงเครียด	2.31	1.17	0.49	-0.73	50.64

จากตารางที่ 6 พบว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้อยู่ในช่วง 1.29 ถึง 3.64 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในช่วง 0.60 ถึง 1.25 จัดเป็นข้อมูลที่มีการกระจายแบบปกติ เมื่อพิจารณาการแจกแจงค่าความเบ้ของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเข้าใกล้ 0 ซึ่งแสดงว่ามีการแจกแจงปกติ มีเพียงตัวแปรกฎระเบียบของโรงเรียนเกี่ยวกับการค้าประเวณี การลักทรัพย์ การพกพาอาวุธ และการซื้อหรือเสพยา ที่มีค่าความเบ้ห่างจาก 0 มากกว่าตัวแปรอื่นๆ คือ 2.94, 2.87, 2.20 และ 2.13 ตามลำดับ การกระจายของข้อมูลค่าความโด่งมากแสดงว่ามีการกระจายข้อมูลน้อย พบว่า ค่าความโด่งมาก คือ ตัวแปรกฎระเบียบของโรงเรียนเกี่ยวกับการค้าประเวณี การลักทรัพย์ การพกพาอาวุธ และการซื้อหรือเสพยา มีค่าเท่ากับ 8.51, 8.12, 4.19 และ 4.14 ตามลำดับ สำหรับค่าความโด่งน้อยที่สุดของบุคลิกภาพแบบเปิดกว้างมีค่า -0.03 แสดงว่ามีการกระจายของข้อมูลมาก เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลจากค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรร่วมด้วย พบว่า ตัวแปรการไม่ปฏิบัติตามกฎโรงเรียนเกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมชั่วสาวมีค่าสัมประสิทธิ์มากที่สุดเท่ากับ 66.04 และตัวแปรบุคลิกภาพแบบมีสติหรือมีจิตสำนึกมีค่าสัมประสิทธิ์น้อยที่สุดเท่ากับ 20.90

ตารางที่ 7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	พฤติกรรมการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
บุคลิกภาพ	
1. แบบห้วนไหวแปรปรวน	.149**
2. แบบแสดงออก/แสดงตัว	.102**
3. แบบเปิดกว้าง	.037
4. แบบอ่อนโยน/เป็นมิตร	-.049
5. แบบมีสติหรือมีจิตสำนึก	-.090**
การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน	
6. หนีเรียน	.365**
7. เล่นการพนัน	.251**
8. พกพาอาวุธ	.266**
9. ซื้อ/เสพยา	.342**

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	พฤติกรรมการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน	
10. ลักทรัพย์	.251**
11. ก่อเหตุทะเลาะวิวาท	.267**
12. แสดงพฤติกรรมซู้สาว	.380**
13. คำประเวณี	.252**
14. เที่ยวกลางคืน	.410**
การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
15. สถานที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	.373**
16. เวลาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	.305**
การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว	
17. แบบเข้มงวด	.093**
18. แบบตามใจ	.173**
19. แบบประชาธิปไตย	-.053
20. แบบปล่อยปละละเลย	.164**
ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
21. แบบมีชีวิตจริง	.411**
22. แบบสัญลักษณ์	.457**
การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
23. ด้านอารมณ์	.476**
24. ด้านการยอมรับ	.440**
25. ด้านการมีส่วนร่วม	.442**
การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
26. ผลึกภัณฑ์	.356**
27. ราคา	.351**
28. การส่งเสริมการตลาด	.390**
29. การจัดจำหน่าย	.390**

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	พฤติกรรมการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
30. ด้านความคิด	.175**
31. ด้านความรู้สึก	.524**
32. ด้านความพร้อมตอบสนอง	.508**
ความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
33. ด้านการกล้าแสดงออก	.410**
34. ด้านการเปลี่ยนภาวะอารมณ์	.426**
35. ด้านความรู้สึกพึงพอใจ	.381**
36. ด้านการกระตุ้นในเรื่องเกี่ยวกับเพศ	.374**
37. ด้านการเปลี่ยนความคิด	.354**
38. ด้านการลดความตึงเครียด	.363**
$p < .01$	

จากตารางที่ 7 แสดงค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด เท่ากับ .524 คือ ทัศนคติด้านความรู้สึก รองลงมาคือทัศนคติด้านความพร้อมตอบสนอง เท่ากับ .508 ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำสุด เท่ากับ -.053 คือ การอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย และเกือบทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นตัวแปรบุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง บุคลิกภาพแบบอ่อนโยนหรือเป็นมิตร และการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย

จากตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ ที่พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ว่าแตกต่างจากศูนย์หรือไม่ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของการมีองค์ประกอบร่วม ก่อนนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 39 ตัวแปร มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ศึกษาในรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันว่าตัวแปรสังเกตได้เป็นชุดตัวแปรที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการศึกษาสามารถวัดตัวแปรสังเกตได้ซึ่งเป็นรูปธรรมของตัวแปรแฝง

การวิเคราะห์ความเหมาะสมของการศึกษาตัวแปรแฝงทั้ง 10 ตัวแปร ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในรูปแบบโครงสร้างหรือโมเดลโครงสร้าง (Structural Model) สามารถวัดหรือสังเกตผ่านตัวแปรสังเกตได้เหมาะสมหรือไม่ ในรูปแบบการวัดหรือโมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์และทดสอบค่าสถิติแยกเป็นรายตัวแปรที่ศึกษา

ตารางที่ 9 ค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity และค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) การวิเคราะห์องค์ประกอบโมเดลวัดตัวแปรแฝงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โมเดลวัดตัวแปรแฝง	Bartlett's Test of Sphericity		ดัชนี K-M-O
	Approx. Chi-square	p	
โมเดลวัดตัวแปรแฝง	26616.44	.000	.96
1. บุคลิกภาพ	1005.42	.000	.68
2. การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน	5111.80	.000	.92
3. การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	832.00	.000	.50
4. การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว	375.61	.000	.51
5. ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	893.77	.000	.50
6. การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2022.65	.000	.75

ตารางที่ 9 (ต่อ)

โมเดลวัดตัวแปรแฝง	Bartlett's Test of Sphericity		ดัชนี
	Approx. Chi-square	p	K-M-O
โมเดลวัดตัวแปรแฝง	26616.44	.000	.96
7. การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2399.85	.000	.84
8. ทักษะคิดต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1108.48	.000	.60
9. ความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	5362.96	.000	.90
10. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	-	-	-

จากตารางที่ 9 พบว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกโมเดลแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า Bartlett's Test of Sphericity ของโมเดลการวัดทั้ง 10 โมเดล มีค่าความน่าจะเป็นน้อยกว่า .000 ทุกโมเดลที่ค่าไค-สแควร์ตั้งแต่ 375.61 ถึง 5362.96 และพิจารณาค่าดัชนีเปรียบเทียบขนาดของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่สังเกตได้กับขนาดของสหสัมพันธ์พาร์เซียลระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : K-M-O) เมื่อจัดความแปรปรวนของตัวแปรอื่น ๆ ออกไปแล้ว พบว่าทุกโมเดลวัดตัวแปรแฝงมีความเหมาะสมที่จะดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบ ซึ่งโมเดลตัวแปรแฝงการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียนมีค่าดัชนี K-M-O เข้าใกล้ 1 มากที่สุด คือ .92 และการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 39 ตัวแปร เป็นองค์ประกอบ 10 โมเดลวัดตัวแปรแฝง พบว่าค่าดัชนี K-M-O สูงถึง .96 เหมาะที่จะดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

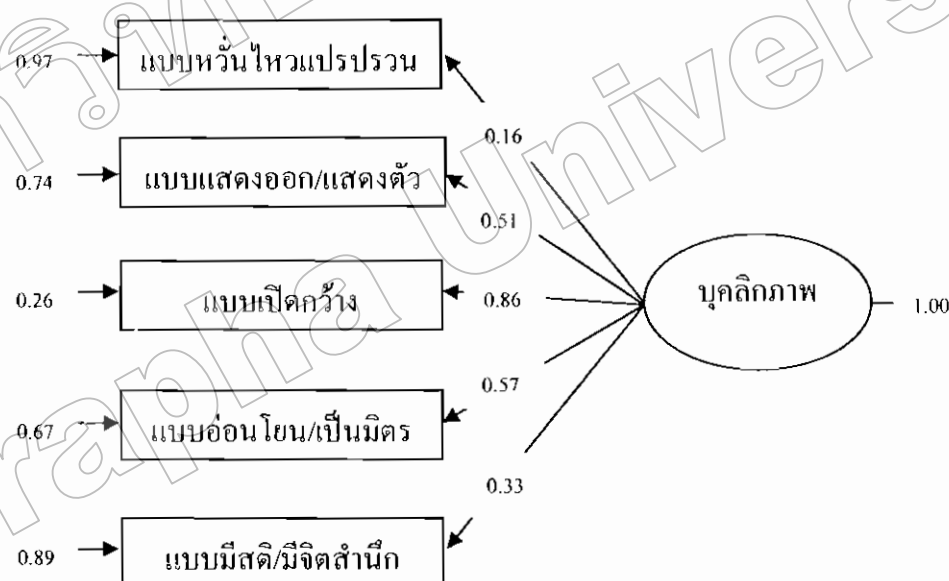
ผลการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของตัวแปรสังเกตได้ ก็นำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ทั้งการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ทั้ง 39 ตัวแปร และการทดสอบสมมติฐานเมทริกซ์เอกลักษณ์ของโมเดลการวัดทั้ง 10 โมเดล ผลการพิจารณาสอดคล้องกันว่า ตัวแปรสังเกตได้มีความเหมาะสมกับโมเดลการวัด และสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ ดังนี้

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรบุคลิกภาพ (PER)

ตัวแปรสังเกตได้	<i>Factor Loading</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>R</i> ²
1. แบบห้วนไหวแปรปรวน	.16*	.03	4.49	.03
2. แบบแสดงออก/แสดงตัว	.51*	.03	14.01	.26
3. แบบเปิดกว้าง	.86*	.03	19.41	.74
4. แบบอ่อนโยน/เป็นมิตร	.57*	.03	15.14	.33
5. แบบมีสติ/มีจิตสำนึก	.33*	.04	6.08	.11

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรบุคลิกภาพ



Chi-Square = 3.46, df = 1, P-value = 0.06285, RMSEA = 0.049

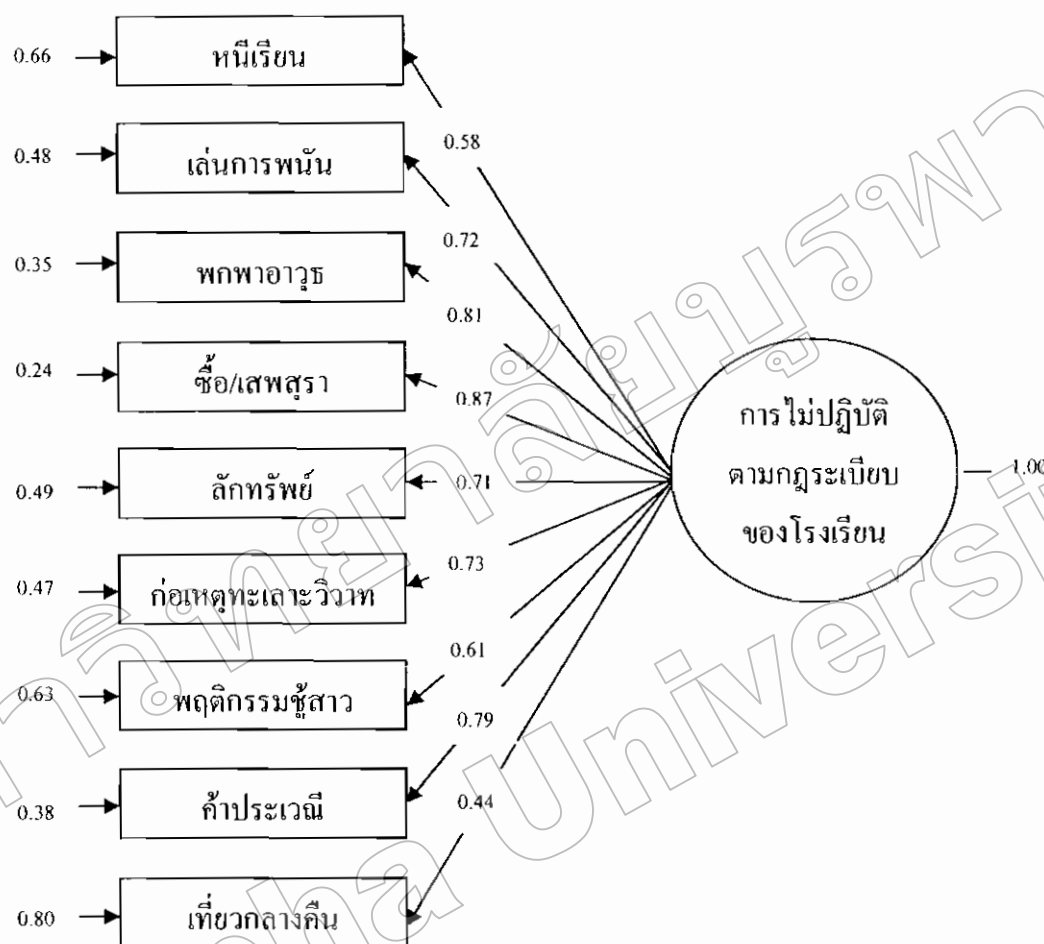
จากตารางที่ 10 และภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรบุคลิกภาพ อธิบายได้ว่าการศึกษาตัวแปรแฝงบุคลิกภาพ โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ บุคลิกภาพแบบแบบห้วนไหวแปรปรวน บุคลิกภาพแบบแสดงออกหรือแสดงตัว บุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง บุคลิกภาพแบบอ่อนโยนหรือเป็นมิตร และบุคลิกภาพแบบมีสติหรือมีจิตสำนึก มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของ
โรงเรียน (BAD)

ตัวแปรสังเกตได้	<i>Factor Loading</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>R</i> ²
6. หนีเรียน	.58*	.03	18.97	.34
7. เล่นการพนัน	.72*	.03	25.14	.52
8. พกพาอาวุธ	.81*	.02	30.04	.65
9. ซื้อ/เสพยา	.87*	.02	30.61	.76
10. ลักทรัพย์	.71*	.02	22.68	.51
11. ก่อเหตุทะเลาะวิวาท	.73*	.03	25.94	.53
12. พฤติกรรมซู้สาว	.61*	.03	20.30	.37
13. ค้าประเวณี	.79*	.02	28.59	.62
14. เที่ยวกลางคืน	.44*	.04	13.52	.20

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน



Chi-Square = 14.62, df = 13, P-value = 0.33165, RMSEA = 0.011

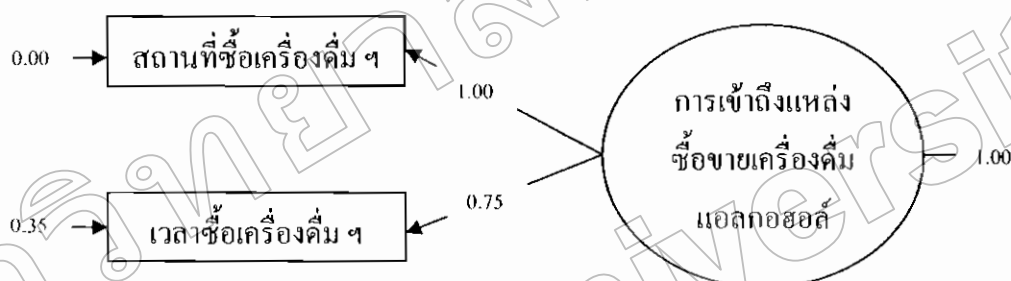
จากตารางที่ 11 และภาพที่ 4 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน อธิบายได้ว่าการศึกษาตัวแปรแฝงการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ การหนีเรียน การเล่นการพนัน การพกพาอาวุธ การซื้อหรือเสพสุรา การลักทรัพย์ การก่อเหตุทะเลาะวิวาท พฤติกรรมชั่วสาว การค้าประเวณี และการเที่ยวกลางคืน มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์ (APP)

ตัวแปรสังเกตได้	Factor Loading	SE	t	R ²
15. สถานที่ซื้อเครื่องดื่ม ฯ	1.00*	.02	44.88	1.00
16. เวลาซื้อเครื่องดื่ม ฯ	.75*	.03	28.07	.56

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 5 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรการเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์



Chi-Square = 0.00, df = 0, P-value = 1.00000, RMSEA = 0.000

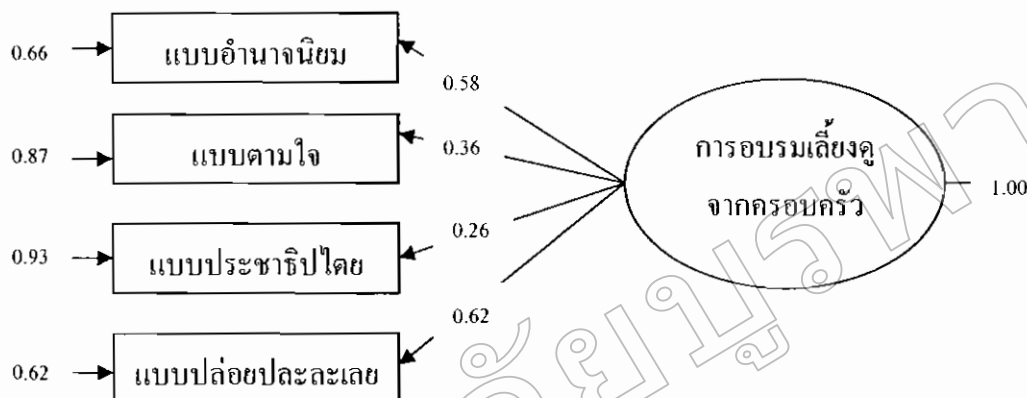
จากตารางที่ 12 และภาพที่ 5 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปร การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อธิบายได้ว่าการศึกษาตัวแปรแฝงการเข้าถึงแหล่ง ซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ การเข้าถึงสถานที่ซื้อเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ และการเข้าถึงเวลาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว (HOME)

ตัวแปรสังเกตได้	Factor Loading	SE	t	R ²
17. แบบอ่านงานนิม	.58*	.05	8.00	.34
18. แบบตามใจ	.36*	.05	5.45	.13
19. แบบประชาธิปไตย	.26*	.03	6.02	.07
20. แบบปล่อยปละละเลย	.62*	.06	8.09	.38

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 6 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว



Chi-Square = 0.00, df = 0, P-value = 1.00000, RMSEA = 0.000

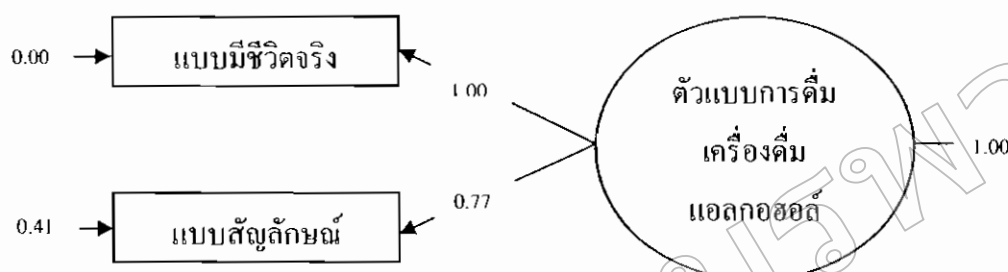
จากตารางที่ 13 และภาพที่ 6 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว อธิบายได้ว่าการศึกษาตัวแปรแฝงการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ การอบรมเลี้ยงดูแบบอำนาจนิยม การอบรมเลี้ยงดูแบบตามใจ การอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย และการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (MODEL)

ตัวแปรสังเกตได้	Factor Loading	SE	t	R ²
21. แบบมีชีวิตจริง	1.00*	.02	44.88	1.00
22. แบบสัญลักษณ์	.77*	.03	29.13	.59

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 7 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขั้นตัวแปรตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



Chi-Square = 0.00, df = 0, P-value = 1.00000, RMSEA = 0.000

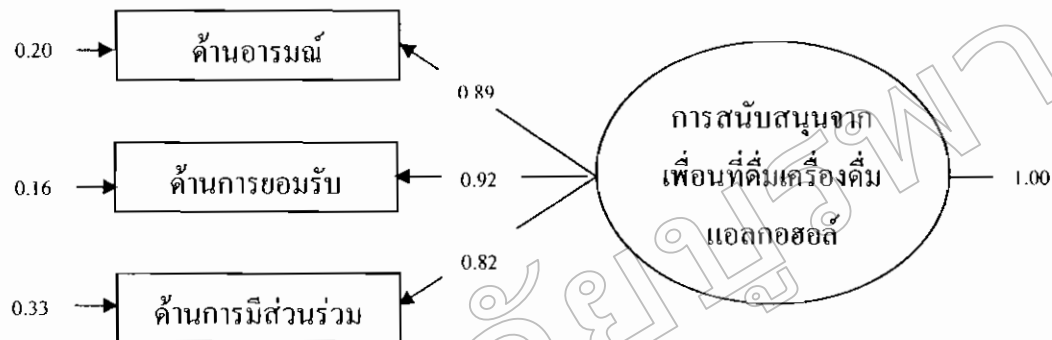
จากตารางที่ 14 และภาพที่ 7 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขั้นของตัวแปรตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อธิบายได้ว่าการศึกษาค้นคว้าตัวแปรแฝงตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีชีวิตจริง และตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบสัญลักษณ์ มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขั้นตัวแปรการสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (FRIEND)

ตัวแปรสังเกตได้	Factor Loading	SE	t	R ²
23. ด้านอารมณ์	.89*	.03	35.05	.80
24. ด้านการยอมรับ	.92*	.02	36.56	.84
25. ด้านการมีส่วนร่วม	.82*	.02	30.76	.67

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรการสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



Chi-Square = 0.00, df = 0, P-value = 1.00000, RMSEA = 0.000

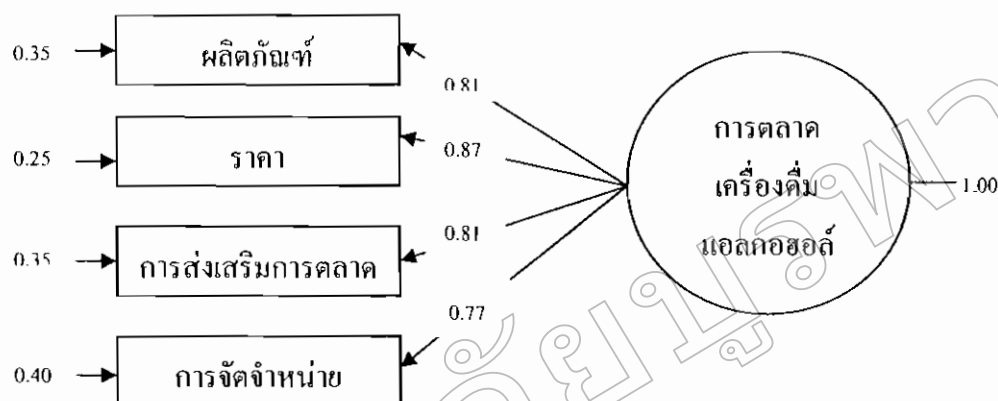
จากตารางที่ 15 และภาพที่ 8 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรการสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อธิบายได้ว่าการศึกษาตัวแปรแฝงการสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ การสนับสนุนจากเพื่อนด้านอารมณ์ การสนับสนุนจากเพื่อนด้านการยอมรับ และการสนับสนุนจากเพื่อนด้านการมีส่วนร่วม มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (MARKE)

ตัวแปรสังเกตได้	Factor Loading	SE	t	R ²
26. ผลิตภัณฑ์	.81*	.03	28.89	.65
27. ราคา	.87*	.03	31.94	.75
28. การส่งเสริมการตลาด	.81*	.03	28.98	.65
29. การจัดจำหน่าย	.77*	.03	26.04	.60

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 9 ผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรการตลาดเครื่องค้มแอลกอฮอล์



Chi-Square = 0.00, df = 0, P-value = 1.00000, RMSEA = 0.000

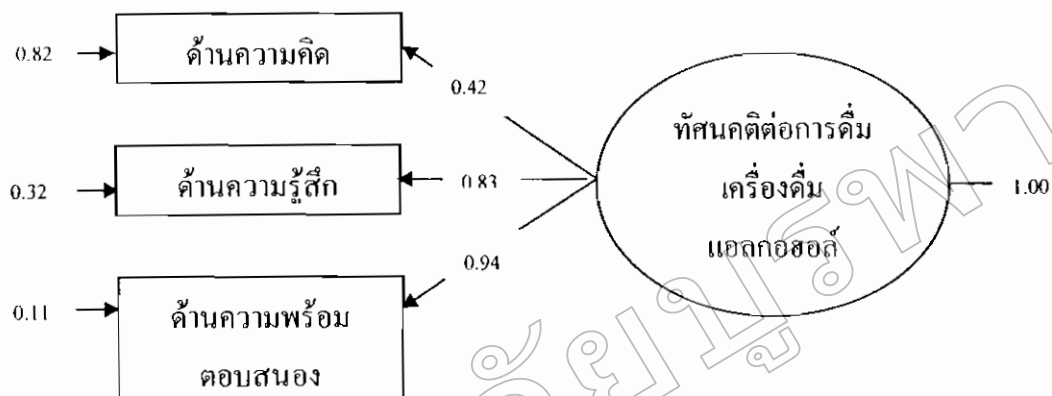
จากตารางที่ 16 และภาพที่ 9 เป็นการแสดงผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรการตลาดเครื่องค้มแอลกอฮอล์ อธิบายได้ว่าการศึกษิตัวแปรแฝงการตลาดเครื่องค้มแอลกอฮอล์ โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องค้มแอลกอฮอล์ ราคาเครื่องค้มแอลกอฮอล์ การส่งเสริมการตลาดเครื่องค้มแอลกอฮอล์ และการจัดจำหน่ายเครื่องค้มแอลกอฮอล์ มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรทัศนคติต่อการค้เครื่องค้มแอลกอฮอล์ (ATTITUDE)

ตัวแปรสังเกตได้	Factor Loading	SE	t	R ²
30. ด้านความคิด	.42*	.02	13.23	.18
31. ด้านความรู้สึก	.83*	.04	24.70	.68
32. ด้านความพร้อมตอบสนอง	.94*	.03	27.76	.89

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 10 การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



Chi-Square = 0.00, df = 0, P-value = 1.00000, RMSEA = 0.000

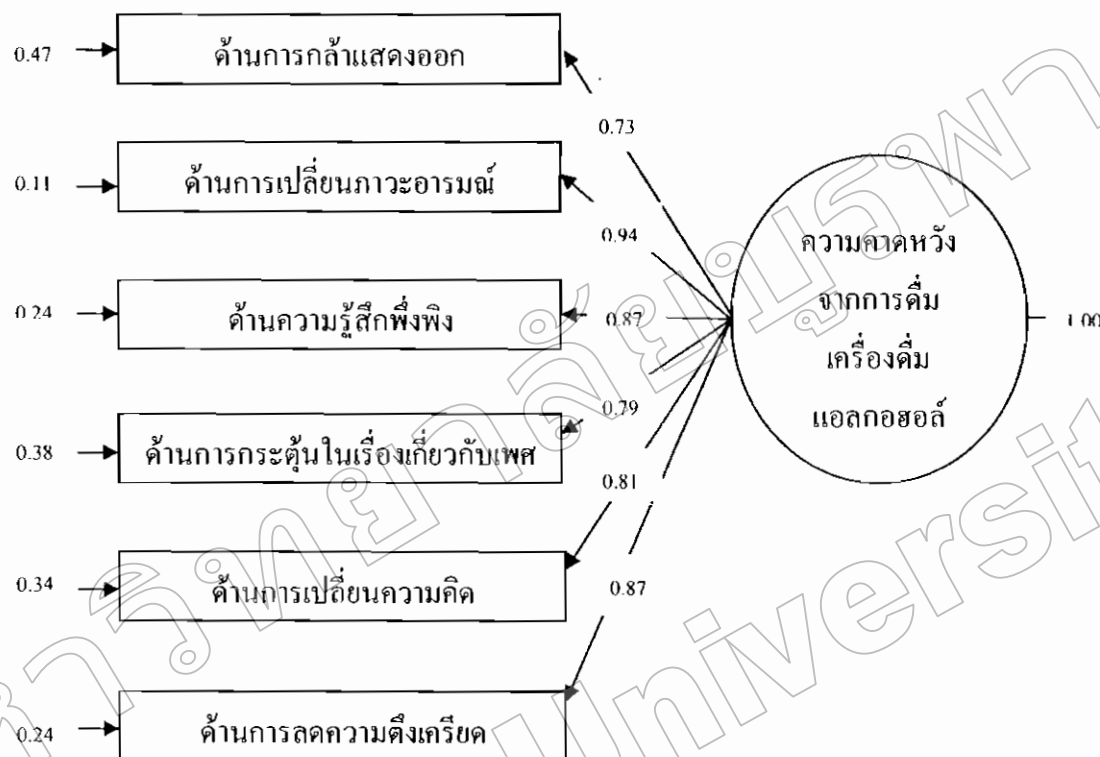
จากตารางที่ 17 และภาพที่ 10 แสดงการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อธิบายได้ว่าการศึกษาตัวแปรแฝงทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ ทัศนคติด้านความคิด ทัศนคติด้านความรู้สึก และทัศนคติด้านความพร้อมตอบสนอง มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 18 การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (EXP)

ตัวแปรสังเกตได้	Factor Loading	SE	t	R ²
33. ด้านการกล้าแสดงออก	.73*	.03	26.49	.53
34. ด้านการเปลี่ยนภาวะอารมณ์	.94*	.03	39.50	.89
35. ด้านความรู้สึกรังเกียจ	.87*	.03	34.46	.76
36. ด้านการกระด้นในเรื่องเกี่ยวกับเพศ	.79*	.03	29.51	.62
37. ด้านการเปลี่ยนความคิด	.81*	.03	30.96	.66
38. ด้านการลดความตึงเครียด	.87*	.03	34.39	.76

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 11 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



Chi-Square = 9.53, df = 5, P-value = 0.08967, RMSEA = 0.030

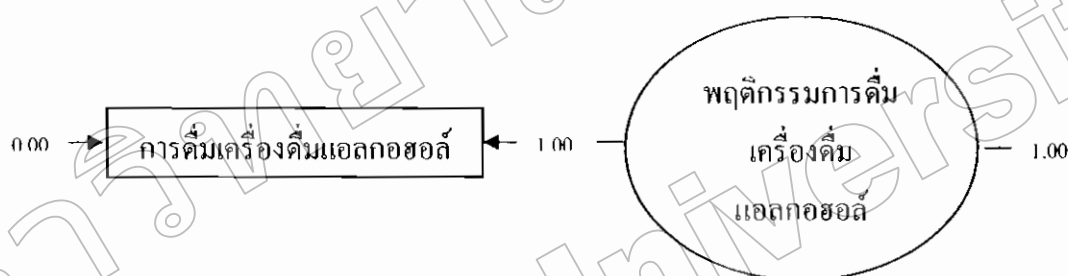
จากตารางที่ 18 และภาพที่ 11 แสดงการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อธิบายได้ว่าการศึกษาตัวแปรแฝงความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ ความคาดหวังด้านการกล้าแสดงออก ด้านการเปลี่ยนภาวะอารมณ์ ด้านความรู้สึกพึงพอใจ ด้านการกระตุ้นในเรื่องเกี่ยวกับเพศ ด้านการเปลี่ยนความคิด และด้านการลดความตึงเครียด มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
(DRINKING)

ตัวแปรสังเกตได้	Factor Loading	SE	t	R ²
39. การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.00**	.17	44.88	1.00

GFI = Perfect FIT, $p < .05$

ภาพที่ 12 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

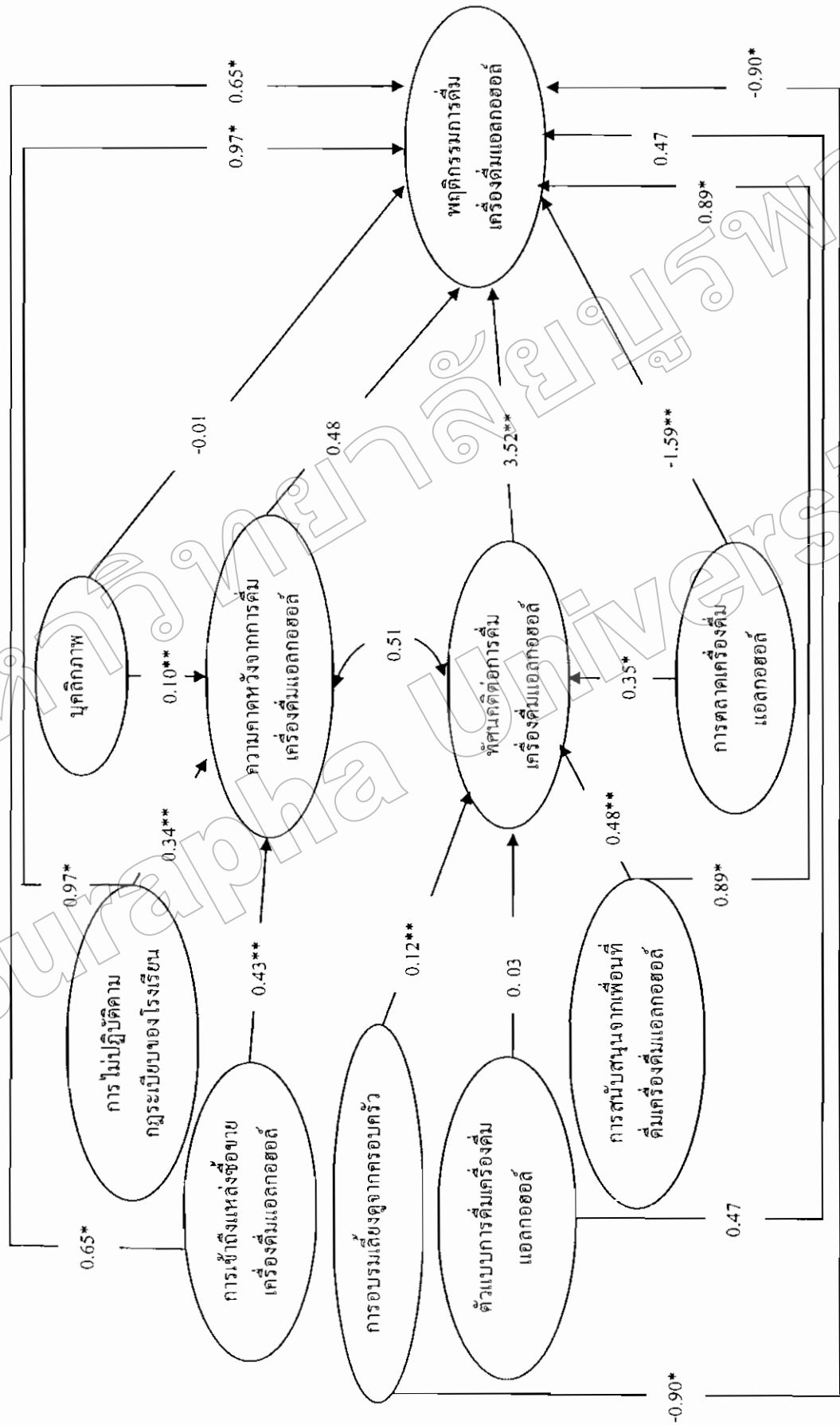


Chi-Square = 0.00, df = 0, P-value = 1.00000, RMSEA = 0.000

จากตารางที่ 19 และภาพที่ 12 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อธิบายได้ว่าการศึกษาตัวแปรแฝงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของรูปแบบจำลอง ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์ผลจากข้อมูล 1,008 ชุด ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด 19 จังหวัด ที่มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์ลิซเรล 8.72 แสดงผลในภาพที่ 13



Chi-Square = 3425.64, df = 642, P-value = 0.00000, RMSEA = 0.066, ** $p < .01$, * $p < .05$

ภาพที่ 13 โมเดลความสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามสมมติฐานที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์ความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสัมพันธ์ในแนวทางเดียวกับแบบสมมติฐานความกลมกลืนสอดคล้องในระดับยอมรับได้ ด้วยการพิจารณาค่า ไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square = χ^2/df) ซึ่งจากภาพที่ 13 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของข้อมูลตามสมมติฐานที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์เท่ากับ 3425.64 แนวทางความสัมพันธ์หรือการส่งอิทธิพลของตัวแปรที่ศึกษาของโมเดลโครงสร้างหรือความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง (บุคลิกภาพ การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่สอดคล้องต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์) ได้ค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของรูปแบบจำลองความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามสมมติฐานที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของรูปแบบจำลองความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามสมมติฐานที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

รายการ	เกณฑ์	ข้อมูลเชิงประจักษ์	แปลผล
1. ระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit)			
1.1 Chi-square	เท่ากับ χ^2	$\chi^2 = 3425.64$	-
1.2 Degree of Freedom	เท่ากับ df	df = 642	-
1.3 Relative Chi-square	< 5.00	5.34	ไม่ผ่าน
1.4 GFI (Goodness of Fit Index)	> 0.90	0.85	ไม่ผ่าน
1.5 AGFI (Adjusted GFI)	> 0.90	0.82	ไม่ผ่าน
1.6 RMR (Root Mean Squared Residual)	< 0.05	0.16	ไม่ผ่าน
1.7 RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	< 0.05 good < 0.10 med > 0.10 poor	0.07	ปานกลาง

ตารางที่ 20 (ต่อ)

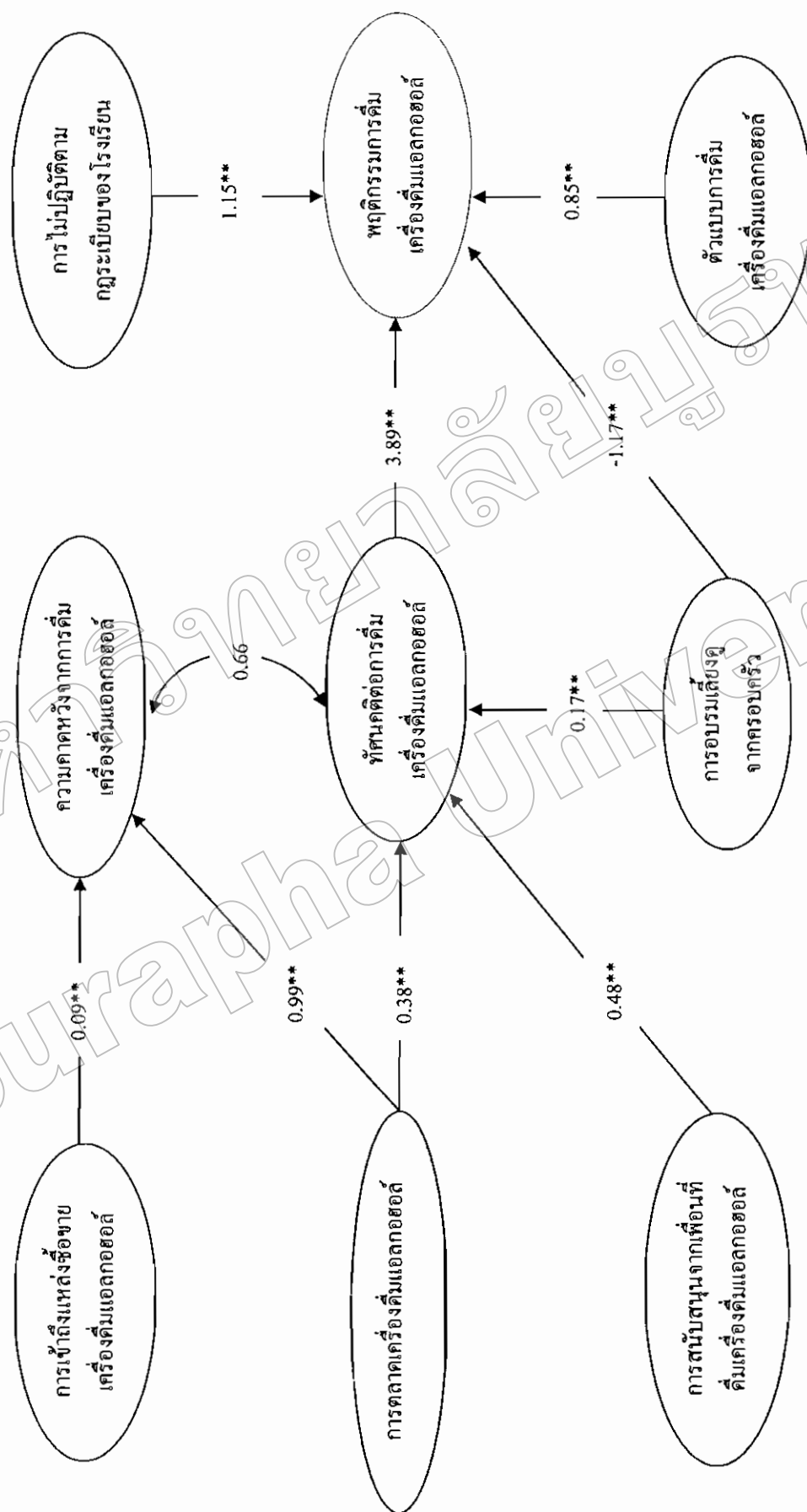
รายการ	เกณฑ์	ข้อมูลเชิงประจักษ์	แปลผล
1. ระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit)	> 0.05	0.00	ไม่ผ่าน
1.8 P-Value for Test of Close Fit			
2. ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Incremental Fit Index)			
2.1 NFI (Normed Fit Index)	> 0.90	0.97	ผ่าน
2.2 NNFI (Non-NFI)	เข้าใกล้ 1	0.97	ผ่าน
2.3 CFI (Comparative Fit Index)	สัมพันธ์กับ NNFI		
	> 0.90	0.98	ผ่าน
2.4 SRMR (Standardized RMR: Fitted Residuals Matrix)	< 0.05 good		
	< 2	0.1	ผ่าน
2.5 IFI (Incremental Fit Index)	> 0.90	0.98	ผ่าน
3. ดัชนีวัดความพอเพียงของขนาดกลุ่มตัวอย่าง CN (Critical N)	≥ 200	220.37	ผ่าน
4. NCP (Non-Centrality Parameter)	ยอมรับสมมติฐาน	2783.64(P=.00)	ผ่าน
5. เปรียบเทียบดัชนี AIC ECVI และ CAIC	ใกล้เคียง Saturated Model	AIC = 1560.00: 3701.64	ผ่าน

จากตารางที่ 20 พบว่าค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของรูปแบบจำลองความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามสมมติฐานที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อยังไม่มี การปรับแนวอิทธิพลของตัวแปรใด ๆ ได้รูปแบบของข้อมูลประจักษ์มีความสอดคล้องกับรูปแบบจำลองอย่าง ไม่กลมกลืน พบว่า

$$\chi^2 / df = 5.34, GFI = 0.85, AGFI = 0.82, RMSEA = 0.07, CFI = 0.98, \text{Standardized RMR} = 0.1$$

จากกระบวนการวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป 8.72 เสนอให้มีการปรับรูปแบบเพื่อให้เห็นความกลมกลืนของรูปแบบ โดยการพิจารณาความสอดคล้องในหลักการทฤษฎีของ

เส้นทางความสัมพันธ์ในรูปแบบและยอมรับความกลมกลืนสอดคล้องด้วยการตรวจสอบความตรงของโมเดล (Goodness of Fit Index) ผู้วิจัยจึงได้ปรับสมการของแนวอิทธิพลเป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ เพื่อให้ได้รูปแบบที่สอดคล้องกลมกลืนมากที่สุด ก่อนการหาค่าอิทธิพลของเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยดำเนินการจากข้อเสนอแนะด้วยค่าสถิติเป็นลำดับ ร่วมกับการคำนึงถึงความเป็นไปได้ของรูปแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามทฤษฎีรองรับแนวอิทธิพลจากที่ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาแล้ว ได้รูปแบบของข้อมูลเชิงประจักษ์สุดท้ายจนไม่มีข้อเสนอแนะให้ปรับแนวอิทธิพลอีก เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปรับเป็นโมเดลประจักษ์ ดังภาพที่ 14



Chi-Square = 948.37, df = 435, P-value=0.00000, RMSEA=0.034, **p<.01, *p<.05

ภาพที่ 14 โมเดลความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการคัมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ที่ปรับเปลี่ยนโมเดลประหยัด

1.4 การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปร ในรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามความสัมพันธ์หรือการส่งอิทธิพลของตัวแปรที่ศึกษาของโมเดลโครงสร้างหรือความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง ได้แก่ บุคลิกภาพ การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้ค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปรับเป็นโมเดลประหยัด ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปรับเป็น โมเดลประหยัด

รายการ	เกณฑ์	ผลข้อมูล	แปลผล
1. ระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit)			
1.1 Chi-square	เท่ากับ χ^2	$\chi^2 = 948.37$	-
1.2 Degree of Freedom	เท่ากับ df	df = 435	-
1.3 Relative Chi-square	< 5.00	2.18	ผ่าน
1.4 GFI (Goodness of Fit Index)	> 0.90	0.95	ผ่าน
1.5 AGFI (Adjusted GFI)	> 0.90	0.93	ผ่าน
1.6 RMR (Root Mean Squared Residual)	< 0.05	0.09	ไม่ผ่าน
1.7 RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	< 0.05 good < 0.10 med > 0.10 poor	0.03	ผ่าน
1.8 P-Value for Test of Close Fit	> 0.05	0.00	ไม่ผ่าน

ตารางที่ 21 (ต่อ)

รายการ	เกณฑ์	ข้อมูลเชิงประจักษ์	แปลผล
2. ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Incremental Fit Index)			
2.1 NFI (Normed Fit Index)	> 0.90	0.99	ผ่าน
2.2 NNFI (Non-NFI)	เข้าใกล้ 1	0.99	ผ่าน
2.3 CFI (Comparative Fit Index)	สัมพันธ์กับ NNFI		
	> 0.90	1.00	ผ่าน
2.4 SRMR (Standardized RMR: Fitted Residuals Matrix)	< 0.05 good < 2	0.04	ดี
2.5 IFI (Incremental Fit Index)	> 0.90	1.00	ผ่าน
3. ดัชนีวัดความพอเพียงของขนาด กลุ่มตัวอย่าง CN (Critical N)			
	≥ 200	546.39	ผ่าน
4. NCP (Non-Centrality Parameter)	ยอมรับสมมติฐาน	513.37(P=.01)	ผ่าน
5. เปรียบเทียบดัชนี AIC ECVI และ CAIC	ใกล้เคียง Saturated Model	AIC = 1190.00: 1268.37	ผ่าน

จากตารางที่ 21 พบว่าค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปรับเป็นโมเดลประหยัด พบว่า ผลการทดสอบค่า ไค-สแควร์ (χ^2) = 948.37 ที่องศาอิสระ (df) = 435 ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (ผลการของค่าไค-สแควร์ ด้วยองศาอิสระ) ได้เท่ากับ 2.18 ถือว่าโมเดลมีความสอดคล้องระดับดี แต่หากพิจารณาค่าไค-สแควร์ โดยใช้ค่า NCP ในกรณีที่มีการปรับโมเดลจะได้ผลลัพธ์เป็น 1.18 (NCP = 513.37, df = 435) ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องระดับดีมาก พิจารณาค่าสถิติ NCP ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อปรับแล้วค่า NCP มีนัยสำคัญที่ $p < .01$ ที่ช่วงค่า 1.26 – 2214.89 และค่า NCP ของพารามิเตอร์ที่ปรับแล้วมีค่าเท่ากับ 513.37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า เมื่อปรับโมเดลแล้วมีค่า RMSEA = 0.03 มีนัยสำคัญที่ระดับ $p < .05$ การพิจารณาความเหมาะสมของโมเดลร่วมกับการพิจารณาเปรียบเทียบค่า ECVI AIC CAIC กับค่าของรูปแบบอิ่มตัว (Saturated Model) พบว่า ค่า ECVI รูปแบบของข้อมูลเชิงประจักษ์

(1.06) ECVI ของรูปแบบอ้อมตัว (1.18) ค่า ACI ของรูปแบบข้อมูลเชิงประจักษ์ (1068.37) ACI ของรูปแบบอ้อมตัว (1190.00) และค่า CAIC ของรูปแบบข้อมูลเชิงประจักษ์ (2214.89) CAIC ของรูปแบบอ้อมตัว (4709.86) แสดงว่ารูปแบบความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปรับเป็น โมเดลประหัด มีความเหมาะสมกลมกลืนกับรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบค่าสถิติวิเคราะห์ความกลมกลืนของ โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ก่อนและหลังการปรับ โมเดล

ดัชนีที่ใช้ตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดล	เกณฑ์	ค่าก่อนปรับ	ค่าหลังปรับ
Absolute Fit Index			
Likelihood Ratio Chi-Square Statistic (χ^2)	เท่ากับ χ^2	3425.64	948.37
Relative χ^2 (χ^2/df)	< 5.00	5.34	2.18
Goodness of Fit Index (GFI)	> 0.90	0.85	0.95
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	> 0.90	0.82	0.93
Root Mean Squared Residuals (RMR)	< 0.05	0.16	0.09
Standardized Root Mean Squared Residual (SRMR)	< 0.05	0.1	0.04
Root Mean Squared Error of Approximation (RMSEA)	< 0.05	0.07	0.03
P-Value for Test of Close Fit	> 0.05	0.00	1.00
Incremental Fit Index			
Normed Fit Index (NFI)	> 0.90	0.97	0.99
Incremental Fit Index (IFI)	> 0.90	0.98	1.00
Comparative Fit Index (CFI)	> 0.90	0.98	1.00
Critical N (CN)	≥ 200	220.37	546.39

จากตารางที่ 22 หลังการปรับให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน โมเดลตามสมมติฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสภาพธรรมชาติของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันได้ ทำให้ได้โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์แยกค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง ความสัมพันธ์ทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากการวิเคราะห์โมเดลที่ปรับแก้เป็นโมเดลประหยัด

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			ความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
		TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
1. การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน		1.15** (.31)	-	1.15** (.31)	-	-	-	-	-	-
2. การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		-	-	-	-	-	-	0.09** (.03)	-	0.09** (.03)
3. การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		1.12** (.30)	1.46** (.30)	-	0.38** (.07)	-	0.38** (.07)	0.99** (.05)	-	0.99** (.05)
4. การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		1.88** (.25)	1.88** (.25)	-	0.48** (.06)	-	0.48** (.06)	-	-	-
5. การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว		-.53 (.38)	.64** (.16)	-1.17** (.40)	0.17** (.04)	-	0.17** (.04)	-	-	-
6. ตัวอย่างการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		0.85** (.25)	-	0.85** (.25)	-	-	-	-	-	-
7. ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		3.89** (.42)	-	3.89** (.42)	-	-	-	-	-	-

$\chi^2/df = 2.18$, P-value = 0.00, GFI = 0.95, AGFI = 0.93, Standardized RMR = 0.04, RMSEA = 0.03, CFI = 1.00, ** $p < .01$

จากตารางที่ 23 เมื่อพิจารณาเส้นทางอิทธิพลรวมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่ามี 6 ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ได้แก่ การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.15 การคาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.46 การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.88 ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.85 และทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 3.89

ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมส่งผลต่อทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.38 การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.48 และการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.17 ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมต่อความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 มี 2 ตัวแปร ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.09 และการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.99

เส้นทางอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.46 การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.88 และการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .64

เส้นทางอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 มี 4 ตัวแปร ได้แก่ การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.15 การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ -1.17 ตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.85 และทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 3.89 ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.38 การสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.48 และการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.17

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 มี 2 ตัวแปร ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.09 และการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.99

ตารางที่ 24 ค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ โมเดลที่ปรับเป็น โมเดลประหยัด

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าความเที่ยง
1. การไม่ปฏิบัติตามกฎของโรงเรียนด้านการหนีเรียน	0.60
2. การไม่ปฏิบัติตามกฎของโรงเรียนด้านการเล่นการพนัน	0.73
3. การไม่ปฏิบัติตามกฎของโรงเรียนด้านการพกพาอาวุธหรือวัตถุระเบิด	0.79
4. การไม่ปฏิบัติตามกฎของโรงเรียนด้านการซื้อหรือเสพยา	0.87
5. การไม่ปฏิบัติตามกฎของโรงเรียนด้านการลักทรัพย์ กระโชกทรัพย์	0.73
6. การไม่ปฏิบัติตามกฎของโรงเรียนด้านการก่อเหตุทะเลาะวิวาท	0.73
7. การไม่ปฏิบัติตามกฎของโรงเรียนด้านการแสดงพฤติกรรมชั่วช้าไม่เหมาะสม	0.60
8. การไม่ปฏิบัติตามกฎของโรงเรียนด้านการเกี่ยวข้องกับการค้าประเวณี	0.76
9. การไม่ปฏิบัติตามกฎของโรงเรียนด้านการออกเที่ยวเตร่ในเวลากลางคืน	0.72
10. การเข้าถึงสถานที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.00
11. การเข้าถึงเวลาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	0.88
12. การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านผลิตภัณฑ์	0.75
13. การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านราคา	0.79
14. การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านการส่งเสริมการขาย	0.79
15. การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านการจัดจำหน่าย	0.82
16. การสนับสนุนจากเพื่อนด้านอารมณ์	0.86
17. การสนับสนุนจากเพื่อนด้านการยอมรับและเห็นคุณค่า	0.87
18. การสนับสนุนจากเพื่อนด้านการมีส่วนร่วม	0.85
19. การอบรมเลี้ยงดูแบบอำนาจนิยม	0.30
20. การอบรมเลี้ยงดูแบบตามใจ	0.60
21. การอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย	0.22

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าความเที่ยง
22. การอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย	0.62
23. ตัวแบบมีชีวิตจริง	1.00
24. ตัวแบบสัญลักษณ์	1.02
25. ทักษะด้านความคิดหรือความรู้ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	0.45
26. ทักษะด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	0.87
27. ทักษะด้านความพร้อมตอบสนองต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	0.89
28. ความคาดหวังด้านการกล้าแสดงออก	0.95
29. ความคาดหวังด้านการเปลี่ยนภาวะอารมณ์	0.93
30. ความคาดหวังด้านความรู้สึกพึงพิง	0.87
31. ความคาดหวังด้านการกระตุ้นในเรื่องเกี่ยวกับเพศ	0.81
32. ความคาดหวังด้านการเปลี่ยนความคิด	0.83
33. ความคาดหวังด้านการลดความตึงเครียด	0.83

จากตารางที่ 24 เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้โมเดลที่ปรับเป็น โมเดล
 ประหยัด พบว่ามีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.22 ถึง 1.02 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าความเที่ยงสูงสุด
 คือตัวแบบสัญลักษณ์ และตัวแปรที่ค่าความเที่ยงน้อยที่สุดคือการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย

ตารางที่ 25 เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงโมเดลที่ปรับเป็น โมเดลประหยัด

	ATTITUDE	EXP	BAD	APP	HOME	MODEL	FRIEND	MARKE	DRINKING
ATTITUDE	1.00								
EXP	0.66	1.00							
BAD	0.59	0.55	1.00						
APP	0.56	0.66	0.50	1.08					
HOME	0.56	0.44	0.61	0.39	1.00				
MODEL	0.56	0.56	0.57	0.50	0.46	0.86			

ตารางที่ 25 (ต่อ)

	ATTITUDE	EXP	BAD	APP	HOME	MODEL	FRIEND	MARKE	DRINKING
FRIEND	0.80	0.67	0.61	0.58	0.51	0.60	1.00		
MARKE	0.59	0.63	0.51	0.57	0.40	0.52	0.63	0.58	
DRINKING	4.39	3.16	3.21	2.71	2.11	3.04	3.75	2.85	21.90

จากตารางที่ 25 เมื่อพิจารณาคำสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงพบว่า สมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าต่าง ๆ ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเท่ากับ 0.66 แสดงว่า ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียนมีค่าเท่ากับ 0.59 แสดงว่า ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเท่ากับ 0.56 แสดงว่า ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการยอมรับเล็งดูจากครอบครัวมีค่าเท่ากับ 0.56 แสดงว่า ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับเล็งดูจากครอบครัวอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเท่ากับ 0.56 แสดงว่า ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการสนับสนุนจากเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเท่ากับ 0.80 แสดงว่า ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่ม