

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กนิษฐา ไทยกล้า สุโข เสมมहाศักดิ์ อภิพันธ์ อร่ามรัตน์ เจิมขวัญ รัชชุตานติ อริยา สิงห์ประเสริฐ

MAPPING

อุปทาน

เครื่องมือแอลกอฮอล์ภาคเหนือ

สนับสนุนการวิจัยโดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

MAPPING

อุทยาน

เครื่องต้นแอลกอฮอล์ภาคเหนือ

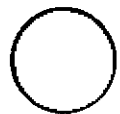


คำขอบคุณ

หนังสือเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคกับการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในชุมชนพื้นที่ภาคเหนือ โดยนำผลการศึกษางานบางส่วนมานำเสนอในภาพสะท้อนของอุปทานในพื้นที่ภาคเหนือ ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยและการจัดพิมพ์เผยแพร่อย่างดีจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ได้รับความอนุเคราะห์ การสนับสนุนอย่างดีในการดำเนินงานภาคสนามจาก ศ.นพ.ธีระ ศิริสัมพันธ์ ผู้อำนวยการและบุคลากรของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณาจารย์เครือข่ายองค์กรวิชาการสารเสพติดที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำในเชิงวิชาการ และถ่ายทอดประสบการณ์

- รศ.นพ.วิชัย โปษยะจินดา ศูนย์วิจัยยาเสพติด สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์การแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นพ.ดร.อภิรักษ์ อร่ามรัตน์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- รศ.พ.ญ.สาวิตรี อัยฉางค์กรชัย คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- รศ.ดร.มานพ คณะโต คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- อ.อาภา ศิริวงศ์ ณ อยุรยา สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ดร.นพดล กรรณิการ์ ศูนย์วิจัยเอบุคคลนวัตกรรมการสังคม การจัดการและธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- อ.อุษณีย์ พึ่งปาน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์การแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รวมทั้งผู้นำชุมชน ประชากรในชุมชนต่างๆ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือและความช่วยเหลือจากทุกท่าน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้นำเสนอ นั้นสามารถมีส่วนช่วยในการพัฒนาระบบสุขภาพของไทย



คณะทำงานวิจัย

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เลขที่ 110 ถนนอินทวโรรส ต.ศรีภูมิ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ 0-5394-5055 โทรสาร 0-5321-1849

กนิษฐา	ไทยกล้า
อริยา	สิงห์ประเสริฐ
สุภวัฒน์	บุญมา
อริสรา	สิทธิ
เนตรนภา	เก่งสูงเนิน

คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เลขที่ 110 ถนนอินทวโรรส ต.ศรีภูมิ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

โทร. 0-5394-5462

อภิรักษ์ อร่ามรัตน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เลขที่ 202 ถ.ช้างเผือก ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300

โทรศัพท์ 0-5388-5555 โทรสาร 0-5388-5556

สุโข	เสम्महाศักดิ์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	
เจิมขวัญ	รัชชานันติ
คณะวิทยาการจัดการ	



สารบัญ

หน้า

อารัมภบท	9
1 วัตถุประสงค์	10
แผนแบบการสุ่มตัวอย่าง	11
วิธีการสำรวจ	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ชุมชนภาคเหนือกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	17
2 ชุมชนภาคเหนือกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	17
อุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคเหนือ	25
ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคเหนือ	31
การกระจายตัวของจุดจำหน่าย	41
3 การกระจายตัวของจุดจำหน่าย	41
จุดจำหน่ายรอบสถานศึกษา	42
สังเคราะห์อุปทานภาคเหนือ	51
4 สังเคราะห์อุปทานภาคเหนือ	51
อภิปราย	52
ข้อเสนอแนะ	53
บรรณานุกรม	55

อารัมภบท

วัตถุประสงค์

รูปแบบการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสำรวจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การสำรวจทางด้านอุปทานของเครื่องคั้มีแอลกอฮอล์ที่ผ่านมานั้น ได้มีการศึกษาจากระบบการจัดเก็บภาษีสุรา การจำหน่าย และผู้ผลิตสุราที่จดทะเบียน แต่ยังไม่ปรากฏข้อมูลการศึกษาเกี่ยวกับผู้ผลิตสุราที่ไม่จดทะเบียน สุราเถื่อน ร้านจำหน่ายเหล้าขาดง เหล้าตอง รวมถึงร้านค้าปลีกที่อยู่ในชุมชนทั้งใน และนอกเขตเทศบาล ดังนั้นการศึกษาวิจัยเพื่อสำรวจการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องคั้มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่ภาคเหนือ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจจำนวน และการกระจายตัวของร้านค้า จุดจำหน่าย ชนิด ประเภทเครื่องคั้มีแอลกอฮอล์ในชุมชนของภาคเหนือ จะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงข้อมูลทางด้านอุปทานในระดับชุมชนได้เป็นอย่างดี และเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการป้องกันปัญหาสุรา การวางแผนการควบคุมจำกัดการบริโภคสุราในระดับชุมชนได้

ในปีพ.ศ. 2544 และพ.ศ. 2546 คณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสารเสพติด ได้ดำเนินการสำรวจครัวเรือนระดับประเทศเพื่อประมาณการจำนวนผู้ที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติด และผู้คั้มีเครื่องคั้มีแอลกอฮอล์มาแล้ว 2 ครั้ง และในปี 2550 ได้ดำเนินการสำรวจครั้งที่ 3 โดยได้รับการสนับสนุนจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ซึ่งผลการสำรวจที่ได้สามารถไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย และป้องกันปัญหาสุรา ซึ่งในการสำรวจครั้งที่ 3 นี้เป็นการประมาณการ

จำนวนผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อผู้บริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และศึกษาความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเสี่ยง และแบบอันตรายรวมทั้ง ผลกระทบจากการดื่มฯ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถบอก สถานการณ์ได้ในทางด้านอุปสงค์ของการดื่มเท่านั้น

ข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO) เมื่อปีพ.ศ. 2547 ระบุว่า ประเทศไทยมีปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์มากจัดเป็นอันดับ 5 ของโลก เครื่องขายของเครื่องดื่มเหล่านี้สำรวจอัตราการบริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในปีพ.ศ.2546 พบว่า ปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ในปีพ.ศ. 2532 เฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 20.2 ลิตรต่อคนต่อปี ส่วนปี พ.ศ.2546 มีอัตราการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็นเฉลี่ยประมาณ 58 ลิตรต่อคนต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเกือบ 3 เท่าตัว โดยเฉพาะอัตราการบริโภคเบียร์เพิ่มสูงขึ้นกว่า 8 เท่าตัว จากเฉลี่ย 4.4 ลิตรต่อคนในปีพ.ศ. 2532 เป็น 39.4 ลิตรต่อคนในปีพ.ศ. 2546 สำนักงานสถิติแห่งชาติเก็บข้อมูลการดื่มแอลกอฮอล์โดยสำรวจครัวเรือนทั่วประเทศในปีพ.ศ. 2547¹ พบว่าประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 8,807,942 คน หรือร้อยละ 17.8 มีอัตราการดื่มนาน ๆ ครั้ง เครื่องดื่มที่ประชากรนิยมดื่มมากที่สุด คือเบียร์ สุราขาว เชียงซุน ส่วนเครื่องดื่มที่ผู้หญิงนิยมดื่มมากกว่าผู้ชาย คือน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ ไวน์พื้นบ้าน และไวน์ และในปีพ.ศ. 2549² ได้ทำการสำรวจอีกครั้งหนึ่ง พบว่า ประชากรที่ดื่มสุรา และอายุ 15 ปีขึ้นไปมีร้อยละ 31.6

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจจำนวน ลักษณะ ร้านค้า จุดจำหน่าย ชนิด ประเภทเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์
2. เพื่อสำรวจการกระจายตัว ของร้านค้าจุดจำหน่าย เครื่องดื่ม ที่มีแอลกอฮอล์
3. เพื่อสำรวจจุดจำหน่ายที่ รัศมี 500 เมตร จาก สถานศึกษา

¹ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, การสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่ และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547

² สำนักงานสถิติแห่งชาติ, พฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพของประชากรไทย, กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร, ธันวาคม 2549.

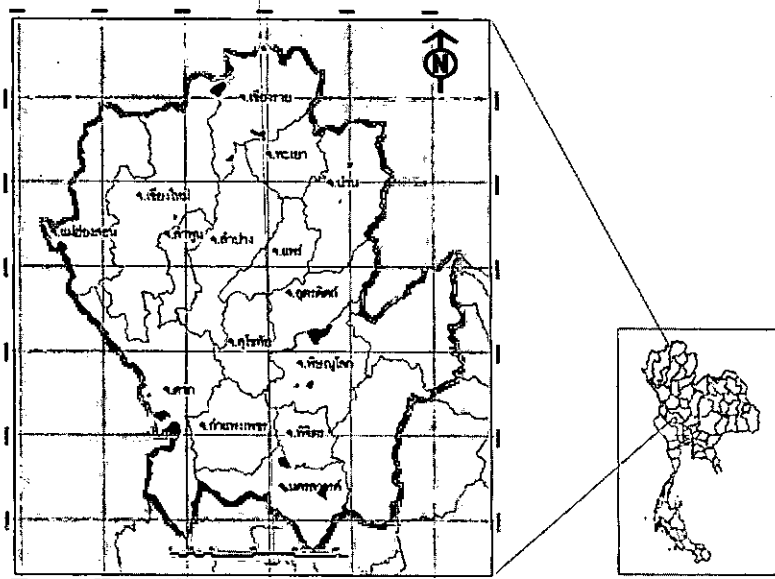
ลดลงเล็กน้อยจากปี พ.ศ. 2547 ซึ่งการดื่มสุราจะพบมากในกลุ่มอายุ 25-59 ปี ถึงแม้จะมีการปรับขึ้นอัตราภาษีของสุรา และนโยบายการจำกัดเวลาการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของรัฐบาลแล้วก็ตาม ปริมาณการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ยังคงเพิ่มขึ้น ซึ่งในจำนวนนี้ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการมีจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ง่ายต่อการเข้าถึงของผู้บริโภค รวมถึงการผลิตสุรากลั่นขายภายในท้องถิ่น

แผนแบบการสุ่มตัวอย่าง

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้กรอบพื้นที่ที่มีการศึกษาเดียวกับของโครงการประมาณการผู้เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ คือ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน ตาก พิษณุโลก และนครสวรรค์ จึงใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิสองขั้น (Stratified Two-Stage Sampling) จำนวนพื้นที่ตัวอย่าง 16 แห่ง มีระดับชั้นการสุ่มตัวอย่างดังนี้

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง คือ สุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาล/อำเภอ (นอกเขตเทศบาล) ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ในจังหวัดนั้น

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สอง คือ สุ่มตัวอย่างตำบลใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ในเขตเทศบาล/อำเภอ (นอกเขตเทศบาล) นั้น



ตาราง 1 พื้นที่ตัวอย่างที่สุ่มได้ในเขตเทศบาล

จังหวัด	อำเภอ	ตำบล
เชียงราย	แม่สาย	แม่สาย
เชียงใหม่	เมืองเชียงใหม่	ศรีภูมิ
ตาก	แม่สอด	แม่สอด
นครสวรรค์	เมืองนครสวรรค์	ปากน้ำโพ
น่าน	เมืองน่าน	ในเวียง
พิษณุโลก	เมืองพิษณุโลก	ในเมือง

ตาราง 2 พื้นที่ตัวอย่างที่สุ่มได้นอกเขตเทศบาล

จังหวัด	อำเภอ	ตำบล
เชียงราย	พาน	ห้วยม
เชียงราย	เวียงป่าเป้า	เวียงกาหลง
เชียงใหม่	แม่อาว	แม่नावง
เชียงใหม่	สันป่าตอง	ยูหว่า
ตาก	พบพระ	ช่องแคบ
นครสวรรค์	บรรพตพิสัย	หนองกรด
นครสวรรค์	ท่าตะโก	คอนคา
น่าน	ปัว	เจดีย์ชัย
พิษณุโลก	วังทอง	วังทอง
พิษณุโลก	ชาติตระการ	บั้งดง

วิธีการสำรวจ

1. เข้าพื้นที่ที่ศึกษาพร้อมกับภาพถ่ายทางดาวเทียม ซึ่งมีความละเอียดในระยะห่างจากพื้นดิน 500 เมตร สามารถเห็นถึงหลังคา ถนน ตรอก ซอย และแผนที่บอกเส้นถนนเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เพื่อทำการบันทึกตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยเครื่องบอกพิกัดภูมิศาสตร์สารสนเทศ (Global Positioning System : GPS)

2. สังเกตสภาพพื้นที่จริงเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง สภาพสถานบริการ ถนน แหล่งชุมชน สถานบริการประเภทอื่น ๆ ที่พักอาศัย สถานศึกษา และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. บันทึกการสังเกตลักษณะร้านค้า จุดจำหน่าย ชนิด ประเภท ปริมาณ บรรจุ ดีกรีของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การได้รับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ และช่วงเวลาการเปิดให้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกตแล้วจะนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการตรวจสอบความครบถ้วน และความสมบูรณ์ของข้อมูล ในส่วนของการประมวลผลข้อมูลจะประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ลักษณะที่ปรากฏให้ชัดเจนขึ้น และตีความสร้างข้อสรุป โดยวิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพื้นที่โดยตรง

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน

2.1 วิเคราะห์ความแตกต่างของประเภทร้านค้า จุดจำหน่าย ชนิด และประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ความแตกต่างในด้านราคาและการได้รับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

2.2 วิเคราะห์ทางระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographic Information Systems: GIS) ได้แก่

2.2.1 วิธีการวัดระยะทางของจุดอื่นข้างเคียงที่อยู่ใกล้สุด (Nearest neighbor) การวิเคราะห์ข้อมูลการกระจายตัว ทางพื้นที่นำเทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณสำหรับภูมิศาสตร์ ใช้วิธีการวัดระยะทางของจุดอื่นข้างเคียงที่อยู่ใกล้สุด³ (Nearest neighbor) เพื่อศึกษาการกระจายตัวในพื้นที่ด้วยการนำเอาการนำเสนอข้อมูล โดยใช้แผนที่ด้วยวิธีการทางสถิติ (Statistics profile) เพื่อให้ทราบความหนาแน่น (Density) การรวมกลุ่ม (Clustering) หรือการกระจาย (Distribution)

³ มนัส สุวรรณ.เทคนิคเชิงปริมาณสำหรับวิชาภูมิศาสตร์.กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินติ้งเฮ้าส์, 2541

$$R = 2 \bar{D}_{obs} \sqrt{\frac{N}{A}}$$

R	คือ	ค่าดัชนี Nearest Neighbor
\bar{D}_{obs}	คือ	ระยะห่างโดยเฉลี่ยของระยะห่างระหว่างจุดต่าง ๆ กับจุดอื่นข้างเคียงใกล้ที่สุด
N	คือ	จำนวนทั้งหมด
A	คือ	จำนวนพื้นที่

2.2.2 วิธีการการสังเคราะห์แนวถนนหรือแนวระวาง (Buffer Zoning) เป็นการสร้างอาณาบริเวณโดยรอบของสถานศึกษา ระยะ 500 เมตร โดยสังเคราะห์พื้นที่ถนนแบบชั้นเดียว (Single Buffer)

2

ชุมชนภาคเหนือ กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคเหนือ
ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคเหนือ
การพัฒนารูปแบบจุดจำหน่าย

ชุมชนภาคเหนือกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จังหวัดเชียงใหม่

ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมือง อยู่ในเขตตัวเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งธุรกิจและการท่องเที่ยว ประชากรในพื้นที่นี้มีอยู่อย่างหนาแน่น ทั้งคนในพื้นที่เดิม ผู้ทำงานที่มาจากต่างถิ่น และชาวต่างชาติ บ้านเรือนที่พักอาศัยเป็นสิ่งปลูกสร้างจากคอนกรีต มีสาธารณูปโภคครบครัน และเพียบพร้อมไปด้วยปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ ประชากรในพื้นที่มีระดับรายได้อยู่ในเกณฑ์ดี การจับจ่ายซื้อขายมักจะใช้เงินสด จำนวนร้านค้าและสถานบันเทิงมีอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อให้บริการกับลูกค้าหลาย ๆ กลุ่ม ร้านสะดวกซื้อเกิดขึ้นทุกมุมถนน ประชากรในพื้นที่นี้มีระดับรายได้หลายระดับ ประชากรที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูง นิยมใช้บริการจากสถานบันเทิงต่างๆ ในขณะที่ผู้มีรายได้ต่ำ หรือผู้มีรายได้สูงแต่มีรสนิยมที่ต่างออกไปจะใช้บริการของซุ้มเหล้าตอง และร้านขายของชำที่แบ่งขายเหล่าชนิดต่างๆ แทนการเข้าสถานบันเทิง การแบ่งขายสุรานิยมแบ่งขายโดยผ่านเครื่องตวงที่เรียกว่า ตอง (บางแห่ง เรียก กิ่ง) โดยราคาจะขึ้นอยู่กับชนิดของสุรานั้น ๆ ซุ้มขายเหล้าตองจะมีทั้งที่เป็นเพิง และรถเข็น มีอยู่ตามหมู่บ้าน ตรอก ซอย ในพื้นที่ต่าง ๆ นอกจากนี้บางกลุ่มจะนิยม

ซื้อเบียร์กลับ ไปดื่มที่บ้านแทนการเข้าสถานบันเทิง เนื่องจากราคาอยู่ในระดับที่สามารถซื้อหาได้และที่สำคัญง่ายในการดื่ม (ไม่ต้องมีน้ำแข็ง น้ำ โซดา ฯลฯ)

ตำบลยหว่า อำเภอสันป่าตอง อยู่ในเขตตัวอำเภอสันป่าตอง ลักษณะของที่อยู่อาศัยมีทั้งเขตชุมชนเมือง และชุมชนชนบท กล่าวคือ ในส่วนที่อยู่ในตัวอำเภอจะมีประชากรหนาแน่น ที่พักอาศัยจะเป็นแบบตารจากคอนกรีต ร้านค้า และร้านขายของชำจะอยู่ติดกับสถานที่ราชการหรือถนนสายหลัก ทั้งสองข้างทางในแหล่งชุมชนมีสถานบันเทิงขนาดเล็กไว้บริการ ซึ่งมักจะเป็นร้านอาหาร และคาราโอเกะ ลึกเข้าไปจากถนนสายหลัก ที่พักอาศัยจะอยู่กันเป็นหมู่บ้านโดยมากมีถนนภายในหมู่บ้านตัดผ่านเป็นชุมชนที่มีขนาดเล็กลักษณะเป็นชุมชนชนบท ร้านค้าส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำขนาดเล็กไว้บริการ บางแห่งมีแผงขายของสด (ผัก หมู เนื้อ) อยู่ด้วย การประกอบอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านการเกษตร ลักษณะเป็นชุมชนเมืองมีร้านอาหาร และร้านคาราโอเกะขนาดเล็กไว้บริการตามถนนสายหลัก และสายรอง แต่มีสิ่งๆที่เหมือนกันระหว่างชุมชนเมือง และชุมชนชนบทคือ ร้านขายของชำส่วนมากจะมีเหล่าแผงขายไว้ให้บริการ โดยมีการวางโต๊ะหิน 1 ชุด ไว้หน้าร้าน บางร้านมีเก้าอี้ไม้ยาว ๆ ไว้ให้นั่งดื่ม โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการช่วงเย็นถึงค่ำ บางแห่งเริ่มขายตั้งแต่กลางวัน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นสุรากลั่นชุมชน เนื่องจากมีราคาถูกแม้ว่ารสชาติของสุราจะไม่ถึงเกณฑ์ที่ดี แต่ก็มีการแก้ไขโดยการผสมกับเครื่องดื่มอื่น ๆ ลงไปเพื่อเพิ่มรสชาติให้กับเหล่า เช่น ยาดองเหล้า หรือยาบำรุงกำลังที่รู้จักกันในท้องถิ่นว่า "ยาใส่เหล้า" ส่วนการดื่มเบียร์มักซื้อกลับไปดื่มที่บ้าน ตำบลแม่่นาวาง อำเภอแม่เมาะ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา มีถนนสายรองเชื่อมกับถนนสายหลัก โดยจะตัดผ่านไปยังแต่ละหมู่บ้าน บางแห่งเป็นถนนคอนกรีตที่ใช้ในหมู่บ้านเท่านั้น หมู่บ้านแต่ละหมู่บ้านจะอยู่ห่างกัน บางหมู่บ้านติดกับถนนสายหลัก หมู่บ้านเหล่านี้จะมีความเจริญกว่าหมู่บ้านที่อยู่ในภูเขา เนื่องจากการคมนาคมสะดวก การพัฒนาจึงรวดเร็วกว่า ส่วนใหญ่จะเป็นชาวไทยพื้นราบแต่ก็มีชาวไทยภูเขาปะปนอยู่จำนวนหนึ่ง หมู่บ้านที่อยู่ลึกเข้าไปจากถนนสายหลักส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตพื้นที่ที่เป็นภูเขา ประชากรเป็นชาวไทยภูเขาบางส่วนพูดไทยไม่ได้ ร้านค้าทั้งหมดเป็นร้านขายของชำ และขายของสดด้วยในตัว ร้านขายของชำส่วนใหญ่จะขายสุรา และ

เบียร์ ซึ่งพบว่า สุรากลั่นเสรีเป็นที่นิยมบริโภคมากที่สุด เพราะราคาถูกรองลงมาคือ เบียร์ และเหล้าต้องตามลำดับ การค้าขายมักใช้เงินสด ไม่นิยมขายเงินเชื่อ ยกเว้นแต่ เครือญาติ และคนสนิทเท่านั้น

จังหวัดเชียงราย

ตำบล แม่สาย อำเภอ แม่สาย พื้นที่นี้เป็นแหล่งค้าขาย เนื่องจากติดกับฝั่ง พม่าสินค้าจากจีนจึงข้ามมาขายบริเวณนี้อย่างมาก พื้นที่โดยมากเป็นดึกทั้งสองฟาก ของถนนสายหลัก ชั้นล่างของดึกทุกแห่งถูกทำเป็นร้านค้านานาชาติ ประชากรมี มากโดยเฉพาะนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีแรงงานชาวพม่าอีกจำนวนไม่น้อยอาศัย พื้นที่นี้ด้วย ถัดจากดึกออกไปเป็นพื้นที่พักอาศัย โดยมีถนนรองเชื่อมติดกับถนนหลัก หลายแห่ง และแต่ละแห่งเชื่อมต่อกันได้ พื้นที่นี้เป็นเขตที่พักอาศัยมีทั้งชาวไทยและ ชาวพม่า โดยชาวพม่าเหล่านี้ข้ามมาเป็นลูกจ้าง และแรงงานในฝั่งไทย เมื่อเลิกงาน บางกลุ่มก็ข้ามกลับไป บางกลุ่มยังคงอยู่ในประเทศไทย คนไทยพื้นที่นี้เป็นคน ดั้งเดิม คือ อยู่ที่นี่มานานแล้วส่วนใหญ่เปิดร้านขายอาหาร และขายของชำ ลูกค้าหลัก คือชาวพม่า สำหรับชีวิตความเป็นอยู่มีหลายแบบ ตั้งแต่ชุมชนแออัดจนถึงย่านคนมี เงิน ร้านค้าจะแยกตามพื้นที่ โดยร้านค้าที่ติดถนนสายหลักที่มีผู้คนมากจะเป็นร้าน มินิมาร์ท และสะดวกซื้อ ถ้าอยู่ในพื้นที่พักอาศัยจะเป็นร้านขนาดเล็กแต่ละร้านจะ มีโต๊ะหิน 1-2 ชุดไว้ที่หน้าร้านให้บริการแก่ลูกค้า พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ลูกค้าโดยมากจะเป็นชาวพม่า ซึ่งข้ามมารับจ้างยังฝั่งไทย เครื่องดื่ม ส่วนใหญ่คือ สุรากลั่นเสรีที่มีมากมายหลายยี่ห้อ และมาจากหลายจังหวัด การดื่มแต่ ละครั้งจะซื้อเป็นขวดขนาดเล็ก แล้วนั่งดื่มบริเวณโต๊ะหินที่ทางร้านนำมาวางไว้ เวลา ในการดื่มไม่แน่นอน บางครั้งเริ่มตั้งแต่ช่วงสายเป็นต้นไปจนถึงเย็น ส่วนลูกค้าที่มา คนเดียวมักซื้อเหล้าแบ่งขายดื่ม โดยดื่มในร้านทันทีที่ซื้อ เมื่อเสร็จแล้วก็กลับบ้าน ลูกค้าส่วนนี้จะเป็นกลุ่มของคนไทย สาเหตุที่สุรากลั่นเสรีขายดี เนื่องจากสามารถ เลือกได้หลายยี่ห้อจนถูกใจรสชาติที่ตนพอใจ และที่สำคัญคือ ราคาถูก

ตำบลเวียงกาหลง อำเภอเวียงป่าเป้า พื้นที่เกือบทั้งหมดเป็นพื้นที่ทำ การเกษตร มีการทำนา และทำสวนเป็นหลัก ประชากรใช้ชีวิตแบบสังคมถ้อยที

ถ้อยอาศัยกัน บ้านเรือนเป็นแบบใช้วัสดุธรรมชาติ และกิ่งถาวร อยู่กันเป็นหมู่บ้านมัก จะอยู่ใกล้กับศาสนสถานของหมู่บ้าน และสถานที่ที่เป็นตลาด หมู่บ้านบางหมู่บ้าน อยู่ติดกับถนนสายหลักที่ตัดผ่านไปยังจังหวัดเชียงราย ประชากรตามสองข้างทางของ ถนนนิยมประกอบอาชีพค้าขาย และทำการเกษตรควบคู่กัน พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ เนื่องจากเป็นสังคมเกษตรกรรม เวลาว่างงานส่วนมากคือ ตอนเย็น การดื่มจึงมักเกิดขึ้นเวลานี้ การดื่มแต่ละครั้งมักจะเป็นสุรากลั่นเสริมมากกว่าสุราขาว โรงงาน เนื่องจากราคาถูก และไม่ฉุนมากซึ่งหาซื้อได้จากร้านขายของชำที่มีเหล้าขาย เกือบทุกร้าน โดยในแต่ละร้านจะมีเหล้าแบ่งขายไว้บริการด้วย นอกจากนี้พฤติกรรมการดื่มยังเปลี่ยนไปด้วย นั่นคือ ในกลุ่มนักดื่มบางกลุ่มนิยมดื่มเหล้าขาวพร้อมกับ ผสมเครื่องดื่มบำรุงกำลังไปพร้อมกัน โดยให้เหตุผลว่าทำให้ดื่มง่ายขึ้น และลดกลิ่น ฉุนของสุราไปด้วยในตัว

ตำบลห้วยม้อ อำเภอพาน เป็นพื้นที่เกษตรกรรม ทำนาเป็นหลัก บ้าน และที่ พักอาศัยเป็นแบบกิ่งถาวร และบางส่วนใช้วัสดุธรรมชาติสร้าง บ้านเรือนส่วนใหญ่ จะอยู่ใกล้กับทางคมนาคม แต่ละหมู่บ้านเชื่อมต่อกันโดยถนนสาธารณะระหว่าง หมู่บ้าน และมักตัดผ่านพื้นที่เกษตรกรรม ซึ่งหมู่บ้านหนึ่งๆ สามารถเชื่อมต่อกับหลาย หมู่บ้านได้ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มักจะเริ่มดื่มช่วงเย็นหลังเลิก งานแล้ว โดยมากมักจะดื่มมาจากที่ทำงานก่อน จากนั้นก็แวะมาดื่มต่อที่ร้าน ส่วนใหญ่ คือ ร้านขายของชำ เกือบทุกร้านจะแบ่งขายเหล้าไว้บริการ ร้านขายของชำบางร้านจะ แยกส่วนขายสุราไว้ต่างหาก โดยทำเป็นเพิงคล้ายกับซุ้มเหล้าตองแต่ยังติดกับร้านขาย ของอยู่ สุราที่ขายดีส่วนมากเป็นสุราขาวมากกว่าสุราแดงและเบียร์ โดยสุราขาวที่ ขายเป็นสุรากลั่นเสริม ทั้งที่มาจากแพร่ น่าน และลำปาง

จังหวัดน่าน

ตำบลในเวียง อำเภอเมือง อยู่ในเขตตัวเมือง จังหวัดน่าน เป็นแหล่งที่พัก อาศัย และย่านการค้า ประชากรส่วนมากประกอบอาชีพค้าขายเป็นหลัก สถานที่พัก อาศัยเป็นอาคารถาวรเป็นตึก ชั้นล่างจะทำเป็นร้านค้าไว้ขายของ และธุรกิจขนาดเล็ก ร้านขายของก็จะประกอบด้วยร้านขายของชำ ขายอาหาร และอุปกรณ์ต่าง ๆ ร้านขาย

ของชำโดยมากจะมีตู้แช่ไว้ภายในร้าน เครื่องดื่มต่างๆ จะถูกแช่ไว้ในตู้รวมทั้งเบียร์ และน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ก็มีอยู่ในตู้แช่ สถานะบันเทิงในพื้นที่นี้จะมีขนาดเล็ก จำนวนไม่มากอยู่กระจายภายในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นร้านคาราโอเกะ และร้านอาหารขนาดเล็กพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่มีพฤติกรรมกรรมการดื่มด้วยการซื้อกลับไปดื่มที่บ้าน ปริมาณในการซื้อขึ้นอยู่กับกำลังในการซื้อของแต่ละคน ที่นิยมดื่มมากคือ การซื้อเบียร์กลับไปดื่มที่บ้าน นอกจากนี้บางส่วนใช้บริการในสถานบันเทิงแทนการดื่มในบ้านซึ่งประชากรส่วนนี้จะมีฐานะทางการเงินที่ดี ส่วนเครื่องดื่มประเภทสุราโดยส่วนมากจะซื้อสุรากลั่นชุมชนขวดเล็กกลับไปดื่มที่บ้าน และร้านขายของชำในพื้นที่นี้ไม่มีการแบ่งขายเหล้า

ตำบลเจดีย์ชัย อำเภอบัว พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่การเกษตร ประชากรอาศัยอยู่เป็นกลุ่ม ๆ ใกล้กับสถานที่สาธารณะ และสถานที่ของรัฐ โดยแต่ละกลุ่มก็คือหนึ่งหมู่บ้าน การประกอบอาชีพโดยรวมเป็นอาชีพทางด้านเกษตรกรรม อาทิ ทำนา ทำสวน ร้านค้าภายในพื้นที่นี้เป็นรายขายของชำขนาดเล็ก บางหมู่บ้านมี 2-3 แห่ง แต่จะมีร้านขายของชำบางแห่งมีการแบ่งขายย่อยสุราไว้บริการแต่ไม่ใช่ทุกร้าน ในช่วงที่มีการทำนา ร้านบางแห่งจะปิดตัวเองเพื่อกลับไปทำนา เมื่อเสร็จแล้วก็กลับมาเปิดร้านขายของชำขนาดเล็ก ๆ ในหมู่บ้านตามเดิม

จังหวัดตาก

ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด เป็นเขตชุมชนเมือง ส่วนมากทำอาชีพค้าขาย ประชากรส่วนใหญ่เป็นแรงงานชาวพม่าที่ข้ามมารับจ้างยังฝั่งประเทศไทย พุดไทยได้บ้างแต่ไม่นิยมพูด ผู้สูงอายุชาวพม่าส่วนใหญ่พูดไทยไม่ได้ ประชากรรองลงมาคือชาวไทยมุสลิม ประกอบอาชีพค้าขาย สอนศาสนา และภาษาต่างประเทศ ฐานะดีและประชากรที่น้อยที่สุด คือ ชาวไทยพุทธ ประกอบอาชีพค้าขาย และรับจ้างฐานะปานกลาง พื้นที่บางจุดมีแต่ผู้สูงอายุ ส่วนลูกหลานทำงานที่กรุงเทพฯ เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวพม่าที่มีรายได้น้อย ได้เช่าห้องแถวเล็ก ๆ อาศัยอยู่ไม่ได้ข้ามกลับฝั่งพม่า การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่จะดื่มสุราขาว เนื่องจากมีราคาถูก นอกจากนี้ยังมีคนไทยอีกบางส่วนที่มีพฤติกรรมกรรมการดื่มที่คล้ายกัน มีการ

ซื้อเบียร์กลับไปกินที่บ้านด้วย

ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ พื้นที่ภูมิประเทศเป็นที่ราบระหว่างเขา ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ชาวไทยภูเขา และพม่า พื้นที่ที่มีความเป็นอยู่ที่คืออยู่ใกล้กับตลาด และสถานที่ราชการ ในส่วนนี้ประกอบอาชีพค้าขายเป็นหลัก ส่วนพื้นที่ที่อยู่ลึกเข้าไปเป็นชาวไทยภูเขาประกอบอาชีพเกษตรกรรม บางแห่งจ้างคนงานพม่ามาเป็นแรงงาน แรงงานพม่าจะพบมากในตลาดของตำบล ตอนเช้าจะมีรถกระบะรับแรงงานพม่าไปทำงาน ร้านค้าในตลาดเป็นร้านขายของชำ และตลาดสด มีร้านขายส่งเสื้อผ้าขนาดใหญ่ 1 ร้าน ส่วนที่อยู่ไกลออกไปเป็นร้านขายของชำขนาดเล็กตามหมู่บ้าน หมู่บ้านละ 1-2 ร้าน พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่จะดื่มตอนเย็นหลังเลิกงาน แต่บางกลุ่มจะเริ่มตั้งแต่ช่วงเช้าไป เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จะมีตั้งแต่สุรากลั่นชุมชน เบียร์ นอกจากนี้ยังมีเหล้าขาวที่มีตราเป็นภาษาพม่าจำหน่ายในเขตพื้นที่ดังกล่าวด้วย

จังหวัดพิษณุโลก

ตำบลในเมือง อำเภอเมือง พื้นที่นี้เป็นเขตชุมชนเมืองขนาดใหญ่ ประชากรมีจำนวนมากเนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา วัฒนธรรม และสาธารณูปโภค และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านโบราณคดีด้วย ด้านความเป็นอยู่ ประชากรมีความเป็นอยู่ที่ดี รายได้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ประชากรมีกำลังในการซื้อสูง ร้านค้าขายของชำมีขนาดกลางถึงขนาดใหญ่อยู่ทั่วไปในพื้นที่ ร้านขายของชำขนาดเล็กมีเพียงส่วนน้อยแทรกตัวอยู่ชุมชนต่าง ๆ สถานบันเทิงในเมืองพิษณุโลกมีจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วไป แต่จะมีความหนาแน่นในพื้นที่ที่เป็นจุดศูนย์กลางผู้คนและใกล้กับสถานศึกษา นอกจากร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานบันเทิงแล้วยังมีการติดป้ายผ้าโฆษณา กิจกรรมต่างๆ ที่มีตราหยัหรือ หรือสัญลักษณ์ สุนทรคติอยู่ทั่วไปตามท้องถนน พฤติกรรมในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ประชากรส่วนใหญ่มีระดับรายได้ที่ดี ดังนั้นผู้บริโภค





ส่วนใหญ่จึงมักจะใช้บริการของสถานบันเทิงที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในพื้นที่ มีส่วนน้อยจะใช้การซื้อกลับไปดื่มที่บ้าน โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซื้อจะเป็นเบียร์ และสุราขาว สุราแบ่งขายมีเพียงบางร้านเท่านั้นที่แบ่งขาย โดยพบในร้านขายของชำหน้าตลาดสดบางร้านเท่านั้น

ตำบลวังทอง อำเภอวังทอง พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอ จึงมีความเจริญกว่าพื้นที่รอบนอก อีกทั้งบริเวณใกล้เคียงยังมีแหล่งสถานที่ทางราชการอยู่หลายแห่ง มีย่านตลาดร้านค้าเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ ร้านค้าโดยทั่วไปเป็นร้านขายของชำ และร้านมินิมาร์ทขนาดเล็กถึงปานกลางอยู่หลายแห่งเกาะตัวกันเป็นกลุ่มอยู่ภายในตลาด ตามรายทางของถนนสายหลักมีสถานบันเทิงอยู่ตามสองข้างทาง มีทั้งร้านคาราโอเกะ และร้านอาหารที่ขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไว้ให้บริการ นอกจากนี้ยังมีร้านขายของชำอยู่ตามสองข้างทางเช่นกัน พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะดื่มเครื่องดื่มประเภทเบียร์ และสุรากลั่นชุมชนส่วนในสถานบันเทิงตามข้างทางผู้ใช้บริการสถานที่เหล่านี้เป็นพวกชาวจีนที่ผ่านไปมาและเป็นผู้ที่มีรายได้สูง

ตำบลบ้านดง อำเภอชาติตระการ พื้นที่เป็นเขตชนบท ประกอบด้วยทุ่งนา และภูเขา หมู่บ้านแต่ละแห่งจะแยกจากกัน โดยมีถนนสายรองตัดผ่านในพื้นที่ อาชีพของประชากรในพื้นที่คือ อาชีพเกษตรกรรม หมู่บ้านอยู่ลึกเข้าไป อยู่ในพื้นที่ที่เป็นภูเขา ประชากรเป็นพวกชาวไทยภูเขา พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื่องจากภูมิประเทศเป็นเขตชนบท ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำให้มีรายได้ระดับต่ำ กำลังในการซื้อมีน้อย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงเป็นพวกสุรากลั่นชุมชน และสุราขาวเป็นหลัก ส่วนน้อยที่ดื่มเบียร์ สำหรับสุราผสมนั้นจะมีเพียงช่วงที่มีเทศกาล

และพิธีการสำคัญ ๆ เท่านั้น

จังหวัด นครสวรรค์

ตำบล ปากน้ำโพ อำเภอเมือง พื้นที่อยู่กลางเมือง เป็นเขตที่อยู่อาศัย และค้าขาย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นตึก และอาคารพาณิชย์แต่มีบ้านเดี่ยวขนาดเล็กบ้าง ตามตรอก และซอยต่าง ๆ ที่มีขนาดเล็ก ประชากรอยู่หนาแน่นชีวิตความเป็นอยู่มี หลากหลายรูปแบบ สถานบันเทิงโดยมากอยู่รอบ ๆ อุทยานบัวสวรรค์ ซึ่งเป็น แหล่งท่องเที่ยวยามราตรีของคนพื้นที่นี้ ร้านค้าปลีกประเภทร้านขายของชำอยู่ รอบนอกของเขตชุมชน ภายในเขตชุมชนที่พลุกพล่านส่วนใหญ่มีร้านสะดวกซื้อ และมินิมาร์ทตั้งอยู่แทนที่ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการสอบถาม ร้านค้าประเภทขายของชำพบว่า โดยส่วนใหญ่การดื่มแต่ละครั้งผู้บริโภคจะซื้อกลับไปดื่มที่บ้าน เน้นเครื่องดื่มไปที่เบียร์มากกว่าประเภทสุรา การขายเหล้าแบ่งอยู่ในเขต ชุมชนเล็ก ๆ โดยรอบ และสุราที่แบ่งขายจะเห็นสุรากลั่นของรัฐบาล สุรากลั่นชุมชน มีดีร้านบ้างแต่น้อยมาก ๆ ผู้ที่มีรายได้สูงจะใช้บริการสถานบันเทิงรอบ ๆ อุทยาน บัวสวรรค์ ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีทั้งวัยรุ่น และวัยทำงาน โดยใช้บริการในช่วงเวลาค่ำ จนถึงดึก

ตำบลหนองกรด อำเภอบรรพตพิสัย พื้นที่เกือบทั้งหมดเป็นพื้นที่ เกษตรกรรม โดยทำนาเป็นหลัก บ้านเรือนอยู่ใกล้กับทางคมนาคม โดยแยกเป็น หมู่บ้าน ในแต่ละหมู่บ้านมีร้านขายของชำอยู่หมู่บ้านละ 3 - 4 ร้าน ส่วนมากติด ถนนสายหลัก และถนนในหมู่บ้าน ที่อยู่อาศัยมีหลายรูปแบบตั้งแต่สร้างจากวัสดุ ธรรมชาติจนถึงเป็นตึก ชีวิตความเป็นอยู่อยู่ในระดับปานกลางจนถึงดี การอยู่ร่วมกัน เป็นแบบสังคมชนบท พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้ดื่มมักมานั่งดื่มที่ ร้านขายของชำ และที่บ้านแทนการเข้าสถานบันเทิง เครื่องดื่มที่นิยมดื่มคือ เบียร์ รองลงมาคือ สุราขาวรัฐบาล ร้านขายของทุกร้านมีตู้แช่ไว้แช่เบียร์ และเครื่องดื่ม อื่น ๆ ไว้รอให้บริการ โดยกลุ่มผู้ดื่มจะเริ่มเข้ามาใช้บริการในช่วงตอนเย็นถึงค่ำ แล้วกลับบ้านไม่อยู่จนดึก

ตำบลดอนคา อำเภอท่าตะโก พื้นที่ระหว่างถนนสายหลักเป็นพื้นที่การเกษตร โดยทำนาเป็นหลัก ประชากรรวมตัวเกาะกลุ่มกันเป็นหมู่บ้าน แต่ละหมู่บ้านแยกออกจากกัน บางหมู่บ้านอยู่ติดทางคมนาคม บางแห่งอยู่ลึกเข้าไปจากถนน บ้านเรือนที่พักอาศัยเป็นปูน และบ้านไม้กึ่งปูน นอกจากนี้พื้นที่บางแห่งยังเป็นภูเขาซึ่งมีขนาดใหญ่ หมู่บ้านในบริเวณดังกล่าวจะอยู่รอบ ๆ ภูเขา ในแต่ละหมู่บ้านจะมีร้านขายของชำประจำอยู่ 1-2 แห่ง แต่ละแห่งมีขนาดเล็กซึ่งมักจะอยู่ใกล้กับโรงเรียนและเส้นทางคมนาคม พฤติกรรมการคิ่มเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์ ร้านขายของชำทุกแห่งมีตู้แช่ไว้ให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังมีสุราขายจำหน่ายด้วย ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการแบ่งขายไว้บริการด้วย โดยนักคิ่มจะเข้ามาใช้บริการกันมากในช่วงเวลาตอนเย็น หลังจากเลิกงาน

“ร้านซั๊กแห้ง เป็นร้านขายขนมและเครื่องคิ่ม”
 “ร้านนมแต่ก็มีเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์ขายด้วย”
 “ร้านขายยา จำหน่ายเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์”

อุปทานเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคเหนือ

จุดจำหน่ายเครื่องคิ่มที่มีแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคเหนือที่สำรวจได้จำนวน 816 จุด จำแนกเป็นจุดจำหน่ายในเขตเทศบาลร้อยละ 61.2 นอกเขตเทศบาลร้อยละ 38.8 เมื่อพิจารณาแยกแต่ละจังหวัดพบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 253 จุด จังหวัดพิษณุโลกจำนวน 203 จุด จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 114 จุด จังหวัดตาก จำนวน 101 จุด จังหวัดน่าน จำนวน 52 จุด จังหวัดเชียงราย จำนวน 93 จุด ลักษณะของจุดจำหน่ายเครื่องคิ่มที่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่ต่าง ๆ นั้นมีลักษณะที่ค่อนข้างที่จะคล้ายคลึงกัน คือ มีลักษณะเป็นร้านขายของชำ ค่าปลีก ร้อยละ 40.0 ของจำนวนจุดจำหน่ายทั้งหมด รองมาคือ ร้านอาหาร และเครื่องคิ่ม สถานบันเทิงประเภทต่าง ๆ ร้อยละ 27.6 ร้านขายของชำที่มีการจำหน่ายเหล้าแบ่งขาย (เหล้าตอง) ด้วยร้อยละ 20.0 ร้านที่จำหน่ายเครื่องคิ่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นสินค้าหลัก ร้อยละ 5.0 ร้านสะดวกซื้อที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ร้อยละ 4.5 ร้าน เฟิง ชุ่มเหล้าตอง ร้อยละ 2.2 เปรียบเทียบพื้นที่ภาคเหนือตอนบน (เชียงราย เชียงใหม่ และน่าน) และตอนล่าง (ตาก พิษณุโลก และนครสวรรค์) พบว่าภาคเหนือตอนล่างมีสัดส่วนของจุดจำหน่ายประเภทต่าง ๆ

มากกว่าภาคเหนือตอนบน ยกเว้นลักษณะจุดจำหน่ายร้าน เฝิง ชุ่มเหล้าตอง จะพบในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมากกว่า

พื้นที่ในเขตเทศบาลมีจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จำนวน 498 จุด มีสัดส่วนของลักษณะ ลักษณะจะเป็นร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานบันเทิง ประเภทต่าง ๆ ร้อยละ 38.4 ของจำนวนจุดจำหน่ายทั้งหมด รองมาคือ ร้านขายของชำ ค้าปลีก ร้อยละ 36.9 ร้านขายของชำที่มีการจำหน่ายเหล้าแบ่งขาย (เหล้าตอง) ร้อยละ 9.0 ร้านสะดวกซื้อที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ร้อยละ 6.6 ร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นสินค้าหลัก ร้อยละ 6.4 ร้านที่เป็นเฝิง ชุ่มเหล้าตอง ร้อยละ 2.6

พื้นที่นอกเขตเทศบาลมีจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จำนวน 318 จุด มีสัดส่วนของลักษณะ ลักษณะจะเป็นร้านขายของชำ ค้าปลีก ร้อยละ 44.7 ของจำนวนจุดจำหน่ายทั้งหมด รองมาคือ ร้านขายของชำที่มีการจำหน่ายเหล้าแบ่งขาย (เหล้าตอง) ร้อยละ 39.0 ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานบันเทิงประเภทต่าง ๆ ร้อยละ 10.7 ร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นสินค้าหลัก ร้อยละ 1.8 ร้านเฝิง ชุ่มเหล้าตอง ร้อยละ 1.6 ร้านสะดวกซื้อที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ร้อยละ 1.3 ลักษณะจุดจำหน่ายในพื้นที่นอกเขตเทศบาล โดยมากจะจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ร่วมกับสินค้าอุปโภค บริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน หรือจำหน่ายในร้านค้าที่มีอยู่ในชุมชน

“ขายเกี่ยวกับเครื่องมือการเกษตร นู๊ย ยา สารเคมี ลักษณะร้านสองชั้นสร้างด้วยปูน”

“ร้านค้าทั่วไปขายเวชภัณฑ์ ยาชุด และของชำ จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”

“ร้านขายของชำ ขายน้ำมัน (ปั๊มหลอด) ลักษณะร้านชั้นเดียว”

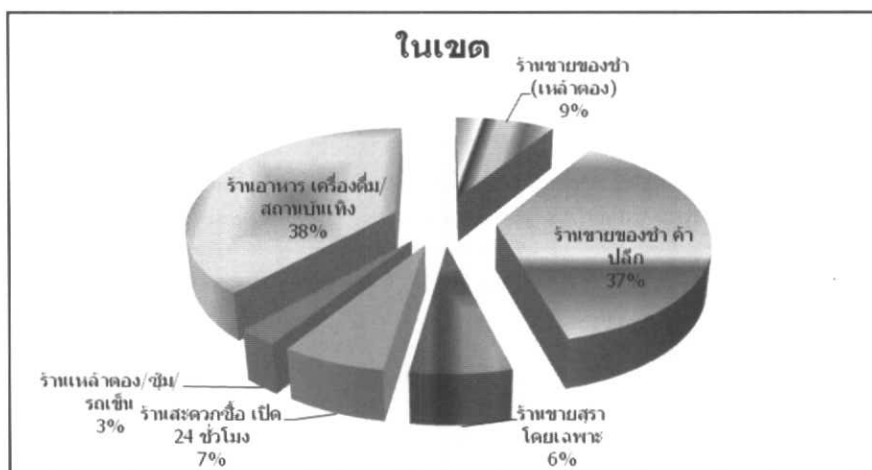
“ร้านจำหน่ายอะไหล่ น้ำมันเครื่อง อุปกรณ์รถ มีผู้เช่าหน้าร้าน”

“ร้านขายของชำขนาดเล็กอยู่ติดโรงเรียน”

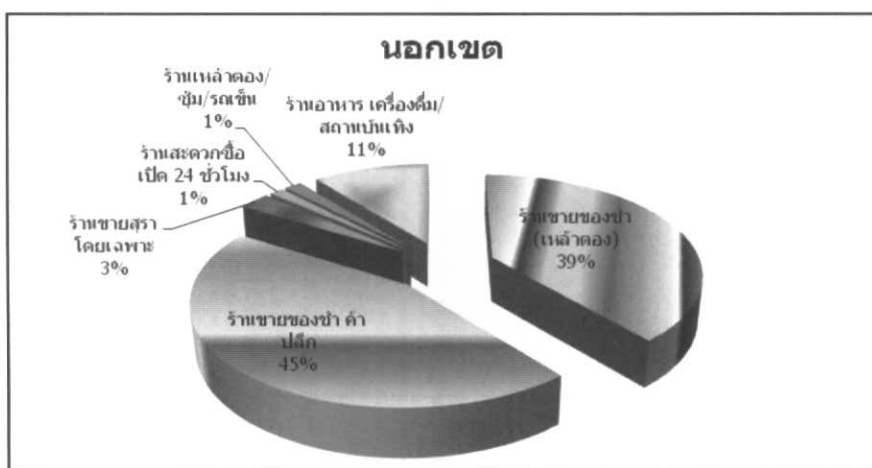
“ร้านขายเครื่องเสียง จำหน่ายหนังสือ และเครื่องใช้ไฟฟ้า มีผู้เช่าอยู่หน้าร้าน”

พื้นที่ภาคเหนือตอนบนและตอนล่างเมื่อเทียบจำนวนจุดจำหน่ายพบว่า นอกเขตเทศบาลมีสัดส่วนของร้านขายของชำที่มีการจำหน่ายเห็ดแห้งขย (เห็ดหลอด) สูงกว่าจำนวนร้านในเขตเทศบาลมากกว่า 4 เท่า ในทางกลับกันสัดส่วนของร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบันเทิงในเขตเทศบาลมากกว่านอกเขตเทศบาล 3 เท่า

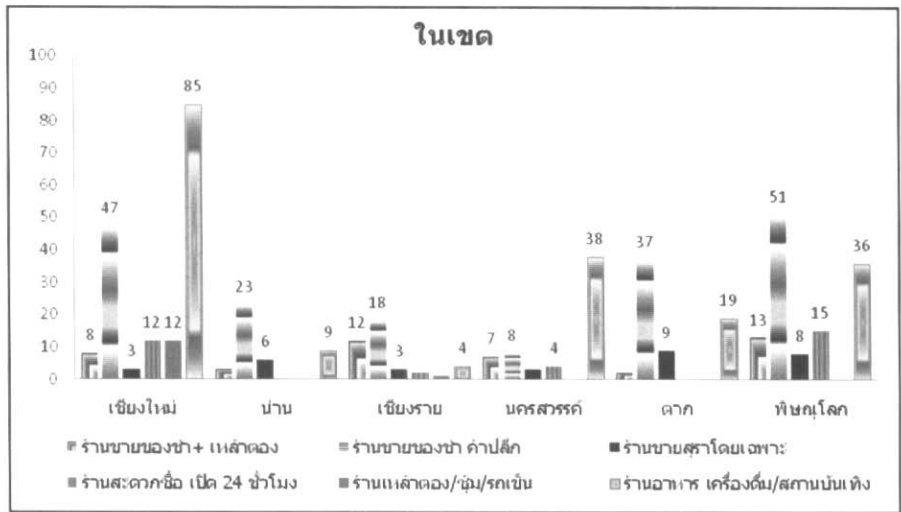
กราฟ 2 ร้อยละของลักษณะจุดจำหน่ายในเขตเทศบาล



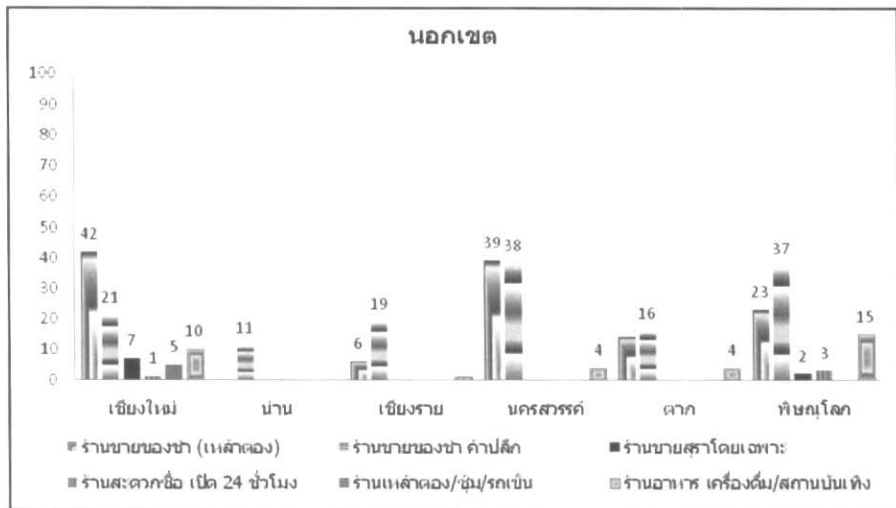
กราฟ 3 ร้อยละของลักษณะจุดจำหน่ายนอกเขตเทศบาล



กราฟ 4 ร้อยละของลักษณะจุดจำหน่ายในเขตเทศบาลจำแนกตามพื้นที่



กราฟ 5 ร้อยละของลักษณะจุดจำหน่ายนอกเขตเทศบาลจำแนกตามพื้นที่



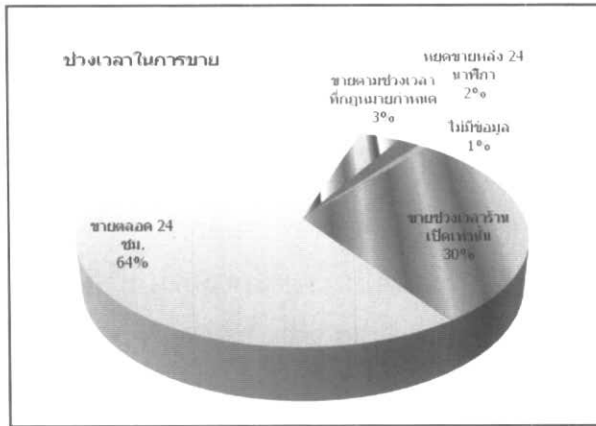
การขออนุญาตจำหน่ายสุราในพื้นที่ภาคเหนือเกือบทุกจุดจำหน่ายมีการขอใบอนุญาตจำหน่ายสุราตามที่กฎหมายกำหนดมากถึงร้อยละ 92.0 โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดตาก น่าน และพิษณุโลก ทุกร้านมีใบอนุญาตจำหน่ายสุรา รองมาคือ จังหวัดนครสวรรค์ มีใบอนุญาตร้อยละ 93.6 จังหวัดเชียงราย มีใบอนุญาตร้อยละ 92.4 จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนร้านที่มีใบอนุญาตจำหน่าย ร้อยละ 79.8 พื้นที่ในเขตเทศบาลเกือบทุกพื้นที่มีใบอนุญาตจำหน่ายสุราทุกร้านยกเว้นในเขตเทศบาลของจังหวัดเชียงราย และจังหวัดนครสวรรค์ที่มีบางจุดจำหน่ายไม่มีใบอนุญาต ส่วนนอกเขตเทศบาลจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดเชียงใหม่มีจุดจำหน่ายจำนวนหนึ่งไม่มีใบอนุญาต โดยเฉพาะนอกเขตเทศบาลจังหวัดเชียงใหม่มากถึงร้อยละ 40 ที่ไม่มีใบอนุญาตจำหน่ายสุรา

ช่วงเวลาในการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของพื้นที่ภาคเหนือพบว่า ร้อยละ 94.0 โดยมีการขายตลอด 24 ชั่วโมง ร้อยละ 64.0 การขายตลอดทั้งวันไม่จำกัดเวลาหรือจำหน่ายตั้งแต่ร้านเปิดจนถึงร้านปิด ร้อยละ 30.0 มีเพียงร้อยละ 6.0 ที่จำหน่ายตามที่กฎหมายกำหนด พื้นที่ในเขตเทศบาลส่วนใหญ่มีการเปิดจำหน่ายให้แก่ลูกค้าตลอดทั้งวันไม่จำกัดเวลา หรือ 24 ชั่วโมง ร้อยละ 88.4 เช่นเดียวกับพื้นที่นอกเขตเทศบาลที่มีการจำหน่ายตลอดทั้งวัน ร้อยละ 87.4

“ถ้าลูกค้าซื้อกลับบ้านจะขายตลอดเวลาที่เปิดร้าน แต่ถ้าหากลูกค้าจะนั่งดื่มที่ร้านจะขายตาม
ช่วงเวลาที่กฎหมายกำหนด”

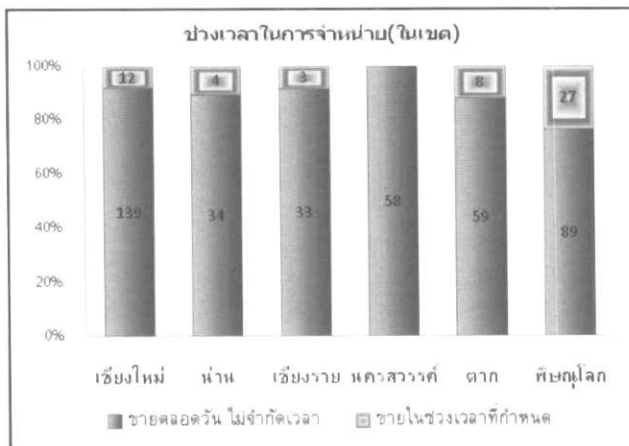
“ไม่จำกัดเรื่องเวลาห้ามขาย แล้วแต่ความต้องการของลูกค้า”

กราฟ 6 ร้อยละของลักษณะช่วงเวลาในการจำหน่าย

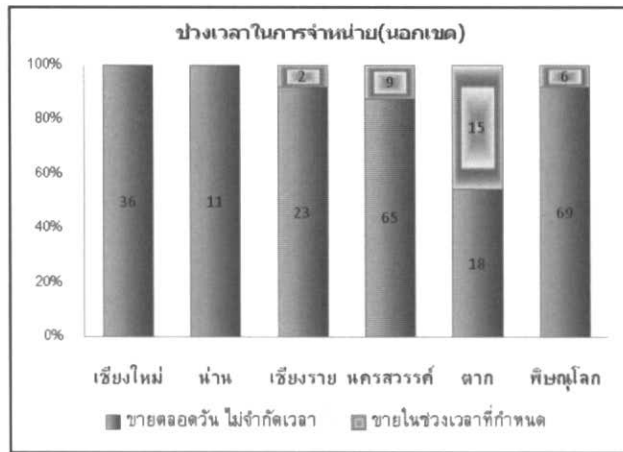


เมื่อพิจารณาเฉพาะพื้นที่ในเขตเทศบาลจังหวัดนครสวรรค์ และพื้นที่นอกเขตภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และน่าน มากกว่าร้อยละ 90.0 ที่จำหน่ายตลอดทั้งวันไม่จำกัดเวลา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับพื้นที่นอกเขตเทศบาลเช่นเดียวกับในเขตเทศบาลร้อยละ 90.0 ช่วงเวลาในการจำหน่ายไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ในจำนวนนี้มีการจำหน่ายตลอด 24 ชั่วโมง มากกว่าร้อยละ 60.0 ยกเว้นนอกเขตเทศบาลจังหวัดตาก พิษณุโลก และนครสวรรค์มีไม่ถึงร้อยละ 10.0 ที่จำหน่ายตามช่วงเวลาที่กำหนด (กราฟ 7-8)

กราฟ 7 ร้อยละของช่วงเวลาในการจำหน่ายจำแนกตามพื้นที่ในเขตเทศบาล



กราฟ 8 ร้อยละของช่วงเวลาในการจำหน่ายจำแนกตามพื้นที่นอกเขตเทศบาล

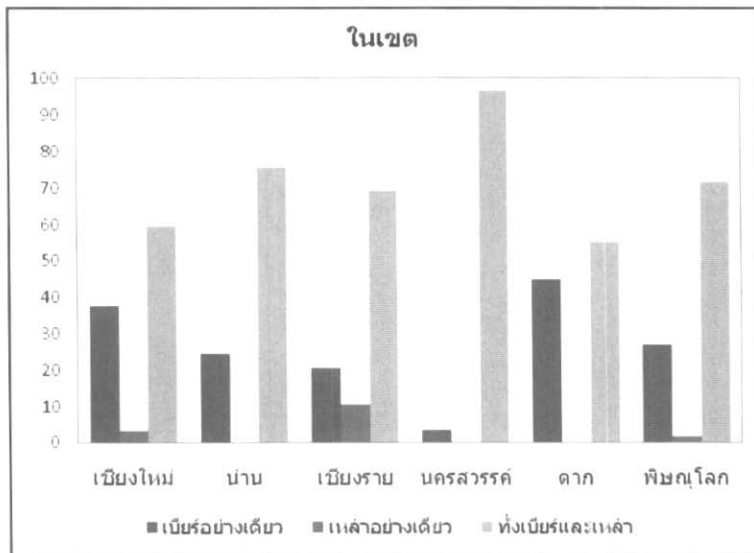


ตลาดเครื่องคั้มที่มีแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคเหนือ

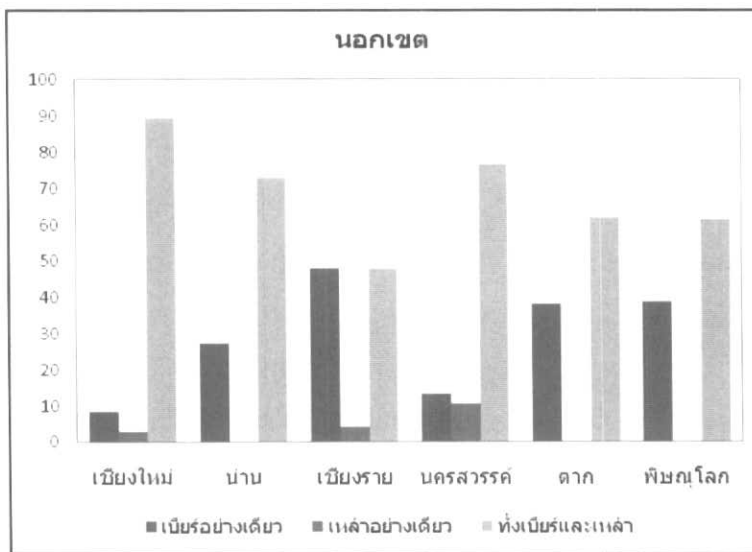
เครื่องคั้มที่มีแอลกอฮอล์ที่มีจำหน่ายในชุมชนพื้นที่ภาคเหนือซึ่งมีจำหน่ายทั้งเครื่องคั้มที่มีแอลกอฮอล์น้อย (3.5 ดีกรี) จนถึงเครื่องคั้มที่มีแอลกอฮอล์มาก (45 ดีกรี) ในแต่ละพื้นที่ที่มีการจำหน่ายทั้งสุราแช่ สุราขาว สุราผสมพิเศษ สุราปรุงพิเศษ และสุราพิเศษ สำหรับการสำรวจครั้งนี้ขอจำแนกสุราตามตลาดสุรา

จุดจำหน่ายพื้นที่ชุมชนภาคเหนือทั้งหมด 816 จุด มีร้านที่จำหน่ายเบียร์ร้อยละ 93.0 ในจำนวนนี้จุดจำหน่าย มีการจำหน่ายเป็นเบียร์ข้างสูงถึงร้อยละ 92.8 รองมาคือ เบียร์ลีโอ และเบียร์ไฮเนเก้น ร้อยละ 30.2 พื้นที่ในเขตเทศบาลส่วนใหญ่จะจำหน่ายทั้งเหล้า และเบียร์มากกว่าร้านที่จำหน่ายเบียร์เพียงอย่างเดียวเกือบหนึ่งเท่าตัว และมีเพียงไม่กี่แห่งที่ร้านจำหน่ายเหล้าอย่างเดียว พบความแตกต่างของการจำหน่ายเครื่องคั้มที่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่นอกเขตเทศบาลอย่างชัดเจน โดยนอกเขตเทศบาลสัดส่วนของจุดจำหน่าย ที่จำหน่ายทั้งเบียร์ และเหล้ามากกว่าจุดจำหน่ายเบียร์อย่างเดียว หรือเหล้าอย่างเดียว โดยเฉพาะพื้นที่ที่เป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ

กราฟ 9 ร้อยละของเครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์จำแนกพื้นที่ในเขตเทศบาล



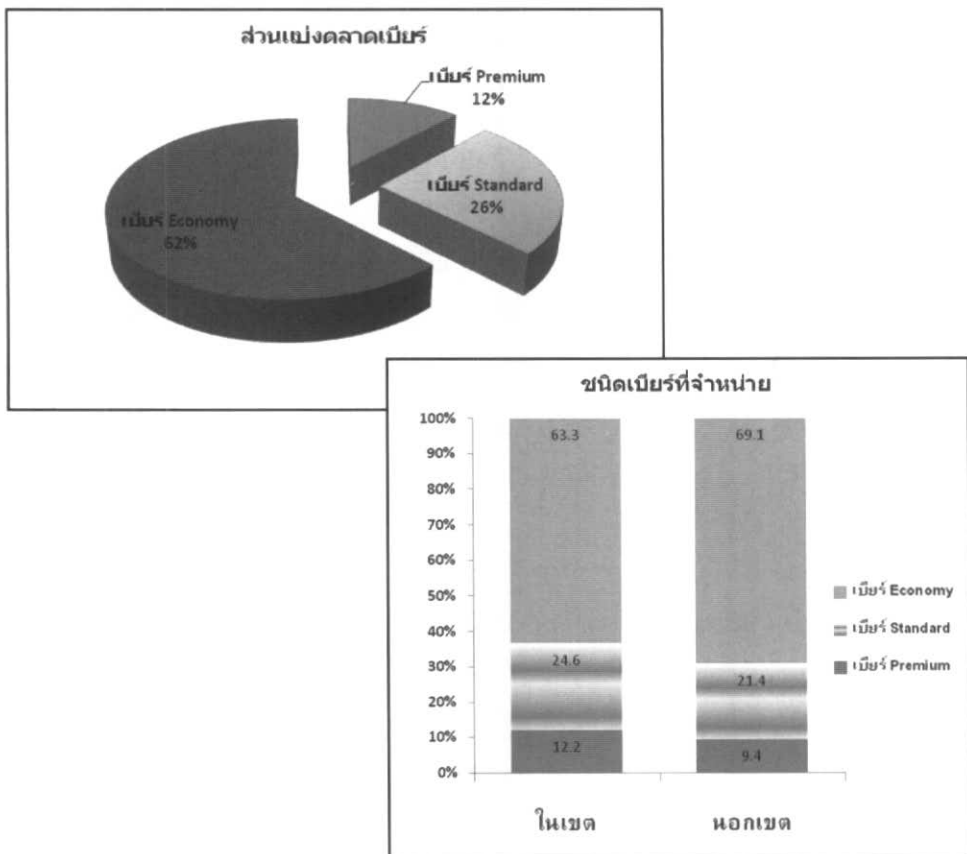
กราฟ 10 ร้อยละของเครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์จำแนกพื้นที่นอกเขตเทศบาล



การตลาดเบียร์

การตลาดเบียร์ในการสำรวจครั้งนี้ ได้ทำการสำรวจตามการแบ่งระดับของตลาดเบียร์ ส่วนแบ่งการตลาดเบียร์เกรด Economy มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด ร้อยละ 62 รองมาคือ เบียร์เกรด Standard ร้อยละ 26 และเบียร์เกรด Premium ร้อยละ 12 สัดส่วนร้านจำหน่ายเบียร์เกรด Standard ในเขตเทศบาลจะมีสัดส่วนร้านจำหน่ายมากกว่านอกเขตเทศบาล เบียร์เกรด Economy ที่มีสัดส่วนร้านจำหน่ายในพื้นที่นอกเขตเทศบาลมากกว่าในเขตเทศบาล การจำหน่ายเบียร์เกรด Premium มีสัดส่วนร้านจำหน่ายในเขตเทศบาลมากกว่านอกเขตเทศบาลยกเว้นในพื้นที่นอกเขตเทศบาลของจังหวัดเชียงราย และตาก (กราฟ 11)

กราฟ 11 ร้อยละของส่วนแบ่งการตลาดเบียร์ในพื้นที่ภาคเหนือ



ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับวิธีการจำหน่ายเบียร์ หรือช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการกระจายสินค้าเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นวิธีที่จะทำให้เบียร์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ มีกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคในรูปแบบของชมรม หรือเครือข่ายผู้ค้าเบียร์ ที่ได้มีการแบ่งพื้นที่การขาย ไปยังตัวแทนจำหน่าย (เอเยนต์หรือยี่ปั้ว) และตัวแทนจำหน่ายรายย่อย (ซัพเอเยนต์หรือชาปั้ว) จนกระทั่งไปถึงจุดจำหน่ายตามชุมชนต่าง ๆ บางยี่ห้อได้นำกลยุทธ์การซื้อสินค้าพ่วงเบียร์จากซัพเอเยนต์ไปยังจุดจำหน่าย และสามารถกำหนดราคาขายได้อย่างเสรีส่งผลให้เบียร์ยี่ห้อดังกล่าวสามารถใช้กลยุทธ์การขายราคาต่ำกว่าคู่แข่งมาอย่างต่อเนื่องสามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

ตลาดสุรา

การตลาดสุราเมื่อพิจารณาประเภทสุราตามลักษณะของตลาดแล้ว พบว่า ส่วนแบ่งการตลาดสุรามากที่สุดคือ สุราสีของไทย ได้แก่ หงส์ทอง มังกรทอง แสงโสม และแม่โขง มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 38.0 รองมาคือ สุราสีเกรด Standard ได้แก่ 100 pipers, Benmore Crown99 มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 20.0 สุราขาว ร้อยละ 10.3 และสุรากลั่นชุมชน ร้อยละ 8.0 เมื่อพิจารณาชนิดสุราที่จำหน่าย ในเขตเทศบาลพบว่า จุดจำหน่ายมีการจำหน่ายสุราสี Super Deluxe สุราสี Deluxe สุราสี Premium สุราสี Standard สุราสี Economy สุราสีของไทย สุราขาว และสุรากลั่นชุมชน ตามลำดับ นอกเขตเทศบาลจะจำหน่ายสุรากลั่นชุมชน สุราขาว สุราสีของไทย สุราสี Economy สุราสี Standard สุราสี Premium และสุราสี Deluxe

“ช่วงเทศกาลจะขายดีเป็นพิเศษ โดยเฉพาะกับวัยทำงาน และวัยรุ่น”

“ส่วนมากคนที่มากินจะซื้อกินเป็นก๊งมากกว่า ไม่ค่อยมีใครซื้อเป็นขวด”

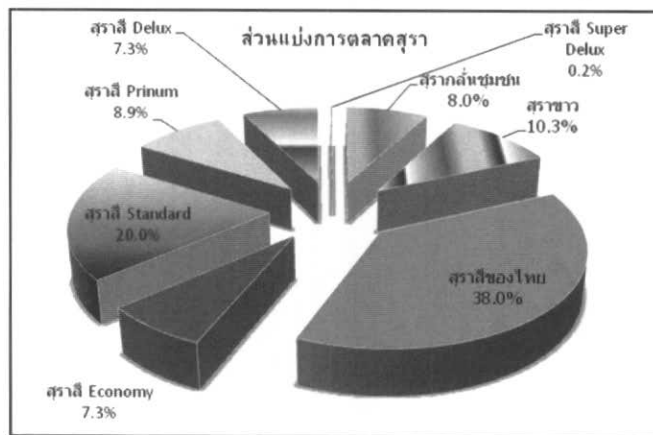
“เด็กไทยมักไปซื้อที่ เซเว่น”

“มองค่าก็เข้าใจ วางเงิน 5บาท ก็รู้ว่าเขาอะไร รินใส่ถุงให้”

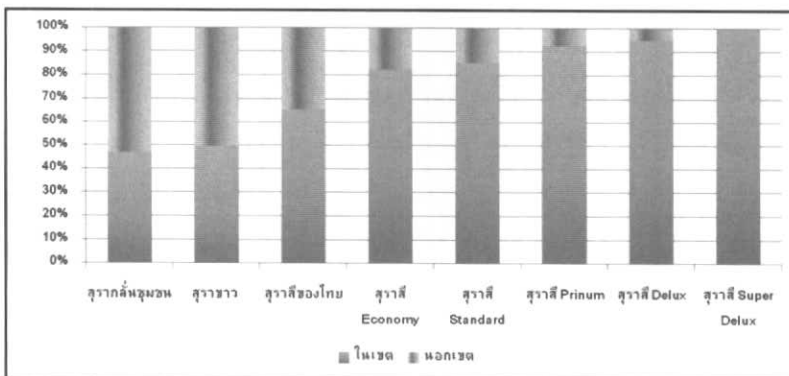
“เปิดร้านย่านนี้ต้องพูดภาษาพม่าได้ด้วยถึงจะขายของได้ มีหลายร้านที่ต้องปิดร้าน”

Super Deluxe (กราฟ 14-15) ถึงแม้ว่าในภาพรวมของพื้นที่ที่มีการจำหน่ายสุราทุกชนิด แต่เป็นที่น่าสังเกตอย่างหนึ่งคือในเกือบทุก ๆ พื้นที่ จะพบว่ามีการจำหน่าย สุรากลั่น ชุมชนที่มีการผลิตในแต่ละชุมชนจำหน่าย พบมากยี่ห้อยี่ห้อที่สุด คือ นอกเขตเทศบาล จังหวัดเชียงใหม่ 27 ยี่ห้อ รองมาคือ เขตเทศบาลจังหวัดเชียงใหม่ 14 ยี่ห้อ ใน เขตเทศบาลจังหวัดเชียงราย 13 ยี่ห้อ ไม่พบการจำหน่ายสุรากลั่นชุมชนพื้นที่นอก เขตเทศบาลจังหวัดน่าน

กราฟ 12 ร้อยละของส่วนแบ่งการตลาดสุราในพื้นที่ภาคเหนือ



กราฟ 13 สัดส่วนของชนิดสุราจำแนกพื้นที่



ตาราง 3 จำนวนผู้ได้รับอนุญาตผลิตสุรากลั่นชุมชนตามประกาศ
กระทรวงการคลัง และจากที่พบตามจุดจำหน่ายที่สำรวจ

ผู้ได้รับ อนุญาต	ทั้งหมด ¹	ในพื้นที่ที่ได้รับอนุญาต ²			สำรวจได้		
		รวม	ในเขต	นอกเขต	รวม	ในเขต	นอกเขต
เชียงราย	314	97	23	120	22	13	9
เชียงใหม่	254	20	1	21	41	14	27
น่าน	314	107	70	177	5	5	
ตาก	127	49	42	91	23	11	12
พิษณุโลก	172	77	32	109	10	3	7
นครสวรรค์	39	9	5	14	4	2	2
รวม	1220	359	173	532	105	48	57

การจัดจำหน่าย

รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายมีลักษณะเดียวกับการจัดจำหน่ายเบียร์ เนื่องจากใช้ช่องทางการตลาดเดียวกัน คือ ผ่านตัวแทนจำหน่าย (เอเยนต์) และตัวแทนจำหน่ายรายย่อย (ซับเอเยนต์) ซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วประเทศ การจำหน่ายในพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ เป็นการขายร่วมกับสินค้าอื่น ๆ โดยใช้พื้นที่ส่วนหน้าของร้านในการจัดวางเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ร้านขายของชำที่มีชั้นสำหรับจัดวางสินค้าชนิดต่าง ๆ ได้มีการแบ่งชั้นไว้สำหรับวางเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยชั้นที่วางนั้นจะอยู่ในตำแหน่งที่ง่ายสำหรับการหยิบอย่างเช่น ชั้นบนสุด ชั้นหน้าสุด หรือหัวชั้น ในการจัดวางแต่ละร้านนั้น ไม่คำนึงถึงประเภทของสินค้าอย่างเช่น การจัดวางร่วมกับ

¹ จำนวนผู้ได้รับอนุญาตให้ทำและขายสุรากลั่นชุมชน ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2546 (ฉบับที่ 4) ลงวันที่ 21 มกราคม 254 yala.excise.go.th/surathai/publicsura.xls

² จำนวนผู้ได้รับอนุญาตให้ทำและขายสุรากลั่นชุมชน ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2546 (ฉบับที่ 4) ลงวันที่ 21 มกราคม 254 yala.excise.go.th/surathai/publicsura.xls

เครื่องปรุงสำหรับประกอบอาหาร ร่วมกับนมหรือขนม ร้านขายผักจะมีมุมหนึ่งของร้านตั้งขวดสุรา อุปกรณ์การตวง (ตอง กิ่ง กัก เป็ก) แก้ว ซึ่งจะนิยมแบ่งจำหน่ายสุราขาว สุรากลั่นชุมชน และสุราสีของไทยในราคา 5 บาทขึ้นไป ในบางแห่งจะมีผลไม้ที่มีรสเปรี้ยวไว้คอยให้บริการลูกค้า เช่น มะขาม มะเฟือง ส้ม ฝรั่ง สำหรับการซื้อกลับบ้านโดยจะใส่ภาชนะต่าง ๆ เช่น ขวดเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ถังพลาสติก ในพื้นที่ตามแนวชายแดนที่มีแรงงานพม่าเป็นจำนวนมาก ร้านค้าส่วนใหญ่จะบรรจุใส่ถังพลาสติกไว้เตรียมขายในช่วงเย็นที่เป็นเวลาเลิกจากการทำงานง่ายต่อการซื้อขาย ในหลาย ๆ พื้นที่นอกเขตเทศบาลเราสามารถพบเห็นสิ่งที่ยังบอกถึงปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จากภาชนะบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ที่วางไว้บริเวณร้านนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นขวดเบียร์ ขวดเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

ภาพที่ 1 ปริมาณการดื่มที่สังเกตได้จากขวดเปล่า



ภาพที่ 2 การจัดวางสินค้าในร้านร่วมกับสินค้าอื่น



ภาพที่ 3 ลักษณะการแบ่งขาย



ภาษาที่ใช้ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากข้อมูลเบื้องต้นในการสำรวจประมาณการผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภาคเหนือปี พ.ศ. 2550 ได้เริ่มมีการนำแผ่นภาพแสดงลักษณะของภาษาประเภทต่าง ๆ มาช่วยในการสอบถามปริมาณการดื่ม ซึ่งยังพบปัญหาของการนำไปใช้อยู่ระดับหนึ่ง โดยในการสำรวจของโครงการศึกษาการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่ชุมชนภาคเหนือได้มีการสำรวจ และพัฒนาแผ่นภาพภาษาเพิ่มเติม วัตถุประสงค์ของการพัฒนาครั้งนี้จะเป็นการพัฒนารูปแบบการช่วยถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยใช้รูปภาพเป็นสื่อ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในพื้นที่ต่าง ๆ ของชุมชนภาคเหนือ มีภาษาที่ใช้ดื่ม และลักษณะการเรียกวธีการแบ่งสุราแตกต่างกัน โดยเฉพาะพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่เรียกวธีการรินสุราที่แบ่งโดยใช้กรวยเพื่อป้องกันไม่ให้หก ว่า “หลี่หล่า” รายละเอียดต่าง ๆ ได้พัฒนาออกมาในรูปแบบที่เรียกว่า “Thai Drink Guide”

การพัฒนารูปแบบจุดจำหน่าย

เกิดการเปลี่ยนแปลง และเชื่อมโยงรูปแบบอุปทานจุดจำหน่ายในกลุ่มผู้บริโภคในระดับล่าง และระดับกลาง โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีสถาบันอุดมศึกษาขนาดใหญ่ในอำเภอนั้นจะมีการนำรูปแบบของเพิง โต๊ะเหล้าตอง เพิ่มเติมนำจำนวนโต๊ะ เก้าอี้ (ไม่มีที่พิง) ประมาณ 4-10 โต๊ะไว้ให้บริการโดยจำหน่ายสุราสี่ทั้งไทย และต่างประเทศ บางร้านมีการพัฒนาแบบเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ขึ้นมาใหม่ โดยใช้ชื่อว่า “เหล้าปั่น” คือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็น Vodka และ Tequila หรือแม้แต่สุราสี่ เช่น เขี้ยวเงิน (Blue Eagle) แสงโสม หรือ Benmore ผสมกับเครื่องดื่มที่เป็นน้ำหวานกลิ่นผลไม้รสชาติชนิด แล้วนำมาปั่นใส่เหยือกขายกันในราคาประมาณเหยือกละ 79 ถึง 159 บาท แล้วแต่สถานที่ และปริมาณเหล้า

ซึ่งปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมจากวัยรุ่นเป็นอย่างมาก เพราะรสชาติที่ถูกปาก สามารถจะสั่งเพิ่มปริมาณแอลกอฮอล์ได้ตามที่ต้องการ เหล้าปั่นนั้นจะมีรสชาติหวานคล้ายน้ำผลไม้ สามารถดื่มได้อย่างคล่องคอไม่มีรสชาติขมเหมือนเหล้า หรือเบียร์ สามารถดื่มได้เรื่อย ๆ ทั้งชาย และหญิงแม้แต่คนที่ไม่เคยดื่มแอลกอฮอล์มาก่อน ที่สำคัญผู้ประกอบการบางคนไม่ทราบด้วยซ้ำว่าที่ลูกหลานนั่งดื่มอยู่นั้นคือเครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ เนื่องจากหากมองภายนอกก็จะเหมือนน้ำผลไม้ปั่นทั่วไป และแทบไม่มีกลิ่นของเหล้าหลงเหลืออยู่เลยมีชื่อเรียกที่น้ำเชิญชวนให้ดื่มมาก



การกระจายตัวของจุดจำหน่าย จุดจำหน่ายรอบสถานศึกษา

การกระจายตัวของจุดจำหน่าย

จุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคเหนือที่สำรวจได้จำนวน 816 จุด ใน 16 ตำบล ลักษณะของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่ต่าง ๆ นั้นมีลักษณะที่ค่อนข้างที่จะคล้ายคลึงกัน คือ จุดจำหน่ายแต่ละพื้นที่มีการกระจายตัวแบบเกาะกลุ่ม (Clustered Distribution) มากถึง 13 ตำบล ร้อยละ 81.2 ของพื้นที่ทั้งหมด พื้นที่ในเขตเทศบาลของทุกจังหวัดจำนวน 6 ตำบล คือ ต.ศรีภูมิ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ต.แม่สาย อ.แม่สาย จ.เชียงราย ต.แม่สอด อ.แม่สอด จ.ตาก ต.ปากน้ำโพ อ.เมืองนครสวรรค์ จ.นครสวรรค์ ต.ในเวียง อ.เมืองน่าน จ.น่าน และต.ในเมือง อ.เมืองพิษณุโลก จ.พิษณุโลก พื้นที่นอกเขตเทศบาลจำนวน 10 ตำบล พบว่า พื้นที่ ต.หัวง้ม อ.พาน จ.เชียงราย ต.เวียงกาหลง อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย ต.แม่่นาวา อ.แม่เฒ่า จ.เชียงใหม่ ต.ยูหว่า อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ ต.ช่องแคบ อ.พบพระ จ.ตาก ต.หนองกรด อ.บรรพตพิสัย จ.นครสวรรค์ ต.คอนคา อ.ท่าตะโก จ.นครสวรรค์ ต.เจดีย์ชัย อ.ป่า จ.น่าน ต.วังทอง อ.วังทอง จ.พิษณุโลก ต.บ้านดง อ.ชาติตระการ จ.พิษณุโลก มีการกระจายตัวแบบเกาะกลุ่มเช่นเดียวกับภาพรวมของการกระจายตัวทั้งภาค ยกเว้นนอกเขตเทศบาลพื้นที่ ต.แม่่นาวาง อ.แม่เฒ่า จ.เชียงใหม่ กระจายตัวแบบเกาะกลุ่มมาก (High Clustered Distribution) และพื้นที่ ต.ยูหว่า อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ การกระจายแบบแผ่ขยายหรือเป็นระบบระเบียบมาก (High Dispersed Distribution)

ตาราง 4 การกระจายเชิงพื้นที่ของจุดขายเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์

จังหวัด	อำเภอ	ตำบล	จำนวนจุดจำหน่าย	R	การกระจายเชิงพื้นที่
เชียงใหม่	สันป่าตอง	ยูหว่า	53	10.09	แผ่ขยาย
	เมือง	ศรีภูมิ	167	0.64	เกาะกลุ่ม
	แม่อาย	แม่นาวาง	33	0.24	เกาะกลุ่มมาก
เชียงราย	พาน	ห้วยงิ้ว	27	0.55	เกาะกลุ่ม
	เวียงป่าเป้า	เวียงกาหลง	26	0.57	เกาะกลุ่ม
	แม่สาย	แม่สาย	40	0.68	เกาะกลุ่ม
น่าน	ปัว	เจดีย์ชัย	11	0.73	เกาะกลุ่ม
	เมือง	ในเวียง	41	0.58	เกาะกลุ่ม
พิษณุโลก	เมือง	ในเมือง	123	0.49	เกาะกลุ่ม
	ชาติตระการ	บ้านดง	22	0.39	เกาะกลุ่ม
	วังทอง	วังทอง	58	0.45	เกาะกลุ่ม
ตาก	พบพระ	ช่องแคบ	34	0.46	เกาะกลุ่ม
	แม่สอด	แม่สอด	67	0.53	เกาะกลุ่ม
นครสวรรค์	ท่าตะโก	คอนคา	25	0.41	เกาะกลุ่ม
	เมือง	ปากน้ำโพ	61	0.74	เกาะกลุ่ม
	บรรพตพิสัย	หนองกรด	28	0.77	เกาะกลุ่ม

จุดจำหน่ายรอบสถานศึกษา

จากข้อเสนอมาตรการเพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการเกี่ยวกับเขตปลอดการโฆษณาในสถาบันการศึกษา และรัศมี 500 เมตร รวมถึงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ณ สถานที่จำหน่ายน้ำมัน ร้านสะดวกซื้อริมบาทวิถีของเขตทางหลวงและร้านค้าปลีกที่เปิดภายในรัศมี 500 เมตรจากสถานศึกษา พบว่าพื้นที่ชุมชนภาคเหนือมีจำนวนจุดจำหน่ายร้อยละ 60.1 ที่อยู่ในรัศมี 500 เมตรจากสถานศึกษา แยกเป็นจุดจำหน่ายในเขตเทศบาล ร้อยละ 66.4

นอกเขตเทศบาล ร้อยละ 33.6 ในบางพื้นที่ไม่มีสถานศึกษาในพื้นที่ที่ทำการสำรวจ
คือ ต.แม่สาย อ.แม่สาย จ.เชียงราย, ต.ช่องแคบ อ.พบพระ จ.ตาก และ ต.ยูหว่า
อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่

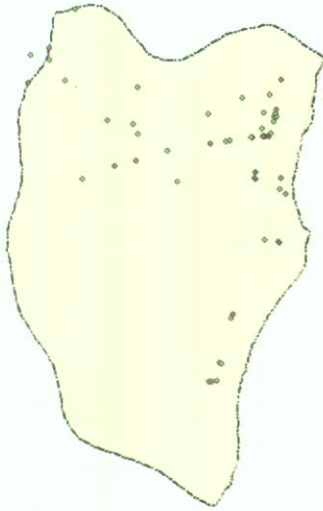
พื้นที่ที่มีร้อยละของจุดจำหน่ายที่อยู่ในรัศมี 500 เมตร จากสถานศึกษา
มากกว่าจุดจำหน่ายที่อยู่นอกเขตสถานศึกษา คือ ต.ในเวียง อ.เมือง มีจุดจำหน่ายที่
อยู่ในรัศมี 500 เมตร ต.ศรีภูมิ อ.เมือง, ต.เวียงกาหลง อ.เวียงป่าเป้า, ต.ในเมือง
อ.เมืองพิษณุโลก และ ต.วังทอง อ.วังทอง, ต.แม่สอด อ.แม่สอด, ต.หนองกรด
อ.บรรพตพิสัย และ ต.คอนคา อ.ท่าตะโก

ตาราง 5 ร้อยละจำนวนจุดจำหน่ายในเขตรัศมี 500 เมตรจากสถานศึกษา

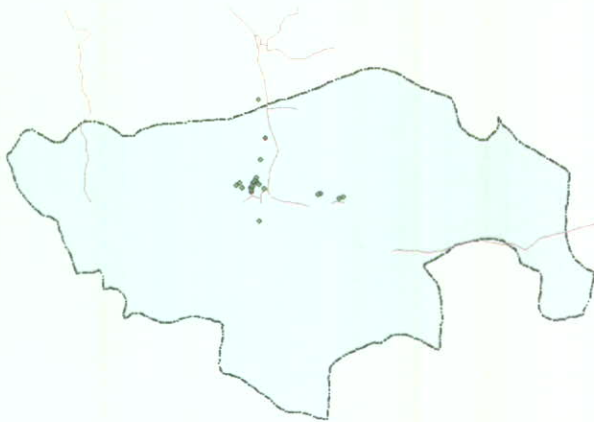
จังหวัด	อำเภอ	ตำบล	ในรัศมี เมตร 500	นอกรัศมี เมตร 500
เชียงใหม่	สันป่าตอง	ยูหว่า	ไม่มีโรงเรียน	
	เมือง	ศรีภูมิ	68.5	31.5
	แม่อาว	แม่नावาง	33.3	66.7
เชียงราย	พาน	ห้วยงิ้ว	25.9	74.1
	เวียงป่าเป้า	เวียงกาหลง	61.5	38.5
	แม่สาย	แม่สาย	ไม่มีโรงเรียน	
น่าน	ปัว	เจดีย์ชัย	45.5	54.5
	เมือง	ในเวียง	92.7	7.3
พิษณุโลก	เมือง	ในเมือง	66.7	33.3
	ชาติตระการ	บ้านดง	45.5	54.5
	วังทอง	วังทอง	60.3	39.7
ตาก	พบพระ	ช่องแคบ	ไม่มีโรงเรียน	
	แม่สอด	แม่สอด	59.7	40.3
นครสวรรค์	ท่าตะโก	คอนคา	56.0	44.0
	เมือง	ปากน้ำโพ	24.6	75.4
	บรรพตพิสัย	หนองกรด	71.4	28.6
รวม			60.1	39.9

ภาพที่ 4 พื้นที่ที่มีจุดจำหน่าย ไม่มีสถานศึกษา

ต.ยูหว่า อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่
การกระจายตัวแบบแผ่ขยาย

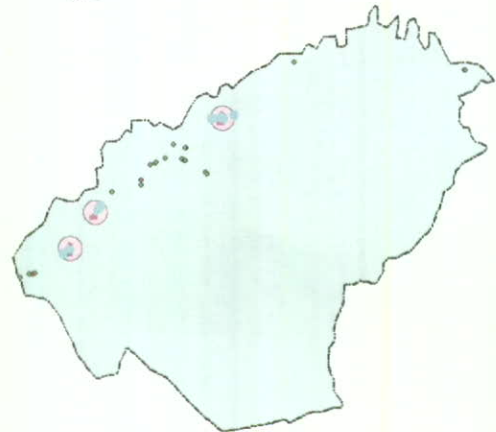


ต.แม่สาย อ.แม่สาย จ.เชียงราย
กระจายตัวแบบเกาะกลุ่ม

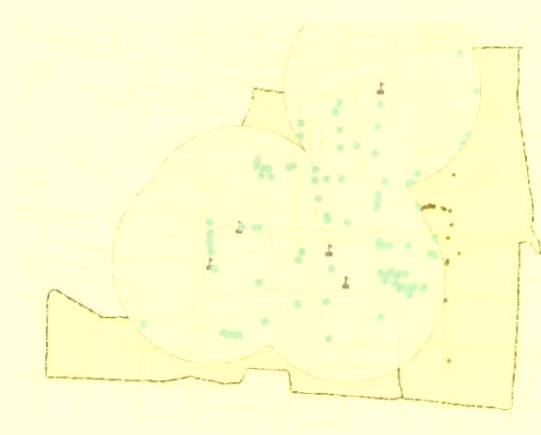


ต.ช่องแคบ อ.พบพระ จ.ตาก
กระจายตัวแบบเกาะกลุ่ม

ต.แม่นาวาง อ.แม่เมาะ จ.เชียงใหม่
กระจายตัวแบบเกาะกลุ่ม



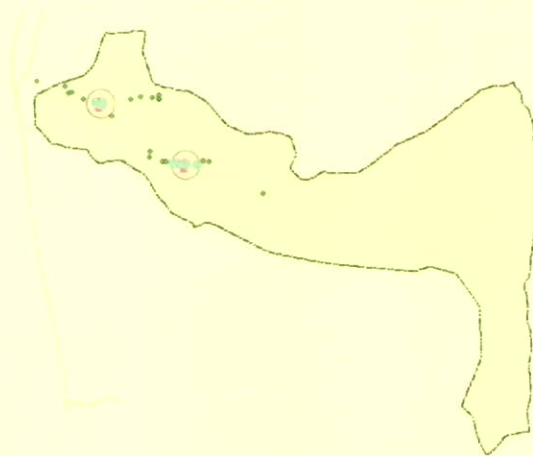
ภาพที่ 5 พื้นที่ที่มีจุดจำหน่ายการกระจายตัวแบบเกาะกลุ่มและจุดจำหน่าย
ในรัศมี 500 เมตรจากสถานศึกษา



ต.ศรีภูมิ อ.เมือง จ.เชียงใหม่

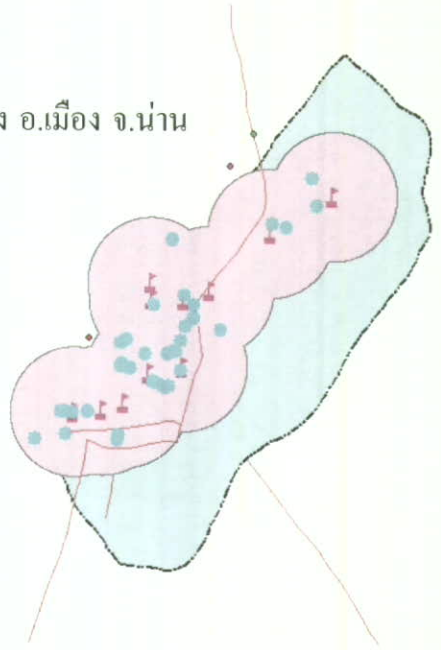


ต.เวียงกาหลง อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย



ต.หัวม้อ อ.พาน จ.เชียงราย

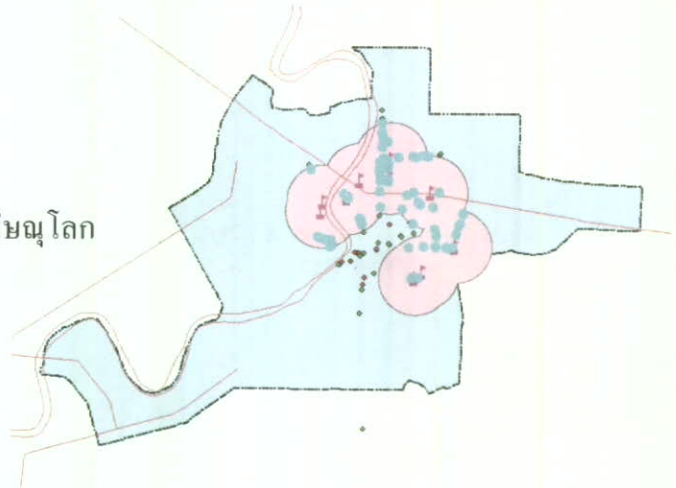
ต.โนนเวียง อ.เมือง จ.น่าน



ต.เจดีย์ชัย อ.ป่า จ.น่าน

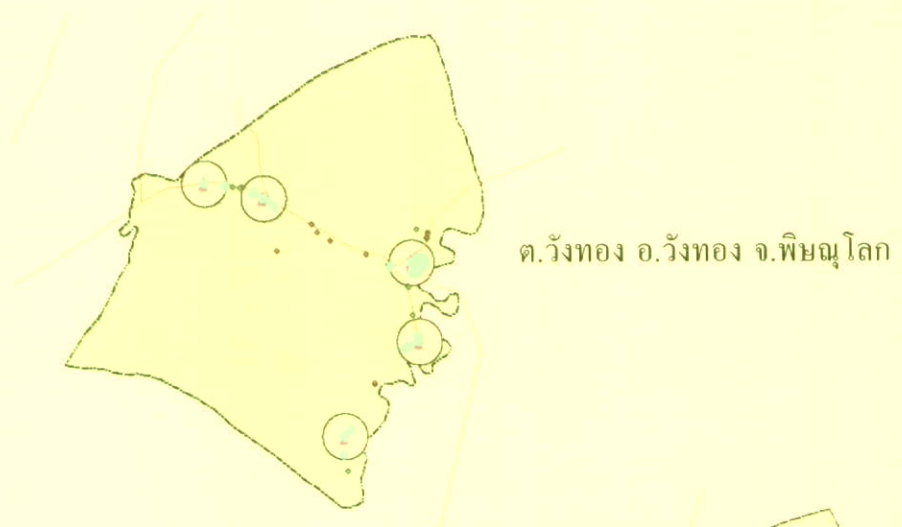


ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก

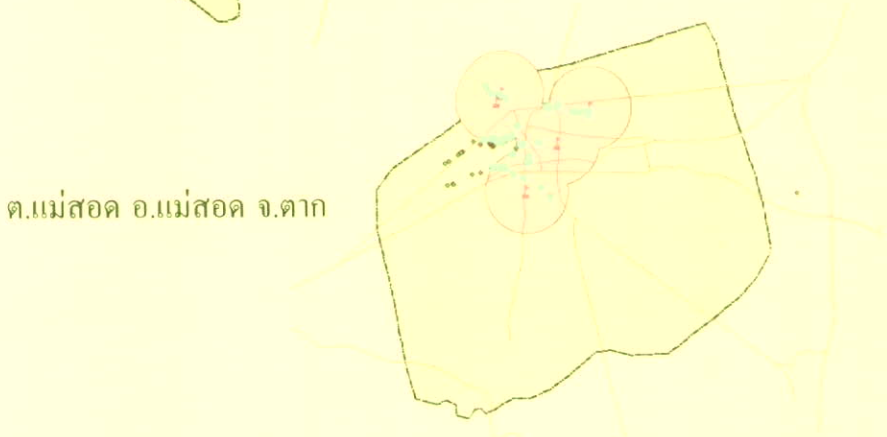




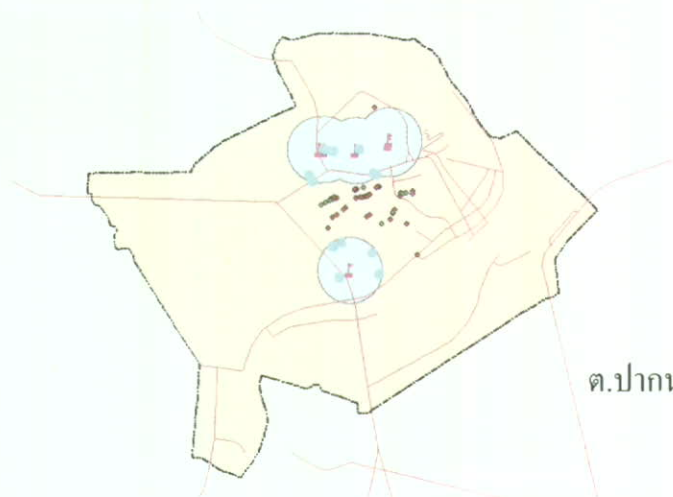
ต.บ้านดง อ.ชาติตระการ จ.พิจิตรโลก



ต.วังทอง อ.วังทอง จ.พิจิตรโลก



ต.แม่สอด อ.แม่สอด จ.ตาก



ต.ปากน้ำโพ อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช



ต.ดอนคา อ.ท่าตะโก จ.นครศรีธรรมราช



ต.หนองกรด อ.บรรพตพิสัย จ.นครศรีธรรมราช

สังเคราะห์อุปทานภาคเหนือ

อภิปราย

ข้อเสนอแนะ

สังเคราะห์อุปทานภาคเหนือ

อุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคเหนือมีการกระจายตัวแบบเกาะกลุ่มอยู่ในพื้นที่ โดยเฉพาะบริเวณศูนย์รวมของชุมชน ทำรถโดยสาร 2 ข้างถนนที่ตัดผ่านตำบล ลักษณะจุดจำหน่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของร้านค้าปลีก ร้านขายของชำ หรือร้านค้าที่อยู่ในชุมชน พื้นที่ในเขตเทศบาลที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยว ศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาค มีสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาขนาดใหญ่จะมีจำนวนจุดจำหน่ายที่มีลักษณะเป็นร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานบันเทิงมากกว่าพื้นที่นอกเขตเทศบาล การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกือบทุกร้านค้ำนึ่งถึงเรื่องการขอใบอนุญาตจำหน่ายสุราแต่ในทางกลับกัน ไม่ได้ค้ำนึ่งถึงข้อห้ามในการจำหน่ายตามช่วงเวลาที่ยกห้ามไว้ โดยเฉพาะร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกับสินค้าประเภทอื่น ทำการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดเวลาที่ร้านเปิด หรือจำหน่ายตลอด 24 ชั่วโมง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์มีจำหน่ายเกือบทุกจุดจำหน่าย ส่วนแบ่งการตลาดหรือจุดที่จำหน่ายมากที่สุดจะเป็นเบียร์เกรด Economy เนื่องจากมีราคาถูกระบบการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงได้ทุกพื้นที่แม้บนภูเขา สำหรับสุราที่มีจุดจำหน่ายมากที่สุด คือ สุราสีของไทย และสุราสีเกรด Standard ในส่วนของสุรากลั่นชุมชนสามารถพบเห็นได้ทุกจุดจำหน่ายโดยเป็นสุราที่ผลิตภายในพื้นที่เฉลี่ยพื้นที่ละ 7 ยี่ห้อ

อภิปราย

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปทานเครื่องคั้มแอลกอฮอล์นอกเหนือจากช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตสุรากลั่นครบคลุม เข้าถึงในทุก ๆ พื้นที่แล้ว ปัจจัยอีกอันหนึ่งมาจากนโยบายเปิดเสรีสุรากลั่นของรัฐบาลที่มีส่วนทำให้ในแต่ละพื้นที่ มีผู้ผลิต และจำหน่ายสุรากลั่นภายในชุมชน จากการสำรวจครั้งนี้พบสุรากลั่นชุมชนหลากหลายยี่ห้อที่ผลิตในพื้นที่ที่มีวางจำหน่ายอยู่ มีบางพื้นที่ที่มีสุรากลั่นของประเทศพม่าเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ด้วย เช่นเดียวกับเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นที่มียี่ห้อใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายในช่วง10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น มาจากผู้ผลิต(อุปทาน)ที่กระทำด้วยความเต็มใจ และความสามารถในการจัดหาเพื่อนำมาเสนอขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ให้ตอบสนองต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ

วิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยได้เปลี่ยนไปให้ความสำคัญในเรื่องของความสะดวกรวดเร็วมากขึ้นจึงเกิดร้านขายปลีกอยู่ทั่วไป ซึ่งบางส่วนยังคงเป็นร้านค้าขายของชำลัษณะดั้งเดิมที่ไม่ได้เน้นหนักในเรื่องของความสวยงามในการจัดวางมีเพียงที่วาง ชั้นเหล็ก หรือโต๊ะก็สามารถวางเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ กับแก๊สมอุปกรณ์ในการจำหน่าย และภาชนะสำหรับคั้มให้ลูกค้าได้เห็น ง่ายต่อการหยิบ โดยไม่คำนึงถึงหมวดหมู่ของสินค้า เช่น การจัดวางในชั้นบนสุดที่หยิบง่าย การจัดวางในตู้ หรือในตำแหน่งที่มีคนหยิบบ่อย คือ วางที่เดียวกับเครื่องปรุงรส นม UHT ซึ่งสิ่งต่าง ๆ มีส่วนช่วยในการกระตุ้นให้เกิดความอยากคั้มในกลุ่มที่มีพฤติกรรมคั้มจนกลายเป็นกิจวัตรประจำวัน ในทางกลับกันกลุ่มผู้บริโภครายใหม่ที่ประกอบด้วยกลุ่มผู้ที่ได้เคยลองคั้ม และกลุ่มที่ไม่เคยคั้มจะเกิดการรับรู้ การเรียนรู้จากสิ่งที่พบเห็นเกี่ยวกับเครื่องคั้มแอลกอฮอล์และวัฒนธรรมการสังสรรค์ต่างๆ ไม่ว่าจะเทศกาลงานบุญของสังคมในชุมชนกระตุ้นให้เกิดความอยาก จนนำไปสู่การมีพฤติกรรมคั้มถูกค้ำที่มาซื้อเครื่องคั้มแอลกอฮอล์เป็นคนในชุมชนที่คุ้นเคยกัน บางครั้งเป็นญาติด้วยความมีจิตใจในการบริการ และต้องการตอบสนองความต้องการของคนเหล่านั้น จนทำให้เกิดการจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ตลอด ทั้งวันที่เปิดร้าน โดยไม่คำนึงถึงนโยบายของรัฐบาลในการจำกัดเวลาจำหน่าย เป็นที่น่าสังเกตอย่างหนึ่งคือ เกือบทุกที่มีใบอนุญาตจำหน่ายสุรา การขอใบอนุญาตจำหน่ายสุรากลาย

เป็นแนวปฏิบัติอย่างชัดเจนที่มีได้มีการบังคับ ได้ใช้กันมานานเป็นสิ่งที่ร้านค้าถ้าต้องการขายก็ต้องปฏิบัติตาม ร้านขายปลีกอีกส่วนหนึ่งเป็นร้านสะดวกซื้อ หรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เน้นการให้บริการ โดยเปิดบริการ 24 ชม. เน้นความง่ายในการซื้อซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วไป และเพิ่มจำนวนมากขึ้นเน้นในเรื่องของการจัดวางสินค้าให้สะดวกตา สวยงาม เห็นได้ง่าย โดยเฉพาะในตำแหน่งด้านหลังของที่ชำระเงิน การจัดวางในตำแหน่งนี้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งของผู้จัดการจำหน่ายที่ต้องการให้ทุกคนที่เข้ามาในร้านได้เห็นกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และเกิดความอยาก ในหลาย ๆ พื้นที่ ยังคงมีการลักลอบจำหน่ายแก่เด็ก จำหน่ายในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย

กลยุทธ์ทางการตลาดในส่วนของส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการอุปสงค์ และอุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การสื่อสารทางการตลาด ด้วยการตอกย้ำตราयीหื้อ บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะสุราได้สนับสนุนงบประมาณในการจัดทำป้ายชื่อร้านค้า โดยมีเงื่อนไขว่าขอใส่यीหื้อสุราหรือรูปขวดเหล้าซึ่งมีขนาดใหญ่ถึง $\frac{3}{4}$ ของขนาดป้าย รวมถึงการให้การสนับสนุนเงินทำป้ายโฆษณาในรูปแบบของป้ายผ้า ป้ายไว้นิลที่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่มีในพื้นที่ตามท้องถนนในรูปแบบของป้ายกองโจร ในส่วนร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานบันเทิงซึ่งเป็นจุดจำหน่ายโดยเฉพาะได้สนับสนุนงบประมาณในการจัดทำเมนู ในเมื่อนั้นต้องมีรูปเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ๆ หรือสโลแกน ปรากฏในทุก ๆ หน้าของเมนู ถึงแม้จะมีมาตรการควบคุมของรัฐบาลในเรื่องของการโฆษณาแต่ในช่วงที่สำรวจกลับพบว่า เกือบทุกร้านที่มีป้ายร้านจะได้รับการสนับสนุนจากบริษัทสุราต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

สินค้าประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์กลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่เป็นที่ยอมรับ คงอยู่ตลอดไปจนเป็นค่านิยมอย่างหนึ่งที่ถ่ายทอดไปยังรุ่นสู่รุ่น การสร้างกระบวนการเรียนรู้ การตระหนักถึง และตอกย้ำผลกระทบที่จะได้รับให้เกิดต่อผู้ที่จะเป็นผู้ดื่มรายใหม่หรือแก่เด็กและเยาวชน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากครอบครัวไปสู่สังคม ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการค้าเนินชีวิตวัฒนธรรมในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการดื่มให้ลดน้อยลง หรือไม่มีเลย

การกำหนดมาตรการบังคับใช้ ควรดำเนินการให้ครอบคลุมทุกพื้นที่อย่างจริงจัง และต่อเนื่อง ควรผลักดันนโยบายให้ผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมในการบังคับใช้ ในส่วนของการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 11.00-14.00 น. และ 17.00- 02.00 น. เช่นเดียวกับการที่ประสบผลสำเร็จในการบังคับให้ขอใบอนุญาตจำหน่ายสุรา การออกมาตรการเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาแฝง เช่น ห้ามมีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในป้ายชื่อร้าน หรือแผ่นป้ายโฆษณาต่างๆ เพื่อลดการจดจำทางการตลาด (Remarkable Marketing) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่บริษัทผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำมาใช้สร้างให้เป็นที่จดจำ และมาตรการกำหนดพื้นที่ที่สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

บรรณานุกรม

- “จำนวนผู้ได้รับอนุญาตให้ทำ และขายสุรากลั่นชุมชน ตามประกาศ
กระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2546(ฉบับที่ 4)”.
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:[http:// yala.excise.go.th/surathai/ publicsura.xls](http://yala.excise.go.th/surathai/publicsura.xls)
2550.
- มนัส สุวรรณ. เทคนิคเชิงปริมาณสำหรับวิชาภูมิศาสตร์. กรุงเทพมหานคร :
ไอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์, 2541.
- สุพัฒน์ โทวิจักขณ์ชัยกุล. สุราพื้นบ้านกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัด
เชียงใหม่ และเชียงราย : บริษัทเชียงใหม่พรินติ้ง จำกัด, มีนาคม 2550.
- สริตา ชีระวัฒน์สกุล จิราพร สุวรรณธีรวงศ์ และวราภรณ์ ปัญญาวิสิ. การดื่มและ
มาตรการเพื่อลดการดื่มสุรา : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2549.
- การสำรวจพฤติกรรมกรรมการสุบบุหรี และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547.
สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547.
- พฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพของประชากรไทย. กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร,
สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ธันวาคม 2549.
- อดิศวร์ หลายชูไทย และคณะ. สุราในสังคมไทย : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, ธันวาคม 2544.



สนับสนุนการพิมพ์และเผยแพร่โดย ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา(ศวส.)

ISBN 978-974-09-3918-4



9 789740 939184

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา 75/1 ถนนพระราม 5 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ (02) 354 4600 โทรสาร (02) 354 4600