

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564”
: กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไปใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

(สัญญาเลขที่ 61-02029-0105)

โดย

SAB

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

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

พฤศจิกายน 2564

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” จัดขึ้นเพื่อสำรวจการรับรู้และความคิดเห็นต่อการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ได้จากการสุ่มใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาค ในระหว่างวันที่ 14 ตุลาคม - 5 พฤศจิกายน 2564 รวมจำนวน 3,916 ตัวอย่าง สรุปสาระสำคัญดังนี้

การรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”

ส่วนใหญ่ร้อยละ 70.7 หรือประมาณการ 38,398,689 คน พบเห็น/รับรู้ถึงสื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปี 2563 ส่วนใหญ่รับรู้จากโฆษณาทางโทรทัศน์ รองลงมาคือ โซเชียลมีเดีย เฉพาะกลุ่มที่พบเห็น/รับรู้สื่อทางโทรทัศน์ พบว่าร้อยละ 80.3 เคยเห็นโฆษณาชุด “สื่อรักให้พักเหล้า”

ร้อยละ 89.2 เห็นว่าสื่อ มีผลต่อการสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มได้ในระดับต่างๆ ทั้งนี้ พบร้อยละ 43.9 เคยบอกต่อ หรือแชร์ข้อความบน Social Network เพื่อชักชวนคนรอบข้างให้งดเหล้าเข้าพรรษา แต่ที่น่าพิจารณาคือ พบเพียงร้อยละ 7.7 ที่ได้ร่วมลงนาม/ปฏิญาณตนงดเหล้า ลดลงร้อยละ 2.6

ร้อยละ 88.7 เห็นด้วยว่าการรณรงค์ให้งดเหล้าในช่วงเข้าพรรษา 3 เดือน จะช่วยให้ประเทศไทยลดปริมาณการดื่มและจำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้ สอดคล้องกับที่พบว่าร้อยละ 96.9 เห็นว่าควรมีการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา ในปีต่อไป ข้อเสนอแนะที่สำคัญได้แก่ 1) เพิ่มระยะเวลาการรณรงค์ให้มากขึ้น มีความต่อเนื่อง เข้าถึงทุกเพศทุกวัย 2) ดัดป้ายประกาศ และรณรงค์ผ่านสื่อให้มากขึ้น และ 3) จัดกิจกรรมรณรงค์ที่น่าสนใจในระดับพื้นที่ให้มากขึ้น ทั้งนี้ ยังพบว่าร้อยละ 87 เห็นว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลเสียมากต่อการควบคุมสติ และมีผลเสียมากต่ออวัยวะต่างๆ เช่น ตับ ของผู้ดื่ม

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3

กว่า 3 ใน 4 เข้าใจถูกต้องว่าการดื่มเพิ่มความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19 และจะทำลายภูมิคุ้มกันของร่างกาย อาจทำให้ติดเชื้อได้ง่าย และอาจป่วยรุนแรงได้ ในขณะที่เกือบ 1 ใน 3 เข้าใจผิดว่าการดื่มจะช่วยฆ่าเชื้อโควิด-19 โดยพบว่าร้อยละ 58.6 ไม่เคยได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยง หรืออันตรายจากการดื่มในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

ตัวอย่างกว่าร้อยละ 80 รับประทาน และค่อนข้างเห็นด้วย-เห็นด้วย กับมาตรการควบคุมต่างๆ ทั้งการปิดสถานบริการในลักษณะผับ บาร์ คาราโอเกะ อาบอบนวด การห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และห้ามดื่มในร้าน และการห้ามรวมกลุ่มกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในบ้านหรือสถานที่อื่นใด

ด้านผลกระทบจากโควิดต่อเศรษฐกิจ หลังรัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน พบกว่าร้อยละ 20 ไม่สามารถจ่ายค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่เคยจ่ายได้ตามกำหนด ถูกเลิกจ้าง หรือสูญเสียแหล่งรายได้หลัก เป็นเวลา

สามเดือนขึ้นไป และต้องยืมเงิน กู้เงิน จำนำ หรือนำสิ่งของเครื่องใช้ไปขาย เพื่อให้ได้เงินสดมาใช้จ่ายในเรื่องที่จำเป็นในครัวเรือน ซึ่งผู้ที่ประสบปัญหาคว่ำร้อยละ 80 ยังคงมีปัญหาต่อเนื่องมาในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

ด้านผลกระทบต่อสุขภาพจิต เมื่อใช้แบบวัดความวิตกกังวล (GAD-7) พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 81.0 ไม่มีความวิตกกังวล ที่เหลืออาจมีความวิตกกังวลเล็กน้อยไปถึงวิตกกังวลมาก เมื่อใช้แบบคัดกรองโรคซึมเศร้า (PHQ-2) พบว่าเกือบครึ่งหนึ่งคือร้อยละ 48.6 มีแนวโน้มที่จะเป็นโรคซึมเศร้า

ตัวอย่างร้อยละ 61.6 เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา เฉลี่ยแล้วดื่มมานานาน 14.20 ปี ในช่วงโควิดระลอก 3 พบว่านักดื่มเกือบ 3 ใน 4 ไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง เหตุผลสำคัญคือ ต้องการรักษาสุขภาพ เพราะกลัวติดโควิด ในขณะที่ร้อยละ 26.5 ดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น เหตุผลสำคัญคือ ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) ทั้งนี้ พบร้อยละ 25.7 รวมกลุ่มดื่มเล็กน้อย และร้อยละ 26.1 หันมาดื่มคนเดียว แต่ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.1 ไม่ได้เปลี่ยนประเภทเครื่องดื่ม

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ผลสำรวจพบว่าผู้ดื่มร้อยละ 40.2 ประมาณการ 21,831,466 คน ลดลงร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปี 2563 สำหรับนักดื่มเยาวชนอายุ 15 - 19 ปี พบว่ามีจำนวน 0.977 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 24.3)

ในกลุ่มที่ดื่ม กว่าครึ่งคือร้อยละ 51.6 ดื่มกับเพื่อน โดยมีร้อยละ 34.0 ที่ดื่มคนเดียว เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สังเกตได้ว่า การดื่มกับเพื่อนลดลง ขณะที่การดื่มคนเดียวเพิ่มขึ้น โดยนิยมดื่มเบียร์ และสุราสี/ สุราแดง เกือบครึ่งคือร้อยละ 47.8 ดื่มประจำ/ ดื่มน้อยอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง และยังมีร้อยละ 24.4 เคยคิดที่จะเลิกดื่มตลอดชีวิต ค่าใช้จ่ายในการดื่มต่อครั้งเฉลี่ยอยู่ที่ 217.45 บาท

เมื่อสอบถามเฉพาะกลุ่มที่ดื่ม ถึงพฤติกรรมในช่วงเข้าพรรษาเมื่อปีที่แล้ว พบร้อยละ 66.6 ไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม ขณะที่ร้อยละ 12.5 งดดื่มตลอด 3 เดือนช่วงเข้าพรรษา ร้อยละ 7.1 งดเป็นบางช่วง และร้อยละ 13.4 ไม่งดแต่ลดการดื่มลง สำหรับพฤติกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ครั้งนี้ พบร้อยละ 12.8 งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา ลดลงร้อยละ 16.1 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปีที่ผ่านมา เมื่อทำการประมาณการ พบว่าจำนวนผู้ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ มีจำนวนรวม 6,608,242 คน จำแนกเป็น งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา จำนวน 2,780,216 คน งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) จำนวน 1,401,864 คน และไม่งดแต่ลดการดื่มลง จำนวน 2,426,162 คน

1) กลุ่มที่ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่ มีเหตุผลสำคัญที่ไม่งดเหล้าคือ ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว และมีคนชวนดื่ม ขัดไม่ได้

2) กลุ่มที่งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา สาเหตุที่ทำให้ไหว้งดได้ตลอดคือ งดเป็นประจำทุกปี ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว และถือเป็นช่วงฟื้นฟูสุขภาพ ร้อยละ 36.9 ตั้งใจจะงดต่อไปหลังออกพรรษา โดยมีร้อยละ 5.4 ตั้งใจจะเลิกตลอดชีวิต ขณะที่เกินครึ่งจะกลับมาดื่ม

3) กลุ่มที่งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) พบร้อยละ 40.5 กลับมาตี๋มภายใน 4 สัปดาห์ งดตี๋มเฉลี่ย 44 วัน สาเหตุที่ไม่สามารถงดตลอดได้คือ มีคนชวนตี๋ม ขัดไม่ได้ ตี๋มเป็นประจำ/ ตี๋มจนติด (อดไม่ได้) ปกติตี๋มน้อย ไม่ค่อยได้ตี๋มอยู่แล้ว และชอบเที่ยวสังสรรค์

4) กลุ่มที่ไม่งดแต่ลดการตี๋มลง เฉลี่ยตี๋มลดลง 44.91% ความถี่ลดลงจากประมาณ 6 ครั้งต่อเดือน ในช่วงก่อนเข้าพรรษา เหลือเพียงประมาณ 3 ครั้งต่อเดือนในช่วงเข้าพรรษา สาเหตุที่ทำให้ไม่สามารถงดตลอดได้คือ มีคนชวนตี๋ม ขัดไม่ได้ ปกติตี๋มน้อย ไม่ค่อยได้ตี๋มอยู่แล้ว และตี๋มเป็นประจำ/ ตี๋มจนติด (อดไม่ได้)

เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิก ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ ส่วนใหญ่ร้อยละ 81.1 ไม่ได้เตรียมพร้อมอะไร โดยมีเพียงร้อยละ 1.1 ที่มีอาการนอนพิษสุรา เกิดขึ้นภายหลังหยุดตี๋มเฉลี่ย 1 วัน เกิดขึ้นบ้างนานๆ ครั้ง โดยไม่ได้ไปพบแพทย์ ปลอ่ยให้หายเอง ส่วนใหญ่ร้อยละ 80.0 ยังคงงดหรือลดตี๋ม รวมถึงตี๋มลดลงจากที่เคยตี๋มปกติในช่วงเข้าพรรษา นอกจากนี้ พบร้อยละ 3.8 ตั้งใจจะเลิกไปเลย และร้อยละ 41.8 ตั้งใจจะงด/ ลดให้น้อยลง ที่น่าพิจารณา พบเพียงร้อยละ 1.3 เท่านั้นที่รับทราบหรือเคยพบเห็นการดูแลผู้ติดสุราที่บ้าน

กลุ่มที่ลด ละ เลิกการตี๋มในช่วงเข้าพรรษา พบร้อยละ 37.4 หรือประมาณการ 2,497,805 คน ระบุประหยัดค่าใช้จ่ายได้ ร้อยละ 37.2 ระบุสุขภาพร่างกายดีขึ้น และร้อยละ 21.8 ระบุสุขภาพจิตใจดีขึ้น ในกลุ่มที่ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ พบว่าในช่วง 3 เดือนประหยัดได้เฉลี่ย 1,432.52 บาท ประมาณการทั้งประเทศประหยัดได้ 3,397,661,367 บาท และยังพบร้อยละ 40.7 มีความตั้งใจจะลด ละ เลิก ในช่วงเข้าพรรษาปีหน้าด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. การรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษามีความสำคัญต่อการสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการตี๋ม จึงควรสนับสนุนให้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่องต่อไป โดยเน้นสื่อโทรทัศน์ และโซเชียลมีเดีย

2. เนื้อหาในการรณรงค์ควรมุ่งเน้นไปที่ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลที่ทำให้ไม่สามารถ ลด ละ เลิกการตี๋มได้ เช่น มีคนชวนตี๋ม อาจารย์รงค์โดยใช้ข้อความ เช่น “งดเหล้าเป็นเพื่อนกัน” “เพื่อนชวนเพื่อนงดเหล้าเข้าพรรษา” นอกจากนี้ ควรรณรงค์ให้มีการจัดงานต่างๆ ในช่วงเข้าพรรษาเป็นงานปลอดเหล้า โดยขอความร่วมมือไปยังเจ้าภาพของงาน อีกประเด็นคือ ควรปรับเปลี่ยนพฤติกรรมลด ละ เลิกให้มีความเข้มข้นขึ้น เปลี่ยนจากกลุ่มที่ลดปริมาณการตี๋ม/ งดเป็นบางช่วง ไปเป็นการงดตี๋มตลอดพรรษา

3. ควรส่งเสริมให้มีการลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้า หากไม่สามารถจัดกิจกรรมในพื้นที่ได้ ควรปรับรูปแบบมาใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น หรือประยุกต์เป็นรูปแบบอื่นที่สามารถรักษาระยะห่างทางสังคมได้

4. องค์กรด้านสุขภาพ/ สาธารณสุขต่างๆ ควรเผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงและอันตรายจากการตี๋มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เข้าถึงประชาชนมากขึ้น

5. ควรขับเคลื่อนมาตรการคัดกรอง/ บำบัดผู้ติดสุราอย่างจริงจัง ผ่านหน่วยบริการสุขภาพในระดับพื้นที่ รวมถึงอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

คำนำ

โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เป็นโครงการวิจัยภายใต้ความร่วมมือระหว่างศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) การประเมินผลดังกล่าวนี้จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เพื่อติดตามพฤติกรรมการดื่มของคนไทย และประเมินผลการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา

การประเมินผลในปีนี้อยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เช่นปีที่ผ่านมา ซึ่งมาตรการสำคัญประการหนึ่งที่น่ามาควบคุมการแพร่เชื้อ ก็คือ การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งการห้ามรวมกลุ่มดื่ม การห้ามจำหน่ายและห้ามดื่มในร้าน รวมถึงการปิดสถานบริการ ผับ บาร์ คาราโอเกะ การศึกษาครั้งนี้จึงมีเนื้อหาครอบคลุมไปยังสถานการณ์ดังกล่าว นอกเหนือไปจากการประเมินในประเด็นหลักคือ การรับรู้และความคิดเห็นต่อการรณรงค์ และพฤติกรรมการลดละเลิกการดื่มในช่วงเข้าพรรษา

รายงานฉบับนี้ เป็นการนำเสนอตารางแสดงผลการสำรวจ การพรรณนาผล พร้อมกับอภิปรายผล จำแนกออกเป็นส่วนต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยได้มีการนำประเด็นสำคัญมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาครั้งที่ผ่านมา ทำให้เห็นทิศทางแนวโน้มต่างๆ ซึ่งคณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการ คือการสะสมและต่อยอดองค์ความรู้ด้านปัญหาสุราในประเทศไทย และเป็นประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ คือสามารถนำไปใช้พัฒนาแนวทางการรณรงค์ และการกำหนดมาตรการ เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป

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

คณะผู้วิจัย

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)

พฤศจิกายน 2564

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	i
คำนำ	iv
สารบัญ	v
สารบัญตาราง	vi
สารบัญแผนภาพ	x
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาของโครงการ	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	2
กรอบแนวคิดในการประเมินผล	3
บทที่ 2 ระเบียบวิธีวิจัย	4
ระเบียบวิธีวิจัย	4
ประชากรเป้าหมาย	4
การกำหนดขนาดตัวอย่าง	4
การสุ่มตัวอย่าง	5
การเก็บรวบรวมข้อมูล	9
เครื่องมือวัด	10
การวิเคราะห์ข้อมูล	10
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	10
การควบคุมคุณภาพ	10
ระยะเวลาดำเนินโครงการ	11
บทที่ 3 ผลการสำรวจ	12
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ตอนที่ 2 การรับรู้สื่อและความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”	16
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3	26
ตอนที่ 4 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา	34
บทที่ 4 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	56
บทสรุป	56
ข้อเสนอแนะ	65
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	68

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มเป้าหมายประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามภูมิภาค	4
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนตัวอย่าง (Sample Size) พร้อมกับการปรับค่าผลกระทบจากการออกแบบการวิจัย (Design Effect) และอัตราความร่วมมือ (Response Rate)	5
ตารางที่ 3 แสดงการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample Size) จำแนกตามภูมิภาค	5
ตารางที่ 4 แสดงผลการสุ่มตัวอย่างจังหวัด สัดส่วนและจำนวนตัวอย่าง จำแนกรายจังหวัด	9
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	13
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	13
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส	13
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด	14
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามศาสนาที่นับถือ	14
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	15
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	15
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่พักอาศัย	15
ตารางที่ 13 แสดงค่าประมาณการและร้อยละของผู้ที่เคยพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564”	16
ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางที่เห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” ปี 2564 (เฉพาะตัวอย่างที่เคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” ปี 2564 โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	17
ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางที่เห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564” จำแนกตามภูมิภาค (เฉพาะตัวอย่างที่เคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564” โดยพิจารณา 3 อันดับแรก)	18
ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ชุด “สื่อรักให้พักเกล้า” (เฉพาะตัวอย่างที่เคยพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564” ทางโทรทัศน์)	19
ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุสื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” มีผลทำให้เกิดความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564”)	20
ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยบอกต่อ หรือสื่อสารด้วยวิธีอื่น เช่น สังคมออนไลน์ (Social Network) ชักชวนคนรอบข้างจดเกล้าเข้าพรรษา	21
ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนจดเกล้าเข้าพรรษา	23
ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความเห็นด้วยว่าการรณรงค์ให้จดเกล้าในช่วงเข้าพรรษา 3 เดือน จะช่วยให้ประเทศไทยลดปริมาณการดื่มและจำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้	23
ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็นต่อการรณรงค์จดเกล้าเข้าพรรษา ในปีต่อไป	24
ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะต่อการรณรงค์จดเกล้าเข้าพรรษา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	24
ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลเสียต่อการควบคุมสติของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลเสียต่ออวัยวะต่างๆ เช่น ตับ ของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	26
ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามความเข้าใจที่ถูกต้องต่อข้อมูลที่ได้รับ	26
ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยง หรืออันตราย จากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19	27
ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการรับทราบต่อมาตรการต่างๆ	27
ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความเห็นด้วยต่อมาตรการต่างๆ	28
ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการระบาดของโรคโควิด-19	29
ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการประเมินความวิตกกังวล (GAD-7)	30
ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการคัดกรองโรคซึมเศร้า (PHQ-2)	30
ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา	30
ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุจำนวนปีที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา)	31
ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงโควิดระลอก 3 โดยเทียบกับช่วงก่อนการระบาดของโควิด (เฉพาะตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา)	31
ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง ในช่วงโควิดระลอก 3 (เฉพาะตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง ในช่วงโควิดระลอก 3 โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	32
ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น ในช่วงโควิดระลอก 3 (เฉพาะตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา แล้วดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น ในช่วงโควิดระลอก 3 โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	32
ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการรวมกลุ่มดื่ม ในช่วงโควิดระลอก 3 (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เมษายน 2564 - ปัจจุบัน)	33
ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเปลี่ยนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เคยดื่มเป็นประจำ หันไปดื่มอย่างอื่น ในช่วงโควิดระลอก 3 (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เมษายน 2564 - ปัจจุบัน)	33
ตารางที่ 39 แสดงค่าประมาณการและร้อยละของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	34
ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยบ่อยที่สุด (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	36
ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	36
ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มบ่อยที่สุด (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ในการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	37
ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคียดแค้นที่จะเลิกตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ตลอดชีวิต	37
ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุค่าใช้จ่ายในการตีพิมพ์แต่ละครั้ง	38
ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุพฤติกรรมกรรมการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาเมื่อปีที่แล้ว (2563) (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	40
ตารางที่ 47 แสดงค่าประมาณการและร้อยละพฤติกรรมกรรมการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	40
ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ตีพิมพ์ไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่ ที่ระบุเหตุผลที่ไม่สามารถงดเหล้าได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	43
ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ตีพิมพ์ไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่ ที่ระบุเหตุผลสำคัญที่สุดที่ไม่สามารถงดเหล้าได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	43
ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ตลอดเทศกาลเข้าพรรษา ที่ระบุเหตุผลที่ทำให้งดตลอดได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	44
ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ตลอดเทศกาลเข้าพรรษา ที่ระบุเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้งดตลอดได้	45
ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ตลอดเทศกาลเข้าพรรษา ที่ระบุความตั้งใจจะงดต่อไป (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	45
ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นบางช่วง ในช่วงเข้าพรรษา ที่ระบุระยะเวลาที่กลับมาตีพิมพ์ระหว่างพรรษา หลังเข้าพรรษามาแล้ว	46
ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นบางช่วง ในช่วงเข้าพรรษา	46
ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นบางช่วง ในช่วงเข้าพรรษา	47
ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นบางช่วง ในช่วงเข้าพรรษา	47
ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ไม่งดตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์แต่ลดการตีพิมพ์ลง ในช่วงเข้าพรรษา ที่ระบุสัดส่วนการตีพิมพ์ที่ลดลงเมื่อเทียบกับก่อนช่วงเข้าพรรษา	48
ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ไม่งดตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์แต่ลดการตีพิมพ์ลง ในช่วงเข้าพรรษา ที่ระบุความถี่ในการตีพิมพ์ เปรียบเทียบในช่วงเข้าพรรษากับช่วงก่อนเข้าพรรษา	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ไม่งดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ลดการดื่มลง ในช่วงเข้าพรรษา ที่ระบุเหตุผลที่ไม่สามารถงดตลอดได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	49
ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ไม่งดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ลดการดื่มลง ในช่วงเข้าพรรษา ที่ระบุเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ไม่สามารถงดตลอดได้	50
ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเตรียมความพร้อมลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)	50
ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการมีอาการภายหลังหยุดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)	51
ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายหลังจากมีอาการ (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ และมีอาการภายหลังหยุดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์)	51
ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความตั้งใจจะงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป หลังจากออกพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)	52
ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการรับทราบหรือเคยพบเห็นการดูแลผู้ติดสุราที่บ้าน โดยบุคลากรทางสุขภาพ หรือ อสม. ในชุมชนในช่วงเข้าพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)	53
ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลของการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	54
ตารางที่ 67 แสดงค่าประมาณการและร้อยละของผู้ที่ประหยัดเงินได้จากการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่สามารถประหยัดเงินได้จากการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)	54
ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความตั้งใจจะลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีหน้า (2565) (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	55

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 แสดงค่าร้อยละการพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” จำแนกตามภูมิภาค	16
แผนภาพที่ 2 แสดงค่าร้อยละการเคยเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ชุด “สื่อรักให้พักเหล้า”	19
แผนภาพที่ 3 แสดงค่าร้อยละความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ว่ามีผลทำให้เกิดความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพศ และช่วงอายุ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564”)	21
แผนภาพที่ 4 แสดงค่าร้อยละการเคยบอกต่อ หรือสื่อสารด้วยวิธีอื่น เช่น สังคมออนไลน์ (Social Network) ชักชวนคนรอบข้างงดเหล้าเข้าพรรษา จำแนกตามการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพศ และช่วงอายุ	22
แผนภาพที่ 5 แสดงค่าประมาณการจำนวนผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหลังออกพรรษาที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ (หน่วย: ล้านคน) และร้อยละของความชุก จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ และภูมิภาค	35
แผนภาพที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยรายจ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละครั้ง จำแนกตามเพศ พื้นที่ และระดับรายได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	39
แผนภาพที่ 7 แสดงค่าประมาณการพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	41
แผนภาพที่ 8 แสดงค่าประมาณการพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) และร้อยละของแต่ละกลุ่มพฤติกรรม จำแนกตามภูมิภาค (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)	42
แผนภาพที่ 9 แสดงค่าร้อยละความตั้งใจจะงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปหลังจากออกพรรษา จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)	53
แผนภาพที่ 10 แสดงค่าร้อยละการพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” เปรียบเทียบระหว่างปี 2546 - 2564	61
แผนภาพที่ 11 แสดงค่าร้อยละพฤติกรรมงดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) จำแนกตามการพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564”	62
แผนภาพที่ 12 แสดงค่าร้อยละนักดื่มปัจจุบัน (Current Drinker) เปรียบเทียบระหว่างปี 2560 - 2564	63
แผนภาพที่ 13 แสดงค่าร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษา	64
แผนภาพที่ 14 แสดงค่าร้อยละพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาปี 2564	65

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาของโครงการ

ประเทศไทยมีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงเป็นอันดับ 3 ในเอเชีย รองจากเกาหลีใต้และญี่ปุ่น และเป็นอันดับ 75 ของโลก (ณัฐ ธารพานิช, 2557) ซึ่งการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญ โดยเป็นสาเหตุของโรคและเงื่อนไขของการบาดเจ็บมากกว่า 200 ประเภท (World Health Organization (2014) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลเสียต่อร่างกายหลายๆ ระบบ ทั้งผลต่อสมอง ทำให้มีเมฆา ความสามารถในการตัดสินใจซ้าลง สมองเสื่อม ความจำบกพร่อง ผลต่อตับ ทำให้ตับอักเสบ ตับแข็ง และตับวาย ผลต่อระบบทางเดินอาหาร ทำให้เกิดแผลในกระเพาะอาหาร กระเพาะอาหารอักเสบ เลือดออกในกระเพาะอาหาร ผลต่อระบบหัวใจและหลอดเลือด ทำให้ความดันโลหิตสูง มีผลต่อทารกในครรภ์ทำให้ทารกมีรูปร่างผิดปกติ สติปัญญาด้อยลง ผลต่อสุขภาพทางจิต ทำให้เกิดภาวะซึมเศร้า วิดกกังวล นำไปสู่ความเสี่ยงต่ออุบัติเหตุและการบาดเจ็บ นอกจากนี้ ยังนำมาสู่ปัญหาสังคมนานับประการ อาทิ พฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง การทะเลาะวิวาท การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การตั้งครรรภ์ที่ไม่พึงประสงค์ เป็นต้น (สาวิตรี อึ้งฉางค์กรชัย และคณะ, 2562) และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั้งในระดับครัวเรือน เป็นสาเหตุหนึ่งของความยากจน (อัญชญา ณ ระนอง, 2551) และระดับประเทศ จากการก่อให้เกิดต้นทุนทางตรงที่รัฐต้องเสียไปในรูปของค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น และต้นทุนทางอ้อมในรูปของค่าเสียโอกาสจากการสูญเสียผลิตภาพของแรงงาน (ธัชพันธ์ โทมลไพศาล, 2562)

ข้อมูลเชิงประจักษ์จากผลการสำรวจของศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ร่วมกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ที่ผ่านมา พบว่าในแต่ละปีสัดส่วนการดื่มของคนไทยมีสูงกว่า 1 ใน 3 และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี พ.ศ. 2563 พบตัวอย่างร้อยละ 44.3 (ค่าประมาณการ 24.073 ล้านคน) ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 1 ปี หรือเรียกว่าเป็นนักดื่มปัจจุบัน (Current Drinker) แม้เป็นสัดส่วนคงที่เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 แต่เมื่อเทียบย้อนหลังกับปี พ.ศ. 2559 พบว่าเพิ่มขึ้นถึงประมาณ 10 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 29.2 ในขณะเดียวกัน หากพิจารณาในกลุ่มเปราะบาง พบว่านักดื่มในกลุ่มเด็กและเยาวชน (อายุ 15 - 19 ปี) มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาถึงประมาณ 3 แสนคนเศษ หรืออัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 40.1 ส่วนนักดื่มเพศหญิง พบว่ามีจำนวนสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาถึงประมาณ 8 แสนคน หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 10.7 (ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ, 2563)

สิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความตระหนักต่อการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย นั่นคือความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่ร่วมกันดำเนินกิจกรรมรณรงค์ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ดังเช่นที่ผ่านมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กระทรวงสาธารณสุข และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ได้ร่วมกันรณรงค์ภายใต้โครงการ

“งดเหล่าเข้าพรรษา” ด้วยการอาศัยความเชื่อทางศาสนาและศีลธรรม ร่วมกับเหตุผลด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และสังคม เป็นเหตุผลในการรณรงค์ (ทักษพล ธรรมรังสี, 2553)

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งเป็นหน่วยงานวิชาการที่สนับสนุนการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับปัญหาแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ได้จัดให้มีการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล่าเข้าพรรษา” มาโดยตลอดตั้งแต่มีการดำเนินโครงการ ซึ่งผลการประเมินการรณรงค์ “งดเหล่าเข้าพรรษา” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 มาจนถึงปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของการสร้างการรับรู้ โดยมีสัดส่วนการพบเห็น/ รับรู้ สูงถึงประมาณร้อยละ 70 - 90 ที่สำคัญพบว่าภายหลังการรณรงค์ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของคนไทย ได้ปรับเปลี่ยนไป โดยบางส่วนหรืออาจเป็นส่วนใหญ่ในหลายๆ ปีได้เข้าร่วมงดเหล้า ทั้งงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา งดเป็นบางช่วง หรือลดปริมาณการดื่มลง โดยเฉพาะช่วงปี พ.ศ. 2555 - 2560 พบว่าสัดส่วนของผู้ที่ดื่มไม่ต่างจากเดิมลดลงอย่างชัดเจน ไม่ถึง 1 ใน 3 อย่างไรก็ตาม สังเกตได้ว่า ในปี พ.ศ. 2561 - 2563 สัดส่วนของผู้ที่ดื่มไม่ต่างจากเดิมกลับเพิ่มขึ้นมาถึงร้อยละ 44 - 50 (ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ, 2563)

การรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาในปี พ.ศ. 2564 ได้เชื่อมโยงกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งยังคงระบาดหนักอย่างต่อเนื่องในหลายพื้นที่ประเทศไทย โดยมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดคลัสเตอร์ เนื่องจากมีการติดโควิดจากวงดื่มเข้าไปสู่อุโมงค์บรวก จึงทำให้มีผู้ป่วยที่เป็นเด็กและผู้สูงอายุจำนวนมาก ดังนั้น สสส. และภาคีเครือข่าย จึงใช้การรณรงค์ภายใต้แนวคิด “สื่อรักให้พักเหล้า” เป็นกลยุทธ์การสื่อสารผ่านความรักความห่วงใยของลูกที่มีต่อพ่อแม่ อีกทั้งยังเชิญชวนพ่อแม่ ให้เข้าร่วมโครงการงดเหล้าเข้าพรรษา ซึ่งคาดหวังว่าจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการลด ละ เลิกการดื่มได้สำเร็จมากยิ่งขึ้น (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2564)

ทั้งนี้ การติดตามผลการรณรงค์ รวมถึงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย จะเป็นข้อมูลสำคัญนำไปสู่ข้อเสนอเพื่อพัฒนาปรับปรุงการรณรงค์ และแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงเป็นการสะสมองค์ความรู้ทางวิชาการด้านปัญหาสุรา

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจการรับรู้และความคิดเห็นต่อการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา
2. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3
3. เพื่อวิเคราะห์ทิศทางและแนวโน้มพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

กรอบแนวคิดในการประเมินผล

การประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” เป็นการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนไทยอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 (ทักษพล ธรรมรังสี, 2553) โดยมีการนำผลการประเมินมาเปรียบเทียบระหว่างปีเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงใช้ระเบียบวิธีและชุดคำถามที่มีโครงสร้างหลักคงที่

สำหรับโครงสร้างหลักของชุดคำถาม นอกจากส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแล้วยังประกอบด้วยชุดคำถามสำคัญ 3 ส่วนหลัก ได้แก่

1. การรับรู้สื่อการรณรงค์ และความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย การสอบถามถึงการเคยเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” โดยเน้นไปที่แคมเปญที่จัดขึ้นในปีนี้ และสอบถามถึงช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ผลต่อความตระหนักหรือสำนึกในการลดละเลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน และความคิดเห็นต่อประโยชน์ของการรณรงค์ต่อการลดปริมาณการดื่ม/ จำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3 ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยง หรืออันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 การรับรู้ต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 และความเห็นด้วยกับมาตรการดังกล่าว ผลกระทบของโควิด-19 ต่อเศรษฐกิจและอาารมณ และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3

3. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 9 เดือนที่ผ่านมา (Current Drinker) ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม ความถี่ของการดื่ม ค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง แต่จุดเน้นสำคัญคือ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดื่มในช่วงเข้าพรรษา ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่งดตลอดเทศกาล กลุ่มที่งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) กลุ่มที่ไม่งดแต่ลดการดื่มลง และกลุ่มที่ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่ โดยแต่ละกลุ่มมีการศึกษาถึงเหตุผลหรือข้อมูลรายละเอียดอื่นๆ ประกอบ

ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์ผลจะมีการหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อและความคิดเห็นต่อการรณรงค์กับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดื่มในช่วงเข้าพรรษา พร้อมกับเปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลัง

บทที่ 2

ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การประเมินผลการรณรงค์ครั้งนี้ ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) เก็บข้อมูลด้วยการสำรวจภาคสนาม (Field Survey) ในระดับครัวเรือน (หน่วยการวิเคราะห์คือบุคคล) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ พร้อมสื่อประกอบ (คลิพวิดีโอ)

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายในการสำรวจครั้งนี้คือ ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15 ขึ้นไปทั่วประเทศ โดยพักอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ได้จากการสุ่มมาเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 เดือน อ้างอิงฐานข้อมูลประชากรปี 2563 จากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย รวมจำนวนทั้งสิ้น 54,285,663 คน รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มเป้าหมายประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	สัดส่วน
กรุงเทพฯ ปริมณฑล	7,839,270	14.44
ภาคกลาง	10,997,488	20.26
ภาคเหนือ	9,774,912	18.01
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18,196,470	33.52
ภาคใต้	7,477,523	13.77
รวมจำนวนทั้งสิ้น	54,285,663	100.00

ที่มา: ระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ข้อมูลปี 2563

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง คำนวณจากระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ ± 2 ปรับค่าด้วยผลกระทบจากการออกแบบการวิจัย (Design Effect) = 1.4 และอัตราความร่วมมือ (Response Rate) 85% (อ้างอิงจากการดำเนินโครงการวิจัยที่มีรูปแบบใกล้เคียงกันที่ผ่านมา) รวมจำนวนตัวอย่าง 3,866 ตัวอย่าง รายละเอียดตามตารางที่ 2 และ 3

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

Confidence Level	Confidence Interval	Sample size
95	+/- 2	2,401
ปรับค่าด้วยผลกระทบจากการออกแบบวิจัย (Design Effect) = 1.4 อัตราการร่วมมือ (Response Rate) 85%		
95	+/- 2	3,866

ตารางที่ 3 แสดงการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample Size) จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนจังหวัด	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพฯ ปริมณฑล	3	14.44	558
ภาคกลาง	2	20.26	783
ภาคเหนือ	2	18.01	696
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3	33.52	1,296
ภาคใต้	2	13.77	533
รวมจำนวนทั้งสิ้น	12	100.00	3,866

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในโครงการนี้ประยุกต์ใช้การสุ่มแบบผสมผสาน ประกอบด้วย

1. ประยุกต์ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-Stage Sampling) โดยมี กรุงเทพฯ ปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เป็นชั้นภูมิหลัก (Stratum) ในแต่ละชั้นภูมิหลัก มีระดับชั้นของการสุ่มตัวอย่างแตกต่างกันไปตามลักษณะการปกครอง

2. การสุ่มเลือกพื้นที่ตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิ คณะผู้วิจัยประยุกต์ใช้การสุ่มเชิงระบบและค่าความถี่สะสมของจำนวนประชากรเป็นฐานในการสุ่ม (Cumulative Systematic Sampling) เพื่อเปิดโอกาสให้แต่ละพื้นที่ได้รับการสุ่มเลือกตามน้ำหนักของจำนวนประชากรในพื้นที่ โดยมีขั้นตอนดังรายละเอียด

ขั้นตอนที่ 1 จัดทำตารางการสุ่มตามโครงสร้างของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พร้อมข้อมูลจำนวนประชากรในแต่ละพื้นที่

ขั้นตอนที่ 2 จัดเรียงและให้เลขที่แต่ละพื้นที่ตามขนาดประชากร โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย เพื่อให้การสุ่มกระจายไปยังจังหวัดที่มีประชากรขนาดแตกต่างกัน (ใหญ่ กลาง และเล็ก)

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

k = ช่วงกว้างของการสุ่ม N = จำนวนประชากร n = จำนวนพื้นที่ที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 4 เลือกเลขสุ่มตั้งต้น (r) ให้มีค่าระหว่าง 1 กับ k ($1 < r < k$) ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) จากนั้นสุ่มพื้นที่ตัวอย่างถัดไปตามช่วงกว้างที่คำนวณได้ คือหน่วยที่มีหมายเลขตรงกับค่า $r, r+k, r+2k, \dots, r+(n-1)k$

ทั้งนี้ โครงสร้างการสุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็น 3 ส่วนตามลักษณะด้านการปกครองดังนี้

กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ชั้นภูมิย่อย คือ ชั้นใน ชั้นกลาง และชั้นนอก

การสุ่มตัวอย่างชั้นที่หนึ่ง แบ่งพื้นที่กรุงเทพฯ เป็น 3 ชั้นภูมิย่อย คือชั้นใน ชั้นกลาง และชั้นนอก และกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปของทั้ง 3 ชั้นภูมิ (Probability Proportional to Size Sampling)

การสุ่มตัวอย่างชั้นที่สอง สุ่มตัวอย่างเขต โดยใช้วิธีการตามที่ระบุในข้อ 2 และกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปของพื้นที่นั้นๆ (Probability Proportional to Size Sampling)

การสุ่มตัวอย่างชั้นที่สาม สุ่มตัวอย่างชุมชน โดยใช้วิธีการตามที่ระบุในข้อ 2 และกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปของพื้นที่นั้นๆ (Probability Proportional to Size Sampling)

การสุ่มตัวอย่างชั้นที่สี่ สุ่มตัวอย่างครัวเรือน โดยใช้การสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling)

การสุ่มตัวอย่างชั้นที่ห้า เลือกตัวอย่างประชาชนในแต่ละครัวเรือน ครัวเรือนละ 1 คน โดยเลือกตามคุณลักษณะที่ตรงกับสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ ที่คำนวณไว้ในขั้นตอนที่สาม (กรณีในครัวเรือนมีบุคคลที่มีคุณลักษณะตรงตามสัดส่วนมากกว่า 1 คน ให้สุ่มอย่างง่ายเลือกคนใดคนหนึ่ง)

จังหวัดปริมณฑล

การสุ่มตัวอย่างชั้นที่หนึ่ง ทำการสุ่มจังหวัดตัวอย่าง โดยใช้วิธีการตามที่ระบุในข้อ 2 และกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปของพื้นที่นั้นๆ (Probability Proportional to Size Sampling)

การสุ่มตัวอย่างชั้นที่สอง แบ่งพื้นที่แต่ละจังหวัดออกเป็นในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล และกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปของพื้นที่นั้นๆ (Probability Proportional to Size Sampling)

การสุ่มตัวอย่างชั้นที่สาม สุ่มตัวอย่างหมู่บ้าน ใช้วิธีการตามที่ระบุในข้อ 2 และกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปของพื้นที่นั้นๆ (Probability Proportional to Size Sampling)

การสุ่มตัวอย่างชั้นที่สี่ สุ่มตัวอย่างครัวเรือน โดยใช้การสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่ห้า เลือกตัวอย่างประชาชนในแต่ละครัวเรือน ครัวเรือนละ 1 คน โดยเลือกตามคุณลักษณะที่ตรงกับสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ ที่คำนวณไว้ในขั้นตอนที่สาม (กรณีในครัวเรือนมีบุคคลที่มีคุณลักษณะตรงตามสัดส่วนมากกว่า 1 คน ให้สุ่มอย่างง่ายเลือกคนใดคนหนึ่ง)

ภูมิภาคต่างๆ

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง แบ่งออกเป็น 4 ชั้นภูมิย่อย คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ กำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปของทั้ง 4 ชั้นภูมิ (Probability Proportional to Size Sampling)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สอง สุ่มตัวอย่างจังหวัดในแต่ละภาค ใช้วิธีการตามทีระบุในข้อ 2 และกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับกับจำนวนประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป (Probability Proportional to Size Sampling) ในจังหวัดที่สุ่มได้

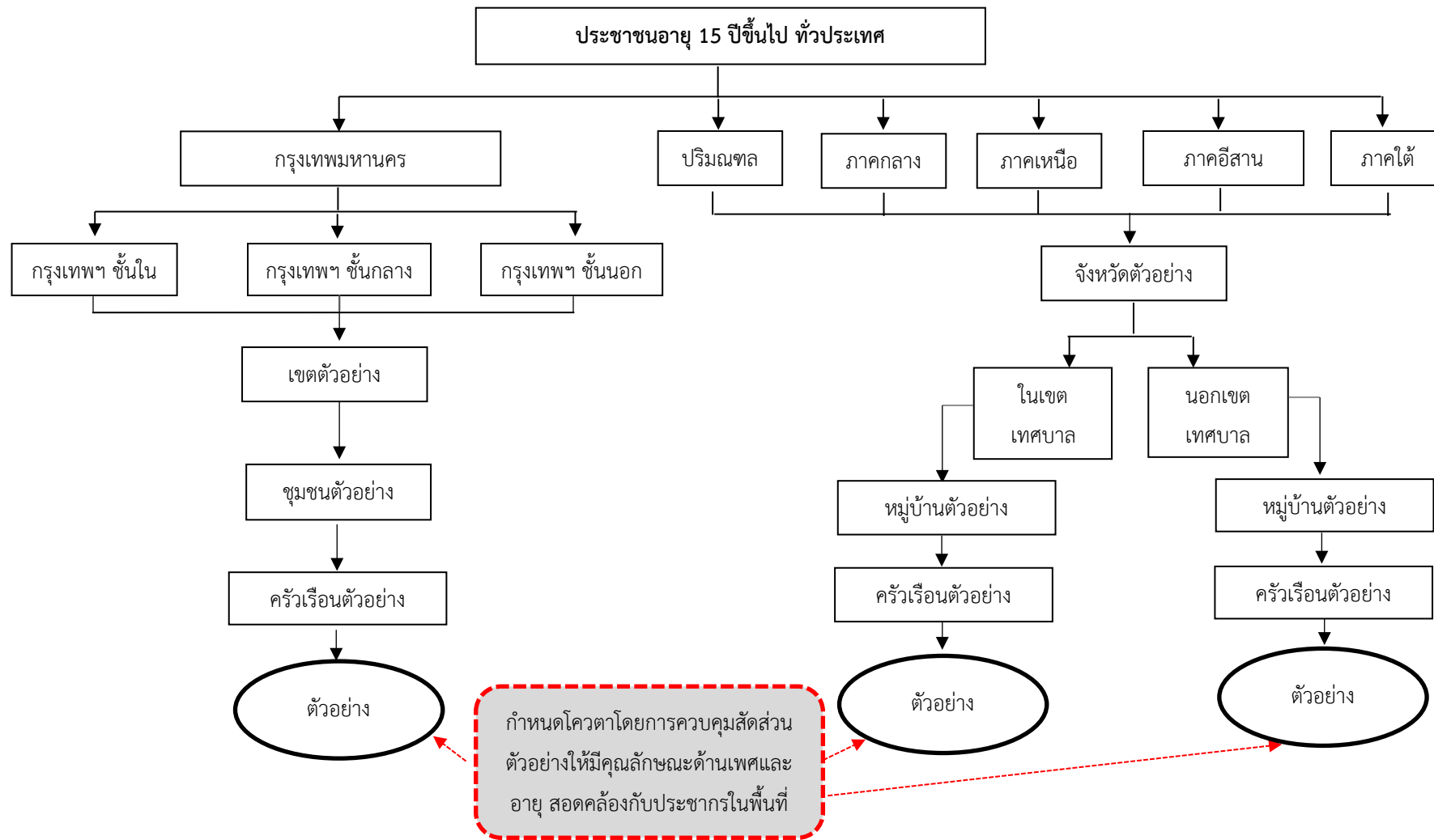
การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สาม แบ่งพื้นที่แต่ละจังหวัดออกเป็นในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล และกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปของพื้นที่นั้นๆ (Probability Proportional to Size Sampling)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สี่ สุ่มตัวอย่างหมู่บ้าน ใช้วิธีการตามทีระบุในข้อ 2 และกำหนดสัดส่วนตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปของพื้นที่นั้นๆ (Probability Proportional to Size Sampling)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่ห้า สุ่มตัวอย่างครัวเรือน โดยใช้การสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่หก เลือกตัวอย่างประชาชนในแต่ละครัวเรือน ครัวเรือนละ 1 คน โดยเลือกตามคุณลักษณะที่ตรงกับสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ ที่คำนวณไว้ในขั้นตอนที่สี่ (กรณีในครัวเรือนมีบุคคลที่มีคุณลักษณะตรงตามสัดส่วนมากกว่า 1 คน ให้สุ่มอย่างง่ายเลือกคนใดคนหนึ่ง)

(พิจารณาจากผังการสุ่มตัวอย่าง)



ผังการสุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 แสดงผลการสุ่มตัวอย่างจังหวัด สัดส่วนและจำนวนตัวอย่าง จำแนกรายจังหวัด

ภูมิภาค	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพฯ ปริมณฑล	14.44	558
กรุงเทพมหานคร	68.20	381
สมุทรปราการ	16.18	90
นนทบุรี	15.62	87
ภาคกลาง	20.26	783
ชลบุรี	64.54	505
อยุธยา	35.46	278
ภาคเหนือ	18.01	696
เชียงใหม่	61.01	425
นครสวรรค์	38.99	271
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	33.52	1,296
ขอนแก่น	38.62	501
อุดรธานี	33.25	431
ร้อยเอ็ด	28.13	365
ภาคใต้	13.77	533
นครศรีธรรมราช	52.71	281
สงขลา	47.29	252
รวมจำนวนทั้งสิ้น	100.00	3,866

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การลงพื้นที่ภาคสนาม โดยมีการแบ่งทีมเก็บข้อมูลออกเป็น 9 ทีม กระจายไปภูมิภาคต่างๆ แต่ละทีมประกอบด้วยหัวหน้าทีม 1 คน และพนักงานเก็บข้อมูล 4 คน รวมพนักงานภาคสนามทั้งสิ้น 45 คน เข้าเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในครัวเรือนที่ได้จากการสุ่ม ทำการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (face to face) โดยใช้แบบสอบถาม พร้อมกับแสดงสื่อประกอบ (คลิปรีวิดีโอ)

2. ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลได้จำนวนรวมทั้งสิ้น 3,916 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 101.3 จากขนาดตัวอย่างที่สุ่มไว้

ทั้งนี้ การเดินทางเข้า-ออกพื้นที่จังหวัดต่างๆ ทีมงานภาคสนามปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ของแต่ละพื้นที่อย่างเคร่งครัด (เน้นใช้ทีมงานภาคสนามที่เป็นคนในพื้นที่ หรือสามารถเดินทางได้โดยไม่ถูกกักตัว) โดยกำหนดให้พนักงานเก็บข้อมูลต้องสวมหน้ากากอนามัย และใช้เจลแอลกอฮอล์เพื่อทำความสะอาดมือ พร้อมทำกรรมธรรม์ประกันภัยการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ให้พนักงานทุกคน

เครื่องมือวัด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จัดทำโดยศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ร่วมกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ซึ่งมีโครงสร้างคำถามที่ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ทั้งคุณลักษณะประชากร และประเด็นคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การรับรู้สื่อและความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทั้งนี้ ในตอนที่ 1 การรับรู้สื่อและความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2564 นี้ อยู่ภายใต้แคมเปญ “สื่อรักให้พักเหล้า” โดยมีการสอบถามการพบเห็น/ ได้ยินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ พร้อมแสดงสื่อประกอบการสัมภาษณ์ (คลิปวิดีโอ)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ในการประมวลผลข้อมูล โดยสถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ขึ้นอยู่กับตามความเหมาะสมของประเภทข้อมูล และวัตถุประสงค์ในการนำมาใช้ประโยชน์จากข้อมูล โดยมีการเปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลังในประเด็นสำคัญ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

คาดว่าผลสำรวจที่ได้จะนำไปสู่ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุงการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาในปีต่อไป รวมถึงเป็นข้อมูลวิชาการสำหรับนำไปสื่อสารสาธารณะ สร้างความตระหนักรู้ให้กับสังคม นอกจากนี้ ยังจะได้ข้อมูลที่น่าไปเสนอแนะเชิงนโยบายในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

การควบคุมคุณภาพ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล พนักงานเก็บข้อมูลผ่านการคัดเลือกและอบรมความเข้าใจต่อแบบสอบถามและวิธีการเก็บข้อมูล โดยมีหัวหน้าทีมแต่ละพื้นที่ควบคุมการเก็บข้อมูลในภาคสนาม พร้อมระบบ GPS Checking เพื่อยืนยันการลงพื้นที่ทำงาน โดยหัวหน้าทีมจะตรวจสอบความถูกต้อง และรายงานผลต่อหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นรายวัน

2. ระบบป้องกันข้อมูลที่ป้องกันข้อผิดพลาด เพื่อสามารถควบคุมข้อมูลให้มีความถูกต้องตรงตามแบบสอบถาม ที่ทีมงานใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ป้องกันข้อผิดพลาดต่างๆ อาทิ การป้อนตัวเลขผิด ป้อนตัวเลขเกินจำนวน หรือการป้องกันความไม่สอดคล้องกันของข้อมูล เป็นต้น

3. การตรวจสอบความสอดคล้องของคำตอบ ทำการตรวจสอบความถูกต้อง และสอดคล้องของข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ก่อนนำเข้าสู่ขั้นตอนการป้อนข้อมูล ประมวลผลต่อไป

ระยะเวลาดำเนินโครงการ

1. เตรียมการ และสร้างเครื่องมือ	1	สัปดาห์
2. เก็บข้อมูลภาคสนาม	3	สัปดาห์
3. ลงรหัส ป้อนข้อมูล ประมวลผล และจัดทำรายงานเบื้องต้น	2	สัปดาห์
4. จัดทำ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์	2	สัปดาห์
รวมระยะเวลาดำเนินโครงการทั้งสิ้น	8	สัปดาห์

บทที่ 3

ผลการสำรวจ

ผลการสำรวจที่ได้นำเสนอโดยใช้ตารางแสดงค่าทางสถิติ ประกอบการพรรณนาผล โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การรับรู้สื่อและความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.7 และเพศชาย ร้อยละ 47.3 เกินกว่า 1 ใน 3 คือร้อยละ 38.7 อายุ 50 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มอายุ 20 - 29 ปี 30 - 39 ปี และ 40 - 49 ปี กระจายในสัดส่วนใกล้เคียงกันคือกลุ่มละ ประมาณร้อยละ 16 - 19 ขณะที่กลุ่มอายุ 15 - 19 ปีมีอยู่ร้อยละ 7.3 กว่าครึ่งคือร้อยละ 56.4 สถานภาพโสด โดยมีร้อยละ 38.1 สมรสแล้ว

ส่วนใหญ่คือร้อยละ 86.3 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ขณะที่ร้อยละ 13.0 จบระดับปริญญาตรี และร้อยละ 0.4 จบสูงกว่าปริญญาตรี ตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 95.0 นับถือศาสนาพุทธ โดยมีศาสนาอื่นๆ คือ อิสลาม และศาสนาคริสต์ เล็กน้อยคิดเป็นร้อยละ 4.0 และ 0.4 ตามลำดับ

การจำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย มีมากที่สุดคือร้อยละ 32.9 รองลงมาคือ ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 20.4 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 12.9 และนักเรียน/ นักศึกษา ร้อยละ 8.9 ขณะที่อาชีพอื่นๆ อาทิ เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน เกษตรกร/ ประมง ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ และอื่นๆ รวมกันมีอยู่ร้อยละ 21.9 ส่วนที่พบว่า เป็นผู้ว่างงาน และตกงาน มีอยู่รวมกันร้อยละ 3.0 ด้านรายได้ ร้อยละ 47.5 มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ขณะที่ร้อยละ 37.3 มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ส่วนกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทพบว่ามีอยู่ร้อยละ 14.9

ตัวอย่างกว่าครึ่งหรือร้อยละ 54.1 อยู่นอกเขตเทศบาล ขณะที่ร้อยละ 36.0 อยู่ในเขตเทศบาล และ ร้อยละ 9.9 อยู่ในกรุงเทพมหานคร

(รายละเอียดตามตารางที่ 5 - 12)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ลำดับ	เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1	ชาย	1,851	47.3
2	หญิง	2,065	52.7
รวม		3,916	100.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ลำดับ	อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1	15 - 19 ปี	285	7.3
2	20 - 29 ปี	654	16.7
3	30 - 39 ปี	702	17.9
4	40 - 49 ปี	760	19.4
5	50 - 59 ปี	864	22.1
6	60 ปีขึ้นไป	651	16.6
รวม		3,916	100.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

ลำดับ	สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
1	โสด	2,210	56.4
2	สมรสและมีบุตร*	1,261	32.2
3	สมรสแต่ไม่มีบุตร	233	5.9
4	หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	210	5.4
5	ไม่ระบุ	2	0.1
รวม		3,916	100.0

*จำนวนบุตรเฉลี่ย 2 คน ต่ำสุด 1 คน สูงสุด 4 คน

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด

ลำดับ	การศึกษาชั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคยเรียน	60	1.5
2	ประถมศึกษา	1,098	28.0
3	มัธยมศึกษาตอนต้น	812	20.7
4	มัธยมศึกษาตอนปลาย	785	20.0
5	ปวช.	235	6.0
6	ปวส.	329	8.4
7	อนุปริญญา	65	1.7
8	ปริญญาตรี	508	13.0
9	สูงกว่าปริญญาตรี	17	0.4
10	ไม่ระบุ	7	0.3
รวม		3,916	100.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามศาสนาที่นับถือ

ลำดับ	ศาสนาที่นับถือ	จำนวน	ร้อยละ
1	พุทธ	3,719	95.0
2	อิสลาม	156	4.0
3	คริสต์	14	0.4
4	ซิกข์	1	0.0
5	ไม่ระบุ	18	0.4
6	ไม่นับถือศาสนา	8	0.2
รวม		3,916	100.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ลำดับ	อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1	ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย	1,290	32.9
2	ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป	795	20.4
3	พนักงานบริษัทเอกชน	506	12.9
4	นักเรียน/ นักศึกษา	347	8.9
5	เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	259	6.6
6	เกษตรกร/ ประมง	234	6.0
7	ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ	197	5.0
8	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	118	3.0
9	อาชีพอิสระ อาทิ นายความ สถาปนิก	44	1.1
10	ว่างงาน	109	2.8
11	ตกงาน	7	0.2
12	อื่น ๆ คือ ลูกจ้าง อบต.	10	0.2
รวม		3,916	100.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

ลำดับ	รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 5,000 บาท	672	17.2
2	5,001 - 10,000 บาท	1,187	30.3
3	10,001 - 20,000 บาท	1,462	37.3
4	20,001 - 30,000 บาท	461	11.8
5	30,001 - 40,000 บาท	88	2.2
6	40,001 - 50,000 บาท	21	0.5
7	มากกว่า 50,000 บาท	17	0.4
8	ไม่ระบุ	8	0.3
รวม		3,916	100.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่พักอาศัย

ลำดับ	พื้นที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
1	กรุงเทพมหานคร	386	9.9
2	ในเขตเทศบาล	1,410	36.0
3	นอกเขตเทศบาล	2,120	54.1
รวม		3,916	100.0

ตอนที่ 2 การรับรู้สื่อและความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”

2.1 การรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564”

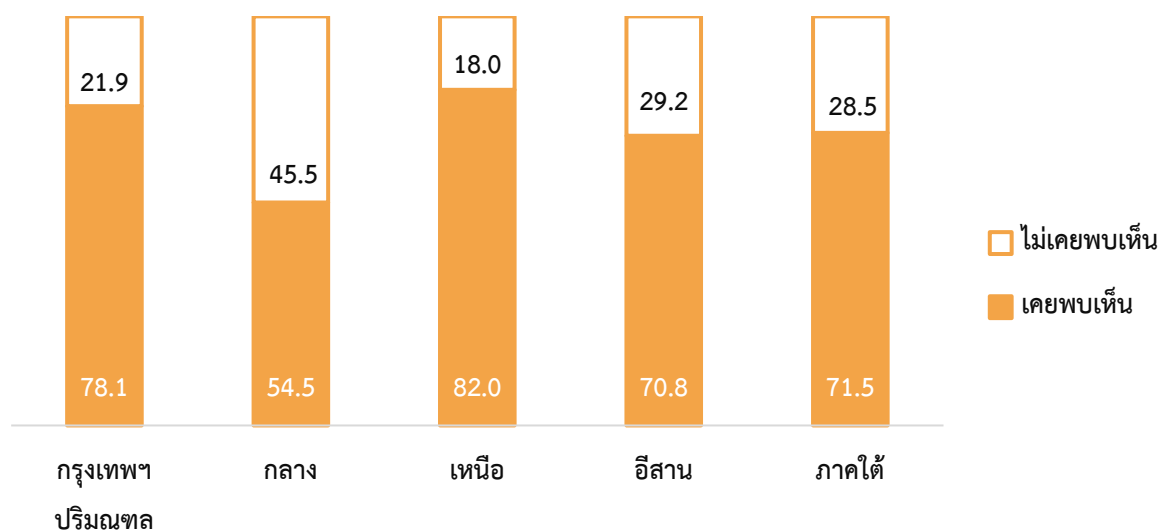
ผลสำรวจพบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่คือร้อยละ 70.7 พบเห็น/รับรู้ถึงสื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปี 2563 ที่มีอยู่ร้อยละ 71.2 เมื่อทำการประมาณการโดยคำนวณจากฐานข้อมูลประชากร (อ้างอิงฐานข้อมูลระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ปี 2563) รวมจำนวน 54,285,663 คน ประมาณการได้ว่าในปี 2564 สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” สามารถสร้างการรับรู้ให้กับคนไทยได้ 38,398,689 คน (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 แสดงค่าประมาณการและร้อยละของผู้ที่เคยพบเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564”

ลำดับ	การเคยพบเห็น/รับรู้	ค่าประมาณการ	ร้อยละ
1	ไม่เคย	15,886,974	29.3
2	เคย	38,398,689	70.7
	รวม	54,285,663	100.0

เมื่อจำแนกข้อมูลเป็นรายภูมิภาค พบว่าภาคเหนือมีสัดส่วนผู้ที่เคยพบเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” มากที่สุดร้อยละ 82.0 รองลงมาคือกรุงเทพฯ ปริมาณพล ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 78.1 71.5 และ 70.8 ตามลำดับ ขณะที่ภาคกลางพบสัดส่วนต่ำกว่าภาคอื่นๆ อย่างชัดเจนคือร้อยละ 54.5 (แผนภาพที่ 1)

แผนภาพที่ 1 แสดงค่าร้อยละการพบเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” จำแนกตามภูมิภาค



2.2 ช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564”

ตัวอย่างที่พบเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564” ส่วนใหญ่ร้อยละ 83.1 ระบุรับรู้จากโฆษณาทางโทรทัศน์ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปี 2563 ที่มีอยู่ร้อยละ 80.3) รองลงมาร้อยละ 37.6 รับรู้จากโซเชียลมีเดีย อาทิ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปี 2563 ที่มีอยู่ร้อยละ 31.9) นอกจากนี้ ร้อยละ 20.3 รับรู้จากป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (billboard) และร้อยละ 18.9 รับรู้จากสื่อโฆษณากลางแจ้งอื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณาบริเวณรถไฟฟ้า รถประจำทาง ขณะที่ร้อยละ 11.0 รับรู้จากครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางที่เห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” ปี 2564 (เฉพาะตัวอย่างที่เคยเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” ปี 2564 โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 2,767)

ลำดับ	ช่องทางที่เห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
1	โฆษณาทางโทรทัศน์	2,299	83.1
2	โซเชียลมีเดีย อาทิ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม	1,040	37.6
3	ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (billboard)	563	20.3
4	สื่อโฆษณากลางแจ้งอื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณา บริเวณ รถไฟฟ้า รถประจำทาง	523	18.9
5	ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก	304	11.0
6	เว็บไซต์	222	8.0
7	ช่วงที่ประกาศเข้ารายการโทรทัศน์	167	6.0
8	ป้ายตั้งโต๊ะในรายการโทรทัศน์ต่างๆ	130	4.7
9	โฆษณาทางวิทยุ	126	4.6
10	แผ่นพับ โบรชัวร์	79	2.9
11	นิตยสาร/ หนังสือพิมพ์	20	0.7
12	กิจกรรมหรืออีเวนต์ต่างๆ	17	0.6
13	อื่นๆ อาทิ เสียงตามสาย รถแห่ อสม. มาบอก	18	0.7

เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่าทุกภาคพบเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564” ผ่านการโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นอันดับแรก และเกือบทุกภูมิภาคยกเว้นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอันดับสอง ส่วนอันดับ 3 อาจแตกต่างกันไป มีทั้งป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุช่องทางที่เห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพระราชปี 2564” จำแนกตามภูมิภาค
(เฉพาะตัวอย่างที่เคยเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพระราชปี 2564” โดยพิจารณา 3 อันดับแรก)

ภาค	ช่องทางที่เห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์					
	อันดับที่ 1	ร้อยละ	อันดับที่ 2	ร้อยละ	อันดับที่ 3	ร้อยละ
กรุงเทพฯ ปริมณฑล (n = 441)	โฆษณาทางโทรทัศน์	89.1	โซเชียลมีเดีย	39.0	ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่	32.4
ภาคกลาง (n = 431)	โฆษณาทางโทรทัศน์	84.2	โซเชียลมีเดีย	19.5	ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก	10.7
ภาคเหนือ (n = 575)	โฆษณาทางโทรทัศน์	85.9	โซเชียลมีเดีย	40.2	ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่	32.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n = 931)	โฆษณาทางโทรทัศน์	82.2	สื่อโฆษณากลางแจ้งอื่นๆ	43.7	โซเชียลมีเดีย	35.8
ภาคใต้ (n = 389)	โฆษณาทางโทรทัศน์	73.0	โซเชียลมีเดีย	56.6	เว็บไซต์	23.9

2.3 การรับรู้ต่อโฆษณาทางโทรทัศน์

เมื่อสอบถามเฉพาะกลุ่มที่พบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ทางโทรทัศน์ ถึงการเคยเห็นโฆษณาชุด “สื่อรักให้พักเหล้า” พบว่ามีร้อยละ 80.3 ที่เคยเห็น ขณะที่ร้อยละ 19.7 ไม่เคยเห็น (ตารางที่ 16)

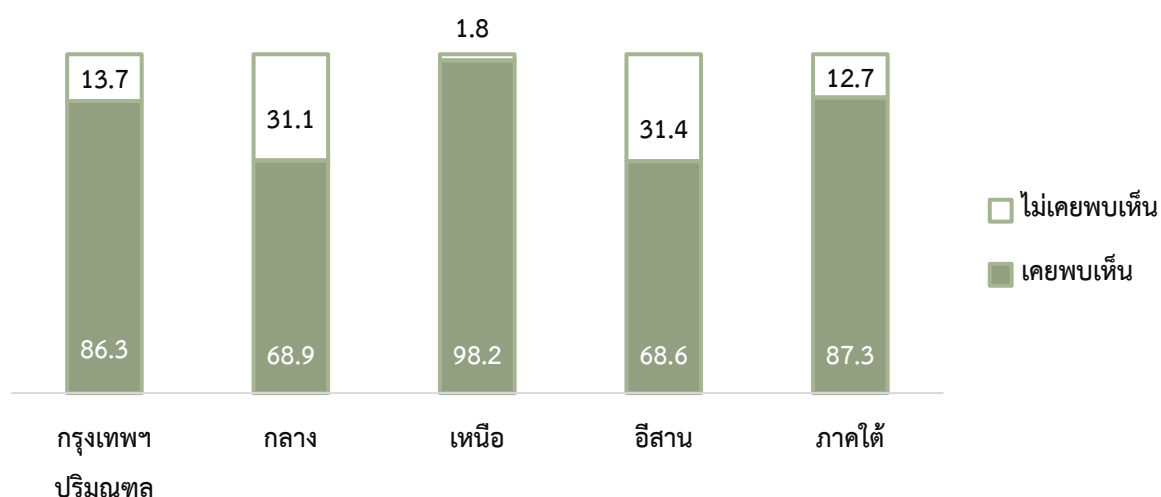
ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ชุด “สื่อรักให้พักเหล้า” (เฉพาะตัวอย่างที่เคยพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ทางโทรทัศน์)

ลำดับ	การเคยเห็น	จำนวน	ร้อยละ
1	เคย	1,847	80.3
2	ไม่เคย	452	19.7
รวม		2,299	100.0

จากข้อมูลข้างต้นเมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่าสัดส่วนผู้ที่ระบุเคยเห็นโฆษณาชุดดังกล่าว มีระหว่างร้อยละ 68.6 ถึง 98.2 โดยภาคเหนือมีสัดส่วนผู้พบเห็นสูงสุดคือร้อยละ 98.2 รองลงมาคือ ภาคใต้ และ กรุงเทพฯ ปริมาณทล ในสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 87.3 และ 86.3 ตามลำดับ ขณะที่ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนผู้ที่พบเห็นต่ำกว่าภูมิภาคอื่น คือร้อยละ 68.9 และ 68.6 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 2)

แผนภาพที่ 2 แสดงค่าร้อยละการเคยเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ชุด “สื่อรักให้พักเหล้า”

(เฉพาะตัวอย่างที่เคยพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ทางโทรทัศน์)



2.4 ผลของสื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” ต่อการสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

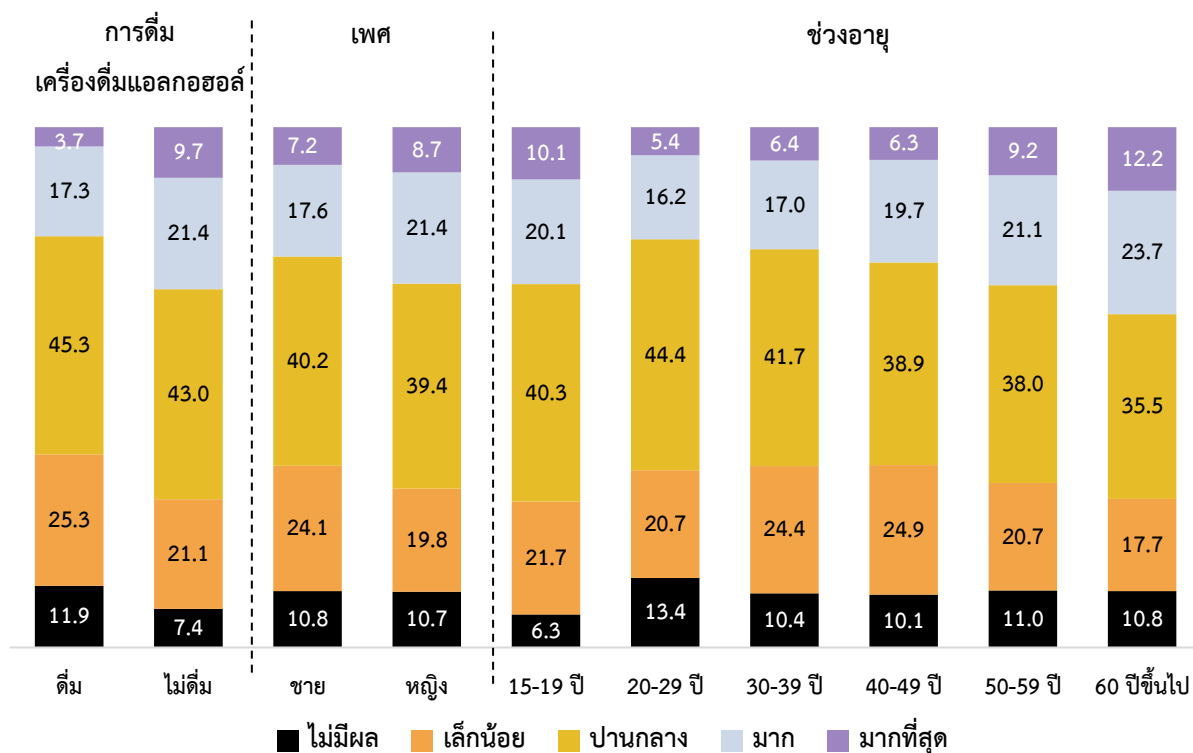
ตัวอย่างร้อยละ 89.2 เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” มีผลต่อการสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในระดับต่างๆ (เล็กน้อยถึงมากที่สุด) โดยมีร้อยละ 67.4 เห็นว่ามีผลในระดับปานกลางถึงมากที่สุด ขณะที่ร้อยละ 10.8 ระบุไม่มีผลเลย (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุสื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” มีผลทำให้เกิดความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564”)

ลำดับ	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่มีผลเลย	298	10.8
2	มีผลเล็กน้อย	603	21.8
3	มีผลปานกลาง	1,101	39.8
4	มีผลมาก	543	19.6
5	มีผลมากที่สุด	222	8.0
รวม		2,767	100.0

เมื่อจำแนกข้อมูลตามพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ พบว่าสื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564” สร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับกลุ่มที่ไม่ดื่มมากกว่ากลุ่มที่ดื่มเล็กน้อย ทำนองเดียวกันสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมีผลต่อกลุ่มอายุ 15 - 19 ปี มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ อย่างไรก็ตาม เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า มีผลต่อเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน (แผนภาพที่ 3)

แผนภาพที่ 3 แสดงค่าร้อยละความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” ว่ามีผลทำให้เกิดความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพศ และช่วงอายุ (เฉพาะตัวอย่างที่เคยพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “จดเกล้าเข้าพรรษาปี 2564”)



2.5 การบอกต่อ หรือส่งต่อการรณรงค์ “จดเกล้าเข้าพรรษา” ไปยังบุคคลรอบข้าง

ตัวอย่างร้อยละ 43.9 เคยบอกต่อ หรือแชร์ข้อความบน Social Network เพื่อชักชวนคนรอบข้างให้งดเหล้าเข้าพรรษา ขณะที่ร้อยละ 56.1 ไม่เคย โดยให้เหตุผลว่า ไม่ได้สนใจ คนรอบข้างไม่ดื่ม ไม่อยากยุ่ง เป็นเรื่องส่วนบุคคล กลัวถูกต่อว่า ตนเองก็ดื่ม และมองว่าการดื่มเป็นเรื่องปกติ เป็นต้น (ตารางที่ 18)

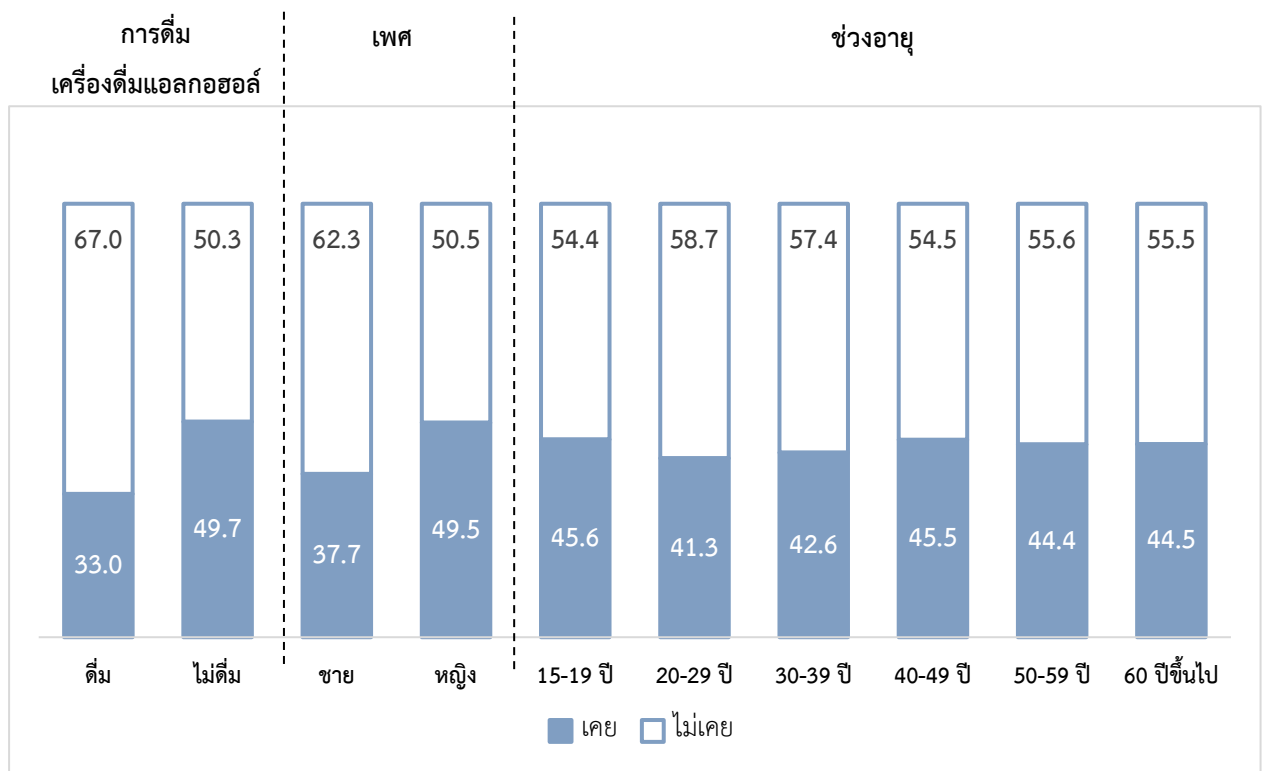
ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยบอกต่อ หรือสื่อสารด้วยวิธีอื่น เช่น สังคมออนไลน์ (Social Network) ชักชวนคนรอบข้างงดเหล้าเข้าพรรษา

ลำดับ	การเคยบอกต่อ หรือ แชร์ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
1	เคย	1,719	43.9
2	ไม่เคย เพราะไม่ได้สนใจ ตัวเองก็ดื่ม การดื่มถือเป็นเรื่องปกติ คนรอบข้างไม่ดื่ม ไม่อยากยุ่ง เป็นเรื่องส่วนบุคคล ไม่กล้าบอก กลัวถูกต่อว่า เป็นต้น	2,197	56.1
รวม		3,916	100.0

การจำแนกข้อมูลตามพฤติกรรมการดื่ม พบว่ากลุ่มที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ มีการบอกต่อมากกว่ากลุ่มที่ดื่ม คิดเป็นร้อยละ 49.7 และ 33.0 ตามลำดับ ส่วนการจำแนกตามเพศ พบว่าเพศหญิงบอกต่อมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.5 และ 37.7 ตามลำดับ แต่สำหรับการจำแนกตามช่วงอายุ พบว่าทุกกลุ่มอายุมีแนวโน้มบอกต่อใกล้เคียงกัน ระหว่างร้อยละ 41.3 – 45.6 (แผนภาพที่ 4)

แผนภาพที่ 4 แสดงค่าร้อยละการเคยบอกต่อ หรือสื่อสารด้วยวิธีอื่น เช่น สังคมออนไลน์ (Social Network)

ชักชวนคนรอบข้างงดเหล้าเข้าพรรษา จำแนกตามการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพศ และช่วงอายุ



2.6 การร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา

ผลสำรวจพบว่า มีตัวอย่างเพียงร้อยละ 7.7 ที่ได้ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้า ลดลงร้อยละ 2.6 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปีที่ผ่านมาที่มีอยู่ร้อยละ 10.3 ซึ่งการลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้านี้ ประกอบด้วยวิธีการต่างๆ ได้แก่ ลงนามปฏิญาณตนในสมุดลงนามที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น ร้อยละ 57.8 กล่าวคำปฏิญาณตนในลงนามปฏิญาณตนทางออนไลน์ ร้อยละ 22.6 และงานกิจกรรมที่จัดขึ้น ร้อยละ 21.6 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา

ลำดับ	การร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา	จำนวน	ร้อยละ
1	ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้า โดยวิธีการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
	1) ลงนามปฏิญาณตนในสมุดลงนามที่หน่วยงาน ต่างๆ จัดขึ้น อาทิ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบล วัด โรงเรียน โรงงาน	174	57.8
	2) ลงนามปฏิญาณตนทางออนไลน์	68	22.6
	3) กล่าวคำปฏิญาณตน (ในงานกิจกรรมที่จัดขึ้น)	65	21.6
	4) อื่นๆ คือ ปฏิญาณกับตัวเอง	12	4.0
2	ไม่ได้ลงนาม/ ปฏิญาณตน เนื่องจาก ไม่ดื่มอยู่แล้ว ยังดื่มอยู่ การดื่มเป็นเรื่อง ปกติ ไม่สนใจ กลัวติดโควิด-19 ไม่มีที่ให้ลงนาม/ ไม่ทราบว่ามีการจัดกิจกรรมนี้	3,613	92.3
รวม		3,916	100.0

2.7 ความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ต่อการทำให้ประเทศไทยลดปริมาณการดื่มและจำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้

ตัวอย่างสูงถึงร้อยละ 88.7 เห็นด้วยว่าการรณรงค์ให้งดเหล้าในช่วงเข้าพรรษา 3 เดือน จะช่วยให้ประเทศไทยลดปริมาณการดื่มและจำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้ โดยตัวอย่างกลุ่มนี้ร้อยละ 43.2 เห็นว่าการรณรงค์กระตุ้นได้ในระดับปานกลาง และใกล้เคียงกันร้อยละ 43.0 เห็นว่ากระตุ้นได้ในระดับมาก ขณะที่เพียงร้อยละ 13.2 ที่เห็นว่ากระตุ้นได้น้อย (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความเห็นด้วยว่าการรณรงค์ให้งดเหล้าในช่วงเข้าพรรษา 3 เดือน จะช่วยให้ประเทศไทยลดปริมาณการดื่มและจำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้

ลำดับ	ความเห็นด้วย	จำนวน	ร้อยละ
1	เห็นด้วย	3,472	88.7
	ระดับการกระตุ้น		
	1) มาก	1,494	43.0
	2) ปานกลาง	1,499	43.2
	3) น้อย	459	13.2
	4) ไม่ระบุ	20	0.6
	รวม	3,472	100.0
2	ไม่เห็นด้วย เพราะไม่มีผลต่อคนดื่ม ยังดื่มเหมือนเดิม เปลืองงบประมาณ	84	2.1
3	ไม่มีความเห็น	360	9.2
รวม		3,916	100.0

2.8 ความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ในปีต่อๆ ไป และข้อเสนอแนะ

ตัวอย่างสูงถึงร้อยละ 96.9 เห็นว่าควรมีการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา ในปีต่อๆ ไป โดยมีเพียงร้อยละ 3.0 เท่านั้นที่เห็นต่าง โดยให้เหตุผลว่า คนยังดื่มอยู่ดี และสิ้นเปลืองงบประมาณ (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็นต่อการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา ในปีต่อๆ ไป

ลำดับ	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
1	ควรรณรงค์ต่อไป	3,793	96.9
2	ไม่ควรรณรงค์ต่อไป เพราะคนยังดื่มอยู่ดี และสิ้นเปลืองงบประมาณ	118	3.0
3	ไม่ระบุ	5	0.1
รวม		3,916	100.0

ตัวอย่างได้ให้ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะต่อการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาไว้หลายประการ ที่สำคัญได้แก่ 1) เพิ่มระยะเวลาการรณรงค์ให้มากขึ้น มีความต่อเนื่อง เข้าถึงทุกเพศทุกวัย ร้อยละ 34.5 2) ติดป้ายประกาศตามสถานที่ต่างๆ และรณรงค์ผ่านสื่อให้มากขึ้น ร้อยละ 29.7 และ 3) จัดกิจกรรมรณรงค์ที่น่าสนใจในระดับพื้นที่ เช่น ชุมชน วัด โรงพยาบาล โรงเรียน ให้มากขึ้น ร้อยละ 12.6 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะต่อการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 1,828)

ลำดับ	ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1	เพิ่มระยะเวลาการรณรงค์ให้มากขึ้น มีความต่อเนื่อง เข้าถึงทุกเพศทุกวัย	631	34.5
2	ติดป้ายประกาศตามสถานที่ต่างๆ และรณรงค์ผ่านสื่อให้มากขึ้น	543	29.7
3	จัดกิจกรรมรณรงค์ที่น่าสนใจในระดับพื้นที่ เช่น ชุมชน วัด โรงพยาบาล โรงเรียน ให้มากขึ้น	231	12.6
4	เป็นโครงการที่ดี ช่วยเตือนสติ ลดการดื่มลง ลดค่าใช้จ่าย ให้คนหันมาดูแลสุขภาพ มีจิตสำนึกมากขึ้น ชีวิตครอบครัวดีขึ้น	141	7.7
5	การรณรงค์กระตุ้นจิตสำนึกให้เห็นถึงโทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	107	5.9
6	นำศิลปินดารานักร้อง มาร่วมโครงการ	52	2.8

ตารางที่ 22 (ต่อ)

ลำดับ	ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
7	ไม่สนับสนุนการขาย เลิกขายหรือผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์	43	2.4
8	ปลูกฝังไปที่เด็กและเยาวชน และเน้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง	40	2.2
9	งดตีม/ ขายเหล้าในช่วงเข้าพรรษา	34	1.9
10	ทำกิจกรรมลงนามงดเหล้าในสถานที่ต่างๆ/ ลงนามแบบออนไลน์	25	1.4
11	ขึ้นราคาขึ้นภาษีเครื่องตีมแอลกอฮอล์/ ควรจำกัดเวลาในการจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์	24	1.3
12	แจกของ/มีของรางวัลให้สำหรับคนงดเหล้า เพื่อเป็นกำลังใจกับคนงดเหล้า	16	0.9
13	ออกกฎหมายให้เข้มงวดเพื่อควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์	8	0.4
14	อื่นๆ อาทิ มีผู้เชี่ยวชาญมาให้คำปรึกษาในการเลิกเหล้า ปลูกฝังในสถาบันครอบครัว	83	4.5

2.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลเสียของการตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์

สำหรับผลเสียของการตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ต่อการควบคุมสติ พบร้อยละ 87.5 เห็นว่ามีผลเสียมาก ขณะที่ร้อยละ 10.5 เห็นว่ามีผลเสียน้อย โดยมีเพียงร้อยละ 2.0 ที่เห็นว่าไม่มีผลเสียเลย ทำนองเดียวกัน เมื่อสอบถามผลเสียต่ออวัยวะต่างๆ เช่น ตับ ของผู้ที่ตีม พบร้อยละ 87.6 เห็นว่ามีผลเสียมาก ขณะที่ร้อยละ 10.0 เห็นว่ามีผลเสียน้อย โดยมีเพียงร้อยละ 2.4 ที่ระบุว่าไม่มีผลเสียเลย (ตารางที่ 23 - 24)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลเสียต่อการควบคุมสติของผู้ที่ตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์

ลำดับ	ผลเสียต่อการควบคุมสติ	จำนวน	ร้อยละ
1	มีผลเสียมาก	3,428	87.5
2	มีผลเสียน้อย	409	10.5
3	ไม่มีผลเสียเลย	79	2.0
รวม		3,916	100.0

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลเสียต่ออวัยวะต่างๆ เช่น ตับ ของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับ	ผลเสียต่ออวัยวะต่างๆ เช่น ตับ	จำนวน	ร้อยละ
1	มีผลเสียมาก	3,430	87.6
2	มีผลเสียน้อย	392	10.0
3	ไม่มีผลเสียเลย	94	2.4
รวม		3,916	100.0

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3

3.1 การรับรู้และความเข้าใจต่อข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ผลสำรวจพบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 81.9 มีความเข้าใจที่ถูกต้องว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเพิ่มความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19 และร้อยละ 75.6 เข้าใจถูกต้องว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้ลายภูมิคุ้มกันของร่างกาย อาจทำให้ติดเชื้อได้ง่าย และอาจป่วยรุนแรงได้ ในขณะเดียวกัน พบตัวอย่างเกือบ 1 ใน 3 หรือร้อยละ 31.8 ที่เข้าใจผิดว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะช่วยฆ่าเชื้อโควิด-19 ที่น่าพิจารณาคือ กว่าครึ่งร้อยละ 58.6 ไม่เคยได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยง หรืออันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่วนร้อยละ 41.4 ที่เคยได้รับข้อมูลความรู้นั้น โดยมากผ่านทางสื่อโทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย และการบอกต่อจากคนในครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 67.8 47.5 และ 13.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 25 - 26)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามความเข้าใจที่ถูกต้องต่อข้อมูลที่ได้รับ

ข้อมูล	เข้าใจถูกต้อง	เข้าใจผิด/ ไม่แน่ใจ	รวม
1) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพิ่มความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19	3,209 (81.9)	707 (18.1)	3,916 (100.0)
2) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ลายภูมิคุ้มกันของร่างกาย อาจทำให้ติดเชื้อได้ง่าย และอาจป่วยรุนแรง	2,962 (75.6)	954 (24.4)	3,916 (100.0)
3) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้ช่วยฆ่าเชื้อโควิด-19	2,670 (68.2)	1,246 (31.8)	3,916 (100.0)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยง หรืออันตราย จากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

ลำดับ	การเคยได้รับข้อมูลความรู้	จำนวน	ร้อยละ
1	เคยได้รับ	1,622	41.4
	จากสื่อหรือช่องทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
	1) โทรทัศน์	1,099	67.8
	2) โซเชียลมีเดีย	771	47.5
	3) บอกต่อจากคนในครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก	222	13.7
	4) เว็บไซต์	40	2.5
	5) อสม.	36	2.2
	6) วิทยู	36	2.2
	7) โรงพยาบาล/ บุคลากรทางการแพทย์	34	2.1
	8) ป้ายกลางแจ้ง	23	1.4
	9) อื่นๆ อาทิ แอปหมอมพร้อม หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ เสียงตามสาย	29	1.8
2	ไม่เคยได้รับ	2,294	58.6
	รวม	3,916	100.0

เมื่อพิจารณาถึงการรับทราบ และความเห็นด้วยต่อมาตรการต่างๆ พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 95.8 รับทราบ และร้อยละ 90.1 ค่อนข้างเห็นด้วย-เห็นด้วย กับมาตรการปิดสถานบริการในลักษณะผับ บาร์ คาราโอเกะ อาบอบนวด ร้อยละ 94.3 รับทราบ และร้อยละ 85.1 ค่อนข้างเห็นด้วย-เห็นด้วย กับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และห้ามดื่มในร้าน ขณะที่ร้อยละ 92.4 รับทราบ และร้อยละ 82.8 ค่อนข้างเห็นด้วย-เห็นด้วย กับมาตรการห้ามรวมกลุ่มกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในบ้านหรือสถานที่อื่นใด (ตารางที่ 27 - 28)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการรับทราบต่อมาตรการต่างๆ

มาตรการ	ทราบ	ไม่ทราบ	รวม
1) <u>ปิด</u> สถานบริการในลักษณะผับ บาร์ คาราโอเกะ อาบอบนวด	3,752	164	3,916
	(95.8)	(4.2)	(100.0)
2) <u>ห้าม</u> จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และห้ามดื่มในร้าน	3,693	223	3,916
	(94.3)	(5.7)	(100.0)
3) <u>ห้าม</u> รวมกลุ่มกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในบ้านหรือสถานที่อื่นใด	3,618	298	3,916
	(92.4)	(7.6)	(100.0)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความเห็นด้วยต่อมาตรการต่างๆ

มาตรการ	ไม่มี	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็น	ค่อนข้างเห็น	เห็นด้วย	รวม
	ความเห็น		ด้วย	ด้วย		
1) ปิด สถานบริการในลักษณะผับ บาร์ คาราโอเกะ อบอบนวด	102 (2.6)	97 (2.5)	188 (4.8)	1,313 (33.5)	2,216 (56.6)	3,916 (100.0)
2) ห้าม จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และห้ามดื่มในร้าน	139 (3.5)	138 (3.5)	308 (7.9)	1,385 (35.4)	1,946 (49.7)	3,916 (100.0)
3) ห้าม รวมกลุ่มกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในบ้านหรือ สถานที่อื่นใด	142 (3.5)	175 (4.5)	359 (9.2)	1,330 (34.0)	1,910 (48.8)	3,916 (100.0)

3.2 ผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ต่อเศรษฐกิจ และความวิตกกังวล อาการซึมเศร้า

นับตั้งแต่รัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน พบตัวอย่างส่วนหนึ่งได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยร้อยละ 24.6 ไม่สามารถจ่ายค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่เคยจ่ายได้ตามกำหนด ใกล้เคียงกับร้อยละ 23.7 ถูกเลิกจ้าง หรือสูญเสียแหล่งรายได้หลัก เป็นเวลาสามเดือนขึ้นไป นอกจากนี้ ยังพบร้อยละ 20.5 ต้องยืมเงิน กู้เงิน จำนำ หรือนำสิ่งของเครื่องใช้ไปขาย เพื่อให้ได้เงินสดมาใช้จ่ายในเรื่องที่จำเป็นในครัวเรือน และร้อยละ 16.9 ถูกลดเงินเดือน/วันทำงาน ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ผู้ที่ประสบส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 80 ยังคงมีปัญหาดูต่อเนื่องมาในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการระบาดของโรคโควิด-19

ลำดับ	ผลกระทบทางเศรษฐกิจ	นับตั้งแต่รัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน				ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา (เฉพาะที่เคยนับตั้งแต่รัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน)			
		เคย	ไม่เคย	ไม่ตอบ	รวม	มีปัญหา	ไม่มี	ไม่ตอบ	รวม
1	ไม่สามารถจ่ายค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่เคยจ่ายได้ตามกำหนด	965 (24.6)	2,664 (68.0)	287 (7.4)	3,916 (100.0)	849 (88.0)	102 (10.6)	14 (1.4)	965 (100.0)
2	ถูกเลิกจ้าง หรือสูญเสียแหล่งรายได้หลักเป็นเวลาสามเดือนขึ้นไป	930 (23.7)	2,757 (70.4)	229 (5.9)	3,916 (100.0)	749 (80.5)	170 (18.3)	11 (1.2)	930 (100.0)
3	ต้องยืมเงิน กู้เงิน จำนำ หรือนำสิ่งของเครื่องใช้ไปขาย เพื่อให้ได้เงินสดมาใช้จ่ายในเรื่องที่จำเป็นในครัวเรือน	802 (20.5)	2,825 (72.1)	289 (7.4)	3,916 (100.0)	660 (82.3)	128 (16.0)	14 (1.7)	802 (100.0)
4	ถูกลดเงินเดือน/วันทำงาน	660 (16.9)	2,966 (75.7)	290 (7.4)	3,916 (100.0)	569 (86.2)	82 (12.4)	9 (1.4)	660 (100.0)

คณะผู้วิจัยได้ใช้แบบวัดความวิตกกังวล (GAD-7) พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 81.0 ไม่มีความวิตกกังวล ร้อยละ 15.2 วิตกกังวลเล็กน้อย ร้อยละ 3.2 มีความวิตกกังวลปานกลาง และร้อยละ 0.6 มีความวิตกกังวลมาก เมื่อใช้แบบคัดกรองโรคซึมเศร้า (PHQ-2) พบว่าร้อยละ 51.4 ปกติ ไม่เป็นโรคซึมเศร้า ขณะที่ร้อยละ 48.6 มีแนวโน้มที่จะเป็นโรคซึมเศร้า (ตารางที่ 30 - 31)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการประเมินความวิตกกังวล (GAD-7)

ลำดับ	การประเมินความวิตกกังวล (GAD-7)	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่มีความวิตกกังวล	3,170	81.0
2	มีความวิตกกังวลเล็กน้อย	595	15.2
3	มีความวิตกกังวลปานกลาง	126	3.2
4	มีความวิตกกังวลมาก	25	0.6
รวม		3,916	100.0

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการคัดกรองโรคซึมเศร้า (PHQ-2)

ลำดับ	การคัดกรองโรคซึมเศร้า (PHQ-2)	จำนวน	ร้อยละ
1	ปกติ ไม่เป็นโรคซึมเศร้า	2,013	51.4
2	มีแนวโน้มที่จะเป็นโรคซึมเศร้า	1,903	48.6
รวม		3,916	100.0

3.3 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมาและในช่วงโควิดระลอก 3

ผลสำรวจพบว่า ตัวอย่างร้อยละ 61.6 เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา เฉลี่ยแล้วดื่มมานาน 14.20 ปี ในช่วงโควิดระลอก 3 พบว่านักดื่มเกือบ 3 ใน 4 คือร้อยละ 73.5 ไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง โดยระบุเหตุผลที่หลากหลาย ได้แก่ ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด ร้อยละ 42.1 ไม่ได้พบปะสังสรรค์ ร้อยละ 41.6 และปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว ร้อยละ 32.8 ในขณะเดียวกัน มีนักดื่มร้อยละ 26.5 ที่ดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้นในช่วงโควิดระลอก 3 โดยระบุเหตุผลว่า ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) ร้อยละ 46.6 มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ ร้อยละ 36.3 ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว ร้อยละ 22.3 และเบื่อหน่าย/ เเซ็ง ร้อยละ 20.1 (ตารางที่ 32 - 36)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา

ลำดับ	การเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1	เคยดื่ม	2,412	61.6
2	ไม่เคยดื่ม	1,504	38.4
รวม		3,916	100.0

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุจำนวนปีที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
(เฉพาะตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา)

ลำดับ	จำนวนปีที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ถึงปี (นักดื่มหน้าใหม่) เหตุผลที่ดื่ม เพราะเพื่อนชวน ดื่ม เครียด อยากทดลองดื่ม เรียนจบแล้ว เป็นต้น	20	0.8
2	1 - 5 ปี	630	26.1
3	6 - 10 ปี	639	26.5
4	11 - 15 ปี	220	9.1
5	16 - 20 ปี	413	17.1
6	20 - 30 ปี	326	13.5
7	มากกว่า 30 ปี	158	6.6
8	ไม่ระบุ	6	0.3
รวม		2,412	100.0
*เฉลี่ย 14.20 ปี		ต่ำสุดไม่ถึงปี	สูงสุด 56 ปี

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงโควิดระลอก 3
โดยเทียบกับช่วงก่อนการระบาดของโควิด (เฉพาะตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิต
ที่ผ่านมา)

ลำดับ	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงโควิดระลอก 3	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ดื่ม	898	37.1
2	ดื่มน้อยลง	877	36.4
3	ดื่มเท่าเดิม	614	25.5
4	ดื่มเพิ่มขึ้น	23	1.0
รวม		2,412	100.0

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วงโควิดระลอก 3 (เฉพาะตัวอย่างที่เคยตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา แล้วไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วงโควิดระลอก 3 โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 1,775)

ลำดับ	เหตุผลที่ <u>ไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง</u>	จำนวน	ร้อยละ
1	ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด	747	42.1
2	ไม่ได้พบปะสังสรรค์	738	41.6
3	ปกติก็ไม่ค่อยตี๋มอยู่แล้ว	582	32.8
4	ต้องการประหยัดเงิน	255	14.4
5	ห้ามนั่งตี๋ม/ สถานบันเทิงปิด	181	10.2
6	ไม่สบายจึงหยุดตี๋ม	146	8.2
7	งานยุ่ง/ ไม่มีเวลา	112	6.3
8	รายได้ลดลง/ ตกงาน	91	5.1
9	ไม่มีเครื่องตี๋มฯ เก็บไว้	38	2.1
10	ไม่มีเหตุผล	285	16.1

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ตี๋มเท่าเดิม/ ตี๋มเพิ่มขึ้น ในช่วงโควิดระลอก 3 (เฉพาะตัวอย่างที่เคยตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา แล้วตี๋มเท่าเดิม/ ตี๋มเพิ่มขึ้น ในช่วงโควิดระลอก 3 โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 637)

ลำดับ	เหตุผลที่ <u>ตี๋มเท่าเดิม/ ตี๋มเพิ่มขึ้น</u>	จำนวน	ร้อยละ
1	ตี๋มเป็นประจำ/ ตี๋มจนติด (อดไม่ได้)	297	46.6
2	มีคนชวนตี๋ม ขัดไม่ได้	231	36.3
3	ปกติก็ไม่ค่อยตี๋มอยู่แล้ว	142	22.3
4	เบื่อหน่าย/ เซ็ง	128	20.1
5	มีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ पार्टตี๋ม (ทั้งออนไลน์ วงจริง)	118	18.5
6	มีเวลาว่างมากขึ้น	73	11.5
7	เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน	45	7.1
8	เหงาเพราะต้องอยู่คนเดียว/ แยกตัวอยู่บ้าน	33	5.2
9	มีเครื่องตี๋มฯ เก็บไว้เยอะ	9	1.4
10	ไม่มีเหตุผล	38	6.0

ทั้งนี้ นักตี๋มมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรวมกลุ่มตี๋มในช่วงโควิดระลอก 3 โดยร้อยละ 25.7 รวมกลุ่มเล็กลง เฉลี่ยจาก 5 คน เหลือ 2 คน และร้อยละ 26.1 หันมาตี๋มคนเดียว ขณะที่ร้อยละ 30.3 ยังรวมกลุ่มกันตี๋มตามเดิม เฉลี่ย 4 คน อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.1 ไม่ได้เปลี่ยนประเภทเครื่องตี๋ม โดยมี

เพียงร้อยละ 1.5 ที่เปลี่ยนประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และร้อยละ 0.4 เปลี่ยนไปใช้เครื่องดื่มผสมสารเสพติดชนิดอื่น เช่น น้ำดื่มกระป๋องหรือ 4x100 เครื่องดื่มผสมกัญชา (ตารางที่ 37 - 38)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรวมกลุ่มดื่ม ในช่วงโควิด
ระลอก 3 (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เมษายน 2564 - ปัจจุบัน)

ลำดับ	การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรวมกลุ่มดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
1	ยังรวมกลุ่มกันดื่มตามเดิม เฉลี่ย 4 คน	472	30.3
2	กลุ่มเล็กลง เฉลี่ยจาก 5 คน เหลือ 2 คน	400	25.7
3	หันมาดื่มคนเดียว	407	26.1
4	ปกติดื่มคนเดียวอยู่แล้ว	275	17.7
5	ไม่ระบุ	3	0.2
รวม		1,557	100.0

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเปลี่ยนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เคยดื่มเป็นประจำ หันไปดื่ม
อย่างอื่น ในช่วงโควิดระลอก 3 (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เมษายน 2564 - ปัจจุบัน)

ลำดับ	การเปลี่ยนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้เปลี่ยน	1,527	98.1
2	เปลี่ยนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาทิ - จากดื่มเบียร์ไปดื่มเหล้าสี เพราะเปลี่ยนรสชาติ มากกว่า - จากดื่มเหล้าสีไปดื่มเบียร์ เพราะดื่มง่าย ไม่อยากเมาเร็ว	24	1.5
3	ใช้เครื่องดื่มผสมสารเสพติดชนิดอื่น เช่น น้ำดื่มกระป๋อง หรือ 4x100 เครื่องดื่มผสมกัญชา	6	0.4
รวม		1,557	100.0

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

4.1 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้

การสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ พบว่ามีผู้ดื่มร้อยละ 40.2 ลดลงร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปี 2563 ที่มีผู้ดื่มร้อยละ 44.3 เมื่อทำการประมาณการโดยคำนวณจากฐานข้อมูลประชากร สามารถประมาณการได้ว่าคนไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 21,831,466 คน ลดลงจากปีที่ผ่านมาถึง 2,241,690 คน (ตารางที่ 39)

ตารางที่ 39 แสดงค่าประมาณการและร้อยละของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้

ลำดับ	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ค่าประมาณการ	ร้อยละ
1	ดื่ม	21,831,466	40.2
2	ไม่ดื่ม	32,454,197	59.8
รวม		54,285,663	100.0

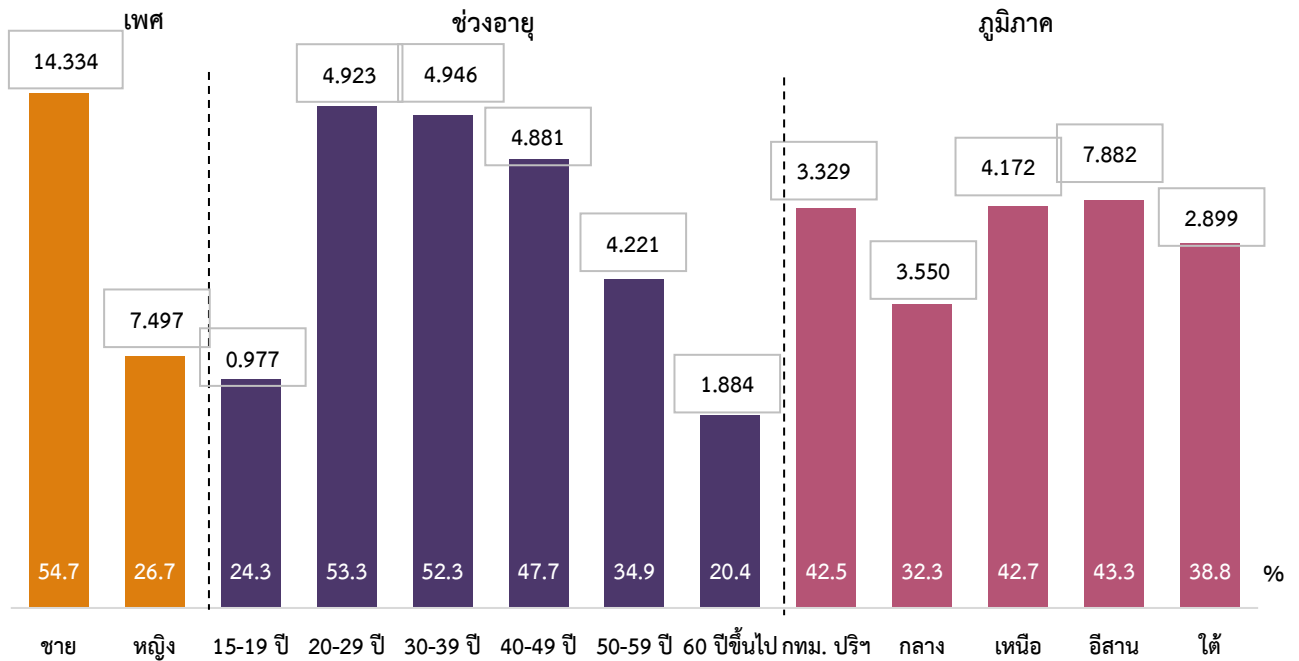
เมื่อประมาณการ โดยจำแนกข้อมูลผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามคุณลักษณะสำคัญทางประชากร พบว่ามีผู้ดื่มเพศชายอยู่ที่จำนวน 14.334 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 54.7 ในประชากรเพศชายทั้งหมด) ลดลง 1.495 ล้านคนเมื่อเทียบกับผลสำรวจปีที่ผ่านมามีอยู่ 15.829 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 60.7 ในประชากรเพศชายทั้งหมด) ขณะที่ผู้ดื่มเพศหญิงมีจำนวน 7.497 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 26.7 ในประชากรเพศหญิงทั้งหมด) ลดลงกว่า 7 แสนคนเมื่อเทียบกับผลสำรวจปีที่ผ่านมามีอยู่ 8.244 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 29.6 ในประชากรเพศหญิงทั้งหมด)

ส่วนด้านอายุ พบผู้ดื่มที่อยู่ในช่วงอายุ 30 – 39 ปี มากที่สุด คือ 4.946 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 52.3 ในประชากรอายุ 30 – 39 ปีทั้งหมด) ลดลงกว่า 7 แสนคน เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมามีอยู่ 5.679 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 58.9 ในประชากรอายุ 30 – 39 ปีทั้งหมด) รองลงมาใกล้เคียงกันมาก คือผู้ดื่มในช่วงอายุ 20 – 29 ปี มีอยู่ 4.923 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 53.3 ในประชากรอายุ 20 – 29 ปีทั้งหมด) ลดลงกว่า 4 แสนคน เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมามีอยู่ 5.393 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 56.9 ในประชากรอายุ 20 – 29 ปีทั้งหมด) สำหรับนักดื่มเยาวชนที่อยู่ในช่วงอายุ 15 - 19 ปี พบว่ามีจำนวน 0.977 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 24.3 ในประชากรอายุ 15 - 19 ปีทั้งหมด) ลดลง 1.8 แสนคน เมื่อเทียบกับผลสำรวจปีที่ผ่านมามีอยู่ 1.163 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 28.7 ในประชากรอายุ 15 - 19 ปีทั้งหมด)

เมื่อจำแนกข้อมูลตามภูมิภาค พบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีจำนวนผู้ดื่มสูงที่สุดคือ 7.882 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 43.3 ในประชากรภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด) ใกล้เคียงกับผลสำรวจปีที่ผ่านมามีอยู่ 7.871 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 43.5 ในประชากรภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด) (แผนภาพที่ 5)

แผนภาพที่ 5 แสดงค่าประมาณการจำนวนผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563)

ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ (หน่วย: ล้านคน) และร้อยละของความชุก จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ และภูมิภาค



ในกลุ่มที่ดื่ม กว่าครึ่งคือร้อยละ 51.6 ดื่มกับเพื่อน โดยมีร้อยละ 34.0 ที่ดื่มคนเดียว ร้อยละ 6.7 ดื่มนักบุญ ฟีน้อง และร้อยละ 3.5 ดื่มนักบุญในครอบครัว เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สังเกตได้ว่า การดื่มกับเพื่อนลดลงถึงร้อยละ 20.0 ขณะที่การดื่มคนเดียวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 23.0 โดยประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมมากยังคงเป็นเบียร์ และสุราสี/ สุราแดง คิดเป็นร้อยละ 86.8 และ 52.0 ตามลำดับ สอดคล้องกับเมื่อสอบถามถึงประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มบ่อยที่สุด ซึ่งตัวอย่างเบียร์ และสุราสี/ สุราแดง สูงกว่าประเภทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 64.7 และ 16.4 ตามลำดับ ด้านความถี่ของการดื่ม พบว่าเกือบครึ่งคือร้อยละ 47.8 ดื่มประจำ/ ดื่มน้อยอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง ขณะที่ร้อยละ 29.7 ดื่มน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง แต่ยังดื่มทุกเดือน (1 - 3 วันต่อเดือน) และร้อยละ 22.3 ดื่มนานๆ ครั้ง (น้อยกว่าเดือนละครั้ง) ทั้งนี้ ตัวอย่างร้อยละ 24.4 เคยคิดที่จะเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิต ขณะที่ส่วนใหญ่คือร้อยละ 73.6 ไม่เคยคิดที่จะเลิกดื่ม (ตารางที่ 40 - 44)

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยบ่อยที่สุด
(เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	คนที่ดื่มด้วยบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
1	เพื่อน	810	51.6
2	คนเดียว	534	34.0
3	ญาติ พี่น้อง	106	6.7
4	คนในครอบครัว	55	3.5
5	แฟน	32	2.0
6	เพื่อนร่วมงาน	23	1.5
7	เพื่อนบ้าน	10	0.6
8	อื่นๆ ได้แก่ เจ้านาย	1	0.1
รวม		1,571	100.0

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม
(เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้
โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 1,571)

ลำดับ	ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	เบียร์	1,363	86.8
2	สุราสี/ สุราแดง	817	52.0
3	สุราขาว/ สุรากลั่นชุมชน	432	27.5
4	ไวน์คูลเลอร์/ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผสมพร้อมดื่ม/ เหล้าปั่น	191	12.2
5	เหล้าดองยา/ สุราจีน	120	7.6
6	ไวน์/ แชมเปญ	95	6.0
7	สุราแช่พื้นเมือง เช่น สาโท กระแช่ เป็นต้น	28	1.8
8	อื่นๆ คือ โขจู	10	0.6

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุประเภทเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ตีบ่อบ่อยที่สุด
(เฉพาะตัวอย่างที่ตีในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	ประเภทเครื่องตีแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	เปียร์	1017	64.7
2	สุราสี/ สุราแดง	257	16.4
3	สุราขาว/ สุรากลั่นชุมชน	171	10.9
4	ไวน์คูลเลอร์/ เครื่องตีแอลกอฮอล์ผสมพร้อมตี/ เหล้าปั่น	46	2.9
5	เหล้าดองยา/ สุราจีน	33	2.1
6	ไวน์/ แชมเปญ	22	1.4
7	สุราแช่พื้นเมือง เช่น สาโท กระแช่ เป็นต้น	1	0.1
8	อื่นๆ คือ น้ำกระท่อม	4	0.3
9	ไม่ระบุ	20	1.2
รวม		1,571	100.0

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ในการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์
(เฉพาะตัวอย่างที่ตีในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	ความถี่ในการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	ทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์)	165	10.5
2	เกือบทุกวัน (5 - 6 วันต่อสัปดาห์)	107	6.8
3	วันเว้นวัน (3 - 4 วันต่อสัปดาห์)	129	8.2
4	ทุกสัปดาห์ (1 - 2 วันต่อสัปดาห์)	351	22.3
5	ทุกเดือน (1 - 3 วันต่อเดือน)	465	29.7
6	นานๆ ครั้ง (น้อยกว่าเดือนละครั้ง)	351	22.3
7	ไม่ระบุ	3	0.2
รวม		1,571	100.0

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเคยคิดที่จะเลิกตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ตลอดชีวิต
(เฉพาะตัวอย่างที่ตีในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	การเคยคิดที่จะเลิกตีตลอดชีวิต	จำนวน	ร้อยละ
1	เคยคิด	384	24.4
2	ไม่เคยคิด	1,157	73.6
3	ไม่ระบุ	30	2.0
รวม		1,571	100.0

4.2 ค่าใช้จ่ายในการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์

การสำรวจค่าใช้จ่ายในการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์แต่ละครั้ง (รวมค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น กับแก๊ส มิทเซอร์ มัลลีย์ ฯลฯ) พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 95.2 เสียค่าใช้จ่ายในการตีเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท ส่วนกลุ่มที่เกินกว่า 500 บาท มีเพียงร้อยละ 2.3 โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 217.45 บาท (ตารางที่ 45)

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุค่าใช้จ่ายในการตีแต่ละครั้ง

(รวมมิทเซอร์ กับแก๊ส ทิป มัลลีย์ ค่าเดินทาง หรืออื่นๆ)

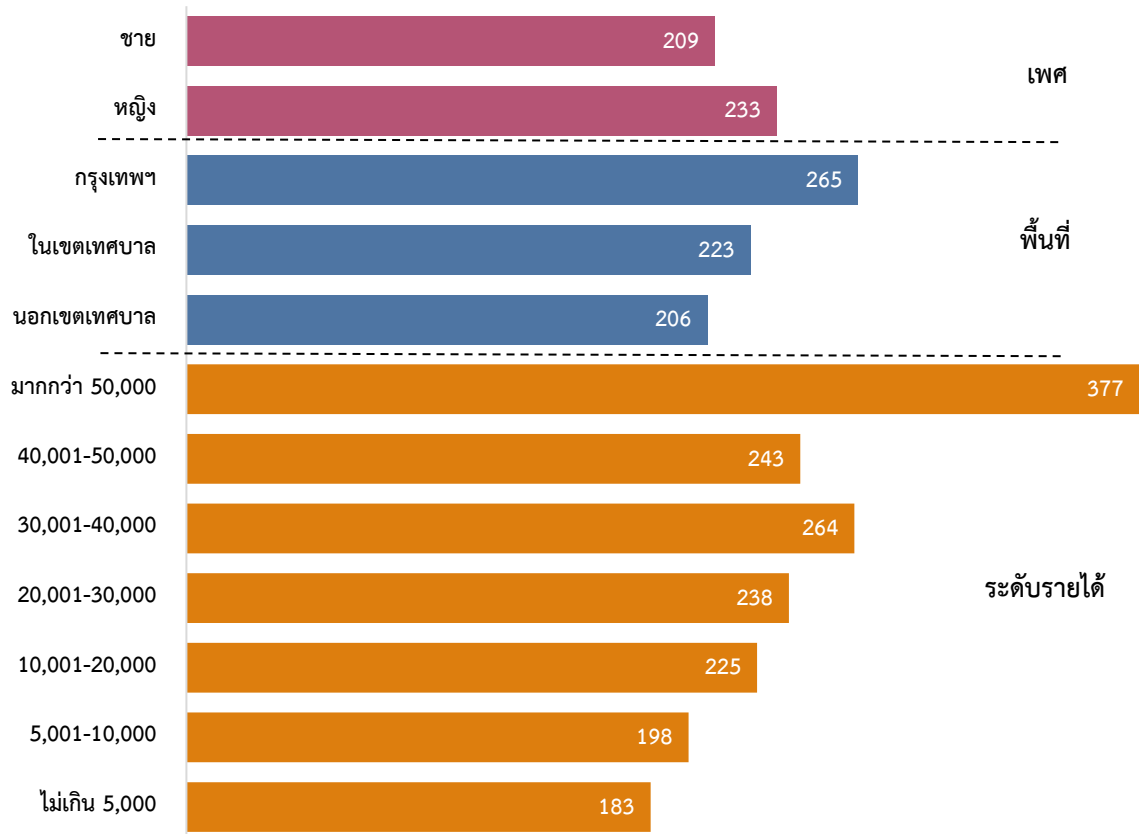
(เฉพาะตัวอย่างที่ตีในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	ค่าใช้จ่ายในการตีแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1	ตีฟรี	3	0.2
2	1 - 100 บาท	507	32.3
3	101 - 200 บาท	533	33.9
4	201 - 500 บาท	452	28.8
5	501 - 1,000 บาท	34	2.2
6	มากกว่า 1,000 บาท	1	0.1
7	ไม่ระบุ	41	2.5
รวม		1,571	100.0

เฉลี่ย 217.45 บาท ต่ำสุด 0 บาท (ตีฟรี) สูงสุด 1,200 บาท

เมื่อจำแนกข้อมูลตามคุณลักษณะทางประชากร ประกอบด้วยเพศ พื้นที่พักอาศัย และระดับรายได้ พบว่าตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการตีต่อครั้ง คือ 209 บาท และ 233 บาท ตามลำดับ ตัวอย่างในกรุงเทพมหานครมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการตีแต่ละครั้ง 265 บาท สูงกว่าตัวอย่างที่พักอาศัยในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาลที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยครั้งละ 223 และ 206 บาท ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ค่าใช้จ่ายในการตีต่อครั้งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ โดยกลุ่มรายได้มากกว่า 50,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายสูงสุดเฉลี่ยครั้งละ 377 บาท (แผนภาพที่ 6)

แผนภาพที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยรายจ่ายในการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์แต่ละครั้ง จำแนกตามเพศ พื้นที่ และระดับรายได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ตีในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้) (หน่วย: บาท)



4.3 การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา

เมื่อสอบถามกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ ให้นึกย้อนถึงพฤติกรรมการดื่มในช่วงเข้าพรรษาเมื่อปีที่แล้ว (2563) พบ 2 ใน 3 หรือร้อยละ 66.6 ระบุไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม ขณะที่ร้อยละ 12.5 งดดื่มตลอด 3 เดือนช่วงเข้าพรรษา ร้อยละ 7.1 งดเป็นบางช่วง และร้อยละ 13.4 ไม่งดแต่ลดการดื่มลง (ตารางที่ 46)

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาเมื่อปีที่แล้ว (2563) (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

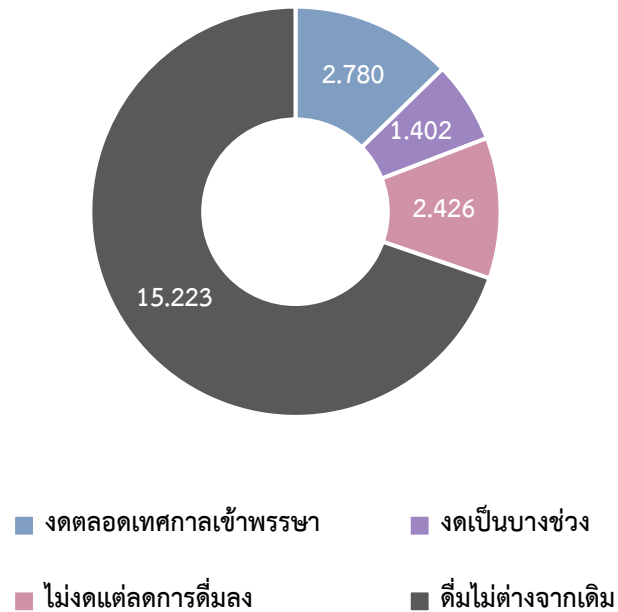
ลำดับ	พฤติกรรมการดื่มในช่วงเข้าพรรษาเมื่อปีที่แล้ว	จำนวน	ร้อยละ
1	งดตลอด 3 เดือนช่วงเข้าพรรษา	196	12.5
2	งดเป็นบางช่วง	112	7.1
3	ไม่งดแต่ลดการดื่มลง	211	13.4
4	ไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม	1,046	66.6
5	ไม่ระบุ	6	0.4
รวม		1,571	100.0

สำหรับพฤติกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ครั้งนี้ พบว่าร้อยละ 12.8 งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา ลดลงร้อยละ 16.1 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปีที่ผ่านมาก (ปี 2563 ร้อยละ 28.9) เมื่อทำการประมาณการจากฐานข้อมูลประชากร พบว่าจำนวนผู้ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่ม (ลด ละ เลิก) ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ มีจำนวนรวม 6,608,242 คน จำแนกเป็น งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษา และจะงดต่อไปจนออกพรรษา จำนวน 2,780,216 คน งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) จำนวน 1,401,864 คน และไม่งดแต่ลดการดื่มลง จำนวน 2,426,162 คน (ตารางที่ 47 และแผนภาพที่ 7)

ตารางที่ 47 แสดงค่าประมาณการและร้อยละพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

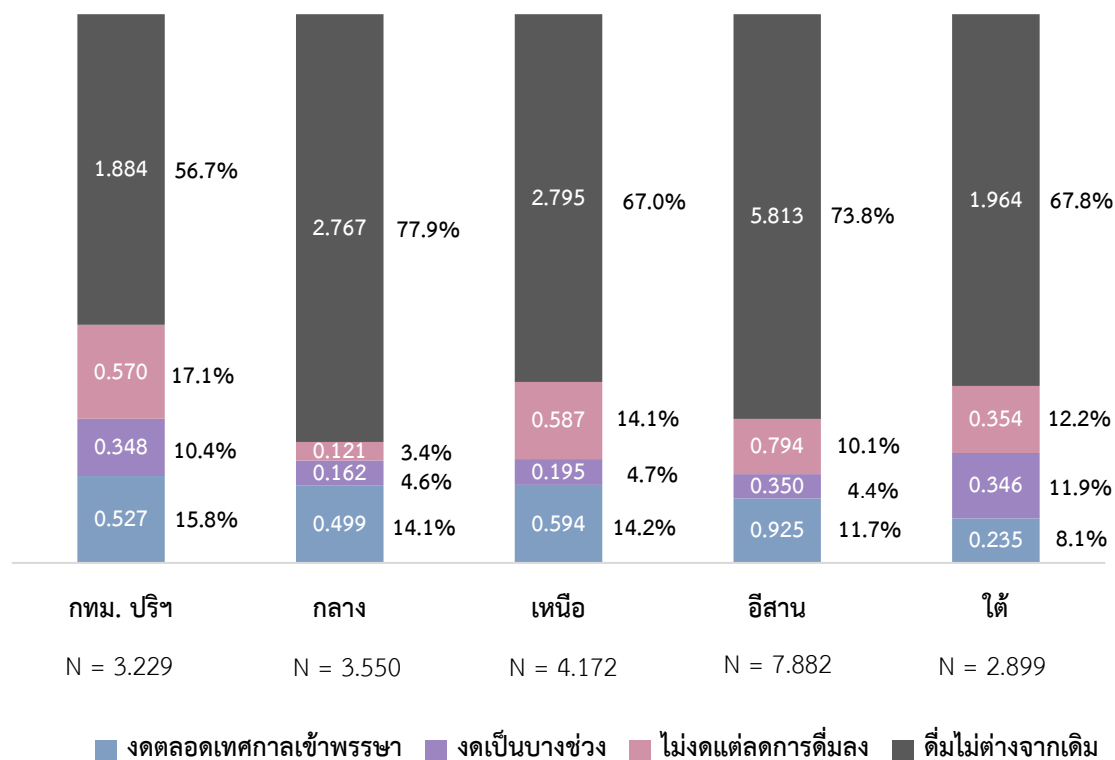
ลำดับ	พฤติกรรมการดื่ม ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้	ค่าประมาณการ (คน)	ร้อยละ
1	งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา (21 ตุลาคม 2564)	2,780,216	12.8
2	งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา)	1,401,864	6.4
3	ไม่งดแต่ลดการดื่มลง	2,426,162	11.1
4	ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่	15,223,224	69.7
รวม		21,831,466	100.0

แผนภาพที่ 7 แสดงค่าประมาณการพฤติกรรมการณ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้) (หน่วย: ล้านคน)



เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนผู้ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการณ์ในช่วงเข้าพรรษามากที่สุด รองลงมาคือกรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคเหนือ หากพิจารณาเฉพาะกลุ่มผู้ที่ยังดื่มตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา ประมาณการได้ว่าอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 925,374 คน ภาคเหนือ 593,922 คน และกรุงเทพฯ ปริมณฑล 526,590 คน แต่หากพิจารณาจากความชุกสังเกตได้ว่าภาคกลาง มีสัดส่วนผู้ที่ไม่ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (ยังคงดื่มตามเดิม) สูงกว่าภาคอื่น คิดเป็นร้อยละ 77.9 ขณะที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล มีสัดส่วนการลด ละ เลิก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3 (แผนภาพที่ 8)

แผนภาพที่ 8 แสดงค่าประมาณการพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) (หน่วย: ล้านคน) และร้อยละของแต่ละกลุ่มพฤติกรรม จำแนกตามภูมิภาค (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่ม ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)



4.3.1 กลุ่มที่ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่

กลุ่มที่มีการดื่มตามปกติ มีเหตุผลสำคัญที่ทำให้ไม่งดเหล้าเข้าพรรษาคือ ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) ร้อยละ 48.3 ปกติดื่มบ่อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว ร้อยละ 38.1 และมีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ ร้อยละ 34.3 สำหรับเหตุผลสำคัญที่สุด พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) ร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ปกติดื่มบ่อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว ร้อยละ 27.5 และมีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ ร้อยละ 12.1 (ตารางที่ 48 - 49)

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและ
ความถี่ ที่ระบุเหตุผลที่ไม่สามารถงดเหล้าได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา
 (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 1,095)

ลำดับ	เหตุผลที่ไม่สามารถงดเหล้าได้	จำนวน	ร้อยละ
1	ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้)	523	48.3
2	ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว	413	38.1
3	มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้	372	34.3
4	เบื่อหน่าย/ เซ็ง	308	28.4
5	ชอบเที่ยวสังสรรค์	282	26.0
6	ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าพรรษา	212	19.6
7	ต้องไปงานเลี้ยง	151	13.9
8	เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน	53	4.9
9	ในชุมชนจัดงานมีการเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	31	2.9
10	มีเครื่องดื่มๆ เก็บไว้เยอะ	5	0.5
11	อื่นๆ อาทิ ให้หลังง่าย หายปวดเมื่อย	5	0.5

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและ
ความถี่ ที่ระบุเหตุผลสำคัญที่สุดที่ไม่สามารถงดเหล้าได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษา
 ปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	เหตุผลสำคัญที่สุดที่ไม่สามารถงดเหล้าได้	จำนวน	ร้อยละ
1	ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้)	365	33.3
2	ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว	301	27.5
3	มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้	132	12.1
4	ชอบเที่ยวสังสรรค์	99	9.0
5	เบื่อหน่าย/ เซ็ง	92	8.4
6	ต้องไปงานเลี้ยง	40	3.7
7	ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าพรรษา	29	2.6
8	เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน	12	1.1
9	ในชุมชนจัดงานมีการเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2	0.2
10	มีเครื่องดื่มๆ เก็บไว้เยอะ	1	0.1
11	อื่นๆ อาทิ ให้หลังง่าย หายปวดเมื่อย	3	0.3
12	ไม่ระบุ	19	1.7
รวม		1,095	100.0

4.3.2 กลุ่มที่ตามมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา

สำหรับกลุ่มที่ตามมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา ระบุถึงสาเหตุที่ทำให้งดได้ตลอดว่า เป็นเพราะงดประจำทุกปี ร้อยละ 65.3 ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว ร้อยละ 51.0 ถือเป็นช่วงฟื้นฟูสุขภาพ ร้อยละ 31.7 และใกล้เคียงกันคือ ต้องการรักษาศีลช่วงเข้าพรรษา ร้อยละ 30.2 สอดคล้องกับเมื่อให้ระบุถึงเหตุผลสำคัญที่สุด ซึ่งเป็นเหตุผลเดียวกันคือ งดเป็นประจำทุกปี ร้อยละ 40.9 รองลงมา ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว ร้อยละ 25.1 และถือเป็นช่วงฟื้นฟูสุขภาพ ร้อยละ 7.9 เมื่อสอบถามความต่อเนื่องในการงดเหล้า พบว่าร้อยละ 36.9 ตั้งใจจะงดต่อไปหลังออกพรรษา โดยมีร้อยละ 5.4 ตั้งใจจะเลิกตลอดชีวิต ขณะที่เกินครึ่งคือร้อยละ 56.2 ไม่ตั้งใจที่จะงดต่อไป (กลับมาดื่ม) (ตารางที่ 50 – 52)

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ยังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดเทศกาลเข้าพรรษา ที่ระบุเหตุผลที่ทำให้งดตลอดได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมานี้ (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 203)

ลำดับ	เหตุผลที่ทำให้งดตลอดได้	จำนวน	ร้อยละ
1	งดเป็นประจำทุกปี	132	65.3
2	ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว	103	51.0
3	ถือเป็นช่วงฟื้นฟูสุขภาพ	64	31.7
4	ต้องการรักษาศีลช่วงเข้าพรรษา	61	30.2
5	ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด	48	23.8
6	เพื่อนงด/ ไม่มีเพื่อนดื่ม/ เพื่อนชวนงด	33	16.3
7	ต้องการประหยัดเงิน	28	13.9
8	การงดเหล้าเข้าพรรษาเป็นค่านิยมที่พึงทำตาม	26	12.9
9	ครอบครัว/ แฟน/ ลูกขอให้งด	25	12.4
10	รายได้ลดลง/ ตกงานในช่วงโควิด	13	6.4
11	มีการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ ให้งดเหล้าเข้าพรรษา	12	5.9
12	เลิกตลอด เพราะได้ปฏิญาณตนไว้	6	3.0
13	ในชุมชนมีการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา	3	1.5
14	มีบุคคลที่เป็นแบบอย่างที่ดี ได้แก่ พ่อ แฟน	2	1.0

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ซึ่งดัดแปลงเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ตลอดเทศกาลเข้าพรรษา
ที่ระบุเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้งดตลอดได้
(เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้งดตลอดได้	จำนวน	ร้อยละ
1	งดเป็นประจำทุกปี	83	40.9
2	ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว	51	25.1
3	ถือเป็นช่วงฟื้นฟูสุขภาพ	16	7.9
4	เพื่อนงด/ ไม่มีเพื่อนดื่ม/ เพื่อนชวนงด	13	6.4
5	ต้องการรักษาศีลช่วงเข้าพรรษา	10	4.9
6	ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด	10	4.9
7	ครอบครัว/ แฟน/ ลูกขอให้งด	8	3.9
8	รายได้ลดลง/ ตกงานในช่วงโควิด	2	1.0
9	ต้องการประหยัดเงิน	2	1.0
10	เลิกตลอด เพราะได้ปฏิญาณตนไว้	2	1.0
11	การงดเหล้าเข้าพรรษาเป็นค่านิยมที่พึงทำตาม	1	0.5
12	มีการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ ให้งดเหล้าเข้าพรรษา	0	0.0
13	ในชุมชนมีการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา	0	0.0
14	ไม่ระบุ	5	2.5
รวม		203	100.0

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ซึ่งดัดแปลงเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ตลอดเทศกาลเข้าพรรษา
ที่ระบุความตั้งใจจะงดต่อไป (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563)
ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	ความตั้งใจจะงดเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
1	ตั้งใจจะงดต่อไปอีก	75	36.9
2	ตั้งใจจะเลิกตลอดชีวิต	11	5.4
3	ไม่ตั้งใจที่จะงดต่อไป (กลับมาดื่ม)	114	56.2
4	ไม่ระบุ	3	1.5
รวม		203	100.0

4.3.3 กลุ่มที่งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา)

กลุ่มที่งดเป็นบางช่วงก่อนที่จะกลับมาตี๋มอีกในระหว่างพรรษา กลุ่มนี้ร้อยละ 40.5 กลับมาตี๋มภายใน 4 สัปดาห์ ส่วนกลุ่มที่เหลือร้อยละ 33.3 กลับมาตี๋มหลังจากผ่านไป 1 เดือนถึง 1 เดือนครึ่ง ขณะที่ร้อยละ 13.1 กลับมาตี๋มหลังงดไปเดือนครึ่งถึงสองเดือน และร้อยละ 13.1 เท่ากันกลับมาตี๋มหลังสองเดือน เมื่อพิจารณาระยะเวลาที่งดตี๋มในช่วงเข้าพรรษา เฉลี่ยอยู่ที่ 44 วัน โดยร้อยละ 32.4 งดตี๋มได้ไม่เกิน 30 วัน ขณะที่ร้อยละ 52.5 งดตี๋มได้ระหว่าง 31 - 60 วัน ร้อยละ 13.1 งดตี๋มได้ระหว่าง 61 - 89 วัน (ตารางที่ 53 - 54)

สำหรับสาเหตุที่ไม่สามารถงดตลอดได้คือ มีคนชวนตี๋ม ขัดไม่ได้ ร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ ชอบเที่ยวสังสรรค์ ร้อยละ 31.3 และตี๋มเป็นประจำ/ ตี๋มจนติด (อดไม่ได้) ต้องไปงานเลี้ยง และปกติตี๋มน้อย ไม่ค่อยได้ตี๋มอยู่แล้ว ร้อยละ 24.2 เท่ากัน สอดคล้องกับเมื่อให้ระบุเหตุผลสำคัญที่สุด ซึ่งเป็นเหตุผลเดียวกันคือ มีคนชวนตี๋ม ขัดไม่ได้ ร้อยละ 27.4 ตี๋มเป็นประจำ/ ตี๋มจนติด (อดไม่ได้) ร้อยละ 14.1 ปกติตี๋มน้อย ไม่ค่อยได้ตี๋มอยู่แล้ว และชอบเที่ยวสังสรรค์ ร้อยละ 13.1 เท่ากัน (ตารางที่ 55 - 56)

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่งดตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์เป็นบางช่วง ในช่วงเข้าพรรษาที่ระบุระยะเวลาที่กลับมาตี๋มระหว่างพรรษา หลังเข้าพรรษามาแล้ว (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านม (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	ระยะเวลาที่กลับมาตี๋มระหว่างพรรษา	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 1 สัปดาห์	10	10.1
2	หลัง 1 สัปดาห์ ถึง 2 สัปดาห์	11	11.1
3	หลัง 3 สัปดาห์ - 4 สัปดาห์	19	19.3
4	หลัง 1 เดือน ถึง เดือนครึ่ง	33	33.3
5	หลังเดือนครึ่ง ถึง สองเดือน	13	13.1
6	หลังสองเดือน	13	13.1
รวม		99	100.0

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่งดตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์เป็นบางช่วง ในช่วงเข้าพรรษาที่ระบุระยะเวลาโดยรวมตลอดเข้าพรรษาปีนี้ที่งดตี๋มได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านม (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	ระยะเวลาโดยรวมตลอดเข้าพรรษาปีนี้ที่งดตี๋มสุราได้	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 30 วัน	32	32.4
2	31 - 60 วัน	52	52.5
3	61 - 89 วัน	13	13.1
4	ไม่ระบุ	2	2.0
รวม		99	100.0

เฉลี่ย 44 วัน ต่ำสุด 5 วัน สูงสุด 89 วัน

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ซึ่งติดเครื่องตัดแอลกอฮอล์เป็นบางช่วง ในช่วงเข้าพรรษา
ที่ระบุเหตุผลที่ไม่สามารถงดตลอดพรรษาได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา
(2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 99)

ลำดับ	เหตุผลที่ไม่สามารถงดตลอดพรรษาได้	จำนวน	ร้อยละ
1	มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้	49	49.5
2	ชอบเที่ยวสังสรรค์	31	31.3
3	ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้)	24	24.2
4	ต้องไปงานเลี้ยง	24	24.2
5	ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว	24	24.2
6	เพื่อนหาย/ เซ็ง	23	23.2
7	ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าพรรษา	10	10.1
8	ในชุมชนจัดงานมีการเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	6	6.1
9	เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน	3	3.0
10	มีเครื่องดื่มๆ เก็บไว้เยอะ	1	1.0
11	อื่นๆ อาทิ เครียด ไปร้านเหล้าบ่อย	4	4.0

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ซึ่งติดเครื่องตัดแอลกอฮอล์เป็นบางช่วง ในช่วงเข้าพรรษา
ที่ระบุเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ไม่สามารถงดตลอดพรรษาได้
(เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ไม่สามารถงดตลอดพรรษาได้	จำนวน	ร้อยละ
1	มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้	27	27.4
2	ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้)	14	14.1
3	ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว	13	13.1
4	ชอบเที่ยวสังสรรค์	13	13.1
5	ต้องไปงานเลี้ยง	12	12.1
6	เพื่อนหาย/ เซ็ง	11	11.1
7	ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าพรรษา	3	3.1
8	เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน	2	2.0
9	อื่นๆ อาทิ เครียด ไปร้านเหล้าบ่อย	2	2.0
10	ไม่ระบุ	2	2.0
รวม		99	100.0

4.3.4 กลุ่มที่ไม่งดแต่ลดการดื่มลง

กลุ่มที่ไม่งดแต่ลดการดื่มลง พบว่าเฉลี่ยดื่มลดลง 44.91% โดยเกือบ 2 ใน 3 หรือร้อยละ 64.4 ระบุว่าลดการดื่มลง 50% ขณะที่ร้อยละ 27.0 ลดไม่ถึง 50% ส่วนกลุ่มที่ลดลง 51 - 90% พบว่ามีอยู่ร้อยละ 8.6 ส่วนความถี่ในการดื่มเฉลี่ยต่อเดือนพบว่าลดลงจากประมาณ 6 ครั้งในช่วงก่อนเข้าพรรษา เหลือเพียงประมาณ 3 ครั้งในช่วงเข้าพรรษา ทั้งนี้สัดส่วนกลุ่มที่ดื่มบ่อย คือมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือนลดลงจากร้อยละ 14.4 ในช่วงก่อนเข้าพรรษา เหลือร้อยละ 4.6 ในช่วงเข้าพรรษา ทำนองเดียวกันกลุ่มที่ดื่ม 6 - 10 ครั้งต่อเดือน ลดลงจากร้อยละ 24.1 ในช่วงก่อนเข้าพรรษา เหลือร้อยละ 9.2 ในช่วงเข้าพรรษา (ตารางที่ 57 - 58)

สาเหตุที่ทำให้ไม่สามารถงดตลอดได้คือ มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ ร้อยละ 51.1 รองลงมาคือ เบื่อหน่าย/เซ็ง ร้อยละ 35.1 และชอบเที่ยวสังสรรค์ ร้อยละ 32.2 โดยเหตุผลสำคัญที่สุดที่ระบุเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ ร้อยละ 31.7 ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว ร้อยละ 20.7 และดื่มเป็นประจำ/ดื่มจนติด (อดไม่ได้) ร้อยละ 12.6 (ตาราง 59 - 60)

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ไม่งดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ลดการดื่มลง

ในช่วงเข้าพรรษา ที่ระบุสัดส่วนการดื่มที่ลดลงเมื่อเทียบกับก่อนช่วงเข้าพรรษา
(เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	สัดส่วนการดื่มที่ลดลง	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 20%	18	10.3
2	21 - 49%	29	16.7
3	50%	112	64.4
4	51 - 90%	15	8.6
รวม		174	100.0
เฉลี่ย 44.91%		ต่ำสุด 0%	สูงสุด 80%

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ไม่งัดเข็มเครื่องตีมแอลกอฮอล์แต่ละการตีมลง
ในช่วงเข้าพรรษา ที่ระบุความถี่ในการตีม เปรียบเทียบในช่วงเข้าพรรษากับช่วงก่อนเข้าพรรษา
(เฉพาะตัวอย่างที่ตีมในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	ความถี่ในการตีม	ช่วงก่อนเข้าพรรษา		ช่วงเข้าพรรษา	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกินเดือนละครั้ง	10	5.7	81	46.5
2	2 - 3 ครั้งต่อเดือน	61	35.1	45	25.9
3	4 - 5 ครั้งต่อเดือน	36	20.7	24	13.8
4	6 - 10 ครั้งต่อเดือน	42	24.1	16	9.2
5	มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน	25	14.4	8	4.6
	รวม	174	100.0	174	100.0
	<i>จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อเดือน</i>		<i>6.45</i>		<i>3.12</i>
	<i>จำนวนครั้งต่ำสุดต่อเดือน</i>		<i>1</i>		<i>0.3</i>
	<i>จำนวนครั้งสูงสุดต่อเดือน</i>		<i>30</i>		<i>20</i>

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ไม่งัดเข็มเครื่องตีมแอลกอฮอล์แต่ละการตีมลง ในช่วงเข้าพรรษา
ที่ระบุเหตุผลที่ไม่สามารถงดตลอดได้ (เฉพาะตัวอย่างที่ตีมในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563)
ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 174)

ลำดับ	เหตุผลที่ไม่สามารถงดตลอดได้	จำนวน	ร้อยละ
1	มีคนชวนตีม ขัดไม่ได้	89	51.1
2	เพื่อนหาย/ เซ็ง	61	35.1
3	ชอบเที่ยวสังสรรค์	56	32.2
4	ปกติตีมน้อย ไม่ค่อยได้ตีมอยู่แล้ว	50	28.7
5	ตีมเป็นประจำ/ ตีมจนติด (อดไม่ได้)	38	21.8
6	ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าพรรษา	36	20.7
7	ต้องไปงานเลี้ยง	24	13.8
8	เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน	12	6.9
9	ในชุมชนจัดงานมีการเลี้ยงเครื่องตีมแอลกอฮอล์	2	1.1
10	มีเครื่องตีมๆ เก็บไว้เยอะ	1	0.6
11	อื่นๆ ได้แก่ เพื่อผ่อนคลาย	1	0.6

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ที่ไม่งดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ลดการดื่มลง ในช่วงเข้าพรรษา
ที่ระบุเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ไม่สามารถงดตลอดได้
(เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ไม่สามารถงดตลอดได้	จำนวน	ร้อยละ
1	มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้	55	31.7
2	ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว	36	20.7
3	ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้)	22	12.6
4	ชอบเที่ยวสังสรรค์	21	12.1
5	เพื่อนหาย/ เซ็ง	16	9.2
6	ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าพรรษา	11	6.3
7	เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน	7	4.0
8	ต้องไปงานเลี้ยง	4	2.3
9	ไม่ระบุ	2	1.1
รวม		174	100.0

4.4 การเตรียมพร้อมก่อนเข้าพรรษา

เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ เมื่อสอบถามถึง การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าพรรษา พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 81.1 ดื่มตามปกติ ไม่ได้เตรียมพร้อมอะไร (รวมถึงคนที่ดื่มน้อยอยู่แล้ว) ขณะที่ร้อยละ 8.8 เท่ากัน ระบุว่างดดื่มไปเลย ก่อนเข้าพรรษา (เฉลี่ย 15 วัน) และค่อยๆ ลดปริมาณและความถี่ของการดื่มลงมาเรื่อยๆ ก่อนเข้าพรรษา (เฉลี่ย 15 วัน) ขณะที่ร้อยละ 1.3 ระบุว่าดื่มหนักและบ่อยขึ้น (เป็นเหมือนการตุนไว้ก่อน) ก่อนเข้าพรรษา (เฉลี่ย 6 วัน) (ตารางที่ 61)

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการเตรียมความพร้อมลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	การเตรียมความพร้อมลด ละ เลิก	จำนวน	ร้อยละ
1	ดื่มตามปกติ ไม่ได้เตรียมพร้อมอะไร (รวมถึงคนที่ดื่มน้อยอยู่แล้ว)	386	81.1
2	งดดื่มไปเลย ก่อนเข้าพรรษา (เฉลี่ย 15 วัน)	42	8.8
3	ค่อยๆ ลดปริมาณและความถี่ของการดื่มลงมาเรื่อยๆ ก่อนเข้าพรรษา (เฉลี่ย 15 วัน)	42	8.8
4	ดื่มหนักและบ่อยขึ้น (เป็นเหมือนการตุนไว้ก่อน) ก่อนเข้าพรรษา (เฉลี่ย 6 วัน)	6	1.3
รวม		476	100.0

4.5 อาการที่เกิดขึ้นเมื่อมีการลด ละ เลิกการดื่มในช่วงเข้าพรรษา

ผลการสำรวจเฉพาะกลุ่มที่ลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ เมื่อสอบถามอาการภายหลังหยุดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาทิ มือสั่น ปวดศีรษะ ใจสั่น คลื่นไส้ อาเจียน นอนไม่หลับ หงุดหงิด หรือวิตกกังวล พบว่ามีเพียงร้อยละ 1.1 เท่านั้นที่มีอาการลักษณะดังกล่าว ซึ่งเกิดขึ้นภายหลังหยุดดื่ม เฉลี่ย 1 วัน อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีอาการนั้นทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) เกิดขึ้นบ้างนานๆ ครั้ง โดยไม่ได้ไปพบแพทย์ บ่อยให้หายเอง ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ร้อยละ 80.0 ยังคงดื่มน้ำหรือลดดื่มในช่วงเข้าพรรษา รวมถึงดื่มลดลงจากที่เคยดื่มปกติในช่วงเข้าพรรษา (ตารางที่ 62 – 63)

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการมีอาการภายหลังหยุดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	อาการภายหลังหยุดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่มีอาการ	471	98.9
2	มีอาการ*	5	1.1
รวม		476	100.0

*เกิดขึ้นภายหลังหยุดดื่ม โดยเฉลี่ย 1 วัน ต่ำสุด 1 วัน สูงสุด 2 วัน

**ทุกราย (ร้อยละ 100.0) เกิดอาการบ้างนานๆ ครั้ง และไม่ได้ไปพบแพทย์ บ่อยให้หายเอง

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายหลังจากมีอาการ (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ และมีอาการหลังหยุดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์)

ลำดับ	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายหลังจากมีอาการผิดปกติ	จำนวน	ร้อยละ
1	ยังคงดื่มน้ำหรือลดดื่มตามที่ตั้งใจ	3	60.0
2	ดื่มเพิ่มขึ้นอีกหน่อย แต่ยังคงลดลงจากที่เคยดื่มปกติในช่วงก่อนเข้าพรรษา	1	20.0
3	ดื่มตามปริมาณที่เคยดื่มในช่วงก่อนเข้าพรรษา	1	20.0
รวม		5	100.0

4.6 ความตั้งใจจะงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปหลังจากออกพรรษา

เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ เมื่อสอบถามความตั้งใจจะงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป หลังจากออกพรรษา พบว่าร้อยละ 3.8 ตั้งใจจะเลิกไปเลย โดยให้เหตุผลว่า เพื่อสุขภาพ คนในครอบครัวขอให้งด อายุมากขึ้น กลัวโควิด และร้อยละ 41.8 ตั้งใจจะงด/ลดให้น้อยลง โดยระบุเหตุผลว่า เพื่อสุขภาพ ประหยัดเงิน ดื่มน้อยอยู่แล้ว ในขณะที่ร้อยละ 50.4 จะกลับมาดื่ม (เฉลี่ยภายใน 15 วัน) โดยให้เหตุผลว่า เพื่อนชวนดื่ม ชอบสังสรรค์ อยากดื่ม มึนงานเลี้ยง แล้วแต่โอกาส (ตารางที่ 64)

เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) พบว่า กลุ่มที่งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา และกลุ่มที่ไม่งดแต่ลดการดื่มลง มีความตั้งใจจะเลิกไปเลยในสัดส่วนร้อยละ 6.3 และ 3.6 ตามลำดับ (แผนภาพที่ 9)

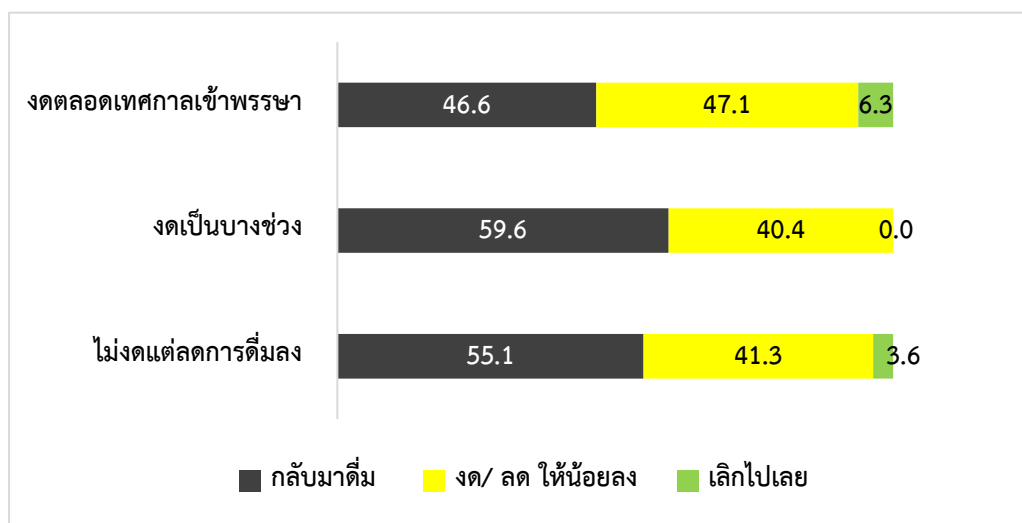
ที่น่าพิจารณา การสำรวจครั้งนี้ พบเพียงร้อยละ 1.3 เท่านั้นที่รับทราบหรือเคยพบเห็นการดูแลผู้ติดสุราที่บ้าน โดยบุคลากรทางสุขภาพ หรือ อสม. ในชุมชนในช่วงเข้าพรรษา (ตารางที่ 65)

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความตั้งใจจะงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปหลังจากออกพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	ความตั้งใจจะงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
1	กลับมาดื่ม* เพราะ เพื่อนชวนดื่ม ชอบสังสรรค์ อยากดื่ม มีงานเลี้ยง แล้วแต่โอกาส	240	50.4
	เริ่มดื่มลักษณะอย่างไร	จำนวน	ร้อยละ
	1) แล้วแต่โอกาส	111	46.2
	2) ดื่มตามปกติที่เคยดื่ม	90	37.5
	3) ไม่ระบุ	18	7.5
	4) ค่อยๆ ดื่มทีละน้อยไปก่อนในวันแรกๆ	11	4.6
	5) ดื่มหนักกว่าปกติไปเลยในวันแรกๆ	10	4.2
	รวม	240	100.0
2	งด/ ลด ให้น้อยลง เพราะ เพื่อสุขภาพ ประหยัดเงิน ดื่มน้อยอยู่แล้ว	199	41.8
3	เลิกไปเลย เพราะ เพื่อสุขภาพ คนในครอบครัวขอให้งด อายุมากขึ้น กลัวโควิด	18	3.8
4	ไม่ระบุ	19	4.0
	รวม	476	100.0

*กลับมาดื่มเฉลี่ยภายใน 15 วัน ต่ำสุด 1 วัน สูงสุด 90 วัน

แผนภาพที่ 9 แสดงค่าร้อยละความตั้งใจจะงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปหลังจากออกพรรษา
 จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564)
 (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)



ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการรับทราบหรือเคยพบเห็นการดูแลผู้ติดสุราที่บ้าน
 โดยบุคลากรทางสุขภาพ หรือ อสม. ในชุมชนในช่วงเข้าพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิก
 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	การรับทราบหรือเคยพบเห็นการดูแลผู้ติดสุราที่บ้าน	จำนวน	ร้อยละ
1	เคย/ ทราบ เช่น อสม. มาดูแล	6	1.3
2	ไม่เคย/ ไม่ทราบ	470	98.7
รวม		476	100.0

4.7 ผลที่ได้รับจากการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ตัวอย่างที่ลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ ส่วนใหญ่คือร้อยละ 69.3 ได้รับผลดีจากการลด ละ เลิก โดยร้อยละ 37.4 ระบุประหยัดค่าใช้จ่ายได้ รองลงมาใกล้เคียงกันร้อยละ 37.2 ระบุสุขภาพร่างกายดีขึ้น และร้อยละ 21.8 ระบุสุขภาพจิตใจดีขึ้น (ตารางที่ 66)

ทั้งนี้ ตัวอย่างที่ระบุว่าช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่าย เมื่อประมาณการจากฐานข้อมูลประชากร พบว่ามีอยู่ 2,497,805 คน โดยประหยัดได้เฉลี่ย 1,432.52 บาท หรือประมาณการได้ว่าจำนวนเงินโดยรวมที่ประเทศประหยัดได้ในช่วงเข้าพรรษา 3,397,661,367 บาท ลดลงจากผลสำรวจปีที่แล้วที่ประมาณการไว้สูงถึง 6,326,258,212 บาท (ตารางที่ 67)

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุผลของการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา ปีนี้ โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 476)

ลำดับ	ผลของการงดดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
1	ประหยัดค่าใช้จ่ายได้	178	37.4
2	สุขภาพร่างกายดีขึ้น	177	37.2
3	สุขภาพจิตใจดีขึ้น	104	21.8
4	รู้สึกมีความปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น	85	17.9
5	มีสติ ใจเย็นขึ้น ลดปัญหาการทะเลาะวิวาทกับคนอื่น	51	10.7
6	ลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น	45	9.5
7	ไม่มีผลอะไร	146	30.7

ตารางที่ 67 แสดงค่าประมาณการและร้อยละของผู้ที่ประหยัดเงินได้จากการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่สามารถประหยัดเงินได้จากการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	จำนวนเงินที่ประหยัดได้	ค่าประมาณการ (คน)	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 500 บาท	745,644	29.9
2	501 - 1,000 บาท	742,016	29.7
3	1,001 - 2,000 บาท	517,739	20.7
4	2,001 - 5,000 บาท	254,088	10.2
5	มากกว่า 5,000 บาท	112,324	4.5
6	ไม่ระบุ	125,994	5.0
รวม		2,497,805	100.0

เฉลี่ย 1,432.52 บาท ต่ำสุด 45 บาท สูงสุด 9,000 บาท
ค่าประมาณการ จำนวนเงินโดยรวมที่ประหยัดได้ทั้งสิ้น 3,397,661,367 บาท

4.8 ความตั้งใจจะงดเหล้าเข้าพรรษาในปีหน้า

เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ เมื่อสอบถามถึงความตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีหน้า (2565) พบว่าร้อยละ 40.7 มีความตั้งใจจะลด ละ เลิก โดยจำแนกเป็นร้อยละ 14.6 ตั้งใจจะงดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา ร้อยละ 7.8 งดเป็นบางช่วง และร้อยละ 18.3 ไม่งดแต่ลดการดื่มลง ขณะที่กว่าครึ่งคือร้อยละ 55.4 ตั้งใจว่าจะไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม (ตารางที่ 68)

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความตั้งใจจะลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีหน้า (2565) (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้)

ลำดับ	ความตั้งใจ	จำนวน	ร้อยละ
1	งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา	230	14.6
2	งดเป็นบางช่วง	122	7.8
3	ไม่งดแต่ลดการดื่มลง	287	18.3
4	ไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม	870	55.4
5	ไม่ระบุ	62	3.9
	รวม	1,571	100.0

บทที่ 4

บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ครั้งนี้ ดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์สำคัญสองประการคือ เพื่อสำรวจการรับรู้และความคิดเห็นต่อการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงสำรวจด้วยการสุ่มตัวอย่างจาก 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 14 ตุลาคม - 5 พฤศจิกายน 2564 รวมจำนวน 3,916 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปสาระสำคัญดังนี้

บทสรุป

1. การรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”

การรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564”

ส่วนใหญ่ร้อยละ 70.7 หรือประมาณการ 38,398,689 คน พบเห็น/ รับรู้ถึงสื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปี 2563 เมื่อจำแนกรายภูมิภาค พบว่าภาคเหนือมีสัดส่วนผู้ที่เคยพบเห็น/ รับรู้มากที่สุด รองลงมาคือกรุงเทพฯ ปริมณฑล ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขณะที่ภาคกลางพบสัดส่วนต่ำกว่าภาคอื่นๆ อย่างชัดเจน

ช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564”

ตัวอย่างที่พบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ส่วนใหญ่ร้อยละ 83.1 รับรู้จากโฆษณาทางโทรทัศน์ รองลงมาร้อยละ 37.6 รับรู้จากโซเชียลมีเดีย ร้อยละ 20.3 รับรู้จากป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ และร้อยละ 18.9 รับรู้จากสื่อโฆษณากลางแจ้งอื่นๆ ขณะที่ร้อยละ 11.0 รับรู้จากครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก เมื่อจำแนกภูมิภาค พบว่าช่องทางแรกที่รับรู้คือการโฆษณาทางโทรทัศน์เช่นเดียวกันทุกภูมิภาค ขณะที่ช่องทางอันดับ 2 - 3 อาจมีความแตกต่างกันไปบ้าง

การรับรู้ต่อโฆษณาทางโทรทัศน์

เฉพาะกลุ่มที่พบเห็น/ รับรู้สื่อทางโทรทัศน์ เมื่อสอบถามถึงการเคยเห็นโฆษณาชุด “สื่อรักให้พักเหล้า” พบว่าร้อยละ 80.3 เคยเห็น โดยภาคเหนือมีสัดส่วนผู้พบเห็นสูงสุด รองลงมาคือ ภาคใต้ และกรุงเทพฯ ปริมณฑล ขณะที่ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนผู้พบเห็นต่ำกว่าภูมิภาคอื่น

ผลของสื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ต่อการสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ร้อยละ 89.2 เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” มีผลต่อการสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในระดับต่างๆ ขณะที่ร้อยละ 10.8 ระบุไม่มีผลเลย เมื่อจำแนก

ข้อมูล พบว่าสื่อสร้างความตระหนักให้กับกลุ่มที่ไม่ดื่มมากกว่ากลุ่มที่ดื่มเล็กน้อย มีผลต่อกลุ่มอายุ 15 - 19 ปี มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ แต่มีผลต่อเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน

การบอกต่อ หรือส่งต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ไปยังบุคคลรอบข้าง

ตัวอย่างร้อยละ 43.9 เคยบอกต่อ หรือแชร์ข้อความบน Social Network เพื่อชักชวนคนรอบข้างให้ งดเหล้าเข้าพรรษา การจำแนกข้อมูล พบว่ากลุ่มที่ไม่ดื่มบอกต่อมากกว่ากลุ่มที่ดื่ม เพศหญิงบอกต่อมากกว่า เพศชาย สำหรับการจำแนกตามช่วงอายุ พบว่าทุกกลุ่มอายุมีแนวโน้มบอกต่อใกล้เคียงกัน

การร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา

มีเพียงร้อยละ 7.7 ที่ได้ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้า ลดลงร้อยละ 2.6 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปีที่ ผ่านมา วิธีการได้แก่ ลงนามปฏิญาณตนในสมุดลงนามที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น กล่าวคำปฏิญาณตนในลงนาม ปฏิญาณตนทางออนไลน์ และงานกิจกรรมที่จัดขึ้น

ความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ต่อการทำให้ประเทศไทยลดปริมาณการดื่มและ จำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้

ตัวอย่างสูงถึงร้อยละ 88.7 เห็นด้วยว่าการรณรงค์ให้งดเหล้าในช่วงเข้าพรรษา 3 เดือน จะช่วยให้ ประเทศไทยลดปริมาณการดื่มและจำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้ เมื่อจำแนกตามระดับ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก

ความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ในปีต่อไป และข้อเสนอแนะ

ร้อยละ 96.9 เห็นว่าควรมีการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา ในปีต่อไป โดยเสนอแนะประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) เพิ่มระยะเวลาการรณรงค์ให้มากขึ้น มีความต่อเนื่อง เข้าถึงทุกเพศทุกวัย 2) ติดป้ายประกาศ และ รณรงค์ผ่านสื่อให้มากขึ้น และ 3) จัดกิจกรรมรณรงค์ที่น่าสนใจในระดับพื้นที่ให้มากขึ้น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลเสียของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ร้อยละ 87.5 เห็นว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลเสียมากต่อการควบคุมสติ และร้อยละ 87.6 เห็นว่ามีผลเสียมากต่ออวัยวะต่างๆ เช่น ตับ ของผู้ดื่ม

2. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3

การรับรู้และความเข้าใจต่อข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ร้อยละ 81.9 เข้าใจถูกต้องว่าการดื่มเพิ่มความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19 และร้อยละ 75.6 เข้าใจ ถูกต้องว่าการดื่มจะทำลายภูมิคุ้มกันของร่างกาย อาจทำให้ติดเชื้อได้ง่าย และอาจป่วยรุนแรงได้ ในขณะที่เกือบ 1 ใน 3 หรือร้อยละ 31.8 เข้าใจผิดว่าการดื่มจะช่วยฆ่าเชื้อโควิด-19 กว่าครึ่งร้อยละ 58.6 ไม่เคยได้รับข้อมูลความรู้ เกี่ยวกับความเสี่ยง หรืออันตรายจากการดื่มในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่วนที่เหลือที่เคยได้รับข้อมูล ความรู้ โดยมากผ่านทางสื่อโทรทัศน์ โซเชียลมีเดีย และการบอกต่อจากคนในครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก

ตัวอย่างร้อยละ 95.8 รับทราบ และร้อยละ 90.1 ค่อนข้างเห็นด้วย-เห็นด้วย กับมาตรการปิดสถานบริการ ในลักษณะพับ บาร์ คาราโอเกะ อาบอบนวด ร้อยละ 94.3 รับทราบ และร้อยละ 85.1 ค่อนข้างเห็นด้วย-เห็นด้วย กับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และห้ามดื่มในร้าน ขณะที่ร้อยละ 92.4 รับทราบ และร้อยละ 82.8 ค่อนข้างเห็นด้วย-เห็นด้วย กับมาตรการห้ามรวมกลุ่มกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในบ้านหรือสถานที่อื่นใด

ผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ต่อเศรษฐกิจ และความวิตกกังวล อาการซึมเศร้า

นับตั้งแต่รัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน พบร้อยละ 24.6 ไม่สามารถจ่ายค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่ เคยจ่ายได้ตามกำหนด ร้อยละ 23.7 ถูกเลิกจ้าง หรือสูญเสียแหล่งรายได้หลัก เป็นเวลาสามเดือนขึ้นไป ร้อยละ 20.5 ต้องยืมเงิน กู้เงิน จำนำ หรือนำสิ่งของเครื่องใช้ไปขาย เพื่อให้ได้เงินสดมาใช้จ่ายในเรื่องที่จำเป็น ในครัวเรือน และร้อยละ 16.9 ถูกลดเงินเดือน/วันทำงาน ซึ่งผู้ที่ประสบปัญหาต่างๆ ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 80 ยังคงมีปัญหาต่อเนื่องมาในช่วง 30 วันที่ผ่านมา

การใช้แบบวัดความวิตกกังวล (GAD-7) พบว่าร้อยละ 81.0 ไม่มีความวิตกกังวล ร้อยละ 15.2 วิตกกังวลเล็กน้อย ร้อยละ 3.2 มีความวิตกกังวลปานกลาง และร้อยละ 0.6 มีความวิตกกังวลมาก เมื่อใช้แบบคัดกรองโรคซึมเศร้า (PHQ-2) พบว่าร้อยละ 51.4 ปกติ ขณะที่ร้อยละ 48.6 มีแนวโน้มที่จะเป็นโรคซึมเศร้า

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมาและในช่วงโควิดระลอก 3

ตัวอย่างร้อยละ 61.6 เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตที่ผ่านมา เฉลี่ยแล้วดื่มมานาน 14.20 ปี ในช่วงโควิดระลอก 3 พบว่านักดื่มเกือบ 3 ใน 4 คือร้อยละ 73.5 ไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง เหตุผลสำคัญคือ ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด ไม่ได้พบปะสังสรรค์ และปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว ในขณะที่ร้อยละ 26.5 ดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น เหตุผลสำคัญคือ ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว และเบื่อหน่าย/ เซ็ง

ด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่ม พบร้อยละ 25.7 รวมกลุ่มดื่มเล็กลง เฉลี่ยจาก 5 คน เหลือ 2 คน ร้อยละ 26.1 หันมาดื่มคนเดียว ขณะที่ร้อยละ 30.3 ยังรวมกลุ่มกันดื่มตามเดิม เฉลี่ย 4 คน อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ร้อยละ 98.1 ไม่ได้เปลี่ยนประเภทเครื่องดื่ม

3. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้

ผลสำรวจพบว่า มีผู้ดื่มร้อยละ 40.2 ประมาณการ 21,831,466 คน ลดลงร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปี 2563 เมื่อจำแนกข้อมูลผู้ดื่ม พบว่ามีผู้ดื่มเพศชายอยู่ที่จำนวน 14,334 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 54.7) ลดลง 1.495 ล้านคน ขณะที่ผู้ดื่มเพศหญิงมีจำนวน 7,497 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 26.7) ลดลงกว่า 7 แสนคน ส่วนด้านอายุ พบผู้ดื่มที่อยู่ในช่วงอายุ 30 – 39 ปี มากที่สุด คือ 4,946 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 52.3) ลดลงกว่า 7 แสนคน รองลงมาใกล้เคียงกัน คือผู้ดื่มในช่วงอายุ 20 – 29 ปี มีอยู่ 4,923 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 53.3) ลดลงกว่า 4 แสนคน สำหรับนักดื่มเยาวชนที่อยู่ในช่วงอายุ 15 - 19 ปี พบว่ามีจำนวน 0.977

ล้านคน (ความชุกร้อยละ 24.3) ลดลง 1.8 แสนคน เมื่อจำแนกข้อมูลตามภูมิภาค พบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีจำนวนผู้ดื่มสุราสูงสุดคือ 7.882 ล้านคน (ความชุกร้อยละ 43.3) ใกล้เคียงกับผลสำรวจปีที่ผ่านมา

ในกลุ่มที่ดื่ม กว่าครึ่งคือร้อยละ 51.6 ดื่มกับเพื่อน โดยมีร้อยละ 34.0 ที่ดื่มคนเดียว เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สังเกตได้ว่า การดื่มกับเพื่อนลดลงถึงร้อยละ 20.0 ขณะที่การดื่มคนเดียวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 23.0 โดยนิยมดื่มเบียร์ และสุราสี/ สุราแดง ด้านความถี่ พบว่าเกือบครึ่งคือร้อยละ 47.8 ดื่มประจำ/ ดื่มบ่อยอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง ทั้งนี้ ตัวอย่างร้อยละ 24.4 เคยคิดที่จะเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดชีวิต

ค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนใหญ่ร้อยละ 95.2 เสียค่าใช้จ่ายในการดื่มเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท ส่วนกลุ่มที่เกินกว่า 500 บาท มีเพียงร้อยละ 2.3 โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 217.45 บาท เมื่อจำแนกข้อมูล พบว่าตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการดื่มต่อครั้ง คือ 209 บาท และ 233 บาท ตามลำดับ ตัวอย่างในกรุงเทพมหานครมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการดื่มแต่ละครั้ง 265 บาท สูงกว่าตัวอย่างที่พักอาศัยในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาลที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยครั้งละ 223 และ 206 บาท ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการดื่มต่อครั้งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ โดยกลุ่มรายได้มากกว่า 50,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายสูงสุดเฉลี่ยครั้งละ 377 บาท

การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา

เมื่อสอบถามกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้นึกย้อนถึงพฤติกรรมการดื่มในช่วงเข้าพรรษาเมื่อปีที่แล้ว พบ 2 ใน 3 หรือร้อยละ 66.6 ไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม ขณะที่ร้อยละ 12.5 งดดื่มตลอด 3 เดือน ช่วงเข้าพรรษา ร้อยละ 7.1 งดเป็นบางช่วง และร้อยละ 13.4 ไม่งดแต่ลดการดื่มลง

สำหรับพฤติกรรม “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ครั้งนี้ พบร้อยละ 12.8 งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา ลดลงร้อยละ 16.1 เมื่อเทียบกับผลสำรวจปีที่ผ่านมา เมื่อทำการประมาณการ พบว่าจำนวนผู้ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่ม (ลด ละ เลิก) ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ มีจำนวนรวม 6,608,242 คน จำแนกเป็น งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา จำนวน 2,780,216 คน งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) จำนวน 1,401,864 คน และไม่งดแต่ลดการดื่มลง จำนวน 2,426,162 คน เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนผู้ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มในช่วงเข้าพรรษามากที่สุด รองลงมาคือกรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคเหนือ

1) กลุ่มที่ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่ มีเหตุผลสำคัญที่ไม่งดเหล้าคือ ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) ปกติดื่มบ่อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว และมีคนชวนดื่ม ขัดไม่ได้

2) กลุ่มที่งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา สาเหตุที่ทำให้งดได้ตลอดคือ งดเป็นประจำทุกปี ปกติดื่มบ่อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว และถือเป็นช่วงฟื้นฟูสุขภาพ ร้อยละ 36.9 ตั้งใจจะงดต่อไปหลังออกพรรษา โดยมีร้อยละ 5.4 ตั้งใจจะเลิกตลอดชีวิต ขณะที่เกินครึ่งจะกลับมาดื่ม

3) กลุ่มที่งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) พบร้อยละ 40.5 กลับมาดื่มภายใน 4 สัปดาห์ เมื่อพิจารณาระยะเวลาที่งดดื่มในช่วงเข้าพรรษา พบงดเฉลี่ย 44 วัน สาเหตุที่ไม่สามารถงดตลอดได้คือ มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว และชอบเที่ยวสังสรรค์

4) กลุ่มที่ไม่งดแต่ลดการดื่มลง เฉลี่ยดื่มลดลง 44.91% ความถี่ในการดื่มเฉลี่ยต่อเดือนพบว่าลดลงจากประมาณ 6 ครั้งในช่วงก่อนเข้าพรรษา เหลือเพียงประมาณ 3 ครั้งในช่วงเข้าพรรษา สาเหตุที่ทำให้ไม่สามารถงดตลอดได้คือ มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว และดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้)

การเตรียมพร้อมก่อนเข้าพรรษา

เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิก ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 81.1 ดื่มตามปกติ ไม่ได้เตรียมพร้อมอะไร (รวมถึงคนที่ดื่มน้อยอยู่แล้ว) ขณะที่ร้อยละ 8.8 เท่ากัน ระบุว่าจะดื่มไปเลย ก่อนเข้าพรรษา (เฉลี่ย 15 วัน) และค่อยๆ ลดปริมาณและความถี่ของการดื่มลงมาเรื่อยๆ ก่อนเข้าพรรษา (เฉลี่ย 15 วัน) ขณะที่ร้อยละ 1.3 ระบุว่าดื่มหนักและบอץขึ้นก่อนเข้าพรรษา (เฉลี่ย 6 วัน)

อาการที่เกิดขึ้นเมื่อมีการลด ละ เลิกการดื่มในช่วงเข้าพรรษา

เฉพาะกลุ่มที่ลด ละ เลิก ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ พบว่ามีเพียงร้อยละ 1.1 เท่านั้นที่มีอาการถอนพิษสุรา ซึ่งเกิดขึ้นภายหลังหยุดดื่ม เฉลี่ย 1 วัน อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีอาการทั้งหมด เกิดขึ้นบ้างนานๆ ครั้ง โดยไม่ได้ไปพบแพทย์ บ่อยให้หายเอง ส่วนใหญ่ร้อยละ 80.0 ยังคงงดหรือลดดื่มในช่วงเข้าพรรษา รวมถึงดื่มลดลงจากที่เคยดื่มปกติในช่วงเข้าพรรษา

ความตั้งใจจะงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปหลังจากออกพรรษา

เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิก ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ ร้อยละ 3.8 ตั้งใจจะเลิกไปเลย ร้อยละ 41.8 ตั้งใจจะงด/ ลดให้น้อยลง ในขณะที่ร้อยละ 50.4 จะกลับมาดื่ม (เฉลี่ยภายใน 15 วัน) ที่นำพิจารณา พบเพียงร้อยละ 1.3 เท่านั้นที่รับทราบหรือเคยพบเห็นการดูแลผู้ติดสุราที่บ้าน โดยบุคลากรทางสุขภาพ หรือ อสม. ในชุมชนในช่วงเข้าพรรษา

ผลที่ได้รับจากการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ตัวอย่างที่ลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ ร้อยละ 37.4 หรือประมาณการ 2,497,805 คน ระบุประหยัดค่าใช้จ่ายได้ ร้อยละ 37.2 ระบุสุขภาพร่างกายดีขึ้น และร้อยละ 21.8 ระบุสุขภาพจิตใจดีขึ้น ตัวอย่างที่ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ พบว่าในช่วง 3 เดือนประหยัดได้เฉลี่ย 1,432.52 บาท โดยประมาณการได้ว่าจำนวนเงินโดยรวมที่ประเทศประหยัดได้ในช่วงเข้าพรรษาคือ 3,397,661,367 บาท

ความตั้งใจจะงดเหล้าเข้าพรรษาในปีหน้า

เฉพาะตัวอย่างที่มีการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาปีนี้ พบว่าร้อยละ 40.7 มีความตั้งใจจะลด ละ เลิก ในช่วงเข้าพรรษาปีหน้า โดยจำแนกเป็นร้อยละ 14.6 ตั้งใจจะงดตลอด

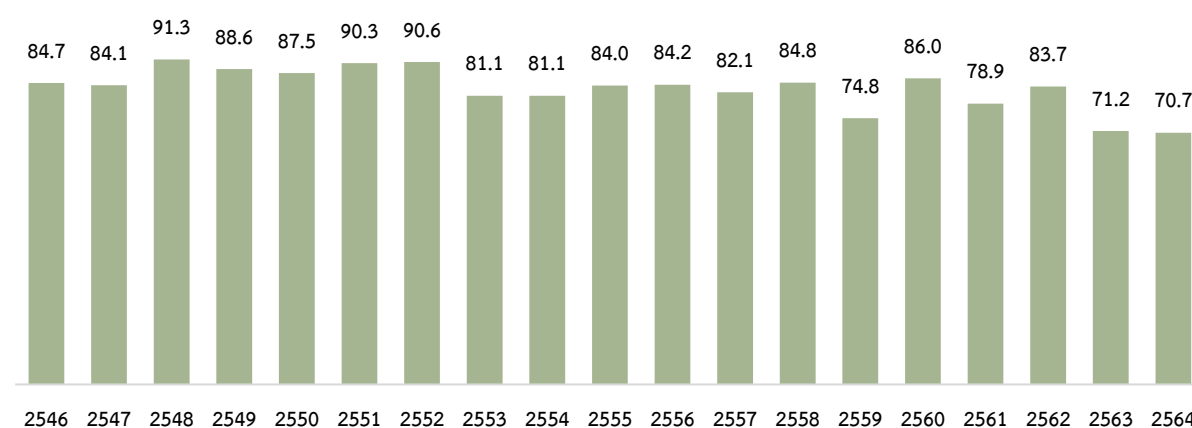
เทศกาลเข้าพรรษา ร้อยละ 7.8 งดเป็นบางช่วง และร้อยละ 18.3 งดแต่ลดการดื่มลง ขณะที่กว่าครึ่งคือ ร้อยละ 55.4 ตั้งใจว่าจะไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม

อภิปรายผล

1. การประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564”

การประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” อยู่ในสถานการณ์เช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา คือมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้มีระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์น้อย และไม่เข้มข้นมากนักเหมือนเช่นในช่วงภาวะปกติ โดยเฉพาะปีนี้การทำกิจกรรมรณรงค์ในพื้นที่ที่ไม่สามารถทำได้เลย ส่งผลให้สัดส่วนการรับรู้ต่อการรณรงค์ของปีนี้รวมถึงปีที่แล้ว อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าปีก่อนหน้าที่จะมีการระบาดของโควิด-19 (แผนภาพที่ 10)

แผนภาพที่ 10 แสดงค่าร้อยละการพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” เปรียบเทียบระหว่างปี 2546 - 2564



ที่มา: ข้อมูลปี 2546 - 2552 อ้างอิงจากหนังสือ *งดเหล้าเข้าพรรษาให้อะไรกับสังคมไทย: ถอดบทเรียนเจ็ดปีของการรณรงค์* เรียบเรียงโดยทักษพล ธรรมรังสี (2553)

ข้อมูลปี 2553 - 2556 ประยุกต์จากบทความ *การรณรงค์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”* เรียบเรียงโดย วัชรพงศ์ รติสุขพิมล (2557)

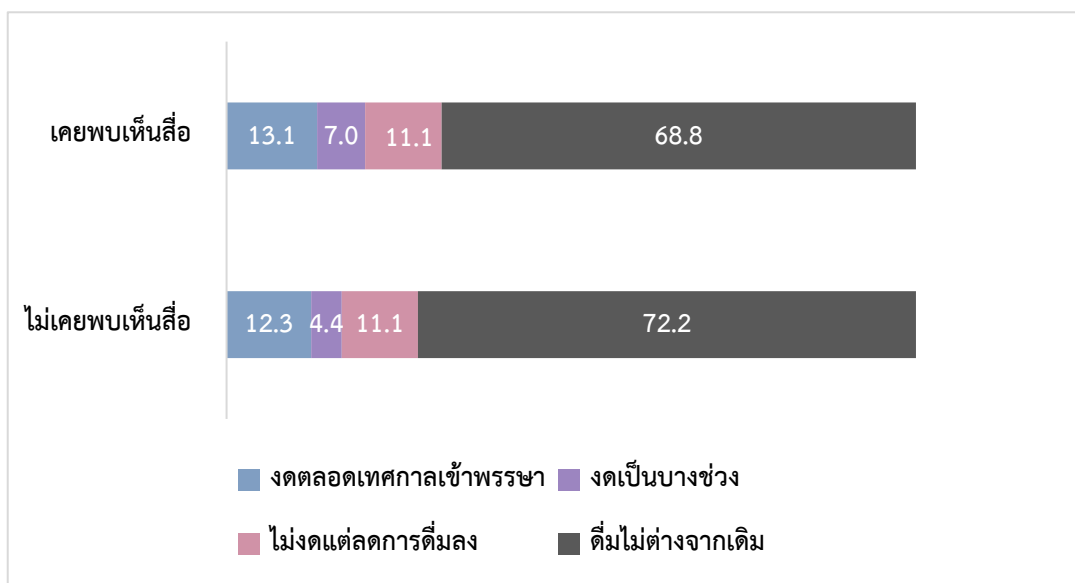
ข้อมูลปี 2557 - 2564 อ้างอิงจาก *“รายงานโครงการประเมินผลการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา”* จัดทำโดยศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคม และธุรกิจ (2557 - 2564)

อย่างไรก็ตาม ผลสำรวจยังคงพบว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ยังคงเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างการรับรู้ ขณะที่ช่องทางโซเชียลมีเดีย เป็นช่องทางสำคัญรองลงมา

ด้านการสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ผลการประเมินยังคงสะท้อนให้เห็นว่าสื่อดังกล่าวสามารถสร้างความตระหนักได้เป็นอย่างดี ดังที่ตัวอย่างเกือบร้อยละ 90 เห็นสอดคล้องกันว่าการรณรงค์มีผลในการสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่ม และเห็นว่ามีส่วนช่วยลดปริมาณการดื่มและจำนวนคนดื่มในช่วงเข้าพรรษา

อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของกลุ่มที่เคยพบเห็นสื่อรณรงค์ มีสัดส่วนของผู้ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มโดยรวมสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยพบเห็นสื่อไม่มากนัก คือร้อยละ 3.4 ทั้งสัดส่วนของผู้ที่งดดื่มตลอดเทศกาลเข้าพรรษาซึ่งเกือบไม่แตกต่างกัน (แผนภาพที่ 11) ทั้งนี้ อาจเนื่องจากการรณรงค์ในปีนี้ได้จำกัด และที่สำคัญคือ ผู้ที่ดื่มส่วนหนึ่งได้งดดื่ม/ ดื่มน้อยลง ตั้งแต่มีการระบาดของโควิดและต่อเนื่องมาจนช่วงเข้าพรรษา คำตอบที่ได้จึงระบุว่าไม่ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

แผนภาพที่ 11 แสดงค่าร้อยละพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปีนี้ (2564) จำแนกตามการพบเห็น/ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564”



2. การติดตามสถานการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

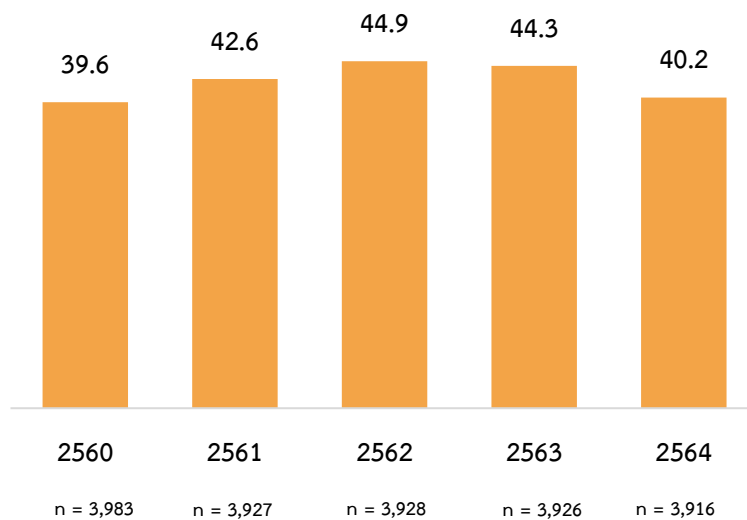
ผลสำรวจสะท้อนให้เห็นว่า แม้ส่วนใหญ่เข้าใจถึงความเสี่ยงและอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด แต่ก็มีไม่น้อยถึง 1 ใน 3 ที่เข้าใจผิดว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อโควิดได้ ซึ่งอาจนำไปสู่การดื่มที่มากขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดนี้ก็เป็นได้ ในขณะเดียวกัน การเผยแพร่ข้อมูลความรู้ต่อเรื่องดังกล่าวยังเข้าถึงประชาชนได้น้อย

ประการต่อมา แม้จะพบว่าในช่วงโควิดระลอก 3 ผู้ที่เคยดื่มส่วนใหญ่ไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง โดยมีเหตุผลจากการต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิดเป็นสำคัญ แต่ยังคงพบประมาณ 1 ใน 4 ที่ยังดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น ซึ่งมักเป็นผู้ที่ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด ในกลุ่มนี้จึงมีความเสี่ยงสูง ขณะที่การดูแลผู้ติดสุราในชุมชนยังมีน้อยมาก

การศึกษาครั้งนี้พบร้อยละ 40.2 ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ หรือเรียกว่าเป็นนักดื่มปัจจุบัน (Current Drinker) หากพิจารณาในรอบ 5 ปี จะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เป็นเพราะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ศูนย์

บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ใช้การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นมาตรการสำคัญประการหนึ่งในการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัส (แผนภาพที่ 12)

แผนภาพที่ 12 แสดงค่าร้อยละนักดื่มปัจจุบัน (Current Drinker) เปรียบเทียบระหว่างปี 2560 - 2564



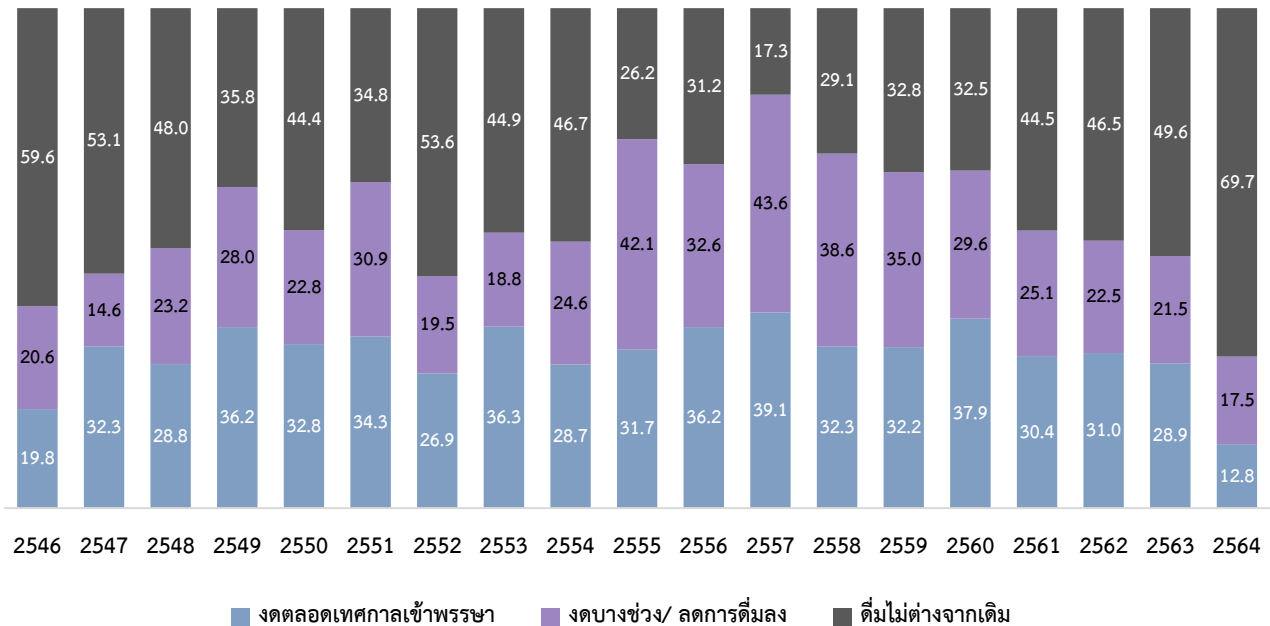
3. การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

การศึกษาการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา จากการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” เมื่อเปรียบเทียบตั้งแต่ปี 2546 – 2564 เห็นได้ว่าโดยภาพรวมมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงเป็นช่วงๆ โดยช่วงปี 2555 – 2557 เป็นช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการดื่มในช่วงเข้าพรรษามากกว่าช่วงอื่น

สำหรับผลสำรวจปีนี้ (2564) หากพิจารณาตามกราฟอาจเห็นแนวโน้มที่ไม่ค่อยดีนักที่พบสัดส่วนผู้ที่ไม่ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการดื่มสูงเกือบร้อยละ 70 มากที่สุดตั้งแต่ดำเนินการสำรวจมา อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มนี้ยังประกอบด้วยกลุ่มที่ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว และที่สำคัญคือยังรวมถึงกลุ่มที่งดดื่มในช่วงการแพร่ระบาดของโควิดด้วย เมื่อเข้าสู่ช่วงเข้าพรรษาจึงไม่ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้อีก (ร้อยละ 33.3 งดดื่มช่วงการระบาดระลอก 3 แล้วตอบช่วงเข้าพรรษาไม่ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม) (แผนภาพที่ 13)

แผนภาพที่ 13 แสดงค่าร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษา

เปรียบเทียบระหว่างปี 2546 - 2564



ที่มา: ข้อมูลปี 2546 - 2552 อ้างอิงจากหนังสือ *งดเหล้าเข้าพรรษาให้อะไรกับสังคมไทย: ถอดบทเรียนเจ็ดปีของการรณรงค์* เรียบเรียงโดยทักษพล ธรรมรังสี (2553)

ข้อมูลปี 2553 - 2556 ประยุกต์จากบทความ *การรณรงค์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”* เรียบเรียงโดยวัชรพงศ์ รติสุขพิมล (2557)

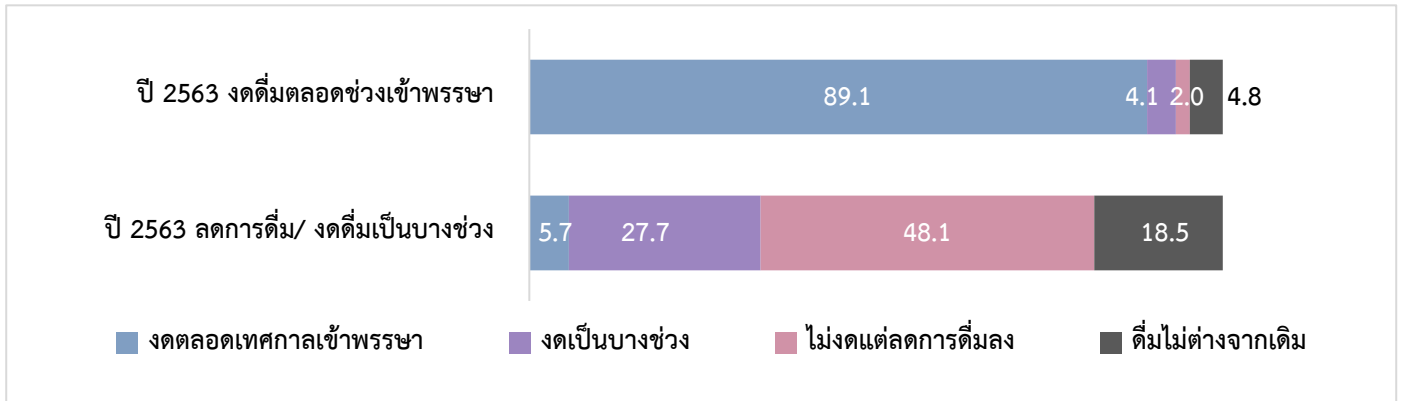
ข้อมูลปี 2557 - 2564 อ้างอิงจาก “รายงานโครงการประเมินผลการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา” จัดทำโดยศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนাসังคมและธุรกิจ (2557 - 2564)

หมายเหตุ ข้อมูลปี 2558 - 2564 ผู้ที่งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา หมายถึง ผู้ที่งดดื่มมาตลอดจนถึงช่วง 2 สัปดาห์ก่อนออกพรรษา และตั้งใจจะงดให้ครบทั้งพรรษา

ข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ เมื่อสอบถามถึงเหตุผลสำคัญที่ทำให้ไม่งดเหล้าหรืองดไม่ครบพรรษา ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมไม่ว่าจะเป็น 1) มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ 2) ต้องไปงานเลี้ยง และ 3) ชอบเที่ยวสังสรรค์ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลคือ ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) เครียด/ เบื่อหน่าย/ เซ็ง พบว่ามีสัดส่วนที่ต่ำกว่าเหตุผลด้านปัจจัยแวดล้อม

ในทางตรงข้ามปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการงดเหล้าเข้าพรรษาคือ “จุดเริ่มต้นของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม” ดังจะพบว่า กลุ่มที่เคยงดดื่มตลอดพรรษาในปี 2563 ถึงร้อยละ 89.1 จะยังคงงดดื่มตลอดทั้งพรรษาในปี 2564 ขณะที่ร้อยละ 6.1 แม้ไม่งดตลอดช่วงเข้าพรรษาแต่จะมีพฤติกรรมที่ลดการดื่ม/ งดเป็นบางช่วง เช่นเดียวกับกลุ่มที่เคยลดการดื่ม/ งดเป็นบางช่วง ในช่วงเข้าพรรษาปี 2563 กลุ่มนี้ส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 81.5 มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มในช่วงเข้าพรรษาปี 2564 (ลด ละ เลิก) เช่นกัน ข้อมูลที่พบยังแสดงให้เห็นประเด็นที่ทำทนายการรณรงค์อีกประการคือ การสร้างทิศทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มในกลุ่มที่งดการดื่ม/ งดดื่มเป็นบางช่วง ไปสู่การงดดื่มตลอดช่วงเข้าพรรษา เนื่องจากพบว่าคนกลุ่มนี้มีเพียงส่วนน้อยที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการลด ละ ไปสู่การงดดื่มตลอดทั้งพรรษา (แผนภาพที่ 14)

แผนภาพที่ 14 แสดงค่าร้อยละพฤติกรรมกรรมการตีเครื่องตีแมลงกอลในช่วงเข้าพรรษาปี 2564 ของกลุ่มที่งดตีตลอดช่วงเข้าพรรษาและกลุ่มที่ลดการตี/ งดตีเป็นบางช่วง ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปี 2563



4. ผลเชิงบวกของการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”

ผลเชิงบวกของการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา แสดงออกมาในเรื่องการส่งเสริมสุขภาพกาย สุขภาพจิต และอีกประเด็นสำคัญคือการประหยัดเงินได้จากการลด ละ เลิกการตีในช่วงเข้าพรรษา ซึ่งปีนี้ประมาณการได้ว่าประเทศประหยัดเงินได้ในช่วง 3 เดือนของการเข้าพรรษา มูลค่ารวม 3.398 พันล้านบาท

ข้อเสนอแนะ

จากการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2564” ครั้งนี้ คณะผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรพิจารณา และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากผลการสำรวจและการวิเคราะห์ที่ผ่านมา แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษามีความสำคัญยิ่งต่อการสร้างความตระหนักให้กับประชาชนในการลด ละ เลิกการตีในช่วงเข้าพรรษา จึงควรสนับสนุนให้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่องต่อไป (แม้ในปีนี้อาจไม่พบความแตกต่างของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการตีเมื่อจำแนกตามการได้รับสื่อรณรงค์เท่าใดนัก อันเนื่องมาจากอยู่ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิดที่ทำให้การรณรงค์ทำได้จำกัด และการตีก็มีข้อจำกัดเช่นกัน) โดยโทรทัศน์ และโซเชียลมีเดียถือเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ควรเลือกใช้เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่

2. เนื้อหาในการรณรงค์ควรมุ่งเน้นไปที่ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลที่ทำให้ไม่สามารถ ลด ละ เลิกการตีเครื่องตีแมลงกอล เช่น มีคนชวนตี นำเสนอโดยใช้ข้อความรณรงค์ที่สื่อความหมายตรงๆ เข้าใจง่าย เช่น “งดเหล้าเป็นเพื่อนกัน” “เพื่อนชวนเพื่อนงดเหล้าเข้าพรรษา”

การไปงานเลี้ยง เป็นอีกเหตุผลสำคัญ ดังนั้นเพื่อลดโอกาสของการตีในช่วงเข้าพรรษา จึงควรรณรงค์ให้มีการจัดงานเลี้ยง งานพิธี และงานบุญประเพณีต่างๆ ในช่วงเข้าพรรษาเป็นงานปลอดเหล้า โดยต้องเข้าใจถึงเจ้าภาพของงาน เพื่อสร้างแนวร่วมและขอความร่วมมือ ทั้งงานสาธารณะที่จัดโดยหน่วยงานต่างๆ และงานส่วนตัวของแต่ละครอบครัว

อีกประเด็นที่น่าสนใจและถือได้ว่าเป็นความสำเร็จค่อนข้างมาก คือ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมลด ละ เลิกให้มีความเข้มข้นขึ้น เช่น เปลี่ยนจากกลุ่มที่ลดปริมาณการดื่ม/ งดเป็นบางช่วง ไปเป็นการงดดื่มตลอดพรรษา โดยอาจนำเสนอโดยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างคนที่ดื่มปกติ ลด/ งดบางช่วง กับผู้ที่งดดื่มตลอดพรรษา ซึ่งประเด็นนี้สามารถทำไปพร้อมกับแนวคิดสร้างจุดเริ่มในการเปลี่ยนแปลง เพื่อกระตุ้นให้ผู้ที่ไม่เคยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดื่มในช่วงเข้าพรรษาเลย หันมาให้ความสำคัญและเริ่มต้นที่จะเปลี่ยนแปลง

3. การลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้ามีผลอย่างมากต่อการลด ละ เลิกการดื่มในช่วงเข้าพรรษา แต่เป็นที่น่าเสียดายที่ปีนี้มีข้อจำกัดไม่สามารถจัดกิจกรรมในพื้นที่ได้ หากปีต่อไปยังคงมีสถานการณ์เช่นนี้ ควรปรับรูปแบบกิจกรรม โดยส่งเสริมให้มีการลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น หรือประยุกต์รูปแบบกิจกรรมเป็นรูปแบบอื่นที่สามารถรักษาระยะห่างทางสังคมได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

4. การเผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงและอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิดยังมีน้อย จึงพบว่ามีบางส่วนไม่ทราบข้อมูลสำคัญ รวมถึงเข้าใจผิด เช่น คิดว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อโควิดได้ ซึ่งอาจทำให้ดื่มมากขึ้นเพิ่มความเสี่ยงให้กับตัวเอง องค์กรด้านสุขภาพ/ สาธารณสุขต่างๆ จึงควรเผยแพร่ข้อมูลความรู้ให้เข้าถึงประชาชนมากขึ้น สร้างความเข้าใจและความตระหนักถึงความเสี่ยงต่อโอกาสการติดเชื้อได้ง่ายขึ้น รวมถึงเพิ่มความรุนแรงของการติดเชื้อในปอดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5. กลไกในการดูแลผู้ติดสุรานั้นมีความสำคัญยิ่ง ทั้งช่วยให้ผู้ติดสุรา ลด ละ เลิกได้ และช่วยดูแลไม่ให้เกิดรับอันตรายจากอาการถอนพิษสุราในช่วงเวลาที่มีการบังคับใช้มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรขับเคลื่อนมาตรการคัดกรอง/ บำบัดผู้ติดสุราอย่างจริงจัง ผ่านหน่วยบริการสุขภาพในระดับพื้นที่ ได้แก่ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) สาธารณสุขหรือโรงพยาบาลประจำอำเภอ/ จังหวัด และที่สำคัญคือ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

บรรณานุกรม

- ณัฐ ธารพานิช. (2557). นโยบายการควบคุมแอลกอฮอล์ที่ทรงประสิทธิภาพ. ใน *กรรมจรรยา สุขรุ่ง, ปิยนาล ประยูร, และหนูเพียร แสนอินทร์ (บรรณาธิการ), เรื่องเหล้า ก้าว 10: งานวิจัยเด่นรอบทศวรรษแห่งการเรียนรู้ และการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อลดปัญหาแอลกอฮอล์ในสังคมไทย* (หน้า 169-196). กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ทักษพล ธรรมรังสี. (2553). *จดเหล้าเข้าพรรษาให้อะไรกับสังคมไทย: ถอดบทเรียนเจ็ดปีของการรณรงค์. นนทบุรี: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.*
- ธันนัท โกมลไพศาล. (2562). *การประเมินต้นทุนผลกระทบทางสังคมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2560*. สืบค้นจาก <http://cas.or.th/cas/wp-content/uploads/2019/07/81.61-A1-0020-การประเมินต้นทุนผลกระทบทางสังคม-ปี-2560.pdf>
- ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2563). *โครงการประเมินผลการรณรงค์ “จดเหล้าเข้าพรรษาปี 2563” : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไปใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ*. สงขลา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- สาวิตรี อัมฉางค์กรชัย และคณะ. (2562). *ข้อเท็จจริงและตัวเลขเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พ.ศ. 2559-2561*. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2564). *จดเหล้า เข้าพรรษา ยุคโควิด มาดูว่า ลูก ๆ มีอะไรอยากบอกพ่อ*. สืบค้นจาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/55015-จดเหล้า%20เข้าพรรษา%20ยุคโควิด%20มาดูว่า%20ลูก%20ๆ%20มีอะไรอยากบอกพ่อ.html>
- อัญชญา ณ ระนอง. (2551). การบริโภคแอลกอฮอล์กับความยากจน. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 48(3), 89-124.
- World Health Organization. (2014). *Global status report on alcohol and health 2014*. Geneva, Switzerland: World Health Organization.

ภาคผนวก

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ร่วมกับศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ขอความร่วมมือจากท่านตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโครงการ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ในช่วงเข้าพรรษาประจำปี พ.ศ. 2564 (ระหว่างวันที่ 25 กรกฎาคม - 21 ตุลาคม 2564)

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มทุกประเภทที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เช่น เหล้า เบียร์ ไวน์ สุราพื้นบ้านต่างๆ

ตอนที่ 1 การรับรู้สื่อและความคิดเห็นต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”

1. ในช่วงก่อนเข้าพรรษา/เข้าพรรษาที่ผ่านมา ท่านเคยเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2564 หรือไม่
 - [] 1 ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 3)
 - [] 2 เคย **กรณีเคย** ท่านเคยได้ยินหรือพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ งดเหล้าเข้าพรรษา จากที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 1 โฆษณาทางโทรทัศน์ (ทำข้อ 1.1) () 2 ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (billboard)
 - () 3 ป้ายตั้งโต๊ะในรายการโทรทัศน์ต่างๆ () 4 สื่อโฆษณาอื่น ๆ เช่น ป้ายโฆษณา บริเวณรถไฟฟ้า รถประจำทาง
 - () 5 ช่วงที่ประกาศเข้ารายการโทรทัศน์ () 6 กิจกรรมหรืออีเว้นท์ต่างๆ () 7 โฆษณาทางวิทยุ
 - () 8 เว็บไซต์ () 9 นิตยสาร/ หนังสือพิมพ์ () 10 ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก
 - () 11 แผ่นพับ โบรชัวร์ () 12 โซเชียลมีเดีย อาทิ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม () 13 อื่นๆ ระบุ.....

เฉพาะผู้ที่ระบุว่าเคยเห็นประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์

- 1.1 ท่านเคยเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ชุด “สื่อรักให้พักเหล้า” หรือไม่ (เปิดคลิป 2 คลิป) () 1 เคย () 2 ไม่เคย
2. สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” มีผลทำให้ท่านรู้สึกตระหนักถึงการลดละเลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่
 - [] 1 ไม่มีผลเลย [] 2 มีผลเล็กน้อย [] 3 มีผลปานกลาง [] 4 มีผลมาก [] 5 มีผลมากที่สุด
3. ท่านเคยบอกต่อ หรือสื่อสารด้วยวิธีอื่น เช่น ผ่านสังคมออนไลน์ (social network) เพื่อชักชวนคนรอบข้าง งดเหล้าเข้าพรรษา หรือไม่
 - [] 1 เคย [] 2 ไม่เคย เพราะ.....
4. ในปีนี้ ท่านได้ร่วมลงนาม/ ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา หรือไม่ (นับรวมทางออนไลน์)
 - [] 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.....
5. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าการรณรงค์ให้งดเหล้าในช่วงเข้าพรรษา 3 เดือน ช่วยให้ประเทศไทยลดปริมาณการดื่มและจำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้
 - [] 1 เห็นด้วย คิดว่าการรณรงค์กระตุ้นให้ประชาชนลดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ระดับใด
 - () 1 มาก () 2 ปานกลาง () 3 น้อย
 - [] 2 ไม่เห็นด้วย เพราะ..... [] 3 ไม่มีความเห็น
6. ท่านคิดว่าควรมีการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา ในปีต่อไป หรือไม่
 - [] 1 ควรรณรงค์ต่อไป [] 2 ไม่ควรรณรงค์ต่อไป เพราะ.....
7. โปรดแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะต่อการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” (อาจเป็นด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา หรืออื่นๆ)
 - 1)
 - 2)
 - 3)

8. ท่านคิดว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลเสียต่อการควบคุมสติ เช่น การเกิดอุบัติเหตุ หรือทำร้ายผู้อื่น ฯลฯ ของผู้ที่ดื่มมากน้อยแค่ไหน
 1 มีผลเสียมาก 2 มีผลเสียน้อย 3 ไม่มีผลเสียเลย
9. ท่านคิดว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลเสียต่ออวัยวะต่างๆ เช่น ตับ ของผู้ที่ดื่มมากน้อยแค่ไหน
 1 มีผลเสียมาก 2 มีผลเสียน้อย 3 ไม่มีผลเสียเลย

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3

10. ท่านคิดว่า ข้อความต่อไปนี้เป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ใช่หรือไม่ใช่

ข้อความ	1 ใช่	2 ไม่ใช่	3 ไม่ทราบ/ ไม่แน่ใจ
1) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพิ่มความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19			
2) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำลายภูมิคุ้มกันของร่างกาย อาจทำให้ติดเชื้อได้ง่าย และอาจป่วยรุนแรง			
3) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ช่วยฆ่าเชื้อโควิด-19			

11. ท่านเคยได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยง หรืออันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 หรือไม่
 1 เคยได้รับ จากสื่อหรือช่องทางใด (ระบุ) 1) 2) 3)
 2 ไม่เคยได้รับ

12. ตั้งแต่เมษายน 2564 - ปัจจุบัน ที่มีการระบาดของโควิดระลอกที่ 3 ท่านทราบเกี่ยวกับมาตรการต่อไปนี้หรือไม่ และเห็นด้วยหรือไม่

มาตรการ	1. ทราบ	2. ไม่ทราบ	เห็นด้วยหรือไม่			
			0. ไม่มี ความเห็น	1. ไม่เห็น ด้วย	2. ไม่ค่อย เห็นด้วย	3. ค่อนข้าง เห็นด้วย
1) ห้าม รวมกลุ่มกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในบ้าน หรือสถานที่อื่นใด						
2) ห้าม จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และห้ามดื่มในร้าน						
3) ปิด สถานบริการในลักษณะผับ บาร์ คาราโอเกะ อาบอบนวด						

13. นับตั้งแต่รัฐบาลประกาศให้การระบาดของโรคโควิด-19 เป็นสถานการณ์ฉุกเฉิน ท่านประสบปัญหาเหล่านี้หรือไม่ หากเคย ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา ท่านยังประสบปัญหานั้นอยู่หรือไม่ (นับรวมทั้งกรณีเป็นผลต่อเนื่อง และการเกิดซ้ำ)

ปัญหา	นับตั้งแต่รัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน (หากตอบ “ไม่เคย”/ “ไม่ตอบ” ให้ไปข้อถัดไป)	(เฉพาะ “เคย”) ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา ประสบปัญหานั้นอยู่หรือไม่
1) ถูกเลิกจ้าง หรือสูญเสียแหล่งรายได้หลัก เป็นเวลาสามเดือนขึ้นไป	<input type="checkbox"/> 1. เคย <input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย <input type="checkbox"/> 9. ไม่ตอบ	<input type="checkbox"/> 1. มีปัญหา <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี <input type="checkbox"/> 9. ไม่ตอบ
2) ถูกลดเงินเดือน/วันทำงาน	<input type="checkbox"/> 1. เคย <input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย <input type="checkbox"/> 9. ไม่ตอบ	<input type="checkbox"/> 1. มีปัญหา <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี <input type="checkbox"/> 9. ไม่ตอบ
3) ไม่สามารถจ่ายค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่เคยจ่ายได้ตามกำหนด	<input type="checkbox"/> 1. เคย <input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย <input type="checkbox"/> 9. ไม่ตอบ	<input type="checkbox"/> 1. มีปัญหา <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี <input type="checkbox"/> 9. ไม่ตอบ
4) ต้องยืมเงิน กู้เงิน จำนำ หรือนำสิ่งของเครื่องใช้ไปขาย เพื่อให้ได้เงินสดมาใช้จ่ายในเรื่องที่จำเป็นในครัวเรือน	<input type="checkbox"/> 1. เคย <input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย <input type="checkbox"/> 9. ไม่ตอบ	<input type="checkbox"/> 1. มีปัญหา <input type="checkbox"/> 2. ไม่มี <input type="checkbox"/> 9. ไม่ตอบ

14. ในช่วง 2 สัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านถูกรบกวนด้วยปัญหาต่อไปนี้บ่อยเพียงใด

การถูกรบกวน	0. ไม่เลย	1. บางวัน (1-7 วัน)	2. เกินกว่า 7 วัน (8-11 วัน)	3. เกือบทุกวัน (12-14 วัน)
แบบวัดความวิตกกังวล (GAD-7)				
1) รู้สึกตึงเครียด วิตกกังวล หรือกระวนกระวาย				
2) ไม่สามารถหยุดหรือควบคุมความกังวลได้				
3) กังวลมากเกินไปในเรื่องต่างๆ				
4) ทำตัวให้ผู้อื่นคลายได้ยาก				
5) รู้สึกกระสับกระส่ายจนไม่สามารถนั่งนิ่งๆ ได้				
6) กลายเป็นคนซีร่าคาญ หรือ หงุดหงิดง่าย				
7) รู้สึกกลัวเหมือนว่าจะมีอะไรร้ายๆ เกิดขึ้น				
แบบวัดอาการซึมเศร้า (PHQ-2)				
1) รู้สึกเบื่อ ทำอะไรไม่เพลิดเพลิน				
2) รู้สึกหดหู่ เศร้า หรือท้อแท้สิ้นหวัง				

15. ตลอดชีวิตที่ผ่านมา ท่านเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

- 1 เคย โดยดื่มมานาน ปี () เพิ่งเริ่มดื่มไม่ถึงปี เหตุใดจึงเริ่มดื่ม ระบุ
- 2 ไม่เคยดื่ม (ข้ามไปตอบข้อมูลทั่วไป)

16. ตั้งแต่เมษายน 2564 - ปัจจุบัน (โควิดระลอก 3) เมื่อเทียบกับช่วงก่อนการระบาดของโควิดแล้ว ท่านดื่มเหล้าน้อยลงหรือเพิ่มขึ้น

- 1 ไม่ได้ดื่มเลย (ระบุเหตุผลแล้วข้ามไปข้อ 19) 2 ดื่มน้อยลง

กรณีไม่ได้ดื่มเลย/ ดื่มน้อยลง เป็นเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1 ไม่ได้พบปะสังสรรค์ () 2 ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด () 3 งานยุ่ง/ ไม่มีเวลา
 () 4 ไม่มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้ () 5 ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว () 6 ไม่สบายจึงหยุดดื่ม
 () 7 ต้องการประหยัดเงิน () 8 รายได้ลดลง/ ตกงาน () 9 ห้ามนั่งดื่ม/ สถานบันเทิงปิด () 10 ไม่มีเหตุผล

- 3 ดื่มเท่าเดิม 4 ดื่มเพิ่มขึ้น

กรณีดื่มเท่าเดิม/ ดื่มเพิ่มขึ้น เป็นเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1 ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) () 2 มีคนชวนดื่ม ชัดไม่ได้ () 3 ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว
 () 4 มีเวลาว่างมากขึ้น () 5 เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน () 6 เบื่อหน่าย/ เซ็ง
 () 7 เหงาเพราะต้องอยู่คนเดียว/ แยกตัวอยู่บ้าน () 8 มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้เยอะ
 () 9 มีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ ปาร์ตี้ดื่ม (ทั้งออนไลน์หรือจริง) () 10 ไม่มีเหตุผล

17. ตั้งแต่เมษายน 2564 - ปัจจุบัน (โควิดระลอก 3) ท่านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรวมกลุ่มดื่มอย่างไร (ตอบข้อเดียวที่ทำประจำ)

- 1 ยังรวมกลุ่มกันดื่มตามเดิม มีประมาณ คน 2 กลุ่มเล็กลง จาก คน เหลือ คน
 3 หันมาดื่มคนเดียว 4 ปกติดื่มคนเดียวอยู่แล้ว

18. ตั้งแต่เมษายน 2564 - ปัจจุบัน (โควิดระลอก 3) ท่านเปลี่ยนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เคยดื่มเป็นประจำ หันไปดื่มเครื่องดื่ม หรือใช้สารเสพติดชนิดอื่นๆ หรือเครื่องดื่มผสมสารเสพติดชนิดอื่น เช่น น้ำดื่มกระเทียมหรือ 4x100 หรือไม่

- 1 เปลี่ยนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก เป็น เพราะ
- 2 ใช้สารเสพติดชนิดอื่น คือ
- 3 ใช้เครื่องดื่มผสมสารเสพติดชนิดอื่น เช่น น้ำดื่มกระเทียมหรือ 4x100 เครื่องดื่มผสมกัญชา
- 4 ไม่ได้เปลี่ยน

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

19. หลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้ ท่านเคยตีเครื่องตีแอลกอฮอล์บ้างหรือไม่
 1 ไม่ตี (ข้ามไปตอบข้อมูลทั่วไป) 2 ตี ตีกับใครบ่อยที่สุด () ตีคนเดียว

เฉพาะคนที่ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ในหลังออกพรรษาปีที่ผ่านมา (2563) ถึงช่วงก่อนเข้าพรรษาปีนี้

20. โปรดระบุประเภทเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ท่านตี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1 เบียร์ 2 สุราขาว/ สุรากลั่นชุมชน 3 สุราสี/ สุราแดง 4 เหล้าดองยา/ สุราจีน
 5 ไวน์/ แชมเปญ 6 ไวน์คูลเลอร์/ เครื่องตีแอลกอฮอล์ผสมพร้อมตี/ เหล้าปั่น
 7 สุราแช่พื้นเมือง เช่น สาโท กระแช่ เป็นต้น 8 อื่นๆ ระบุ.....
 โดยชนิดที่ตีบ่อยที่สุดคือ (เลือกตัวเลือกเดียว โดยใส่เฉพาะหมายเลขหน้าข้อ)

21. ท่านตีบ่อยเพียงใด
 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)

22. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการตีแต่ละครั้ง (รวมมิกเซอร์ กับแก้ม ทิป มัลย์ ค่าเดินทาง หรืออื่นๆ) ประมาณ บาท

23. ท่านเคยคิดที่จะเลิกตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ตลอดชีวิตหรือไม่ 1 เคยคิด 2 ไม่เคยคิด

24. ในช่วงเข้าพรรษาเมื่อปีที่แล้ว (2563) ท่านงด/ลดการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์หรือไม่
 1 ไม่งดและไม่ลดปริมาณการตี 2 งดตลอด 3 เดือนช่วงเข้าพรรษา 3 งดเป็นบางช่วง 4 ไม่งดแต่ลดการตีลง

25. ในปีนี้ตั้งแต่เริ่มเข้าพรรษาเป็นต้นมา (ตั้งแต่ 25 กรกฎาคม 2564) จนถึงปัจจุบัน ท่านงดตีเครื่องตีแอลกอฮอล์หรือไม่
 1 ตีไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่ (ตอบ 1.1 แล้วข้ามไปตอบข้อ 30)
 2 งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา (21 ตุลาคม 2564) (ตอบ 2.1 - 2.2 แล้วข้ามไปตอบข้อ 26)
 3 งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) (ตอบ 3.1 - 3.3 แล้วข้ามไปตอบข้อ 26)
 4 ไม่งดแต่ลดการตีลง (ตอบ 4.1 - 4.3 แล้วต่อด้วยข้อ 26)

กรณีตอบ 1 ตีไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่ (ตอบ 1.1 แล้วข้ามไปตอบข้อ 30)

1.1) สาเหตุใดที่ท่านไม่งดเหล้าเข้าพรรษา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1 ตีเป็นประจำ/ ตีจนติด (อดไม่ได้) 2 ชอบเที่ยวสังสรรค์
 3 ต้องไปงานเลี้ยง 4 ในชุมชนจัดงานมีการเลี้ยงเครื่องตีแอลกอฮอล์
 5 มีคนชวนตี ชดไม่ได้อ 6 ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าพรรษา
 7 ปกติตีน้อย ไม่ค่อยได้ตีอยู่แล้ว 8 เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน
 9 เบื่อหน่าย/ เซ็ง 10 มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้เยอะ 11 อื่นๆ ระบุ.....
เหตุผลสำคัญที่สุด ที่ทำให้ท่านไม่งดเหล้าเข้าพรรษา คือ (เลือกตัวเลือกเดียวจากข้อ 1.1 ใส่เฉพาะหมายเลขหน้าข้อ)

กรณีตอบ 2 งดมาได้ตลอดเทศกาลเข้าพรรษาและจะงดต่อไปจนออกพรรษา (21 ตุลาคม 2564)(ตอบ 2.1 - 2.2 แล้วข้ามไปตอบข้อ 26)

2.1) สาเหตุที่ทำให้งดตลอดได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1 ปกติตีน้อย ไม่ค่อยได้ตีอยู่แล้ว 2 งดเป็นประจำทุกปี
 3 ต้องการรักษาศีลช่วงเข้าพรรษา 4 มีการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ ให้งดเหล้าเข้าพรรษา
 5 ในชุมชนมีการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษา 6 การงดเหล้าเข้าพรรษาเป็นค่านิยมที่พึงทำตาม
 7 ครอบครัว/ แฟน/ ลูกขอให้งด 8 เพื่อนงด/ ไม่มีเพื่อนตี/ เพื่อนชวนงด
 9 ถือเป็นช่วงฟื้นฟูสุขภาพ 10 ต้องการรักษาสภาพเพราะกลัวติดเชื้อโควิด
 11 รายได้ลดลง/ ตกงานในช่วงโควิด 12 ต้องการประหยัดเงิน
 13 เลิกตลอด เพราะได้ปฏิญาณตนไว้ 14 มีบุคคลที่เป็นแบบอย่างที่ดี คือ.....
 15 อื่นๆ ระบุ.....
เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านงดตลอดได้ คือ (เลือกตัวเลือกเดียวจากข้อ 2.1 ใส่เฉพาะหมายเลขหน้าข้อ)

2.2) กรณีที่งดครบพรรษา 3 เดือน ท่านตั้งใจว่าจะงดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปหรือไม่

- () 1 ตั้งใจจะงดต่อไปอีก () 2 ตั้งใจจะเลิกตลอดชีวิต () 3 ไม่ตั้งใจที่จะงดต่อไป (กลับมาดื่ม)

กรณีตอบ 3 งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) (ตอบ 3.1 - 3.3 แล้วข้ามไปตอบข้อ 26)

3.1) ท่านได้กลับมาดื่มระหว่างพรรษา หลังเข้าพรรษามาแล้วนานเพียงใด

- (1) ไม่เกิน 1 สัปดาห์ (2) หลัง 1 สัปดาห์ ถึง 2 สัปดาห์
(3) หลัง 3 สัปดาห์ - 4 สัปดาห์ (4) หลัง 1 เดือน ถึง เดือนครึ่ง
(5) หลังเดือนครึ่ง ถึง สองเดือน (6) หลังสองเดือน

3.2) โดยรวมแล้วตลอดเข้าพรรษาปีนี้น่าจะงดดื่มได้..... เดือน วัน (นับรวมช่วงที่งดได้ทั้งหมด แม้ไม่ต่อเนื่อง)

3.3) สาเหตุใดที่ทำให้ท่านไม่สามารถงดตลอดได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1 ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) () 2 ชอบเที่ยวสังสรรค์
() 3 ต้องไปงานเลี้ยง () 4 ในชุมชนจัดงานมีการเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
() 5 มีคนชวนดื่ม ชดไม่ได้อ () 6 ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าพรรษา
() 7 ปกติดื่มบ่อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว () 8 เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน
() 9 เบื่อหน่าย/ เซ็ง () 10 มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้เยอะ () 11 อื่นๆ ระบุ.....

เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านไม่สามารถงดตลอดได้ คือ (เลือกตัวเลือกเดียวจากข้อ 3.3 ใส่เฉพาะหมายเลขหน้าข้อ)

กรณีตอบ 4 งดแต่ลดการดื่มลง (ตอบ 4.1 - 4.3 แล้วต่อด้วยข้อ 26)

4.1) โดยลดปริมาณการดื่มต่อครั้งลงเหลือประมาณ.....% เมื่อเทียบกับช่วงก่อนเข้าพรรษา

4.2) โดยลดความถี่ (ความบ่อย) ในการดื่มลง จากที่เคยดื่มในช่วงก่อนเข้าพรรษาประมาณ ครั้งต่อเดือน

ในช่วงเข้าพรรษาลดลงเหลือประมาณ ครั้งต่อเดือน (กรณีดื่มน้อยกว่าเดือนละครั้ง ให้ระบุหน่วยตามจริง)

4.3) สาเหตุใดที่ทำให้ท่านไม่สามารถงดตลอดได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1 ดื่มเป็นประจำ/ ดื่มจนติด (อดไม่ได้) () 2 ชอบเที่ยวสังสรรค์
() 3 ต้องไปงานเลี้ยง () 4 ในชุมชนจัดงานมีการเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
() 5 มีคนชวนดื่ม ชดไม่ได้อ () 6 ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าพรรษา
() 7 ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว () 8 เครียดเพราะรายได้ลดลง/ ตกงาน
() 9 เบื่อหน่าย/ เซ็ง () 10 มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้เยอะ () 11 อื่นๆ ระบุ.....

เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านไม่สามารถงดตลอดได้ คือ (เลือกตัวเลือกเดียวจากข้อ 4.3 ใส่เฉพาะหมายเลขหน้าข้อ)

กรณีตอบ 2 3 และ 4 มีการลด ละ เลิกการดื่มในช่วงเข้าพรรษา

26. ก่อนเข้าพรรษา ท่านปรับการดื่มของตัวเอง เพื่อเตรียมพร้อมลด ละ เลิก ในช่วงเข้าพรรษาอย่างไร

- [] 1 งดดื่มไปเลย ก่อนเข้าพรรษา.....วัน
[] 2 ค่อยๆ ลดปริมาณและความถี่ของการดื่มลงมาเรื่อยๆ ก่อนเข้าพรรษา.....วัน
[] 3 ดื่มหนักและบ่อยขึ้น (เป็นเหมือนการตุนไว้ก่อน) ก่อนเข้าพรรษา..... วัน
[] 4 ดื่มตามปกติ ไม่ได้เตรียมพร้อมอะไร (รวมถึงคนที่ดื่มน้อยอยู่แล้ว)

27. หลังหยุดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท่านมีอาการต่อไปนี้ ได้แก่ มือสั่น ปวดศีรษะ เหงื่อออก ใจสั่น เบื่ออาหาร คลื่นไส้ อาเจียน นอนไม่หลับ หงุดหงิด หรือวิตกกังวล หรือไม่

- [] 1 ไม่มีอาการ (ข้ามไปตอบข้อ 28) [] 2 มีอาการ เกิดขึ้นหลังหยุดดื่ม วัน

27.1) ท่านมีอาการผิดปกติที่กล่าวมาบ่อยเพียงใด

- () 1 มีบ้างนานๆ ครั้ง () 2 มีบ่อยครั้ง () 3 มีตลอดเวลาจนควบคุมตัวเองไม่ได้ () 4 มีมากจนชักหรือหมดสติ

27.2) ท่านรักษาอาการผิดปกติของท่านอย่างไร

- () 1 ไม่ได้ไปพบแพทย์ ปล่อยให้หายเอง () 2 ไม่ได้ไปพบแพทย์ แต่ซื้อยามารับประทานเอง
() 3 ไปพบแพทย์และได้ยามารับประทานที่บ้าน () 4 ไปพบแพทย์ และต้องนอนรักษาในโรงพยาบาลวัน

27.3) หลังจากที่ท่านมีอาการผิดปกติ ท่านยังคงดื่มน้ำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามที่ตั้งใจหรือไม่

- () 1 ยังคงดหรือลดดื่มตามที่ตั้งใจ () 2 ดื่มเพิ่มขึ้นอีกหน่อย แต่ยังคงลดลงจากที่เคยดื่มปกติในช่วงก่อนเข้าพรรษา
() 3 ดื่มตามปริมาณที่เคยดื่มในช่วงก่อนเข้าพรรษา () 4 กลับไปดื่มและดื่มมากกว่าปกติ

28. หลังจากออกพรรษา ท่านตั้งใจจะงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปหรือไม่

- [] 1 กลับมาดื่ม ภายใน.....วัน เพราะ.....
 จะเริ่มดื่มลักษณะอย่างไร () 1 ค่อยๆ ดื่มทีละน้อยไปก่อนในวันแรกๆ () 2 ดื่มหนักกว่าปกติไปเลยในวันแรกๆ (เหมือนซดเชย)
() 3 ดื่มตามปกติที่เคยดื่ม (รวมถึงคนที่ดื่มน้อยอยู่แล้ว) () 4 แล้วแต่โอกาส
[] 2 งด/ ลด ให้น้อยลง เพราะ.....
[] 3 เลิกไปเลย เพราะ.....

28.1 ตั้งแต่เริ่มเข้าพรรษา (ปี 2564) ท่านทราบหรือเคยพบเห็นการดูแลผู้ติดสุราที่บ้าน โดยบุคลากรทางสุขภาพ หรือ อสม.

- ในชุมชนของท่านหรือไม่ [] 1 เคย/ ทราบ โปรดระบุรูปแบบการดำเนินงาน.....
[] 2 ไม่เคย/ ไม่ทราบ

29. การงดหรือลดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษามีผลต่อท่านอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [] 1 ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ ท่านประหยัดเงินจากการดื่ม และค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้ประมาณ..... บาท
[] 2 สุขภาพร่างกายดีขึ้น [] 3 สุขภาพจิตใจดีขึ้น [] 4 ลดปัญหาในครอบครัว/ มีความสุขในครอบครัวมากขึ้น
[] 5 รู้สึกมีความปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น [] 6 มีสติ ใจเย็นขึ้น ลดปัญหาการทะเลาะวิวาทกับคนอื่น
[] 7 อื่นๆ ระบุ..... [] 8 ไม่มีผลอะไร

30. ในช่วงเข้าพรรษาปีหน้า (2565) ท่านตั้งใจจะงด/ ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

- [] 1 ไม่งดและไม่ลดปริมาณการดื่ม [] 2 งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา [] 3 งดเป็นบางช่วง [] 4 ไม่งดแต่ลดการดื่มลง

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ [] 1 ชาย [] 2 หญิง 2. อายุ.....ปี
3. สถานภาพสมรส [] 1 โสด [] 2 สมรสและมีบุตร.....คน [] 3 สมรสแต่ไม่มีบุตร [] 4 หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดที่สำเร็จมา [] 1 ไม่เคยเรียน [] 2 ประถมศึกษา [] 3 มัธยมศึกษาตอนต้น [] 4 มัธยมศึกษาตอนปลาย
[] 5 ปวช. [] 6 ปวส. [] 7 อนุปริญญา [] 8 ปริญญาตรี [] 9 สูงกว่าปริญญาตรี
5. ท่านนับถือศาสนาใด [] 1 พุทธ [] 2 อิสลาม [] 3 คริสต์ [] 4 ซิกข์ [] 5 อื่นๆ ระบุ..... [] 6 ไม่นับถือศาสนา
6. อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก
[] 1 ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ [] 2 พนักงานบริษัทเอกชน [] 3 ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป
[] 4 ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย 4.1 ความเกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ () 1 ใช่ () 2 ไม่ใช่
[] 5 ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ 5.1 ความเกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ () 1 ใช่ () 2 ไม่ใช่
[] 6 เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน [] 7 เกษตรกร/ ประมง [] 8 อาชีพอิสระ อาทิ ทนายความ สถาปนิก
[] 9 นักเรียน/ นักศึกษา [] 10 ว่างาน [] 11 ตกงาน [] 12 อื่นๆ ระบุ.....
7. 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
8. อาศัยอยู่เขต/ อำเภอ..... จังหวัด.....
9. อาศัยอยู่ในพื้นที่ [] 1 กรุงเทพมหานคร [] 2 ในเขตเทศบาล [] 3 นอกเขตเทศบาล

ขอขอบคุณในความร่วมมือ