จากการประมาณการพบว่าคนไทย

24 ล้านคน (44.3%)

ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง
หลังออกพรรษาปี 62 ถึงก่อนเข้าพรรษาปี 63

เพศ

♂ ชาย **15.83** ล้านคน

♀ หญิง **8.24** ล้านคน

อายุ

15 - 19 ปี **1.16** ล้านคน

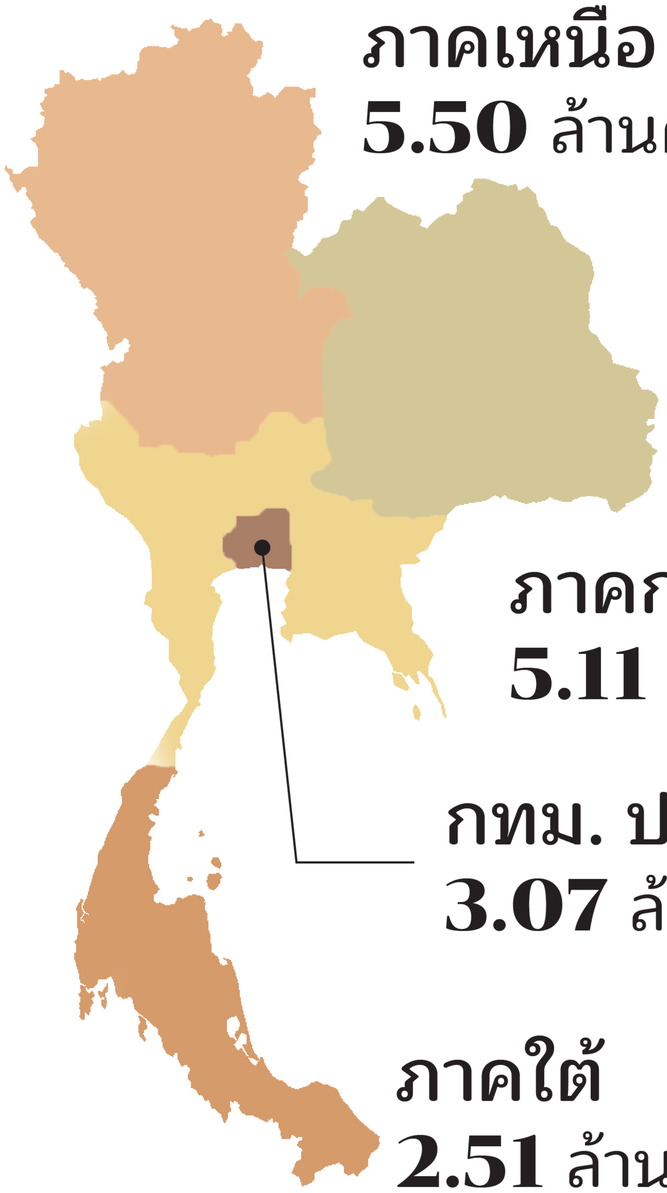
20 - 29 ปี **5.40** ล้านคน

30 - 39 ปี **5.68** ล้านคน

40 - 49 ปี **5.33** ล้านคน

50 ปีขึ้นไป **6.51** ล้านคน

ภูมิภาค



ภาคเหนือ
5.50 ล้านคน

ภาคอีสาน
7.87 ล้านคน

ภาคกลาง
5.11 ล้านคน

กทม. ปริมณฑล
3.07 ล้านคน

ภาคใต้
2.51 ล้านคน

โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2563”
สำรวจจากประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ
จำนวน 3,926 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 23 กันยายน - 20 ตุลาคม 2563

CAS Center for Alcohol Studies ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สสส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

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

เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปี 62 ถึงก่อนเข้าพรรษาปี 63

ค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง

(รวมมิกเซอร์ กับแกล้ม ทิป และอื่นๆ)

50.0% ไม่เกิน **200** บาท

38.4% **201 - 500** บาท

6.2% มากกว่า **500** บาท

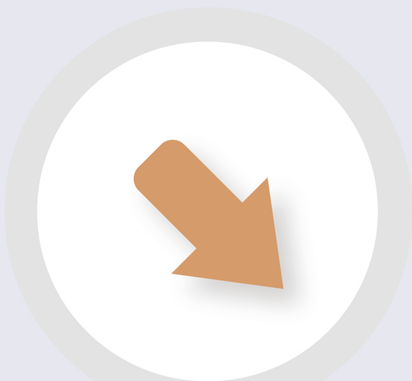
▶ เฉลี่ย **292.99** บาท

(n = 1,738)

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน **2563** (สถานการณ์ **Covid-19**)

39.6%
ไม่ได้ดื่ม



34.2%
ดื่มน้อยลง

25.0%
ดื่มเท่าเดิม

1.2%
ดื่มบ่อยขึ้น

*เฉพาะตัวอย่างที่ไม่ได้ดื่ม พบ 8 รายมีการใช้สารอื่นทดแทน
ส่วนใหญ่คือกาแฟ ชา น้ำอัดลม น้ำผลไม้ โดยมี 5 รายดื่มน้ำกระท่อม

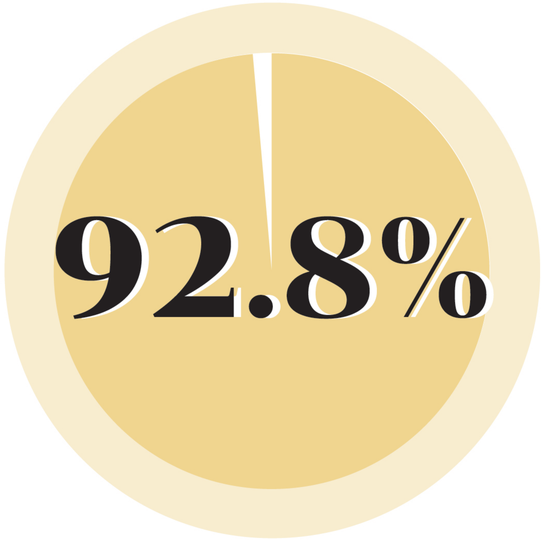
โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2563”
สำรวจจากประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ
จำนวน 3,926 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 23 กันยายน - 20 ตุลาคม 2563

CAS Center for Alcohol Studies ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
สสส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
SAB Research Centre for Social and Business Development Co.,Ltd.

ความคิดเห็นต่อการโฆษณาและการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n = 3,926)

83.5%	มีแนวโน้มเห็นด้วยว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะทำให้เยาวชนเข้ามาเป็นนักดื่มหน้าใหม่เพิ่มขึ้น
86.1%	มีแนวโน้มเห็นด้วยว่าการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทางออนไลน์จะทำให้เยาวชนเข้าถึงได้ง่าย
84.5%	มีแนวโน้มเห็นด้วยว่าการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ไม่สามารถควบคุมเวลาขายให้เป็นไปตามกฎหมายได้
80.1%	มีแนวโน้มเห็นด้วยว่าควรห้ามขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์

▶ ความคิดเห็นต่อการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา



เห็นด้วยว่า
การรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา 3 เดือน จะช่วยให้ประเทศไทย ลดการดื่มและจำนวนคนที่ดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้

ระดับการกระตุ้น
(เฉพาะผู้ที่เห็นด้วย n = 3,644)

37.9% มาก
52.4% ปานกลาง
9.2% น้อย

โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2563”
สำรวจจากประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ
จำนวน 3,926 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 23 กันยายน - 20 ตุลาคม 2563

CAS Center for Alcohol Studies ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
สสส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
SAB Research Centre for Social and Business Development Co.,Ltd.

จากการประมาณการ **คนไทย 38.87 ล้านคน**

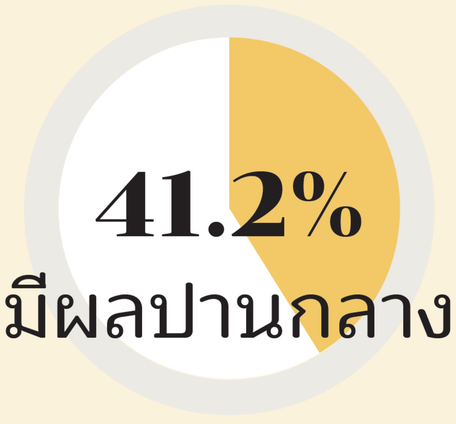
<u>เคยพบเห็น</u>สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2563

ผ่านช่องทาง

- **80.3%** โฆษณาทางโทรทัศน์
- **31.9%** โซเชียลมีเดีย อาทิ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป
- **22.5%** สื่อโฆษณากลางแจ้งอื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณา
- **21.9%** ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก

ความคิดเห็นต่อผลของการรณรงค์ที่ทำให้เกิด
ความตระหนักในการลด ละ เลิก การดื่ม

เฉพาะตัวอย่างที่เคยพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์งดเหล้าเข้าพรรษา **(n = 2,795)**



โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2563”
สำรวจจากประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ
จำนวน 3,926 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 23 กันยายน - 20 ตุลาคม 2563

CAS Center for Alcohol Studies ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
สสส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
SAB Research Centre for Social and Business Development Co.,Ltd.

ค่าประมาณการ

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปี 2563

6.95 ล้านคน
งดตลอดเทศกาล

2.35 ล้านคน
งดเป็นบางช่วง

2.84 ล้านคน
ไม่งดแต่ลดการดื่มลง

11.93 ล้านคน
ดื่มไม่ต่างจากเดิม

*เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มช่วงหลังออกพรรษาปี **62** ถึงก่อนเข้าพรรษาปี **63**

สาเหตุที่ดื่มไม่ต่างจากเดิม (n = 841)

- **44.2%** ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว
- **43.6%** ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้)
- **41.7%** มีคนชวนดื่ม ขัดไม่ได้

สาเหตุที่ไม่สามารถงดดื่มได้ตลอดเทศกาล (n = 365)

- **59.5%** มีคนชวนดื่ม ขัดไม่ได้
- **36.4%** ชอบเที่ยวสังสรรค์
- **32.9%** ต้องไปงานเลี้ยง

ผลของการ ลด ละ เลิก การดื่ม (n = 891)

- **40.7%** สุขภาพร่างกายดีขึ้น
- **26.7%** ประหยัดค่าใช้จ่ายได้
- **24.0%** สุขภาพจิตใจดีขึ้น

เฉพาะตัวอย่างที่สามารถประหยัดเงินได้จากการลด ละ เลิกการดื่ม

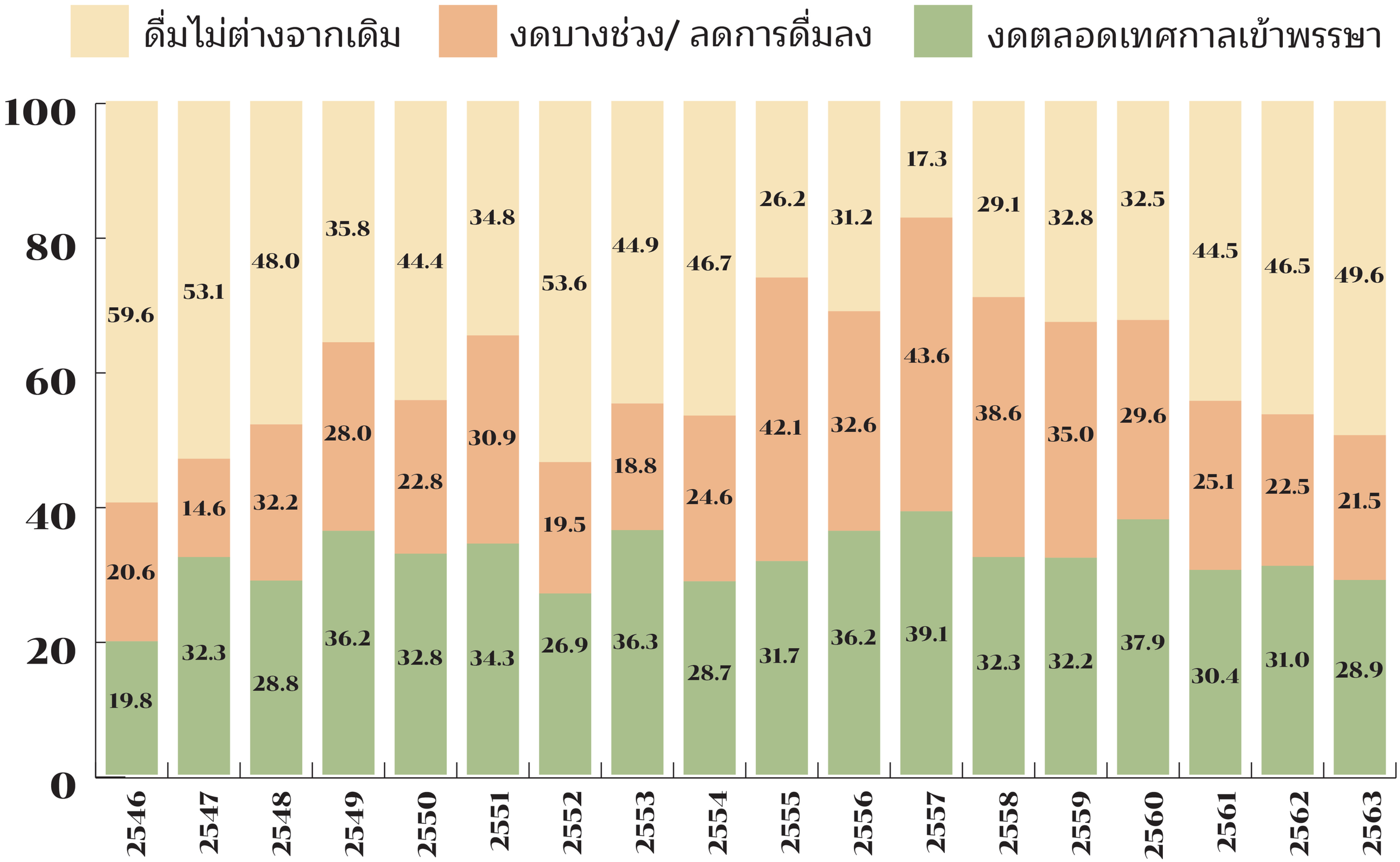
ค่าประมาณการ**จำนวนเงินที่ประหยัดได้รวม 6,326 ล้านบาท**

เฉลี่ย 1,884.94 บาท/คน

โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2563”
สำรวจจากประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ
จำนวน 3,926 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 23 กันยายน - 20 ตุลาคม 2563

CAS Center for Alcohol Studies ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
สสส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
SAB Research Centre for Social and Business Development Co.,Ltd.

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเทศกาลเข้าพรรษา
เปรียบเทียบระหว่างปี 2546 - 2563



ที่มา:

ข้อมูลปี 46-52 อ้างอิงจากหนังสืองดเหล้าเข้าพรรษาให้อะไรกับสังคมไทย: ถอดบทเรียนเจ็ดปีของการรณรงค์ เรียบเรียงโดยทักษพล ธรรมรังสี (2553)

ข้อมูลปี 53-56 ประยุกต์จากบทความการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” เรียบเรียงโดยวัชรพงศ์ รติสุขพิมล (2557)

ข้อมูลปี 57-63 อ้างอิงจากรายงานโครงการประเมินผลการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา จัดทำโดยศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (2557 - 2563)

โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2563”
สำรวจจากประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ
จำนวน 3,926 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 23 กันยายน - 20 ตุลาคม 2563

CAS Center for Alcohol Studies ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
สสส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
SAB Research Centre for Social and Business Development Co.,Ltd.