

นโยบายควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของประเทศไทย ในกรอบ

5P



ชื่อหนังสือ :

นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในรอบ 50

ISBN : 978-616-271-481-8

พิมพ์ครั้งที่ : 1

ปีที่พิมพ์ : 2561

พิมพ์ที่ : ลีโอ ดีไซน์ แอนด์ พรินท์

บรรณาธิการบริหาร : ศ.ดร.พญ.สาวิตรี อักษรานนท์กรชัย

จัดทำเนื้อหา : ดร.นพ.มุอัมมัดฟาห์มี ตาละ

ตรวจทานเนื้อหา : รศ.พญ.รัชมน กัลยาศิริ

จัดพิมพ์โดย : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา | Center for Alcohol Studies

หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

โทรศัพท์/โทรสาร : 074-451165

โทรศัพท์มือถือ : 083-5775533

Website : <http://cas.or.th/>

Facebook : <http://www.facebook.com/cas.org.th/>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สสส.

คำนำ

หนังสือเล่มนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ในกรอบ 5P ของ ดร. นพพล วิกย์วรพงศ์ และคณะ* ในรูปแบบอินโฟกราฟิก เพื่อให้ผู้อ่านทั่วไปเข้าใจเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น และได้ปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย โดยเพิ่มสถิติการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปี 2560 จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้เรียบเรียงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้อ่านในหลากหลายวงการ ทั้งนักวิชาการ ผู้ทำงานขับเคลื่อนระดับชุมชน ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบาย รวมไปถึงประชาชนทั่วไป และหวังว่าหนังสือเล่มนี้ จะช่วยเติมเต็มการขับเคลื่อนนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ได้ผลดียิ่งขึ้น

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

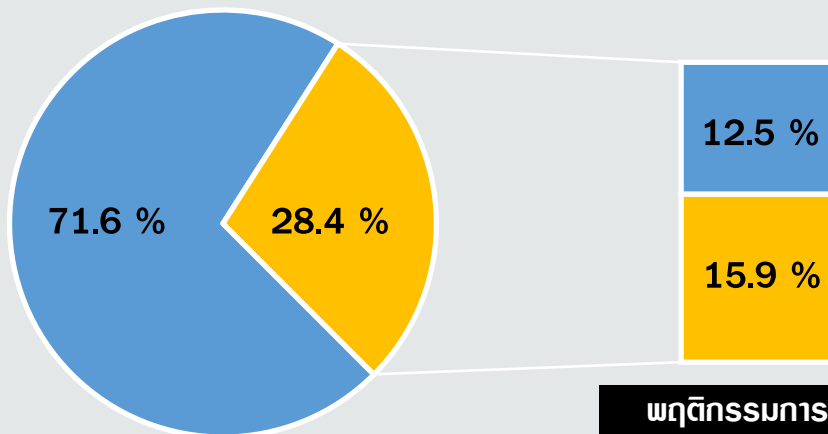
กรกฎาคม 2561

* นพพล วิกย์วรพงศ์, สมทิพ วัฒนพรมัชฌานิช, กมลนิกษ์ มีถาวร, พงศกร เรืองเดชขจร 2559
นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในกรอบ 5P, ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

คำนำ	
สถานการณ์การดื่มสุราในประเทศไทย	1
ผลกระทบจากการดื่มสุรา	4
ต้นทุนทางสังคมของการดื่มสุราในประเทศไทย	5
สาเหตุที่คนดื่มสุรา	6
นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 5P	7
ทำไมต้องควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	8
P1 PRODUCT	10
P2 PRICE	12
P3 PLACE	14
P4 PROMOTION	17
P5 PERSUASION	20
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภายใต้กรอบ 5P	22

สถานการณ์การดื่มสุราในประเทศไทย



อัตราประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป

- ผู้ไม่ดื่ม 40 ล้านคน
- ผู้ดื่ม (ในรอบปีที่แล้ว) 15.9 ล้านคน

พฤติกรรมการดื่ม

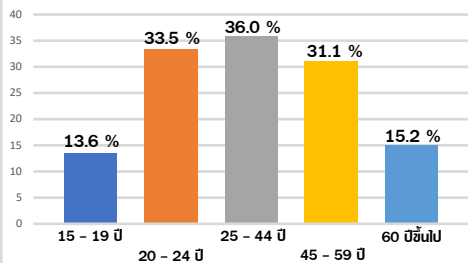
- ดื่มสม่ำเสมอ 6.98 ล้านคน
- ดื่มนานาครั้ง 8.91 ล้านคน

จากจำนวนประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ทั้งสิ้น 55.9 ล้านคน เป็นผู้ดื่มสุราหรือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบปีที่แล้วประมาณ 15.9 ล้านคน (ร้อยละ 28.4) โดยเป็นผู้ที่ดื่มสม่ำเสมอ 6.98 ล้านคน (ร้อยละ 12.5) และเป็นผู้ที่ดื่มนานาครั้ง 8.91 ล้านคน (ร้อยละ 15.9)



ชาย มากกว่า หญิง 4.5 เท่า

กลุ่มอายุของผู้ดื่ม



กลุ่มอายุ 25-44 ปี มีอัตราการดื่มสูงสุด (ร้อยละ 36.0) กลุ่มอายุ 20-24 ปี และ 45-59 ปี มีอัตราการดื่มสุรากล้าเคียงกัน (ร้อยละ 33.5 และ 31.1 ตามลำดับ) กลุ่มสูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) มีอัตราการดื่มสุราร้อยละ 15.2 สำหรับกลุ่มเยาวชน (อายุ 15-19 ปี) มีอัตราการดื่มสุรต่ำสุด (ร้อยละ 13.6) ผู้ชายดื่มสุรามากกว่าผู้หญิง 4.5 เท่า (ร้อยละ 47.5 และ 10.6 ตามลำดับ)

อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม (เพศ)

19.3 ปี

23.7 ปี



ชาย

หญิง

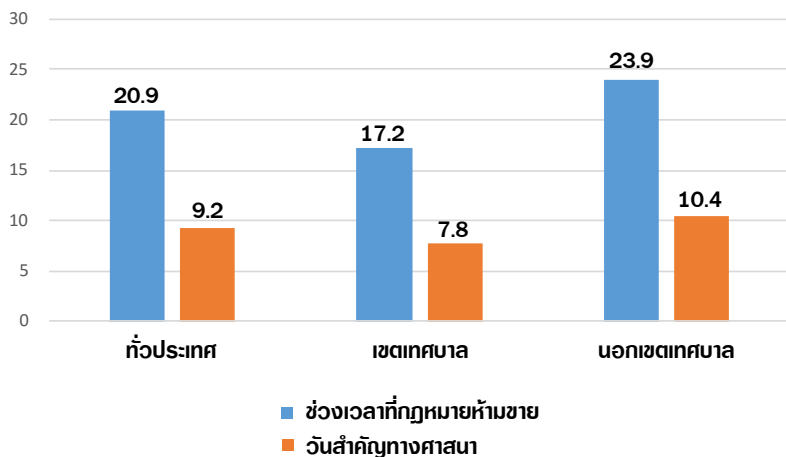
อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม (ภาค)

- ภาคเหนือ 20.3 ปี
- ภาคอีสาน 20.4 ปี
- ภาคกลาง 20.2 ปี
- กรุงเทพฯ 20.1 ปี
- ภาคใต้ 20.5 ปี

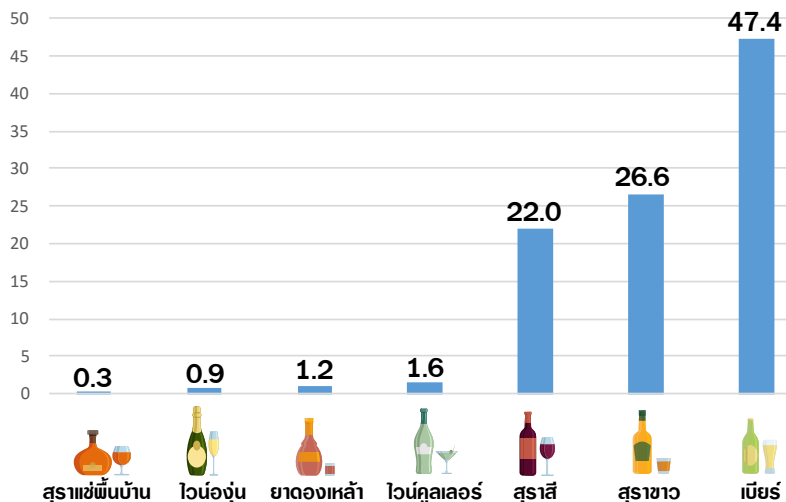


การฝ่าฝืนกฎหมาย ซ้ำในช่วงห้ามขาย

การเคยซื้อสุราในช่วงเวลาห้ามขายและวันสำคัญทางศาสนา

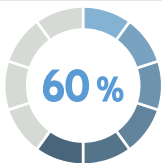


ประเภทสุราที่นิยมบริโภค



ผลกระทบจากการดื่มสุรา

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบในหลายมิติทั้งที่เกิดขึ้นต่อตนเองและกับผู้อื่นโดยผลกระทบที่ไม่ได้เกิดขึ้นต่อตัวผู้ผลิตและผู้บริโภค นั้นมีชื่อเรียกในทางเศรษฐศาสตร์ว่า "ผลกระทบภายนอกเชิงลบ" ผลกระทบดังกล่าว มักอยู่ในรูปของการเกิดความรุนแรง อาชญากรรม อุบัติเหตุ และ สภาพแวดล้อมที่มีการคุกคามทางร่างกายและจิตใจ



ผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนมากกว่า 60% มีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสูงกว่าที่กฎหมายกำหนด (มากกว่า 50 มก.%) *

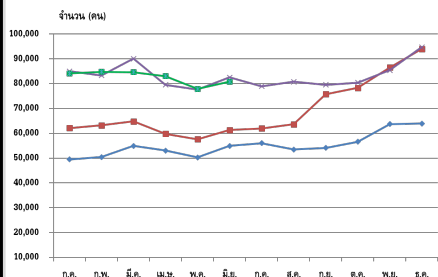


เปรียบเทียบจำนวนผู้บาดเจ็บ เสียชีวิตจาก

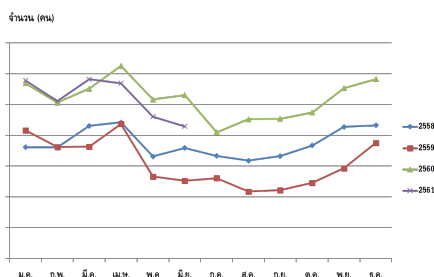
อุบัติเหตุทางถนนทั่วประเทศปี 2558-2561 **



จำนวนผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนนทั่วประเทศปี 2558-2561



จำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนทั่วประเทศปี 2558-2561



ที่มา : * แผนงานระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อความปลอดภัยทางถนนและระบบเฝ้าระวังการบาดเจ็บ (Injury Surveillance:IS)

** มูลนิธิเมาไม่ขับ <http://www.ddd.or.th/StatisticsOfDeathAndInjuries/index/2018>

ต้นทุนทางสังคมของ การดื่มสุราในประเทศไทย



89,000 ล้านบาทต่อปี

1.08 % ของ GDP

การประเมินต้นทุนทางสังคมของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีรายละเอียดดังนี้

1) ต้นทุนทางตรง ประกอบด้วย (1) ต้นทุนทางตรงในระบบสาธารณสุขที่มีสาเหตุเกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) ต้นทุนในกระบวนการยุติธรรมที่เกี่ยวข้องกับคดีความที่มีสาเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2) ต้นทุนทางอ้อม ประกอบด้วย (1) มูลค่าของผลิตภาพที่สูงสูญเสียไปจากการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร อันมีสาเหตุมาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) ต้นทุนที่เกิดจากการที่ผลิตภาพในการทำงานของบุคคลที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีกตกลงกว่าในสภาวะปกติ



ค่ารักษาผู้ป่วย



เสียชีวิตก่อนวัยอันควร



ความเสียหายจากอุบัติเหตุ



กระบวนการยุติธรรมทั้งหมด

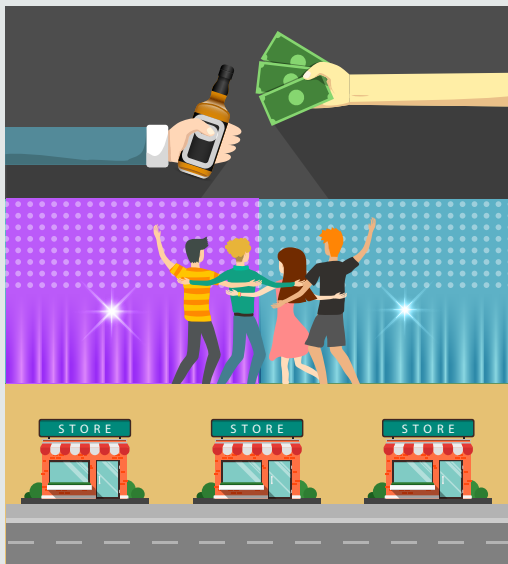


ผลิตภาพการทำงานลดลง

สาเหตุที่คนดื่มสุรา



1. ความชอบหรือความนิยม



2. ความสามารถในการเข้าถึง

• ทางเศรษฐศาสตร์

ราคาผลิตภัณฑ์

• ทางกายภาพ

ความหนาแน่นของจุดจำหน่าย

• ทางสังคม

ทัศนคติของคนในสังคม



นโยบายควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของประเทศไทย ในกรอบ

5P

PRICE
ราคาและภาษี



PERSUASION
การรณรงค์

PLACE
จุดจำหน่าย



PROMOTION
การตลาดและโฆษณา

PRODUCT
บรรจุภัณฑ์



ทำไมต้องควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้ควบคุม



ผู้ถูกควบคุม



วัตถุประสงค์ของการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหนึ่งในพฤติกรรมที่ต้องควบคุม เนื่องจากก่อให้เกิดผลเสียหลายด้าน แต่ที่สำคัญไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับตัวผู้ดื่มเอง แต่ยังเกิดขึ้นกับผู้อื่นด้วย ดังนั้นการควบคุมจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อไม่ให้เกิดการเริ่มต้นของผู้ที่ยังไม่ได้ดื่ม ลดปริมาณการดื่มของผู้ที่ดื่มอยู่แล้ว อันเป็นการลดโอกาสในการเกิดผลกระทบต่อสังคมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



ความชอบธรรม



ผู้ควบคุม

รัฐเป็นตัวแทนประชาชน

จัดการอรรถประโยชน์สูงสุด

การควบคุมมีประสิทธิภาพ

ผู้ถูกควบคุม

ไม่ใช่สินค้าธรรมดา

โทษมากกว่าประโยชน์แก่สังคม

จัดการผลกระทบเองไม่ได้

บทเรียนจาก "การตี้อย่างมีความรับผิดชอบ"

ผู้ผลิตสร้างภาพลักษณ์ใหม่

- 1 เปลี่ยนมุมมองว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้ก่อโทษเสมอไป
- 2 ให้ความสำคัญกับรูปแบบการดื่มแทนปริมาณการดื่ม เช่น ดื่มเพื่อสังสรรค์
- 3 การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ดื่ม
- 4 ผลิตความรับผิดชอบต่อผู้ขายสู่ผู้บริโภคเมื่อเกิดผลเสียจากการดื่ม

ไม่ได้ทำให้การบริโภคลดลง

- 1 ใช้การรณรงค์เพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์
- 2 การรณรงค์เป็นการสร้างภาพที่ไม่ถูกต้องให้กับประชาชน
- 3 ไม่ให้คำนิยามที่ชัดเจนเกี่ยวกับการรณรงค์



P1 PRODUCT

ทำไมต้องควบคุมบรรจุภัณฑ์

ทำเลทอง

บอกระดับ

บอกคุณภาพ

โฆษณาระยะประชิดตัว

ดึงดูด รุ้สึกอยากดื่ม

การควบคุมในปัจจุบัน

จัดให้มีฉลากพร้อมข้อความคำเตือน

- ▲ พรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรา 26
- ▲ ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558

ข้อความคำเตือนในประเทศไทยมี 3 แบบ (ปี 2558)

- ▲ ห้ามจำหน่ายสุราแก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์
- ▲ การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง
- ▲ บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ควรดื่ม



P1 บรรจุภัณฑ์

ประสิทธิผลของรูปแบบคำเตือนต่อการเตือนใจ

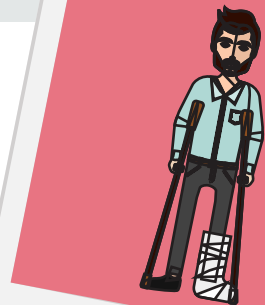
กับผลกระทบจากการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์

ปี 2553		ปี 2558
80.1 %	ภาพคำเตือนและข้อความคำเตือน	88.2 %
15.7 %	ข้อความคำเตือน	10.1 %
4.2 %	ทั้งสองเตือนใจได้เท่ากัน	1.7 %

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าการมีภาพคำเตือนจะสามารถเตือนใจได้มากกว่าการมีข้อความคำเตือนเพียงอย่างเดียว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

▲ การกำหนดให้มีรูปภาพประกอบข้อความคำเตือน



พิการ

P2 PRICE : ราคา



1. ทำไมต้องควบคุม

เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นความต้องการลดลง (กฎของอุปสงค์) ซึ่งส่งผลต่อเยาวชนที่มีกำลังซื้อที่จำกัด ราคาแอลกอฮอล์สูงเพื่อสะท้อนถึงต้นทุนทางสังคม เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม

ราคาสินค้า



ความต้องการ

2. นโยบายในปัจจุบัน

จัดเก็บภาษีทั้งตามมูลค่าและตามปริมาณ โครงสร้างของภาษีไม่ปรับตัวตามภาวะเงินเฟ้อและรายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภค พรบ.สรรพสามิต "เอื้อประโยชน์สุราราคาถูก"



ไม่ปรับตัวตาม
ภาวะเงินเฟ้อ

3. เหตุผลที่ภาษีต้องสูง

- 1 แหล่งรายได้รัฐที่มีประสิทธิภาพ
- 2 ช่วยแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาผลกระทบภายนอก
- 3 มีผลทางด้านกระจายการะภาษี



4. ประสิทธิภาพนโยบาย

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาต่ำ และเป็นสินค้าที่ทดแทนกันได้ การเพิ่มภาษีมึ้นจะมีแนวโน้มจะส่งผลให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น แม้ว่าระดับการบริโภคจะไม่ลดลงมากก็ตาม



5. ข้อเสนอแนะภาษีสุรา

- 1 ให้มีการประกาศราคาขั้นต่ำควบคู่กันไป
- 2 กำหนดเพดานภาษีในระดับสูงและมีความเท่าเทียมกัน
- 3 ให้มีการแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามหลักสากล
- 4 ปรับขึ้นอัตราภาษีตามระดับเงินเฟ้อ



กำหนดให้ชัดเจนตามหลักสากล

P3 PLACE : จุดจำหน่าย

ทำไมต้องควบคุมจุดจำหน่าย P3

ความหนาแน่นของจุดจำหน่ายมีผลต่อการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภค มีการโฆษณาแข่งขันกันที่รุนแรงมากขึ้น ส่งผลต่อราคาที่จะต่ำลง และมีความสัมพันธ์กับการเกิดผลกระทบทางลบต่อสังคม

การควบคุมจุดจำหน่ายของประเทศไทยในปัจจุบัน



1 การมีระบบใบอนุญาตจำหน่าย



2 การกำหนดเวลาการจำหน่าย



3 การกำหนดวันห้ามจำหน่าย



5 การกำหนดสถานที่ห้ามจำหน่าย



4 การกำหนดอายุผู้ซื้อและผู้ดื่ม

ประสิทธิภาพของมาตรการต่าง ๆ จากทั่วโลก

มาตรการ	ประสิทธิภาพ*	งานวิจัยที่สนับสนุน**	การทดสอบในต่างประเทศ***
▪ การห้ามจำหน่าย (แอลกอฮอล์ผิดกฎหมาย)	+++	+++	++
▪ การกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อ	+++	+++	++
▪ การจำกัดปริมาณการจำหน่าย	++	++	++
▪ การผูกขาดการจำหน่ายโดยรัฐ	++	+++	++
▪ การกำหนดเวลาสามารถจำหน่ายได้	++	++	+++
▪ การจำกัดความหนาแน่นของจุดจำหน่าย	++	+++	++
▪ การจำกัดการจำหน่ายตามความเข้มข้นของแอลกอฮอล์	++	+++	++

หมายเหตุ * ++ : มีประสิทธิภาพจำกัด
+++ : มีประสิทธิภาพปานกลาง
+++ : มีประสิทธิภาพมาก

** ++ : มีงานวิจัยสนับสนุน 1-2 ชิ้น
+++ : มีงานวิจัยสนับสนุนบางชิ้น
+++ : มีงานวิจัยสนับสนุนหลายชิ้น

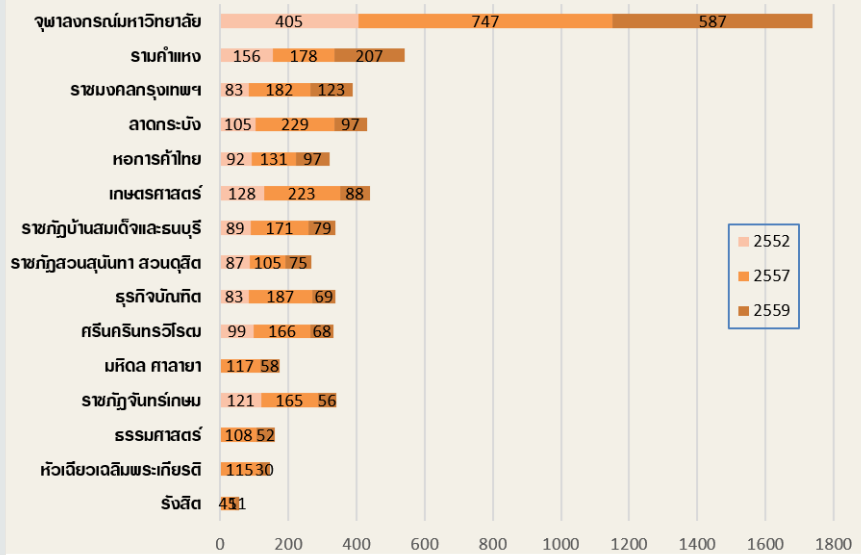
*** ++ : มีการศึกษาอย่างน้อย 2 ประเทศ
+++ : มีการศึกษาบางประเทศ
+++ : มีการศึกษาหลายประเทศ

ช่องโหว่ของมาตรการควบคุมจุดจำหน่าย

ร้านจำหน่ายไม่ให้ความร่วมมือ การบังคับใช้โดยเจ้าหน้าที่รัฐทำได้ยาก *

81.3 %	เด็กและเยาวชน ต่ำกว่า 20 ปีสามารถซื้อได้ด้วยตนเองสำเร็จ
94.2 %	เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่เคยถูกขอตรวจบัตรประจำตัวประชาชนก่อนซื้อสุรา ไม่มีการขอบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ซื้อ
99.9 %	ประชาชนเคยซื้อสุรานอกช่วงเวลาที่ถูกหมายกำหนดให้ขายได้ (11.00 น. -14.00 น. หรือ 17.00 น - 24.00 น.)
9.2 %	ประชาชนเคยซื้อสุราในวันสำคัญทางศาสนา

เปรียบเทียบจำนวนจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี 2552, 2557 และ 2559 **



✓ 34%

จุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์รอบ
สถานศึกษาทั้ง 15 แห่งทำตามกฎหมายเพียง 34%

มหาวิทยาลัยที่มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายมากที่สุด

รัศมีรอบรั้วมหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัย	จุดจำหน่าย
500 ม.	จุฬาลงกรณ์	125.2
300 ม.	ราชภัฏธนบุรี	114.3



ที่มา : * การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราของประชากร 2560, สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561)

** นพดล กรรณิก. (2559). การกระจายตัวและความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครและพื้นที่ใกล้เคียง กรณีศึกษาเปรียบเทียบการกระจายตัวของจุดจำหน่ายฯ ปี 2552 ปี 2557 และปี 2559

ข้อเสนอแนะ : การปฏิรูประบบใบอนุญาต



ลดความซับซ้อน

การแบ่งกลุ่มประเภทใบอนุญาตควรมีความซับซ้อนน้อยลงโดยแบ่งเป็นใบอนุญาตค้าส่งและใบอนุญาตค้าปลีก และแยกระหว่างร้านค้าปลีกที่มีสถานที่สำหรับดื่ม และร้านค้าปลีกที่ไม่มีสถานที่ดื่ม



ทดสอบความรู้

ควรมีการกำหนดเพิ่มประเภทใบอนุญาตขายสุราสำหรับผู้ชายและกำหนดให้ผู้ขายในร้านค้าปลีกที่มีสถานที่สำหรับดื่ม ต้องมีใบอนุญาตขายสุราที่ผ่านการทดสอบความรู้



รับฟังเสียงประชาชน

ควรมีการกำหนดให้เพิ่มเงื่อนไขการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ ในการพิจารณาให้ใบอนุญาตขายสุราใหม่

PROMOTION

การตลาดและการโฆษณา

P4

ทำไมต้องควบคุม

ส่งผลกระทบต่อชายของบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1 ขยายขนาดตลาด (นักดื่มหน้าใหม่)

2 แย่งชิงส่วนแบ่งตลาด (ผู้ที่ดื่มอยู่แล้ว)

การควบคุมในปัจจุบัน

- มาตรา 30 ห้ามลดราคาเพื่อส่งเสริมการขาย
- มาตรา 32 ห้ามโฆษณา

ไม่ได้ห้ามให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ซึ่งสร้างสรรค์
อนุญาตให้แสดงภาพสัญลักษณ์ แต่ไม่เกิน 2 วินาที
และให้โฆษณาได้ 22.00 - 05.00 น. เท่านั้น

- แสดงภาพสัญลักษณ์เพื่อประกอบการโฆษณา
- รูปแบบข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์
- หลักเกณฑ์เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



ช่องโหว่การควบคุมในปัจจุบัน

โฆษณานับโทรทัศน์และวิทยุน้อยลงแต่มีการพลิกแพลงเนื้อหาการโฆษณา



โฆษณาน้ำดื่ม
ใช้สื่อที่เดียวกัน
แต่คนละสี



ใช้สื่ออื่น
ช่วยการตลาด
และโฆษณา



เชื่อมโยง
ความหมายของแบรนด์
กับคำทั่วไป



จัดกิจกรรมการตลาด
ด้านกีฬาและดนตรี

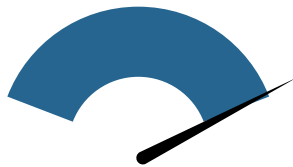


จัดกิจกรรมเพื่อสังคม
กิจกรรม CSR



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1 ใช้มาตรการควบคุมสื่อออนไลน์ที่เข้มข้นมากขึ้น
- 2 มาตรการตรวจสอบการโฆษณาว่ามีลักษณะเป็นการชักชวนให้ดื่มหรือไม่
- 3 การสร้างความตระหนักรู้และภูมิคุ้มกันให้กับเยาวชน



เข้มงวด



ตรวจสอบ



ตระหนักรู้

P5 PERSUASION

ทำไมต้องมีการจูงใจ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเป็นสิทธิที่ประชาชนสามารถกระทำได้ ดังนั้นเพื่อลดการบริโภคแอลกอฮอล์ให้น้อยลงผ่านการรณรงค์และการจัดกิจกรรมเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคแอลกอฮอล์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยสมัครใจ

ลด

ละ

เลิก

ตัวอย่าง "งดเหล้าเข้าพรรษา"

วัตถุประสงค์

เพื่อให้คนไทยเห็นความสำคัญของการ ลด ละ เลิก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติตามคำสอนและแนวทางพุทธศาสนา

กิจกรรมการรณรงค์

กิจกรรมด้านสื่อ สปอต (การปฏิบัติทางอากาศ)

กิจกรรมระดับพื้นที่ (การปฏิบัติภาคสนาม)

- กิจกรรมให้ความรู้
- กิจกรรมให้กำลังใจในการเลิกเหล้า
- กิจกรรมเบี่ยงเบนความสนใจแอลกอฮอล์

ให้ความรู้

ให้กำลังใจ

เบี่ยงเบน
ความสนใจ

กลยุทธ์การจูงใจเพื่อปรับเปลี่ยน พฤติกรรมทางสุขภาพ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1 ใช้ความสัมพันธ์ระหว่างการดูแลสุขภาพกับทุนทางศาสนา
- 2 การแสดงความชื่นชมเป็นเครื่องมือที่ทรงประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ
- 3 การรณรงค์อย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง



ใช้ทุนทาง
ศาสนา



แสดง
การชื่นชม



ต่อเนื่อง
เข้มแข็ง



ข้อเสนอแนะ 5P

เชิงนโยบายภายใต้กรอบ

P1

PRODUCT

นโยบายภาพคำเตือน

P2

PRICE

การปฏิรูประบบภาษี

P4

PROMOTION

เพิ่มความเข้มข้นการบังคับ
ใช้พรบ. การโฆษณา

P3

PLACE

การปฏิรูประบบใบอนุญาต

P5

PERSUASION

พัฒนารูปแบบการรณรงค์

เพิ่มประสิทธิภาพการควบคุม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคม

บทสรุป



ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (Center for Alcohol Studies)

หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110



074-451165



083-5775533



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



www.facebook.com/cas.org.th/