

ทัศนคติและแบบแผนการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในสังคมไทย ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

โดย ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล
มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ www.richlead.org

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันมีการวิจัยแบบแผนการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในรูปแบบที่แตกต่างกันไปแล้วแต่ความสนใจของคณะวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศและมักจะมุ่งเน้นในประเด็นของความสนใจที่หลากหลาย เช่น พฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์ภายใต้อิทธิพลผลของการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในกลุ่มผู้ใหญ่ตอนต้นตามสถานบันเทิงยามค่ำคืนที่มีการศึกษาในต่างประเทศ¹ ในขณะที่ ผลการศึกษาของคณะวิจัยอีกคณะหนึ่งทำการศึกษพบว่า การดื่มอย่างหนักของนักดื่มอาจเป็นไปได้ว่ามีความเสี่ยงสูงไปสู่สภาวะที่สมองถูกทำลาย²

ที่น่าพิจารณาคือ ผลการศึกษาพฤติกรรมการดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ นั้นยังมีอยู่จำนวนมากในประเด็นความสนใจที่หลากหลายและขึ้นกับความสำคัญของข้อมูลในแต่ละช่วงเวลาของการศึกษา เช่น ผลการศึกษาในกลุ่มเด็กนักเรียน นักศึกษาที่พบว่า การเข้าถึงแหล่งซื้อขายเหล้า เบียร์ เป็นไปด้วยความง่ายสะดวกเหมือนกับเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่วางขายอยู่ทั่วไป³ นอกจากนี้ ในช่วงระหว่างการแข่งขันฟุตบอลยูโร ๒๐๑๖ ที่ผ่านมา สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล ร่วมกับ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ทำสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนระดับพื้นที่ต่อปัญหาสังคมที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งและอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า การดื่มเหล้า เบียร์ เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อสุขภาพและเพิ่มความเสี่ยงต่อการนอกใจคู่รัก ยิ่งไปกว่านั้น ยังมองว่าการดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์เพิ่มความเสี่ยงในการเล่นการพนันอีกด้วย⁴ อย่างไรก็ตามที่ผ่านมายังคงมีผลการศึกษาทัศนคติและแบบแผนการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ที่ครอบคลุมมิติต่างๆ ในผลการศึกษาเดียวกันยังคงมีอยู่ในจำนวนจำกัด

¹ Wells et al. (๒๐๑๐). Patterns of Alcohol Consumption and Sexual Behavior among Young Adults in Nightclubs. Retrieved on December ๕, ๒๐๑๗ from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.3109/00952990903544836?journalCode=iada20>

² Wechsler, H. and Austin, B. (๑๙๙๘) Binge drinking: the five/four measure. *Journal of Studies on Alcohol*.

³ สวัสดิ์ อภิชนางค์กรชัยและคณะ (๒๕๔๘) โครงการเฝ้าระวังพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพและการใช้สารเสพติดของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในภาคใต้ สงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

⁴ อุดมศักดิ์ แซ่โจ้ว (๒๕๕๙) ข้อเท็จจริงและตัวเลขเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพและ หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ จึงได้ร่วมกับ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ดำเนินโครงการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนต่อประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และแบบแผนการดื่มของประชาชน กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป เพื่อสำรวจทัศนคติของประชาชนต่อการดื่มและผลกระทบจากการดื่มเครื่องแอลกอฮอล์โดยทั่วไป รวมไปถึงทัศนคติต่อมาตรการต่างๆ ของรัฐในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเพื่อศึกษาแบบแผนเชิงพฤติกรรม (Behavior Patterns) ของคนไทยต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดจนผลกระทบและกลยุทธ์ทางธุรกิจของเหล่า เบียร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ต้องรู้เท่าทันอย่างกว้างขวางเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ นโยบาย แผนและโครงการต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลระดับชาติต่อไป

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาโครงการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนต่อประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และแบบแผนการดื่มของประชาชน ครั้งนี้ ได้ประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Methodology) เข้าถึงกลุ่มประชากรเป้าหมายประชาชนทั่วไปอายุ ๑๕ ปีขึ้นไประดับครัวเรือนเพื่อให้ได้เป็นตัวแทนทางสถิติของทั้งประเทศผ่านกระบวนการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มเชิงชั้นภูมิ ๓ ชั้น (Stratified three-stage sampling) ตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละภูมิภาคโดยมีจังหวัดที่เป็นตัวแทนในการถูกศึกษาจำนวนทั้งสิ้น ๒,๕๐๔ ตัวอย่างใน ๑๕ จังหวัดของประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พิษณุโลก ตาก ขอนแก่น บึงกาฬ อุบลราชธานี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นนทบุรี ราชบุรี ชลบุรี สงขลา และ สุราษฎร์ธานี โดยผลของการนำข้อมูลมาประมวลและวิเคราะห์ทางสถิติที่เหมาะสมกับโครงการศึกษาครั้งนี้

ผลการศึกษา

จากการพิจารณาผลของการศึกษาโครงการวิจัยครั้งนี้ พบประเด็นสำคัญของทัศนคติของประชาชนต่อการดื่มและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทั่วไปว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๖.๔ ระบุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโทษต่อสังคมมากกว่าประโยชน์ อย่างไรก็ตาม ร้อยละ ๑๙.๓ ระบุมีประโยชน์และโทษต่อสังคมพอๆ กัน และมีเพียงร้อยละ ๔.๓ เท่านั้นที่ระบุมีประโยชน์ต่อสังคมมากกว่าโทษ นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๔.๒ เห็นด้วยถึงเห็นด้วยมากที่สุดว่า การดื่มเหล้าและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ เป็นอันตรายมากที่สุดต่อผู้อื่น เช่น อุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท และการคุกคามทางเพศ นอกจากนี้ เกินครึ่งหรือร้อยละ ๕๑.๓ เห็นด้วยน้อยถึงน้อยที่สุดว่า การดื่มเหล้าเบียร์ ไวน์ ดีต่อสุขภาพของคนดื่ม และร้อยละ ๓๔.๕ เห็นด้วยน้อยถึงน้อยที่สุดว่า การดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ทำให้ช่วยคลายความเครียด โดยมีร้อยละ ๓๕.๔ เห็นด้วยปานกลาง ในขณะที่ร้อยละ ๓๙.๓ เห็นด้วยปานกลางและร้อยละ ๓๑.๗ เห็นด้วยน้อยถึงน้อยที่สุดว่า การดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ช่วยทำให้มีสังคมเพื่อนฝูงที่ดีต่อกัน ผลสำรวจยังพบด้วยว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๑.๕ เห็นด้วยน้อยถึงน้อยที่สุดว่า การดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ช่วยทำให้ทำงานได้ดีขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อถามทัศนคติต่อมาตรการของรัฐเกี่ยวกับเครื่องตัดแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๗.๑ เห็นด้วยถึงเห็นด้วยที่สุดต่อการห้ามขายเหล้า และเครื่องตัดแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๓.๘ เห็นด้วยถึงเห็นด้วยที่สุดที่ว่า รัฐบาลควรระบุให้ชัดว่า ห้ามขายเหล้ารอบสถานการศึกษาห่างจากรั้วกี่เมตร เช่น ๓๐๐ เมตร หรือ ๕๐๐ เมตร นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๐.๗ เห็นด้วยถึงเห็นด้วยที่สุดว่า ควรมีกฎหมาย ห้ามเจ้าหน้าที่รัฐรับเป็นที่ปรึกษา บริษัทน้ำเมาและบริษัทในเครือทุกชนิด

เมื่อสอบถามถึงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านมา ไม่นับการจิบเพียงเล็กน้อย พบว่า เกินครึ่งหรือร้อยละ ๕๑.๒ เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ ร้อยละ ๔๘.๘ ระบุ ไม่เคยดื่ม แต่เมื่อถามถึงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ ๑๒ เดือนที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ ๓๔.๗ ระบุ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในรอบ ๑๒ เดือน และร้อยละ ๖๕.๓ ระบุ ไม่ได้ดื่ม นอกจากนี้ เมื่อถามถึงการดื่มในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ ๒๖.๘ ดื่ม แต่ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๓.๒ ไม่ดื่ม

เมื่อสอบถามถึงชนิดของเครื่องดื่มและปริมาณของการดื่มแต่ละครั้งที่มีโอกาสดื่ม พบว่า ในการดื่มเหล้า ตัวอย่างร้อยละ ๔.๒ ดื่มน้อยกว่า ๑ แก้วมาตรฐานต่อครั้ง ในขณะที่ ร้อยละ ๑๔.๑ ดื่ม ๑ ถึง ๙ แก้วมาตรฐานต่อครั้ง และร้อยละ ๗.๕ ดื่ม ๑๐ แก้วมาตรฐานขึ้นไป โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๔.๒ ไม่ดื่ม นอกจากนี้ เมื่อถามถึงการดื่มเบียร์ พบว่า ร้อยละ ๕.๗ ดื่มเบียร์ น้อยกว่า ๑ แก้วมาตรฐานต่อครั้ง ร้อยละ ๑๙.๘ ดื่มเบียร์ ๑ ถึง ๙ แก้วมาตรฐาน และร้อยละ ๑๒.๖ ดื่มเบียร์ ๑๐ แก้วมาตรฐานขึ้นไป เมื่อถามถึงการดื่มไวน์ พบว่า ร้อยละ ๒.๖ ดื่มไวน์น้อยกว่า ๑ แก้วมาตรฐานต่อครั้ง ร้อยละ ๔.๐ ดื่มไวน์ ๑ ถึง ๙ แก้วมาตรฐานต่อครั้ง และร้อยละ ๐.๖ ดื่มไวน์ ๑๐ แก้วมาตรฐานขึ้นไป และเมื่อสอบถามถึงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ เช่น เหล้าปั่น พบว่า ร้อยละ ๒.๓ ดื่มน้อยกว่า ๑ แก้วมาตรฐานต่อครั้ง ร้อยละ ๐.๖ ดื่ม ๑ ถึง ๙ แก้วมาตรฐานต่อครั้ง และร้อยละ ๐.๒ ดื่ม ๑๐ แก้วมาตรฐานขึ้นไป

ที่น่าเป็นห่วงคือ ตัวอย่างร้อยละ ๓๕.๐ ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลวันขึ้นปีใหม่มากที่สุด รองลงมาคือ เทศกาลสงกรานต์ ร้อยละ ๒๗.๖ เทศกาลลอยกระทง ร้อยละ ๘.๐ เทศกาลวาเลนไทน์ ร้อยละ ๗.๗ เทศกาลออกพรรษา ร้อยละ ๕.๕ เทศกาลเข้าพรรษาร้อยละ ๔.๔ เทศกาลทอดผ้าป่า ร้อยละ ๔.๔ และ เทศกาลอื่นๆ เช่น รั้งน้อง งานบวช งานแต่ง เป็นต้น ร้อยละ ๒๐.๖

นอกจากนี้ หลังจากวิเคราะห์ประเด็นสำคัญบางประการที่ค้นพบจำแนกตามลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า จำนวนมากของตัวอย่างที่ศึกษาหรือร้อยละ ๓๔.๗ ระบุ ในครั้งที่ดื่ม เคยติดลมดื่มมากกว่าที่ตั้งใจดื่มตอนเริ่มต้น และร้อยละ ๙.๘ ระบุ เคยดื่มแล้วขับ ทั้งๆ ที่มีคนเตือนว่า ดื่มแล้วอย่าขับ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่า ตัวอย่างที่มีการดื่มในช่วง ๓๐ วันและตัวอย่างที่มีการดื่ม ทุกวันหรือเกือบทุกวัน มีความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุทางถนนหรือจากการเมาแล้วขับ

ผลการศึกษายังพบที่มีความเชื่อมโยงกันในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ นโยบายด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงการณรงค์งดเหล้าที่เน้นดำเนินการในช่วงโอกาส หรือเทศกาลสำคัญๆ ซึ่งอาจจะยังไม่ครอบคลุมครบถ้วนเพียงพอทุกมิติของการป้องกันประชาชนจากการดื่มหรือผลกระทบ

จากการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ประชาชนยังมีการพฤติกรรมการตี๋มที่ตี๋มในทุกวันหรือเกือบทุก วัน และยังมีการตี๋มแบบติดลมตี๋มมากกว่าที่ตี๋มใจตี๋ม ซึ่งพฤติกรรมการตี๋มดังกล่าว ถือเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญ ต่อการเกิดอุบัติเหตุและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนน

จากข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้นเหล่านี้ ขอเสนอแนะให้ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ควรร่วมกับ เครือข่ายภาคประชาสังคม และสื่อสารมวลชนเพิ่มช่องทางการสื่อสารโดยการเผยแพร่หรือนำเสนอข้อมูลจาก การศึกษาสู่เวทีสาธารณะ รวมถึงควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึง รับรู้และเข้าใจถึงพิษภัย และผลกระทบจากการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ศวส. ควรตั้งเป้าหมายการทำงานโดยมุ่งเน้นการ ป้องกันเด็ก เยาวชน จากการเป็นนักตี๋มหน้าใหม่ ด้วยการออกแบบการทำงานเชิงรุก โดยการสื่อสารผ่าน โรงเรียนและครอบครัวเป็นฐานราก

นอกจากนี้ สถานที่จำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์มีการกระจายในทุกพื้นที่ โดยมีลักษณะ การขยายตัวเชิงรุกที่เข้าถึงที่พักอาศัยของประชาชน เช่น หอพัก และสถานที่สำคัญต่างๆ ซึ่งข้อค้นพบเกี่ยวกับ สถานที่จำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ความเชื่อมโยงกับการรับรู้ถึงกฎระเบียบหรือมาตรการในการควบคุม เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ตามสถานที่ต่างๆ อีกด้วย โดยตัวอย่างประชาชนที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๕ ขึ้นไป ระบุว่ามีการห้ามจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ตามที่กล่าวมาแล้ว หากแต่ อาจจะยังมีช่องว่างในการบังคับใช้มาตรการที่เป็นรูปธรรมและมีความต่อเนื่องชัดเจนเพียงพอ นอกจากนี้ ขอเสนอแนะให้ ศวส. ควรแสวงหาภาคีเครือข่ายที่มีองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ มาร่วมกำหนดยุทธศาสตร์ ในการกำหนดประเด็น เป้าหมายและทิศทางในการขับเคลื่อน ด้านการบังคับใช้กฎระเบียบหรือมาตรการใน การควบคุมการจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ให้มีการปฏิบัติที่ชัดเจน ต่อเนื่องและเป็น รูปธรรมอย่างแท้จริง

ที่น่าพิจารณาคือ กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์มีลักษณะเป็นกลยุทธ์เชิงรุก โดยมีการโฆษณา ณ จุดขาย ที่มีการใช้สื่อบุคคล เช่น ดารา ผู้ที่มีชื่อเสียง สาวเชียร์เบียร์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการใช้รูปแบบของการเชิญชวนให้ชิมฟรี และบริการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม หรือการมอบสิทธิประโยชน์อื่นๆ เป็นต้น ซึ่งกลยุทธ์ต่างๆ นี้ มีจุดมุ่งเน้นที่สำคัญ คือ การขายแก่ผู้ที่อยู่ใน ออการมีนเมา และการขายพ่วง ที่น่าพิจารณา คือ กลยุทธ์ดังกล่าวอาจจะยังไม่มีมาตรการควบคุมที่ สอดคล้องกับวิวัฒนาการด้านการส่งเสริมการขายในปัจจุบัน รวมถึงบทลงโทษและกระบวนการใน การพิจารณาความผิดอาจจะใช้เวลาค่อนข้างนานเกินไป

นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า ตัวอย่างประชาชนที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๔.๖ ระบุ มีการรับรู้และการเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ เช่น ห้าม โฆษณาในลักษณะตี๋มแล้วตี๋ม และควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ รวมถึง การห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ

ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ จะเห็นได้ว่า ธุรกิจเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์มีผลกำไรทางการค้าสูงมาก และได้มี การศึกษาและปรับเปลี่ยนช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบ ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่ง ศวส. ควรต้องสนับสนุนงานวิจัยที่สามารถสร้างนวัตกรรมเพื่อการรู้เท่าทันธุรกิจ

เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และควรรแสวงหาเครือข่ายเชิงยุทธศาสตร์เพื่อร่วมทำงานอย่างใกล้ชิด ทั้งในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำงาน และร่วมติดตามประเมินผล เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายและการบังคับใช้กฎระเบียบหรือมาตรการอย่างแท้จริง

ที่น่าพิจารณาคือ พบว่า ปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ คือ เด็ก เยาวชนที่เป็นนักตี้มหน้าใหม่ โดยผลจากการสำรวจ พบว่า ตัวอย่างประชาชนที่ศึกษาจำนวนมากหรือร้อยละ ๔๐.๓ ระบุ มีการพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ซื้อมีเครื่องตี้มที่มีแอลกอฮอล์ ในขณะที่ ตัวอย่างประชาชนที่ศึกษาในครั้งนี้นส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๐ ระบุ รับรู้และการเข้าใจเกี่ยวกับ กฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เช่น เข้าใจว่ามีมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี และส่วนใหญ่เช่นกันเข้าใจด้วยว่า มีมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี เป็นต้น ซึ่งการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เป็นการรับรู้ในเชิงกว้าง หากแต่ในการปฏิบัติจริงนั้น ประชาชนส่วนใหญ่อาจจะยังไม่เข้าใจอย่างถูกต้องแท้จริงและยังไม่ตระหนักรู้ถึงความสำคัญและการมีส่วนร่วมในการป้องกันเด็ก เยาวชน จากการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ แต่เชื่อว่า การบังคับใช้กฎระเบียบและมาตรการต่างๆ เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ภาครัฐเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะคือ นอกจากการสนับสนุนงานวิจัยเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรับรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมกรตี้มของประชาชนแล้ว ศวส. ควรเพิ่มช่องทางในการสร้างความตระหนักรู้ถึงบทบาทและความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการป้องกันเด็ก เยาวชน จากการเป็นนักตี้มหน้าใหม่ ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าว ควรเป็นการบูรณาการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงเรียน สถาบันการศึกษา และสถาบันครอบครัว เป็นต้น เป็นการทำงานที่เน้นด้านการสร้างความเข้มแข็งความรู้เท่าทันถึงพิษภัยและผลกระทบจากเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันจากภายในในเชิงป้องกัน เป็นต้น

ติดต่อรายละเอียด

สำนักวิจัยซูเปอร์โพล

มูลนิธิ สถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ

www.superpollthailand.net

www.richlead.org

โทร ๐๒.๑๓๖.๙๒๙๖ หรือ ๐๒.๑๓๖.๙๒๘๗

nkannika@umich.edu