

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

: กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 4)

(สัญญาเลขที่ 61-02029-0066)

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 4)

(สัญญาเลขที่ 61-02029-0066)

โดย

SAB

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

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

กรกฎาคม 2563

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (ครั้งที่ 4) มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสำรวจพฤติกรรมการตี๋ม ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และความคิดเห็นต่อมาตรการผ่อนคลาย รวมถึงการพบเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 และความตั้งใจจะงด/ลดการตี๋ม โดยสำรวจกับประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ จำนวน 1,553 ตัวอย่าง ดำเนินการในช่วงระหว่างวันที่ 17 - 30 กรกฎาคม 2563 ประเด็นสำคัญที่พบสรุปได้ดังนี้

พฤติกรรมการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบร้อยละ 38.8 ตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มนี้พบเพียงร้อยละ 0.3 หรือ 2 รายเท่านั้นที่เคยซื้อทางออนไลน์ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา โดยสั่งซื้อทางเฟซบุ๊ก และโทรฯ สั่ง เหตุผลคือสะดวกไม่ต้องไปซื้อเอง ราคาถูกกว่าท้องตลาด และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน เมื่อสอบถามการตี๋มในช่วงเดือนเมษายน พบว่ามีอยู่ร้อยละ 38.7 แต่ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบว่าเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 62.6 การเปรียบเทียบผลการสำรวจทั้ง 4 ครั้ง พบว่าสัดส่วนการตี๋มเพิ่มขึ้นใน 3 ครั้งแรก แต่ลดลงเล็กน้อยในการสำรวจครั้งนี้

เฉพาะผู้ที่ตี๋มในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบว่ากลุ่มที่ตี๋มประจำ มีสัดส่วนการตี๋มเท่าเดิม/ตี๋มเพิ่มขึ้นมากกว่ากลุ่มที่ตี๋มนานๆ ครั้ง สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้ตี๋ม/ตี๋มน้อยลง ให้เหตุผลสำคัญว่าไม่ได้พบปะสังสรรค์ประมาณ 1 ใน 3 มีแผนที่จะงดหรือลดการตี๋มต่อเนื่อง ผลคือ สุขภาพร่างกายดีขึ้น และมีบางส่วนประหยัดค่าใช้จ่ายได้ (เฉลี่ยรายละ 1,012.50 บาท) ส่วนกลุ่มที่ตี๋มเท่าเดิม/ตี๋มเพิ่มขึ้น ให้เหตุผลสำคัญว่ามีการพบปะสังสรรค์/ตั้งวง/ปาร์ตี้ตี๋ม ทั้งนี้ พบร้อยละ 34.5 ออกไปนั่งตี๋มที่ร้าน/สถานบริการ ซึ่งสูงกว่าการสำรวจครั้งที่ผ่านมาถึงร้อยละ 26.1 และจากตัวอย่างทั้งหมด พบครึ่งหนึ่งมีแนวโน้มไม่เห็นด้วย กับการอนุญาตให้ผับ บาร์ คาราโอเกะ กลับมาเปิดบริการให้นั่งตี๋มได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน

การพบเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563

ร้อยละ 68.7 เคยพบเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 ส่วนใหญ่พบเห็น/รับรู้ผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ แต่มีแนวโน้มเห็นว่าสร้างความสะดวกได้ไม่มากนัก ประมาณ 1 ใน 4 ระบุมีการจัดกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษาในพื้นที่ ซึ่งกลุ่มนี้มีร้อยละ 41.3 ได้เข้าร่วม โดยมีแนวโน้มเห็นว่าสร้างความสะดวกได้ค่อนข้างมาก จากทั้งหมดมีร้อยละ 13.3 ได้ร่วมลงนาม/ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา โดยเฉพาะในสมุดลงนามที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น ขณะที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ลงนาม/ปฏิญาณตน เพราะไม่ได้สนใจ ประกอบกับไม่มีการจัดกิจกรรมในชุมชน และไม่ตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์อยู่แล้ว

ความตั้งใจจะงด/ ลดการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี 2563

ประมาณ 2 ใน 3 ตั้งใจจะงด/ ลดการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ โดยจำแนกเป็น ร้อยละ 25.6 ไม้่ดแต่ลดการตี๋มลง ร้อยละ 25.1 งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา และร้อยละ 15.3 งดเป็นบางช่วง ขณะที่ร้อยละ 7.1 ตั้งใจจะตี๋มตามปกติ ส่วนที่เหลืร้อยละ 26.9 ยังไม้่แน่ใจ/ ยังไม้่ได้คิด

กลุ่มที่เคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 มีความตั้งใจจะงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา สูงกว่ากลุ่มที่ไม้่เคยเห็น/ รับรู้สื่อ และกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษา มีความตั้งใจจะงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา สูงกว่ากลุ่มที่ไม้่ได้เข้าร่วมอย่างชัดเจน

ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะจากคณะผู้วิจัย

1. การควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของ ศบค. มีผลอย่างมากต่อพฤติกรรมการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของประชาชน ดังจะเห็นได้จากการเปรียบเทียบผลการสำรวจ 3 ครั้งแรก ที่สัดส่วนการตี๋มเพิ่มขึ้นไปตามลำดับของการผ่อนคลายมาตรการควบคุม อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจครั้งที่ 4 กลับพบว่าสัดส่วนการตี๋มลดลงเล็กน้อย อาจเนื่องมาจากเป็นช่วงของการเข้าพรรษา ซึ่งมีผู้ตี๋มประมาณ 1 ใน 4 ตั้งใจจะงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา จึงสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาในการสร้างค่านิยมในสังคมไทยและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการตี๋ม จึงควรสนับสนุนให้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่องต่อไป

2. ปัจจุบัน มีการจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ซึ่งมีโอกาสที่จะกระทำผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ได้โดยง่าย ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่มิกฎหมายใดที่ควบคุมการจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยเฉพาะ จึงควรมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อปิดช่องว่างในการควบคุม

3. ผลการสำรวจการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 พบว่ามีไม้่ถึงร้อยละ 70 เท่านั้นที่รับรู้ นับเป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2546 - 2562 ซึ่งพบประมาณร้อยละ 75 - 92 อีกทั้งแคมเปญการรณรงค์ในปัจจุบันอาจยังสร้างความตระหนักได้ไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม การสำรวจครั้งนี้ดำเนินการในช่วงเริ่มต้นของเทศกาลเข้าพรรษา ซึ่งการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ยังมีน้อย จึงเป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้นสำหรับนำไปประกอบการพิจารณาวางแผนการรณรงค์ที่จะมีต่อไปตลอดช่วงเข้าพรรษา

4. การจัดกิจกรรมรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาในพื้นที่ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในเชิงทัศนคติและพฤติกรรมสูงกว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ โดยเฉพาะการจัดให้มีการลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้า แต่การสำรวจครั้งนี้พบว่าทั้งการจัดกิจกรรมมีน้อยมาก อาจเพราะมีข้อจำกัดในการรวมกลุ่มจากการระบาดของโควิด-19 จึงควรนำแนวคิดวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) มาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมดังกล่าว และอาจวางแผนคงรูปแบบนี้ไว้สำหรับปีต่อไป

คำนำ

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 4) เป็นโครงการวิจัยภายใต้ความร่วมมือระหว่างศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

โครงการดังกล่าวนี้เป็นโครงการต่อเนื่องจากที่เคยดำเนินการมาแล้ว 3 ครั้ง โดยครั้งแรกเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2563 ที่มีประกาศห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ ครั้งที่สองเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม 2563 ที่มีการผ่อนปรนให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ (ยกเว้นจังหวัดบุรีรัมย์) แต่ยังคงห้ามดื่มให้ช็อกกลับบ้านได้เท่านั้น ครั้งที่สามเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน 2563 ภายหลังจากการผ่อนคลายในระยะที่ 4 ที่อนุญาตให้ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม สามารถจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านได้ และครั้งที่ 4 นี้เก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม 2563 ภายหลังจากการผ่อนคลายในระยะที่ 5 ที่อนุญาตให้สถานบันเทิงประเภทผับ บาร์ คาราโอเกะ กลับมาเปิดบริการได้ ทั้งนี้ เพื่อผลในเชิงเปรียบเทียบ คณะผู้วิจัยยังคงใช้แนวทางการเก็บข้อมูลตามเดิม คือการโทรศัพท์สัมภาษณ์ (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
บทที่ 1	บทนำ
	ที่มาของโครงการ
	วัตถุประสงค์ในการวิจัย
บทที่ 2	ระเบียบวิธีวิจัย
	ระเบียบวิธีวิจัย
	ประชากรเป้าหมาย
	การกำหนดขนาดตัวอย่าง
	การสุ่มตัวอย่าง
	การเก็บรวบรวมข้อมูล
	เครื่องมือวัด
	การวิเคราะห์ข้อมูล
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	การควบคุมคุณภาพ
	ระยะเวลาดำเนินโครงการ
บทที่ 3	ผลการสำรวจ
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
	ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
	ตอนที่ 3 การพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563
	ตอนที่ 4 ความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี 2563
บทที่ 4	บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
	บทสรุป
	อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
ภาคผนวก	31

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	9
6	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	10
7	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส	10
8	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด	10
9	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	11
10	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	11
11	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่พักอาศัย	11
12	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	13
13	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	14
14	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ตั้งแต่กรกฎาคม 2563 เป็นต้นมา (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	14
15	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางออนไลน์ที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	14
16	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	14
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)	15
20	แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา กับเดือนเมษายน (จากการสำรวจในครั้งเดียวกัน และเฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	16
21	แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการสำรวจ 4 ครั้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	16
22	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	16
23	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	17

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
24	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพ กับการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	18
25	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของปริมาณในการตีพิมพ์ กับการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	19
26	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ไม่ได้ตีพิมพ์/ ตีพิมพ์น้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตีพิมพ์/ ตีพิมพ์น้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	19
27	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการมีแผนที่จะงดหรือลดการตีพิมพ์แอลกอฮอล์ต่อเนื่อง หลังจากนั้น (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตีพิมพ์/ ตีพิมพ์น้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	19
28	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลดีของการงดหรือลดการตีพิมพ์ในช่วงนี้ (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตีพิมพ์/ ตีพิมพ์น้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	20
29	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ตีพิมพ์เท่าเดิม/ ตีพิมพ์เพิ่มขึ้น ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วตีพิมพ์เท่าเดิม/ ตีพิมพ์เพิ่มขึ้น ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	20
30	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการออกไปนั่งตีพิมพ์ที่ร้าน/ สถานบริการต่างๆ หลังผ่อนคลายล็อกดาวน์ ระยะที่ 4 (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา)	21
31	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความเห็นด้วยกับการอนุญาตให้ขับ บาร์ คาราโอเกะ กลับมาเปิดบริการให้นั่งตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในร้านได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน	21
32	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563	23
33	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุในพื้นที่ที่พักอาศัยอยู่ มีการจัดกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษา	24
34	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการได้ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษาในปี	25
35	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความตั้งใจจะงด/ ลดการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563 (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	26
36	แสดงการวิเคราะห์การเคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 กับความตั้งใจจะงด/ ลดการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563 (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	26
37	แสดงการวิเคราะห์การเข้าร่วมกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 กับความตั้งใจจะงด/ ลดการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563 (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และมีการจัดกิจกรรมในพื้นที่)	27

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาของโครงการ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบันที่กำลังเป็นปัญหาสำคัญของทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นการเพิ่มความเสี่ยงในการติดเชื้อ จากการไม่ได้ดูแลป้องกันตัวเองเต็มที่หรืออยู่ในอาการมึนเมาทำให้ไม่ปฏิบัติตามข้อแนะนำสุขภาพ เช่น การล้างมือ ใส่หน้ากากอนามัย หรือเว้นระยะห่างทางกายกับผู้อื่น ยิ่งไปกว่านั้น หากติดเชื้อแล้วอาจทำให้มีอาการเจ็บป่วยรุนแรง จากการมีสุขภาพร่างกายที่อ่อนแอ หรือมีภาวะภูมิคุ้มกันโรคบกพร่อง หรือมีโรคประจำตัวจากผลของแอลกอฮอล์ เช่น ตับแข็ง มะเร็ง โรคหัวใจ เป็นต้น¹

ข้อมูลทางการแพทย์ที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ได้รวบรวมไว้ แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ง่ายขึ้นจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะเป็นการเพิ่มการติดเชื้อทางเดินหายใจ โดยการดื่มหนักและการติดเชื้อจะทำลายเม็ดเลือดขาว ชนิด macrophage ในปอด เป็นการเพิ่มความเสี่ยงในการติดเชื้อแบคทีเรียและไวรัส 3-7 เท่า และยังเพิ่มความเสี่ยงในการติดเชื้อฉวยโรค² นอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นถึงอันตรายมากกว่าปกติหากได้รับเชื้อ เพราะการดื่มจะเพิ่มความเสี่ยงของการติดเชื้อในปอด ผู้ติดเชื้อหรือป่วยจากการดื่มสุรา มีโอกาสเข้า ICU มากกว่าปกติ 60% หากป่วยเป็นโรคปอดบวม และมีโอกาสเกิดระบบทางเดินหายใจล้มเหลวเป็น 3.7 เท่าของปกติ หากมีการติดเชื้อในกระแสเลือด³

ความเสี่ยงข้างต้นได้รับการตอบสนองในเชิงนโยบาย โดยในช่วงเดือนเมษายน 2563 ผู้ว่าราชการจังหวัดทั่วประเทศ รวมถึงกรุงเทพมหานคร ได้ออกคำสั่งปิดร้านค้าและสถานประกอบการจำหน่ายสุราเป็นการชั่วคราว เพื่อลดความเสี่ยงของประชาชนในการสัมผัสเชื้อโรคในช่วงการแพร่ระบาดโรคโควิด-19⁴ ซึ่งครั้งนั้น ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ร่วมกับศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ได้ทำการสำรวจพบประเด็นที่น่าสนใจหลายประการ โดยเฉพาะการพบว่าเมื่อมีประกาศห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19 การดื่มของคนไทยนั้นลดลงอย่างชัดเจน⁵

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

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

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

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

⁵ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2563ก). โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ. สงขลา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

เมื่อเข้าสู่เดือนพฤษภาคม 2563 สถานการณ์การระบาดของไวรัสมีแนวโน้มลดลง ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) จึงมีมาตรการผ่อนคลายเป็นสามขั้นขึ้นเรื่อยๆ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลับจากร้านจำหน่ายได้ แต่ไม่สามารถนั่งดื่มในร้าน เริ่มมีผลวันที่ 3 พฤษภาคม 2563⁶ ซึ่ง ศวส. และ SAB ได้ร่วมกันดำเนินการสำรวจอีกครั้ง พบว่าสัดส่วนการดื่มเพิ่มขึ้นจากเดือนเมษายนถึงร้อยละ 20.3 โดยเฉพาะในกลุ่มที่ดื่มประจำเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24.0⁷

สถานการณ์การระบาดของไวรัสมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง วันที่ 15 มิถุนายน 2563 ศบค. จึงได้มีมาตรการผ่อนคลายเป็นระยะที่ 4 อนุญาตให้ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม สามารถจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านได้⁸ ซึ่งผลการสำรวจครั้งที่ 3 เพื่อติดตามสถานการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า สัดส่วนการดื่มเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 23.2 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนเมษายน⁹

ล่าสุดมีมาตรการผ่อนคลายเป็นระยะที่ 5 อนุญาตให้สถานบันเทิงประเภทผับ บาร์ คาราโอเกะ กลับมาเปิดบริการได้ เริ่มวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 เป็นต้นไป¹⁰ จึงเป็นที่น่าสนใจว่า ประชาชนตอบรับกับมาตรการนี้อย่างไร ประกอบกับเป็นช่วงเข้าพรรษา พฤติกรรมการดื่มของประชาชนจะเป็นอย่างไร การณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” จะมีผลต่อการดื่ม/ ความตั้งใจจะดื่มในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาหรือไม่ อย่างไร

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งเป็นหน่วยงานวิชาการที่สนับสนุนการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับปัญหาแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ประสงค์ให้มีการศึกษาในประเด็นข้างต้น เพื่อเป็นการติดตามสถานการณ์ นำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายต่อไป จึงได้ร่วมกับศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ดำเนินโครงการ “สำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19” (ครั้งที่ 4) ตามระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์

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

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

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

⁹ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2563ค). *โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 3)*. สงขลา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

¹⁰ บีบีซีไทย. (2563, 24 มิถุนายน). *โควิด-19 : ผ่อนคลายมาตรการระยะ 5 ผับ-บาร์-คาราโอเกะ-อาบอบนวด เปิดได้แต่ต้องปิดเที่ยงคืน*. สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/international-53162018>

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อมาตรการผ่อนคลายนโยบายระยะที่ 5
3. เพื่อสำรวจการพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563
4. เพื่อสำรวจความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี 2563

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 คน¹¹ 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

¹¹ ระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง. (2562). สถิติประชากรและบ้าน - จำนวนประชากรแยกอายุ. สืบค้นจาก 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
รวมจำนวนทั้งสิ้น	15	100.00	1,537

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
กรุงเทพฯ ปริมณฑล	14.44	222
กรุงเทพมหานคร	68.49	152
นนทบุรี	15.49	34
สมุทรปราการ	16.02	36
ภาคกลาง	20.21	311
ชลบุรี	45.66	142
นครปฐม	28.13	87
ราชบุรี	26.21	82
ภาคเหนือ	18.07	278
เชียงใหม่	42.44	118
เชียงราย	30.34	84
นครสวรรค์	27.22	76
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	33.55	515
ขอนแก่น	27.26	140
อุบลราชธานี	27.50	142
ศรีสะเกษ	21.82	112
บุรีรัมย์	23.43	121
ภาคใต้	13.73	211
นครศรีธรรมราช	52.79	111
สงขลา	47.21	100
รวมจำนวนทั้งสิ้น	100.00	1,537

หมายเหตุ: จำนวนตัวอย่างอาจมีการปรับเปลี่ยนตามโครงสร้างการสุ่มในพื้นที่จริง แต่โดยรวมจะไม่น้อยกว่า 1,537 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การโทรศัพท์สัมภาษณ์ (Phone Survey)

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้จำนวนทั้งสิ้น 1,553 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 101.0

เครื่องมือวัด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยจัดทำร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัย และคณะทำงานของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ซึ่งมีโครงสร้างคำถามที่ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ทั้งคุณลักษณะประชากร และประเด็นคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ในการประมวลผลข้อมูล โดยสถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อาทิ จำนวน ร้อยละ ขึ้นอยู่กับตามความเหมาะสมของประเภทข้อมูล 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 17 – 30 กรกฎาคม 2563 ใช้ระยะเวลาตามขั้นตอนดังนี้

1. เตรียมการ สร้างเครื่องมือ และสู่มตัวอย่าง	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 การพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563

ตอนที่ 4 ความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี 2563

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวอย่างร้อยละ 50.4 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 49.6 เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่ร้อยละ 67.9 อยู่ในช่วงอายุ 30 - 59 ปี โดยร้อยละ 20.5 อายุ 15 - 29 ปี ขณะที่ร้อยละ 11.6 อายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 67.1 สมรสแล้ว ขณะที่ร้อยละ 26.5 มีสถานะโสด และร้อยละ 4.8 หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่

ประมาณ 3 ใน 4 หรือร้อยละ 74.4 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ขณะที่ร้อยละ 24.0 จบปริญญาตรี และร้อยละ 1.4 จบสูงกว่าปริญญาตรี ด้านอาชีพ มีการกระจายอย่างหลากหลาย ซึ่ง 3 กลุ่มอาชีพหลักๆ ได้แก่ ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป พนักงานบริษัทเอกชน และค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย มีอยู่ร้อยละ 19.7 19.3 และ 17.5 ตามลำดับ สำหรับรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าร้อยละ 39.2 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 41.7 มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท และร้อยละ 18.2 มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท

เมื่อจำแนกตามพื้นที่พักอาศัย พบว่าร้อยละ 52.2 พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล ร้อยละ 38.0 อยู่นอกเขตเทศบาล และร้อยละ 9.8 อยู่ในกรุงเทพมหานคร

(พิจารณาตามตารางที่ 5 - 11)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ลำดับ	เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1	ชาย	771	49.6
2	หญิง	782	50.4
	รวม	1,553	100.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ลำดับ	อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1	15 - 19 ปี	30	2.0
2	20 - 29 ปี	288	18.5
3	30 - 39 ปี	352	22.7
4	40 - 49 ปี	381	24.5
5	50 - 59 ปี	322	20.7
6	60 ปีขึ้นไป	180	11.6
รวม		1,553	100.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

ลำดับ	สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
1	โสด	412	26.5
2	สมรสและมีบุตร	974	62.7
3	สมรสแต่ไม่มีบุตร	68	4.4
4	หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	75	4.8
5	ไม่ระบุ	24	1.6
รวม		1,553	100.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด

ลำดับ	การศึกษาชั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคยเรียน	7	0.5
2	ประถมศึกษา	271	17.5
3	มัธยมศึกษาตอนต้น	246	15.8
4	มัธยมศึกษาตอนปลาย	348	22.4
5	ปวช.	105	6.8
6	ปวส.	127	8.2
7	อนุปริญญา	49	3.2
8	ปริญญาตรี	373	24.0
9	สูงกว่าปริญญาตรี	22	1.4
10	ไม่ระบุ	5	0.2
รวม		1,553	100.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ลำดับ	อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1	ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป	306	19.7
2	พนักงานบริษัทเอกชน	299	19.3
3	ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย	272	17.5
4	เกษตรกร/ ประมง	197	12.7
5	ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ	139	9.0
6	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	124	8.0
7	เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	109	7.0
8	นักเรียน/ นักศึกษา	54	3.5
9	อาชีพอิสระ อาทิ หนายความ สถาปนิก	25	1.6
10	ว่างงาน	19	1.2
11	อื่นๆ อาทิ นักการเมืองท้องถิ่น ครูอัตราจ้าง ลูกจ้างรัฐ	9	0.5
รวม		1,553	100.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

ลำดับ	รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 5,000 บาท	183	11.7
2	5,001 - 10,000 บาท	427	27.5
3	10,001 - 20,000 บาท	647	41.7
4	20,001 - 30,000 บาท	175	11.3
5	30,001 - 40,000 บาท	75	4.8
6	40,001 - 50,000 บาท	18	1.2
7	มากกว่า 50,000 บาท	14	0.9
8	ไม่ระบุ	14	0.9
รวม		1,553	100.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่พักอาศัย

ลำดับ	พื้นที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
1	กรุงเทพมหานคร	152	9.8
2	ในเขตเทศบาล	811	52.2
3	นอกเขตเทศบาล	590	38.0
รวม		1,553	100.0

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตัวอย่างร้อยละ 38.8 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ในกลุ่มนี้พบว่าร้อยละ 35.7 ดื่มเป็นประจำ (อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง) ขณะที่ร้อยละ 64.3 ไม่ได้ดื่มประจำ (น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง)

เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา เมื่อสอบถามถึงการเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ตั้งแต่ มกราคม 2563 เป็นต้นมา พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 99.7 ไม่เคย โดยมีเพียงร้อยละ 0.3 หรือ 2 รายเท่านั้นที่เคยซื้อ (รายละเอียด 1 - 2 ครั้ง) โดยผู้ที่เคยซื้อออนไลน์สั่งซื้อทางเฟซบุ๊ก และโทรฯ สั่ง เหตุผลคือสะดวกไม่ต้องไปซื้อเอง ราคาถูกกว่าท้องตลาด และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน อย่างไรก็ตาม ทั้ง 2 รายซื้อในเวลา 17:00 - 24:00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่กฎหมายอนุญาตให้ซื้อได้

เมื่อสอบถามต่อไปในกลุ่มที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาถึงการดื่มในช่วงเดือนเมษายนที่กฎหมายห้ามจำหน่าย พบว่ากว่าครึ่งคือร้อยละ 61.3 ไม่ได้ดื่ม (พบ 16 รายมีการใช้สารอื่นทดแทน ส่วนใหญ่คือกาแฟ น้ำอัดลม น้ำหวาน โดยมี 2 รายดื่มน้ำกระเทียม) เมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ (ก่อนการระบาดของโควิด) พบว่าร้อยละ 29.9 ดื่มน้อยลง ร้อยละ 8.6 ดื่มเท่าเดิม และร้อยละ 0.2 ดื่มเพิ่มขึ้น สำหรับการดื่มในช่วง 30 วันที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงที่อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แล้ว พบว่าสัดส่วนตัวอย่างที่ไม่ได้ดื่มลดลงเหลือร้อยละ 37.4 ขณะที่ผู้ที่ดื่มน้อยลงเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 43.4 ดื่มเท่าเดิมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 18.9 และดื่มเพิ่มขึ้นมีร้อยละ 0.3 สังเกตได้ว่า สัดส่วนของผู้ที่ดื่มในช่วง 30 วันที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นจากเดือนเมษายน (สอบถามย้อนหลังในการสำรวจครั้งเดียวกัน) โดยรวมถึงร้อยละ 23.9

คณะผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจทั้ง 4 ครั้ง มาเปรียบเทียบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละช่วงเดือนที่เก็บข้อมูล โดยเลือกวิเคราะห์เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่าสัดส่วนการดื่มเพิ่มขึ้นใน 3 ครั้งแรก คือร้อยละ 51.5 ในเดือนเมษายน เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.3 ในเดือนพฤษภาคม (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8) และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 64.5 ในเดือนมิถุนายน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2) ขณะที่ลดลงเล็กน้อยคงเหลือร้อยละ 62.6 ในเดือนกรกฎาคม (ลดลงร้อยละ 1.9) ซึ่งใน 3 ครั้งแรกของการสำรวจสอดคล้องกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ที่มีการผ่อนคลายลงเรื่อยๆ ส่วนเดือนกรกฎาคม สัดส่วนการดื่มก็ไม่ได้เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด อาจเนื่องจากเป็นช่วงของการเข้าพรรษาที่ผู้ดื่มบางรายงดเหล้าในช่วงเวลาดังกล่าว

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (Crosstab) พบว่า

1) เพศชาย และเพศหญิง มีสัดส่วนผู้ที่ไม่ได้ดื่มเลย/ ดื่มน้อยลง กับผู้ที่ดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.743)

2) กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนการดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น มากกว่ากลุ่มอายุอื่น แต่ไม่ถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ หรือกล่าวได้ว่าไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.627)

3) กลุ่มอาชีพอิสระ มีสัดส่วนการดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น แต่ไม่ถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ หรือกล่าวได้ว่าไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.182)

4) กลุ่มที่ดื่มประจำ (อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง) มีสัดส่วนการดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น มากกว่ากลุ่มที่ดื่มนานๆ ครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.000)

กลุ่มที่ไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง ให้เหตุผลสำคัญว่า ไม่ได้พบปะสังสรรค์ (ร้อยละ 40.3) ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด (ร้อยละ 34.0) และปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว (ร้อยละ 33.1) โดยร้อยละ 32.5 มีแผนที่จะงดหรือลดการดื่มต่อเนื่องหลังจากนี้ ขณะที่ร้อยละ 21.8 ไม่มีแผน และร้อยละ 45.7 ไม่แน่ใจ ผลที่พบจากการงดหรือลดการดื่มในช่วงนี้ที่สำคัญคือ สุขภาพร่างกายดีขึ้น (ร้อยละ 53.5) สุขภาพจิตใจดีขึ้น (ร้อยละ 19.8) รู้สึกมีความปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น (ร้อยละ 19.3) ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ (เฉลี่ยรายละ 1,012.50 บาท) (ร้อยละ 16.5) และลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น (ร้อยละ 11.7)

ส่วนกลุ่มที่ดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น ให้เหตุผลสำคัญว่ามีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ पार्टตี้ดื่ม (ทั้งออนไลน์หรือจริง) (ร้อยละ 44.0) มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ (ร้อยละ 37.1) ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) (ร้อยละ 27.6) และเครียด/ เบื่อหน่าย/ เซ็ง (ร้อยละ 21.6)

เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วง 30 วันที่ผ่านมา เมื่อสอบถามถึงการออกไปนั่งดื่มที่ร้าน/ สถานบริการต่างๆ หลังผ่อนคลยล็อกดาวน์ ระยะที่ 4 พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 65.5 ยังไม่ได้ออกไปนั่งดื่ม ขณะที่ร้อยละ 34.5 ออกไปนั่งดื่มแล้ว ซึ่งสูงกว่าการสำรวจครั้งที่ผ่านมาถึงร้อยละ 26.1 จากที่เคยพบเพียงร้อยละ 8.4 กลุ่มนี้โดยมากจะไปที่ร้านอาหาร/ ภัตตาคาร (ร้อยละ 57.5) ผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ (ร้อยละ 45.0) และร้านค้า/ ร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน (ร้อยละ 37.5)

จากตัวอย่างทั้งหมดที่ทำการสำรวจ พบว่าครึ่งหนึ่งหรือร้อยละ 50.8 ไม่ค่อยเห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย กับการอนุญาตให้ผับ บาร์ คาราโอเกะ กลับมาเปิดบริการให้นั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านได้ในสถานการณปัจจุบัน ขณะที่ร้อยละ 34.9 เห็นด้วย โดยมีร้อยละ 14.3 ที่ไม่มีความเห็นต่อประเด็นดังกล่าว

(พิจารณาตามตารางที่ 12 - 31)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา

ลำดับ	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ดื่ม	951	61.2
2	ดื่ม	602	38.8
	รวม	1,553	100.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ของการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตีในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	ความถี่ของการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1	ทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์)	38	6.3
2	เกือบทุกวัน (5-6 วันต่อสัปดาห์)	20	3.3
3	วันเว้นวัน (3-4 วันต่อสัปดาห์)	28	4.7
4	ทุกสัปดาห์ (1-2 วันต่อสัปดาห์)	129	21.4
5	ทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)	138	22.9
6	นานๆ ครั้ง (น้อยกว่าเดือนละครั้ง)	249	41.4
	รวม	602	100.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ตั้งแต่ มกราคม 2563 เป็นต้นมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตีในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การเคยซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ทางออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคย	600	99.7
2	เคย (รายละเอียด 1 - 2 ครั้ง)	2	0.3
	รวม	602	100.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางออนไลน์ที่ซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 2)

ลำดับ	ช่องทางออนไลน์ที่ซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	เฟซบุ๊ก	1	50.0
2	โทรฯ สั่ง	1	50.0

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 2)

ลำดับ	เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
1	สะดวกไม่ต้องไปซื้อเอง	2	100.0
2	ราคาถูกกว่าท้องตลาด	1	50.0
3	มีบริการจัดส่งถึงบ้าน	1	50.0

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่วงเวลาที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์
(เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 2)

ลำดับ	ช่วงเวลาที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1	00:01 - 10:59 น.	0	0.0
2	11:00 - 14:00 น.	0	0.0
3	14:01 - 16:59 น.	0	0.0
4	17:00 - 24:00 น.	2	100.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน
(เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ดื่ม*	369	61.3
2	ดื่มน้อยลง	180	29.9
3	ดื่มเท่าเดิม	52	8.6
4	ดื่มเพิ่มขึ้น	1	0.2
รวม		602	100.0

*เฉพาะตัวอย่างที่ไม่ได้ดื่ม พบ 16 รายมีการใช้สารอื่นทดแทน ส่วนใหญ่คือกาแฟ ชา น้ำอัดลม น้ำหวาน โดยมี 2 รายดื่มน้ำกระท่อม

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา
(เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ดื่ม	225	37.4
2	ดื่มน้อยลง	261	43.4
3	ดื่มเท่าเดิม	114	18.9
4	ดื่มเพิ่มขึ้น	2	0.3
รวม		602	100.0

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

ลำดับ	การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์ แอลกอฮอล์	เดือนเมษายน		ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา		ผลต่าง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตีพิมพ์	369	61.3	225	37.4	-23.9	-144
2	ตีพิมพ์	233	38.7	377	62.6	23.9	144
รวม		602	100.0	602	100.0		
	- ตีพิมพ์น้อยลง	180	29.9	261	43.4	13.5	81
	- ตีพิมพ์เท่าเดิม	52	8.6	114	18.9	10.3	62
	- ตีพิมพ์เพิ่มขึ้น	1	0.2	2	0.3	0.1	1

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ จากการสำรวจ 4 ครั้ง (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์ แอลกอฮอล์	เดือนเมษายน		เดือนพฤษภาคม		เดือนมิถุนายน		เดือนกรกฎาคม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตีพิมพ์	309	48.5	280	46.7	215	35.5	225	37.4
2	ตีพิมพ์	328	51.5	320	53.3	391	64.5	377	62.6
รวม		637	100.0	600	100.0	606	100.0	602	100.0

ตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศ กับการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

เพศ	ไม่ได้ตีพิมพ์เลย/ ตีพิมพ์น้อยลง	ตีพิมพ์เท่าเดิม/ ตีพิมพ์เพิ่มขึ้น	รวม	Sig.
ชาย	353 80.4%	86 19.6%	439 100.0%	0.743
หญิง	133 81.6%	30 18.4%	163 100.0%	
รวม	486 80.7%	116 19.3%	602 100.0%	

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุ กับการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

อายุ	ไม่ได้ตีเลย/ ตีน้อยลง	ตีเท่าเดิม/ ตีเพิ่มขึ้น	รวม	Sig.
15 - 19 ปี	7 77.8%	2 22.2%	9 100.0%	0.627
20 - 29 ปี	111 81.0%	26 19.0%	137 100.0%	
30 - 39 ปี	125 83.9%	24 16.1%	149 100.0%	
40 - 49 ปี	130 79.8%	33 20.2%	163 100.0%	
50 - 59 ปี	83 81.4%	19 18.6%	102 100.0%	
60 ปีขึ้นไป	30 71.4%	12 28.6%	42 100.0%	
รวม	486 80.7%	116 19.3%	602 100.0%	

ตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

อาชีพ	ไม่ได้ดื่มเลย/ ดื่มน้อยลง	ดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น	รวม	Sig.
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	31 79.5%	8 20.5%	39 100.0%	0.182
พนักงานบริษัทเอกชน	114 80.3%	28 19.7%	142 100.0%	
ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย	77 86.5%	12 13.5%	89 100.0%	
ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ	50 75.8%	16 24.2%	66 100.0%	
ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป	108 83.7%	21 16.3%	129 100.0%	
เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	19 79.2%	5 20.8%	24 100.0%	
เกษตรกร/ ประมง	59 79.7%	15 20.3%	74 100.0%	
อาชีพอิสระ อาทิ ทนายความ สถาปนิก	5 45.5%	6 54.5%	11 100.0%	
นักเรียน/ นักศึกษา	13 76.5%	4 23.5%	17 100.0%	
ว่างงาน	7 87.5%	1 12.5%	8 100.0%	
อื่นๆ อาทิ นักการเมือง ท้องถิ่น ครูอัตราจ้าง ลูกจ้างรัฐ	3 100.0%	0 0.0%	3 100.0%	
รวม	486 80.7%	116 19.3%	602 100.0%	

ตารางที่ 25 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความถี่ในการตี๋ม กับการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

ความถี่ในการตี๋ม	ไม่ได้ตี๋มเลย/ ตี๋มน้อยลง	ตี๋มเท่าเดิม/ ตี๋มเพิ่มขึ้น	รวม	Sig.
ตี๋มประจำ	149 69.3%	66 30.7%	215 100.0%	0.000*
ตี๋มนานๆ ครั้ง	337 87.1%	50 12.9%	387 100.0%	
รวม	486 80.7%	116 19.3%	602 100.0%	

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.000)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 486)

ลำดับ	เหตุผลที่ไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้พบปะสังสรรค์	196	40.3
2	ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด	165	34.0
3	ปกติก็ไม่ค่อยตี๋มอยู่แล้ว	161	33.1
4	งานยุ่ง/ ไม่มีเวลา	70	14.4
5	ไม่มีเครื่องตี๋มๆ เก็บไว้	58	11.9
6	ต้องการประหยัดเงิน	41	8.4
7	ไม่สบายจึงหยุดตี๋ม	14	2.9
8	ไม่มีเหตุผล	69	14.2

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

ลำดับ	การมีแผนที่จะงดหรือลดการตี๋มแอลกอฮอล์ต่อเนื่อง	จำนวน	ร้อยละ
1	มีแผนที่จะงดตี๋มไปเลย	36	7.4
2	มีแผนที่จะลดการตี๋มลง	122	25.1
3	ไม่มีแผนที่จะงดหรือลดหลังจากนี้	106	21.8
4	ไม่แน่ใจ	222	45.7
รวม		486	100.0

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลดีของการงดหรือลดการดื่มในช่วงนี้ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 486)

ลำดับ	ผลดีของการงดหรือลดการดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
1	สุขภาพร่างกายดีขึ้น	260	53.5
2	สุขภาพจิตใจดีขึ้น	96	19.8
3	รู้สึกมีความปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น	94	19.3
4	ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ เฉลี่ยรายละ 1,012.50 บาท	80	16.5
5	ลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น	57	11.7
6	มีสติ ใจเย็นขึ้น ลดปัญหาการทะเลาะวิวาทกับคนอื่น	48	9.9
7	อื่นๆ	1	0.2
8	ไม่มีผลอะไร	158	32.5

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 116)

ลำดับ	เหตุผลที่ดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
1	มีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ पार्टตี้ดื่ม (ทั้งออนไลน์หรือวงจริง)	51	44.0
2	มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้	43	37.1
3	ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้)	32	27.6
4	เครียด/ เบื่อหน่าย/ เซ็ง	25	21.6
5	ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว	15	12.9
6	มีเวลาว่างมากขึ้น	12	10.3
7	เหงาเพราะต้องอยู่คนเดียว/ แยกตัวอยู่บ้าน	9	7.8
8	มีเครื่องดื่มๆ เก็บไว้เยอะ	4	3.4
9	ไม่มีเหตุผล	12	10.3

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

ลำดับ	การออกไปนั่งตมที่ร้าน/ สถานบริการต่างๆ หลังผ่อนคลายล็อกดาวน์ ระยะที่ 4	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ออกไปนั่งตมที่ร้าน	76	65.5
2	ออกไปนั่งตม	40	34.5
	สถานที่ที่ไปนั่งตม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 40)	จำนวน	ร้อยละ
	1) ร้านอาหาร/ ภัตตาคาร	23	57.5
	2) ผับ/ บาร์/ คาราโอเกะ	18	45.0
	3) ร้านค้า/ ร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน	15	37.5
	รวม	116	100.0

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความเห็นเกี่ยวกับการอนุญาตให้ผับ บาร์ คาราโอเกะ กลับมาเปิดบริการให้นั่งตมเครื่องตมแอลกอฮอล์ในร้านได้ในสถานการณปัจจุบัน

ลำดับ	ความเห็นเกี่ยวกับการอนุญาตให้ผับ บาร์ คาราโอเกะ กลับมาเปิดบริการ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เห็นด้วย	476	30.7
2	ไม่ค่อยเห็นด้วย	312	20.1
3	ค่อนข้างเห็นด้วย	262	16.9
4	เห็นด้วย	280	18.0
5	ไม่มีความเห็น	223	14.3
	รวม	1,553	100.0

ตอนที่ 3 การพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563

ผลสำรวจการเคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 พบว่ามีตัวอย่างประมาณ 2 ใน 3 หรือร้อยละ 68.7 ระบุเคยพบเห็น/ รับรู้ ส่วนใหญ่ผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ (ร้อยละ 75.5) และเฟซบุ๊ก (ร้อยละ 38.1) รวมถึงจากสื่อบุคคล (ร้อยละ 21.3) ที่น่าพิจารณาคือ ในกลุ่มที่พบเห็น/ รับรู้ มีถึงร้อยละ 48.0 ที่ระบุว่าไม่มีผลเลย-มีผลเล็กน้อยต่อความตระหนักในการลดละเลิกการดื่มฯ

เกือบ 3 ใน 4 หรือร้อยละ 72.2 ไม่มีการจัดกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษาในพื้นที่ที่พักอาศัยอยู่ ขณะที่ร้อยละ 27.8 ระบุมีกิจกรรม ซึ่งในกลุ่มที่มีนี้ พบร้อยละ 41.3 ได้เข้าร่วม ซึ่งร้อยละ 39.3 ของผู้เข้าร่วมระบุว่า มีผลปานกลาง ใกล้เคียงกับร้อยละ 38.8 ที่ระบุมีผลมาก-มากที่สุดต่อความตระหนักในการลดละเลิกการดื่มฯ นอกจากนี้ พบว่าร้อยละ 13.3 ได้ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษาในปี นี้ โดยมากลงนามปฏิญาณตนในสมุดลงนามที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น (ร้อยละ 58.7) และกล่าวคำปฏิญาณตน (ในงานกิจกรรมที่จัดขึ้น) (ร้อยละ 26.7) ขณะที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 86.7 ไม่ได้ลงนาม/ ปฏิญาณตน ซึ่งเหตุผลสำคัญมาจากความไม่ได้สนใจ (ร้อยละ 40.2) ประกอบกับไม่มีกิจกรรมลงนาม/ ปฏิญาณตนในชุมชน (ร้อยละ 24.7) และไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่แล้ว (ร้อยละ 21.7)

(พิจารณาตามตารางที่ 32 - 34)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” ปี 2563

ลำดับ	การเคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” ปี 2563	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคย	486	31.3
2	เคย	1,067	68.7
	ผ่านสื่อ หรือช่องทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 1,067)	จำนวน	ร้อยละ
1)	โฆษณาทางโทรทัศน์	806	75.5
2)	เฟซบุ๊ก	407	38.1
3)	สื่อบุคคล อาทิ คนในครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก สาธารณสุข อสม. อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระ	227	21.3
4)	ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (billboard)	203	19.0
5)	ยูทูบ	127	11.9
6)	ไลน์	125	11.7
7)	ช่วงที่ประกาศเข้ารายการโทรทัศน์	105	9.8
8)	สื่อโฆษณากลางแจ้งอื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณา บริเวณรถไฟฟ้า รถประจำทาง	81	7.6
9)	เว็บไซต์	59	5.5
10)	ป้ายตั้งโต๊ะในรายการโทรทัศน์ต่างๆ	48	4.5
11)	โฆษณาทางวิทยุ	41	3.8
12)	แผ่นพับ/ โบรชัวร์	26	2.4
13)	กิจกรรมหรืออีเว้นท์ต่างๆ	17	1.6
14)	หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร	11	1.0
15)	ทวิตเตอร์	4	0.4
16)	อินสตาแกรม	2	0.2
	มีผลต่อความตระหนักในการลดละเลิกการดื่มฯ	จำนวน	ร้อยละ
1)	ไม่มีผลเลย	256	24.0
2)	มีผลเล็กน้อย	256	24.0
3)	มีผลปานกลาง	320	30.0
4)	มีผลมาก	154	14.4
5)	มีผลมากที่สุด	57	5.3
6)	ไม่ระบุ	24	2.3
	รวม	1,067	100.0
	รวม	1,553	100.0

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุในพื้นที่ที่พักอาศัยอยู่ มีการจัดกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษา

ลำดับ	การจัดกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษา	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่มีกิจกรรม	1,122	72.2
2	มีการจัดกิจกรรม	431	27.8
	การเข้าร่วม	จำนวน	ร้อยละ
	1) เข้าร่วม	178	41.3
	2) ไม่ได้เข้าร่วม	253	58.7
	รวม	431	100.0
	มีผลต่อความตระหนักในการลดละเลิกการดื่มฯ	จำนวน	ร้อยละ
	(เฉพาะตัวอย่างที่เข้าร่วม)		
	1) ไม่มีผลเลย	7	3.9
	2) มีผลเล็กน้อย	24	13.5
	3) มีผลปานกลาง	70	39.3
	4) มีผลมาก	51	28.7
	5) มีผลมากที่สุด	18	10.1
	6) ไม่ระบุ	8	4.5
	รวม	178	100.0
	รวม	1,553	100.0

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการได้ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษาในปี

ลำดับ	การได้ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษาในปี	จำนวน	ร้อยละ
1	ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้า วิธีการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
	1) ลงนามปฏิญาณตนในสมุดลงนามที่หน่วยงาน ต่างๆ จัดขึ้น อาทิ โรงพยาบาลส่งเสริม สุขภาพตำบล วัด โรงเรียน โรงงาน	121	58.7
	2) กล่าวคำปฏิญาณตน (ในงานกิจกรรมที่จัดขึ้น)	55	26.7
	3) ลงนามปฏิญาณตนทางออนไลน์	35	17.0
	4) อื่นๆ คือ ปฏิญาณตนกับพระ	1	0.5
2	ไม่ได้ลงนาม/ ปฏิญาณตน เนื่องจาก		
	1) ไม่ได้สนใจ	542	40.2
	2) ไม่มีกิจกรรมลงนาม/ ปฏิญาณตนในชุมชน	333	24.7
	3) ไม่ได้มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่แล้ว	292	21.7
	4) ยังดื่มอยู่ กลัวงดไม่ได้	75	5.6
	5) งดดื่มช่วงเข้าพรรษาอยู่แล้ว	32	2.4
	6) ไม่ต้องการไปรวมกลุ่ม เพราะมีการระบาดของ ของโควิด-19	24	1.8
	7) ไม่ระบุ	49	3.6
	รวม	1,347	100.0
	รวม	1,553	100.0

ตอนที่ 4 ความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี 2563

ผลสำรวจความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี 2563 พบว่าร้อยละ 66.0 มีความตั้งใจจะงด/ ลด โดยจำแนกเป็นร้อยละ 25.6 ไม่งดแต่ลดการดื่มลง ร้อยละ 25.1 งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา และร้อยละ 15.3 งดเป็นบางช่วง ขณะที่ร้อยละ 7.1 ตั้งใจจะดื่มตามปกติ (ไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม) ทั้งนี้ ยังมีอีกร้อยละ 26.9 ยังไม่แน่ใจ/ ยังไม่ได้คิด

เมื่อวิเคราะห์การเคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 กับความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563 (Crosstab) พบว่า กลุ่มที่เคยเห็น/ รับรู้สื่อ มีความตั้งใจจะงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา สูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยเห็น/ รับรู้สื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.005)

และเมื่อวิเคราะห์การเข้าร่วมกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 กับความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563 (Crosstab) พบว่า กลุ่มที่เข้าร่วม มีความตั้งใจจะงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้เข้าร่วมอย่างชัดเจน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.008)

(พิจารณาตามตารางที่ 35 - 37)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563 (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	ความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่งดแต่ลดการดื่มลง	154	25.6
2	งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา	151	25.1
3	งดเป็นบางช่วง	92	15.3
4	ไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม	43	7.1
5	ยังไม่แน่ใจ/ ยังไม่ได้คิด	162	26.9
รวม		602	100.0

ตารางที่ 36 แสดงการวิเคราะห์การเคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 กับความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563 (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

การเคยเห็น/ รับรู้สื่อ ประชาสัมพันธ์	ไม่งดและไม่ ลดปริมาณ การดื่ม	งดตลอด เทศกาล เข้าพรรษา	งดเป็นบาง ช่วง	ไม่งดแต่ลด การดื่มลง	ยังไม่แน่ใจ/ ยังไม่ได้คิด	รวม	Sig.
เคย	35 8.7%	115 28.6%	57 14.2%	97 24.1%	98 24.4%	402 100.0%	0.005*
ไม่เคย	8 4.0%	36 18.0%	35 17.5%	57 28.5%	64 32.0%	200 100.0%	
รวม	43 7.1%	151 25.1%	92 15.3%	154 25.6%	162 26.9%	602 100.0%	

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.005)

ตารางที่ 37 แสดงการวิเคราะห์การเข้าร่วมกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 กับความตั้งใจจะงด/ ลด การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563 (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และมีการจัดกิจกรรมในพื้นที่)

การเข้าร่วมกิจกรรม	ไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม	งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา	งดเป็นบางช่วง	ไม่งดแต่ลดการดื่มลง	ยังไม่แน่ใจ/ ยังไม่ได้คิด	รวม	Sig.
เข้าร่วม	0 0.0%	27 46.6%	8 13.8%	12 20.7%	11 19.0%	58 100.0%	0.008*
ไม่ได้เข้าร่วม	5 5.6%	22 24.4%	17 18.9%	35 38.9%	11 12.2%	90 100.0%	
รวม	5 3.4%	49 33.1%	25 16.9%	47 31.8%	22 14.9%	148 100.0%	

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.008)

บทที่ 4

บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19 (ครั้งที่ 4) มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสำรวจพฤติกรรมการตี๋ม ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19 และความคิดเห็นต่อมาตรการผ่อนคลา ย รวมถึงการพบเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 และความตั้งใจจะงด/ลดการตี๋ม โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ได้จากการสุ่มใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ รวมจำนวน 1,553 ตัวอย่าง ดำเนินการในช่วงระหว่างวันที่ 17 - 30 กรกฎาคม 2563 ผลการศึกษาสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

บทสรุป

1. พฤติกรรมการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19

ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบร้อยละ 38.8 ตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มนี้ร้อยละ 35.7 ตี๋มเป็นประจำ ขณะที่ร้อยละ 64.3 ไม่ได้ตี๋มเป็นประจำ การสำรวจครั้งนี้ พบเพียงร้อยละ 0.3 หรือ 2 รายเท่านั้นที่เคยซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ตั้งแต่ มกราคม 2563 เป็นต้นมา โดยสั่งซื้อทางเฟซบุ๊ก และโทรฯ สั่ง เหตุผลคือ สะดวกไม่ต้องไปซื้อเอง ราคาถูกกว่าท้องตลาด และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน อย่างไรก็ดี ทั้ง 2 รายซื้อในเวลา ที่กฎหมายอนุญาตให้ซื้อได้ เมื่อสอบถามถึงการตี๋มในช่วงเดือนเมษายน พบว่ามีสัดส่วนการตี๋มอยู่ที่ร้อยละ 38.7 แต่ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบว่ามีถึงร้อยละ 62.6 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.9) ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เปรียบเทียบผลการสำรวจทั้ง 4 ครั้ง พบว่าสัดส่วนการตี๋มเพิ่มขึ้นใน 3 ครั้งแรก แต่ลดลงเล็กน้อยในครั้งนี่

สำหรับการตี๋มในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบว่ากลุ่มที่ตี๋มประจำ มีสัดส่วนการตี๋มเท่าเดิม/ ตี๋มเพิ่มขึ้น มากกว่ากลุ่มที่ตี๋มนานๆ ครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กลุ่มที่ไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ให้เหตุผลสำคัญว่าไม่ได้พบปะสังสรรค์ ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด และปกติก็ไม่ค่อยตี๋มอยู่แล้ว โดยร้อยละ 32.5 มีแผนที่จะงดหรือลดการตี๋มต่อเนื่องหลังจากนี้ ผลดีคือ สุขภาพร่างกายดีขึ้น สุขภาพจิตใจดีขึ้น รู้สึกมีความสุข ปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ (เฉลี่ยรายละ 1,012.50 บาท) และลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น ส่วนกลุ่มที่ตี๋มเท่าเดิม/ ตี๋มเพิ่มขึ้น ให้เหตุผลสำคัญว่ามีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ पार्टตี๋ม มีคนชวนตี๋ม ชัดไม่ได้ ตี๋มเป็นประจำ/ ตี๋มจนติด (อดไม่ได้) และเครียด/ เปื่อหน่าย/ เซ็ง กลุ่มที่ตี๋มในช่วง 30 วันที่ผ่านมา พบว่ามีร้อยละ 34.5 ออกไปนั่งตี๋มที่ร้าน/ สถานบริการ โดยเฉพาะร้านอาหาร/ ภัตตาคาร ซึ่งสูงกว่าการสำรวจครั้งที่ผ่านมาถึงร้อยละ 26.1 ทั้งนี้ จากตัวอย่างทั้งหมด พบครึ่งหนึ่งหรือร้อยละ 50.8 ไม่ค่อยเห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย กับการอนุญาตให้ผับ บาร์ คาราโอเกะ กลับมาเปิดบริการให้นั่งตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในร้านได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน

2. การพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563

ร้อยละ 68.7 เคยพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 ส่วนใหญ่พบเห็น/ รับรู้ผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ เฟซบุ๊ก และสื่อบุคคล แต่กลุ่มนี้มีถึงร้อยละ 48.0 ที่ระบุว่าไม่มีผลเลย-มีผลเล็กน้อยต่อความตระหนักในการลดละเลิกการดื่มฯ ประมาณ 1 ใน 4 หรือร้อยละ 27.8 ระบุมีการจัดกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษาในพื้นที่ ซึ่งในกลุ่มนี้ พบร้อยละ 41.3 ได้เข้าร่วม ส่วนใหญ่ระบุมีผลปานกลาง-มากที่สุดต่อความตระหนัก จากทั้งหมดมีร้อยละ 13.3 ได้ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา โดยเฉพาะในสมุดลงนามที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น ขณะที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ลงนาม/ ปฏิญาณตน เพราะไม่ได้สนใจ ประกอบกับไม่มีการจัดกิจกรรมในชุมชน และไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่แล้ว

3. ความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี 2563

ประมาณ 2 ใน 3 หรือร้อยละ 66.0 ตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ โดยจำแนกเป็นร้อยละ 25.6 ไม่งดแต่ลดการดื่มลง ร้อยละ 25.1 งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา และร้อยละ 15.3 งดเป็นบางช่วง ขณะที่ร้อยละ 7.1 ตั้งใจจะดื่มตามปกติ ส่วนที่เหลือร้อยละ 26.9 ยังไม่แน่ใจ/ ยังไม่ได้คิด

กลุ่มที่เคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 มีความตั้งใจจะงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา สูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยเห็น/ รับรู้สื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 มีความตั้งใจจะงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้เข้าร่วมอย่างชัดเจน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) มีผลอย่างมากต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน เมื่อควบคุมเข้มงวด การดื่มจะลด แต่เมื่อผ่อนคลายมาตรการ การดื่มจะเพิ่ม ดังจะเห็นได้จากการเปรียบเทียบผลการสำรวจ 3 ครั้งแรก (ตารางที่ 21) คือ ในเดือนเมษายน 2563 ที่มีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ สัดส่วนการดื่มจะน้อย และลดลงเมื่อเทียบกับช่วงปกติ แต่ต่อมาในเดือนพฤษภาคม 2563 ที่อนุญาตให้ซื้อกลับจากร้านจำหน่ายได้แต่ยังไม่สามารถนั่งดื่มในร้าน สัดส่วนการดื่มขยับเพิ่มขึ้น จากนั้นในเดือนมิถุนายน 2563 ที่อนุญาตให้จำหน่ายและนั่งดื่มได้เฉพาะในร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม ก็พบว่าสัดส่วนการดื่มเพิ่มมากขึ้นอีกตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในเดือนกรกฎาคม 2563 ที่อนุญาตให้สถานบันเทิงประเภทผับ บาร์ คาราโอเกะ เปิดบริการให้นั่งดื่มได้ ผลการสำรวจครั้งที่ 4 กลับพบว่าสัดส่วนการดื่มไม่ได้เพิ่มขึ้นตาม แต่ลดลงเล็กน้อยจากเดือนมิถุนายน ทั้งนี้ อาจเนื่องจากเป็นช่วงของการเข้าพรรษา ซึ่งการสำรวจครั้งนี้พบว่าผู้ดื่มประมาณ 1 ใน 4 ที่ตั้งใจจะงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา (ตารางที่ 35) หากเป็นเช่นนี้ก็สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาที่ดำเนินการมาแล้ว 18 ปี ว่าสามารถสร้างค่านิยมในสังคมไทยและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มได้ จึงควรสนับสนุนให้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่องต่อไป

2. ปัจจุบัน มีการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ แม้จะยังพบไม่มากแต่ก็มีโอกาสขยายตัวเติบโตไปพร้อมกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) อื่นๆ และยังมีธุรกิจเดลิเวอรี่ที่เติบโตอย่างรวดเร็วมารองรับในห่วงโซ่ธุรกิจนี้อีกด้วย ทั้งนี้ การจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์มีโอกาสที่จะกระทำผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้โดยง่าย เพราะไม่สามารถควบคุมสถานที่ วันและเวลาจำหน่าย อายุของผู้ซื้อ ไม่ทราบได้ว่าผู้ซื้อมีอาการมีเมมาจนครองสติไม่ได้แล้วหรือไม่ และย่อมปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ซึ่งถือเป็นการโฆษณาอีกด้วย นอกจากนี้ ยังอาจผิดพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ในเรื่องใบอนุญาตจำหน่ายสุรา อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายใดที่ควบคุมการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์โดยเฉพาะ จึงเกิดช่องว่างในการควบคุม ดังนั้น จึงควรมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อปิดช่องว่างดังกล่าว

3. การรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษามีความสำคัญตามที่กล่าวมา แต่ผลการสำรวจการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 ในครั้งนี้ กลับพบว่ามิตัวอย่างไม่ถึงร้อยละ 70 เท่านั้นที่รับรู้ นับเป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2546 - 2562 ซึ่งพบประมาณร้อยละ 75 - 92 อีกทั้งการรณรงค์ในปัจจุบันภายใต้แนวคิด “งดเหล้าเข้าพรรษา มีสติ มีเงินเหลือ พร้อมสู้ทุกวิกฤต” อาจยังสร้างความตระหนักในการลดละเลิกการตี้มฯ ได้ไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม การสำรวจครั้งนี้ดำเนินการในช่วงเริ่มต้นของเทศกาลเข้าพรรษา ซึ่งการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ยังมีน้อย จึงเป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้นสำหรับนำไปประกอบการพิจารณาวางแผนการรณรงค์ที่จะมีต่อไปตลอดช่วงเข้าพรรษา

4. การจัดกิจกรรมรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาในพื้นที่ หรือที่เรียกว่า (Ground War) สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในเชิงทัศนคติและพฤติกรรมสูงกว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ (Air War) โดยเฉพาะการจัดให้มีการลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้า แต่การสำรวจครั้งนี้พบว่าทั้งการจัดกิจกรรมในพื้นที่ และการจัดให้มีการลงนาม/ ปฏิญาณตนรูปแบบต่างๆ นั้นมีน้อยมาก อาจเพราะมีข้อจำกัดในการรวมกลุ่มจากการระบอบของโควิด-19 จึงควรนำแนวคิดวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ในการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) มาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมดังกล่าว และอาจวางแผนคงรูปแบบนี้ไว้สำหรับปีต่อไป

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 ยูทูบ () 8 โทรฯ สั่ง () 9 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 เทียบกับช่วงเวลาปกติ (ก่อนการระบาดของโควิด)

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

[] 2 ดื่มน้อยลง

[] 3 ดื่มเท่าเดิม

[] 4 ดื่มเพิ่มขึ้น

4. ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา ท่านได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ หากดื่ม เทียบกับช่วงเวลาปกติ (ก่อนการระบาดของโควิด)

แล้วดื่มน้อยลงหรือเพิ่มขึ้น

[] 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

กรณีไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง ท่านมีแผนที่จะงดหรือลดการดื่มแอลกอฮอล์ต่อเนื่องหลังจากนี้หรือไม่

() 1 มีแผนที่จะงดดื่มไปเลย () 2 มีแผนที่จะลดการดื่มลง () 3 ไม่มีแผนที่จะงดหรือลดหลังจากนี้ () 4 ไม่แน่ใจ

กรณีไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง การงดหรือลดการดื่มในช่วงนี้ ส่งผลต่อท่านอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1 ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ รวมแล้วประมาณ..... บาท () 2 สุขภาพร่างกายดีขึ้น () 3 สุขภาพจิตใจดีขึ้น

() 4 ลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น () 5 รู้สึกมีความปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น

() 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 ชัดไม่ได้ () 3 ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว

() 4 มีเวลาว่างมากขึ้น

() 5 เครียด/ เบื่อหน่าย/ เซ็ง

() 6 เหงาเพราะต้องอยู่คนเดียว/ แยกตัวอยู่บ้าน

() 7 มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้เยอะ

() 8 มีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ पार्टตี้ดื่ม (ทั้งออนไลน์หรือวงจริง) () 9 ไม่มีเหตุผล

- 4.1 เฉพาะผู้ที่ดื่ม หลังผ่อนคลายล็อกดาวน์ 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. ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับสถานการณ์ปัจจุบันที่อนุญาตให้ผับ บาร์ คาราโอเกะ กลับมาเปิดบริการให้ที่นั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านได้
 1 ไม่เห็นด้วย 2 ไม่ค่อยเห็นด้วย 3 ค่อนข้างเห็นด้วย 4 เห็นด้วย 5 ไม่มีความเห็น
6. ท่านเคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563 หรือไม่
 1 ไม่เคย
 2 เคย ☞ ผ่านสื่อ หรือช่องทางใดบ้าง (ดูการ์ดประกอบ ใส่เฉพาะหมายเลขหน้าข้อ) 1)..... 2)..... 3).....
☞ มีผลทำให้ท่านรู้สึกตระหนักถึงการลดละเลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่
 1 ไม่มีผลเลย 2 มีผลเล็กน้อย 3 มีผลปานกลาง 4 มีผลมาก 5 มีผลมากที่สุด
7. ในพื้นที่ที่ท่านพักอาศัยอยู่ มีการจัดกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษา หรือไม่ เช่น เดินรณรงค์ กิจกรรมเทเหล้า ลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้า
 1 ไม่มีกิจกรรม
 2 มีการจัดกิจกรรม ☞ ท่านได้เข้าร่วมหรือไม่ 1 เข้าร่วม 2 ไม่ได้เข้าร่วม
☞ มีผลทำให้ตระหนักถึงการลดละเลิกหรือไม่ 1 ไม่มี 2 เล็กน้อย 3 ปานกลาง 4 มาก 5 มากที่สุด
8. สำหรับปีนี้ ท่านได้ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา หรือไม่
 1 ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้า ☞ ด้วยวิธีการใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1 กล่าวคำปฏิญาณตน (ในงานกิจกรรมที่จัดขึ้น)
 2 ลงนามปฏิญาณตนในสมุดลงนามที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น อาทิ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล วัด โรงเรียน โรงงาน
 3 ลงนามปฏิญาณตนทางออนไลน์ 4 อื่นๆ ระบุ.....
 2 ไม่ได้ลงนาม/ ปฏิญาณตน เนื่องจาก.....
9. ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษาปี 2563 นี้ ท่านตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่
 1 ไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม 2 งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา 3 งดเป็นบางช่วง 4 ไม่งดแต่ลดการดื่มลง
 5 ยังไม่แน่ใจ/ ยังไม่ได้คิด 6 ไม่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่แล้ว (ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

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 นายควม 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