

รายงานสถานการณ์สุราประจำปี

พ.ศ. 2552

Thailand Alcohol Situation' 2009

เขียนและเรียบเรียงโดย
 นพ.บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ



สถานการณ์ด้านอุปสงค์



สถานการณ์ด้านผลกระทบ



สถานการณ์ด้านสุขภาพ



สถานการณ์ด้านมาตรการควบคุม

สถานการณ์เด่น นโยบายแอลกอฮอล์
 ในสมัชชาสุขภาพแห่งชาติกับการควบคุมปัญหาสุรา

รายงานสถานการณ์ สุรา ประจำปี 2552

เขียนและเรียบเรียงโดย

นพ.บัณฑิต	ศรไพศาล
ร.ท.หญิงจุฑาภรณ์	แก้วมุงคุณ
นางสาวกมลลา	วัฒนพร
นางสาวไศภิต	นาสีบ
นางสาวแหวดาว	พิมพ์พันธ์ดี
นางสาวปนรรฐพร	จงประเสริฐยิ่ง
นายวิทยา	วิสูตรเรืองเดช
นายกัณณพนธ์	ภักดีเศรษฐกุล

ผู้รวบรวม : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

พิมพ์ครั้งแรก : พฤศจิกายน 2552

จำนวน 1,000 เล่ม

พิมพ์ที่ บริษัท พิมพ์ดีการพิมพ์ จำกัด

78/196-205 ซ.พระยาสุเรนทร์ 19 แขวงบางชัน เขตคลองสามวา กรุงเทพฯ 10510

โทร. 02-9191481, 02-9191489 แฟกซ์ 02-5401064

E-mail : HYPERLINK "mailto:pimdeekarpim@hotmail.com" pimdeekarpim@hotmail.com

ออกแบบรูปเล่ม : สมควร เขียวย่อย



ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

เรือนเตยหอม หลังอาคารคลังพัสดุ ซอยถนนสารณสุข 5 ถนนติวานนท์ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

โทร. 02-5902376 โทรสาร 02-5902376 <http://www.cas.or.th>

คำนำ

รายงานสถานการณ์สุราประจำปี 2552 ที่ท่านถืออยู่ในมือนี้ เป็นรายงานสถานการณ์สุราประจำปีฉบับที่ 4 ที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุราจัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจในด้านต่างๆเกี่ยวกับปัญหาและการดำเนินการควบคุมปัญหาสุราโดยย่อ ได้แก่ สถานการณ์ด้านอุปสงค์ สถานการณ์ด้านผลกระทบ สถานการณ์ด้านอุปทาน และสถานการณ์ด้านมาตรการ ตลอดจนสรุปสถานการณ์เด่นประจำปี

ในบทที่ 1 สถานการณ์ด้านอุปสงค์ หมายถึงสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งในรายงานสถานการณ์สุราฉบับปี 2552 นี้ได้นำเอาข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 ดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมประเทศโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ การสำรวจครั้งนี้ออกแบบการสำรวจแบบเก็บข้อมูลเป็นตัวแทนระดับจังหวัดเพื่อให้สามารถใช้เป็นข้อมูลเปรียบเทียบระดับจังหวัดได้

สถานการณ์ด้านผลกระทบ (ในบทที่ 2) หมายถึง สถานการณ์ผลกระทบด้านต่างๆที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรายงานฉบับนี้ได้เพิ่มเติมข้อมูลล่าสุดเข้ากับชุดข้อมูลดัชนีบ่งชี้ผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้นำเสนอเป็นประจำทุกปี ได้แก่ ผลกระทบด้านอุบัติเหตุ เป็นต้น

สถานการณ์ด้านอุปทาน (ในบทที่ 3) หมายถึงสถานการณ์การดำเนินกิจกรรมการตลาดของธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในปีนี้ นำข้อมูลจากงานวิจัยต่างๆ ที่ศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสุรา

สถานการณ์ด้านมาตรการ (ในบทที่ 4) หมายถึง สถานการณ์การดำเนินมาตรการต่างๆเพื่อการควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ในรายงานฉบับนี้ได้ นำข้อมูลการติดตามประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ทั้งระดับประเทศและระดับจังหวัดมาเรียบเรียงไว้

ในบทที่ 5 สถานการณ์เด่นในรายงานสถานการณ์ประจำปี 2552 ฉบับนี้ คือ กระบวนการสมัชชาสุขภาพแห่งชาติกับการควบคุมปัญหาสุรา ซึ่งเป็นจังหวะการดำเนินการที่สำคัญสืบเนื่องจากการกำเนิดพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2551 ส่งผลให้เกิดกระบวนการนโยบายสาธารณะภาคประชาชน ซึ่งมีการดำเนินการอย่างไรและจะส่งผลกระทบในอนาคต ติดตามได้ในบทที่ 5

ปัญหาสุราเป็นปัญหาสำคัญหนึ่งของประเทศไทย การดำเนินการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาคือต้องอาศัยทั้งฝ่ายนโยบายที่ต้องกำหนดนโยบายที่ดีและบังคับใช้ให้เกิดประสิทธิผล ภาคประชาสังคมที่ตื่นตัวช่วยกันดำเนินการตรวจสอบภาครัฐ ตลอดจนแรงจูงใจให้ชุมชนร่วมกันควบคุมปัญหาสุรา และภาควิชาการที่มีฐานข้อมูลที่ดีเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของภาคส่วนต่างๆ รายงานสถานการณ์สุราประจำปีมุ่งหวังที่จะทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของฐานข้อมูลที่ดี โดยการรวบรวมข้อมูลล่าสุด นำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์และเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งนำเสนอสู่กลุ่มเป้าหมายต่างๆที่จะได้ใช้ประโยชน์ แต่ทั้งหมดนี้ก็จะเกิดผลเท่าทวีคูณหากท่านผู้อ่านได้นำข้อมูลหรือความรู้ในรายงานฉบับนี้ไปใช้ประโยชน์ในบริบทของตนเองและช่วยกันส่งเสริมสนับสนุนให้มีการสร้างและใช้ความรู้สนับสนุนการดำเนินการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหสุราต่อไป

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

ตุลาคม 2552

	หน้า
บทที่ 1: สถานการณ์ด้านอุปสงค์	7
บทที่ 2: สถานการณ์ด้านผลกระทบ	37
บทที่ 3: สถานการณ์ด้านอุปทานของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	51
บทที่ 4: สถานการณ์ด้านการดำเนินการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	77
บทที่ 5: สถานการณ์เด่น : นโยบายแอลกอฮอล์ในสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ	107

ภาคผนวก:

* ภาคผนวกที่ 1	กฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา วันที่ 6 พ.ค. 52	114
* ภาคผนวกที่ 2	ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดวันห้ามขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	116
* ภาคผนวกที่ 3	ร่างกฎกระทรวงว่าด้วยการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ...	117
* ภาคผนวกที่ 4	ร่างประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดวิธีการ หรือลักษณะในการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2552	119
* ภาคผนวกที่ 5	ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดสถานที่ หรือบริการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	120
* ภาคผนวกที่ 6	มติการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ประเด็นแอลกอฮอล์ ปี 2551	121
* ภาคผนวกที่ 7	ร่างยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ	123

บทที่ 1: สถานการณ์ด้านอุปสงค์ (Demand Situation)

Chapter 1

บทที่ 1

สถานการณ์ด้านอุปสงค์ (Demand Situation)

1. ในรายงานสถานการณ์สุราปี 2552 นี้ได้นำเอาข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งการสำรวจครั้งนี้เป็นการออกแบบการเก็บข้อมูลเป็นตัวแทนระดับจังหวัดเพื่อให้สามารถใช้เป็นข้อมูลเปรียบเทียบระดับจังหวัดได้ แต่สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ออกรายงานเมื่อปี 2551 ในลักษณะภาพรวมของประเทศ ดังนั้นการรายงานครั้งนี้ของศูนย์วิจัยปัญหาสุราได้ใช้ข้อมูลจากการสำรวจครั้งนี้โดยวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในระดับจังหวัด โดยมีขอบเขตการนำเสนอในบทนี้คือ
 - สรุปผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราปี 2550 ในภาพรวมของประเทศ
 - ผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราปี 2550 ในกลุ่มประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปเปรียบเทียบระหว่างจังหวัด
 - ผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราปี 2550 ในกลุ่มประชากรอายุ 15-19 ปีเปรียบเทียบระหว่างจังหวัด
 - สรุปและวิเคราะห์เปรียบเทียบจังหวัดและภาคที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

● สรุปผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการดื่มสุราปี 2550 ในภาพรวมของประเทศ

2. ข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2550 พบว่าประชาชนไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่ปกติเป็นผู้ดื่มร้อยละ 29.3 เป็นผู้ที่ไม่ดื่มแต่เคยดื่มร้อยละ 7.5 และ เป็นผู้ที่ไม่เคยดื่มเลยในชีวิตร้อยละ 63.2 (ดังตารางที่ 1.1 a), ประชาชนมีพฤติกรรมการดื่มใน 12 เดือนร้อยละ 30.0 โดยมีพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนร้อยละ 13.6 มีพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันร้อยละ 6.5 มีพฤติกรรมการดื่มแบบเมาหัวราน้ำ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีร้อยละ 4.9, มีปัญหาจากการดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหา (ได้แก่ การได้รับบาดเจ็บหรือการเกิดอุบัติเหตุ, การใช้ความรุนแรงในครัวเรือนและปัญหาความสัมพันธ์ในครัวเรือน, มีปัญหาเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ, การดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะตั้งครรภ์, การดื่มสุราหรือเครื่องดื่มมึนเมาขณะให้นมบุตร, การดื่มสุราและเครื่องดื่มมึนเมาก่อนขับรถยนต์/ขี่รถจักรยานยนต์ระหว่าง 12 เดือนก่อนวันสัมภาษณ์, ได้รับบาดเจ็บ/อุบัติเหตุจากการขับรถยนต์หรือขี่รถจักรยานยนต์ เกิดจากตัวเองหลังจากการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มมึนเมา และการได้รับอุบัติเหตุจากผู้ขับรถยนต์/ขี่รถจักรยานยนต์จากคนอื่นซึ่งเป็นผู้ขับที่รถยนต์หรือขี่รถจักรยานยนต์ขณะมึนเมา) ถึงร้อยละ 13.5 (ดังตารางที่ 1.1 b)
3. เยาวชนไทยอายุ 15-19 ปี เป็นผู้ที่ปกติเป็นผู้ดื่มร้อยละ 12.8 เป็นผู้ที่ไม่ดื่มแต่เคยดื่มร้อยละ 1.2 และเป็นผู้ที่ไม่เคยดื่มเลยในชีวิตร้อยละ 86.0 (ดังตารางที่ 1.1 a) เยาวชนมีพฤติกรรมการดื่มใน 12 เดือนร้อยละ 12.9

โดยมีพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนร้อยละ 6.7 มีพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันร้อยละ 1.3 มีพฤติกรรมการดื่มแบบเม้าท์วอดจ์ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีร้อยละ 1.7 และมีปัญหาจากการดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหา ถึงร้อยละ 8.4 (ดังตารางที่ 1.1 b)

ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป และเยาวชนไทยอายุระหว่าง 15-19 ปี

(1.1a)

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป		เยาวชนอายุ 15 – 19 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ที่ไม่เคยดื่มเลยในชีวิต	32,340,21	63.2	4,523,332	86.0
ผู้ที่(ปกติ)ไม่ดื่มแต่เคยดื่ม	3,854,075	7.5	64,298	1.2
ผู้ที่(ปกติ)ดื่มเครื่องดื่มฯ	14,972,559	29.3	669,662	12.8
รวมประชากร	51,171,229	100.0	5,259,688	100.0

(1.1b)

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป		เยาวชนอายุ 15 – 19 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประชากร	51,171,229	100.0	5,259,688	100.0
ผู้ที่ดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือน	15,360,792	30.0	679,460	12.9
ผู้ที่ดื่มประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน	6,997,217	13.7	349,421	6.7
ผู้ที่ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน	3,351,298	6.5	70,450	1.3
ผู้ที่ดื่มแบบเม้าท์วอดจ์ (Binge) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปี	2,490,545	4.9	89,754	1.7
ผู้ที่มีปัญหาจากการดื่มฯ	6,919,108	13.5	443,517	8.4

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียงเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

ผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราปี 2550 ในกลุ่มประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป เปรียบเทียบระหว่างจังหวัด

4. การรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราปี 2550 ในกลุ่มประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป เปรียบเทียบระหว่างจังหวัด ในส่วนนี้จะนำเสนอในรูปแบบของตารางเพื่อรายงาน 10 จังหวัดแรกของประเทศที่มีความชุกของพฤติกรรมเสี่ยงสูงสุด และใช้แผนภาพ GIS ของประเทศไทย แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมเสี่ยงแต่ละพฤติกรรมของจังหวัด โดยแบ่งจังหวัดทั้งหมดออกเป็น 4 กลุ่ม(4 สี) กลุ่มละเท่าๆกัน คือกลุ่มละ 19 จังหวัด โดยใช้ระบบ Quartile ในการแบ่ง โดย 1st Quartile(Q-1) คือ กลุ่มจังหวัดที่มีความชุกของพฤติกรรมเสี่ยงนั้นๆน้อยที่สุดและมากขึ้นเป็นลำดับจนมากที่สุดที่ 4th Quartile(Q-4) เช่น หากต้องการเปรียบเทียบว่าจังหวัดใดมีความชุกของผู้ที่ปกติเป็นผู้ดื่มมากกว่ากัน สามารถแบ่งจังหวัดออกเป็น 4 กลุ่มๆละ 19 จังหวัด โดยที่กลุ่มที่ 1 (1st Quartile หรือ Q-1) เป็นกลุ่มที่มีความชุกของผู้ที่ปกติเป็นผู้ดื่มน้อยที่สุด และ กลุ่มที่ 2 (Q-2) และ กลุ่มที่

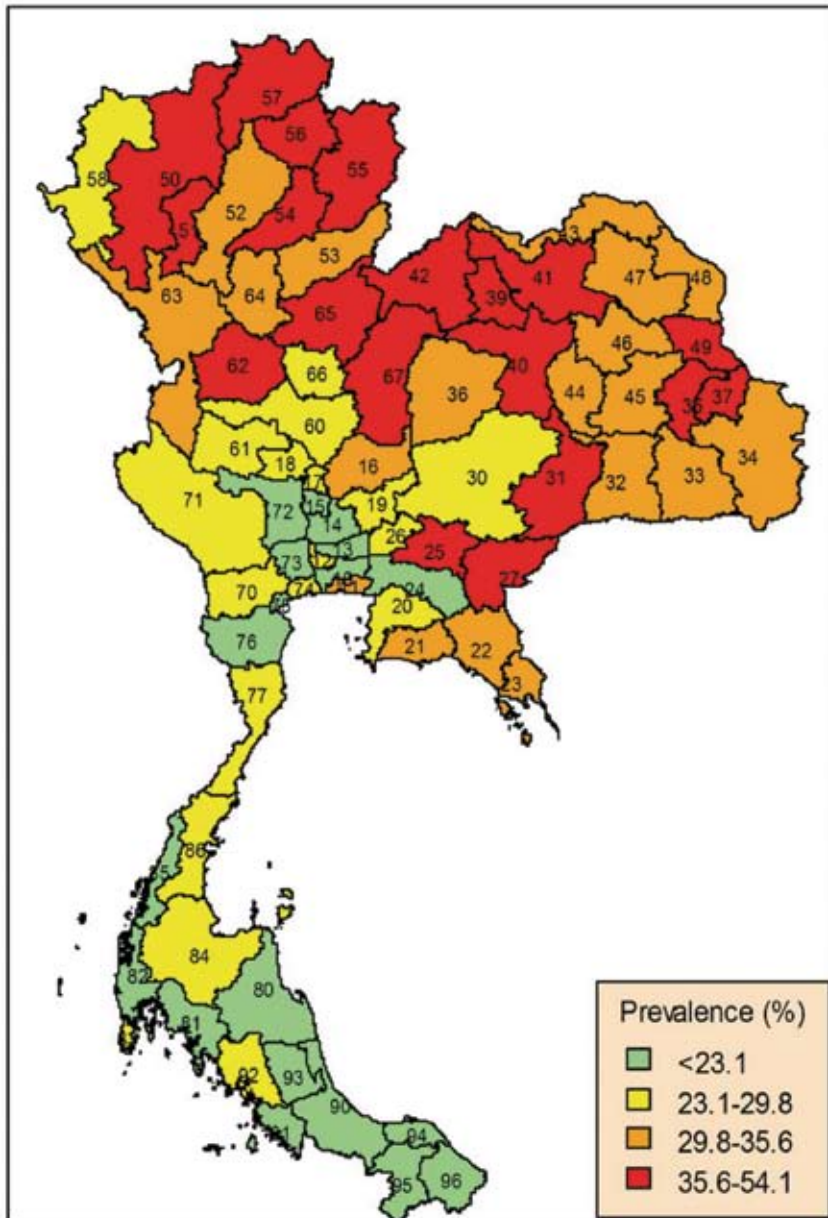
- 3 (Q-3) มีความชุกมากขึ้นเป็นลำดับ และ กลุ่มที่ 4 (Q-4) เป็นกลุ่มที่มีความชุกของผู้ที่ปกติเป็นผู้ดื่มสูงสุด เป็นต้น เรียกการแบ่งกลุ่มในลักษณะนี้ว่า 'Quartile' (ควอร์ไทล์)
- จังหวัดที่มีความชุกของผู้ที่ระบุว่าปกติเป็นคนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ ได้แก่ พะเยา แพร่ เชียงราย น่าน หนองบัวลำภู มุกดาหาร ขอนแก่น พิษณุโลก เพชรบูรณ์ กำแพงเพชร ตามลำดับ โดยภาคเหนือมี 7 จังหวัด และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 จังหวัด โดยที่จังหวัดเหล่านี้มีความชุกของผู้ที่ระบุว่าปกติเป็นคนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 40-54 ของประชากรทั้งจังหวัด (ดังตารางที่ 1.2)
 - เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศโดยแบ่งตามความชุกของการดื่ม ออกเป็น 4 ระดับโดยระบบ Quartile คือความชุกระดับต่ำ(Q-1) คือความชุกของผู้ที่ปกติเป็นผู้ดื่มน้อยกว่าร้อยละ 23.1 ความชุกระดับปานกลาง(Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 23.1-29.8 ความชุกระดับค่อนข้างสูง(Q-3) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 29.8-35.6 และ ความชุกระดับสูง (Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 35.6 - 54.1 (ดังรูปที่ 1.1) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า ภาคเหนือมีจังหวัดที่มีความชุกของการดื่มในระดับสูงมากที่สุดถึง 9 จังหวัด และ จังหวัดที่มีความชุกสูงสุดคือ จังหวัดพะเยา รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง พบ 8 และ 2 จังหวัดตามลำดับ และจังหวัดที่มีความชุกสูงสุดของภาคทั้งสองภาคคือจังหวัดหนองบัวลำภูและสระแก้วตามลำดับ ส่วนภาคใต้ไม่พบจังหวัดที่มีความชุกของการดื่มในระดับสูงเลย

ตารางที่ 1.2 ตารางแสดงจังหวัดที่มีความชุกของผู้ที่ระบุว่าปกติเป็นคนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศไทย

ลำดับ ที่	จังหวัด	ภาค	ประชากรทั้ง จังหวัด	ประชากรที่ระบุว่าปกติ เป็นคนดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	พะเยา	ภาคเหนือ	395,140	213,771	54.1
2	แพร่	ภาคเหนือ	351,12	176,967	50.4
3	เชียงราย	ภาคเหนือ	1,028,767	497,923	48.4
4	น่าน	ภาคเหนือ	364,734	161,577	44.3
5	หนองบัวลำภู	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	579,853	249,337	43.0
6	มุกดาหาร	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	283,127	120,612	42.6
7	ขอนแก่น	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,272,224	539,423	42.4
8	พิษณุโลก	ภาคเหนือ	612,819	254,320	41.5
9	เพชรบูรณ์	ภาคเหนือ	812,383	324,953	40.0
10	กำแพงเพชร	ภาคเหนือ	627,136	249,600	39.8
	กรุงเทพฯ		5,743,348	1,171,124	20.4
	ประเทศไทย		51,171,229	14,972,559	29.3

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการสุบุนุหรีและดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

รูปที่ 1.1 แผนภาพ GIS แสดงความชุกของผู้ที่ระบุว่าปกติดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป



ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

- เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรม การดื่มพบว่า จังหวัดที่มีความชุกของผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนสูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ ได้แก่ น่าน พะเยา เชียงราย ขอนแก่น บุรีรัมย์ เลย หนองบัวลำภู แพร่ ระยอง และร้อยเอ็ด ตามลำดับ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี 5 จังหวัด ภาคเหนือมี 4 จังหวัด และ ภาคกลางมี 1 จังหวัด โดยที่จังหวัดเหล่านี้มีผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนประมาณร้อยละ 20 ของประชากรทั้งจังหวัด ดังตารางที่ 1.3

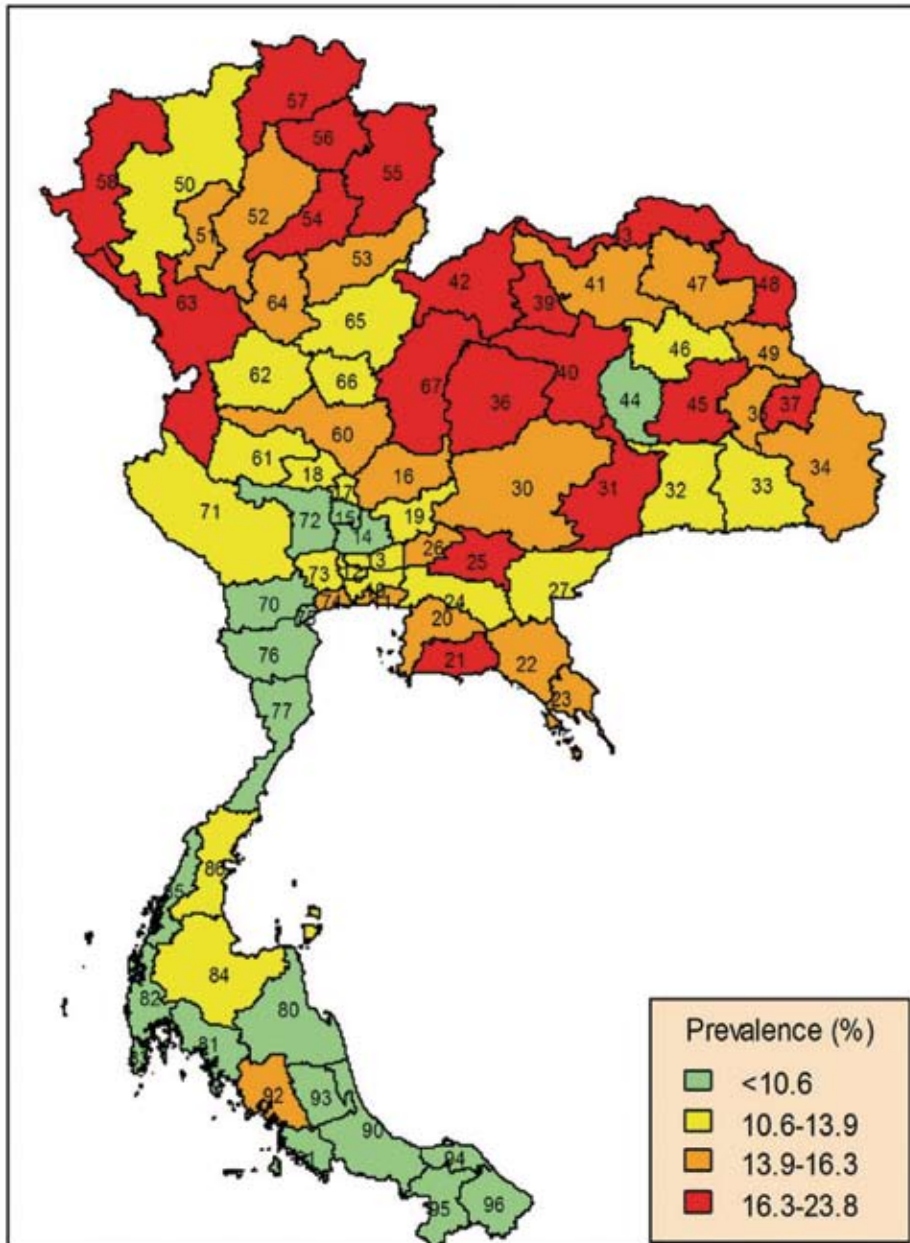
ตารางที่ 1.3 ตารางแสดงจังหวัดที่มีความชุกของผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนสูงสุด 10 จังหวัด แรกของประเทศ

ลำดับ ที่	จังหวัด	ภาค	ประชากรทั้ง จังหวัด	ประชากรที่ดื่มเป็นประจำ ทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	น่าน	ภาคเหนือ	364,752	86,811	23.8
2	พะเยา	ภาคเหนือ	395,344	87,371	22.1
3	เชียงราย	ภาคเหนือ	1,031,447	225,887	21.9
4	ขอนแก่น	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,271,134	274,565	21.6
5	บุรีรัมย์	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,189,147	242,586	20.4
6	เลย	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	513,497	101,159	19.7
7	หนองบัวลำภู	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	581,477	113,388	19.5
8	แพร่	ภาคเหนือ	352,679	68,067	19.3
9	ระยอง	ภาคกลาง	426,656	80,638	18.9
10	ร้อยเอ็ด	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,033,324	191,165	18.5
	กรุงเทพฯ		5,743,348	614,170	10.7
	ประเทศไทย		51,171,229	6,997,217	13.6

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

8. เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศ โดยแบ่งตามความชุกของพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนออกเป็น 4 ระดับโดยระบบQuartile ได้แก่ ความชุกระดับต่ำ (Q-1) คือความชุกของผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนอยู่ระหว่างร้อยละ 1.2-10.575 ความชุกระดับปานกลาง(Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 10.575-13.9 ความชุกระดับค่อนข้างสูง(Q-3) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 13.9-16.3 และ ความชุกระดับสูง(Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 16.3-23.8 (ดังรูปที่ 1.2) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจังหวัดที่มีความชุกของการดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนในกลุ่มสูงมากที่สุดถึง 10 จังหวัด และจังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดคือจังหวัดขอนแก่น รองลงมาคือภาคเหนือและภาคกลาง พบ 7 และ 2 จังหวัดตามลำดับ และจังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดของภาคทั้งสองภาคคือจังหวัดน่านและระยอง ตามลำดับ ส่วนภาคใต้ไม่พบจังหวัดที่มีความชุกของการดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนในระดับสูงเลย

รูปที่ 1.2 แผนภาพ GIS แสดงความชุกของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน



ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

- เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวัน พบว่า 10 จังหวัดแรกของประเทศที่มีความชุกสูงสุด ได้แก่ แพร่ อุตรดิตถ์ ตราด เชียงใหม่ จันทบุรี สระแก้ว พะเยา ลำพูน ระยอง และลำปาง ตามลำดับ โดยภาคเหนือมี 6 จังหวัด และ ภาคกลางมี 4 จังหวัด โดยที่จังหวัดเหล่านี้มีผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันประมาณร้อยละ 10-15 ของประชากรทั้งจังหวัด ดังตารางที่ 1.4

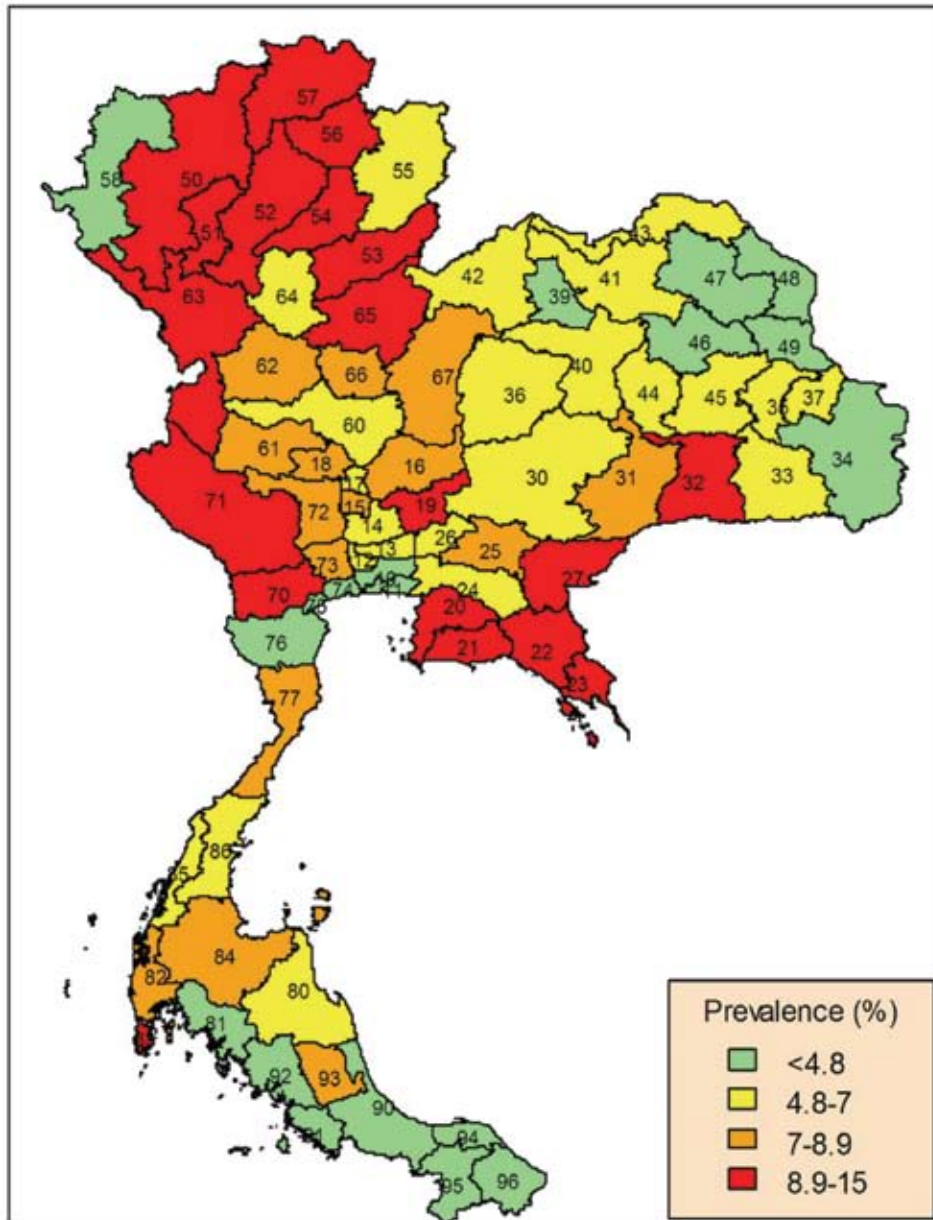
ตารางที่ 1.4 ตารางแสดงจังหวัดที่มีความชุกของผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันสูงสุด 10 จังหวัด แรกของประเทศ

ลำดับ ที่	จังหวัด	ภาค	ประชากรทั้ง จังหวัด	ประชากรที่ดื่มเป็นประจำ ทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	แพร่	ภาคเหนือ	350,713	52,607	15.0
2	อุดรดิตถ์	ภาคเหนือ	361,914	50,306	13.9
3	ตราด	ภาคกลาง	199,433	25,328	12.7
4	เชียงใหม่	ภาคเหนือ	1,299,437	163,729	12.6
5	จันทบุรี	ภาคกลาง	429,758	51,571	12.0
6	สระแก้ว	ภาคกลาง	589,513	70,152	11.9
7	พะเยา	ภาคเหนือ	394,833	42,642	10.8
8	ลำพูน	ภาคเหนือ	300,561	32,160	10.7
9	ระยอง	ภาคกลาง	426,039	43,456	10.2
10	ลำปาง	ภาคเหนือ	629,303	62,301	9.9
	กรุงเทพฯ		5,743,348	255,646	4.5
	ประเทศไทย		51,171,229	3,351,298	6.5

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

10. เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศโดยแบ่งตามความชุกของพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันออกเป็น 4 ระดับโดยระบบ Quartile ได้แก่ ความชุกระดับต่ำ(Q-1) คือความชุกของผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวัน อยู่ระหว่างร้อยละ 0.3-4.775 ความชุกระดับปานกลาง (Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 4.775-7.0 ความชุกระดับค่อนข้างสูง(Q-3) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 7.0-8.925 และความชุกระดับสูง(Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 8.925-15.0 (ดังรูปที่ 1.3) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า ภาคเหนือมีจังหวัดที่มีความชุกของพฤติกรรมดังกล่าวในระดับสูง มากที่สุดถึง 9 จังหวัด และ จังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดคือจังหวัดแพร่ รองลงมาคือภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ พบ 8, 1 และ 1 จังหวัด ตามลำดับ และจังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดของภาคทั้งสามภาคคือจังหวัดตราด สุรินทร์และภูเก็ต ตามลำดับ

รูปที่ 1.3 แผนภาพ GIS แสดงความชุกของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันเป็นรายจังหวัด



ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

- เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการดื่มแบบเม้าท์วอดจ์ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีพบว่าจังหวัดที่มีผู้ที่มีพฤติกรรมการดื่มแบบเม้าท์วอดจ์ สูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ ได้แก่ มุกดาหาร แพร่ สระแก้ว ปราจีนบุรี แม่ฮ่องสอน สมุทรสาคร ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ นครนายก และนครพนม ตามลำดับ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี 4 จังหวัด ภาคกลางมี 4 จังหวัด และ ภาคเหนือมี 2 จังหวัด โดยที่จังหวัดเหล่านี้มีผู้ที่มีพฤติกรรมดังกล่าว ประมาณร้อยละ 9 – 15 ของประชากรทั้งจังหวัด ดังตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4 ตารางแสดงจังหวัดที่มีผู้ที่มีพฤติกรรมดื่มน้ำแบบเม้าท์วอดจ์ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีสูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ

ลำดับ ที่	จังหวัด	ภาค	ประชากร ทั้งจังหวัด	ประชากรที่มีพฤติกรรม การดื่มน้ำแบบเม้าท์วอดจ์ (Binge Drinking)	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	มุกดาหาร	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	283,055	41,685	14.7
2	แพร่	ภาคเหนือ	351,344	43,767	12.5
3	สระแก้ว	ภาคกลาง	589,979	70,295	11.9
4	ปราจีนบุรี	ภาคกลาง	308,173	36,313	11.8
5	แม่ฮ่องสอน	ภาคเหนือ	176,702	17,553	9.9
6	สมุทรสาคร	ภาคกลาง	439,601	42,760	9.7
7	ร้อยเอ็ด	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,036,333	95,670	9.2
8	บุรีรัมย์	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,190,357	108,916	9.1
9	นครนายก	ภาคกลาง	187,091	16,683	8.9
10	นครพนม	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	421,999	37,298	8.8
	กรุงเทพฯ		5,743,348	225,119	3.9
	ประเทศไทย		51,171,229	2,490,545	4.9

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มน้ำปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

- เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศโดยแบ่งตามความชุกของพฤติกรรมการดื่มน้ำแบบเม้าท์วอดจ์ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีออกเป็น 4 ระดับโดยระบบQuartile ได้แก่ ความชุกระดับต่ำ(Q-1) คือความชุกของพฤติกรรมการดื่มน้ำแบบเม้าท์วอดจ์ อยู่ระหว่างร้อยละ 0.3–2.85 ความชุกระดับปานกลาง(Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 2.85–4.25 ความชุกระดับค่อนข้างสูง(Q-3) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 4.25–6.3 และความชุกระดับสูง(Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 6.3–14.7 และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจังหวัดที่มีความชุกของพฤติกรรมดังกล่าวในระดับสูง มากที่สุดถึง 7 จังหวัด และ จังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดคือ จังหวัดมุกดาหาร รองลงมาคือภาคกลางและภาคเหนือ พบ 6 และ 6 จังหวัด ตามลำดับ และจังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดของภาคทั้งสองภาคคือจังหวัดสระแก้วและแพร่ ตามลำดับ ส่วนภาคใต้ไม่พบจังหวัดที่มีความชุกของการดื่มน้ำแบบเม้าท์วอดจ์ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีในระดับสูงเลย
- เมื่อวิเคราะห์การเกิดปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหา (ซึ่งได้แก่ การได้รับบาดเจ็บหรือการเกิดอุบัติเหตุ, การใช้ความรุนแรงในครัวเรือนและปัญหาความสัมพันธ์ในครัวเรือน, มีปัญหากับการประกอบอาชีพ, การดื่มน้ำหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะตั้งครรภ์, การดื่มน้ำหรือเครื่องดื่มมีเม้าท์วอดจ์ให้หมด, การดื่มน้ำและเครื่องดื่มมีเม้าท์วอดจ์ก่อนขับรถ/ขี่รถจักรยานยนต์ระหว่าง 12 เดือนก่อนวันสัมภาษณ์, ได้รับบาดเจ็บ/อุบัติเหตุจากการขับรถ/ขี่รถจักรยานยนต์ เกิดจากตัวเองหลังจากการดื่มน้ำหรือเครื่องดื่ม

มีนเมา และการได้รับอุบัติเหตุจากผู้ขับขี่รถยนต์/ขี่รถจักรยานยนต์จากคนอื่นซึ่งเป็นผู้ขับขี่รถยนต์หรือขี่รถจักรยานยนต์ขณะมีนเมา) พบว่าจังหวัดที่มีความชุกสูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ ได้แก่ พะเยา แพร่ ขอนแก่น เชียงใหม่ ลพบุรี พิษณุโลก น่าน เชียงราย นครพนม และสระแก้ว ตามลำดับ โดยภาคเหนือมี 6 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี 2 จังหวัด และ ภาคกลางมี 2 จังหวัด โดยที่จังหวัดเหล่านี้มีผู้ที่มีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหาประมาณร้อยละ 22 – 32 ของประชากรในแต่ละจังหวัด ดังตารางที่ 1.5

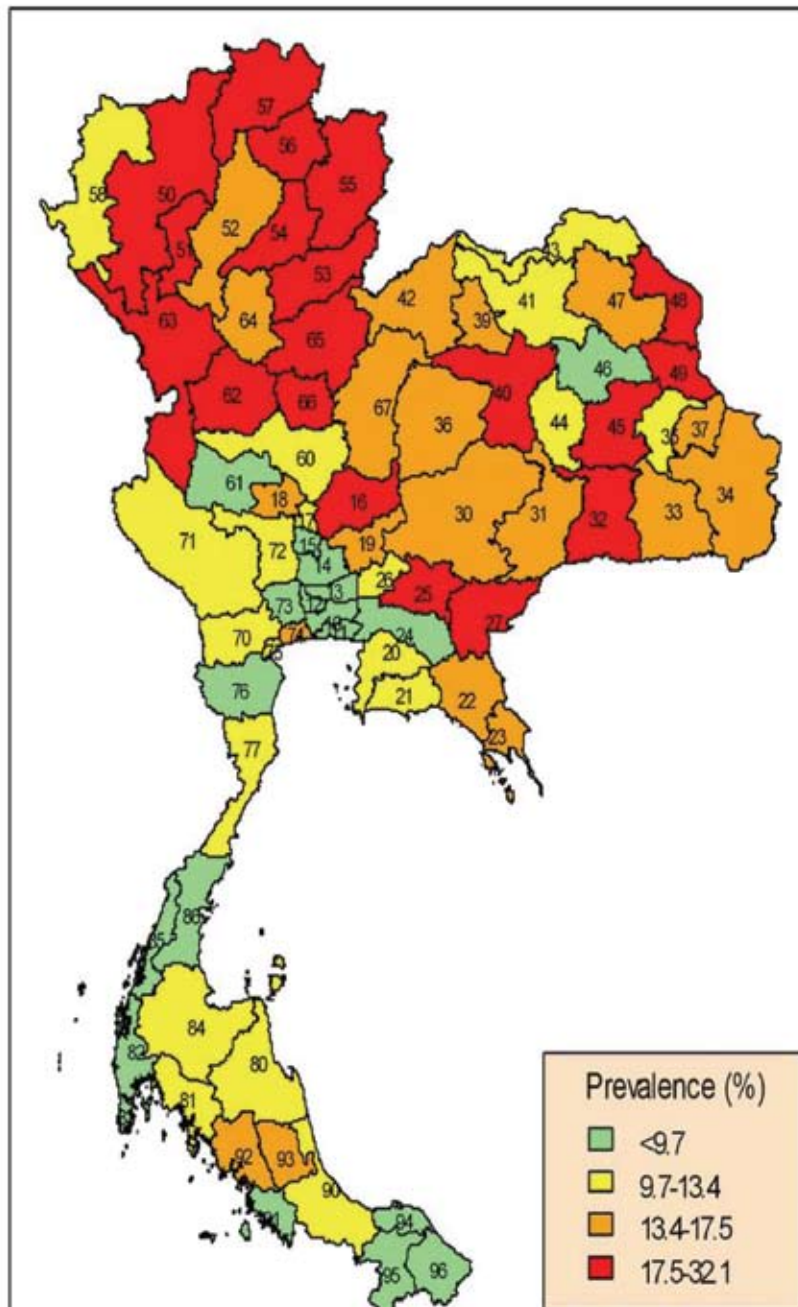
ตารางที่ 1.5 ตารางแสดงจังหวัดที่มีความชุกของผู้ที่มีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหาสูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ

ลำดับที่	จังหวัด	ภาค	ประชากรทั้งจังหวัด	ประชากรที่มีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหา	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	พะเยา	ภาคเหนือ	395,344	127,062	32.1
2	แพร่	ภาคเหนือ	350,281	101,710	28.9
3	ขอนแก่น	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,273,562	353,253	27.8
4	เชียงใหม่	ภาคเหนือ	1,294,437	328,801	25.3
5	ลพบุรี	ภาคกลาง	602,570	152,110	25.2
6	พิษณุโลก	ภาคเหนือ	613,250	151,377	24.7
7	น่าน	ภาคเหนือ	364,752	82,757	22.7
8	เชียงราย	ภาคเหนือ	1,031,447	229,813	22.3
9	นครพนม	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	421,999	93,573	22.2
10	สระแก้ว	ภาคกลาง	589,979	130,629	22.1
	กรุงเทพฯ		5,743,348	288,518	5.0
	ประเทศไทย		51,171,229	6,919,108	13.5

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

- เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศโดยแบ่งตามความชุกของการมีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหาออกเป็น 4 ระดับโดยระบบ Quartile ได้แก่ ความชุกระดับต่ำ(Q-1) คือความชุกของการมีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหาอยู่ระหว่างร้อยละ 1.5–9.65 ความชุกระดับปานกลาง(Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 9.7–13.4 ความชุกระดับค่อนข้างสูง(Q-3) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 13.4–17.5 และความชุกระดับสูง(Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 17.5–32.1 และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า ภาคเหนือมีจังหวัดที่มีความชุกของการมีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างน้อย 1 ปัญหาในระดับสูง มากที่สุดถึง 11 จังหวัด และ จังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดคือจังหวัดพะเยา รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง พบ 5 และ 3 จังหวัด ตามลำดับ และจังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดของทั้งสองภาคคือจังหวัดขอนแก่น และลพบุรี ตามลำดับ ส่วนภาคใต้ไม่มีจังหวัดที่มีความชุกอยู่ในระดับสูงเลย

รูปที่ 1.5 แผนภาพ GIS แสดงความชุกของประชากรที่ระบุว่ามีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 อย่าง เป็นรายจังหวัด



ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

● ผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการตี๋มสุราปี 2550 ในกลุ่มประชาชนอายุ 15 - 19 ปี เปรียบเทียบระหว่างจังหวัด

15. เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการตี๋ม ในกลุ่มเยาวชน 15 - 19 ปี พบว่า จังหวัดที่มีความชุกของผู้ที่ระบุว่าปกติเป็นคนตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์สูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ ได้แก่ มุกดาหาร เชียงราย เลย อานาจเจริญ หนองบัวลำภู กำแพงเพชร แพร่ พะเยา พิษณุโลก และยโสธร ตามลำดับ โดยเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5 จังหวัด และ ภาคเหนือ 5 จังหวัด ซึ่งจังหวัดเหล่านี้มีผู้ที่ระบุว่าปกติเป็นคนตี๋มฯร้อยละ 22 - 34 ของประชากรในกลุ่มวัยเดียวกันนี้ทั้งจังหวัด ดังตารางที่ 1.6

ตารางที่ 1.6 ตารางแสดงจังหวัดที่มีผู้ที่ระบุว่าปกติเป็นคนตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี สูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ

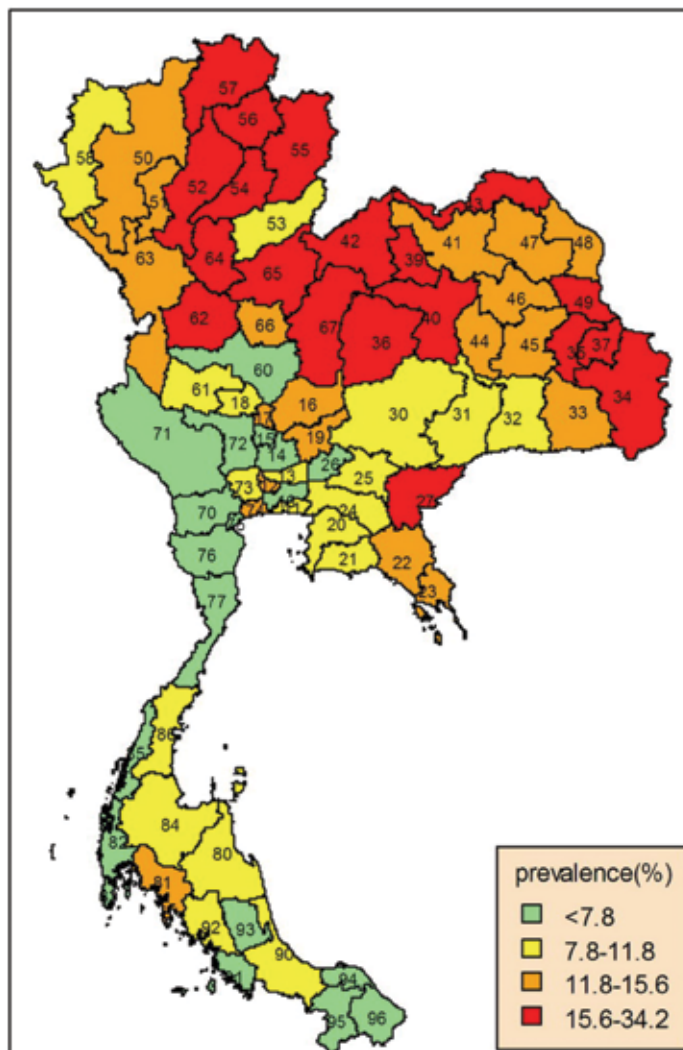
ลำดับที่	จังหวัด	ภาค	ประชากรในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ทั้งจังหวัด	ประชากรในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ที่ระบุว่าปกติเป็นคนตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	มุกดาหาร	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	35,307	12,075	34.2
2	เชียงราย	ภาคเหนือ	109,964	30,460	27.7
3	เลย	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	53,158	13,449	25.3
4	อานาจเจริญ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	49,502	12,425	25.1
5	หนองบัวลำภู	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	70,901	17,158	24.2
6	กำแพงเพชร	ภาคเหนือ	64,738	15,537	24.0
7	แพร่	ภาคเหนือ	31,397	7,347	23.4
8	พะเยา	ภาคเหนือ	39,615	9,151	23.1
9	พิษณุโลก	ภาคเหนือ	66,018	14,920	22.6
10	ยโสธร	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	42,225	9,374	22.2
	กรุงเทพฯ		414,549	29,584	7.2
	ประเทศไทย		5,259,688	669,662	12.8

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่และตี๋มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

16. เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศโดยแบ่งตามความชุกของผู้ที่ระบุว่าปกติเป็นคนตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ออกเป็น 4 ระดับ โดยระบบ Quartile ได้แก่ ความชุกระดับต่ำ(Q-1) คือความชุกของผู้ที่ระบุว่าปกติเป็นคนตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนน้อยกว่าร้อยละ 7.8 ความชุกระดับปานกลาง (Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 7.8 - 11.8 ความชุกระดับค่อนข้างสูง(Q-3) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 11.8-15.6 และความชุกระดับสูง(Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 15.6 - 34.2 (ดังรูปที่ 1.6) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือมีจังหวัดที่มีความชุกของพฤติกรรมดังกล่าวในระดับสูง มากที่สุดเท่ากันถึง 9 จังหวัด และ จังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดคือจังหวัดเชียงรายและมุกดาหาร รองลงมาคือภาคกลาง พบ 1 จังหวัด คือจังหวัดสระแก้ว

รูปที่ 1.6 แผนภาพ GIS แสดงความชุกของประชากรอายุ 15-19 ปีที่ระบุว่าปติเป็นผู้ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นรายจังหวัด



ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

- เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปี พบว่า จังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ ได้แก่ เลย พะเยา เชียงราย อำนาจเจริญ มุกดาหาร สมุทรสาคร ยโสธร ศรีสะเกษ ชัยภูมิ และอุบลราชธานี ตามลำดับ โดยเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 7 จังหวัด ภาคเหนือ 2 จังหวัด และ ภาคกลาง 1 จังหวัด ซึ่งจังหวัดเหล่านี้มีผู้ที่มีพฤติกรรมดังกล่าว ประมาณร้อยละ 11 – 16 ของประชากรในกลุ่มวัยเดียวกันนี้ทั้งจังหวัด ดังตารางที่ 1.7

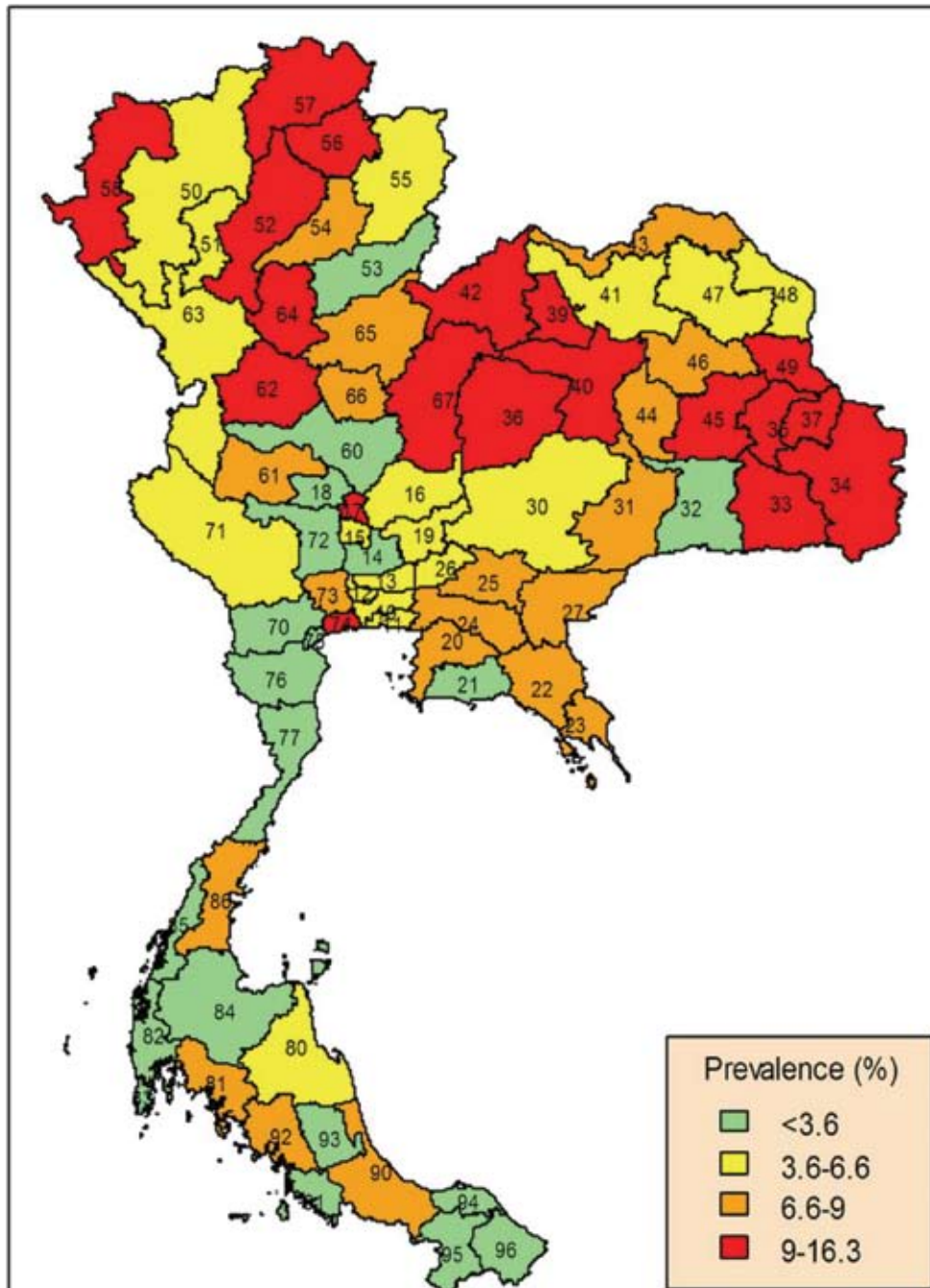
ตารางที่ 1.7 ตารางแสดงจังหวัดที่มีผู้ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปี สูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ

ลำดับ ที่	จังหวัด	ภาค	ประชากรในกลุ่ม เยาวชน 15-19 ปี ทั้งจังหวัด	ประชากรในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ที่ดื่มเป็นประจำ ทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	เลย	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	53,209	8,673	16.3
2	พะเยา	ภาคเหนือ	39,689	5,874	14.8
3	เชียงราย	ภาคเหนือ	109,631	15,458	14.1
4	อำนาจเจริญ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	49,533	6,786	13.7
5	มุกดาหาร	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	35,098	4,633	13.2
6	สมุทรสาคร	ภาคกลาง	39,831	5,178	13.0
7	ยโสธร	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	42,116	5,433	12.9
8	ศรีสะเกษ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	128,319	14,885	11.6
9	ชัยภูมิ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	89,252	10,264	11.5
10	อุบลราชธานี	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	148,487	17,076	11.5
	กรุงเทพฯ		414,549	16,577	4.0
	ประเทศไทย		5,259,688	349,421	6.7

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

18. เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศโดยแบ่งตามความชุกของพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปีออกเป็น 4 ระดับโดยระบบ Quartile ได้แก่ ความชุกระดับต่ำ(Q-1) คือความชุกของพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน น้อยกว่าร้อยละ 3.6 ความชุกระดับปานกลาง(Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 3.6-6.55 ความชุกระดับค่อนข้างสูง (Q-3)คืออยู่ระหว่างร้อยละ 6.55-8.95 และความชุกระดับสูง(Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 8.95-16.3 (ดังรูปที่ 1.7) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจังหวัดที่มีความชุกของพฤติกรรมดังกล่าวในระดับสูง มากที่สุดถึง 9 จังหวัด และ จังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดคือจังหวัดเลย รองลงมาคือภาคเหนือ และภาคกลาง โดยพบ 7 และ 2 จังหวัด และจังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดของภาคเหนือและภาคกลางคือจังหวัดพะเยา และสมุทรสาคร ตามลำดับ ส่วนภาคใต้ไม่มีจังหวัดที่มีความชุกอยู่ในระดับสูงเลย

รูปที่ 1.7 แผนภาพ GIS แสดงความชุกของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปี ราชจังหวัด



ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

19. เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปี พบว่า จังหวัดที่มีความชุกสูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ ได้แก่ มหาสารคาม อุตรดิตถ์ ภูเก็ต ลพบุรี ระยอง ลำปาง ชัยนาท ตราด สระบุรี และพะเยา ตามลำดับ โดยเป็นภาคกลาง 5 จังหวัด ภาคเหนือ 3 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 จังหวัด และภาคใต้ 1 จังหวัด ซึ่งจังหวัดเหล่านี้มีผู้ที่มีพฤติกรรมดังกล่าว ประมาณร้อยละ 3 – 5 ของประชากรในกลุ่มวัยเดียวกันนี้ทั้งจังหวัด ดังตารางที่ 1.8

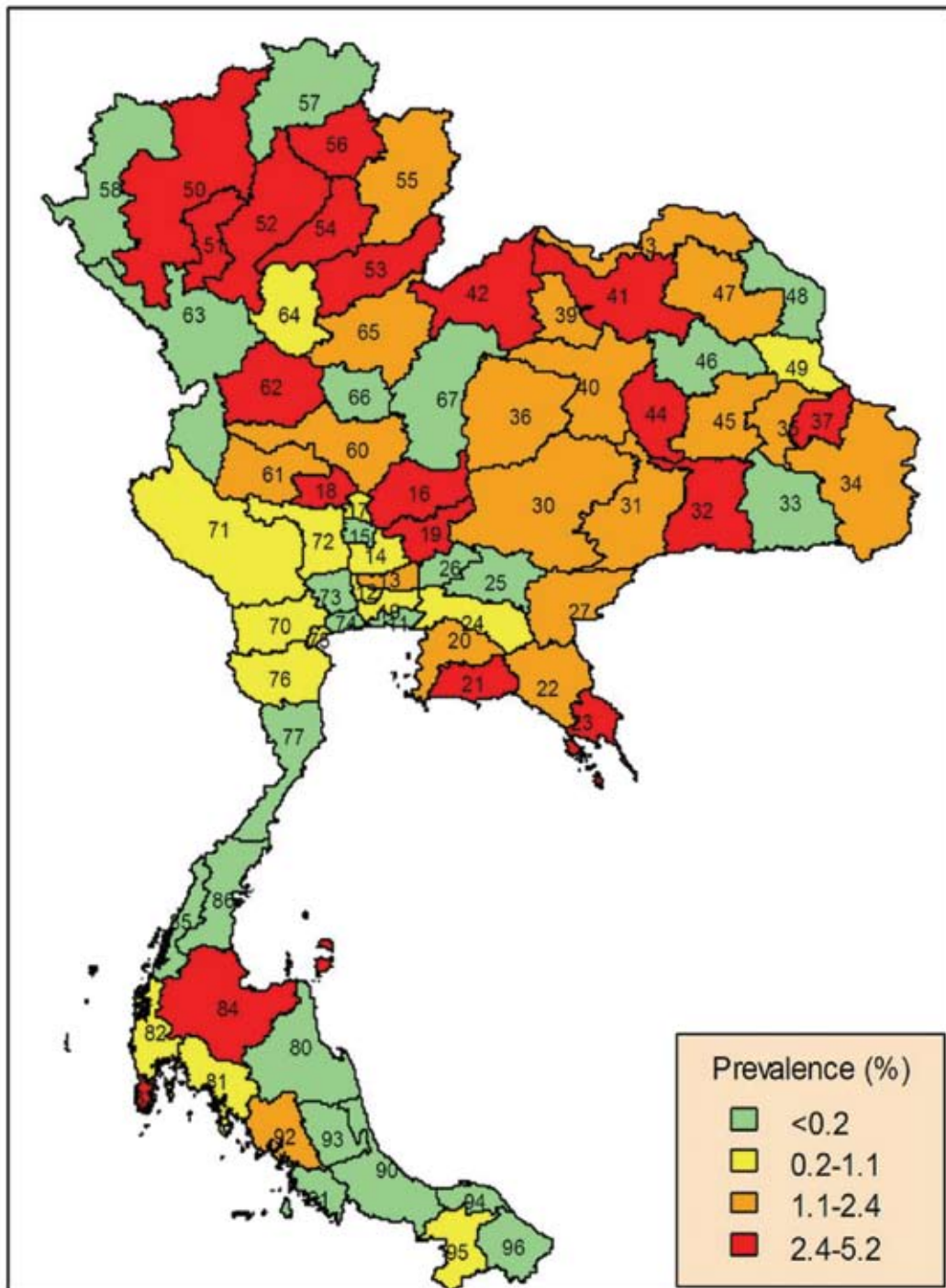
ตารางที่ 1.8 ตารางแสดงจังหวัดที่มีผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปี สูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ

ลำดับที่	จังหวัด	ภาค	ประชากรในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ทั้งจังหวัด	ประชากรในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ที่ดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวัน	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	มหาสารคาม	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	69,962	3,638	5.2
2	อุตรดิตถ์	ภาคเหนือ	33,660	1,582	4.7
3	ภูเก็ต	ภาคใต้	23,864	1,050	4.4
4	ลพบุรี	ภาคกลาง	57,171	2,344	4.1
5	ระยอง	ภาคกลาง	40,605	1,543	3.8
6	ลำปาง	ภาคเหนือ	55,395	2,105	3.8
7	ชัยนาท	ภาคกลาง	27,400	959	3.5
8	ตราด	ภาคกลาง	19,471	662	3.4
9	สระบุรี	ภาคกลาง	50,938	1,630	3.2
10	พะเยา	ภาคเหนือ	39,781	1,273	3.2
	กรุงเทพฯ		414,549	2,235	0.5
	ประเทศไทย		5,259,688	70,450	1.3

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

20. เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศโดยแบ่งตามความชุกของพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปีออกเป็น 4 ระดับโดยระบบQuartile ได้แก่ ความชุกระดับต่ำ(Q-1) คือความชุกของพฤติกรรมการดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวัน น้อยกว่าร้อยละ 0.2 ความชุกระดับปานกลาง(Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 0.2 – 1.05 Q-3 ความชุกระดับค่อนข้างสูง(Q-3) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 1.05 – 2.425 และความชุกระดับสูง(Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 2.425 – 5.2 (ดังรูปที่ 1.8) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า ภาคเหนือมีจังหวัดที่มีความชุกของพฤติกรรมดังกล่าวในระดับสูง มากที่สุดถึง 7 จังหวัด และ จังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดคือจังหวัดอุตรดิตถ์ รองลงมาคือภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ ภาคใต้ โดยพบ 5, 5 และ 2 จังหวัด และจังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดของทั้งสามภาคคือจังหวัดลพบุรี มหาสารคาม และภูเก็ต ตามลำดับ

รูปที่ 1.8 แผนภาพ GIS แสดงความชุกของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวัน ในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปี ราชอาณาจักร



ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

21. เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการดื่มแบบเม้าท์วอดดี้ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปี ในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี พบว่า จังหวัดที่มีผู้ที่มีความชุกสูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ ได้แก่ มุกดาหาร สมุทรสาคร นนทบุรี นครพนม สระแก้ว เพชร แม่ฮ่องสอน ร้อยเอ็ด ชัยภูมิ และน่าน ตามลำดับ โดยเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 จังหวัด ภาคกลาง 3 จังหวัด และ ภาคเหนือ 3 จังหวัด ซึ่งจังหวัดเหล่านี้มีผู้ที่มีพฤติกรรมดังกล่าว ประมาณร้อยละ 4 – 11 ของประชากรในกลุ่มวัยเดียวกันนี้ทั้งจังหวัด ดังตารางที่ 1.9

ตารางที่ 1.9 ตารางแสดงจังหวัดที่มีผู้ที่มีพฤติกรรมการดื่มแบบเม้าท์วอดดี้ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปี สูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ

ลำดับ ที่	จังหวัด	ภาค	ประชากรใน กลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ทั้งจังหวัด	ประชากรในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ที่มีพฤติกรรม การดื่มแบบเม้าท์วอดดี้ (Binge Drinking)	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	มุกดาหาร	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	35,332	3,976	11.3
2	สมุทรสาคร	ภาคกลาง	39,773	2,496	6.3
3	นนทบุรี	ภาคกลาง	75,852	4,206	5.5
4	นครพนม	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	51,434	2,842	5.5
5	สระแก้ว	ภาคกลาง	62,104	3,400	5.5
6	เพชร	ภาคเหนือ	31,459	1,477	4.7
7	แม่ฮ่องสอน	ภาคเหนือ	26,938	1,156	4.3
8	ร้อยเอ็ด	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	112,609	4,713	4.2
9	ชัยภูมิ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	89,391	3,248	3.6
10	น่าน	ภาคเหนือ	39,329	1,428	3.6
	กรุงเทพฯ		414,333	9,007	2.2
	ประเทศไทย		5,257,291	89,754	1.7

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียงเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

22. เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศโดยแบ่งตามความชุกของพฤติกรรมการดื่มแบบเม้าท์วอดดี้ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปีออกเป็น 4 ระดับโดยระบบQuartile ได้แก่ คือ ความชุกระดับต่ำ(Q-1) คือความชุกของพฤติกรรมการดื่มแบบเม้าท์วอดดี้ น้อยกว่าร้อยละ 0.25 ความชุกระดับปานกลาง(Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 0.25 – 1.15 ความชุกระดับค่อนข้างสูง(Q-3) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 1.15 – 2.25 และความชุกระดับสูง(Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 2.25 – 11.3 (ดังรูปที่ 1.5) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือมีจังหวัดที่มีความชุกของพฤติกรรมดังกล่าวในระดับสูงมากที่สุดเท่ากันถึง 8 จังหวัด และ จังหวัดที่มีความชุกสูงสุดของทั้งสองภาคคือจังหวัดมุกดาหารและเพชร ตามลำดับ รองลงมาคือภาคกลางมีจังหวัดที่มีความชุกในระดับสูงที่สุด 3 จังหวัด และจังหวัดที่มีความชุกสูงสุดของภาคกลางคือจังหวัดสมุทรสาคร ส่วนภาคใต้ไม่มีจังหวัดที่มีความชุกอยู่ในระดับสูงเลย

23. เมื่อวิเคราะห์การเกิดปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหา ในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปี พบว่า จังหวัดที่มีผู้ที่มีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหา สูงที่สุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ ได้แก่ แพร่ มุกดาหาร ขอนแก่น พะเยา ยโสธร ตรัง เชียงราย ศรีสะเกษ พิจิตร และกำแพงเพชร ตามลำดับ โดยภาคเหนือมี 5 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี 4 จังหวัด และ ภาคใต้มี 1 จังหวัด โดยที่จังหวัดเหล่านี้มีผู้ที่มีปัญหาที่เกิดจากการดื่มฯ ประมาณร้อยละ 14 – 22 ของประชากรในแต่ละจังหวัด ดังตารางที่ 1.10

ตารางที่ 1.10 ตารางแสดงจังหวัดที่มีความชุกของผู้ที่มีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหาในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปีสูงสุด 10 จังหวัดแรกของประเทศ

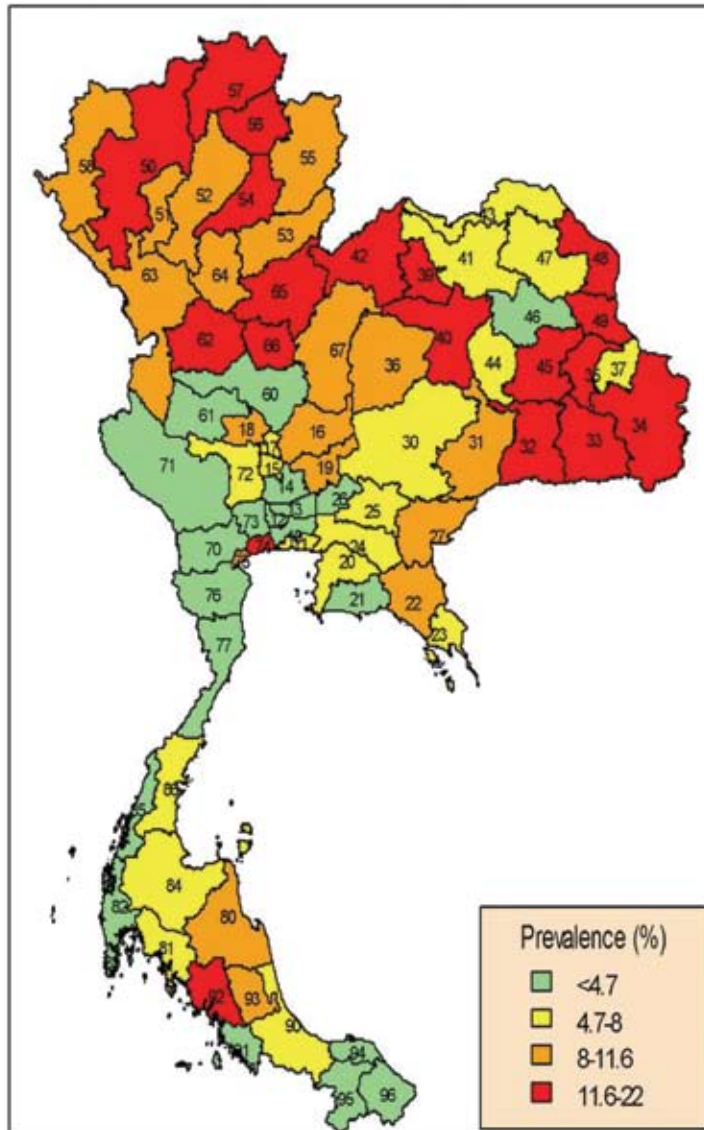
ลำดับ ที่	จังหวัด	ภาค	ประชากรใน กลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ทั้งจังหวัด	ประชากรในกลุ่มเยาวชน 15-19 ปี ที่มีปัญหาที่เกิดจากการ ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่าง น้อย 1 ปัญหา	
			จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1	แพร่	ภาคเหนือ	31,459	6,932	22.0
2	มุกดาหาร	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	35,332	7,707	21.8
3	ขอนแก่น	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	138,994	25,641	18.4
4	พะเยา	ภาคเหนือ	39,649	6,413	16.2
5	ยโสธร	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	42,135	6,396	15.2
6	ตรัง	ภาคใต้	58,469	8,692	14.9
7	เชียงราย	ภาคเหนือ	109,820	15,990	14.6
8	ศรีสะเกษ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	128,513	18,480	14.4
9	พิจิตร	ภาคเหนือ	36,898	5,269	14.3
10	กำแพงเพชร	ภาคเหนือ	64,928	9,174	14.1
	กรุงเทพฯ		414,333	11,915	2.9
	ประเทศไทย		5,257,291	443,517	8.4

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

24. เมื่อมองภาพรวมรายจังหวัดทั่วประเทศโดยแบ่งตามความชุกของการมีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหาในกลุ่มเยาวชน 15 – 19 ปีออกเป็น 4 ระดับโดยระบบQuartile ได้แก่ ความชุกระดับต่ำ(Q-1) คือความชุกของการมีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหาน้อยกว่าร้อยละ 4.7 ความชุกระดับปานกลาง(Q-2) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 4.7 – 8.0 ความชุกระดับค่อนข้างสูง(Q-3) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 8.0 – 11.6 และความชุกระดับสูง(Q-4) คืออยู่ระหว่างร้อยละ 11.6 – 22.0 (ดังรูปที่ 1.9) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจังหวัดที่มีความชุกของการมีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหาในระดับสูง มากที่สุดถึง 10 จังหวัด และ จังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดคือจังหวัดมุกดาหาร รองลงมาคือภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และ พบ 7, 1 และ 1 จังหวัด ตามลำดับ และจังหวัดที่มีความชุกสูงที่สุดของทั้งสามภาคคือจังหวัดแพร่ สมุทรสาคร และตรัง ตามลำดับ

รูปที่ 1.9 แผนภาพ GIS แสดงความชุกของประชากรอายุ 15-19 ปีที่ระบุว่าไม่มีปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 อย่าง เป็นรายจังหวัด



ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

● **สรุปและวิเคราะห์เปรียบเทียบจังหวัดและภาคที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

25. ด้วยปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน การวัดความเป็นปัญหาจึงต้องใช้ดัชนีชี้วัดหลายตัวประกอบกัน ดัชนีชี้วัดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้ในการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุรา ปี 2550 ของสำนักงานสถิติครั้งนี้ มีหลายดัชนี ซึ่งศูนย์วิจัยปัญหาสุราได้เลือกนำมาใช้วิเคราะห์ปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ พฤติกรรมปกติเป็นผู้ดื่ม พฤติกรรมการดื่มประจำ

ทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน พฤติกรรมการดื่มประจำทุกวันหรือเกือบทุกวัน พฤติกรรมการดื่มแบบเมาหัวราน้ำ (Binge) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปี และ การมีปัญหากจากการดื่มอย่างน้อย 1 ปัญหา และศูนย์วิจัยปัญหาสุราได้ ทำการวิเคราะห์ที่เปรียบเทียบความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างภาคโดยการนับจำนวนจังหวัดที่มีลักษณะของพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้นในความชุกระดับสูง(Q-4) โดยเฉลี่ยของทุกพฤติกรรมเป็นตัววัด และเปรียบเทียบจังหวัดที่เสี่ยงโดยการนับจำนวนพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้นในความชุกระดับสูง(Q-4) ของจังหวัดนั้นๆ เป็นตัววัด

การวิเคราะห์เปรียบเทียบจังหวัดและภาคที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป

26. ในกลุ่มประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ภาคที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ภาคเหนือ (เฉลี่ย 8.4 จังหวัดต่อพฤติกรรมเสี่ยง หมายความว่า ในภาคเหนือ เฉลี่ย 8.4 จังหวัด ที่มีความชุกของพฤติกรรมเสี่ยงแต่ละพฤติกรรมอยู่ในระดับสูง) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (เฉลี่ย 6.0) ภาคกลาง (เฉลี่ย 4.2) และ ภาคใต้ (เฉลี่ย 0.2) ตามลำดับ นั่นคือภาคเหนือเป็นภาคที่มีความเสี่ยงสูงที่สุดต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ดังตารางที่ 1.11)

ตารางที่ 1.11 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ในระดับภาค

	ภาค	พฤติกรรมที่ใช้เป็นดัชนีวัดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					ค่าของดัชนี
		ผู้ที่ (ปกติ) ดื่ม เครื่องดื่มฯ	ผู้ที่ดื่ม ประจำทุก สัปดาห์ หรือทุก เดือน	ผู้ที่ดื่ม ทุกวัน หรือ เกือบ ทุกวัน	ผู้ที่ดื่มแบบเมา หัวราน้ำ (Binge) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปี	ผู้ที่มีปัญหา จากการดื่มฯ อย่างน้อย 1 ปัญหา	เฉลี่ยจำนวน จังหวัดที่มี พฤติกรรมเสี่ยง (จังหวัด/ พฤติกรรมเสี่ยง)
จำนวนจังหวัด ของภาคที่มี ความชุกระดับสูง (Q- 4)	เหนือ	9	7	9	6	11	8.4
	ตะวันออกเฉียงเหนือ	8	9	1	7	5	6.0
	กลาง	2	2	8	6	3	4.2
	ใต้	-	-	1	-	0	0.2
	รวม	19	18	19	19	19	18.8

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

27. การเปรียบเทียบจังหวัดที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ในที่นี้ใช้ดัชนีจำนวนพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่จังหวัดมี

ความชุกของพฤติกรรมนั้นๆในระดับสูง (Q-4) (พฤติกรรมเสี่ยง คือ สัตว์สวนผู้ที่(ปกติ)เป็นผู้ดื่ม,ผู้ดื่มประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน, ผู้ที่ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน, ผู้ที่ดื่มแบบเม้าท์วราหน้า(Binge)อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปี และ ผู้ที่มีปัญหาจากการดื่มอย่างน้อย 1 ปัญหา) พบว่าจังหวัดที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุดของประเทศจำแนกรายภาคมีดังนี้ ภาคเหนือ ได้แก่ แพร่ พะเยา เชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน น่าน พิชณุโลก กำแพงเพชร และตาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ขอนแก่น มุกดาหาร นครพนม ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ภาคกลาง ได้แก่ สระแก้ว และปราจีนบุรี ส่วนภาคใต้ไม่มีจังหวัดใดที่มีความเสี่ยงสูงถึงสามพฤติกรรมเลยแม้แต่จังหวัดเดียว (ดังตารางที่ 1.12)

ตารางที่ 1.12 ตารางแสดงจังหวัดที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุดของประเทศ ในกลุ่มประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป

ลำดับที่	จังหวัด	พฤติกรรมที่ใช้เป็นดัชนีวัดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					ค่าของดัชนี
		ผู้ที่(ปกติ)เป็นผู้ดื่ม	ผู้ดื่มประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน	ผู้ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน	ผู้ดื่มแบบเม้าท์วราหน้า (Binge) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปี	ผู้ที่มีปัญหาจากการดื่มฯ อย่างน้อย 1 ปัญหา	
เหนือ							
1	แพร่	/	/	/	/	/	5
2	พะเยา	/	/	/	/	/	5
3	เชียงราย	/	/	/	/	/	5
4	เชียงใหม่	/	-	/		/	4
5	ลำพูน	/	-	/	-	/	3
6	น่าน	/	/	-	-	/	3
7	พิษณุโลก	/	-	/	-	/	3
8	กำแพงเพชร	/	-	-	/	/	3
9	ตาก	-	/	/	-	/	3
ตะวันออกเฉียงเหนือ							
1	ขอนแก่น	/	/	-	/	/	4
2	มุกดาหาร	/	-	-	/	/	3
3	นครพนม	-	/	-	/	/	3
4	ร้อยเอ็ด	-	/	-	/	/	3
5	บุรีรัมย์	/	/	-	/	-	3
6	สุรินทร์	-	-	/	/	/	3
กลาง							
1	สระแก้ว	/	-	/	/	/	4
2	ปราจีน	/	/	-	-	/	3
ใต้							
-	-	-	-	-	-	-	-

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

การวิเคราะห์เปรียบเทียบจังหวัดและภาคที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนอายุ 15 – 19 ปี

28. ในกลุ่มเยาวชนอายุ 15-19 ปี ภาคที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ภาคเหนือ (เฉลี่ย 8.4 จังหวัดต่อพฤติกรรมเสี่ยงหรืออันตราย) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (เฉลี่ย 7.4) ภาคกลาง (เฉลี่ย 2.8) และภาคใต้(เฉลี่ย 0.4) นั่นคือภาคเหนือเป็นภาคที่มีความเสี่ยงสูงที่สุดต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ดังตารางที่ 1.13)

ตารางที่ 1.13 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนอายุ 15 – 19 ปีในระดับภาค

	ภาค	พฤติกรรมที่ใช้เป็นดัชนีวัดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					ค่าของดัชนี
		ผู้ที่ดื่ม (ปกติ) ดื่ม เครื่องดื่มฯ	ผู้ที่ดื่ม ประจำทุก สัปดาห์ หรือทุก เดือน	ผู้ที่ดื่ม ทุกวัน หรือ เกือบ ทุกวัน	ผู้ที่ดื่มแบบเม้าท์วรา (Binge) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปี	ผู้ที่มีปัญหา จากการดื่มฯ อย่างน้อย 1 ปัญหา	เฉลี่ยจำนวน จังหวัดที่มี พฤติกรรมเสี่ยง (จังหวัด/ พฤติกรรมเสี่ยง)
จำนวนจังหวัด ของภาคที่มี ความชุกระดับสูง (Q- 4)	เหนือ	9	7	7	8	11	8.4
	ตะวันออกเฉียงเหนือ	9	9	5	8	5	7.4
	กลาง	1	2	5	3	3	2.8
	ใต้	-	-	2	-	0	0.4
	รวม	19	19	19	19	19	19

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

29. การเปรียบเทียบจังหวัดที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ ในที่นี้ใช้ดัชนีจำนวนพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่จังหวัดมีความชุกของพฤติกรรมนั้นๆในระดับสูง (Q-4) พบว่าจังหวัดที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุดของประเทศจำแนกรายภาคมีดังนี้ ภาคเหนือ ได้แก่ พะเยา กำแพงเพชร แพร่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน ลำพูน ลำปาง และเพชรบูรณ์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ อำนาจเจริญ มุกดาหาร ขอนแก่น สุรินทร์ ร้อยเอ็ด และชัยภูมิ ภาคกลาง ได้แก่ สระแก้ว ส่วนภาคใต้ไม่มีจังหวัดใดที่มีความเสี่ยงสูงถึงสามพฤติกรรมเลยแม้แต่จังหวัดเดียว (ดังตารางที่ 1.14)

ตารางที่ 1.14 ตารางแสดงชื่อ 16 จังหวัดที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุดของประเทศ ในกลุ่มประชากรอายุ 15 – 19 ปี

ลำดับที่	จังหวัด	พฤติกรรมที่ใช้เป็นดัชนีวัดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					ค่าของดัชนี จำนวนพฤติกรรมเสี่ยงที่มีความชุก ระดับสูง(Q- 4)
		ผู้ที่(ปกติ)เป็นผู้ดื่ม	ผู้ที่ดื่มประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือน	ผู้ที่ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน	ผู้ที่ดื่มแบบเม้าท์วราหน้า (Binge) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปี	ผู้ที่มีปัญหาจากการดื่มฯ อย่างน้อย 1 ปัญหา	
เหนือ							
1	พะเยา	/	/	/	/	/	5
2	กำแพงเพชร	/	/	/	/	/	5
3	แพร่	/	-	/	/	/	4
4	เชียงราย	/	/	-	-	/	3
5	เชียงใหม่	-	-	/	/	/	3
6	น่าน	/	-	-	/	/	3
7	ลำพูน	-	-	/	/	/	3
8	ลำปาง	/	/	/	-	-	3
9	เพชรบูรณ์	/	/	-	/	-	3
ตะวันออกเฉียงเหนือ							
1	อำนาจเจริญ	/	/	/	/	-	4
2	มุกดาหาร	/	/	-	/	/	4
3	ขอนแก่น						3
4	สุรินทร์	-	-	/	/	/	3
5	ร้อยเอ็ด	-	/	-	/	/	3
6	ชัยภูมิ	/	/	-	/	-	3
กลาง							
1	สระแก้ว	/	-	-	/	/	3
ใต้							
-	-	-	-	-	-	-	-

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ประชาชนนิยมดื่ม

30. ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คนไทย(อายุ 15 ปีขึ้นไป)นิยมดื่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ประเภท) เรียงตามลำดับ 4 ลำดับแรกดังนี้ เบียร์ ร้อยละ 60.9, สุราขาวหรือสุรากลั่นชุมชนร้อยละ 42.7, สุราสียี่ห้อไทย ร้อยละ 23.6, สุรายี่ห้อต่างประเทศร้อยละ 4.7 (ดังตารางที่ 1.15)

31. เมื่อวิเคราะห์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความนิยมเปรียบเทียบระหว่างภาค พบว่าเบียร์ได้รับความนิยมในลำดับที่สูงของทุกภาค ส่วนภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมสุราขาวหรือสุรากลั่นชุมชนใกล้เคียงกับเบียร์ แต่ ภาคใต้และภาคกลางนิยมดื่มสุรายี่ห่อไทยมากกว่าสุราขาวหรือสุรากลั่นชุมชน สุรายี่ห่อต่างประเทศในกรุงเทพฯและภาคกลางบริโภคมากกว่าภาคอื่น ยาดองเหล้าในภาคใต้และภาคกลางบริโภคมากกว่าภาคอื่นๆ (ดังตารางที่ 1.15)

ตารางที่ 1.15 ตารางแสดงร้อยละ ของประชาชนที่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท จำแนกตามภาค ในกลุ่มอายุ 15 ปีขึ้นไป (ตอบได้มากกว่า 1 ประเภท)

	สุราขาว /สุรากลั่นชุมชน	เบียร์	สุรายี่ห่อไทย	สุรายี่ห่อต่างประเทศ	สุราหมักพื้นบ้าน	ไวน์/แชมเปญ	ไวน์คูลเลอร์	สุราจีน/เซียงซุน/เหมาโต	ยาเดองเหล้า
เหนือ	54.9	53.2	27.9	3.8	0.8	0.2	0.4	0.1	1.6
ตะวันออกเฉียงเหนือ	58.5	58.7	13.1	2.5	0.6	0.3	0.4	0.0	1.2
กลาง	22.3	65.8	32.2	7.1	0.2	0.4	0.8	0.2	2.7
ใต้	26.6	67.4	32.5	5.4	0.8	0.4	0.5	0.3	4.1
กรุงเทพฯ	4.5	74.2	28.7	11.0	0.2	0.2	1.2	0.6	1.4
ประเทศไทย	42.7	60.9	23.6	4.7	0.6	0.4	0.6	0.2	1.9

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

32. ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เยาวชนไทย(อายุ 15 – 19 ปี)นิยมดื่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ประเภท) เรียงตามลำดับ 4 ลำดับแรกดังนี้ เบียร์ ร้อยละ 74.5, สุราขาวหรือสุรากลั่นชุมชนร้อยละ 37.6, สุราสี่ยี่ห่อไทย ร้อยละ 25.0, สุรายี่ห่อต่างประเทศร้อยละ 2.8 (ดังตารางที่ 1.16)
33. เมื่อเปรียบเทียบประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่มในกลุ่มเยาวชนอายุ 15 – 19 ปี กับประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป พบว่าเยาวชนจะนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมสมัยมากขึ้น ได้แก่ เบียร์ และ นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมลดลง ได้แก่ สุราขาวหรือสุรากลั่นชุมชน สุราหมักพื้นบ้าน สุราจีน/เซียงซุน/เหมาโต และ ยาดองเหล้า (ดูเปรียบเทียบตารางที่ 1.16 กับตารางที่ 1.15)

ตารางที่ 1.16 ตารางแสดงร้อยละของประชาชนที่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท จำแนกตามภาค ในกลุ่มอายุ 15 ปีขึ้นไป (ตอบได้มากกว่า 1 ประเภท)

	สุราขาว /สุรา กลั่น ชุมชน	เบียร์	สุรายี่ห่อ ไทย	สุรายี่ห่อ ต่างประเทศ	สุราหมัก พื้นบ้าน	ไวน์/ แชม เปญ	ไวน์คูลู เลอร์	สุราจีน/ เหมาไฮ	ยาแดง เหล้า
เหนือ	39.1	69.0	36.1	1.8	0.3	0.0	0.9	0.0	0.3
ตะวันออกเฉียงเหนือ	55.4	71.4	16.9	2.0	0.4	0.1	0.4	0.0	0.0
กลาง	12.5	79.5	27.8	6.5	0.1	0.1	0.8	0.0	0.4
ใต้	11.5	84.5	29.3	4.1	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0
กรุงเทพฯ	0.0	96.8	26.8	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0
ประเทศไทย	37.6	74.5	25.0	2.8	0.3	0.1	0.8	0.0	0.1

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมาย (ครอบคลุมเครื่องดื่มที่ผลิตเถื่อนในประเทศและที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศ)

34. กลุ่มประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป (ที่ให้ข้อมูลต่อคำถามการมีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มที่ผลิตเถื่อนในประเทศหรือที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศ) โดยเฉลี่ยของประเทศไทยมีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตเถื่อนในประเทศร้อยละ 7.6 และมีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศร้อยละ 0.8, ประชาชนในภาคเหนือเป็นกลุ่มที่เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตเถื่อนในประเทศสูงที่สุด คือร้อยละ 17.3 ของประชาชนในภาคเหนือ และ ภาคใต้เป็นกลุ่มที่เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศสูงที่สุด คือร้อยละ 1.4 ของประชาชนในภาคใต้ (ดังตารางที่ 1.17)

ตารางที่ 1.17 ตารางแสดงความชุกของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปที่มีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดปกติภายในรอบ 1 ปี

ภาค	จำนวนผู้ให้ข้อมูล	จำนวนผู้ที่มีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มฯที่ผลิตเดือนในประเทศ	ร้อยละ	จำนวนผู้ที่มีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มฯที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศ	ร้อยละ
เหนือ	3,600,152	623,599	17.3	15,975	0.4
ตะวันออกเฉียงเหนือ	5,885,018	352,124	6.0	60,764	1.0
กลาง	3,466,602	115,466	3.3	18,093	0.5
ใต้	1,189,291	59,635	5.0	16,906	1.4
กรุงเทพฯ	1,220,326	18,833	1.5	11,622	1.0
ประเทศไทย	15,360,792	1,169,662	7.6	123,363	0.8

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

35. กลุ่มเยาวชนอายุ 15 – 19 ปี (ที่ให้ข้อมูลต่อคำถามการมีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มฯที่ผลิตเดือนในประเทศหรือที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศ) โดยเฉลี่ยของประเทศไทยมีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตเดือนในประเทศร้อยละ 7.3 และ มีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศร้อยละ 6.6. เยาวชนในภาคเหนือเป็นกลุ่มที่เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตเดือนในประเทศสูงที่สุด คือร้อยละ 11.5 ของเยาวชนภาคเหนือกลุ่มอายุเดียวกัน และ ภาคใต้เป็นกลุ่มที่เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศสูงที่สุด คือร้อยละ 14.1 ของเยาวชนภาคใต้กลุ่มอายุเดียวกัน เยาวชนในกรุงเทพฯไม่มีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดปกติ (ดังตารางที่ 1.18)
36. จากข้อมูลเปรียบเทียบการมีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดปกติระหว่างเยาวชนอายุ 15 – 19 ปี กับ ประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดปกติสอดคล้องกันระหว่างสองกลุ่ม คือ ภาคเหนือเป็นภาคที่ทั้งกลุ่มประชาชนและเยาวชนมีการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตเดือนในประเทศได้สูงที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ และ ภาคใต้เป็นภาคที่ทั้งกลุ่มประชาชนและเยาวชนมีการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศได้สูงที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ ทั้งนี้กลุ่มเยาวชน(อายุ 15 – 19 ปี) ทุกภาค(ยกเว้นกรุงเทพฯ)มีความชุกการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศสูงกว่ากลุ่มประชาชน(อายุ 15 ปีขึ้นไป) (ดังตารางที่ 1.18 และ 1.17)

ตารางที่ 1.18 ตารางแสดงความชุกของประชากรอายุ 15 – 19 ปีที่มีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดปกติภายในรอบ 1 ปี

ภาค	จำนวนผู้ที่ให้ข้อมูล	จำนวนผู้ที่มีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มที่ผลิตเถื่อนในประเทศ	ร้อยละ	จำนวนผู้ที่มีประสบการณ์ดื่มเครื่องดื่มที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศ	ร้อยละ
เหนือ	167,203	19,187	11.5	12,454	7.4
ตะวันออกเฉียงเหนือ	304,574	25,104	8.2	19,047	6.3
กลาง	116,758	2,266	1.9	4,770	4.1
ใต้	60,060	2,725	4.5	8,487	14.1
กรุงเทพฯ	30,864	0	0.0	0	0.0
ประเทศไทย	679,460	49,285	7.3	44,761	6.6

ที่มา: ผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราปี 2550 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

● **สรุปสถานการณ์ด้านอุปสงค์**

37. สรุปสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย จากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุรา ปี 2550 (ดำเนินการสำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ)

● ประชาชนไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่ปกติเป็นผู้ดื่มร้อยละ 29.3, มีพฤติกรรมดื่มใน 12 เดือนร้อยละ 30.0, มีพฤติกรรมดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนร้อยละ 13.7, ดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันร้อยละ 6.5, ดื่มแบบเม้าท์วอดดี้ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีร้อยละ 4.9, และมีปัญหาจากการดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหา ร้อยละ 13.5; ส่วนเยาวชนไทยอายุ 15 – 19 ปี เป็นผู้ที่ปกติเป็นผู้ดื่มร้อยละ 12.8, มีพฤติกรรมดื่มใน 12 เดือนร้อยละ 12.9, มีพฤติกรรมดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกเดือนร้อยละ 6.7, ดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันร้อยละ 1.3 ดื่มแบบเม้าท์วอดดี้ (Binge Drinking) อย่างน้อย 1 ครั้งใน 1 ปีร้อยละ 1.7 และมีปัญหาจากการดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ปัญหา ร้อยละ 8.4

● ภาคที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แก่ ภาคเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ตามลำดับ ทั้งประชาชนกลุ่มอายุ 15 ปีขึ้นไป และ เยาวชนกลุ่มอายุ 15 – 19 ปี

- **สำ**หรับกลุ่มอายุ 15 ปีขึ้นไปนั้น จังหวัดที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระดับประเทศ 6 ลำดับแรกของประเทศไทยมีดังนี้ จังหวัดแพร่ พะเยา เชียงราย เชียงใหม่ ขอนแก่น และสระแก้ว สำหรับกลุ่มอายุ 15 – 19 ปีนั้น จังหวัดที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5 ลำดับแรกของประเทศไทยมีดังนี้ จังหวัดพะเยา กำแพงเพชร แพร่ อำนาจเจริญ และมุกดาหาร
- **เบียร์**เป็นที่นิยมดื่มของประชาชนและเยาวชนทุกภาค, สุราขาวหรือสุรากลั่นชุมชนมีความนิยมดื่มเท่ากับเบียร์ สำหรับภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยม และเป็นที่ยอมรับอันดับสามสำหรับภาคกลางและภาคใต้ แต่เป็นอันดับสี่ของกรุงเทพฯ, เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นที่นิยมดื่มรองลงมาของทุกภาค คือ สุราสียี่ห้อไทย และ สุรายี่ห้อต่างประเทศ ตามลำดับ
- **ภาค**เหนือเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตเถื่อนในประเทศได้สูงที่สุด ขณะที่ภาคใต้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศได้สูงที่สุด และ เยาวชนเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศได้มากกว่าประชาชนทั่วไป

บทที่ 2 : สถานการณ์ต้นพากระบุ (Impact Situation)

Chapter 2

บทที่ 2

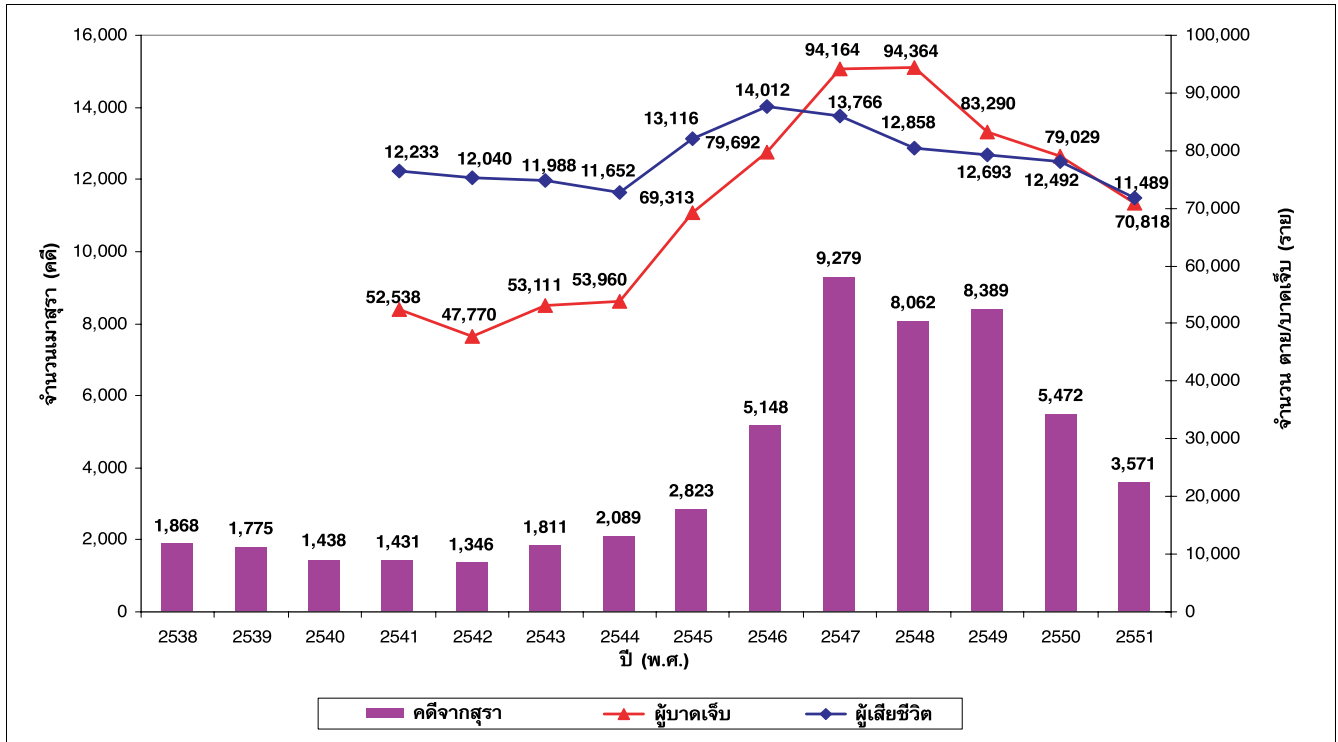
สถานการณ์ด้านผลกระทบ (Impact Situation)

- ข้อมูลในส่วนของสถานการณ์ด้านผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นี้ จะเป็นข้อมูลส่วนที่เพิ่มเติม ข้อมูลล่าสุดจากฐานข้อมูลทะเบียน-ทะเบียนประจำ และ ข้อมูลที่มีการสำรวจเพิ่มเติม หรือ ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยต่างๆ โดยที่ข้อมูลที่มีอยู่ในรายงานสถานการณ์สุราประจำปี 2549 - 2551 ที่ไม่ได้มีข้อมูลเพิ่มเติมต่อเนื่องจะไม่ได้เขียนในรายงานสถานการณ์สุราประจำปี 2552 ฉบับนี้ โดยขอบเขตการรายงานสถานการณ์ด้านผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปีนี้เป็นคือ
 - ผลกระทบด้านอุบัติเหตุ
 - แอลกอฮอล์กับอุบัติเหตุในช่วงเทศกาล
 - ผลกระทบด้านความรุนแรง
 - การเฝ้าระวังผลกระทบที่เกิดจากการบริโภคแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์
 ส่วนผลกระทบด้านสุขภาพ เศรษฐกิจและเยาวชนได้นำเสนอไว้แล้วในรายงานสถานการณ์สุราประจำปี 2551

● ผลกระทบด้านอุบัติเหตุ

- ข้อมูลจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีการเก็บสถิติจราจรทางบกในพื้นที่ทั่วราชอาณาจักร พบว่าจำนวนคดีอุบัติเหตุที่มีสาเหตุจากการดื่มสุราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2543 จนถึงปี 2547 จากจำนวน 1,811 คดี เพิ่มขึ้นเป็น 9,279 คดี คิดเป็น 5 เท่า ในเวลา 5 ปี แต่ในปี 2548 ลดลงเหลือ 8,062 คดี จากนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเป็น 8,389 คดี ในปี 2549 ต่อมาในปี 2550 และปี 2551 มีการปรับลดลงเป็น 5,472 คดี และ 3,571 คดี ตามลำดับ; สอดคล้องกับการลดลงของจำนวนของผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทางบก ซึ่งพบว่า จำนวนผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจรทางบกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2543 จำนวน 53,111 ราย เป็น 94,364 ราย ในปี 2548 และลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549-2551 มีจำนวน 83,290 ราย, 79,026 ราย และ 70,818 ราย ตามลำดับ ขณะที่ผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทางบกมีแนวโน้มเช่นเดียวกันคือ ในปี 2543-2546 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 11,988 ราย เป็น 14,012 ราย และเริ่มลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา โดยมีจำนวนผู้เสียชีวิตในปี 2551 จำนวน 11,489 ราย (ดังรูปที่ 2.1) ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าแนวโน้มของการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทางบกแปรผันตรงกับจำนวนคดีอุบัติเหตุที่มีสาเหตุจากการดื่มสุรา ทั้งนี้การลดลงของทั้งคดีอุบัติเหตุที่มีสาเหตุจากการดื่มสุรา และ จำนวนการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทางบกหลังปี 2547 เป็นต้นมา อาจจะเป็นผลจากการดำเนินมาตรการต่างๆ อย่างเข้มข้นของทั้งภาครัฐและภาคประชาสังคมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งการออกมติคณะรัฐมนตรี การออกประกาศต่างๆ ในประเด็นการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การออกพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การตรวจจับเมาแล้วขับอย่างจริงจังต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเทศกาลปีใหม่และสงกรานต์ การเพิ่มโทษเมาแล้วขับ ตลอดจนการขึ้นภาษีสุรา การรณรงค์การให้การศึกษาและการบำบัดรักษา เป็นต้น

รูปที่ 2.1 แผนภูมิและกราฟแสดงจำนวนคดีอุบัติเหตุที่มีสาเหตุจากการดื่มสุรา จำนวนผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทางบก พ.ศ. 2438 - 2551



ที่มา : สถิติจราจรทางบก, สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

3. เมื่อคำนวณการเปลี่ยนแปลงนับจากปี 2547 ถึงปี 2551 พบว่า จำนวนคดีอุบัติเหตุจราจรทางบกที่มีสาเหตุจากการเมาสุรา ลดลงร้อยละ 61.0 จำนวนผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจรทางบกลดจ้อยละ 24.0 และ จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรลดจ้อยละ 16.5 สรุปได้ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนคดีอุบัติเหตุจราจรจากการเมาสุรา, จำนวนผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจร และ จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจร เปรียบเทียบระหว่างปี 2547 และ 2551

กรณี	ปี 2547	ปี 2551	เปลี่ยนแปลง
จำนวนคดีอุบัติเหตุจราจรจากการเมาสุรา	9,279	3,571	-61.0%
จำนวนผู้บาดเจ็บอุบัติเหตุจราจร	94,164	70,818	-24.0%
จำนวนผู้เสียชีวิตอุบัติเหตุจราจร	13,766	11,489	-16.5%

ที่มา : สถิติจราจรทางบก, สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

4. จากการศึกษาข้อมูลจากรายงานสถานการณ์แนวโน้มการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุการขนส่ง พ.ศ.2541-2550 โดย แสงโถม เกิดคล้าย และคณะ ซึ่งใช้ฐานข้อมูลการเฝ้าระวังการบาดเจ็บรุนแรง ของ สำนักระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุข โดยในปี 2547 มีเครือข่ายโรงพยาบาลทั้งหมด 26 แห่ง เพิ่มขึ้นเป็น 29 แห่งในปี 2550 ผลการศึกษา พบว่า มีการรายงานผู้บาดเจ็บรุนแรง จากทุกสาเหตุของการบาดเจ็บตั้งแต่ ปีพ.ศ.2541-2550 จำนวน 63,466-163,576 ราย รวมทั้งสิ้น 10 ปีเท่ากับ 1,265,876 ราย เฉลี่ยปีละ 126,588 ราย โดยการบาดเจ็บรุนแรงกว่าครึ่งเกิดจากอุบัติเหตุการขนส่งซึ่งมีจำนวนสูงที่สุดคือ 652,982 ราย เฉลี่ยปีละ 65,298 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.6 ดังตารางที่ 2.2

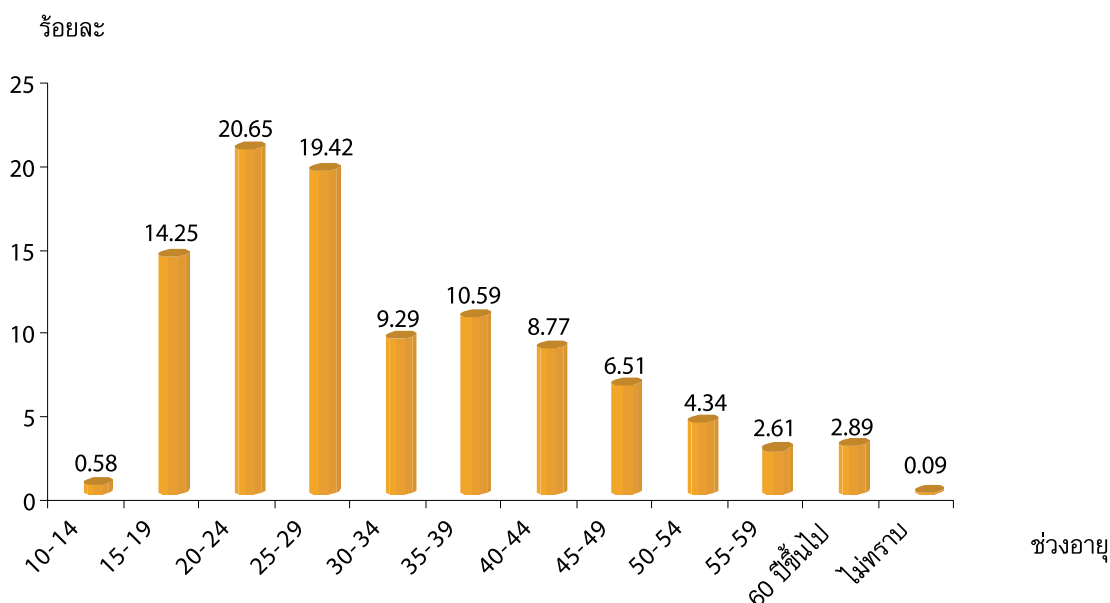
ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงจำนวนการบาดเจ็บรุนแรงจากสาเหตุต่างๆ 5 อันดับแรก ประเทศไทย พ.ศ.2541-2550

สาเหตุการบาดเจ็บ	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	รวม	เฉลี่ย
อุบัติเหตุการขนส่ง	36,800	48,555	54,515	56,289	65,071	80,445	78,654	73,865	80,893	77,895	652,982	65,298
อุบัติเหตุพลัด ตก ทกล้ม	7,994	11,644	13,852	14,364	16,717	20,794	23,530	24,126	26,882	26,091	185,994	18,599
อุบัติเหตุเชิงกลวัตถุสิ่งของ	7,328	10,369	12,156	12,404	14,271	17,062	19,477	19,987	23,332	23,374	159,760	15,976
ถูกทำร้าย	4,693	6,463	7,672	8,264	9,969	16,180	15,344	15,023	16,780	15,814	116,202	11,620
ทำร้ายตัวเอง	2,623	3,839	4,231	4,229	5,193	5,999	6,848	6,452	6,470	6,860	52,744	5,274
อื่นๆ	4,028	6,484	7,800	7,209	8,811	11,468	13,047	11,837	13,968	13,542	98,194	9,819
รวม	63,466	87,354	100,226	102,759	120,032	151,948	156,900	151,290	168,325	163,576	1,265,876	126,588

ที่มา : รายงานสถานการณ์แนวโน้มการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุการขนส่ง พ.ศ.2541-2550, แสงโถม เกิดคล้าย และคณะ

5. พฤติกรรมเสี่ยงหนึ่งที่สำคัญต่อการเกิดอุบัติเหตุการขนส่งคือ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจากรายงานนี้พบว่า ในช่วงปี 2541-2550 มีผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุการขนส่ง เนื่องจากการดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 219,271 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.37 ของผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุการขนส่งทั้งหมด โดยเมื่อพิจารณาผู้ขับขี่ที่ดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 20-24 ปี เป็นผู้ขับขี่ที่ดื่มแอลกอฮอล์สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.65 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 25-29 ปี ร้อยละ 19.42 และอายุ 15-19 ปี ร้อยละ 14.25 ดังรูปที่ 2.2

รูปที่ 2.2 แผนภูมิแสดงร้อยละของผู้ขับขี่ที่ดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2541-2550 จำแนกตามกลุ่มอายุ



ที่มา : รายงานสถานการณ์แนวโน้มการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุการขนส่ง พ.ศ.2541-2550, แสงโสม เกิดคล้าย และคณะ

6. จากการเฝ้าระวังการบาดเจ็บรุนแรงระดับชาติ (National Injury Surveillance) ปี 2551 ของสำนักระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งได้รับข้อมูลจากเครือข่ายโรงพยาบาล 25 แห่ง จากทั้งหมด 30 แห่ง พบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บาดเจ็บรุนแรง เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการบาดเจ็บรุนแรงในทุกสาเหตุ โดยผู้บาดเจ็บจากการถูกทำร้ายเป็นผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุดถึงร้อยละ 55.24 รองลงมาคืออุบัติเหตุขนส่งร้อยละ 34.3 และการตั้งใจทำร้ายตนเอง ร้อยละ 20.5 ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้บาดเจ็บรุนแรง จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปี 2551

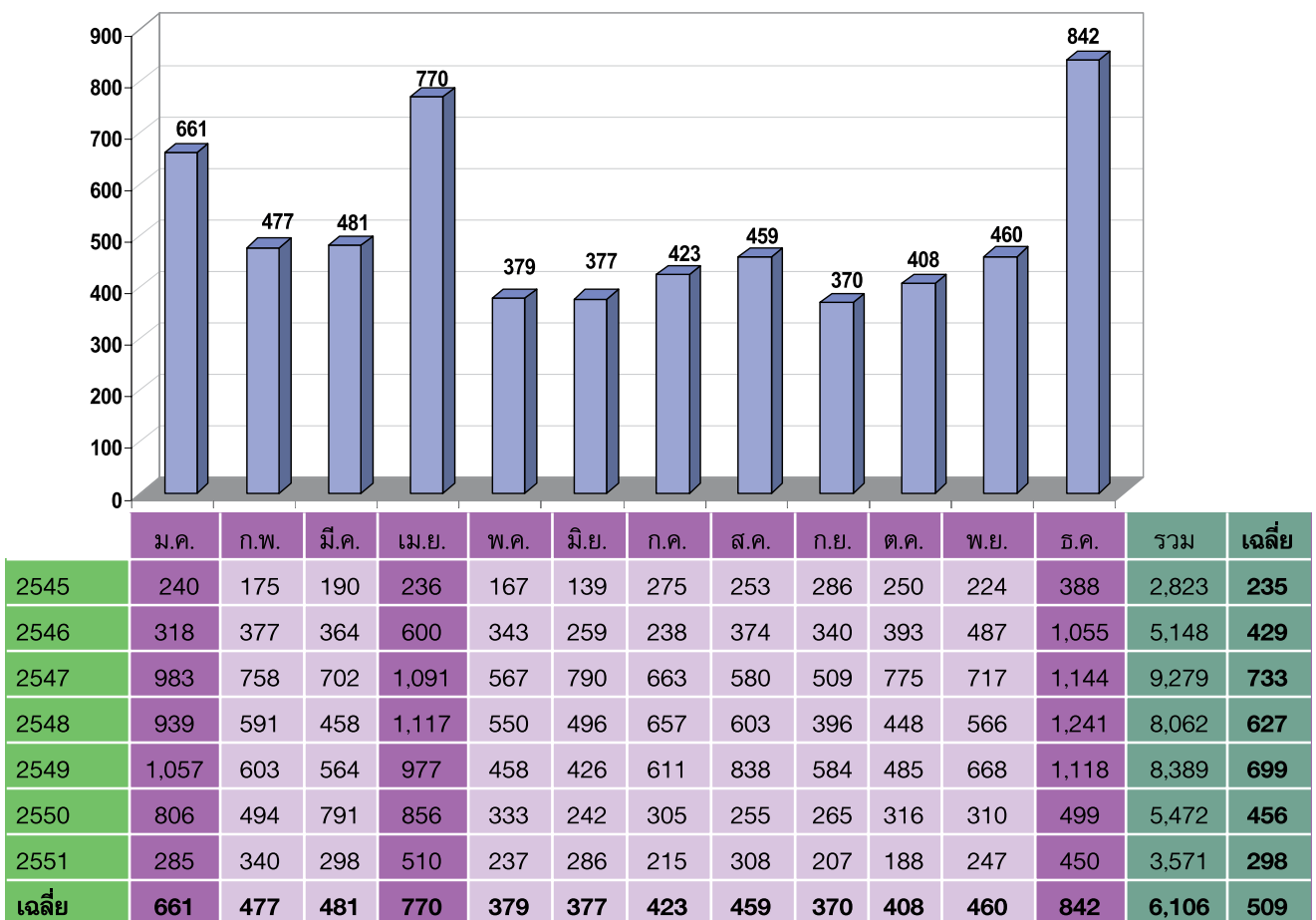
สาเหตุการบาดเจ็บ	จำนวนผู้บาดเจ็บที่ทราบสถานภาพการดื่ม/ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด (ราย)	จำนวนผู้บาดเจ็บที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ราย)	ร้อยละการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
การถูกทำร้าย	12,177	6,727	55.24
อุบัติเหตุขนส่ง	60,213	20,655	34.30
การตั้งใจทำร้ายตนเอง	5,376	1,102	20.50
อุบัติเหตุตกน้ำจมน้ำ	477	58	12.16
อุบัติเหตุพลัดตกหกล้ม	22,975	2,254	9.81

ที่มา: การเฝ้าระวังการบาดเจ็บรุนแรงระดับชาติ (National Injury Surveillance) ปี 2551 ของสำนักระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุข

● แอลกอฮอล์กับอุบัติเหตุในช่วงเทศกาล

7. ในช่วงเทศกาล งานประเพณีต่างๆ คนไทยมักจะมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการเฉลิมฉลอง ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุบัติเหตุเหตุจรรยาจรทางบกอย่างชัดเจน ดังรูปที่ 2.3 จะเห็นได้จากสถิติการเกิดคดีอุบัติเหตุจากการเมาสุราสูงมากในช่วงเดือนธันวาคม มกราคม และเมษายนของทุกปี ซึ่งเป็นช่วงเดือนแห่งเทศกาลปีใหม่ และสงกรานต์ของประเทศไทย เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉลี่ยปี 2545-2551 พบว่า เดือนเมษายน ซึ่งเป็นเทศกาลสงกรานต์ จะพบว่ามีจำนวนคดีอุบัติเหตุจากการเมาสุราโดยเฉลี่ย 770 คดี และเดือนธันวาคม - มกราคม จำนวนคดีอุบัติเหตุจากการเมาสุราโดยเฉลี่ย 752 คดี (เฉลี่ยจาก 661 และ 842) ขณะที่เฉลี่ยตลอดปีอยู่ที่ 509 คดีดังรูปที่ 2.3

รูปที่ 2.3 แสดงจำนวนคดีอุบัติเหตุจรรยาจรทางบกที่มีสาเหตุจากการเมาสุรา จำแนกตามเดือนที่เกิดคดีจากการเมาสุรา ระหว่างปี 2545-2551



ที่มา : สถิติจรรยาจรทางบก, สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

8. ข้อมูลจากศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พบว่า ในช่วงเทศกาลสำคัญของปี คือ ปีใหม่และสงกรานต์ มีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทางบกมากกว่าช่วงปกติตลอดปี กล่าวคือ ในช่วงปีใหม่มีผู้เสียชีวิตมากกว่าช่วงปกติถึง 1.8-2.4 เท่า (เฉลี่ย 2 เท่า) และในช่วงสงกรานต์มีผู้เสียชีวิตมากกว่าช่วงปกติถึง 1.5-2.6 เท่า (เฉลี่ย 1.9 เท่า) ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงจำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทางบก เปรียบเทียบระหว่างตลอดปี, ปีใหม่และสงกรานต์ ตั้งแต่ปี 2545-2551

ปี	ตลอดปี		ปีใหม่ (ผู้เสียชีวิต)			สงกรานต์ (ผู้เสียชีวิต)		
	365 วัน	ต่อวัน	7 วัน	ต่อวัน	เปรียบเทียบกับปีใหม่กับตลอดปี	6 วัน	ต่อวัน	เปรียบเทียบกับปีใหม่กับตลอดปี
2545	13,116	36	585	84	2.3	567	95	2.6
2546	14,012	38	562	80	2.1	559	93	2.4
2547	13,766	38	632	90	2.4	449	75	2.0
2548	12,858	35	469	67	1.9	330	55	1.6
2549	12,693	35	441	63	1.8	338	56	1.6
2550	12,492	34	449	64	1.9	318	53	1.5
2551	11,489	31	401	57	1.8	324	54	1.7
เฉลี่ย	12,918	35	506	72	2.0	412	69	1.9

ที่มา : ศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
 เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

9. ช่วงเทศกาลปีใหม่จะมีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทางบก 1 คน ทุกๆ 16-27 นาที (เฉลี่ย 20 นาที) และช่วงเทศกาลสงกรานต์จะมีผู้เสียชีวิต 1 คน ทุกๆ 15-27 นาที (เฉลี่ย 21 นาที) ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากรถทางบก เปรียบเทียบระหว่างเทศกาลปีใหม่กับสงกรานต์ตั้งแต่ปี 2545-2551

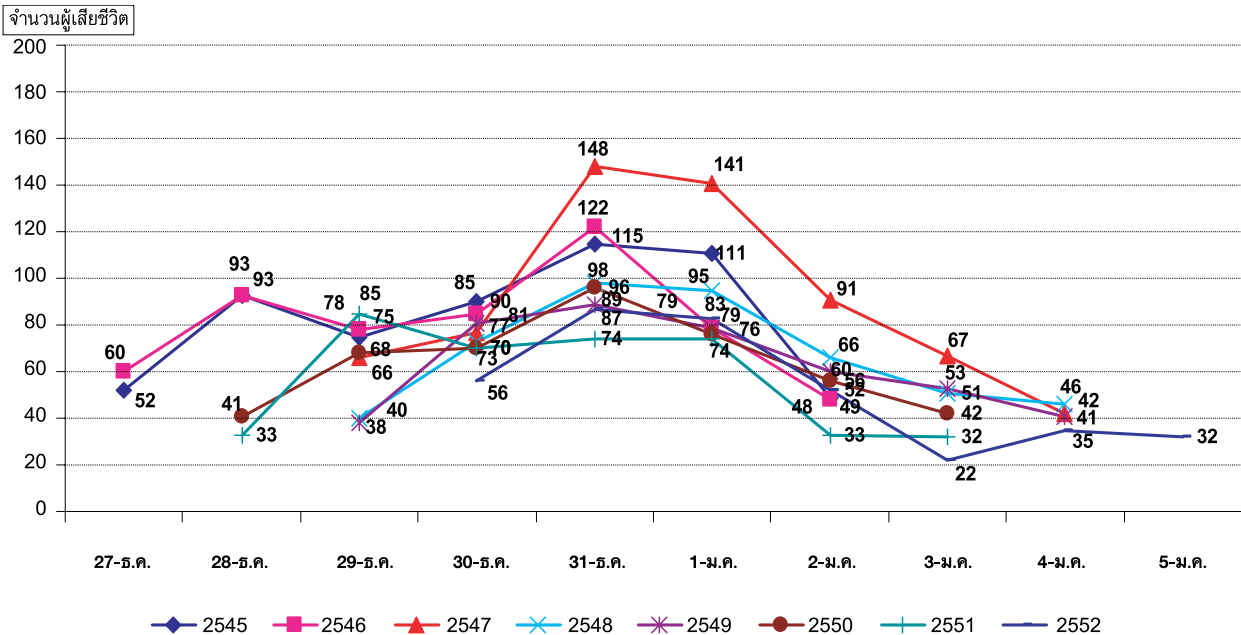
ปี	จำนวนผู้เสียชีวิตในเทศกาลปีใหม่			ระยะเวลาที่เกิดการเสียชีวิต 1 คน	จำนวนผู้เสียชีวิตในเทศกาลสงกรานต์			ระยะเวลาที่เกิดการเสียชีวิต 1 คน
	7 วัน (ราย)	เฉลี่ยต่อ วัน(ราย)	เฉลี่ยต่อ ชั่วโมง(ราย)		6 วัน (11-16เม.ย.) (ราย)	เฉลี่ย ต่อวัน (ราย)	เฉลี่ยต่อชั่วโมง (ราย)	
2545	585	84	3.5	17 นาที	567	95	3.9	15 นาที
2546	562	80	3.3	18 นาที	559	93	3.9	15 นาที
2547	632	90	3.8	16 นาที	449	75	3.1	19 นาที
2548	469	67	2.8	21 นาที	330	55	2.3	26 นาที
2549	441	63	2.6	23 นาที	338	56	2.3	26 นาที
2550	449	64	2.7	22 นาที	318	53	2.2	27 นาที
2251	401	57	2.4	25 นาที	324	54	2.3	26 นาที
2552	367	52	2.2	27 นาที	337	56	2.3	26 นาที
เฉลี่ย	488	70	2.9	20 นาที	403	67	2.8	21 นาที

ที่มา : ศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

● **วันฉลองสูงสุด วันดื่มสุราสูงสุด วันเสียชีวิตสูงสุด**

10. ในเทศกาลปีใหม่ วันที่มีการเสียชีวิตสูงที่สุดส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวันสงท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ (ระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม และ 1 มกราคม) ของทุกปี ซึ่งมักจะเฉลิมฉลองกันด้วยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเห็นได้จากสถิติการเกิดอุบัติเหตุและตายในปี 2545-2552 ซึ่งพบว่า คืนวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี จะมีการตายสูงสุด คือ ตาย 74-148 ราย เฉลี่ย 104 ราย หรือคิดเป็น 3.1 – 6.2 ราย/ชั่วโมง หรือ ตายทุก 13.9 นาที ดังรูปที่ 2.4

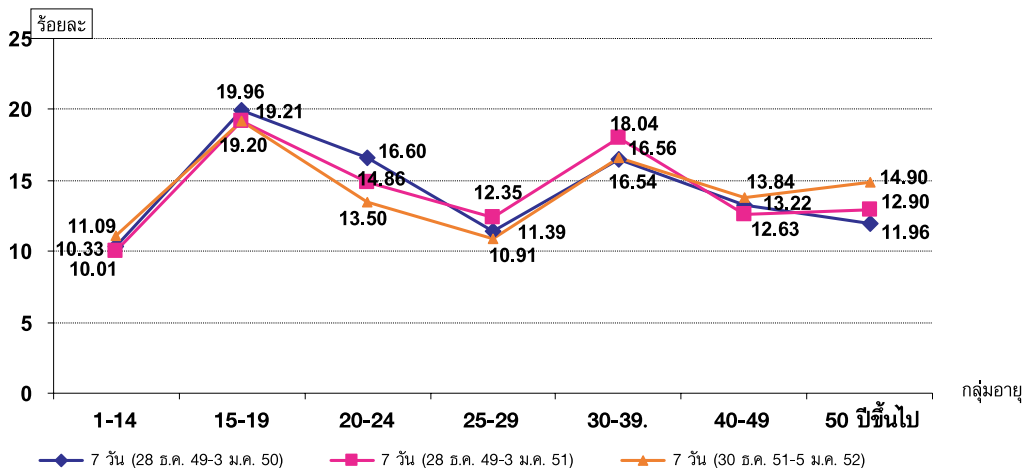
รูปที่ 2.4 กราฟแสดงการเปรียบเทียบจำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากรถทางบกในช่วงเทศกาลปีใหม่ จำแนกตามวัน ตั้งแต่ปี 2545-2552



ที่มา : ศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

11. เมื่อพิจารณาช่วงอายุของผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บในช่วงเทศกาลปีใหม่ ระหว่างปี 2550 - 2552 พบว่า กลุ่มอายุ 15-19 ปี มีการบาดเจ็บและเสียชีวิตสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.20-19.96 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 30-39 ปี และกลุ่มอายุ 20-24 ปี มีการบาดเจ็บและเสียชีวิตคิดเป็นร้อยละ 16.54-18.04 และ 13.50-16.60 ตามลำดับ ดังรูปที่ 2.5

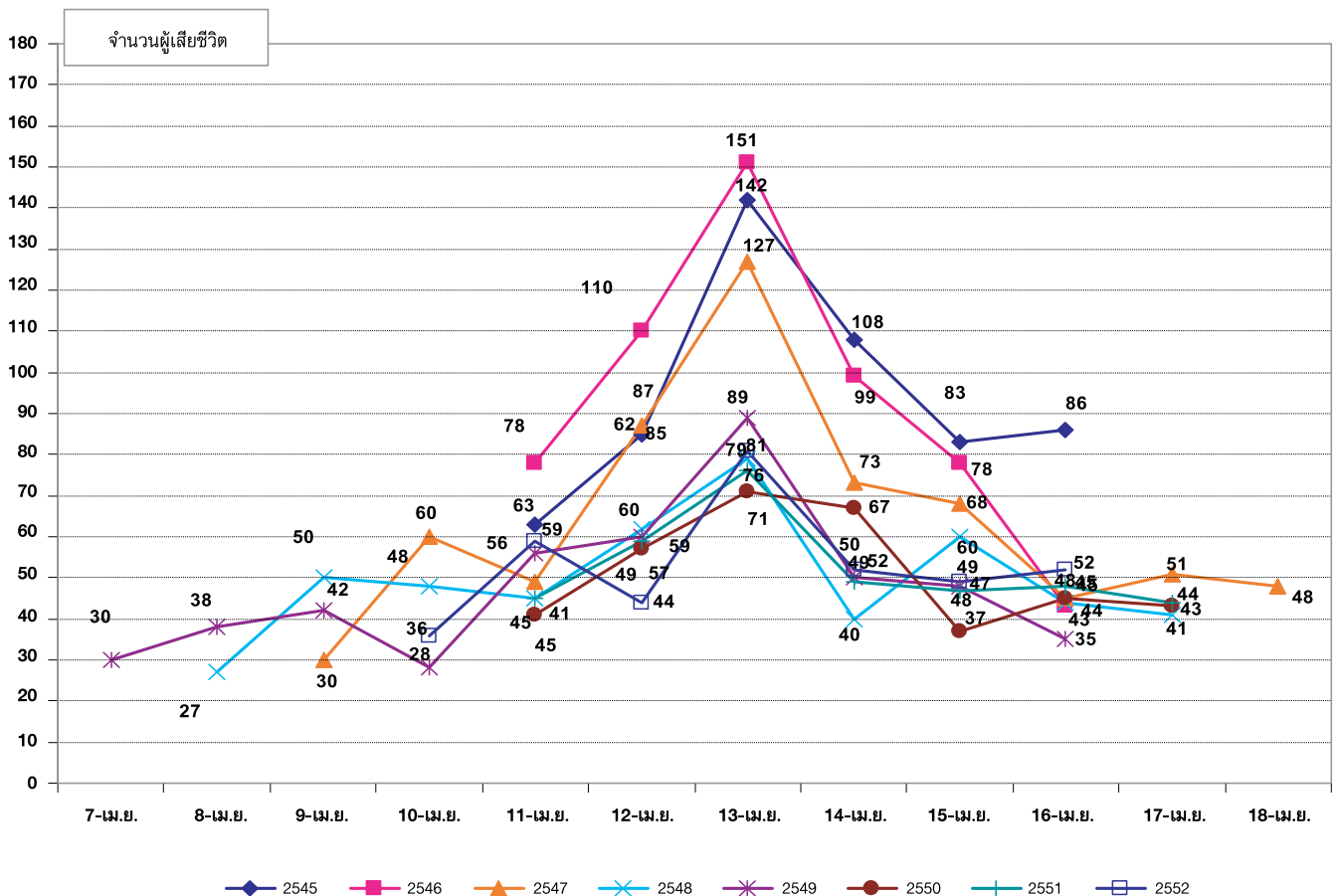
รูปที่ 2.5 กราฟแสดงร้อยละของผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตในช่วงเทศกาลปีใหม่ จำแนกตามกลุ่มอายุ ระหว่างปี 2550-2552



ที่มา : ศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

12. ในเทศกาลสงกรานต์ วันที่มีการเสียชีวิตสูงที่สุดส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวันที่ 13 เมษายน ของทุกปี ซึ่งมักจะมีการเฉลิมฉลองกันด้วยการดื่มสุรา สอดคล้องกับสถิติการเกิดอุบัติเหตุและตายจากศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในปี 2545-2552 พบว่า ในวันที่ 13 เมษายน ของทุกปี จะมีผู้เสียชีวิตสูงที่สุด คือ ตาย 71-151 ราย (เฉลี่ย 102 ราย) นั่นคือ มีผู้เสียชีวิต 1 คน ทุกๆ 10 - 20 นาที (เฉลี่ย 14.0 นาที) ผู้เสียชีวิตมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2546 (ดังรูปที่ 2.6) นั่นอาจจะหมายถึงการดำเนินงานภาครัฐและภาคประชาสังคมได้มีมาตรการด้านต่างๆ ทั้งในด้านการรณรงค์ต่างๆ การตรวจจับดำเนินคดีตลอดจนการควบคุมการจำหน่าย เป็นต้น

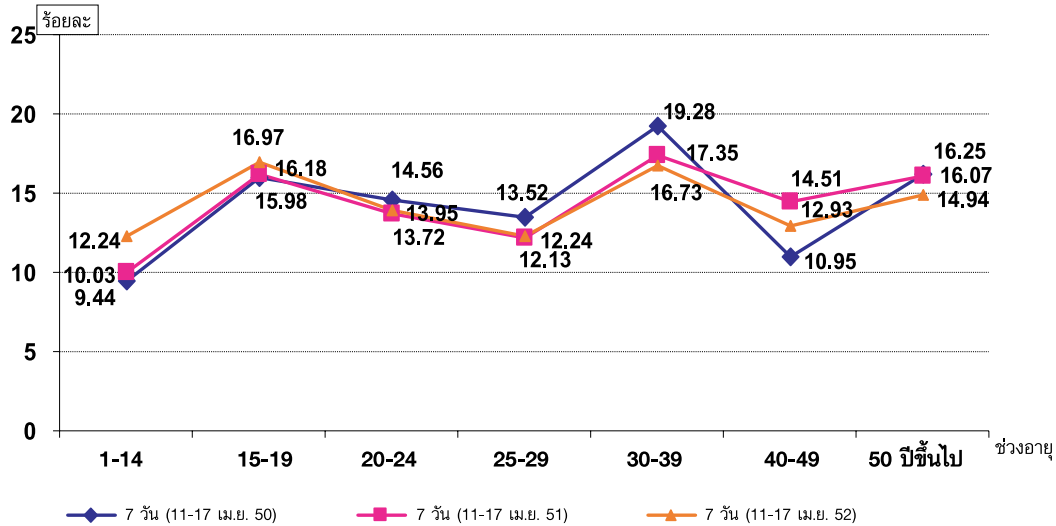
รูปที่ 2.6 กราฟแสดงการเปรียบเทียบจำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจากรางทางบกในช่วงเทศกาลสงกรานต์ จำแนกตามวัน ตั้งแต่ปี 2545-2552



ที่มา : ศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

13. เมื่อพิจารณาช่วงอายุของผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บในช่วงเทศกาลสงกรานต์ พบว่าในปี 2550 และ ปี 2551 กลุ่มอายุ 30-39 ปี มีการบาดเจ็บและเสียชีวิตสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 19.28 และ ร้อยละ 17.35 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 15-19 ปี ร้อยละ 15.98 และ ร้อยละ 16.18 ตามลำดับ แต่ในปี 2552 กลุ่มอายุ 15-19 ปี กลับเป็นกลุ่มอายุที่มีการบาดเจ็บและเสียชีวิตสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.97 ส่วนกลุ่มอายุ 30-39 ปี ปรับลดลงเป็นร้อยละ 16.73 ดังรูปที่ 2.7

รูปที่ 2.7 กราฟแสดงร้อยละของผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตในช่วงเทศกาลสงกรานต์ จำแนกตามช่วงอายุ ระหว่างปี 2550-2552



ที่มา : ศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
 เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

14. อัตราการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตในช่วงเทศกาลสงกรานต์ จากปี 2550 ถึง ปี 2552 พบว่า กลุ่มช่วงอายุ 1-14 ปี ที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงที่สุดคือ ร้อยละ 29.70 รองลงมาคือช่วงอายุ 40 – 49 และ 15 – 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.06 และ 6.17 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 ตารางแสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตในช่วงเทศกาลสงกรานต์ จำแนกตามกลุ่มอายุ ปี 2550-2552

กลุ่มอายุ	ร้อยละของผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตช่วงสงกรานต์ (7 วันอันตราย)			การเปลี่ยนแปลง
	(11-17 เม.ย.50)	(11-17 เม.ย.51)	(10-16 เม.ย.52)	
1-14	9.44	10.03	12.24	+29.70
15-19	15.98	16.18	16.97	+6.17
20-24	14.56	13.72	13.95	-4.17
25-29	13.52	12.13	12.24	-9.44
30-39	19.28	17.35	16.73	-13.22
40-49	10.95	14.51	12.93	+18.06
50 ปีขึ้นไป	16.25	16.07	14.94	-8.09

ที่มา : ศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
 เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

● **ผลกระทบด้านความรุนแรง**

15. ข้อมูลจากการศึกษาสถิติความรุนแรงในครอบครัวจากหนังสือพิมพ์ปี 2550-2551 รวบรวมโดยมูลนิธิเพื่อนหญิง พบว่า ในช่วงสองปีมีจำนวนการนำเสนอข่าวความรุนแรงในครอบครัวทั้งสิ้น 994 ข่าว โดยในปี 2550 มี 518 ข่าว และลดลงเป็น 426 ข่าวในปี 2551 แต่สัดส่วนของข่าวความรุนแรงในครอบครัวที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไปเป็นปัจจัยกระตุ้นกลับมีจำนวนมากขึ้น จากร้อยละ 18.9 ในปี 2550 เป็นร้อยละ 21.6 ในปี 2551 ดังตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของข่าวความรุนแรงในครอบครัวที่มีแอลกอฮอล์เข้าไปเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความรุนแรง ระหว่างปี 2550 – 2551

พ.ศ.	จำนวนข่าวความรุนแรงในครอบครัว		ร้อยละของข่าวความรุนแรงในครอบครัวที่มีแอลกอฮอล์เกี่ยวข้อง
	มีแอลกอฮอล์เกี่ยวข้อง	ทั้งหมด	
2550	98	518	18.9
2551	92	426	21.6
รวม	190	944	20.1

ที่มา: มูลนิธิเพื่อนหญิง
เรียบเรียงโดย: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

16. เมื่อพิจารณาลักษณะของข่าวความรุนแรงในครอบครัวที่มีแอลกอฮอล์เข้าไปเป็นปัจจัยกระตุ้นในปี 2551 จำนวนทั้งสิ้น 92 ข่าว เป็นข่าวการฆ่ากันตายในครอบครัวมากที่สุดถึงร้อยละ 53.3 รองลงมาคือข่าวการฆ่าตัวตายและการทำร้ายกันตามลำดับ ดังตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของข่าวความรุนแรงในครอบครัว ที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยกระตุ้น จำแนกตามประเภทความรุนแรง ปี พ.ศ 2551

ประเภทความรุนแรง	จำนวน (ข่าว)	ร้อยละ
1. การฆ่ากันตาย	49	53.3
2. การฆ่าตัวตาย	20	21.7
3. การทำร้ายกัน	13	14.1
4. ความรุนแรงในครอบครัวกรณีอื่นๆ	6	6.5
5. การละเมิดทางเพศในครอบครัว	4	4.4
รวม	92	100.0

ที่มา : การนับเฉยของสังคม = ความรุนแรงในครอบครัว, มูลนิธิเพื่อนหญิง
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

● การเฝ้าระวังผลกระทบที่เกิดจากการบริโภคแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์

17. ศูนย์วิจัยปัญหาสุราทำการเฝ้าระวังผลกระทบที่เกิดจากการบริโภคแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ ทั้งหมด 9 ฉบับ คือ .ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด คมชัดลึก มติชน โปสทูเดย์ แนวหน้า ผู้จัดการรายวันและกรุงเทพธุรกิจ (ส่วนแบ่งการตลาดรวม 80%) โดยทำการเฝ้าระวังตลอดปี 2551 (1 มกราคม – 31 ธันวาคม) พบว่ามีการนำเสนอข่าวผลกระทบที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น 617 ข่าว เฉลี่ย 1.7 ข่าวต่อวัน โดยที่หนังสือพิมพ์ ข่าวสดมีการนำเสนอข่าวมากที่สุด 170 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 27.55 รองลงมาคือไทยรัฐ 118 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 19.12 และ เดลินิวส์ 111 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 17.99 ดังตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของข่าวผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ ปี 2551 จำแนกตามหนังสือพิมพ์

ชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน(ข่าว)	ร้อยละ
ข่าวสด	170	27.55
ไทยรัฐ	118	19.12
เดลินิวส์	111	17.99
คมชัดลึก	80	12.97
มติชน	77	12.48
แนวหน้า	46	7.46
โปสทูเดย์	5	0.81
ผู้จัดการรายวัน	5	0.81
กรุงเทพธุรกิจ	5	0.81
รวม	617	100.00

ที่มา : โครงการการเฝ้าระวังผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ตลอด ปี 2551 ในหนังสือพิมพ์ 9 ฉบับ โดยศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

18. จากการเฝ้าระวังผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ตลอดปี 2551 พบว่ามีการเสนอข่าวผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทความรุนแรงทั่วไป เช่น การทะเลาะวิวาท ชกต่อย ยกพวกตีกัน ตลอดจนจนการฆ่ากันตายมากที่สุด เป็นจำนวน 146 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 35.44 รองลงมาคือประเภทอุบัติเหตุ 94 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 22.82 และ ประเภทความรุนแรงในครอบครัว 62 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 15.05 ดังตารางที่ 2.10

ตารางที่ 2.10 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของประเด็นข่าวผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ ปี2551 จำแนกตามประเภทข่าว

ประเภทข่าว	จำนวน(ข่าว)	ร้อยละ
ความรุนแรงทั่วไป	146	35.44
อุบัติเหตุ	94	22.82
ความรุนแรงในครอบครัว	62	15.05
เมาขับรถ	40	9.71
ปัญหาเรื่องเพศ	34	8.25
การเจ็บป่วยทางสุขภาพจิต	32	7.77
ปัญหาทางเศรษฐกิจ	25	6.07
อาชญากรรม	24	5.83
สร้างความเดือดร้อนรำคาญ	22	5.34
การเจ็บป่วยทางสุขภาพกาย	18	4.37
ปัญหาชีวิตครอบครัว	9	2.18
อื่นๆ	4	0.97

ที่มา : โครงการการเฝ้าระวังผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ตลอด ปี 2551 ในหนังสือพิมพ์ 9 ฉบับ โดยศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

19. เมื่อพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ก่อเหตุหรือผู้กระทำกับเหยื่อหรือผู้ถูกกระทำ ที่ตกเป็นข่าว พบว่า ผู้ก่อเหตุมีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 87.2 ส่วนเหยื่อหรือผู้ถูกกระทำมีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 47.7 นั่นคือผู้ก่อเหตุมีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเหยื่อ 1.83 เท่า และเหยื่อกว่าครึ่งเป็นผู้ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์(ร้อยละ 52.3) ดังตารางที่ 2.10

ตารางที่ 2.10 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เป็นข่าวผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปี2551 จำแนกตามพฤติกรรมการดื่ม

ผู้เกี่ยวข้อง	พฤติกรรม	ดื่ม	ไม่ดื่ม	รวม
		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
ผู้ก่อเหตุ	จำนวน	417	61	478
	ร้อยละ	87.2	12.8	100.0
เหยื่อ	จำนวน	298	327	625
	ร้อยละ	47.7	52.3	100.0
รวม	จำนวน	715	388	1,103
	ร้อยละ	64.8	35.2	100.0

ที่มา : โครงการการเฝ้าระวังผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ตลอด ปี 2551 ในหนังสือพิมพ์ 9 ฉบับ โดยศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

บทที่ 3 : สถานการณ์ด้านอุปทานของเครื่องยนต์แอสกอฮอล์(Supply Situation)

Chapter 3

บทที่ 3

สถานการณ์ด้านอุปทานของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์(Supply Situation)

1. ขอบเขตการรายงานสถานการณ์ด้านอุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปีนี้เป็นคือ
 - ประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย
 - โครงสร้างการขยายตัวและส่วนแบ่งของตลาดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - สัดส่วนการผลิตและการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย
 - โครงสร้างเม็ดเงินภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย
 - โครงสร้างตลาดสุรานำเข้าจากต่างประเทศ
 - จำนวนและรูปแบบการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - สถานการณ์เหล้าปั่นกับเยาวชน
 - การศึกษาสถานการณ์ด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

● ประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

2. ประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย คำนวณจากข้อมูลของปริมาณการจำหน่ายการผลิต และการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เนื่องจากปริมาณการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละปีไม่ได้สะท้อนถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปีที่ผลิตเท่าที่ควร เพราะเมื่อบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รู้ว่าจะมีการขึ้นภาษี ทางบริษัทจะมีการเพิ่มปริมาณการผลิตให้มากขึ้นกว่าก่อนที่จะมีการขึ้นภาษี และในปีต่อมาจะมีปริมาณการผลิตน้อยลง ด้วยเหตุนี้ จึงใช้ปริมาณการจำหน่ายในการประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่มีการเก็บสต็อกได้ ได้แก่ สุรากลั่น ส่วนการผลิตเบียร์/ไวน์/สุราแช่ ซึ่งไม่สามารถเก็บสต็อกข้ามปีได้ แต่เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลปริมาณการผลิตและจำหน่ายของเบียร์ พบว่า ปริมาณการผลิตเบียร์มากกว่าปริมาณการจำหน่ายเบียร์ เนื่องจากปริมาณการผลิตจำนวนหนึ่งถูกนำไปจัดจำหน่ายยังต่างประเทศทำให้ไม่สะท้อนปริมาณการดื่มได้ชัดเจนเช่นกัน ดังนั้น ศูนย์วิจัยปัญหาสุราจึงวิเคราะห์ประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกรมสรรพสามิต ซึ่งมีข้อมูลการจำหน่ายของสุรขาว/สุราผสม/สุราปรุงพิเศษ/สุราพิเศษ (รวมวิสกี้, บรั่นดี, ลิเคียว, รัม, สุราจีน)/เบียร์ และไวน์ มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลปริมาณการผลิตสุราพื้นเมือง (เนื่องจากสุราพื้นเมืองไม่สามารถผลิตและเก็บสต็อกได้นานข้ามปี เพราะเป็นสุราหมักและไม่ได้มีการผลิตเพื่อส่งออกแบบชัดเจน จึงน่าจะสะท้อนปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศได้ดีกว่า) และข้อมูลปริมาณสุรานำเข้าจากต่างประเทศ (ซึ่งวิเคราะห์แนวโน้มแล้วพบว่าไม่ได้มีพฤติกรรมการนำเข้ามาเก็บสต็อกเพื่อหลีกเลี่ยงภาษีแต่อย่างใด จึงน่าจะสะท้อนปริมาณการบริโภค

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ดีเช่นกัน) เพื่อสะท้อนภาพปริมาณการดื่มให้ใกล้เคียงที่สุด ทั้งนี้ประมาณการปริมาณ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อหัวประชากร คำนวณจากปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หารด้วยจำนวน ประชากรของปีนั้นๆ ที่มีอายุ 15 ปี เนื่องจากประชากรที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ น้อยมาก ดังแสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 3.1

- จากตารางที่ 3.1 ประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้ปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ย ต่อคนต่อปี พบว่าในภาพรวมของปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2540-2550 โดยมีปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อคนต่อปีอยู่ที่ 37.9 ลิตร เพิ่มขึ้นเป็น 51.0 ลิตร จากนั้นลดลงในปี 2551 เป็น 45.7 ลิตร แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า เบียร์ มีแนวโน้มเช่น เดียวกับภาพรวมการประมาณการของปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทคือ เพิ่มขึ้นจาก 19.8 ลิตร/คน ในปี 2540 เป็น 35.2 ลิตร/คน ในปี 2550 และปรับลดลงเป็น 30.1 ลิตร/คน ในปี 2551 ส่วนสุรากลั่น ซึ่งรวม สุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ สุราพิเศษและสุรานำเข้า พบว่ามีแนวโน้มลดลง โดยในปี 2540 ปริมาณ การบริโภคสุรากลั่นคิดเป็น 18.0 ลิตร/คน ลดลงเป็น 15.6 ลิตร/คนในปี 2551 ส่วนไวน์คำนวณปริมาณการ บริโภคโดยรวมกับสุราแช่พื้นเมืองเช่น ไวน์หมากเม่า ไวน์มะขาม เป็นต้น พบว่า คนไทยนิยมดื่มไวน์น้อยมาก มี แนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2540 -2547 เพิ่มจาก 0.09 ลิตร/คน เป็น 0.81ลิตร/คน แต่หลังจากนั้นปรับลดลง เรื่อยๆ โดยในปี 2551 เหลือเพียง 0.03 ลิตร/คน

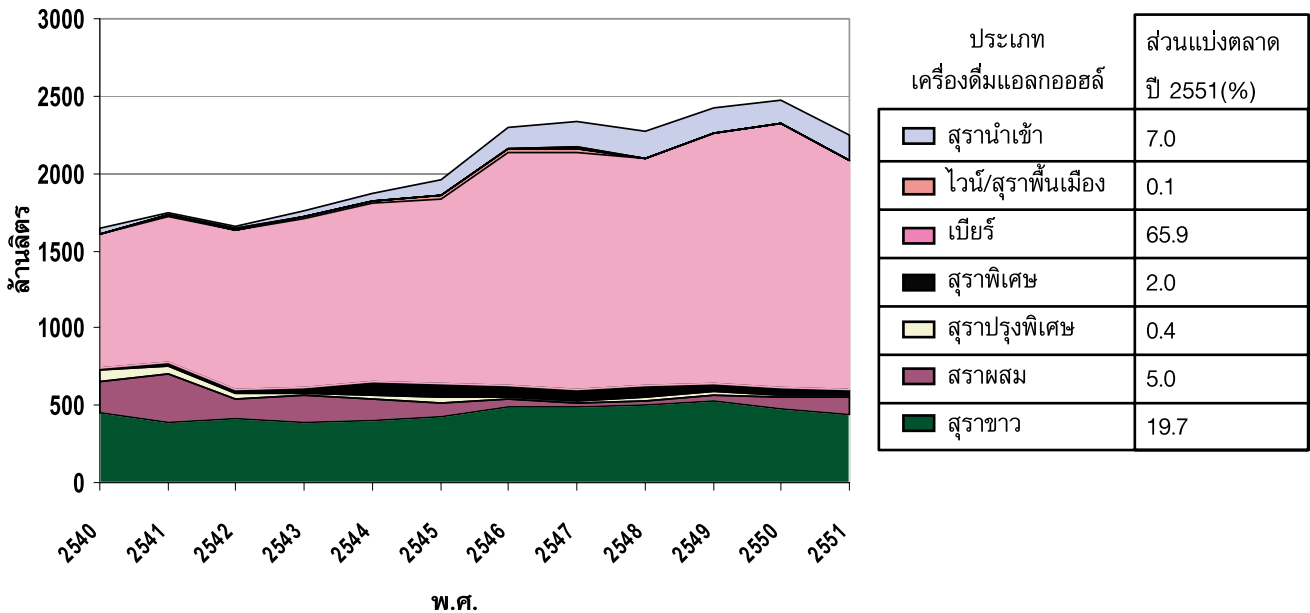
โดยสรุปในปี 2551ประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย ลดลงทุกประเภท สาเหตุอาจจะเนื่องมาจาก สภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่อยู่ในภาวะถดถอยควบคู่กับการดำเนินการมาตรการ ต่างๆของภาครัฐและประชาคม เช่นการขึ้นภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การออกพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ 2551 การรณรงค์ลด ละ เลิก เหล้า เป็นต้น

ตารางที่ 3.1 แสดงการประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2540-2551

ปี พ.ศ.	ปริมาณการจำหน่าย (ล้านลิตร)						ปริมาณการ ผลิต/นำเข้า (ล้านลิตร)		ยอด รวม สุรากลั่น (ล้าน ลิตร)	ยอดรวม ปริมาณ เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ทุกประเภท (ล้านลิตร)	จำนวน ประชากร อายุ 1 ปี ขึ้นไป (คน)	ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่อหัวประชากร (ลิตร/คน/ปี)			
	สุรา ขาว	สุรา ผสม	สุรา ปรุง พิเศษ	สุรา พิเศษ	เบียร์	ไวน์	สุรา พื้น เมือง	สุรา นำ เข้า				สุรา กลั่น	เบียร์	ไวน์	เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ทุกประเภท
2540	449.7	204.1	72.6	10.2	863.9	3.9	N.A.	45.15	781.75	1,649.55	43,537,586	18.0	19.8	0.09	37.9
2541	389.9	315.1	52.4	16.9	950.3	4.3	0.08	17.64	791.94	1,746.64	44,235,024	17.9	21.5	0.10	39.5
2542	419.7	116.7	44.4	17.8	1032.2	7.2	0.30	24.45	623.05	1,662.75	44,755,436	13.9	23.1	0.17	37.2
2543	395.3	167.1	19.3	27.2	1092.2	15.4	0.76	34.70	643.60	1,752.00	45,163,700	14.3	24.2	0.36	38.8
2544	404.8	130.3	31.1	83.5	1158.7	11.0	2.29	54.57	704.27	1,876.27	45,726,748	15.4	25.3	0.29	41.0
2545	421.6	99.1	34.0	84.2	1195.6	21.3	3.97	101.07	739.97	1,960.87	46,323,539	16.0	25.8	0.55	42.3
2546	495.5	39.3	19.9	71.3	1506.7	22.6	3.55	138.73	764.73	2,297.63	46,788,017	16.3	32.2	0.56	49.1
2547	489.6	21.7	19.0	69.2	1531.7	32.6	5.61	161.81	761.31	2,331.21	47,152,370	16.1	32.5	0.81	49.4
2548	507.1	24.2	17.6	78.6	1468.7	3.3	0.34	176.69	804.19	2,276.49	47,731,109	16.8	30.8	0.08	44.7
2549	527.1	39.9	18.9	55.2	1621.1	1.7	0.42	159.89	800.99	2,424.19	48,290,398	16.6	33.6	0.04	50.2
2550	480.1	75.3	9.9	48.0	1711.0	1.6	0.11	152.30	765.60	2,478.30	48,615,243	15.7	35.2	0.03	51.0
2551	441.2	112.7	8.5	44.6	1477.1	1.5	0.17	156.15	763.15	2,241.95	49,075,757	15.6	30.1	0.03	45.7

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

รูปที่ 3.1 กราฟแสดงโครงสร้างการขยายตัวและส่วนแบ่งของตลาดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2551



ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

● โครงสร้างการขยายตัวและส่วนแบ่งของตลาดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

- แนวโน้มการขยายตัวของตลาดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากตารางที่ 3.1 และรูปที่ 3.1 พบว่า ภาพรวมตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2540-2550 จาก 1649.55 ล้านลิตร/ปี เป็น 2478.31 ล้านลิตร/ปี จากนั้นปรับลดลงเป็น 2,241.95 ล้านลิตร/ปี ในปี 2551 เมื่อแยกพิจารณาแนวโน้มการขยายตัวของตลาดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยแบ่งตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 ปี ตั้งแต่ปี 2540-2551 พบว่า เบียร์ สุรานำเข้า และสุราพิเศษ มีการขยายตัวของตลาดเพิ่มขึ้น ส่วนสุราผสม สุราปรุงพิเศษ สุราพื้นเมืองและไวน์ มีการขยายตัวลดลง ส่วนสุราขาวมีปริมาณการจำหน่ายค่อนข้างคงที่ อาจกล่าวได้ว่าแทบจะไม่มีมีการขยายตัวของตลาด
- การขยายตัวของตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปี 2551 เมื่อเทียบกับปี 2550 พบว่า สุราผสม สุรานำเข้าและสุราพื้นเมือง มีการขยายตัวของตลาดเพิ่มขึ้น โดยสุราผสมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 49.7 จาก 75.3 ล้านลิตรในปี 2550 เป็น 112.7 ล้านลิตรในปี 2551 ส่วนเบียร์ ไวน์และสุราอื่นๆ มีการขยายตัวลดลง ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการขึ้นภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- โครงสร้างส่วนแบ่งของตลาดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่ปี 2540-2551 พบว่า เบียร์ มีส่วนแบ่งของตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.4-69.0 รองลงมาคือ สุราขาว ร้อยละ 19.4-27.3 ส่วนลำดับที่สาม ในช่วงแรกในปี 2540-2544 คือสุราผสม หลังจากนั้นจนถึงปัจจุบัน (2551) สุรานำเข้ามีส่วนแบ่งของตลาดเป็นลำดับที่สาม ดังแสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงโครงสร้างส่วนแบ่งของตลาดเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ตั้งแต่ปี 2540-2551

ปี พ.ศ.	ส่วนแบ่งของตลาดเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ (%)								รวม
	เบียร์	สุรา ขาว	สุรา นำเข้า	สุรา ผสม	สุรา พิเศษ	สุราปรุง พิเศษ	ไวน์	สุรา พื้นเมือง	
2540	52.4	27.3	2.7	12.4	0.6	4.4	0.2	N.A	100.0
2541	54.4	22.3	1.0	20.1	1.0	3.0	0.2	0.0	100.0
2542	62.1	25.2	1.5	7.0	1.1	2.7	0.4	0.0	100.0
2543	62.3	22.6	2.0	9.5	1.3	1.1	0.9	0.0	100.0
2544	61.7	21.6	2.9	6.9	4.5	1.7	0.6	0.1	100.0
2545	61.0	21.4	5.2	5.1	4.3	1.7	1.1	0.2	100.0
2546	65.5	21.6	6.0	1.7	3.1	0.9	1.0	0.2	100.0
2547	65.7	21.0	6.9	0.9	3.1	0.8	1.4	0.2	100.0
2548	64.5	22.2	7.8	1.1	3.5	0.8	0.1	0.0	100.0
2549	66.8	21.7	6.7	1.6	2.3	0.8	0.1	0.0	100.0
2550	69.0	19.4	6.1	3.0	1.9	0.4	0.1	0.0	100.0
2551	65.9	19.7	7.0	5.0	2.0	0.4	0.1	0.0	100.0
แนวโน้ม ปี 2551 เทียบกับ ปี 2550	-4.5	+1.5	+14.8	+66.7	-5.3	0	0	0	

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

7. จากตารางที่ 3.2 ส่วนแบ่งของตลาดการบริโภคเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในปี 2551 เมื่อเทียบกับปี 2550 พบว่า สุราผสม สุรานำเข้าและสุราขาว มีส่วนแบ่งของตลาดเพิ่มขึ้น โดยสุราผสมมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 66.7 ส่วนเบียร์และสุราพิเศษ มีส่วนแบ่งของตลาดลดลง ส่วนสุราปรุงพิเศษ ไวน์และสุราพื้นเมืองมีส่วนแบ่งของตลาดน้อยมาก

● **สัดส่วนการผลิตและการนำเข้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของประเทศไทย**

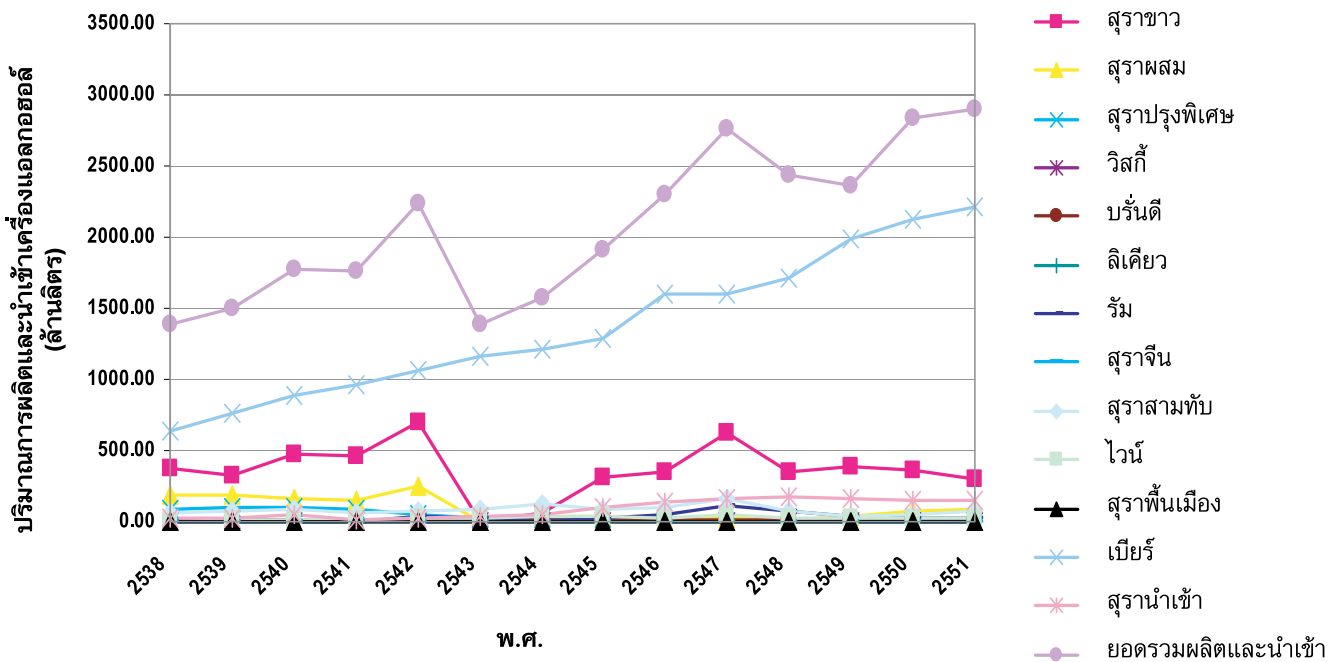
8. ข้อมูลโครงสร้างของปริมาณการผลิตเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในประเทศ และการนำเข้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ จากตารางที่ 3.3 พบว่า ยอดรวมปริมาณการผลิตเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในประเทศและการนำเข้าจากต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาตลอด โดยเพิ่มขึ้นจาก 1,391.2 ล้านลิตร ในปี 2538 เป็น 2,980.7 ล้านลิตร ในปี 2551 ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 114.26 ในเวลา 12 ปี หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.52 ต่อปี

ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงปริมาณการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ (ล้านลิตร)
ระหว่างปี พ.ศ. 2538 - พ.ศ. 2551

ปี พ.ศ.	สุรา ขาว	สุรา ผสม	สุรา ปรุง พิเศษ	วิสกี้	บรันดี	ลิเคียว	รัม	สุราจีน	สุรา สามทับ	ไวน์	สุรา พื้นเมือง	เบียร์	สุรา นำเข้า	ยอดรวม ผลิตและ นำเข้า (ล้านลิตร)
2538	378.099	183.039	86.024	2.446	6.636	N.A.	N.A.	N.A.	68.694	5.240	N.A.	641.086	19.975	1,391.2
2539	321.000	193.657	102.323	7.733	7.690	N.A.	N.A.	N.A.	76.629	8.972	N.A.	756.893	28.500	1,503.4
2540	473.323	161.381	94.369	4.253	7.127	N.A.	N.A.	N.A.	89.348	11.167	N.A.	883.705	45.147	1,769.8
2541	457.756	155.539	81.793	1.929	5.541	0.027	N.A.	0.199	65.868	11.461	0.075	964.939	17.643	1,762.8
2542	704.983	251.445	55.044	4.615	6.417	0.015	32.931	1.136	79.005	21.501	0.302	1060.531	24.448	2,242.4
2543	N.A.	5.235	22.500	5.243	8.586	0.005	29.890	0.363	92.512	25.988	0.760	1165.401	34.699	1,391.2
2544	57.055	42.175	22.500	3.854	9.965	N.A.	5.550	0.497	129.706	32.801	2.288	1212.844	54.569	1,573.8
2545	318.671	32.348	25.388	0.436	10.266	N.A.	24.967	0.006	82.418	32.218	3.969	1283.513	101.065	1,915.3
2546	352.831	12.083	0.496	0.431	10.924	N.A.	50.769	0.000	100.702	26.934	3.554	1603.988	138.731	2,301.4
2547	623.352	23.765	5.170	0.957	16.196	N.A.	111.740	0.016	162.197	44.283	5.610	1603.988	161.812	2,759.1
2548	353.165	12.801	6.295	0.530	11.023	N.A.	76.076	0.000	68.997	22.307	0.340	1708.978	176.692	2,437.2
2549	393.301	38.142	4.659	0.165	14.685	N.A.	41.759	N.A.	33.574	22.438	0.417	1983.656	159.888	2,739.6
2550	362.130	77.035	2.225	0.002	15.635	N.A.	28.475	N.A.	48.581	21.400	0.105	2128.275	152.300	2,836.2
2551	300.591	91.593	1.319	0.084	15.168	N.A.	23.592	0.012	76.025	22.111	0.175	2,209.207	156.153	2,980.7
สัดส่วน (%) ปี พ.ศ.2551	10.08%	3.17%	0.05%	0.003%	0.524%	0.00%	0.815%	0.0004%	2.63%	0.76%	0.006%	76.28%	5.39%	100.0%

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

รูปที่ 3.2 กราฟแสดงแนวโน้มปริมาณการผลิตและนำเข้าเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ (ล้านลิตร)
ระหว่างปี พ.ศ.2538 - พ.ศ.2551 จำแนกตามประเภทเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์



ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

9. เมื่อนำสัดส่วนการผลิตและการนำเข้าเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ของประเทศไทย มาวิเคราะห์ สัดส่วนการผลิตและนำเข้าเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ 3 อันดับแรก คือ เบียร์ สุราขาว และสุรานำเข้าตามลำดับ
 - อันดับที่ 1 เบียร์ พบว่าเบียร์มีสัดส่วนการผลิตมากที่สุดและมากขึ้นทุกปีจาก 641.1 ล้านลิตรในปี 2538 เพิ่มขึ้นเป็น 2209.7 ล้านลิตร ในปี 2551 คิดเป็นเพิ่มขึ้นถึง 3.4 เท่า ทั้งนี้ แม้ข้อมูลการจำหน่ายเบียร์ในประเทศไทยจะลดลง ในปี 2551 แต่จำนวนการผลิตยังเพิ่มขึ้น เนื่องจาก มีการส่งเบียร์ออกไปขายในต่างประเทศ
 - อันดับที่ 2 สุราขาว พบว่าการผลิตมีแนวโน้มลดลงคือจาก 378.1 ล้านลิตรในปี 2538 เป็น 277.1 ล้านลิตรในปี 2551 แต่การผลิตในแต่ละปีมีการแกว่งตัวขึ้นลงอย่างมาก ดังรูปที่ 3.2 ซึ่งพบว่าในปี 2542 มีการผลิตเพิ่มขึ้นแต่ต่อมาในปี 2543 มีการผลิตลดลงอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อสิ้นปี 2542 มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายจากการให้สัมปทานการผลิตเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์แก่เอกชน ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้มีการผลิตเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์โดยเสรี พร้อมกับการขึ้นภาษีสรรพสามิตเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ในปี 2543 จากการเปลี่ยนแปลงนโยบายดังกล่าว ทำให้บริษัทที่ผลิตสุราขาวได้ผลิตสุราขาวกักตุนไว้สำหรับขายในอีก 3 ปีข้างหน้าเพื่อหลีกเลี่ยงภาษีในอัตราใหม่ ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นผลให้ปี 2542 มีการผลิต

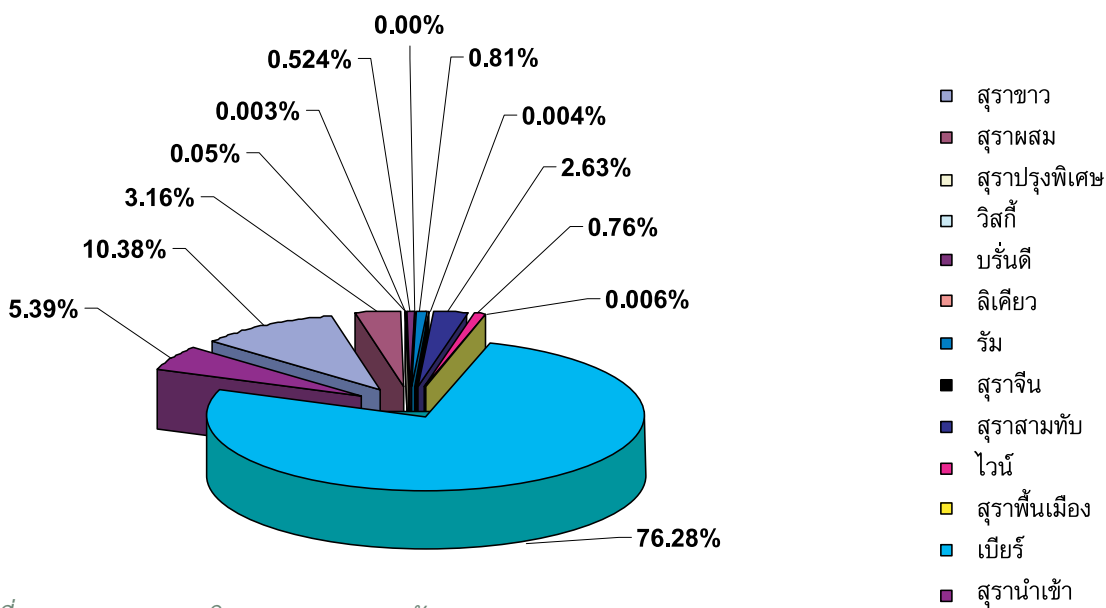
สุราชาวเป็นจำนวนมากและมีการผลิตลดลงในปี 2543 และ ปี 2544 ส่วนในปี 2551 เมื่อเทียบกับปี 2550 ปริมาณการผลิตสุราชาวลดลง จาก 362.1 ล้านลิตร เป็น 300.6 ล้านลิตร เนื่องจาก เมื่อเดือน สิงหาคม ปี 2550 มีการขึ้นภาษีสุราชาวทั้งตามปริมาณและตามมูลค่า

- อันดับ 3 สุรานำเข้าจากต่างประเทศ มีแนวโน้มการนำเข้ามากขึ้นโดยตลอดเช่นกันคือ จาก 19.98 ล้านลิตรในปี 2538 เพิ่มเป็น 156.2 ล้านลิตรในปี 2551 เพิ่มขึ้นถึง 6.8 เท่า

ส่วนสุราประเภทอื่นที่มีสัดส่วนการผลิตน้อย แต่มีแนวโน้มการผลิตที่มากขึ้น คือ สุราผสม วิสกี้ ไวน์ สุราพื้นเมือง และสุราสามทับ ส่วนสุราที่มีแนวโน้มการผลิตที่ลดลง คือ สุราปรุงพิเศษ ร่ม และบรันดี

10. สัดส่วนการผลิตและการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปี 2551 พบว่าเบียร์มีสัดส่วนการผลิตสูงสุดถึงร้อยละ 76.28 รองลงมาคือสุราชาว ร้อยละ 10.08 และสุรานำเข้าร้อยละ 5.39 ดังรูปที่ 3.3

รูปที่ 3.3 แผนภูมิวงแสดงสัดส่วนปริมาณการผลิตและนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ล้านลิตร) ปี พ.ศ. 2551 จำแนกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
 เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

● โครงสร้างเม็ดเงินภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

11. โครงสร้างภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย เมื่อพิจารณาเม็ดเงินภาษีจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศและสุรานำเข้าจากต่างประเทศโดยรวมพบว่า เม็ดเงินภาษีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จาก 33,347.5 ล้านบาทในปี 2538 เพิ่มเป็น 90,186.1 ล้านบาท ในปี 2551 นั่นคือเพิ่มขึ้นถึง 2.7 เท่า ใน 13 ปี โดยสัดส่วนของเงินภาษีที่มากที่สุดจากเบียร์ ในปี 2551 มีสัดส่วนถึง ร้อยละ 59.18 รองลงมาคือ สุราชาว ร้อยละ 12.87 และสุราผสมร้อยละ 10 ดังตารางที่ 3.4 และรูปที่ 3.4

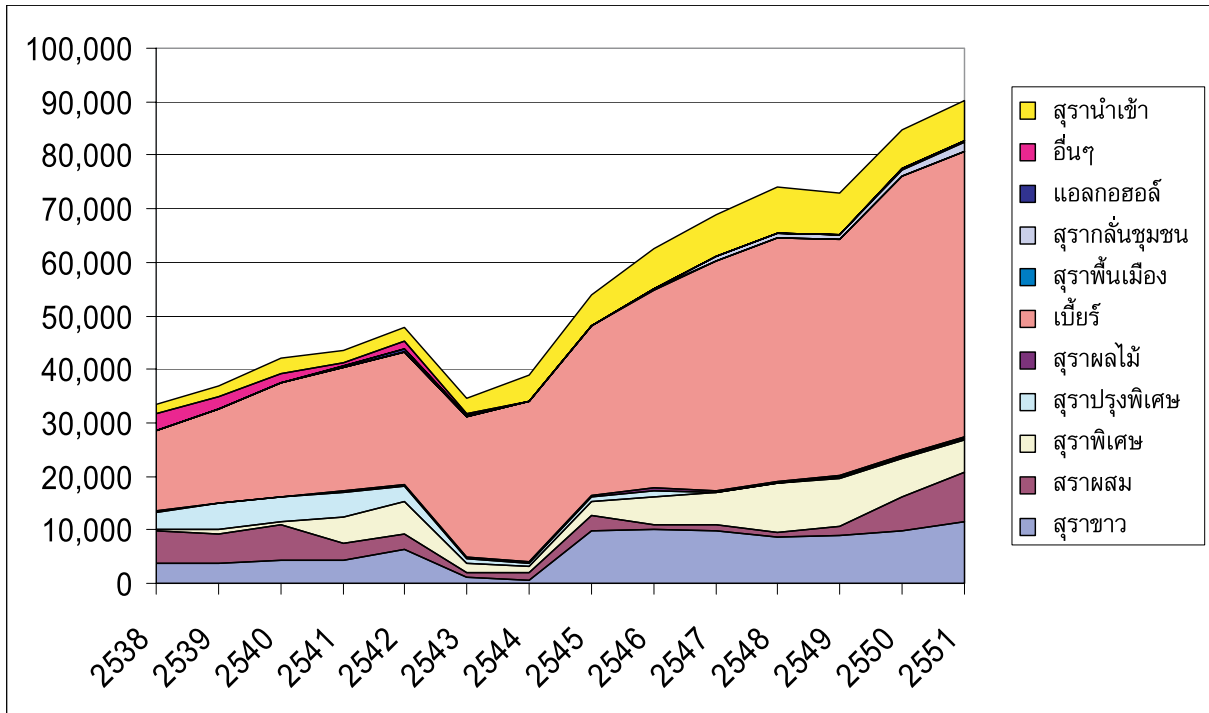
ตารางที่ 3.4 แสดงเม็ดเงินภาษีสรรพสามิต (ล้านบาท) ที่เกิดจากการผลิตเครื่องตีเมล็ดถั่วเหลืองและที่นำเข้าจากต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2538-2551 จำแนกตามประเภทเครื่องตีเมล็ดถั่วเหลือง

ปีพ.ศ.	สุราขาว	สุราผสม	สุราพิเศษ	สุราพิเศษ ปรุงพิเศษ	สุรา	สุราผลไม้	เบียร์	สุรา พื้นเมือง	สุรากลั่น ชุมชน	แอลกอฮอล์	อื่นๆ	สุรานำเข้า	เครื่องตีเมล็ด แอลกอฮอล์
2538	3,760.6	5,910.7	358.8	3,361.6	31.1	15,084.5	0.0	0.0	0.0	28.0	3,255.8	1,556.3	33,347.5
2539	3,671.4	5,662.8	728.8	4,986.4	56.6	17,325.1	0.0	0.0	0.0	15.0	2,400.6	2,018.1	36,864.8
2540	4,425.6	6,486.4	588.5	4,630.2	77.6	21,346.9	0.0	0.0	0.0	4.7	1,508.2	2,915.6	41,983.6
2541	4,444.7	3,135.3	4,813.0	4,688.8	84.0	23,134.3	0.0	0.0	0.0	330.3	662.7	2,098.7	43,391.6
2542	6,322.5	2,858.7	5,953.2	3,018.7	182.8	24,949.4	0.0	0.0	0.0	440.0	1,659.5	2,365.0	47,749.8
2543	1,240.5	856.9	1,755.6	718.3	210.7	26,395.3	0.0	0.0	0.0	118.5	341.1	3,033.7	34,670.5
2544	631.1	1,477.7	1,081.0	666.4	319.9	29,919.5	0.0	0.0	0.0	24.3	4.2	4,728.4	38,852.5
2545	9,743.4	2,858.4	2,636.8	865.9	335.7	31,601.2	107.7	0.0	0.0	27.2	38.4	5,675.8	53,890.4
2546	10,140.4	900.6	5,012.1	1,184.7	635.3	36,942.2	119.8	200.5	0.0	35.9	9.3	7,437.4	62,618.2
2547	9,875.8	963.7	6,105.6	181.5	294.0	42,689.3	69.4	787.3	0.0	34.6	3.2	7,864.1	68,868.4
2548	8,619.8	770.7	9,310.8	90.2	289.8	45,410.4	34.5	874.9	0.0	41.2	0.1	8,587.2	74,029.7
2549	8,865.0	1,720.1	9,110.0	231.7	166.4	44,114.6	14.3	834.6	0.0	40.3	4.5	7,770.0	72,871.5
2550	9,887.8	6,323.7	7,059.2	295.8	249.8	52,121.6	16.5	1,420.8	0.0	43.2	43.2	7,401.6	84,863.3
2551	11,605.3	9,020.4	6,151.1	197.6	261.3	53,369.5	26.3	1,922.2	0.0	39.5	3.9	7,589.0	90,186.1

สัดส่วนที่มาของเม็ดเงิน ภาษีสรรพสามิต (%) ปี พ.ศ.2551	12.87%	10.00%	6.82%	0.22%	0.29%	59.18%	0.03%	2.13%	0.04%	0.00%	8.41%	100%
---	--------	--------	-------	-------	-------	--------	-------	-------	-------	-------	-------	------

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

รูปที่ 3.4 กราฟแสดงแนวโน้มของขนาดและสัดส่วนของเม็ดเงินภาษีสรรพสามิตจากการผลิตและการนำเข้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทระหว่ง ปี พ.ศ. 2538 - 2551



ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

12. เมื่อวิเคราะห์เม็ดเงินภาษีตามชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่าเบียร์ให้เม็ดเงินสูงขึ้นทุกปี โดยในปี 2538 เก็บภาษีจากเบียร์เป็นเงิน 15,084.5 ล้านบาท เพิ่มเป็น 53,369.5 ล้านบาทในปี 2551 เพิ่มขึ้น 3.5 เท่า ส่วนสุราขาวให้เม็ดเงินภาษีเป็นอันดับสองโดย ในปี 2538 เก็บภาษีได้ 3,760 ล้านบาทเพิ่มขึ้นเป็น 11,605.3 ล้านบาทในปี 2551 เพิ่มขึ้น 3.1 เท่า แม้สุราขาวจะมีการเพิ่มอัตราภาษีอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันเก็บอยู่ที่ 120 ต่อลิตร แอลกอฮอล์บริสุทธิ์ แต่เป็นการเพิ่มในอัตราที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับสุราประเภทอื่นๆ เช่น สุราพิเศษ สุราปรุงพิเศษ วิสกี้ บรันดี ซึ่งมีอัตราภาษีอยู่ที่ 400 บาทต่อลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ สุราขาวเป็นสุราที่มีดีกรีสูงเสียภาษีต่ำทำให้ราคาถูก จึงเป็นที่นิยมบริโภคของผู้มีรายได้น้อยและผู้ที่ยึดสุรา เพราะสามารถเมาได้ในราคาถูก ดังนั้นรัฐจึงควรเพิ่มภาษีสุราขาวให้สูงขึ้น

● **โครงสร้างตลาดสุรานำเข้าจากต่างประเทศ**

- 13. สุรานำเข้าจากต่างประเทศมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 3 รองจากเบียร์และสุราขาว โดยสุรานำเข้ามีแนวโน้มการนำเข้าสูงขึ้นในช่วง 13 ปี (2538-2551) ถึง 7.8 เท่า จาก 19.98 ล้านลิตรในปี 2538 เพิ่มเป็น 156.2 ล้านลิตร ในปี 2551 ดังตารางที่ 3.3 และรูปที่ 3.3
- 14. นโยบายที่มีผลต่อตลาดสุรานำเข้าจากต่างประเทศ คือ การเปิดเขตการค้าเสรี FTA (Free Trade Agreement) โดยเริ่มที่การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Agreement หรือ AFTA) ซึ่งเกิดขึ้นมาจาก

ASEAN (The Association of South East Asian Nations) คือสมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1967 ตามปฏิญญาอาเซียน (ASEAN Declaration) ปัจจุบันมีสมาชิก 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อกระตุ้นความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางสังคม และการพัฒนาทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคงในภูมิภาค และเพื่อส่งเสริมความร่วมมือและความช่วยเหลือในเรื่องที่เป็นผลประโยชน์ร่วมกันของประเทศสมาชิก เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านความเจริญเติบโตและความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจของภูมิภาค

- จากข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนหรืออาฟตา ประเทศไทยได้ออกกฎกระทรวงกำหนดชนิดสุราและอัตราภาษี พ.ศ.2546 โดยให้เรียกเก็บภาษีสำหรับสุราที่ทำในราชอาณาจักรและสุราที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร ส่งผลให้ภาษีศุลกากรนำเข้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่นำเข้ามาจากประเทศในกลุ่มอาเซียนลดลงจากร้อยละ 60 เหลือร้อยละ 5 ซึ่งเท่ากับลดลง 12 เท่า เป็นผลให้ส่วนแบ่งมูลค่าตลาดของสุรานำเข้าจากกลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มขึ้นจาก 99.25 ล้านบาท ในปี 2545 เป็น 787.39 ล้านบาท ในปี 2546 นั่นคือเพิ่มขึ้นร้อยละ 693.3 ดังตารางที่ 3.5 และภาษีศุลกากรนำเข้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่นำเข้ามาจากประเทศในกลุ่มอาเซียนจะเท่ากับร้อยละ 0 ในปี 2553 นั่นคือ เครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่นำเข้ามาจากประเทศในกลุ่มอาเซียนจะไม่ต้องเสียภาษีศุลกากรอีกต่อไป

ตารางที่ 3.5 แสดงมูลค่าการนำเข้าสุราจากต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งนำเข้า (ล้านบาท)

มูลค่า	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551
กลุ่มประเทศ	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)
อาเซียน	102.80	99.25	787.39	1,016.34	821.03	872.29	642.96	551.71
ออสเตรเลีย	162.67	180.31	59.61	2.55	3.48	2.23	27.73	7.51
สหภาพยุโรป	3,389.21	3,844.22	4,312.94	3,980.85	4,485.75	4,718.79	4,173.99	5,305.70
อเมริกา	123.19	85.38	205.53	169.99	178.46	258.83	129.66	173.60
อื่น	310.10	373.61	121.22	123.05	138.70	155.25	101.69	213.33
รวมทั่วโลก	4,087.98	4,582.77	5,486.69	5,292.78	5,627.41	6,007.39	5,076.03	6,251.85

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

- จากการศึกษาเรื่องความอ่อนไหวของนโยบายควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ต่อความตกลงการค้านานาชาติ โดย อารีกุล พวงสุวรรณ แผนพัฒนาศักยภาพนักวิจัยด้านแอลกอฮอล์ พบว่าการทำความตกลงการค้านานาชาติ ภายใต้กฎระเบียบขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization) หรือ WTO ซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกรวม มีรายละเอียดและข้อบังคับหลายประการที่อาจทำให้นโยบายควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในประเทศได้รับผลกระทบ(โดยเฉพาะนโยบายควบคุมแอลกอฮอล์ที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ว่ามีประสิทธิผลเป็นลำดับต้นๆ เช่น การควบคุมการจำหน่าย (เวลา ใบอนุญาต จุดขาย) การควบคุมการเข้าถึง และการจำกัดการโฆษณา)

เนื่องจาก WTO มีความแตกต่างจากสนธิสัญญาหรือกฎบัตรอื่นๆ เพราะมีภาระผูกพันตามกฎหมาย มีระบบศาลรองรับและมีการลงโทษ ซึ่งบังคับให้ประเทศสมาชิกต้องทำตามที่ได้ตกลงไว้ ไม่เช่นนั้นจะต้องจ่ายค่าชดเชยหรือได้รับมาตรการตอบโต้ การเจรจาการค้าในเวทีระดับโลกเริ่มมาตั้งแต่ปี 2490 จนถึงปัจจุบันมีการเจรจามาแล้ว 8 รอบ ปัจจุบันคือรอบที่ 9 เรียกว่า “รอบโดฮา” (Doha Development Agenda) เริ่มเจรจาตั้งแต่ปี 2539 จนถึงปัจจุบัน หากประเทศคู่เจรจาที่ทำข้อตกลงการค้าเสรีร่วมกันแล้วต้องการถอนหรือปรับเปลี่ยนข้อตกลงหรือข้อผูกพัน ประเทศคู่เจรจาสามารถทำได้ แต่ต้องหลังจากที่ข้อตกลงหรือข้อผูกพันนั้นมีผลบังคับใช้ไปแล้ว 3 ปี นอกจากนี้ประเทศที่ขอเปลี่ยนแปลงหรือขอลดข้อผูกพันอาจจะต้องจ่ายค่าชดเชยที่จำเป็นแก่ประเทศคู่สัญญา เพื่อให้ประเทศคู่สัญญาได้รับสิทธิประโยชน์ที่พึงมีเท่ากับตอนที่ใช้ข้อผูกพันเดิม หากไม่สามารถบรรลุข้อตกลงด้วยการเจรจาได้ประเทศคู่สัญญาสามารถนำเรื่องเข้าสู่การตัดสินของคณะอนุญาโตตุลาการได้ ข้อยกเว้นที่มีในความตกลงคือจะไม่ครอบคลุมหากมาตรการนั้นๆ เป็นไปเพื่อปกป้องศีลธรรมอันดีหรือความสงบเรียบร้อยในบ้านเมือง ปกป้องประชาชน สัตว์ หรือ พืชหรือสุขภาพ แต่การตีความทำได้ยาก ขึ้นอยู่กับนักกฎหมาย

17. จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทั้งหมด อาจสรุปได้ว่า การที่จะนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดปัญหาและภาระต่อสังคมอย่างมหาศาล ทั้งผลกระทบต่อสังคม สุขภาพและเศรษฐกิจ เข้าไปเป็นหนึ่งในสินค้าที่อยู่ในข้อตกลงควรทำอย่างระมัดระวัง เพราะจะกระทบต่อสังคมและสุขภาพของประชาชน อีกทั้งเมื่ออยู่ในข้อตกลงแล้ว การถอนหรือปรับเปลี่ยนข้อตกลงหรือข้อผูกพันทำได้ยาก

● จำนวนและรูปแบบการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

18. พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 กำหนดให้ผู้ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องขออนุญาตจากกรมสรรพสามิต กรมสรรพสามิตแบ่งการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกเป็น 7 ประเภท แต่ละประเภทมีค่าธรรมเนียมการจำหน่ายไม่เท่ากัน (ดังตารางที่ 3.6) โดยประเภทที่มีการขออนุญาตจำหน่ายมากที่สุด คือประเภทที่ 4 การจำหน่ายสุราไทย ครั้งละไม่เกิน 10 ลิตร (ค้ำปติก) ซึ่งมีค่าธรรมเนียมที่ถูกมากเพียง 100 บาท/ปี (27 สตางค์/วัน) ในปี 2551 มีการขออนุญาตจำหน่ายถึง 433,587 ฉบับ รองลงมาคือ ประเภทที่ 3 การจำหน่ายสุราทุกประเภททั้งสุราไทยและสุราต่างประเทศ ครั้งละไม่เกิน 10 ลิตร (ค้ำปติก) มีค่าธรรมเนียมอยู่ที่ 1500 บาท/ปี (4.17 บาท/วัน) ในปี 2551 มีการขออนุญาตจำหน่ายถึง 72,282 ฉบับ และในปัจจุบันกรมสรรพสามิตได้พัฒนาระบบการให้บริการขอใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นแบบ One stop service ทำให้เกิดความสะดวกต่อการขอใบอนุญาตจำหน่ายอย่างมาก สามารถขอได้อย่างรวดเร็วภายในหนึ่งวัน จึงทำให้มีการขออนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงถึงเฉลี่ยกว่าปีละ 500,000 ฉบับ (ดังตารางที่ 3.7)

ตารางที่ 3.6 ตารางแสดงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทใบอนุญาตจำหน่าย	อัตราค่าธรรมเนียม (บาท / ปี)
ประเภทที่ 1 (ขายส่งสุราไทยและต่างประเทศครั้งละ 10 ลิตรขึ้นไป)	7,500
ประเภทที่ 2 (ขายส่งสุราไทยครั้งละ 10 ลิตรขึ้นไป)	1,500
ประเภทที่ 3 (ขายปลีกสุราไทยและต่างประเทศครั้งละไม่เกิน 10 ลิตร)	1,500
ประเภทที่ 4 (ขายปลีกสุราไทยครั้งละไม่เกิน 10 ลิตร)	100
ประเภทที่ 5 (ขายสุราไทยและต่างประเทศชั่วคราวครั้งละไม่เกิน 10 วัน)	100
ประเภทที่ 6 (ขายสุราไทยชั่วคราวครั้งละไม่เกิน 10 วัน)	50
ประเภทที่ 7 (ขายในสโมสร) I ขายสุราไทยและต่างประเทศ200 I ขายสุราไทย	50

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

ตารางที่ 3.7 ตารางแสดง จำนวนใบอนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทต่างๆ ที่ราชอาณาจักร
ตั้งแต่ พ.ศ.2540 - 2551

ปี พ.ศ.	จำนวนใบอนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทต่างๆ							รวมจำนวน ใบอนุญาต
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6	ป.7	
2540	522	2,094	24,439	454,349	111	2,420	147	484,082
2541	493	2,150	25,549	459,785	16	2,567	144	490,704
2542	441	2,090	25,798	458,365	14	2,477	131	489,316
2543	470	1,994	28,518	447,368	328	2,441	116	481,235
2544	548	1,958	38,422	449,483	23	2,391	96	492,921
2545	542	2,775	44,835	461,256	27	2,156	87	511,678
2546	598	6,701	54,173	448,992	17	2,339	67	512,887
2547	681	10,958	64,866	469,172	30	2,271	69	548,047
2548	731	11,550	74,157	493,881	65	2,263	65	582,712
2549	836	11,057	71,708	427,891	108	1,784	67	513,451
2550	881	11,559	72,802	445,072	142	1,682	56	532,194
2551	914	11,387	72,282	433,587	81	1,000	70	519,321

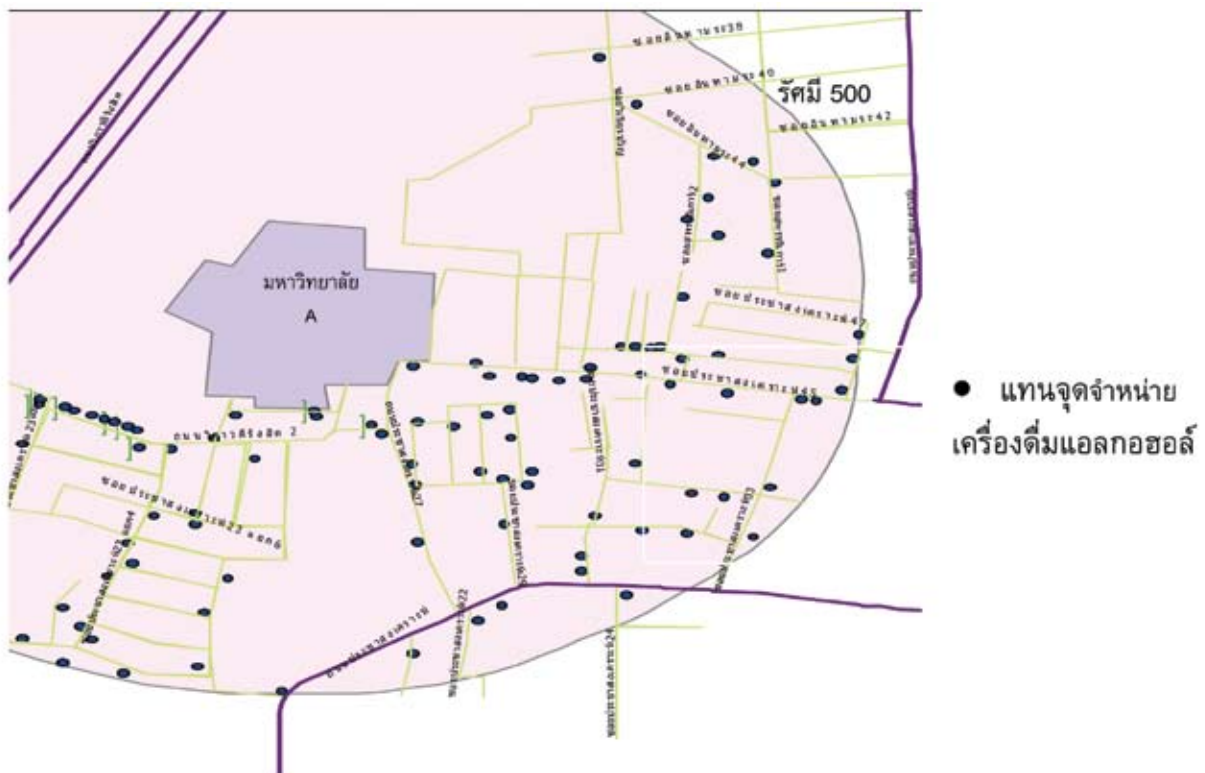
ที่มา : รศ.ดร.จุไร ทัพพงษ์ โครงการการศึกษาเปรียบเทียบมาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้วยกลไกการออกใบ
อนุญาตจำหน่ายสุราของต่างประเทศและประเทศไทย

19. จากตารางที่ 3.7 ข้อมูลร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้จากข้อมูลจำนวนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกรมสรรพสามิต ซึ่งพบว่าแนวโน้มของภาพรวมจำนวนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท ตั้งแต่ปี 2540-2551 เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจาก 484,082 ฉบับ เป็น 519,321 ฉบับ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3 แต่เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ 3 การค้าปลีกทั้งสุราไทยและสุราต่างประเทศ ในช่วงเวลา 12 ปี มีจำนวนใบอนุญาตเพิ่มขึ้นถึงประมาณ 3 เท่า จาก 24,439 ฉบับ ในปี 2540 เป็น 72,282 ฉบับ ในปี 2551 เช่นเดียวกับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ 1 การขายส่งทั้งสุราไทยและสุราต่างประเทศ และประเภทที่ 2 การขายส่งสุราไทย ในช่วงเวลา 12 ปี มีจำนวนใบอนุญาตเพิ่มขึ้นถึง 1.8 และ 5.4 เท่า จาก 522 และ 2,094 ฉบับ ในปี 2540 เป็น 914 และ 11,387 ฉบับ ในปี 2551 ตามลำดับ ส่วนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นๆ มีแนวโน้มลดลง

การกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

20. ศูนย์วิจัยปัญหาสุราสนับสนุนทุนให้ ผ.ศ.ดร.ภัทรภร พลพนาธรรม ศึกษาการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรอบมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2551-2552 โดยศึกษาทั้งหมด 15 พื้นที่ 17 มหาวิทยาลัย พบว่า ทุกมหาวิทยาลัยที่ศึกษามีร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ล้อมรอบในรัศมี 500 เมตร โดยภาพรวมมีร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น 1,712 แห่ง เฉลี่ย 57 ร้านต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร ดังตารางที่ 3.8 และตัวอย่างภาพ GIS ของร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 500 เมตร รอบมหาวิทยาลัย ดังรูปที่ 3.5

รูปที่ 3.5 ภาพ GIS แสดงจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 500 เมตรรอบมหาวิทยาลัย A

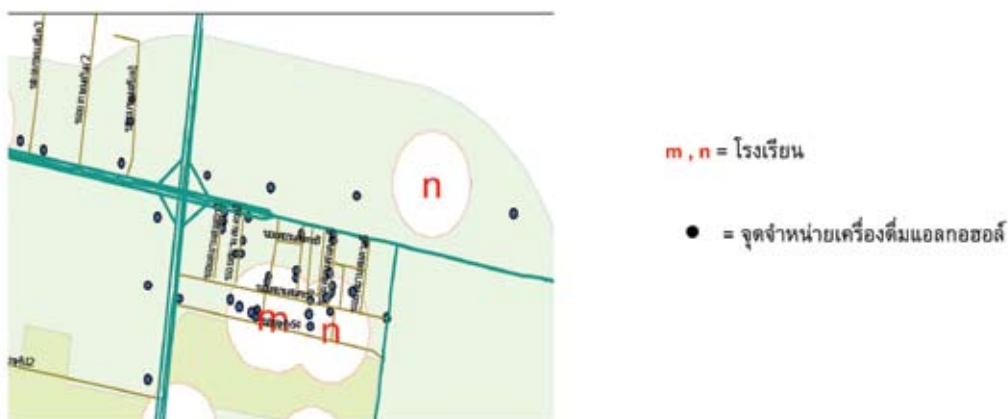


ตารางที่ 3.8 ตารางแสดงจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ล้อมรอบสถานศึกษาในรัศมี 500 เมตร

รายชื่อสถานศึกษา	จำนวนร้านจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้าน)	พื้นที่ (Donut โดยรอบ) (ตร. กม.)	จำนวนร้าน/ ตร.กม.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	407	3.15	129
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	164	2.25	73
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	129	3.90	33
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม	125	1.68	74
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	123	3.81	32
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	100	1.66	60
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	95	1.26	76
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี และบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	94	1.68	56
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และสวนดุสิต	86	1.72	50
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ รวม 2 วิทยาเขต	83	2.04	41
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	81	1.50	54
มหาวิทยาลัยสยาม	81	1.43	57
มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	76	1.71	45
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	54	1.30	42
มหาวิทยาลัยศิลปากร	14	1.09	13
รวม 15 พื้นที่	1,712	30.19	57

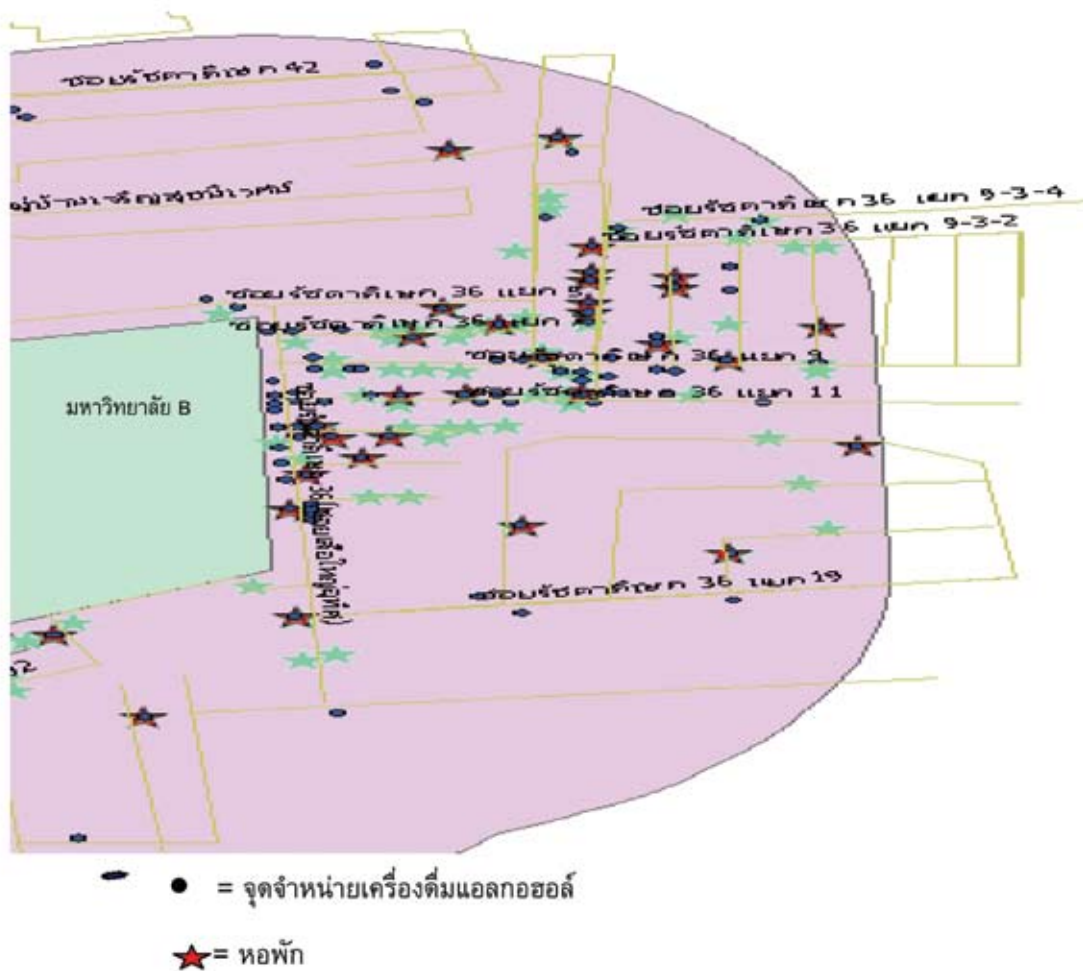
21. ใน 15 พื้นที่รอบมหาวิทยาลัยที่ทำการศึกษา มีโรงเรียนอยู่ทั้งสิ้น 118 โรงเรียน มีถึง 73 โรงเรียน (ร้อยละ 67.7) ที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะไม่เกิน 100 เมตร ซึ่งนักเรียนสามารถเดินไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างสะดวก ดังรูปที่ 3.6

รูปที่ 3.6 ภาพ GIS แสดง จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 100 เมตร รอบโรงเรียน



22. กว่าร้อยละ 90 ของหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนท์/แมนชั่น ที่มีนักศึกษาเช่าพัก มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะไม่เกิน 100 เมตร ในพื้นที่รอบมหาวิทยาลัยที่ทำการศึกษานี้ มีหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนท์/แมนชั่นที่มีนักศึกษาอาศัยอยู่ทั้งสิ้น 724 แห่ง มีหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนท์/แมนชั่น จำนวน 668 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 92.3 ที่มีจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะไม่เกิน 100 เมตร ทำให้สะดวกในการซื้ออย่างมาก ดังรูปที่ 3.7

รูปที่ 3.7 ภาพ GIS แสดง จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 100 เมตร รอบหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนท์/แมนชั่น ที่มีนักศึกษาพักอาศัย ในรัศมี 100 เมตร รอบมหาวิทยาลัย B



23. 1 ใน 4 ของหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนท์/แมนชั่น ที่มีนักศึกษาเช่าพักมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชายอยู่ภายใน จากข้อมูลพื้นที่รอบมหาวิทยาลัยที่ศึกษา มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่ภายในหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนท์/แมนชั่น ที่มีนักศึกษาเช่าพัก ทั้งสิ้น 183 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ซึ่งเป็นการกระทำผิดพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรา 27 จำแนกตามตารางที่ 3.9

ตารางที่ 3.9 ตารางแสดงจำนวนหอพักที่มีร้านจำหน่ายเครื่องตีแม่เหล็กภายในหอพัก

รายชื่อสถานศึกษา	จำนวนหอพัก	หอพักที่มีร้านขายเหล็กภายในหอพัก	
		จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม	100	46	46.0
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	148	28	18.9
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	74	24	32.4
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	113	22	19.5
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	55	18	32.7
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	85	15	17.6
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	34	11	32.4
มหาวิทยาลัยสยาม	22	8	36.4
มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	15	6	40.0
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี และบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	8	2	25.0
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ รวม 2 วิทยาเขต	22	2	9.1
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	5	1	20.0
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	16	0	0.0
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และสวนดุสิต	26	0	0.0
มหาวิทยาลัยศิลปากร	1	0	0.0
รวม 15 มหาวิทยาลัย	724	183	25.3

● **ความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องตีแม่เหล็กของสถานศึกษามีผลต่อทัศนคติและการบริโภคเครื่องตีแม่เหล็กของนักเรียนนักศึกษา**

24. จากการศึกษาเปรียบเทียบความชุกและพฤติกรรมการตีแม่เหล็กของนักเรียน นักศึกษากับความหนาแน่นของสถานที่จำหน่ายเครื่องตีแม่เหล็กในรัศมี 500 เมตร รอบสถานศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2551 ทำการศึกษาโดยกนิษฐา ไทยกล้า พบว่านักเรียนนักศึกษาที่อยู่ในบริเวณที่มีร้านจำหน่ายเครื่องตีแม่เหล็กหนาแน่นมีทัศนคติเชิงบวกต่อการบริโภคเครื่องตีแม่เหล็กและการเข้ามาเป็นผู้ตีแม่เหล็กสูงกว่านักเรียนที่อยู่ในบริเวณ ที่มีร้านจำหน่ายเครื่องตีแม่เหล็กไม่หนาแน่น โดยมีรายละเอียดดังนี้ นักเรียน นักศึกษา ในพื้นที่ที่มีจุดจำหน่ายไม่หนาแน่นมีประสบการณ์การตีแม่เหล็กร้อยละ 42 ขณะที่นักเรียน นักศึกษาในพื้นที่ที่มีจุดจำหน่ายหนาแน่นมีประสบการณ์การตีแม่เหล็ก ร้อยละ 53 นั่นคือ นักเรียน นักศึกษาที่อยู่ในบริเวณที่มีร้านขายเครื่องตีแม่เหล็กหนาแน่นจะมีประสบการณ์การตีแม่เหล็กสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (OR=1.56, 95% CI=1.04-2.3) และนักเรียน นักศึกษาที่อยู่ในพื้นที่ที่มีจุดจำหน่ายเครื่องตีแม่เหล็กหนาแน่นมีทัศนคติทางบวกต่อการตีแม่เหล็กถึงร้อยละ 66 ส่วนนักเรียนที่อยู่ในพื้นที่ที่มีจุดจำหน่ายไม่หนาแน่นมีทัศนคติทางบวกร้อยละ 48.6 ทัศนคติทางบวกต่อการตีแม่เหล็ก ได้แก่ การตีแม่เหล็กทำให้เกิด ความกล้าแสดงออก, การกระตุ้น

เกี่ยวกับเรื่องเพศ, การลดความตึงเครียด เป็นต้น นั่นคือนักเรียน นักศึกษาที่อยู่ในบริเวณที่มีร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หนาแน่นจะมีทัศนคติทางบวกต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P=0.02$)

25. จากการสำรวจทัศนคติของนักศึกษาต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสถานที่จำหน่ายใกล้สถานศึกษา 10 มหาวิทยาลัย พ.ศ.2552 โดยเครือข่ายเยาวชนสร้างสรรค์รู้ทันแอลกอฮอล์และมูลนิธิเพื่อนเยาวชนเพื่อการพัฒนา พบว่า ร้อยละ 76 ของนักศึกษา เห็นว่าร้านเหล้าที่อยู่ใกล้สถานศึกษาเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษา และร้อยละ 77.5 เห็นว่า ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ใกล้สถานศึกษาเพิ่มแรงจูงใจในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยที่ร้อยละ 75.9 เห็นด้วยกับการมีมาตรการห้ามร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้สถานศึกษา

● สถานการณ์เหล้าบับกับเยาวชน

26. ผลการศึกษาการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่รัศมี 500 เมตรโดยรอบมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ปี 2552 โดย ผศ.ดร.ภัทรกร พลพานธรรม พบว่า มีร้านจำหน่ายเหล้าบับรวม 82 ร้าน รอบมหาวิทยาลัย 15 แห่ง คิดเป็นเฉลี่ย 5.6 ร้านต่อหนึ่งมหาวิทยาลัย โดยที่ร้อยละ 87 ของร้านขายเหล้าบับเหล่านี้ตั้งอยู่ในรัศมี 200 เมตรรอบมหาวิทยาลัย ซึ่งนักศึกษาสามารถเดินไปซื้อได้อย่างสะดวก ดังรูปที่ 3.8

รูปที่ 3.8 ภาพ GIS แสดง จุดจำหน่ายเหล้าบับในรัศมี 200 เมตร รอบมหาวิทยาลัย C



27. จากรายงานการสำรวจจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตเทศบาลเชียงใหม่อย่างต่อเนื่อง พบว่า ในช่วงต้นปี 2550 มีจำนวนร้านเหล้าบับ 15 ร้าน เพิ่มขึ้นเป็น 38 ร้าน ในปลายปี 2551 และเพิ่มเป็น 47 ร้าน ในช่วงต้นปี 2552 นั่นคือในเวลาไม่ถึง 2 ปี มีจำนวนร้านเหล้าบับเพิ่มขึ้นถึง 3.13 เท่า แสดงว่าเหล้าบับได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว
28. เหล้าบับเป็นปากทางสู่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นโดยเฉพาะวัยรุ่นหญิง มีงานวิจัยเชิงคุณภาพหลายรายงานที่ยืนยันว่าเหล้าบับเป็นปากทางสู่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ข้อมูลจากรายงานการศึกษารูปแบบ

การสื่อสารและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตีเมล็ดบ้านของวัยรุ่น โดยเนริศา ชัยศุภมงคลลาภ และคณะ (ปี 2551) อธิบายว่า การที่ผู้บริโภคหน้าใหม่กับผู้บริโภคหน้าใหม่ชวกันทดลองตีเมล็ดบ้านนั้น ส่วนมากจะเป็นการตัดสินใจจากลักษณะภายนอกของเมล็ดบ้านที่มีสีสีนสวยงาม ดูไม่เหมือนเมล็ด มองแล้วคล้ายน้ำหวานมากกว่า เลยรู้สึกว่าจะไม่น่าจะทำให้มีอาการเมาได้ บวกกับการพึ่งเพื่อนพูดถึงรสชาติในกลุ่มเพื่อนกลุ่มใหญ่ที่เคยได้ทดลองมาแล้ว และราคาที่สังเกตเห็นแล้วว่าคุ้มค่า ไม่แพงมากนัก ทำให้นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาสามารถที่จะรวมกลุ่มกันตีเมล็ดได้อย่างถึงข้อมูลคำพูดของกลุ่มตัวอย่างว่า “ได้ยินเพื่อนในห้องเค้าคุยกัน ก็เลยชวนเพื่อนในกลุ่มไปลอง ลองก็หวานๆดีคะ” และการชวนให้ผู้ตีเมล็ดหน้าใหม่ทดลองตีเมล็ดนั้น หากเป็นในกลุ่มเพื่อนชายและหญิง ส่วนมากฝ่ายชายจะเป็นผู้สั่งเมล็ดบ้านให้ฝ่ายหญิงที่ไม่ตีเมล็ดแอลกอฮอล์ได้ทดลองตีเมล็ด โดยการเชิญชวนด้วยสีนที่คล้ายน้ำหวาน มีรสชาติอร่อยและไม่เมามาก ทำให้ผู้บริโภคหน้าใหม่กล้าทดลองตีเมล็ด โดยไม่กลัวว่าจะทำให้เกิดอาการเมา และสามารถเข้ากลุ่มได้อย่างไม่เขินอายและมักใช้เครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์เป็นตัวเชื่อมสัมพันธ์ด้วย โดยอ้างถึงข้อมูลคำพูดจากกลุ่มตัวอย่างว่า “มันตีง่ายไงที่ ประมาณว่าเราไม่รู้ตัว เพราะรสมันหวานๆมั้ง พวกผู้หญิงเค้าก็คงคิดว่ามันก็แค่น้ำหวานไง สุดท้ายก็...(หัวเราะ)” ส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในการศึกษาเปรียบเทียบความชุกและพฤติกรรมการตีเมล็ดของนักเรียนนักศึกษากับความหนาแน่นของสถานที่จำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในรัศมี 500 เมตรรอบสถานศึกษา ปี 2551 พบว่า เมล็ดบ้านสามารถหาซื้อและตีเมล็ดได้ง่าย และรสชาติค่อนข้างดีกว่าตีเมล็ดเบียร์ทั่วไป ดังนี้

“เมล็ดบ้านมันกินง่าย ไม่เหม็น ไม่ค่อยมีกลิ่นที่รุนแรงเหมือนเมล็ดหรือเบียร์ที่ขายกันทั่วไป มีรสชาติที่หวาน คล้ายมีรสผลไม้เหมือนน้ำผลไม้ปั่น”,
“เวลาสั่งไม่มีการตรวจบัตรประชาชน”,
“ซื้อมอเตอร์ไซด์ แวะซื้อใส่ถุงตุตได้”

โดยสรุป เมล็ดบ้านเป็นที่นิยมและเป็นปากทางสู่การตีเมล็ดเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น ปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว หากไม่มีการควบคุมจะทำให้เด็กตีเมล็ดหน้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน

● การศึกษาสถานการณ์ด้านการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์

29. ศูนย์วิจัยปัญหาสุราได้ทำการศึกษาผลกระทบของการโฆษณาเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ประเภทโฆษณาส่งเสริมสังคมที่มีต่อเยาวชนไทย และ ติดตามงบโฆษณาที่อุตสาหกรรมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ใช้โฆษณาในสื่อต่างๆ

งบโฆษณาของอุตสาหกรรมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์

30. อุตสาหกรรมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ใช้งบประมาณโฆษณาเฉลี่ยทุกสี่ปีละ 2,187.9 ล้านบาท โดยภาพรวมมีการเพิ่มขึ้นและลดลงตามมาตรการควบคุม เช่น ในปี 2547 งบโฆษณาจะลดลงเนื่องจากมีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์และวิทยุระหว่างเวลา 5.00–22.00 น. แต่ในปีต่อมาในปี 2548 งบโฆษณากลับปรับเพิ่มขึ้น แล้วลดลงอีกในปี 2549 - 2550 เนื่องจากมีกระบวนการผลักดันมาตรการควบคุมการโฆษณาผ่าน พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ในระหว่างปี 2549 - 2550 จากนั้นในปี 2551 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอีกครั้งแต่ยังไม่ถึง 2,000 ล้านบาท เนื่องจาก งบโฆษณาที่สามารถหาข้อมูลได้ (ที่ปรากฏในตารางที่ 3.10) เป็นงบโฆษณาตรง (Direct Advertising) ในสื่อต่างๆ ซึ่งไม่รวมการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต โฆษณาผ่านสื่อบุคคลตามร้านอาหารและห้างร้านต่างๆ รวมทั้งการโฆษณาแฝง (Indirect Advertising คือการการโฆษณาภาพผลิตภัณฑ์ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และตราบริษัทไปแฝงในกิจกรรมต่างๆ เช่น ป้ายหลังรายการ เลื่อนนักกีฬา เสื้อพิธีกร) ซึ่งจากการสำรวจของศูนย์วิจัยความสุขชุมชน มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ พบว่า ประชาชนรับรู้การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

เพิ่มขึ้น และจากการเฝ้าระวังการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ พบว่า การโฆษณาแฝงเพิ่มขึ้น ทั้งหมดนี้อาจจะทำให้งบโฆษณาตรง (Direct Advertising) ผ่านสื่อต่างๆไม่ถึง 2,000 ล้านบาทในช่วง 2 ปีนี้ ดังตารางที่ 3.10

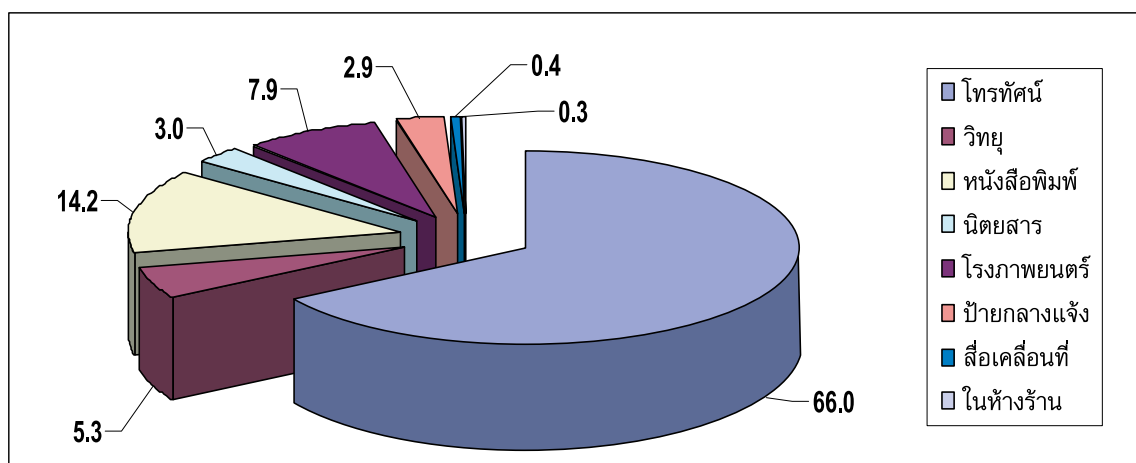
ตารางที่ 3.10 ตารางแสดงงบโฆษณาตรงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบ่งตามสื่อต่างๆ ระหว่างปี พ.ศ. 2545 – 2551

พ.ศ.	งบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบ่งตามสื่อต่างๆ (ล้านบาท)								รวมทุกสื่อ
	โทรทัศน์	วิทยุ	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร	โรงภาพยนตร์	ป้ายกลางแจ้ง	สื่อเคลื่อนที่	ในห้างร้าน	
2545	1,735.9	215.4	212.2	57.8	104.6	33.8	2.3	0.0	2,362.0
2546	1,721.4	171.7	236.1	60.9	222.2	77.7	1.7	3.4	2,495.1
2547	1,429.6	112.2	345.9	68.8	239.1	61.6	12.0	8.4	2,277.6
2548	1,702.1	85.8	385.4	69.2	251.5	101.3	9.3	7.9	2,612.5
2549	1,467.6	93.7	350.1	70.2	289.1	130.1	14.3	19.4	2,434.5
2550	1,022.6	69.5	297.8	60.0	20.1	16.8	3.7	5.0	1,495.5
2551	1,027.0	64.0	343.9	65.1	88.0	26.5	15.9	8.0	1,638.4
เฉลี่ย	1,443.7	116.0	310.2	64.6	173.5	64.0	8.5	7.4	2,187.9

ที่มา : AC Nielsen Media Research (ประเทศไทย)
 เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

31. เมื่อวิเคราะห์สัดส่วนของงบโฆษณาตรง พบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ใช้งบประมาณสูงที่สุดเฉลี่ย 1,443.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และโรงภาพยนตร์ โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 14.2 และ 7.9 ตามลำดับ ดังรูปที่ 3.9

รูปที่ 3.9 แผนภูมิวงแสดงสัดส่วนของงบโฆษณาตรงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบ่งตามสื่อต่างๆ

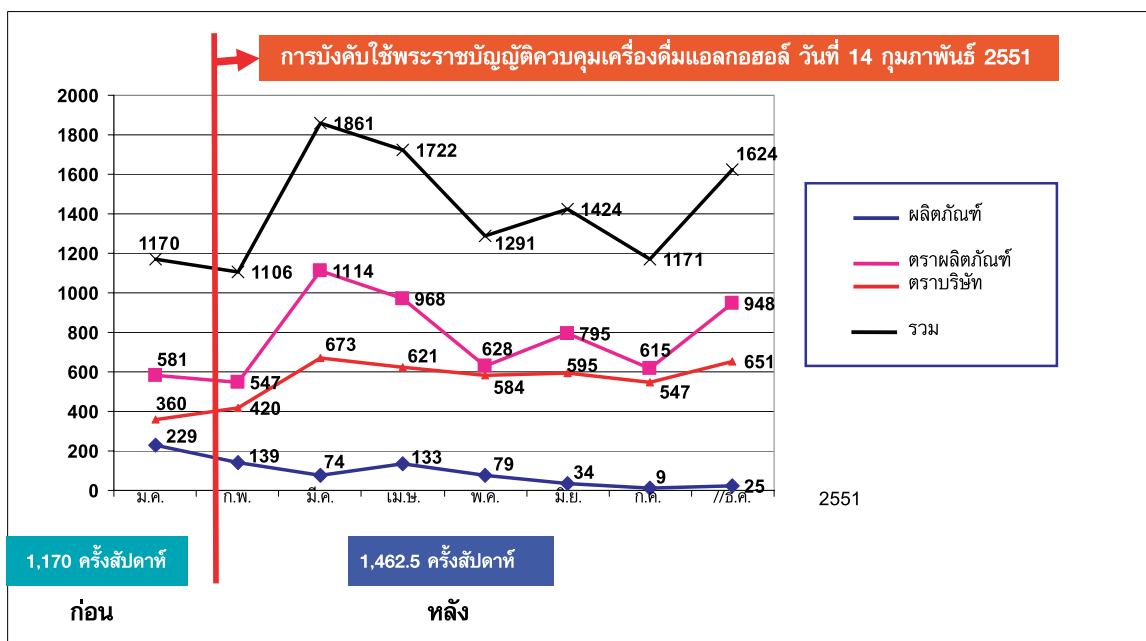


ที่มา : AC Nielsen Media Research (ประเทศไทย)
 เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

การเฝ้าระวังการโฆษณาเครื่องตีแม่เหล็กทางโทรทัศน์

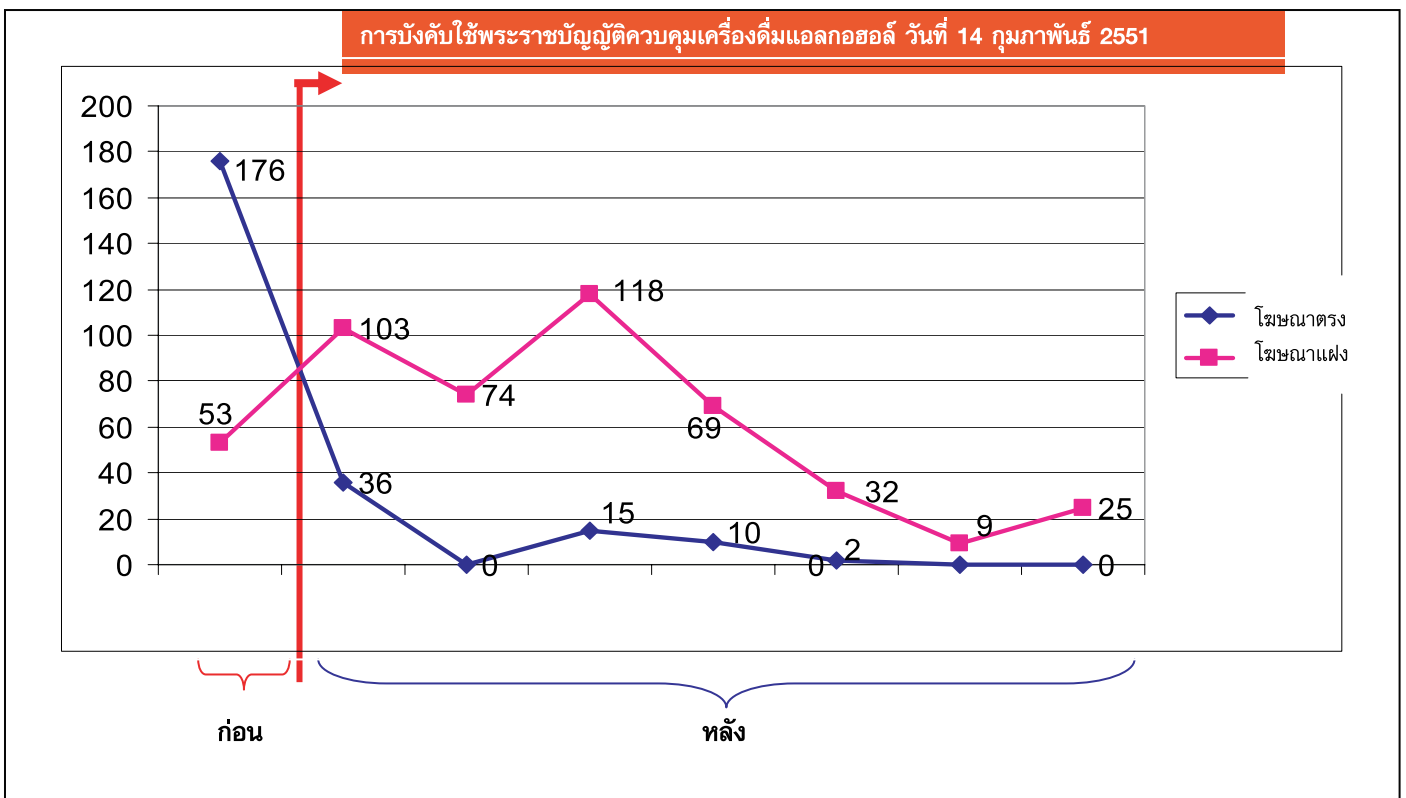
32. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา ร่วมกับ Media Monitor และ มหาวิทยาลัยมหิดล เฝ้าระวังการโฆษณาเครื่องตีแม่เหล็กทางโทรทัศน์ โดยเก็บข้อมูลจากแผ่นบันทึกเทปรายการโทรทัศน์ตลอด 24 ชั่วโมง รอบละ 7 วัน ทางสถานีโทรทัศน์ 5 สถานี คือ ช่อง 3, 5, 7, 9 และ NBT ทั้งหมด 8 รอบ ใน 1 ปี (มกราคม-กรกฎาคมและธันวาคม 2551) ซึ่งเป็นช่วงก่อน พรบ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 รอบ และ หลัง พรบ.ฯ มีผลบังคับใช้ 7 รอบ การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามประกอบการดูแผ่นบันทึกเทปโทรทัศน์ดังกล่าว โดยโฆษณาตรง คือ การฉายสไลด์โฆษณา ระหว่างช่วงพักระหว่างรายการ ส่วนโฆษณาแฝง คือ การโฆษณาที่ใช้ผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ภัณฑ์ หรือตราบริษัทไปแฝงไว้ในกิจกรรมต่างๆ ในรายการโทรทัศน์ เช่น ป้ายด้านหลังรายการ เลื่อนนักกีฬา เสียงพูดที่กล่าวถึงชื่อ หรือบริษัทของเครื่องตีแม่เหล็ก เป็นต้น ผลการศึกษา พบว่าเมื่อเปรียบเทียบข้อมูล ก่อนและหลังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีแม่เหล็ก พ.ศ.2551 เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551 พบว่า หลังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีแม่เหล็ก พ.ศ.2551 มีการโฆษณาเครื่องตีแม่เหล็ก โดยภาพรวมเพิ่มขึ้นจากเฉลี่ย 1,170 ครั้ง/สัปดาห์ เป็น 1,462.5 ครั้ง/สัปดาห์ นั่นคือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 25.7 เมื่อจำแนกตามลักษณะการโฆษณา พบว่าการโฆษณาที่เห็นภาพขวดผลิตภัณฑ์ภัณฑ์เครื่องตีแม่เหล็กมีแนวโน้มลดลง จาก 229 ครั้ง/สัปดาห์ ในเดือนมกราคมเป็น 25 ครั้ง/สัปดาห์ ในเดือนธันวาคม ส่วนการโฆษณาในลักษณะเห็นตราผลิตภัณฑ์ภัณฑ์เครื่องตีแม่เหล็กและตราบริษัทมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 581 และ 360 ครั้ง/สัปดาห์ ในเดือนมกราคม เป็น 948 และ 650 ครั้ง/สัปดาห์ ในเดือนธันวาคม นั่นคือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 63.2 และ 80.6 ตามลำดับ ดังรูปที่ 3.10

รูปที่ 3.10 กราฟแสดงจำนวนการโฆษณาเครื่องตีแม่เหล็กทางโทรทัศน์ ปี พ.ศ 2551 จำแนกตามลักษณะการปรากฏภาพเกี่ยวกับเครื่องตีแม่เหล็ก เปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีแม่เหล็ก พ.ศ.2551



33. หลัง วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ 2551 การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้ภาพขวดผลิตภัณฑ์และภาพกล่องบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะในลักษณะเป็นการโฆษณาตรงหรือแฝง ถือเป็น การกระทำที่ผิดกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ทั้งสิ้น จากข้อมูลการเฝ้าระวัง พบว่า มีการกระทำความผิดโดยใช้ภาพขวดโฆษณา ในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น 485 ครั้งใน 7 สัปดาห์เฉลี่ย 69.3 ครั้ง/สัปดาห์ โดยพบว่า ก่อนพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีผล บังคับใช้ การโฆษณาตรงเห็นภาพขวด (176 ครั้ง/สัปดาห์) จะสูงกว่าโฆษณาแฝงเห็นภาพขวด (53 ครั้ง/สัปดาห์) แต่หลังจากประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 การโฆษณาตรงเห็นภาพขวดลด ลงอย่างรวดเร็วจนเป็น 0 ใน 3 เดือนสุดท้าย แต่โฆษณาแฝงเห็นภาพขวด เพิ่มขึ้นสูงกว่าการโฆษณาตรงเห็น ภาพขวดอย่างชัดเจน ดังรูปที่ 3.11

รูปที่ 3.11 กราฟแสดงจำนวนการโฆษณาตรงและแฝงในลักษณะเห็นภาพขวดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทาง โทรทัศน์ ปี พ.ศ 2551 เปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ.2551



34. โดยสรุปหลังพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีผลบังคับใช้ ธุรกิจสุราใช้กลยุทธ์การหลบ เลี่ยงกฎหมายโดยการแอบแฝงโฆษณา คือลดการโฆษณาตรงโดยใช้ภาพขวดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง แต่โฆษณาภาพขวดโดยใช้โฆษณาแฝงมากขึ้น และหันไปใช้ตราสัญลักษณ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และตรา สัญลักษณ์บริษัทในการโฆษณาตรงแทน นั่นคือยังพบว่าการฝ่าฝืนใช้ภาพขวดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน การโฆษณา ซึ่งผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 รัฐจึงควรเร่งการตรวจ จับและดำเนินคดีกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เห็นภาพขวดผลิตภัณฑ์และเห็นกล่องบรรจุภัณฑ์ซึ่งผิด

กฎหมายอย่างแน่นนอน และหาทางแก้ไขเพื่อควบคุมการโฆษณาเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ด้วยตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริษัทที่มีความคล้ายคลึงกันให้ไม่มีหรือให้มีในขอบเขตจำกัดต่อไป

การเฝ้าระวังการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดของเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์

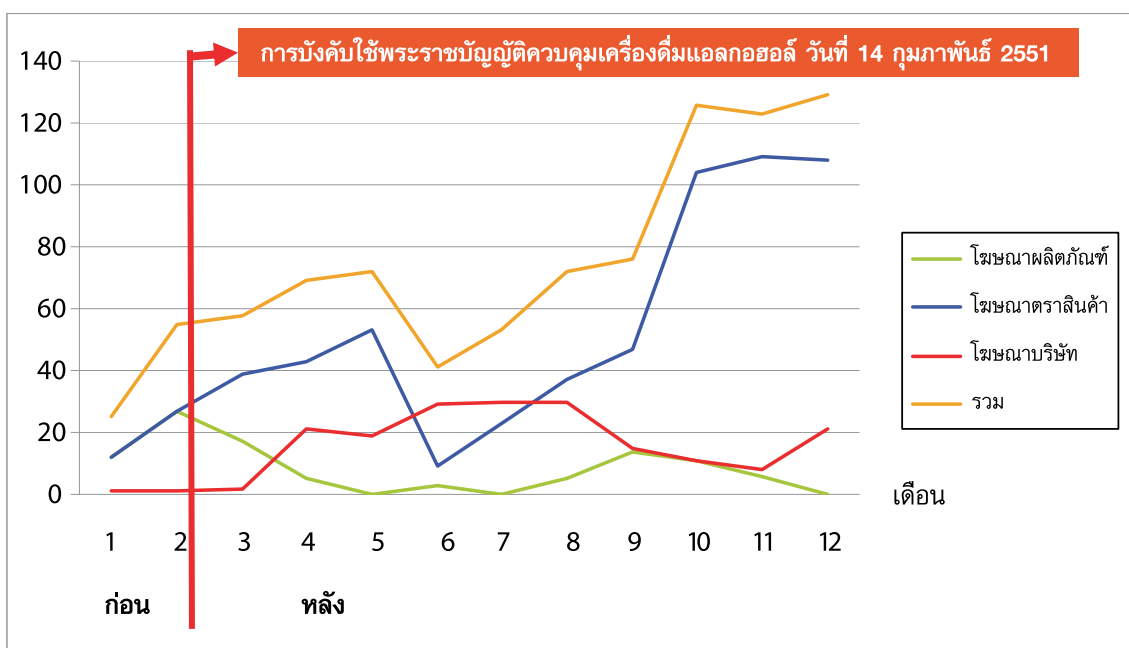
35. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา เฝ้าระวังการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดของเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ ทางหนังสือพิมพ์ ทั้งหมด 9 ฉบับ คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด คมชัดลึก มติชน โพสต์ทูเดย์ แนวหน้า ผู้จัดการรายวัน และ กรุงเทพธุรกิจ เป็นเวลา 1 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2551 รวมทั้งสิ้น 365 วัน ข้อมูลการเฝ้าระวัง การดำเนินกลยุทธ์การตลาดและการโฆษณาของธุรกิจสุราทางหนังสือพิมพ์นี้จะเป็นประโยชน์ในการดูแลแนวโน้ม วิธีการทำการตลาดและการโฆษณาของธุรกิจสุราเพื่อการออกแบบการดูแลและควบคุมปัญหาเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ ต่อไป
36. ผลการศึกษา การเฝ้าระวังการโฆษณาเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ในหนังสือพิมพ์ ตลอดระยะเวลา 1 ปี พบว่า มีการโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น 899 โฆษณา เฉลี่ยเดือนละ 73.9 โฆษณา หนังสือพิมพ์ที่มีการโฆษณามากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 157 โฆษณา คิดเป็นร้อยละ 17.5 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 154 โฆษณา คิดเป็นร้อยละ 17.1 อันดับ 3 คือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ 132 โฆษณา คิดเป็นร้อยละ 14.7 หน้าหนังสือพิมพ์ที่ลงโฆษณามากที่สุดคือ หน้าหนึ่ง ถึง 187 โฆษณา คิดเป็นร้อยละ 22.4 รองลงมาคือหน้ากีฬา ร้อยละ 14 และหน้าข่าวเศรษฐกิจและการตลาดร้อยละ 13.4 และเมื่อพิจารณาขนาดการลงโฆษณาพบว่า ลงโฆษณาส่วนใหญ่จะมีขนาดตั้งแต่ 1 ใน 4 ของหน้ากระดาษหนังสือพิมพ์ขึ้นไป มากที่สุดถึงร้อยละ 66.2 และในจำนวนนี้มีโฆษณาเต็มหน้ากระดาษหนังสือพิมพ์ถึง 50 โฆษณา คิดเป็นร้อยละ 9 และครึ่งหน้าถึง 270 โฆษณา คิดเป็นร้อยละ 48.8 โดยเป็นโฆษณาตราผลิตภัณฑ์เครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ มากที่สุดถึงร้อยละ 68 รองลงมาคือตราบริษัทร้อยละ 21 และโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์โดยตรงร้อยละ 11 เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่ใช้โฆษณาซึ่งหนึ่งโฆษณาสามารถใช้เนื้อหาการโฆษณาได้หลายแบบพบว่า มีการใช้ความสนุกสนาน/ความทันสมัยมากที่สุดถึงร้อยละ 81.6 รองลงมาคือ ความสำเร็จ/ความเป็นผู้นำ ร้อยละ 53.3 และมิตรภาพ ร้อยละ 32.86 มีการใช้ดารานักร้อง/นางงาม และผู้มีชื่อเสียง ถึงร้อยละ 22.4 และมีการโฆษณา เชิญชวนดื่มทางตรง และทางอ้อม ร้อยละ 31.7 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลก่อนและหลังการบังคับใช้ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องตีหม้อแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์. 2551 พบว่าก่อน พ.ร.บ.ฯ มีการโฆษณาเฉลี่ยเดือนละ 37.5 และมีโฆษณาที่เห็นภาพขวดผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 27 โฆษณา หลัง พ.ร.บ. พบว่าการโฆษณาเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นเป็น 78.9 โฆษณา และมีโฆษณาที่เห็นขวดผลิตภัณฑ์ถึง 73 โฆษณา ดังตารางที่ 3.11

ตารางที่ 3.11 ตารางแสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยต่อเดือนของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ ปี พ.ศ 2551 เปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

ลักษณะการปรากฏภาพเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ก่อน พ.ร.บ. ม.ค.-13 ก.พ		หลัง พ.ร.บ. 14 ก.พ.-30 มิ.ย.		ตลอดปี	
	จำนวน	เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	เฉลี่ยต่อเดือน
ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์	27	18.41	584	54.58	611	50.22
ตราสัญลักษณ์บริษัท	1	0.68	187	17.48	188	15.45
ขวดผลิตภัณฑ์	27	18.36	73	6.82	100	8.22
รวม	55	37.45	844	78.88	899	73.89

37. โดยสรุปการเฝ้าระวังการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ พบว่า หลังพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีผลบังคับใช้ มีการโฆษณาที่เห็นภาพขวดผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อเดือนลดลง แต่การโฆษณาในภาพรวมเพิ่มขึ้นทั้งโฆษณาตราผลิตภัณฑ์ และตราบริษัท ดังรูปที่ 3.12 อย่างไรก็ตามการโฆษณาที่เห็นภาพขวดผลิตภัณฑ์หลังพระราชบัญญัติมีผลบังคับใช้ ยังพบถึง 73 โฆษณา ซึ่งถือว่าผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติที่รัฐควรเร่งตรวจจับและดำเนินคดี

รูปที่ 3.12 กราฟแสดงแนวโน้มการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ ปี พ.ศ 2551 จำแนกตามลักษณะการปรากฏภาพเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



38. การเฝ้าระวังการส่งเสริมการตลาดของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์ทั้งหมด 9 ฉบับ ตลอดระยะเวลา 1 ปี มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดของธุรกิจสุราทั้งสิ้น 1,269 ข่าว เฉลี่ยเดือนละ 106 ข่าว และหนังสือพิมพ์ทุกฉบับมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดทั้งสิ้น โดยที่หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ มีการนำเสนอมากที่สุด 280 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์แนวหน้า 175 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 13.8 ลำดับที่ 3 คือ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก 151 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 11.9

ลักษณะการเป็นข่าว พบว่า เป็นข่าวความเคลื่อนไหวของกิจกรรมการตลาดต่างๆ เช่น การแสดงดนตรี การให้ทุนการศึกษา การประกวด และการร่วมกิจกรรมต่างๆ ถึง 867 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ คอลัมน์ต่างๆ เช่น คอลัมน์มุมที่ 5 ของแสงโสม 274 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 21.59 และอันดับ 3 คือสัปดาห์ข่าว 98 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 8 เมื่อวิเคราะห์ลักษณะกิจกรรมการตลาด ซึ่งบางครั้งในหนึ่งข่าวจะได้กิจกรรมการตลาดมากกว่าหนึ่งกิจกรรม พบว่า เป็นข่าวการจัดกิจกรรมกีฬามากที่สุด จำนวน 781 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือกิจกรรมเกี่ยวกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ 58 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 4.6 ต่อมาคือการแถลงผลประกอบการ การจัดกิจกรรมดนตรี การจัดกิจกรรมส่งเสริมสังคม การจัดกิจกรรมลดแลกแจกแถม และการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับเยาวชน มีจำนวนข่าวใกล้เคียงกันคือ 35-50 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 2-4 เมื่อพิจารณาการลักษณะการปรากฏภาพผลิตภัณฑ์ในข่าวเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ พบว่า มีข่าวที่มีภาพขวดผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 53 ข่าว เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลก่อนและหลังการบังคับใช้ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551 พบว่าก่อน พ.ร.บ.ฯ มีการเสนอข่าวส่งเสริมการตลาดของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ 47 ข่าว เฉลี่ยเดือนละ 32 ข่าว และมีข่าวที่เห็นภาพขวดผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 6 ข่าว หลัง พ.ร.บ.ฯ พบว่ามีการเสนอข่าวส่งเสริมการตลาดของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ 1,222 ข่าว เฉลี่ยเดือนละ 116 ข่าว และมีข่าวที่เห็นภาพขวดผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 47 ข่าว

39. โดยสรุปการเป็นข่าวบนหน้าหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมการตลาดของธุรกิจสุราก็ถือเป็นการโฆษณาเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ทางแฝงแบบหนึ่ง การเสนอข่าวส่งเสริมการตลาดของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ มีจำนวนมากขึ้นและยังมีการเสนอข่าวที่เห็นภาพขวดผลิตภัณฑ์เครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ซึ่งถือว่าผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัตินี้ ดังนั้นรัฐควรเร่งตรวจจับและดำเนินคดี

การศึกษาผลกระทบของการโฆษณาเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ประเภทโฆษณาส่งเสริมสังคมต่อเยาวชน

40. การศึกษาผลกระทบของการโฆษณาเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ประเภทโฆษณาส่งเสริมสังคม(CSR) ต่อเยาวชนไทย พ.ศ 2551 โดย ดร. ศรีรัช ลากใหญ่ ซึ่งใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพกับเยาวชนจำนวนทั้งสิ้น 697 ราย โดยแบ่งกลุ่มเยาวชนออกเป็นสี่ระดับคือ ระดับเด็กประถมศึกษาตอนปลาย ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลายและอุดมศึกษา จากทั่วทั้งสี่ภาคของประเทศไทย ทำการศึกษาโดยนำสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ประเภทโฆษณาส่งเสริมสังคมของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ 9 ตราสินค้าไปให้เยาวชนชม หลังจากนั้นทำการสัมภาษณ์กลุ่ม (focused-group interview) พบว่า การโฆษณาเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ประเภทโฆษณาส่งเสริมสังคม(CSR) สามารถ สร้างภาพลักษณ์(Brand Image)ทางบวกได้อย่างมีประสิทธิภาพในกลุ่มเยาวชนและสามารถลบภาพการเป็นสินค้าอมเมมาได้โดยผ่านกลยุทธ์การเปลี่ยนทัศนคติของเยาวชน ทำให้เยาวชนสามารถจดจำตราสินค้าและมีทัศนคติทางบวกต่อสินค้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ กลุ่มประชากรเด็กและวัยรุ่นชื่นชอบโฆษณาแนว CSR เนื่องจากโฆษณาสวย เนื้อหาดี ไม่ได้ขายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ แต่กำลังทำความดี เช่น ช่วยเหลือสังคม บูชาสถาบัน ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ รักธรรมชาติ เป็นต้น อีกทั้งโฆษณาลักษณะนี้สามารถสร้างให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า (Brand

- Loyalty) ทั้งที่เยาวชนยังไม่เคยเป็นผู้บริโภคแต่แสดงความคาดหวังและตัดสินใจที่จะบริโภคตราสินค้าดังกล่าว
เมื่อมีโอกาสที่จะบริโภค โดยเยาวชนคิดว่า การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เท่ากับเป็นการช่วยทำสาธารณกุศลไปใน
ตัวคือ เป็นการทำบุญทางอ้อม
41. โดยสรุป การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทโฆษณาส่งเสริมสังคม(CSR) ทำให้เยาวชนรู้ไม่เท่าทัน โดย
เฉพาะเด็กประถมศึกษาตอนปลาย และมัธยมศึกษาตอนต้น โดยเข้าใจผิดคิดว่า สินค้าอันตรายอย่างเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ดี ช่วยเหลือสังคม และควรซื้อหรือแนะนำให้ผู้อื่นซื้อเมื่อมีโอกาส

บทที่ 4 : สถานการณ์ด้านการดำเนินการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Intervention Situations)

Chapter 4

บทที่ 4

สถานการณ์ด้านการดำเนินการ ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Intervention Situations)

1. ในรอบปีที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญๆ ดังนี้คือ
 - การประกาศขึ้นอัตราภาษีสรรพสามิตสุรา เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2552
 - การออกมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนา
 - การผลักดันการออกมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลสำคัญ
 - การผลักดันร่างกฎกระทรวงว่าด้วยการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.
 - การผลักดันมาตรการห้ามจำหน่ายเหล้าปั่นและห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา
 - มาตรการรณรงค์และให้การศึกษาในประเทศไทย
 - การติดตามและประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ครบรอบ 1 ปี

● การประกาศขึ้นภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. ภายใต้พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 ฉบับที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน คณะรัฐมนตรีมีมติให้ปรับขึ้นอัตราภาษีสรรพสามิตและกระทรวงการคลังได้ออกกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2552 (ดูภาคผนวก 1) โดยกำหนดให้เพิ่มอัตราภาษีสำหรับสุราขาว ดังนี้ คือ อัตราภาษีตามปริมาณแอลกอฮอล์จาก 110 เป็น 120 บาทต่อลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ และอัตราภาษีตามมูลค่าคงเดิมที่ ร้อยละ 50, สำหรับสุราผสมอัตราภาษีตามปริมาณแอลกอฮอล์จาก 280 เป็น 300 บาทต่อลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ และอัตราภาษีตามมูลค่าคงเดิมที่ ร้อยละ 50, สำหรับสุราพิเศษ ประเภทรันที้ อัตราภาษีตามปริมาณแอลกอฮอล์คงเดิมที่ 400 บาทต่อลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ และอัตราภาษีตามมูลค่า จากร้อยละ 45 เป็นร้อยละ 48 และเบียร์อัตราภาษีตามปริมาณแอลกอฮอล์คงเดิมที่ 100 บาทต่อลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ เพิ่มอัตราภาษีตามมูลค่า จากร้อยละ 55 เป็นร้อยละ 60 ซึ่งสามารถสรุปอัตราภาษีสรรพสามิตของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆที่ใช้ในปัจจุบัน ได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงอัตราภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปี 2552

ประเภท เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	อัตราภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณ (บาทต่อลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์)
สุรขาว	50	120
สุราผสม	50	300
สุราพิเศษ	50	400
สุราปรุงพิเศษ	50	400
สุราแช่พื้นเมือง	25	70
สุรากลั่นชุมชน	50	120
สุราสามทับ	10	6
- ใช้ในอุตสาหกรรม	2	1
- ใช้ในการแพทย์	0.1	0.05
วิสกี้	50	400
บรันดี	48	400
เบียร์	60	100
ไวน์	60	100

ที่มา : กรมสรรพสามิต

เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

- เมื่อศึกษาวิวัฒนาการของการขึ้นอัตราภาษีสรรพสามิตของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ พบว่า สุรขาว ถูกขึ้นภาษีต่ำกว่าสุราประเภทอื่นมาโดยตลอด ทั้งที่สุรขาวเป็นสุราที่ผู้มึนเมาได้น้อยและผู้ที่ติดสุรานิยมดื่มมากที่สุด เมื่อศึกษาวิวัฒนาการของการขึ้นภาษีสุรขาวจะเห็นได้ว่า สุรขาวเก็บภาษีที่ 100 บาทต่อลิตรแอลกอฮอล์ บริสุทธิ์มาตั้งแต่ปี 2534 และมีการลดภาษีเป็น 70 บาท ในปี 2546 เพื่อส่งเสริมสุราชุมชน ซึ่งพ่วงสุรขาว เข้าไปเป็นประเภทเดียวกับสุราชุมชนทำให้สุรขาวได้ลดภาษีลง ทั้งที่สุราประเภทอื่นๆ ถูกขึ้นภาษีทั้งหมด จากนั้น เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ 2550 ได้ปรับเพิ่ม เป็น 110 บาทต่อลิตร และขณะนี้ขึ้นเป็น 120 บาทต่อลิตร ซึ่ง มากกว่าเมื่อ 19 ปีที่แล้วเพียง 20%; ขณะที่สุราพิเศษ (แสงโสม, โกลเด็นไนท์ เป็นต้น) และสุราปรุงพิเศษ (แม่โขง) เสียภาษีจาก 100 บาทต่อลิตร ณ ปี 2534 เป็น 400 บาทต่อลิตรในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าปัจจุบัน สุรขาวเสียภาษีต่ำกว่าสุราประเภทอื่นถึง 3.3 เท่า ดังตารางที่ 4.2
- จากตารางที่ 4.3 จะเห็นว่า เบียร์ไม่ได้ถูกขึ้นภาษีมานานแล้ว ตั้งแต่ปี 2544 -2551 หรือ 7 ปีที่แล้ว ทั้งที่เบียร์ เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมบริโภคมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและนักดื่มหน้าใหม่จะเริ่มดื่มเบียร์มากที่สุดโดยเบียร์มีส่วนแบ่งตลาดถึง 60-70% (นับตามลิตรการผลิต) ซึ่งในครั้งนี้(วันที่ 6 พฤษภาคม 2552)เบียร์ได้ ถูกขึ้นภาษีตามมูลค่าอยู่จาก 55% เป็น 60% ซึ่งเป็นอัตราภาษีที่เต็มเพดานแล้ว หากไม่มีการแก้กฎหมาย

- พ.ร.บ.สุรา พ.ศ. 2493 เบียร์จะไม่สามารถขึ้นภาษีได้อีก
5. ข้อเสนอแนะในการปรับภาษีภายใต้ พ.ร.บ.สุรา พ.ศ.2493 รัฐควรขึ้นภาษีสรรพสามิตตามปริมาณของสุราขาว และ สุราผสมให้เต็มเพดานที่ 400 บาทต่อลิตรแอลกอฮอล์ ยิ่งขึ้นสูงเต็มเพดานเร็วเท่าใด คนยิ่งติดสุราขาวลดลง
 6. ข้อเสนอแนะในการแก้กฎหมาย พ.ร.บ.สุรา พ.ศ.2493 เนื่องจาก พ.ร.บ.สุรา พ.ศ.2493 ใช้มาเป็นเวลายาวนานถึง 60 ปี และอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลายประเภทเต็มเพดานแล้วไม่สามารถขึ้นภาษีได้อีก เช่น สุราพิเศษ (แสงโสม, โกลเดินไนท์ เป็นต้น) สุราปรุงพิเศษ (แม่โขง) และ เบียร์ เป็นต้น ดังนั้น ควรมีการปรับเพิ่มเพดานอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งอัตราภาษีตามปริมาณและตามมูลค่าให้สูงขึ้นเพราะไม่ได้ปรับเพดานภาษีมาเป็นเวลา 60 ปีแล้ว เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป เนื่องจากมีหลักฐานทางวิชาการเป็นที่ประจักษ์ว่ามาตรการภาษีเป็นมาตรการที่ช่วยควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ดีที่สุด โดยมีต้นทุนต่ำสุด

● การออกมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนา

7. ในปีนี้ มีการออกมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนาโดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๔ และมาตรา ๒๔ แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ว่าด้วยวัน เวลา ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี ลงวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๕๒ เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๕๒ โดยที่คณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ ได้มีมติ เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๒ ซึ่งกำหนดห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา โดยให้ยกเว้นกรณีการขายในโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม เพื่อเป็นการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวในประเทศไทยและกระตุ้นเศรษฐกิจของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ดูภาคผนวก 2)

● การผลักดันการออกมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันหยุดช่วงเทศกาลสำคัญ

8. ความพยายามในการผลักดันการออกมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่และสงกรานต์ ได้มีการดำเนินมาอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะให้มาตรการนี้ออกมาเป็นกฎหมายและมีผลบังคับใช้ เพื่อแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุในช่วงเทศกาลสำคัญ ซึ่งพบว่ามีการเกิดอุบัติเหตุและมีผู้เสียชีวิตมากถึง 300-500 ราย ต่อเทศกาล (ดังตารางที่ 2.4 และ 2.5) ซึ่งการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ โดยมีความพยายามในการผลักดันมาตรการดังกล่าว ตั้งแต่เดือน เมษายน ปี 2551 สมัย ร.ต.อ. เฉลิม อยู่บำรุง ขณะดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ได้เสนอแนวคิดการออกมาตรการงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลสำคัญๆ ที่เป็นวันหยุดยาว เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ ซึ่งมีการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุที่เกิดจากการเมาสุรามาก การเสนอดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องทันที ทั้งภาคประชาชนและนักวิชาการ รวมทั้งการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนจากหลายหน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงมหาดไทยเองเห็นด้วยกับมาตรการนี้ถึงร้อยละ 97.4 สอดคล้องกับผลการสำรวจของเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญและการสำรวจของกรุงเทพมหานคร(ดังตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงวิวัฒนาการของอัตราภาษีสุราตามปริมาณ (หน่วยปริมาณ คิดเป็นบาทต่อลิตรแห่งแอลกอฮอล์)

ประเภท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ปี 2535	ปี 2536	ปี 2537*	ปี 2538	ปี 2539*	ปี 2540*	ปี 2541*	ปี 2542	ปี 2543*	ปี 2544*	ปี 2545	ปี 2546*	ปี 2547	ปี 2548*	ปี 2549	ปี 2550*	ปี 2551	ปี 2552*
สุราขาว	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	70	70	70	110	110	120	
สุราผสม	100	100	100	100	100	150	150	150	150	240	240	240	240	240	280	280	300	
สุราพิเศษ	100	100	100	100	100	150	150	150	150	240	240	240	240	400	400	400	400	
สุราปรุงพิเศษ	100	100	100	100	100	150	150	150	150	240	240	240	240	400	400	400	400	
สุราแช่พื้นเมือง	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	70	70	70	70	70	70	
สุรากลั่นชุมชน	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	70	70	70	110	110	120	
สุรากลั่นทั่วไป	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
- ใช้ในอุตสาหกรรม	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
- ใช้ในการแพทย์	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	
วิสกี้	100	100	100	100	100	150	150	150	150	240	240	240	240	400	400	400	400	
บรันดี	100	100	100	100	100	100	150	150	150	150	190	190	240	240	400	400	400	
เบียร์	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
ไวน์	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

ที่มา : กฎกระทรวง ฉบับที่ 103 (พ.ศ. 2534) กฎกระทรวง ฉบับที่ 107 (พ.ศ. 2537) กฎกระทรวง ฉบับที่ 110 (พ.ศ. 2539) กฎกระทรวง ฉบับที่ 111 (พ.ศ. 2539) กฎกระทรวง ฉบับที่ 113 (พ.ศ. 2540) กฎกระทรวง ฉบับที่ 114 (พ.ศ. 2541) กฎกระทรวง ฉบับที่ 117 (พ.ศ. 2543) กฎกระทรวง ฉบับที่ 118 (พ.ศ. 2544) กฎกระทรวง ฉบับที่ 119 (พ.ศ. 2544) และกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ. 2546 และกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2548 และกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2550 และกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2552 : กรมสรรพสามิต
เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
หมายเหตุ * : ปีที่มีการขึ้นภาษี

ตาราง 4.3 ตารางแสดงวิวัฒนาการของอัตราภาษีรวมตามมูลค่า (หน่วยภาษีตามมูลค่า คิดเป็นร้อยละ)

	ปี 2535	ปี 2536	ปี 2537*	ปี 2538	ปี 2539*	ปี 2540*	ปี 2541*	ปี 2542	ปี 2543*	ปี 2544*	ปี 2545	ปี 2546*	ปี 2547	ปี 2548*	ปี 2549	ปี 2550*	ปี 2551	ปี 2552*
สุราขาว	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	25	25	25	25	25	50	50
สุราผสม	28	28	28	28	28	35	35	35	35	45	45	50	50	50	50	50	50	50
สุราพิเศษ	28	28	28	28	28	35	35	35	35	45	45	50	50	50	50	50	50	50
สุราปรุงพิเศษ	28	28	28	28	28	35	35	35	35	45	45	50	50	50	50	50	50	50
สุราแช่พื้นเมือง	20	20	20	20	20	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
สุรากลั่นชุมชน	28	28	28	28	28	35	35	35	35	35	35	50	50	50	50	50	50	50
สุรากลั่นทับ	10	10	10	6	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
- ใช้ในอุตสาหกรรม	-	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
- ใช้ในการแพทย์	-	-	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
วิสกี้	24	24	24	240	28	35	35	35	35	45	45	50	50	50	50	50	50	50
บรันดี	20	20	20	240	20	25	25	25	25	30	30	35	35	40	40	45	45	48
เมียร์	48	48	48	48	48	50	53	53	53	55	55	55	55	55	55	55	55	60
ไวน์					40	50	55	55	55	60	60	60	60	60	60	60	60	60

ที่มา : กฎกระทรวง ฉบับที่ 103 (พ.ศ. 2534) กฎกระทรวง ฉบับที่ 107 (พ.ศ. 2537) กฎกระทรวง ฉบับที่ 110 (พ.ศ. 2539) กฎกระทรวง ฉบับที่ 111 (พ.ศ. 2539) กฎกระทรวง ฉบับที่ 113 (พ.ศ. 2540) กฎกระทรวง ฉบับที่ 114 (พ.ศ. 2541) กฎกระทรวง ฉบับที่ 117 (พ.ศ. 2543) กฎกระทรวง ฉบับที่ 118 (พ.ศ. 2544) กฎกระทรวง ฉบับที่ 119 (พ.ศ. 2544) และกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ. 2546 และกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2548 และกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2550 และกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2552 : กรมสรรพสามิต
 เรียบเรียงโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
 หมายเหตุ * : ปีที่มีการขึ้นภาษี

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับมาตรการงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลปีใหม่และสงกรานต์ ปี 2551

หน่วยงานที่สำรวจ	เห็นด้วย กับการห้าม จำหน่ายสุรา (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย กับการห้าม จำหน่ายสุรา (ร้อยละ)	เห็นด้วยกับการ ห้ามจำหน่ายสุรา ตลอดช่วงเทศกาล (ร้อยละ)
กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย			
กระทรวงมหาดไทย	97.4	1.8	56
กรุงเทพมหานคร	70	21.77	57.62
เอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	61.1	19.2	74.6

- ตุลาคม- พฤศจิกายน 2551เมื่อ ร.ต.อ. เฉลิม อยู่บำรุง ย้ายมาเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เครือข่ายต่างๆ เช่น เครือข่ายวิชาการ เครือข่ายเยาวชน ได้เข้าพบและยื่นข้อเสนอให้มีการออกมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนาและวันหยุดช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ปีใหม่และสงกรานต์ ตลอดช่วงเทศกาลเพื่อลดผลกระทบของอุบัติเหตุจากการเมา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ประกาศเดินหน้ามาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาล โดยมอบหมายให้กรมควบคุมโรค ร่างมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนาและช่วงเทศกาล เพื่อนำเสนอคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แล้วจึงจะนำเสนอคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติต่อไป
- ธันวาคม 2551 มีการปรับเปลี่ยนรัฐบาล แต่รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข นายมานิต นพอมรบดี ยังสนใจดำเนินการในมาตรการนี้ต่อ
- วันที่ 4 มีนาคม 2552 กระทรวงสาธารณสุขทำประชาพิจารณ์ฟังเสียงทุกภาคส่วนทั้ง ด้านประชาชน วิชาการ และ ธุรกิจที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - ภาคประชาชนและนักวิชาการเสนอห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงสงกรานต์ 24 ชั่วโมง ตลอด 7 วัน โดยให้เหตุผลว่าจะช่วยลดอุบัติเหตุจากการเมาสุรา โดยการตัดวงจรการเมา-ซื้อ-ดื่มเพิ่ม-อุบัติเหตุ
 - รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข นายมานิต นพอมรบดี เห็นด้วยกับการห้ามจำหน่าย 3 วัน (12 – 14 เม.ย.52) ตลอด 24 ชั่วโมง โดยให้เหตุผลว่าไม่ให้กระทบกับธุรกิจมาก และ ให้ทดลองในปีแรกก่อน 3 วัน
 - รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข นายวิทยา แก้วภราดัย เห็นด้วยกับมาตรการห้ามจำหน่าย 3 วัน โดยยกเว้นให้ร้านอาหาร ผับ บาร์ และ โรงแรม ขายได้ช่วงเวลา 18.00–24.00 น.โดยให้เหตุผลว่าไม่ต้องการให้กระทบกับธุรกิจมาก
- วันที่ 11 มีนาคม 2552 มีการประชุมคณะผู้บริหารกระทรวงสาธารณสุขเกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ที่รัฐสภา โดยมีนายวิทยา แก้วภราดัย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขเป็นประธาน ในฐานะประธานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ประชุมมีมติเสนอ

แนวทางห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ 2 แนวทาง คือ (1) ห้ามจำหน่ายฯ 24 ชั่วโมง ตลอด 3 วัน (2) ห้ามจำหน่ายฯ 3 วัน โดยยกเว้นให้ร้านอาหาร ผับ บาร์ และ โรงแรม ที่มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถจำหน่ายได้ตั้งแต่เวลา 18.00 – 24.00 น.

- วันที่ 18 มี.ค.2552 มีข่าวบนหน้าหนังสือพิมพ์ ระบุว่า “เสธ หนั่น หักमानิตโน กรม. ห้ามขายเหล้าวันสงกรานต์ ใช้มาตรการตรวจเข้มแทน” พล.ต.สนั่น ขจรประศาสน์ แสดงทัศนะในที่ประชุมคณะรัฐมนตรีว่าไม่เห็นด้วยกับการห้ามจำหน่ายช่วงเทศกาล อ้างว่าแก้ปัญหาไม่ตรงจุด ให้ใช้มาตรการตรวจเข้มแทน
- วันที่ 23 มี.ค.2552 มีการประชุมคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ โดย พล.ต.สนั่น ขจรประศาสน์ เป็นประธาน ตามข่าวระบุว่าท่าน เรียกพรรษมนตรียุบายว่าการกระทรวงสาธารณสุขและผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนการประชุมคณะกรรมการนโยบายฯ 1 ชั่วโมง และ แถลงข่าวว่า กระทรวงสาธารณสุขจะเสนอมาตรการห้ามจำหน่ายฯ 1 วัน ภายหลังจากการประชุม พล.ต.สนั่น ให้ข่าวว่า ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายฯ ยังไม่มีข้อสรุปงดขายเหล้าช่วงสงกรานต์ เกรงขัดประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 253 / 2515 คณะกรรมการนโยบายฯ จึงมีมติให้นำเรื่องเข้าสู่ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีในวันรุ่งขึ้น (24 มี.ค.2552) เพื่อให้คณะรัฐมนตรีส่งเรื่องต่อไปยังคณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อให้ตีความว่าสามารถออกกฎกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยการห้ามจำหน่ายสุราในช่วงเทศกาลได้หรือไม่ ซึ่งถ้าคณะกรรมการกฤษฎีกาเห็นว่าสามารถทำได้ ก็จะไปประกาศกฎกระทรวงทันที โดยจะเริ่มทดลองก่อน 1 วันเท่านั้น คือ วันที่ 13 เม.ย.2552
- วันที่ 26 มี.ค. 2552 คณะกรรมการกฤษฎีกามีมติตีความว่าการกำหนดมาตรการห้ามวันเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่ทำได้ โดยไม่ขัดกับประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับ 253 / 2515
- วันที่ 30 มี.ค.2552 ผลโพล ABAC Poll ระบุว่า ประชาชนร้อยละ 84.6 เห็นว่าการดื่มเหล้าเป็นสาเหตุสำคัญทำให้เกิดอุบัติเหตุช่วงเทศกาลสงกรานต์ และร้อยละ 68.5 เห็นด้วยกับมาตรการห้ามขายเหล้าตลอด 24 ชั่วโมงตลอดช่วงเทศกาลสงกรานต์ มีเพียงร้อยละ 27.3 ไม่เห็นด้วยและร้อยละ 4.2 ไม่มีความเห็น เมื่อถามว่า ถ้าอนุญาตให้ขายเหล้าได้ “บางช่วงเวลา” และ “บางสถานที่” ในเทศกาลสงกรานต์ จะช่วยแก้ปัญหาอุบัติเหตุบนท้องถนนได้หรือไม่ พบส่วนใหญ่ร้อยละ 76.1 และร้อยละ 81.4 ตามลำดับ ไม่คิดว่าจะช่วยแก้ปัญหาอุบัติเหตุได้ ประเด็นที่น่าเป็นห่วงคือประชาชนถึงร้อยละ 77.8 รู้สึกเคลือบแคลงสงสัยต่อรัฐบาล และผู้ใหญ่ในสังคมเอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มนายทุนถ้าปล่อยให้ขายเหล้าได้ช่วงเทศกาลสงกรานต์ และในวันเดียวกันนี้ที่ห้องประชุม 1 กระทรวงการทองเที่ยวและกีฬา พล.ต.สนั่น ขจรประศาสน์ รองนายกรัฐมนตรี ได้เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการนโยบายฯ โดยมีรัฐมนตรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเข้าประชุมกันอย่างพร้อมเพรียง มติที่ประชุมที่ประชุมลงคะแนน 8 : 2 ไม่เห็นด้วยกับการกำหนดมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงสงกรานต์ โดย 2 กระทรวงที่เห็นควรให้มีการกำหนดมาตรการห้ามจำหน่าย คือ กระทรวงสาธารณสุข และ กระทรวงยุติธรรม แต่เสียงข้างมากเห็นชอบให้ออกร่างประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเพื่อเป็นของขวัญกับประชาชน เรื่อง กำหนดวันเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนา ได้แก่ วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และ วันเข้าพรรษา ขณะที่วันสงกรานต์ในปี 2552 นี้ ให้เข้มงวดในการรณรงค์เมาไม่ขับ และให้ทดลองตั้งด่านตรวจอย่างเข้มเพิ่มขึ้น รวมทั้งออกมาตรการเสริมกับการห้ามดื่มสุราในหรือบนยานพาหนะ โดยห้ามดื่มสุราระหว่างการขับขี่หรือซ้อนรถจักรยานยนต์ และ ห้ามดื่มสุราในหรือบนท้ายรถกระบะระหว่างเล่นสงกรานต์
- วันที่ 2 เมษายน 2552 กระทรวงสาธารณสุขเสนอร่างกฎกระทรวง ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหรือบนยานพาหนะ ถึง พล.ต.สนั่น ขจรประศาสน์ ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ แต่คณะทำงานของ พล.ต.สนั่น ทำหนังสือทักท้วงว่าหากออกกฎกระทรวงดังกล่าวอาจ

เป็นการรื้อถอนสิทธิของประชาชนซึ่งเป็นการขัดกับรัฐธรรมนูญจะถูกฟ้องภายหลังได้ พล.ต.สนั่น ขจรประศาสน์ จึงให้ชะลอไว้ก่อน โดยให้เข้มงวดในการรณรงค์เมาไม่ขับ และให้ทดลองตั้งด่านตรวจอย่างเข้มเพิ่มขึ้นทั่วประเทศ

- ตลอดระยะเวลาที่มีการผลักดันมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาล เครือข่ายในภาคส่วนต่างๆได้ร่วมกับผลักดันอย่างเต็มกำลังในการนำเสนอข้อมูลสู่สาธารณะ เช่น ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.), แผนงานพัฒนาศักยภาพนักวิจัยด้านนโยบายแอลกอฮอล์, เครือข่ายวิชาการเฝ้าระวังแอลกอฮอล์, เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.), เครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัยแอลกอฮอล์ (ครปอ.), มูลนิธิเพื่อนหญิง, เครือข่ายสื่อเพื่อเยาวชน, เครือข่ายเยาวชนวัยมันส์รู้ทันแอลกอฮอล์, แพทย์ชนบท, คุณรสนา ไตสิทธิ์กุล, พระมหาสมปอง, มูลนิธิเมาไม่ขับ (นพ.แท้จริง ศิริพานิช) และ ABAC Poll เป็นต้น
- โดยสรุปจึงยังไม่มีมาตรการการควบคุมปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆเพิ่มขึ้นเลยในช่วงเทศกาล ทั้งการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเทศกาลและ การห้ามดื่มบนรถจักรยานยนต์และรถกระบะในที่สาธารณะขณะเล่นน้ำสงกรานต์ ทั้งที่เป็นมาตรการที่ประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยและมีข้อมูลวิชาการสนับสนุนอย่างเพียงพอ
- ผลจากการไม่ออกมาตรการงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงสงกรานต์ ปี 2552 โดยให้เข้มงวดในการรณรงค์เมาไม่ขับ และให้ทดลองตั้งด่านตรวจอย่างเข้มเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 7,000 จุด ทั่วประเทศ พบว่าสถิติของอุบัติเหตุและผู้เสียชีวิตในช่วงสงกรานต์ ปี 2552 ไม่ลดลงแต่กลับเพิ่มขึ้น ดังได้เสนอรายละเอียดไว้ในบทที่ 2 ตารางที่ 2.5

● **การผลักดันร่างกฎกระทรวงว่าด้วยการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.**

9. มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้กำหนดห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกเว้นการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เว้นแต่ภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต โดยการปรากฏภาพของสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตนั้นให้กำหนดโดยกฎกระทรวง แต่หลังพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีผลบังคับใช้ครบ 1 ปี เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2552 ก็ยังไม่มีการออกกฎกระทรวงว่าด้วยการโฆษณาภาพของสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย จึงได้เกิดความร่วมมือกันทั้งภาคประชาคมภาควิชาการและกระทรวงสาธารณสุข ร่วมกันการผลักดันร่างกฎกระทรวงว่าด้วยการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ... โดยกระทรวงสาธารณสุขภายใต้ สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการปฏิบัติงานธุรการของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ และคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้แต่งตั้งคณะทำงานร่างกฎกระทรวง ประกาศ และระเบียบตามพระราชบัญญัติดังกล่าว เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย ซึ่งคณะกรรมการฯ ได้ยกร่างกฎกระทรวงว่าด้วยการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. และจัดให้มีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนโดยผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักงานฯ (www.thaianialcohol.com) ตั้งแต่วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2552 จากนั้นได้เสนอร่างดังกล่าว เข้าคณะรัฐมนตรีเมื่อ วันที่ 26 พฤษภาคม 2552 ซึ่งได้มีมติอนุมัติหลักการร่างกฎกระทรวงว่าด้วยการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.ออกตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และส่งให้คณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณา โดยให้เปิดรับความเห็นจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้องไปประกอบการพิจารณาด้วย แล้วเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนของคณะกรรมการกฤษฎีกาตีความ โดยมีสาระ

สำคัญดังนี้ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวกที่ 3)

- กำหนดค่านิยาม ภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- กำหนดลักษณะการแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- กำหนดลักษณะภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- กำหนดหลักเกณฑ์การแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้สื่อทางโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ โดยต้องมีการแสดงข้อความคำเตือนทุกครั้งและตลอดเวลาที่มีการแสดงภาพ

● การผลักดันมาตรการห้ามจำหน่ายเหล้าปั่นและห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา

10. การผลักดันมาตรการห้ามจำหน่ายเหล้าปั่นและห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา เริ่มมีการเคลื่อนไหวตั้งแต่ปี 2551 โดยเครือข่ายภาคประชาคมและวิชาการ มีการสำรวจและงานวิจัยหลายงาน พบว่าเหล้าปั่นเป็นปากทางสู่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน และ รอบสถานศึกษามีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 500 เมตร อยู่จำนวนมากและเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังพบว่า นักเรียนนักศึกษาที่อยู่ในบริเวณที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หนาแน่นมีทัศนคติเชิงบวกต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการเข้ามาเป็นผู้ดื่มสูงกว่านักเรียนที่อยู่ในบริเวณที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่หนาแน่น ดังได้เสนอรายละเอียดไว้ในบทที่ 3 ข้อ 18-26 ด้วยความห่วงใยเยาวชนของชาติ เครือข่ายต่างๆจึงร่วมมือกันผลักดันมาตรการห้ามจำหน่ายเหล้าปั่นและห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา โดยคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีมติเห็นชอบร่างมาตรการห้ามจำหน่ายเหล้าปั่น ในการประชุมคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ครั้งที่ 1 วันที่ 2 กรกฎาคม 2552(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมภาคผนวกที่ 4) และเห็นชอบร่างมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา ในการประชุมคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ครั้งที่ 2 วันที่ 18 สิงหาคม 2552(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมภาคผนวกที่ 5) ซึ่งรอเสนอเข้าสู่การประชุมคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติต่อไป

● มาตรการรณรงค์และให้การศึกษาในประเทศไทย

11. มาตรการรณรงค์และให้การศึกษาในประเทศไทย มีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลายหน่วยงานเช่นกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงพัฒนาสังคมและทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งองค์กรภาคเอกชนได้มีบทบาทริเริ่มดำเนินมาตรการกลุ่มนี้ เช่น โครงการงดเหล้าเข้าพรรษาที่ได้รับการสนับสนุนโดยสนับสนุนกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ภายใต้ ความรับผิดชอบของสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า ตั้งแต่ พ.ศ. 2546 ซึ่งปัจจุบันเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมีผู้เข้าร่วมลงชื่อประกาศจะงดเหล้าเข้าพรรษาปีละกว่าหนึ่งล้านคนและมากขึ้นทุกปี จากแนวคิดดังกล่าวได้ขยายผลในกิจกรรมเทศกาลอื่นๆ เช่น สงกรานต์ ปีใหม่ ตรุษจีน ทอดกฐิน รับน้อง กีฬา ดนตรี ปลอดภัย เหล้า ตลอดจนงานสร้างต้นแบบองค์กร ลด ละ เลิก สุรา เช่น วัดปลอดภัยหมู่บ้านงดเหล้าเข้าพรรษา โรงงานปลอดภัย เหล้า ซึ่งปัจจุบันมีชุมชนงดเหล้าเข้าพรรษาถึง 120 ชุมชน และเป็นชุมชนปลอดภัยแล้วถาวรถึง 6 ชุมชน รวมทั้งการรณรงค์เข้าไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น เยาวชน ได้การสนับสนุนให้เกิดกลุ่ม

เยาวชนห่างไกลจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น กลุ่มเด็กทอฝัน มูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน กลุ่มวัยมันส์รู้ทันแอลกอฮอล์ ซึ่งจะเข้าไปรณรงค์ในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยต่างๆ และในช่วงหลังได้สนับสนุนให้หน่วยงานราชการได้เข้ามา มีบทบาทมากขึ้น เช่น กระทรวงมหาดไทยกับโครงการวัดปลอดภัย กระทรวงศึกษาธิการกับกิจกรรมรณรงค์ ปลอดภัย

ตัวอย่างของกิจกรรมการรณรงค์ในปี 2552 เช่น จากการประชุมคณะกรรมการกึ่งมหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552 ที่ประชุมมีมติเป็นเอกฉันท์เห็นด้วยในหลักการให้มีกฎหมายไม่ให้เกิดการจัดกีฬา มหาวิทยาลัยรับการสนับสนุนจากธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการถาวร โดยเริ่มจาก “หัวหมากเกมส์” ที่ มหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นเจ้าภาพระหว่างวันที่ 11-18 มกราคม 2552 ถือเป็นกรณีริเริ่มการแข่งขันกีฬาเยาวชน การ จัดโครงการ “เข้าพรรษานี้ชวนพ่อแม่เลิกเหล้า”, โครงการแผนทุนอุปถัมภ์เชิงรุกเพื่อทดแทนธุรกิจแอลกอฮอล์ เป็นต้น ส่วนการรณรงค์งานบุญประเพณีปลอดภัย (ขยายเพิ่มจากเฉพาะงานทอดกฐิน) ได้แก่ งานบุญบั้งไฟ งานปอย งาน สลากก๊าด เป็นต้น รวมทั้งการรณรงค์ของขั้วปลอดภัย ในช่วงปีใหม่ เป็นต้น และการรณรงค์เพื่อการผลักดันและ การบังคับใช้กฎหมาย เช่น โครงการจังหวัดบังคับใช้กฎหมาย จำนวน 34 จังหวัด และการเคลื่อนไหวเพื่อสนับสนุน การออกมาตรการใหม่ๆ ได้แก่ การเร่งให้ออกกฎกระทรวงตามมาตรา 32, การเร่งให้ออกมาตรการจำกัดวันเวลาการ ขาย, การเร่งให้กระทรวงการคลังปรับปรุงการจัดเก็บภาษี เป็นต้น

● **การติดตามและประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 คสออบ 1 ปี**

12. พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เป็นกฎหมายฉบับแรกของไทยที่กำหนดขึ้นด้วย เจตนารมณ์ต้องการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551 โดยมีสาระสำคัญคือการกำหนดมาตรการควบคุมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (โดยการจำกัดวันและเวลาจำหน่าย, สถานที่จำหน่ายและดื่มบางแห่ง, อายุขั้นต่ำของผู้ซื้อ) และ การเข้าถึงการ โฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (โดยการจำกัดการโฆษณาในลักษณะการจูงใจให้ดื่มและ การใช้ภาพขวดผลิตภัณฑ์ประกอบการโฆษณา รวมทั้งการห้ามการจำหน่ายในลักษณะลด-แลก-แจก-แถม) การ ประเมินผลเพื่อให้ทราบประสิทธิผลของกฎหมายและประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายจะก่อให้เกิด ประโยชน์อย่างยิ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายและพัฒนากฎหมายให้มีผลสัมฤทธิ์ต่อไป
13. กรอบคิดการประเมินพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุราใช้ออกแบบ ระบบประเมินผล แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบดังนี้
 - (1) การดำเนินการของคณะกรรมการนโยบายและกรรมการควบคุมทั้งระดับชาติและจังหวัด ตลอดจนการ ดำเนินงานต่างๆของภาครัฐ ภาคประชาชนและภาควิชาการ ถือเป็นบริบท (Context) ของการดำเนินพรบ.
 - (2) การรับรู้และจดจำกฎหมาย พรบ.ฯ ได้ของประชาชนและธุรกิจสุรา ถือเป็นปัจจัยตั้งต้น (Input) ของการ ดำเนินการตาม พรบ.ฯ
 - (3) การปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชนและธุรกิจสุรา ถือเป็นกระบวนการประเมินกระบวนการของ พรบ.ฯ (Process)
 - (4) ผลการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มฯ ถือเป็นวัตถุประสงค์ (Outcome) ของ พรบ.ฯ
 - (5) ผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคและผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถือเป็นวัตถุประสงค์ (Impact) ดังรูปที่ 4.1

รูปที่ 4.1 แผนภาพแสดงกรอบแนวคิดการออกแบบประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุราใช้ดำเนินการ

องค์ประกอบ	Context	Input	Process	Outcome	Impact
กิจกรรมหลัก	ประเมินการดำเนินงานของคณะกรรมการต่างๆ และ ภาคส่วนต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนิน พรบ.ฯ	ประเมินการรับรู้กฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย ของประชาชนและธุรกิจสุรา	ประเมินการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชนและธุรกิจสุรา	ประเมินพฤติกรรม การเข้าถึงเครื่องดื่ม การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มฯ	ประเมินพฤติกรรม การบริโภคและผลกระทบจากการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
โครงการวิจัย	โครงการวิจัยประเมินการดำเนินงานของคณะกรรมการและภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตาม พร.บ.ฯ	โครงการวิจัยประเมินการรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชนและธุรกิจสุรา โครงการวิจัยประเมินพฤติกรรม การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มของประชาชน			โครงการวิจัยประเมินพฤติกรรม การบริโภคและผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มของประชาชน ซึ่งมีการดำเนินการอยู่หลายโครงการโดยหลายหน่วยงาน

ที่มา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

14. ศูนย์วิจัยปัญหาสุราร่วมมือหรือสนับสนุนให้เครือข่ายนักวิชาการและองค์กรวิจัยต่างๆดำเนินการศึกษาการดำเนินงานของคณะกรรมการและภาคส่วนต่างๆเกี่ยวกับการดำเนินการตามพรบ.ฯ ศึกษาการรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ระดับประเทศและระดับจังหวัด ศึกษาการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มฯของประชาชน รวมทั้งศึกษาพฤติกรรม การบริโภคและผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน
15. การสร้างข้อมูลการประเมินผลตามกรอบแนวคิดนี้ถูกแบ่งออกเป็นหลายโครงการย่อย ดำเนินการโดยเครือข่ายนักวิชาการและศูนย์วิจัยปัญหาสุราต่างเวลาต่างโอกาส ศูนย์วิจัยปัญหาสุราได้นำข้อมูลที่ดำเนินการแล้วมานำเสนอในรายงานสถานการณ์สุราประจำปีแต่ละปี ในรายงานสถานการณ์สุราประจำปี 2552 ฉบับนี้จะนำเสนอผลการติดตามประเมินการดำเนินงานของคณะกรรมการต่างๆ ผลการประเมินการรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย พรบ.ฯของประชาชนและธุรกิจสุรา รวมทั้ง ผลการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน

การประเมินการดำเนินงานของคณะกรรมการต่างๆตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

16. ข้อมูลในส่วนนี้คือการประเมินส่วนบริบท (Context) ของการดำเนินพรบ.ฯ ซึ่งในที่นี้จะประเมินการดำเนินการของคณะกรรมการนโยบายและกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งระดับชาติและจังหวัด
17. การประเมินคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด ข้อมูล ณ 30 กันยายน 2551 พบว่ามีการแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมระดับจังหวัดครบทุกจังหวัด แต่มีการประชุมเพียง 14 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 18.6 ขณะที่จัดทำรายงานฉบับนี้ปลายเดือนตุลาคม 2552 มีการตั้งคณะกรรมการควบคุมระดับจังหวัดครบทุกจังหวัด และมีการประชุมอย่างน้อย 1 ครั้ง ครบทุกจังหวัดแล้ว
19. การประเมินคณะกรรมการนโยบายและควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับชาติ ในปี 2552 (ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม 2552) พบว่ามีการประชุมคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปแล้ว 2 ครั้ง และ มีการประชุมคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติไปแล้ว 3 ครั้ง มีสาระสำคัญดังนี้ (ดังตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงผลการประชุมของคณะกรรมการระดับชาติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในปี พ.ศ.2552

วันที่	การประชุมคณะกรรมการควบคุมฯ	การประชุมคณะกรรมการนโยบาย
23 มี.ค.52		<ul style="list-style-type: none"> - มีมติเห็นชอบกำหนดเวลาห้ามจำหน่ายคือ ห้ามจำหน่ายนอกเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00-24.00 น. - มีมติส่งกฤษฎีกาตีความมาตรการห้ามจำหน่ายช่วงเทศกาลสงกรานต์
30 มี.ค.52		<ul style="list-style-type: none"> - มีมติไม่เห็นชอบมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มฯ ในช่วงเทศกาลสงกรานต์, เห็นควรใช้มาตรการณรงค์และการตั้งด่านตรวจแทน - มีมติเห็นชอบมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนา ได้แก่ วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา - มีมติเห็นชอบมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนยานพาหนะช่วงเทศกาลสงกรานต์ (แต่ให้ปรับแก้บางส่วน เสนอนายกฯลงนาม)
2 ก.ค.2552	<ul style="list-style-type: none"> - มีมติเห็นชอบ(ร่าง)มาตรการห้ามจำหน่ายเหล้าปั่น - มีมติเห็นชอบ(ร่าง)มาตรการควบคุมเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ฉลากและข้อความคำเตือน - มีมติเห็นชอบ(ร่าง)มาตรการควบคุมการแสดงผลสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริษัท พร้อมด้วยการแสดงข้อความคำเตือน 	

<p>4 ก.ค.2552</p>		<ul style="list-style-type: none"> - มีมติให้แก้ไขประกาศสำนักนายก เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2552 ลงวันที่ 30 มิถุนายน 2552 (ห้ามจำหน่ายวันพระใหญ่ 4 วันโดยไม่มีช้อยกเว้น) โดยให้มีการยกเว้นการขายในโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม - [หมายเหตุ] – นายกฯลงนามห้ามจำหน่ายทั้ง 4 วัน โดยไม่มีช้อยกเว้น โดยลงนามวันที่ 30 มิ.ย.2552; รองนายกฯ พล.ต.สนั่น ขจรประศาสน์ เสนอแก้ไขที่นายกฯลงนามโดยให้มีการยกเว้นการจำหน่ายในโรงแรม โดยลงนามวันที่ 4 ก.ค.2552]
<p>18 ส.ค. 2552</p>	<p>มีมติเห็นชอบ(ร่าง)</p> <ul style="list-style-type: none"> - หลักเกณฑ์การเปรียบเทียบ(ปรับ) และการมอบหมายให้ดำเนินการเปรียบเทียบ - มาตรการห้ามจำหน่ายรอบสถานศึกษา โดยให้ทีมเลขาปรับแก้บางส่วนตามมติที่ประชุม - มาตรการกำหนดรูปแบบและวิธีการแสดงข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มหรือบริษัทผู้ผลิตฯ ทั้งนี้ให้ชะลอเรื่องโดยรอกฎกระทรวงเรื่องการควบคุมการโฆษณาออกมาบังคับใช้ก่อน 	

ที่มา: น.พ.สมาน พุตระกูล (2552) เอกสารสรุปการดำเนินงานของคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 โดยสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

● **ผลการศึกษาด้านการรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของ ประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551ระดับประเทศ**

19. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา ร่วมกับ ABAC Poll ศึกษาสถานการณ์การรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ภายใต้ชื่อโครงการสำรวจสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนอายุ 11 ปีขึ้นไป เพื่อติดตามประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในระดับประเทศ โดยการสำรวจระดับประเทศดำเนินการรวมทั้งสิ้น 3 ครั้ง ได้แก่ เดือนกุมภาพันธ์ 2551 เพื่อให้เป็นข้อมูลพื้นฐานก่อนที่ พ.ร.บ.ฯจะมีผลบังคับใช้อย่างจริงจัง ครั้งที่ 2 ดำเนินการสำรวจ ณ เดือนกันยายน 2551 นับเป็นเดือนที่ 7 หลัง พ.ร.บ.ฯมีผลบังคับใช้ และ ครั้งที่ 3 ดำเนินการสำรวจ ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2552 นับเป็นช่วงครบรอบ 1 ปี หลัง พ.ร.บ.ฯมีผลบังคับใช้
20. ระเบียบวิธีวิจัยของการสำรวจนี้มีรายละเอียดโดยย่อดังนี้คือ
 - กลุ่มตัวอย่างประชาชน คือ ประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่ในประเทศไทย ขนาดตัวอย่าง 4,322 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มเชิงชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-Stage Sampling) มี

กรุงเทพมหานคร ในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล เป็นชั้นภูมิหลัก และภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เป็นชั้นภูมิย่อย จังหวัดในแต่ละภาคเป็นหน่วยตัวอย่างชั้นที่ 1 อำเภอ/เทศบาลเป็นหน่วยตัวอย่างชั้นที่ 2 ตำบลเป็นหน่วยตัวอย่างชั้นที่ 3 หมู่บ้าน/ชุมชนเป็นหน่วยตัวอย่างชั้นที่ 4 คริวเรือนเป็นหน่วยตัวอย่างชั้นที่ 5 และเก็บตัวอย่างทุกคนที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปจากคริวเรือนตัวอย่าง 16 จังหวัดทั่วประเทศ โดยวิธีการดังกล่าว จะได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประเทศ

- กลุ่มตัวอย่างร้านค้า คือ ร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากไม่สามารถหาฐานข้อมูลรายชื่อร้านค้าได้ ภายใต้ระยะเวลาและทรัพยากรที่จำกัด จึงใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยอิงกับการสุ่มตัวอย่างของประชาชน และการกระจายสัดส่วนให้เป็นไปตามสัดส่วนของประชากรตามจังหวัดที่สุ่มได้ โดยในแต่ละหมู่บ้านหรือชุมชน เก็บร้านค้าจำนวน 4 ร้านค้า รวมทั้งสิ้นจำนวน 601 ร้าน
- กลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่สรรพสามิต และเจ้าหน้าที่ตำรวจ เนื่องจากไม่สามารถหาฐานข้อมูลรายชื่อเจ้าหน้าที่ของรัฐได้ ภายใต้ระยะเวลาและทรัพยากรที่จำกัด จึงใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยอิงกับการสุ่มตัวอย่างของประชาชน และการกระจายสัดส่วนให้เป็นไปตามสัดส่วนของประชากรตามจังหวัดที่สุ่มได้ เช่นเดียวกัน รวมทั้งสิ้นจำนวน 830 ราย

21. ข้อมูลผลการติดตามเฝ้าระวังการรับรู้ การปฏิบัติตาม และผลจากการปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวจะนำเสนอตามลำดับดังนี้คือ การรับรู้กฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะที่ผิดกฎหมาย, การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, การเข้าถึงการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสรุปความสำเร็จรวมทั้งสิ่งที่ควรพัฒนา

การประเมินการรับรู้กฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

22. ข้อมูลในส่วนนี้คือการประเมินส่วนปัจจัยตั้งต้น (Input) ของการดำเนินพ.ร.บ.ฯ ซึ่งในที่นี้จะประเมินการรับรู้และจดจำกฎหมาย พรบ.ฯได้ของประชาชนและธุรกิจสุรา
23. การรับรู้กฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของประชาชน มีความแตกต่างของการรับรู้ระหว่างมาตรการต่างๆใน พ.ร.บ.ฯ บางมาตรการมีสัดส่วนของผู้รับรู้เพียงร้อยละ 50 บางมาตรการรับรู้ถึงร้อยละ 90 ซึ่งจากข้อมูลการสำรวจ การบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ ครบ 1 ปี ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2552 พบว่าสัดส่วนของการรับรู้กฎหมายมาตรการด้านสถานที่(ห้ามจำหน่ายและห้ามดื่มในบางสถานที่)มีผู้รับรู้มากที่สุด ถึงเกือบร้อยละ 90 รองลงมาคือมาตรการห้ามจำหน่ายบางเวลาซึ่งมีความซับซ้อนกว่ามาตรการด้านสถานที่ มีผู้รับรู้ร้อยละ 75.2 และมาตรการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขายต่างๆ มีผู้รับรู้ประมาณร้อยละ 60 – 65 ส่วน มาตรการห้ามจำหน่ายแก่บุคคลบางประเภทมีผู้รับรู้ประมาณร้อยละ 60 คือมีผู้รับรู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี ประมาณร้อยละ 64.5 และรับรู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายแก่คนเมาประมาณร้อยละ 52.9 ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงร้อยละของการรับรู้กฎหมายมาตรการต่างๆในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ของประชาชนอายุ 11 ปีขึ้นไป

การรับรู้กฎหมายมาตรการต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	ก.พ.51 (%)	ก.ย.51 (%)	ก.พ.52 (%)
1 มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	78.9	88.6	87.4
2 มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	-	83.6	88.7
3 มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางเวลา	60.7	73.8	75.2
4 มีมาตรการห้ามจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชน	93.7 (ต่ำกว่า 18 ปี)	62.7 (ต่ำกว่า 20 ปี)	64.5 (ต่ำกว่า 20 ปี)
5 มีมาตรการห้ามจำหน่ายแก่ผู้มีเมามา	-	58.6	52.9
6 มีมาตรการห้ามจำหน่ายในลักษณะเร่ขาย	-	61.9	58.1
7 มีมาตรการห้ามจำหน่ายในลักษณะส่งเสริมการขาย (ลด-แลก-แจก-แถม)	-	61.6	62.1
8 มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มฯโดยการปรากฏภาพของสินค้า/บรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มฯโดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	-	66.5	61.0
9 มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มฯในลักษณะเชิญชวนให้ดื่มทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอด 24 ชม.	-	65.4	64.2
10 มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ โดยให้กระทำเฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	-	72.6	67.5
11 มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มฯในสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ระหว่างเวลา 05.00 – 22.00 น.	59.0	-	-
12 มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มฯทางป้ายกลางแจ้งรอบสถานศึกษา	52.5	-	-

ที่มา: โครงการศึกษาสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ 1 ปี ดำเนินการร่วมโดย ABAC Poll และ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

24. จากตารางที่ 4.6 พบว่า มาตรการที่มีการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียด(เช่น มาตรการห้ามจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชน) จะมีประชาชนรับรู้การเปลี่ยนแปลงนั้นในสัดส่วนที่น้อยลง คือ ก่อนมีพ.ร.บ.ฯ มีการมาตรการห้ามจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งถูกกำหนดไว้ใน พ.ร.บ.คุ้มครองเด็ก ตั้งแต่ปี 2546 ซึ่งมีประชาชนรับรู้ถึงร้อยละ 93.7 แต่ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 64.5 เมื่อเปลี่ยนเป็นห้ามจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชน

อายุต่ำกว่า 20 ปีตาม พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

25. จากตารางที่ 4.6 เมื่อพิจารณาในมิติของการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของการรับรู้กฎหมายตามเวลาเมื่อ พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ครบ 1 ปี เทียบกับเมื่อเริ่มบังคับใช้ พบว่ามีสัดส่วนของการรับรู้ที่มากขึ้นในมาตรการห้ามจำหน่ายบางสถานที่ (จากร้อยละ 78.9 เป็น 87.4) และมาตรการห้ามจำหน่ายบางเวลา (จากร้อยละ 60.7 เป็น 75.2) ส่วนการรับรู้มาตรการอื่นๆนั้นยังไม่พบการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน
26. ส่วนข้อมูลการรับรู้กฎหมาย พ.ร.บ.ฯ ของกลุ่มตัวอย่างร้านค้าสุรา พบว่าโดยรวมร้านค้าสุราจะมีสัดส่วนของการรับรู้กฎหมายมากกว่าประชาชน อาจเนื่องมาจากมีความเกี่ยวข้องในฐานะของผู้ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายมากกว่า แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดการรับรู้รายมาตรการ พบว่ามีลักษณะเช่นเดียวกันกับประชาชนคือมาตรการที่ซับซ้อนน้อย (ห้ามจำหน่ายหรือดื่มในบางสถานที่) จะได้รับการรับรู้มากกว่ามาตรการที่ซับซ้อนมากกว่า (มาตรการด้านเวลา) หรือเป็นมาตรการที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเกิดขึ้นใหม่ (มาตรการห้ามจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชนและมาตรการห้ามจำหน่ายในลักษณะส่งเสริมการขาย) ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงร้อยละของการรับรู้กฎหมายมาตรการต่างๆในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ของกลุ่มตัวอย่างร้านค้าสุรา

การรับรู้กฎหมายมาตรการต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	ก.ย.51 (%)	ก.พ.52 (%)
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่	89.6	92.2
2. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่	85.1	91.7
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางเวลา	76.5	74.8
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชน (ต่ำกว่า 20 ปี)	69.2	66.9 (ต่ำกว่า 20 ปี)
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแก่ผู้มีเมมา	60.3	57.7
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในลักษณะเร่งขาย	63.8	62.5
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในลักษณะส่งเสริมการขาย (ลด-แลก-แจก-แถม)	62.9	71.5
8. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มฯ โดยการปรากฏภาพของสินค้า/ บรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มฯ โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	67.4	67.7
9. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มฯ ในลักษณะเชิญชวนให้ดื่มทั้ง ทางตรงและทางอ้อม ตลอด 24 ชม.	68.0	70.5
10. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ โดยให้ กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	71.7	70.9

ที่มา: โครงการศึกษาสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ 1 ปี ดำเนินการร่วมโดย ABAC Poll และ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

หมายเหตุ: ไม่มีข้อมูลการรับรู้กฎหมาย พ.ร.บ.ฯ สำหรับร้านค้าสุรา ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2551

27. ข้อมูลการรับรู้กฎหมายของประชาชนและร้านค้าสุรานี้ แสดงให้เห็นว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรเร่งดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนและร้านค้าสุราตลอดจนอุตสาหกรรมสุรารับรู้ พ.ร.บ.ฯ โดยเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมาตรการที่มีการรับรู้ต่ำกว่าร้อยละ 70 ได้แก่ มาตรการจำกัดอายุขั้นต่ำของผู้ที่ซื้อเครื่องดื่มฯ มาตรการห้ามจำหน่ายแก่คนเมา มาตรการห้ามจำหน่ายในลักษณะเร่ขาย และมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มฯ โดยการปรากฏภาพของสินค้า/บรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มฯ โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง

การประเมินการปฏิบัติตามกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

28. ข้อมูลในส่วนนี้คือการประเมินส่วนกระบวนการ(Process) ของการดำเนิน พ.ร.บ.ฯ ซึ่งในที่นี้จะประเมินการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชนและธุรกิจสุรา นั่นคือการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะที่ผิดกฎหมายสามารถใช้เป็นดัชนีชี้วัดการปฏิบัติตามกฎหมายได้อีกวิธีหนึ่ง เนื่องจากเป็นดัชนีที่บ่งชี้การกระทำผิดกฎหมาย ซึ่งสามารถวัดได้จากประสบการณ์ตรงของผู้ให้ข้อมูลที่กระทำการฝ่าฝืนกฎหมายด้วยตนเองหรือเห็นบุคคลอื่นกระทำการฝ่าฝืนกฎหมาย
29. จากการสำรวจพบว่า ประชาชนประมาณร้อยละ 20 สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในสถานที่ห้ามจำหน่ายในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งหอพักและสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสองสถานที่ที่มีการฝ่าฝืนจำหน่ายมากที่สุด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับสถานการณ์ก่อน พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ คือ สัดส่วนของประชาชนที่สามารถซื้อเครื่องดื่มฯได้ในหอพักเพิ่มขึ้น 2.5 เท่า (จากร้อยละ 7.7 เป็น 26.9) และ ซื้อเครื่องดื่มฯได้ในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้น 1.6 เท่า (จากร้อยละ 9.3 เป็น 24.7) ดังตารางที่ 4.8 ข้อมูลนี้บ่งชี้ให้รัฐและผู้เกี่ยวข้องต้องเร่งดำเนินการประชาสัมพันธ์และเร่งรัดการตรวจจับและดำเนินคดี เพื่อให้ประชาชนและผู้ประกอบการสุราตระหนักรู้และปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่ระบุว่าสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในสถานที่ห้ามจำหน่ายในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะในกลุ่มที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา) เปรียบเทียบผลการสำรวจติดตามประเมินผล 3 ครั้ง

ลำดับที่	ความสามารถในการซื้อเครื่องดื่มฯได้ ในสถานที่ห้ามจำหน่าย ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	ก.พ.2551		ก.ย.2551		ก.พ.2552	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.	ไม่เคยไปซื้อในสถานที่ดังกล่าว	1,643	79.0	1,347	78.2	1,218	79.2
2.	เคยไปซื้อและซื้อได้ในสถานที่ดังกล่าว อย่างน้อย 1 แห่ง	436	21.0	376	21.8	319	20.8
	- วัด / ศาสนสถานต่างๆ	61	2.9	42	2.4	40	7.0
	- สถานบริการสาธารณสุขหรือ โรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	29	1.4	29	1.7	14	2.4
	- สถานที่ราชการต่างๆ	29	1.4	34	2.0	25	4.4
	- หอพัก	161	7.7	174	10.1	154	26.9
	- โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถานับการศึกษาต่างๆ	44	2.1	38	2.2	34	5.9
	- สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	193	9.3	152	8.8	141	24.7
	- สวนสาธารณะของราชการ	55	2.6	20	1.2	34	5.9
	รวมกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่ามิประสบการณื ซื้อเครื่องดื่มฯ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	2,079	100.0	1,723	100.0	1,537	100.0

ที่มา: โครงการศึกษาสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ 1 ปี ดำเนินการร่วมโดย ABAC Poll และ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

30. ประชาชน ร้อยละ 76.2 เคยไปซื้อเครื่องดื่มฯในเวลาห้ามจำหน่าย และในกลุ่มนี้ร้อยละ 72.4 สามารถซื้อได้สำเร็จทุกครั้ง ดังตารางที่ 4.9 ข้อมูลนี้บ่งชี้ว่ามีการฝ่าฝืนมาตรการห้ามจำหน่ายบางเวลาอย่างมาก
31. เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี (ซึ่งกฎหมายกำหนดห้ามร้านค้าสุรจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้) สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทุกครั้งที่ได้ซื้อในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาถึงร้อยละ 79.6 ซื้อได้บางครั้งและซื้อไม่ได้บางครั้ง ร้อยละ 15.4 และซื้อไม่ได้ทุกครั้งเพียงร้อยละ 5.0 ข้อมูลนี้บ่งชี้ว่ายังมีการฝ่าฝืนจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวนมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มของการปฏิบัติตามมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่ามีแนวโน้มของการปฏิบัติตามกฎหมายลดลง เนื่องจากสัดส่วนของเยาวชนที่ซื้อไม่ได้ทุกครั้งลดลงอย่างมากถึงประมาณ 3 เท่า คือจาก ร้อยละ 14.7 เป็น 5.0 หมายถึงมีร้านค้าสุราที่ไม่ร่วมมือต่อกฎหมายมากขึ้นกว่าร้านค้าสุราที่ร่วมมือในประเด็นนี้ ดังตารางที่ 4.10 การให้ความรู้และบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังในประเด็นนี้ จึงเป็นประเด็นที่เร่งด่วนอย่างมากประเด็นหนึ่ง

ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของประชาชนที่ระบุว่าสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่ายในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (ในกลุ่มที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา) เปรียบเทียบผลการสำรวจประเมินผล 3 ครั้ง

ลำดับที่	ความสามารถในการซื้อเครื่องดื่มฯได้ ในเวลาห้ามจำหน่าย	ก.พ.2551		ก.ย.2551		ก.พ.2552	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.	ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา						
2.	ไม่เคยไปซื้อในเวลาห้ามจำหน่าย	653	31.3	336	19.5	366	23.8
	เคยไปซื้อในเวลาห้ามจำหน่าย	1,433	68.7	1,387	80.5	1,172	76.2
	- เคยซื้อและซื้อได้ทุกครั้ง	1,024	71.5	938	67.6	849	72.4
	- เคยซื้อและซื้อได้บางครั้ง และ						
	เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้บางครั้ง	349	24.4	407	29.3	306	26.1
- เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ทุกครั้ง	60	4.2	42	3.0	17	1.5	
	รวมกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่เคยซื้อ	2,086	100.0	1,723	100.0	1,538	100.0

ที่มา: โครงการศึกษาสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ 1 ปี ดำเนินการร่วมโดย ABAC Poll และ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

ตารางที่ 4.10 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ที่ระบุว่าสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองได้ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (ในกลุ่มเป้าหมายที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา) เปรียบเทียบผลการสำรวจประเมินผล 3 ครั้ง

ลำดับที่	ความสามารถในการซื้อเครื่องดื่มฯได้โดยบุคคลที่อายุต่ำกว่าที่กฎหมายอนุญาตให้จำหน่าย	ก.พ.2551		ก.ย.2551		ก.พ.2552	
		อายุต่ำกว่า 18 ปี		อายุต่ำกว่า 20 ปี		อายุต่ำกว่า 20 ปี	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	เคยซื้อและซื้อได้	186	83.0	134	56.8	160	79.6
2	เคยซื้อและซื้อได้บางครั้ง และเคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้บางครั้ง	5	2.3	96	40.2	31	15.4
3	เคยซื้อ แต่คนขายไม่ขายให้	33	14.7	7	3.0	10	5.0
	รวมกลุ่มตัวอย่างที่อายุต่ำกว่าที่กฎหมายอนุญาตให้ซื้อได้ ที่มีประสบการณ์การซื้อเครื่องดื่มฯในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	234	100.0	287	100.0	201	100.0

ที่มา: โครงการศึกษาสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ 1 ปี ดำเนินการร่วมโดย ABAC Poll และ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

32. ในประเด็นการฝ่าฝืนมาตรการห้ามส่งเสริมการขายในภาพรวมในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าร้อยละ 23.4-33.6 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เช่น การลด-แจก-แถม) โดยแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในภาพรวมยังไม่ชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2552 กับ เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2551 พบว่าเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจากร้อยละ 23.4 เป็น 28.2 ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา เปรียบเทียบผลการสำรวจติดตามประเมินผล 3 ครั้ง

ลำดับ ที่	ประสพการณ์การพบเห็น การส่งเสริมการขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	ก.พ.2551		ก.ย.2551		ก.พ.2552	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	รวมกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั้งหมด	4,250	100.0	4,299	100.0	4,312	100.0
1	ไม่เคยพบเห็น	3,257	76.6	2,853	66.4	3,094	71.8
2	เคยพบเห็น	993	23.4	1,446	33.6	1,218	28.2
	- ลดราคา	449	46.2	538	37.8	516	42.4
	- แจก-แถมของสมนาคุณ	598	61.6	373	26.2	410	33.7
	- ขายตรง	259	26.7	414	29.1	310	25.5
	- จับฉลาก / ซิงรางวัล	0	0.0	237	16.7	238	19.5
	- ให้ลองชิม / ลองดื่ม	0	0.0	226	15.9	203	6.7
	- ขายผ่านการเป็นสมาชิก	60	6.2	65	4.6	68	5.6
	- ให้สิทธิประโยชน์อื่นตอบแทน	0	0.0	120	8.4	81	6.7
	- อื่นๆ	0	0.0	31	2.2	9	0.7

ที่มา: โครงการศึกษาสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ 1 ปี ดำเนินการร่วมโดย ABAC Poll และ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

33. จากตารางที่ 4.11 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่ประชาชนพบเห็นในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า 3 อันดับแรก ได้แก่ การลดราคา การแจก-แถมของสมนาคุณและการขายตรง โดยพบ ร้อยละ 42.4, 33.7 และ 25.5 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรายกิจกรรม พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน มีเพียงกิจกรรมแจก-แถมที่มีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 61.6 เหลือร้อยละ 33.7 ณ หนึ่งปีหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ นั่นคืออุตสาหกรรมสุรามีการปรับลดกิจกรรมแจก-แถมลง ซึ่งกิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งหมดนี้เป็นการกระทำผิดพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงต้องการการเฝ้าระวังติดตามและตรวจจับดำเนินคดีอย่างจริงจังต่อไป

การประเมินการเข้าถึงซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

34. ข้อมูลในส่วนนี้คือการประเมินส่วนของการวัดผลลัพธ์(Outcome) ของการดำเนินพ.ร.บ.ฯ ซึ่งในที่นี้จะประเมินการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมทั้งการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปร้านจำหน่ายเครื่องดื่มฯที่สะดวกที่สุดเพื่อซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นดัชนีที่ใช้วัดผลสัมฤทธิ์โดยรวมของมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากหากมาตรการต่างๆได้ผลในการสร้างความไม่สะดวกในการเข้าถึงเครื่องดื่มฯ เช่น ไม่สามารถซื้อหรือดื่มได้ในบางสถานที่ ไม่สามารถซื้อได้ในบางเวลา เป็นต้น จะส่งผลให้ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น เช่นเดียวกับการรับรู้สื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สะท้อนผลสัมฤทธิ์ของมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากหากมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มฯมีผลสัมฤทธิ์ ควรจะทำให้การพบเห็นโฆษณาเครื่องดื่มฯน้อยลง
35. ประชาชนที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา มีแนวโน้มซื้อเครื่องดื่มฯได้สะดวกขึ้นจากก่อนพ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้(ก.พ 51)โดยที่ร้อยละ 68.2 ของประชาชนสามารถซื้อได้อย่างสะดวกมาก (ภายใน 1-5 นาที) เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 74.4 ณ 12 เดือนหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ ขณะที่แนวโน้มของความสะดวกในการเดินทางไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านค้าจำหน่ายไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของประชาชน จำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (ในกลุ่มที่เคยซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา) เปรียบเทียบผลการสำรวจประเมินผล 3 ครั้ง

ระยะเวลาเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	ก.พ.2551		ก.ย.2551		ก.พ.2552	
	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
1. 1-5 นาทีต่อครั้ง	1,383	68.2	1,143	72.8	1,108	74.4
2. 6-10 นาทีต่อครั้ง	401	19.8	285	18.2	265	17.8
3. 11-20 นาทีต่อครั้ง	163	8.0	103	6.6	74	5.0
4. 21-30 นาทีต่อครั้ง	65	3.2	27	1.7	35	2.4
5. มากกว่า 30 นาทีต่อครั้ง	16	0.8	11	0.7	6	0.4
รวมกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าไม่ประสบความสำเร็จซื้อเครื่องดื่มฯ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	2,028	100.0	1,569	100.0	1,488	100.0
ระยะเวลาเฉลี่ยในการเดินทางไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	ก.พ.2551		ก.ย.2551		ก.พ.2552	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. 1-5 นาทีต่อครั้ง	615	39.9	370	40.8	274	39.0
2. 6-10 นาทีต่อครั้ง	324	21.0	188	20.7	156	22.2
3. 11-20 นาทีต่อครั้ง	214	13.9	159	17.5	150	21.4
4. 21-30 นาทีต่อครั้ง	211	13.7	112	12.3	66	9.4
5. มากกว่า 30 นาทีต่อครั้ง	177	11.5	78	8.6	56	8.0
รวมกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าไม่ประสบความสำเร็จดื่มเครื่องดื่มฯ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	1,541	100.0	907	100.0	702	100.0

36. ภาพรวมของการรับรู้สื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สะท้อนผลสัมฤทธิ์ของมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากหากมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพ ควรจะทำให้การรับรู้พบเห็นโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยลง ซึ่งจะส่งผลให้สัดส่วนของประชาชนที่พบเห็นสื่อโฆษณาฯ ลดลง ถือเป็นประเมินระดับผลลัพธ์ (Outcome) ของการดำเนินพ.ร.บ.ฯ

ตารางที่ 4.13 ตารางแสดงสัดส่วนของประชาชนที่พบเห็นหรือได้ยินสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สื่อที่พบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 1 วันที่ผ่านมา	สัดส่วนของประชาชนที่พบเห็นสื่อฯ (%)		
	ก.พ.51	ก.ย.51	ก.พ.52
1. โทรทัศน์	43.2	56.3	47.5
2. ร้านค้า	15.0	20.2	17.1
3. ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า, ถนน)	11.2	16.2	15.4
4. สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, วารสาร,) โบรชัวร์ ฯลฯ	12.4	14.2	12.6
5. สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เบียร์/เหล้า ฯลฯ	6.0	7.0	6.1
6. วิทยู	5.6	7.5	5.9
7. อินเทอร์เน็ต	3.8	5.4	4.3
8. สื่อเคลื่อนที่	2.3	2.7	2.3
9. พบเห็นอย่างน้อย 1 สื่อ ในรอบ 1 วัน	53.0	67.9	56.2
10. ไม่เคยพบเห็นหรือได้ยิน ในรอบ 1 วัน	47.0	32.1	43.8

ที่มา: โครงการศึกษาสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ 1 ปี ดำเนินการร่วมโดย ABAC Poll และ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

37. จากตารางที่ 4.13 พบว่า การพบเห็นหรือได้ยินสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 1 วันที่ผ่านมา เรียงลำดับสื่อที่มีสัดส่วนการรับรู้ของประชาชนจากมากที่สุดมาน้อยตามลำดับ 3 ลำดับแรกดังนี้คือ สื่อโทรทัศน์, ร้านค้าและป้ายกลางแจ้ง โดยพบเห็นร้อยละ 47.5, 17.1 และ 15.4 ตามลำดับ เมื่อดูภาพรวมจะพบว่าประชาชนมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 56.2) พบเห็นหรือได้ยินสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 สื่อ ในรอบ 1 วัน โดยเมื่อวิเคราะห์แนวโน้มตามเวลาของการสำรวจทั้ง 3 ครั้ง ห่างกัน 1 ปี ยังไม่พบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงที่ชัดเจน ทั้งการพบเห็นหรือได้ยินรายสื่อหรือภาพรวมการพบเห็นหรือได้ยินทุกสื่อ
38. จากผลการสำรวจติดตามประเมินผลพ.ร.บ.ฯ นี้พบว่า ณ 1 ปีหลัง พรบ.ฯ มีผลบังคับใช้ สัดส่วนของประชาชนที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้สะดวกเพิ่มขึ้นนี้และการพบเห็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังไม่เห็นแนวโน้มลดลง ซึ่งสอดคล้องกับการรับรู้กฎหมายที่ยังมีน้อยอยู่และยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่มาก จึงต้องเร่งการให้ความรู้แก่ประชาชน ผู้เกี่ยวข้องกับการผลิต/จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เพื่อให้เกิดความร่วมมือปฏิบัติตามกฎหมายสูงสุด ซึ่งจะส่งผลให้ความสะดวกในการเข้าถึงเพื่อซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามเจตนารมณ์ของพ.ร.บ.ฯ ในที่สุด

หมายเหตุ – ทั้งนี้เป็นที่ทราบกันดีว่าการบรรลุผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายนั้นต้องอาศัยปัจจัยหลายประการและต้อง

ใช้เวลา ไม่ใช่มีกฎหมายแล้วผลสัมฤทธิ์จะเกิดขึ้นทันที อย่างไรก็ตามข้อมูลนี้ช่วยบ่งชี้ว่าคงต้องเร่งดำเนินการกันต่อไป

39. สรุปความสำเร็จและสิ่งที่ควรพัฒนา

- การรับรู้กฎหมายอยู่ในระดับดีมาก(มากกว่าร้อยละ 80)ในมาตรการด้านสถานที่ทั้งสถานที่ห้ามจำหน่ายและสถานที่ห้ามดื่ม แต่สถานที่ที่ยังกระทำผิดในการฝ่าฝืนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดสองแห่งคือ หอพัก และ สถานีบริการน้ำมัน ดังนั้นจึงควรณรงค์และบังคับใช้มาตรการห้ามจำหน่ายเพิ่มเติมในสองสถานที่นี้ต่อไป
- การรับรู้กฎหมายในมาตรการห้ามจำหน่ายบางเวลาอยู่ในระดับดี(ร้อยละ 70 – 80) แต่ในทางปฏิบัติมีการฝ่าฝืนซื้อได้สำเร็จในระดับที่มาก(ถึงร้อยละ 70) ดังนั้นจึงควรณรงค์และบังคับใช้มาตรการห้ามจำหน่ายบางเวลาเป็นอย่างยิ่ง
- เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงการควบคุมอายุขั้นต่ำของผู้ที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างถูกกฎหมาย มาตรการห้ามจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี จึงมีผู้รับรู้เพียงประมาณร้อยละ 60 ซึ่งในทางปฏิบัติมีผู้ที่อายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้สำเร็จทุกครั้งถึงร้อยละ 80 ดังนั้นจึงควรณรงค์และบังคับใช้มาตรการห้ามจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชนเป็นอย่างยิ่ง
- สัดส่วนของประชาชนที่พบเห็นการส่งเสริมการขาย(ในรอบ 3 เดือน)อยู่ที่ระดับร้อยละ 30 ต้องนับว่าเป็นระดับที่สูงเนื่องจากการกระทำที่ผิดกฎหมายโดยตรงของธุรกิจสุรา จึงควรณรงค์และบังคับใช้มาตรการส่งเสริมการขาย เช่น มาตรการห้ามลด-แลก-แจก-แถมอย่างจริงจัง
- สัดส่วนของประชาชนที่พบเห็นการโฆษณา(ในรอบ 1 วัน)อยู่ในระดับคงที่ที่ประมาณร้อยละ 60 แม้จะมีการห้ามการโฆษณาด้วยภาพผลิตภัณฑ์โดยสิ้นเชิง แต่เนื่องด้วยธุรกิจสุรายังสามารถใช้ภาพสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์และสัญลักษณ์บริษัทในการโฆษณาได้ จึงทำให้การรับรู้การโฆษณาของประชาชนยังอยู่ในสัดส่วนเดิม จึงควรที่จะมีการพัฒนามาตรการควบคุมการโฆษณาเพิ่มเติมควบคู่ไปกับการบังคับใช้มาตรการที่มีอยู่แล้วต่อไป
- ผลลัพธ์ภาพรวมสัดส่วนของประชาชนที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยสะดวกมากที่มีสัดส่วนที่มากขึ้นนี้ สะท้อนภาพรวมของการมีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ทั้งด้านการออกแบบมาตรการและการบังคับใช้ จึงเป็นที่ควรตระหนักในการพิจารณาดำเนินการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังและออกแบบเพิ่มเติมมาตรการที่จำเป็นยิ่งขึ้นต่อไป

● ผลการศึกษาสถานการณ์การรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ระดับจังหวัด

40. ศูนย์วิจัยปัญหาสุราได้ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายนักวิชาการ โดยสนับสนุนให้ดำเนินโครงการการศึกษาสถานการณ์การรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551ระดับจังหวัด เพื่อประโยชน์ในการประเมินประสิทธิผลของการดำเนินงานระดับจังหวัด ซึ่งสอดคล้องพอดีกับความต้องการของเครือข่ายองค์กรงดเหล้าที่ต้องการประเมินผลโครงการสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ระดับจังหวัดที่มีการดำเนินการอยู่ โครงการการศึกษาดังกล่าวได้รับการรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ระดับจังหวัด จึงได้ออกแบบดำเนินการ

เก็บข้อมูล 4 ภาคๆละ 3 จังหวัด (เป็นจังหวัดที่มีการดำเนินโครงการสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายโดยเครือข่ายองค์กรงดเหล้า(สคส.) 2 จังหวัด และ จังหวัดที่ไม่มีโครงการ 1 จังหวัด เป็นจังหวัดเปรียบเทียบ) และ กทม.อีก 1 จังหวัด รวมเป็น 13 จังหวัด โดยทำการประเมินผลเมื่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีการบังคับใช้ครบ 1 ปี

41. ศูนย์วิจัยปัญหาสุราร่วมกับเครือข่ายนักวิชาการ 4 คณะดำเนินโครงการศึกษาการรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 โดยแบ่งความรับผิดชอบดำเนินการสำรวจคณะละ 1 ภาคๆละ 3 จังหวัด ยกเว้นภาคกลางรับผิดชอบสำรวจกรุงเทพฯด้วย ขณะที่เรียบเรียงรายงานสถานการณ์สุราประจำปี 2552 ฉบับนี้ ข้อมูลที่ดำเนินการแล้วเสร็จคือข้อมูลของคณะภาคใต้ซึ่งรับผิดชอบดำเนินการโดย รศ.ดร.พญ.สาวิตรี อักษรณรงค์กรชัย และคณะ ซึ่งผลการสำรวจที่สำคัญมีรายละเอียดดังนี้
42. การเลือกตัวอย่างในกลุ่มประชากร ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-stage Sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน และครัวเรือน, การเลือกตัวอย่างกลุ่มร้านค้าสุรานั้น พนักงานสนามจะเลือกร้านค้าที่จำหน่ายสุราทั้งร้านที่ขายแบบมีที่นั่งดื่ม/กินในร้านและร้านขายแบบไม่มีที่นั่งดื่ม/กิน ที่อยู่ในเขตหมู่บ้าน/ชุมชนเมืองที่เป็นเขตพื้นที่เก็บตัวอย่างกลุ่มประชาชน ภายในรัศมี 500 เมตรรอบครัวเรือนตัวอย่างกลุ่มประชาชน ประมาณหมู่บ้านละ 2 – 5 ร้านตามขนาดของหมู่บ้าน และเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจ้าของ/ผู้จัดการ/พนักงานขายในร้านนั้น ร้านละ 1 คน, ส่วนการเลือกตัวอย่างกลุ่มเจ้าหน้าที่ ในการเก็บข้อมูลตัวอย่างกลุ่มนี้ พนักงานสนามจะติดต่อและเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่ปฏิบัติงานในสำนักงานสาธารณสุขอำเภอหรือสถานีอนามัย และเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ปฏิบัติงานในพื้นที่หมู่บ้าน/ตำบล/ชุมชนเมืองที่เป็นเขตที่เก็บตัวอย่างกลุ่มประชาชน หมู่บ้าน/ชุมชนละ 2 – 3 คน (สาธารณสุข 1 คน, เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง (สรรพสามิต / อบต.) 1 คน, ตำรวจ 1 คน); เก็บข้อมูลช่วงเดือนมีนาคม – พฤษภาคม 2552 โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ตามแบบสัมภาษณ์ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น และด้วยความเหมาะสมตามบริบทของการดำเนินการวิจัย การเลือกจังหวัดทำการสำรวจในภาคใต้ ได้เลือกจังหวัดที่มีโครงการสนับสนุนการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เพียง 1 จังหวัดคือ นครศรีธรรมราช และเป็นจังหวัดที่ไม่มีโครงการ 2 จังหวัด คือ สุราษฎร์ธานีและสงขลา
43. ผลการสำรวจพบว่าประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราช (มีโครงการสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมาย) มีคะแนนรวมเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับมาตรการหมวดต่างๆใน พ.ร.บ.ฯ มากกว่าจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดสงขลา (ไม่มีโครงการสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมาย) โดยที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีคะแนนเฉลี่ยของความรู้ 15.08 คะแนน ส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานีและสงขลาได้ 9.82 และ 11.31 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 คะแนนรวมเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับมาตรการหมวดต่างๆในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของประชาชน เปรียบเทียบ 3 จังหวัด (นครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี และ สงขลา)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ค่าเฉลี่ย คะแนนรวมของความรู้เกี่ยวกับมาตรการหมวดต่างๆ		
	นครศรีธรรมราช (n = 2,510)	สุราษฎร์ธานี (n = 1,798)	สงขลา (n = 2,384)
มาตรการห้ามจำหน่ายหรือห้ามดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บาง ประเภท (0-10 คะแนนจาก ข้อคำถาม 10 ข้อ)	6.33	4.06	4.68
มาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบาง เวลา (0-5 คะแนนจากข้อคำถาม 5ข้อ)	1.99	1.31	1.98
มาตรการห้าม/ควบคุมการโฆษณาและ ส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (0-6 คะแนนจากข้อคำถาม 6 ข้อ)	3.62	2.12	2.35
มาตรการห้ามขายแก่เด็ก คนเมา เร่ขาย โทษเมื่อฝ่าฝืน และการมีคณะกรรมการ ควบคุม (0-6 คะแนนจากข้อคำถาม 6 ข้อ)	3.14	2.33	2.29
รวมทั้ง 4 หมวด	15.08	9.82	11.31

ที่มา: สาวิตรี (2552) โครงการศึกษาการรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ร้านค้า และเจ้าหน้าที่ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2552 ใน 3 จังหวัด (นครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี และ สงขลา)

44. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เกือบทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างร้านค้าสุราทั้ง 3 จังหวัดไม่เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมาย เช่น วัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถานศึกษาต่างๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ราชการต่างๆ หอพัก รวมทั้งสวนสาธารณะของทางราชการ มีผู้จำหน่ายเพียง 1 รายในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่เคยจำหน่ายในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เหตุผลที่ขายคือรู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับและผลที่ตามมาคือถูกตักเตือนโดยเจ้าหน้าที่ นั่นคือได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากร้านค้าสุราใน 3 จังหวัดที่ทำการศึกษ โดยมียกเว้นการร้านค้าเดียวในจังหวัดนครศรีธรรมราชเคยจำหน่ายในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาและถูกตักเตือนสะท้อนให้เห็นว่าระบบการบังคับใช้กฎหมายของจังหวัดนครศรีธรรมราชดีในระดับหนึ่ง
45. เมื่อวิเคราะห์มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางเวลา พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้านค้าสุราในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีสัดส่วนของร้านที่ไม่จำกัดเวลาขายตามกฎหมายน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างร้านค้าสุราในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและสงขลา โดยมีสัดส่วนร้านที่ไม่จำกัดเวลาขายตามกฎหมาย แล้วแต่ว่ามีใครมาซื้อตอนไหนก็ขายตอนนั้น คิดเป็นร้อยละ 45.8, 60.3 และ 72.9 ตามลำดับ และให้เหตุผลที่ขายว่า “รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ” ซึ่งเป็นทัศนคติที่สะท้อนความหย่อนยานของการบังคับใช้กฎหมาย ดังตารางที่ 4.15

46. ทั้งนี้การที่ร้านค้าสุรามีพฤติกรรมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่จำกัดเวลาตามกฎหมายในสัดส่วนที่มากนั้น อาจเป็นเพราะการบังคับใช้กฎหมายหย่อนยานอย่างรุนแรง ดังคำตอบที่ได้จากร้านขายสุร่าว่า “ไม่เกิดอะไรขึ้น หลังจากที่จำหน่ายเครื่องดื่มในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย” ถึงร้อยละ 98- 100 ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ตารางแสดงการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่าย ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาร้านค้าสุราใน 3 จังหวัดภาคใต้ที่ทำการศึกษ (นครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี และ สงขลา)

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่าย ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของร้านค้าสุรา	จำนวน (ร้อยละ)		
	นครศรีธรรมราช	สุราษฎร์ธานี	สงขลา
จำนวนร้านค้าสุราที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	214 (100.0)	58 (100.0)	48 (100.0)
ไม่จำกัดเวลาขาย แล้วแต่ตัวมีใครมาซื้อตอนไหนก็ขายตอนนั้น	98 (45.8)	35 (60.3)	35 (72.9)
<u>เหตุผลที่ขาย</u>			
ตอบ	55 (56.1)	28 (80.0)	33 (94.3)
- <i>ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ</i>	39 (70.9)	11 (39.3)	5 (15.2)
- <i>รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ</i>	16 (29.1)	17 (60.7)	28 (84.8)
ไม่ตอบ	43 (43.9)	7 (20.0)	2 (5.7)
รวม	98(100.0)	35 (100.0)	35 (100.0)
<u>ผลที่ตามมา</u>			
ตอบ	49 (50.0)	27 (77.1)	34 (97.1)
- <i>ไม่เกิดอะไรขึ้น</i>	48 (98.0)	27 (100.0)	34 (100.0)
- <i>เคยถูกจับกุม</i>	1 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ไม่ตอบ	49 (50.0)	8 (22.9)	1 (2.9)
รวม	98 (100.0)	35 (100.0)	35 (100.0)

ที่มา: สาวิตรี (2552) โครงการศึกษาการรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ร้านค้า และเจ้าหน้าที่ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2552 ใน 3 จังหวัด (นครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี และ สงขลา)

47. กลุ่มตัวอย่างร้านค้าสุราในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีสัดส่วนของร้านที่จำหน่ายให้กับเด็กและเยาวชนอายุน้อยกว่า 20 ปี ซึ่งผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 39.3 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างร้านค้าสุราในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (ร้อยละ 50.0) แต่มากกว่าร้านค้าสุราในจังหวัดสงขลา (ร้อยละ 2.1) โดยร้านค้าสุราในจังหวัดนครศรีธรรมราชให้เหตุผลที่ขายว่า “รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ” ซึ่งเป็นทัศนคติที่สะท้อนความหย่อนยานของการบังคับใช้กฎหมายในสัดส่วนที่น้อยกว่าอีกสองจังหวัด โดยร้านค้าที่จำหน่ายให้กับเด็กและเยาวชนอายุน้อยกว่า 20 ปีโดยให้เหตุผลดังกล่าวมีสัดส่วนร้อยละ 35.6 สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราช และ ร้อยละ 60.7 และ 100.0 สำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดสงขลา ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.16) (หมายเหตุ – ข้อมูลร้านค้าสุราที่ยอมรับว่าจำหน่ายให้กับเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี ของจังหวัดสงขลา มีจำนวนน้อยมาก คือ 1 ราย ทำให้การ

- แปลความหมายทางสถิติต้องทำด้วยความระมัดระวัง)
48. ทั้งนี้การที่ร้านค้าสุรามีพฤติกรรมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีซึ่งผิดกฎหมายในสัดส่วนที่มากนั้น อาจเป็นเพราะการบังคับใช้กฎหมายหย่อนยานอย่างรุนแรง ดังคำตอบที่ได้จากร้านขายสุร่าว่า “ไม่เกิดอะไรขึ้นหลังจากที่จำหน่ายเครื่องดื่มในช่วงเวลาห้ามจำหน่ายถึงร้อยละ 95.3, 100 และ 100 (ของร้านค้าที่ตอบว่าเกิดผลอะไรตามมาหลังจากจำหน่ายเด็กและเยาวชน) สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี และ สงขลา ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.16)
49. ข้อมูลการถูกตักเตือนของร้านค้าสุราในจังหวัดนครศรีธรรมราชกรณีจำหน่ายให้แก่เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 3 ราย สะท้อนว่าระบบการบังคับใช้กฎหมายของจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีอยู่ ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ตารางแสดงการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับคนอายุต่ำกว่า 20 ปี ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมามาของร้านค้าสุราใน 3 จังหวัดภาคใต้ (นครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี และ สงขลา)

การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของร้านค้าสุรา	จำนวน (ร้อยละ)		
	นครศรีธรรมราช	สุราษฎร์ธานี	สงขลา
จำนวนร้านค้าสุราที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	214 (100.0)	58 (100.0)	48 (100.0)
การจำหน่ายให้กับคนอายุต่ำกว่า 20 ปี	84 (39.3)	29 (50.0)	1 (2.1)
<u>เหตุผลที่ขาย</u>			
ตอบ	73 (86.9)	27 (93.1)	1 (100.0)
- <i>ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ</i>	47 (64.4)	9 (33.3)	0 (0.0)
- <i>รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ</i>	26 (35.6)	18 (60.7)	1 (100.0)
ไม่ตอบ	11 (13.1)	2 (6.9)	0 (0.0)
รวม	84 (100.0)	29 (100.0)	1 (100.0)
<u>ผลที่ตามมา</u>			
ตอบ	64 (50.0)	25 (86.2)	1 (100.0)
- <i>ไม่เกิดอะไรขึ้น</i>	61 (95.3)	25 (100.0)	1 (100.0)
- <i>เคยถูกตักเตือน</i>	3 (4.7)	0 (0.0)	0 (0.0)
ไม่ตอบ	20 (50.0)	4 (13.8)	0 (0.0)
รวม	84 (100.0)	29 (100.0)	1 (100.0)

ที่มา: สาวิตรี (2552) โครงการศึกษาการรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ร้านค้า และเจ้าหน้าที่ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2552 ใน 3 จังหวัด (นครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี และ สงขลา)

50. ในภาพรวมการส่งเสริมการขาย พบว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีสัดส่วนของร้านค้าที่มีกิจกรรมการส่งเสริมการขาย มากกว่าอีก 2 จังหวัด ส่วนจังหวัดสงขลาที่มีกิจกรรมการส่งเสริมการขายน้อยที่สุด ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าสุราที่มีกิจกรรมการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆใน
ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของร้านค้าสุราใน 3 จังหวัดภาคใต้ (นครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี และ สงขลา)

การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับคน อายุต่ำกว่า 20 ปี ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ของร้านค้าสุรา	จำนวน (ร้อยละ)		
	นครศรีธรรมราช (n = 214)	สุราษฎร์ธานี (n = 58)	สงขลา (n = 48)
1. ลดราคา	6 (2.8)	9 (15.5)	1 (2.1)
2. แลก-แจก-แถม	6 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)
3. ลองชิม ลองดื่ม	7 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
4. ให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน	26 (12.2)	17 (29.3)	6 (12.5)
5. จับฉลาก / ซิงรางวัล	6 (2.8)	6 (10.3)	0 (0.0)
6. ขายตรง	68 (31.8)	4 (6.9)	2 (4.2)
7. ขายผ่านการเป็นสมาชิก	6 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)
8. ขายพ่วง	7 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
9. เร่ขาย	6 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)
10. ให้สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ตอบแทนผู้ซื้อ	6 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)
11. จูงใจให้ซื้อ/ดื่มด้วยสาวเชียร์เบียร์	5 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)

ที่มา: สาวิตรี (2552) โครงการศึกษาการรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน ร้านค้า และเจ้าหน้าที่ต่อ
พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2552 ใน 3 จังหวัด (นครศรีธรรมราช, สุราษฎร์ธานี และ สงขลา)

51. สรุปความสำเร็จและสิ่งที่ควรพัฒนา

- มีข้อมูลที่ยืนยันว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีการปฏิบัติตามกฎหมายได้ดีกว่าอีก 2 จังหวัด ได้แก่ ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมต่างๆใน พ.ร.บ.ฯมากกว่าอีก 2 จังหวัด, ร้านค้าสุรามีการฝ่าฝืนกฎหมาย พ.ร.บ.ฯ โดยขายในเวลาห้ามจำหน่ายน้อยกว่าอีก 2 จังหวัด, ส่วนร้านค้าสุราที่ขายแก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีมีน้อยกว่าจังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่มากกว่าจังหวัดสงขลา, สัดส่วนของร้านค้าที่มีทัศนคติทำทนายกฎหมาย “รู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ” น้อยกว่าอีก 2 จังหวัด, และ การที่สถานการณ์จริงมีที่ร้านค้าในจังหวัดนครศรีธรรมราชถูกตักเตือนกรณีกระทำผิดกฎหมาย พ.ร.บ.ฯ; ส่วนข้อมูลที่ไม่สนับสนุน ได้แก่ การมีกิจกรรมการส่งเสริมการขายหลายกิจกรรมที่สูงกว่าอีกสองจังหวัด (หมายเหตุ – ข้อมูลทั้งหมดนี้แสดงว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความต่างจากอีกสองจังหวัดในระดับหนึ่ง ส่วนจะเป็นผลเกิดจากการมีโครงการสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมาย พ.ร.บ.ฯ ระดับจังหวัดหรือไม่ ยังต้องการข้อมูลในลักษณะของการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นเทียบระหว่างจังหวัดต่อไป เนื่องจากความแตกต่างระหว่างจังหวัดที่มีอยู่นี้อาจเกิดจากบริบทของจังหวัดก่อนที่จะมีโครงการก็ได้)

บทที่ 5 : สถานการณ์ต้น: นโยบายแอลกอฮอล์ในสมาชิกสุขภาพแห่งชาติ

Chapter 5

บทที่ 5

สถานการณ์เด่น: นโยบายแอลกอฮอล์ ในสมาชิกสุขภาพแห่งชาติ

นพ.ทักษพล ธรรมรังสี

น.ส. สุวรา แก้วนัย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ

1. ปัญหาจากแอลกอฮอล์: ความทุกข์ของคนไทย

เป็นที่ทราบกันดีว่าปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยทำลาย สุขภาวะของคนไทยในอันดับต้นๆ โดยจัดเป็นปัจจัยเสี่ยงอันดับสองรองจากการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย และก่อภาระโรคในระดับที่สูงกว่าประเทศอื่น โดยคิดเป็นร้อยละ 8.1 ของภาระโรคทั้งหมด¹ ในปี พ.ศ. 2547 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับการชักนำไปสู่และ/หรือสนับสนุนปัจจัยเสี่ยงของปัญหา และสภาวะการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ทางสุขภาพ สังคม และเศรษฐกิจอีกมากมาย

สำคัญที่สุดคือลักษณะของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีอยู่สองประการที่สังคมไทยควรจะตระหนักเป็นอย่างยิ่งคือ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มที่จะก่อปัญหาในกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งรวมถึงการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร การบาดเจ็บ การเจ็บป่วย และผลกระทบที่ไม่สามารถเยียวยาให้กลับเป็นปกติได้ ดังนั้นปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงเป็นการบ่อนทำลาย “อนาคตของสังคมไทย” และทำลายสุขภาวะ รวมถึงความอยู่เย็นเป็นสุข ของสังคมไทยในระยะยาว และปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นไม่ได้เป็นปัญหาส่วนบุคคล และผลกระทบไม่ได้จำกัดอยู่เพียงผู้ดื่ม หากแต่ก่อผลกระทบภายนอก (externality) เป็นวงกว้างไปยังบุคคลรอบข้าง ครอบครัว ชุมชน และสังคม หลายการศึกษายืนยันว่าตัวผู้บริโภครับเพียงส่วนน้อยของต้นทุนของผลกระทบทั้งหมด ซึ่งหมายความว่า ทุกคนในสังคมไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคหรือไม่ ก็ต้องแบกรับภาระส่วนใหญ่ของปัญหาจากการบริโภค ดังนั้น สังคมจึงควรมีความชอบธรรมในการร่วมมือกันเข้าไปจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

¹ คณะทำงานศึกษาภาระโรคในประเทศไทย, รายงานภาระโรคและการบาดเจ็บจากปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ พ.ศ.2547 กระทรวงสาธารณสุข 2550

2. สมัชชาสุขภาพแห่งชาติ: กลไกผลักดันนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วม

“สมัชชาสุขภาพ” เป็นนวัตกรรมทางสังคม ภายใต้ พ.ร.บ.สุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 เพื่อเป็นการเปิดพื้นที่สาธารณะรูปแบบใหม่ให้กับทุกฝ่ายในสังคมได้ร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเรียนรู้อย่างสมานฉันท์เพื่อนำไปสู่การเสนอแนะนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ หรือความมีสุขภาพที่ดีของประชาชน โดยจัดให้มีการประชุมอย่างเป็นระบบและอย่างมีส่วนร่วม หรืออาจจะเรียกว่าเป็นกลไกให้ทุกภาคส่วน ได้แก่ ประชาชน ชุมชน ท้องถิ่น องค์กรประชาสังคม องค์กรเอกชน นักวิชาการและวิชาชีพ รวมทั้งฝ่ายการเมืองและราชการ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น ได้เข้ามาร่วมกันทำงานเชิงนโยบายที่เรียกว่า การพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพแบบมีส่วนร่วม ตามวิถีทางประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม ที่มีความสำคัญควบคู่ไปกับประชาธิปไตยแบบตัวแทน

สมัชชาสุขภาพมีบทบาทต่อสังคมสามประการ คือ การเป็น “พื้นที่สาธารณะเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของภาคส่วนต่างๆในสังคม” การเป็น “กลไกในการผลักดันนโยบายสาธารณะ” และการเป็น “กระบวนการประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม” ทั้งสามประการนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและส่งเสริม สุขภาวะ ในนิยามความหมายที่กว้างไกลกว่าการไม่เจ็บไม่ป่วย กว้างไกลกว่าการเป็นเรื่องของมดหมอหูกยาเท่านั้น

3. วาระปัญหาแอลกอฮอล์ในสมัชชาสุขภาพ: เมื่อวิกฤติมาพบกับทางรอด?

แม้ว่าประเทศไทยจะมีการพัฒนาเนื้อหาโยบายแอลกอฮอล์ อย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา รวมถึงการมีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 จนกล่าวได้ว่าประเทศไทยมี “เนื้อหาโยบาย” ที่มีความก้าวหน้าพอสมควร แต่ช่วงเวลาที่ผ่านมามีได้เป็นบทพิสูจน์สำคัญให้เห็นแล้วว่า นโยบายแอลกอฮอล์ของประเทศไทยยังไม่สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์หลักในการควบคุมและลดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างที่ควรจะเป็น กระบวนการนโยบายเพื่อการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไไทยนั้นยังมีช่องว่างเชิงระบบที่สำคัญหลายประการ เช่น ความครอบคลุมของนโยบาย, ความเข้มแข็งของการนำนโยบายไปปฏิบัติและขั้นตอนการติดตามประเมินผล, การขาดมาตรการในระดับพื้นที่, การที่เนื้อหาโยบายมีลักษณะกระจัดกระจาย ทับซ้อนและซ้ำซ้อน การที่กระบวนการนโยบายเป็นไปในหลากหลายทิศทาง ข้อจำกัดในการมีส่วนร่วมต่อกระบวนการนโยบายของภาคประชาสังคม บทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ทับซ้อน และการประสานงานระหว่างหน่วยงานราชการ และระหว่างหน่วยงานราชการกับภาคประชาสังคม

ดังนั้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนารอบและทิศทางนโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติให้มีความชัดเจนและสอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ในการควบคุมและลดปัญหาจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง รวมถึงการทำความเข้าใจร่วมกันจะเป็นรากฐานสำคัญในการลดจุดอ่อนของกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ในประเทศไทยในระยะยาว เพื่อสนับสนุนประสิทธิผลของนโยบายแอลกอฮอล์ในการจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คุกคามสุขภาพของสังคมไทย

ภาคีสมัชชาสุขภาพแห่งชาติหลายภาคส่วนจึงได้ร่วมยื่นข้อเสนอเรียกร้องให้คณะกรรมการจัดสมัชชาสุขภาพ (คจสข.) ให้บรรจุวาระการจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เข้าในการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่หนึ่ง โดยร่วมกันพัฒนาเอกสารรายงานหลักประกอบการประชุม เอกสารวิชาการประกอบการประชุม และร่างมติของสมัชชาสุขภาพแห่งชาติในประเด็นการจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งต่อมาได้ถูกส่งเวียนเพื่อรับฟังความเห็นจากภาคีทั่วประเทศ และผ่านการทำประชาพิจารณ์หนึ่งครั้งในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2551 จนได้ร่างมติสุดท้ายที่นำ

เสนอเข้าสู่การประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่หนึ่งเมื่อวันที่ 11-13 ธันวาคม พ.ศ.2551

4. มติการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ปี 2551: ความพยายามบทใหม่

สมัชชาสุขภาพแห่งชาติได้อภิปรายในประเด็นการจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างกว้างขวาง ก่อนมีมติเป็นเอกฉันท์ในวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ.2551 ที่รับรอง ร่างมติยุทธศาสตร์ในการจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เอกสารแนบหมายเลข 1)

หัวใจหลักของบทปฏิบัติการในมติดังกล่าวมีอยู่ด้วยกัน สามประเด็น คือ ประเด็นแรกเป็นการเรียกร้องให้คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) ดำเนินการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ โดยการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง ให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 1 ปี และนำมาเสนอเพื่อการรับรองในการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่สอง โดยแผนยุทธศาสตร์นโยบายระดับชาตินี้ จะต้องตั้งอยู่บนฐานความรู้ทางวิชาการและสอดคล้องกับวัฒนธรรมและศีลธรรม เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ

ประเด็นที่สองเป็นการเรียกร้องให้มีการยกระดับความสำคัญของการจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยยกขึ้นเป็นวาระแห่งชาติและวาระแห่งท้องถิ่น พร้อมกับเรียกร้องให้ องค์กรส่วนท้องถิ่นมีบทบาทหลัก ในการสนับสนุนให้เกิดกลไกความร่วมมือทุกภาคส่วนและพัฒนานโยบายและมาตรการในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่น

ส่วนประเด็นที่สามคือการเรียกร้องให้ คสช. สนับสนุนกลไกในการสร้างความร่วมมือของหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการพัฒนามาตรการและนโยบายใดๆที่มีหรืออาจจะมีผลกระทบต่อปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการเจรจาข้อตกลงการค้า จะต้องเป็นไปเพื่อการควบคุมปัญหา หรือไม่เป็นเงื่อนไข หรืออุปสรรคต่อการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5. ความเคลื่อนไหวหลังสมัชชาสุขภาพ: ขาลงของมติ ขาขึ้นของยุทธศาสตร์

คสช. ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่สมัชชาสุขภาพเรียกร้องอย่างแข็งขันในสองส่วน ส่วนแรกคือจัดให้เกิดกระบวนการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ โดยแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ฯ ที่มีส่วนร่วมจากภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง ทั้งจากหน่วยงานของรัฐ องค์กรวิชาการ องค์กรวิชาชีพ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมที่ปราศจากผลประโยชน์ทับซ้อน โดยมี นพ.สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ เป็นประธาน และคณะนักวิชาการจากสำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP) เป็นผู้รับผิดชอบในฐานะทีมเลขานุการ

คณะกรรมการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ฯ ได้ร่วมกันพัฒนาร่างแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ โดยเริ่มต้นที่การทบทวนส่วนขาดของกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ในประเทศไทย การทบทวนประสบการณ์ในการพัฒนายุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ของต่างประเทศและนโยบายระดับนานาชาติ การสังเคราะห์แนวทางและขอบเขตของร่างแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ การเรียบเรียงประเด็นความเห็น การทำประชาพิจารณ์และการปรับแก้ตามข้อคิดเห็นที่ได้รับเสนอมา

ในส่วนที่สองคือการพัฒนาการมีบทบาทเชิงรุกในการจัดการปัญหาแอลกอฮอล์ขององค์กรระดับท้องถิ่น โดย

การประกาศของสำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้การควบคุมปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นวาระแห่งท้องถิ่น และเกิดการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในบางพื้นที่ ในการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง เพื่อพัฒนานโยบายและมาตรการในการจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่น เช่น การสร้างความร่วมมือในการจัดงานประเพณีปลอดเหล้า บุญกฐินปลอดเหล้า

6. ขอบเขตของร่างแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ

เอกสารร่างยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการควบคุมขนาดและความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย โดย สนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐ ทั้งการพัฒนามาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์ สร้างความเข้มแข็งในการนำนโยบายไปปฏิบัติ และ คักยภาพในการติดตามประเมินผลนโยบายแอลกอฮอล์, สนับสนุนบทบาทและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการป้องกันและควบคุมปัญหา และเป็นเครื่องมือในการกำหนดเป้าหมายระยะยาวของสังคมไทยในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ร่างแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ มีเป้าหมายเชิงกลไกสี่ประการ คือ การควบคุมปริมาณการบริโภคของสังคม, ป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ และ ควบคุมความชุกของผู้บริโภค, การลดความเสี่ยงของการบริโภค, และการจำกัดและลดความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภค โดยใช้ตัวชี้วัดสำคัญสามส่วนในการบ่งชี้ความสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์ ได้แก่ ความชุกของผู้บริโภค, ปริมาณการบริโภคเฉลี่ย, และสัดส่วนนักดื่มประจำ

เนื้อหาของร่างแผนยุทธศาสตร์ฯ ประกอบด้วยห้ายุทธศาสตร์ย่อยได้แก่

1. ยุทธศาสตร์การควบคุมการเข้าถึงทางเศรษฐศาสตร์และทางกายภาพ (Price and Availability)
 - 1.1 มาตรการทางภาษีและราคา
 - 1.2 มาตรการควบคุมสถานที่ วันเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 1.3 มาตรการควบคุมการเข้าถึงสุราของเยาวชน
2. ยุทธศาสตร์การปรับเปลี่ยนค่านิยมและลดแรงสนับสนุนในการดื่ม (Attitude)
 - 2.1 มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 2.2 มาตรการให้ความรู้ ปรับทัศนคติ และเพิ่มโอกาสในการไม่ดื่มสุรา
3. ยุทธศาสตร์การลดอันตรายจากการบริโภค (Risk reduction)
 - 3.1 มาตรการควบคุมการบริโภคในเงื่อนไขและสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาสูง
 - 3.2 มาตรการควบคุมพฤติกรรมกรรมการขับขี่ยานพาหนะขณะมีเมเา
 - 3.3 มาตรการการคัดกรองและบำบัดรักษา
4. ยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาแอลกอฮอล์ในระดับพื้นที่ (Alcohol policy at every Setting)
 - 4.1 มาตรการนโยบายแอลกอฮอล์ระดับชุมชน
 - 4.2 มาตรการนโยบายแอลกอฮอล์ของหน่วยงานและสถานประกอบการ

5. ยุทธศาสตร์การพัฒนากลไกการจัดการและสนับสนุนที่เข้มแข็งการจัดการกับปัญหา (Supportive process) ซึ่งได้แก่ การสร้างความมุ่งมั่น การมีส่วนร่วม, การพัฒนากระบวนการให้มี ความโปร่งใส, การพัฒนาให้เป็นกระบวนการบนรากฐานทางวิชาการ และการเรียนรู้ร่วมกัน, การใช้การรณรงค์สาธารณะเพื่อสนับสนุนประสิทธิผลของมาตรการอื่นๆ, และการปกป้องผลกระทบจากข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ

7. ก้าวต่อไป

ร่างแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติจะได้รับการนำเสนอเข้าสู่การประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ 2 ในวันที่ 16 -18 ธันวาคม พ.ศ. 2552 นี้ และหากผ่านการรับรองแล้วคาดว่าจะมีกระบวนการต่อเนื่องได้แก่ การนำเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบ และส่งการไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง, การนำเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายแอลกอฮอล์แห่งชาติ เพื่อให้ความเห็นชอบ และส่งการให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ฯ การนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานคร คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด เพื่อนำไปพิจารณาดำเนินการต่อไป และการเรียกร้องให้ คสช. รายงานผลการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ทุกๆสองปี

ກາລຟນວັກ

ภาคผนวกที่ 1



กฎกระทรวง
กำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา (ฉบับที่ ๔)
พ.ศ. ๒๕๕๒

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๔๗ (๑) แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๕๔๓ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๐ อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๓๒ มาตรา ๓๓ มาตรา ๔๑ และมาตรา ๔๓ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้ โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ให้ยกเลิกความในช่องรายการและช่องอัตราภาษีในรายการ ๑.๑ ของข้อ ๒ แห่งกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ. ๒๕๔๖ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

รายการ	อัตราภาษี		
	ตามมูลค่า ร้อยละ	ตามปริมาณ	
		หน่วย	หน่วยละ-บาท
“๑.๑ ชนิดเบียร์	๖๐	ลิตร แห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์	๑๐๐”

ข้อ ๒ ให้ยกเลิกความในช่องรายการและช่องอัตราภาษีในรายการ ๒.๑ และ ๒.๒ ของข้อ ๒ แห่งกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ. ๒๕๔๖ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

รายการ	อัตราภาษี		
	ตามมูลค่า ร้อยละ	ตามปริมาณ	
		หน่วย	หน่วยละ-บาท
“๒.๑ ชนิดสุราขาว	๕๐	ลิตร แห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์	๑๒๐
๒.๒ ชนิดสุราผสม	๕๐	ลิตร แห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์	๓๐๐”

ภาคผนวก

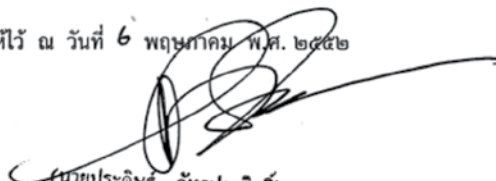
๒

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกความในข้อรายการและข้ออัตราภาษีในรายการ ๒.๔ (๑) ของข้อ ๒ แห่งกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ. ๒๕๔๖ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๐ และให้ใช้ความต่อไปนี้เป็นแทน

รายการ	อัตราภาษี		
	ตามมูลค่า ร้อยละ	ตามปริมาณ	
		หน่วย	หน่วยละ-บาท
“๒.๔ ชนิดสุราพิเศษ (๑) ประเภทบรันดี	๔๔	ลิตร แห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์	๔๐๐”

ข้อ ๔ กฎกระทรวงนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

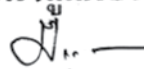
ให้ไว้ ณ วันที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๒



(นายประดิษฐ์ ภัทรประสิทธิ์)

รัฐมนตรีช่วยว่าการฯ รักษาการเลขาธิการ
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

สำเนาถูกต้อง



(นายวันชัย ตั้งวิจิตร)

อธิบดีชำนาญการพิเศษ

ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๖ ตอนที่ ๒๗ ก ลงวันที่ ๖ พฤษภาคม ๒๕๕๒

ภาคผนวกที่ 2

หน้า ๗๗

ราชกิจจานุเบกษา
เล่ม ๑๒๖ ตอนพิเศษ ๙๖ ง

๔ กรกฎาคม ๒๕๕๒

ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี

เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ๒)

พ.ศ. ๒๕๕๒

โดยที่คณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ ได้มีมติเมื่อวันที่ ๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๒ เห็นชอบให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๒ ลงวันที่ ๓๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๒ ซึ่งกำหนดห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา โดยให้ยกเว้นกรณีการขายในโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม เพื่อเป็นการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวในประเทศไทยและกระตุ้นเศรษฐกิจของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๔ และมาตรา ๒๔ แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๔๑ มาตรา ๔๓ และมาตรา ๔๕ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย นายกรัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ให้ยกเลิกความในข้อ ๑ ของประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๒ ลงวันที่ ๓๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา ยกเว้นการขายในโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม”

ข้อ ๒ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๒

อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

ภาคผนวกที่ 3

ร่าง

กฎกระทรวง

ว่าด้วยการโฆษณาเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์

พ.ศ.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๒ วรรค ๑ แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๔๑ มาตรา ๔๓ และมาตรา ๔๕ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ในกฎกระทรวงนี้

“ภาพ ัญลักษณ์ของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์” หมายความว่า ภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่จัดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้โดยถูกต้องตามกฎหมาย

“ภาพ ัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์” หมายความว่า ภาพตรา ัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่จดทะเบียนบริษัทไว้โดยถูกต้องตามกฎหมายที่ไม่ซ้ำหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องหมายของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์

ข้อ ๒ การแสดงภาพ ัญลักษณ์ของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์หรือ ัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ต้องใช้ร่วมกับการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิง ร้าง รรคังคมที่ไม่มีลักษณะเป็นการอวดอ้าง รรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ หรือชักจูงใจให้มีการบริโภคเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม

การให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิง ร้าง รรคังคมตามวรรคหนึ่ง ต้องสื่อความหมาย โดยมีการนำเสนอข้อมูลหรือข้อเท็จจริงใดๆ ที่เป็นความรู้อย่างชัดเจนในลักษณะ ัง เริมคุณธรรม วัฒนธรรม หรือเป็นวิทยาการความรู้ที่ ร้างค่านิยมที่ดีของ ังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ หรือ วนหนึ่ง วนใดของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์

ข้อ ๓ ภาพ ัญลักษณ์ของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์หรือ ัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ต้องไม่มีลักษณะเป็นภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ หรือ วนหนึ่ง วนใดของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ หรือมีข้อความอันเป็นการอวดอ้าง รรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ หรือชักจูงใจให้มีการบริโภคเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมรวมอยู่ด้วย

ภาคผนวก

ภาพของสินค้าตามวรรคหนึ่งให้หมายความรวมถึง ภาพของเครื่องตีแมลงกอลไม่ว่าจะแสดงให้ปรากฏในรูปแบบหรือลักษณะใด หรือภาพของสิ่งอื่นใดที่ สามารถให้เห็นหรือทำให้เข้าใจได้ว่า มีลักษณะเป็นภาพของเครื่องตีแมลงกอล

ภาพบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีแมลงกอลตามวรรคหนึ่งให้หมายความรวมถึงภาพของภาชนะบรรจุหรือวัตถุอื่นใดที่ใช้สำหรับบรรจุหรือหุ้มห่อเครื่องตีแมลงกอล หรือภาพของสิ่งอื่นใดที่ สามารถให้เห็นหรือทำให้เข้าใจได้ว่ามีลักษณะเป็นบรรจุภัณฑ์หรือภาพบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีแมลงกอล

ข้อ ๔ การแสดงภาพ ัญลักษณ์ของเครื่องตีแมลงกอล หรือ ัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีแมลงกอลตามข้อ ๓ ให้กระทำได้ภายใต้ชื่อและหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้เท่านั้น

(๑) กรณีใช้ชื่อทางการโทรทัศน์ การฉายภาพ ภาพยนตร์ วิดีทัศน์ การแสดงภาพโดยผ่านเครื่องมีอทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่ออื่นใดในทำนองเดียวกัน ต้องมีขนาดไม่เกินกว้างร้อยละ ๕ ของพื้นที่โฆษณาทั้งหมดและไม่เกินกว้างร้อยละ ๕ ของเวลาโฆษณาทั้งหมด แต่ต้องไม่เกินกว่า ๒ วินาที โดยให้แสดงได้ตั้งแต่เวลา ๒๒.๐๐ น. ถึง ๐๕.๐๐ น. และให้แสดงภาพ ัญลักษณ์ดังกล่าวเฉพาะในตอนท้ายของการโฆษณาเท่านั้น

(๒) กรณี อังพิมพ์ ต้องมีขนาดไม่เกินกว้างร้อยละ ๕ ของพื้นที่โฆษณาทั้งหมด โดยห้ามแสดงที่ปกหน้าปกหลัง คู่หน้ากลาง หรือที่งอหุ้ม อังพิมพ์ดังกล่าว

(๓) กรณี อื่นใดนอกจาก (๑) และ (๒) ต้องมีขนาดไม่เกินกว้างร้อยละ ๓ ของพื้นที่โฆษณาในอันันๆ

ทั้งนี้ให้มีการแสดงข้อความคำเตือนทุกครั้งและตลอดเวลาขณะที่มีการแสดงภาพ ัญลักษณ์ของเครื่องตีแมลงกอลหรือ ัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีแมลงกอล โดยรูปแบบของข้อความคำเตือนนั้นให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนด

ให้ไว้ ณ วันที่ พ.ศ. ๒๕๕๒

(นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ)

นายกรัฐมนตรี

ภาคผนวกที่ 4

(ร่าง)

ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี

เรื่อง กำหนดวิธีการหรือลักษณะในการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๒

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๔ และมาตรา ๓๐(๖) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๔๑ มาตรา ๔๓ และมาตรา ๔๕ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย นายกรัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติจึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือลักษณะของการนำเอาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาผสมในน้ำหวาน น้ำผลไม้ หรือน้ำที่มีกลิ่นของผลไม้ หรืออื่นใด แล้วนำมาบ่มรวมกัน เช่น เหล้าปั่น หรือเครื่องดื่มอื่นที่ใช้วิธีการหรือลักษณะในทำนองเดียวกัน ยกเว้นการขายใน ถานบริการตามกฎหมายว่าด้วย ถานบริการ

ข้อ ๒ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่

พ.ศ. ๒๕๕๒

นายกรัฐมนตรี

ภาคผนวกที่ 5

(ร่าง)

ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี

เรื่อง กำหนด สถานที่หรือบริเวณห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พ.ศ.

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๔ และมาตรา ๒๗ (๔) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๔๑ มาตรา ๔๓ และมาตรา ๔๕ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย นายกรัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ ออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน สถานที่ หรือบริเวณที่อยู่ห่างไม่เกิน ๕๐๐ เมตรจากรั้วหรือแนวเขต สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ซึ่งจัดให้มีการศึกษาระดับที่สูงกว่าประถมศึกษาขึ้นไป

ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับ

(๑) สถานที่ที่ได้รับการยกเว้นหรือผ่อนผันจากคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานครหรือคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด โดยการพิจารณาร่วมกับ สถานศึกษาที่อยู่ในเขต

(๒) โรงแรมที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรมก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

ข้อ ๒ กรณีผู้ที่ได้รับใบอนุญาตขาย ระบุตามกฎหมายว่าด้วย ระบุ ซึ่งอยู่ในเขตตาม ข้อ ๑ ก่อนประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ ให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จนกว่าใบอนุญาตจะหมดอายุ

ข้อ ๓ ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด ๑๔๐ วัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่

พ.ศ. ๒๕๕๒

ภาคผนวกที่ 6

มติการประชุม มัชชา, ขภาพแห่งชาติประเด็นแอลกอฮอล์ ปี 2551

มัชชา, ขภาพแห่งชาติครั้งที่ 1

ระเบียบวาระที่ 3.6

13 ธันวาคม

2551

ยุทธศาสตร์ในการจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มัชชา, ขภาพแห่งชาติครั้งที่หนึ่ง

ได้พิจารณารายงานเรื่อง ยุทธศาสตร์ในการจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รับทราบ ถึงผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹ ซึ่งก่อมีผลต่อสุขภาพในทุกมิติ รวมถึงผลกระทบต่อสุขภาพทางสังคมและปัญญา การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อโรคร้ายกว่า 60 ชนิดและเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตของประชากรโลกถึง 2.3 ล้านคนต่อปี ในปีพ.ศ. 2545 สำหรับประเทศไทยการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จัดเป็นปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพอันดับสองโดยก่อภาระโรครวมถึงร้อยละ 8.1 ในปีพ.ศ. 2547

ตระหนัก ถึง ถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นทั้งปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อประชากร ความถี่ในการบริโภคที่สูงขึ้นโดยเฉพาะตัวผู้บริโภคเป็นประจำ การบริโภคของเยาวชนและประชากรอายุน้อยโดยเฉพาะในเพศหญิง และอายุในการเริ่มต้นบริโภคที่ลดลง

เข้าใจ ถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ว่ามีผลกระทบต่ออนาคตของชาติในระยะยาว โดยสร้างปัญหาสำคัญต่อกลุ่มเยาวชนและประชากรอายุน้อย และเป็นอุปสรรคในการพัฒนาคนและสังคม ก่อผลกระทบที่มีมูลค่าสูงกว่าประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่สังคมได้รับ และส่งผลกระทบต่อผู้อื่นทั้งที่บริโภคและไม่บริโภค และสังคมในวงกว้าง ภาระอันใหญ่จากปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นตกเป็นของผู้คนรอบข้าง ชุมชน และสังคมโดยรวม รัฐและสังคมจึงมีความชอบธรรมในการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตระหนัก ว่าปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น สามารถควบคุมได้ด้วยมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์² ซึ่งต้องมีความสมดุลและครอบคลุมมาตรการต่าง ๆ ทั้งนี้นโยบายในทุกระดับต้องประกอบด้วยมาตรการที่เป็นไปเพื่อการลดการบริโภค ลดความถี่ของการบริโภคและการฟื้นฟูเยียวยาแก้ไขผู้ประสบปัญหา โดยมีเป้าหมายที่ประชากรทั่วไปและกลุ่มเสี่ยงรวมถึงเยาวชน

รับรู้ ว่าประเทศที่มีทรัพยากรจำกัดจึงควรให้ความสำคัญกับมาตรการที่มีประสิทธิผลและคุ้มค่าในการลดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น มาตรการทางภาษีและการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่ม และ

¹ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 หมายถึง “ราตามกฎหมายว่าด้วยรา ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยาคูออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น”, รา ตามพระราชบัญญัติรา พ.ศ. 2493 หมายถึง “วัตถุหรือของพหุทั้งหลายที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำรา หรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อพหุกับน้ำหรือของเหลวแล้ว สามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำรา”

² นโยบายแอลกอฮอล์ หมายถึง “ความพยายามและมาตรการใดๆ จากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เป็นไปเพื่อการลดและการป้องกันปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”

ทราบว่ามาตรการการห้ามการโฆษณาโดยสิ้นเชิงนั้นจะมีผลชัดเจนในการลดปัญหาในกลุ่มเยาวชนในระยะยาว มาตรการการให้ความรู้แก่เยาวชน การควบคุมตนเองของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ราชินีไม่มีบทลงโทษทางกฎหมาย และการจัดกิจกรรมทางเลือกทดแทนการบริโภค เป็นมาตรการที่มีประสิทธิผลและความคุ้มค่าต่ำ

หวังใ้ว่าแม้ประเทศไทยจะมีมาตรการและนโยบายที่มีผลต่อ ถานการณ์ของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างหลากหลาย และมีหน่วยงานรับผิดชอบหลายองค์กร ในหลายระดับ แต่ยังไม่ สามารถควบคุมความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าที่ควร

ชื่นชม ในพัฒนาการของกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ในประเทศไทยในระยะเวลาที่ผ่านมา รวมถึงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ พ.ศ. 2551 ซึ่งกำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีหรือ รองนายกรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมายเป็นประธาน ขึ้นมามีหน้าที่กำหนดนโยบาย แผนงาน และการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการติดตามประเมินผลและตรวจ อดการดำเนินงาน

ตระหนัก ถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ของกระบวนการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย โดยเฉพาะการขาดแผนยุทธศาสตร์หรือกรอบนโยบายในการจัดการกับปัญหา ภาพการณ์ที่นโยบายและมาตรการต่างๆขาดทิศทางและ เป้าประสงค์เดียวกัน ปัญหาการมีส่วนร่วม ข้อจำกัดด้านความรู้ทางวิชาการและการนำไปใช้ และการขาดความโปร่งใ และ ปัญหาผลประโยชน์ทับซ้อนในกระบวนการ

จึงมีมติ ดังต่อไปนี้

1. ขอให้ คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ

1.1 ประกาศให้การควบคุมปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นวาระแห่งชาติและวาระแห่งท้องถิ่น พร้อมทั้งแจ้งต่อคณะรัฐมนตรีและคณะกรรมการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครอง ่วนท้องถิ่น เพื่อ พิจารณาดำเนินการตามอำนาจหน้าที่อย่างเคร่งครัดต่อไป

1.2 เริม ร้างความเข้มแข็งของกลไกในการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1) ดำเนินการให้มีกระบวนการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ โดยกา รมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง ให้แล้ว เร็วภายในระยะเวลา 1 ปี และนำมา เอนเพื่อการร ับรองในการประชุม มัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ ๑๑ แผนยุทธศาสตร์นโยบายแห่งชาตินี้ จะต้องตั้งอยู่บนฐานความรู้ทางวิชาการและ อดคล้องกับวัฒนธรรมและศีลธรรม เพื่อ นั บ นุนาการดำเนินงานของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ

2) นั บ นุณกลไกในการ ร้างความร่วมมือของหน่วยงานราชการที่มี ่วนเกี่ยวข้อง ในการจั ดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อ ร้างความเชื่อมั่นว่าการพัฒนามาตรการและ นโยบายใดๆที่มีหรืออาจจะมีผลกระทบต่อปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการเจรจาข้อค กลงการค้า จะต้องเป็นไปเพื่อการควบคุมปัญหา หรือ ไม่เป็นเงื่อนไข หรืออุป รรคต่อการควบคุมปั ญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตัวอย่างเช่นการลงนามใน บั นทึกความเข้าใจ หรือ บั นทึกความร่วมมือ ระหว่างหน่วยงาน ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

3) องค์กร ่วนท้องถิ่นต้องเป็นแกนหลัก ในการ นั บ นุให้เกิดกลไกความร่วมมือทุกภาค ่วนและพั ฒนานโยบายและมาตรการในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่น

2. ขอให้หน่วยงานของรัฐ องค์กรวิชาการ องค์กรวิชาชีพ ภาคเอกชน และภาคประชา ังคมที่ปราศจากผลประโยชน์ทับซ้อน ในทุกภาค ่วน ทุกระดับ และ ภาคี มาชิกของ มัชชาสุขภาพแห่งชาติมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งในกระบวนการจั

ภาคผนวกที่ 7

(ร่าง) แผนยุทธศาสตร์ นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ

๑ บทนำ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อปัญหาต่อสุขภาพทางกาย จิต สังคม และปัญญาของประชากรไทย ผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงตัวผู้บริโภคเท่านั้น ครอบครัว บุคคลรอบข้าง ชุมชน สังคม และประเทศล้วนมี วนแบกรับภาระจากผลกระทบ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดโรคภัยกว่า ๖๐ ชนิด และคร่าชีวิตประชากรโลกถึง ๒.๓ ล้านคนในปี ๒๐๐๔ และยังมีความสัมพันธ์กับปัญหาทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่ส่งผลถึงศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ การเติบโตทางเศรษฐกิจ การการพัฒนาของสังคมโดยรวม ในประเทศไทยนั้นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเชิงทางสุขภาพลำดับที่ ๑ โดยก่อภาระโรคคิดเป็นร้อยละ ๘.๑ ของภาระโรคทั้งหมด ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยนานาชาติอย่างชัดเจน ผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีมูลค่าสูง ๑.๕๑ แสนล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ ๑.๙๗ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ซึ่งสูงกว่าผลประโยชน์ที่สังคมได้รับในรูปแบบของภาษี ทั้งนี้ผลกระทบเชิงลบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เหล่านี้ สามารถป้องกันและหลีกเลี่ยงได้ด้วยการมีนโยบายแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิภาพและการนำไปปฏิบัติที่จริงจัง

๒ สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลกระทบ และนโยบายแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

๒.๑ ปริมาณการบริโภคเฉลี่ยของประชากรไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ยในประชากรผู้ใหญ่ไทยเพิ่มจาก ๒๗.๗ ลิตรของเครื่องดื่มต่อคนในปีพ.ศ. ๒๕๔๐ เป็น ๓๙.๓ ลิตร ในปีพ.ศ. ๒๕๕๐ โดยเฉพาะการขยายตัวของเมืองของตลาดเบียร์และวิสกี้ ปริมาณการบริโภคเบียร์เพิ่มขึ้นถึง ๑๒ เท่าระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๓๐- ๒๕๔๖ และประมาณการได้ว่าปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษีสูงประมาณ ๒ ลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่อคนต่อปีทั้งนี้ปริมาณการผลิตและนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะ ๑๐ ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มทรงตัว

๒.๒ สังคมไทยมีนักดื่มหน้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประมาณปีละ ๒.๖ แสนคน ัต วนนักดื่มในกลุ่มประชากรที่เคยมีความซุกของผู้บริโภคในระดับต่ำ อย่างเช่นประชากรเพศหญิง กลุ่มเยาวชน และ ประชากรอายุน้อย ซึ่งเป็นอนาคตของชาติ เพิ่มขึ้นชัดเจน ในขณะที่ความซุกของผู้บริโภคในประชากรสูงอายุมีแนวโน้มลดลง

๒.๓ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลายเป็นเรื่องปกติมากขึ้น ัต วนนักดื่มที่บริโภคเป็นประจำ โดยเฉพาะที่บริโภคทุกวันเพิ่มขึ้น ในทางกลับกัน ัต วนผู้บริโภคประเภทนานๆครั้งกลับลดลง ัต วนของผู้บริโภคเป็นประจำเพิ่มจากร้อยละ ๓๗.๑๔ เป็น ๔๐.๖๗ ระหว่างพ.ศ. ๒๕๓๙ ถึง ๒๕๕๐

๒.๔ ประชากรนักดื่มไทยมีรูปแบบการบริโภคที่มีความเสี่ยง โดยเฉลี่ยแล้ว นักดื่มไทยเพศชายบริโภคแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ๔๕.๗๒ กรัมต่อครั้งที่ดื่ม และ ๕๑.๙๙ กรัมในเพศหญิง ในขณะที่นักดื่มเยาวชน (๑๒-๑๙ปี) ชายมีปริมาณการบริโภคสูงถึง ๑๑๘.๓๕ กรัมต่อวันที่ดื่ม และ ๖๑.๙๕ กรัม ในเยาวชนหญิง ซึ่งล้วนจัดเป็นการดื่มแบบอันตรายและการดื่มจนเมเมา

๒.๕ ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในมิติของปริมาณและมูลค่า โดยเฉพาะ

¹ หมายถึงผู้ที่บริโภคโดยเฉลี่ยอย่างน้อย ๑ ครั้งต่อ ปดาห์

ในประเภทเครื่องดื่ม ไตล์ตะวันตก มีเครื่องดื่มประเภทใหม่ๆเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาดของไทย โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่มีกลุ่มตลาดเฉพาะ อย่างเช่นเครื่องดื่มสำหรับเยาวชน และ สำหรับนักดื่มหญิง ประชากรไทยเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่าย และรับรู้ถึงการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ในความถี่ที่สูง

๒.๖ ปัญหาสุขภาพและสังคมที่เกิดจากหรือมีความสัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลายประเภทในสังคมไทยมีความรุนแรงมากกว่าในต่างประเทศ และบาง วันมีแนวโน้มรุนแรงขึ้นตามปริมาณการบริโภคของสังคม ตัวอย่างเช่นการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุจากรถและการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย นอกจากนี้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เกี่ยวข้องกับปัญหาความยากจนทั้งระดับบุคคลและสังคม คริวเรือนไทยที่มี มาซิดัม รุรา มีค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน ๓ วันร้อยละ ๖-๘ ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด และเปลี่ยนแปลงเพิ่มใน ๓ วันที่สูงกว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้และรายจ่ายของคริวเรือน นอกจากนี้ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำนั้นยังบริโภคในลักษณะที่มีความเสี่ยงสูงกว่าด้วย

๒.๗ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมเสี่ยงทางสุขภาพ และปัญหาสังคมอื่นๆ ทั้งในลักษณะความเป็นเหตุเป็นผล ลักษณะการชักนำ และลักษณะที่พบร่วมกัน เช่นการพึ่งพินเมาควบคุมก้นหลายชนิด การบริโภคยาสูบ การทำร้ายร่างกาย พฤติกรรมทางเพศที่เป็นอันตราย การก่ออาชญากรรม ภาวะเป็นหนี้ และ การว่างงาน

๒.๘ ประเทศไทยมีการพัฒนามาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์อย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ และโครงสร้างกลไกในการจัดการกับปัญหาภายใต้ พ.ร.บ.ดังกล่าว โดยรวมนั้นประเทศไทยมีจำนวนมาตรการมากกว่าค่าเฉลี่ยนานาชาติ หากแต่ยังขาดความเข้มแข็งในเชิงเนื้อหา นโยบาย และแม้ว่าสังคมไทยได้มีความตื่นตัวต่อปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น ประชากรไทยมีความคุ้นเคยกับมาตรการต่างๆของนโยบายแอลกอฮอล์มากขึ้น แต่การนำนโยบายไปปฏิบัติยังขาดการเอาใจจริงเอาใจอย่างต่อเนือง นโยบายแอลกอฮอล์ในประเทศไทยยังมีประสิทธิผลที่ไม่น่าพึงพอใจเมื่อพิจารณาจากศักยภาพในการควบคุมปริมาณการบริโภค การควบคุมพฤติกรรมเสี่ยง และการควบคุมและลดความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๒.๙ ข้อจำกัดเชิงกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ที่สำคัญ ได้แก่ความอ่อนแอของเนื้อหา นโยบายในมาตรการบางกลุ่ม ความอ่อนแอของการนำนโยบายไปปฏิบัติ การขาดนโยบายและมาตรการในระดับพื้นที่ การขาดการติดตามและประเมินผล ปัญหาในการใช้ความรู้ทางวิชาการมาขับเคลื่อนกระบวนการนโยบาย ปัญหาความโปร่งใ ของกระบวนการนโยบาย และการเตรียมพร้อมรับมือกับภาวะคุกคามใหม่ๆ เช่นผลจากข้อตกลงเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศ อีกทั้งแนวคิดทุนนิยมและเศรษฐกิจการค้าเสรี ยังมีผลให้สังคมพิจารณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น “สินค้าธรรมดา” ไม่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปอื่นๆ โดยไม่ได้คำนึงถึงความสำคัญของนโยบายแอลกอฮอล์ในการปกป้องสุขภาพของสังคมเท่าที่ควร

๓ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผลกระทบ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นพฤติกรรมที่มีความซับซ้อนเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลักที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกัน ได้แก่ ความเข้มแข็งของนโยบายแอลกอฮอล์และการนำไปปฏิบัติ, ค่านิยมของสังคม, การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเชิง เศรษฐศาสตร์ ทรัพยากร และ ทางสังคม, ปัจจัยเชิง ริมกรบริโภคโดยเฉพาะการโฆษณา, และ ปัจจัยและเงื่อนไขรายบุคคล โดยผ่านการลองและเริ่มต้นบริโภค ดัง แสดงในภาพที่ ๑

ทั้งปริมาณและรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีผลต่อการเกิดผลกระทบ ผ่าน ามกลไกสำคัญ คือ มบัติความเป็น ารพิษของแอลกอฮอล์ (Toxicity), มบัติของแอลกอฮอล์ที่มีต่อระบบประสาท วนกลาง หรือการก่อความเมินเมา

(Intoxication), และ มัถิตการเป็น ารเพติด (Dependence) โดยก่อผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีมิติทางสุขภาพและสังคม ทั้งในระยะสั้นและยาว และความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคที่สังคมได้รับก็มีผลต่อค่านิยมในการบริโภคและทัศนคติของสังคมที่มีต่อนโยบายในการควบคุมปัญหา

ปริมาณการบริโภคเฉลี่ยในสังคม มีความสัมพันธ์กับความรุนแรงของปัญหาทั้งปัญหาแบบเฉียบพลันและเรื้อรัง ทั้งนี้เนื่องจากความรุนแรงของผลกระทบเชิงลบต่อสุขภาพหลายประเภทนั้นแปรผันตามปริมาณแอลกอฮอล์ที่บริโภค (dose-response relationship) ดังนั้นนโยบายแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิภาพจึงต้องครอบคลุมทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคทั้งห้ากลุ่ม ที่มุ่งเน้นไปที่การควบคุมปริมาณการบริโภคและรูปแบบการบริโภค ควบคู่ไปกับการจัดการควบคุมผลของการบริโภคไปพร้อมกัน

๔ คำประกาศความมุ่งมั่น หลักการพื้นฐาน วัตถุประสงค์ กลวิธี ตัวชี้วัดความสำเร็จและเป้าหมายของการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๔.๑ คำประกาศความมุ่งมั่น

การควบคุมปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นวาระแห่งชาติ และวาระแห่งท้องถิ่น

๔.๒ หลักการพื้นฐาน

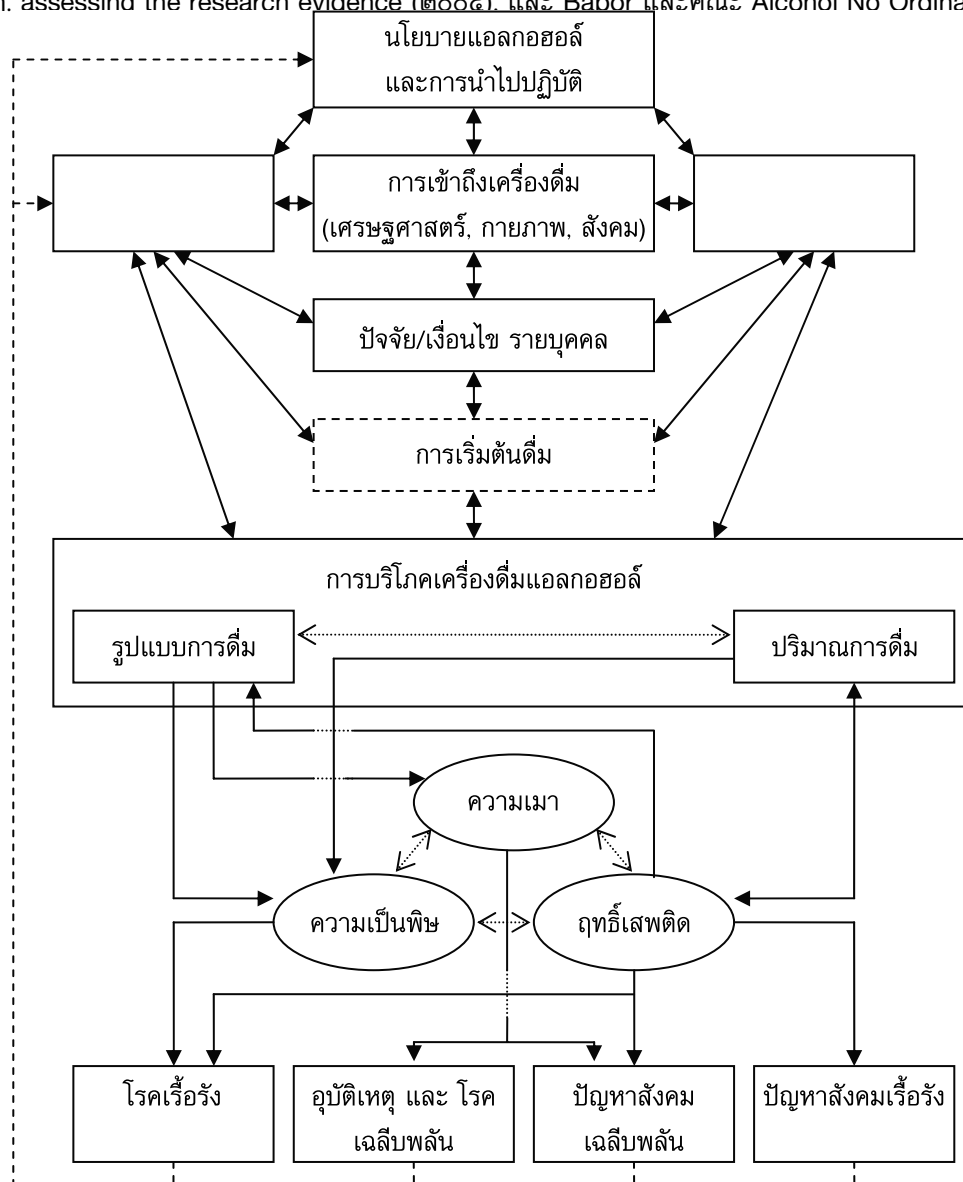
- ๑) ทุกภาคส่วนของสังคมไทยมีภาระและความรับผิดชอบในการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกัน
- ๒) การได้รับการปกป้องจากผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การเข้าถึงบริการของรัฐ และการได้รับข้อมูลที่ทำเป็นในการป้องกันและควบคุมผลกระทบที่มีหรืออาจมีต่อของตน ครอบครัวและชุมชน ถือเป็น ิทธิพื้นฐานของประชาชนไทย
- ๓) การเติบโตและการมีพัฒนาการ ในสังคมและังแวดล้อมที่มีกลไกปกป้องผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถือเป็น ิทธิพื้นฐานของเด็กและเยาวชนไทย
- ๔) การได้รับการปกป้องจากแรงกดดัน/อิทธิพลให้บริโภค ถือเป็น ิทธิพื้นฐานของ ผู้ที่ไม่ได้บริโภคและผู้ที่ไม่ต้องการบริโภคโดยเฉพาะเยาวชน
- ๕) การปกป้องผลกระทบเชิงลบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และกลยุทธการตลาดของอุตสาหกรรมสุราที่มีต่อวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่น ถือเป็น ิทธิพื้นฐานของชุมชน

ภาพที่ ๑ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

² การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เชิงเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ราคาและกำลังซื้อของประชาชนและผู้บริโภค, การเข้าถึงเครื่องดื่มเชิงกายภาพหมายถึง ความยากง่ายในการหาซื้อเครื่องดื่ม ทั้งจำนวน ตำแหน่งและความหนาแน่นของจุดขาย วันเวลาทำการของจุดขาย เงื่อนไขในการซื้อและขาย, การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเชิงสังคม (social availability) หมายถึง การได้การจัดหา หรือการชักชวนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากเพื่อน ญาติ คนในครอบครัว ที่อาจจะไม่มีลักษณะการซื้อขาย

และกลไกการก่อผลกระทบบจากการบริโภค

ดัดแปลงจาก Birckmayer และคณะ A general casual model to guide alcohol, tobacco and illicit drug prevention: assessing the research evidence (๒๐๐๔) และ Babor และคณะ Alcohol No Ordinary Commodity



(๒๐๐๓)

๔.๓ วัตถุประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ
วัตถุประสงค์ทั่วไป

เพื่อ นับ นุนาการควบคุมขนาดและความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน ังคมไทย

วัตถุประสงค์เฉพาะ

๑. นับ นุนาการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะคณะกรรมการนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการพัฒนามาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์ ร้างความเข้มแข็งในการนำนโยบายไปปฏิบัติ และ ศักยภาพในการติดตามประเมินผลนโยบายแอลกอฮอล์
๒. นับ นุบทบาทและการมีส่วนร่วมของทุกภาค ่วน โดยเฉพาะในระดับพื้นที่ในการป้องกันและควบคุมปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
๓. เป็นเครื่องมือในการกำหนดเป้าหมายระยะยาวของ ังคมไทยในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลพลอยได้

แผนยุทธศา ตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติและกระบวนการจัดทำ เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ร่วมกันของ ังคมเพื่อ ร้างความเข้าใจร่วมกันถึงปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเครื่องมือในการแก้ปัญหา

๔.๔ กลวิธี

หลักการพื้นฐานในมิติกระบวนการของยุทธศา ตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ

- ๑) พัฒนาและปรับปรุงนโยบายแอลกอฮอล์ ลักษณะผ มพ านระหว่างยุทธศา ตร์ ทั้งห้า โดยเน้นที่มาตรการที่มีประ ทิผลและความคุ้มค่า ในทุกระดับนโยบายตั้งแต่ระดับชุมชน ไปจนถึงประเทศ และพัฒนาความเข้มแข็งของการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง
- ๒) ยุทธศา ตร์จะกำหนดความครอบคลุมและทิศทางในการพัฒนาแผนปฏิบัติการในยุทธศา ตร์และมาตรการ และระดับนโยบายต่างๆ
- ๓) ยุทธศา ตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติยอมรับความยืดหยุ่นในการพัฒนาแผนปฏิบัติการตามระดับความพร้อมของแต่ละ ยุทธศา ตร์และมาตรการ และแต่ละระดับนโยบายและพื้นที่
- ๔) ยุทธศา ตร์นโยบายแอลกอฮอล์ ระดับชาติ และแผนปฏิบัติการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ควรมีการกำหนดเป้าหมายและความคาดหวังเป็นขั้นตอน ทั้งในมิติระดับบุคคล มิติเชิงพื้นที่ และระดับยุทธศา ตร์

แผนยุทธศา ตร์นี้มีเป้าหมายเชิงกลไกของนโยบาย ัประการ คือ

- ๑) ควบคุมและลดปริมาณการบริโภคของ ังคม
- ๒) ป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ และ ควบคุมความชุกของผู้บริโภค
- ๓) ลดความเียงของการบริโภค ทั้งในมิติของปริมาณการบริโภค, รูปแบบของการบริโภค และพฤติกรรมหลังการบริโภค
- ๔) จำกัดและลดความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภค

๔.๕ ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนยุทธศา ตร์และเป้าหมาย

จากวัตถุประสงค์ในการควบคุมผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การประเมินความสำเร็จของแพ

ภาคผนวก

นโยทธศา ตรีฯ ในภาพรวมควรจะอาศัยตัวชี้วัดที่มีความจำเพาะเจาะจง มีความสามารถในการทำนายความรุนแรงของปัญหา วัตถุประสงค์ได้อย่าง ม่า มอ โดยมีต้นทุนในการได้มาซึ่งข้อมูลไม่ยุ่งยาก (เช่น มีการดำเนินการจัดเก็บอยู่แล้ว) และ อดคล้องกับเป้าหมายหลักเชิงกลไกทั้ง ๓ ประการ ดังแ ดงในตารางที่ ๑ ซึ่งประกอบด้วยตัวชี้วัดพื้นฐานและตัวชี้วัดเพิ่มเติมซึ่งมีความซับซ้อนมากกว่า หรือต้องลงทุนเพิ่มเติม

โดยรวมนั้นเป้าหมายหลักของแผนยุทธศา ตรีฯ กำหนดไว้ที่ ๕ปี (พ.ศ. ๒๕๕๘) และ ๑๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓) โดยประเมินจาก ปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อประชากร, ความชุกของผู้บริโภคในประชากรและในเยาวชน และ ัด วนของผู้บริโภคประจำ (มากกว่าหรือเท่ากับ ๑ครั้ง/เดือน) ดังแ ดงในตารางที่ ๒

ตารางที่ ๑ ตัวชี้วัดพื้นฐานและตัวชี้วัดเพิ่มเติม ของแผนยุทธศา ตรีนโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ

	ตัวชี้วัด พื้นฐาน	ตัวชี้วัด เพิ่มเติม
ปริมาณการบริโภคของสังคม'	ปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อประชากร ผู้ใหญ่	
ป้องกันนักดื่มหน้าใหม่	ความชุกของผู้บริโภคในประชากร ๑๕-๑๙ และ ๒๐-๒๔ ปี	
ความชุกของผู้บริโภค	ความชุกของผู้บริโภคในประชากร ผู้ใหญ่	
ความเสี่ยงของการบริโภค		
ปริมาณการบริโภค		<ul style="list-style-type: none"> ● ความชุกของผู้ที่บริโภคเกิน ๕ ดืม มาตรฐาน (prevalence of binge drinkers) ● ปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อครั้ง (drinking intensity) ● สัดส่วนนักดื่มที่บริโภคในปริมาณสูง* ต่อ ครั้งหรือวันดื่ม และ ต่อวัน
รูปแบบของการบริโภค	จำนวนและ สัดส่วนผู้บริโภครประจำ	สัดส่วนของผู้ที่บริโภคจนรู้สึกมึนเมา
พฤติกรรมหลังการบริโภค	ความชุกของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรม ดืมแล้วขับชียนพาหนะ	
ความรุนแรงของปัญหา		<ul style="list-style-type: none"> ● ความชุกของผู้มีภาวะติดสุรา ● สัดส่วนของผู้บริโภคที่มีคะแนนความ รุนแรงของปัญหาสูง** ● ความรุนแรงของปัญหาสุขภาพ-ปัญหา สังคมที่มีการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เป็นปัจจัยสำคัญ เช่น อุบัติเหตุจราจร

หมายเหตุ :

* ตัวอย่างเช่นร้อยละของผู้ที่บริโภคที่บริโภคแอลกอฮอล์เกิน ๔๐ กรัม ต่อครั้ง หรือต่อวัน

** ตัวอย่างเช่น ัด วนผู้ที่มีคะแนน Alcohol Use Disorder Identification Test (AUDIT) มากกว่า ๗ ในหมู่ประชากรหรือนักดื่ม

ตารางที่ ๒ เป้าหมายของแผนยุทธศา ตรีนโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ

เป้าหมาย	หน่วย	พ.ศ. ๒๕๕๐	๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๔)			๑๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓)		
			คาดการณ์เบื้องต้น*	เป้าหมาย	การเปลี่ยนแปลงจาก ๒๕๕๐	คาดการณ์เบื้องต้น*	เป้าหมาย	การเปลี่ยนแปลงจาก ๒๕๕๐
ปริมาณการบริโภคต่อประชากร	ลิตรของเครื่องดื่มต่อคนต่อปี	๓๙.๓	๔๙.๗๐	๓๙.๓	คงที่	๕๖.๗๖	๓๗.๓๔	-๕%
ความชุกของผู้บริโภคในประชากรผู้ใหญ่	ร้อยละ	๓๐.๐%	๓๐.๖๙%	๒๔.๕%	-๕%	๓๐.๒๕%	๒๗.๐%	- ๑๐%
ความชุกของผู้บริโภคในประชากร ๑๕-๑๙ ปี	ร้อยละ	๑๒.๗%	๑๕.๓๗%	๑๒.๗%	คงที่	๑๖.๖๗%	๑๒.๐๗%	-๕%
สัดส่วนของผู้บริโภคประจำ** ต่อผู้บริโภคทั้งหมด	ร้อยละ	๔๐.๖๗%	๔๕.๔๔%	๔๐.๖๗%	คงที่	๔๔.๔๓%	๓๘.๖๓%	-๕%

หมายเหตุ :

* คำนวณจากการเปลี่ยนแปลงแบบเส้นตรงจากฐานข้อมูลระหว่างปี ๒๕๓๙ - ๒๕๕๐

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และกรมสรรพสามิต

** หมายถึงผู้ที่บริโภคโดยเฉลี่ยอย่างน้อย ๑ ครั้งต่อปี

๕ ยุทธศา ตรีในการจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์มีประสิทธิผลและต้นทุน-ประสิทธิผลหรือความคุ้มค่าต่างกัน มาตรการที่ดีที่สุดในประการของนโยบายแอลกอฮอล์ ประกอบไปด้วย การจำกัดอายุผู้ซื้อ, การที่รัฐเป็นเจ้าของร้านค้าปลีก, การจำกัดเวลาในการขาย, การจำกัดความหนาแน่นของจุดขาย, ระบบภาษี, การคุ้มครองระดับแอลกอฮอล์ในลมหายใจของผู้ขับขี่, การลดเพดานระดับแอลกอฮอล์ในเลือดของผู้ขับขี่, การยึดใบอนุญาตขับขี่ ซึ่งหมายถึงการห้ามผู้ขับขี่ขณะมีเมามาไปขับขี่อีก, การกำหนดระดับบัตรอนุญาตขับขี่เป็นขั้นตอนโดยคำนึงถึงพฤติกรรมขับขี่ขณะมีเมมา และการคัดกรองผู้มีความเสี่ยงเบื้องต้น (brief intervention) มาตรการการห้ามหรือควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเข้มข้น มีประสิทธิผลในการป้องกันนักดื่มหน้าใหม่และควบคุมการบริโภคของเยาวชน จึงเป็นประโยชน์ต่อสังคมในระยะยาว กลุ่มมาตรการที่มีประสิทธิผลและความคุ้มค่าสูง ได้แก่ มาตรการทางภาษีและราคา การจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่ม การควบคุมหรือห้ามการโฆษณา และการควบคุมพฤติกรรมขับขี่ขณะมีเมมาอย่างจริงจัง

มาตรการการให้ความรู้ รางความตระหนัก จัดเป็นมาตรการที่มีประสิทธิผลและความคุ้มค่าต่ำ อย่างไรก็ตามแม้ว่าทั้ง ๒ มาตรการจะมีประสิทธิผลในการควบคุมปัญหาโดยตรงจำกัด อาจ ามารถ รางผลพลอยได้ที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการนโยบาย ในขณะที่ยังไม่มีหลักฐานทางวิชาการใดที่สนับสนุนให้เห็นว่า มาตรการการควบคุมตนเองของอุตสาหกรรม การขายและโฆษณา มีประสิทธิผลในการควบคุมปัญหา อีกทั้งการให้ความรู้ใน

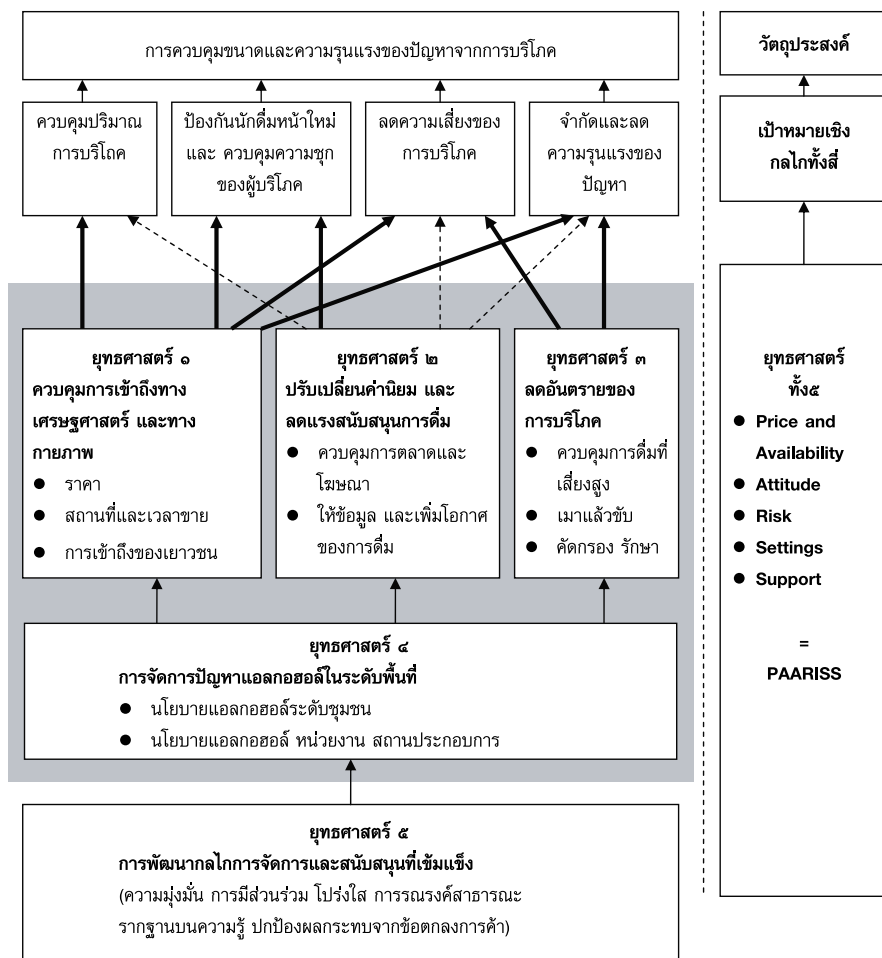
ภาคผนวก

ารรูปแบบกลับมีผลเสียต่อ ถานการณ์ความรุนแรงของปัญหา เช่นการชักนำให้บริโภค หรือ ร้างความคุ้นเคยต่อการบริโภคในหมู่เยาวชนและประชากรทั่วไป ด้วยการรณรงค์ให้ดื่มอย่างรับผิดชอบ

แผนยุทธศาสตร์ นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาตินี้ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ย่อยซึ่งมี เป้าประสงค์ต่างกัน มุ่งเน้นไปที่การบรรลุเป้าหมายเชิงกลไกทั้งนี้ แต่มีจุดมุ่งหมายเพื่อ นับ นุนกันและกัน ดังแ ดงในภาพที่ ๒ โดยในแต่ละ ยุทธศาสตร์ทั้งห้า จะประกอบด้วยมาตรการย่อยหลากหลาย ซึ่งหลายมาตรการ ามารถตอบ นองได้มากกว่าหนึ่งหลายว ัตถุประสงค์ ใน ถานการณ์ข้อจำกัดของทรัพยากรในการจัดการกับปัญหา แผนยุทธศาสตร์นี้ได้กำหนดระดับความำคัญของมาตรการตามประิทธิผลและความคุ้มค่าของมาตรการดังแ ดงในตารางที่ ๓

- ยุทธศาสตร์ที่หนึ่ง การควบคุมการเข้าถึงทางเศรษฐศาสตร์และทางกายภาพ (Price and Availability)
- ยุทธศาสตร์ที่สอง การปรับเปลี่ยนค่านิยมและแรง นับ นุนในการดื่ม (Attitude)
- ยุทธศาสตร์ที่สาม การลดอันตรายจากการบริโภค (Risk reduction)
- ยุทธศาสตร์ที่สี่ การจัดการปัญหาแอลกอฮอล์ในระดับพื้นที่ (Alcohol policy at every Settings)
- ยุทธศาสตร์ที่ห้า การพัฒนากลไกการจัดการและ นับ นุนที่เข้มแข็ง (Support)

ภาพที่ ๒ ยุทธศาสตร์ทั้งห้า และความเชื่อมโยงกับเป้าหมายเชิงกลไก และวัตถุประสงค์ของแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ



๕.๑ ยุทธศาสตร์ที่หนึ่ง การควบคุมการเข้าถึงทางเศรษฐกิจ ตรีและทางกายภาพ

	มาตรการหลัก	มาตรการรอง	มาตรการสนับสนุน
ควบคุมปริมาณการบริโภคของสังคม	<ul style="list-style-type: none"> • ภาษีและราคา • ควบคุมการเข้าถึง 	<ul style="list-style-type: none"> • ควบคุมการโฆษณา • มาตรการระดับชุมชน • การปราบปรามเครื่องดื่มนอกระบบภาษี 	<ul style="list-style-type: none"> • การรณรงค์สาธารณะ
ป้องกันนักดื่มหน้าใหม่และ ควบคุมความชุกของผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> • ควบคุมการโฆษณา • ภาษีและราคา • ควบคุมการเข้าถึง 	<ul style="list-style-type: none"> • การให้ความรู้ • การดัดแปลงบริบทและเงื่อนไขการดื่ม 	<ul style="list-style-type: none"> • การรู้เท่าทันกลยุทธการตลาดของอุตสาหกรรมสุรา • การรณรงค์สาธารณะ
ลดความเสี่ยงของการบริโภค	<ul style="list-style-type: none"> • ควบคุมพฤติกรรมชั่วขณะมีนเมา • การดัดแปลงบริบทและเงื่อนไขการดื่ม • ภาษีและราคา • ควบคุมการเข้าถึง 	<ul style="list-style-type: none"> • มาตรการระดับชุมชน • ความร่วมมือของผู้ประกอบการ 	<ul style="list-style-type: none"> • การปรับทัศนคติของสังคมต่อความมีนเมาและผลกระทบ • การรณรงค์สาธารณะ
จำกัดและลดความรุนแรงของปัญหา	<ul style="list-style-type: none"> • การคัดกรองและบำบัดรักษา • ภาษีและราคา • ควบคุมการเข้าถึง 	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบบริการสุขภาพ • มาตรการระดับชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> • การรณรงค์สาธารณะ

ความคาดหวัง: เพื่อควบคุมการบริโภคสุราของประชาชนโดยรวมและในกลุ่มเสี่ยง ผ่านกลไกควบคุมที่ทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ราคาไม่ถูก และหาซื้อไม่ง่าย

๕.๑.๑ มาตรการทางภาษีและราคา

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีอิทธิพลต่อทั้งปริมาณและรูปแบบการบริโภค ผู้บริโภคทุกกลุ่มมีการบริโภคลดลงเมื่อราคาเพิ่มขึ้นโดยมีระดับการเปลี่ยนแปลงที่ต่างกัน เยาวชน คนหนุ่มสาวเป็นกลุ่มที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสูง โดยทั่วไป รัฐได้ประโยชน์จากการปรับเพิ่มอัตราภาษีสุราทั้งในด้านการควบคุมการบริโภคและรายได้ของรัฐที่เพิ่มขึ้น ในเชิงนโยบายควรให้ความสำคัญกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีราคาต่ำใน องค์คือ เครื่องดื่มที่มีราคาต่อบรรจุภัณฑ์ต่ำ (ราคาต่อขวด) เช่น เบียร์ เหล้าปั่น และเครื่องดื่มที่มีราคาต่อปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่ำ เช่น เหล้าขาว

ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยจัดว่ามีราคาต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยนานาชาติ โดยเมื่อปรับตามปรับตามค่าครองชีพในประเทศต่างๆ ราคาเบียร์ในประเทศไทยถูกกว่าราคาเฉลี่ยนานาชาติถึง ๒.๓๖ เท่า ในขณะที่ราคา รากันในไทยก็ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยนานาชาติถึงร้อยละ ๗๕.๗ นอกจากนั้นในรอบหลายปีที่ผ่านมา ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แท้จริง (real price) เปลี่ยนแปลงในทิศทางคงที่และลดลง ซึ่ง ขนทางกับการเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้ประชากรไทยมีกำลังซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (affordability) เพิ่มขึ้น

ภาษี รรพ ามิตเป็นภาษีที่มีอิทธิพลสูง ต่อต่อราคาของเครื่องดื่ม ระบบภาษีสุรา รรพ ามิตของไทยเป็นระบบพ มพ าน ระหว่างอัตราภาษี องระบบคืออัตราตามตามมูลค่า และตามปริมาณแอลกอฮอล์ โดยหลักการเป็นการพ านหลั

การในการควบคุมการบริโภคและค่าใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย จึงมีจุดแข็งดีกว่าระบบภาษีโดยอัตราได้อัตราหนึ่งอย่างเดี่ยว แต่ข้อจำกัดที่ **การบังคับใช้ที่เคร่งครัดที่ผู้ประกอบการที่ประสงค์จะขายสินค้าที่ขายที่ปรเภทต่างๆ (tax rate anomaly)** ซึ่งทำให้เครื่องตีมีบางประเภทมีราคาต่ำกว่าประเภทอื่นอย่างมีนัยสำคัญ, การขาดการกำหนดวาระในการปรับอัตราภาษีให้สอดคล้องกับ ภาพเศรษฐกิจ ซึ่งมี วนทำให้ราคา, ราคาที่แท้จริงถูกลงจากภาวะเงินเฟ้อ และ ความอ่อนแอในการปราบปราม, รานอกระบบภาษี นอกจากนี้ยังไม่มีระบบการใช้ ภาษีบำรุงท้องถิ่น ซึ่งจัดเก็บเพิ่มอีกร้อยละ ๑๐ จากภาษี รพ ามิต, รา ไปเพื่อ นับ นุนการควบคุมปัญหาจากการบริโภค, ราโดยตรง รวมถึงการใช้เป็นแรงจูงใจ ำหรับ องค์การปกครอง วนท้องถิ่น

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดหลัก

- ราคาขายปลีกของเครื่องตีแอลกอฮอล์ ที่มีราคาต่ำที่สุด (ทั้งราคาต่อบรรจุภัณฑ์ และ ราคาต่อปริมาณ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์)
- ร้อยละของมูลค่าภาษี รพ ามิตต่อราคาขายปลีกเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่มีราคาต่ำ

ตัวชี้วัดเพิ่มเติม

- ความ ามารถในการซื้อ3เครื่องตีที่มีราคาต่ำของผู้ที่มีรายได้ขั้นต่ำในแต่ละพื้นที่
- ปริมาณการบริโภคเครื่องตีแอลกอฮอล์นอกระบบภาษี

แนวทาง

- ให้ความสำคัญกับคุณค่าในการควบคุมการบริโภคและป้องกันปัญหาในระบบภาษี รพ ามิต, รา
- ปรับเพิ่มอัตราภาษีโดยรวม และลดความลักลั่นของอัตราภาษีระหว่างเครื่องตีประเภทต่างๆ โดยให้ความสำคัญกับเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่มีราคาต่ำ
- วางระบบการปรับอัตราภาษี ให้มีความโปร่งใ และความต่อเนื่อง มำ, มอเพื่อให้เหมาะสม กับ ภาพ เศรษฐกิจ
- ปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการผลิต, ราให้สูงขึ้น เพื่อเป็นกลไกทางภาษีและราคา และกลไกเพื่อลด การเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์โดยอ้อม
- พัฒนากลไกในการนำระบบภาษีบำรุงท้องถิ่น มาใช้ในการควบคุมปัญหาจากเครื่องตีแอลกอฮอล์ รวมถึง ใช้เป็นระบบแรงจูงใจให้กับองค์การปกครอง วนท้องถิ่นในการดำเนินการควบคุมปัญหา
- เพิ่มศักยภาพในการปราบปรามเครื่องตี ภาษีนอกระบบ ทบทวนระบบการจัดเก็บภาษ ที่เอื้อต่อการ จำหน่ายและบริโภคเครื่องตีนอกระบบภาษี โดยเฉพาะระบบและกลไกการจัดเก็บภาษ จากผู้ผลิต, ราชุมชน และกำหนดงบประมาณเฉพาะ วนหนึ่งจากภาษี รพ ามิต, รา เพื่อใช้ในการปราบปราม, ราน อกระบบ ภาษีอย่างเคร่งครัด รวมถึงนำไปใช้ นับ นุนผู้ประกอบการรากหญ้าให้หาอาชีพทางเลือกที่ไม่เป็นภ ยต่อ ังคมเท่ากับการผลิต, รา

๕.๑.๒ มาตรการควบคุม ถานที่ และวันเวลา ขายเครื่องตีแอลกอฮอล์

³ ตัวอย่างเช่น จำนวนชั่วโมง ที่ต้องทำงานเพื่อให้มีรายได้พอ ำหรับซื้อเครื่องตี ในประชากรที่มีรายได้ขั้นต่ำ

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

การควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อป้องกันมิให้ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปไปหาซื้อ ุราได้โดยง่าย การควบคุมการเข้าถึงในเชิงกายภาพจัดเป็นกลุ่มมาตรการที่มีประสิทธิผลในการลดปัญหา โดยเฉพาะการควบคุมจุดขายผ่านการออกใบอนุญาต และการกำหนดเวลาขาย การออกใบอนุญาตขายปลีก ุราของไทยนั้นไม่ได้เป็นไปเพื่อการควบคุมปัญหาโดยตรง แต่เป็นไปบนหลักการเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการจัดจำหน่าย เครื่องตีแม่ ประเทศไทยมีมาตรการกำหนดบริเวณห้ามจำหน่ายเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์ เช่นในบริเวณ วัดและ ถานที่ทางศาสนา ถานบริการ ธารณสุขของรัฐและ ถานพยาบาลตามกฎหมาย ถานที่ราชการ (ยกเว้นบริเวณร้านค้าหรือ โม ร) หอพัก ถานศึกษา ถานบริการเชื้อเพลิง วน ธารณะของทางราชการ และบริเวณที่ ต่อเนื่องติดกับ ถานศึกษา วนในประเด็นเวลาในการขายนั้น กฎหมายไทยอนุญาตให้ขายปลีก ุราได้ในช่วงเวลา คือระหว่าง ๑๑.๐๐-๑๔.๐๐ และ ๑๗.๐๐-๒๔.๐๐ นาฬิกา

ข้อจำกัดประการ ำคัญคือการขาดมาตรการในการควบคุมจำนวนและ/หรือความหนาแน่นของจุดขาย และการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังและการติดตามประเมินผล รวมไปถึงบทลงโทษผู้กระทำผิด การเข้าถึงเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์จึงไม่ใช่ปัญหา ำหรับผู้บริโภคและประชากรชาวไทย ในปีพ.ศ. ๒๕๔๗ มีร้านค้าที่ได้รับอนุญาตจำหน่ายเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์ถึง ๕๕๕,๗๐๐ ร้าน หรือประมาณหนึ่งร้านต่อประชากรไทย ๑๑๐ คน โดยผู้บริโภคใช้เวลาเฉลี่ยเพียง ๗.๕ นาทีในการหาซื้อ และมีผู้บริโภคเพียงร้อยละ ๓ ที่รายงานว่ามีปัญหายากในการหาซื้อ นโยบายการอนุญาตขาย ุรายังไม่เป็นไปเพื่อการควบคุมปัญหา ทั้งจากขั้นตอนที่ง่ายและรวดเร็ว ค่าธรรมเนียมที่ถูก และยังมีใบอนุญาตบางประเภทที่มีความเสี่ยงต่อปัญหา เช่น การขาย ุราแบบชั่วคราว/การขายเร ่อเนื่องมีการประมาณว่าจุดขายที่ไม่ได้รับอนุญาตมีประมาณร้อยละ ๒๐ ของจุดขายทั้งหมด และในอนาคตอันใกล้มีความเป็นไปได้สูง ที่องค์การปกครอง วนท้องถิ่นจะมีบทบาทในการออกใบอนุญาตขาย ุรา แทนกลไกของกรม รรพ ามิต

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดพื้นฐาน

- จำนวนผู้ได้รับใบอนุญาตขายปลีก ุรา
 - ความหนาแน่นของจุดขาย (จำนวนจุดขายต่อประชากร/ จำนวนจุดขายต่อเขตการปกครอง)
 - จำนวนการดำเนินคดีการขาย ุราโดยผู้ไม่ได้รับการอนุญาต และการขาย ุรานอกเวลาที่กำหนด
- ตัวชี้วัดเพิ่มเติม
- อัตราความสำเร็จในการซื้อเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์นอกเวลาที่กำหนด

แนวทาง

● ทบทวน และปรับปรุงระบบการออกใบอนุญาตขาย ุรา โดยให้ ความ ำคัญกับคุณค่าในการควบคุมการ บริโภคและป้องกันปัญหาจากการบริโภค ุรา โดยเฉพาะการควบคุมและลดจำนวนและความหนาแน่น ของจุดขาย ุรา ผ่านทั้งกลไกเงื่อนไขของผูรับอนุญาตขั้นตอนและค่าธรรมเนียม และประเภทของใบอนุญาต

- นับ ุนองค์การปกครอง วนท้องถิ่นในการพัฒนาระบบการออกใบอนุญาตขาย ุราให้ อดคล้องกับทิศทางการควบคุมปัญหาจากการบริโภค เช่นการจำกัดจำนวนและความหนาแน่นของจุดขาย ุรา การกำหนดพื้นที่ในการห้ามขาย ทั้งนี้โดยการมี วนร่วมของชุมชน
- พัฒนาประสิทธิภาพของระบบตรวจตรา เผ้าระวัง ติดตาม และลงโทษ การขายเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์นอกเวลา ถานที่และเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด

- พิจารณาเพิ่ม สถานที่ในการควบคุมและห้ามจำหน่าย ระบุ โดยให้ความสำคัญกับบริเวณพื้นที่ที่มีความเสี่ยง เช่น บริเวณทางเท้า ทาง ธารณะ บริเวณใกล้ สถานศึกษาและหอพัก พื้นที่การแข่งขันกีฬา การแสดงดนตรี และ งานวัฒนธรรมและพื้นที่ใกล้เคียง รวมถึงการกำหนดโซนนิ่ง สำหรับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเงื่อนไขต่างๆ
- พิจารณาเพิ่มเวลาในการห้ามจำหน่าย ระบุ โดยให้ความสำคัญกับช่วงเวลาที่มีความเสี่ยง เช่น ในช่วงเวลาเทศกาลวันหยุดยาว

๕.๑.๓ มาตรการควบคุมการเข้าถึง ราชอาณาจักรของเยาวชน

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

การบริโภค ราชอาณาจักรของเยาวชนมีนัย ำคัญทั้งมิติของปัญหา โดยเฉพาะผลกระทบต่อสังคม และ ในมิติของการจัดการปัญหา ในแง่การบริโภค ราชอาณาจักร เยาวชนไทยมีแนวโน้มที่จะบริโภคอย่างอันตราย และมีความเสี่ยงต่อปัญหา ุญกว่านักดื่มวัยผู้ใหญ่ ในแง่ของการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เยาวชนเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ และมักบริโภคเครื่องดื่มที่มีราคาต่ำ ังคมต่างๆก็มีมาตรการในการจัดการกัก ับการดื่มของเด็กและเยาวชนเป็นการเฉพาะ กฎหมายไทยกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ ๒๐ ปี และห้ามผู้ใดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เยาวชนอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี ยกเว้นการบำบัดทางการแพทย์ ห้ามเยาวชนอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี ซื้อ ขาย บริโภคและเข้าไปยัง ถานที่ที่จัดไว้ ำหรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และห้ามเยาวชนต่ำกว่า ๒๐ ปี เข้าใน ถานบันเทิง อย่างไรก็ตามข้อจำกัดประการ ำคัญคือการขาดการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังและการติดตามประเมินผล รวมไปถึงบทลงโทษผู้กระทำผิด

นอกจากนี้มาตรการที่ยังถือเป็น วนขาดของประเทศไทยในการควบคุมการดื่มของเยาวชนได้แก่ การจัดการกัก ับเครื่องดื่มที่เป็นที่ นใจของเยาวชนโดยเฉพาะ เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม น้ำผลไม้ มแอลกอฮอล์ เหล้าปั่น เช่นกันกับการควบคุมจุดขายที่ดึงดูดใจเยาวชน เช่น ถานบันเทิง ชุมอาหาร ร้านอาหารบางประเภท การจัดการดังกล่าวดำเนินมาได้โดยหลายมาตรการควบคู่ไปกับการจำกัดอายุผู้ซื้อและผู้ดื่ม ุรา เช่นมาตรการกำหนดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขั้นต่ำ (minimum price measure) เพื่อเป็นการกำหนดมิให้ผู้บริโภคโดยเฉพาะเยาวชนหาซื้อ ุราได้ในราคาที่ต่ำจนเกินไป การกำหนดอัตราภาษีที่ ึ่งเป็นพิเศษ ำหรับเครื่องดื่มที่ดึงดูดเยาวชน และ การกำหนดพื้นที่ห้ามขาย ุราในพื้นที่และในเงื่อนไขที่มีเยาวชนหนาแน่นและ/หรือเข้าถึงได้ง่าย เช่น รอบบริเวณ สถานศึกษา หอพัก ค่ายเยาวชน ในการแสดงดนตรี การแข่งขันกีฬา

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดพื้นฐาน

- ความชุกของผู้บริโภคในประชากร ๑๕-๑๙ ปี
ตัวชี้วัดเพิ่มเติม
- ความชุกของผู้บริโภคในประชากรวัยก่อน ๑๕ ปี
- อัตราการตรวจหลักฐานอายุ (เช่นบัตรประชาชน)
- อัตราความสำเร็จในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์

แนวทาง

- พัฒนาประสิทธิภาพของระบบตรวจตรา เผ่าระวัง ติดตาม และลงโทษ การขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม
- พัฒนามาตรการทางภาษีและราคาเป็นการเฉพาะ สำหรับเครื่องตี้มที่เป็นที่ นิใจของเยาวชน
- พิจารณาความเป็นไปได้ในการใช้มาตรการการกำหนดราคาขั้นต่ำของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ทั้งผ่านและไมผ่านระบบภาษี ครอบ ามิต
- พิจารณาเพิ่ม ถานที่ในการห้ามจำหน่าย ุรา โดยให้ความ ำคัญกับบริเวณพื้นที่และเงื่อนโซที่มีเยาวชนหนาแน่นและ/หรือเข้าถึงได้ง่าย เช่น ทาง ารณะ บริเวณใกล้ ถานศึกษาและหอพัก พื้นที่การแข่งขันกีฬา และการแ ดงดนตรี
- บัคนแหล่งที่มาของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ที่ขายหรือให้เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ แก่เยาวชนต่ำกว่า ๒๐ และ ๑๔ ปีตามลำดับที่กระทำผิดกฎหมาย ก่ออาชญากรรม และมีพฤติกรรมการซบซึ่ยานพาหนะขณะมีนเมา และพัฒนาโลกการลงโทษ

๕.๒ ยุทธศา ตร์ที่ อง การปรับเปลี่ยนค่านิยมและลดแรง นั้บ นุนในการตี้ม

ความคาดหวัง: เพื่อปรับเปลี่ยนบรรยากาศทาง ังคม ไปที่ทัศนคติที่เห็นว่า ุราไม่ใช่นั้บ ค้าธรรมดา และ ลดควา มนำ นใจในการบริโภคโดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน

๕.๒.๑ มาตรการควบคุมการตลาดและโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณั้

ช ้อมูล วิ ษาการ ทั้ง ใน ต่าง ประเทศ และ ใน ประเทศ ไทย แ ดง ให้ เห็น ว่า การ โฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์รวมถึงการ นั้บ นุนกิจกรรมต่างๆของอุตสาหกรรม ุรามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มตี้ม การอยากลอง การเลือกบริโภค ทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ความคาดหวังถึงผลการบริโภค และทัศนคติที่เห็นว่า การบริโภคเป็นปกติของ ังคม และยังแ ดง ให้ เห็น ถึง ความ ัมพันธ์ระหว่างงบประมาณในการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และการได้รับชมรับฟังเนื้อหาโฆษณา(exposure) กับระดับความรุนแรงของปัญหาในกลุ่มเยาวชน การควบคุมการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ จึงเป็นกลไกในการควบคุมปัญหาในระยะยาวที่มีประิทธิผล โดยเฉพาะ ในกลไกการป้องกันนักตี้มหน้าใหม่

เนื้อหาของมาตรการการควบคุมการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ จะต้องพิจารณาในหลายประเด็นได้แก่ การควบคุมช่องทางโฆษณา การควบคุมเนื้อหาการโฆษณา การควบคุมการ นั้บ นุนกิจกรรมต่างๆของอุตสาหกรรม ุรา และ มาตรการการพนวกค่าเตือนในโฆษณา อย่างไรก็ตามมาตรการค่าเตือนจัดเป็นมาตรการที่มีประิทธิผลจำกัดอย่างยิ่ง

การควบคุมการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในยุคใหม่ของประเทศไทยเริ่มต้นในปี พ.ศ. ๒๕๔๖ จากมติของคณะรัฐมนตรีในวันที่ ๒๙ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๔๖ และนำมาซึ่งกฎหมายหลายฉบับ ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติช่องทางโฆษณา (เวลาที่ออกอากาศ และพื้นที่ในการตั้งป้ายโฆษณา), เนื้อหาของการโฆษณา (เช่นห้ามการโฆษณาที่มีเนื้อหาเชิญชวนให้บริโภค เชื่อมโยงการบริโภคกับความ ำเร็จด้านารงาน ด้านแรงดึงดูดทางเพศ ผลประโยชน์ทาง ุภาพ การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในโฆษณา การแจกและแลกของ มนาคุณ), และ มาตรการค่าเตือนที่โฆษณา ซึ่งต่อมาได้ถูกเปลี่ยนแปลงและผนวกเข้าใน พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ซึ่งได้ทำการห้ามการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทั้งหมด แต่อนุญาตให้เผยแพร่ความรู้เชิง รั้ง รัค ังคมโดยไม่ปรากฏภาพของสินค้า ซึ่งอาจจะก

กล่าวได้ว่า พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้ขยายพื้นที่ความหมายของการโฆษณา แต่ยังมีเนื้อหาของมาตรการในหลาย วนยังต้องรอความชัดเจนจากกฎกระทรวงต่อไป (ยังไม่มี ณ กรกฎาคม ๒๕๕๒ ซึ่งที่ผ่านมาเกิดช่องว่างในระเบียบ โดยเฉพาะใน วนการควบคุมเนื้อหาของโฆษณา)

ข้อจำกัดของการควบคุมการตลาดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ประกอบด้วย ความครอบคลุมช่องทางการโฆษณา ซึ่งมีรูปแบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อีกหลายช่องทางที่ยังไม่ถูกควบคุม รวมถึงการ นับ นุน กีฬา ดนตรี และงานเทศกาล, การไม่ครอบคลุมรูปแบบการโฆษณาในลักษณะแอบแฝง, การครอบคลุมบางช่วงเวลาและบางพื้นที่, การติดตามและบังคับใช้กฎหมาย และบทลงโทษที่ยังไม่อยู่ในระดับที่ สามารถป้องกันการฝ่าฝืนกฎหมาย จากข้อจำกัดต่าง ๆ นี้ทำให้ประชาชนไทย โดยเฉพาะเยาวชนยังเข้าถึงและมีความ สามารถจดจำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับที่สูง และพบว่ามี ความสัมพันธ์ระหว่างการชื่นชอบโฆษณากับการอยากทดลองดื่ม ุราในกลุ่มเยาวชนด้วย

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดพื้นฐาน

- จำนวนการโฆษณาตรงและแฝงที่ปรากฏใน ้อมูลชน (จากการเฝ้าระวัง)
- จำนวนการร้องเรียนและจำนวนผู้ฝ่าฝืนที่ถูกดำเนินคดีกรณีฝ่าฝืนการควบคุมตัวชี้วัดเพิ่มเติม
- ความชุกในการพบเห็นได้ยีน (exposure) การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประชาชนและเยาวชน
- อัตราการจดจำโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในประชาชนและเยาวชน

แนวทาง

- ขยายการควบคุมการตลาดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงการโฆษณาผ่านตัวบุคคลในลักษณะผู้นำ เอนอ(พรีเซนเตอร์) และพนักงานขาย การโฆษณาผ่านการจัดตั้ง เองตัวสินค้า การทำโปรโมชันทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะกับเยาวชน นักเรียน นิสิต นักศึกษา
- พัฒนามาตรการในการควบคุมการ นับ นุนกิจกรรมต่างๆ(การเป็น ปอนเซอร์)และการทำกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ ของอุตสาหกรรม ุรา รวมถึงการทำตลาดของสินค้าอื่นที่ใช่ชื่อและตรา ัญลักษณ์ร่วมกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้ความสำคัญกับช่องทางการโฆษณาและการ นับ นุนที่รับรู้พบเห็นได้ยีน และมี วนร่วมโดยเยาวชน และกิจกรรมที่ดำเนินการใน สถานศึกษา สถานราชการ เช่นการพัฒนาบันทึกความเข้าใจระหว่างผู้บริหาร สถานศึกษาต่างๆในการไม่รับการ นับ นุนจากอุตสาหกรรม ุราหรือ ้อนุญาตให้อุตสาหกรรม ุราเข้ามาทำกิจกรรมการตลาดแบบแอบแฝง
- นับ นุนระบบเฝ้าระวังการฝ่าฝืนระเบียบข้อบังคับ โดยเฉพาะการมี วนร่วมของชุมชน องค์กรปกครอง วนท้องถิ่น ภาคราชการใน วนภูมิภาค และภาคประชา ังคม
- ให้ความรู้กับ เยาวชน ประชาชน และผู้มี วนเกี่ยวข้องถึงกลยุทธ์ในการทำการตลาดกับเยาวชนและประชากรหนุ่ม วาของอุตสาหกรรม ุรา และการทำการตลาดผ่าน กิจกรรมภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility/ CSR) และการ นับ นุนกิจกรรม (ปอนเซอร์)
- พัฒนาระบบพิจารณาการอนุญาตโฆษณา โดยให้ความสำคัญกับช่องทาง เนื้อหา และผลกระทบเชิงลบที่อาจเป็นไปได้ และเป็นกระบวนการที่เน้นการมี วนร่วมของภาควิชาการและประชา ังคมที่ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน
- ัง เริมให้ออมวลชนปลอดจากโฆษณาแฝงในรูปแบบต่างๆ ไม่นำ เอนอข้อมูลให้เกิดการรับรู้ว่าการดื่ม ุราเป็นเรื่องปกติและถูกต้อง ุราเป็น ินค้าธรรมดา และความผิดและพฤติกรรมภายใต้ความมีเมามาเป็น ึ่งปกติที่ ังคมไม่ควรถือ ่า

รวมไปถึงไม่นำ นอภาพลักษณ์ด้านบวกของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และภาพลักษณ์ด้านลบของผู้ที่ไม่ดื่ม รั โดยเฉพาะในมิติที่มีผลต่อเยาวชน

๕.๒.๒ มาตรการการให้ความรู้ ปรับทัศนคติ และเพิ่มโอกาส ในการไม่ดื่ม รั

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

มาตรการการให้ ุศึกษา และการโน้มน้าว จัดเป็นมาตรการที่มีประิทธิผลในการควบคุมปัญหาต่ำ เนื่องจากมีข้อจำกัดของประิทธิผลในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และยังต้องอาศัยงบประมาณ และต้องแย่งชิงพื้นที่ อกับเนื้อหา นับ ุการบริโภคอย่างการโฆษณา ดังนั้นจึงเป็นกลุ่มมาตรการที่มีความค้ำค่าต่ำ ไม่ว่าจะเป็ การให้ความรู้กั บเยาวชนใน ถานศึกษา กลุ่มเยาวชนนอกระบบการศึกษา การให้ความรู้และทัศนคติทาง ีมวลชน (การรณรงค์ ธารณะ) และมาตรการฉลากคำเตือน อย่างไรก็ตามมาตรการกลุ่มนี้เป็นกลไก ำคัญในการปรับเปลี่ยนบรรยากาศของ ังคม (social climate) ที่มีต่อการบริโภค ปัญหาจากการบริโภค และนโยบายแอลกอฮอล์

มาตรการในการให้ข้อมูลและความรู้ที่มีการปฏิบัติในระดับชาติได้แก่ มาตรการคำเตือนบนฉลากเครี ึ่งดื่มแอลกอฮอล์ โดยปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีระบบและหลัก ุตร ุศึกษาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับชาติอย่างเป็นทางการ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม รั วันหนึ่งจึงได้ เ็นตัวและจัดกิจกรรม ุศึกษาที่มุ่งเน้นไปที่การดื่มอย่างรับผิดชอบไปยังเยาวชน ซึ่งนอกจากจะไม่มผลในการป้องกันปัญหาแล้ว ยังอาจมีผลเียในการเริ่มดื่ม และทำให้กลุ่มเยาวชนคุ้นเคยกับ รั มากขึ้น

ัวนมาตรการในการเพิ่มโอกาส ของการไม่ดื่ม รั ที่ประ บความสำเร็จเบื้องต้นในประเทศไทยได้แก่ การจั ดกิจกรรมและเทศกาลปลอดเหล้า เช่น โครงการ งดเหล้าเข้าพรรษา กิจกรรมรับน้องปลอดเหล้า และ ในการประ กาศให้วันเข้าพรรษาเป็นวันงด รั แห่งชาติ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมในลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นมากมายในระดับชุมชน รวมถึงการจัดเทศกาลกีฬาและดนตรีปลอดเหล้า การ ัง ริมการจัดงานศพปลอดเหล้า มหกรรมอาหารปลอดเหล้า

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดพื้นฐาน

- ร้อยละของผู้บริโภคที่งดหรือลดการบริโภคในช่วงเข้าพรรษา
ตัวชี้วัดเพิ่มเติม
- อัตราการรับรู้ของประชาชนต่อมาตรการต่างๆ

แนวทาง

- พัฒนากลไกการ ื่อ าร ทั้งผ่าน ีมวลชนในระดับต่างๆ และการ ื่อ ารผ่านการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อ ้าง ริมทัศนคติของ ังคมที่ นับ ุการป้องกันและควบคุมปัญหาจากการบริโภค และเพื่อ นับ ุการประิทธิผลของมาตรการในยุทธศา ตรีอื่นๆ
- พัฒนาค้นแบบ(idol) ของเยาวชนและประชาชนทั่วไป ที่มีภาพชัดเจนถึงการไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งต้นแบบที่เป็นเยาวชนและผู้ใหญ่ ทั้งที่มีและยังไม่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว รวมถึงผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นคนเล็กเหล้าต้นแบบ
- พัฒนาและปรับปรุงข้อบังคับเกี่ยวกับฉลากของ รั รวมถึง คำเตือนที่เป็นถ้อยคำ ข้อมูลเกี่ยวกับ ัวน

ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความเป็นไปได้ในการพัฒนาตำแหน่งที่เป็นรูปภาพ

- เริ่มให้ห้องปฏิบัติการทดลอง วนท้องถิ่นและประชาสังคมในระดับพื้นที่ นับ อนุกิจกรรมและเทศกาล ปลอดภัย เช่นงานประเพณีปลอดภัย โดยให้ความสำคัญกับกิจกรรมและเทศกาลที่มีความยั่งยืน หรือมีค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ โดยพิจารณาใช้ประโยชน์จากกลไกทางศาสนาและวัฒนธรรม
- พัฒนากลไกและช่องทางการสื่อสารเพื่อเผยแพร่กิจกรรมและพื้นที่ที่มีความสำเร็จ และองค์กรปกครอง วนท้องถิ่นต้นแบบ ในการจัดการกับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อ รางความยั่งยืนและขยายผลไปยังพื้นที่อื่น
- พัฒนากลไกความร่วมมือจากภาค วนต่างๆในการพัฒนาหลักสูตรและ ือในการให้ความรู้แก่ประชาชนกลุ่มต่างๆ และการพัฒนาศักยภาพของผู้ถ่ายทอดข้อมูลโดยควรเป็นรูปแบบการให้ความรู้ที่เข้าใจได้ง่าย มีความคุ้มค่า และ ามารถ นับ อนุศักยภาพในการป้องกันและควบคุมปัญหาของตนเองและครอบครัว และ นับ อนุประ ธิผลของการดำเนินงานมาตรการอื่นด้วย
- พัฒนาระบบแรงจูงใจในการไม่ดื่มและลด ละ เลิกดื่ม รางให้กับทั้งประชาชนกลุ่มต่างๆ หน่วยงานรัฐและเอกชน และองค์กรปกครอง วนท้องถิ่น เช่นในระบบกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ระบบกองทุนกู้ยืมอื่นๆ ระบบประกัน สุขภาพ และระบบการจัด รงงบประมาณ
- คัดกรอง และติดตามพฤติกรรม และ นับ อนุการเพิ่มระยะเวลาและความเข้มข้นในการงด/ลด ราง ำหรับผู้ที่ งดเจตจำนงในการลดหรืองด รางระหว่างเข้าพรรษา รวมถึงขยายเวลาการงดออกไปตลอดชีวิต โดยให้ความสำคัญกับผู้ที่เคยมีความ ึ่งต่อปัญหา
- รางความตระหนักถึงกลยุทธ์ ความต้องการ และผลกระทบที่อาจมี ในการทำกร ือ ารการตลาดในรูปแบบของการให้ความรู้และการทำกิจกรรมเพื่อ งดความรับผิดชอบต่อสังคม

๕.๓ ยุทธศาสตร์ที่ าม การลดอันตรายจากการบริโภค

ความคาดหวัง: เพื่อลดความ ึ่งต่อปัญหาในกลุ่มผู้บริโภค และจำกัดขนาดและความรุนแรงของปัญหาในกลุ่มผู้ที่มีปัญหาและได้รับผลกระทบจากการบริโภค

๕.๓.๑ มาตรการควบคุมการบริโภคในเงื่อนไขและ ถานการณ์ที่มีความ ึ่งต่อปัญหา

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

รูปแบบการบริโภค โดยเฉพาะเงื่อนไข ถานการณ์และบริบทของการบริโภคมีความ ำคัญต่อการเกิดผลกระทบ การควบคุมการบริโภคที่มีความ ึ่งสูง มักเป็นการกำหนดพื้นที่ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นในพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ห้ามบริโภคในวัดและ ถานที่ทางศาสนา ถานบริการ ารณ ุขและ ถานพยาบาล ถานที่ราชการ (ยกเว้นที่พัก วนบุคคลและ โม ร ถานที่จัดเลี้ยง) ถานศึกษา ถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และ วน ารณะของรัฐ เมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อหาในประเด็นมาตรการกลุ่มนี้ในต่างประเทศ มาตรการของประเทศไทย ยังไม่ครอบคลุม การบริโภคในยานพาหนะชน ึ่ง ารณะ ถานที่ทำงานทั่วไป การแข่งขันกีฬา การบริโภคบนท้องถนน และ ในเทศกาล ันทนาการ

นอกจากนี้ยังมีมาตรการจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ุราและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่นการ อนเทคนิคการเฝ้า เครื่องตีมแอลกอฮอล์เพื่อลดความ ึ่ง หรือ การเปลี่ยนจากภาชนะที่เป็นแก้ว เป็นพลาสติก อย่างไรก็ตามยังไม่พบมาตรการในการควบคุมตนเองของอุตสาหกรรม ุราในลักษณะดังกล่าวมีประ ธิผลในการควบคุมปัญหา

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดพื้นฐาน

- -
ตัวชี้วัดเพิ่มเติม
- ความรุนแรงของปัญหา (เช่นจำนวนคดี จำนวนความรุนแรง) และตัวชี้วัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เช่นปริมาณการบริโภค ความชุกของการบริโภค ค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์) ในช่วงเทศกาลหรือในพื้นที่เฉพาะ

แนวทาง

- พัฒนาต่อยอดระเบียบในการห้ามบริโภคใน สถานการณ์ที่มีความเสี่ยง เช่น การบริโภคบนยานพาหนะในการแข่งขันกีฬา
- เริ่มให้องค์การปกครอง วนท้องถิ่นกำหนดพื้นที่และเงื่อนไขในการห้ามบริโภค รวมถึงเวลาในการอนุญาตให้บริโภค เช่น พื้นที่สาธารณะ สถานที่ท่องเที่ยว งานเทศกาล
- นับ นุระบบเฝ้าระวังการฝ่าฝืนระเบียบข้อบังคับ อย่างมี วนร่วมของภาคประชาสังคม องค์การปกครอง วนท้องถิ่น และภาคราชการใน วนภูมิภาค

๕.๓.๒ มาตรการควบคุมพฤติกรรมมารชัษยานพาหนะขณะมีนเมา

แนวคิดพื้นฐานและ สถานการณ์

อุบัติเหตุจราจรเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความ นใจมากที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากเป็น าเหตุของการเสียชีวิตสูงเป็นอันดับ ๑ โดยมีจำนวนผู้เสียชีวิตประมาณ ๑๓,๐๐๐ รายต่อปี หรือประมาณ ๒๒ รายต่อแ นประชากร โดยรวมพบว่าแอลกอฮอล์มี วนเกี่ยวข้องกับประมาณร้อยละ ๔๐-๖๐ ของผู้ได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจรในประเทศไทย ความ มพันธ์มีความชัดเจนเพิ่มขึ้นในรายที่เสียชีวิตและบาดเจ็บรุนแรง และ ในช่วงเทศกาลวันหยุดยาวทั้งเทศกาลปีใหม่และ งกรานต์ ัด วนของผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจรที่ดื่ม ราก่อนเกิดเหตุในช่วงเทศกาลสูงกว่าค่าเฉลี่ยทั้งปีประมาณร้อยละ ๔๐ จากการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะเวลาที่ผ่านมาพบว่าอัตราการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุมีความ มพันธ์กับปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อประชากร

มาตรการที่มีประิทธิผลและความคุ้มค่าในการควบคุมผลกระทบจากพฤติกรรมมารชัษยานพาหนะขณะมีนเมา ประกอบด้วย มาตรการทางภาษีและราคา การุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ในเลือดอย่างเข้มข้นต่อเนื่อง การลงโทษที่รวดเร็วและมีมาตรฐาน การลดระดับเพดานแอลกอฮอล์ การควบคุมการเข้าถึง โดยเฉพาะการห้ามจำหน่ายในช่วงที่มีความเสี่ยง และการกำหนดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดที่ต่ำมาก (zero tolerance⁴) ำหรับผู้ชัษที่มีความเสี่ยง วนมาตรการที่ไม่มีประิทธิผลและไม่คุ้มค่าได้แก่ การรณรงค์ ารณะ การให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณและวิธีการดื่ม การ ังเริ่มให้ใช้ บริการรถ ารณะ การกำหนดตัวผู้จะทำหน้าที่ชัษยานพาหนะก่อนเริ่มดื่ม การบังคับให้ผู้มีพฤติกรรมชัษขณะมีนเมาเข้ารับการรักษา และการใช้อุปกรณ์พึ จนลมหายใจก่อนติดเครื่องยนต์

5

ประเทศไทยกำหนดให้ ผู้ชัษยานพาหนะต้องมีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดไม่เกิน ๕๐ มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์

⁴ ตัวอย่างเช่น 20 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์

⁵ เครื่องมือที่ติดตั้งในรถยนต์เพื่อป้องกันการชัษยานพาหนะ หากผู้ชัษมีระดับแอลกอฮอล์สูงเกินที่กำหนด

หรือเทียบเท่า โดยการตรวจเลือด ลมหายใจ และปัสสาวะ เมื่อเปรียบเทียบกับต่างชาติ ระดับแอลกอฮอล์ในเลือดที่กำหนดโดยกฎหมายของไทยมีระดับความเข้มข้นปานกลาง แต่ประเทศไทยยังขาดการกำหนดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสำหรับผู้ขับขี่ที่มีความเสี่ยงสูงเป็นการเฉพาะ เช่นผู้ขับขี่หน้าใหม่และผู้ขับขี่อายุน้อย

การควบคุมพฤติกรรมกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายใต้อิทธิพลของแอลกอฮอล์เริ่มมีสัญญาณแนวโน้มที่ดีขึ้นบ้าง เช่นการได้รับการยกระดับเป็นวาระแห่งชาติ การตระหนักรู้และยอมรับของสังคม การมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางจากหลายภาคส่วน อย่างไรก็ตามปัญหาจากการขับขี่ภายใต้อิทธิพลของแอลกอฮอล์ยังไม่ได้ลดระดับความรุนแรงลงอย่างที่คาดหวัง อัตราการบาดเจ็บและอัตราการเกิดอุบัติเหตุ และความชุกของพฤติกรรมกรรมการขับขี่หลังการดื่มยังอยู่ในระดับสูง ปัญหาสำคัญที่ดูของมาตรการยังอยู่ในระดับการบังคับใช้กฎหมายซึ่งยังขาดความเข้มแข็งและสม่ำเสมอ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมักให้ความใส่ใจเพียงเฉพาะช่วงเทศกาล ทำให้โอกาสในการถูกตรวจลมหายใจของผู้ขับขี่ยานพาหนะโดยรวมซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญสำหรับความเข้มแข็งของมาตรการ ยังอยู่ในระดับต่ำ

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดพื้นฐาน

- จำนวนการทดสอบระดับแอลกอฮอล์ในลมหายใจ

ตัวชี้วัดเพิ่มเติม

- ร้อยละของผู้ขับขี่ที่เคยถูกตรวจลมหายใจในรอบปี
- ความชุกของผู้มีพฤติกรรมดื่มสุราก่อนขับขี่ยานพาหนะในกลุ่มผู้บริโภครถ

แนวทาง

- ยกระดับความเข้มแข็งในการบังคับใช้กฎหมาย การกำหนดเป้าหมายในการรณรงค์ตรวจลมหายใจ การให้อำนาจการปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคประชาสังคม
- ลดระดับเพดานแอลกอฮอล์ในเลือดสำหรับผู้ขับขี่ทั่วไป และผู้ขับขี่ที่มีความเสี่ยงสูง
- พัฒนาระบบขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยและเพียงพอเพื่อลดโอกาสในการขับขี่ภายใต้ความมึนเมา
- ควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาและพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาการขับขี่ขณะมึนเมารวมถึงการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาเทศกาล

๕.๓.๓ มาตรการการคัดกรองและบำบัดรักษา

แนวคิดพื้นฐานและ ฐานการณ์

การคัดกรองผู้ที่มีความเสี่ยงและการบำบัดรักษาผู้ที่มีปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จัดเป็นมาตรการที่จำเป็นทางจริยธรรม แม้ว่าจะมีความคุ้มค่าต่ำในระดับมหภาค โดยการคัดกรองผู้ที่มีความเสี่ยงอย่างย่อ (Brief intervention) จัดเป็นรูปแบบการบำบัดรักษาที่มีประสิทธิผลและความคุ้มค่าสูง และสามารถจัดให้มีในระบบบริการปฐมภูมิและกระทำโดยบุคลากรสุขภาพที่ไม่ใช่แพทย์ ซึ่งข้อมูลวิชาการพบว่า มีประสิทธิผลไม่ต่างกัน ส่วนการบำบัดรักษาโดยไม่ได้ตั้งใจ เช่นการบังคับบำบัดรักษาผู้ที่ฝ่าฝืนกฎระเบียบต่างๆ มีประสิทธิผลต่ำ

การบำบัดรักษาผู้มีอาการติดสุราได้ดำเนินการมาต่อเนื่องตามรับผิดชอบหลักของกระทรวงสาธารณสุข อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังไม่มีระบบการบำบัดรักษาผู้มีภาวะติดสุราและระบบคัดกรองกลุ่มเสี่ยงอย่างเป็นทางการในระดับประเทศ และยังไม่ได้ถูกผนวกเข้าไปในการบริการระดับปฐมภูมิ และระบบประกันสุขภาพเป็นการเฉพาะ โดยข้อจำกัด

ค่าคัญของระบบการบำบัดรักษา ประกอบด้วย การเข้าถึงระบบของผู้มีปัญหาและมีความเสี่ยง มาตรการของระบบการคัดกรองและการบำบัดรักษา ทรัพยากรในระบบ และศักยภาพในการติดตามประเมินผล ความสำเร็จของการบำบัดรักษาโดยบุคคลากรที่มีไขุบุคคลากร ุภาพ อย่างเช่น การบำบัดรักษาแบบกลุ่มด้วยตนเอง (self-help group) หรือการบำบัดด้วยหลักความเชื่อทางศาสนา ยังไม่เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในประเทศไทย

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดพื้นฐาน

- จำนวน ถานบริการที่มีบริการคัดกรองและบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- จำนวนผู้มารับบริการคลินิกคัดกรองและบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตัวชี้วัดเพิ่มเติม
- ตัวชี้วัดที่เข้า ระบบคัดกรองและบำบัดรักษาในกลุ่มผู้ที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เช่นผู้ที่มีคะแนน AUDIT มากกว่า ๗ คะแนน)

แนวทาง

- พัฒนาระบบการคัดกรองและบำบัดรักษาผู้มีปัญหารวมถึงแนวทางการบำบัดรักษา ในระบบบริการ ุภาพ และระบบประกัน ุภาพ โดยเน้นที่ระบบบริการปฐมภูมิและระบบ ังต่อไปยังการบริการระดับอื่นๆ
- ขยายจำนวนจุดบริการการคัดกรองและบำบัดรักษาที่มีมาตรฐานและประสิทธิภาพ
- ังเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคประชา ังคมในการพัฒนาระบบการคัดกรองและบำบัดรักษา
- บรรจุเทคนิคการคัดกรองและบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เข้าในหลักสูตรของบุคคลากร ุภาพโดยเฉพาะบุคคลากรที่จะปฏิบัติหน้าที่ในระบบบริการปฐมภูมิ และจัดการอบรมเรียนรู้ อย่างต่อเนื่อง ำหรับบุคคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่
- พัฒนาระบบและกลไกในการ ังเสริมคุณภาพชีวิตของผู้ที่เคยประสบปัญหาจากการบริโภคที่ผ่านการบำบัดรักษา เพื่อป้องกันการกลับ ังความเสี่ยงและปัญหา

๕.๔ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การจัดการปัญหาแอลกอฮอล์ในระดับพื้นที่

ความคาดหวัง: เพื่อพัฒนาความเข้มแข็งของกลไกการจัดการปัญหาแอลกอฮอล์ในระดับพื้นที่และกลุ่มประชากรเฉพาะ

๕.๔.๑ มาตรการนโยบายแอลกอฮอล์ระดับชุมชน

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

มาตรการการจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับชุมชน ซึ่งเป็นที่ ังชุมชนในมิติของพื้นที่ (เช่น ครัวเรือน, หมู่บ้าน, ตำบล, อำเภอ และ จังหวัด) และชุมชนในมิติอื่นๆ เช่น ตามกลุ่มประชากรตามหน่วยงาน ตามวิชาชีพ (เช่นชุมชนวิชาชีพแพทย์ ชุมรมผู้สูงอายุ ฯลฯ) โดยมาตรการกลุ่มนี้อาจจะเป็นมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์โดยตรง (ตามยุทธศาสตร์ ๕.๑-๕.๓ ข้างต้น) หรือมาตรการทางอ้อมอื่นที่มีผลต่อการบริโภคและปัญหาที่ตามมาได้เช่น การ ังเสริมแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การจัดทำบัญชีครัวเรือน และการ ังเสริมจริยธรรมทั่วไป ในขณะที่เดียวกันการจัดการกับปัญหาแอลกอฮอล์ก็จะเป็นประโยชน์ต่อมาตรการอื่นๆด้วย โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนจาก

กลไกที่การบริโภคเครื่องตีมีแอลกอฮอล์เป็นทางผ่านไปพฤติกรรมอื่นๆ

ในมิติของกระบวนการนโยบายสาธารณะ มาตรการระดับชุมชนสามารถมีบทบาททั้งการพัฒนานโยบาย (policy formulation), การพัฒนาความเข้มแข็งของการนำนโยบายไปปฏิบัติ เช่นการเฝ้าระวัง, และการติดตามประเมินผลของนโยบาย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและระบบราชการส่วนภูมิภาค มีศักยภาพในการพัฒนานโยบายระดับชุมชนเพื่อจัดการกับปัญหาแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะใน วันที่เป็นการควบคุมด้วยกฎระเบียบ เช่นการออกเทศบัญญัติเพื่อควบคุมพื้นที่ในการห้ามจำหน่าย ไร่ หรือภายใต้โครงสร้างของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด ตาม พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑

ตารางที่ ๔ ตัวอย่างบทบาทของมาตรการระดับชุมชน ในการจัดการปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดพื้นฐาน

	การพัฒนานโยบายระดับชุมชน	การสนับสนุนการนำนโยบายระดับประเทศไปปฏิบัติ	การสนับสนุนอื่นๆ
มาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์			
ภาษีและราคา	ภาษีและค่าธรรมเนียมที่มีผลต่อราคาเครื่องดื่ม	ติดตามเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษี	การส่งเสริมอาชีพอื่นสำหรับผู้ที่เคยผลิตและขายเครื่องดื่มนอกระบบภาษี

- (ตัวชี้วัดตามยุทธศาสตร์ ๕.๑-๕.๓)

ตัวชี้วัดเพิ่มเติม

- (ตัวชี้วัดตามยุทธศาสตร์ ๕.๑-๕.๓)
- ตัวชี้วัดที่แสดงถึงปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับชุมชน เช่น ค่าใช้จ่ายครัวเรือน ค่าใช้จ่ายของเจ้าภาพ เงินที่ออมได้จากการงด ไร่

แนวทาง

- ร่างความตระหนักให้ชุมชนทราบถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- นับ นุกระบวนการพัฒนา นโยบายแอลกอฮอล์ในระดับชุมชน โดยเฉพาะมาตรการเพื่อ ริมความเข้มแข็งของมาตรการระดับชาติ
- ถอดบทเรียน เผยแพร่ และ ัง ริมการเรียนรู้ภายในและระหว่างชุมชนถึงมาตรการ นวัตกรรม กิจกรรมในการจัดการกับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับพื้นที่ เช่น ร้านค้าต้นแบบ ผู้ประกอบการต้นแบบ
- ัง ริมให้ผู้นำระดับชุมชนเป็นแบบอย่างที่ดีต่อเยาวชนในการไม่เป็นแบบอย่างในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- นับ นุการไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงาน ประเพณี กิจกรรม ของชุมชน
- นับ นุกระบวนกาจัดการความรู้ของชุมชนในการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาคผนวก

	การพัฒนาโยบายระดับชุมชน	การสนับสนุนการนำนโยบายระดับประเทศไปปฏิบัติ	การสนับสนุนอื่นๆ
มาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์			
			ภาษี
ควบคุมการเข้าถึง	กำหนดพื้นที่ และช่วงเวลาห้ามขายสุรา, การส่งเสริมพื้นที่ปลอดร้านขายสุรา	ติดตาม จุดขาย วันเวลาการขาย การขายให้เยาวชน	ติดตาม เฝ้าระวังพฤติกรรมของจุดขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
บริบทและเงื่อนไขการบริโภค	กำหนดพื้นที่และช่วงเวลาห้ามดื่ม, การต่อยอดกิจกรรมงดเหล้าและปลอดเหล้า	ติดตาม การดื่มในสถานที่ห้ามขาย การดื่มของเยาวชน	ติดตามพฤติกรรม การบริโภคของประชาชนและเยาวชน และเงื่อนไขการบริโภคของชุมชน
การขับเคลื่อนมีนเมา	พัฒนางานแผน ระบบการบังคับใช้กฎหมายแบบมีส่วนร่วม และให้เกิดประสิทธิผล ความรวดเร็ว	การมีส่วนร่วมในการบังคับใช้กฎหมาย	การพิจารณาลงโทษทางสังคมกับผู้ที่ย่ำ สุราให้กับผู้ที่มีอาการมีนเมาอยู่แล้ว
การโฆษณา	การกำหนดพื้นที่ห้ามโฆษณา การหลีกเลี่ยงการสนับสนุนของอุตสาหกรรมสุราต่องานประเพณีของชุมชน	การติดตามการฝ่าฝืน ระเบียบควบคุมการโฆษณา	
การให้ความรู้ และโน้มน้าว	การวางแผนรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ภายในพื้นที่	การทำงานภาคสนาม ร่วมกับการรณรงค์ในระดับประเทศ	การใช้กลไกควบคุมทางสังคม ศาสนาและวัฒนธรรมมาเสริมทัศนคติของประชาชนต่อการบริโภคและผลกระทบ
การคัดกรองบำบัดรักษา	การสนับสนุนบริการคัดกรองและบำบัดรักษา เช่น ด้านทรัพยากรบุคคล งบประมาณ, การจัดตั้งระบบการคัดกรองและบำบัดรักษาแบบกลุ่ม	การร่วมเป็นระบบเฝ้าระวัง ผู้ที่มีความเสี่ยงและปัญหา, ส่งเสริมบทบาทของครัวเรือนในการสนับสนุน การลด ละ เลิกสุรา	การปรับเปลี่ยนทัศนคติภายในชุมชนต่อผู้ที่มีปัญหาจากการบริโภค
มาตรการอื่นๆ	การพัฒนาระบบกองทุน หรือการออม, การส่งเสริมโครงการบัญชีครัวเรือน	การส่งเสริมทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเป็นรูปธรรม	กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพโดยทั่วไป, การส่งเสริมความสัมพันธ์ของครอบครัว

โดย เฉพาะการเก็บข้อมูล สถานการณ์การบริโภคและผลกระทบภายในชุมชน
๕.๔.๒ มาตรการนโยบายแอลกอฮอล์ของหน่วยงานและ ถานประกอบการ

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการประกอบวิชาชีพที่ลดลง ภาวการณ์ขาดงานจากการเจ็บป่วย ผลผลิตของการทำงานที่ลดลง และการตงงาน ถานประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชนมีศักยภาพในการจัดการปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัดพื้นฐาน

- อัตราการขาดงาน อัตราการเกิดอุบัติเหตุ โดยเน้นที่ าเหตุที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ตัวชี้วัดเพิ่มเติม
- ปริมาณการบริโภค ความชุกของผู้มีความเียง (เช่นผู้ที่ม่คะแนน AUDITมากกว่า ๗) ในกลุ่มพนักงาน

แนวทาง

- ร่างความตระหนักถึงผลของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อศักยภาพการประกอบอาชีพและผลผลิตของพนักงานและองค์กร ให้กับทั้งผู้ประกอบการ พนักงาน และ ังคมโดยรวม ทั้งการในการจ้างงานในและนอกระบบ
- นับ นุนให้แต่ละ ถานประกอบการมีนโยบายการจัดการปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของตนเอง เช่น ระบบการคัดกรองและช่วยเหลือผู้มีความเียงต่อปัญหา การห้ามการบริโภคเครื่องดื่ม ุรา ก่อนและขณะปฏิบัติงาน การห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน ถานประกอบการ การมอบรางวัลให้กับผู้ที่ ามารถเลิกดื่ม และการ ร่างบรรยากาศที่ นับ นุนการลด ละ เลิก ุรา
- นับ นุนค่านิยมในการไม่ใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นรางวัลในการปฏิบัติงานหรือของขวัญในเทศกาลต่างๆ และ นับ นุนงานฉลอง ัง รรคที่ปราศจากแอลกอฮอล์
- นับ นุนการห้ามการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นค่าตอบแทน หรือทดแทน หรือเป็น วนของค่าตอบแทน ในการปฏิบัติงาน
- นับ นุนและ ร่างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ในการห้ามไม่ให้เยาวชนทำหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การขน ัง การขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- พัฒนาระบบแรงจูงใจของหน่วยงานและ ถานประกอบการในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นการให้รางวัล การเผยแพร่นวัตกรรมที่ดี และระบบภาษีต่างๆ

๕.๕ ยุทธศา ตร์ที่ห้า การพัฒนากลไกการจัดการและ นับ นุนที่เข้มแข็ง

ความคาดหวัง: ร่างกลไก นับ นุนกระบวนการจัดการปัญหาแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพ

๕.๕.๑ มาตรการ ร่างความมุ่งมั่นและการมี วนร่วมของทุกภาค วน ทุกระดับ

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

กระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์เป็นพื้นที่นโยบายที่มีบทบาท กิจกรรม และความเคลื่อนไหวของผู้มี วนเกี่ยวข้องมากมาย หลายภาค วน ความมุ่งมั่นของผู้มี วนเกี่ยวข้องโดยเฉพาะผู้กำหนดนโยบายและผู้บริหารระ

บบการนำนโยบายไปใช้เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดการปัญหาแอลกอฮอล์ นโยบายแอลกอฮอล์มีพื้นที่ทางนโยบายกว้าง ครอบคลุมพื้นที่หลากหลายมาตรการ ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องบาง วนจึงมักจำกัดบทบาทของตนอยู่ในพื้นที่ที่มีความสำคัญกับตน และยังมีระดับการมีส่วนร่วมเป็นครั้งคราว ไม่ต่อเนื่อง หลาย วนมักจะแสดงบทบาทเฉพาะพื้นที่ที่ตนเองรับรู้ว่าสำคัญ หรือเมื่อกระบวนการนโยบายอาจจะ ร้างผลกระทบต่อผลประโยชน์และความ ใจของตน และมักจะไม่ ใจกระบวนการในขั้นตอนและพื้นที่อื่นๆ และใน ถานการณ์ปัจจุบัน หน่วยงานทางังคมอีกหลาย วนซึ่งน่าจะมิตศักยภาพต่อกระบวนการนโยบายยังไม่ได้แสดงบทบาทอย่างเต็มที่ ปัจจัยสำคัญของข้อจำกัดในการมีส่วนร่วมของภาค วนเหล่านี้ประกอบไปด้วย การขาดความเห็นพ้องต้องกัน, แนวคิดที่เห็นว่าปัญหาแอลกอฮอล์เป็นปัญหาระดับปัจเจก, การขาดการตระหนักรู้ถึงผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อ ังคม, และการขาดการประ านงาน

นโยบายแอลกอฮอล์ของประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับมาตรการในระดับประเทศเป็น ำคัญ โดยมาตรการในระดับชุมชน ระดับท้องถิ่น ยังไม่ได้รับความ ำคัญเท่าที่ควร ดังนั้นควรมีกลไกในการพัฒนาความร่วมมือและ ความเป็นเจ้าของขององค์กรและหน่วยงานในระดับท้องถิ่นทั้งที่อยู่ใน วนราชการและที่มาจาก การเลือกตั้ง ต่อการจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่น โดยเฉพาะบทบาทในการพัฒนานโยบายที่มีความเหมาะสมกับท้องถิ่นนั้นๆ และการนำนโยบายแอลกอฮอล์ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นไปปฏิบัติในท้องถิ่นของตนเอง

แนวทาง

- ยกกระดับให้ปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นวาระแห่งชาติและวาระแห่งท้องถิ่น
- ำคัญความมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของ แก่ทุกภาค วนในการควบคุมและลดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ในระดับพื้นที่ รวมถึงการประ านงานและ ื่อ าระหว่างภาค วนต่างๆ
- ให้คุณค่า (policy value) ในการจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับบทบาทของทุกภาค วน
- ังเริมการเป็นแบบอย่างที่ดีต่อ ังคม และต่อกันและกัน ในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๕.๕.๒ มาตรการ ังเริมความโปร่งใ ในกระบวนการ

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

กระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ในประเทศไทยเป็นกระบวนการที่ได้รับอิทธิพลจากคุณค่า (value) ผลประโยชน์ (interest) และ แนวคิด (ideology) หลายประการที่มีต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการจัดการกับผลกระทบ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีทั้งที่มีความ อดคล้องและขัดแย้งต่อกันและกัน การเผชิญหน้าและภาวะแข่งขันของแนวคิดและคุณค่าที่ขัดแย้งกันจึงพบได้ ในเกือบทุกองค์ประกอบของกระบวนการ

ในภาพรวมของกระบวนการในประเทศไทยพบว่า ระดับอิทธิพลต่อกระบวนการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องถูก ำหนดโดยหกกลุ่มปัจจัย ได้แก่ ทรัพยากร, การบริหารจัดการ, ช่องทางของอิทธิพล, การมีอยู่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องฝ่ายตรงข้าม, การรับรู้ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่รัฐ และ ังหวะเวลาและ ถานที่ของกิจกรรม การ ำคัญอิทธิพลต่อกระบวนการของเครือข่ายยังต้องอาศัยการจัดการที่มีประสิทธิภาพทั้งในระดับองค์กรและเครือข่าย รวมถึงการบริหารจัดการความ ัมพันธ์ระหว่าง มาชิกภาคีภายในเครือข่ายด้วย ในประเด็นช่องทางการแสดงอำนาจนั้น การมีตัวแทน (representation) อยู่ในเวทีทางนโยบายเป็นเงื่อนไข ำคัญ ในหลายเหตุการณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ไม่เป็นทางการต้องแ

งอิทธิพลผ่านตัวแทน (nominee) ทั้งที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐและภาคเอกชน ในหลายกรณีการมีส่วนร่วมของกลุ่มอุตสาหกรรม ภาคราและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงอิทธิพลของความสัมพันธ์ต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีผลกระทบในแง่ลบต่อกระบวนการนโยบายในมุมมองทางสุขภาพ

การจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงควรเป็นกระบวนการที่โปร่งใ ไร้ผลประโยชน์ทับซ้อน และเป็นไปเพื่อปกป้องและ ังเสริมผลประโยชน์ของ สาธารณะ

แนวทาง

- พัฒนาระบบเฝ้าระวังการปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจบนผลกระทบของ ังคม ในกระบวนการจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกระดับ โดยเฉพาะในขั้นตอนการตัดสินใจเชิงนโยบาย
- รั้งความเชื่อมั่นว่าการพัฒนามาตรการและนโยบายใดๆที่มีหรืออาจจะมีผลกระทบต่อปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการเจรจาข้อตกลงการค้า จะต้องเป็นไปเพื่อการควบคุมปัญหา และ/หรือ ไม่เป็นเงื่อนไขและ/หรืออุป รรคต่อการควบคุมปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๕.๕.๓ มาตรการ ังเสริมให้เป็นกระบวนการที่มีรากฐานจากองค์ความรู้และการเรียนรู้ร่วมกัน

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

ข้อจำกัด ำคัญอีกประการหนึ่งของกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ในประเทศไทย คือปัญหาการนำองค์ความรู้ทางวิชาการมาใช้ประโยชน์ในกระบวนการ วากรรมเชิงนโยบายมักอาศัยข้อมูลชุดเดิมซ้ำๆ ทั้งจาก ังพิมพ์ การ ำรวจ และการวิจัย นอกจากนี้การนำองค์ความรู้ไปใช้ในกระบวนการยังมีจุดอ่อนหลายประเด็น การถกเถียงทางนโยบาย (policy debate) ทาง ือ รมวลชนยังอาศัยความคิดเห็น วนตัวและจุดยืนของผู้ถกเถียงมากกว่าอาศัยหลักฐานทางวิชาการ ถานการณ์ดังกล่าวเป็นผลจาก ามองค ปรกอบ ำคัญ คือ ความพร้อมขององค์ความรู้ โดยเฉพาะตามนโยบายแอลกอฮอล์โดยตรง, ข้อจำกัดด้านความพร้อมขององค์ความรู้ที่นำมาใช้ในกระบวนการ ทั้งด้านการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ นำเข้ามาจากต่างประเทศในบริบทของประเทศไทย และข้อจำกัดด้านศักยภาพในการ ังเคราะห์องค์ความรู้, และศักยภาพของระบบเชื่อมโยงงานวิชาการไป ุกระบวนการนโยบาย เช่นการ ือ ารกับผู้กำหนดนโยบาย

นอกจากนั้นการใช้กระบวนการเป็นการเรียนรู้ร่วมกันของผู้มี วนเกี่ยวข้องและ ังคมโดยรวม ทั้ง ังใน วนการทำ ความเข้าใจกับปัญหา และนโยบายแอลกอฮอล์ จะเป็นการ รั้งศักยภาพในการจัดการกับปัญหาจากแอลกอฮอล์ของ ังคมอย่างยั่งยืนในระยะยาว

แนวทาง

- นับ นุนการ รั้งและเผยแพร่ความรู้ ถึง ถานการณ์และกลไกของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความจำเป็น ความเหมาะสม ะสิทธิภาพ และความคุ้มค่าของมาตรการต่างๆ ในการควบคุมปัญหา เช่นผ่านการพัฒนาศักยภาพทางวิชาการด้านนโยบายแอลกอฮอล์ และพัฒนากระบวนการ ือ าร และกลไกการนำความรู้ไปใช้ในกระบวนการนโยบาย
- พัฒนารองรับการ ือ ารแก่ผู้มี วนเกี่ยวข้องและ ังคมโดยรวม ผ่านทั้งโครง รั้งที่เป็นทางการเช่นภายใต้โครง รั้งของคณะกรรมการนโยบายแอลกอฮอล์ และผ่านระบบ ือ มวลชนและการรณรงค์ สาธารณะ
- พัฒนาระบบการตรวจ อบและติดตามประเมินผล การดำเนินการและผลลัพธ์ของนโยบายแอลกอฮอล์แบบมี วนร่วม

๕.๕.๔ มาตรการปกป้องความเข้มแข็งของนโยบายแอลกอฮอล์จากผลกระทบของข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

แนวคิดการค้า มีความขัดแย้งต่อแนวคิดนโยบายแอลกอฮอล์ นโยบายการค้า มีผลให้ผู้บริโภคเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายขึ้น ในราคาที่ถูกลง จากการลดอัตราภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆและการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่สำคัญที่สุด แนวคิดการค้า เรียกร้องว่า ำคัญทำให้ประเทศต่างๆต้องลดทอนความเข้มแข็งของนโยบายแอลกอฮอล์ เช่นการยกเลิกและลดอัตราภาษีประเภทต่างๆ การยกเลิกมาตรการการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ คลายความเข้มแข็งของมาตรการการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การเจรจาข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศมักจะดำเนินการในวงแคบ ดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐบางภาค วน โดยมีได้เปิดเผยต่อ ธารณะ นักวิชาการและภาคประชาสังคมมักไม่มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมหรือแม้กระทั่งติดตามความคิดเห็นในกระบวนการ แต่ในทางกลับกัน กลับพบว่าเป็นกระบวนการที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มธุรกิจผลประโยชน์ต่างๆ แนวคิดการค้า เรียกร้องในปัจจุบันยังไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบเชิงลบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าที่ควร โดยในการเจรจาข้อตกลงการค้าต่างๆนั้น มักจะถือว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าธรรมดาที่ไม่ต่างจากสินค้าทั่วไปอื่นๆ ซึ่งเป็นแนวคิดที่ถือว่าการขยายตัวของตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นประโยชน์ต่อสังคม

ประเทศไทยตกเป็นเป้าหมายในการใช้ประโยชน์จากการเจรจาข้อตกลงการค้า องค์การหน้าฉากของอุตสาหกรรม เราได้กำหนดประเทศไทยให้เป็นเป้าหมายในการเปิดตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อุตสาหกรรมเราโดยเฉพาะผู้ประกอบการข้ามชาติ เป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากระบบการค้า เรียกร้องข้อตกลงการค้าเป็นเครื่องมือ อุตสาหกรรม เราได้ประกาศจุดยืนชัดเจนในการใช้ประโยชน์จากกลไกการค้า เรียกร้องผลักดันให้รัฐบาลของประเทศต่างๆยกเลิกกฎระเบียบที่อุตสาหกรรม เราเห็นว่าเป็นข้อจำกัดในการขยายตัวของธุรกิจ

แนวทาง

- นับ นุนาการถอน(bracketing)เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบริการที่เกี่ยวข้องออกจากข้อตกลงการค้าและผลกระทบที่พึงมี และ/หรือ การละเว้นการบรรจุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าเป็นรายชื่อสินค้าภายใต้ข้อตกลงการค้า เรียกร้องระหว่างประเทศ (list of commitment) ทั้งในระดับทวิภาคี และพหุภาคี
- นับ นุนาการป้องกันนโยบายแอลกอฮอล์จากผลกระทบจากข้อตกลงการค้า เรียกร้อง รวมถึง พิจารณาพัฒนานโยบายแอลกอฮอล์ของประเทศเพื่อชดเชยผลกระทบหากหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยต้องเน้นที่มาตรการที่มีประสิทธิผลและความคุ้มค่า เช่นการปรับเปลี่ยนอัตราภาษี รรพ ามิตเพื่อชดเชยภาษีศุลกากรที่ลดลง
- พัฒนาระบบการเจรจาต่อรองข้อตกลงการค้า เรียกร้องระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้ความโปร่งใ และมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง โดยลดอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมจากอุตสาหกรรม เรา
- พัฒนาการเรียนรู้ร่วมกันของสังคมทุกภาค วนถึงผลกระทบของข้อตกลงการค้า เรียกร้องสินค้าที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ

๕.๕.๕ มาตรการรณรงค์ ธารณะเพื่อ นับ นุสนโยบายแอลกอฮอล์

แนวคิดพื้นฐานและ ถานการณ์

มาตรการการรณรงค์ ธารณะ แม้ว่าจะไม่มีผลในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภครู แต่มีบทบาทสำคัญในการ ับ นุนมาตรการอื่นๆของนโยบายแอลกอฮอล์ ทั้ง ับ นุนการรับรู้ของังคม และ ับ นุนความเข้มแข็งของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

แนวทาง

- ัง เริมใช้การรณรงค์ ธารณะเพื่อ ับ นุนมาตรการอื่นๆ ทั้งความเข้มแข็งของการบังคับใช้กฎหมาย และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๖ บทบาทของผู้มี ่วนเกี่ยวข้องในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๖.๑ บทบาทของรัฐบาล

- ประกาศความมุ่งมั่นและแสดง ความรับผิดชอบเชิงประจักษ์ในการจัดการปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้ความสำคัญกับการปกป้อง ุขภาวะ ความอยู่เย็นเป็น ุข และผลประโยชน์ ธารณะของประชาชนไทย รวมถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีต่อ ังคม
- ทำความเข้าใจถึงความรุนแรง ถานการณ์ ลักษณะ ของผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนานโยบายแอลกอฮอล์ที่มีประ ิทธิผลและความคุ้มค่า
- ร้างความโปร่งใ และการมี ่วนร่วมของภาค ่วนวิชาการและประชา ังคมที่ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน ในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ ทั้งขั้นตอนการพัฒนานโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล

๖.๒ บทบาทของภาค ุภาพ

- ทำความเข้าใจถึง ภาพปัญหาและกลไกในการจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และร่วม ร้างความตระหนักของ ังคม และ ับ นุนทัศนคติของ ังคมที่เอื้อต่อการจัดการปัญหา
- มี ่วนร่วมในการจัดการกับปัญหาแอลกอฮอล์ผ่านกลไกการ ร้าง เริม ุภาพ
- ให้ความสำคัญกับการคัดกรองผู้มีความเสี่ยงและบำบัดรักษาผู้มีปัญหาในงานบริการ ุภาพ

๖.๓ บทบาทของภาคเศรษฐกิจ

- ทำความเข้าใจ ตระหนักถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลเสียทางเศรษฐกิจ และ ังคม
- พัฒนานโยบายแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะ มาตรการภาษีและราคา, การควบคุมการเข้าถึง และการควบคุมโฆษณา เพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจและ ังคมของประเทศในระยะยาว

๖.๔ บทบาทของหน่วยงานรัฐภาค ังคม การศึกษา ผู้รักษาความ งบของ ังคม

- ทำความเข้าใจ ตระหนักถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลเสียทาง ังคม ในด้านที่หน่วยงานเกี่ยวข้อง
- ดำเนินงานร่วมกับครอบครัวและชุมชน ในการ อด ่อง คัดกรอง ให้ความรู้ และป้องกันการดื่ม ุราในกลุ่มเยาวชน
- มี ่วนร่วมในกระบวนการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในระดับประเทศและพื้นที่

๖.๕ บทบาทขององค์การปกครอง ทั่วประเทศ

- พัฒนามาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์ที่เหมาะสม กับ ภาพปัญหาและทรัพยากรของพื้นที่ โดยเฉพาะ แนวทางการจัดเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้องกับการขาย ุรา แนวทางการออกใบอนุญาตขาย ุราและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง และการจัดกิจกรรมปลอดเหล้า
- กำหนด ถานการณ์การบริโภคและความเข้มแข็งของนโยบายแอลกอฮอล์ท้องถิ่นเป็นตัวชี้วัดความก้าวหน้า เพื่อพัฒนาแรงจูงใจ ำหรับองค์การปกครอง ทั่วประเทศ
- นับ หนุนการนำนโยบายแอลกอฮอล์ระดับประเทศไปปฏิบัติในระดับพื้นที่
- ติดตาม ถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในพื้นที่

๖.๖ บทบาทของอุตสาหกรรม ุรา ธุรกิจการค้าปลีกและจุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับมาตรการต่างๆของนโยบายแอลกอฮอล์ในระดับประเทศและพื้นที่อย่างเคร่งครัด
- ไม่ทำการตลาดในช่องทางที่เยาวชน ามารถเข้าถึงข้อมูลนั้นได้โดยง่าย หรือเพื่อ ำรงความประทับใจ ทักคติดต่อของเยาวชนต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่อสินค้า และต่อผู้ประกอบการ ทั้งในช่องทางที่ควบคุมด้วยกฎหมายและช่องทางอื่นๆ ทางอ้อมหรือโดยแอบแฝง
- ไม่ขัดขวางกระบวนการจัดการกับปัญหาแอลกอฮอล์ทั้งในระดับประเทศและพื้นที่ ในลักษณะการปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของตนบนผลกระทบของ ธารณะและ ังคมโดยรวม

๖.๗ บทบาทของภาคประชา ังคมและองค์กรพัฒนาเอกชน นายจ้าง ถานประกอบการ องค์กรแรงงาน

- ทำความเข้าใจกับ ภาพปัญหาและกลไกในการจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- หลีกเลี่ยงนโยบาย หรือมาตรการใดที่อาจจะมผลกระทบต่อ ถานการณ์ปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- เผื่อระวัง ถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบ ในชุมชน/ขอบเขตพื้นที่ของตน
- พัฒนามาตรการต่างๆในการจัดการกับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า
- นับ หนุนการดำเนินงานของภาครัฐในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๖.๘ บทบาทของฝ่ายวิชาการ และ ือมวลชน

- มี ่วนในการ ำรงและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ ถึง ภาพปัญหา, กลไกและความจำเป็นในการจัดการกับปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ ังคม และ ัง ริมทัศนคติของ ังคมในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- หลีกเลี่ยงการกระทำใดอาจจะมีผลกระทบต่อ ถานการณ์ปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นการ ตกเป็นเครื่องมือในการปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของอุตสาหกรรม ุราบนผลกระทบของ ธารณะ และ ังคมโดยรวม
- ทำงานอย่างใกล้ชิดกับทุกภาค ่วน ในการ นับ หนุนกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ที่อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง. รายงาน ถิติการนำเข้า. แหล่งที่มา:

HYPERLINK “<http://www.customs.go.th>” <http://www.customs.go.th>

กรม รรพ ามิต กระทรวงการคลัง. ข้อมูล ถิติการจำหน่าย ปริมาณการผลิตและมูลค่าภาษี ุรา
นำเข้า ปี 2551.

กลุ่มงานโรคไม่ติดต่อ. ข้อมูลการเฝ้าระวังการบาดเจ็บ 19 าเหตุ. ำนักระบาดวิทยา
กรมควบคุมโรค กระทรวง ารณ ุช, 2551.

คณะทำงานการเฝ้าระวังโรคและการบาดเจ็บที่เกิดจากพฤติกรรม ุภาพและปัจจัยเียง
กระทรวง ารณ ุช, 2547.

จุไร ัทพวงษ์. โครงการการศึกษาเปรียบเทียบมาตรฐานการควบคุมการจำหน่าย ุราด้วยกลไก ก
ารออกใบอนุญาตจำหน่าย ุราของต่างประเทศและประเทศไทย, ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา,
2551.

โครงการศึกษาและเฝ้าระวัง ื่อเพื่อ ุขภาวะของ ังคม (Medai Monitor). โครงการติดตามเฝ้าระวัง
งการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทาง ื่อโทรทัศน์ปี 2551. ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา, 2551.

ภัทรภร พลพนาธรรม. โครงการการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยรอบม
หาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร. ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา, 2551

รท.ญ. จุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ และคณะ. โครงการเฝ้าระวังผลกระทบจากการบริโภค เครื่องดื่มแ
ลกอฮอล์โดยการติดตามข้อมูลทางหนังสือพิมพ์. ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา, 2551.

รท.ญ. จุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ และคณะ. โครงการเฝ้าระวังการโฆษณาและการ ังเริมการตลาดข
องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางหนังสือพิมพ์. ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา, 2551.

บัณฑิต ศรีไพศาล. วิวัฒนาการนโยบายควบคุมปัญหา ุราของประเทศไทย. กรุงเทพฯ:ศูนย์วิจัยปัญ
ญา ุรา, 2548.

บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ. รายงาน ถานการณ์ ุราประจำปี 2549. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา,
2549.

บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ. รายงาน ถานการณ์ ุราประจำปี 2550. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา,
2550.

บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ. รายงาน ถานการณ์ ุราประจำปี 2551 กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา,
2551

ศรีรัช ลาภใหญ่. โครงการการศึกษาปัญหาและผลกระทบของการ ังเริมการขายสินค้าเครื่องดื่ม
มแอลกอฮอล์และโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อกลุ่มผู้บริโภคเยาวชนและวัยรุ่น,
ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา, 2551.

บรรณานุกรม

- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร. **มูลค่าการนำเข้า, ราชอาณาจักรจากต่างประเทศ**, แหล่งที่มา: HYPERLINK “<http://www.customs.go.th>” <http://www.customs.go.th>
- ศูนย์อำนวยความสะดวกภัยทางถนน. **รายงาน สถิติอุบัติเหตุช่วงเทศกาลปีใหม่**. กรมป้องกันบรรเทาและ ธารณภัย กระทรวงมหาดไทย, 2552. แหล่งที่มา: HYPERLINK “<http://www.disaster.go.th>” <http://www.disaster.go.th>
- ศูนย์อำนวยความสะดวกภัยทางถนน. **รายงาน สถิติอุบัติเหตุช่วงเทศกาล สงกรานต์**. กรมป้องกันบรรเทาและ ธารณภัย กระทรวงมหาดไทย, 2552. แหล่งที่มา: HYPERLINK “<http://www.disaster.go.th>” <http://www.disaster.go.th>
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. **สถิติจราจรทางบก**. แหล่งที่มา: HYPERLINK “<http://www.royalthaipolice.go.th>” <http://www.royalthaipolice.go.th>
- สำนักงาน ติติแห่งชาติ. **การ ารวจพฤติกรรม การ บุกหนีและการตี ุ, ราชองประชากร พ.ศ.2550**. กรุงเทพฯ:
- สำนักงาน ติติแห่งชาติ, 2551.
- สำนักนโยบายและยุทธศา ตรี. **การ ธารณ ุชไทย พ.ศ.2548-2550**. นนทบุรี: สำนักนโยบายและยุทธศา ตรี กระทรวง ธารณ ุช, 2550.
- นักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัมชัญ. **การ ารวจพฤติกรรม การตี ุและการรับรู้ ุช ณาเครื่องตี ุแอลกอฮอล์ กรณีศึกษาเยาวชนอายุ 9-25 ปี ั่วไประเทศ**. ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา, 2550.
- นักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัมชัญ. **การศึกษา ถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์การ ุช ณาและการ ัง เริมการขายเครื่องตี ุแอลกอฮอล์ก่อนและหลัง พระราชบัญญัติเครื่องตี ุแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้**. ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา, 2551.
- นักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัมชัญ. **การ ารวจความคิดเห็นของประชาชนต่อผลกระทบ จากพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี ุแอลกอฮอล์ กรณีศึกษา ประชาชนอายุ 11 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ**. ศูนย์วิจัยปัญหา ุรา, 2550.
- เอซีเนลันมีเดียรีเวิร์ช (ประเทศไทย). **Ad Spending Summary (Section Alcoholic) 2008**. HYPERLINK “<http://www.stopdrink.com>” <http://www.stopdrink.com>

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

เรือนตยหอม หลังอาคารคลังพัสดุ ซอยถนนสาทรนอก 5 ถนนสีวาหนก อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 02-5902376 โทรสาร 02-5902376 <http://www.cas.or.th>

