

## รายงานฉบับสมบูรณ์

# โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

: กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 2)

(สัญญาเลขที่ 61-02029-0064)

โดย

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ

**SAB**

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

พฤษภาคม 2563

## รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป  
ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 2)

(สัญญาเลขที่ 61-02029-0064)

โดย

**SAB**

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

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

พฤษภาคม 2563

## บทสรุปผู้บริหาร

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (ครั้งที่ 2) มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการตี และ การเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์ ความคิดเห็นต่อแนวทางการควบคุม การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องตีแอลกอฮอล์ ตลอดจนผลกระทบจากการตี ในระหว่างการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยสำรวจกับประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ จำนวน 1,563 ตัวอย่าง ดำเนินการในช่วงระหว่างวันที่ 15 - 28 พฤษภาคม 2563 ประเด็นสำคัญที่พบสรุปได้ดังนี้

### 1. พฤติกรรมการตี และการเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบร้อยละ 38.4 ที่ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในกลุ่มนี้ในช่วงเดือนเมษายน มีเพียงร้อยละ 33.0 ยังคงตี และเมื่อสอบถามต่อการตีในช่วงเดือนพฤษภาคม พบว่าสัดส่วนการตีเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 53.3 โดยกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป และกลุ่มที่ตีประจำ มีสัดส่วนการตีเท่าเดิม/ ตีบ่อยขึ้นมากกว่ากลุ่มอื่น สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้ตี/ ตีน้อยลง ให้เหตุผลสำคัญว่า ไม่ได้พบปะสังสรรค์ และเมื่อสอบถามถึงการซื้อเครื่องตี ในช่วงเดือนพฤษภาคม พบว่ามีตัวอย่างที่ซื้ออยู่ร้อยละ 40.9 โดยกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป และกลุ่มที่ตีประจำ มีสัดส่วนการซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้นมากกว่ากลุ่มอื่น แหล่งที่ซื้อส่วนใหญ่คือ ร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน รองลงมาคือร้านสะดวกซื้อ

### 2. ความคิดเห็นของประชาชนต่อแนวทางการควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มเห็นด้วยไปในทิศทางเดียวกันว่า ควรอนุญาตให้ขายได้เฉพาะในร้านที่ไม่มีที่นั่งตี หรือห้ามตีที่ร้าน (ร้อยละ 72.8) ควรปิดผับบาร์ สถานบันเทิงที่มีการบริการเครื่องตีแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 71.6) และการเปิดให้จำหน่ายเครื่องตีแอลกอฮอล์ได้ตามปกติในตอนนี้จะทำให้ไวรัสโควิด-19 กลับมาระบาดใหม่อีกรอบ (ร้อยละ 64.2) ในทางตรงข้าม มีเพียงส่วนน้อยที่มีแนวโน้มเห็นด้วยว่า ควรอนุญาตให้ขายแบบออนไลน์หรือเดลิเวอรี่ (ร้อยละ 27.2)

### 3. ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

กิจกรรมที่พบเห็นมากที่สุดคือ ปาร์ตี้ออนไลน์ โดยโซว์ภาพการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น คิดเป็นร้อยละ 12.5 ที่น่าพิจารณาคือ การโพสต์เชิญชวนให้ตีอย่างรับผิดชอบที่บ้าน มีสัดส่วนผู้ที่พบเห็นแล้วทำตามมากที่สุดคือ ร้อยละ 17.8

#### 4. ผลกระทบจากการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์

พบร้อยละ 70.8 เครียดวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาการเงิน ซึ่งในกลุ่มนี้มืสาเหตุมาจากการตี๋มของตัวเอง ร้อยละ 11.5 นอกจากนี้ ยังพบว่าร้อยละ 36.3 มีสุขภาพจิตแย่ลง โดยมีสาเหตุมาจากการตี๋มของตัวเองร้อยละ 14.3 ร้อยละ 14.1 มีสุขภาพกายแย่ลง โดยมีสาเหตุมาจากการตี๋มของตัวเองร้อยละ 5.9 อีกประการพบว่า ร้อยละ 13.7 ได้รับความเดือดร้อนรำคาญจากคนตี๋ม/ คนเมา ซึ่งในกลุ่มนี้ร้อยละ 4.2 ตัวเองก็เข้าไปตี๋มด้วย

#### ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะจากคณะผู้วิจัย

1. การประกาศห้ามจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ มีผลทำให้สัดส่วนการตี๋มลดลงอย่างชัดเจน แม้กระทั่งผู้ที่ตี๋มเป็นประจำ อย่างไรก็ตาม เมื่อประกาศอนุญาตให้จำหน่ายได้ในเดือนพฤษภาคม (เฉพาะให้ซื้อกลับบ้าน) พบว่าสัดส่วนการตี๋มเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.3 โดยเฉพาะในกลุ่มที่ตี๋มเป็นประจำเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24.0 ซึ่งการกลับมาตี๋มโดยทันที และตี๋มปริมาณมาก ในระยะเวลาอันสั้น อาจเป็นอันตรายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่กลับมาตี๋มนี้มักเป็นผู้สู้งวย ดังนั้น จึงควรมีค่าเตือนด้านสุขภาพ เพื่อป้องกันการซื้อค

2. ประชาชนยังคงกังวลว่าไวรัสโควิด-19 จะกลับมาระบาดใหม่อีกรอบ จึงเห็นด้วยกับการห้ามนั่งตี๋มที่ร้าน หรือควรถัดบั้บบาร์ สถานบันเทิง ผลการศึกษาสนับสนุนมาตรการในปัจจุบันของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) ซึ่งควรมีการประเมินต่อไปเป็นระยะก่อนที่จะผ่อนปรน

3. ธุรกิจเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์ ซึ่งบางลักษณะเข้าข่ายการกระทำที่ผิดกฎหมาย เช่น การโพสต์โฆษณาขาย/ ลดแลกแจกแถม พร้อมส่งถึงบ้าน รวมถึงการแสดงผลิตภัณฑ์/ ตราสัญลักษณ์เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมร่วมสนุก จึงต้องมีการควบคุมบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ยังมีการโพสต์เชิญชวนให้ตี๋มอย่างรับผิดชอบที่บ้าน ซึ่งควรมีการพิจารณาถึงความเหมาะสม หรือพิจารณาว่าเข้าข่ายการโฆษณาหรือไม่

## คำนำ

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ (ครั้งที่ 2) เป็นโครงการวิจัยภายใต้ความร่วมมือระหว่างศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โครงการดังกล่าวนี้ต้องการหาคำตอบในสถานการณ์เร่งด่วนที่มีความผันแปรสูง ในขณะเดียวกันก็มีข้อจำกัดในการลงพื้นที่ภาคสนาม เพราะต้องหลีกเลี่ยงการเดินทางข้ามจังหวัด ภายใต้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อควบคุมการระบาดของไวรัส ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การโทรศัพท์สัมภาษณ์ (จากฐานข้อมูลหมายเลขโทรศัพท์มือถือ) โดยประยุกต์ใช้การสุ่มตัวอย่างที่อ้างอิงตามฐานข้อมูลประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป แล้วควบคุมสัดส่วนการเก็บข้อมูลของแต่ละจังหวัดที่ได้จากการสุ่มให้ เป็นไปตามโครงสร้างประชากรที่แท้จริง

รายงานฉบับนี้ เป็นการนำเสนอตารางแสดงผลการสำรวจ การพรรณนาผล พร้อมกับอภิปรายผล จำแนกออกเป็นตอนต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ในการใช้ติดตามสถานการณ์ปัญหา เพื่อนำไปประกอบเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการป้องกันผลกระทบจากการห้ามจำหน่ายต่อไป

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

คณะผู้วิจัย

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)

พฤษภาคม 2563

# สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	i
คำนำ	iii
สารบัญ	iv
สารบัญตาราง	v
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>
	ที่มาของโครงการ
	วัตถุประสงค์ในการวิจัย
<b>บทที่ 2</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>
	ระเบียบวิธีวิจัย
	ประชากรเป้าหมาย
	การกำหนดขนาดตัวอย่าง
	การสุ่มตัวอย่าง
	การเก็บรวบรวมข้อมูล
	เครื่องมือวัด
	การวิเคราะห์ข้อมูล
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	การควบคุมคุณภาพ
	ระยะเวลาดำเนินโครงการ
<b>บทที่ 3</b>	<b>ผลการสำรวจ</b>
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
	ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่ม และการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
	ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของประชาชนต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
	ตอนที่ 4 ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
	ตอนที่ 5 ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
<b>บทที่ 4</b>	<b>บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>
	บทสรุป
	อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
<b>ภาคผนวก</b>	<b>30</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนกลุ่มเป้าหมายประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามภูมิภาค	3
2	แสดงจำนวนตัวอย่าง (Sample Size) พร้อมกับการปรับค่าผลกระทบจากการออกแบบการวิจัย (Design Effect) และอัตราความร่วมมือ (Response Rate)	4
3	แสดงการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample Size) จำแนกภูมิภาค	4
4	แสดงผลการสุ่มตัวอย่างจังหวัด สัดส่วนและจำนวนตัวอย่าง จำแนกรายจังหวัด	5
5	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	9
6	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	9
7	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส	9
8	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด	10
9	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	10
10	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	11
11	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่พักอาศัย	11
12	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	13
13	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	13
14	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	13
15	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	14
16	แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม กับเดือนเมษายน (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	14
17	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	14
18	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	15
19	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	16
20	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความถี่ในการดื่ม กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	17
21	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง ในช่วงเดือนพฤษภาคม (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	17
22	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	17
23	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศ กับการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	18
24	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุ กับการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	18

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพ กับการซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	19
26	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความถี่ในการตี๋ม กับการซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	20
27	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุแหล่งซื้อที่เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และซื้อเครื่องตี๋มฯ ในช่วงเดือนพฤษภาคม โดยตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	20
28	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็นต่อแนวทางการควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามการตี๋มฯ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	22
29	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการพบเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของ ธุรกิจเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19	24
30	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นกับตัวเอง และการมีสาเหตุมาจาก การตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19	25
31	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มประจำในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	28
32	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มประจำในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	28
33	แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม กับเดือนเมษายน (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มประจำในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)	28



# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาของโครงการ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบันที่กำลังเป็นปัญหาสำคัญของทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นการเพิ่มความเสี่ยงในการติดเชื้อ จากการไม่ได้ดูแลป้องกันตัวเองเต็มที่หรืออยู่ในอาการมึนเมาทำให้ไม่ปฏิบัติตามข้อแนะนำสุขภาพ เช่น การล้างมือ ใส่หน้ากากอนามัย หรือเว้นระยะห่างทางกายกับผู้อื่น ยิ่งไปกว่านั้น หากติดเชื้อแล้วอาจทำให้มีอาการเจ็บป่วยรุนแรง จากการมีสุขภาพร่างกายที่อ่อนแอ หรือมีภาวะภูมิคุ้มกันโรคบกพร่อง หรือมีโรคประจำตัวจากผลของแอลกอฮอล์ เช่น ตับแข็ง มะเร็ง โรคหัวใจ เป็นต้น<sup>1</sup>

ข้อมูลทางการแพทย์ที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ได้รวบรวมไว้ แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ง่ายขึ้นจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะเป็นการเพิ่มการติดเชื้อทางเดินหายใจ โดยการดื่มหนักและการติดสุราจะทำลายเม็ดเลือดขาว ชนิด macrophage ในปอด เป็นการเพิ่มความเสี่ยงในการติดเชื้อแบคทีเรียและไวรัส 3-7 เท่า และยังเพิ่มความเสี่ยงในการติดเชื้อฉวยโรค<sup>2</sup> นอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นถึงอันตรายมากกว่าปกติหากได้รับเชื้อ เพราะการดื่มจะเพิ่มความเสี่ยงของการติดเชื้อในปอด ผู้ติดสุราหรือป่วยจากการดื่มสุรา มีโอกาสเข้า ICU มากกว่าปกติ 60% หากป่วยเป็นโรคปอดบวม และมีโอกาสเกิดระบบทางเดินหายใจล้มเหลวเป็น 3.7 เท่าของปกติ หากมีการติดเชื้อในกระแสเลือด<sup>3</sup>

ความเสี่ยงข้างต้น ได้รับการตอบสนองในเชิงนโยบาย โดยในช่วงเดือนเมษายน ผู้ว่าราชการจังหวัดทั่วประเทศ รวมถึงกรุงเทพมหานคร ได้ออกคำสั่งปิดร้านค้าและสถานประกอบการจำหน่ายสุราเป็นการชั่วคราว เพื่อลดความเสี่ยงของประชาชนในการสัมผัสเชื้อโรคในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยมีกำหนดระยะเวลาแตกต่างกันไปในแต่ละจังหวัด<sup>4</sup> ซึ่งครั้งนั้น ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ร่วมกับศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาระบบและธุรกิจ (SAB) ได้ทำการสำรวจพบประเด็นที่น่าสนใจหลายประการ โดยเฉพาะการพบว่าเมื่อมีประกาศห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19 การดื่มของคนไทยนั้นลดลง

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

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

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

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

อย่างชัดเจน โดยมีเพียงส่วนน้อยที่ได้รับความเดือดร้อนจากการห้ามจำหน่าย อย่างไรก็ตาม ยังจำเป็นที่จะต้อง  
มีแนวทางช่วยเหลือผู้ติดสุราให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น<sup>5</sup>

ต่อมาเมื่อสถานการณ์การระบาดของไวรัสมีแนวโน้มลดลง เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม นายกรัฐมนตรีจึงได้  
ออกข้อกำหนดเป็นการทั่วไปและข้อปฏิบัติแก่ส่วนราชการต่างๆ ผ่อนคลายให้ดำเนินการหรือทำกิจกรรม  
บางอย่างได้ รวมถึงสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านจำหน่ายได้ แต่ไม่สามารถนั่งดื่มในร้าน เริ่มมี  
ผลวันที่ 3 พฤษภาคม โดยให้เป็นอำนาจของผู้ว่าราชการจังหวัดแต่ละจังหวัดในการออกคำสั่งยกเลิกการห้าม  
จำหน่าย<sup>6</sup>

จึงเป็นที่น่าสนใจว่า ประชาชนตอบรับกับมาตรการนี้อย่างไร พฤติกรรมการดื่มและการเข้าถึง  
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอย่างไร รวมถึงประชาชนมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเปิดให้จำหน่ายเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์ได้ตามปกติ และมีประสบการณ์การได้รับผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไรบ้าง

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ  
(สสส.) ซึ่งเป็นหน่วยงานวิชาการที่สนับสนุนการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับปัญหาแอลกอฮอล์ในประเทศไทย  
ประสงค์ให้มีการศึกษาในประเด็นข้างต้น เพื่อเป็นการติดตามสถานการณ์ นำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายต่อไป  
ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) จึงขอเสนอข้อเสนอโครงการ เพื่อดำเนินโครงการ “สำรวจการ  
รับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19” (ครั้งที่  
2) ตามระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์

## วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการดื่มและการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่  
ระบาดของไวรัสโควิด-19
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการ  
แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
3. เพื่อสำรวจประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
4. เพื่อสำรวจผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

---

<sup>5</sup> ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2563). *โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ*. สงขลา:  
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

<sup>6</sup> โพลท์ทูเดย์. (2563, 1 พฤษภาคม). *ไทเซียวชายเหล่า-เปียร์ ทั่วประเทศ ให้ซ้อกลับบ้านห้ามดื่มที่ร้าน*. สืบค้นจาก  
<https://www.posttoday.com/social/general/622388>

## บทที่ 2

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

โครงการนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) เก็บข้อมูลด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ (Phone Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ

#### ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายคือ ประชากรอายุ 15 ขึ้นไป อ้างอิงจากระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย รวมจำนวนทั้งสิ้น 53,847,617 คน<sup>7</sup> แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

#### ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มเป้าหมายประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	สัดส่วน
กรุงเทพฯ ปริมณฑล	7,795,221	14.48
ภาคกลาง	10,910,164	20.26
ภาคเหนือ	9,753,526	18.11
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18,109,729	33.63
ภาคใต้	7,278,977	13.52
รวมจำนวนทั้งสิ้น	53,847,617	100.00

#### การกำหนดขนาดตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง คำนวณจากระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ +/- 3 ปรับค่าด้วยผลกระทบจากการออกแบบการวิจัย (Design Effect) = 1.2 และอัตราความร่วมมือ (Response Rate) 80% (อ้างอิงจากการดำเนินโครงการวิจัยที่มีรูปแบบใกล้เคียงกันที่ผ่านมา) รวมจำนวนตัวอย่าง 1,537 ตัวอย่าง (หน่วยการวิเคราะห์คือบุคคล) รายละเอียดตามตารางที่ 2 และ 3

<sup>7</sup> ระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง. (2562). สถิติประชากรและบ้าน – จำนวนประชากรแยกอายุ. สืบค้นจาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php)

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

Confidence Level	Confidence Interval	Sample size
95	+/- 3	1,067
ปรับค่าด้วยผลกระทบจากการออกแบบการวิจัย (Design Effect) = 1.2		
อัตราความร่วมมือ (Response Rate) 80%		
95	+/- 3	<b>1,537</b>

ตารางที่ 3 แสดงการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample Size) จำแนกภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนจังหวัด	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพฯ ปริมณฑล	3	14.48	223
ภาคกลาง	3	20.26	311
ภาคเหนือ	3	18.11	278
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4	33.63	517
ภาคใต้	2	13.52	208
<b>รวมจำนวนทั้งสิ้น</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>	<b>1,537</b>

การสุ่มตัวอย่าง

1. ประยุกต์ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิสองชั้น (Stratified Two-Stage Sampling) โดยมี กรุงเทพฯ ปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เป็นชั้นภูมิหลัก (Stratum)
2. การสุ่มเลือกจังหวัดตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิ โดยใช้การสุ่มเชิงระบบและค่าความถี่สะสมของจำนวนประชากรเป็นฐานในการสุ่ม (Cumulative Systematic Sampling) เพื่อเปิดโอกาสให้แต่ละจังหวัดได้รับการสุ่มเลือกตามน้ำหนักของจำนวนประชากรในจังหวัด โดยมีขั้นตอนดังรายละเอียด

ขั้นตอนที่ 1 จัดทำตารางการสุ่มตามโครงสร้างของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พร้อมข้อมูลจำนวนประชากรในแต่ละจังหวัด

ขั้นตอนที่ 2 จัดเรียงและให้เลขที่แต่ละจังหวัดตามขนาดประชากร โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย เพื่อให้การสุ่มกระจายไปยังจังหวัดที่มีประชากรขนาดแตกต่างกัน (ใหญ่ กลาง และเล็ก)

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

$k$  = ช่วงกว้างของการสุ่ม  $N$  = จำนวนประชากร  $n$  = จำนวนจังหวัดตัวอย่างที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 4 เลือกเลขสุ่มตั้งต้น ( $r$ ) ให้มีค่าระหว่าง 1 กับ  $k$  ( $1 < r < k$ ) ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากนั้นสุ่มตัวอย่างถัดไปตามช่วงกว้างที่คำนวณได้ คือหน่วยที่มีหมายเลขตรงกับค่า  $r, r+k, r+2k, \dots, r+(n-1)k$

3. การสุ่มเลือกตัวอย่างประชากรในแต่ละจังหวัด โดยใช้การสุ่มเชิงระบบ (Systematic Sampling) จากฐานข้อมูลหมายเลขโทรศัพท์มือถือ โดยมีวิธีการหาความกว้างของการสุ่ม เลขสุ่มตั้งต้น และสุ่มตัวอย่าง ถัดไปเช่นเดียวกับขั้นตอนที่ 3 – 4 ตามข้างต้น

ตารางที่ 4 แสดงผลการสุ่มตัวอย่างจังหวัด สัดส่วนและจำนวนตัวอย่าง จำแนกรายจังหวัด

ภูมิภาค	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง
<b>กรุงเทพฯ ปริมณฑล</b>	<b>14.48</b>	<b>223</b>
กรุงเทพมหานคร	68.49	152
นนทบุรี	15.49	35
สมุทรปราการ	16.02	36
<b>ภาคกลาง</b>	<b>20.26</b>	<b>311</b>
ชลบุรี	46.10	144
อยุธยา	25.50	79
นครปฐม	28.40	88
<b>ภาคเหนือ</b>	<b>18.11</b>	<b>278</b>
เชียงใหม่	43.22	120
เชียงราย	30.90	86
เพชรบูรณ์	25.88	72
<b>ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</b>	<b>33.63</b>	<b>517</b>
ขอนแก่น	23.15	120
นครราชสีมา	33.61	174
บุรีรัมย์	19.89	102
อุบลราชธานี	23.35	121
<b>ภาคใต้</b>	<b>13.52</b>	<b>208</b>
นครศรีธรรมราช	52.79	110
สงขลา	47.21	98
<b>รวมจำนวนทั้งสิ้น</b>	<b>100.00</b>	<b>1,537</b>

หมายเหตุ: จำนวนตัวอย่างอาจมีการปรับเปลี่ยนตามโครงสร้างการสุ่มในพื้นที่จริง แต่โดยรวมจะไม่น้อยกว่า 1,537 ตัวอย่าง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การโทรศัพท์สัมภาษณ์ (Phone Survey)

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้จำนวนทั้งสิ้น 1,563 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 101.7

## เครื่องมือวัด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยจัดทำร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัย และคณะทำงานของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ซึ่งมีโครงสร้างคำถามที่ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ทั้งคุณลักษณะประชากร และประเด็นคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ในการประมวลผลข้อมูล โดยสถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อาทิ จำนวน ร้อยละ ขึ้นอยู่กับตามความเหมาะสมของประเภทข้อมูล และวัตถุประสงค์ในการนำมาใช้ประโยชน์จากข้อมูล สำหรับการนำเสนอผล นำเสนอในรูปแบบตาราง แสดงผลการสำรวจ พร้อมพรรณนาผล

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

คาดว่าผลสำรวจที่ได้ จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ในการใช้ติดตามสถานการณ์ปัญหา เพื่อนำไปประกอบเป็นเสนอแนะเชิงนโยบายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

## การควบคุมคุณภาพ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ทีมโทรศัพท์สัมภาษณ์ผ่านการคัดเลือกและอบรมความเข้าใจต่อแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูล แต่ละทีมมีหัวหน้าควบคุมการโทรศัพท์สัมภาษณ์ (ประกอบด้วย 10 ทีม แต่ละทีมมีจำนวน 4 - 5 คน) โดยหัวหน้าทีมจะตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุด และรายงานผลการเก็บข้อมูลต่อหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นรายวัน

2. ระบบป้องกันข้อมูลที่ป้องกันข้อผิดพลาด เพื่อสามารถควบคุมข้อมูลให้มีความถูกต้องตรงตามแบบสอบถาม ทีมงานใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ป้องกันข้อผิดพลาดต่างๆ อาทิ การป้อนตัวเลขผิด ป้อนตัวเลขเกินจำนวน หรือการป้องกันความไม่สอดคล้องกันของข้อมูล เป็นต้น

3. การตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำตอบ ทำการตรวจสอบความถูกต้อง และสอดคล้องของข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ก่อนนำเข้าสู่ขั้นตอนการป้อนข้อมูล ประมวลผลต่อไป

## ระยะเวลาดำเนินโครงการ

โครงการสำรวจครั้งนี้ ดำเนินการระหว่างวันที่ 15 - 28 พฤษภาคม 2563 ใช้ระยะเวลาตามขั้นตอนดังนี้

1. เตรียมการ สร้างเครื่องมือ และสู่มตัวอย่าง	1	วัน
2. เก็บรวบรวมข้อมูล (โทรศัพท์สัมภาษณ์)	2	วัน
3. ลงรหัส ป้อนข้อมูล ประมวลผล	2	วัน
4. สรุปข้อมูลนำเสนอผลเบื้องต้น	2	วัน
5. จัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ และ Infographic	7	วัน
รวมระยะเวลาดำเนินโครงการ	14	วัน

### บทที่ 3

## ผลการสำรวจ

ผลการสำรวจเสนอโดยใช้ตารางแสดงค่าทางสถิติ ประกอบการพรรณนาผล โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน  
ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มและการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของ  
ของไวรัสโควิด-19

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของประชาชนต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่  
ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตอนที่ 4 ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตอนที่ 5 ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวอย่างร้อยละ 54.3 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 45.7 เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่ร้อยละ 71.1 อยู่ในช่วง  
อายุ 20 - 49 ปี รองลงมาร้อยละ 26.9 อายุ 50 ปีขึ้นไป และร้อยละ 2.0 อายุ 15 - 19 ปี โดยพบว่าร้อยละ  
67.0 สมรสแล้ว ขณะที่ร้อยละ 28.5 มีสถานะโสด และร้อยละ 4.2 หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่

กว่า 2 ใน 3 หรือร้อยละ 68.3 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ขณะที่ร้อยละ 29.2 จบปริญญาตรี  
และร้อยละ 2.3 จบสูงกว่าปริญญาตรี โดยกระจายไปในหลากหลายอาชีพ ซึ่ง 3 กลุ่มอาชีพหลักๆ ได้แก่  
พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป และค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย มีอยู่ร้อยละ 22.5  
20.5 และ 20.3 ตามลำดับ สำหรับรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าร้อยละ 37.2 มีรายได้ไม่เกิน 10,000  
บาท ร้อยละ 41.5 มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท และร้อยละ 21.3 มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท

เมื่อจำแนกตามพื้นที่พักอาศัย พบว่าประมาณครึ่งหนึ่ง หรือร้อยละ 57.5 พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล  
ร้อยละ 32.6 อยู่นอกเขตเทศบาล และร้อยละ 9.9 อยู่ในกรุงเทพมหานคร

(พิจารณาตามตารางที่ 5 - 11)



ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ลำดับ	เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1	ชาย	714	45.7
2	หญิง	849	54.3
รวม		1,563	100.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ลำดับ	อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1	15 - 19 ปี	32	2.0
2	20 - 29 ปี	318	20.3
3	30 - 39 ปี	409	26.2
4	40 - 49 ปี	384	24.6
5	50 - 59 ปี	274	17.5
6	60 ปีขึ้นไป	146	9.4
รวม		1,563	100.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

ลำดับ	สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
1	โสด	446	28.5
2	สมรสและมีบุตร	999	63.9
3	สมรสแต่ไม่มีบุตร	48	3.1
4	หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	65	4.2
5	ไม่ระบุ	5	0.3
รวม		1,563	100.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษาชั้นสูงสุด

ลำดับ	การศึกษาชั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เคยเรียน	4	0.3
2	ประถมศึกษา	289	18.5
3	มัธยมศึกษาตอนต้น	225	14.4
4	มัธยมศึกษาตอนปลาย	283	18.1
5	ปวช.	85	5.4
6	ปวส.	156	10.0
7	อนุปริญญา	25	1.6
8	ปริญญาตรี	457	29.2
9	สูงกว่าปริญญาตรี	36	2.3
10	ไม่ระบุ	3	0.2
<b>รวม</b>		<b>1,563</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ลำดับ	อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1	พนักงานบริษัทเอกชน	352	22.5
2	ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป	321	20.5
3	ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย	317	20.3
4	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	134	8.6
5	ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ	126	8.1
6	เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	91	5.8
7	เกษตรกร/ ประมง	91	5.8
8	นักเรียน/ นักศึกษา	48	3.1
9	อาชีพอิสระ อาทิ นายความ สถาปนิก	41	2.6
10	ว่างงาน	32	2.0
11	อื่นๆ อาทิ ลูกจ้างเทศบาล ลูกจ้างราชการ	10	0.7
<b>รวม</b>		<b>1,563</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

ลำดับ	รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่เกิน 5,000 บาท	162	10.3
2	5,001 - 10,000 บาท	420	26.9
3	10,001 - 20,000 บาท	648	41.5
4	20,001 - 30,000 บาท	194	12.4
5	30,001 - 40,000 บาท	76	4.9
6	40,001 - 50,000 บาท	28	1.8
7	มากกว่า 50,000 บาท	34	2.2
8	ไม่ระบุ	1	0.0
รวม		1,563	100.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามพื้นที่พักอาศัย

ลำดับ	พื้นที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
1	กรุงเทพมหานคร	155	9.9
2	ในเขตเทศบาล	899	57.5
3	นอกเขตเทศบาล	509	32.6
รวม		1,563	100.0

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่ม และการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตัวอย่างร้อยละ 38.4 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ในกลุ่มนี้พบว่าร้อยละ 34.8 ดื่มเป็นประจำ (อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง) ขณะที่ร้อยละ 65.2 ไม่ได้ดื่มประจำ (น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง)

เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา เมื่อสอบถามถึงการดื่มในช่วงเดือนเมษายน พบว่า 2 ใน 3 หรือร้อยละ 67.0 ไม่ได้ดื่ม (พบ 8 ราย มีการใช้สารอื่นทดแทน แต่ไม่ใช้สารเสพติด ได้แก่ กาแฟ ชา น้ำอัดลม น้ำหวาน โซดา) โดยมีร้อยละ 25.0 ดื่มน้อยลง ขณะที่ร้อยละ 8.0 ดื่มเท่าเดิม และเมื่อสอบถามต่อการดื่มในช่วงเดือนพฤษภาคม (ซึ่งเป็นช่วงหลังจากเกือบทุกจังหวัด ยกเว้นบุรีรัมย์จังหวัดเดียว มีประกาศอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้) พบว่าสัดส่วนตัวอย่างที่ไม่ได้ดื่มลดลงเหลือร้อยละ 46.7 ขณะที่ผู้ที่ดื่มน้อยลงเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40.0 ดื่มเท่าเดิมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 13.2 และดื่มบ่อยขึ้นมีร้อยละ 0.1 สังเกตได้ว่า สัดส่วนของผู้ที่ดื่มในช่วงเดือนพฤษภาคมเพิ่มขึ้นโดยรวมถึงร้อยละ 20.3

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (Crosstab) พบว่า

1) เพศชายมีสัดส่วนการดื่มเท่าเดิม/ ดื่มบ่อยขึ้น มากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย แต่ไม่ถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ หรือกล่าวได้ว่าไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.131)

2) กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป รองลงมาคืออายุ 50 - 59 ปี มีสัดส่วนการดื่มเท่าเดิม/ ดื่มบ่อยขึ้น มากกว่ากลุ่มอายุอื่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.001)

3) กลุ่มเกษตร/ ประมง มีสัดส่วนการดื่มเท่าเดิม/ ดื่มบ่อยขึ้น มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.062)

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

กลุ่มที่ไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง ให้เหตุผลสำคัญว่า ไม่ได้พบปะสังสรรค์ (ร้อยละ 46.9) ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว (ร้อยละ 26.2) และต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด (ร้อยละ 23.8) ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ดื่มเพิ่มขึ้นมีเพียงรายเดียว โดยให้เหตุผลว่ามีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ पार्टตี้ดื่ม

เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา เมื่อสอบถามถึงการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (ซึ่งเป็นช่วงหลังจากเกือบทุกจังหวัด ยกเว้นบุรีรัมย์จังหวัดเดียว มีประกาศอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้) พบว่าร้อยละ 59.1 ไม่ได้ซื้อ ร้อยละ 29.5 ซื้อน้อยลง ร้อยละ 10.7 ซื้อเท่าเดิม และร้อยละ 0.7 ซื้อเพิ่มขึ้น

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ กับการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (Crosstab) พบว่า

1) เพศชายมีสัดส่วนการซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้น มากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย แต่ไม่ถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติ หรือกล่าวได้ว่าไม่แตกต่างกัน (Sig. = 0.223)

2) กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป รองลงมาคืออายุ 50 - 59 ปี มีสัดส่วนการซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้น มากกว่ากลุ่มอายุอื่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.019)

3) กลุ่มเกษตร/ ประมง มีสัดส่วนการซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้น มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.214)

4) กลุ่มที่ดื่มประจำ (อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง) มีสัดส่วนการซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้น มากกว่ากลุ่มที่ดื่มนานๆ ครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.000)

เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และซื้อเครื่องดื่มฯ ในช่วงเดือนพฤษภาคม เมื่อสอบถามแหล่งที่ซื้อ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 76.3 ซื้อจากร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน รองลงมาร้อยละ 54.7 ซื้อจากร้านสะดวกซื้อ และร้อยละ 13.9 ซื้อจากห้างค้าส่งขนาดใหญ่/ ซูเปอร์มาร์เก็ต

(พิจารณาตามตารางที่ 12 - 27)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา

ลำดับ	การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ตีพิมพ์	963	61.6
2	ตีพิมพ์	600	38.4
	รวม	1,563	100.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความถี่ของการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	ความถี่ของการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1	ทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์)	25	4.2
2	เกือบทุกวัน (5-6 วันต่อสัปดาห์)	23	3.8
3	วันเว้นวัน (3-4 วันต่อสัปดาห์)	27	4.5
4	ทุกสัปดาห์ (1-2 วันต่อสัปดาห์)	134	22.3
5	ทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)	143	23.8
6	นานๆ ครั้ง (น้อยกว่าเดือนละครั้ง)	248	41.4
	รวม	600	100.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตีพิมพ์*	402	67.0
2	ตีพิมพ์น้อยลง	150	25.0
3	ตีพิมพ์เท่าเดิม	48	8.0
4	ตีพิมพ์บ่อยขึ้น	0	0.0
	รวม	600	100.0

\*เฉพาะตัวอย่างที่ไม่ได้ตีพิมพ์ พบ 8 ราย มีการใช้สารอื่นทดแทน แต่ไม่ใช่สารเสพติด ได้แก่ กาแฟ ชา น้ำอัดลม น้ำหวาน โซดา

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม  
(เฉพาะตัวอย่างที่ตีในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตี	280	46.7
2	ตีน้อยลง	240	40.0
3	ตีเท่าเดิม	79	13.2
4	ตีบ่อยขึ้น	1	0.1
รวม		600	100.0

ตารางที่ 16 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การตีเครื่องตีแอลกอฮอล์  
ในช่วงเดือนพฤษภาคม กับเดือนเมษายน (เฉพาะตัวอย่างที่ตีในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตีเครื่องตีแอลกอฮอล์	เดือนเมษายน		เดือนพฤษภาคม		ผลต่าง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตี	402	67.0	280	46.7	-122	-20.3
2	ตี	198	33.0	320	53.3	122	20.3
รวม		600	100.0	600	100.0		
	- ตีน้อยลง	150	25.0	240	40.0	90	15.0
	- ตีเท่าเดิม	48	8.0	79	13.2	31	5.2
	- ตีบ่อยขึ้น	0	0.0	1	0.1	1	0.1

ตารางที่ 17 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศ กับการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม

เพศ	ไม่ได้ตีเลย/ ตีน้อยลง	ตีเท่าเดิม/ ตีบ่อยขึ้น	รวม	Sig.
ชาย	367 85.3%	63 14.7%	430 100.0%	0.131
หญิง	153 90.0%	17 10.0%	170 100.0%	
รวม	520 86.7%	80 13.3%	600 100.0%	

ตารางที่ 18 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุ กับการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม

อายุ	ไม่ได้ตีเลย/ ตีน้อยลง	ตีเท่าเดิม/ ตีบ่อยขึ้น	รวม	Sig.
15 - 19 ปี	13 100.0%	0 0.0%	13 100.0%	0.001*
20 - 29 ปี	143 91.7%	13 8.3%	156 100.0%	
30 - 39 ปี	149 84.7%	27 15.3%	176 100.0%	
40 - 49 ปี	144 90.0%	16 10.0%	160 100.0%	
50 - 59 ปี	59 76.6%	18 23.4%	77 100.0%	
60 ปีขึ้นไป	12 66.7%	6 33.3%	18 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>520</b> <b>86.7%</b>	<b>80</b> <b>13.3%</b>	<b>600</b> <b>100.0%</b>	

\*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.001)

ตารางที่ 19 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพ กับการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม

อาชีพ	ไม่ได้ตี๋มเลย/ ตี๋มน้อยลง	ตี๋มเท่าเดิม/ ตี๋มบ่อยขึ้น	รวม	Sig.
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	41 83.7%	8 16.3%	49 100.0%	0.062
พนักงานบริษัทเอกชน	149 86.1%	24 13.9%	173 100.0%	
ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย	75 91.5%	7 8.5%	82 100.0%	
ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ	47 88.7%	6 11.3%	53 100.0%	
ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป	118 83.1%	24 16.9%	142 100.0%	
เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	16 88.9%	2 11.1%	18 100.0%	
เกษตรกร/ ประมง	18 69.2%	8 30.8%	26 100.0%	
อาชีพอิสระ อาทิ หนายความ สถาปนิก	19 95.0%	1 5.0%	20 100.0%	
นักเรียน/ นักศึกษา	23 100.0%	0 0.0%	23 100.0%	
ว่างงาน	11 100.0%	0 0.0%	11 100.0%	
อื่นๆ อาทิ ลูกจ้างเทศบาล ลูกจ้างราชการ	3 100.0%	0 0.0%	3 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>520 86.7%</b>	<b>80 13.3%</b>	<b>600 100.0%</b>	



ตารางที่ 20 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความถี่ในการตี๋ม กับการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม

ความถี่ในการตี๋ม	ไม่ได้ตี๋มเลย/ ตี๋มน้อยลง	ตี๋มเท่าเดิม/ ตี๋มบ่อยขึ้น	รวม	Sig.
ตี๋มประจำ	152 72.7%	57 27.3%	209 100.0%	0.000*
ตี๋มนานๆ ครั้ง	368 94.1%	23 5.9%	391 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>520</b> <b>86.7%</b>	<b>80</b> <b>13.3%</b>	<b>600</b> <b>100.0%</b>	

\*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.000)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุผลที่ไม่ได้ตี๋ม/ ตี๋มน้อยลง ในช่วงเดือนพฤษภาคม (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 520)

ลำดับ	เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้พบปะสังสรรค์	244	46.9
2	ปกติก็ไม่ค่อยตี๋มอยู่แล้ว	136	26.2
3	ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด	124	23.8
4	ต้องการประหยัดเงิน	98	18.8
5	ไม่มีเหตุผล	75	14.4
6	ไม่มีเครื่องตี๋มๆ เก็บไว้	66	12.7
7	งานยุ่ง/ ไม่มีเวลา	51	9.8
8	หาซื้อไม่ได้ เพราะมีประกาศห้ามขาย (เฉพาะบุรีรัมย์)	11	2.1
9	ไม่สบายจึงหยุดตี๋ม	3	0.6

\*สำหรับผู้ที่ตี๋มเพิ่มขึ้นมีเพียงรายเดียว โดยให้เหตุผลว่ามีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ ปาร์ตี้ตี๋ม

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (เฉพาะตัวอย่างที่ตี๋มในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ซื้อ	355	59.1
2	ซื้อน้อยลง	177	29.5
3	ซื้อเท่าเดิม	64	10.7
4	ซื้อเพิ่มขึ้น	4	0.7
	<b>รวม</b>	<b>600</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศ กับการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม

เพศ	ไม่ได้ซื้อเลย/ ซื้อน้อยลง	ซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้น	รวม	Sig.
ชาย	377 87.7%	53 12.3%	430 100.0%	<b>0.223</b>
หญิง	155 91.2%	15 8.8%	170 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>532</b> <b>88.7%</b>	<b>68</b> <b>11.3%</b>	<b>600</b> <b>100.0%</b>	

ตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุ กับการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม

อายุ	ไม่ได้ซื้อเลย/ ซื้อน้อยลง	ซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้น	รวม	Sig.
15 - 19 ปี	13 100.0%	0 0.0%	13 100.0%	<b>0.019*</b>
20 - 29 ปี	142 91.0%	14 9.0%	156 100.0%	
30 - 39 ปี	156 88.6%	20 11.4%	176 100.0%	
40 - 49 ปี	146 91.3%	14 8.8%	160 100.0%	
50 - 59 ปี	62 80.5%	15 19.5%	77 100.0%	
60 ปีขึ้นไป	13 72.2%	5 27.8%	18 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>532</b> <b>88.7%</b>	<b>68</b> <b>11.3%</b>	<b>600</b> <b>100.0%</b>	

\*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.019)

ตารางที่ 25 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพ กับการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม

อาชีพ	ไม่ได้ซื้อเลย/ ซื้อน้อยลง	ซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้น	รวม	Sig.
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	44 89.8%	5 10.2%	49 100.0%	0.214
พนักงานบริษัทเอกชน	153 88.4%	20 11.6%	173 100.0%	
ค้าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย	74 90.2%	8 9.8%	82 100.0%	
ธุรกิจส่วนตัว/ ผู้ประกอบการ	49 92.5%	4 7.5%	53 100.0%	
ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป	119 83.8%	23 16.2%	142 100.0%	
เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	17 94.4%	1 5.6%	18 100.0%	
เกษตรกร/ ประมง	21 80.8%	5 19.2%	26 100.0%	
อาชีพอิสระ อาทิ ทนายความ สถาปนิก	19 95.0%	1 5.0%	20 100.0%	
นักเรียน/ นักศึกษา	23 100.0%	0 0.0%	23 100.0%	
ว่างงาน	11 100.0%	0 0.0%	11 100.0%	
อื่นๆ อาทิ ลูกจ้างเทศบาล ลูกจ้างราชการ	2 66.7%	1 33.3%	3 100.0%	
<b>รวม</b>	<b>532</b> <b>88.7%</b>	<b>68</b> <b>11.3%</b>	<b>600</b> <b>100.0%</b>	

ตารางที่ 26 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความถี่ในการตีพิมพ์กับการซื้อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม

ความถี่ในการตีพิมพ์	ไม่ได้ซื้อเลย/ ซื้อน้อยลง	ซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้น	รวม	Sig.
ตีพิมพ์ประจำ	157 75.1%	52 24.9%	209 100.0%	0.000*
ตีพิมพ์นานๆ ครั้ง	375 95.9%	16 4.1%	391 100.0%	
รวม	532 88.7%	68 11.3%	600 100.0%	

\*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.000)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุแหล่งซื้อที่เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (เฉพาะตัวอย่างที่ตีพิมพ์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา และซื้อเครื่องตีพิมพ์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 245)

ลำดับ	แหล่งที่ซื้อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	ร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน	187	76.3
2	ร้านสะดวกซื้อ	134	54.7
3	ห้างค้าส่งขนาดใหญ่/ ซูเปอร์มาร์เก็ต	34	13.9
4	ตีพิมพ์/ หมักเอง	4	1.6
5	สั่งตรงจากเอเย่นขายเหล้า	3	1.2
6	ซื้อเหล้าหนีภาษี/ เหล้าเถื่อน	2	0.8
7	โทรสั่งให้บริการส่งถึงบ้าน (เดลิเวอรี่)	1	0.4

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของประชาชนต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของ ของไวรัสโควิด-19

ผลการสำรวจความคิดเห็นต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของ  
ไวรัสโควิด-19 ภาพรวมพบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มเห็นด้วย (ค่อนข้างเห็นด้วย และเห็นด้วย) โดยไปใน  
ทิศทางเดียวกันว่า ควรอนุญาตให้ขายได้เฉพาะในร้านที่ไม่มีที่นั่งดื่ม หรือห้ามดื่มที่ร้าน (ร้อยละ 72.8) ควรปิด  
ผับบาร์ สถานบันเทิงที่มีการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 71.6) และการเปิดให้จำหน่ายเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์ได้ตามปกติในตอนนี้จะทำให้ไวรัสโควิด-19 กลับมาระบาดใหม่อีกรอบ (ร้อยละ 64.2) ในทางตรง  
ข้าม มีเพียงส่วนน้อยที่มีแนวโน้มเห็นด้วยว่า ควรอนุญาตให้ขายแบบออนไลน์หรือเดลิเวอรี่ (ร้อยละ 27.2)

เมื่อจำแนกตามการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่าทั้ง 3 ประเด็นแรก  
ข้างต้น ทั้งตัวอย่างที่ไม่ดื่ม กับตัวอย่างที่ดื่ม แสดงความคิดเห็นไม่แตกต่างกันนัก แต่ประเด็นควรอนุญาตให้  
ขายแบบออนไลน์หรือเดลิเวอรี่ พบว่าตัวอย่างที่ดื่ม เห็นด้วยร้อยละ 34.7 ขณะที่ตัวอย่างที่ไม่ดื่ม เห็นด้วยเพียง  
ร้อยละ 22.5 นอกจากนี้ ยังสังเกตพบประเด็นที่ตัวอย่างที่ดื่ม เห็นด้วยในสัดส่วนที่สูงกว่าตัวอย่างที่ไม่ดื่มอย่าง  
ชัดเจนอีก 1 ประเด็นคือ การรณรงค์ดื่มที่บ้าน ของธุรกิจแอลกอฮอล์ ในทางกลับกัน พบประเด็นที่ตัวอย่างที่ไม่  
ดื่ม เห็นด้วยในสัดส่วนที่สูงกว่าตัวอย่างที่ดื่มอย่างชัดเจน 4 ประเด็น ได้แก่ ควรจะกำหนดให้เครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์มีราคาสูงกว่าปกติ เพื่อลดการดื่มลง ควรจะลดเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มฯ ลง เช่นให้ขายได้เฉพาะ  
ช่วง 11.00-14.00 น. การดื่มที่บ้านเพิ่มความเสี่ยงให้เกิดความรุนแรงในครอบครัว และยังไม่ควรอนุญาตให้  
ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตอนนี้เลย

(พิจารณาตามตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุความคิดเห็นต่อแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จำแนกตามการดื่มฯ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา

แนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ไม่ดื่ม				ดื่ม				ภาพรวม			
	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	รวม	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	รวม	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	รวม
1) ควรจะกำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาสูงกว่าปกติ เพื่อลดการดื่มลง	176	294	493	963	125	327	148	600	301	621	641	1,563
	18.3	30.5	51.2	100.0	20.8	54.5	24.7	100.0	19.3	39.7	41.0	100.0
2) ควรจะลดเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มฯ ลง เช่นให้ขายได้เฉพาะช่วง 11.00-14.00 น.	119	276	568	963	78	261	261	600	197	537	829	1,563
	12.3	28.7	59.0	100.0	13	43.5	43.5	100.0	12.6	34.4	53.0	100.0
3) ควรอนุญาตให้ขายได้เฉพาะในร้านที่ไม่มีที่นั่งดื่มหรือห้ามดื่มที่ร้าน	92	163	708	963	49	121	430	600	141	284	1,138	1,563
	9.6	16.9	73.5	100.0	8.1	20.2	71.7	100.0	9.0	18.2	72.8	100.0
4) ควรปิดผับบาร์ สถานบันเทิงที่มีการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	86	191	686	963	50	117	433	600	136	308	1,119	1,563
	9.0	19.8	71.2	100.0	8.3	19.5	72.2	100.0	8.7	19.7	71.6	100.0
5) ควรอนุญาตให้ขายแบบออนไลน์หรือเดลิเวอรี่	256	490	217	963	99	293	208	600	355	783	425	1,563
	26.6	50.9	22.5	100.0	16.5	48.8	34.7	100.0	22.7	50.1	27.2	100.0
6) การเปิดให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามปกติในตอนนี้จะทำให้ไวรัสโควิด-19 กลับมาระบาดใหม่อีกรอบ	89	233	641	963	47	192	361	600	136	425	1,002	1,563
	9.2	24.2	66.6	100.0	7.8	32	60.2	100.0	8.7	27.2	64.2	100.0
7) การรณรงค์ดื่มที่บ้าน ของธุรกิจแอลกอฮอล์	154	338	471	963	73	159	368	600	227	497	839	1,563
	16.0	35.1	48.9	100.0	12.2	26.5	61.3	100.0	14.5	31.8	53.6	100.0
8) การดื่มที่บ้านเพิ่มความเสี่ยงในการเกิดความรู้สึกในครอบครัว	195	295	473	963	115	296	189	600	310	591	662	1,563
	20.3	30.6	49.1	100.0	19.2	49.3	31.5	100.0	19.8	37.8	42.4	100.0
9) ยังไม่ควรอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตอนนี้นะเลย	127	189	647	963	87	270	243	600	214	459	890	1,563
	13.2	19.6	67.2	100.0	14.5	45	40.5	100.0	13.7	29.4	56.9	100.0

#### ตอนที่ 4 ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

โดยภาพรวม พบว่ามีตัวอย่างเพียงส่วนน้อยที่พบเห็นกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งกิจกรรมที่พบเห็นมากที่สุดคือ ปาร์ตี้ออนไลน์ โดยโชว์ภาพการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น รวมทุกความถี่ที่พบเห็นอยู่ที่ร้อยละ 12.5 ขณะที่กิจกรรมอื่น สัดส่วนการพบเห็นต่างมีไม่เกินร้อยละ 5.0 แต่เมื่อพิจารณาการเข้าร่วมกิจกรรม (เฉพาะที่พบเห็น) พบว่าการโพสต์เชิญชวนให้ดื่มอย่างรับผิดชอบที่บ้านจากเครือข่ายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือร้านค้า ผับบาร์ มีสัดส่วนการเข้าร่วมมากที่สุดคือ ร้อยละ 17.8 ด้วยการซื้อมาดื่มที่บ้านตามการเชิญชวนดังกล่าว

(พิจารณาตามตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการพบเห็นและการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

กิจกรรม	การพบเห็น						การเข้าร่วม (เฉพาะที่เคยเห็น)		
	ไม่เคยเห็นเลย	น้อยกว่า สัปดาห์ละ ครั้ง	หนึ่งถึงสอง วันต่อ สัปดาห์	สามสี่วัน ต่อสัปดาห์	ทุกวัน/ เกือบทุก วัน	รวม	เข้าร่วม	ไม่ได้เข้าร่วม	รวม
1) ปาร์ตี้ออนไลน์ โดยโซว์ภาพ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น	1,368	105	67	20	3	1,563	10	185	195
	87.5	6.7	4.3	1.3	0.2	100.0	5.1	94.9	100.0
2) คอนเสิร์ต/ ไลฟ์สดการแสดงดนตรี/ ดีเจของบริษัท เครื่องดื่มฯ หรือร้านค้าผับบาร์	1,484	49	22	6	2	1,563	3	76	79
	94.9	3.1	1.4	0.4	0.1	100.0	3.8	96.2	100.0
3) กิจกรรมประกวดแข่งขัน/ ชิงโชค/ ร่วมสนุกของบริษัท เครื่องดื่มฯ หรือร้านค้าผับบาร์	1,530	17	9	4	3	1,563	1	32	33
	97.9	1.1	0.6	0.3	0.2	100.0	3.0	97.0	100.0
4) การโพสต์โฆษณาขาย/ ลด แลกแจกแถมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ทางออนไลน์/ โซเชียลมีเดีย พร้อมส่งถึงบ้าน	1,523	22	5	4	9	1,563	1	39	40
	97.4	1.4	0.3	0.3	0.6	100.0	2.5	97.5	100.0
5) โพสต์เชิญชวนให้ดื่มอย่าง รับผิดชอบที่บ้านจากเครือข่าย ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือร้านค้า ผับบาร์	1,490	43	20	3	7	1,563	13	60	73
	95.3	2.8	1.3	0.2	0.4	100.0	17.8	82.2	100.0

\*ข้อ 4 และ 5 การเข้าร่วม หมายถึง เห็นโพสต์แล้วสั่งซื้อ/ ซื้อมาดื่มที่บ้าน

## ตอนที่ 5 ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เมื่อสอบถามถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เคยเกิดขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 พบว่ามีตัวอย่าง สูงถึงร้อยละ 70.8 เครียดวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาการเงิน ซึ่งในกลุ่มดังกล่าวนี้มีอยู่ไม่น้อยคิดเป็นร้อยละ 11.5 ที่ระบุว่ามีความเสี่ยงจากการดื่มของตัวเอง ที่น่าสนใจต่อมา พบว่าร้อยละ 36.3 มีสุขภาพจิตแย่ง เช่น วิตกกังวล เครียด ซึมเศร้ามากขึ้น ซึ่งในกลุ่มที่สุขภาพจิตแย่งนี้มีถึงร้อยละ 14.3 ที่ระบุว่ามีความเสี่ยงจากการดื่มของตัวเอง อีกปัญหาที่พบไม่น้อย คือ สุขภาพกายแย่ง เช่น เจ็บป่วย อ่อนเพลีย เบื่ออาหาร โดยพบอยู่ร้อยละ 14.1 และในกลุ่มนี้มาจากการดื่มของตัวเอง ร้อยละ 5.9 ส่วนผู้ที่ระบุว่าได้รับความเดือดร้อนรำคาญจากคนดื่ม/ คนเมา ทำเสียงดังรบกวน หรือพูดแซว ทะเลาะ มีอยู่ร้อยละ 13.7 ซึ่งในกลุ่มนี้ร้อยละ 4.2 ระบุว่าตัวเองก็เข้าไปดื่มด้วย



(พิจารณาตามตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นกับตัวเอง และการมีสาเหตุมาจาก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

เหตุการณ์	การเคยเกิดขึ้น			สาเหตุจากการดื่ม (เฉพาะที่เคยเกิดขึ้น)			
	ไม่เคย	เคย	รวม	การดื่มของ ตัวเอง	การดื่มของ คนอื่น	ไม่เกี่ยวกับ การดื่ม	รวม
1) เครียดวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาการเงิน	456	1,107	1,563	127	5	975	1,107
	29.2	70.8	100.0	11.5	0.5	88.1	100.0
2) สุขภาพจิตแย่ลง เช่น วิตกกังวล เครียด ซึมเศร้า มากขึ้น	996	567	1,563	81	8	478	567
	63.7	36.3	100.0	14.3	1.4	84.3	100.0
3) สุขภาพกายแย่ลง เช่น เจ็บป่วย อ่อนเพลีย เบื่ออาหาร	1,343	220	1,563	13	9	198	220
	85.9	14.1	100.0	5.9	4.1	90.0	100.0
4) ราคายาจากคนดื่ม/ คนเมา ทำเสียงดังรบกวน หรือพูดแซว ทะแกล้ม	1,349	214	1,563	9	205		214
	86.3	13.7	100.0	4.2	95.8		100.0
5) รู้สึกไม่ปลอดภัย/ อยู่ในความเสี่ยงที่จะได้รับ อันตรายจากการดื่มสุรา	1,470	93	1,563	1	92		93
	94.0	6.0	100.0	1.1	98.9		100.0
6) เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในเหตุการณ์ด่าทอ/ ทะเลาะ วิวาท	1,523	40	1,563	3	25	12	40
	97.4	2.6	100.0	7.5	62.5	30.0	100.0
7) มีส่วนใน (ทำหรือพยายามทำ) การต่อสู้/ ทำร้าย ร่างกาย	1,550	13	1,563	1	5	7	13
	99.2	0.8	100.0	7.7	38.5	53.8	100.0
8) อุบัติเหตุจราจรเนื่องจากการขับซิ่งรถยนต์/ จักรยานยนต์หลังดื่มสุรา	1,440	123	1,563	12	111		123
	92.1	7.9	100.0	9.8	90.2		100.0
9) อุบัติเหตุอื่นๆ เช่น หกล้ม ตกจากที่สูง จมน้ำ หลังดื่มสุรา	1,490	73	1,563	5	68		73
	95.3	4.7	100.0	6.8	93.2		100.0
10) ถูกจับเพราะฝ่าเคอร์ฟิวหรือตั้งวงดื่มสุรา	1,532	31	1,563	0	31		31
	98.0	2.0	100.0	0.0	100.0		100.0

## บทที่ 4

### บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการสำรวจการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (ครั้งที่ 2) มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสำรวจพฤติกรรมการตี และการเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์ ความคิดเห็นของประชาชนต่อแนวทางการควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องตีแอลกอฮอล์ ตลอดจนผลกระทบจากการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ได้จากการสุ่มใน 15 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ รวมจำนวน 1,563 ตัวอย่าง ดำเนินการในช่วงระหว่างวันที่ 15 - 28 พฤษภาคม 2563 ผลการศึกษาสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

#### บทสรุป

#### 1. พฤติกรรมการตี และการเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์ของประชาชน ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบร้อยละ 38.4 ที่ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ จำแนกเป็นร้อยละ 34.8 ตีเป็นประจำ และร้อยละ 65.2 ไม่ได้ตีเป็นประจำ เฉพาะตัวอย่างที่ตี พบว่าในช่วงเดือนเมษายน มีถึง 2 ใน 3 หรือร้อยละ 67.0 ที่ไม่ได้ตี ขณะที่ร้อยละ 33.0 ยังคงตี (ร้อยละ 25.0 ตีน้อยลง และร้อยละ 8.0 ตีเท่าเดิม) และเมื่อสอบถามต่อถึงการตีในช่วงเดือนพฤษภาคม พบว่าสัดส่วนการตีเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 53.3 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.3) โดยกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป และกลุ่มที่ตีเป็นประจำ มีสัดส่วนการตีเท่าเดิม/ ตีบ่อยขึ้นมากกว่ากลุ่มอายุอื่น และกลุ่มที่ตีมานานๆ ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้ตี/ ตีน้อยลง ให้เหตุผลสำคัญว่า ไม่ได้พบปะสังสรรค์ ปกติก็ไม่ค่อยตีอยู่แล้ว และต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิดตามลำดับ ส่วนผู้ที่ตีเพิ่มขึ้นมีเพียงรายเดียว โดยให้เหตุผลว่ามีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ ปาร์ตี้ตี

เฉพาะตัวอย่างที่ตีในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา เมื่อสอบถามถึงการซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม พบว่าร้อยละ 59.1 ไม่ได้ซื้อ ร้อยละ 29.5 ซื้อน้อยลง ร้อยละ 10.7 ซื้อเท่าเดิม และร้อยละ 0.7 ซื้อเพิ่มขึ้น โดยกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป และกลุ่มที่ตีเป็นประจำ มีสัดส่วนการซื้อเท่าเดิม/ ซื้อเพิ่มขึ้น มากกว่ากลุ่มอายุอื่น และกลุ่มที่ตีมานานๆ ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับกลุ่มที่ซื้อ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 76.3 ซื้อจากร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน รองลงมาร้อยละ 54.7 ซื้อจากร้านสะดวกซื้อ และร้อยละ 13.9 ซื้อจากห้างค้าส่งขนาดใหญ่/ ซูเปอร์มาร์เก็ต

## 2. ความคิดเห็นของประชาชนต่อแนวทางการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มเห็นด้วยไปในทิศทางเดียวกันว่า ควรอนุญาตให้ขายได้เฉพาะในร้านที่ไม่มีที่นั่งตี้ม หรือห้ามตี้มที่ร้าน (ร้อยละ 72.8) ควรปิดผับบาร์ สถานบันเทิงที่มีการบริการเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 71.6) และการเปิดให้จำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้ตามปกติในตอนนี้จะทำให้ไวรัสโควิด-19 กลับมาระบาดใหม่อีกรอบ (ร้อยละ 64.2) เมื่อจำแนกเป็นผู้ตี้ม กับไม่ตี้ม พบว่าความคิดเห็นไม่แตกต่างกันนัก ในทางตรงข้าม มีเพียงส่วนน้อยที่มีแนวโน้มเห็นด้วยว่า ควรอนุญาตให้ขายแบบออนไลน์หรือเดลิเวอรี่ (ร้อยละ 27.2) โดยประเด็นนี้พบว่า ผู้ที่ตี้มจะเห็นด้วยในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ที่ไม่ตี้มอย่างชัดเจน

## 3. ประสบการณ์การพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 กิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่พบเห็นมากที่สุดคือ ปาร์ตี้ออนไลน์ โดยโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น คิดเป็นร้อยละ 12.5 ขณะที่กิจกรรมอื่นพบเห็นไม่เกินร้อยละ 5.0 ที่น่าพิจารณาคือ การโพสต์เชิญชวนให้ตี้มอย่างรับผิดชอบที่บ้านจากเครือข่ายธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือร้านค้า ผับบาร์ มีสัดส่วนผู้พบเห็นแล้วทำตามมากที่สุดคือ ร้อยละ 17.8

## 4. ผลกระทบจากการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

ตัวอย่างสูงถึงร้อยละ 70.8 เครียดวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาการเงิน ซึ่งในกลุ่มนี้มีสาเหตุมาจากการตี้มของตัวเองร้อยละ 11.5 นอกจากนี้ ยังพบว่าร้อยละ 36.3 มีสุขภาพจิตแย่ลง เช่น วิตกกังวล เครียด ซึมเศร้ามากขึ้น โดยมีสาเหตุมาจากการตี้มของตัวเองร้อยละ 14.3 จากตัวอย่างทั้งหมดยังพบร้อยละ 14.1 มีสุขภาพกายแย่ลง เช่น เจ็บป่วย อ่อนเพลีย เบื่ออาหาร โดยมีสาเหตุมาจากการตี้มของตัวเองร้อยละ 5.9 อีกประการสำคัญพบว่า ร้อยละ 13.7 ได้รับความเดือดร้อนรำคาญจากคนตี้ม/ คนเมา ทำเสียงดังรบกวน หรือพูดแซว แทะโลม ซึ่งในกลุ่มนี้ร้อยละ 4.2 ระบุว่าตัวเองก็เข้าไปตี้มด้วย

## อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. ในช่วงเดือนเมษายน 2563 ซึ่งมีประกาศห้ามจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 พบว่ามีผลต่อการตี้มอย่างชัดเจน แม้กระทั่งผู้ที่ตี้มเป็นประจำอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง ยังพบว่าไม่ถึงร้อยละ 45.5 หรือเกือบครึ่งที่ไม่ได้ตี้มเลยตลอดทั้งเดือน ขณะที่ร้อยละ 39.2 ตี้น้อยลง โดยมีเพียงร้อยละ 15.3 เท่านั้นที่ยังได้ตี้มเท่าเดิม อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดลดลง จนมีการผ่อนปรนการควบคุม เกือบทุกจังหวัดยกเว้นบุรีรัมย์จังหวัดเดียว ได้ประกาศอนุญาตให้จำหน่าย

เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้ (เฉพาะให้ซื้อกลับบ้าน) เริ่มตั้งแต่วันที่ 3 พฤษภาคมเป็นต้นมา พบว่าสัดส่วนการตี้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.3 โดยเฉพาะในกลุ่มที่ตี้มประจำ พบว่าการตี้มเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24.0

(พิจารณาตามตารางที่ 31 - 33)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน (เฉพาะตัวอย่างที่ตี้มประจำในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนเมษายน	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตี้มเลย	95	45.5
2	ตี้มน้อยลง	82	39.2
3	ตี้มเท่าเดิม	32	15.3
รวม		209	100.0

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม (เฉพาะตัวอย่างที่ตี้มประจำในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตี้มเลย	45	21.5
2	ตี้มน้อยลง	107	51.2
3	ตี้มเท่าเดิม	57	27.3
รวม		209	100.0

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม กับเดือนเมษายน (เฉพาะตัวอย่างที่ตี้มประจำในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	การตี้มเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์	เดือนเมษายน		เดือนพฤษภาคม		ผลต่าง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม่ได้ตี้ม	95	45.5	45	21.5	-50	-24.0
2	ตี้ม	114	54.5	164	78.5	50	24.0
รวม		209	100.0	209	100.0		
- ตี้มน้อยลง		82	39.2	107	51.2	25	12.0
- ตี้มเท่าเดิม		32	15.3	57	27.3	25	12.0

สัดส่วนการตีพิมพ์ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหลังผ่อนปรนมาตรการ อาจมาจากผู้ที่ตีพิมพ์อยู่ในภาวะการอดเหล้า หรือการสังสรรค์มาเป็นเวลานาน ซึ่งการกลับมาตีพิมพ์โดยทันที และตีพิมพ์ปริมาณมาก ในระยะเวลาอันสั้น อาจเป็นอันตรายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่กลับมาตีพิมพ์นี้มักเป็นผู้สูงวัย ดังนั้น จึงควรมีคำเตือนด้านสุขภาพเกี่ยวกับการตีพิมพ์ในลักษณะดังกล่าวเช่นเดียวกับการเตือนหลังออกพรรษา เพื่อป้องกันการช็อค หรือแอลกอฮอล์เป็นพิษ แบบเฉียบพลัน

2. จากผลการสำรวจครั้งที่ผ่านมา พบว่าประชาชนส่วนใหญ่รับรู้ถึงความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ประกอบกับปัจจุบันยังคงกังวลการกลับมาระบาดของใหม่อีกรอบ จึงเห็นด้วยกับการห้ามนั่งตีพิมพ์ที่ร้าน หรือควรปิดผับบาร์ สถานบันเทิง ผลการศึกษาสนับสนุนมาตรการในปัจจุบันของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) ซึ่งควรมีการประเมินต่อไปเป็นระยะก่อนที่จะผ่อนปรน

3. ธุรกิจเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์ แพลตฟอร์มต่างๆ ซึ่งบางลักษณะเข้าข่ายการกระทำที่ผิดกฎหมาย เช่น การโพสต์โฆษณาขาย/ ลดแลกแจกแถมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ พร้อมส่งถึงบ้าน รวมถึงการแสดงผลภัณฑ์/ ตราสัญลักษณ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ในปาร์ตี้ออนไลน์ หรือคอนเสิร์ต/ไลฟ์สดการแสดง ตลอดจนการจัดกิจกรรมร่วมสนุกของบริษัทเครื่องตีพิมพ์ หรือร้านค้า ผับบาร์ จึงต้องมีการควบคุมบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ยังมีการโพสต์เชิญชวนให้ตีพิมพ์อย่างรับผิดชอบที่บ้าน ซึ่งก็มีประชาชนจำนวนหนึ่งที่ทำตามคำเชิญชวน ประเด็นนี้ควรมีการพิจารณาถึงความเหมาะสม หรือพิจารณาว่าเข้าข่ายการโฆษณาหรือไม่

## ภาคผนวก

ศูนย์วิจัย SAB ร่วมกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ภายใต้การสนับสนุนของ สสส.

ขอความกรุณาทำแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงและพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยใช้เวลาประมาณ 5 นาที ครับ/ค่ะ

- ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ้างหรือไม่  
 1 ไม่ดื่ม (ข้ามไปตอบข้อ 4)  
 2 ดื่ม  ดื่มบ่อยเพียงใด  
 (1) ทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์)      (2) เกือบทุกวัน (5-6 วันต่อสัปดาห์)      (3) วันเว้นวัน (3-4 วันต่อสัปดาห์)  
 (4) ทุกสัปดาห์ (1-2 วันต่อสัปดาห์)      (5) ทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)      (6) นานๆ ครั้ง (น้อยกว่าเดือนละครั้ง)
  - ในช่วงเดือนเมษายน ระหว่างที่มีประกาศห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท่านได้ดื่มหรือไม่  
 1 ไม่ได้ดื่ม  ท่านใช้สารอะไรทดแทน ระบุ..... ( ) ไม่ได้ใช้สารอื่น (งดไปเลย)  
 2 ดื่มน้อยลง       3 ดื่มเท่าเดิม       4 ดื่มเพิ่มขึ้น
  - ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม มานี้ท่านได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่  
 1 ไม่ได้ดื่ม       2 ดื่มน้อยลง  กรณีไม่ได้ดื่ม/ ดื่มน้อยลง เป็นเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 ( ) 1 ไม่ได้พบปะสังสรรค์ ( ) 2 ต้องการรักษาสุขภาพเพราะกลัวติดโควิด ( ) 3 งานยุ่ง/ไม่มีเวลา ( ) 4 ไม่มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้  
 ( ) 5 ปกติก็ไม่ค่อยดื่มอยู่แล้ว ( ) 6 ไม่สบายจึงหยุดดื่ม ( ) 7 ต้องการประหยัดเงิน ( ) 8 ไม่มีเหตุผล  
 3 ดื่มเท่าเดิม  
 4 ดื่มเพิ่มขึ้น  กรณีที่ดื่มเพิ่มขึ้น เป็นเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 ( ) 1 มีเวลาว่างมากขึ้น ( ) 2 เครียด/ เบื่อหน่าย/ เซ็ง ( ) 3 เหนงเพราะต้องอยู่คนเดียว/ แยกตัวอยู่บ้าน  
 ( ) 4 มีเครื่องดื่มฯ เก็บไว้เยอะ ( ) 5 มีการพบปะสังสรรค์/ ตั้งวง/ पार्टตี้ดื่ม (ทั้งออนไลน์หรือวงจริง) ( ) 6 ไม่มีเหตุผล
  - ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม มานี้ท่านได้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่  
 1 ไม่ได้ซื้อ (ข้ามไปตอบข้อ 4)      ( ) 2 ซื้อน้อยลง      ( ) 3 ซื้อเท่าเดิม      ( ) 4 ซื้อเพิ่มขึ้น  
 3.2 กรณีที่ซื้อ ท่านหาซื้อได้จากที่ไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 ( ) 1 ห้างค้าส่งขนาดใหญ่/ ซูเปอร์มาร์เก็ต ( ) 2 ร้านสะดวกซื้อ ( ) 3 ร้านขายของชำในชุมชน/ หมู่บ้าน  
 ( ) 4 สั่งตรงจากเอเย่นขายเหล้า ( ) 5 ซื้อผ่านออนไลน์ ( ) 6 โทรสั่งให้บริการส่งถึงบ้าน (เดลิเวอรี่)  
 ( ) 7 ซื้อเหล้าหนีภาษี/ เหล้าเถื่อน ( ) 8 ดื่ม/ หมักเอง ( ) 9 อื่นๆ ระบุ.....
4. ณ สถานการณ์ปัจจุบัน ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า (0 = ไม่มีความเห็น 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = ไม่ค่อยเห็นด้วย 3 = ค่อนข้างเห็นด้วย 4 = เห็นด้วย)

ข้อความ	0	1	2	3	4
1) ควรจะกำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาสูงกว่าปกติ เพื่อลดการดื่มลง					
2) ควรจะลดเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มฯ ลง เช่นให้ขายได้เฉพาะช่วง 11.00-14.00 น.					
3) ควรอนุญาตให้ขายได้เฉพาะในร้านที่ไม่มีที่นั่งดื่ม หรือห้ามดื่มที่ร้าน					
4) ควรปิดผับบาร์ สถานบันเทิงที่มีการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
5) ควรอนุญาตให้ขายแบบออนไลน์หรือเดลิเวอรี่					
6) การเปิดให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามปกติในตอนนี้จะทำให้ไวรัสโควิด-19 กลับมาระบาดใหม่อีกรอบ					
7) การรณรงค์ดื่มที่บ้าน ของธุรกิจแอลกอฮอล์					
8) การดื่มที่บ้านเพิ่มความเสี่ยงให้เกิดความรุนแรงในครอบครัว					
9) ยังไม่ควรอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตอนนี้เลย					

5. ในช่วงตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของโควิดในประเทศไทย และรัฐบาลประกาศให้อยู่บ้าน ท่านเคยพบเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมต่อไปนี้หรือไม่  
(0 = ไม่เคยเห็นเลย 1 = น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง 2 = หนึ่งถึงสองวันต่อสัปดาห์ 3 = สามสี่วันต่อสัปดาห์ 4 = ทุกวัน/เกือบทุกวัน)

กิจกรรม	0	1	2	3	4	เฉพาะที่เคยเห็น	
						ท่านเข้าร่วมหรือไม่	
						1.เข้าร่วม	2.ไม่ได้เข้าร่วม
1) ปาร์ตี้ออนไลน์ โดยโซว์ภาพการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น							
2) คอนเสิร์ต/ไลฟ์สดการแสดงดนตรี/ ดีเจของบริษัทเครื่องดื่มฯ หรือร้านค้าผับบาร์							
3) กิจกรรมประกวดแข่งขัน/ ชิงโชค/ ร่วมสนุกของบริษัทเครื่องดื่มฯ หรือร้านค้าผับบาร์							
4) การโพสต์โฆษณาขาย/ ลดแลกแจกแถมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์/ โซเชียลมีเดีย พร้อมส่งถึงบ้าน							
5) โพสต์เชิญชวนให้ดื่มอย่างรับผิดชอบที่บ้านจากเครือข่ายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือร้านค้า ผับบาร์							

6. ในช่วงตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของโควิดในประเทศไทย และรัฐบาลประกาศให้อยู่บ้าน มีเหตุการณ์ต่อไปนี้เกิดขึ้นกับท่านหรือไม่

เหตุการณ์เกิดขึ้นกับท่าน	1. ไม่เคย	2. เคย	กรณีเคย เกิดจากการดื่มของ?		
			1.ท่านเอง	2.คนอื่น	3.ไม่เกี่ยวกับการดื่ม
1) เครียดวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาการเงิน					
2) สุขภาพจิตแย่ลง เช่น วิตกกังวล เครียด ซึมเศร้ามากขึ้น					
3) สุขภาพกายแย่ลง เช่น เจ็บป่วย อ่อนเพลีย เบื่ออาหาร					
4) ราคายาจากคนดื่ม/ คนเมา ทำเสียงดังรบกวน หรือพูดแซว ทะแกล้ม					
5) รู้สึกไม่ปลอดภัย/ อยู่ในความเสี่ยงที่จะได้รับอันตรายจากการดื่มสุรา					
6) เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในเหตุการณ์คำทอ/ ทะเลาะวิวาท					
7) มีส่วนใน (ทำหรือพยายามทำ) การต่อสู้/ ทำร้ายร่างกาย					
8) อุบัติเหตุจากรถเนื่องจาก การขับซิ่งรถยนต์/ จักรยานยนต์หลังดื่มสุรา					
9) อุบัติเหตุอื่นๆ เช่น หกล้ม ตกจากที่สูง จมน้ำ หลังดื่มสุรา					
10) ถูกจับเพราะฝ่าเคอร์ฟิวหรือตั้งวงดื่มสุรา					

### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ [ ] 1 ชาย [ ] 2 หญิง 2. อายุ.....ปี
3. สถานภาพสมรส [ ] 1 โสด [ ] 2 สมรสและมีบุตร [ ] 3 สมรสแต่ไม่มีบุตร [ ] 4 หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษาชั้นสูงสุดที่สำเร็จมา [ ] 1 ไม่เคยเรียน [ ] 2 ประถมศึกษา [ ] 3 ม.ต้น [ ] 4 ม.ปลาย  
[ ] 5 ปวช. [ ] 6 ปวส. [ ] 7 อนุปริญญา [ ] 8 ปริญญาตรี [ ] 9 สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก [ ] 1 ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ [ ] 2 พนักงานบริษัทเอกชน [ ] 3 ค่าขายรายย่อย/ บริการรายย่อย  
[ ] 4 ธุรกิจส่วนตัว/ผู้ประกอบการ [ ] 5 ผู้ใช้แรงงาน/ รับจ้างทั่วไป [ ] 6 เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน [ ] 7 เกษตรกร/ ประมง  
[ ] 8 อาชีพอิสระ อาทิ ทนายความ สถาปนิก [ ] 9 นักเรียน/ นักศึกษา [ ] 10ว่างงาน [ ] 11 อื่นๆ ระบุ .....
6. รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน [ 1 ] ไม่เกิน 5,000 บาท [ 2 ] 5,001 - 10,000 บาท [ 3 ] 10,001 - 20,000 บาท  
[ 4 ] 20,001 - 30,000 บาท [ 5 ] 30,001 - 40,000 บาท [ 6 ] 40,001 - 50,000 บาท [ 7 ] มากกว่า 50,000 บาท
7. อาศัยอยู่เขต/ อำเภอ..... จังหวัด.....
8. อาศัยอยู่ในพื้นที่ [ ] 1 กรุงเทพมหานคร [ ] 2 ในเขตเทศบาล [ ] 3 นอกเขตเทศบาล ...*ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ครับ/ค่ะ*