การพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก

Development of a Campaign to Reduce Alcohol Consumption in the Eastern European Drinking Water Community Network

เฉลิมเกียรติ จอมแก้ว[1]
Chalermkait Jomkaew[1]

Received: 26 September 2018 Revised: 30 November 2018 Accepted: 16 December 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก 2) เพื่อศึกษาปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ ที่สนับสนุนในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก และ 3) เพื่อพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก โดยใช้การวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามและการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประชากรคือประชาชนทั่วไปจาก 9 จังหวัด จำนวน 6,159,357 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่มๆ ละ 400 ราย รวมทั้งสิ้น 800 ราย และใช้การสุ่มสะดวก สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ประกอบด้วย ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ สถิติ t-Test และการหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสถิติทดสอบ Correlation และ Multi Regression

การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้องค์ประกอบและวิธีการกำหนดแนวทางของกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 3 ท่าน ตัวแทนบุคคลพื้นที่ต้นแบบจำนวน 3 ท่าน ผู้ประสานงานจังหวัดในภาคตะวันออก จำนวน 3 ท่าน คนต้นแบบเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 1 ท่าน ที่ปรึกษาเครือข่ายประชาคมงดเหล้า จำนวน 1 ท่าน สื่อมวลชน จำนวน 1 ท่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 12 ท่าน ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ใจความ และเสริมด้วยการวิเคราะห์บริบท รวมทั้งจะใช้วิธีวิเคราะห์แบบการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อทำให้เข้าใจมโนทัศน์และความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์มากยิ่งขึ้น

การวิจัยเชิงคุณภาพแบบสนทนากลุ่ม (Focus Groups) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นเป้าหมายหลักประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จำนวน 2 ท่าน ผู้จัดการหรือตัวแทนผู้จัดการของสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) จำนวน 1 ท่าน ผู้รับผิดชอบแผนงานในสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) จำนวน 1 ท่าน ที่ปรึกษาเครือข่ายประชาคมงดเหล้า จำนวน 1 ท่าน นักวิชาการภาคตะวันออก จำนวน 1 ท่าน และผู้ประสานงานภาคเครือข่ายประชาคมงดเหล้า จำนวน 3 ท่าน รวมจำนวนทั้งหมด 9 ท่าน โดยใช้การคัดเลือกเป็นไปตามคุณสมบัติแบบเฉพาะเจาะจงในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ใจความ (Textual Analysis) และเสริมด้วยการวิเคราะห์บริบท รวมทั้งจะใช้วิธีวิเคราะห์แบบการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อทำให้เข้าใจมโนทัศน์และความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์มากยิ่งขึ้น

[1] นักศึกษาปริญญาเอก สาขาการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

[1] Ph.D. in Management Development. Rajanagarindra Rajabhat University.

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก มีองค์ประกอบทั้งสิ้น 6 ส่วนได้แก่ 1) ด้านสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ 2) ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไร 3) ด้านการรณรงค์ของภาครัฐ 4) ด้านการเปิดรับข่าวสารของประชาชน 5) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 6) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนซึ่งจะเป็นแนวทางในการบริหารจัดการของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงมีความสอดคล้องกับเป้าหมายในการสร้างผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุดซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน เศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติ ต่อไป

คำสำคัญ : การพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์, ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, เครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก

Abstract

The purpose of this research was to 1) Study the current status of an alcohol reduction campaign. 2) Study factors contributing to current conditions. 3) Determine a strategy for a campaign that will reduce the use of alcoholic beverages in the Eastern European Drinking Water Community Network. Research was conducted in a quantitative way with questionnaires, qualitative research, in-depth interviews and focus group discussions. Population was 6,159,357 from 9 provinces. The study used 400 samples; they were divided into 2 groups for statistical analysis. Statistics used in the research were percentage, frequency, t-test, and correlation using correlation and Multi regression. Theory was consistent with empirical data. Qualitative research, including in-depth interviews, was used to obtain the elements and methods for defining strategies for the Alcohol Abuse Network's Alcohol Abortion Campaign. Experts consisted primarily of these: government representatives, 3 Eastern district coordinators, 3 drinkers, 1 alcoholic, and 1 consultant from the Network for Alcohol Consumers. Mental analysis reinforced by context analysis was used. The content analysis method was used so as to better understand the concept and relationship between concepts. Key informants for focus groups included the manager from the Office of Abstinence Network who is responsible for the plan in the office of the organization network for abstaining from alcoholic beverages, 1 person from the Consultant Network for Alcohol Consumers, an Eastern Academician and the Coordinator of the Community Network for Alcohol Abuse. Textual analysis and context analysis were used. In addition, the content analysis method was used to better understand the concept and relationship between the concepts.

The research found that plans for developing strategies to drive alcohol reduction campaigns in the Eastern European Network for Drinking Liquor consisted of 6 components: 1) Media use in the campaign, 2) participation of government agencies and non-profit organizations, 3) public sector campaigns, 4) exposure to the public, 5) involvement of alcoholic beverage entrepreneurs, and 6) participation of the public, of whom will provide the guiding principles for the management of all parties involved.

Keywords: Development of Strategies to Drive the Campaign, Reduce Alcohol Consumption, The Eastern European Network for Drinking Liquor

บทนำ

องค์การอนามัยโลกมีข้อมูลแสดงว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งถูกกฎหมายในเกือบทุกประเทศทั่วโลก ทั้งที่ พบว่าก่อให้เกิดผลกระทบทางสุขภาพในเชิงลบเป็นสาเหตุของความเจ็บป่วยกว่า 60 โรค และส่งผลกระทบทั้งต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมซึ่งการศึกษาระดับนานาชาติประมาณต้นทุนทางสังคมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีมูลค่า ระหว่าง ร้อยละ 1.1 ถึง 6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ หรือคิดเป็นมูลค่าระหว่าง 210,000 ถึง 665,000 ล้านเหรียญสหรัฐ (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2556, หน้า 2) และก่อให้เกิดปัญหาต่อสุขภาวะทางกาย จิต สังคมของประชากรไทยและยังก่อให้เกิดโรคภัยกว่า 60 ชนิด รวมทั้งยังมีผลกระทบไปถึงครอบครัว บุคคลรอบข้าง ชุมชน สังคมและประเทศ อีกด้วย (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2559) และจากการสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรในปี 2559 พบว่าผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 55 ล้านคน เป็นเพศชายสูงกว่าผู้หญิง 5 เท่า และกลุ่มวัยทำงาน (25-59 ปี) มีอัตราสูงกว่ากลุ่มอื่นคือร้อยละ 37.3 แม้แต่กลุ่มผู้สูงอายุก็ยังมีการดื่มสูงถึงร้อยละ 16.6 อายุเฉลี่ยโดยรวม 20.3 ปี และมีปริมาณเพิ่มสูง คิดเป็นร้อยละ 0.9 หรือเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 462,200 คน ต่อปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560, หน้า 25-29) ซึ่งในปัจจุบันสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) จะเป็นองค์กรหลักที่ทำงานในรูปแบบของเครือข่ายภาคประชาสังคมกับภาครัฐโดยใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปี 2551 เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรในประเทศ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (2556, หน้า 14) ได้ศึกษาถึงสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทยและได้พัฒนาองค์ความรู้ต่างๆ เผยแพร่ต่อสาธารณชนเกี่ยวกับอันตรายไว้เป็นจำนวนมาก ซึ่งการจะลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนไทย นั่นสิ่งสำคัญคือการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ เพื่อสร้างความตะหนักให้เห็นโทษอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ รวมทั้งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนให้เข้ามามีส่วนร่วม ในการขับเคลื่อนการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและเกิดความยั่งยืน

ดังนั้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นจุดสำคัญ การสร้างจิตสำนึกในความผิดชอบที่ทุกคนเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นในการปฏิบัติภารกิจนี้ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าที่มีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์เพื่อสร้างการรับรู้ ในปัญหาที่เกิดขึ้นและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมเป็นอย่างมากผ่านสื่อกลางต่างๆ เช่น การพูดคุยกันในครอบครัว/ชุมชน ผ่านระบบการศึกษา สื่อมวลชนหรือองค์การของรัฐ เพื่อให้มีการสร้างและพัฒนาค่านิยม ทัศนคติในการมีส่วนร่วมในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนอย่างมาก (กรมควบคุมโรค, กระทรวงสาธารณสุข, 2553, หน้า 82) การแก้ปัญหาดังกล่าวหน่วยงานภาครัฐควรมีการพัฒนาการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้ลดน้อยลงโดยเป็นการใช้การสื่อสารที่มีอย่างหลากหลาย เช่น การโฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เป็นการผสมผสานวิธีการเหล่านี้เข้าด้วยกันผ่านช่องทางเครือข่ายสถานีวิทยุ โทรทัศน์ สถานีวิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ หอกระจายข่าวที่เป็นการสื่อสารสาธารณะ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมทุกวิถีทางให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้หมดไปหรือก่อให้เกิดผลสูงสุด โดยข่าวสารจะถูกเชื่อมต่อกันอย่างแยบยล ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการสื่อสารให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม ด้วยข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกเพื่อช่วยในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ค่านิยมทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมใหม่ตามความต้องการ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารเพื่อการรณรงค์และการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเริ่มด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด จากการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เหมาะสมกับสถานการณ์ ที่จะกระตุ้นให้เกิดการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มากขึ้น (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), 2560)

นอกจากนั้นจากสภาพปัจจุบัน สิ่งที่จะทำให้เกิดความสำเร็จได้ตามเป้าหมายคือการพัฒนาการรณรงค์ด้วยสื่อดิจิทัลที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว เป็นระบบการสื่อสารที่มีความเป็นสากล คนในสังคมเรียนรู้ประสบการณ์เกี่ยวกับการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายขึ้น เช่น ผู้ดื่มแอลกอฮอล์จะทราบถึงผลกระทบที่จะสร้างความเสียหายให้กับตนเอง เป็นต้น การรณรงค์ด้วยสื่อดิจิทัลจึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในระบบออนไลน์ เป็นต้น จากสภาพสังคมในปัจจุบันที่อยู่ในสภาวะถดถอย (คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, สำนักงาน, 2552) การใช้การรณรงค์ด้วยสื่อดิจิทัลเพื่อเป็นการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าจะเป็นเครื่องมือที่ดีที่สุด ที่จะมีบทบาทหน้าที่ตามแผนกลยุทธ์เพื่อทำให้มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง และจำเป็นต้องอาศัยการวางกลยุทธ์การสื่อสาร ให้สอดคล้องต่อเนื่องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างการรับรู้ไปยังผู้ดื่มแอลกอฮอล์และเกิดการคุ้นเคยในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดเวลา สร้างการตระหนักรู้สร้างภาพลักษณ์ของการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในด้านเสียหายให้มีความเชื่อมโยงอยู่ในความทรงจำของผู้ดื่มแอลกอฮอล์ตลอดเวลา (เครือข่ายวิชาการวิจัยและข้อมูลด้านสารเสพติดในภาคใต้, 2554, หน้า 33)

เครือข่ายประชาคมงดเหล้า ได้มีการดำเนินการพัฒนากลยุทธ์เพื่อการงดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยการลด ละ เลิก ซึ่งผลที่ได้ยังไม่เป็นที่น่าพอใจและยังห่างไกลจากเป้าหมายตามที่ทุกฝ่ายคาดหวัง เพราะผู้ที่ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังคงที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่หน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนอื่นๆ ยอมเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากในความพยายามใช้กลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างการรับรู้ ทัศนคติในเรื่องของการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เกิดขึ้นในสายตาของผู้ดื่มแอลกอฮอล์ให้ได้มากที่สุดและพยายามจะรักษาไว้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการรณรงค์ด้วยสื่อดิจิทัลในการโฆษณา การส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ดื่มแอลกอฮอล์ พบเห็นแล้วเกิดความคุ้นเคยตลอดเวลา (พิชัย แสงชาญชัย และคณะ, 2552, หน้า 27) เป็นการตอกย้ำและสร้างการจดจำในสถานการณ์ที่ผู้ดื่มแอลกอฮอล์ตัดสินใจเลือกการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากขึ้น แม้มีสื่อที่สามารถใช้ได้เป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังต้องทบทวนดูว่าควรใช้ช่องทางไหนที่มีความคุ้มค่ามากที่สุด เพราะค่าใช้จ่ายจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ มีราคาสูงขึ้น แต่ได้ผลคงเดิมหรือน้อยกว่าเดิม เท่ากับประสิทธิภาพลดลง ทั้งนี้เพราะค่าโฆษณามีการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้นทุกปีเช่น โทรทัศน์ ช่อง 3 ปรับราคาค่าสื่อในช่วง Prime Time เพิ่มขึ้น 17-25% ช่อง 7 เพิ่มขึ้น 15 % ขณะเดียวกันผู้ดื่มแอลกอฮอล์กลับให้ความสนใจลดน้อยลงเพราะเกิดความเบื่อหน่ายในการรับชม เนื่องจากมีสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ เพิ่มจำนวนขึ้นและได้แข่งขันการนำเสนอข้อมูลข่าวสารนี้มากขึ้น ซึ่งปัญหาในการพัฒนากลยุทธ์การรณรงค์ด้วยสื่อดิจิทัลในการขับเคลื่อนการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก จึงต้องมีการสรรหาเครื่องมือการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ไปสู่ผู้ดื่มแอลกอฮอล์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและใช้งบประมาณน้อยที่สุด การลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ประสบความสำเร็จจะมีความสอดคล้องกับความต้องการหรือ

ความปรารถนาของผู้ดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดด้วย ซึ่งกลยุทธ์การรณรงค์ด้วยสื่อดิจิทัลจะเป็นการกำหนดชุดของลักษณะเฉพาะในการสร้างปัจจัยเชื่อมโยงให้แสดงถึงแก่นแท้ที่เป็นส่วนสำคัญและความครบถ้วนสมบูรณ์ที่มีต่อการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่ง ปัจจัยเหล่านี้สร้างขึ้นผ่านผู้มีส่วนได้เสียในภาพรวมเพื่อให้ประสบความสำเร็จในเป้าหมายตามที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกมีสถิติในการดื่มเหล้าค่อยข้างสูงของประเทศในการพัฒนาการรณรงค์ ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก้ไขปัญหาได้ตรงจุด ทำให้ลดปัญหาการดื่มสุราได้ในที่สุด จากการทำงานร่วมกันของเครือข่ายองค์กรงดเหล้า ระหว่างภาครัฐและภาคประชาชนร่วมกันอย่างเข้มแข็งซึ่งมีกิจกรรมที่น่าสนใจเช่นสาธิตเครื่องมือช่วยเลิกบุหรี่ ระบบการบันทึกข้อมูลผู้เลิกบุหรี่อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบครัวปลอดเหล้า คนหัวใจหิน คนหัวใจเพชร และชุมชนต้นแบบ กลุ่มเยาวชนนักรณรงค์ลดละเลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พัฒนาระบบบริหารจัดการสุขภาวะอย่างมีส่วนร่วม สร้างกลไกสนับสนุนส่งเสริมเครือข่ายให้ทำงานร่วมกันสู่การเป็นเมืองสุขภาวะอย่างยั่งยืนเป็นต้น

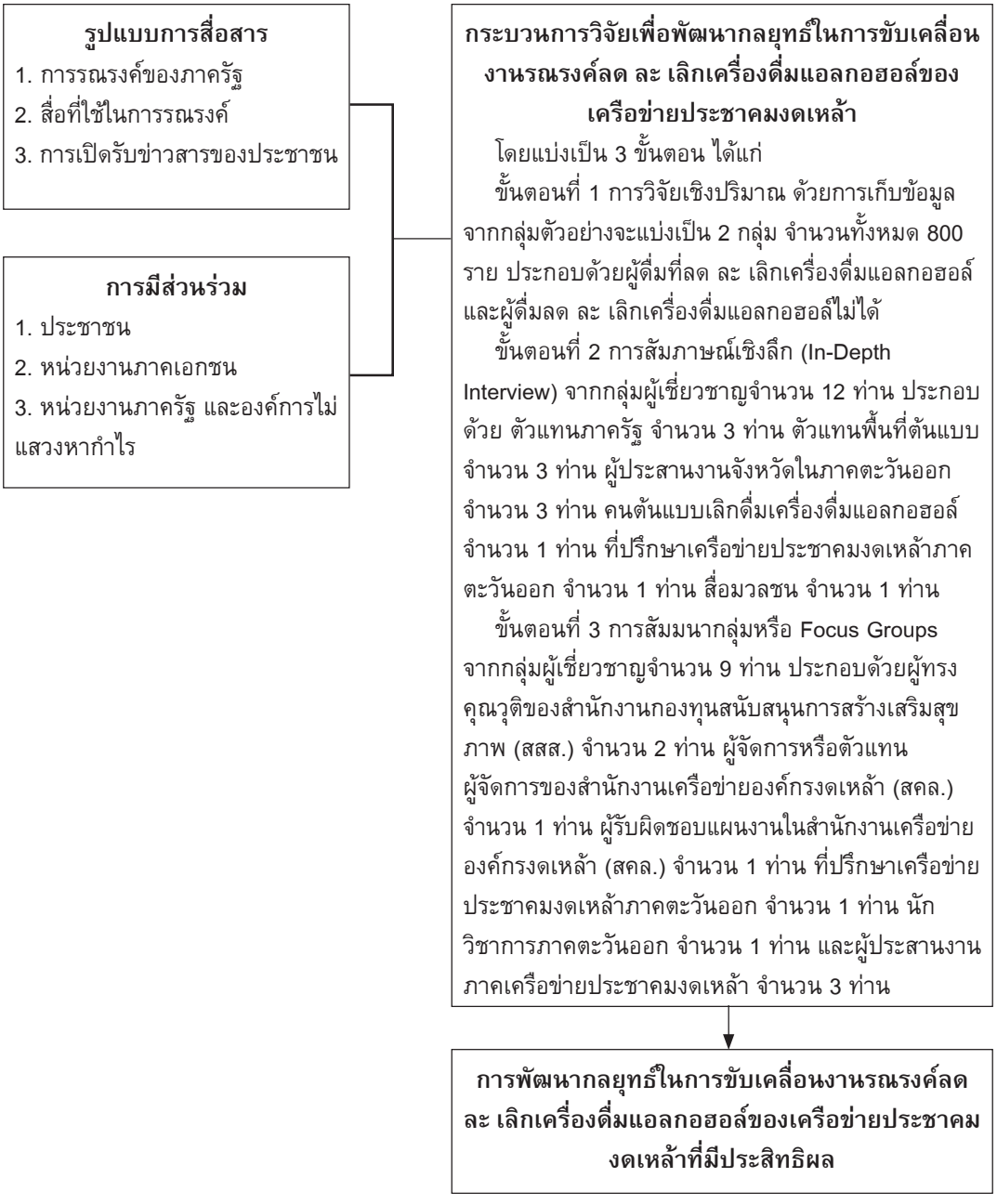
จากความสำคัญและปัญหาที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก” เพื่อทำการค้นหาแนวทางที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งการค้นหาว่ามีปัจจัยที่เป็นอุปสรรคหรือเป็นปัจจัยเสริมในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อสร้างองค์ความรู้ แนวทางที่มีประสิทธิผลให้มากที่สุด และข้อค้นพบในงานวิจัย สามารถนำไปใช้ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ สร้างความยั่งยืนในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ให้ทำความเสียหายเกิดขึ้น สร้างกระบวนการ และรูปแบบงานรณรงค์ที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลก่อให้เกิดประโยชน์กับประชาชนใน 9 จังหวัดภาคตะวันออก และประเทศชาติอย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ ที่สนับสนุนในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก
3. เพื่อพัฒนาการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ได้สรุปมาเป็นตัวแปรในกรอบแนวคิด ได้แก่ 1) แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ 2) แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3) แนวคิด เกี่ยวกับการสื่อสารด้วยสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก 4) แนวคิด ทฤษฎีการมีส่วนร่วม และ 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย นำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ นำมา บูรณาการ เพื่อให้ครอบคลุมในการตอบคำถามทุกประเด็นของวัตถุประสงค์ในงานวิจัย สรุปเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยแสดงด้วยภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ใช้ดำเนินการวิจัยแบบผสมวิธีในรูปแบบการวิจัยเชิงผสมผสานด้วยการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญและ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบสนทนากลุ่ม (Focus Groups) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ แบบวัดผลครั้งเดียว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ

รวบรวมข้อมูลประชากรคือประชาชนทั่วไปใน 9 จังหวัด ที่มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 6,159,357 คน และจากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้จำนวนทั้งสิ้น = 399.98 คน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างจะแบ่งเป็น 2 กลุ่ม จำนวนทั้งหมด 800 ราย ประกอบด้วยผู้ดื่มที่ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้และผู้ดื่มลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้ในการสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการคัดเลือกแบบตามสะดวก ให้ได้ครบตามจำนวนเป้าหมายเพื่อมาทำการประมวลผล

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจะใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาของแบบสอบถามด้วยการหาค่า IOC จากคณะผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เป็นผู้ให้คะแนนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาไม่ต่ำกว่า .70 และใช้การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความเชื่อถือ โดยนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่สุ่ม จำนวน 30 ราย สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ของกลุ่มตัวอย่าง การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่มโดยใช้สถิติ T-Test กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ที่ระดับ 0.05 และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสถิติทดสอบ Correlation, Multi Regression

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาองค์ประกอบของกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้า เพื่อให้ได้แนวทางที่เหมาะสมโดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักผู้เชี่ยวชาญซึ่งได้มาด้วยการเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 3 ท่าน ตัวแทนพื้นที่ต้นแบบจำนวน 3 ท่าน ผู้ประสานงานจังหวัดในภาคตะวันออก จำนวน 3 ท่าน คนต้นแบบเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 1 ท่าน ที่ปรึกษาเครือข่ายประชาคมงดเหล้า จำนวน 1 ท่าน สื่อมวลชน จำนวน 1 ท่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 12 ท่าน ในการวิเคราะห์ใจความ (Textual Analysis) และเสริมด้วยการวิเคราะห์บริบท (Contextual Analysis) รวมทั้งจะใช้วิธีวิเคราะห์แบบการวิเคราะห์สาระ (Content Analysis) เพื่อทำให้เข้าใจมโนทัศน์และความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์มากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพแบบสัมมนากลุ่ม หรือ Focus Groups

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญช่วยให้สามารถกำหนดรายละเอียดของกลยุทธ์การพัฒนาได้ชัดเจนยิ่งขึ้นจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริงในทุกมิติ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป้าหมายหลักประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จำนวน 2 ท่าน ผู้จัดการหรือตัวแทนผู้จัดการของสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) จำนวน 1 ท่าน ผู้รับผิดชอบแผนงานในสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) จำนวน 1 ท่าน ที่ปรึกษาเครือข่ายประชาคมงดเหล้า จำนวน 1 ท่าน นักวิชาการภาคตะวันออก จำนวน 1 ท่าน และผู้ประสานงานภาคเครือข่ายประชาคมงดเหล้า จำนวน 3 ท่าน รวมจำนวนทั้งหมด 9 ท่าน เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าซึ่งการคัดเลือกเป็นไปตามคุณสมบัติที่เป็นเป้าหมายของการวิจัยแบบเฉพาะเจาะจง ในการวิเคราะห์ใจความ (Textual Analysis) และเสริมด้วยการวิเคราะห์บริบท (Contextual Analysis) รวมทั้งจะใช้วิธีวิเคราะห์แบบการวิเคราะห์สาระ (Content Analysis) เพื่อทำให้เข้าใจมโนทัศน์และความสัมพันธ์ระหว่าง

มโนทัศน์มากยิ่งขึ้น มีการเชื่อมโยงผลที่มีลักษณะของนามธรรมที่วิเคราะห์ได้มาดำเนินการให้มีลักษณะเป็นรูปธรรมรวมทั้งมีการบูรณาการวิธีการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อจะได้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ต่อไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

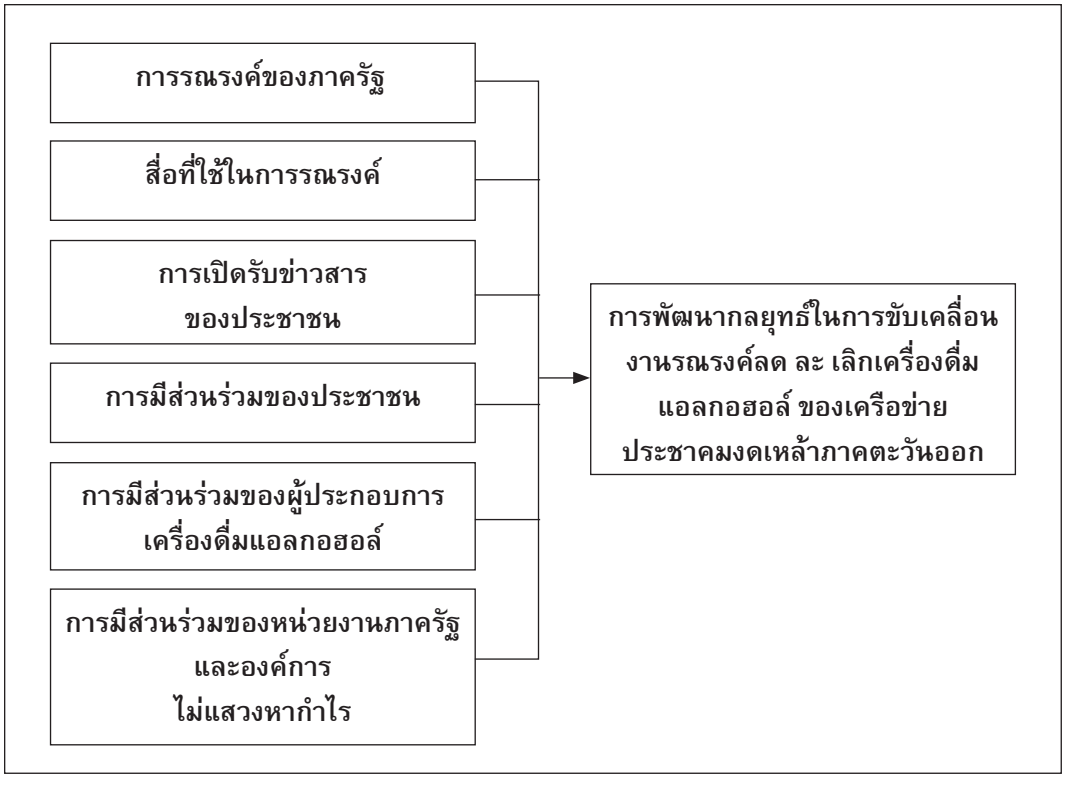
ผลการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก ดังแสดงด้วยตารางที่ 1 ตารางที่ 2 และ ภาพที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในภาพรวมรายด้าน

ภาพรวมรายด้าน	งดได้		งดไม่ได้		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	ความสำคัญ
1. ด้านการรณรงค์ของภาครัฐ	3.86	.846	3.83	.740	มาก
2. ด้านสื่อที่ใช้ในการรณรงค์	3.73	.670	3.71	.687	มาก
3. ด้านการเปิดรับข่าวสารของประชาชน	3.88	.856	3.86	.815	มาก
4. ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน	4.00	.667	3.98	.693	มาก
5. ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคเอกชน	3.86	.647	3.84	.700	มาก
6. ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไร	3.89	.630	3.86	.674	มาก
7. ด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.85	.702	3.83	.696	มาก
8. ด้านการใช้ Mobile	3.90	.727	3.86	.709	มาก
9. ด้านการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่ม	3.82	.727	3.79	.709	

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.049	0.148			
ด้านการรณรงค์ของภาครัฐ	0.231	0.029	0.235	9.454*	0.000
ด้านสื่อที่ใช้ในการรณรงค์	0.321	0.032	0.334	13.79*	0.000
ด้านการเปิดรับข่าวสารของประชาชน	0.196	0.034	0.195	7.81*	0.000
ด้านประชาชน	0.102	0.042	0.110	2.45*	0.015
ด้านผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	0.152	0.044	0.138	3.47*	0.001
ด้านหน่วยงานภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไร	0.319	0.046	0.339	7.04*	0.000



ภาพที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก พบว่า 1) เปรียบเทียบความสำคัญเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของประชาชนด้านการรณรงค์ของภาครัฐจำแนกตามกลุ่มผู้งดได้กับผู้ที่งดไม่ได้ จำแนกตามกลุ่มผู้งดได้กับผู้งดไม่ได้ พบว่าแตกต่างกัน โดย กลุ่มผู้งดได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการรณรงค์ของภาครัฐสูงกว่า 2) การเปิดรับข่าวสารของประชาชนด้านสื่อที่ใช้ในการรณรงค์จำแนกตามกลุ่มผู้งดได้กับผู้ที่งดไม่ได้พบว่าแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้งดได้มีความสำคัญในด้านสื่อที่ใช้ในการรณรงค์สูงกว่า 3) การพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออกที่มีต่อผู้ดื่มสุราด้านการเปิดรับข่าวสารของประชาชนจำแนกตามกลุ่มผู้งดได้กับผู้ที่งดไม่ได้ พบว่า แตกต่างกัน โดย กลุ่มผู้งดได้มีความสำคัญในด้านการเปิดรับข่าวสารของประชาชนสูงกว่า 4) เปรียบเทียบความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออกที่มีต่อผู้ดื่มเหล้า ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่าแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้งดให้มีความสำคัญในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน สูงกว่า 5) ในการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคเอกชน จำแนกตามผู้ที่งดได้กับผู้ที่งดไม่ได้ พบว่า

แตกต่างกัน โดย ผู้ที่งดได้มีความสำคัญในด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคเอกชนสูงกว่า 6) เปรียบเทียบความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไรจำแนกตามกลุ่มผู้ที่งดได้กับผู้ที่งดไม่ได้ พบว่า แตกต่างกัน โดย กลุ่มผู้ที่งดได้ให้ความสำคัญในด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไรสูงกว่ากลุ่มผู้ที่งดไม่ได้ 7) เปรียบเทียบความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก ด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มผู้ที่งดได้กับผู้ที่งดไม่ได้ พบว่า แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ที่งดได้ให้ความสำคัญในด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงกว่า 8) เปรียบเทียบความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก ด้านการใช้ Mobile จำแนกตามกลุ่มผู้ที่งดได้กับผู้ที่งดไม่ได้ พบว่า แตกต่างกัน โดย กลุ่มผู้ที่งดได้ให้ความสำคัญในด้านการใช้ Mobile สูงกว่า และ 9) เปรียบเทียบความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก ด้านการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า แตกต่างกัน โดย กลุ่มผู้งดเหล้าได้มีความสำคัญในด้านการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงกว่า

สรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ ที่สนับสนุนในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออก

ในด้านการรณรงค์ของภาครัฐ พบว่า ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างผู้งดได้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่งดไม่ได้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยด้านหน่วยงานภาครัฐมีวางแผนการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเป็นระบบทั้งระยะสั้นและระยะยาวมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมาก

ด้านสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ของกลุ่มตัวอย่างผู้งดได้ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้งดไม่ได้ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 โดยด้านควรมีการใช้สื่อผสมกันหลายชนิดอย่างเหมาะสม ให้เป็นกลวิธีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้ผู้ดื่มเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรม ทัศนคติ เกี่ยวกับการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมาก

ด้านการเปิดรับข่าวสารของประชาชนของกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้งดได้ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ที่งดไม่ได้ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 โดยด้านควรมีการสื่อสารให้ประชาชนลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ยังมีความร่วมมือน้อยเพราะอุปนิสัยของประชาชน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมาก

ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้งดเหล้าได้พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ที่งดไม่ได้ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยด้านประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับการขับเคลื่อนงานลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมาก

ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคเอกชน พบว่า ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้งดเหล้าได้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ภาพรวมของกลุ่มผู้งดเหล้าไม่ได้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 โดยด้านผู้ประกอบการ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องรับผิดชอบการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออกอย่างเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมาก

ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไร ของกลุ่มตัวอย่างผู้งดเหล้าได้พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ส่วนภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าชมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 โดยด้านรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐต้องมีการแก้ไข ปรับปรุง เพิ่มเติมกฎหมายทุกฉบับที่เกี่ยวกับการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมาก

ด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่งดได้กับผู้ที่งดไม่ได้ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกตัว โดยกลุ่มผู้ที่งดได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และกลุ่มผู้ที่งดไม่ได้มีค่าเฉลี่ยที่ 3.83 โดยด้านการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรใช้สื่อผสมกันหลายชนิดอย่างเหมาะสมเพื่อความมีประสิทธิภาพมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมาก

ด้านการใช้ Mobile ของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่งดได้ผู้งดเหล้าได้พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ส่วนผู้ที่งดไม่ได้พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 โดยด้านการใช้ Mobile ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดประสบความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมาก

ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออกพบว่าปัจจัยด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลซึ่งสามารถกำหนดสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

รูปแบบสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Y = 0.049 + 0.231X1 + 0.321X2 + 0.196X3 + 0.102X4 + 0.152X5 + 0.319X6$$

จากสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานที่ได้ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

1. ด้านสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.321
2. ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.319
3. ด้านการรณรงค์ของภาครัฐโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.231
4. ด้านการเปิดรับข่าวสารของประชาชนโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.196
5. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.152
6. ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.102

การวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการสื่อข่าวสารและประสิทธิผลในการจัดการสื่อข่าวสารในปัจจุบัน พบว่าอำนาจพยากรณ์ของสมการทางคณิตศาสตร์สามารถอธิบายการส่งผลของปัจจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการสื่อข่าวสารทั้ง 6 ปัจจัย ต่อประสิทธิผลในการจัดการสื่อข่าวสารในปัจจุบันคิดเป็นร้อยละ 67.6 โดยจะผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยอื่นๆ แฝงอยู่

สรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออกจากรูปแบบการพัฒนากลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของเครือข่ายประชาคมงดเหล้าภาคตะวันออกที่ได้จะมีองค์ประกอบทั้งสิ้น 6 ส่วนได้แก่ 1) ด้านสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ 2) ด้าน

การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไร 3) ด้านการรณรงค์ของภาครัฐ 4) ด้านการเปิดรับข่าวสารของประชาชน 5) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 6) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ด้านสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.321 ซึ่งในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยผลการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ ได้ผลสรุปว่า สื่อมวลชนทุกแขนงควรสนับสนุนนโยบายการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐ ด้วยการให้ความรู้เกี่ยวกับการลดปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนรัฐบาลควรใช้สื่อที่มีอยู่สร้างจิตสำนึกและให้เกิดพฤติกรรมการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้มากขึ้นใช้ทุกการสื่อสารของหน่วยงานภาครัฐ โดยมียุทธศาสตร์แบบบูรณาการร่วมกันเพราะมีหลายหน่วยงานที่มีงานทับซ้อนกันอยู่ ทำให้ขาดเจ้าภาพที่มีบทบาทและอำนาจอย่างแท้จริง นอกจากนั้นรัฐบาลต้องมีการสื่อสารเพื่อกำกับผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีหน้าที่ในการช่วยรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มากขึ้นตามประเภทและรูปแบบของการสื่อสารมีส่วนสำคัญที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในการขับเคลื่อนงานรณรงค์ลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และควรใช้สื่อผสมกันหลายชนิดอย่างเหมาะสม ให้เป็นกลวิธีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้ผู้ดื่มเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมทัศนคติ เกี่ยวกับการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ด้านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและองค์การไม่แสวงหากำไร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.319 ซึ่งในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยส่วนใหญ่ทุกฝ่ายจะผลักภาระให้รัฐบาล การพัฒนาแนวทางในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. รัฐบาลควรสนับสนุนเกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อสังคมและเศรษฐกิจ หรือให้จำกัดการผลิตที่น้อยกว่าในปัจจุบันแบบเป็นการให้โควตาเพราะถึงแม้จะมีประโยชน์ในการที่ภาครัฐจะเก็บภาษีได้ แต่ในภาพรวมแล้วจะเป็นผลเสียมากกว่า

2. แม้ว่าจะพยายามรณรงค์ในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และใช้มาตรฐานทางด้านกฎหมายมาบังคับให้เกิดความมีประสิทธิผล ไม่ว่าจะเป็นการขอความร่วมมือโดยสมัครใจหรือใช้หน่วยปฏิบัติการลงพื้นที่ คอยตรวจสอบตลอดเวลาที่คาดว่าจะเหมาะสมที่ประชาชนและผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสนใจในเรื่องนี้น้อยมาก

3. เนื่องจากการเติบโตทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขึ้นของประชากรที่สำคัญองค์กรที่เกี่ยวข้องต้องใช้การสื่อสารที่จะทำให้ทุกฝ่ายไม่ยินยอมในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4. ต้องมีการสื่อสารในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการแบ่งแยกประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชัดเจนเพื่อไม่ทำให้เกิดปัญหาสังคมและเศรษฐกิจและผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนส่วนใหญ่

3. ด้านการรณรงค์ของภาครัฐ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.231 ซึ่งในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน การรณรงค์ของภาครัฐควรมีแนวทางที่ประกอบด้วย

1. การสื่อสารถึงการพัฒนากฎระเบียบข้อบังคับ โดยเปรียบเทียบกับต่างประเทศเพราะจะช่วยลดปัญหาในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องมีการแก้ไข ปรับปรุง เพิ่มเติมกฎหมายทุกฉบับ และเพิ่มอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้เสียภาษีคือผู้ผลิตสินค้า และต้องให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของรัฐบาลด้วย

2. ภาครัฐบาลต้องเร่งช่วยเหลือผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในด้านเทคโนโลยี กฎระเบียบและนโยบายที่จะสร้าง

แรงจูงใจและผลประโยชน์ในธุรกิจให้มีความมั่นคงแข็งแกร่งจะเป็นการสร้างความยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพช่วยลดต้นทุนในการการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีความสำคัญมาก

3. ภาครัฐต้องเร่งประกาศใช้ภาษีที่เป็นบทลงโทษเพื่อแสดงให้เห็นว่า มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นหากประชาชนเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และได้นำเงินจากการจัดเก็บภาษีสังคมและเศรษฐกิจเข้าไปไว้ในกองทุนสังคมและเศรษฐกิจถ้าทำให้เกิดความมีประสิทธิผลแล้ว จะต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างและวิธีดำเนินงานเพื่อให้มีความคล่องตัวมากขึ้น

4. กฎหมายต้องมีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถจัดการกับปัญหาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วซึ่งปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นการทำให้สังคมเป็นการใช้ทรัพยากรไม่คุ้มค่า

4. ด้านการเปิดรับข่าวสารของประชาชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.196 ซึ่งในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ในการเปิดรับข่าวสารของประชาชน ควรมีแนวทางที่ประกอบด้วย

1. การบริหารจัดการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องเริ่มต้นจากการแบ่งประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอร์เสียก่อน เพราะจะได้รู้ว่าควรจะให้หน่วยงานใด ที่มีบทบาทและอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้น

2. การมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในสังคมมีส่วนสำคัญในลักษณะของพันธะสัญญาหรือร่วมกันเป็นภาคีเครือข่ายระหว่างภาครัฐร่วมเอกชนด้วยทุกคนตระหนักดีถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จะตามมาในอีกหลายๆ ปีที่ยากจะแก้ไข

3. ต้องมีการเปิดรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและต้องสร้างความตะหนักถึงผลเสียอย่างรุนแรงจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันยังแก้ไม่ได้ เพราะทุกฝ่ายไม่ให้ความร่วมมืออย่างจริงจังและเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือน้อย

4. ความมีประสิทธิผลของภาครัฐคือต้องมีการรณรงค์อย่างจริงจังต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด มีการตั้งกองทุนหรือหน่วยงานใหม่ ที่รับผิดชอบเรื่องนี้โดยตรง เช่น กองทุนสังคมและเศรษฐกิจ กองทุนการจัดการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น

5. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.152 ซึ่งในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ในด้านผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรมีแนวทางที่ประกอบด้วย

1. การสื่อสารถึงโครงการและแผนงานส่งเสริมการการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของภาครัฐ ที่มีอยู่จำนวนมากแต่แก้ไขปัญหาหรือพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ที่ไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวนโยบายเหล่านั้นเลย ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีส่วนสำคัญที่สามารถช่วยลดอัตราการส่งผลกระทบต่อปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ รวมทั้งส่งเสริมให้เอกชนดำเนินการจัดการกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มากขึ้น

2. ประชาสัมพันธ์ในส่วนของการแก้ไขกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องเพราะถ้าหากไม่ทันสมัยจะไม่สามารถควบคุมที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนได้ หากสั่งหรือบังคับผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้เรื่องนี้ไม่มีทางสำเร็จ

3. ต้องให้ทางผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงผลเสียของการดื่มที่ทำให้เกิดผลกระทบกับสังคมและเศรษฐกิจโดยรวม เพราะตอนนี้ไม่มีการควบคุมว่าจะต้องทำอย่างไรเพราะทำเพื่อผลประโยชน์ของตนเองเท่านั้น ถือว่าไม่ใช่หน้าที่ของตนเอง ถ้าไม่มีกฎหมายข้อไหนมาบังคับ

4. รัฐบาลต้องมีการจัดพื้นที่เขตพิเศษและโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และให้เจ้าของโรงงานผู้ผลิตมีส่วนที่จัดการกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขั้นสุดท้ายที่ถูกต้องและบังคับให้นำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นอีกด้วย ซึ่งผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกคนพร้อมจะทำผิดกฎหมายอยู่ตลอดเวลา เพราะนั่นจะหมายถึงการทำกำไร ที่มากขึ้น

6. ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพุหคูณเท่ากับ 0.102 ซึ่งในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ขั้นตอนการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องมีการออกแบบและประเมินการยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย เพราะมาตรการที่เพียงแต่ของความร่วมมืออย่างสมัครใจหรือขอการมีส่วนร่วมนั้นไม่เพียงพอ เพราะทุกฝ่ายก็ล้วนแล้วแต่มองที่ประโยชน์ของตนเองเป็นหลัก เช่นผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะสนใจอยู่เพียงความต้องการของผู้ซื้อและต้นทุนเท่านั้น ต้องมีการสนับสนุนให้สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เป็นองค์การภาครัฐที่ทำเกี่ยวกับเรื่องการวิจัย ที่มีเป็นจำนวนมาก ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทุกฝ่ายจะสามารถจัดการเรื่องนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องให้ผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือองค์การภาครัฐที่ดูแลในเรื่องนี้ของรัฐบาลเข้ามาช่วยในด้านงบประมาณและบุคลากร ที่มีความรู้ประสบการณ์ในด้านนี้โดยตรง โดยจัดทำเป็นโครงการที่ให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนอย่างแท้จริงจึงจะสำเร็จลงได้

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการสื่อสารรณรงค์กับประชาชน ให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น เพราะที่ผ่านมา มีลักษณะของสังคมที่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจสูง ดังนั้นจึงต้องมีการสื่อสารถึงนโยบาย กฎหมาย ตลอดจนกฎระเบียบต่างๆ ในการบริหารจัดการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเป็นระบบ มีลักษณะบูรณาการแบบมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน พัฒนาการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด มีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญที่จะเป็นประโยชน์อย่างมากในอนาคต มีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้ต้นทุนน้อยที่สุดเพราะนั่นจะเป็นการสร้างแรงจูงใจที่มาจากผลประโยชน์ที่ได้รับซึ่งจะสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้ ดังนั้น การพัฒนาการเปิดรับข่าวสารของประชาชน เพื่อรณรงค์ในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีประสิทธิภาพ มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบทำให้เกิดกระบวนการนำในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยต้องมีการจัดทำนโยบาย แผนงาน และหลักปฏิบัติต่างๆ เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่น ในการจะพัฒนา และยกระดับการจัดการอย่างมีคุณภาพ ในส่วนของภาครัฐ ควรออกกฎระเบียบมาควบคุมให้เหมาะสม ส่วนเอกชนมีหน้าที่นำข้อกำหนดมาปรับใช้ให้เหมาะสมและมีมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เหลือใช้อย่างเหมาะสมที่เป็นมาตรการแบบสมัครใจ จึงจะเกิดประสิทธิผลที่จะสร้างความยั่งยืนได้ และต้องสร้างการสื่อสารที่มีความสมดุลระหว่างภาคประชาชนที่รวมตัวกันเพื่อเรียกร้องให้รัฐบาลจัดการกับปัญหานี้ ให้เกิดความสมดุลมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนได้ในที่สุด และทุกฝ่ายต้องร่วมกันอย่างจริงจัง โดยมีรัฐบาลเป็นแกนนำในการจัดตั้งองค์การที่มีความชัดเจนในด้านวัตถุประสงค์และเป้าหมายในเรื่องนี้ และต้องทำอย่างจริงจังต่อเนื่อง จึงจะสำเร็จได้เป็นการสื่อสารในเชิงเนื้อหามากกว่าเดิม ทั้งที่จะปรากฏผ่านสื่อสารมวลชน สื่อส่งเสริมการรณรงค์หรือสื่อดิจิทัล

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐ ควรรณรงค์ในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้ถูกวิธีกับประชาชนได้รับทราบและควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนไดรับทราบอย่างต่อเนื่อง

2. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมประชาชนในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในด้านพฤติกรรมใหม่

3. กิจกรรมหรือโครงการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐควรให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมจัดงานกิจกรรมในโครงการนั้นด้วย เพราะประชาชนจะรู้สาเหตุของปัญหามากที่สุด

4. ด้านความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ หน่วยงานภาครัฐควรเข้าถึงทุกชุมชน จัดเวทีเพื่อสร้างความเข้าใจ ให้ความรู้ในเบื้องต้นในเรื่องความสำคัญในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ส่งผลต่อสุขภาพอนามัยและประโยชน์ที่จะได้รับในการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการก่อนที่จะมีการดำเนินงาน

5. หน่วยงานภาครัฐควรจัดให้มีเวทีประชาคมในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการที่แท้จริง โดยมีการจัดตั้งกลุ่มแกนนำหรือตัวแทนประชาชนในทุกหมู่บ้าน และมีการให้ความรู้เพื่อให้ประชาชนสามารถดำเนินการได้

6. ต้องมีการสื่อสารในด้านกฎหมาย กฎ ระเบียบ และเข้ามาดูแล ควบคุมอย่างจริงจัง โดยมีการปรับปรุง ให้ครอบคลุม ที่จะดำเนินการตามเป้าหมายได้

7. ด้านการรณรงค์ของภาครัฐต้องเริ่มที่รัฐบาลในการกำหนดเป็นนโยบายแห่งชาติ ที่มีผลลงมาถึงหน่วยงานภาครัฐทุกแห่งให้เข้ามาจัดการทำในสิ่งที่ถูกต้องในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้หมดสิ้นไปอย่างถาวร

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแก้การลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับกลุ่มเป้าหมายกรณีศึกษาให้เกิดผลสามารถแก้ปัญหาได้อย่างเด่นชัด

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้เครื่องมือการวิจัย ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR การวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายทาง (MANOVA) และอาจใช้เทคนิคการวิจัยอื่น เช่น การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อให้สามารถได้องค์ความรู้ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

3. ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ ประชาชนส่วนใหญ่มีความสนใจเข้าไปมีส่วนร่วมในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นการจึงควรมีการศึกษาวิจัยเชิงพัฒนาในการลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. กระทรวงสาธารณสุข. (2553). *พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (พิมพ์ครั้งที่ 4).* กรุงเทพฯ: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

เครือข่ายวิชาการวิจัยและข้อมูลด้านสารเสพติดในภาคใต้. (2554). *การเฝ้าระวังพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในประเทศไทย.*

พิชัย แสงชาญชัย และคณะ. (2552). *ทบทวนองค์ความรู้ จิตสังคมบาบัดสาหรับผู้ติดสุรา.* เชียงใหม่: วนิดาการพิมพ์.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2556). *สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศไทย ปี 2556.* นนทบุรี: เดอะกราฟิโกซีสเต็มส์.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา กระทรวงสาธารณสุข. (2556). *สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศไทย ปี 2556.* กรุงเทพฯ: เดอะกราฟิโก ซิสเต็มส์ .

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2559). *โครงการงดสุรา.* เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2559 จาก http://www.thaihealth.or.th/tag/%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B2/

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2560). *แผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติพ.ศ.2560-2563. (2560).* กรุงเทพมหานคร: กรมควบคุมโรค