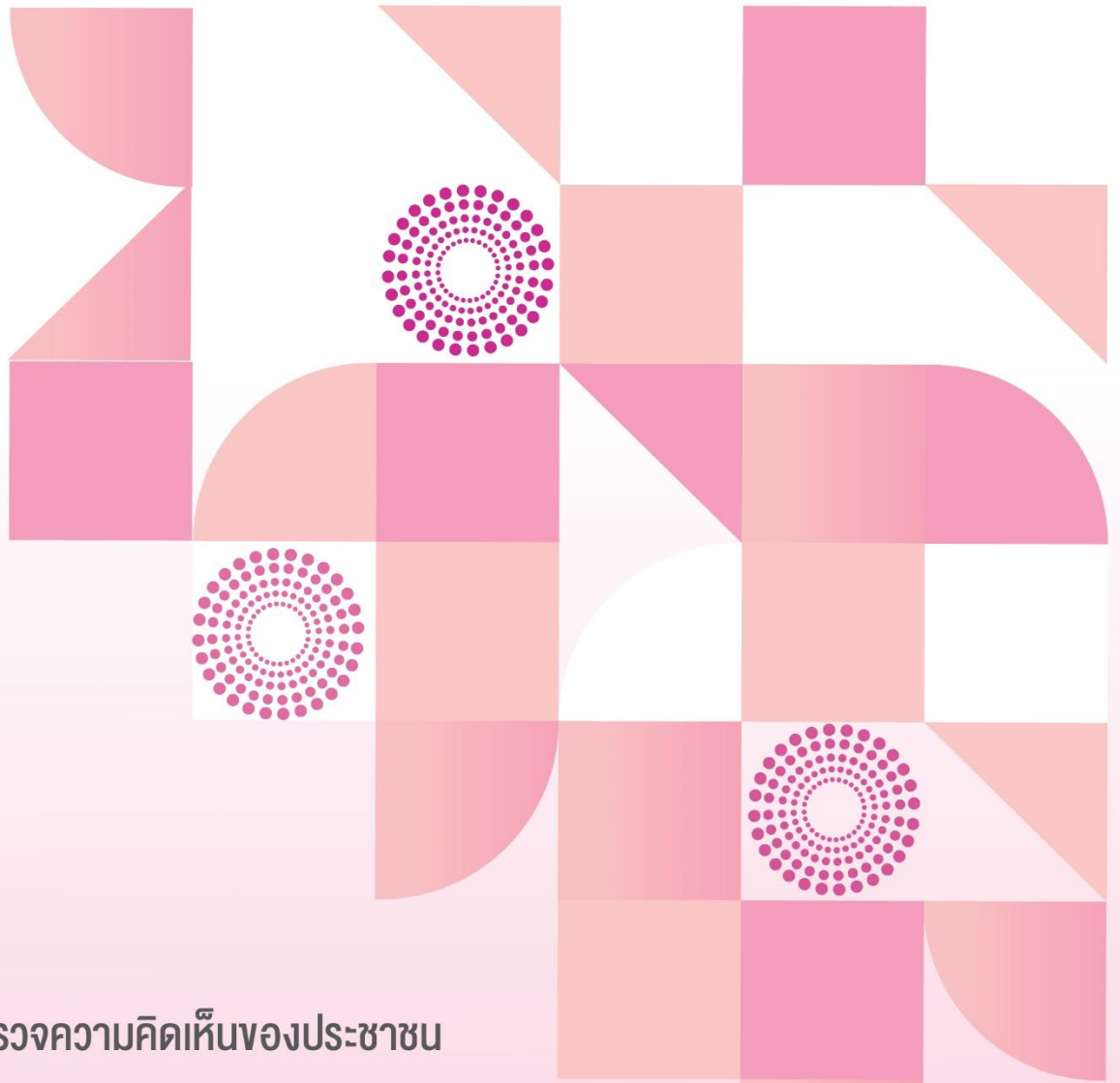
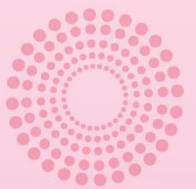




ผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน

เพื่อสนับสนุน การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563



ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”
เมษายน 2563



รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)
โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

เสนอ

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

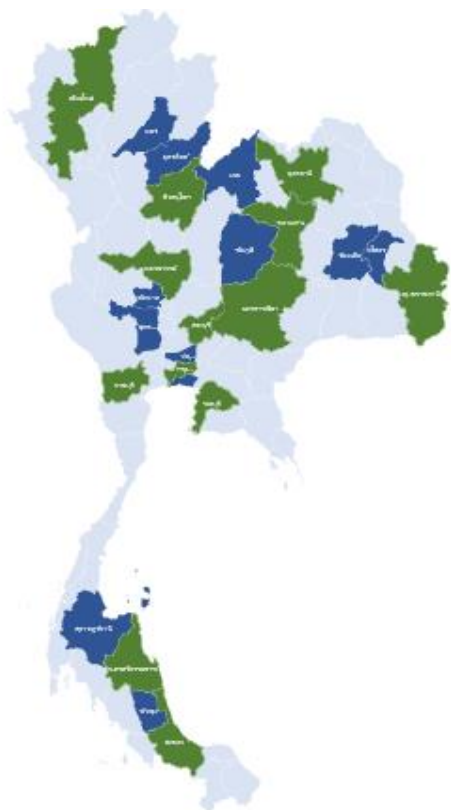
โดย

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
เลขที่ 118 อาคารเสรีไทย ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประชากรเป้าหมายในการสำรวจครั้งนี้ คือ ประชาชนอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป พักอาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมาย โดยครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ แพร่ อุตรดิตถ์ พิษณุโลก ชัยนาท นครสวรรค์ ปทุมธานี สระบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี สมุทรปราการ ชลบุรี ขอนแก่น ร้อยเอ็ด อุตรดิตถ์ เลย นครราชสีมา ชัยภูมิ อุบลราชธานี ยโสธร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี สงขลา และพัทลุง ระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งสิ้น 124 วัน

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม (Field Survey) โดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์จากผู้ที่ให้คำตอบโดยตรง (Face-to-face Interview) เกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency: Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการสำรวจมีรายละเอียดดังนี้



1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

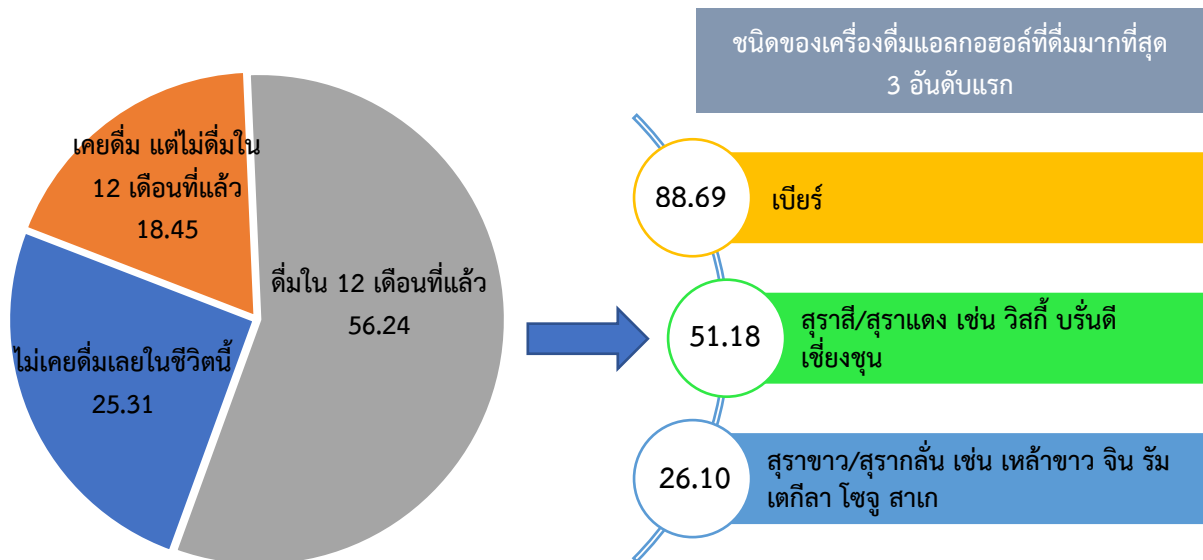
ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจ จำนวนทั้งสิ้น 5,062 หน่วยตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 53.22) มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 46.78) มีอายุระหว่าง 25-44 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 44.98) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 49.60) นับถือศาสนาพุทธ (ร้อยละ 98.02) สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 37.45) โดยประกอบอาชีพหลักเป็นเจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ ค้าขาย (ร้อยละ 21.41) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 36.23)

ภาพ 1 พื้นที่การเก็บข้อมูล

หมายเหตุ: พื้นที่สีเขียวคือจังหวัดที่มีสำนักงานป้องกันควบคุมโรคตั้งอยู่

2. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่แล้ว (ร้อยละ 56.24) รองลงมา คือ ไม่เคยดื่มเลยในชีวิตนี้ (ร้อยละ 25.31) และเคยดื่ม แต่ไม่ดื่มใน 12 เดือนที่แล้ว (ร้อยละ 18.45) โดยชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เบียร์ (ร้อยละ 88.69) รองลงมา คือ สุราสี/สุราแดง เช่น วิสกี้ บรั่นดี เชียงขุน (ร้อยละ 51.18) และสุราขาว/สุรากลั่น เช่น เหล้าขาว จิน รัม เทกิล่า โซจู สาเก (ร้อยละ 26.10) ตามลำดับ



ภาพ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่แล้ว มีสาเหตุที่ทำให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3 อันดับแรก คือ ไปงานเลี้ยงฉลอง หรืองานสังสรรค์ตามเทศกาลต่าง ๆ (ร้อยละ 56.80) รองลงมา คือ เพื่อเป็นการผ่อนคลายลดความวิตกกังวล ลดความเครียด (ร้อยละ 47.17) และถูกชักชวนจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน ญาติ หรือคนในครอบครัว (ร้อยละ 43.03) ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นาน ๆ ครั้ง (ร้อยละ 39.69) รองลงมา ดื่มทุกเดือน (1 – 3 วัน/เดือน) (ร้อยละ 22.51) และ ดื่มทุกสัปดาห์ (1 – 2 วัน/สัปดาห์) (ร้อยละ 15.18) โดยดื่มในช่วงเวลา 17.01-20.00 น. มากที่สุด (ร้อยละ 51.43) รองลงมา ช่วงเวลา 20.01-24.00 น. (ร้อยละ 44.00) และช่วงเวลา 14.01-17.00 น. (ร้อยละ 1.58) สถานที่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ บ้าน/ที่พักตนเองมากที่สุด (ร้อยละ 40.82) รองลงมา ที่พักของคนรู้จัก เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน (ร้อยละ 22.06) และสถานบริการ ต่าง ๆ เช่น ผับ บาร์ คาราโอเกะ (ร้อยละ 18.79) ซึ่งพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใน 6 ชั่วโมง มากกว่าครึ่งหนึ่งเคยขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ (ร้อยละ 53.00) ส่วนของผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 68.56) และเคยได้รับผลกระทบ (ร้อยละ 31.44) โดยผลกระทบที่ได้รับจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3 อันดับแรก คือ ปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย (ร้อยละ 43.46) รองลงมา คือ ปัญหาด้านการเงิน (รายได้ - รายจ่าย) (ร้อยละ 37.88) และปัญหาด้านการทำงาน (ร้อยละ 19.22)

ส่วนของผลกระทบจากการที่ผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจ ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับผลกระทบจากการที่ผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 57.39) และเคยได้รับผลกระทบ (ร้อยละ 42.61) โดยผลกระทบที่ได้รับจากการที่ผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3 อันดับแรก คือ ถูกรบกวน สร้างความรำคาญ (ร้อยละ 61.61) รองลงมา คือ ปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในครอบครัว เช่น การทะเลาะวิวาทกันในครอบครัว (ร้อยละ 18.45) และปัญหาทางการเงิน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว (ร้อยละ 17.85)

3. การรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ทราบว่า มีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (ร้อยละ 66.36) และมีความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่ถูกต้องมากที่สุด 3 ประเด็นแรก คือ ประเด็นการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ตามกฎหมายว่าด้วยหอพักมากที่สุด (ร้อยละ 88.36) รองลงมา ประเด็นห้ามแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่าง (ขนาดทดลอง) (ร้อยละ 88.19) และประเด็นไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้ (ร้อยละ 84.99)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา) (ร้อยละ 56.95) และเคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00 - 14.00 น. และ 17.00 - 24.00 น. (ร้อยละ 52.65) อีกทั้งยังเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ (ร้อยละ 58.53)

สำหรับการพบเห็นสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3 อันดับแรก ได้แก่ หอพัก (ร้อยละ 36.55) รองลงมา บนทาง เช่น ทางเดินรถ ไหล่ทาง ทางเท้า (ร้อยละ 34.47) และสถานีขนส่งผู้โดยสาร (ร้อยละ 29.18)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการ ลด แลก แจก แถม หรือ จัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ (ร้อยละ 86.23)

4. การคัดกรองและการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการสอบถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัญหาจากการดื่มโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข (ร้อยละ 73.45)

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่แล้ว ส่วนใหญ่ไม่เคยมีความพยายามลด ละ เลิก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (ร้อยละ 60.31) แต่หากถามถึงสาเหตุที่คิดว่าจะลด ละ เลิก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในมุมมองของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่แล้ว และผู้ที่เคยดื่มแต่ไม่ดื่มใน 12 เดือนที่แล้ว พบว่า มีสาเหตุ 3 อันดับแรก คือ สิ้นเปลืองเงิน/ไม่มีเงินซื้อมากที่สุด (ร้อยละ 51.44) รองลงมา ปัญหาต่อสุขภาพ เกิดโรคต่าง ๆ เช่น ตับแข็ง อัมพาต (ร้อยละ 45.17) และเกิดอุบัติเหตุ (ร้อยละ 26.24) และผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้ารับการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 98.36) เนื่องจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่น้อย และไม่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จนติด

ด้านการรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งที่ไม่เคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 50.43) และกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งที่เคยรับรู้ (ร้อยละ 49.57) โดยรับรู้ผ่านช่องทาง 3 อันดับแรก คือ สื่อโทรทัศน์ (ร้อยละ 76.60) รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก ไลน์ และทวิตเตอร์) (ร้อยละ 48.27) และป้ายประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 45.91)

5. การรับรู้และความคิดเห็นต่อรูปภาพ

การรับรู้และความคิดเห็นที่มีต่อรูปภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในรูปภาพที่ปรากฏเครื่องหมายการค้า (Trademark) ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือมีสัญลักษณ์ (Sign) อาทิ รูปสัตว์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายการค้า อย่างชัดเจน จะเป็นรูปภาพที่สื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังภาพ 3



ภาพ 3 ความคิดเห็นต่อรูปภาพมุมมองการสื่อความหมายเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำหรับรูปภาพที่ปรากฏข้อความ คำพูด หรือคำคม (Quotes) ที่สื่อความหมายในลักษณะกำกวม รวมทั้งมีการปรากฏเครื่องหมายการค้า (Trademark) ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพียงบางส่วน จะเป็นรูปภาพที่สื่อความหมายว่าชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ดังภาพ 4



ภาพ 4 ความคิดเห็นต่อรูปภาพมุมมองการสื่อความหมายชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

6. การพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ด้านความคิดเห็นต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการควรแสดงคำเตือนผลกระทบด้านสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่อการควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ห้ามขายออนไลน์) ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเทศกาลปีใหม่ ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงสงกรานต์ ควรห้ามขาย – ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานกีฬา/สถานที่ออกกำลังกาย ทั้งของรัฐและเอกชน และควรห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง

7. การรับรู้เรื่องการสื่อสารรณรงค์ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่ามีการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกฐินปลอดเหล้า” (ร้อยละ 74.16) แต่ในส่วนการรับรู้เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ <http://TAS.go.th> นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่ทราบ (ร้อยละ 86.55) และไม่เคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS (ร้อยละ 97.27)

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 77.89) ส่วนช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สื่อโทรทัศน์ (ร้อยละ 32.00) รองลงมา สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์ เป็นต้น (ร้อยละ 20.90) และสื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) (ร้อยละ 9.73)

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดงานหรือกิจกรรมที่ส่วนราชการควรจัดเป็นงาน/กิจกรรมปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ งานประชุม/สัมมนา (ร้อยละ 73.13) รองลงมา คือ งานจัดกิจกรรมแข่งกีฬา (ร้อยละ 69.74) และงานกาชาด/งานประจำปี (ร้อยละ 56.70)

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 มีรายละเอียดดังนี้

8.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการห้ามขาย/ห้ามดื่ม/ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่

- 1) ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อทุก ๆ ช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ รวมถึงห้ามปิดป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งชุมชน ร้านค้า เป็นต้น
- 2) รัฐบาลควรมีมาตรการจำกัดการผลิตและห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชัดเจนและเด็ดขาดรวมถึงควรมีบทลงโทษที่รุนแรงแก่ผู้กระทำผิด
- 3) รัฐบาลควรจำกัดสถานที่ในการซื้อและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือให้จำหน่ายได้ในเฉพาะสถานที่ที่กำหนดไว้เท่านั้น

4) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ งานสังสรรค์ หรือวันสำคัญทางศาสนา

8.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์ ลด ละ เลิก ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่

- 1) ควรจัดกิจกรรมรณรงค์และประชาสัมพันธ์เรื่องการลด ละ เลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ
- 2) ควรรณรงค์เกี่ยวกับการขับขี้อุดมัย เมาไม่ขับ
- 3) ควรผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ปัญหาการทะเลาะวิวาท ปัญหาสุขภาพ และปัญหาอาชญากรรม เป็นต้น
- 4) ควรส่งเสริมสถาบันครอบครัวเพื่อให้พ่อแม่/ผู้ปกครองช่วยกันสอดส่องดูแลบุตรหลานรวมถึงให้คำแนะนำและเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุตรหลานในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 5) ควรรณรงค์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม เป็นต้น

8.3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ได้แก่

- 1) รัฐบาลควรบังคับใช้กฎหมายและลงโทษผู้กระทำความผิดอย่างจริงจัง
- 2) รัฐบาลควรจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้นเพื่อลดการบริโภคของประชาชน
- 3) รัฐบาลควรกำหนดให้ผู้ผลิตต้องทำฉลากหรือคำเตือนไว้ที่ผลิตภัณฑ์เพื่อลดแรงจูงใจในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

8.4 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย ดังนี้

1. สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- 1) ผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่น เป็นต้น
- 2) ประชาสัมพันธ์ข้อกำหนดเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อย่างชัดเจน เช่น การห้ามขายให้แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และช่วงเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 3) ควรประชาสัมพันธ์บทบาทและหน้าที่ขององค์กรในฐานะเป็นหน่วยงานที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนมากยิ่งขึ้น โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก ไลน์) เป็นต้น

2. สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรทำงานร่วมกันในด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระหว่างรัฐ (ผู้ทำหน้าที่ควบคุมหลัก) และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรเครือข่ายและภาคประชาสังคม ภายใต้เป้าหมายไม่ให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่ และการลดปริมาณของนักดื่มปัจจุบัน

3. กระบวนการที่จะทำให้เกิดการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพ ควรเริ่มจากการคัดกรองและให้คำแนะนำปรึกษา จากบุคลากรสาธารณสุขในทุกระดับ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่จะเข้ามามีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นบุคคลในพื้นที่เป็นที่รู้จักและใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ของตนได้เป็นอย่างดี

คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ได้มอบหมายให้ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” ดำเนินโครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับปฐมภูมิจากประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) โดยการใช้แบบสอบถามเพื่อนำข้อมูล ข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาใช้ในการพิจารณาการบังคับใช้กฎหมายตามที่บัญญัติไว้และมีการร่างอนุบัญญัติใหม่เพิ่มเติม นำไปสู่แนวทางในการดำเนินการมาตรการเพื่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สามารถลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนช่วยเสริมสร้างสุขภาพของประชาชน

ในโอกาสนี้ ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่ทำให้การดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ครั้งนี้สำเร็จลุล่วง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการสำรวจเป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคต

คณะผู้วิจัย

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ข
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	1
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	4
2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	8
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มและปัจจัยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	12
2.4 การป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	14
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	22
3.1 ขั้นตอนในการสำรวจ.....	22
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	23
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ.....	27
3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	27
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
3.6 การควบคุมคุณภาพของงานวิจัย	28
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	29
3.8 แผนการดำเนินงาน	29
บทที่ 4 ผลการสำรวจ.....	32
4.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง	33
4.2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	36
4.3 การรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	41
4.4 ความคิดเห็นต่อการคัดกรองและการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	45
4.5 การรับรู้และความคิดเห็นต่อรูปภาพ	49
4.6 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	60
4.7 การรับรู้และความคิดเห็นเรื่องการสื่อสารณรงค์ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	61
4.8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	64

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการสำรวจ อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	69
5.1 สรุปผลการสำรวจ	69
5.2 การอภิปรายผล.....	74
5.3 ข้อเสนอแนะ	77
5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย	78
บรรณานุกรม.....	79
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม	83
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ	107
ภาคผนวก ค รูปภาพประกอบสำหรับการตอบคำถาม	116
ภาคผนวก ง ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา.....	122
ภาคผนวก จ ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	136
ภาคผนวก ฉ การลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล	139

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 รายละเอียดของเนื้อหาที่ใช้ในการสำรวจ	2
ตาราง 2 ขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ	24
ตาราง 3 จังหวัดและขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ	24
ตาราง 4 ขนาดตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่เก็บข้อมูล	26
ตาราง 5 การเข้าร่วมประชุม	25
ตาราง 6 แผนการดำเนินงาน	30
ตาราง 7 จำนวนและร้อยละลักษณะข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง	33
ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ตัวอย่างพักอาศัยอยู่ จำแนกตามภูมิภาค	35
ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	36
ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของชนิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตัวอย่างดื่ม	36
ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของสาเหตุที่ทำให้ตัวอย่างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	37
ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	37
ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ย่อยเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด	38
ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ย่อยเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด	38
ตาราง 15 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังจากดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง	39
ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	39
ตาราง 17 จำนวนและร้อยละของผลกระทบที่เกิดจากผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	40
ตาราง 18 จำนวนและร้อยละของการรับรู้/รับทราบว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	41
ตาราง 19 จำนวนและร้อยละของการรับรู้/ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในประเด็นต่าง ๆ	41
ตาราง 20 จำนวนและร้อยละของการเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา เข้าพรรษา ออกพรรษา)	43
ตาราง 21 จำนวนและร้อยละของการเคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น.	43
ตาราง 22 จำนวนและร้อยละของการเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแก่บุคคล ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์	43
ตาราง 23 จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	44
ตาราง 24 จำนวนและร้อยละของการเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการ ลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ	45
ตาราง 25 จำนวนและร้อยละของการเคยได้รับการสอบถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัญหาจากการดื่มโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตาราง 26	จำนวนและร้อยละของการเคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา	46
ตาราง 27	จำนวนและร้อยละของสาเหตุที่จะทำให้ตัวอย่างลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	46
ตาราง 28	จำนวนและร้อยละของการเคยเข้ารับการรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	47
ตาราง 29	จำนวนและร้อยละของการเคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	48
ตาราง 30	จำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการชักจูงใจ ให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	49
ตาราง 31	ลำดับและร้อยละของรูปภาพจำแนกตามรูปภาพที่สื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รูปภาพที่สื่อความหมายว่าไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รูปภาพที่ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยตรงหรือโดยอ้อม และรูปภาพที่ไม่ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	57
ตาราง 32	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	60
ตาราง 33	จำนวนและร้อยละของการทราบว่ามีการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกินปลอดเหล้า”	61
ตาราง 34	จำนวนและร้อยละของการทราบว่ามีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิด ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ http://TAS.go.th	61
ตาราง 35	จำนวนและร้อยละของการเคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS	62
ตาราง 36	จำนวนและร้อยละของการรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	62
ตาราง 37	อันดับและร้อยละของช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	63
ตาราง 38	จำนวนและร้อยละของงานหรือกิจกรรมที่จัดโดยส่วนราชการควรเป็นงาน/กิจกรรม ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	63
ตาราง 39	จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการห้ามขาย/ห้ามดื่ม/ห้ามโฆษณา	64
ตาราง 40	จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์ ลด ละ เลิก ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ...	66
ตาราง 41	จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะอื่น ๆ	68

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

แอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพที่สำคัญ ทำให้เกิดโรคและการเจ็บป่วยกว่า 230 ชนิด ตามบัญชีการจำแนกโรคและปัญหาสุขภาพ (ICD-10) World Health Organization (2018, p. 3) ซึ่งทั่วโลก มีผู้เสียชีวิตด้วยโรคและการบาดเจ็บที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 3 ล้านคนต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 5.3 หรือ 1 ใน 20 ของการเสียชีวิตทั้งหมดทั่วโลก และสาเหตุของการตายก่อนวัยอันควรทั่วโลกประมาณ ร้อยละ 7.2 เกิดจากการตายด้วยโรคและความเจ็บป่วยจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่เป็นการเสียชีวิตด้วยสาเหตุของการบาดเจ็บทั้งจากอุบัติเหตุจราจรและการฆ่าตัวตาย สำหรับประเทศไทย การเสพติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุอันดับหนึ่งของการสูญเสียปีสุขภาวะ Disability Adjusted Life Year: DALY) ในผู้ชายไทยรอบ 10 ปีที่ผ่านมา (ประมาณ 6.2 ล้านคนต่อปี)

ดังนั้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เพื่อเป็นเครื่องมือในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551 เป็นต้นมา เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ และช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชน โดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย และปัจจุบันธุรกิจแอลกอฮอล์ได้ทำการขยายตลาดไปอย่างรวดเร็ว มีช่องทางการสื่อสารหรือโฆษณาที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักดื่มหน้าใหม่ ด้วยเหตุนี้ สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงได้พัฒนาอนุบัญญัติ กฎระเบียบย่อย โดยอาศัยอำนาจตามความในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีความครอบคลุม ทันท่วงที และรัดกุมมากยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ สร้างความตระหนักปลูกจิตสำนึกใหม่ การมีส่วนร่วมพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

ในการนี้ สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้มอบหมายให้ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เพื่อนำข้อมูล ข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาใช้ในการพิจารณาการบังคับใช้กฎหมายตามที่บัญญัติไว้และมีการร่างอนุบัญญัติใหม่เพิ่มเติม เพื่อเป็นการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนช่วยเสริมสร้างสุขภาพของประชาชน และสร้างความตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยง่าย

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ดำเนินการสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขอบเขตการดำเนินงานดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จะครอบคลุมเนื้อหาสาระสำคัญ 6 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย

ตาราง 1 รายละเอียดของเนื้อหาที่ใช้ในการสำรวจ

ประเด็นการสำรวจ	รายละเอียดของเนื้อหา
พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	(1) การเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) สาเหตุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (3) ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (4) พฤติกรรมการขับขี่ยานยนต์/รถจักรยานยนต์ ภายใน 6 ชั่วโมง หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (5) สถานที่ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (6) ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
การรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	(1) การรับทราบว่ามิพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (2) การรับรู้เกี่ยวกับวิธีการและลักษณะการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (3) ช่วงเวลาที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
การบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	(1) ความคิดเห็นต่อการเข้ารับบริการคัดกรองปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) ความพยายามที่จะลด ละ เลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (3) สาเหตุที่ทำให้ต้องการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (4) การได้รับการบำบัดรักษาปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (5) การรับรู้และช่องทางในการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 1 (ต่อ) รายละเอียดของเนื้อหาที่ใช้ในการสำรวจ

ประเด็นการสำรวจ	รายละเอียดของเนื้อหา
การโฆษณาและการสื่อสารการตลาด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	(1) ความคิดเห็นต่อรูปภาพโฆษณาที่มีความเกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวนไม่น้อยกว่า 30 ภาพ (โดยทางผู้ว่าจ้างเป็นผู้กำหนดรูปภาพ)
การพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	(1) การใช้ภาพคำเตือนด้านสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) มาตรการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อออนไลน์ (3) การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงปีใหม่ – สงกรานต์ (4) การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง (5) มาตรการห้ามขาย - ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสนามกีฬา
การสื่อสารรณรงค์	(1) การรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานกฐินปลอดเหล้า (2) การสื่อภาพลักษณ์และรับรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (3) การรณรงค์เกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS (4) การประชาสัมพันธ์ในประเด็นที่ประชาชนต้องการให้ทางสำนักงานฯ มีเพิ่มขึ้น และผ่านช่องทางที่เหมาะสม (5) การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์หรืองานเลี้ยงโดยหน่วยงานราชการปลอดเหล้า

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่

1) ประชากรเป้าหมาย (Target Population)

ประชากรเป้าหมายในการสำรวจครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

2) ด้านพื้นที่

การสำรวจครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ในการสำรวจ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และพื้นที่ครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย จำนวน 24 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ แพร่ อุตรดิตถ์ พิชณุโลก ชัยนาท นครสวรรค์ ปทุมธานี สระบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี สมุทรปราการ ชลบุรี ขอนแก่น ร้อยเอ็ด อุดรธานี เลย นครราชสีมา ชัยภูมิ อุบลราชธานี ยโสธร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี สงขลา และพัทลุง

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาดำเนินการสำรวจและจัดทำรายงานความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ระยะเวลาทั้งสิ้น 124 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจ มีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 2.1 ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 2.2 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 2.3 ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การดื่มและปัจจัยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 3.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
4. การป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 4.1 นโยบายและมาตรการป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1.1 ความหมายของทัศนคติ

ราชบัณฑิตยสถาน (2546: 521) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ทัศนคติ” หมายถึง แนวความคิดเห็นที่บุคคลได้รับหรือเรียนรู้มา และเป็นแบบอย่างในการแสดงปฏิกิริยาสนับสนุนหรือเป็นปฏิปักษ์ต่อบางสิ่งบางอย่างหรือต่อบุคคลบางคน ทัศนคติสามารถเห็นได้จากพฤติกรรมการแสดงออกมา

ทัศนคติ คือ ความรู้สึกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น สิ่งของ การบริการที่สามารถแสดงความรู้สึกนั้นออกมาได้ทั้งในทางบวกหรือทางลบ โดยที่ความรู้สึกเหล่านี้ค่อนข้างมีความคงทนถาวรหรือเปลี่ยนแปลงได้ยาก และมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลในอนาคต (Fishbein and Ajzen, 1975: 6; Schiffman and Kanuk, 2000: 200; Solomon, 2002: 198; Kotler, 2000: 175)

ทัศนคติมีแหล่งที่มาจากหลายแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นมาจากประสบการณ์ส่วนบุคคล จากครอบครัว หรือจากข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่ง Schiffman and Kanuk (2000: 200 - 201) สรุปลักษณะที่สำคัญของทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง (Attitude Object) ซึ่งอาจรวมถึงสินค้า ประเภทของสินค้า การใช้สินค้า ตราสินค้า บริการ บุคคล ชี้นำโฆษณา ราคา สื่อโฆษณา เป็นต้น

2. ทักษะเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ (Attitude are a Learned Predisposition) กล่าวคือ ทักษะเป็นผลมาจากการเรียนรู้ อาจจะได้รับมาจากประสบการณ์โดยตรงจากตัวสินค้า หรือเป็นข้อมูลที่ได้รับมาจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อนและสมาชิกในครอบครัว หรืออาจมาจากการเปิดรับสื่อโฆษณาต่าง ๆ

3. ทักษะเป็นสิ่งที่หรือเปลี่ยนแปลงยาก (Attitude have Consistency) ลักษณะของทักษะคือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มที่จะ แต่ไม่จำเป็นต้องสามารถเปลี่ยนแปลงได้

4. ทักษะเกิดขึ้นภายในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a Situation) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ ตัวอย่างเช่น หากผู้บริโภคมีทักษะที่ดีต่อตราสินค้าและในสถานการณ์ปกติผู้บริโภคคนนั้นคงต้องมีพฤติกรรมการซื้อตราสินค้านั้น แต่หากเป็นช่วงเศรษฐกิจตกต่ำทำให้บุคคลนั้นจะต้องประหยัดค่าใช้จ่าย ก็อาจจะทำให้ผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้าอื่นที่มีราคาถูกกว่า

2.1.2 การเกิดทักษะ (Attitude Formation)

ดาร์ลคิง ชัยสนิท และคณะ (2543: 23) กล่าวว่า ทักษะเป็นการเรียนรู้ (Learning) แหล่งทักษะ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย แหล่งที่ทำให้เกิดทักษะที่สำคัญ มีดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) หมายถึง เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดี จะทำให้บุคคลนั้นเกิดทักษะต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ (Communication from Other) หมายถึง การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ ทำให้เกิดทักษะจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) หมายถึง การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทักษะขึ้นได้ โดยขั้นแรกเมื่อมีเหตุการณ์บางอย่างเกิดขึ้น บุคคลจะสังเกตว่าคนอื่น ๆ ปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลเหล่านั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปแบบของทักษะ

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านั้นจะเป็นแหล่งที่มีและสนับสนุนให้เกิดทักษะบางอย่างขึ้นได้

2.1.3 หน้าที่ของทักษะ

Katz (1960, as cited in Assel, 2004; Solomon, 2007) ได้พัฒนาทฤษฎีเกี่ยวกับหน้าที่ของทักษะ (Function Theory of Attitude) โดยกล่าวว่า หน้าที่ของทักษะนั้น จะเกิดจากแรงจูงใจของผู้บริโภคแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 หน้าที่ ได้แก่

1. **หน้าที่ในด้านคุณประโยชน์ใช้สอย (Utilitarian Function)** เป็นการให้หลักการของการได้รับรางวัลและการถูกลดโทษหน้าที่นี้จะทำให้ผู้บริโภคได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนจากคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ อาจกล่าวได้ว่า เมื่อผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าก็จะเกิดขึ้นได้ แต่ในทางกลับกัน หากผู้บริโภคมีทัศนคติในทางลบต่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์นั้น ย่อมไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้

2. หน้าที่ในการแสดงออกถึงคุณค่า (Value – expressive Function) หมายถึง การที่ทัศนคติถูกสร้างขึ้นเพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวเอง ซึ่งก็คือ คุณค่าในตัวผู้บริโภคที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์และค่านิยมของผู้บริโภค ดังนั้นทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าไม่ได้เกิดจากประโยชน์ของสินค้าแต่อย่างใด แต่เกิดขึ้นเพื่อแสดงออกถึงตัวตนที่แท้จริงของผู้บริโภค โดยเฉพาะการสร้างทัศนคติต่อตราสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูง เช่น บุคคลซื้อปากกา Montblanc เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์และรสนิยมที่หรูหราของตนเอง เป็นต้น

3. หน้าที่การปกป้องตัวเอง (Ego – defensive Function) หมายถึง การที่ทัศนคติถูกสร้างขึ้นมาเพื่อปกป้องตนเองจากสิ่งรบกวนภายนอก หรือความรู้สึกที่ไม่มั่นคงภายใน ซึ่งความรู้สึกเหล่านั้นทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่แน่ใจและไม่เป็นที่ยอมรับในสังคม ดังนั้นผู้บริโภคจึงเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้ เช่น น้ำยาดับกลิ่นปาก น้ำยาดับกลิ่นกาย เป็นต้น

4. หน้าที่ในการให้ความรู้ (Knowledge Function) หมายถึง การที่ทัศนคติถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลในการทำความเข้าใจสิ่งต่าง ๆ รอบตัว โดยทัศนคติช่วยในการประเมินและจัดระเบียบข้อมูลได้อย่างมากมายในแต่ละวัน ซึ่งผู้บริโภคจะทำการรวบรวมข้อมูลที่ตนสนใจ และตรงกับความต้องการของตน รวมทั้งเพิกเฉยต่อข้อมูลที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง ทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสนและสร้างความมั่นใจในการเข้าถึงข้อมูลหรือสิ่งต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น

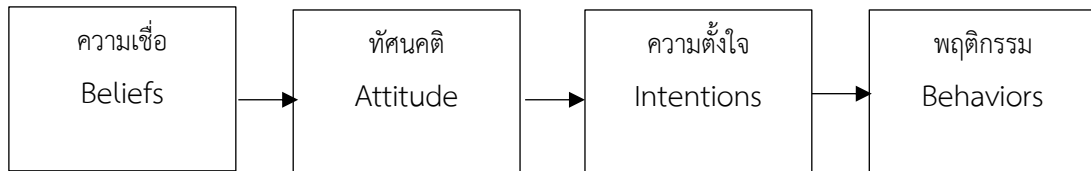
2.1.4 โมเดลโครงสร้างทัศนคติ

การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจในแนวคิดเรื่องทัศนคติ และการสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้บริโภค ตลอดจนการทำนายพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้บริโภคนั้น ได้มีนักคิดที่อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติอยู่ 2 แนวคิดหลัก ๆ คือ แนวคิดทัศนคติด้วยองค์ประกอบเดียว (Unidimensionalist View of Attitude) และแนวคิดทัศนคติด้วยองค์ประกอบสามประการ (Tricomponent Attitude Model: ABC Model) ซึ่งแนวคิดทั้งสองนี้บ่งชี้ว่ามีบทบาทสำคัญต่อการศึกษาเรื่องทัศนคติในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก เช่น พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค การสื่อสารการตลาด เป็นต้น (Kotler, 2000) โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงรายละเอียดทั้ง 2 แนวคิดดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติด้วยองค์ประกอบเดียว (Unidimensionalist View of Attitude)

ภายใต้มุมมององค์ประกอบเดียวของทัศนคติ องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Conative Component) จะถูกดึงออกมาจากองค์ประกอบของทัศนคติ โดยองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจจะหมายถึง ความเชื่อ (Beliefs) และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม จะหมายถึง ความตั้งใจซื้อ (Intentions) และพฤติกรรมการซื้อ (Behaviors) ดังนั้น จากมุมมองนี้ทัศนคติจึงหมายถึงองค์ประกอบด้านความรู้สึกเท่านั้น ความเชื่อและพฤติกรรมไม่ได้เป็นองค์ประกอบของทัศนคติแต่อย่างใด หากแต่ความเชื่อเป็นเหตุให้เกิดทัศนคติ ส่วนความตั้งใจซื้อและพฤติกรรมก็เป็นผลของทัศนคตินั้นเอง ดังนั้นจะเห็นได้ว่า มุมมองนี้ย่อมแตกต่างจากมุมมองสามองค์ประกอบของทัศนคติ

ที่เชื่อว่าทัศนคติจะต้องเกิดขึ้นจากองค์ประกอบในด้านความเชื่อ ความรู้สึกและพฤติกรรมร่วมกันในการสร้างทัศนคติ (Lutz, in Kassarian and Robertson, editors, 1991: 320) ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แบบจำลองมุมมององค์ประกอบเดียวของทัศนคติ

ที่มา: Lutz , in Kassarian and Robertson, editors, 1991: 320

2. ทัศนคติด้วยองค์ประกอบสามประการ (Tricomponent attitude model: ABC model)

Schiffman and Kanuk (2000: 236 - 237) ได้กล่าวว่า ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ

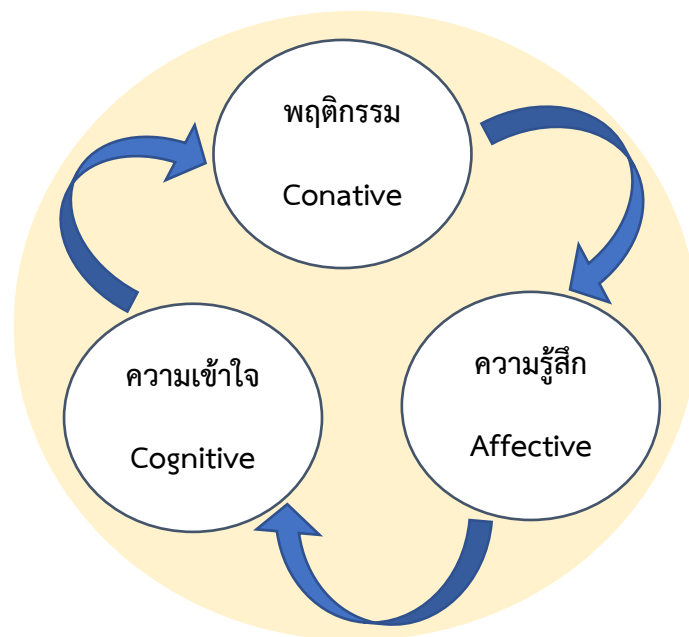
1. ความเข้าใจ (Cognitive Component) แสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs) ที่ผู้บริโภคมีต่อความคิดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก หรือก็คือความรู้และการรับรู้ที่รับจากการประสบกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคล และมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้น การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่งหรือพฤติกรรมเฉพาะอย่าง อันจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ความรู้สึก (Affective Component) แสดงถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และสามารถประเมินทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้นได้ โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย สภาพที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ได้แก่ ความสุข ความเศร้า ความอาย ความรังเกียจ ความกังวล ความประหลาดใจ ซึ่งสภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือลบ และประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจ โดยการวัดการประเมินผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาศัยเกณฑ์ ดี-เลว ยินดี-ไม่ยินดี

3. พฤติกรรม (Conative Component หรือ Behavior หรือ Doing) แสดงถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to Buy) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

ดังนั้น องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นความรู้และการรับรู้ ซึ่งบุคคลได้รับมาจากการประสบกับประสบการณ์โดยตรงจากสินค้า หรือแหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งเป็นความเชื่อ (Beliefs) ของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในองค์ประกอบที่สอง องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective

Component) ซึ่งเป็นความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือตราสินค้าใด ตราสินค้าหนึ่งในลักษณะของความชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี ซึ่งเป็นสิ่งที่สืบเนื่องมาจากการประเมินความรู้และความเชื่อที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้านั้น ๆ และองค์ประกอบสุดท้าย คือ องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Conative Component) องค์ประกอบนี้เป็นแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะกระทำหรือแสดงพฤติกรรมในลักษณะที่สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งในทางการวิจัยตลาดและวิจัยผู้บริโภค องค์ประกอบด้านพฤติกรรมหมายถึงความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Intention to Buy) ตัวอย่างเช่น หากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าใด นั่นหมายความว่า ผู้บริโภคจะต้องมีความรู้หรือความเชื่อในตราสินค้านั้น ซึ่งจะนำไปสู่ความรู้สึกชื่นชอบในตราสินค้า อันจะส่งผลต่อการมีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อตราสินค้านั้นตามมาด้วยเช่นกัน นั่นคือทัศนคติจะต้องมีครบทั้งสามองค์ประกอบ ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 แบบจำลองสามองค์ประกอบของทัศนคติ

ที่มา: Schiffman and Kanuk (2000: 203)

2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.2.1 ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

องค์การอนามัยโลก (2001. p.1 อ้างอิงจาก ชฎิล สมรภูมิ, 2554) ได้ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Beverages) ว่าเป็นของเหลวที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ชนิดดื่มหรือเอทานอล (Ethanol) ส่วนใหญ่ได้มาจากการหมักหรือได้จากการหมักแล้วกลั่น สำหรับประเทศไทยมีการใช้คำว่า “สุรา” เช่นเดียวกับคำว่า “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ดังเช่น พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ให้ความหมายของสุรา หมายความว่ารวมถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้

เช่นเดียวกับน้ำสุรา หรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุรา แต่ไม่รวมถึงเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกินศูนย์จุดห้าดีกรี

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของ สุรา และแอลกอฮอล์ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546, หน้า 1207) ดังนี้

สุรา หมายถึง เหล้า น้ำเมาที่ได้มาจากการกลั่น

แอลกอฮอล์ หมายถึง สารอนินทรีย์ชนิดหนึ่ง ลักษณะเป็นของเหลว กลิ่นฉุน ระเหยได้ง่าย มีจุดเดือดที่อุณหภูมิ 78.5 องศาเซลเซียส มีชื่อเต็มว่า “เอทิลแอลกอฮอล์” โดยปกติเกิดจากการหมักสารประเภท แป้งหรือน้ำตาลผสมยีสต์ ซึ่งเรียกว่า “แป้งเชื้อ” หรือ “เชื้อหมัก” เป็นองค์ประกอบสำคัญของสุรา เมื่อดื่มเข้าไปจะออกฤทธิ์ทำให้เกิดอาการมึนเมา ใช้ประโยชน์ในการเป็นตัวทำละลายและเป็นเชื้อเพลิง เป็นต้น

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายความว่า สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

จากความหมายทั้งหลายสามารถสรุปได้ว่า “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” หรือ “สุรา” หมายถึง เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์ ที่ได้มาจากการหมักหรือการกลั่น ใช้เพื่อการดื่มหรือกินเท่านั้น และเมื่อดื่มเข้าไปแล้วก่อให้เกิดอาการมึนเมา

2.2.2 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสุรา ที่สังคมไทยและประชาคมทั่วโลกบริโภคอยู่นั้น มีมากมายหลายชนิดและมีความแตกต่างกันออกไป ทั้งในปริมาณของแอลกอฮอล์ วัสดุที่ใช้ รวมไปถึงขั้นตอนและวิธีการผลิตซึ่งสามารถแยกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สุราประเภทที่กลั่นแล้ว และสุราหมัก (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2549, หน้า 3)

1. สุราประเภทที่กลั่นแล้ว ได้แก่

1.1 เหล้าบรันดี เป็นสุราประเภทกลั่นที่รสเยี่ยมที่สุดและมีราคาแพง เนื่องจากเป็นเหล้าที่กลั่นจากองุ่น มีกรรมวิธีการผลิตและขั้นตอนในการบ่ม

1.2 วิสกี้ เป็นสุราประเภทกลั่นที่ทำมาจากข้าว ไม่ว่าจะเป็นข้าวบาร์เลย์ ข้าวไรย์ ข้าวโอ๊ต ข้าวโพด หรือข้าวเหนียว โดยนำมาหมัก กลั่น แล้วนำไปบ่ม

1.3 เหล้ารัม เป็นสุราที่กลั่นมาจากน้ำอ้อย กากน้ำตาล และน้ำเชื่อม และอาจจะผสมกับผิวส้มและผลไม้อื่น ๆ เพื่อให้ได้รสชาติที่ดีขึ้น

1.4 วอดก้า เป็นสุราที่มีลักษณะคล้ายวิสกี้ ทำมาจากข้าวสาลี แต่มีปริมาณแอลกอฮอล์สูงกว่าวิสกี้

1.5 เหล้าค็อกเทล คือ การนำเอาเหล้าหลายชนิดมาผสมตามสูตร แล้วแต่รสนิยมของผู้ดื่ม

1.6 เหล้าขาว เป็นเหล้าที่ผลิตมากในเอเชีย เหล้าจีนที่เรียกว่า สาเก ก็รวมอยู่ในสุราประเภทนี้ เหล้าขาวทำมาจากกากน้ำตาล ข้าว น้ำตาลมะพร้าว ตาลโดนด

2. สุราหมัก ได้แก่

2.1 แชมเปญ เป็นเหล้าหมัก คือ เป็นสุราที่ผ่านกระบวนการกลั่น ทำมาจากองุ่น มีลักษณะพิเศษ คือ จะมีฟองก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ผสมอยู่คล้ายเปียร์

2.2 ไวน์ คือ เหล้าผลไม้หมักที่เก่าที่สุดในโลก วัตถุดิบในการทำไวน์ คือ องุ่น ไวน์ต่างจากแชมเปญตรงที่ไวน์ไม่มีฟอง กรรมวิธีในการผลิตก็ไม่ซับซ้อนเท่ากับแชมเปญ

2.3 เบียร์ เป็นสุราที่มีการบริโภคสูงสุด เบียร์ทำมาจากข้าวบาร์เลย์ หมัก อบ และบด ต้มให้สุกแล้วใส่ถังหมัก เมื่อหมักเสร็จแล้วจึงใส่เชื้อยีสต์

2.4 เหล้าหมักพื้นบ้าน เหล้าชนิดนี้ผลิตขึ้นง่าย ๆ โดยใช้ข้าว ตีกร (Prool) คือ ความเข้มข้นเป็นร้อยละของปริมาณแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในเครื่องดื่ม เช่น เหล้า 100 ตีกร หมายถึง เหล้าที่มีแอลกอฮอล์ 100 ส่วน ผสมน้ำ 100 ส่วน ส่วนเหล้า 80 ตีกร หมายถึง เหล้าที่มีแอลกอฮอล์ 80 ส่วน ผสมน้ำ 100 ส่วน โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชนิดจะมีตีกรต่างกัน

2.2.3 ผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์

เป็นที่ยอมรับทั่วไปว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อผลเสียต่อสุขภาพ แต่แนวโน้มจำนวนผู้ดื่ม และปริมาณการดื่มกลับเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจน การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งในเชิงสุขภาพและสังคมในหลายด้าน ได้แก่

1. ผลกระทบทางด้านสุขภาพ

World Health Organization (2018, p. 3) การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุการณเกิดโรคและการเจ็บป่วยมากกว่า 230 ชนิด เช่น กลุ่มโรคที่เกิดจากแอลกอฮอล์โดยตรง เช่น โรคจิตจากสุรา โรคติดสุรา โรคใช้สุราเกินขนาด ประสาทเสื่อมจากสุรา โรคกล้ามเนื้อหัวใจเสื่อมจากสุรา โรคกระเพาะอักเสบจากสุรา โรคตับแข็งจากสุรา อาการระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสูงเกิน และอาการเอทานอลและเมทานอลเป็นพิษ กลุ่มโรคที่ได้รับอิทธิพลจากแอลกอฮอล์ เช่น มะเร็งช่องปาก มะเร็งตับ มะเร็งเต้านมในผู้หญิง มะเร็งกระเพาะ มะเร็งลำไส้ใหญ่ มะเร็งรังไข่ โรคเลือดออกในสมอง โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจเต้นไม่สม่ำเสมอ โรคหัวใจล้มเหลว กลุ่มโรคความผิดปกติของเด็กในครรภ์ที่มารดาดื่มแอลกอฮอล์ โรคซึมเศร้า โรคลมชัก โรคตับอ่อนอักเสบแบบเฉียบพลันและแบบเรื้อรัง เป็นต้น และกลุ่มผลกระทบต่อสุขภาพแบบฉับพลัน เช่น อุบัติเหตุ การถูกสารพิษ การฆ่าตัวตาย ความรุนแรงและการทำร้าย เป็นต้น

กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (2558) ศึกษาปัญหาสุขภาพที่เกิดจากพฤติกรรมการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย พบว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือกลุ่มโรค NCDs หลายชนิด ซึ่งประกอบด้วยโรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดสมองโรคซึมเศร้า และ กลุ่มโรคมะเร็ง ได้แก่ โรคมะเร็งตับ โรคมะเร็งลำคอ โรคมะเร็งปากและลำคอโรคมะเร็งหลอดอาหาร โรคมะเร็งลำไส้ใหญ่และทวารหนัก โรคมะเร็งกล่องเสียง และโรคมะเร็งเต้านม เป็นต้น

2. ผลกระทบด้านจิตใจ

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (2551 หน้า 49) ได้วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงจากการดื่มสุราหรือการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย พบว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีสารพิษที่เข้าทำลายสารเคมีในสมองที่ช่วยให้คนเรา มีจิตใจและอารมณ์อ่อนไหว ความอดทนต่อภาวะเครียดหรือกดดันมีน้อยลง ขาดสมาธิ นำไปสู่บุคลิกภาพเสื่อมโทรม และในวัยรุ่น อายุ 13 – 18 ปี ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะก่อให้เกิดปัญหาด้านจิตใจ คือ จะมีการย่ำคิดย่ำทำ ซึมเศร้า และวิตกกังวล สำหรับผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มมีภาวะติดสุรามักมีอาการของโรคจิตแทรกซ้อนได้ถึงร้อยละ 47 และพบในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะโรคทางอารมณ์ที่พบบ่อยคือ โรคซึมเศร้า อาการของโรควิตกกังวล โรคบุคลิกภาพ ปรวนแปร พบมากในผู้ติดสุราตั้งแต่อายุยังน้อย

3. ผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนด้านคดียาเสพติดและการเกิดอาชญากรรม

กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน (2550) สำรวจพฤติกรรมเด็กและเยาวชน ในสถานพินิจ พ.ศ. 2549 มีเด็กและเยาวชนทั้งสิ้น 6,126 คน แบ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ 4,455 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 และไม่เคยมีประสบการณ์ดื่ม 1,671 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ขณะที่ผลจากการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2547 พบว่าเด็กและ เยาวชน ทั่วไปอายุ 11-19 ปี ยังไม่เคยมีประสบการณ์ดื่มเลยถึงร้อยละ 91.7 และเคยมีประสบการณ์ดื่มเพียง ร้อยละ 8.3 หมายถึงเด็กและเยาวชนในสถานพินิจมีประสบการณ์การดื่มมากกว่าเด็กและเยาวชนทั่วไป ในวัยเดียวกันเกือบ 9 เท่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เยาวชนยอมรับว่าตนเองดื่มเบียร์ ร้อยละ 87.4 ดื่มวิสกี้และบรันดี ร้อยละ 76.0 และดื่มเหล้าขาวและยาตองเหล้า ร้อยละ 61.0 ส่วนการยอมรับว่าตนเอง กระทำความผิดลดลงตามระยะเวลาหลังการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยยอมรับว่ากระทำความผิดขณะดื่ม ร้อยละ 34.8 ขณะที่ร้อยละ 40.8 ระบุว่ากระทำความผิดภายใน 5 ชั่วโมง หลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับระดับความรุนแรงของการกระทำความผิดของเด็กและเยาวชนเด็ก

4. ผลกระทบด้านปัญหาความรุนแรงในครอบครัว

พระมหาศุภมณ พญานาม (2557) ศึกษาสภาพและปัญหาการดื่มสุราในสังคมไทย พบว่า การดื่มสุราทำให้เกิดวัฒนธรรมความเชื่อคิดว่าการดื่มสุราเป็นวัฒนธรรมและเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตเป็น ธรรมเนียมปฏิบัติที่แทรกซึมอยู่ในทัศนคติ จนทำให้ผู้คนในสังคมมองว่าการดื่มเป็นเรื่องปกติ และอาจนำมาซึ่ง ผลกระทบของความรุนแรงในครอบครัวหลายประการ ได้แก่ 1) การล่งละเมิด ชูเชื้อ 2) การทำร้ายคนใน ครอบครัว เช่น ใช้กำลังทำร้ายทุบตีภรรยา 3) การทำร้ายจิตใจ เช่น การนอกใจภรรยา ด่าทอ คุกเขี่ยดุด่า ทรมาน ทำให้อับอาย เศร้าเสียใจ มึนตึ๊งไม่พูดด้วย 4) การปิดกั้นโอกาสทางสังคม ไม่ให้ติดต่อกับเพื่อนญาติพี่น้อง หรือสังคมภายนอก 5) การไม่รับผิดชอบครอบครัว ซึ่งเป็นเรื่องของความควบคุมทางการเงินเพื่อให้ต้องพึ่งพา ทางเศรษฐกิจจากอีกฝ่ายหนึ่ง และ 6) การล่งละเมิดทางเพศในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การข่มขืนบังคับใจภรรยา ให้มีเพศสัมพันธ์แบบวิบัติ และการขายลูกสาว เป็นต้น

5. ผลกระทบทางด้านอุบัติเหตุ

อธิป ต้นอารีย์ และพลเทพ วิจิตรคุณากร (2562, หน้า 360) ศึกษาสถานการณ์การบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และดัชนีความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ของจังหวัดในประเทศไทย ข้อมูลการสำรวจ พ.ศ. 2560 พบว่า การดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับขี่ยานพาหนะเป็นสาเหตุหลักของการเกิดอุบัติเหตุในท้องถนน ซึ่งมักมีการสูญเสียต่าง ๆ ตามมาไม่ว่าจะเป็นทรัพย์สิน การบาดเจ็บ พิการจนกระทั่งการสูญเสียชีวิตก่อนวัย อันควร การดื่มสุราหรือเครื่องดื่มมีผลต่อสมรรถภาพของการขับขี่ยานพาหนะลดลง ทำให้การควบคุมตัวเอง ผิดปกติ และอาจเกิดประสาทหลอน

6. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

อัญญา ณ ระนอง (2551, หน้า 91) ชี้ให้เห็นว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีผลกระทบทางตรงต่อความยากจนไม่มากเท่ากับผลกระทบที่มีต่อสุขภาพผลิตภาพการทำงาน โดยการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อเศรษฐกิจของครัวเรือนในระยะยาว หรือผลทางอ้อมที่มีต่อการตายและ การบาดเจ็บที่เกิดจากอุบัติเหตุ นอกจากนี้ยังพบว่า คนไทยจำนวนมากยังมีความคิดว่าการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เป็นเรื่องธรรมดาในสังคมไทย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการดื่มและปัจจัยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีมาแต่ช้านาน โดยมักดื่มในเทศกาลและวาระต่าง ๆ ในงานเลี้ยงสังสรรค์หรืองานฉลองตามประเพณีต่าง ๆ มักจะพบเห็นการดื่มเป็นเรื่องปกติ โดยสรุปพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามแนวคิดทางสังคมศาสตร์เชื่อว่า พฤติกรรมของบุคคลย่อมถูกกำหนดโดยสังคมวัฒนธรรม กล่าวคือ บุคคลจะเลียนแบบที่จะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแบบแผนที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับ ดังนั้น ยิ่งพฤติกรรมใดที่สังคมมีการให้ความหมาย ให้คุณค่าสูง บุคคลก็จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ มากขึ้น พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เช่นกัน คนไทยรู้จักการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อม ๆ กับการปลูกข้าว โดยเครื่องดื่มชนิดแรกที่คนไทยรู้จัก คือ สุรากระแช่หรือน้ำตาลเมา แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า พฤติกรรมการดื่มของคนไทยในอดีตไม่แพร่หลายมากนัก หากแต่ความนิยมดื่มแอลกอฮอล์แพร่หลายในช่วงรัตนโกสินทร์ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมดังกล่าวสัมพันธ์กับเงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้คนไทยเริ่มหันมาดื่มเพิ่มขึ้น อีกทั้งประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็มีหลากหลายตามความหมายที่สังคมให้ไว้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกตัวอย่างเช่น

1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกจัดให้มีสถานภาพเทียบเท่ากับน้ำ น้ำผลไม้ และน้ำอัดลม เห็นได้จากการได้ชื่อว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นเครื่องดื่มประเภทหนึ่ง ปกติแล้วสามารถดื่มประกอบมื้ออาหารได้ ก็สามารถดื่มได้ในสถานการณ์ทั่ว ๆ ไป

2. การใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ของการเลื่อนสถานภาพ กล่าวคือ เมื่อเด็กมีการเติบโตถึงช่วงหนึ่งก็มักจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเชื่อว่าพฤติกรรมนี้เป็นพฤติกรรมของผู้ใหญ่ เมื่อเขาบริโภคได้ก็มีความหมายว่าตนเป็นผู้ใหญ่แล้ว ความเชื่อที่ว่านี้รวมไปถึงความต้องการที่จะแสดงออกของความรับผิดชอบและอิสระจากการดูแลของผู้ปกครอง การใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจุบันมีการพบแนวโน้มที่สูงขึ้นในกลุ่มเพศหญิง ด้วยลักษณะที่มีการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ของการเลื่อนสถานภาพ ยังมีอีกประเภทหนึ่งก็คือ การใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อเลื่อนสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจของบุคคล ปัจจุบันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางชนิดจะหมายถึงการเป็นสมาชิกของชั้นชนทางสังคม เช่น สุราขาวเป็นสุราของชนชั้นล่างที่มีระดับฐานะเศรษฐกิจต่ำ แต่สุราต่างประเทศเป็นสุราของชนชั้นสูงหรือชนชั้นกลางที่มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี

3. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นเพศชาย และดื่มทุกสถานที่กับกลุ่มเพื่อนของเพศชาย ไม่ว่าจะโสดหรือมีครอบครัวแล้วก็มีนัยของความเป็นอิสระจากอำนาจของครอบครัวเช่นกัน ในปัจจุบันมีการแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าเครื่องดื่มประเภทนั้นควรเป็นของเพศใด เช่น บรันดีเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเพศชาย ในขณะที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีรสหวาน มีระดับแอลกอฮอล์ต่ำกว่าจะเป็นของเพศหญิง

4. การใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ของความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ พบว่าในอดีตสังคมส่วนใหญ่ยังไม่เห็นด้วยกับการให้ผู้หญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความเชื่อและค่านิยมของสังคมไทยเชื่อว่าผู้หญิงต้องเป็นกุลสตรี ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากผู้หญิงใดดื่มเครื่องดื่ม ถือว่าเป็นผู้หญิงไม่ดี ไม่เรียบร้อย ขาดคุณสมบัติการเป็นกุลสตรี ผู้ชายจึงได้รับการยอมรับในการดื่มมากกว่าเพศหญิง การดื่มจึงเป็นสัญลักษณ์ของเพศชาย แต่ในปัจจุบันความคิดและความเชื่อนั้นเปลี่ยนไป พบว่าเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะดื่มมากขึ้น ซึ่งแสดงถึงความเท่าเทียมที่เพศหญิงที่สามารถทำได้เหมือนอย่างเพศชาย

5. การใช้เครื่องตี้มแอลกอฮอล์เพื่อสื่อความสัมพันธ์ทางสังคมและความสำเร็จทางธุรกิจการงาน เช่น การเจรจาต่อรองหรือการพิจารณาเรื่องสำคัญทางธุรกิจอย่างไม่เป็นทางการ นอกจากนั้น การตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ถูกให้ความหมายโดยนัยว่าต้องมีผู้ร่วมตี้ม เป็นเรื่องของพฤติกรรมร่วมของบุคคล การตี้มตามลำพังถูกสังคมไทยให้ความหมายว่าผิดปกติ ดังนั้นการตี้มจึงเป็นความเกี่ยวพันกับความสัมพันธ์ทางสังคมได้ ซึ่งในบางวัฒนธรรม หากบุคคลปฏิเสธไม่ตี้มที่ผู้หยิบยื่นให้ ก็จะมีหมายถึงการปฏิเสธความสัมพันธ์ต่อกัน

6. เครื่องตี้มแอลกอฮอล์กลายเป็นสิ่งบำรุงสุขภาพ เมื่อเทียบกับยุคก่อน แต่ปัจจุบันมีการค้นพบว่าไวน์ สามารถป้องกันโรคหัวใจได้ และมีการใช้ไวน์เพื่อช่วยให้เส้นเลือดขยายตัวในผู้ป่วยความดันโลหิตสูง ช่วยขับปัสสาวะ คุณลักษณะอันนี้ของไวน์จะเชื่อกันในหลายวัฒนธรรม การให้ความหมายในลักษณะนี้ทำให้เกิดความชอบธรรมในการตี้มมากขึ้น รวมทั้งทำให้มีปริมาณการตี้มไวน์มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้สังคมมีการให้ความหมาย และเปิดโอกาสให้มีการตี้มแอลกอฮอล์ง่ายขึ้น แต่สุดท้ายสังคมก็มีการกำหนดระหว่างพฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ปกติหรือไม่ปกติ เช่น ใช้เกณฑ์ความถี่ในการตี้ม ปริมาณการตี้ม จำนวนคนตี้ม ตลอดจนการควบคุมพฤติกรรมของตนเองระหว่างตี้มและหลักการตี้ม

เช่นเดียวกันกับที่ ชูวิไล สมรภูมิ (2554) แบ่งลักษณะพฤติกรรมและระดับการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น โดยเริ่มจากไม่ตี้มเลยหรือตี้น้อยไปจนถึงตี้มหนัก และปัญหาที่เกิดขึ้นก็จะมิตั้งแต่ไม่มีปัญหาไปจนถึงปัญหามากและปัญหารุนแรง ซึ่งสามารถแบ่งการตี้มออกได้เป็น 4 แบบ คือ

1. พฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แบบเสียงต่ำ คือ การตี้มในลักษณะที่ยังไม่สามารถทำให้เกิดปัญหาตามมา ทั้งต่อตัวผู้ตี้มและสังคมรอบข้าง โดยลักษณะการตี้มของผู้หญิงไม่เกิน 2 ตี้มมาตรฐานต่อวัน หรือผู้ชายตี้มไม่เกิน 4 ตี้มมาตรฐานต่อวัน ซึ่งเทียบเท่าเบียร์ชนิดแรง 3 กระป๋อง หรือเหล้า 40 ดีกรี 2 เป๊ก และมีวันที่ไม่ตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เลยอย่างน้อย 2 วัน/สัปดาห์ หรือตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ปริมาณไม่เกิน 21 ตี้มมาตรฐาน/สัปดาห์ ในผู้ชาย หรือ 14 ตี้มมาตรฐาน/สัปดาห์ ในผู้หญิง การตี้มในลักษณะนี้เรียกว่าตี้มอย่างปลอดภัย

2. พฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แบบเสียงสูง หมายถึง การตี้มในปริมาณหรือลักษณะที่ทำให้ผู้ตี้มเพิ่มความเสี่ยงที่จะเกิดผลเสียต่อร่างกาย จิตใจ และสังคม โดยผลเสียนี้เกิดขึ้นทั้งตนเองและผู้อื่น แม้ผู้ตี้มยังไม่ป่วยด้วยโรคร้ายแรงใด ๆ ก็ตาม นอกจากนี้ ยังรวมถึงการตี้มเพียงเล็กน้อยแต่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น การตี้มขณะตั้งครรภ์ หรือในผู้ที่มีโรคทางกาย

3. พฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แบบอันตราย หมายถึง การตี้มในปริมาณและลักษณะที่ทำให้ผู้ตี้มเพิ่มความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ โดยองค์การอนามัยโลก ได้จัดไว้ว่าเป็นความผิดปกติชนิดหนึ่ง การกำหนดปริมาณลักษณะการตี้มแบบเสียง จะใช้การกำหนดระดับปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยที่คนทั่วไปไม่ควรตี้มเกิน/สัปดาห์หรือต่อครั้ง ซึ่งเป็นระดับที่สัมพันธ์กับความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายต่อสุขภาพผู้ตี้ม นอกจากการตี้มแบบเม้าท์วอร์มน้ำ ก็ถือว่าเป็นการตี้มแบบมีปัญห

4. พฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แบบติด หมายถึง รูปแบบการตี้มที่ไม่เหมาะสมจนกระทั่งเกิดความผิดปกติทางร่างกาย พฤติกรรมและความคิดทำให้ความรับผิดชอบในหน้าที่ต่าง ๆ บกพร่องไป เช่น การงานหรือครอบครัว ไม่สามารถควบคุมการตี้มทั้งปริมาณ ความถี่ หรือไม่สามารถหยุดตี้มได้ บางคนตี้มเป็นประจำจนไม่ทราบว่าตนเองติด จนเมื่อต้องหยุดตี้มด้วยสาเหตุใดก็ตาม ซึ่งทำให้เกิดอาการถอนพิษ ซึ่งภาวะนี้กำหนดโดยองค์การอนามัยโลก และสามารถให้คำจำกัดความโดยอาศัยตามหลักเกณฑ์ของสมาคมจิตแพทย์อเมริกา

2.4 การป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อริการัตน์ นิยมไทย (2552, หน้า 132-138) ชี้ให้เห็นถึงมาตรการการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะสามารถช่วยลดปัญหาและผลกระทบด้านต่าง ๆ ตลอดจนการเสริมสร้างสุขภาพของประชาชนโดยมีมาตรการที่สำคัญ ได้แก่

2.4.1 มาตรการด้านภาษี

เป็นแนวคิดที่ว่าราคาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่กำหนดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวคือ ถ้าราคาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้นปริมาณการบริโภคก็น่าจะลดลง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสามารถในการซื้อเมื่อเทียบกับราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีผลอย่างมากต่อสัดส่วนการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งวิธีการหนึ่งที่จะทำให้ราคาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงก็คือการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต ซึ่งการเพิ่มอัตราภาษีสรรพสามิตนั้น ผู้ผลิตจะผลักภาระภาษีให้กับผู้บริโภค ทั้งนี้มาตรการด้านราคาและภาษีมักมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลัก ๆ อยู่ 2 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติสุภาษกร พ.ศ. 2469 โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดทุกยี่ห้อในประเทศไทยจะถูกจัดเก็บภาษีสรรพสามิต ส่วนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดทุกยี่ห้อที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรจะถูกจัดเก็บทั้งภาษีสรรพสามิตและภาษีสรรพสามิต

2.4.2 มาตรการด้านการเข้าถึงและการซื้อ

มาตรการด้านการเข้าถึงและการซื้อมีวัตถุประสงค์เพื่อจำกัดขอบเขตทั้งด้านเวลา สถานที่ และอายุของผู้ซื้อ เพื่อให้คนที่คิดจะดื่มสุราเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ช้าลงกว่าการเปิดเสรีทุกอย่าง โดยการออกกฎหมายข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ภัตตาคาร บาร์ ไนต์คลับ ร้านขายสินค้าอุปโภคบริโภค ปั่นน้ำมัน เป็นต้น รวมถึงอายุของผู้ซื้อ มาตรการการเข้าถึงและการซื้อ มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจำกัดเวลาขาย โดยที่รัฐบาลมีนโยบายจำกัดอุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการจำกัดเวลาตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยกำหนดให้ผู้ได้รับอนุญาตจำหน่ายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขายได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น.

พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 มาตรา 16 (1) ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ เข้าไปในสถานบริการระหว่างทำการ มาตรา 16 (2) กำหนดห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอาการเมินเมาจนประพฤติกว้างวายนหรือครองสติไม่ได้เข้าไปหรืออยู่ในสถานบริการระหว่างเวลาทำการ และมาตรา 16 (3) ห้ามให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้มีอาการเมินเมาจนประพฤติกว้างวายนหรือครองสติไม่ได้

พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 กำหนดไม่อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ได้จำกัดสถานที่ วันเวลา อายุ และวิธีห้าม ดังนี้

มาตรา 27 ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณ ดังต่อไปนี้

- (1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา
- (2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และ ร้ายขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา
- (3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดเป็นร้านค้าหรือสโมสร

- (4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก
- (5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยสถานศึกษาแห่งชาติ
- (6) สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าบริเวณสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- (7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
- (8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

มาตรา 28 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันหรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใด ๆ เท่าที่จำเป็น

มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

มาตรา 30 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะ ดังต่อไปนี้

- (1) เครื่องขายอัตโนมัติ
- (2) การเร่ขาย
- (3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย
- (4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าถึงการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการ การชิงโชค การชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ
- (5) โดยแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม
- (6) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่ปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

2.4.3 มาตรการจำกัดการโฆษณาและการตลาดเพื่อสังคม

แนวคิดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีส่วนสำคัญต่อการรับรู้และสร้างความรู้สึกรู้สึกเชิงบวกให้ผู้บริโภคยอมรับสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้ออื่น ๆ ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการบริโภค ดังนั้นการจำกัดการโฆษณา จึงเป็นการลดแรงจูงใจดังกล่าว โดยการออกกฎหมายเพื่อบังคับเกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำ เนื้อหาและภาพโฆษณา ห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์ในช่วงเวลาหลัง 22.00 น. ตามประกาศกรมประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนการตลาดเพื่อสังคมในรูปแบบการรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีใช้บริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น คณะกรรมการกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ มูลนิธิเมาไม่ขับ และองค์กรอื่น ๆ โดย

มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักถึงภัย ผลกระทบด้านลบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนเป็นการปลูกฝังค่านิยมที่ดีให้กับคนรุ่นใหม่โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน

2.4.4 มาตรการให้ความรู้และการสร้างเจตคติที่ถูกต้องในระบบการศึกษาทุกระดับ

การให้ความรู้และการสร้างเจตคติที่ถูกต้องในระบบการศึกษาทุกระดับ ถือเป็นหน้าที่หลัก โดยตรงของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทุกระดับชั้น โดยการให้ความรู้เรื่องโทษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน ชั้นเรียน การจัดกิจกรรมเพื่อให้นักเรียนนักศึกษาห่างไกลจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสำรวจความประพฤติ และเฝ้าระวังความประพฤติของนักเรียน โดยออกกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับความพยายามของ โรงเรียน ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงศึกษาธิการตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

2.4.5 มาตรการลดและป้องกันปัญหาการสูญเสียจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการลดอุบัติเหตุจราจรจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกัน ปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับรถ โดยมีมาตรการหลัก คือ การสุ่มตรวจวัดระดับ แอลกอฮอล์ในผู้ขับขี่และการลงโทษผู้กระทำความผิด โดยการออกกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับการไม่อนุญาตให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จนมีเมามาก่อนหรือกำลังขับรถ การจำกัดความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดตามเกณฑ์มาตรฐานโดยใช้เครื่องทดสอบ ตลอดจน ไม่อนุญาตให้พนักงานขับรถประจำทางรถยนต์สาธารณะขับรถขณะมีเมามาก และไม่ได้รับพนักงานขับรถที่เป็น โรคจิตสุราเข้าทำงาน ซึ่งพระราชบัญญัติขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 43 กำหนดไว้ว่าห้ามมิให้ผู้ใดขับขี่รถขณะมีเมามากหรือของเมาอย่างอื่น

2.4.6 มาตรการต่อผู้ฝ่าฝืนซ้ำ

มีวัตถุประสงค์เพื่อลงโทษผู้กระทำความผิดเรื่องเดิมซ้ำซากในประเด็นเกี่ยวกับการซื้อ การครอบครอง หรือการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยผิดกฎหมาย ในการออกกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่การจำกัดการซื้อขาย การครอบครอง หรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยกลุ่มบุคคลบางกลุ่ม ผู้กระทำความผิดซ้ำ ๆ ซ้ำไปมาในขณะมีเมามาก และผู้ที่อยู่ระหว่างการภาคทัณฑ์

2.4.7 มาตรการลดและป้องกันความรุนแรงในครอบครัวจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันและบรรเทาปัญหาอันเป็นผลมาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของสมาชิกคนใดคนหนึ่งในครอบครัว จนเป็นเหตุให้สมาชิกคนอื่นถูกละเมิดสิทธิส่วนบุคคล รวมทั้งปัญหา อาชญากรรมต่อบุคคลอื่น อาชญากรรมต่อทรัพย์สิน และพฤติกรรมผิดกฎหมายที่ไม่รุนแรงอื่น ๆ การดื่ม เครื่องดื่มมีเมามากในที่สาธารณะ

2.4.8 มาตรการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพแก่ผู้มีปัญหาสุราเรื้อรัง

มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาผู้มีปัญหาสุราเรื้อรังให้มีอาการดีขึ้นจนถึงขั้นหายป่วยจากโรคสุรา ตลอดจนรักษาอาการต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นเลิกดื่มสุราในที่สุด มีการบริการทางการแพทย์ด้านกายภาพ และด้านจิตใจตามโรงพยาบาล สถานบริการชุมชน ศูนย์คนไข้นอก โดยจัดโปรแกรมการรักษา การออก ใบอนุญาต และการรับรองผลการรักษา การกำหนดคุณสมบัติของแพทย์หรือบุคลากรทางการแพทย์สาขาต่าง ๆ เช่น จิตแพทย์ แพทย์เวชปฏิบัติ และศัลยแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาโรคอันเกิดจากสุรา ความรับผิดชอบ และจรรยาบรรณของบุคลากรทางการแพทย์

2.4.9 มาตรการการจำกัดการผลิตและเคลื่อนย้ายสุราเสรี

มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมจำนวนผู้ผลิต การจัดจำหน่าย และการเคลื่อนย้ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ โดยเจ้าของธุรกิจต้องได้รับใบอนุญาตให้ทำการผลิต การจำหน่าย การเคลื่อนย้ายอย่างเป็น

ทางการเมืองการปกครองเสียก่อน ทั้งนี้เพื่อรัฐจะได้จัดเก็บภาษีสุราและป้องกันปัญหาสุราในภาษี โดยมีการออกกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มีหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ กรมสรรพสามิต

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยได้จำแนกการศึกษาออกเป็น 2 ประเภท คือ การศึกษาเกี่ยวกับสาเหตุและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการศึกษาเกี่ยวกับการป้องกันและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการพิจารณาการบังคับใช้กฎหมายต่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.5.1 งานวิจัยเกี่ยวกับสาเหตุและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

วรัท ปทุมศรีวิโรจน์ (2561) ศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 19 - 21 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท ศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ - เทคโนโลยี ซึ่งส่วนใหญ่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่ออายุ 18 - 20 ปี ความถี่ในการดื่มนาน ๆ ครั้ง นิยมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ ปริมาณการดื่มจำนวน 1 - 3 ขวด มีช่วงเวลาในการดื่ม 20.01 - 24.00 น. เลือกดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนที่ผับ บาร์ เคาท์ ในส่วนสาเหตุในการดื่มคือ เพื่อพบปะสังสรรค์และผลกระทบที่ได้รับจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือ ผลกระทบต่อตนเอง ได้แก่ การขาดสติสัมปชัญญะในการตัดสินใจ การประสบปัญหาทางการเงิน และปัญหาสุขภาพในระยะยาว เป็นต้น สำหรับผลกระทบด้านสังคม ได้แก่ การเกิดอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ ความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาสุขภาพทางเพศ การคุกคามและการล่วงละเมิดทางเพศ เป็นต้น

สุดเขต เดชพิทักษ์ยนต์ (2560, บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มสุราในกลุ่มเยาวชนชายจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษา พบว่า มีกลุ่มตัวอย่าง 737 คน เป็นเยาวชนลาหู่ ร้อยละ 50.07 เป็นเพศชาย ร้อยละ 49.66 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 80.73 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 66.08 มีความชอบการดื่มสุราเป็น ร้อยละ 45.05 ส่วนมากเป็นผู้ดื่มแบบเสี่ยงต่ำ โดยใช้ Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT) ร้อยละ 53.92 เพศชายมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง เริ่มดื่มเบียร์เป็นแอลกอฮอล์ชนิดแรก ร้อยละ 79.82 เริ่มดื่มจากการชักชวนในกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 59.34 ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนอาข่าและลาหู่ คือ เพศชาย (ORadj = 3.38, 95% CI = 2.43 - 4.71) ความต่อเนื่องของรายได้ที่ได้เฉพาะช่วงเปิดเทอมนั้นเป็นการลดปัจจัยเสี่ยงในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 74 เมื่อเทียบกับผู้ซึ่งมีรายได้เฉพาะช่วงที่มีงาน (ORadj = 0.26, 95% CI = 0.25 - 0.95) และกลุ่มที่มีระดับทัศนคติบวกต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูง (ORadj = 3.14, 95% CI = 1.87 - 5.26) และปานกลาง (ORadj = 1.89, 95% CI = 1.31-2.73) ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีโอกาสดื่มแอลกอฮอล์มากกว่ากลุ่มที่มีทัศนคติต่ำต่อการดื่มแอลกอฮอล์ การให้ความรู้และสร้างเสริมทัศนคติที่ถูกต้องโดยเฉพาะผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์แก่เยาวชนชาวอาข่าและลาหู่ในหมู่บ้าน จะสามารถส่งผลให้ปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ลดลงได้

กัลลิกา ฉินวิรุฬห์ศิริทรัพย์ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มสุราของผู้ถูกคุมความประพฤติคดีมาแล้วซ้ำ ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ถูกคุมความประพฤติคดีมาแล้วซ้ำส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 -30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท พาหนะที่ขับขณะถูกจับกุม คือ รถจักรยานยนต์ ปริมาณแอลกอฮอล์ในลมหายใจที่ตรวจพบ 101 – 150 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ เคยถูกดำเนินคดีมาแล้วซ้ำมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 20.8 อายุเริ่มดื่มสุราครั้งแรก ต่ำกว่า 18 ปี ความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้ง (2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์) ปริมาณการดื่มในแต่ละครั้ง 1-2 กลม ในรายที่ดื่มเหล้า และมากกว่า 3 ขวด ในรายที่ดื่มเบียร์ ใช้เวลาในการดื่มแต่ละครั้ง 1 – 2 ชั่วโมง เคยเกิดอุบัติเหตุจราจรจากการขับซึ่รถขณะมีเมาสุรา 1 – 2 ครั้ง มีความคิดเห็นว่าประเพณีต่าง ๆ ของท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนส่งเสริมให้คนดื่มสุราในระดับมาก มีความคิดเห็นว่าค่านิยมและความเชื่อของคนในท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนส่งเสริมให้คนดื่มสุราในระดับมาก และมีความคิดเห็นว่าวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนส่งเสริมให้คนดื่มสุราในระดับมาก ในส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มสุรา พบว่า ปัจจัยด้านความคิดเห็น ว่าประเพณีต่าง ๆ ในท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนส่งเสริมการดื่มสุรา และปัจจัยทางด้านทฤษฎีอาชญาวิทยา ได้แก่ ความผูกพันต่อครอบครัว ความเชื่อทางสังคม การควบคุมตนเอง และความผูกมัดทางสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มสุราของผู้ถูกคุมความประพฤติคดีมาแล้วซ้ำ ร้อยละ 58.6 (Multiple R = 0.586)

พระครูสุเมธธรรมธาดา (สายัน บวบชม) (2553) ศึกษาปัญหาและทางออกของการดื่มสุราที่มีผลกระทบต่อสังคมไทย ผลการศึกษาพบว่า 1. สภาพและปัญหาการดื่มสุราในสังคมไทยก่อให้เกิดปัญหาถูกใช้ที่เกี่ยวข้องกันไปหมดแทบทุกเรื่อง ทั้งความฟุ้งเฟ้อ ความยากจน ครอบครัวแตกแยก มีปัญหา ก่อให้เกิดอาชญากรรมต่าง ๆ อุบัติเหตุ โรคภัยสารพัดรุมเร้า การสูญเสียทรัพยากรบุคคล และสูญเสียทางเศรษฐกิจของสังคมไทยโดยรวม 2. ผลกระทบของการดื่มสุราต่อสังคมไทยทำให้เกิดความเชื่อผิด คิดว่าการดื่มสุราเป็นวัฒนธรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เป็นธรรมเนียมปฏิบัติ ที่แทรกซึมอยู่ในทัศนคติ จนทำให้ผู้คนในสังคมมองว่าการดื่มเป็นเรื่องปกติ แม้แต่งงานบุญก็ยังไม่วางการดื่มด้วยเช่นกัน การดื่มสุรากล่อมทำให้ผู้ดื่มขาดสติ ขาดความยับยั้งชั่งใจ และกระทำความรุนแรง อันเป็นปัญหาของสังคม และ 3. การหาทางออกในการแก้ปัญหาการดื่มสุราตามหลักพุทธธรรมในสังคมไทย ซึ่งประเด็นปัญหาด้านสุขภาพส่วนบุคคลของผู้ดื่มสุรา สุขภาพจิตสุขภาพชีวิตสมาชิกในครอบครัวและญาติพี่น้อง ตลอดจนปัญหาสังคมได้ คือ 1. การหาทางออกจากปัญหาการดื่มสุราเพื่อแก้ปัญหาสุขภาพส่วนบุคคลนั้นการใช้ 3 ประการ คือ (1) อบายมุข 6 (2) เบญจศีล และ (3) สติสัมปชัญญะ 2. หลักพุทธธรรมที่ใช้เพื่อแก้ปัญหาด้านสุขภาพจิตและชีวิตบุคคลในครอบครัวมี 2 ประการ คือ (1) หลักพรหมวิหารธรรม (2) หลักสังคาลกุสตร หลักพุทธธรรมทั้ง 2 ประการนี้ สามารถประสานครอบครัวให้เกิดความอบอุ่น 3. หลักพุทธธรรมที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาผลกระทบต่อสังคมโดยรวม มี 3 กลุ่มคือ (1) ขันติ โสรัจ (2) เบญจธรรม และ (3) ญาณธัมมิกัตถธรรม หลักพุทธธรรมดังกล่าวนี้ ใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมใจของคนที่เคยเกี่ยวข้องกับสุราแล้ว ให้ละความต้องการที่จะดื่มสุรา เป็นการส่งเสริมให้คนมีอนาคตที่ดี ด้วยการขยันหาทรัพย์ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต รักษาทรัพย์ที่หามาได้เพื่อใช้จ่ายในคราจำเป็น รู้จักคบคนดีเป็นเพื่อนเพื่อเขาจะได้แนะนำในสิ่งที่ดี ๆ และเลี้ยงชีวิตของตนให้เหมาะสมกับความเป็นอยู่

ศุภกวี แสงดำ (2552) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นนอำเภอลำตาสน จังหวัดสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นนได้แก่ ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ของวัยรุ่น 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม กับพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น 4) เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีและสร้างสมการพยากรณ์พฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่นที่มีอายุ 15-19 ปี จำนวน 339 คน ซึ่งได้มาโดยการ สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบทดสอบ ความรู้ความเชื่อถือได้ 0.77 แบบสอบถามทัศนคติมีความเชื่อถือได้ 0.73 แบบสอบถามค่านิยมมีความเชื่อถือ ได้ 0.91 และแบบสอบถามสภาพปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริม มีความเชื่อถือได้ 0.91 เก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2552 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ค้นหาตัว พยากรณ์ที่ดีและสร้างสมการพยากรณ์โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม เกี่ยวกับพฤติกรรม การดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยนำ ด้านความรู้ที่อยู่ในระดับปานกลาง ด้านทัศนคติอยู่ ในระดับปานกลาง ด้านค่านิยมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความตั้งใจดื่มอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยเอื้อ ด้านการ เข้าถึงแหล่งซื้อขายอยู่ในระดับปานกลาง ด้านเทศกาล ประเพณี วัฒนธรรมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความเพียงพอของค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับน้อย ด้านการรับรู้นโยบายของรัฐและกฎหมายควบคุมอยู่ในระดับ ปานกลาง ด้านทักษะปฏิเสธอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยเสริม ด้านบุคคลในครอบครัวดื่มสุราอยู่ในระดับน้อย ด้านเพื่อนอยู่ในระดับน้อย ด้านแรงสนับสนุนทางสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายของ ผู้จำหน่ายสุราอยู่ในระดับปานกลาง ด้านสัมพันธภาพในครอบครัวอยู่ในระดับกลาง และด้านสื่อโฆษณาอยู่ใน ระดับปานกลาง พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นอยู่ในระดับน้อย

ชลธิชา อรุณพงษ์ (2552) ศึกษาพฤติกรรมการป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า 1. พฤติกรรมการป้องกันการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับปฏิบัติทุกครั้ง 2. ปัจจัยทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ ระดับชั้น ผลการเรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประวัติการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของครอบครัว ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ การรับรู้ความรุนแรงของโรคที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการรับรู้ความสามารถ ของตนเองของนักเรียนในการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ ลักษณะที่อยู่อาศัย และการใช้เวลา ว่างของนักเรียน ปัจจัยเสริม ได้แก่ แรงสนับสนุนจากครอบครัว แรงสนับสนุนจากเพื่อน แรงสนับสนุนจาก สถานศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลายในจังหวัดอุบลราชธานี ในเชิงเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.70 สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการป้องกันการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดอุบลราชธานี ได้ร้อยละ 49.3

2.5.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการป้องกันและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการพิจารณาการบังคับใช้กฎหมาย ต่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พรนภา หอมสินธุ์ รุ่งรัตน์ ศรีสุริยเวศน์ และนิรวรรณ ทองระอา (2562) ศึกษาการป้องกัน การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสูบบุหรี่ในวัยรุ่นที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน (ระยะที่ 2) ผลการศึกษา พบว่า 2 กลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมฯ มีความมั่นใจในการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($t = 3.683$,

p value = 0.001) ความมั่นใจในการไม่สูบบุหรี่ ($t = 1.807$, p value = 0.039) ความตั้งใจในการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($t = 2.563$, p value = 0.007) ความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ ($t = 3.726$, p value = 0.001) และความสามารถในการเผยแพร่ความรู้ ($t = 3.816$, p value < 0.001) สูงกว่าก่อนเข้าร่วมโปรแกรมฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2 กลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมฯ มีความมั่นใจในการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($t = 2.561$, p value = 0.012) ความมั่นใจในการไม่สูบบุหรี่ ($t = 2.950$, p value = 0.004) ความตั้งใจในการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($t = 1.884$, p value = 0.032) ความตั้งใจในการไม่สูบบุหรี่ ($t = 1.836$, p value = 0.035) และความสามารถในการเผยแพร่ความรู้ ($t = 6.004$, p value < 0.001) สูงกว่าวัยรุ่นฯ กลุ่มเปรียบเทียบที่ไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรมฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำโปรแกรมไปประยุกต์เพื่อพัฒนากิจกรรมที่มีความเฉพาะเจาะจงในการเสริมสร้างศักยภาพวัยรุ่นที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน อันจะนำไปสู่การป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงของวัยรุ่นกลุ่มนี้ต่อไป

สุขญา สีหะวงษ์ ธงศักดิ์ ดอกจันทร์ และดวงเดือน จันทะโชติ (2559) ศึกษาแนวทางการพัฒนามาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตำบลดอนนางหงส์ อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม มีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นภาคีเครือข่ายการดำเนินงาน 3 ภาคส่วน คือ 1) แกนนำภาควิชาการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลดอนนางหงส์ สำนักงานสาธารณสุขอำเภอธาตุพนม โรงพยาบาลธาตุพนม สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครพนม 2) แกนนำภาคประชาชนและสังคมที่เป็นตัวแทน ได้แก่ กลุ่มสภาเด็กและเยาวชน กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้า กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มผู้นำทางศาสนา กลุ่มประชาชนทั่วไปที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำ หมู่บ้าน 3) แกนนำภาครัฐและการเมือง ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนนางหงส์ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลดอนนางหงส์ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนนางหงส์ กำนันตำบลดอนนางหงส์ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ตำรวจภูธรจังหวัดนครพนม สรรพสามิตพื้นที่จังหวัด นครพนม จำนวน 50 คน ดำเนินการวิจัยเชิงผสมผสาน ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (การใช้แบบสอบถาม) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม) ผลการศึกษา พบว่า แนวทางการพัฒนามาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตำบลดอนนางหงส์ อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ควรมีการบูรณาการทำงานร่วมกันของพลังภาคีเครือข่าย โดยการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย คือ ประชาชน ลด ละ เลิกการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อสุขภาพและสังคมที่ดีขึ้น ตลอดจนประชาคมควรมีการกำหนดและคัดเลือกมาตรการที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน คือ ลดโอกาส ลดการเข้าถึง และลดพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

วรพชร จันทรันต์ (2559) ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยพบรายละเอียดต่าง ๆ ได้แก่ เรื่องของบทกำหนดโทษตามมาตรา 38 ถึงมาตรา 44 พบว่าอัตราโทษที่กฎหมายกำหนดสำหรับความผิดต่าง ๆ ค่อนข้างมีอัตราโทษต่ำ และการบังคับใช้กฎหมายไม่เป็นไปอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ มาตรา 45 กำหนดว่า บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้อันหมายถึงการฝ่าฝืน มาตรา 26 – 32 ให้คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีอำนาจเปรียบเทียบปรับได้ หรืออาจมอบหมายให้คณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวน หรือพนักงานเจ้าหน้าที่เปรียบเทียบปรับได้ด้วย และเมื่อผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบปรับ ให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 56 ซึ่งคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ออกระเบียบว่าด้วยหลักเกณฑ์การเปรียบเทียบตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อ พ.ศ. 2553 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2553 พบข้อสังเกตว่า การเปรียบเทียบปรับสำหรับความผิดตามกฎหมายควบคุม

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นี้ หมายความว่า บรรดาความผิดที่มีโทษตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 คือ ไม่ว่าจะเป็นการฝ่าฝืนข้อห้ามในเรื่องใดมาตราใดของกฎหมายดังกล่าว ก็สามารถเปรียบเทียบปรับได้ทั้งสิ้น อันเป็นเหตุให้คดีอาญาลึกกัน จึงควรมีการทบทวนอำนาจเปรียบเทียบปรับของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และลดช่องทางการประพฤติมิชอบของพนักงานเจ้าหน้าที่ เพราะในการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายกำหนดให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา หรือประเด็นเรื่องหน่วยงานที่รับผิดชอบ และการปฏิบัติของพนักงานเจ้าหน้าที่ เนื่องจาก หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 คือ สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นส่วนราชการที่มีฐานะเป็นกองอยู่ในกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขเท่านั้น ทำให้สำนักงานดังกล่าวมีเพียงบทบาทในทางวิชาการ ไม่มีบทบาทเชิงรุกในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงควรทบทวนสถานะของหน่วยงานนี้ เพื่อให้มีบทบาทมากขึ้น เช่น ยกฐานะสำนักงานให้มีฐานะเทียบเท่ากรม สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยประสานการทำงานเชิงบูรณาการระหว่างกระทรวง กรม และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และให้มีบทบาทเชิงรุกในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในการส่งเสริม สนับสนุนการศึกษาวิจัย และการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

บทที่ 3

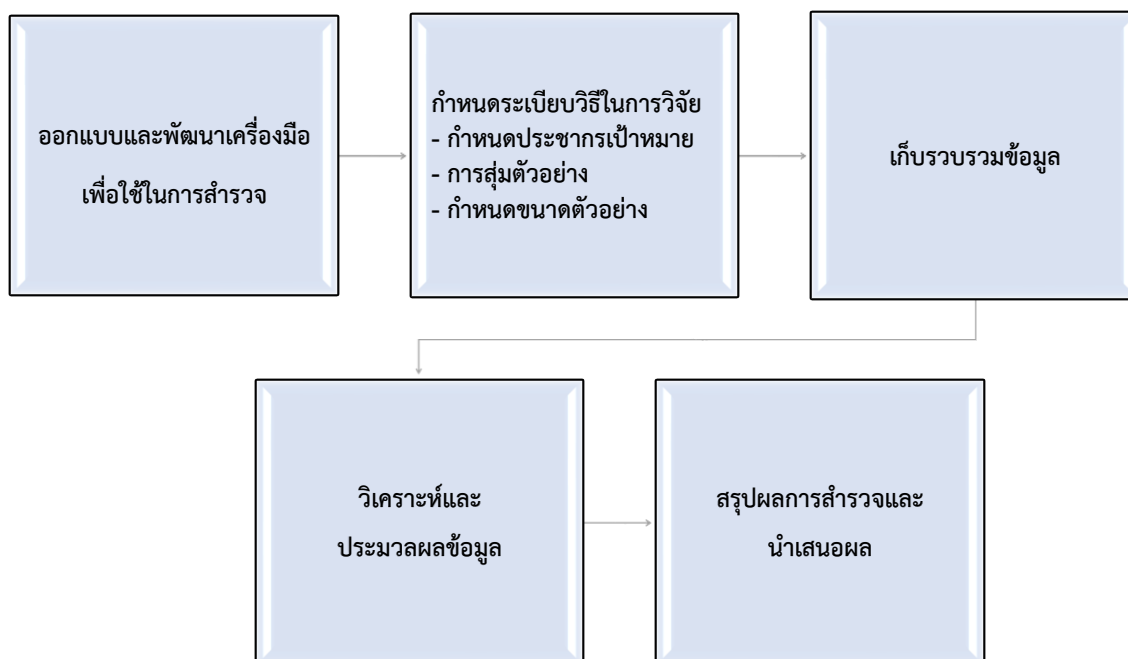
ระเบียบวิธีวิจัย

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในประเภทของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งการนำเสนอสาระสำคัญในบทนี้ จะเป็นการแสดงขั้นตอนและรายละเอียดในการสำรวจ โดยนำเสนอเป็นหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

1. ขั้นตอนในการสำรวจ
2. ประชากรและตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ
4. การตรวจสอบเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การควบคุมคุณภาพของงานวิจัย
7. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้
8. เกณฑ์การแปลผล
9. แผนการดำเนินงาน

3.1 ขั้นตอนในการสำรวจ

โดยการแบ่งขั้นตอนการทำงานเป็นขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้



ภาพที่ 7 การแบ่งขั้นตอนการทำงาน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรเป้าหมายในการสำรวจ (Target Population)

ประชาชนอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมายของโครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย

3.2.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size)

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากทราบจำนวนประชากร (ประชาชนอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป) ที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงเลือกกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากรในประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป

ซึ่งมีจำนวน 53,663,428 คน (กรมการปกครอง, 2561)

e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ($e = 0.0142$)

จากสูตรสามารถคำนวณขนาดตัวอย่างได้เท่ากับ 4,959 หน่วยตัวอย่าง โดยในการสำรวจครั้งนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลไม่น้อยกว่า 5,000 หน่วยตัวอย่าง

3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling)

การสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิตามสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 1-12 และสำนักงานป้องกันควบคุมโรคเขตเมือง จากนั้นกำหนดขนาดตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิตามสัดส่วนจำนวนประชากร (ประชาชนอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป) ในแต่ละชั้นภูมิ ดังตาราง 2

ตาราง 2 ขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ

สำนักงานป้องกันควบคุมโรค	จำนวนประชากร อายุ 15 ปีขึ้นไป	ร้อยละ ทั้งประเทศ	ขนาดตัวอย่าง
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 1	4,708,769	8.77	438
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 2	2,837,075	5.29	264
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 3	2,466,869	4.60	230
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 4	4,425,132	8.25	412
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 5	4,261,200	7.94	397
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 6	4,904,431	9.14	457
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7	4,225,187	7.87	394
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8	4,513,384	8.41	420
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 9	5,532,603	10.30	515
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 10	3,759,299	7.01	350
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 11	3,540,044	6.60	330
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 12	3,812,664	7.10	355
สถาบันป้องกันควบคุมโรคเขตเมือง	4,676,771	8.72	438
รวมทั้งสิ้น	53,663,428	100.00	5,000

ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกจังหวัด ผู้วิจัยกำหนดในแต่ละชั้นภูมิเลือกเก็บข้อมูล 2 จังหวัด โดยจังหวัดที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเก็บข้อมูลเฉพาะจังหวัดที่มีสำนักงานป้องกันควบคุมโรคตั้งอยู่ ส่วนจังหวัดที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งจะเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 24 จังหวัด และกรุงเทพมหานคร ดังตาราง 3

ตาราง 3 จังหวัดและขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ

สำนักงานป้องกันควบคุมโรค	จังหวัด	ขนาดตัวอย่าง (ตามพื้นที่)	ขนาดตัวอย่าง ทั้งหมด
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 1	เชียงใหม่	219	438
	แพร่	219	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 2	พิษณุโลก	132	264
	อุตรดิตถ์	132	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 3	นครสวรรค์	115	230
	ชัยนาท	115	

ตาราง 3 (ต่อ) จังหวัดและขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ

สำนักงานป้องกันควบคุมโรค	จังหวัด	ขนาดตัวอย่าง (ตามพื้นที่)	ขนาดตัวอย่าง ทั้งหมด
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 4	สระบุรี	206	412
	ปทุมธานี	206	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 5	ราชบุรี	199	397
	สุพรรณบุรี	198	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 6	ชลบุรี	229	457
	สมุทรปราการ	228	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7	ขอนแก่น	197	394
	ร้อยเอ็ด	197	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8	อุดรธานี	210	420
	เลย	210	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 9	นครราชสีมา	258	515
	ชัยภูมิ	257	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 10	อุบลราชธานี	175	350
	ยโสธร	175	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 11	นครศรีธรรมราช	165	330
	สุราษฎร์ธานี	165	
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 12	สงขลา	178	355
	พัทลุง	177	
สถาบันป้องกันควบคุมโรคเขตเมือง	กรุงเทพมหานคร	438	438
รวมทั้งสิ้น		5,000	

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดขนาดตัวอย่างตามพื้นที่เก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัด โดยกรุงเทพมหานคร แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 เขต ได้แก่ เขตชั้นใน ชั้นกลาง และชั้นนอก ส่วนต่างจังหวัด แบ่งการเก็บข้อมูล ตามการปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ ตำบลที่อยู่ในเขตเทศบาล และตำบลที่อยู่นอกเขตเทศบาล (องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)) จากนั้นกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ภายในจังหวัดนั้น ๆ ให้มีขนาดตัวอย่าง เท่ากัน ดังตาราง 4

ตาราง 4 ขนาดตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่เก็บข้อมูล

สำนักงานป้องกันควบคุมโรค	จังหวัด	ขนาดตัวอย่าง		
		ในเขตเทศบาล	นอกเขตเทศบาล	รวม
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 1	เชียงใหม่	110	109	219
	แพร่	110	109	219
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 2	พิษณุโลก	66	66	132
	อุตรดิตถ์	66	66	132
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 3	นครสวรรค์	58	57	115
	ชัยนาท	58	57	115
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 4	สระบุรี	103	103	206
	ปทุมธานี	103	103	206
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 5	ราชบุรี	100	99	199
	สุพรรณบุรี	99	99	198
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 6	ชลบุรี	115	114	229
	สมุทรปราการ	114	114	228
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7	ขอนแก่น	99	98	197
	ร้อยเอ็ด	99	98	197
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8	อุดรธานี	105	105	210
	เลย	105	105	210
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 9	นครราชสีมา	129	129	258
	ชัยภูมิ	129	128	257
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 10	อุบลราชธานี	88	87	175
	ยโสธร	88	87	175
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 11	นครศรีธรรมราช	83	82	165
	สุราษฎร์ธานี	83	82	165
สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 12	สงขลา	89	89	178
	พัทลุง	89	88	177
สถาบันป้องกันควบคุมโรค เขตเมือง	กรุงเทพมหานคร	เขตชั้นใน	เขตชั้นกลาง	เขตชั้นนอก
		146	146	146
รวมทั้งสิ้น				5,000

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ประกอบด้วย ข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และข้อคำถามปลายเปิด (Open End) สำหรับแสดงข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ ดังนี้

- 1) ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” ศึกษาประเด็นในการจัดทำแบบสอบถามเสนอคณะทำงาน
- 2) ส่งให้คณะทำงานพิจารณาร่างเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ ให้ความเห็นและปรับแก้
- 3) นำแบบสอบถามจากคณะทำงานที่ปรับแก้แล้ว ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สำหรับการสำรวจในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง ดังนี้

3.4.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Content Validity)

สำหรับการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม จะใช้การทดสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและปริมาณของข้อคำถาม จำนวน 3 ท่าน พบว่า ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญมีค่าเท่ากับ 0.66 – 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 จึงถือได้ว่าแบบสอบถามมีคุณภาพสามารถนำไปใช้ได้จริง

หลังจากนั้นผู้วิจัยและสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการร่วมประชุม ดังนี้

ตาราง 5 การเข้าร่วมประชุม

การประชุม	รายละเอียด	วัน เวลา
ครั้งที่ 1	การนำเสนอโครงร่างการสำรวจฯ พร้อมแผนการดำเนินงาน และแบบสอบถาม	4 กุมภาพันธ์ 2563
ครั้งที่ 2	การนำเสนอร่างแบบสำรวจฯ เพื่อพิจารณาอนุมัติแบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล	26 กุมภาพันธ์ 2563
ครั้งที่ 3	การนำเสนอรายงานผลการสำรวจฯ ฉบับสมบูรณ์	20 พฤษภาคม 2563

3.4.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

จะใช้วิธีหาสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1951) โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

โดย	α	คือ	ค่าความเชื่อมั่น
	k	คือ	จำนวนข้อ
	s_i^2	คือ	ความแปรปรวน (Variance) ของข้อที่ i
	s_t^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไป Try Out จำนวน 30 ชุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.845 โดยมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในแต่ละข้อคำถาม มีค่าตั้งแต่ 0.7 – 0.8 จึงจะถือว่าแบบสอบถามนี้มีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้จริง (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544)

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม (Field Survey) โดยการสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง (Face-to-face Interview) จากประชากรกลุ่มเป้าหมายตามขอบเขตการดำเนินงานที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.6 การควบคุมคุณภาพของงานวิจัย

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการดำเนินการวิจัยทุกขั้นตอนในการวิจัยแต่ละรูปแบบ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 การคัดเลือกพนักงานเก็บข้อมูล โดยพนักงานเก็บข้อมูลทุกคนมีประสบการณ์ในการเก็บข้อมูลงานวิจัย ไม่นต่ำกว่า 2 ปี ทั้งทางภาคสนาม และผ่านการทดลองงานในการเก็บข้อมูลจากศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มาไม่ต่ำกว่า 6 เดือน

1.2 การจัดอบรมทีมและพนักงานเก็บข้อมูล เมื่อได้รับการอนุมัติเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทางศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จะมีการจัดอบรมทำความเข้าใจระหว่างทีมงานและพนักงานเก็บข้อมูลในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูล ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง ตลอดจนรายละเอียดของแบบสอบถาม

1.3 การติดตามและการบริหารจัดการการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีเจ้าหน้าที่ส่วนกลางควบคุมบริหารระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

1.4 การควบคุมคุณภาพของงานวิจัย เมื่อพนักงานเก็บข้อมูลเรียบร้อย จะมีการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ เมื่อตรวจสอบเรียบร้อยแล้วจึงนำเสนอให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิเคราะห์ประมวลผล ตรวจสอบข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปอีกครั้งก่อนนำไปประมวลผล

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล

2.1 จะมีการตรวจสอบความสมบูรณ์และความสอดคล้องของคำตอบในแบบสอบถามทุกฉบับ

2.2 จะมีการตรวจสอบการลงรหัสและการป้อนข้อมูลของคำตอบในแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผล

2.3 การใช้สถิติในการประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลนั้น ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และความเหมาะสมของข้อมูลเป็นสำคัญ

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการเขียนรายงาน

3.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และความเหมาะสมของข้อมูล

3.2 การวิเคราะห์และการเขียนรายงานการวิจัย จะดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการวิเคราะห์ข้อมูลและการเขียนรายงานการวิจัยต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และเลือกใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งเป็นสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) มัธยฐาน (Median) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นต้น

3.8 แผนการดำเนินงาน

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มีการวางแผนระยะเวลาการดำเนินงาน ซึ่งมีรายละเอียดขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตาราง 6 แผนการดำเนินงาน

รายละเอียดในการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4				เดือนที่ 5	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1. ประชุม และกำหนดแนวทางการสำรวจ	นิด้าโพลร่วมกับ สำนักงาน คณะกรรมการ ควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์																		
2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ (ร่างแบบสอบถาม)	นิด้าโพล																		
3. ปรับปรุงและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ ตามมติของ คณะกรรมการผู้ว่าจ้าง	นิด้าโพลร่วมกับ สำนักงาน คณะกรรมการ ควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์																		
4. ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ	นิด้าโพล																		
5. กำหนดประชากร (ตามขอบเขตของผู้ว่าจ้าง)	นิด้าโพล																		
6. วางแผนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	นิด้าโพล																		
7. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการลงพื้นที่ภาคสนาม	นิด้าโพล																		
8. รวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ ของแบบสอบถาม	นิด้าโพล																		
9. ลงรหัสข้อมูล และบันทึกข้อมูลในรูปแบบไฟล์	นิด้าโพล																		
10. ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล	นิด้าโพล																		

ตาราง 6 (ต่อ) แผนการดำเนินงาน

รายละเอียดในการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4				เดือนที่ 5	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
11. (ร่าง) Info Graphic (ภาพนิ่ง) จำนวน 2 เรื่อง ให้คณะกรรมการผู้ว่าจ้างพิจารณา	นิด้าโพล																		
12. เขียน (ร่าง) รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นฯ	นิด้าโพล																		
13. ส่ง (ร่าง) รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นฯ ให้ คณะกรรมการผู้ว่าจ้างพิจารณา	นิด้าโพล																		
14. ปรับแก้ไข (ร่าง) รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นฯ	นิด้าโพล																		
15. นำเสนอรายงานผลการสำรวจความคิดเห็นฯ	นิด้าโพล																		
16. จัดพิมพ์รายงาน และส่งรายงานผลการสำรวจ พร้อมไฟล์ Info graphic (ภาพนิ่ง) ฉบับสมบูรณ์	นิด้าโพล																		

**หมายเหตุ : ระยะเวลาดำเนินงานอาจปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

บทที่ 4

ผลการสำรวจ

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) ซึ่งมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากร อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 5,000 หน่วยตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ประกอบด้วย **ขั้นตอนที่หนึ่ง** สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิตามสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 1-12 และสถาบันป้องกันควบคุมโรคเขตเมือง **ขั้นตอนที่สอง** ในแต่ละชั้นภูมิเลือกเก็บข้อมูล 2 จังหวัด โดยจังหวัดที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเก็บข้อมูลเฉพาะจังหวัดที่มีสำนักงานป้องกันควบคุมโรคตั้งอยู่ ส่วนจังหวัดที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จะเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 24 จังหวัด และกรุงเทพมหานคร และ**ขั้นตอนที่สาม** กำหนดขนาดตัวอย่างตามพื้นที่เก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัด โดยกรุงเทพมหานคร แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 เขต ได้แก่ เขตชั้นใน ชั้นกลาง และชั้นนอก ส่วนต่างจังหวัด แบ่งการเก็บข้อมูลตามการปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ ตำบลที่อยู่ในเขตเทศบาล และตำบลที่อยู่นอกเขตเทศบาล (องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)) จากนั้นกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ภายในจังหวัดนั้น ๆ ให้มีขนาดตัวอย่างเท่ากัน

ผู้วิจัยใช้แบบสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยการสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง (Personal Interview หรือ Face to Face Interview) วิเคราะห์ข้อมูลโดยเลือกใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 มีรายละเอียดดังนี้

4.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละลักษณะข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง (n = 5,062)

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	2,694	53.22
หญิง	2,368	46.78
อายุ		
อายุ 15-19 ปี	450	8.89
อายุ 20-24 ปี	741	14.64
อายุ 25-44 ปี	2,277	44.98
อายุ 45-59 ปี	1,196	23.63
อายุ 60 ปีขึ้นไป	398	7.86
สถานภาพ		
โสด	2,259	44.63
สมรส	2,511	49.60
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	292	5.77
ศาสนา		
พุทธ	4,962	98.02
คริสต์	48	0.95
อิสลาม	52	1.03
อื่น ๆ	0	0.00
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้รับการศึกษา	83	1.64
ประถมศึกษา	1,034	20.43
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	1,896	37.45
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	636	12.56
ปริญญาตรี	1,308	25.84
ปริญญาโท	96	1.90
ปริญญาเอก	6	0.12
ไม่ระบุ	3	0.06
อาชีพหลัก		
ข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	511	10.09
พนักงานเอกชน	833	16.46
เจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ ค้าขาย	1,084	21.41
ผู้ใช้แรงงาน รับจ้างทั่วไป	1,053	20.81

ตาราง 7 (ต่อ) จำนวนและร้อยละลักษณะข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกร ประมง	514	10.15
นักเรียน นักศึกษา	810	16.00
พ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างาน	252	4.98
ไม่ระบุ	5	0.10
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	682	13.48
ไม่เกิน 10,000 บาท	1,329	26.26
10,001 - 20,000 บาท	1,834	36.23
20,001 - 30,000 บาท	801	15.82
30,001 - 40,000 บาท	206	4.07
40,001 - 50,000 บาท	37	0.73
มากกว่า 50,000 บาท	23	0.45
ไม่ระบุ	150	2.96

จากตาราง 7 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาย ร้อยละ 53.22 และเพศหญิง ร้อยละ 46.78 ตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-44 ปี ร้อยละ 44.98 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 45-59 ปี ร้อยละ 23.63 อายุระหว่าง 20-24 ปี ร้อยละ 14.64 อายุระหว่าง 15-19 ปี ร้อยละ 8.89 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 7.86 ตามลำดับ ตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 49.60 รองลงมา คือ สถานภาพโสด ร้อยละ 44.63 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ร้อยละ 5.77 ตามลำดับ ตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 98.02 รองลงมา คือ ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 1.03 และศาสนาคริสต์ ร้อยละ 0.95 ตามลำดับ ตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 37.45 รองลงมา คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 25.84 ประถมศึกษา ร้อยละ 20.43 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 12.56 และปริญญาโท ร้อยละ 1.90 ตามลำดับ ตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ ค้าขาย ร้อยละ 21.41 รองลงมา คือ ผู้ใช้แรงงาน รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 20.81 พนักงานเอกชน ร้อยละ 16.46 นักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 16.00 และเกษตรกร ประมง ร้อยละ 10.15 ตามลำดับ ตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 36.23 รองลงมา คือ ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 26.26 มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 15.82 ไม่มีรายได้ ร้อยละ 13.48 และมีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 4.07 ตามลำดับ

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัดและภูมิภาคที่พักอาศัยอยู่ (n = 5,062)

ภูมิภาค	จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	เชียงใหม่	232	32.27
	แพร่	223	31.01
	พิษณุโลก	132	18.36
	อุตรดิตถ์	132	18.36
	รวมทั้งสิ้น	719	14.20
ภาคกลาง	สมุทรปราการ	235	15.54
	ชลบุรี	228	15.07
	ปทุมธานี	207	13.68
	สระบุรี	207	13.68
	ราชบุรี	207	13.68
	สุพรรณบุรี	199	13.15
	ชัยนาท	115	7.60
	นครสวรรค์	115	7.60
	รวมทั้งสิ้น	1,513	29.89
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	นครราชสีมา	266	15.69
	ชัยภูมิ	258	15.23
	อุดรธานี	210	12.39
	เลย	209	12.33
	ขอนแก่น	198	11.68
	ร้อยเอ็ด	197	11.62
	ยโสธร	182	10.74
	อุบลราชธานี	175	10.32
	รวมทั้งสิ้น	1,695	33.49
ภาคใต้	พัทลุง	178	25.80
	สงขลา	178	25.80
	นครศรีธรรมราช	168	24.35
	สุราษฎร์ธานี	166	24.05
	รวมทั้งสิ้น	690	13.63
กรุงเทพมหานคร		445	8.79

จากตาราง 8 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 33.49 รองลงมา คือ ภาคกลาง ร้อยละ 29.89 ภาคเหนือ ร้อยละ 14.20 ภาคใต้ ร้อยละ 13.63 และกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 8.79 ตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (n = 5,062)

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	2,847	56.24
ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในชีวิตนี้	1,281	25.31
เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	934	18.45

จากตาราง 9 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 56.24 รองลงมา คือ ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในชีวิตนี้ ร้อยละ 25.31 และเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 18.45 ตามลำดับ

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของชนิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตัวอย่างดื่ม

ชนิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
เบียร์	2,525	88.69
สุราสี/สุราแดง เช่น วิสกี้ บรั่นดี เชียงซุน	1,457	51.18
สุราขาว/สุรากลั่น เช่น เหล้าขาว จิน รัม เทกิล่า โซจู สาเก	743	26.10
ไวน์คูลเลอร์	495	17.39
สุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่น/ค็อกเทล	420	14.75
ไวน์องุ่น/แชมเปญ/ไวน์ผลไม้	384	13.49
สุราพื้นบ้าน (เช่น อุ กะแช่หรือน้ำตาลเมา สาโท)/ยาตองเหล้า	324	11.38

หมายเหตุ : 1. เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 2,847 คน

2. ตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 10 พบว่า

ตัวอย่างกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ดื่มเบียร์มากที่สุด ร้อยละ 88.69 รองลงมา คือ สุราสี/สุราแดง เช่น วิสกี้ บรั่นดี เชียงซุน ร้อยละ 51.18 สุราขาว/สุรากลั่น เช่น เหล้าขาว จิน รัม เทกิล่า โซจู สาเก ร้อยละ 26.10 ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 17.39 และสุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่น/ค็อกเทล ร้อยละ 14.75 ตามลำดับ

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของสาเหตุที่ทำให้ตัวอย่างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สาเหตุที่ทำให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
งานเลี้ยงฉลอง หรืองานสังสรรค์ตามเทศกาลต่าง ๆ	1,617	56.80
เพื่อเป็นการผ่อนคลาย ลดความวิตกกังวล ลดความเครียด	1,343	47.17
ถูกชักชวนจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อนญาติ หรือคนในครอบครัว	1,225	43.03
ความอยากรู้ อยากทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	731	25.68
ต้องการเป็นที่ยอมรับ หรือเพื่อการเข้าสังคม	485	17.04
เห็นบุคคลใกล้ชิดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	430	15.10
เพื่อช่วยเจริญอาหาร หรือเป็นส่วนผสมของยา	430	15.10
ชื่นชอบในรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	362	12.72
เพื่อสร้างความมั่นใจให้ตนเอง	235	8.25
เห็นโฆษณา หรือป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	65	2.28
เลียนแบบผู้มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ดารา นักร้อง เน็ตไอดอล	46	1.62

หมายเหตุ : 1. เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 2,847 คน

2. ตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 11 พบว่า

ตัวอย่างกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ระบุว่าสาเหตุที่ทำให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ เพื่อร่วมงานเลี้ยงฉลอง หรืองานสังสรรค์ตามเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 56.80 รองลงมา คือ เพื่อเป็นการผ่อนคลาย ลดความวิตกกังวล ลดความเครียด ร้อยละ 47.17 ถูกชักชวนจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน ญาติ หรือคนในครอบครัว ร้อยละ 43.03 ความอยากรู้ อยากทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 25.68 และต้องการเป็นที่ยอมรับ หรือเพื่อการเข้าสังคม ร้อยละ 17.04 ตามลำดับ

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n = 2,847)

ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ดื่มทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)	229	8.04
ดื่มเกือบทุกวัน (5 - 6 วัน/สัปดาห์)	159	5.59
ดื่มวันเว้นวัน (3 - 4 วัน/สัปดาห์)	250	8.78
ดื่มทุกสัปดาห์ (1 - 2 วัน/สัปดาห์)	432	15.18
ดื่มทุกเดือน (1 - 3 วัน/เดือน)	641	22.51
ดื่มนาน ๆ ครั้ง	1,130	39.69
อื่น ๆ เช่น ดื่มเฉพาะเทศกาลต่าง ๆ ดื่มตามอารมณ์ ดื่มปีละครั้ง หรือ 2-3 ครั้ง	6	0.21

หมายเหตุ : เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 2,847 คน

จากตาราง 12 พบว่า

ตัวอย่างกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่มีความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ ดื่มนาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 39.69 รองลงมา คือ ดื่มทุกเดือน (1 – 3 วัน/เดือน) ร้อยละ 22.51 ดื่มทุกสัปดาห์ (1 – 2 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 15.18 ดื่มวันเว้นวัน (3 - 4 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 8.78 และดื่มทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 8.04 ตามลำดับ

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาตัวอย่างเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด (n = 2,847)

ช่วงเวลาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
05.01-08.00 น.	9	0.32
08.01-11.00 น.	19	0.68
11.01-14.00 น.	18	0.64
14.01-17.00 น.	45	1.58
17.01-20.00 น.	1,465	51.44
20.01-24.00 น.	1,253	44.00
00.01-05.00 น.	38	1.34

หมายเหตุ : เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 2,847 คน

จากตาราง 13 พบว่า

ตัวอย่างกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 17.01-20.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 51.44 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 20.01-24.00 น. ร้อยละ 44.00 ช่วงเวลา 14.01-17.00 น. ร้อยละ 1.58 ช่วงเวลา 00.01-05.00 น. ร้อยละ 1.34 และช่วงเวลา 08.01-11.00 น. ร้อยละ 0.68 ตามลำดับ

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ตัวอย่างเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด (n = 2,847)

สถานที่ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน/ที่พักตนเอง	1,162	40.82
ที่พักของคนรู้จัก เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน	628	22.06
สถานบริการ ต่าง ๆ เช่น ผับ บาร์ คาราโอเกะ	535	18.79
โรงแรม/ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สโมสร	381	13.38
มินิมาร์ท/ร้านค้า/ร้านสะดวกซื้อ	95	3.34
อื่น ๆ เช่น ดื่มตามงานเลี้ยงฉลอง งานสังสรรค์ต่าง ๆ เช่น งานแต่ง งานบวช งานบุญต่าง ๆ ดื่มในที่ทำงาน และดื่มทุกสถานที่	24	0.84
สถานที่สาธารณะ เช่น ริมทาง ริมทะเล สวนสาธารณะ	22	0.77

หมายเหตุ : เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 2,847 คน

จากตาราง 14 พบว่า

ตัวอย่างกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้าน/ที่พักตนเองมากที่สุด ร้อยละ 40.82 รองลงมา คือ ที่พักของคนรู้จัก เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน ร้อยละ 22.06 สถานบริการ ต่าง ๆ เช่น ผับ บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 18.79 โรงแรม/ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สโมสร ร้อยละ 13.38 และมินิมาร์ท/ร้านค้า/ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 3.34 ตามลำดับ

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง (n = 2,847)

พฤติกรรมการขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง	จำนวน	ร้อยละ
เคย	1,509	53.00
ไม่เคย	1,338	47.00

หมายเหตุ : เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 2,847 คน

จากตาราง 15 พบว่า

ตัวอย่างกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เคยขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง ร้อยละ 53.00 และไม่เคย ร้อยละ 47.00 ตามลำดับ

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n = 2,847)

ผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
เคยได้รับผลกระทบ	895	31.44
มีปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย	389	43.46
มีปัญหาด้านการเงิน (รายได้ - รายจ่าย)	339	37.88
มีปัญหาด้านการทำงาน	172	19.22
มีปัญหาด้านครอบครัว	136	15.20
มีปัญหาด้านการเรียน	133	14.86
เกิดอุบัติเหตุทางถนน	123	13.74
การทะเลาะวิวาท หรือทำร้ายร่างกาย	102	11.40
มีปัญหาเกี่ยวกับเพื่อน หรือบุคคลรอบข้าง	92	10.28
มีปัญหาด้านสุขภาพจิต	36	4.02
โดนลวนลาม หรือโดนล่วงละเมิดทางเพศ	30	3.35
โดนลักทรัพย์	19	2.12
อื่น ๆ เช่น โดนตำรวจจับ เมาแล้วขับ	4	0.45
ไม่เคยได้รับผลกระทบ	1,952	68.56

หมายเหตุ : 1. เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 2,847 คน

2. ตัวอย่างเลือกตอบผลกระทบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 16 พบว่า

ตัวอย่างกลุ่มที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 68.56 และเคยได้รับผลกระทบ ร้อยละ 31.44 โดยตัวอย่างที่เคยได้รับผลกระทบ ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย ร้อยละ 43.46 รองลงมา คือ มีปัญหาด้านการเงิน (รายได้ - รายจ่าย) ร้อยละ 37.88 มีปัญหาด้านการทำงาน ร้อยละ 19.22 มีปัญหาด้านครอบครัว ร้อยละ 15.20 และมีปัญหาด้านการเรียน ร้อยละ 14.86 ตามลำดับ

ตาราง 17 จำนวนและร้อยละของผลกระทบที่เกิดจากผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n = 5,062)

ผลกระทบที่เกิดจากผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
เคยได้รับผลกระทบ	2,157	42.61
การถูกรบกวน สร้างความรำคาญ	1,329	61.61
มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในครอบครัว เช่น การทะเลาะวิวาทกันในครอบครัว	398	18.45
มีปัญหาทางด้านการเงิน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว	385	17.85
ได้รับอุบัติเหตุทางถนน	351	16.27
มีปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น การถูกข่มขู่ ก่อวินาศกรรม ทำให้หวาดกลัว	274	12.70
มีปัญหาด้านความรุนแรงในครอบครัว	230	10.66
มีปัญหาด้านการเรียน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว	147	6.82
โดนทำร้ายร่างกาย	130	6.03
โดนลักทรัพย์ ทรัพย์สินเสียหายหรือถูกทำลาย	72	3.34
โดนลวนลาม หรือโดนล่วงละเมิดทางเพศ	67	3.11
อื่น ๆ เช่น ทะเลาะกับเพื่อน	2	0.09
ไม่เคยได้รับผลกระทบ	2,905	57.39

หมายเหตุ : 1. จำนวนตัวอย่าง 5,062 คน

2. ตัวอย่างเลือกตอบผลกระทบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 17 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับผลกระทบที่เกิดจากผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 57.39 และเคยได้รับผลกระทบ ร้อยละ 42.61 โดยตัวอย่างที่เคยได้รับผลกระทบ ส่วนใหญ่ถูกรบกวนสร้างความรำคาญ ร้อยละ 61.61 รองลงมา คือ มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในครอบครัว เช่น การทะเลาะวิวาทกันในครอบครัว ร้อยละ 18.45 มีปัญหาทางด้านการเงิน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว ร้อยละ 17.85 ได้รับอุบัติเหตุทางถนน ร้อยละ 16.27 และมีปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น การถูกข่มขู่ ก่อวินาศกรรม ทำให้หวาดกลัว ร้อยละ 12.70 ตามลำดับ

4.3 การรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ตาราง 18 จำนวนและร้อยละของการรับรู้/รับทราบว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (n = 5,062)

การรับรู้/รับทราบว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	3,359	66.36
ไม่ทราบ	1,703	33.64

จากตาราง 18 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ร้อยละ 66.36 และไม่ทราบ ร้อยละ 33.64 ตามลำดับ

ตาราง 19 จำนวนและร้อยละของการรับรู้/ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในประเด็นต่าง ๆ (n= 5,062)

ประเด็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	ตอบถูก	ตอบผิด
1. ห้ามแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่าง (ขนาดทดลอง)	4,464 (88.19)	598 (11.81)
2. ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก	4,473 (88.36)	589 (11.64)
3. สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้มน้ำมันได้	3,982 (78.66)	1,080 (21.34)
4. ห้ามแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจ	4,250 (83.96)	812 (16.04)
5. บุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้	2,236 (44.17)	2,826 (55.83)
6. ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 11.00 – 14.00 น.	2,678 (52.90)	2,384 (47.10)
7. ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม	4,259 (84.14)	803 (15.86)

ตาราง 19 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของการรับรู้/ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในประเด็นต่าง ๆ (n= 5,062)

ประเด็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	ตอบถูก	ตอบผิด
8. สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะได้	3,685 (72.80)	1,377 (27.20)
9. ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกกรณี	1,311 (25.90)	3,751 (74.10)
10. ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้	4,302 (84.99)	760 (15.01)

หมายเหตุ : ประเด็นที่ 3, 5, 6, 8, 9 เป็นข้อคำถามลง

จากตาราง 19 พบว่า

ตัวอย่างที่ตอบถูกเกี่ยวกับการรับรู้/ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในประเด็นต่าง ๆ มากที่สุด 5 อันดับแรก คือ อันดับ 1 ประเด็นห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก ร้อยละ 88.36 อันดับ 2 ประเด็นห้ามแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่าง (ขนาดทดลอง) ร้อยละ 88.19 อันดับ 3 ประเด็นไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้ ร้อยละ 84.99 อันดับ 4 ประเด็นไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม ร้อยละ 84.14 และอันดับ 5 ประเด็นห้ามแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจ ร้อยละ 83.96 ตามลำดับ

ส่วนตัวอย่างที่ตอบผิดเกี่ยวกับการรับรู้/ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในประเด็นต่าง ๆ มากที่สุด 5 อันดับแรก คือ อันดับ 1 ประเด็นห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกกรณี ร้อยละ 74.10 อันดับ 2 ประเด็นบุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 55.83 อันดับ 3 ประเด็นห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 11.00 – 14.00 น. ร้อยละ 47.10 อันดับ 4 ประเด็นสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะได้ ร้อยละ 27.20 และอันดับ 5 ประเด็นสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบ่อน้ำมนต์ได้ ร้อยละ 21.34 ตามลำดับ

ตาราง 20 จำนวนและร้อยละของการเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา) (n = 5,062)

การเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา เข้าพรรษา ออกพรรษา)	จำนวน	ร้อยละ
เคย	2,179	43.05
ไม่เคย	2,883	56.95

จากตาราง 20 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา) ร้อยละ 56.95 และเคยพบเห็น ร้อยละ 43.05 ตามลำดับ

ตาราง 21 จำนวนและร้อยละของการเคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น. (n = 5,062)

การเคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น.	จำนวน	ร้อยละ
เคย	2,665	52.65
ไม่เคย	2,397	47.35

จากตาราง 21 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น. ร้อยละ 52.65 และไม่เคยพบเห็น ร้อยละ 47.35 ตามลำดับ

ตาราง 22 จำนวนและร้อยละของการเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ (n = 5,062)

การเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแก่บุคคล ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	2,963	58.53
ไม่เคย	2,099	41.47

จากตาราง 22 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ร้อยละ 58.53 และไม่เคยพบเห็น ร้อยละ 41.47 ตามลำดับ

ตาราง 23 จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n= 5,062)

สถานที่ที่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เคย	ไม่เคย
ปั้มน้ำมันเชื้อเพลิง/ปั้มแก๊ส	785 (15.51)	4,277 (84.49)
หอพัก	1,850 (36.55)	3,212 (63.45)
พื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน	706 (13.95)	4,356 (86.05)
สวนสาธารณะของราชการ/รัฐวิสาหกิจ	842 (16.63)	4,220 (83.37)
ศาสนสถาน เช่น วัด มัสยิด โบสถ์	255 (5.04)	4,807 (94.96)
สถานที่ราชการ/รัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานอื่นของรัฐ เว้นแต่ในร้านค้า/สโมสร	268 (5.29)	4,794 (94.71)
สถานศึกษา	141 (2.79)	4,921 (97.21)
โรงพยาบาล/สถานพยาบาล/ร้านขายยา	574 (11.34)	4,488 (88.66)
บนทาง เช่น ทางเดินรถ ไหล่ทาง ทางเท้า	1,745 (34.47)	3,317 (65.53)
สถานีขนส่งผู้โดยสาร	1,477 (29.18)	3,585 (70.82)
อื่น ๆ เช่น งานหมอลำที่จัดในวัด	3 (0.06)	5,059 (99.94)

จากตาราง 23 พบว่า

สถานที่ที่ตัวอย่างส่วนใหญ่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ที่หือบริเวณห้ามขายมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ อันดับ 1 หอพัก ร้อยละ 36.55 อันดับ 2 บนทาง เช่น ทางเดินรถ ไหล่ทาง ทางเท้า ร้อยละ 34.47 อันดับ 3 สถานีขนส่งผู้โดยสาร ร้อยละ 29.18 อันดับ 4 สวนสาธารณะของราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 16.63 และอันดับ 5 ปั้มน้ำมันเชื้อเพลิง/ปั้มแก๊ส ร้อยละ 15.51 ตามลำดับ

ตาราง 24 จำนวนและร้อยละของการเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการ ลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ (n = 5,062)

การเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการ ลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่น	จำนวน	ร้อยละ
เคย	697	13.77
ไม่เคย	4,365	86.23

จากตาราง 24 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการ ลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ร้อยละ 86.23 และเคยพบเห็น ร้อยละ 13.77 ตามลำดับ

4.4 ความคิดเห็นต่อการคัดกรองและการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 25 จำนวนและร้อยละของการเคยได้รับการสอบถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัญหาจากการดื่มโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (n = 5,062)

การเคยได้รับการสอบถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัญหาจากการดื่มโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย เพราะ ไม่ได้พบเจอเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เนื่องจากสุขภาพร่างกายแข็งแรง จึงไม่ได้ไปสถานบริการสาธารณสุข และบางส่วนไม่มีเวลาไปพบเจอเนื่องจากทำงานตลอดเวลา ส่วนคนที่ดื่มแอลกอฮอล์บางส่วนให้เหตุผลว่าไม่ได้มีปัญหาจากการดื่ม บางส่วนเลิกดื่มแล้ว และบางส่วนให้เหตุผลว่าไม่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนในกลุ่มเด็กนักเรียนบางส่วนให้เหตุผลว่าอาจจะยังเด็กอยู่จึงยังไม่ได้รับการสอบถามจากเจ้าหน้าที่	3,718	73.45
เคย	1,344	26.55

จากตาราง 25 พบว่า

ตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการสอบถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปัญหาจากการดื่มโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 73.45 และเคย ร้อยละ 26.55 ตามลำดับ

ตาราง 26 จำนวนและร้อยละของการเคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (n = 2,847)

การเคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	1,717	60.31
เคย	1,130	39.69

หมายเหตุ : เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 2,847 คน

จากตาราง 26 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ไม่เคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 60.31 และเคย ร้อยละ 39.69 ตามลำดับ

ตาราง 27 จำนวนและร้อยละของสาเหตุที่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สาเหตุที่จะทำให้ลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
สิ้นเปลืองเงิน/ไม่มีเงินซื้อ	1,945	51.44
มีปัญหาต่อสุขภาพ เกิดโรคต่าง ๆ เช่น ตับแข็ง อัมพาต มะเร็ง ความดันโลหิตสูง เป็นต้น	1,708	45.17
เกิดอุบัติเหตุ	992	26.24
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาแพง	932	24.65
คนในครอบครัวหรือบุคคลรอบข้างขอร้องให้เลิกดื่ม	928	24.54
มีกิจกรรมปลอดเหล้า เช่น งดเหล้าเข้าพรรษา	659	17.43
ต้องการเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้อื่น	654	17.30
อื่น ๆ เช่น ไม่คิดที่จะเลิกดื่ม ดื่มน้อยอยู่แล้ว หรือนาน ๆ ดื่มครั้ง เลิกดื่มเอง อายุมากขึ้นต้องการรักษาสุขภาพเลยไม่ดื่ม รสชาติไม่อร่อย เลิกดื่มตามหลักศาสนาคริสต์ เลิกดื่มเพราะหน้าที่การงาน และต้องการรักษาสุขภาพ	55	1.45

หมายเหตุ : 1. เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา รวมจำนวนทั้งสิ้น 3,781 คน

2. กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 27 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ระบุว่าสาเหตุที่จะทำให้ลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ สิ้นเปลืองเงิน/ไม่มีเงินซื้อ ร้อยละ 51.44 รองลงมา คือ มีปัญหาต่อสุขภาพ เกิดโรคต่าง ๆ เช่น ตับแข็ง อัมพาต มะเร็ง ความดันโลหิตสูง เป็นต้น ร้อยละ 45.17 เกิดอุบัติเหตุ ร้อยละ 26.24 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาแพง ร้อยละ 24.65 และคนในครอบครัวหรือบุคคลรอบข้างขอร้องให้เลิกดื่ม ร้อยละ 24.54 ตามลำดับ

ตาราง 28 จำนวนและร้อยละของการเคยเข้ารับการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
(n = 3,781)

	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าไม่ได้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดต้องไปบำบัด เนื่องจากไม่ค่อยได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดื่มต่อครั้งไม่เยอะ หรือดื่มนาน ๆ ครั้งตามโอกาสต่าง ๆ เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์ งานเทศกาลต่าง เป็นต้น บางส่วนให้เหตุผลว่าถึงดื่มทุกวัน แต่ดื่มวันละนิดไม่ถึงขั้นติดหรือเมาแล้วขาดสติสร้างปัญหาให้ผู้อื่น ดื่มเพื่อผ่อนคลายหรือคลายเครียด ดื่มเพื่อเป็นยาบำรุง แก้ปวดเมื่อย บางส่วนระบุว่าตัวเองสามารถควบคุมการดื่มได้ รู้จักลด ละ เลิกดื่มได้เอง ไม่ต้องเข้ารับการบำบัด รู้จักดื่มอย่างพอประมาณ/ดื่มอย่างมีสติ และบางส่วนให้เหตุผลว่าเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มานานแล้ว	3,719	98.36
เคย	62	1.64

หมายเหตุ : เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา รวมจำนวนทั้งสิ้น 3,781 คน

จากตาราง 28 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้ารับการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 98.36 และเคย ร้อยละ 1.64 ตามลำดับ

ตาราง 29 จำนวนและร้อยละของการเคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
(n = 5,062)

การเคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	2,553	50.43
เคย จากช่องทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	2,509	49.57
สื่อโทรทัศน์	1,922	76.60
สื่อสังคมออนไลน์	1,211	48.27
- ไลน์	431	35.59
- เฟซบุ๊ก	1,156	95.46
- ทวิตเตอร์	61	5.04
ป้ายประชาสัมพันธ์	1,152	45.91
สื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	808	32.20
สถานบริการสาธารณสุข	357	14.23
การจัดกิจกรรม/อบรม	312	12.44
สื่อวิทยุ	302	12.04
แผ่นพับ/เอกสารเผยแพร่	243	9.69
หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร	221	8.81
เว็บไซต์สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)	159	6.34
เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	110	4.38
เว็บไซต์ศูนย์ปรึกษาปัญหาสุรา หรือสายด่วน 1413	80	3.19

จากตาราง 29 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 50.43 และเคย ร้อยละ 49.57

โดยกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่รับรู้จากช่องทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 76.60 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 48.27 ป้ายประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 45.91 สื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ร้อยละ 32.20 และสถานบริการสาธารณสุข ร้อยละ 14.23 ตามลำดับ

4.5 การรับรู้และความคิดเห็นต่อรูปภาพ

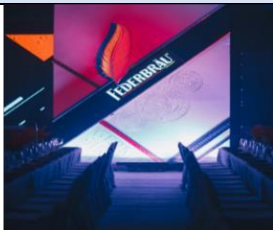
ตาราง 30 จำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่		ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น				ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวมทั้งสิ้น	N/A	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น
1		2,707 (54.06)	2,300 (45.94)	5,007 (100.00)	55	2,385 (47.63)	2,622 (52.37)	5,007 (100.00)
2		3,489 (69.02)	1,566 (30.98)	5,055 (100.00)	7	3,013 (59.60)	2,042 (40.40)	5,055 (100.00)
3		3,240 (67.05)	1,592 (32.95)	4,832 (100.00)	230	2,293 (47.45)	2,539 (52.55)	4,832 (100.00)
4		1,723 (35.93)	3,073 (64.07)	4,796 (100.00)	266	1,760 (36.70)	3,036 (63.30)	4,796 (100.00)

ตาราง 30 (ต่อ) จำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น				ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวมทั้งสิ้น	N/A	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น
5 	3,178 (65.54)	1,671 (34.46)	4,849 (100.00)	213	2,750 (56.71)	2,099 (43.29)	4,849 (100.00)
6 	2,034 (43.19)	2,675 (56.81)	4,709 (100.00)	353	1,926 (40.90)	2,783 (59.10)	4,709 (100.00)
7 	3,490 (69.58)	1,526 (30.42)	5,016 (100.00)	46	2,795 (55.72)	2,221 (44.28)	5,016 (100.00)

ตาราง 30 (ต่อ) จำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น				ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวมทั้งสิ้น	N/A	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น
8 	1,638 (34.87)	3,060 (65.13)	4,698 (100.00)	364	1,552 (33.04)	3,146 (66.96)	4,698 (100.00)
9 	2,982 (61.35)	1,879 (38.65)	4,861 (100.00)	201	2,562 (52.71)	2,299 (47.29)	4,861 (100.00)
10 	3,742 (75.64)	1,205 (24.36)	4,947 (100.00)	115	3,078 (62.22)	1,869 (37.78)	4,947 (100.00)
11 	2,304 (47.43)	2,554 (52.57)	4,858 (100.00)	204	2,256 (46.44)	2,602 (53.56)	4,858 (100.00)

ตาราง 30 (ต่อ) จำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น				ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวมทั้งสิ้น	N/A	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น
12 	3,875 (77.02)	1,156 (22.98)	5,031 (100.00)	31	3,230 (64.20)	1,801 (35.80)	5,031 (100.00)
13 	1,508 (33.22)	3,032 (66.78)	4,540 (100.00)	522	1,557 (34.30)	2,983 (65.70)	4,540 (100.00)
14 	3,477 (69.19)	1,548 (30.81)	5,025 (100.00)	37	2,943 (58.57)	2,082 (41.43)	5,025 (100.00)
15 	3,035 (60.66)	1,968 (39.34)	5,003 (100.00)	59	2,723 (54.43)	2,280 (45.57)	5,003 (100.00)

ตาราง 30 (ต่อ) จำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น				ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวมทั้งสิ้น	N/A	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น	
16		4,442 (88.12)	599 (11.88)	5,041 (100.00)	21	3,517 (69.77)	1,524 (30.23)	5,041 (100.00)
17		4,019 (80.19)	993 (19.81)	5,012 (100.00)	50	3,340 (66.64)	1,672 (33.36)	5,012 (100.00)
18		3,216 (64.46)	1,773 (35.54)	4,989 (100.00)	73	3,002 (60.17)	1,987 (39.83)	4,989 (100.00)
19		1,846 (39.72)	2,801 (60.28)	4,647 (100.00)	415	1,551 (33.38)	3,096 (66.62)	4,647 (100.00)

ตาราง 30 (ต่อ) จำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น				ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวมทั้งสิ้น	N/A	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น
20 	3,383 (67.23)	1,649 (32.77)	5,032 (100.00)	30	2,405 (47.79)	2,627 (52.21)	5,032 (100.00)
21 	3,518 (70.46)	1,475 (29.54)	4,993 (100.00)	69	2,488 (49.83)	2,505 (50.17)	4,993 (100.00)
22 	4,627 (91.81)	413 (8.19)	5,040 (100.00)	22	3,738 (74.17)	1,302 (25.83)	5,040 (100.00)
23 	4,525 (89.62)	524 (10.38)	5,049 (100.00)	13	3,655 (72.39)	1,394 (27.61)	5,049 (100.00)

ตาราง 30 (ต่อ) จำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่		ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น				ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวมทั้งสิ้น	N/A	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น
24		1,925 (39.79)	2,913 (60.21)	4,838 (100.00)	224	1,804 (37.29)	3,034 (62.71)	4,838 (100.00)
25		1,090 (22.87)	3,676 (77.13)	4,766 (100.00)	296	1,359 (28.51)	3,407 (71.49)	4,766 (100.00)
26		2,641 (54.27)	2,225 (45.73)	4,866 (100.00)	196	1,907 (39.19)	2,959 (60.81)	4,866 (100.00)
27		1,763 (36.67)	3,045 (63.33)	4,808 (100.00)	254	1,681 (34.96)	3,127 (65.04)	4,808 (100.00)

ตาราง 30 (ต่อ) จำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น				ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รวมทั้งสิ้น	N/A	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น	
28		3,606 (71.70)	1,423 (28.30)	5,029 (100.00)	33	3,210 (63.83)	1,819 (36.17)	5,029 (100.00)
29		3,258 (66.03)	1,676 (33.97)	4,934 (100.00)	128	2,814 (57.03)	2,120 (42.97)	4,934 (100.00)
30		4,527 (90.25)	489 (9.75)	5,016 (100.00)	46	3,217 (64.13)	1,799 (35.87)	5,016 (100.00)

หมายเหตุ : N/A คือ ตัวอย่างไม่ทราบว่าเป็นภาพดังกล่าวสามารถสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หรือไม่ (Not Available)

ตาราง 31 ลำดับและร้อยละของรูปภาพจำแนกตามรูปภาพที่สื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รูปภาพที่สื่อความหมายว่าไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รูปภาพที่ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือโดยอ้อม และรูปภาพที่ไม่ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับ	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น		ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ
1	ภาพที่ 22 (ร้อยละ 91.81) 	ภาพที่ 25 (ร้อยละ 77.13) 	ภาพที่ 22 (ร้อยละ 74.17) 	ภาพที่ 25 (ร้อยละ 71.49) 
2	ภาพที่ 30 (ร้อยละ 90.25) 	ภาพที่ 13 (ร้อยละ 66.78) 	ภาพที่ 23 (ร้อยละ 72.39) 	ภาพที่ 8 (ร้อยละ 66.96) 
3	ภาพที่ 23 (ร้อยละ 89.62) 	ภาพที่ 8 (ร้อยละ 65.13) 	ภาพที่ 16 (ร้อยละ 69.77) 	ภาพที่ 19 (ร้อยละ 66.62) 

ตาราง 31 (ต่อ) ลำดับและร้อยละของรูปภาพจำแนกตามรูปภาพที่สื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รูปภาพที่สื่อความหมายว่าไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
รูปภาพที่ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือโดยอ้อม และรูปภาพที่ไม่ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับ	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น		ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ
4	ภาพที่ 16 (ร้อยละ 88.12) 	ภาพที่ 4 (ร้อยละ 64.07) 	ภาพที่ 17 (ร้อยละ 66.64) 	ภาพที่ 13 (ร้อยละ 65.70) 
5	ภาพที่ 17 (ร้อยละ 80.19) 	ภาพที่ 27 (ร้อยละ 63.33) 	ภาพที่ 12 (ร้อยละ 64.20) 	ภาพที่ 27 (ร้อยละ 65.04) 

หมายเหตุ : แสดงรูปภาพ 5 อันดับแรก เมื่อเรียงตามร้อยละที่มีค่าสูงสุด 5 อันดับแรกของแต่ละประเภท

จากตาราง 30 และ 31 พบว่า

รูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจว่าสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากที่สุด 5 อันดับแรก คือ รูปภาพที่ 22 ร้อยละ 91.81 รองลงมา คือ รูปภาพที่ 30 ร้อยละ 90.25 รูปภาพที่ 23 ร้อยละ 89.62 รูปภาพที่ 16 ร้อยละ 88.12 และรูปภาพที่ 17 ร้อยละ 80.19 ตามลำดับ

รูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจว่าสื่อความหมายว่าไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากที่สุด 5 อันดับแรก คือ รูปภาพที่ 25 ร้อยละ 77.13 รองลงมา คือ รูปภาพที่ 13 ร้อยละ 66.78 รูปภาพที่ 8 ร้อยละ 65.13 รูปภาพที่ 4 ร้อยละ 64.07 และรูปภาพที่ 27 ร้อยละ 63.33 ตามลำดับ

รูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือโดยอ้อม มากที่สุด 5 อันดับแรก คือ รูปภาพที่ 22 ร้อยละ 74.17 รองลงมา คือ รูปภาพที่ 23 ร้อยละ 72.39 รูปภาพที่ 16 ร้อยละ 69.77 รูปภาพที่ 17 ร้อยละ 66.64 และรูปภาพที่ 12 ร้อยละ 64.20 ตามลำดับ

รูปภาพที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจว่าเป็นการไม่ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากที่สุด 5 อันดับแรก คือ รูปภาพที่ 25 ร้อยละ 71.49 รองลงมา คือ รูปภาพที่ 8 ร้อยละ 66.96 รูปภาพที่ 19 ร้อยละ 66.62 รูปภาพที่ 13 ร้อยละ 65.70 และรูปภาพที่ 27 ร้อยละ 65.04 ตามลำดับ

4.6 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ตาราง 32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

การพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	ระดับความคิดเห็น					รวมทั้งสิ้น	มัธยฐาน (Median)	แปลผลค่า มัธยฐาน
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)			
ควรแสดงค่าเตือนผลกระทบด้านสุขภาพ บนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,899 (57.27)	1,668 (32.95)	366 (7.23)	102 (2.02)	27 (0.53)	5,062 (100.00)	5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ (ห้ามขายออนไลน์)	2,215 (43.76)	2,138 (42.23)	539 (10.65)	129 (2.55)	41 (0.81)	5,062 (100.00)	4	เห็นด้วย
ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วง เทศกาลปีใหม่	1,417 (27.99)	1,261 (24.91)	1,518 (29.99)	716 (14.15)	150 (2.96)	5,062 (100.00)	4	เห็นด้วย
ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วง สงกรานต์	1,448 (28.60)	1,323 (26.14)	1,461 (28.86)	669 (13.22)	161 (3.18)	5,062 (100.00)	4	เห็นด้วย
ควรห้ามขาย – ตั๋วเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานกีฬา/สถานที่ออกกำลังกาย ทั้ง ของรัฐและเอกชน	2,467 (48.74)	2,079 (41.07)	412 (8.14)	75 (1.48)	29 (0.57)	5,062 (100.00)	4	เห็นด้วย
ควรห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดย สิ้นเชิง	2,422 (47.85)	1,528 (30.18)	767 (15.15)	261 (5.16)	84 (1.66)	5,062 (100.00)	4	เห็นด้วย

จากตาราง 32 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการควรแสดงคำเตือนผลกระทบด้านสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย ต่อการควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ห้ามขายออนไลน์) ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเทศกาลปีใหม่ ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงสงกรานต์ ควรห้ามขาย – ต้มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานกีฬา/สถานที่ออกกำลังกาย ทั้งของรัฐและเอกชน และควรห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง

4.7 การรับรู้และความคิดเห็นเรื่องการสื่อสารณรงค์ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 33 จำนวนและร้อยละของการทราบว่ามีการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกฐินปลอดเหล้า” (n= 5,062)

การทราบว่ามีการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกฐินปลอดเหล้า”	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	3,754	74.16
ไม่ทราบ	1,308	25.84

จากตาราง 33 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่ามีการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกฐินปลอดเหล้า” ร้อยละ 74.16 และไม่ทราบว่ามีการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกฐินปลอดเหล้า” ร้อยละ 25.84

ตาราง 34 จำนวนและร้อยละของการทราบว่ามีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ <http://TAS.go.th> (n= 5,062)

การทราบว่ามีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ http://TAS.go.th	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	681	13.45
ไม่ทราบ	4,381	86.55

จากตาราง 34 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ <http://TAS.go.th> ร้อยละ 86.55 และทราบว่ามีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ <http://TAS.go.th> ร้อยละ 13.45

ตาราง 35 จำนวนและร้อยละของการเคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS (n= 5,062)

การเคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS	จำนวน	ร้อยละ
เคย	138	2.73
ไม่เคย	4,924	97.27

จากตาราง 35 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS ร้อยละ 97.27 และเคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS ร้อยละ 2.73

ตาราง 36 จำนวนและร้อยละของการรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n= 5,062)

การรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	1,119	22.11
ไม่รู้จัก	3,943	77.89

จากตาราง 36 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 77.89 และรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 22.11

ตาราง 37 อันดับและร้อยละของช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อันดับ	ช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ร้อยละ
1	สื่อโทรทัศน์	32.00
2	สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์ เป็นต้น	20.90
3	สื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	9.73
4	ป้ายประชาสัมพันธ์	8.91
5	สื่อวิทยุ	6.81
6	สถานบริการสาธารณสุข	6.35
7	การจัดกิจกรรม/อบรม	3.27
8	หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร	2.87
9	เว็บไซต์สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)	2.60
10	เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2.38
11	แผ่นพับ/เอกสารเผยแพร่	2.32
12	เว็บไซต์ศูนย์ปรึกษาปัญหาสุรา หรือ สายด่วน 1413	1.35

จากตาราง 37 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์ เป็นต้น ร้อยละ 20.90 สื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ร้อยละ 9.73 ป้ายประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 8.91 และสื่อวิทยุ ร้อยละ 6.81 ตามลำดับ

ตาราง 38 จำนวนและร้อยละของงานหรือกิจกรรมที่จัดโดยส่วนราชการควรเป็นงาน/กิจกรรมปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

งานหรือกิจกรรมที่จัดโดยส่วนราชการควรเป็นงาน/กิจกรรมปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
งานประชุม/สัมมนา	3,702	73.13
งานจัดกิจกรรมแข่งกีฬา	3,530	69.74
งานกาชาด/งานประจำปี	2,870	56.70
งานปีใหม่	1,744	34.45
งานเกษียณ	1,570	31.02
อื่น ๆ เช่น งานบุญทุกงานที่จัดโดยหน่วยงานราชการ เช่น งานทอดกฐินพระราชทาน งานผ้าป่า ทุกงาน/กิจกรรมที่จัดโดยส่วนราชการไม่ควรมีแอลกอฮอล์ งานสงกรานต์ งานเลี้ยงวันเกิดในสถานที่ราชการ	47	0.93

หมายเหตุ : 1. จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 5,062 คน

2. กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 38 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าประเภทงานหรือกิจกรรมที่จัดโดยส่วนราชการสมควรเป็นงานหรือกิจกรรมที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ งานประชุม/สัมมนา ร้อยละ 73.13 รองลงมา คือ งานจัดกิจกรรมแข่งกีฬา ร้อยละ 69.74 งานกาชาด/งานประจำปี ร้อยละ 56.70 งานปีใหม่ ร้อยละ 34.45 และงานเกษียณ ร้อยละ 31.02 ตามลำดับ

4.8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตาราง 39 จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการห้ามขาย/ห้ามดื่ม/ห้ามโฆษณา (n = 5,062)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการห้ามขาย/ห้ามดื่ม/ห้ามโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
แสดงความคิดเห็น	1,451	28.66
1) ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อทุก ๆ ช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ รวมถึงห้ามปิดป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งชุมชน ร้านค้า เป็นต้น	419	28.89
2) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้ที่มีอายุที่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์	367	25.29
3) รัฐบาลควรมีมาตรการจำกัดการผลิตและห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชัดเจนและเด็ดขาด รวมถึงควรมีบทลงโทษที่รุนแรงแก่ผู้กระทำความผิด	305	21.02
4) รัฐบาลควรจำกัดสถานที่ในการซื้อและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้น้อยลงหรือให้จำหน่ายได้ในเฉพาะสถานที่ที่กำหนดไว้เท่านั้น	190	13.09
5) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ งานสังสรรค์ หรือวันสำคัญทางศาสนา	70	4.82
6) รัฐบาลควรจำกัดปริมาณการซื้อและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	43	2.96
7) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามร้านค้าทั่วไปและร้านสะดวกซื้อ	19	1.31
8) ห้ามแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด	17	1.17
9) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนและผู้สูงอายุ	11	0.76
10) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบันเทิง	7	0.48
11) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้ที่มีอายุที่ต่ำกว่า 25 ปีบริบูรณ์	2	0.14
12) ห้ามผู้ที่ไม่มีใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด	1	0.07
ไม่แสดงความคิดเห็น	3,611	71.34

จากตาราง 39 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการห้ามขาย/ห้ามดื่ม/ห้ามโฆษณา ร้อยละ 71.34 และแสดงความคิดเห็น ร้อยละ 28.66 โดยกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่เสนอแนะห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อทุก ๆ ช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ รวมถึงห้ามปิดป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งชุมชน ร้านค้า เป็นต้น ร้อยละ 28.89 รองลงมา คือ ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ ร้อยละ 25.29 รัฐบาลควรมีมาตรการจำกัดการผลิตและห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชัดเจนและเด็ดขาด รวมถึงควรมีบทลงโทษที่รุนแรงแก่ผู้กระทำความผิด ร้อยละ 21.02 รัฐบาลควรจำกัดสถานที่ในการซื้อและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้น้อยลงหรือให้จำหน่ายได้ในเฉพาะสถานที่ที่กำหนดไว้เท่านั้น ร้อยละ 13.09 และห้ามจำหน่ายดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ งานสังสรรค์ หรือวันสำคัญทางศาสนา ร้อยละ 4.82 ตามลำดับ

ตาราง 40 จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์ ลด ละ เลิก ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
(n = 5,062)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์ ลด ละ เลิก ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
แสดงความคิดเห็น	1,412	27.89
1) ควรจัดกิจกรรมรณรงค์และประชาสัมพันธ์เรื่องการลด ละ เลิกดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	692	49.01
2) ควรรณรงค์เกี่ยวกับการขับขีปลอดภัยเมาไม่ขับ	263	18.63
3) ควรผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลกระทบจากการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ปัญหาการทะเลาะวิวาท ปัญหาสุขภาพ และปัญหาอาชญากรรม เป็นต้น	128	9.07
4) ควรส่งเสริมสถาบันครอบครัวเพื่อให้พ่อแม่/ผู้ปกครองช่วยกัน สอดส่องดูแลบุตรหลาน รวมถึงให้คำแนะนำและเป็นแบบอย่างที่ดี ให้กับบุตรหลานในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	93	6.59
5) ควรรณรงค์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม เป็นต้น	76	5.38
6) ควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่ปลอดสุราในชุมชนและท้องถิ่นอย่าง สม่ำเสมอ	72	5.10
7) ควรปลูกจิตสำนึกและค่านิยมที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ให้แก่เด็กและเยาวชน	44	3.12
8) ควรจัดกิจกรรมการรณรงค์ให้มีความหลากหลายและสม่ำเสมอเช่น การเดิน การวิ่ง กิจกรรมงดเหล้าในวันสำคัญทางศาสนา การอบรม เลิกดื่มสุรา เป็นต้น	23	1.62
9) ควรจัดตั้งศูนย์หรือสายด่วนเพื่อให้ความรู้และคำปรึกษาเกี่ยวกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	20	1.41
10) ควรรณรงค์เกี่ยวกับการห้ามดาราถ่ายภาพคู่กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทุกชนิด	1	0.07
ไม่แสดงความคิดเห็น	3,650	72.11

จากตาราง 40 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์ ลด ละ เลิก ดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 72.11 และแสดงความคิดเห็น ร้อยละ 27.89 โดยกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่เสนอแนะให้จัดกิจกรรมรณรงค์และประชาสัมพันธ์เรื่องการลด ละ เลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 49.01 รองลงมา คือ ควรรณรงค์เกี่ยวกับการขับขี ปลอดภัยเมาไม่ขับ ร้อยละ 18.63 ควรผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ เช่น ปัญหาการทะเลาะวิวาท ปัญหาสุขภาพ และปัญหาอาชญากรรม เป็นต้น ร้อยละ 9.07 ควรส่งเสริมสถาบันครอบครัวเพื่อให้พ่อแม่/ผู้ปกครองช่วยกันสอดส่องดูแลบุตรหลาน รวมถึงให้คำแนะนำและ เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุตรหลานในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 6.59 และควรรณรงค์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม เป็นต้น ร้อยละ 5.38 ตามลำดับ

ตาราง 41 จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะอื่น ๆ (n = 5,062)

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
แสดงความคิดเห็น	469	9.27
1) รัฐบาลควรบังคับใช้กฎหมายและลงโทษผู้กระทำความผิดอย่างจริงจัง	269	57.36
2) รัฐบาลควรจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้นเพื่อลดการบริโภคของประชาชน	135	28.78
3) รัฐบาลควรมีนโยบายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด	39	8.32
4) รัฐบาลควรจำกัดปริมาณการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบริษัทต่าง ๆ	12	2.56
5) ควรกำหนดให้ผู้ผลิตต้องทำฉลากหรือคำเตือนไว้ที่ผลิตภัณฑ์ เพื่อลดแรงจูงใจในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	5	1.07
6) ควรส่งเสริมให้มีการผลิตเครื่องดื่มที่มีปริมาณของแอลกอฮอล์ต่ำหรือฟรีแอลกอฮอล์ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้ดื่ม เช่น เบียร์ฟรีแอลกอฮอล์ เป็นต้น	4	0.85
7) ควรจัดการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศ	3	0.64
8) ควรคัดกรองผู้ติดสุราเรื้อรังเพื่อเข้ารับการบำบัดรักษาอย่างจริงจัง	2	0.42
ไม่แสดงความคิดเห็น	4,593	90.73

จากตาราง 41 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ ร้อยละ 90.73 และแสดงความคิดเห็น ร้อยละ 9.27 โดยกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่เสนอแนะให้รัฐบาลควรบังคับใช้กฎหมายและลงโทษผู้กระทำความผิดอย่างจริงจัง ร้อยละ 57.36 รองลงมา คือ รัฐบาลควรจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้นเพื่อลดการบริโภคของประชาชน ร้อยละ 28.78 รัฐบาลควรมีนโยบายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด ร้อยละ 8.32 รัฐบาลควรจำกัดปริมาณการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบริษัทต่าง ๆ ร้อยละ 2.56 และควรกำหนดให้ผู้ผลิตต้องทำฉลากหรือคำเตือนไว้ที่ผลิตภัณฑ์ เพื่อลดแรงจูงใจในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 1.07 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการสำรวจ อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประชากรเป้าหมายในการสำรวจครั้งนี้ คือ ประชาชนอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป พักอาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมาย โดยครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ แพร่ อุตรดิตถ์ พิษณุโลก ชัยนาท นครสวรรค์ ปทุมธานี สระบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี สมุทรปราการ ชลบุรี ขอนแก่น ร้อยเอ็ด อุดรธานี เลย นครราชสีมา ชัยภูมิ อุบลราชธานี ยโสธร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี สงขลา และพัทลุง จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 5,062 คน

ในการนี้ ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ด้วยวิธีการลงพื้นที่ภาคสนาม (Field Survey) โดยการสัมภาษณ์จากผู้ที่ให้คำตอบโดยตรง (Face-to-face Interview) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) มัธยฐาน (Median) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งสามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการสำรวจ

5.1.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.22 และเพศหญิง ร้อยละ 46.78 มีอายุระหว่าง 25-44 ปี ร้อยละ 44.98 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 45-59 ปี ร้อยละ 23.63 และอายุระหว่าง 20-24 ปี ร้อยละ 14.64 กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 49.60 รองลงมา คือ สถานภาพโสด ร้อยละ 44.63 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ร้อยละ 5.77 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 98.02 รองลงมา คือ ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 1.03 และศาสนาคริสต์ ร้อยละ 0.95 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 37.45 รองลงมา คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 25.84 และประถมศึกษา ร้อยละ 20.43 กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ ค่าขาย ร้อยละ 21.41 รองลงมา คือ มีอาชีพเป็นผู้ใช้แรงงาน รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 20.81 และเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 16.46 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 36.23 รองลงมา คือ ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 26.26 และมีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 15.82 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 33.49 รองลงมา คือ ภาคกลาง ร้อยละ 29.89 และภาคเหนือ ร้อยละ 14.20 ตามลำดับ

5.1.2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 56.24 รองลงมา คือ ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในชีวิตนี้ ร้อยละ 25.31 และเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 18.45 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ดื่มเปียร์มากที่สุด ร้อยละ 88.69 รองลงมา คือ ดื่มสุราสี/สุราแดง เช่น วิสกี้ บรั่นดี เชียงซุน ร้อยละ 51.18 และดื่มสุราขาว/สุรากลั่น เช่น เหล้าขาว จีน ร่ม เต็กีลา โซจู สาเก ร้อยละ 26.10 ตามลำดับ ส่วนสาเหตุที่ทำให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่ระบุว่าดื่มเพื่อร่วมงานเลี้ยงฉลอง หรืองานสังสรรค์ตามเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 56.80 รองลงมา คือ ดื่มเพื่อเป็นการผ่อนคลาย ลดความวิตกกังวล ลดความเครียด ร้อยละ 47.17 และถูกชักชวนจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อนญาติ หรือคนในครอบครัว ร้อยละ 43.03 ตามลำดับ ส่วนความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดื่มนาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 39.69 รองลงมา คือ ดื่มทุกเดือน (1 – 3 วัน/เดือน) ร้อยละ 22.51 และดื่มทุกสัปดาห์ (1 – 2 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 15.18 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 17.01-20.00 น. ร้อยละ 51.44 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 20.01-24.00 น. ร้อยละ 44.00 และช่วงเวลา 14.01-17.00 น. ร้อยละ 1.58 ตามลำดับ

ส่วนสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้าน/ที่พักตนเอง ร้อยละ 40.82 รองลงมา คือ ที่พักของคนรู้จัก เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน ร้อยละ 22.06 และสถานบริการต่าง ๆ เช่น ผับ บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 18.79 ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมการขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง ร้อยละ 53.00 และไม่เคย ร้อยละ 47.00 ตามลำดับ สำหรับผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 68.56 และเคยได้รับผลกระทบ ร้อยละ 31.44 โดยผลกระทบที่ได้รับจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3 อันดับแรก คือ ปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย ร้อยละ 43.46 รองลงมา คือ ปัญหาด้านการเงิน (รายได้ - รายจ่าย) ร้อยละ 37.88 และปัญหาด้านการทำงาน ร้อยละ 19.22 ตามลำดับ

ส่วนผลกระทบที่เกิดจากผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย กลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่ม แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับผลกระทบที่เกิดจากผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 57.39 และเคยได้รับผลกระทบ ร้อยละ 42.61 โดยผลกระทบที่ได้รับจากการที่ผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3 อันดับแรก คือ ถูกรบกวน สร้างความรำคาญ ร้อยละ 61.61 รองลงมา คือ ปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในครอบครัว เช่น การทะเลาะวิวาทกันในครอบครัว ร้อยละ 18.45 และปัญหาทางการเงิน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว ร้อยละ 17.85 ตามลำดับ

5.1.3 การรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

จากผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ร้อยละ 66.36 และไม่ทราบ ร้อยละ 33.64 ตามลำดับ

โดยประเด็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบถูกมากที่สุด คือ ประเด็นห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก ร้อยละ 88.36 รองลงมา คือ ประเด็นห้ามแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่าง (ขนาดทดลอง) ร้อยละ

88.19 และประเด็นไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการเมเอนจรงสติไม่ได้ ร้อยละ 84.99 ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุด คือ ประเด็นห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทุกกรณี ร้อยละ 74.10 รองลงมา คือ ประเด็นบุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 55.83 และประเด็นห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 11.00 – 14.00 น. ร้อยละ 47.10 ตามลำดับ

การพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ ร้อยละ 56.95 และเคยพบเห็น ร้อยละ 43.05 ตามลำดับ

ส่วนการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น. ร้อยละ 52.65 และไม่เคยพบเห็น ร้อยละ 47.35 ตามลำดับ

การเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ร้อยละ 58.53 และไม่เคยพบเห็น ร้อยละ 41.47 ตามลำดับ

สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณห้ามขายมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับ 1 หอพัก ร้อยละ 36.55 อันดับ 2 บนทาง เช่น ทางเดินรถ ไหล่ทาง ทางเท้า ร้อยละ 34.47 และอันดับ 3 สถานีขนส่งผู้โดยสาร ร้อยละ 29.18 ตามลำดับ

การเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการ ลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการ ลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ร้อยละ 86.23 และเคยพบเห็น ร้อยละ 13.77 ตามลำดับ

5.1.4 ความคิดเห็นต่อการคัดกรองและการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการสอบถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปัญหาจากการดื่มโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา โดยให้เหตุผลว่า ไม่ได้พบเจอเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เนื่องจากสุขภาพร่างกายแข็งแรงจึงไม่ได้ไปสถานบริการสาธารณสุข และบางส่วนไม่มีเวลาไปพบเจอเนื่องจากทำงานตลอดเวลา ส่วนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางส่วนให้เหตุผลว่าไม่ได้มีปัญหาจากการดื่ม บางส่วนเลิกดื่มแล้ว และบางส่วนให้เหตุผลว่าไม่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนในกลุ่มเด็กนักเรียนบางส่วนให้เหตุผลว่าอาจจะยังเด็กอยู่จึงยังไม่ได้รับการสอบถามจากเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 73.45 และเคย ร้อยละ 26.55 ตามลำดับ

ความพยายามลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ไม่เคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 60.31 และเคย ร้อยละ 39.69 ตามลำดับ

ส่วนสาเหตุที่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ระบุว่าสาเหตุที่จะทำให้ลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ

สิ้นเปลืองเงิน/ไม่มีเงินซื้อ ร้อยละ 51.44 รองลงมา คือ มีปัญหาต่อสุขภาพ เกิดโรคต่าง ๆ เช่น ตับแข็ง อัมพาต มะเร็ง ความดันโลหิตสูง เป็นต้น ร้อยละ 45.17 และเกิดอุบัติเหตุ ร้อยละ 26.24 ตามลำดับ

การเคยเข้ารับการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และกลุ่มตัวอย่างที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้ารับการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้เหตุผลว่าไม่ได้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดต้องไปบำบัด เนื่องจากไม่ค่อยได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดื่มต่อครั้งไม่เยอะ หรือดื่มนาน ๆ ครั้งตามโอกาสต่าง ๆ เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์ งานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น บางส่วนให้เหตุผลว่าถึงดื่มทุกวัน แต่ดื่มวันละนิดไม่ถึงขั้นติดหรือเมาแล้วขาดสติสร้างปัญหาให้ผู้อื่น ดื่มเพื่อผ่อนคลายหรือคลายเครียด ดื่มเพื่อเป็นยาบำรุง แก้ปวดเมื่อย บางส่วนระบุว่าตัวเองสามารถควบคุมการดื่มได้ รู้จักลด ละ เลิกดื่มได้เองไม่ต้องเข้ารับการบำบัด รู้จักดื่มอย่างพอประมาณ/ดื่มอย่างมีสติ และบางส่วนให้เหตุผลว่าเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มานานแล้ว ร้อยละ 98.36 และเคย ร้อยละ 1.64 ตามลำดับ

การรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 50.43 และเคยรับรู้ ร้อยละ 49.57 โดยรับรู้ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 76.60 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 48.27 และป้ายประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 45.91 ตามลำดับ

5.1.5 การรับรู้และความคิดเห็นต่อรูปภาพ

การรับรู้และความคิดเห็นที่มีต่อรูปภาพมุมมองการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พบว่า รูปภาพที่ทำให้ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป เข้าใจว่ารูปภาพดังกล่าวเป็นการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเป็นรูปภาพที่ปรากฏเครื่องหมายการค้า (Trademark) ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือปรากฏรูปภาพและหรือข้อความที่เกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดเจน

สำหรับรูปภาพที่ทำให้ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป เข้าใจว่ารูปภาพดังกล่าวเป็นการสื่อความหมายว่าไม่เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเป็นรูปภาพที่ปรากฏข้อความ คำพูด หรือคำคม (Quotes) ที่สื่อความหมายในลักษณะกำกวม รวมทั้งมีการปรากฏเครื่องหมายการค้า (Trademark) ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพียงบางส่วน

การรับรู้และความคิดเห็นที่มีต่อรูปภาพมุมมองการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า รูปภาพที่สามารถชักจูงใจให้ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยตรง จะเป็นรูปภาพที่ปรากฏเครื่องหมายการค้า (Trademark) ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือปรากฏรูปภาพและหรือข้อความที่เกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของรูปภาพที่สื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำหรับรูปภาพที่สามารถชักจูงใจให้ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยอ้อม จะเป็นรูปภาพที่ปรากฏผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น เสื้อกีฬา หรือกระเป๋ โดยที่บนผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จะมีเครื่องหมายการค้า (Trademark) ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปรากฏเพียงบางส่วน

5.1.6 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

จากผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการคว่ำบาตรร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ห้ามขายออนไลน์) คว่ำบาตรร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเทศกาลปีใหม่ คว่ำบาตรร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงสงกรานต์ คว่ำบาตร – ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานกีฬา/สถานที่ออกกำลังกาย ทั้งของรัฐและเอกชน และคว่ำบาตรโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง

5.1.7 การรับรู้และความคิดเห็นเรื่องการสื่อสารรณรงค์ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้เกี่ยวกับการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกฐินปลอดเหล้า” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกฐินปลอดเหล้า” ร้อยละ 74.16 และไม่ทราบ ร้อยละ 25.84

การรับรู้เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ <http://TAS.go.th> พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ <http://TAS.go.th> ร้อยละ 86.55 และทราบร้อยละ 13.45

การติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS ร้อยละ 97.27 และเคยติดต่อร้องเรียนร้อยละ 2.73

การรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 77.89 และรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 22.11

ส่วนช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์ เป็นต้น ร้อยละ 20.90 และสื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ร้อยละ 9.73 ตามลำดับ

สำหรับงานหรือกิจกรรมใดที่จัดโดยส่วนราชการควรเป็นงาน/กิจกรรมที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการจัดงานหรือกิจกรรมที่จัดโดยส่วนราชการสมควรเป็นงานหรือกิจกรรมที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ งานประชุม/สัมมนา ร้อยละ 73.13 รองลงมา คือ งานจัดกิจกรรมแข่งกีฬา ร้อยละ 69.74 และงานกาชาด/งานประจำปี ร้อยละ 56.70 ตามลำดับ

5.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โดยนำมาเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในปีพ.ศ. 2561 สามารถอภิปรายผลการสำรวจ ได้ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่มมากที่สุด คือ เบียร์ รองลงมา คือ ดื่มสุราสี/สุราแดง เช่น วิสกี้ บรั่นดี เชียงซุน และดื่มสุราขาว/สุรากลั่น เช่น เหล้าขาว จิน รัม เทกิล่า โซจู สาเก สอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่มมากที่สุด คือ เบียร์ รองลงมา คือ เหล้าแดง/เหล้าสี/เหล้าขาว/วิสกี้/จิน/วอดก้า 35-40 ดีกรี ไวน์/ไวน์คูลเลอร์ และเหล้าปั่น เหล้าถัง เป็นต้น

ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่ดื่มนาน ๆ ครั้ง รองลงมา คือ ดื่มทุกเดือน (1 – 3 วัน/เดือน) และดื่มทุกสัปดาห์ (1 – 2 วัน/สัปดาห์) สอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า จะดื่มนาน ๆ ครั้ง (1 - 11 วัน/ปี) มากที่สุด รองลงมา คือ เดือนละ 1 – 3 วัน และสัปดาห์ละ 1-2 วัน

ช่วงเวลาในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักนิยมดื่มในช่วงเวลา 17.01-20.00 น. รองลงมา คือ ช่วงเวลา 20.01-24.00 น. และช่วงเวลา 14.01-17.00 น. สอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 17.00 – 24.00 น. รองลงมา คือ ช่วงเวลา 14.00 – 17.00 น. ช่วงเวลา 00.00 – 11.00 น. และช่วงเวลา 11.00 – 14.00 น.

สถานที่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้าน/ที่พักตนเอง รองลงมา คือ ที่พักของครอบครัว เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน และสถานบริการ ต่าง ๆ เช่น ผับ บาร์ คาราโอเกะ ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า มักนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกบ้าน/นอกที่พักอาศัยของตนเองมากที่สุด (โดยจะดื่มที่สถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ ร้านอาหาร/ร้านสวัสดิการข้าราชการ และบ้านญาติ/บ้านเพื่อน) รองลงมา คือ ในบ้าน/ในที่พักอาศัยของตนเอง

สาเหตุที่ทำให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาจากการดื่มเพื่อร่วมงานเลี้ยงฉลอง หรืองานสังสรรค์ตามเทศกาลต่าง ๆ รองลงมา คือ ดื่มเพื่อเป็นการผ่อนคลาย ลดความวิตกกังวล ลดความเครียด และถูกชักชวนจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน ญาติ หรือคนในครอบครัว สอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า สาเหตุที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อเข้าสังคม/การสังสรรค์ มากที่สุด รองลงมา คือ อายกลอง และตามอย่างเพื่อน/เพื่อนชวนดื่ม

ส่วนพฤติกรรมการขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง เคยขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า ไม่เคยขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง

สำหรับผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย ปัญหาด้านการเงิน (รายได้ - รายจ่าย) และปัญหาด้านการทำงาน เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดผลกระทบในเรื่องมีปัญหาการเงินมากที่สุด รองลงมา คือ มีปัญหาเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ และการก่อให้เกิดความรำคาญ รบกวนการทำงาน และคุณภาพชีวิตที่แย่ลงให้แก่ผู้ดื่ม

2. ด้านการรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ทราบว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยประเด็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่รับรู้มากที่สุด คือ ประเด็นห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก รองลงมา คือ ประเด็นห้ามแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่าง (ขนาดทดลอง) และประเด็นไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้ ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า การออกกฎหมายเฉพาะสำหรับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ว่าควรออกเป็นกฎหมายมากที่สุด 3 ประเด็นแรก คือ ห้ามใช้ จ้าง วาน หรือยินยอมให้บุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ขายหรือให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในสนามกีฬา และห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในสนามกีฬา เป็นต้น

สำหรับการพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ถือเป็นการฝ่าฝืนปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นั้น เช่น การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์วันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา) การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น. การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ตลอดจนการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการ ลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นการกระทำดังกล่าวที่ถือเป็นการฝ่าฝืนปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับกฎหมายเฉพาะสำหรับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งประเด็นที่มีการรับรู้มากที่สุด 3 ประเด็นแรก คือ ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี บริบูรณ์ และบุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้ ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา

วันเข้าพรรษา และวันออกพรรษา และห้ามใช้รูปของบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น นักกีฬา ดารา ติดอยู่บนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. ด้านการคัดกรองและการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากผลการสำรวจ พบว่า ประชาชนไม่เคยได้รับการสอบถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัญหาจากการดื่มโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา โดยให้เหตุผลว่า ไม่ได้พบเจอเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เนื่องจากสุขภาพร่างกายแข็งแรงจึงไม่ได้ไปสถานบริการสาธารณสุข และบางส่วนไม่มีเวลาไปพบเจอเนื่องจากทำงานตลอดเวลา ส่วนคนที่ดื่มแอลกอฮอล์บางส่วนให้เหตุผลว่าไม่ได้มีปัญหาจากการดื่ม บางส่วนเลิกดื่มแล้ว และบางส่วนให้เหตุผลว่าไม่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการสอบถามเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานพยาบาลในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา

ในส่วนการพยายามลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณเล็กน้อย โดยสาเหตุที่ทำให้ต้องการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ได้แก่ สิ้นเปลืองเงิน/ไม่มีเงินซื้อ มีปัญหาต่อสุขภาพ เกิดโรคต่าง ๆ เช่น ตับแข็ง อัมพาต มะเร็ง ความดันโลหิตสูง เป็นต้น และเกิดอุบัติเหตุ สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งไม่เคยพยายามที่จะเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา โดยสาเหตุที่จะทำให้ต้องการเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เพื่อดูแลสุขภาพตนเอง สมาชิกในครอบครัวอยากให้อ่อนแอ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาแพง

การรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งไม่เคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในขณะที่ผู้เคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่รับรู้ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ และป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า มากกว่าครึ่งไม่ทราบเรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่นเดียวกัน สำหรับผู้เคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สื่อที่ทำให้รับรู้เกี่ยวกับสถานที่ และช่องทางในการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อโซเชียลมีเดีย และทางสายด่วน กรมควบคุมโรค 1422 เป็นต้น

5. การรับรู้และความคิดเห็นเรื่องการสื่อสารรณรงค์ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ <http://TAS.go.th> พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ <http://TAS.go.th> และไม่เคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS ร้อยละ 97.27 ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลจากระบบสารสนเทศฯ (TAS) มากที่สุด รองลงมา คือ เฟซบุ๊กสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ของกรมควบคุมโรค (สายด่วน 1422)

การรู้จักเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่รู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่ไม่รู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรเป็นสื่อโทรทัศน์ รองลงมา คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์ เป็นต้น และสื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้ประชาสัมพันธ์ผ่านทางโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อโซเชียลมีเดีย และป้ายประกาศ เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการห้ามขาย/ห้ามดื่ม/ห้ามโฆษณา พบว่า ส่วนใหญ่เสนอแนะห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อทุก ๆ ช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ รวมถึงห้ามปิดป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งชุมชน ร้านค้า เป็นต้น ร้อยละ 28.89 รองลงมา คือ ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ ร้อยละ 25.29 และรัฐบาลควรมีมาตรการจำกัดการผลิตและห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชดเชยและเด็ดขาด รวมถึงควรมีบทลงโทษที่รุนแรงแก่ผู้กระทำความผิด ร้อยละ 21.02 ตามลำดับ

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์ ลด ละ เลิก ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่เสนอแนะให้จัดกิจกรรมรณรงค์และประชาสัมพันธ์เรื่องการลด ละ เลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 49.01 รองลงมา คือ ควรรณรงค์เกี่ยวกับการขับขี้อวดภัยเมาไม่ขับ ร้อยละ 18.63 และควรผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ปัญหาการทะเลาะวิวาท ปัญหาสุขภาพ และปัญหาอาชญากรรม เป็นต้น ร้อยละ 9.07 ตามลำดับ

3. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่เสนอแนะให้รัฐบาลควรบังคับใช้กฎหมายและลงโทษผู้กระทำความผิดอย่างจริงจัง ร้อยละ 57.36 รองลงมา คือ รัฐบาลควรจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้นเพื่อลดการบริโภคของประชาชน ร้อยละ 28.78 และรัฐบาลควรมีนโยบายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด ร้อยละ 8.32 ตามลำดับ

5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

1. สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ดังนี้
 - 1) ผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่น เป็นต้น
 - 2) ประชาสัมพันธ์ข้อกฎหมายเกี่ยวกับพระราชบัญญัติการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างชัดเจน เช่น การห้ามขายให้แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และช่วงเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 3) ควรประชาสัมพันธ์บทบาทและหน้าที่ขององค์กรในฐานะเป็นหน่วยงานที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนมากยิ่งขึ้น โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก ไลน์) เป็นต้น
2. สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรทำงานร่วมกันในด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระหว่างรัฐ (ผู้ทำหน้าที่ควบคุมหลัก) และหน่วยงานอื่น ๆ ที่ทำหน้าที่ควบคุม เช่น องค์กรเครือข่าย และภาคประชาสังคม ภายใต้เป้าหมายไม่ให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่ และการลดปริมาณของผู้ดื่มหน้าเก่า
3. กระบวนการที่จะทำให้การบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพ ควรเริ่มจากการคัดกรองและให้คำแนะนำปรึกษา จากบุคลากรสาธารณสุขในทุกระดับ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่จะเข้ามามีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นบุคคลในพื้นที่เป็นที่รู้จักและใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ของตนได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กองสุขาภิบาล กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2558). การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ การดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สำหรับวัยทำงาน. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 จาก <http://www.hed.go.th/linkhed/file/259>
- กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. (2550). ยุทธศาสตร์ลดการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนจากการดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ: จริยสุนิทวงศ์การพิมพ์.
- กัลลิกา ฉินวิรุฬห์ศิริทรัพย์. (2557). ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มสุราของผู้ถูกคุมความประพฤติติดมาแล้วซ้ำ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบมhid, นครปฐม.
- ชลธิชา อรุณพงษ์. (2552). ศึกษาพฤติกรรมการป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.
- ชฎิล สมรภูมิ. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุและแนวทางป้องกันพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนวัยรุ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตการศึกษและการพัฒนาสังคม, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์. (2549). จริยธรรมนักการเมือง. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ดุชนันท์ แสงดำ. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, สุรินทร์.
- พรนภา หอมสินธุ์ รุ่งรัตน์ ศรีสุริยเวศน์ และนิรวรรณ ทองระอา. (2562). ศึกษาการป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสูบบุหรี่ ในวัยรุ่นที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน (ระยะที่ 2). สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2563 จาก <https://tdc.thailis.or.th>.
- พระครูสุเมธธรรมธาดา (สายัน บวบชม) (2553). ศึกษาปัญหาและทางออกของการดื่มสุราที่มีผลกระทบต่อสังคมไทย. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- พระมหากำพล คุณงกโร. (2557). ปัญหาการดื่มสุราในสังคมไทย. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, 8 (1), 105-114.
- วิทย์ วิชัยดิษฐ์, เอ็ดเวิร์ด แม็คแนล ดาริกา ไสงาม และสาวิตรี อัจฉนากรชัย. (2562). รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย ประจำปี พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนา.
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2551). รายงานสถานการณ์สุราประจำปี พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

- สุดเขต เดชพิทักษ์ยนต์. (2560). **ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มสุราในกลุ่มเยาวชนชาวเขาจังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, เชียงราย.
- อธิป ต้นอารีย์ และพลเทพ วิจิตรคุณากร. (2562). สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และดัชนีความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ของจังหวัดในประเทศไทย : ข้อมูลการสำรวจ พ.ศ. 2560. **วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข**, 13 (4), 353-367.
- อวิภรณ์ นิยมไทย. (2552). เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สินค้าที่ต้องได้รับการควบคุม. **จุลนิติ**, (ก.ย.-ต.ค.2552), 131-139.
- อัญญา ณ ระนอง. (2551). การบริโภคแอลกอฮอล์กับความยากจน. **วารสารพัฒนบริหารศาสตร์**, 48 (3), 89-124.

ภาษาอังกฤษ

- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980). **Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Assael, H. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action**. 6 th ed. Cincinnati, Ohio: South-western College.
- East, R. (1997). **Consumer Behavior: Advances and Applications in Marketing**. Hertfordshire, UK: Prentice-Hall.
- Fishbein, M. (1963). "An Investigation of the Relationships between Beliefs about an Object and the Attitude toward the Object." **Human Relations** 16, 3: 233-240, Cited by Assael, H. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action**. 6 th ed. Cincinnati, Ohio: South-western College.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975). **Beliefs, Attitude, Intention, and Behavior: an Introduction to Theory and Research**. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Katz, D. (1960) "The Functional Approach to the Study of Attitude." **Public Opinion Quarterly** 24, 3 (August): 163-204, Cited by Solomon, M.R. (2002). **Consumer Behavior: Buying, Having, and Being**. 5 th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. 10 th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall.
- Loudon, D. L. and Della Bitta, A.J. (1993). **Consumer Behavior**. 4 th ed. Singapore: McGraw-Hill
- Luenam, P. (2011). Concept and Evolution of Technology Acceptance Model. **Modern Management Journal**, 9 (1) (Jan-Jun 2011), 9-17.

- Lutz, R. J. (1991). "The Role of Attitude Theory in Marketing." In H. H. Kassarian and T. S. Robertson, Editors. **Perspectives in Consumer Behavior**. 4 th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2000). **Consumer Behavior**. 7 th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall.
- Solomon, M.R. (2002). **Consumer Behavior: Buying, Having, and Being**. 5 th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall.
- Vantamay, S. (2007). Strategy of Country-of-Origin Images Management. **Songklanakarin Journal of Social Sciences and Humanities**, 13 (2) (Apr. – Jun 2007), 269-286.

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม

ตารางภาคผนวก ก 1 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ช่วงเวลาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการขับ/ขี่ รถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จำแนกตาม	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
	ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในชีวิตนี้	เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	รวมทั้งสิ้น
1. เพศ				
ชาย	397 (30.99)	453 (48.50)	1,844 (64.77)	2,694 (53.22)
หญิง	884 (69.01)	481 (51.50)	1,003 (35.23)	2,368 (46.78)
รวมทั้งสิ้น	1,281 (100.00)	934 (100.00)	2,847 (100.00)	5,062 (100.00)
2. อายุ				
อายุ 15-19 ปี	236 (18.43)	39 (4.18)	175 (6.15)	450 (8.89)
อายุ 20-24 ปี	137 (10.69)	113 (12.10)	491 (17.25)	741 (14.64)
อายุ 25-44 ปี	486 (37.94)	388 (41.54)	1403 (49.28)	2,277 (44.98)
อายุ 45-59 ปี	277 (21.62)	279 (29.87)	640 (22.48)	1,196 (23.63)
อายุ 60 ปีขึ้นไป	145 (11.32)	115 (12.31)	138 (4.84)	398 (7.86)
รวมทั้งสิ้น	1,281 (100.00)	934 (100.00)	2,847 (100.00)	5,062 (100.00)
3. ระดับการศึกษาสูงสุด				
ไม่ได้รับการศึกษา	29 (2.26)	25 (2.68)	29 (1.02)	83 (1.64)
ประถมศึกษา	320 (24.98)	220 (23.55)	494 (17.35)	1,034 (20.43)

ตารางภาคผนวก ก 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ช่วงเวลาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการขับ/ขี่ รถยนต์/ รถจักรยานยนต์ หลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จำแนกตาม	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
	ไม่เคยดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เลย ในชีวิตนี้	เคยดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือน ที่ผ่านมา	รวมทั้งสิ้น
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	513 (40.05)	335 (35.87)	1,048 (36.81)	1,896 (37.46)
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	104 (8.12)	129 (13.81)	403 (14.16)	636 (12.56)
ปริญญาตรี	292 (22.79)	214 (22.91)	802 (28.17)	1,308 (25.84)
ปริญญาโท	19 (1.48)	11 (1.18)	66 (2.32)	96 (1.90)
ปริญญาเอก	2 (0.16)	0 (0.00)	4 (0.13)	6 (0.11)
ไม่ระบุ	2 (0.16)	0 (0.00)	1 (0.04)	3 (0.06)
รวมทั้งสิ้น	1,281 (100.00)	934 (100.00)	2,847 (100.00)	5,062 (100.00)
4. อาชีพหลัก				
ข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ และ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	129 (10.07)	83 (8.88)	299 (10.50)	511 (10.09)
พนักงานเอกชน	163 (12.72)	131 (14.03)	539 (18.93)	833 (16.46)
เจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ ค้าขาย	232 (18.11)	230 (24.63)	622 (21.85)	1,084 (21.42)
ผู้ใช้แรงงาน รับจ้างทั่วไป	203 (15.85)	206 (22.06)	644 (22.62)	1,053 (20.80)
เกษตรกร ประมง	138 (10.77)	114 (12.21)	262 (9.20)	514 (10.15)
นักเรียน นักศึกษา	297 (23.19)	105 (11.24)	408 (14.33)	810 (16.00)

ตารางภาคผนวก ก 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ช่วงเวลาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการขับ/ขี่ รถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จำแนกตาม	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
	ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในชีวิตนี้	เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	รวมทั้งสิ้น
พ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างาน	117 (9.13)	65 (6.95)	70 (2.46)	252 (4.98)
ไม่ระบุ	2 (0.16)	0 (0.00)	3 (0.11)	5 (0.10)
รวมทั้งสิ้น	1,281 (100.00)	934 (100.00)	2,847 (100.00)	5,062 (100.00)
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
ไม่มีรายได้	305 (23.81)	95 (10.17)	282 (9.91)	682 (13.48)
ไม่เกิน 10,000 บาท	352 (27.48)	278 (29.76)	699 (24.55)	1,329 (26.26)
10,001–20,000 บาท	373 (29.12)	359 (38.44)	1,102 (38.71)	1,834 (36.23)
20,001–30,000 บาท	164 (12.80)	140 (14.99)	497 (17.46)	801 (15.82)
30,001–40,000 บาท	39 (3.04)	29 (3.10)	138 (4.85)	206 (4.07)
40,001–50,000 บาท	11 (0.86)	3 (0.32)	23 (0.81)	37 (0.73)
มากกว่า 50,000 บาท	6 (0.47)	5 (0.54)	12 (0.41)	23 (0.45)
ไม่ระบุ	31 (2.42)	25 (2.68)	94 (3.30)	150 (2.96)
รวมทั้งสิ้น	1,281 (100.00)	934 (100.00)	2,847 (100.00)	5,062 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ช่วงเวลาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการขับ/ขี่ รถยนต์/ รถจักรยานยนต์ หลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จำแนกตาม	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
	ไม่เคยดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เลย ในชีวิตนี้	เคยดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือน ที่ผ่านมา	รวมทั้งสิ้น
6. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยเพียงใด				
ดื่มทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)	0 (0.00)	0 (0.00)	229 (8.05)	229 (8.05)
ดื่มเกือบทุกวัน (5-6 วัน/สัปดาห์)	0 (0.00)	0 (0.00)	159 (5.59)	159 (5.59)
ดื่มวันเว้นวัน (3-4 วัน/สัปดาห์)	0 (0.00)	0 (0.00)	250 (8.78)	250 (8.78)
ดื่มทุกสัปดาห์ (1-2 วัน/สัปดาห์)	0 (0.00)	0 (0.00)	432 (15.17)	432 (15.17)
ดื่มทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน)	0 (0.00)	0 (0.00)	641 (22.51)	641 (22.51)
ดื่มนาน ๆ ครั้ง	0 (0.00)	0 (0.00)	1,130 (39.69)	1,130 (39.69)
อื่น ๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (0.21)	6 (0.21)
รวมทั้งสิ้น	0 (0.00)	0 (0.00)	2,847 (100.00)	2,847 (100.00)
7. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเวลาใดมากที่สุด				
00.01-05.00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	38 (1.33)	38 (1.33)
05.01-08.00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (0.32)	9 (0.32)
08.01-11.00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (0.67)	19 (0.67)
11.01-14.00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	18 (0.63)	18 (0.63)

ตารางภาคผนวก ก 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ช่วงเวลาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการขับ/ขี่ รถยนต์/รถจักรยานยนต์ หลังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จำแนกตาม	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
	ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในชีวิตนี้	เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	รวมทั้งสิ้น
14.01–17.00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (1.58)	45 (1.58)
17.01–20.00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	1465 (51.46)	1465 (51.46)
20.01–24.00 น.	0 (0.00)	0 (0.00)	1253 (44.01)	1,253 (44.01)
รวมทั้งสิ้น	0 (0.00)	0 (0.00)	2,847 (100.00)	2,847 (100.00)
8. ภายใน 6 ชั่วโมง หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท่านเคยขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์หรือไม่				
เคย	0 (0.00)	0 (0.00)	1,509 (53.00)	1,509 (53.00)
ไม่เคย	0 (0.00)	0 (0.00)	1,338 (47.00)	1,338 (47.00)
รวมทั้งสิ้น	0 (0.00)	0 (0.00)	2,847 (100.00)	2,847 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา) เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ อายุ 15–19 ปี จำแนกตามจังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน

ลำดับ	จังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา		รวมทั้งสิ้น
		เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	
1	เชียงใหม่	7 (17.95)	21 (12.00)	28 (13.08)
2	นครศรีธรรมราช	3 (7.69)	15 (8.57)	18 (8.41)
3	ร้อยเอ็ด	0 (0.00)	17 (9.71)	17 (7.94)
4	พัทลุง	0 (0.00)	15 (8.57)	15 (7.01)
5	ยโสธร	7 (17.95)	8 (4.57)	15 (7.01)
6	ปทุมธานี	0 (0.00)	14 (8.00)	14 (6.54)
7	สระบุรี	0 (0.00)	13 (7.43)	13 (6.07)
8	กรุงเทพมหานคร	1 (2.56)	9 (5.14)	10 (4.67)
9	เลย	0 (0.00)	9 (5.14)	9 (4.21)
10	นครสวรรค์	1 (2.56)	6 (3.43)	7 (3.27)
11	สมุทรปราการ	1 (2.56)	6 (3.43)	7 (3.27)
12	อุดรดิตถ์	4 (10.26)	3 (1.71)	7 (3.27)
13	นครราชสีมา	1 (2.56)	5 (2.86)	6 (2.80)
14	พิษณุโลก	3 (7.69)	3 (1.71)	6 (2.80)
15	สงขลา	5 (12.82)	1 (0.57)	6 (2.80)

ตารางภาคผนวก ก 2 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา) เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ อายุ 15–19 ปี จำแนกตามจังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน

ลำดับ	จังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา		รวมทั้งสิ้น
		เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	
16	สุพรรณบุรี	1 (2.56)	5 (2.86)	6 (2.80)
17	สุราษฎร์ธานี	0 (0.00)	6 (3.43)	6 (2.80)
18	อุบลราชธานี	2 (5.13)	4 (2.29)	6 (2.80)
19	แพร่	1 (2.56)	4 (2.29)	5 (2.34)
20	ราชบุรี	1 (2.56)	3 (1.71)	4 (1.87)
21	ขอนแก่น	0 (0.00)	3 (1.71)	3 (1.40)
22	ชลบุรี	1 (2.56)	1 (0.57)	2 (0.93)
23	ชัยนาท	0 (0.00)	2 (1.14)	2 (0.93)
24	อุดรธานี	0 (0.00)	2 (1.14)	2 (0.93)
รวมทั้งสิ้น		39 (100.00)	175 (100.00)	214 (100.00)

หมายเหตุ :- เรียงลำดับจังหวัดตามจำนวนรวมระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จากมากไปน้อย

ตารางภาคผนวก ก 3 จำนวนและร้อยละของของผลกระทบที่เกิดจากผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จำแนกตามเพศ

ผลกระทบที่เกิดจากผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เพศ		รวมทั้งสิ้น
	ชาย	หญิง	
เคยได้รับผลกระทบ	1,115 (51.69)	1,042 (48.31)	2,157 (42.61)
1. การถูกรบกวน สร้างความรำคาญ	682 (51.32)	647 (48.68)	1,329 (26.25)
2. มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในครอบครัว เช่น การทะเลาะวิวาทกัน ในครอบครัว	183 (45.98)	215 (54.02)	398 (7.86)
3. มีปัญหาทางการเงิน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว	206 (53.51)	179 (46.49)	385 (7.61)
4. ได้รับอุบัติเหตุทางถนน	202 (57.55)	149 (42.45)	351 (6.93)
5. มีปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น การถูกข่มขู่ ก่อความ คุกคาม ทำให้ หวาดกลัว	127 (46.35)	147 (53.65)	274 (5.41)
6. มีปัญหาด้านความรุนแรงในครอบครัว	107 (46.52)	123 (53.48)	230 (4.54)
7. มีปัญหาด้านการเรียน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว	69 (46.94)	78 (53.06)	147 (2.90)
8. โดนทำร้ายร่างกาย	73 (56.15)	57 (43.85)	130 (2.57)
9. โดนลักทรัพย์ ทรัพย์สินเสียหายหรือถูกทำลาย	35 (48.61)	37 (51.39)	72 (1.42)
10. โดนลวนลาม หรือโดนล่วงละเมิดทางเพศ	29 (43.28)	38 (56.72)	67 (1.32)
11. อื่น ๆ อาทิ ทะเลาะกับเพื่อน	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (0.04)
ไม่เคยได้รับผลกระทบ	1,579 (54.35)	1,326 (45.65)	2,905 (57.39)
รวมทั้งสิ้น	2,694 (53.22)	2,368 (46.78)	5,062 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 4 จำนวนและร้อยละของการเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ การเคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น. และการเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จำแนกตาม	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			รวมทั้งสิ้น
	ไม่เคยดื่ม เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เลย ในชีวิตนี้	เคยดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือน ที่ผ่านมา	
1. การเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา เข้าพรรษา ออกพรรษา)				
เคย	581 (26.66)	393 (18.04)	1,205 (55.30)	2,179 (100.00)
ไม่เคย	700 (24.28)	541 (18.77)	1,642 (56.95)	2,883 (100.00)
รวมทั้งสิ้น	1,281 (25.31)	934 (18.45)	2,847 (56.24)	5,062 (100.00)
2. การเคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น.				
เคย	638 (23.94)	507 (19.02)	1,520 (57.04)	2,665 (100.00)
ไม่เคย	643 (26.83)	427 (17.81)	1,327 (55.36)	2,397 (100.00)
รวมทั้งสิ้น	1,281 (25.31)	934 (18.45)	2,847 (56.24)	5,062 (100.00)
3. การเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์				
เคย	736 (24.84)	547 (18.46)	1,680 (56.70)	2,963 (100.00)
ไม่เคย	545 (25.96)	387 (18.44)	1,167 (55.60)	2,099 (100.00)
รวมทั้งสิ้น	1,281 (25.31)	934 (18.45)	2,847 (56.24)	5,062 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 5 จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตาม
พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สถานที่ที่เคยพบเห็นการขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			รวมทั้งสิ้น
	ไม่เคยดื่ม เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เลย ในชีวิตนี้	เคยดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือน ที่ผ่านมา	
1. ปั่นน้ำมันเชื้อเพลิง/ปั๊มแก๊ส				
เคย	188 (23.95)	188 (23.95)	409 (52.10)	785 (100.00)
ไม่เคย	1,093 (25.31)	746 (18.45)	2,438 (56.24)	4,277 (100.00)
2. หอพัก				
เคย	542 (29.30)	289 (15.62)	1,019 (55.08)	1,850 (100.00)
ไม่เคย	739 (23.01)	645 (20.08)	1,828 (56.91)	3,212 (100.00)
3. พื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน				
เคย	169 (23.94)	173 (24.50)	364 (51.56)	706 (100.00)
ไม่เคย	1,112 (25.53)	761 (17.47)	2,483 (57.00)	4,356 (100.00)
4. สวนสาธารณะของราชการ/รัฐวิสาหกิจ				
เคย	274 (32.54)	114 (13.54)	454 (53.92)	842 (100.00)
ไม่เคย	1,007 (23.86)	820 (19.43)	2,393 (56.71)	4,220 (100.00)
5. ศาสนสถาน เช่น วัด มัสยิด โบสถ์				
เคย	69 (27.06)	64 (25.10)	122 (47.84)	255 (100.00)
ไม่เคย	1,212 (25.21)	870 (18.10)	2,725 (56.69)	4,807 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 5 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่เคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สถานที่ที่เคยพบเห็นการขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			รวมทั้งสิ้น
	ไม่เคยดื่ม เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เลย ในชีวิตนี้	เคยดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือน ที่ผ่านมา	
6. สถานที่ราชการ/รัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานอื่นของรัฐ เว้นแต่ในร้านค้า/สโมสร				
เคย	49 (18.28)	65 (24.25)	154 (57.46)	268 (100.00)
ไม่เคย	1,232 (25.70)	869 (18.13)	2,693 (56.17)	4,794 (100.00)
7. สถานศึกษา				
เคย	33 (23.40)	42 (29.79)	66 (46.81)	141 (100.00)
ไม่เคย	1,248 (25.36)	892 (18.13)	2,781 (56.51)	4,921 (100.00)
8. โรงพยาบาล/สถานพยาบาล/ร้านขายยา				
เคย	227 (39.55)	32 (5.57)	315 (54.88)	574 (100.00)
ไม่เคย	1,054 (23.48)	902 (20.10)	2,532 (56.42)	4,488 (100.00)
9. บนทาง เช่น ทางเดินรถ ไหล่ทาง ทางเท้า				
เคย	484 (27.74)	350 (20.06)	911 (52.21)	1,745 (100.00)
ไม่เคย	797 (24.03)	584 (17.61)	1,936 (58.37)	3,317 (100.00)
10. สถานีขนส่งผู้โดยสาร				
เคย	423 (28.64)	260 (17.60)	794 (53.76)	1,477 (100.00)
ไม่เคย	858 (23.93)	674 (18.80)	2,053 (57.27)	3,585 (100.00)
รวมทั้งสิ้น	1,281 (25.31)	934 (18.45)	2,847 (56.24)	5,062 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 6 จำนวนและร้อยละของการเคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และการเคยเข้ารับการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จำแนกตาม	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยเพียงใด							รวมทั้งสิ้น
	ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประจำ			ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ประจำ				
	ดื่มทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)	ดื่มเกือบทุกวัน (5 - 6 วัน/ สัปดาห์)	ดื่มวันเว้นวัน (3 - 4 วัน/ สัปดาห์)	ดื่มทุกสัปดาห์ (1 - 2 วัน/ สัปดาห์)	ดื่มทุกเดือน (1 - 3 วัน/ เดือน)	ดื่มนาน ๆ ครั้ง	อื่น ๆ	
1.การเคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา								
เคย	78 (6.90)	81 (7.17)	140 (12.39)	183 (16.19)	200 (17.70)	445 (39.38)	3 (0.27)	1,130 (100.00)
ไม่เคย	151 (8.79)	78 (4.54)	110 (6.41)	249 (14.50)	441 (25.68)	685 (39.90)	3 (0.17)	1,717 (100.00)
2.ท่านเคยเข้ารับการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่*								
เคย	10 (20.41)	4 (8.16)	4 (8.16)	12 (24.49)	5 (10.20)	14 (28.57)	0 (0.00)	49 (100.00)
ไม่เคย	219 (7.83)	155 (5.54)	246 (8.79)	420 (15.01)	636 (22.73)	1,116 (39.89)	6 (0.21)	2,798 (100.00)
รวมทั้งสิ้น	229 (8.04)	159 (5.59)	250 (8.78)	432 (15.18)	641 (22.51)	1,130 (39.69)	6 (0.21)	2,847 (100.00)

หมายเหตุ : * หมายถึง เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา รวมจำนวนทั้งสิ้น 2,847 คน

ตารางภาคผนวก ก 7 จำนวนและร้อยละของการเคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และการเคยเข้ารับการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประจำและไม่ประจำ)

จำแนกตาม	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยเพียงใด		รวมทั้งสิ้น
	ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประจำ ¹	ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ประจำ ²	
1. การเคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา			
เคย	299 (26.46)	831 (73.54)	1,130 (100.00)
ไม่เคย	339 (19.74)	1,378 (80.26)	1,717 (100.00)
2. ท่านเคยเข้ารับการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่*			
เคย	18 (36.73)	31 (63.26)	49 (100.00)
ไม่เคย	620 (22.16)	2,178 (77.84)	2,798 (100.00)
รวมทั้งสิ้น	638 (22.41)	2,209 (77.59)	2,847 (100.00)

หมายเหตุ :- 1 หมายถึง ดื่มทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) ดื่มเกือบทุกวัน (5 - 6 วัน/สัปดาห์) และดื่มวันเว้นวัน (3 - 4 วัน/สัปดาห์)

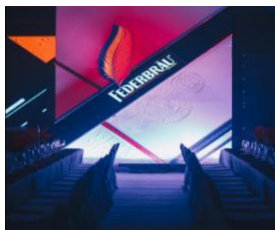
2 หมายถึง ดื่มทุกสัปดาห์ (1 - 2 วัน/สัปดาห์) ดื่มทุกเดือน (1 - 3 วัน/เดือน) ดื่มนาน ๆ ครั้ง และอื่น ๆ

* หมายถึง เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา รวมจำนวนทั้งสิ้น 2,847 คน

ตารางภาคผนวก ก 8 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น	ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
		ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น
1 	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,915 (80.29)	792 (30.21)	2,707 (54.06)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	470 (19.71)	1,830 (69.79)	2,300 (45.94)
	รวมทั้งสิ้น	2,385 (47.63)	2,622 (52.37)	5,007 (100.00)
2 	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,677 (88.85)	812 (39.76)	3,489 (69.02)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	336 (11.15)	1,230 (60.24)	1,566 (30.98)
	รวมทั้งสิ้น	3,013 (59.60)	2,042 (40.40)	5,055 (100.00)
3 	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,074 (90.45)	1,166 (45.92)	3,240 (67.05)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	219 (9.55)	1,373 (54.08)	1,592 (32.95)
	รวมทั้งสิ้น	2,293 (47.45)	2,539 (52.55)	4,832 (100.00)
4 	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,191 (67.67)	532 (17.52)	1,723 (35.93)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	569 (32.33)	2,504 (82.48)	3,073 (64.07)
	รวมทั้งสิ้น	1,760 (36.70)	3,036 (63.30)	4,796 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 8 (ต่อ) จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น	ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
		ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น	
5		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,515 (91.45)	663 (31.59)	3,178 (65.54)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	235 (8.55)	1,436 (68.41)	1,671 (34.46)
		รวมทั้งสิ้น	2,750 (56.71)	2,099 (43.29)	4,849 (100.00)
6		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,642 (85.25)	392 (14.09)	2,034 (43.19)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	284 (14.75)	2,391 (85.91)	2,675 (56.81)
		รวมทั้งสิ้น	1,926 (40.90)	2,783 (59.10)	4,709 (100.00)
7		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,376 (85.01)	1,114 (50.16)	3,490 (69.58)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	419 (14.99)	1,107 (49.84)	1,526 (30.42)
		รวมทั้งสิ้น	2,795 (55.72)	2,221 (44.28)	5,016 (100.00)
8		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,188 (76.55)	450 (14.30)	1,638 (34.87)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	364 (23.45)	2,696 (85.70)	3,060 (65.13)
		รวมทั้งสิ้น	1,552 (33.04)	3,146 (66.96)	4,698 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 8 (ต่อ) จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น	ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
		ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น	
9		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,323 (90.67)	659 (28.66)	2,982 (61.35)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	239 (9.33)	1,640 (71.34)	1,879 (38.65)	
	รวมทั้งสิ้น	2,562 (52.71)	2,299 (47.29)	4,861 (100.00)	
10		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,877 (93.47)	865 (46.28)	3,742 (75.64)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	201 (6.53)	1,004 (53.72)	1,205 (24.36)	
	รวมทั้งสิ้น	3,078 (62.22)	1,869 (37.78)	4,947 (100.00)	
11		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,563 (69.28)	741 (28.48)	2,304 (47.43)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	693 (30.72)	1,861 (71.52)	2,554 (52.57)	
	รวมทั้งสิ้น	2,256 (46.44)	2,602 (53.56)	4,858 (100.00)	
12		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,926 (90.59)	949 (52.69)	3,875 (77.02)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	304 (9.41)	852 (47.31)	1,156 (22.98)	
	รวมทั้งสิ้น	3,230 (64.2)	1,801 (35.8)	5,031 (100.00)	

ตารางภาคผนวก ก 8 (ต่อ) จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น	ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
		ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น	
13		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,186 (76.17)	322 (10.79)	1,508 (33.22)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	371 (23.83)	2,661 (89.21)	3,032 (66.78)
	รวมทั้งสิ้น	1,557 (34.3)	2,983 (65.7)	4,540 (100.00)	
14		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,513 (85.39)	964 (46.3)	3,477 (69.19)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	430 (14.61)	1,118 (53.7)	1,548 (30.81)
	รวมทั้งสิ้น	2,943 (58.57)	2,082 (41.43)	5,025 (100.00)	
15		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,336 (85.79)	699 (30.66)	3,035 (60.66)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	387 (14.21)	1,581 (69.34)	1,968 (39.34)
	รวมทั้งสิ้น	2,723 (54.43)	2,280 (45.57)	5,003 (100.00)	
16		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3,381 (96.13)	1,061 (69.62)	4,442 (88.12)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	136 (3.87)	463 (30.38)	599 (11.88)
	รวมทั้งสิ้น	3,517 (69.77)	1,524 (30.23)	5,041 (100.00)	

ตารางภาคผนวก ก 8 (ต่อ) จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น	ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
		ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น
17 	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3,109 (93.08)	910 (54.43)	4,019 (80.19)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	231 (6.92)	762 (45.57)	993 (19.81)
	รวมทั้งสิ้น	3,340 (66.64)	1,672 (33.36)	5,012 (100.00)
18 	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,363 (78.71)	853 (42.93)	3,216 (64.46)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	639 (21.29)	1,134 (57.07)	1,773 (35.54)
	รวมทั้งสิ้น	3,002 (60.17)	1,987 (39.83)	4,989 (100.00)
19 	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,301 (83.88)	545 (17.6)	1,846 (39.72)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	250 (16.12)	2,551 (82.4)	2,801 (60.28)
	รวมทั้งสิ้น	1,551 (33.38)	3,096 (66.62)	4,647 (100.00)
20 	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,947 (80.96)	1,436 (54.66)	3,383 (67.23)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	458 (19.04)	1,191 (45.34)	1,649 (32.77)
	รวมทั้งสิ้น	2,405 (47.79)	2,627 (52.21)	5,032 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 8 (ต่อ) จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น	ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
		ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น	
21		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,276 (91.48)	1,242 (49.58)	3,518 (70.46)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	212 (8.52)	1,263 (50.42)	1,475 (29.54)	
	รวมทั้งสิ้น	2,488 (49.83)	2,505 (50.17)	4,993 (100.00)	
22		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3,622 (96.9)	1,005 (77.19)	4,627 (91.81)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	116 (3.10)	297 (22.81)	413 (8.19)	
	รวมทั้งสิ้น	3,738 (74.17)	1,302 (25.83)	5,040 (100.00)	
23		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3,525 (96.44)	1,000 (71.74)	4,525 (89.62)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	130 (3.56)	394 (28.26)	524 (10.38)	
	รวมทั้งสิ้น	3,655 (72.39)	1,394 (27.61)	5,049 (100.00)	
24		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,173 (65.02)	752 (24.79)	1,925 (39.79)
	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	631 (34.98)	2,282 (75.21)	2,913 (60.21)	
	รวมทั้งสิ้น	1,804 (37.29)	3,034 (62.71)	4,838 (100.00)	

ตารางภาคผนวก ก 8 (ต่อ) จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น	ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
		ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น	
25		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	816 (60.04)	274 (8.04)	1,090 (22.87)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	543 (39.96)	3,133 (91.96)	3,676 (77.13)
		รวมทั้งสิ้น	1,359 (28.51)	3,407 (71.49)	4,766 (100.00)
26		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,669 (87.52)	972 (32.85)	2,641 (54.27)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	238 (12.48)	1,987 (67.15)	2,225 (45.73)
		รวมทั้งสิ้น	1,907 (39.19)	2,959 (60.81)	4,866 (100.00)
27		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,292 (76.86)	471 (15.06)	1,763 (36.67)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	389 (23.14)	2,656 (84.94)	3,045 (63.33)
		รวมทั้งสิ้น	1,681 (34.96)	3,127 (65.04)	4,808 (100.00)
28		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,593 (80.78)	1,013 (55.69)	3,606 (71.7)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	617 (19.22)	806 (44.31)	1,423 (28.3)
		รวมทั้งสิ้น	3,210 (63.83)	1,819 (36.17)	5,029 (100.00)

ตารางภาคผนวก ก 8 (ต่อ) จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามการสื่อความหมายว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาพที่	ท่านเข้าใจว่าเป็นการสื่อความหมายว่าเป็น	ท่านคิดว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
		ชักจูงใจโดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ	รวมทั้งสิ้น	
29		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,581 (91.72)	677 (31.93)	3,258 (66.03)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	233 (8.28)	1,443 (68.07)	1,676 (33.97)
		รวมทั้งสิ้น	2,814 (57.03)	2,120 (42.97)	4,934 (100.00)
30		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3,097 (96.27)	1,430 (79.49)	4,527 (90.25)
		ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	120 (3.73)	369 (20.51)	489 (9.75)
		รวมทั้งสิ้น	3,217 (64.13)	1,799 (35.87)	5,016 (100.00)

**ตารางภาคผนวก ก 9 จำนวนและร้อยละของการรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
จำแนกตามจังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน**

ลำดับ	จังหวัดที่พักอาศัย ในปัจจุบัน	การรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		รวมทั้งสิ้น
		รู้จัก	ไม่รู้จัก	
1	ปทุมธานี	0 (0.00)	207 (100.00)	207 (100.00)
2	สระบุรี	1 (0.48)	206 (99.52)	207 (100.00)
3	ขอนแก่น	1 (0.51)	197 (99.49)	198 (100.00)
4	ชัยภูมิ	3 (1.16)	255 (98.84)	258 (100.00)
5	อุดรธานี	19 (9.05)	191 (90.95)	210 (100.00)
6	เลย	27 (12.92)	182 (87.08)	209 (100.00)
7	นครศรีธรรมราช	25 (14.88)	143 (85.12)	168 (100.00)
8	สุพรรณบุรี	32 (16.08)	167 (83.92)	199 (100.00)
9	แพร่	38 (17.04)	185 (82.96)	223 (100.00)
10	สงขลา	33 (18.54)	145 (81.46)	178 (100.00)
11	อุบลราชธานี	33 (18.86)	142 (81.14)	175 (100.00)
12	ชัยนาท	22 (19.13)	93 (80.87)	115 (100.00)
13	พัทลุง	35 (19.66)	143 (80.34)	178 (100.00)
14	ชลบุรี	47 (20.61)	181 (79.39)	228 (100.00)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ตารางภาคผนวก ก 9 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของการรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามจังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน

ลำดับ	จังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน	การรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		รวมทั้งสิ้น
		รู้จัก	ไม่รู้จัก	
15	นครราชสีมา	59 (22.18)	207 (77.82)	266 (100.00)
16	เชียงใหม่	61 (26.29)	171 (73.71)	232 (100.00)
17	ร้อยเอ็ด	55 (27.92)	142 (72.08)	197 (100.00)
18	ราชบุรี	61 (29.47)	146 (70.53)	207 (100.00)
19	กรุงเทพมหานคร	139 (31.24)	306 (68.76)	445 (100.00)
20	สมุทรปราการ	75 (31.91)	160 (68.09)	235 (100.00)
21	สุราษฎร์ธานี	62 (37.35)	104 (62.65)	166 (100.00)
22	พิษณุโลก	60 (45.45)	72 (54.55)	132 (100.00)
23	อุดรธานี	62 (46.97)	70 (53.03)	132 (100.00)
24	นครสวรรค์	64 (55.65)	51 (44.35)	115 (100.00)
25	ยโสธร	105 (57.69)	77 (42.31)	182 (100.00)
รวมทั้งสิ้น		1,119 (22.11)	3,943 (77.89)	5,062 (100.00)

หมายเหตุ :- เรียงลำดับจังหวัดตามร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดไม่รู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากมากไปน้อย

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ



เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปี 2563

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. ท่านเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

- ☐ 1) ไม่เคยดื่มเลยในชีวิตนี้ (ข้ามไปตอบข้อ 9)
☐ 2) เคยดื่ม แต่ไม่ดื่มใน 12 เดือนที่แล้ว (ข้ามไปตอบข้อ 9)
☐ 3) ดื่มใน 12 เดือนที่แล้ว

2. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) เบียร์ ☐ 2) ไวน์องุ่น/แชมเปญ/ไวน์ผลไม้
☐ 3) ไวน์คูลเลอร์ ☐ 4) สุราพื้นบ้าน (เช่น อุ กะแช่หรือน้ำตาลเมา สาโท)/ยาตองเหล้า
☐ 5) สุราขาว/สุรากลั่น เช่น เหล้าขาว จิน ร่ม เต็กีลา โซจู สาเก
☐ 6) สุราสี/สุราแดง เช่น วิสกี้ บรั่นดี เชียงขุน ☐ 7) สุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่น/ค็อกเทล
☐ 8) อื่น ๆ ระบุ.....

3. สาเหตุใดที่ทำให้ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) ความอยากรู้ อยากทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
☐ 2) ถูกชักชวนจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน ญาติ หรือคนในครอบครัว
☐ 3) เห็นบุคคลใกล้ชิดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
☐ 4) ต้องการเป็นที่ยอมรับ หรือเพื่อการเข้าสังคม
☐ 5) เพื่อสร้างความมั่นใจให้ตนเอง
☐ 6) เพื่อเป็นการผ่อนคลาย ลดความวิตกกังวล ลดความเครียด
☐ 7) เพื่อช่วยเจริญอาหาร หรือเป็นส่วนผสมของยา
☐ 8) เห็นโฆษณา หรือป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
☐ 9) เลียนแบบผู้มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ดารา นักร้อง เน็ตไอดอล
☐ 10) งานเลี้ยงฉลอง หรืองานสังสรรค์ตามเทศกาลต่าง ๆ
☐ 11) ชื่นชอบในรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
☐ 12) อื่น ๆ ระบุ.....

4. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยเพียงใด

- ☐ 1) ดื่มทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) ☐ 2) ดื่มเกือบทุกวัน (5 - 6 วัน/สัปดาห์)
☐ 3) ดื่มวันเว้นวัน (3 - 4 วัน/สัปดาห์) ☐ 4) ดื่มทุกสัปดาห์ (1 - 2 วัน/สัปดาห์)
☐ 5) ดื่มทุกเดือน (1 - 3 วัน/เดือน) ☐ 6) ดื่มนาน ๆ ครั้ง
☐ 7) อื่น ๆ ระบุ

5. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเวลาใดมากที่สุด

- ☐ 1) 05.01-08.00 น. ☐ 2) 08.01-11.00 น. ☐ 3) 11.01-14.00 น. ☐ 4) 14.01-17.00 น.
☐ 5) 17.01-20.00 น. ☐ 6) 20.01-24.00 น. ☐ 7) 00.01-05.00 น.

6. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ใดมากที่สุด

- ☐ 1) ที่บ้าน/ที่พักตนเอง ☐ 2) ที่พักของคนรู้จัก เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน
☐ 3) โรงแรม/ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สโมสร ☐ 4) มินิมาร์ท/ร้านค้า/ร้านสะดวกซื้อ
☐ 5) สถานบริการต่าง ๆ เช่น ผับ บาร์ คาราโอเกะ ☐ 6) สถานที่สาธารณะ เช่น ริมหาด ริมหาดทราย สวนสาธารณะ
☐ 7) อื่น ๆ ระบุ

7. ภายใน 6 ชั่วโมง หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท่านเคยขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์หรือไม่

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย

8. ท่านเคยได้รับผลกระทบใดบ้างจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) มีปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย ☐ 2) มีปัญหาด้านสุขภาพจิต
☐ 3) มีปัญหาด้านการเรียนรู้ ☐ 4) มีปัญหาด้านการทำงาน
☐ 5) มีปัญหาด้านการเงิน (รายได้ - รายจ่าย) ☐ 6) มีปัญหาด้านครอบครัว
☐ 7) มีปัญหากับเพื่อน หรือบุคคลรอบข้าง ☐ 8) เกิดอุบัติเหตุทางถนน
☐ 9) โดนลัทธิภัย ☐ 10) การทะเลาะวิวาท หรือทำร้ายร่างกาย
☐ 11) โดนลวนลาม หรือโดนล่วงละเมิดทางเพศ ☐ 12) ไม่เคยได้รับผลกระทบ
☐ 13) อื่น ๆ ระบุ.....

9. ท่านเคยได้รับผลกระทบใดบ้างจากการที่ผู้อื่น/คนรอบข้าง ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) มีปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น การถูกข่มขู่ ก่อความ คุกคาม ทำให้หวาดกลัว
☐ 2) มีปัญหาด้านการเรียนรู้ เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว
☐ 3) มีปัญหาทางด้านการเงิน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว
☐ 4) มีปัญหาด้านความรุนแรงในครอบครัว
☐ 5) มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในครอบครัว เช่น การทะเลาะวิวาทกันภายในครอบครัว
☐ 6) ได้รับอุบัติเหตุทางถนน ☐ 7) โดนลัทธิภัย ทรัพย์สินเสียหายหรือถูกทำลาย
☐ 8) โดนทำร้ายร่างกาย ☐ 9) โดนลวนลาม หรือโดนล่วงละเมิดทางเพศ
☐ 10) การถูกรบกวน สร้างความรำคาญ ☐ 11) ไม่เคยได้รับผลกระทบ
☐ 12) อื่น ๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 การรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

10. ท่านทราบหรือไม่ว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

- ☐ 1) ทราบ ☐ 2) ไม่ทราบ

11. ท่านทราบรายละเอียดเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อย่างไร

ลำดับ	ประเด็น	ใช่	ไม่ใช่
1	ห้ามแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่าง (ขนาดทดลอง)		
2	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก		
3	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้มน้ำมันได้		
4	ห้ามแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจ		
5	บุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้		
6	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 11.00 – 14.00 น.		
7	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม		
8	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะได้		
9	ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกกรณี		
10	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้		

12. ท่านเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา) หรือไม่

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย

13. ท่านเคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลา 11.00 - 14.00 น. และ 17.00 - 24.00 น. หรือไม่

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย

14. ท่านเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์หรือไม่

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย

15. สถานที่ใดบ้างที่ท่านเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	สถานที่	เคย	ไม่เคย
1	ปั้มน้ำมันเชื้อเพลิง/ปั้มแก๊ส		
2	หอพัก		
3	พื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน		
4	สวนสาธารณะของราชการ/รัฐวิสาหกิจ		
5	ศาสนสถาน เช่น วัด มัสยิด โบสถ์		
6	สถานที่ราชการ/รัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานอื่นของรัฐ เว้นแต่ในร้านค้า/สโมสร		
7	สถานศึกษา		
8	โรงพยาบาล/สถานพยาบาล/ร้านขายยา		
9	บนทาง เช่น ทางเดินรถ ไหล่ทาง ทางเท้า		
10	สถานีขนส่งผู้โดยสาร		
11	อื่น ๆ ระบุ.....		

16. ท่านเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการ ลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ หรือไม่

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการคัดกรองและการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

17. ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยได้รับการสอบถามเกี่ยวกับการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัญหาจากการดื่มโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือไม่

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย เพราะเหตุใด ระบุ.....

18. ท่านเคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา หรือไม่ (ตอบเฉพาะผู้ที่ดื่ม)

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย

19. ท่านคิดว่าอะไรที่ทำให้ท่านลด ละ เลิกการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(ตอบเฉพาะผู้ที่ดื่ม และเคยดื่ม)

- ☐ 1) มีปัญหาต่อสุขภาพ เกิดโรคต่าง ๆ เช่น ตับแข็ง อัมพาต มะเร็ง ความดันโลหิตสูง ฯลฯ
☐ 2) เกิดอุบัติเหตุ
☐ 3) คนในครอบครัวหรือบุคคลรอบข้างขอร้องให้เลิกดื่ม
☐ 4) ต้องการเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้อื่น
☐ 5) สิ้นเปลืองเงิน/ไม่มีเงินซื้อ
☐ 6) มีกิจกรรมปลอดเหล้า เช่น งดเหล้าเข้าพรรษา
☐ 7) สุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาแพง
☐ 8) อื่น ๆ ระบุ.....

20. ท่านเคยเข้ารับการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ (ตอบเฉพาะผู้ที่ดื่ม และเคยดื่ม)

- ☐ 1) เคย ระบุสถานที่.....
☐ 2) ไม่เคย เพราะเหตุใด ระบุ.....

21. ท่านเคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

- ☐ 1) ไม่เคย

☐ 2) เคย จากช่องทางใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) สื่อโทรทัศน์ ☐ 2) สื่อวิทยุ ☐ 3) หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร
☐ 4) ป้ายประชาสัมพันธ์ ☐ 5) แผ่นพับ/เอกสารเผยแพร่
☐ 6) สื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)
☐ 7) สื่อสังคมออนไลน์ โปรดระบุ ☐ 7.1) ไลน์ ☐ 7.2) เฟซบุ๊ก ☐ 7.3) ทวิตเตอร์ ☐ 7.4) อื่น ๆ
☐ 8) เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
☐ 9) การจัดกิจกรรม/อบรม ☐ 10) เว็บไซต์ศูนย์ปรึกษาปัญหาสุรา หรือสายด่วน 1413
☐ 11) เว็บไซต์สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
☐ 12) สถานบริการสาธารณสุข ☐ 13) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 4 การรับรู้และความคิดเห็นต่อรูปภาพ

22. ท่านเข้าใจความหมายและมีความคิดเห็นต่อรูปภาพเหล่านี้อย่างไร (แสดงรูปภาพประกอบ โปรดพิจารณา
แล้วตอบคำถามที่ตรงกับความเข้าใจและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ภาพ	ท่านเข้าใจความหมายว่าอะไร		ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่		
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ชักจูงใจโดยตรง	ชักจูงใจโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ
ภาพที่ 1					
ภาพที่ 2					
ภาพที่ 3					
ภาพที่ 4					
ภาพที่ 5					
ภาพที่ 6					
ภาพที่ 7					
ภาพที่ 8					
ภาพที่ 9					
ภาพที่ 10					
ภาพที่ 11					
ภาพที่ 12					
ภาพที่ 13					
ภาพที่ 14					
ภาพที่ 15					
ภาพที่ 16					
ภาพที่ 17					
ภาพที่ 18					
ภาพที่ 19					
ภาพที่ 20					
ภาพที่ 21					
ภาพที่ 22					
ภาพที่ 23					
ภาพที่ 24					
ภาพที่ 25					
ภาพที่ 26					
ภาพที่ 27					
ภาพที่ 28					
ภาพที่ 29					

ภาพ	ท่านเข้าใจความหมายว่าอะไร		ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่		
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ชักจูงใจโดยตรง	ชักจูงใจโดยอ้อม	ไม่ชักจูงใจ
ภาพที่ 30					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

23. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ข้อ	ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
1	ควรแสดงคำเตือนผลกระทบด้านสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
2	ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ห้ามขายออนไลน์)					
3	ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเทศกาลปีใหม่					
4	ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงสงกรานต์					
5	ควรห้ามขาย – ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานกีฬา/สถานที่ออกกำลังกาย ทั้งของรัฐและเอกชน					
6	ควรห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง					

ส่วนที่ 6 การรับรู้และความคิดเห็นเรื่องการสื่อสารรณรงค์ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

24. ท่านทราบหรือไม่ว่ามีการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกฐินปลอดเหล้า”

- ☐ 1) ทราบ ☐ 2) ไม่ทราบ

25. ท่านทราบหรือไม่ว่ามีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ <http://TAS.go.th>

- ☐ 1) ทราบ ☐ 2) ไม่ทราบ

26. ท่านเคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS หรือไม่

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย

27. ท่านรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

- ☐ 1) รู้จัก ☐ 2) ไม่รู้จัก

28. ท่านคิดว่าช่องทางใดบ้างที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด 3 อันดับแรก

- 1) เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

- 2) เว็บไซต์สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- 3) เว็บไซต์ศูนย์ปรึกษาปัญหาสุรา หรือ สายด่วน 1413
- 4) สถานบริการสาธารณสุข
- 5) สื่อโทรทัศน์
- 6) สื่อวิทยุ
- 7) หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร
- 8) ป้ายประชาสัมพันธ์
- 9) แผ่นพับ/เอกสารเผยแพร่
- 10) สื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)
- 11) การจัดกิจกรรม/อบรม
- 12) สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์ ฯ
- 13) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

โปรดเลือก 3 อันดับแรก โดยอันดับแรกคือมากที่สุด

อันดับ 1 อันดับ 2.....อันดับ 3.....

29. ท่านคิดว่างานหรือกิจกรรมใดที่จัดโดยส่วนราชการควรเป็นงาน/กิจกรรมปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) งานเกษียณ | ☐ 2) งานประชุม/สัมมนา |
| ☐ 3) งานปีใหม่ | ☐ 4) งานจัดกิจกรรมแข่งกีฬา |
| ☐ 5) งานกาชาด/งานประจำปี | ☐ 6) อื่น ๆ ระบุ..... |

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

30. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการห้ามขาย/ห้ามดื่ม/ห้ามโฆษณา

.....

.....

.....

.....

.....

31. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์ ลด ละ เลิก ดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

.....

.....

.....

.....

.....

32. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 8 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. อายุ ปี
3. สถานภาพ ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส ☐ 3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ศาสนา ☐ 1) พุทธ ☐ 2) คริสต์ ☐ 3) อิสลาม ☐ 4) อื่น ๆ
5. ระดับการศึกษาสูงสุด ☐ 1) ไม่ได้รับการศึกษา ☐ 2) ประถมศึกษา
☐ 3) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ☐ 4) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
☐ 5) ปริญญาตรี ☐ 6) ปริญญาโท ☐ 7) ปริญญาเอก
6. อาชีพหลัก ☐ 1) ข้าราชการ ลูกจ้างของรัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 2) พนักงานเอกชน
☐ 3) เจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ ค้าขาย ☐ 4) ผู้ใช้แรงงาน รับจ้างทั่วไป
☐ 5) เกษตรกร ประมง ☐ 6) นักเรียน นักศึกษา
☐ 7) พ่อบ้าน แม่บ้าน เกษียณอายุ ว่างงาน ☐ 8) อื่น ๆ (ระบุ).....
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐ 1) ไม่มีรายได้ ☐ 2) ไม่เกิน 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) ไม่ระบุ
8. ที่พักอาศัยในปัจจุบัน ☐ 1) กรุงเทพมหานคร เขต แขวง
☐ 1.1) เขตชั้นใน ☐ 1.2) เขตชั้นกลาง ☐ 1.3) เขตชั้นนอก
☐ 2) จังหวัดอื่น ๆ โปรดระบุจังหวัด อำเภอ
ตำบล ☐ 2.1) ในเขตเทศบาล ☐ 2.2) นอกเขตเทศบาล

**** ขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสำรวจในครั้งนี้ ****

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ภาคผนวก ค

รูปภาพประกอบสำหรับการตอบคำถาม

แสดงรูปภาพประกอบ

สำหรับการตอบคำถาม

ส่วนที่ 4 การรับรู้และความคิดเห็นต่อรูปภาพ

ข้อคำถามที่ 22 ท่านเข้าใจความหมายและมีความคิดเห็นต่อรูปภาพนี้อย่างไร

(โปรดพิจารณาแผ่นภาพแล้วตอบคำถามที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

รูปภาพ

ภาพที่ 1



รูปภาพ

ภาพที่ 2



ภาพที่ 3



ภาพที่ 4



ภาพที่ 5



ภาพที่ 6



รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

หน้า 2

รูปภาพ

ภาพที่ 7



รูปภาพ

ภาพที่ 8



ภาพที่ 9



ภาพที่ 10



ภาพที่ 11



ภาพที่ 12



หน้า 3

รูปภาพ

ภาพที่ 13



รูปภาพ

ภาพที่ 14



ภาพที่ 15



ภาพที่ 16



ภาพที่ 17



ภาพที่ 18



รูปภาพ

ภาพที่ 19



รูปภาพ

ภาพที่ 20



ภาพที่ 21



ภาพที่ 22



ภาพที่ 23



ภาพที่ 24



หน้า 5

รูปภาพ

ภาพที่ 25



รูปภาพ

ภาพที่ 26



ภาพที่ 27



ภาพที่ 28



ภาพที่ 29



ภาพที่ 30



รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ภาคผนวก ง

ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา

ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการสำรวจ

(Index of Item Objective Congruence : IOC)

การหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการสำรวจ (Index of Item Objective Congruence : IOC) เป็นการตรวจสอบ ความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย ซึ่งได้นำแบบสำรวจไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยมีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- | | |
|--|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.จุเดือน พันธุเมธา | อาจารย์ประจำคณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รติพร ถึงฝั่ง | อาจารย์ประจำคณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม |
| 3. ดร.ธีทัต ชวติจินดา | อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ |

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ มีดังนี้

คะแนน	ความหมาย
+1	ท่าน <u>แน่ใจ</u> ว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสำรวจ
0	ท่าน <u>ไม่แน่ใจ</u> ว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสำรวจ
-1	ท่าน <u>แน่ใจ</u> ว่าข้อคำถาม <u>ไม่</u> มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสำรวจ

สามารถหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้จากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ R แทน คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

คะแนนที่ได้จะต้องมีคะแนนมากกว่า 0.5 ขึ้นไป ข้อคำถามข้อนั้นจึงจะนำไปใช้ได้ จากผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยค่าคะแนน IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ทุกข้อคำถาม ดังนั้น แบบสำรวจชุดนี้สามารถนำไปใช้ในการสำรวจได้ ซึ่งแสดงรายละเอียด ดังนี้

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณา ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3		
ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์						
1.	ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ ☐ 1) ดื่ม ☐ 2) เคยดื่ม แต่เลิกดื่มแล้วมากกว่า 12 เดือน (ข้ามไป ตอบข้อ 9) ☐ 3) ไม่เคยดื่ม (ข้ามไปตอบข้อ 9)	+1	0	+1	0.66	ตัวเลือกที่ 2 อ่านแล้วงงดู ขัดแย้งกับโจทย์ ควร ปรับตัวเลือก
2.	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ 1) เบียร์ ☐ 2) สุราขาว/สุรากลั่นชุมชน ☐ 3) สุราสี/สุราแดง ☐ 4) ไวน์องุ่น/แชมเปญ/ไวน์ ผลไม้ ☐ 5) ไวน์คูลเลอร์/สุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่น ☐ 6) สุราพื้นบ้าน (เช่น อุ กะแช่ สาโท)/ยาตองเหล้า/ สุราจีน ☐ 7) อื่น ๆ ระบุ.....	+1	+1	+1	1	- สุรากลั่นชุมชน ควรตัด คำว่าชุมชน - ควรยกตัวอย่างสุราขาว และสุราสี
3.	สาเหตุใดที่ทำให้ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ 1) ความอยากรู้ อยากทดลองดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ☐ 2) ถูกชักชวนจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน ญาติ หรือคนในครอบครัว ☐ 3) เห็นบุคคลใกล้ชิดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 4) ต้องการเป็นที่ยอมรับ หรือการเข้าสังคม ☐ 5) ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อสร้างความมั่นใจให้ ตนเอง ☐ 6) ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อเป็นการผ่อนคลาย ลดความวิตกกังวล ลดความเครียด ☐ 7) ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อช่วยเจริญอาหาร หรือเป็นส่วนผสมของยา	+1	+1	+1	1	- ตัวเลือกที่ 4 ต้องการ เป็นที่ยอมรับ หรือเพื่อ การเข้าสังคม - อาจตัดคำว่า “ดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ในตัวเลือก เพื่อให้ กระชับ

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณา ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3		
	☐ 8) เห็นโฆษณา หรือป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 9) เลียนแบบผู้มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ดารา นักร้อง เน็ตไอดอล ☐ 10) งานเลี้ยงฉลอง หรืองานสังสรรค์ตามเทศกาล ต่าง ๆ ☐ 11) ขึ้นขอบในรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 12) อื่น ๆ ระบุ.....					
4.	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยเพียงใด ☐ 1) ดื่มทุกวัน ☐ 2) ดื่ม 1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์ ☐ 3) ดื่ม 3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์ ☐ 4) ดื่ม 1 – 2 ครั้ง/เดือน ☐ 5) ดิมน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ☐ 6) อื่น ๆ ระบุ	+1	+1	+1	1	ควรนิยามตัวเลือกเกี่ยวกับความถี่ให้ชัดเจนกว่านี้ (ทางนิด้าโพลได้ไปรื้องานวิจัยของสำนักงานสถิติเรื่องพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2560 เลย์ปรับตัวเลือกความถี่ตามงานวิจัย)
5.	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเวลาใดมากที่สุด ☐ 1) 05.01-08.00 น. ☐ 2) 08.01-11.00 น. ☐ 3) 11.01-14.00 น. ☐ 4) 14.01-17.00 น. ☐ 5) 17.01-20.00 น. ☐ 6) 20.01-24.00 น. ☐ 7) 00.01-05.00 น.	+1	+1	+1	1	
6.	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ใดมากที่สุด ☐ 1) ที่บ้าน/ที่พักตนเอง ☐ 2) ที่พักของคนรู้จัก เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน ☐ 3) โรงแรม/ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สโมสร ☐ 4) มินิมาร์ท/ ร้านค้า ☐ 5) สถานบริการ ต่าง ๆ เช่น ผับ บาร์ คาราโอเกะ ☐ 6) สถานที่สาธารณะ เช่น ริมทาง ริมทะเล สวนสาธารณะ ☐ 7) อื่น ๆ ระบุ	+1	+1	+1	1	- มินิมาร์ท/ ร้านค้า/ ร้านสะดวกซื้อ
7	หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 6 ชั่วโมง ท่านเคยขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์หรือไม่	+1	+1	+1	1	- ภายใน 6 ชั่วโมง หลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3		
	☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย					ท่านเคยขับรถยนต์/รถจักรยานยนต์หรือไม่
8	ท่านได้รับผลกระทบใดบ้างจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ 1) มีปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย ☐ 2) มีปัญหาด้านสุขภาพจิต ☐ 3) มีปัญหาด้านการเรียน ☐ 4) มีปัญหาด้านการทำงาน ☐ 5) มีปัญหาด้านการเงิน (รายได้ - รายจ่าย) ☐ 6) มีปัญหาด้านครอบครัว ☐ 7) มีปัญหากับเพื่อน หรือบุคคลรอบข้าง ☐ 8) เกิดอุบัติเหตุทางถนน ☐ 9) โดนลักทรัพย์ ☐ 10) การทะเลาะวิวาท หรือทำร้ายร่างกาย ☐ 11) โดนลวนลาม หรือโดนล่วงละเมิดทางเพศ ☐ 12) อื่น ๆ ระบุ.....	+1	+1	+1	1	- ท่านเคยได้รับผลกระทบใดบ้างจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
9	ท่านเคยได้รับผลกระทบใดบ้างจากการที่ผู้อื่น/คนรอบข้างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ 1) มีปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น การถูกข่มขู่ ก่อแค้น คุกคาม ทำให้หวาดกลัว ☐ 2) มีปัญหาด้านการเรียน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว ☐ 3) มีปัญหาทางด้านการเงิน เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว ☐ 4) มีปัญหาด้านความรุนแรงในครอบครัว ☐ 5) มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในครอบครัว เช่น การทะเลาะวิวาทกันในครอบครัว ☐ 6) ได้รับอุบัติเหตุทางถนน ☐ 7) โดนลักทรัพย์ ทรัพย์สินเสียหายหรือถูกทำลาย ☐ 8) โดนทำร้ายร่างกาย ☐ 9) โดนลวนลาม หรือโดนล่วงละเมิดทางเพศ ☐ 10) การถูกรบกวน สร้างความรำคาญ	+1	+1	+1	1	

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณา ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3		
	☐ 11) อื่น ๆ ระบุ.....					
ส่วนที่ 2 การรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551						
10	ท่านทราบหรือไม่ว่ามีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ☐ 1) ทราบ ☐ 2) ไม่ทราบ	+1	+1	+1	1	

ข้อที่	คำถาม				ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
					1	2	3		
11	ท่านมีการรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อย่างไร				+1	+1	+1	1	ท่านทราบรายละเอียดเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551
	ลำดับ	ประเด็น	ใช่	ไม่ใช่					
	1	ห้ามแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่าง (ขนาดทดลอง)			+1	+1	+1	1	
	2	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก			+1	+1	+1	1	
	3	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้มน้ำมันได้			+1	+1	+1	1	
	4	ห้ามแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจ			+1	+1	+1	1	
	5	บุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้			+1	+1	+1	1	
	6	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 11.00 – 14.00 น.			+1	+1	+1	1	
	7	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม			+1	+1	+1	1	
	8	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะได้			+1	+1	+1	1	
	9	ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			+1	+1	+1	1	ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกกรณี
	10	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้			+1	+1	+1	1	ตัดคำว่า ให้

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณา ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3		
12	ท่านเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา) หรือไม่ ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย	+1	+1	+1	1	
13	ท่านเคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่นนอกจากเวลา 11.00 - 14.00 น. และ 17.00 - 24.00 น. หรือไม่ ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย	+1	+1	+1	1	
14	ท่านเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์หรือไม่ ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย	+1	+1	+1	1	
15	ท่านเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ดังต่อไปนี้หรือไม่ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ) ☐ 1) ปิมน้ำมันเชื้อเพลิง/ปั้มแก๊ส ☐ 2) หอพัก ☐ 3) พื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน ☐ 4) สวนสาธารณะของราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ 5) ศาสนสถาน เช่น วัด มัสยิด โบสถ์ ☐ 6) สถานที่ราชการ/รัฐวิสาหกิจ/หน่วยงานอื่นของรัฐ เว้นแต่ในร้านค้า/สโมสร ☐ 7) สถานศึกษา ☐ 8) โรงพยาบาล/สถานพยาบาล/ร้านขายยา ☐ 9) บนทาง เช่น ทางเดินรถ ไหล่ทาง ทางเท้า ☐ 10) สถานีขนส่งผู้โดยสาร ☐ 11) อื่น ๆ ระบุ	+1	0	+1	0.66	- ถ้าถาม “หรือไม่” จะต้องตอบใช่/ไม่ใช่ - ถ้าถาม “ท่านเคย” จะต้องตอบเคย/ไม่เคย ควรปรับคำถามเป็นสถานที่ต่อไปนี้ สถานที่ใดบ้างที่ท่านเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
16	ท่านเคยพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการลด แลก แจก แถม หรือจัดโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ หรือไม่ ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย	+1	+1	+1	1	

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการคัดกรองและการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณา ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3		
17	ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยได้รับการคัดกรองหรือสอบถามปัญหาจากการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย เพราะเหตุใด ระบุ.....	0	+1	+1	0.66	- คำถามง จุดประสงค์ที่ถามคืออะไร - ปรับคำถามเป็น ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยเข้ารับการคัดกรองเพื่อปรึกษา/บำบัดปัญหาจากการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ - ผู้ตอบจะสามารถระบุเหตุผลได้หรือไม่ ว่าทำไมจึงไม่ถูกคัดกรอง
18	ท่านเคยพยายามลด ละ เลิกการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา หรือไม่ <u>(ตอบเฉพาะผู้ที่ดื่ม และเคยดื่ม)</u> ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย	+1	+1	+1	1	ตัด และเคยดื่มออกเนื่องจากผู้ที่เคยดื่มได้เลิกดื่มแล้ว
19	ท่านคิดว่าอะไรที่ทำให้ท่านลด ละ เลิกการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <u>(ตอบเฉพาะผู้ที่ดื่ม และเคยดื่ม)</u> ☐ 1) การดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ส่งผลเสียต่อสุขภาพ/เกิดการเจ็บป่วย และเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคต่าง ๆ ☐ 2) มีปัญหาต่อสุขภาพ เช่น ดับแฉะ อัมพาต มะเร็ง ความดันโลหิตสูง ฯลฯ ☐ 3) การดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ความสามารถในการขับพิษพาหนะลดลง/อุบัติเหตุ ☐ 4) คนในครอบครัวหรือบุคคลรอบข้างขอร้องให้เลิกดื่ม ☐ 5) มีความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก การดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 6) มีกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษา ☐ 7) อื่น ๆ ระบุ.....	+1	+1	+1	1	- ตัวเลือกที่ 1 กับ 2 เป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพเหมือนกัน - ตัวเลือกที่ 5 ไม่ใช่สาเหตุของความตั้งใจ

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณา ของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3		
20	ท่านเคยเข้ารับการบำบัดรักษาที่เกิดจากปัญหาการดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ <u>(ตอบเฉพาะผู้ที่ดื่ม และเคยดื่ม)</u> ☐ 1) เคย ระบุสถานที่..... ☐ 2) ไม่เคย เพราะเหตุใด ระบุ.....	+1	+1	+1	1	
21	ท่านเคยรับรู้เรื่องการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ ☐ 1) ไม่เคย ☐ 2) เคย จากช่องทางใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ 1) สื่อโทรทัศน์ ☐ 2) สื่อวิทยุ ☐ 3) หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร ☐ 4) ป้ายประชาสัมพันธ์ ☐ 5) แผ่นพับ/เอกสารเผยแพร่ ☐ 6) สื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ☐ 7) สื่อสังคมออนไลน์ โปรดระบุ ☐ 7.1) ไลน์ ☐ 7.2) เพชบุ๊ก ☐ 7.3) ทวิตเตอร์ ☐ 7.4) อื่น ๆ ☐ 8) เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 9) การจัดกิจกรรม/อบรม ☐ 10) เว็บไซต์ศูนย์ปรึกษาปัญหาสุรา หรือสายด่วน 1413 ☐ 11) เว็บไซต์สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ☐ 12) สถานบริการสาธารณสุข ☐ 13) อื่น ๆ โปรดระบุ.....	+1	+1	+1	1	

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ																	
		1	2	3																			
ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรา 3						เพิ่ม ความคิดเห็นต่อความหมายการโฆษณา																	
22	ท่านมีความคิดเห็นต่อรูปภาพป้ายโฆษณาอย่างไร	+1	+1	+1	1																		
	<table><tr><th>ภาพ</th><th>ท่านเข้าใจว่าอะไร</th><th>ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่</th></tr><tr><td>ภาพที่ 1 </td><td>☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์</td><td>☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ</td></tr><tr><td>ภาพที่ 2 </td><td>☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์</td><td>☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ</td></tr><tr><td>ภาพที่ 3 </td><td>☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์</td><td>☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ</td></tr><tr><td>ภาพที่ 4 </td><td>☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์</td><td>☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ</td></tr><tr><td>ภาพที่ 5 </td><td>☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์</td><td>☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ</td></tr></table>	ภาพ	ท่านเข้าใจว่าอะไร	ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่	ภาพที่ 1 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ	ภาพที่ 2 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ	ภาพที่ 3 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ	ภาพที่ 4 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ	ภาพที่ 5 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ				
ภาพ	ท่านเข้าใจว่าอะไร	ชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่																					
ภาพที่ 1 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ																					
ภาพที่ 2 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ																					
ภาพที่ 3 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ																					
ภาพที่ 4 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ																					
ภาพที่ 5 	☐ 1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 2) ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	☐ 1) ชักจูงใจโดยตรง ☐ 2) ชักจูงใจโดยอ้อม ☐ 3) ไม่ชักจูงใจ																					

ข้อที่	คำถาม						ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ	
							1	2	3			
ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551												
23	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551										- ควรปรับคำให้มีสำนวนที่เป็นความคิดเห็น - ปรับคำ ห้ามขาย เป็น งดจำหน่าย เพื่อสร้างการรับรู้เชิงบวก	
	ข้อ	ประเด็น	ระดับความคิดเห็น									
			เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย						ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1	การใช้ภาพคำเตือนด้านสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	5	4	3	2	1	+1	+1	+1	1	ควรแสดงคำเตือนผลกระทบด้านสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
	2	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ห้ามขายออนไลน์)	5	4	3	2	1	+1	+1	+1	1	ควรงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ห้ามขายออนไลน์)
	3	การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงปีใหม่	5	4	3	2	1	+1	+1	+1	1	ควรงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเทศกาลปีใหม่
	4	การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงสงกรานต์	5	4	3	2	1	+1	+1	+1	1	ควรงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงสงกรานต์
	5	ห้ามขาย – ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานกีฬา/สถานที่ออกกำลังกาย ทั้งของรัฐและเอกชน	5	4	3	2	1	+1	+1	+1	1	ควรงดจำหน่าย – ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานกีฬา/สถานที่ออกกำลังกาย ทั้งของรัฐและเอกชน
	6	การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง	5	4	3	2	1	+1	+1	+1	1	ควรห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3		
ส่วนที่ 6 การรับรู้และความคิดเห็นเรื่องการสื่อสารรณรงค์ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์						
24	ท่านทราบหรือไม่ว่ามีการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ “งานกฐินปลอดเหล้า” ☐ 1) ทราบ ☐ 2) ไม่ทราบ	+1	+1	+1	1	
25	ท่านทราบหรือไม่ว่ามีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่านแอปพลิเคชัน TAS และเว็บไซต์ http://TAS.go.th ☐ 1) ทราบ ☐ 2) ไม่ทราบ	+1	+1	+1	1	
26	ท่านเคยติดต่อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผ่าน TAS หรือไม่ ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย	+1	+1	+1	1	
27	ท่านรู้จักสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ ☐ 1) รู้จัก ☐ 2) ไม่รู้จัก	+1	+1	+1	1	
28	ท่านคิดว่าช่องทางใดบ้างที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากที่สุด 3 อันดับแรก 1) เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) เว็บไซต์สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) 3) เว็บไซต์ศูนย์ปรึกษาปัญหาสุรา หรือ สายด่วน 1413 4) สถานบริการสาธารณสุข 5) สื่อโทรทัศน์ 6) สื่อวิทยุ 7) หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร 8) ป้ายประชาสัมพันธ์ 9) แผ่นพับ/เอกสารเผยแพร่ 10) สื่อบุคคล เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว เจ้าหน้าที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	+1	+1	+1	1	

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ข้อที่	คำถาม	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3		
	11) การจัดกิจกรรม/อบรม 12) สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์/เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์ ฯ 13) อื่น ๆ โปรดระบุ..... โปรดเลือก 3 อันดับแรก โดยอันดับแรกคือมากที่สุด อันดับ 1 อันดับ 2.....อันดับ 3.....					
29	ท่านคิดว่าส่วนราชการควรจัดงานหรือกิจกรรมใดที่ควรเป็น กิจกรรมปลอดเหล้า (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ) ☐ 1) งานเกษียณ ☐ 2) งานประชุม/สัมมนา ☐ 3) งานปีใหม่ ☐ 4) งานจัดกิจกรรมแข่งกีฬา ☐ 5) งานกาชาด/งานประจำปี ☐ 6) อื่น ๆ ระบุ.....	+1	0	+1	0.66	ท่านคิดว่างานหรือกิจกรรมใดที่จัดโดยส่วนราชการควรเป็นงาน/กิจกรรมปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม						
30	ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม	+1	+1	+1	1	ข้อเสนอแนะควรแบ่งเป็นหมวด เช่น - ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการควบคุม/ห้ามโฆษณา - ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ภาคผนวก จ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

สำหรับการวิจัยนี้จะใช้วิธีหาสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1951) โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

โดย	α	คือ	ค่าความเชื่อมั่น
	k	คือ	จำนวนข้อ
	s_i^2	คือ	ความแปรปรวน (variance) ของข้อที่ i
	s_t^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามของแต่ละงานบริการ (Try Out) จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือ ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความสอดคล้องภายในของคำตอบของคำถามหลาย ๆ ข้อ ในแบบสอบถามชุดเดียวกัน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของครอนบาค (Cronbach) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามนี้มีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้จริง อย่างไรก็ตาม การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของเครื่องมือ มีเกณฑ์การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ดังนี้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544)

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)	การแปลความหมายระดับความเที่ยง
มากกว่า 0.9	ดีมาก
มากกว่า 0.8	ดี
มากกว่า 0.7	พอใช้
มากกว่า 0.6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า 0.5	ต่ำ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5	ไม่สามารถรับได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของแบบสอบถามแต่ละฉบับ มีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป แสดงว่า เครื่องมือมีความสอดคล้องภายในอยู่ในระดับพอใช้ถึงดีมาก

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนความคิดเห็นต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติ
ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. การใช้ภาพคำเตือนด้านสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	20.90	17.679	.456	.849
2. ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ห้ามขายออนไลน์)	20.80	15.614	.742	.799
3. การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงปีใหม่	21.27	12.754	.879	.760
4. การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงสงกรานต์	21.20	13.407	.837	.772
5. ห้ามขาย - ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานกีฬา/สถานที่ออกกำลังกายของรัฐและเอกชน	20.63	19.275	.419	.853
6. การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง	21.20	16.786	.461	.853

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.20	22.234	4.715	6

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ภาคผนวก จ การลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล

สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 1

จังหวัดเชียงใหม่



จังหวัดแพร่

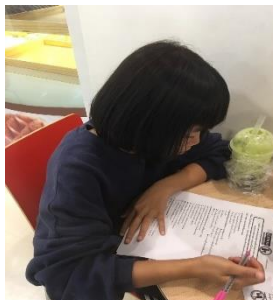
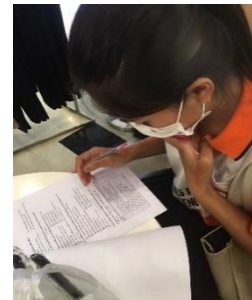
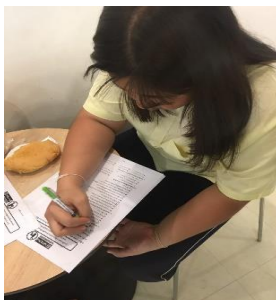
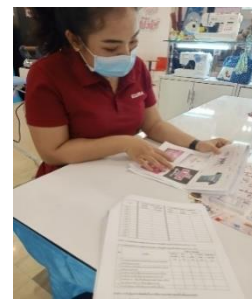


สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 2

จังหวัดพิษณุโลก



จังหวัดอุดรธานี



สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 3

จังหวัดนครสวรรค์

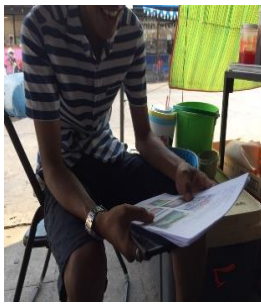


จังหวัดชัยนาท



สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 4

จังหวัดสระบุรี



จังหวัดปทุมธานี



สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 5

จังหวัดราชบุรี



จังหวัดสุพรรณบุรี



สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 6

จังหวัดสมุทรปราการ



จังหวัดชลบุรี

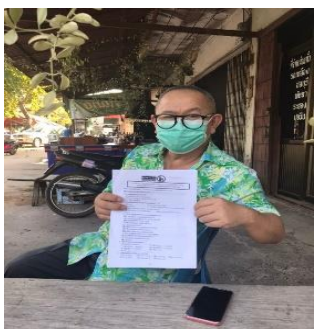


สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7

จังหวัดขอนแก่น

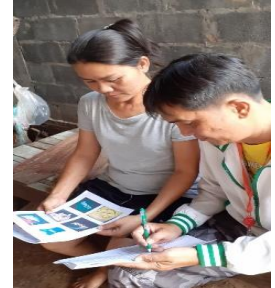


จังหวัดร้อยเอ็ด

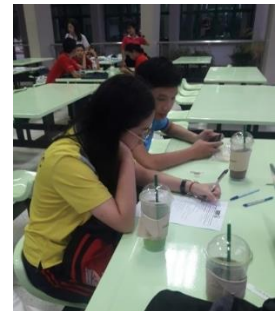


สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8

จังหวัดอุดรธานี



จังหวัดเลย



สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 9

จังหวัดนครราชสีมา



จังหวัดชัยภูมิ



สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 10

จังหวัดอุบลราชธานี



จังหวัดยโสธร



สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 11

จังหวัดนครราชสีมา



จังหวัดสุราษฎร์ธานี



สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 12

จังหวัดสงขลา



จังหวัดพัทลุง



สถาบันป้องกันควบคุมโรคเขตเมือง

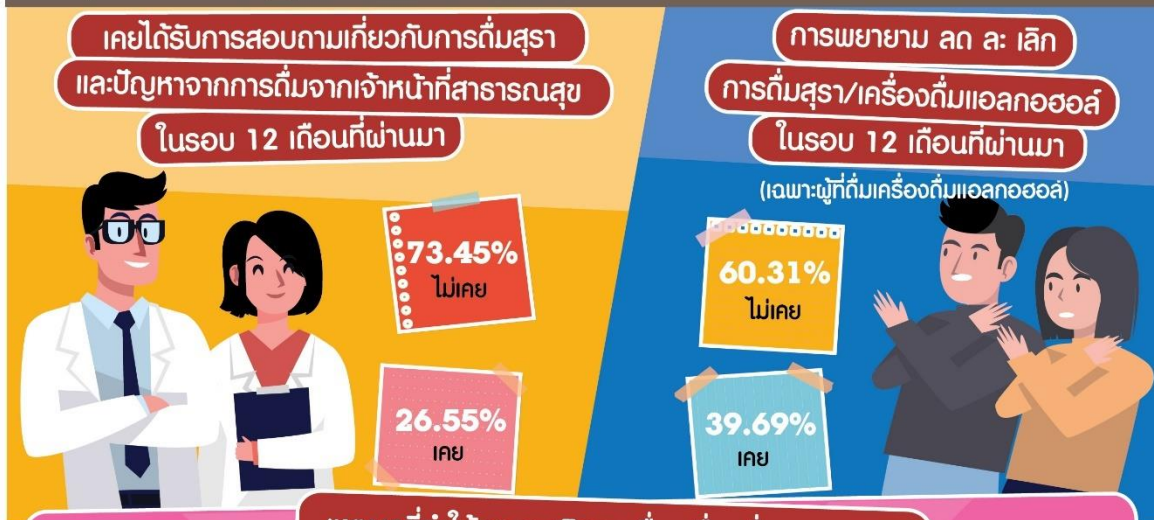
กรุงเทพมหานคร



การคัดกรองและการบำบัดรักษา

การลด ละ เลิก การดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
สำรวจเกี่ยวกับการคัดกรองและการบำบัดรักษา การลด ละ เลิก การดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เก็บข้อมูลในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 จากประชาชน
ที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป กระจายทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จำนวน 5062 หน่วยตัวอย่าง กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95.0



แนวทางการสนับสนุน เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
สำรวจเกี่ยวกับการคิดรองและการบำบัดรักษา การลด ละ เลิก การดื่มสุรา/เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เก็บข้อมูลในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 จากประชาชน
ที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป กระจายทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จำนวน 5062 หน่วยตัวอย่าง กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95.0

ผลกระทบที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลกระทบที่เกิดจากการดื่ม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์)

31.44% เคยได้รับผลกระทบ

43.46% ด้านสุขภาพร่างกาย

37.88% ด้านการเงิน

19.22% ด้านการทำงาน

15.20% ด้านครอบครัว

14.86% ด้านการเรียน

13.74% เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน

68.56% ไม่เคยได้รับผลกระทบ

(ตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล)

ผลกระทบที่เกิดจากผู้อื่น/คนรอบข้าง
ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

42.61% เคยได้รับผลกระทบ

61.61% การถูกรบกวน สร้างความรำคาญ

18.45% ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว

17.85% ด้านการเงิน

16.27% ได้รับอุบัติเหตุบนท้องถนน

12.70% ด้านสุขภาพจิต

10.66% ความรุนแรงในครอบครัว

57.39% ไม่เคยได้รับผลกระทบ

การพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551



ควรแสดงค่าเตือนผลกระทบด้านสุขภาพ
บนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5

เห็นด้วยอย่างยิ่ง
57.27%



ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ห้ามขายออนไลน์)

4

เห็นด้วย
42.23%



ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ช่วงเทศกาลปีใหม่

4

เห็นด้วย
24.91%



ควรห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ช่วงสงกรานต์

4

เห็นด้วย
26.14%



ควรห้ามขาย – ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ในสถานกีฬา/สถานที่ออกกำลังกาย ทั้งของรัฐและเอกชน

4

เห็นด้วย
41.07%

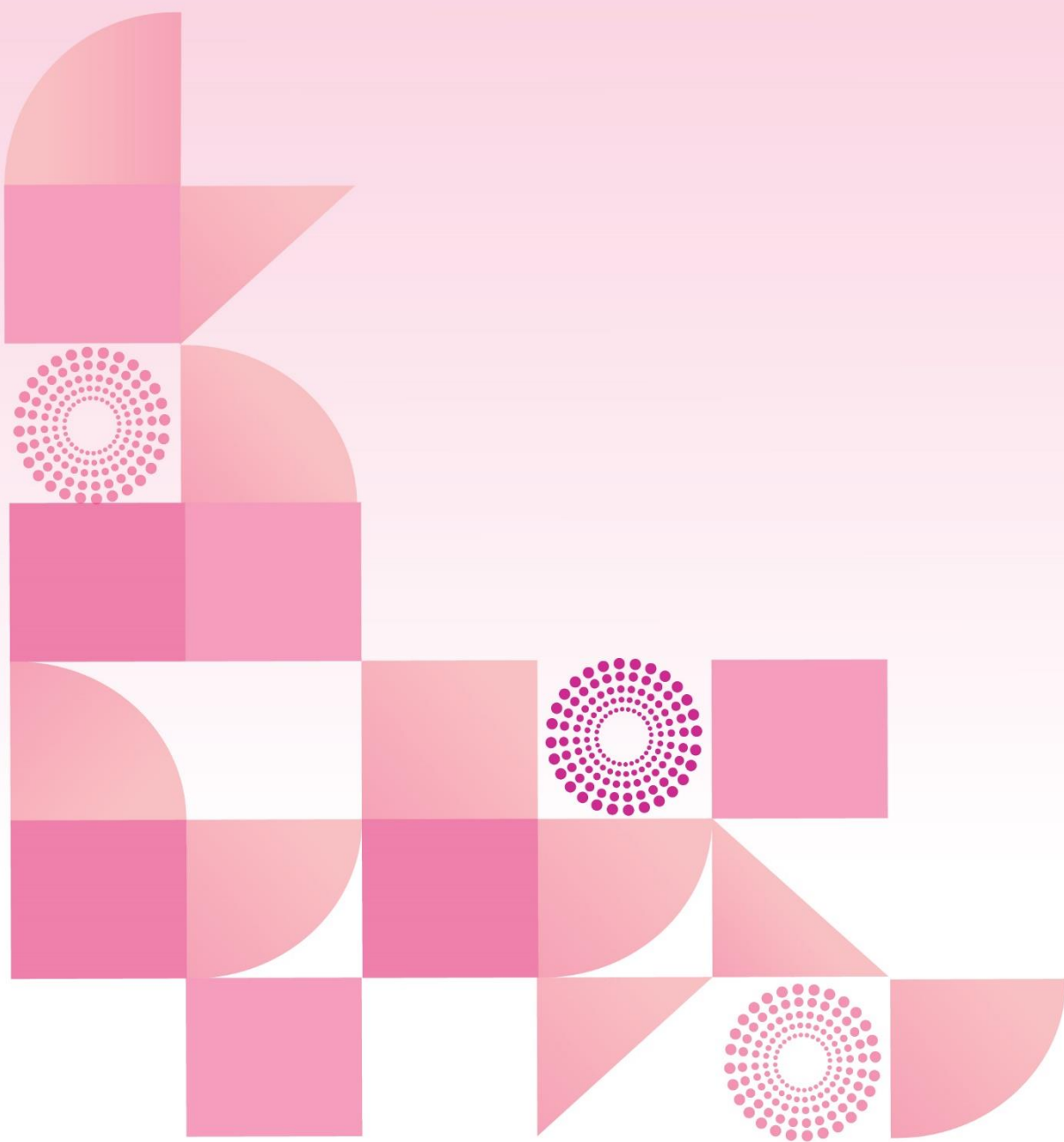


ควรห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
โดยสิ้นเชิง

4

เห็นด้วย
30.18%





ถูกต้อง เทียงตรง ด้วยคุณภาพตามหลักวิชาการ
www.nidapoll.nida.ac.th