

งานประชุมวิชาการสุราระดับภูมิภาค ภาคเหนือ

วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2566
ณ ห้องดอยสุเทพ ชั้น 1 โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ เชียงใหม่





การเสวนา สถานการณ์การตลาดออนไลน์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผลกระทบในกลุ่มเด็กและเยาวชน



“สถานการณ์การตลาดออนไลน์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”

อาจารย์กนิษฐา ไทยกกล้า

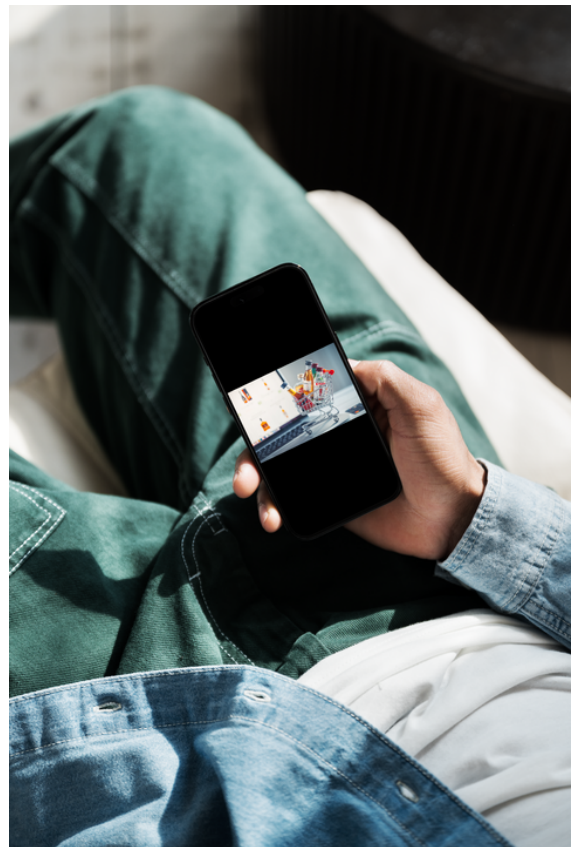
นักสถิติเชี่ยวชาญ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนอินเทอร์เน็ต : 1 มกราคม - 26 สิงหาคม พ.ศ. 2566

รายงานการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม ทิศทางของการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยทำการค้นหา คัดกรอง และเก็บรวบรวมข้อมูล ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 25 สิงหาคม พ.ศ. 2566 ผลการศึกษาพบว่าผู้โพสต์การตลาด-ขาย ทั้งสิ้น 2,831 ราย กระจายทั่วประเทศ ผู้โพสต์รายเก่าที่ลงทะเบียนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก่อนปี พ.ศ. 2566 ร้อยละ 77.5 และรายใหม่ที่ลงทะเบียนใช้งานปี พ.ศ. 2566 ร้อยละ 22.5 ลักษณะผู้โพสต์ส่วนใหญ่คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผับบาร์ ร้อยละ 42.3 รองมา คือ วิวีว/ บล็อกเกอร์/ อินฟลูเอนเซอร์ ร้อย 37.3 ร้านขายส่ง/ ปลีก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 12.6 โดยโพสต์ข้อความ รูปภาพทั้งภาพนิ่งและเคลื่อนไหวพร้อมเสียง ทั้งสิ้น 8,414 โพสต์ นิยมโพสต์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ร้อยละ 51.1 แพลตฟอร์มติ๊กต็อก ร้อยละ 24.7 และแพลตฟอร์มไลน์ ร้อยละ 11 เนื้อหาที่โพสต์ส่วนใหญ่สร้างการรับรู้ ภาพ วิธีการดื่ม การผสมสูตร ภาชนะ ร้อยละ 95.5 รองมาคือ การซื้อ-ขายผ่าน E-Market Place การบอกสถานที่ขาย การจัดส่งแบบ Delivery ร้อยละ 56.3 การสนับสนุนบอกต่อ แชร์โพสต์ ร้อยละ 22.2 การรักษาลูกค้าด้วยการลด แลก แจก แถม ส่งฟรี สะสมแต้ม เป็นต้น ร้อยละ 17.2 และการหาข้อมูลรีวิวเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ร้อยละ 3.2 เครื่องดื่มที่นิยมโพสต์มากที่สุด คือ เบียร์ไทย, สุราสีไทย, สุราแช่ สุรากลั่นไทย, เบียร์ต่างประเทศ, โขจู และน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ตามลำดับ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่เป็นการสาธิตวิธีการผสมเครื่องดื่มแบบต่าง ๆ การอวดอ้างสรรพคุณ (รสชาติ ดื่มง่าย ความแรงของแอลกอฮอล์ เป็นต้น) รองมา คือ การซื้อโฆษณาของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม, การแจกแถมที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์, การลดราคา การแจก แถม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการจัดโปรโมชั่นวันพิเศษ เป็นต้น โดยปีนี้นั้นเน้นกลุ่มเป้าหมายผู้หญิง และเยาวชนมากขึ้น โดยเฉพาะช่วงไตรมาส 2 ของปี ทั้งในด้านของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีแอลกอฮอล์ในระดับต่ำ หวานน้อย หรือไม่มีน้ำตาล ให้พลังงานน้อย ปรับรูปแบบสีสันทันของบรรจุภัณฑ์ การให้อินฟลูเอนเซอร์หญิงแนะนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการจัดโปรโมชั่นกระตุ้นการดื่มแก่นักศึกษา เป็นต้น ในส่วนของธุรกิจหลัก (Official) เช่น ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ใช้ออนไลน์ในการเชื่อมโยงลูกค้าผ่านกิจกรรมเสมือนจริง การมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ และการขายตรงไปยังลูกค้า (DTC : Direct to Consumer) สร้างช่องทางการขายของแบรนด์ ทั้งขายบนเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งเป็นโมเดลการขายโดยไม่ผ่านคนกลาง



การตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์เข้าด้วยกันแบบ Omnichannel Marketing (O2O) การตลาดออนไลน์ซื้อได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมงพร้อมการบริการจัดส่งถึงบ้าน ช่วยปลดล็อกอุปสรรคร้านค้าออนไลน์ ซึ่งมีข้อจำกัดในเรื่องของการเข้าถึง ช่วงเวลาการเปิด-ปิด การกำหนดอายุ โดยทั้ง 2 ช่องทาง มีการทำงานร่วมกันสื่อสารไปในรูปแบบเดียวกัน สร้างและมอบประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวแก่ลูกค้าทำให้เกิดความประทับใจเพิ่มโอกาสในการเข้าถึง เพิ่มการดื่ม และเพิ่มการซื้อซ้ำ แม้จะมีกฎหมายก็ตาม





“พฤติกรรมการใช้สุรา และพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพในนักเรียนมัธยมศึกษาของประเทศไทย รวมถึงการตลาดออนไลน์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลอย่างไรต่อพฤติกรรมเด็กและเยาวชน”

รศ.ดร.วิทย์ วิชัยดิษฐ์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

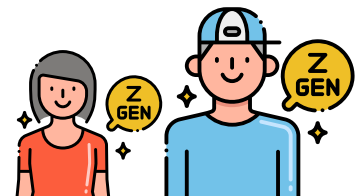
ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สุรา และพฤติกรรมการเสี่ยงต่อสุขภาพในนักเรียนมัธยมศึกษาของประเทศไทย

โครงการการเฝ้าระวังพฤติกรรมการใช้สุรา ยาสูบ สารเสพติด และพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพในนักเรียนมัธยมศึกษาของประเทศไทย ครั้งที่ 5 ปีการศึกษา 2563 เป็นการเก็บข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 3 5 และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 โดยสุ่มเลือกโรงเรียนในพื้นที่ 21 จังหวัดและ กทม. จำนวนรวมทั้งสิ้น 23,659 คน โดยแจกแบบสอบถามให้นักเรียนตอบด้วยตนเอง ดำเนินโครงการระหว่างช่วงเดือนธันวาคม 2563 ถึงเดือนมีนาคม 2564

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการดื่มสุราพบว่า นักเรียนชาย ร้อยละ 25 และนักเรียนหญิงร้อยละ 28 เคยดื่มสุราในช่วงชีวิต โดยในกลุ่มนักเรียนที่เคยดื่มสุราในช่วงชีวิต นักเรียนชายร้อยละ 75 และนักเรียนหญิง ร้อยละ 80 เป็นนักดื่มปัจจุบัน (ดื่มภายใน 12 เดือนก่อนการสำรวจ) และ ร้อยละ 38 ของนักเรียนชาย และร้อยละ 43 ของนักเรียนหญิง เคยดื่มหนักในช่วง 30 วันก่อนการสำรวจ ทั้งนี้ แหล่งของสุราในการดื่มครั้งล่าสุด นักเรียนแค่หนึ่งในสามตอบว่าซื้อสุราเอง ส่วนแหล่งอื่นที่ระบุ ได้แก่ ผู้ที่อายุมากกว่า 20 ปี เอาสุรามาให้ และฝากเงินให้ผู้ที่อายุมากกว่า 20 ปี ซื้อสุรา

ซึ่งแปลว่าในปัจจุบัน ความชุกของการดื่มในนักเรียนหญิงสูงกว่านักเรียนชายเล็กน้อย ปรากฏการณ์นี้ไม่เคยปรากฏมาก่อนในการสำรวจพฤติกรรมเสี่ยงของนักเรียน อย่างไรก็ตาม การสำรวจฯ ครั้งที่ 4 ในปี 2561 นั้น ผลการสำรวจก็ชี้ว่าความชุกของพฤติกรรมการดื่มระหว่างนักเรียนชายและนักเรียนหญิงนั้นแทบจะเท่ากัน ซึ่งต่างกับผลการสำรวจครั้งที่ 1 (ปี 2550) และครั้งที่ 2 (ปี 2552) เป็นอย่างมาก โดยในการสำรวจครั้งแรก ๆ นั้นพบว่า ความชุกของการดื่มในนักเรียนชายมีมากกว่านักเรียนหญิงเกือบเท่าตัว

หากเราจะพิจารณาว่านักเรียนในระดับมัธยมศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2550 และ 2552 นั้นเป็นเด็กใน Generation-Y และนักเรียนที่ตอบแบบสำรวจในปี พ.ศ. 2559 2561 และ 2563 นั้นเป็นเด็ก Generation-Z ก็เป็นไปได้ว่าการสำรวจฯ นี้ มี cohort effect อยู่ประจำแต่ละ generation ด้วย และเป็นไปได้ว่าแนวโน้มการพลิกกลับของเพศและความชุกของการดื่ม (gender reversal in drinking prevalence) นี้จะดำเนินต่อไป ซึ่งคงต้องคอยติดตามดูผลการสำรวจฯ ครั้งที่ 6 (ปี พ.ศ. 2566) ต่อไป





อนึ่ง ในการสำรวจปี 2563 ผู้วิจัยได้เพิ่มคำถามเรื่องเพศกำเนิด เพศวิถี และความสนใจในเชิงความรักของนักเรียน เพื่อพยายามระบุจำนวนเด็กที่เป็น LGBTQA+ (Lesbian, Gay, Bi/Polysexual, Transgender, Asexual, and Otherwise Queer and Questioning) พบว่า นักเรียนที่เป็น LGBTQA+ ทุกกลุ่ม ยกเว้นกลุ่ม Asexual มีความชุกของการดื่มในช่วงชีวิตมากกว่านักเรียนตรงเพศที่ชอบเพศตรงข้าม (cisgender-heterosexual) ในขณะที่ความชุกของการดื่มปัจจุบันในกลุ่มนักเรียนที่เคยดื่มในชีวิตมีความหลากหลายค่อนข้างมาก

ส่วนที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดแอลกอฮอล์ออนไลน์ และพฤติกรรมการดื่มในเด็กและเยาวชน

ผู้เขียนทำการทบทวนเอกสารว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างการพบเห็นกิจกรรมการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ กับพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ในนักดื่มที่อายุต่ำกว่า 20 ปี โดยวิธีการทบทวนเอกสารอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) โดยทำการค้นหาฐานข้อมูล PubMed ด้วยคำค้นหา "((internet) AND (alcohol)) AND (marketing)) AND (youths)" จากนั้นจึงคัดกรองเฉพาะบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 2018-2023 (ปัจจุบัน)

ผลการค้นหาพบบทความ 47 เรื่อง ซึ่งในนั้น 40 เรื่อง มีชื่อเรื่องไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว มี 1 เรื่อง เป็นบทความปริทรรศน์ และ 1 เรื่อง เป็นบทความ systematic review ไม่ใช่การวิจัยปฐมภูมิ จึงเหลืองานวิจัย 5 เรื่องที่อ่านโดยละเอียด

ผลการทบทวนวรรณกรรมพบงานวิจัย 2 งานที่ทำในวัยรุ่นในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของสหรัฐฯ (แถว New England) (McLure และคณะ 2019; Gabrielli และคณะ 2019) โดยทั้งสองงานพบความสัมพันธ์ระหว่างการพบเห็นการตลาดแอลกอฮอล์กับพฤติกรรมการดื่มของผู้ที่อายุไม่ถึงเกณฑ์ ส่วนการศึกษาภาคตัดขวางในนักเรียนในประเทศออสเตรเลีย (Bain และคณะ 2023) พบว่า นักเรียนพบเห็นโฆษณาแอลกอฮอล์จากสื่อหลายชนิด และในหลายสถานที่ โดยการโฆษณาทุกประเภทมีความสัมพันธ์กับการดื่มประจำ และยังพบเห็นโฆษณาแอลกอฮอล์มากเท่าไร ยิ่งมีโอกาสดื่มสุรามากขึ้นเท่านั้น

นอกจากนี้ยังพบการวิจัยในนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศเคนยา (Malechwanzu และคณะ 2022) ซึ่งพบว่า เฟสบุ๊คเป็นช่องทางหลักที่นักศึกษาพบเห็นเนื้อหาเกี่ยวกับแอลกอฮอล์ในโซเชียลมีเดีย และการพบเห็นคอนเทนต์ในโซเชียลมีเดียดังกล่าวส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่ม โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาชาย ส่วนการศึกษาแบบติดตาม (cohort study) กลุ่มเยาวชนอายุ 12 ปี ในสหรัฐฯ จนกระทั่งอายุ 22 ปี (Davis และคณะ 2021) พบว่าโฆษณาแอลกอฮอล์ผ่านโซเชียลมีเดีย อาจมีผลเปลี่ยนแปลงบรรทัดฐานทางสังคมในเรื่องการดื่ม ซึ่งจะส่งผลให้ความเสี่ยงต่อการดื่มเพิ่มขึ้นในตัวผู้ใช้โซเชียลมีเดียในเวลาต่อมา





อย่างไรก็ดี งานวิจัยที่ได้พบทวนมานี้มีช่องว่างของความรู้และโอกาสในการทำวิจัยหรือหาข้อมูลเพิ่มเติมหลายประการ ในประการแรก คือ ความสัมพันธ์ระหว่างการพบเห็นโฆษณาในโซเชียลมีเดีย กับการเปลี่ยนแปลงบรรทัดฐานเรื่องการดื่ม และแรงจูงใจในการดื่ม ยังไม่มีการศึกษาโดยละเอียดและบรรยายกลไกการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังไม่มีการทำ intervention เพื่อลดผลกระทบของสื่อเกี่ยวกับสุราต่อพฤติกรรมการดื่มสุรา ซึ่งควรเป็นประเด็นที่ผู้เกี่ยวข้องนำไปพิจารณาและดำเนินการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Bain E, Scully M, Wakefield M, Durkin S, White V. Association between single-channel and cumulative exposure to alcohol advertising and drinking behaviours among Australian adolescents. *Drug Alcohol Rev.* 2023 Jan;42(1):59-67. doi: 10.1111/dar.13530. Epub 2022 Sep 6. PMID: 36067077.

Davis JP, Pedersen ER, Tucker JS, Dunbar MS, Seelam R, Shih R, D'Amico EJ. Long-term Associations Between Substance Use-Related Media Exposure, Descriptive Norms, and Alcohol Use from Adolescence to Young Adulthood. *J Youth Adolesc.* 2019 Jul;48(7):1311-1326. doi: 10.1007/s10964-019-01024-z. Epub 2019 Apr 25. PMID: 31025156; PMCID: PMC6816265.

Gabrielli J, Brennan ZLB, Stoolmiller M, Jackson KM, Tanski SE, McClure AC. A New Recall of Alcohol Marketing Scale for Youth: Measurement Properties and Associations With Youth Drinking Status. *J Stud Alcohol Drugs.* 2019 Sep;80(5):563-571. doi: 10.15288/jsad.2019.80.563. PMID: 31603759; PMCID:PMC6811720.

Malechwanz J, Guyo A, Mwangangi C. Exposure to alcohol promotions on web-based media, sex and college risky drinking. *J Am Coll Health.* 2022 Mar 8;1-5. doi: 10.1080/07448481.2022.2039158. Epub ahead of print. PMID: 35259070.

McClure AC, Gabrielli J, Cukier S, Jackson KM, Brennan ZLB, Tanski SE. Internet Alcohol Marketing Recall and Drinking in Underage Adolescents. *Acad Pediatr.* 2020 Jan-Feb;20(1):128-135. doi: 10.1016/j.acap.2019.08.003. Epub 2019 Aug 8. PMID: 31401229; PMCID: PMC7055537.





การเสวนา การดื่มแอลกอฮอล์ กับ การเกิดความรุนแรงต่อผู้หญิง



“ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามีกับความรุนแรง จากคู่สมรสในผู้หญิงหลังคลอด”

ผศ.ดร.ไพฑูริย์ สอนทน

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อวัดความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามี และความรุนแรงจากคู่สมรสในผู้หญิงหลังคลอด
- 2) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามีกับความรุนแรงจากคู่สมรสในผู้หญิงหลังคลอด
- 3) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรุนแรงจากคู่สมรส และการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามีกับภาวะซึมเศร้าในผู้หญิงหลังคลอด

วิธีดำเนินการศึกษา

เป็นการศึกษาแบบเชิงวิเคราะห์แบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional analytical study) เก็บข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง จากกลุ่มตัวอย่างหญิงหลังคลอด 1,207 คน ในโรงพยาบาล 8 แห่ง ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เลย และชัยภูมิ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้สถิติ Multiple logistic regression นำเสนอค่า Adjusted odds ratio (AOR)

ผลการศึกษา

สามีของกลุ่มตัวอย่างมีความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะภรรยาตั้งครรภ์สูงถึง ร้อยละ 66.8 โดยมีสัดส่วนของความถี่ของการดื่มเป็นประจำสูงถึงร้อยละ 38.6 และดื่มอย่างหนักสูงถึง ร้อยละ 18.7 สามีของกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มอย่างหนัก มีสัดส่วนความถี่ของการดื่มอย่างหนักเป็นประจำ ร้อยละ 18.7 และดื่มอย่างหนักนาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 81.3 ดังตารางที่ 1





ตารางที่ 1 ความชุกและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามีของกลุ่มตัวอย่าง (n= 1,207)

ความชุกและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามี	จำนวน	ร้อยละ
ความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามี นับแต่ตั้งครรภ์		
ไม่ดื่ม	388	33.2
ดื่ม	781	66.8
ความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามี นับแต่ตั้งครรภ์ (n=765)		
นานๆ ครั้ง	470	61.4
ประจำ	295	38.6
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างหนักของสามี นับแต่ตั้งครรภ์ (n=747)		
ไม่ดื่มอย่างหนัก	607	81.3
ดื่มอย่างหนัก	140	18.7
ความถี่ของการดื่มอย่างหนักของสามี นับแต่ตั้งครรภ์ (n=139)		
นานๆ ครั้ง	113	81.3
ประจำ	26	18.7
พฤติกรรมการดื่มของสามี นับแต่ตั้งครรภ์		
ไม่ดื่มเลย	388	34.4
ดื่มบางครั้ง แต่ไม่ดื่มอย่างหนัก	414	36.7
ดื่มบางครั้งและดื่มอย่างหนัก	44	3.9
ดื่มประจำ แต่ไม่ดื่มอย่างหนัก	186	16.5
ดื่มประจำและดื่มอย่างหนัก	96	8.5





ความชุกของความรุนแรงจากคู่อสมรสขณะตั้งครรภ์ ร้อยละ 4.7 โดยมีสัดส่วนการถูกระงับความรุนแรงทางวาจามากที่สุด ร้อยละ 90.7 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความชุกของความรุนแรงจากคู่อสมรสของกลุ่มตัวอย่าง (n = 1,207)

ความรุนแรงจากคู่อสมรส	จำนวน	ร้อยละ
นับแต่ตั้งครรภ์ เคยถูกสามีกระทำความรุนแรง	54	4.7
ความรุนแรงทางวาจา (n= 54)	49	90.7
ความรุนแรงทางกาย (n= 54)	13	24.1
ความรุนแรงทางเพศ (n= 54)	11	20.4

การตีเมีย ของสามี นาน ๆ ครั้ง และอย่างหนัก (AOR = 16.90; 95%CI = 2.77-103.77) การตีเมีย ของสามี เป็นประจำและอย่างหนัก (AOR = 12.80; 95%CI = 2.90-56.78) มีความสัมพันธ์กับความรุนแรงจากคู่อสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการตีเมียหรือตีแม่แอลกอฮอล์ของสามีกับความรุนแรงจากคู่อสมรส

ปัจจัย	n	ความรุนแรง		COR	AOR	95%CI	p-value
		n	%				
การตีเมีย ของสามี							<0.001
ไม่ตีเมียเลย(อ้างอิง)	365	4	1.1	1	1		
ตีเมียบางครั้ง แต่ไม่ตีเมียนัก	403	9	2.2	2.48	3.54	0.76, 16.60	0.109
ตีเมียบางครั้งและตีเมียนัก	43	10	23.3	20.24	16.96	2.77, 103.77	0.002
ตีเมียประจำ แต่ไม่ตีเมียนัก	182	5	2.7	2.48	0.79	0.14, 4.55	0.792
ตีเมียประจำและตีเมียนัก	96	26	27.1	28.11	12.84	2.90, 56.78	<0.001
การห้าม/บังคับของสามี							<0.001
ไม่มีการห้าม/บังคับ (อ้างอิง)	899	17	1.9	1	1		
มีการห้าม/บังคับ	217	36	16.6	10.78	9.39	3.48, 25.29	

หมายเหตุ : เมื่อมีการควบคุมตัวแปรอื่นๆ





ความรุนแรงฯ (AOR=3.08; 95%CI=1.24-7.66) การดื่มฯ ของสามีประจำ&อย่างหนัก (AOR=2.15; 95%CI=1.14-4.04) มีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างความรุนแรงจากคู่สมรส การดื่มฯ ของสามีกับภาวะซึมเศร้า

ปัจจัย	n	มีซึมเศร้ารุนแรง		COR	AOR	95%CI	p-value
		n	%				
ความรุนแรง							0.011
ไม่เคยได้รับ (อ้างอิง)	1,073	354	34.1	1	1		
เคยได้รับ	47	37	78.7	7.09	3.08	1.24, 7.66	
การดื่มฯ ของสามี							0.002
ไม่ดื่มเลย (อ้างอิง)	367	101	27.52	1	1		
ดื่มนานๆ ครั้ง แต่ไม่ดื่มหนัก	392	129	32.9	1.51	1.49	1.00, 2.22	0.052
ดื่มนานๆ ครั้งและดื่มหนัก	43	21	48.82	3.47	2.34	0.98, 5.58	0.054
ดื่มประจำ แต่ไม่ดื่มหนัก	178	84	47.2	2.70	2.49	1.54, 4.03	<0.001
ดื่มประจำและดื่มหนัก	88	50	56.8	4.01	2.15	1.14, 4.04	0.017

หมายเหตุ : เมื่อมีการควบคุมตัวแปร อื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

ดังนั้นหน่วยงานในระดับนโยบายควรออกกฎหมายและมาตรการเพื่อลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามีขณะที่ภรรยาตั้งครรภ์ หน่วยงานของกระทรวงสาธารณสุขหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ควรมีการรณรงค์เพื่อป้องกันหรือลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสามีขณะที่ภรรยาตั้งครรภ์ จัดกิจกรรมการคัดกรองและเฝ้าระวังกลุ่มเสี่ยงต่อความรุนแรงในผู้หญิงตั้งครรภ์

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ กลุ่มอาสาสมัครหญิงหลังคลอดทุกคนที่เป็นอาสาสมัครในงานวิจัยนี้ และคณะพยาบาลและเจ้าหน้าที่ของตึกสูตินารีหลังคลอดของโรงพยาบาลทั้ง 8 แห่ง ได้แก่ รพ.เลย รพ.สมเด็จพระยุพราชด่านซ้าย รพ.ภูเขียวเฉลิมพระเกียรติ รพ.หนองบัวแดง รพ.หล่มสัก รพ.สมเด็จพระยุพราชหล่มเก่า รพ.วิเชียรบุรี และรพ.หนองไผ่ ที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเก็บข้อมูลและคณะผู้วิจัยขอขอบคุณ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่สนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้



“การควบคุมพฤติกรรมและการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ในภาคเหนือ ภายใต้แนวทางการเปลี่ยนแปลงทางเพศภาวะ”

ดร.อิทธิพงษ์ ทองศรีเกตุ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

งานวิจัยเรื่องการควบคุมพฤติกรรมและการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ในภาคเหนือ ภายใต้แนวทางการเปลี่ยนแปลงทางเพศภาวะ มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวน และรวบรวมเอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับการควบคุมพฤติกรรมและการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ของการดื่มแอลกอฮอล์กับการควบคุมพฤติกรรมและการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงในภาคเหนือภายใต้แนวทางการเปลี่ยนแปลงทางเพศภาวะ และเพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในประเด็นการควบคุมพฤติกรรมและการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ในภาคเหนือภายใต้แนวทางการเปลี่ยนแปลงทางเพศภาวะ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) ด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการเก็บข้อมูลจากภาคสนาม (Field Work Research) กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หน่วยที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการรณรงค์การไม่ดื่มสุรา การพัฒนาเด็กและสตรี ตลอดจนการให้ความคุ้มครองแก่เด็กและสตรีที่ได้รับการกระทำความรุนแรง จำนวน 12 คน ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การวิจัยได้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน จากคณะกรรมการวิจัยในคนมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ รหัส MJUIRB HS 002/66

ผลการศึกษาพบว่า จากการทบทวน รวบรวมเอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับการควบคุมพฤติกรรมและการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงปี พ.ศ. 2555-2565 มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 33 เรื่องที่กล่าวถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างการดื่มแอลกอฮอล์และการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ แบ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดการใช้ความรุนแรงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านชีวภาพ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลที่เกิดขึ้นกับผู้ดื่มแอลกอฮอล์ การดื่มแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อผู้ที่ดื่มโดยตรง ปริมาณของการดื่มมีความสัมพันธ์กับการควบคุมร่างกาย อารมณ์ การแสดงออกของผู้ที่ดื่ม
- 2) ปัจจัยด้านจิตใจและสังคม เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ชอบใช้ความรุนแรง มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้อื่น หรือรู้สึกไม่เป็นมิตร และมองว่าการดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่ช่วยให้พ้นจากความทุกข์ อาศัยอยู่ในครอบครัวที่มีสมาชิกในครอบครัวดื่มแอลกอฮอล์และการใช้ความรุนแรง การมีระยะเวลาการครองคู่ที่ยาวนาน และการสื่อสารในทางลบภายในครอบครัว
- 3) ปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับโครงสร้าง ประกอบด้วย การยอมรับการใช้ความรุนแรง โดยมีสถาบันทางสังคมผลิตและผลิตสร้างความรุนแรงอยู่เสมอ เช่น สื่อโฆษณา ภาพยนตร์ โซเชียลมีเดีย ช่องทางต่าง ๆ ซึ่งมีส่วนสร้างการรับรู้ให้กับคนในสังคมและก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ และค่านิยมทางสังคมและค่านิยมทางเพศที่ยังคงมีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมการดื่มแอลกอฮอล์



เอกสาร และงานวิจัยที่ได้ทำการทบทวนส่วนใหญ่ยืนยันว่าการดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้หญิง และความรุนแรงที่เกิดขึ้นนั้นมีหลายลักษณะ เช่น ความรุนแรงทางร่างกายที่เกิดจากการทุบตี เตาะตอ่ย ทำร้ายร่างกาย การใช้อาวุธ ความรุนแรงทางด้านจิตใจจากการต่อว่า การบังคับให้กระทำในสิ่งที่ไม่ยินยอม การพุดจาโดยไม่ให้เกียรติ เป็นต้น ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่นในสังคม เช่น ความไม่ปลอดภัยในชุมชน การคุกคามผู้อื่น เป็นต้น และได้นำเสนอแนวทางการควบคุมพฤติกรรมการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในระดับโครงสร้างและระดับปัจเจก โดยมีแนวทางการควบคุมการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ การลดการเข้าถึงแอลกอฮอล์ การสร้างความตระหนักและการใช้สื่อรณรงค์ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรุนแรงผ่านการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในสังคม การใช้แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางเพศภาวะ (Gender transformative approach) การปรับเปลี่ยนค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรมบางอย่างที่หนุนเสริมให้เกิดปัญหาความรุนแรงทางเพศ และการออกกฎหมายและการออกแบบมาตรการเพื่อป้องกันความรุนแรงที่จะเกิดขึ้นกับผู้อื่น

ปฏิสัมพันธ์ของการดื่มแอลกอฮอล์กับการควบคุมพฤติกรรมและการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงในภาคเหนือ ภายใต้แนวทางการเปลี่ยนแปลงทางเพศภาวะ มีสาเหตุหรือปัจจัยที่นำไปสู่การใช้ความรุนแรงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ บทบาททางเพศที่ไม่เท่าเทียมกัน ลักษณะการดื่มที่นำไปสู่การใช้ความรุนแรง (การดื่มแอลกอฮอล์เกินปริมาณ และการใช้สารเสพติดร่วมกับการดื่มแอลกอฮอล์) ค่านิยมทางสังคมชายเป็นใหญ่ ความเชื่อเรื่องการบริโภคนแอลกอฮอล์ ความรุนแรงเป็นเรื่องภายในครอบครัว การได้รับทราบและพบเห็นการดื่มแอลกอฮอล์มาตั้งแต่วัยเยาว์ มุมมองและความรุนแรงที่เกิดขึ้นจากแอลกอฮอล์ ปัญหาเรื่องเศรษฐกิจ/ รายได้ การสื่อสารภายในครอบครัว ทศนคติ/ ลักษณะของความเป็นผู้หญิง การเสพข่าวสาร การยอมรับต่อการใช้ความรุนแรง การท่องเที่ยว และการเป็นเจ้าของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีอายุน้อย และการดื่มแอลกอฮอล์สามารถดื่มได้ทุกเพศ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ในประเด็นการควบคุมพฤติกรรมและการใช้ความรุนแรงทางเพศต่อผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับการดื่มแอลกอฮอล์ในภาคเหนือภายใต้แนวทางการเปลี่ยนแปลงทางเพศภาวะ แบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในระดับปฐมภูมิ เป็นข้อเสนอเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิง ด้วยการลดปัจจัยเสี่ยงที่จะเป็นเหตุให้เกิดการใช้ความรุนแรงหลังจากการดื่มแอลกอฮอล์ ในระดับบุคคลและครอบครัว ได้แก่ การเคารพสิทธิเสรีภาพของผู้อื่น หรือบุคคลอื่น การให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ความรุนแรง การปรับ หรือลดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของผู้ชาย หรือผู้หญิง ในระดับสังคม ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงว่าเป็นเรื่องส่วนบุคคล หรือเรื่องภายในครอบครัวให้กลายมาเป็นเรื่องี่ทุกคนที่เป็นสมาชิกของสังคม การให้ความรู้เกี่ยวกับโทษ พิษภัยของการดื่มแอลกอฮอล์ และการกระทำที่ผิดกฎหมายเมื่อดื่มแอลกอฮอล์



2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในระดับทุติยภูมิ เป็นข้อเสนอเพื่อดำเนินการป้องกันไม่ให้ผู้ที่มีการใช้ความรุนแรงจากการดื่มแอลกอฮอล์ใช้ความรุนแรงที่เพิ่มขึ้น และควบคุมพฤติกรรม การใช้ความรุนแรง ในระดับบุคคล และครอบครัว ได้แก่ การลดการเข้าถึงการดื่มแอลกอฮอล์และสิ่งกระตุ้น เพื่อจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนสารเสพติดที่เข้ามาเกี่ยวข้อง และเน้นการสื่อสารในทางบวก ลดการสื่อสารในทางลบในระดับสังคม ได้แก่ การสร้างค่านิยมการดื่มแอลกอฮอล์อย่างรับผิดชอบ การให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการใช้ความรุนแรงอย่างทันทั่วทั้งที่ และการสร้างความตระหนักร่วมกันของคนในสังคมเกี่ยวกับเรื่องของความรุนแรง ผ่านการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในสังคม

3) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายระดับตติยภูมิ เป็นข้อเสนอเพื่อป้องกันการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิง การกลับไปกระทำความรุนแรงซ้ำ และช่วยให้สังคมมีความตระหนักและตื่นตัวความรุนแรงในผู้หญิงเพิ่มขึ้น ตลอดจนเป็นแนวทางในการป้องกันการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงอย่างยั่งยืน ได้แก่ การจัดเวทีเพื่อการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เคยกระทำความรุนแรง หรือเคยใช้ความรุนแรงในผู้หญิงที่มีสาเหตุมาจากการดื่มแอลกอฮอล์ได้มีโอกาสมาบอกเล่าเรื่องราวของตนเองให้กับสังคมได้รับฟัง การปรับเปลี่ยนค่านิยมทางทางสังคมเกี่ยวกับบทบาททางเพศที่ไม่มีฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเป็นผู้มีอำนาจเหนือกว่า และการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับความเท่าเทียมทางเพศ





การเสวนา การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



“ประสบการณ์ของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย ที่ดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราว”

นางสาวนิชกุล ชันบุตรศรี

อาจารย์สังกัดสาขาวิชาการพยาบาลสุขภาพจิตและจิตเวช คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ความสำคัญของปัญหา

การดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราว (binge drinking) คือ การดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณมากในระยะเวลาอันสั้น ตามนิยามของ National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA) การดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราว หมายถึงการดื่มสุราให้ความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ในเลือด (BAC) เท่ากับหรือมากกว่า 0.08% ซึ่งจะเท่ากับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5 ดื่มมาตรฐานขึ้นไปในผู้ชายและ 4 ดื่มมาตรฐานขึ้นไปในผู้หญิง การดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวนี้เป็นปัญหาที่พบได้บ่อยในหมู่วัยรุ่น โดยเฉพาะในวัยรุ่นหญิง ซึ่งเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย จิตใจ และสังคมอย่างมาก สถิติการดื่มลักษณะนี้เพิ่มขึ้นมากในวัยรุ่นหญิงตอนปลาย (อายุ 18 – 24 ปี) ทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยด้วย

การดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวในวัยรุ่นหญิงตอนปลาย สามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ทั้งทางร่างกายและจิตใจ อีกทั้งเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาหลายด้านตามมา ได้แก่ เพิ่มความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพจิต เช่น ภาวะซึมเศร้า โรควิตกกังวล และโรคจิตเภท เพิ่มความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพร่างกาย เช่น โรคตับ โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคกระดูกพรุน ภาวะมีบุตรยาก และมะเร็งเต้านม เพิ่มความเสี่ยงต่อปัญหาพฤติกรรม เช่น อุบัติเหตุทางรถยนต์ การทะเลาะวิวาท การทำร้ายร่างกาย การละเมิดทางเพศ และการใช้สารเสพติดอื่นๆ เพิ่มความเสี่ยงต่อปัญหาการเรียน เช่น ผลการเรียนตกต่ำ การขาดเรียน และไม่จบการศึกษา นอกจากนี้ยังเพิ่มความเสี่ยงต่อความสัมพันธ์ เช่น การทะเลาะวิวาทกับครอบครัวและเพื่อน การถูกทอดทิ้ง และการถูกทำร้ายร่างกาย เป็นต้น

แม้ว่าจะมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดื่มสุราที่หลากหลาย แต่ทว่าการศึกษาที่เฉพาะเจาะจงที่ทำให้เข้าใจปัจจัยสาเหตุการตัดสินใจดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวในวัยรุ่นหญิงยังมีน้อยมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสังคมไทย การดื่มสุราในผู้หญิงไม่ได้เป็นที่ยอมรับมากนัก เนื่องจากวัฒนธรรมแบบชายเป็นใหญ่ที่มองว่าการดื่มสุราเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับความเป็นผู้หญิงที่ต้องมีภาพลักษณ์ที่เรียบร้อย เป็นแม่บ้าน ดูแลครอบครัว แต่สถิติการดื่มสุราปัจจุบันกลับพบว่า การดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวในผู้หญิงไทยเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนักดื่มหน้าใหม่ที่ เป็นวัยรุ่นหญิงมากขึ้น การทำความเข้าใจมุมมอง ทศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวผ่านมุมมองของวัยรุ่นหญิงไทยตอนปลายที่มีประสบการณ์การดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อจะได้ออกแบบแนวทางการป้องกันและลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต



วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่ออธิบายความหมายประสบการณ์ชีวิตของวัยรุ่นหญิงตอนปลายที่ดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราว โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ คือ

- 1) เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวผ่านมุมมองของวัยรุ่นหญิงตอนปลายที่มีประสบการณ์การดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราว
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยและผลกระทบจากการดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวผ่านมุมมองของวัยรุ่นหญิงตอนปลายที่มีประสบการณ์การดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา โดยใช้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยาการตีความของ Heidegger ที่เน้นการศึกษาประสบการณ์ชีวิตของบุคคลค้นหาความหมายของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในหลาย ๆ ด้าน โดยการศึกษาจากภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันมาเป็นภาษาสากลที่สามารถอธิบายให้เกิดความเข้าใจโดยไม่มีการทำลายหรือบิดเบือนความหมายเดิม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) และแบบบอกต่อ (snowball technique) ผู้ให้ข้อมูล คือ วัยรุ่นหญิงตอนปลายที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี มีประสบการณ์ดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราว โดยมีปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4 ดื่มมาตรฐานขึ้นไปในโอกาสการดื่ม 1 ครั้ง ซึ่งประสบการณ์นี้เกิดขึ้นอย่างน้อย 1 ครั้งในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 20 คน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยกระบวนการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) ตามขั้นตอนของ Braun & Clarke (2006)





ผลการศึกษาเบื้องต้น

วัยรุ่นหญิงตอนปลายมองว่าการดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวเป็นการระบายความเครียด เป็นการแสดงออกได้อย่างอิสระ และเป็นการปลดปล่อยตนเอง ซึ่งมีลักษณะการดื่มที่เฉพาะเจาะจง โดยเป็นการดื่มหนักแบบผสมเครื่องดื่มหลายชนิด เป็นการดื่มมากแบบเกินขีดของตนเอง (ดื่มมากจนควบคุมร่างกายไม่ได้ ดื่มมากจนควบคุมอารมณ์ไม่ได้) เป็นการดื่มเต็มที่ในโอกาสพิเศษ และเป็นการดื่มนานๆได้แบบไร้กังวล ซึ่งมีสาเหตุของการดื่มหนักเป็นครั้งคราวนี้มาจากความเครียดและความกดดันที่ได้รับจากการเรียนและการใช้ชีวิตในสังคมเป็นหลัก ทั้งยังได้รับอิทธิพลจากเพื่อนและครอบครัวที่สนับสนุนให้ดื่มหนักเพื่อเป็นประสบการณ์ไว้ป้องกันกรถูกมอมเหล้าในอนาคต นอกจากนี้วัยรุ่นหญิงตอนปลายยังมองว่าการดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวมีผลกระทบต่อกรดำเนินชีวิตทั้งด้านการเรียนและการเงินของตน นอกจากนี้วัยรุ่นหญิงยังรับรู้ว่าการดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวนี้อาจทำให้เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุและเสี่ยงต่อการถูกล่วงละเมิดทางเพศได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเบื้องต้นพบว่า วัยรุ่นหญิงตอนปลายมีมุมมองต่อการดื่มหนักที่หลากหลายและซับซ้อน แม้ว่าจจะทราบถึงผลกระทบแต่ก็ยังคงพฤติกรรมกรดื่มหนักเป็นครั้งคราวอยู่ เพราะมองว่าเป็นพฤติกรรมที่ปกติในสังคมและไม่ส่งผลเสียร้ายแรงมากในอนาคต ปรัชการณนี้จึงควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสร้างแนวทางหรือโปรแกรมการป้องกันกรดื่มสุราแบบหนักเป็นครั้งคราวในวัยรุ่นหญิงเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดจากพฤติกรรมกรดื่มหนักเป็นครั้งคราวต่อไป





เวทีแลกเปลี่ยนจังหวัดนำร่อง SAFER Thailand



“มาทำความรู้จัก SAFER Thailand”

นพ.นิพนธ์ ชินานนท์เวช

ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

SAFER กรอบนโยบายขององค์การอนามัยโลกเพื่อสร้างสังคมปลอดภัยจากปัญหาผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เริ่มใช้ตั้งแต่ พ.ศ. 2561 เป็นเครื่องมือที่จัดทำขึ้นโดยองค์การอนามัยโลกร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ได้แก่ โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) คณะทำงานอย่างเป็นทางการแห่งสหประชาชาติเรื่องโรคไม่ติดต่อ (UN INTERAGENCY TASK FORCE ON NCDs) องค์กร NGO ระหว่างประเทศ IOGT INTERNATIONAL แนวร่วมโรคไม่ติดต่อ (NCD Alliance) องค์กร NGO Vital Strategies เครือข่ายแอลกอฮอล์ระดับโลก (Global Alcohol policy Alliance) วัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนประเทศสมาชิกในการลดการตาย การเจ็บป่วย และการบาดเจ็บ ที่มีสาเหตุจากการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเป็นอันตราย เพิ่มความเข้มแข็งของยุทธศาสตร์โลกในการลดอันตรายจากแอลกอฮอล์ (The Global strategy to reduce the harmful use of alcohol) และใช้ SAFER ร่วมกับเครื่องมืออื่นขององค์การสหประชาชาติ (United Nations) เช่น แผนปฏิบัติการโลกในการป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อ เป้าหมายการควบคุมป้องกันโรคไม่ติดต่อ (NCD 9 Global targets) เป้าหมายที่ 2 ปัญหาจากการดื่มแอลกอฮอล์ลดลง ร้อยละ 10 และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) เป้าหมาย 3.5 เสริมการป้องกันและการรักษาการใช้สารในทางที่ผิด ซึ่งรวมถึงการใช้ยาเสพติดในทางที่ผิดและการใช้แอลกอฮอล์ในทางอันตราย โดยกำหนดมาตรการที่มีประสิทธิภาพ คุ้มทุนสูง ส่งผลกระทบบนการปกป้องสุขภาพของประชากรจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อ้างอิงตามหลักฐานวิชาการ มีหลักการปฏิบัติโดยมุ่งมั่นดำเนินนโยบาย (Implementation) ตามแนวทาง SAFER ในระดับประเทศ มีการกำกับติดตาม (Monitoring) ที่เข้มแข็งสนับสนุนการดำเนินนโยบาย ทำให้เกิดการตรวจสอบ และติดตามความก้าวหน้า และการปกป้อง (Protection) เอกภาพของนโยบายและมาตรการหลักเพื่อประโยชน์ด้านสาธารณสุข และปกป้องการแทรกแซงของธุรกิจแอลกอฮอล์ที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ทางการค้า





SAFER ประกอบด้วย 5 มาตรการหลัก ดังนี้

- 1) การสร้างความเข้มแข็งในการควบคุม และจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางกายภาพ (Strengthen restrictions on alcohol availability)
- 2) ยกระดับและบังคับใช้มาตรการควบคุมพฤติกรรมขับขี่ยานพาหนะหลังการดื่ม (Advance & enforce drink driving counter measures)
- 3) เสริมการเข้าถึงบริการคัดกรอง บำบัดแบบสั้น และบำบัดรักษาผู้มีปัญหาเกี่ยวกับการดื่มสุรา (Facilitate access to screening, brief interventions & treatment)
- 4) บังคับใช้กฎหมายห้าม หรือจำกัดการโฆษณา การให้ทุนอุปถัมภ์ และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Enforce bans or comprehensive restrictions on alcohol advertising, sponsorship, & promotion)
- 5) ขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านระบบภาษีสรรพสามิต และมาตรการทางด้านราคาอื่นๆ (Raise prices on alcohol through excise taxes & pricing policies)

ประเทศไทยได้นำนโยบาย SAFER มากำหนดเป็นแผนปฏิบัติการด้านควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับชาติ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2565 – 2570) โดยกำหนดมาตรการสำคัญในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับประเทศไทย เป้าหมายเพื่อควบคุมขนาดและความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 7 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 ควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กลยุทธ์ที่ 2 ควบคุมพฤติกรรมการขับขี่หลังการดื่ม

กลยุทธ์ที่ 3 คัดกรองและบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากสุรา

กลยุทธ์ที่ 4 ควบคุมการโฆษณา ส่งเสริมการขาย และการให้ทุนอุปถัมภ์

กลยุทธ์ที่ 5 ขึ้นราคาผ่านระบบภาษี

กลยุทธ์ที่ 6 สร้างค่านิยมเพื่อลดการดื่ม

กลยุทธ์ที่ 7 ระบบสนับสนุนและบริหารจัดการที่ดี



และเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงเกิดเครือข่าย SAFER Thailand โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อขับเคลื่อนงานควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บรรลุตามแผนปฏิบัติการด้านควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับชาติ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2565 – 2570) ซึ่งสอดคล้องกับกรอบนโยบายขององค์การอนามัยโลก SAFER เริ่มต้นจากการประสานความร่วมมือกันของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำนักงานพัฒนาโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา และศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน



โดยมีแนวคิดในการริเริ่มโครงการ 5 จังหวัดนำร่อง จังหวัดปลอดภัยด้วยนโยบายแอลกอฮอล์ (SAFER Province) ในจังหวัดเชียงราย ศรีสะเกษ ฉะเชิงเทรา นครศรีธรรมราช และปัตตานีโดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อผลักดันให้เกิดนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด
- 2) เพื่อผลักดันให้เกิดกลไกจังหวัดที่เข้มแข็งในการดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 3) เพื่อระดมทุนทางสังคม/ งบประมาณสนับสนุนการทำงานในพื้นที่แบบมีเป้าหมายร่วมกัน
- 4) เพื่อให้เกิดโครงสร้างการดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชัดเจนในพื้นที่
- 5) เพื่อให้เกิดการบูรณาการกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 6) เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน

โดยมีเป้าหมายสนับสนุนให้เกิดการดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยประยุกต์ใช้แผนปฏิบัติการด้านควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับชาติ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2565 – 2570) ให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่เพื่อเป็นต้นแบบในการขยายผลให้ครอบคลุมทั่วประเทศ





ติดตามข่าวสารและเอกสารวิชาการด้านแอลกอฮอล์ได้ที่

เว็บไซต์ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

<https://cas.or.th/>

ระบบฐานข้อมูลแอลกอฮอล์ไทย

<https://alcoholstudy.in.th/>

เพจเฟซบุ๊กศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

<https://www.facebook.com/cas.org.th>

ติดต่อสอบถาม 074-451165, 083-5775533