

เหลียวหลังแลหน้า ‘งดเหล้าเข้าพรรษา’ ช่วย ‘คอเหล้า’ กลับใจ แต่เข้าไม่ถึง ‘นักดื่มหน้าใหม่’

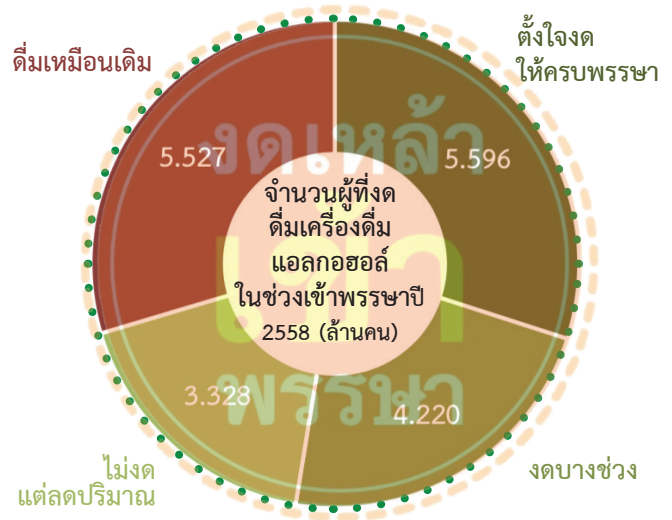
แคมเปญ ‘งดเหล้าเข้าพรรษา’ ช่วยนักดื่มลดลงต่อเนื่อง ขณะที่ ‘งานพิธี-งานเลี้ยงครอบครัว’ ตัวการสร้าง ‘นักดื่มหน้าใหม่’ ผลวิจัยชี้ยังต้องรณรงค์ต่อเนื่อง เน้นโซเซียลมีเดียทันกระแส เสริมกิจกรรมชุมชน ช่วยเปลี่ยนแปลงระดับพฤติกรรมได้

ผลการศึกษาจาก ‘โครงการประเมินผลการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา ปี2558 กรณีศึกษาประชาชนทั่วประเทศที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป’ พบว่า สถานการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภาพรวมปีนี้มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับปี 2552 – 2557 แต่ก็ถือว่าจำนวนนักดื่มไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก พบว่าภาคอีสานมีนักดื่มมากที่สุดอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามสถานการณ์ที่น่ากังวลใจ คือ กลุ่มนักดื่มวัยเด็กและเยาวชนค่อนข้างมาก รวมถึงระดับความถี่ และพฤติกรรมการดื่มที่เกินระดับควบคุมตัวเองยังมีในสัดส่วนค่อนข้างสูง ขณะเดียวกันยังพบวิถีสังคมที่มีส่วนในการส่งเสริมให้เกิดการดื่ม รวมทั้ง เป็นปัจจัยให้เด็กและเยาวชนซึมซับพฤติกรรมผิดๆ อีกด้วย ทั้งงานพิธีการ เช่น งานแต่งงานหรืองานบุญ เช่น งานบวช ทำบุญขึ้นบ้านใหม่ และงานศพ

สำหรับผลของการรณรงค์ ‘งดเหล้าเข้าพรรษา’ ปี 2558 พบว่า การรณรงค์ประสบความสำเร็จในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผ่านช่องทางสำคัญ คือ สื่อโทรทัศน์ โดยการรณรงค์มีส่วนกระตุ้นให้เกิดการลด ละ เลิกการดื่ม ทั้งเพศชายหญิงและทุกกลุ่มอายุ รวมทั้ง ยังส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่ม นักดื่ม 5.6 ล้านคนงดดื่มตลอดช่วงเข้าพรรษา อีกทั้ง ยังพบว่ากระแสความคิดลด ละ เลิก ดื่ม ยังคงอยู่แม้จะออกพรรษาไปแล้ว

งานวิจัยยังให้ข้อเสนอแนะต่อโครงการงดเหล้าเข้าพรรษา ว่า ควรดำเนินการต่อเนื่องในระยะยาว เพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านโซเซียลมีเดียขยายผลไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทั้งเด็กและเยาวชน สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม รวมทั้ง นำข้อดีของการลด ละ เลิก มาสื่อสารสู่สาธารณะ

ในขณะที่ งานวิจัยเรื่อง ‘การประเมินผลโครงการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาระดับพื้นที่ ปี พ.ศ.2558’ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลของโครงการงดเหล้าเข้าพรรษาในระดับพื้นที่ ปี พ.ศ.2558 โดยประเมินผลด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มในช่วงเข้าพรรษา



วันออกพรรษา และหลังออกพรรษา 1 3 และ 6 เดือน และความรู้สึกต่อการเปลี่ยนแปลงด้านพื้นที่ปฏิบัติการและพื้นที่เปรียบเทียบ ใน 4 หมู่บ้านของจังหวัดน่าน อุบลราชธานี ลพบุรี และนครศรีธรรมราช พบว่า โครงการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาในระดับพื้นที่ส่งเสริมประสิทธิผลของโครงการระดับชาติ โดยส่งผลให้นักดื่มมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดื่มในทางที่ดีขึ้น มีสัดส่วนผู้งดดื่มครบพรรษาและต่อเนื่องไปถึงออกพรรษาเพิ่มขึ้นจากการรณรงค์ในระดับชาติ คนที่อยู่ในพื้นที่รู้สึกว่าคุณภาพดีขึ้น ทำงานได้มากขึ้น โดยประสิทธิผลของโครงการเกิดมากในกลุ่มที่ลงนามปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา สำหรับปัจจัยความสำเร็จ คือ การพยายามชักชวนให้นักดื่มตระหนักและสนใจงดดื่ม โดยลงนามเพื่อเป็นพันธะสัญญา แล้วตามด้วยกิจกรรมส่งเสริมพฤติกรรมที่ดีตลอดช่วงเข้าพรรษา

อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของโครงการลดลงตามระยะเวลา และสิ้นสุดหลังออกพรรษา 3 เดือน ดังนั้น นักวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า ควรดำเนินการต่อเนื่องและกระตุ้นให้ทุกพื้นที่ดำเนินโครงการ ตลอดจนสร้างกลยุทธ์ กิจกรรมที่ส่งเสริมและทำทนายให้งดดื่มได้ยาวนานกว่าช่วงเข้าพรรษา และนำไปสู่การงดดื่มตลอดชีวิต