

ชื่นใจ ‘งดเหล้าเข้าพรรษา’ เห็นผล ลดนักดื่มหน้าใหม่ คอเหล้าลดการดื่มเกือบเท่าตัว

ผลสำรวจเผย ‘นักดื่มหน้าใหม่’ ช่วงเข้าพรรษาลดลง แต่ยังคง “นักดื่มหน้าเก่า” ได้น้อย พบหลังออกพรรษาปี 2560 จำนวนบริโภคเพิ่มขึ้นสูงสุดในรอบ 5 ปี แนะนำโฆษณาณรงค์ต้องเข้าถึงกลุ่มเยาวชน แต่กลุ่มสูงวัยยังน่าเป็นห่วง นักวิจัยแนะประชาสัมพันธ์โทษของเหล้าอย่างต่อเนื่อง

‘งดเหล้าเข้าพรรษา’ เป็นโครงการรณรงค์เพื่อแก้ปัญหามหาโรคภัยไข้เจ็บที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขับเคลื่อนร่วมกันเป็นเครือข่าย เช่น สำนักเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) กระทรวงสาธารณสุข โดยนำความเชื่อด้านศาสนาและศีลธรรมเป็นหลักนำจูงใจ ตามด้วยเหตุผลทางด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคมและครอบครัวมาเป็นเหตุผลในการรณรงค์ในช่วงเข้าพรรษา ซึ่งเป็นโอกาสดีที่ประชาชนทั่วไปจะได้หันมาลด ละ เลิกการดื่มสุรา และทำความดี ประพฤติตนตามศีลธรรมต่าง ๆ เช่น โฆษณาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ร่วมกับการปฏิบัติการภาคสนามของภาคีเครือข่ายองค์กรงดเหล้าและภาคส่วนอื่น ๆ ในการปฏิบัติงานระดับชุมชน

จากงานวิจัยผลการสำรวจ ‘โครงการงดเหล้าเข้าพรรษา’ ในช่วงปี 2558 – 2560 ทีมนักวิจัยได้มีความเห็นตรงกันว่า กว่าร้อยละ 80 เห็นสื่อประชาสัมพันธ์งดเหล้าเข้าพรรษาผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ ชุด ‘พักตับ พักยก’ พบว่ามีผลต่อการรับรู้เพิ่มขึ้นทุกปี จนในปี 2560 สูงถึงร้อยละ 95.5 มีผลต่อการสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในระดับต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปหามาก ส่วนด้านอายุ สังเกตได้ว่าความตระหนักจะลดลงเมื่อมีอายุมากขึ้นไปตามลำดับ แต่กลับพบว่ากลุ่มที่มีความตระหนักมากกว่าคือ ‘ผู้ที่ไม่ดื่มอยู่แล้ว’ ซึ่งเป็นผลดีต่อการป้องกันไม่ให้เกิด ‘นักดื่มหน้าใหม่’ รวมถึงป้องกันคนที่เลิกดื่มไปแล้วจะกลับมาดื่มอีก แต่ก็จะทำให้ผู้ที่ดื่มอยู่ในปัจจุบันไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมการดื่ม

งานวิจัยยืนยันว่า การลงนามหรือปฏิญาณตนงดเหล้ามีผลต่อการลด ละ เลิก การดื่มในช่วงเข้าพรรษาอย่างเห็นผลได้ชัดเจน จึงควรเน้นส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมลงนาม/ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา ทั้งในรูปแบบการจัดกิจกรรมกล่าวคำปฏิญาณตน หรือการจัดเตรียมสมุดลงนามปฏิญาณตนไว้ในสถานที่สำคัญโดยเฉพาะวัด ทั้งนี้ อาจ

66

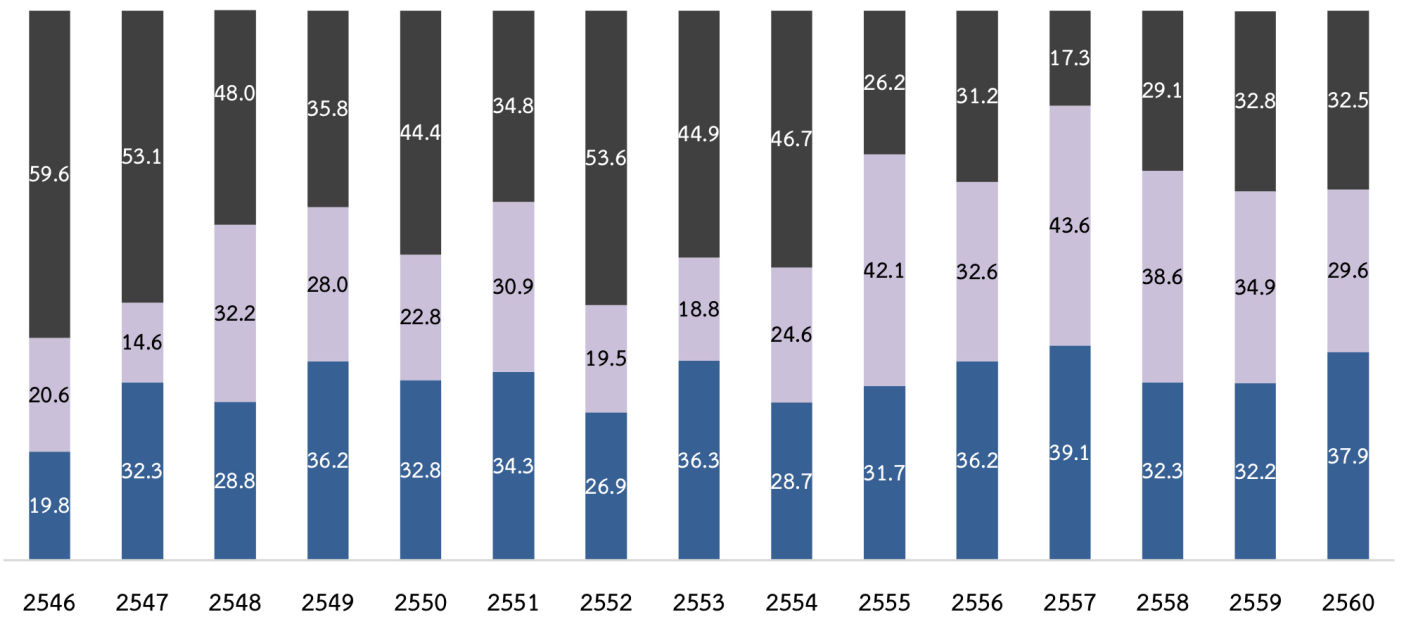
งานวิจัยยืนยันว่า การลงนามหรือปฏิญาณตนงดเหล้ามีผลต่อการลด ละ เลิก การดื่มในช่วงเข้าพรรษาอย่างเห็นผลได้ชัดเจน จึงควรเน้นส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมลงนาม/ปฏิญาณตนงดเหล้าเข้าพรรษา ทั้งในรูปแบบการจัดกิจกรรมกล่าวคำปฏิญาณตน หรือการจัดเตรียมสมุดลงนามปฏิญาณตนไว้ในสถานที่สำคัญ

99

อาศัยการประชาสัมพันธ์ หรือการประสานความร่วมมือ ตลอดจนการสนับสนุนทุนกิจกรรมไปยังภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ผ่านสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) รวมถึงศูนย์ประสานงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า แนวโน้มสำหรับผู้ที่ยังดื่มเหล้าในช่วงเข้าพรรษา จะเห็นได้ว่า ในปี 2557 เป็นปีที่มีจำนวนร้อยละของผู้ที่งดเหล้าได้มากที่สุด และ 3 ปีหลังจากนั้นจำนวนขึ้นลงของตัวเลขยังไม่พุ่งกระโดดไปมากนัก ซึ่งถือว่ามีผู้ที่เข้าร่วมโครงการงดเหล้าเข้าพรรษาอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้จะมีตัวเลขที่ลดลงแต่ก็ยังไม่น่าเป็นห่วงมากนัก โดยในปีหลัง ๆ อย่างปี 2560 มีการประชาสัมพันธ์งดเหล้าเข้าพรรษา ปี 2560 โดยสร้างความตระหนักในการลด ละ เลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยภาพรวมได้พอสมควร

อย่างไรก็ตามมีความแตกต่างระหว่างการรับรู้การประชาสัมพันธ์ถึงโครงการระหว่างกลุ่มอายุ เนื่องจากที่พบว่ายิ่งคนมีอายุมากขึ้น ความตระหนักดังกล่าวจะยิ่งลดลง จึงอาจเป็นข้อจำกัดต่อการลด ‘นักดื่มหน้าเก่า’ แต่การประชาสัมพันธ์กลับเข้าถึงกลุ่มเยาวชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่รับรู้ได้มากจำนวนถึงกว่า 44 ล้านคน หรือร้อยละ 84.8 คณะผู้วิจัยจึงเห็นพ้องตรงกันว่า ควรรณรงค์มุ่งเป้าให้มากขึ้นไปยังกลุ่มที่ดื่มมานาน ดื่มประจำ หรือดื่มหนัก โดยเน้นไปในเรื่องของผลกระทบที่มีต่อสุขภาพ

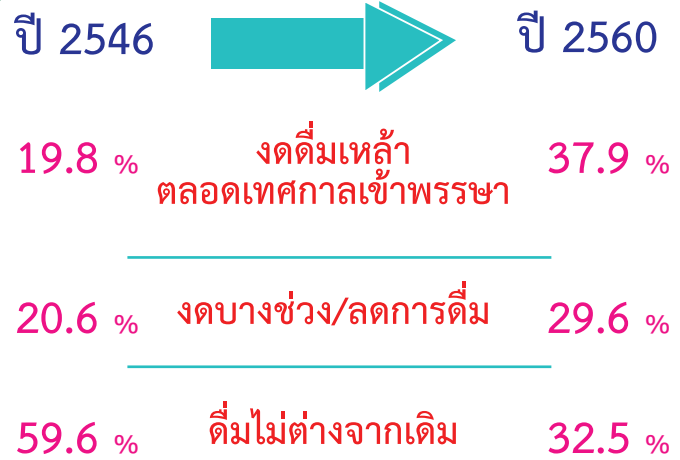
ถึงแม้มีจำนวนของนักดื่มลดลงในช่วงเข้าพรรษา กลับพบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหลังออกพรรษาปี 2559 ถึงช่วง



■ งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา ■ งดบางช่วง/ลดการดื่มลง ■ ดื่มไม่ต่างจากเดิม

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษา

(การประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2560: กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไปใน 12 จังหวัดฯ)



ก่อนเข้าพรรษาปี 2560 นับเป็นตัวเลขสูงสุดในรอบ 5 ปี (2556 – 2560) โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2559 ถึงร้อยละ 5.3 และสังเกตได้ว่าเพศหญิงมีแนวโน้มดื่มเพิ่มขึ้นกว่า 2.2 ล้านคนเมื่อเทียบกับปี 2559 อย่างไรก็ตาม พบว่าสัดส่วนของนักดื่มเยาวชนอายุ 15-19 ปี ลดลงจากปีที่ผ่านมาเกือบ 3 แสนคน ขณะที่ผู้ดื่มที่อายุ 20 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มอายุ

โดยสรุปโครงการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาในระดับพื้นที่ส่งเสริมให้โครงการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาในระดับชาติมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยปัจจัยความสำเร็จของโครงการฯ คือการพยายามชักชวนให้นักดื่มตระหนักและสนใจงดดื่มในช่วงเข้าพรรษา ทั้งในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์สื่อโซเชียลต่าง ๆ อีกทั้งการให้แสดงออกในรูปแบบของการลงนามเพื่อสร้างพันธสัญญางดเหล้าในช่วงเข้าพรรษา และตามมาด้วยกิจกรรมเสริมสร้างให้พฤติกรรมที่ดีคงอยู่ตลอดพรรษา

อย่างไรก็ตาม ผลจากการรณรงค์เกิดมากในช่วงเข้าพรรษา และลดลงตามระยะเวลา ดังนั้น ผู้วิจัยเสนอความเห็นตรงกันว่าควรที่จะมีการดำเนินโครงการรณรงค์ให้คงดื่มอย่างต่อเนื่อง และควรกระตุ้นให้ทุกพื้นที่จัดกิจกรรมเฉพาะของพื้นที่เพื่อกระตุ้นให้คนในชุมชนงดดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในช่วงเข้าพรรษาและออกพรรษา