

## รายงานฉบับสมบูรณ์

# โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

: กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 3)

(สัญญาเลขที่ 61-02029-0065)

โดย

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ

**SAB**

Research Centre for Social and Business Development Co., Ltd.

กรกฎาคม 2563

## รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป  
ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 3)

(สัญญาเลขที่ 61-02029-0065)

โดย

**SAB**

Research Centre for Social and Business Development Co., Ltd.

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

กรกฎาคม 2563

## บทสรุปผู้บริหาร

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (ครั้งที่ 3) มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสำรวจพฤติกรรมการตี ความคิดเห็นต่อแนวทางการควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยสำรวจกับประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ จำนวน 1,557 ตัวอย่าง ดำเนินการในช่วงระหว่างวันที่ 19 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2563 ประเด็นสำคัญที่พบสรุปได้ดังนี้

### พฤติกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบร้อยละ 38.9 ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ เฉพาะตัวอย่างที่ตี พบร้อยละ 3.8 เคยซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา เฉลี่ย 2 ครั้ง โดยใช้การโทรฯ สั่ง และผ่าน Grab เป็นหลัก เหตุผลเพราะสะดวกไม่ต้องไปซื้อเอง และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน เมื่อสอบถามถึงการตีในช่วงเดือนเมษายน พบว่ามีสัดส่วนการตีอยู่ร้อยละ 41.3 แต่ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบว่าเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 64.5 เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจทั้ง 3 ครั้ง พบว่าสัดส่วนการตีเพิ่มขึ้นตามลำดับ คือร้อยละ 51.5 ในเดือนเมษายน เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.3 ในเดือนพฤษภาคม และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 64.5 ในเดือนมิถุนายน

เฉพาะผู้ที่ตีในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบว่ากลุ่มที่ตีประจำ มีสัดส่วนการตีเท่าเดิม มากกว่ากลุ่มที่ตีนานๆ ครั้ง สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้ตี/ ตีน้อยลง ให้เหตุผลสำคัญว่าไม่ได้พบปะสังสรรค์ กว่า 1 ใน 3 มีแผนที่จะงดหรือลดการตีต่อเนื่อง ผลที่สำคัญคือ สุขภาพร่างกายดีขึ้น และมีบางส่วนประหยัดค่าใช้จ่ายได้ (เฉลี่ยรายละ 1,197.10 บาท) ส่วนกลุ่มที่ตีเท่าเดิม ให้เหตุผลสำคัญว่ามีคนชวนตี ขัดไม่ได้ อย่างไรก็ตาม พบเพียงร้อยละ 8.4 ที่ออกไปนั่งตีตามร้าน และจากตัวอย่างทั้งหมด พบเพียงร้อยละ 3.0 เท่านั้นที่ระบุว่าพบเห็นผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบัน

### ความคิดเห็นของประชาชนต่อการช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากการควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ และแนวทางการควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ประมาณ 3 ใน 4 หรือร้อยละ 74.4 เห็นว่าการควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ของ ศบค. มีผลต่อการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้ในระดับ “มาก-มากที่สุด” โดยภาพรวม ตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มเห็นด้วยที่ยังต้องมีการควบคุมการจำหน่ายและการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ในช่วงเวลานี้ตามแนวทางต่างๆ โดยสังเกตได้ว่าการอนุญาตให้นั่งตีตามร้านอาหาร/ ภัตตาคาร และโรงแรม ยังมีความเห็นกำกับ ที่น่าพิจารณาคือ การรณรงค์ตีที่บ้านของธุรกิจแอลกอฮอล์ มีแนวโน้มเห็นด้วยกว่าครึ่ง และไม่แตกต่างกันทั้งในกลุ่มที่ตีและไม่ตี

## ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

กิจกรรมที่พบเห็นมากที่สุดคือ ปาร์ตี้ออนไลน์ โดยโซว์ภาพการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น คิดเป็นร้อยละ 8.1 ที่น่าพิจารณาคือ การโพสต์เชิญชวนให้ดื่มอย่างรับผิดชอบที่บ้าน มีสัดส่วนผู้พบเห็นแล้วทำตามมากที่สุดคือ ร้อยละ 37.8

### ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะจากคณะผู้วิจัย

1. การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ ศบค. มีผลอย่างมากต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ดังจะเห็นได้จากการเปรียบเทียบผลการสำรวจทั้ง 3 ครั้ง ที่สัดส่วนการดื่มเพิ่มขึ้นไปตามลำดับของการผ่อนคลายมาตรการควบคุม จึงคาดการณ์ได้ว่าหากผ่อนคลายมาตรการควบคุมในระยะต่อไปจนกลับเข้าสู่ภาวะปกติ สัดส่วนการดื่มจะสูงขึ้นอย่างแน่นอน ที่น่ากังวลคือ การกลับมาดื่มโดยทันที และดื่มปริมาณมากอย่างรวดเร็ว หลังการงดมาในช่วงเวลาหนึ่ง อาจเป็นอันตรายได้ ดังนั้น จึงควรมีคำเตือนด้านสุขภาพ เพื่อป้องกันการซื้อ หรือแอลกอฮอล์เป็นพิษแบบเฉียบพลัน นอกจากนี้ ยังคาดการณ์ได้อีกว่า การทำการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังปลดล็อกจะเข้มข้นกว่าเดิม จึงควรมีการเฝ้าระวังการกระทำผิดกฎหมายที่เข้มข้นตามไปด้วย พร้อมกับมีแคมเปญรณรงค์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว

2. ปัจจุบัน มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ซึ่งมีโอกาสที่จะกระทำผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ได้โดยง่าย ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายใดที่ควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์โดยเฉพาะ จึงควรมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อปิดช่องว่างในการควบคุม

3. ผลการสำรวจครั้งที่ 3 พบว่าแนวโน้มความเห็นด้วยต่อการควบคุมการจำหน่ายและการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีสัดส่วนลดลงจากการสำรวจในครั้งที่ 2 แทบทุกประเด็น อาจเนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังควรต้องมีการประเมินสถานการณ์การระบอบใหม่อยู่ หลังจากอนุญาตให้นั่งดื่มตามร้านอาหาร/ ภัตตาคาร และโรงแรมได้ ก่อนที่จะผ่อนคลายในระยะต่อไป

4. ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์ ซึ่งบางลักษณะเข้าข่ายการกระทำที่ผิดกฎหมาย เช่น การโพสต์โฆษณาขาย/ ลดแลกแจกแถม พร้อมส่งถึงบ้าน รวมถึงการแสดงผลภัณฑ์/ ตราสัญลักษณ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมร่วมสนุก จึงต้องมีการควบคุมบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด ที่น่าพิจารณาอย่างยิ่งคือ การโพสต์เชิญชวนให้ดื่มอย่างรับผิดชอบที่บ้าน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ได้ผล โดยมีผู้เห็นด้วยค่อนข้างมาก และบางส่วนทำตามคำเชิญชวน จึงควรมีการพิจารณาถึงความเหมาะสม หรือพิจารณาว่าเข้าข่ายการโฆษณาหรือไม่

## คำนำ

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 3) เป็นโครงการวิจัยภายใต้ความร่วมมือระหว่างศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

โครงการดังกล่าวนี้เป็นโครงการต่อเนื่องจากที่เคยดำเนินการมาแล้ว 2 ครั้ง โดยครั้งแรกเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน ที่มีประกาศห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ ครั้งที่สองเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม ที่มีการผ่อนปรนให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ (ยกเว้นจังหวัดบุรีรัมย์) แต่ยังคงห้ามนั่งดื่มให้ชื้อกลับบ้านได้เท่านั้น และในครั้งที่สามนี้เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน ภายหลังจากผ่อนคลายนโยบายที่ 4 ที่อนุญาตให้ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม สามารถจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านได้ แม้การเก็บข้อมูลในช่วงนี้ จะไม่มีข้อจำกัดในการลงพื้นที่ภาคสนาม เพราะสามารถเดินทางข้ามจังหวัดได้แล้ว อย่างไรก็ตาม เพื่อผลในเชิงเปรียบเทียบ คณะผู้วิจัยจึงยังคงใช้แนวทางการเก็บข้อมูลตามเดิม คือใช้การโทรศัพท์สัมภาษณ์ (จากฐานข้อมูลหมายเลขโทรศัพท์มือถือ) โดยประยุกต์ใช้การสุ่มตัวอย่างที่อ้างอิงตามฐานข้อมูลประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป แล้วควบคุมสัดส่วนการเก็บข้อมูลของแต่ละจังหวัดที่ได้จากการสุ่มให้เป็นไปตามโครงสร้างประชากรที่แท้จริง

รายงานฉบับนี้ เป็นการนำเสนอตารางแสดงผลการสำรวจ การพรรณนาผล พร้อมกับอภิปรายผลจำแนกออกเป็นตอนต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ในการใช้ติดตามสถานการณ์ปัญหา เพื่อนำไปประกอบเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการป้องกันผลกระทบจากการห้ามจำหน่ายต่อไป

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ขอขอบคุณศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) สำหรับความร่วมมือทางวิชาการ ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำหรับการสนับสนุนทุนการวิจัย และขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าร่วมให้ข้อมูลและแสดงความคิดเห็น คณะผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

คณะผู้วิจัย

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)

กรกฎาคม 2563

# สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	i
คำนำ	iii
สารบัญ	iv
สารบัญตาราง	v
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>
	ที่มาของโครงการ
	วัตถุประสงค์ในการวิจัย
<b>บทที่ 2</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>
	ระเบียบวิธีวิจัย
	ประชากรเป้าหมาย
	การกำหนดขนาดตัวอย่าง
	การสุ่มตัวอย่าง
	การเก็บรวบรวมข้อมูล
	เครื่องมือวัด
	การวิเคราะห์ข้อมูล
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	การควบคุมคุณภาพ
	ระยะเวลาดำเนินโครงการ
<b>บทที่ 3</b>	<b>ผลการสำรวจ</b>
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
	ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
	ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของประชาชนต่อการช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
	ตอนที่ 4 ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
<b>บทที่ 4</b>	<b>บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>
	บทสรุป
	อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
<b>ภาคผนวก</b>	<b>29</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนกลุ่มเป้าหมายประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามภูมิภาค	4
2	แสดงจำนวนตัวอย่าง (Sample Size) พร้อมกับการปรับค่าผลกระทบจากการออกแบบการวิจัย (Design Effect) และอัตราความร่วมมือ (Response Rate)	5
3	แสดงการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample Size) จำแนกภูมิภาค	5
4	แสดงผลการสุ่มตัวอย่างจังหวัด สัดส่วนและจำนวนตัวอย่าง จำแนกรายจังหวัด	6
5	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	10
6	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	10
7	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส	10
8	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด	11
9	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	11
10	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	12
11	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่พักอาศัย	12
12	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	14
13	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	14
14	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ตั้งแต่ มกราคม 2563 เป็นต้นมา (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	14
15	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางออนไลน์ที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	15
16	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	15
17	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่วงเวลาที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	15
18	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	15
19	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	16
20	แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา กับเดือนเมษายน (จากการสำรวจในครั้งเดียวกัน และเฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	16
21	แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการสำรวจ 3 ครั้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	16
22	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	17
23	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	17

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
24	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพ กับการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	18
25	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความถี่ในการตี๋ม กับการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	19
26	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ <u>ไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง</u> ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	19
27	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการมีแผนที่จะงดหรือลดการตี๋มแอลกอฮอล์ต่อเนื่อง หลังจากนั้น (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	19
28	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลดีของการงดหรือลดการตี๋มในช่วงนี้ (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	20
29	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ <u>ตี๋มเท่าเดิม</u> ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วตี๋มเท่าเดิม ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	20
30	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการออกไปนั่งตี๋มที่ร้าน/ สถานบริการต่างๆ หลังผ่อนคลายล็อกดาวน์ ระยะที่ 4 (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในช่วง 30 วันที่ผ่านมา)	21
31	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการพบเห็นว่ามีผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ เปิดให้บริการ ในจังหวัดที่อาศัยอยู่ ตั้งแต่เมษายนเป็นต้นมา	21
32	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลต่อการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากการควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ของ ศบค.	22
33	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็นต่อแนวทางการควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามการตี๋มๆ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	23
34	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการพบเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจ เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19	25



# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาของโครงการ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบันที่กำลังเป็นปัญหาสำคัญของทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย การตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์จะเป็นการเพิ่มความเสีงในการติดเชื้ จากการไม่ได้ดูแลป้องกันตัวเองเต็มที่หรืออยู่ในอาคารมีนเมาทำให้ไม่ปฏิบัติตามข้อแนะนำสุขภาพ เช่น การล้างมือ ใส่หน้ากากอนามัย หรือเว้นระยะห่างทางกายกับผู้อื่น ยิ่งไปกว่านั้น หากติดเชื้แล้วอาจทำให้มีอาการเจ็บป่วยรุนแรง จากการมีสุขภาพร่างกายที่อ่อนแอ หรือมีภาวะภูมิคุ้มกันโรคบกพร่อง หรือมีโรคประจำตัวจากผลของแอลกอฮอล์ เช่น ตับแข็ง มะเร็ง โรคหัวใจ เป็นต้น<sup>1</sup>

ข้อมูลทางการแพทย์ที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ได้รวบรวมไว้ แสดงให้เห็นถึงความเสีงต่อการติดเชื้ไวรัสโควิด-19 ได้ง่ายขึ้นจากการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ เพราะเป็นการเพิ่มการติดเชื้ทางเดินหายใจ โดยการตี๋มหนักและการติดสุราจะทำลายเม็ดเลือดขาว ชนิด macrophage ในปอด เป็นการเพิ่มความเสีงในการติดเชื้แบคทีเรียและไวรัส 3-7 เท่า และยังเพิ่มความเสีงในการติดเชื้วัณโรค<sup>2</sup> นอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นถึงอันตรายมากกว่าปกติหากได้รับเชื้ เพราะการตี๋มจะเพิ่มความรุนแรงของการติดเชื้ในปอด ผู้ติดสุราหรือป่วยจากการตี๋มสุรา มีโอกาสเข้า ICU มากกว่าปกติ 60% หากป่วยเป็นโรคปอดบวม และมีโอกาสเกิดระบบทางเดินหายใจล้มเหลวเป็น 3.7 เท่าของปกติ หากมีการติดเชื้ในกระแสเลือด<sup>3</sup>

ความเสีงข้างต้น ได้รับการตอบสนองในเชิงนโยบาย โดยในช่วงเดือนเมษายน ผู้ว่าราชการจังหวัดทั่วประเทศ รวมถึงกรุงเทพมหานคร ได้ออกคำสั่งปิดร้านค้าและสถานประกอบการจำหน่ายสุราเป็นการชั่วคราวเพื่อลดความเสีงของประชาชนในการสัมผัสเชื้โรคในช่วงการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 โดยมีกำหนดระยะเวลาแตกต่างกันไปในแต่ละจังหวัด<sup>4</sup> ซึ่งครั้งนั้น ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ร่วมกับศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ได้ทำการสำรวจพบประเด็นที่น่าสนใจหลายประการ โดยเฉพาะการพบว่าเมื่อมีประกาศห้ามจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19 การตี๋มของคนไทยนั้นลดลงอย่างชัดเจน โดยมีเพียงส่วนน้อยที่ได้รับความเดือดร้อนจากการห้ามจำหน่าย<sup>5</sup>

<sup>1</sup> ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2563ก). ข้อแนะนำจากศูนย์วิจัยปัญหาสุราในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://cas.or.th/cas/?p=7420>

<sup>2</sup> ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2563ข). ตี๋มสุราเพิ่มการติดเชื้ทางเดินหายใจ. สืบค้นจาก <http://cas.or.th/cas/?p=7447>

<sup>3</sup> ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2563ค). การตี๋มสุราเพิ่มความรุนแรงของการติดเชื้ในปอด. สืบค้นจาก <http://cas.or.th/cas/?p=7450>

<sup>4</sup> ไทยรัฐออนไลน์. (2563, 12 เมษายน). สั่งห้ามขายสุราทั่วประเทศ ชี้ ตั้งวงก้งเหล้าหนึ่งในสาเหตุเสีงโควิด-19. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/1818796>

<sup>5</sup> ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2563ก). โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสีงและพฤติกรรมกาตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ. สงขลา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

ต่อมาเมื่อสถานการณ์การระบาดของไวรัสมีแนวโน้มลดลง เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม นายกรัฐมนตรีจึงได้ออกข้อกำหนดเป็นการทั่วไปและข้อปฏิบัติแก่ส่วนราชการต่างๆ ผ่อนคลायให้ดำเนินการหรือทำกิจกรรมบางอย่างได้ รวมถึงสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลับบ้านจำหน่ายได้ แต่ไม่สามารถนั่งดื่มในร้าน เริ่มมีผลวันที่ 3 พฤษภาคม โดยให้เป็นอำนาจของผู้ว่าราชการจังหวัดแต่ละจังหวัดในการออกคำสั่งยกเลิกการห้ามจำหน่าย<sup>6</sup> ซึ่ง ศวส. และ SAB ได้ร่วมกันดำเนินการสำรวจอีกครั้ง พบว่าสัดส่วนการดื่มเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20.3 โดยเฉพาะในกลุ่มที่ดื่มประจำเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24.0<sup>7</sup>

ล่าสุดวันที่ 12 มิถุนายนที่ผ่านมา ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ได้มีการพิจารณามาตรการผ่อนคลायในระยะที่ 4 โดยมีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องในที่นี่คือ การอนุญาตให้ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม สามารถจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านได้ เริ่มมีผลวันที่ 15 มิถุนายน<sup>8</sup>

จึงเป็นที่น่าสนใจว่า ประชาชนตอบรับกับมาตรการนี้อย่างไร พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอย่างไร รวมถึงประชาชนมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเปิดให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และนั่งดื่มได้ และคิดเห็นอย่างไรต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งเป็นหน่วยงานวิชาการที่สนับสนุนการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับปัญหาแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ประสงค์ให้มีการศึกษาในประเด็นข้างต้น เพื่อเป็นการติดตามสถานการณ์ นำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายต่อไป ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) จึงขอเสนอข้อเสนอโครงการ เพื่อดำเนินโครงการ “สำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19” (ครั้งที่ 3) ตามระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์

<sup>6</sup> โปสทูเดย์. (2563, 1 พฤษภาคม). *ไฟเขียวขายเหล้า-เบียร์ ทั่วประเทศ ให้ซื้อกลับบ้านห้ามดื่มที่ร้าน*. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/social/general/622388>

<sup>7</sup> ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2563ข). *โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 2)*. สงขลา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

<sup>8</sup> อมรินทร์ทีวีออนไลน์ (2563, 12 มิถุนายน). *นายฯ ไฟเขียว ยกเลิกเคอร์ฟิว คลายล็อกเฟส 4*. สืบค้นจาก <https://www.amarintv.com/news/detail/34444>

## วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อการช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.)
3. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
4. เพื่อสำรวจประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

## บทที่ 2

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### ระเบียบวิธีวิจัย

โครงการนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) เก็บข้อมูลด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ (Phone Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ

#### ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายคือ ประชากรอายุ 15 ขึ้นไป อ้างอิงจากระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย รวมจำนวนทั้งสิ้น 53,981,974 คน<sup>9</sup> แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มเป้าหมายประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	สัดส่วน
กรุงเทพฯ ปริมณฑล	7,795,221	14.44
ภาคกลาง	10,910,164	20.21
ภาคเหนือ	9,753,526	18.07
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18,109,729	33.55
ภาคใต้	7,413,334	13.73
รวมจำนวนทั้งสิ้น	53,981,974	100.00

#### การกำหนดขนาดตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง คำนวณจากระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ +/- 3 ปรับค่าด้วยผลกระทบจากการออกแบบการวิจัย (Design Effect) = 1.2 และอัตราความร่วมมือ (Response Rate) 80% (อ้างอิงจากการดำเนินโครงการวิจัยที่มีรูปแบบใกล้เคียงกันที่ผ่านมา) รวมจำนวนตัวอย่าง 1,537 ตัวอย่าง (หน่วยการวิเคราะห์คือบุคคล) รายละเอียดตามตารางที่ 2 และ 3

<sup>9</sup> ระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง. (2562). สถิติประชากรและบ้าน – จำนวนประชากรแยกอายุ. สืบค้นจาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนตัวอย่าง (Sample Size) พร้อมกับการปรับค่าผลกระทบจากการออกแบบการวิจัย (Design Effect) และอัตราความร่วมมือ (Response Rate)

Confidence Level	Confidence Interval	Sample size
95	+/- 3	1,067
ปรับค่าด้วยผลกระทบจากการออกแบบการวิจัย (Design Effect) = 1.2		
อัตราความร่วมมือ (Response Rate) 80%		
95	+/- 3	1,537

ตารางที่ 3 แสดงการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample Size) จำแนกภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนจังหวัด	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพฯ ปริมณฑล	3	14.44	222
ภาคกลาง	3	20.21	311
ภาคเหนือ	3	18.07	278
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4	33.55	515
ภาคใต้	2	13.73	211
<b>รวมจำนวนทั้งสิ้น</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>	<b>1,537</b>

### การสุ่มตัวอย่าง

1. ประยุกต์ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิสองชั้น (Stratified Two-Stage Sampling) โดยมี กรุงเทพฯ ปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เป็นชั้นภูมิหลัก (Stratum)
2. การสุ่มเลือกจังหวัดตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิ โดยใช้การสุ่มเชิงระบบและค่าความถี่สะสมของจำนวนประชากรเป็นฐานในการสุ่ม (Cumulative Systematic Sampling) เพื่อเปิดโอกาสให้แต่ละจังหวัดได้รับการสุ่มเลือกตามน้ำหนักของจำนวนประชากรในจังหวัด โดยมีขั้นตอนดังรายละเอียด

ขั้นตอนที่ 1 จัดทำตารางการสุ่มตามโครงสร้างของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พร้อมข้อมูลจำนวนประชากรในแต่ละจังหวัด

ขั้นตอนที่ 2 จัดเรียงและให้เลขที่แต่ละจังหวัดตามขนาดประชากร โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย เพื่อให้การสุ่มกระจายไปยังจังหวัดที่มีประชากรขนาดแตกต่างกัน (ใหญ่ กลาง และเล็ก)

ขั้นตอนที่ 3 หาค่าช่วงกว้างของการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Interval) คือ  $k = \frac{N}{n}$  โดยที่

$k$  = ช่วงกว้างของการสุ่ม  $N$  = จำนวนประชากร  $n$  = จำนวนจังหวัดตัวอย่างที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 4 เลือกเลขสุ่มตั้งต้น ( $r$ ) ให้มีค่าระหว่าง 1 กับ  $k$  ( $1 < r < k$ ) ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย

(Simple Random Sampling) จากนั้นสุ่มตัวอย่างถัดไปตามช่วงกว้างที่คำนวณได้

คือหน่วยที่มีหมายเลขตรงกับค่า  $r, r+k, r+2k, \dots, r+(n-1)k$

3. การสุ่มเลือกตัวอย่างประชากรในแต่ละจังหวัด โดยใช้การสุ่มเชิงระบบ (Systematic Sampling) จากฐานข้อมูลเบอร์โทรศัพท์มือถือ โดยมีวิธีการหาความกว้างของการสุ่ม เลขสุ่มตั้งต้น และสุ่มตัวอย่างถัดไป เช่นเดียวกับขั้นตอนที่ 3 – 4 ตามข้างต้น

ตารางที่ 4 แสดงผลการสุ่มตัวอย่างจังหวัด สัดส่วนและจำนวนตัวอย่าง จำแนกรายจังหวัด

ภูมิภาค	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง
<b>กรุงเทพฯ ปริมณฑล</b>	<b>14.44</b>	<b>222</b>
กรุงเทพมหานคร	68.49	152
นนทบุรี	15.49	34
สมุทรปราการ	16.02	36
<b>ภาคกลาง</b>	<b>20.21</b>	<b>311</b>
ชลบุรี	50.48	157
อยุธยา	27.93	87
สระบุรี	21.59	67
<b>ภาคเหนือ</b>	<b>18.07</b>	<b>278</b>
เชียงใหม่	42.44	118
เชียงราย	30.34	84
นครสวรรค์	27.22	76
<b>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</b>	<b>33.55</b>	<b>515</b>
ขอนแก่น	23.15	119
นครราชสีมา	33.61	174
อุดรธานี	19.88	102
อุบลราชธานี	23.36	120
<b>ภาคใต้</b>	<b>13.73</b>	<b>211</b>
นครศรีธรรมราช	52.79	111
สงขลา	47.21	100
<b>รวมจำนวนทั้งสิ้น</b>	<b>100.00</b>	<b>1,537</b>

หมายเหตุ: จำนวนตัวอย่างอาจมีการปรับเปลี่ยนตามโครงสร้างการสุ่มในพื้นที่จริง แต่โดยรวมจะไม่น้อยกว่า 1,537 ตัวอย่าง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การโทรศัพท์สัมภาษณ์ (Phone Survey)

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้จำนวนทั้งสิ้น 1,557 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 101.3

## เครื่องมือวัด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยจัดทำร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัย และคณะทำงานของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ซึ่งมีโครงสร้างคำถามที่ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ทั้งคุณลักษณะประชากร และประเด็นคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ในการประมวลผลข้อมูล โดยสถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อาทิ จำนวน ร้อยละ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของประเภทข้อมูล และวัตถุประสงค์ในการนำมาใช้ประโยชน์จากข้อมูล สำหรับการนำเสนอผล นำเสนอในรูปแบบตาราง แสดงผลการสำรวจ พร้อมพรรณนาผล

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

คาดว่าผลสำรวจที่ได้ จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ในการใช้ติดตามสถานการณ์ปัญหา เพื่อนำไปประกอบเป็นเสนอแนะเชิงนโยบายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

## การควบคุมคุณภาพ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ทีมโทรศัพท์สัมภาษณ์ผ่านการคัดเลือกและอบรมความเข้าใจต่อแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูล แต่ละทีมมีหัวหน้าควบคุมการโทรศัพท์สัมภาษณ์ (ประกอบด้วย 10 ทีม แต่ละทีมมีจำนวน 4 - 5 คน) โดยหัวหน้าทีมจะตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุด และรายงานผลการเก็บข้อมูลต่อหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นรายวัน

2. ระบบป้องกันข้อมูลที่ป้องกันข้อผิดพลาด เพื่อสามารถควบคุมข้อมูลให้มีความถูกต้องตรงตามแบบสอบถาม ทีมงานใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ป้องกันข้อผิดพลาดต่างๆ อาทิ การป้อนตัวเลขผิด ป้อนตัวเลขเกินจำนวน หรือการป้องกันความไม่สอดคล้องกันของข้อมูล เป็นต้น

3. การตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำตอบ ทำการตรวจสอบความถูกต้อง และสอดคล้องของข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ก่อนนำเข้าสู่ขั้นตอนการป้อนข้อมูล ประมวลผลต่อไป

## ระยะเวลาดำเนินโครงการ

โครงการสำรวจครั้งนี้ ดำเนินการระหว่างวันที่ 19 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2563 ใช้ระยะเวลาตามขั้นตอนดังนี้

1. เตรียมการ สร้างเครื่องมือ และสุ่มตัวอย่าง	1	วัน
2. เก็บรวบรวมข้อมูล (โทรศัพท์สัมภาษณ์)	2	วัน
3. ลงรหัส ป้อนข้อมูล ประมวลผล	2	วัน
4. สรุปข้อมูลนำเสนอผลเบื้องต้น	2	วัน
5. จัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ และ Infographic	7	วัน
รวมระยะเวลาดำเนินโครงการ	14	วัน



### บทที่ 3

## ผลการสำรวจ

ผลการสำรวจเสนอโดยใช้ตารางแสดงค่าทางสถิติ ประกอบการพรรณนาผล โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน  
ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของประชาชนต่อการช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จาก  
การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่  
ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตอนที่ 4 ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวอย่างร้อยละ 50.5 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 49.5 เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่ร้อยละ 70.3 อยู่ในช่วง  
อายุ 30 - 59 ปี โดยร้อยละ 19.1 อายุ 15 - 29 ปี ขณะที่ร้อยละ 10.6 อายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 66.5 สมรส  
แล้ว ขณะที่ร้อยละ 29.2 มีสถานะโสด และร้อยละ 4.3 หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่

เกือบ 3 ใน 4 หรือร้อยละ 73.1 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ขณะที่ร้อยละ 23.4 จบปริญญาตรี  
และร้อยละ 3.5 จบสูงกว่าปริญญาตรี ด้านอาชีพ มีการกระจายอย่างหลากหลาย ซึ่ง 3 กลุ่มอาชีพหลักๆ ได้แก่  
ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป พนักงานบริษัทเอกชน และค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย มีอยู่ร้อยละ 20.7  
17.4 และ 16.2 ตามลำดับ สำหรับรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าร้อยละ 39.3 มีรายได้ไม่เกิน 10,000  
บาท ร้อยละ 40.5 มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท และร้อยละ 20.2 มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท

เมื่อจำแนกตามพื้นที่พักอาศัย พบว่าร้อยละ 60.8 พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล ร้อยละ 29.4 อยู่นอก  
เขตเทศบาล และร้อยละ 9.8 อยู่ในกรุงเทพมหานคร

(พิจารณาตามตารางที่ 5 - 11)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ลำดับ	เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1	ชาย	771	49.5
2	หญิง	786	50.5
รวม		1,557	100.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ลำดับ	อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1	15 - 19 ปี	57	3.7
2	20 - 29 ปี	239	15.4
3	30 - 39 ปี	377	24.2
4	40 - 49 ปี	403	25.9
5	50 - 59 ปี	314	20.2
6	60 ปีขึ้นไป	167	10.6
รวม		1,557	100.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

ลำดับ	สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
1	โสด	454	29.2
2	สมรสและมีบุตร	935	60.1
3	สมรสแต่ไม่มีบุตร	100	6.4
4	หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	68	4.3
รวม		1,557	100.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด

ลำดับ	การศึกษาชั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคยเรียน	6	0.4
2	ประถมศึกษา	275	17.7
3	มัธยมศึกษาตอนต้น	256	16.4
4	มัธยมศึกษาตอนปลาย	311	20.0
5	ปวช.	106	6.8
6	ปวส.	148	9.5
7	อนุปริญญา	36	2.3
8	ปริญญาตรี	365	23.4
9	สูงกว่าปริญญาตรี	54	3.5
<b>รวม</b>		<b>1,557</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ลำดับ	อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1	ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป	322	20.7
2	พนักงานบริษัทเอกชน	271	17.4
3	ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย	253	16.2
4	ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ	174	11.2
5	เกษตรกร/ ประมง	156	10.0
6	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	126	8.1
7	เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	83	5.3
8	นักเรียน/ นักศึกษา	72	4.6
9	อาชีพอิสระ อาทิ นายควม สตาปนิก	34	2.2
10	ว่างงาน	53	3.4
11	อื่นๆ อาทิ ลูกจ้างเทศบาล ลูกจ้างราชการ อสม.	13	0.9
<b>รวม</b>		<b>1,557</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

ลำดับ	รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 5,000 บาท	183	11.8
2	5,001 - 10,000 บาท	428	27.5
3	10,001 - 20,000 บาท	630	40.5
4	20,001 - 30,000 บาท	153	9.8
5	30,001 - 40,000 บาท	83	5.3
6	40,001 - 50,000 บาท	39	2.5
7	มากกว่า 50,000 บาท	41	2.6
รวม		1,557	100.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่พักอาศัย

ลำดับ	พื้นที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
1	กรุงเทพมหานคร	152	9.8
2	ในเขตเทศบาล	947	60.8
3	นอกเขตเทศบาล	458	29.4
รวม		1,557	100.0

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตัวอย่างร้อยละ 38.9 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ในกลุ่มนี้พบว่าร้อยละ 39.9 ดื่มเป็นประจำ (อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง) ขณะที่ร้อยละ 60.1 ไม่ได้ดื่มประจำ (น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง)

เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา เมื่อสอบถามถึงการเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ตั้งแต่ มกราคม 2563 เป็นต้นมา พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 96.2 ไม่เคย ขณะที่ร้อยละ 3.8 ระบุเคยเฉลี่ย 2 ครั้ง โดยกลุ่มที่เคยซื้อออนไลน์ใช้การโทรฯ สั่ง และผ่าน Grab เป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 65.2 และ 34.8 ตามลำดับ เหตุผลสำคัญคือ สะดวกไม่ต้องไปซื้อเอง และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน คิดเป็นร้อยละ 73.9 และ 60.9 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม พบว่าเกือบทั้งหมดหรือร้อยละ 95.6 ซื้อในเวลาที่ถูกกฎหมายอนุญาตให้ซื้อได้ (11:00 - 14:00 น. และ 17:00 - 24:00 น.)

เมื่อสอบถามต่อไปในกลุ่มที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาถึงการดื่มในช่วงเดือนเมษายนที่กฎหมายห้ามจำหน่าย พบว่ากว่าครึ่งคือร้อยละ 58.7 ไม่ได้ดื่ม (พบ 8 รายมีการใช้สารอื่นทดแทน ส่วนใหญ่คือกาแฟ ชา น้ำอัดลม น้ำหวาน โดยมี 1 รายดื่มน้ำกระท่อม) โดยมีร้อยละ 31.0 ดื่มน้อยลง ขณะที่ร้อยละ 10.3 ดื่มเท่าเดิม และเมื่อสอบถามต่อถึงการดื่มในช่วง 30 วันที่ผ่านมา ซึ่งมีประกาศอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ พบว่าสัดส่วนตัวอย่างที่ไม่ได้ดื่มลดลงเหลือร้อยละ 35.5 ขณะที่ผู้ที่ดื่มน้อยลงเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ

47.5 ต้มเท่าเดิมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 17.0 โดยไม่พบการต้มบ่อยขึ้น สังเกตได้ว่า สัดส่วนของผู้ที่ต้มในช่วง 30 วันที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นจากเดือนเมษายน (สอบถามย้อนหลังในการสำรวจครั้งเดียวกัน) โดยรวมถึงร้อยละ 23.2

คณะผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจทั้ง 3 ครั้ง มาเปรียบเทียบการต้มเครื่องต้มแอลกอฮอล์ในแต่ละช่วงเดือนที่เก็บข้อมูล โดยเลือกวิเคราะห์เฉพาะตัวอย่างที่ต้มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่าสัดส่วนการต้มเพิ่มขึ้นตามลำดับ คือร้อยละ 51.5 ในเดือนเมษายน เพิ่มเป็นร้อยละ 53.3 ในเดือนพฤษภาคม (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8) และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 64.5 ในเดือนมิถุนายน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2) สอดคล้องกับมาตรการควบคุมเครื่องต้มแอลกอฮอล์ของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ที่มีการผ่อนคลายลงเรื่อยๆ จากการห้ามจำหน่ายทั่วประเทศในเดือนเมษายน แล้วอนุญาตให้ซื้อกลับจากร้านจำหน่ายได้แต่ไม่สามารถนั่งดื่มในร้านในเดือนพฤษภาคม และอนุญาตให้จำหน่ายและนั่งดื่มได้เฉพาะในร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรมในเดือนมิถุนายน

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ กับการต้มเครื่องต้มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (Crosstab) พบว่า

1) เพศชายมีสัดส่วนการต้มเท่าเดิม มากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย ไม่ถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ หรือกล่าวได้ว่าไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.678)

2) กลุ่มอายุ 30 - 39 ปี มีสัดส่วนการต้มเท่าเดิม มากกว่ากลุ่มอายุอื่นเล็กน้อย ไม่ถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ หรือกล่าวได้ว่าไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.223)

3) กลุ่มเกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน มีสัดส่วนการต้มเท่าเดิม มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.167)

4) กลุ่มที่ต้มประจำ (อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง) มีสัดส่วนการต้มเท่าเดิม มากกว่ากลุ่มที่ต้มนานๆ ครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.000)

กลุ่มที่ไม่ได้ต้ม/ ต้มน้อยลง ให้เหตุผลสำคัญว่า ไม่ได้พบปะสังสรรค์ (ร้อยละ 61.2) ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว (ร้อยละ 32.8) และต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด (ร้อยละ 25.8) โดยพบว่าร้อยละ 38.5 มีแผนที่จะงดหรือลดการดื่มต่อเนื่องหลังจากนี้ ขณะที่ร้อยละ 22.5 ไม่มีแผน และร้อยละ 39.0 ไม่แน่ใจ ผลที่ได้พบจากการงดหรือลดการดื่มในช่วงนี้ที่สำคัญคือ สุขภาพร่างกายดีขึ้น (ร้อยละ 49.7) สุขภาพจิตใจดีขึ้น (ร้อยละ 19.1) ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ (เฉลี่ยรายละ 1,197.10 บาท) (ร้อยละ 13.9) รู้สึกมีความปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น (ร้อยละ 13.9) และลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น (ร้อยละ 12.7)

ส่วนกลุ่มที่ต้มเท่าเดิม ให้เหตุผลสำคัญว่ามีคนชวนดื่ม ชดไม่ได้ (ร้อยละ 37.9) ต้มเป็นประจำ/ ต้มจนติด (อดไม่ได้) (ร้อยละ 26.2) และมีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ ปาร์ตี้ดื่ม (ทั้งออนไลน์หรือวงจริง) (ร้อยละ 26.2)

*เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา* เมื่อสอบถามถึงการออกไปนั่งดื่มที่ร้าน/ สถานบริการต่างๆ หลังผ่อนคลายล็อกดาวน์ ระยะที่ 4 พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 91.6 ยังไม่ได้ออกไปนั่งดื่ม ขณะที่ร้อยละ 8.4 ออกไปนั่งดื่มแล้ว กลุ่มนี้โดยมากจะไปที่ร้านค้า/ ร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน และร้านอาหาร/ ภัตตาคาร คิดเป็นร้อยละ 36.4 และ 33.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ ยังพบร้อยละ 21.2 (7 ราย) ไปนั่งดื่มตามผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ ซึ่งยังไม่ได้รับอนุญาตให้เปิดบริการ ทั้งนี้ จากตัวอย่างทั้งหมดที่ทำการสำรวจ พบว่ามีเพียงร้อยละ 3.0 (47 ราย) เท่านั้นที่ระบุว่าพบเห็นผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบัน

(พิจารณาตามตารางที่ 12 - 31)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา

ลำดับ	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ดื่ม	951	61.1
2	ดื่ม	606	38.9
	รวม	1,557	100.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	ความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1	ทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์)	36	5.9
2	เกือบทุกวัน (5-6 วันต่อสัปดาห์)	60	9.9
3	วันเว้นวัน (3-4 วันต่อสัปดาห์)	27	4.5
4	ทุกสัปดาห์ (1-2 วันต่อสัปดาห์)	119	19.6
5	ทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)	157	25.9
6	นานๆ ครั้ง (น้อยกว่าเดือนละครั้ง)	207	34.2
	รวม	606	100.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ตั้งแต่ มกราคม 2563 เป็นต้นมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคย	583	96.2
2	เคย เฉลี่ย 2 ครั้ง	23	3.8
	รวม	606	100.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางออนไลน์ที่ซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์  
(เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 23)

ลำดับ	ช่องทางออนไลน์ที่ซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	โทรฯ สั่ง	15	65.2
2	Grab	8	34.8
3	เฟซบุ๊ก	2	8.7
4	เว็บไซต์	1	4.3

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์  
(เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 23)

ลำดับ	เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
1	สะดวกไม่ต้องไปซื้อเอง	17	73.9
2	มีบริการจัดส่งถึงบ้าน	14	60.9
3	ราคาถูกกว่าท้องตลาด	3	13.0
4	มีโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม	1	4.3
5	ซื้อได้ตลอดเวลา	1	4.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่วงเวลาที่เคยซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์  
(เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 23)

ลำดับ	ช่วงเวลาที่เคยซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1	00:01 - 10:59 น.	0	0.0
2	11:00 - 14:00 น.	11	47.8
3	14:01 - 16:59 น.	1	4.4
4	17:00 - 24:00 น.	11	47.8

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน  
(เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตี๋ม*	356	58.7
2	ตี๋มน้อยลง	188	31.0
3	ตี๋มเท่าเดิม	62	10.3
4	ตี๋มบ่อยขึ้น	0	0.0
<b>รวม</b>		<b>606</b>	<b>100.0</b>

\*เฉพาะตัวอย่างที่ไม่ได้ตี๋ม พบ 8 รายมีการใช้สารอื่นทดแทน ส่วนใหญ่คือกาแฟ ชา น้ำอัดลม น้ำหวาน โดยมี 1 รายตี๋มน้ำกระเทียม

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา  
(เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตีพิมพ์	215	35.5
2	ตีพิมพ์น้อยลง	288	47.5
3	ตีพิมพ์เท่าเดิม	103	17.0
4	ตีพิมพ์บ่อยขึ้น	0	0.0
รวม		606	100.0

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา กับเดือนเมษายน (จากการสำรวจในครั้งเดียวกัน และเฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	เดือนเมษายน		ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา		ผลต่าง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตีพิมพ์	356	58.7	215	35.5	-141	-23.2
2	ตีพิมพ์	250	41.3	391	64.5	141	23.2
รวม		606	100.0	606	100.0		
- ตีพิมพ์น้อยลง		188	31.0	288	47.5	100	16.5
- ตีพิมพ์เท่าเดิม		62	10.3	103	17.0	41	6.7

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ จากการสำรวจ 3 ครั้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	เดือนเมษายน		เดือนพฤษภาคม		เดือนมิถุนายน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตีพิมพ์	309	48.5	280	46.7	215	35.5
2	ตีพิมพ์	328	51.5	320	53.3	391	64.5
รวม		637	100.0	600	100.0	606	100.0



ตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

เพศ	ไม่ได้ดื่มเลย/ ดื่มน้อยลง	ดื่มเท่าเดิม	รวม	Sig.
ชาย	366 82.6%	77 17.4%	443 100.0%	0.678
หญิง	137 84.0%	26 16.0%	163 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>503</b> <b>83.0%</b>	<b>103</b> <b>17.0%</b>	<b>606</b> <b>100.0%</b>	

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

อายุ	ไม่ได้ดื่มเลย/ ดื่มน้อยลง	ดื่มเท่าเดิม	รวม	Sig.
15 - 19 ปี	19 100.0%	0 0.0%	19 100.0%	0.223
20 - 29 ปี	97 82.2%	21 17.8%	118 100.0%	
30 - 39 ปี	124 78.5%	34 21.5%	158 100.0%	
40 - 49 ปี	136 85.0%	24 15.0%	160 100.0%	
50 - 59 ปี	100 84.7%	18 15.3%	118 100.0%	
60 ปีขึ้นไป	27 81.8%	6 18.2%	33 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>503</b> <b>83.0%</b>	<b>103</b> <b>17.0%</b>	<b>606</b> <b>100.0%</b>	

ตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

อาชีพ	ไม่ได้ดื่มเลย/ ดื่มน้อยลง	ดื่มเท่าเดิม	รวม	Sig.
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	50 92.6%	4 7.4%	54 100.0%	0.167
พนักงานบริษัทเอกชน	104 80.6%	25 19.4%	129 100.0%	
ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย	51 82.3%	11 17.7%	62 100.0%	
ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ	58 77.3%	17 22.7%	75 100.0%	
ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป	107 82.3%	23 17.7%	130 100.0%	
เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	9 69.2%	4 30.8%	13 100.0%	
เกษตรกร/ ประมง	64 83.1%	13 16.9%	77 100.0%	
อาชีพอิสระ อาทิ ทนายความ สถาปนิก	14 82.4%	3 17.6%	17 100.0%	
นักเรียน/ นักศึกษา	25 100.0%	0 0.0%	25 100.0%	
ว่างงาน	14 82.4%	3 17.6%	17 100.0%	
อื่นๆ อาทิ ลูกจ้างเทศบาล ลูกจ้างราชการ	7 100.0%	0 0.0%	7 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>503 83.0%</b>	<b>103 17.0%</b>	<b>606 100.0%</b>	

ตารางที่ 25 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความถี่ในการตี๋ม กับการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

ความถี่ในการตี๋ม	ไม่ได้ตี๋มเลย/ ตี๋มน้อยลง	ตี๋มเท่าเดิม	รวม	Sig.
ตี๋มประจำ	169 69.8%	73 30.2%	242 100.0%	0.000*
ตี๋มนานๆ ครั้ง	334 91.8%	30 8.2%	364 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>503</b> <b>83.0%</b>	<b>103</b> <b>17.0%</b>	<b>606</b> <b>100.0%</b>	

\*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.000)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 503)

ลำดับ	เหตุผลที่ไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้พบปะสังสรรค์	308	61.2
2	ปกติก็ไม่ค่อยตี๋มอยู่แล้ว	165	32.8
3	ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด	130	25.8
4	งานยุ่ง/ ไม่มีเวลา	51	10.1
5	ต้องการประหยัดเงิน	44	8.7
6	ไม่มีเครื่องตี๋มฯ เก็บไว้	37	7.4
7	ไม่สบายจึงหยุดตี๋ม	5	1.0
8	ไม่มีเหตุผล	42	8.3

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการมีแผนที่จะงดหรือลดการตี๋มแอลกอฮอล์ต่อเนื่องหลังจากนี้ (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	การมีแผนที่จะงดหรือลดการตี๋มแอลกอฮอล์ต่อเนื่อง	จำนวน	ร้อยละ
1	มีแผนที่จะงดตี๋มไปเลย	50	9.9
2	มีแผนที่จะลดการตี๋มลง	144	28.6
3	ไม่มีแผนที่จะงดหรือลดหลังจากนี้	113	22.5
4	ไม่แน่ใจ	196	39.0
	<b>รวม</b>	<b>503</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลดีของการงดหรือลดการดื่มในช่วงนี้ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 503)

ลำดับ	ผลดีของการงดหรือลดการดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
1	สุขภาพร่างกายดีขึ้น	250	49.7
2	สุขภาพจิตใจดีขึ้น	96	19.1
3	ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ เฉลี่ยรายละ 1,197.10 บาท	70	13.9
4	รู้สึกมีความปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น	70	13.9
5	ลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น	64	12.7
6	มีสติ ใจเย็นขึ้น ลดปัญหาการทะเลาะวิวาทกับคนอื่น	46	9.1
7	ไม่มีผลอะไร	185	36.8

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ดื่มเท่าเดิม ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วดื่มเท่าเดิม ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 103)

ลำดับ	เหตุผลที่ดื่มเท่าเดิม	จำนวน	ร้อยละ
1	มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้	39	37.9
2	ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้)	27	26.2
3	มีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ पार्टตี้ (ทั้งออนไลน์หรือวงจริง)	27	26.2
4	ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว	15	14.6
5	มีเวลาว่างมากขึ้น	14	13.6
6	เครียด/ เบื่อหน่าย/ เซ็ง	14	13.6
7	มีเครื่องดื่มๆ เก็บไว้เยอะ	7	6.8
8	เหงาเพราะต้องอยู่คนเดียว/ แยกตัวอยู่บ้าน	4	3.9
9	ไม่มีเหตุผล	10	9.7

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการออกไปนั่งตมที่ร้าน/ สถานบริการต่างๆ หลังผ่อน คลายล็อกดาวน์ ระยะที่ 4 (เฉพาะตัวอย่างที่ตมในช่วง 30 วันที่ผ่านมา)

ลำดับ	การออกไปนั่งตมที่ร้าน/ สถานบริการต่างๆ หลังผ่อนคลายล็อกดาวน์ ระยะที่ 4	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ออกไปนั่งตมที่ร้าน	358	91.6
2	ออกไปนั่งตม	33	8.4
	สถานที่ที่ไปนั่งตม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 33)	จำนวน	ร้อยละ
	1) ร้านค้า/ ร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน	12	36.4
	2) ร้านอาหาร/ ภัตตาคาร	11	33.3
	3) ผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ	7	21.2
	4) ซุ้มยาตอง/ เหล้าป่น	3	9.1
	<b>รวม</b>	<b>391</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการพบเห็นว่ามีผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ เปิดให้บริการในจังหวัด ที่อาศัยอยู่ ตั้งแต่เมษายนเป็นต้นมา

ลำดับ	การพบเห็นว่ามีผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ เปิดให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1	พบเห็น	47	3.0
2	ไม่พบเห็น	1,510	97.0
	<b>รวม</b>	<b>1,557</b>	<b>100.0</b>

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของประชาชนต่อการช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จาก การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตัวอย่างประมาณ 3 ใน 4 หรือร้อยละ 74.4 เห็นว่าการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) มีผลต่อการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้ในระดับ “มาก-มากที่สุด” ขณะที่ร้อยละ 20.6 เห็นว่าอยู่ในระดับ “ปานกลาง” โดยมีเพียงร้อยละ 3.5 เท่านั้นที่เห็นว่าเป็นระดับ “ไม่มีส่วนช่วยเลย/ น้อยที่สุด-น้อย”

ผลการสำรวจความคิดเห็นต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ภาพรวมพบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มเห็นด้วย (ค่อนข้างเห็นด้วย และเห็นด้วย) ที่ยังต้องมีการควบคุมการจำหน่ายและการตมในช่วงเวลานี้ โดยสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันหลายประเด็น ได้แก่ ควรอนุญาตให้ขายได้เฉพาะในร้านที่ไม่มีที่นั่งตม หรือห้ามตมที่ร้าน (ร้อยละ 60.6) ควรจะลดเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มฯ ลง เช่นให้ขายได้เฉพาะช่วง 11.00-14.00 น. (ร้อยละ 56.3) การเปิดให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามปกติในตอนนี้จะทำให้ไวรัสโควิด-19 กลับมาระบาดใหม่อีกรอบ (ร้อยละ 54.5) ยังไม่ควร

อนุญาตให้ขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในตอนนี้เลย (ร้อยละ 51.0) และควรปิดผับบาร์ สถานบันเทิงที่มีการบริการเครื่องตีมแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 50.4)

สำหรับประเด็นการอนุญาตให้ตั้งเครื่องตีมแอลกอฮอล์ตามร้านอาหาร/ ภัตตาคาร และโรงแรม ยังมีความเห็นก้ำกึ่ง คือมีแนวโน้มเห็นด้วยร้อยละ 46.5 และไม่เห็นด้วยร้อยละ 40.8 ที่น่าพิจารณาคือ การรณรงค์ตีมที่บ้านของธุรกิจแอลกอฮอล์ อาจเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ได้ผล เพราะมีแนวโน้มเห็นด้วยถึงร้อยละ 53.4 อย่างไรก็ตาม มีเพียงส่วนน้อยร้อยละ 19.2 เท่านั้นที่มีแนวโน้มเห็นด้วยกับการอนุญาตให้ขายแบบออนไลน์หรือเดลิเวอรี่

เมื่อจำแนกตามการตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่าแทบทุกประเด็นจะเห็นความแตกต่างกันระหว่างผู้ที่ตีมกับผู้ที่ไม่ตีม โดยผู้ที่ตีมมีแนวโน้มไม่เห็นด้วยกับการจำกัดควบคุมการจำหน่ายและการตีมในเงื่อนไขต่างๆ ตรงข้ามกับผู้ที่ไม่ตีมที่มีแนวโน้มเห็นด้วย แต่สังเกตได้ว่า การรณรงค์ตีมที่บ้านของธุรกิจแอลกอฮอล์ ทั้งสองกลุ่มกลับมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

(พิจารณาตามตารางที่ 32 - 33)

**ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลต่อการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากการควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ของ ศบค.**

ลำดับ	ผลต่อการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่มีส่วนช่วยเลย/ น้อยที่สุด	7	0.4
2	น้อย	48	3.1
3	ปานกลาง	320	20.6
4	มาก	777	49.9
5	มากที่สุด	381	24.5
6	ไม่มีความเห็น/ ไม่แน่ใจ	24	1.5
<b>รวม</b>		<b>1,557</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็นต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามการดื่มฯ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา

แนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ดื่ม				ดื่ม				ภาพรวม			
	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	รวม	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	รวม	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	รวม
1) ควรจะกำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาสูงกว่าปกติ เพื่อลดการดื่มลง	115	368	468	951	56	410	140	606	171	778	608	1,557
	12.1	38.7	49.2	100.0	9.2	67.7	23.1	100.0	11.0	50.0	39.0	100.0
2) ควรจะลดเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มฯ ลง เช่นให้ขายได้เฉพาะช่วง 11.00-14.00 น.	91	232	628	951	53	304	249	606	144	536	877	1,557
	9.6	24.4	66.0	100.0	8.7	50.2	41.1	100.0	9.3	34.4	56.3	100.0
3) ควรอนุญาตให้ขายได้เฉพาะในร้านที่ไม่มีที่นั่งดื่มหรือห้ามดื่มที่ร้าน	106	227	617	950	58	222	326	606	164	449	943	1,556
	11.2	23.9	64.9	100.0	9.6	36.6	53.8	100.0	10.5	28.9	60.6	100.0
4) ควรปิดผับบาร์ สถานบันเทิงที่มีการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	107	288	552	947	65	311	230	606	172	599	782	1,553
	11.3	30.4	58.3	100.0	10.7	51.3	38.0	100.0	11.0	38.6	50.4	100.0
5) ควรอนุญาตให้นั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามร้านอาหาร/ ภัตตาคาร และโรงแรม	138	397	416	951	60	238	308	606	198	635	724	1,557
	14.6	41.7	43.7	100.0	9.9	39.3	50.8	100.0	12.7	40.8	46.5	100.0
6) ควรอนุญาตให้ขายแบบออนไลน์หรือเดลิเวอรี่	224	580	147	951	122	331	152	605	346	911	299	1,556
	23.5	61	15.5	100.0	20.2	54.7	25.1	100.0	22.3	58.5	19.2	100.0
7) การเปิดให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามปกติในตอนนี้จะทำให้ไวรัสโควิด-19 กลับมาระบาดใหม่อีกรอบ	108	277	566	951	56	267	283	606	164	544	849	1,557
	11.4	29.1	59.5	100.0	9.2	44.1	46.7	100.0	10.6	34.9	54.5	100.0
8) การรณรงค์ดื่มที่บ้านของธุรกิจแอลกอฮอล์	138	305	508	951	68	214	324	606	206	519	832	1,557
	14.5	32.1	53.4	100.0	11.2	35.3	53.5	100.0	13.3	33.3	53.4	100.0
9) การดื่มที่บ้านเพิ่มความเสี่ยงในการเกิดความรุนแรงในครอบครัว	114	423	414	951	61	351	194	606	175	774	608	1,557
	12	44.5	43.5	100.0	10.1	57.9	32.0	100.0	11.3	49.7	39.0	100.0
10) ยังไม่ควรอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตอนนี้นี้เลย	112	268	571	951	75	308	223	606	187	576	794	1,557
	11.8	28.2	60.0	100.0	12.4	50.8	36.8	100.0	12.0	37.0	51.0	100.0

#### ตอนที่ 4 ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

โดยภาพรวม พบว่ามีตัวอย่างเพียงส่วนน้อยที่พบเห็นกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งกิจกรรมที่พบเห็นมากที่สุดคือ ปาร์ตี้ออนไลน์ โดยโซวีภาพการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น รวมทุกความถี่ที่พบเห็นอยู่ที่ร้อยละ 8.1 ขณะที่กิจกรรมอื่น สัดส่วนการพบเห็นต่างมีไม่เกินร้อยละ 4.0 แต่เมื่อพิจารณาการเข้าร่วมกิจกรรม (เฉพาะที่พบเห็น) พบว่าการโพสต์เชิญชวนให้ดื่มอย่างรับผิดชอบที่บ้านจากเครือข่ายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือร้านค้า ผับบาร์ มีสัดส่วนการเข้าร่วมมากที่สุดคือ ร้อยละ 37.8 ด้วยการซื้อมาดื่มที่บ้านตามการเชิญชวนดังกล่าว

(พิจารณาตามตารางที่ 34)



ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการพบเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

กิจกรรม	การพบเห็น						การเข้าร่วม (เฉพาะที่เคยเห็น)		
	ไม่เคยเห็น เลย	น้อยกว่า สัปดาห์ละ ครั้ง	หนึ่งถึง สองวันต่อ สัปดาห์	สามถึงวัน ต่อสัปดาห์	ทุกวัน/ เกือบทุก วัน	รวม	เข้าร่วม	ไม่ได้เข้า ร่วม	รวม
1) บาร์ออนไลน์ โดยโซว์ภาพ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทางโซเชียลมีเดียหรือ ออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น	1,431 91.9	88 5.7	30 1.9	6 0.4	2 0.1	1,557 100.0	2 1.6	124 98.4	126 100.0
2) คอนเสิร์ต/ไลฟ์สดการแสดง ดนตรี/ ดีเจของบริษัท เครื่องดื่มฯ หรือร้านค้าผับบาร์	1,494 96.0	35 2.2	27 1.7	1 0.1	0 0.0	1,557 100.0	1 1.6	62 98.4	63 100.0
3) กิจกรรมประกวดแข่งขัน/ ชิงโชค/ ร่วมสนุกของบริษัท เครื่องดื่มฯ หรือร้านค้าผับบาร์	1,545 99.2	11 0.7	0 0.0	0 0.0	1 0.1	1,557 100.0	0 0.0	12 100.0	12 100.0
4) การโพสต์โฆษณาขาย/ ลด แลกแจกแถมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ทางออนไลน์/ โซเชียลมีเดีย พร้อมส่งถึงบ้าน	1,539 98.8	11 0.7	4 0.3	0 0.0	3 0.2	1,557 100.0	0 0.0	18 100.0	18 100.0
5) โพสต์เชิญชวนให้ดื่มอย่าง รับผิดชอบที่บ้านจากเครือข่าย ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือร้านค้า ผับบาร์	1,520 97.6	27 1.7	8 0.5	1 0.1	1 0.1	1,557 100.0	14 37.8	23 62.2	37 100.0

\*ข้อ 4 และ 5 การเข้าร่วม หมายถึง เห็นโพสต์แล้วสั่งซื้อ/ ซื้อมาดื่มที่บ้าน

## บทที่ 4

### บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (ครั้งที่ 3) มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสำรวจพฤติกรรมการตี ความคิดเห็นต่อแนวทางการควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ได้จากการสุ่มใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ รวมจำนวน 1,557 ตัวอย่าง ดำเนินการในช่วงระหว่างวันที่ 19 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2563 ผลการศึกษาสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

#### บทสรุป

##### 1. พฤติกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบร้อยละ 38.9 ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ จำแนกเป็นร้อยละ 39.9 ตีเป็นประจำ และร้อยละ 60.1 ไม่ได้ตีเป็นประจำ เฉพาะตัวอย่างที่ตี พบร้อยละ 3.8 เคยซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ตั้งแต่ มกราคม 2563 เป็นต้นมา เฉลี่ย 2 ครั้ง โดยใช้บริการโทรฯ สั่ง และผ่าน Grab เป็นหลัก เหตุผลสำคัญคือ สะดวกไม่ต้องไปซื้อเอง และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน อย่างไรก็ดี ส่วนใหญ่ซื้อในเวลาที่ถูกกฎหมายอนุญาตให้ซื้อได้ เมื่อสอบถามถึงการตีในช่วงเดือนเมษายน พบว่ามีสัดส่วนการตีอยู่ร้อยละ 41.3 แต่ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบว่าเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 64.5 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.2) ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เปรียบเทียบผลการสำรวจทั้ง 3 ครั้ง พบว่าสัดส่วนการตีเพิ่มขึ้นตามลำดับ คือร้อยละ 51.5 ในเดือนเมษายน เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.3 ในเดือนพฤษภาคม และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 64.5 ในเดือนมิถุนายน

สำหรับการตีในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบว่ากลุ่มที่ตีเป็นประจำ มีสัดส่วนการตีเท่าเดิม มากกว่ากลุ่มที่ตีมานานๆ ครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กลุ่มที่ไม่ได้ตี/ ตีมน้อยลง ให้เหตุผลว่า ไม่ได้พบปะสังสรรค์ ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว และต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด โดยร้อยละ 38.5 มีแผนที่จะงดหรือลดการตีต่อเนื่อง ผลดีคือ สุขภาพร่างกายดีขึ้น สุขภาพจิตใจดีขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ (เฉลี่ยรายละ 1,197.10 บาท) รู้สึกมีความปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น และลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น ส่วนกลุ่มที่ตีเท่าเดิม ให้เหตุผลว่ามีคนชวนดื่ม ชดไม่ได้ ตีเป็นประจำ/ ตีจนติด (อดไม่ได้) และมีการพบปะสังสรรค์/ ดั้ง/ ปาร์ตี้ตี เฉพาะผู้ที่ตีในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบเพียงร้อยละ 8.4 เท่านั้นที่ออกไปนั่งตี โดยมากจะไปที่ร้านค้า/ ร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน และร้านอาหาร/ ภัตตาคาร โดยมีบางส่วนไปนั่งตีตามผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ ทั้งนี้ จากตัวอย่างทั้งหมด พบเพียงร้อยละ 3.0 เท่านั้นที่ระบุว่าพบเห็นผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบัน

## 2. ความคิดเห็นของประชาชนต่อการช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ประมาณ 3 ใน 4 หรือร้อยละ 74.4 เห็นว่าการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ ศบค. มีผลต่อการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้ในระดับ “มาก-มากที่สุด” ขณะที่ร้อยละ 20.6 เห็นว่าอยู่ในระดับ “ปานกลาง” โดยมีเพียงร้อยละ 3.5 เท่านั้นที่เห็นว่าเป็นระดับ “ไม่มีส่วนช่วยเลย/ น้อยที่สุด-น้อย”

โดยภาพรวม ตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มเห็นด้วยที่ยังต้องมีการควบคุมการจำหน่ายและการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลานี้ตามแนวทางต่างๆ โดยสังเกตได้ว่าการอนุญาตให้นั่งดื่มตามร้านอาหาร/ ภัตตาคาร และโรงแรม ยังมีความเห็นก้ำกึ่ง ที่น่าพิจารณาคือ การรณรงค์ดื่มที่บ้านของธุรกิจแอลกอฮอล์ มีแนวโน้มเห็นด้วยกว่าครึ่ง และไม่แตกต่างกันทั้งในกลุ่มที่ดื่มและไม่ดื่ม

## 3. ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตัวอย่างเพียงส่วนน้อยที่พบเห็นกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยกิจกรรมที่พบเห็นมากที่สุดคือ ปาร์ตี้ออนไลน์ โดยโซว์ภาพการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น มีอยู่ร้อยละ 8.1 ขณะที่กิจกรรมอื่น พบเห็นไม่เกินร้อยละ 4.0 ที่น่าพิจารณาคือ การโพสต์เชิญชวนให้ดื่มอย่างรับผิดชอบที่บ้านจากเครือข่ายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือร้านค้า ผับบาร์ มีสัดส่วนผู้พบเห็นแล้วทำตามมากที่สุดคือ ร้อยละ 37.8

### อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) มีผลอย่างมากต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน เมื่อควบคุมเข้มงวด การดื่มจะลด แต่เมื่อผ่อนคลายมาตรการ การดื่มจะเพิ่ม ดังจะเห็นได้จากการเปรียบเทียบผลการสำรวจทั้ง 3 ครั้ง (ตารางที่ 21) คือ ในเดือนเมษายนที่มีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ สัดส่วนการดื่มจะน้อย และลดลงเมื่อเทียบกับกว่าช่วงปกติ แต่ต่อมาในเดือนพฤษภาคม ที่อนุญาตให้ซื้อกลับจากร้านจำหน่ายได้แต่ยังไม่สามารถนั่งดื่มในร้าน สัดส่วนการดื่มขยับเพิ่มขึ้น และในเดือนมิถุนายน ที่อนุญาตให้จำหน่ายและนั่งดื่มได้เฉพาะในร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม ก็พบว่าสัดส่วนการดื่มเพิ่มมากขึ้นอีกตามลำดับ ดังนั้น จึงคาดการณ์ได้ว่าหากผ่อนคลายมาตรการควบคุมในระยะต่อไปจนกลับเข้าสู่ภาวะปกติ อนุญาตให้สถานบันเทิง ผับ/ บาร์/ คาราโอเกะเปิดให้บริการจำหน่ายและนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามปกติ สัดส่วนการดื่มจะสูงขึ้นอย่างแน่นอน ที่น่ากังวลคือ การกลับมาดื่มโดยทันที และดื่มปริมาณมากอย่างรวดเร็ว หลังการงดมาในช่วงเวลาหนึ่ง อาจเป็นอันตรายได้ ดังนั้น จึงควรมีค่าเตือนด้านสุขภาพเกี่ยวกับการดื่มในลักษณะดังกล่าวเช่นเดียวกับการเตือนหลังออกพรรษา เพื่อป้องกันการซื้อ หรือแอลกอฮอล์เป็นพิษแบบเฉียบพลัน

นอกจากนี้ ยังคาดการณ์ได้อีกว่า การทำการตลาดของธุรกิจเครื่องตี้ออลกอสอลหลังปลดล็อกจะเข้มข้นกว่าเดิม แข่งขันกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อช่วงชิงลูกค้า จึงควรมีการเฝ้าระวังการกระทำผิดกฎหมายที่เข้มข้นตามไปด้วย พร้อมกับมีแคมเปญการรณรงค์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว

2. ปัจจุบัน มีการจำหน่ายเครื่องตี้ออลกอสอลทางออนไลน์ แม้จะยังพบไม่มากแต่ก็มีโอกาสขยายตัวเติบโตไปพร้อมกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) อื่นๆ และยังมีธุรกิจเดลิเวอรี่ที่เติบโตอย่างรวดเร็วมารองรับในห่วงโซ่ธุรกิจนี้อีกด้วย ทั้งนี้ การจำหน่ายเครื่องตี้ออลกอสอลทางออนไลน์มีโอกาสที่จะกระทำผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้ออลกอสอล พ.ศ. 2551 ได้โดยง่าย เพราะไม่สามารถควบคุมสถานที่ วันและเวลาจำหน่าย อายุของผู้ซื้อ ไม่ทราบได้ว่าผู้ซื้อมีอาการมีนเมาจนครองสติไม่ได้แล้วหรือไม่ และย่อมปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์เครื่องตี้ออลกอสอลซึ่งถือเป็นการโฆษณาอีกด้วย นอกจากนี้ ยังอาจผิดพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ในเรื่องใบอนุญาตจำหน่ายสุรา อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายใดที่ควบคุมการจำหน่ายเครื่องตี้ออลกอสอลทางออนไลน์โดยเฉพาะ จึงเกิดช่องว่างในการควบคุม ดังนั้น จึงควรมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้ออลกอสอล และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อปิดช่องว่างดังกล่าว

3. ผลการสำรวจครั้งที่ 3 นี้ แม้จะพบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มเห็นด้วยที่ยังต้องมีการควบคุมการจำหน่ายและการตี้ออลกอสอล แต่หากเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในครั้งที่ 2 จะพบว่าสัดส่วนความเห็นด้วยต่อการควบคุมลดลงพอสมควรแทบทุกประเด็น อาจเนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังควรต้องมีการประเมินสถานการณ์การระบอบใหม่อยู่ หลังจากอนุญาตให้นั่งตี้ออลตามร้านอาหาร/ ภัตตาคาร และโรงแรมได้ ก่อนที่จะผ่อนคลายเป็นระยะต่อไป

4. ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ประชาชนต้องอยู่บ้าน เพื่อเว้นระยะห่างทางสังคม ธุรกิจเครื่องตี้ออลกอสอลได้ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ ซึ่งบางลักษณะเข้าข่ายการกระทำที่ผิดกฎหมาย เช่น การโพสต์โฆษณาขาย/ ลดแลกแจกแถมเครื่องตี้ออลกอสอล พร้อมส่งถึงบ้าน รวมถึงการแสดงผลภัณฑ์/ ตราสัญลักษณ์เครื่องตี้ออลกอสอล ในปาร์ตี้ออนไลน์ หรือคอนเสิร์ต/ ไลฟ์สดการแสดง ตลอดจนการจัดกิจกรรมร่วมสนุกของบริษัทเครื่องตี้ออลกอสอล หรือร้านค้า ผับบาร์ จึงต้องมีการควบคุมบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ยังมีการโพสต์เชิญชวนให้ตี้ออลอย่างรับผิดชอบที่บ้านจากเครือข่ายธุรกิจเครื่องตี้ออลกอสอล หรือร้านค้า ผับบาร์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ได้ผล โดยมีตัวอย่างกว่าครึ่งที่เห็นด้วย และมีบางส่วนที่ซื้อมาตี้ออลที่บ้านตามคำเชิญชวนดังกล่าว ประเด็นนี้ควรมีการพิจารณาถึงความเหมาะสม หรือพิจารณาว่าเข้าข่ายการโฆษณาหรือไม่

## ภาคผนวก

ศูนย์วิจัย SAB ร่วมกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ภายใต้การสนับสนุนของ สสส.

ขอความกรุณาทำแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยใช้เวลาประมาณ 5 นาที ครับ/ค่ะ

1. ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ้างหรือไม่

[ ] 1 ไม่ดื่ม (ข้ามไปตอบข้อ 5)

[ ] 2 ดื่ม  ดื่มบ่อยเพียงใด

( 1 ) ทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์)

( 2 ) เกือบทุกวัน (5-6 วันต่อสัปดาห์)

( 3 ) วันเว้นวัน (3-4 วันต่อสัปดาห์)

( 4 ) ทุกสัปดาห์ (1-2 วันต่อสัปดาห์)

( 5 ) ทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)

( 6 ) นานๆ ครั้ง (น้อยกว่าเดือนละครั้ง)

2. ตั้งแต่ มกราคม 2563 เป็นต้นมา ท่านเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์หรือไม่

[ ] 1 ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 3)

[ ] 2 เคย ..... ครั้ง

2.1 ช่องทางที่ซื้อได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ( ) 1 เว็บไซต์ ( ) 2 แพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ เช่น Lazada, Shopee

( ) 3 เฟซบุ๊ก

( ) 4 ไลน์

( ) 5 ทวิตเตอร์

( ) 6 อินสตาแกรม

( ) 7 โทรฯ สั่ง

( ) 8 อื่นๆ ระบุ.....

2.2 เหตุผลใดบ้างที่ทำให้ท่านซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1 เพราะซื้อจากร้านค้าปกติไม่ได้ ( ) 2 ราคาถูกกว่าท้องตลาด ( ) 3 มีบริการจัดส่งถึงบ้าน

( ) 4 มีโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ( ) 5 ผ่อนจ่ายได้/ จ่ายทีหลังได้ ( ) 6 มีระบบการจ่ายเงินที่ไม่ต้องระบุตัวตนและอายุ

( ) 7 สะดวกไม่ต้องไปซื้อเอง ( ) 8 มีเครื่องดื่มให้เลือกหลากหลาย ( ) 9 ซื้อได้ตลอดเวลา ( ) 10 อื่นๆ ระบุ.....

2.3 ช่วงเวลาใดบ้างที่ท่านเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( 1 ) 00:01 - 10:59 น.

( 2 ) 11:00 - 14:00 น.

( 3 ) 14:01 - 16:59 น.

( 4 ) 17:00 - 24:00 น.

3. ในช่วงเดือนเมษายน ที่มีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท่านได้ดื่มหรือไม่ หากดื่ม เทียบกับช่วงเวลาปกติแล้วดื่มน้อยลงหรือเพิ่มขึ้น

[ ] 1 ไม่ได้ดื่ม  ท่านใช้สารอะไรทดแทน ระบุ..... ( ) ไม่ได้ใช้สารอื่น (งดไปเลย)

[ ] 2 ดื่มน้อยลง

[ ] 3 ดื่มเท่าเดิม

[ ] 4 ดื่มเพิ่มขึ้น

4. ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา ท่านได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ หากดื่ม เทียบกับช่วงเวลาปกติแล้วดื่มน้อยลงหรือเพิ่มขึ้น

[ ] 1 ไม่ได้ดื่ม (ไม่ต้องตอบข้อ 4.1 และ 4.2) [ ] 2 ดื่มน้อยลง

กรณีไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง เป็นเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1 ไม่ได้พบปะสังสรรค์ ( ) 2 ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด ( ) 3 งานยุ่ง/ไม่มีเวลา ( ) 4 ไม่มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้

( ) 5 ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว

( ) 6 ไม่สบายจึงหยุดดื่ม

( ) 7 ต้องการประหยัดเงิน

( ) 8 ไม่มีเหตุผล

ท่านมีแผนที่จะงดหรือลดการดื่มแอลกอฮอล์ต่อเนื่องจากนี้หรือไม่

( ) 1 มีแผนที่จะงดดื่มไปเลย

( ) 2 มีแผนที่จะลดการดื่มลง

( ) 3 ไม่มีแผนที่จะงดหรือลดหลังจากนี้ ( ) 4 ไม่แน่ใจ

การงดหรือลดการดื่มในช่วงนี้ ส่งผลต่อท่านอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1 ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ รวมแล้วประมาณ..... บาท

( ) 2 สุขภาพร่างกายดีขึ้น

( ) 3 สุขภาพจิตใจดีขึ้น

( ) 4 ลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น ( ) 5 รู้สึกมีความสุขปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น

( ) 6 มีสติ ใจเย็นขึ้น ลดปัญหาการทะเลาะวิวาทกับคนอื่น

( ) 7 อื่นๆ ระบุ.....

( ) 8 ไม่มีผลอะไร

[ ] 3 ดื่มเท่าเดิม

[ ] 4 ดื่มเพิ่มขึ้น

กรณีดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น เป็นเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1 ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) ( ) 2 มีคนชวนดื่ม ชดไม่ได้

( ) 3 ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว

( ) 4 มีเวลาว่างมากขึ้น

( ) 5 เครียด/ เบื่อหน่าย/ เซ็ง

( ) 6 เหงาเพราะต้องอยู่คนเดียว/ แยกตัวอยู่บ้าน

( ) 7 มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้เยอะ

( ) 8 มีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ पार्टตี้ดื่ม (ทั้งออนไลน์หรือวงจริง)

( ) 9 ไม่มีเหตุผล

- 4.1 เฉพาะผู้ที่ดื่ม หลังผ่อนคลายเป็นปกติแล้ว ระยะที่ 4 (15 มิถุนายน เป็นต้นมา) ท่านได้ออกไปนั่งดื่มที่ร้าน/ สถานบริการต่างๆ หรือไม่  
 1 ไม่ได้ออกไปนั่งดื่มที่ร้าน (**ข้ามไปตอบข้อ 5**)       2 ออกไปนั่งดื่ม
- 4.2 เฉพาะผู้ที่ดื่มและได้ออกไปนั่งดื่มที่ร้าน/ สถานบริการต่างๆ ท่านไปนั่งดื่มที่ไหนบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 1 ร้านอาหาร/ ภัตตาคาร       2 โรงแรม       3 ผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ       4 ซุ้มยาตอง/ เหล้าปั่น  
 5 ร้านค้า/ ร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน       6 อื่นๆ ระบุ.....
5. ตั้งแต่เมษายนเป็นต้นมา ท่านพบเห็นว่าผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ เปิดให้บริการในจังหวัดที่ท่านอยู่หรือไม่  
 1 พบเห็น       2 ไม่พบเห็น
6. ท่านคิดว่า การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามที่ ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) ได้ดำเนินการมา มีส่วนช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้มากน้อยเพียงใด  
 1 ไม่มีส่วนช่วยเลย/ น้อยที่สุด     2 น้อย     3 ปานกลาง     4 มาก     5 มากที่สุด     6 ไม่มีความเห็น/ ไม่แน่ใจ
7. ณ สถานการณ์ปัจจุบัน ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า (0 = ไม่มีความเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = ไม่ค่อยเห็นด้วย 3 = ค่อนข้างเห็นด้วย 4 = เห็นด้วย)

ข้อความ	0	1	2	3	4
11) ควรจะกำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาสูงกว่าปกติ เพื่อลดการดื่มลง					
12) ควรจะลดเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มฯ ลง เช่นให้ขายได้เฉพาะช่วง 11.00-14.00 น.					
13) ควรอนุญาตให้ขายได้เฉพาะในร้านที่ไม่มีที่นั่งดื่ม หรือห้ามดื่มที่ร้าน					
14) ควรปิดผับบาร์ สถานบันเทิงที่มีการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
15) ควรอนุญาตให้นั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามร้านอาหาร/ ภัตตาคาร และโรงแรม					
16) ควรอนุญาตให้ขายแบบออนไลน์หรือเดลิเวอรี่					
17) การเปิดให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามปกติในตอนนี้จะทำให้ไวรัสโควิด-19 กลับมาระบาดใหม่อีกรอบ					
18) การรณรงค์ดื่มที่บ้านของธุรกิจแอลกอฮอล์					
19) การดื่มที่บ้านเพิ่มความเสี่ยงให้เกิดความรุนแรงในครอบครัว					
20) ยังไม่ควรอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตอนนี้เลย					

8. ในช่วงตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของโควิดในประเทศไทย ท่านเคยพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมต่อไปนี้หรือไม่  
(0 = ไม่เคยเห็นเลย 1 = น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง 2 = หนึ่งถึงสองวันต่อสัปดาห์ 3 = สามสี่วันต่อสัปดาห์ 4 = ทุกวัน/เกือบทุกวัน)

กิจกรรม	0	1	2	3	4	เฉพาะที่เคยเห็น	
						ท่านเข้าร่วมหรือไม่	
						1.เข้าร่วม	2.ไม่ได้เข้าร่วม
1) บาร์ออนไลน์ โดยใช้วีดิทัศน์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น							
2) คอนเสิร์ต/ไลฟ์สดการแสดงดนตรี/ ดีเจของบริษัทเครื่องดื่มฯ หรือร้านค้าผับบาร์							
3) กิจกรรมประกวดแข่งขัน/ ชิงโชค/ ร่วมสนุกของบริษัทเครื่องดื่มฯ หรือร้านค้าผับบาร์							
4) การโพสต์โฆษณาขาย/ ลดแลกแจกแถมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์/ โซเชียลมีเดีย พร้อมส่งถึงบ้าน							
5) โพสต์เชิญชวนให้ดื่มอย่างรับผิดชอบที่บ้านจากเครือข่ายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือร้านค้าผับบาร์							

### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  1 ชาย  2 หญิง
2. อายุ.....ปี
3. สถานภาพสมรส  
 1 โสด  2 สมรสและมีบุตร  3 สมรสแต่ไม่มีบุตร  4 หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษาชั้นสูงสุดที่สำเร็จมา  
 1 ไม่เคยเรียน  2 ประถมศึกษา  3 ม.ต้น  4 ม.ปลาย  5 ปวช.  6 ปวส.  
 7 อนุปริญญา  8 ปริญญาตรี  9 สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก  
 1 ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ  2 พนักงานบริษัทเอกชน  3 ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย  
 4 ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ  5 ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป  6 เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน  
 7 เกษตรกร/ ประมง  8 อาชีพอิสระ อาทิ หนายความ สถาปนิก  9 นักเรียน/ นักศึกษา  
 10 ว่างาน  11 อื่นๆ ระบุ .....
6. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน  
 1 ไม่เกิน 5,000 บาท  2 5,001 - 10,000 บาท  3 10,001 - 20,000 บาท  
 4 20,001 - 30,000 บาท  5 30,001 - 40,000 บาท  6 40,001 - 50,000 บาท  7 มากกว่า 50,000 บาท
7. อาศัยอยู่เขต/ อำเภอ..... จังหวัด.....
8. อาศัยอยู่ในพื้นที่  1 กรุงเทพมหานคร  2 ในเขตเทศบาล  3 นอกเขตเทศบาล

...ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ครับ/ค่ะ