รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมาย
ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551
ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

โดย

ดร.เชษฐ รัชดาพรรณาธิกุล

รศ.ชุษณะ รุ่งปัจฉิม

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุน

การสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กรมสุขภาพจิต

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข

และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

พ.ศ.2552

ลิขสิทธิ์ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	**ก**
กิตติกรรมประกาศ	**ข**
บทสรุปผู้บริหาร	**ค**
Executive Summary	**ฎ**
บทที่ 1 บทนำ	**1**
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	**4**
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	**27**
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	**32**
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	**74**
บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	**119**
บทที่ 7 สรุปและข้อเสนอแนะ	**174**
บรรณานุกรม	**183**

คำนำ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมายทั้งทางด้านสาธารณสุขและสังคมของประเทศ ในแต่ละประเทศจึงได้มีการกำหนดนโยบายมาตรการต่างๆ ในการป้องกันแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับประเทศไทยนั้นก็ได้ตระหนักในปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการกำหนดมาตรการสำคัญต่างๆ ไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเป้าหมายที่การลดนักดื่มหน้าใหม่ การลดปริมาณการบริโภคโดยรวมและการลดผลกระทบโดยประกอบด้วย มาตรการลดอุปทาน มาตรการลดอุปสงค์และมาตรการลดผลกระทบควบคู่กันไปเพื่อประโยชน์ของชาวไทย อย่างไรก็ตามการดำเนินมาตรการต่างๆ ดังกล่าวจะได้ผลก็ต่อเมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีความตระหนักและยึดถือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนประชาชน ผู้ปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อต้องการทราบผลในทางปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายต่างๆ และนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยอย่างเข้มงวดและจริงจังต่อไป

คณะผู้วิจัย

มกราคม 2553

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเพราะได้รับการสนับสนุน ความเอื้อเฟื้อและความกรุณาจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณนายแพทย์บัณฑิต ศรไพศาล ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยปัญหาสุราและร.ท.หญิงจุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ ที่ได้คัดเลือกและมอบหมายให้คณะผู้วิจัยรับผิดชอบในโครงการวิจัยนี้

ขอขอบคุณบรรดากัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้ความเมตตาและกรุณาแก่คณะผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) กรมสุขภาพจิต สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) เป็นอย่างสูงที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

คณะผู้วิจัย

มกราคม 2553

บทสรุปผู้บริหาร

จากสถานการณ์การดื่มและการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในสังคมไทย ทั้งๆ ที่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น จะนำมาซึ่งปัญหาต่างๆ ทั้งปวง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านสุขภาพ สังคมและเศรษฐกิจ รัฐบาลไทยตระหนักในปัญหาดังกล่าวจึงได้ผลักดันให้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และในพระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้มีการกำหนดมาตรการสำคัญต่างๆ ไว้ทั้งการดื่ม การจำหน่าย การโฆษณา เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเป้าหมายที่การลดนักดื่มหน้าใหม่ การลดปริมาณการบริโภคโดยรวมและการลดผลกระทบ ซึ่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้มีผลการบังคับใช้มาในระยะเวลาหนึ่งแล้ว ดังนั้นเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบจากมาตรสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงได้ศึกษาเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติดังกล่าวของประชาชนผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และเจ้าหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวของและปฏิบัติตามกฎหมายเพียงใด เพื่อจะได้ทราบผลในการปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลของการศึกษานี้จะนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทยในอนาคตต่อไป

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 3,790 คน ได้แก่

1. ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปในแต่ละครัวเรือนที่อยู่ ณ วันที่มีการสำรวจ ซึ่งเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการศึกษาครั้งนี้ถือว่าเป็นผู้บริโภคซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายขั้น (Stratified Multi-stage Sampling) จากอำเภอ ตำบล หมู่บ้านและครัวเรือน ได้จำนวนตัวอย่างผู้บริโภค 2,930 คน

2. ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่ในชุมชนเดียวกันกับประชาชนผู้บริโภคในรัศมีระยะ 1 กิโลเมตร ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง จากกลุ่มเป้าหมายที่พบในวันเวลาที่เก็บข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค ได้จำนวนตัวอย่างผู้จำหน่าย 496 คน

3. เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุรา ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพาสามิตและตำรวจ ที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงจากกลุ่มเป้าหมาย ได้จำนวนตัวอย่างเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย 364 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุราพัฒนาขึ้น การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้พนักงานสัมภาษณ์ที่ผ่านการฝึกอบรมให้เข้าใจแบบสอบถามมาแล้ว นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้เดินทางไปติดตามและนิเทศงานตลอดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมีนาคม-กลางเดือนมิถุนายน 2552

การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และใช้การวิเคราะห์ตารางไขว้ นำเสนอข้อมูลโดยใช้การบรรยายประกอบตาราง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. สถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากแต่ละกลุ่มเป้าหมาย พบว่า

- **ผู้บริโภค**

1. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อกล่าวถึง “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ผู้บริโภคมักนึกถึงเหล้า ร้อยละ 47.24 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 23.82 และสุรา ร้อยละ 19.56 ผู้บริโภคที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในระยะ 30 วันก่อนการสำรวจคิดเป็นร้อยละ 68.48 และในการดื่มในระยะ 30 วันดังกล่าวนั้นเป็นการดื่ม 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 49.72 สำหรับเหตุผลของผู้บริโภคที่เคยดื่มแต่ไม่อยากซื้อหรือไม่อยากดื่ม เนื่องจากคนในครอบครัวห้ามดื่ม ร้อยละ 18.45 รองลงมาร้อยละ 14.30 ไม่มีเงินซื้อ

2. การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคร้อยละ 67.58 เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา ทั้งนี้ในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองและซื้อได้น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน และผู้บริโภคร้อยละ 57.60 มีความสะดวกสามารถเดินไปซื้อได้ สำหรับสถานที่ห้ามจำหน่ายแต่ผู้บริโภคเคยซื้อได้ในสถานที่ห้ามจำหน่าย ได้แก่ หอพัก โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ และสวนสาธารณะของทางราชการ

ส่วนคนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. (ซึ่งเป็นเวลาห้ามจำหน่าย) ผู้บริโภคร้อยละ 60 ยังซื้อได้ในเวลาดังกล่าว โดยซื้อได้จากร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ราคาที่ซื้อได้ถูกสุดส่วนใหญ่ร้อยละ 29 เป็นราคาที่ไม่เกิน 50 บาท โดยซื้อเป็นขวดกลมมากที่สุด นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 25 ที่เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 27.87 สามารถขับรถ/ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อยและใช้เวลา 26 - 30 นาที

3. สถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 90.33 ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม ซึ่งได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ สถานีบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ทางราชการต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่างๆ และสวนสาธารณะของทางราชการ อย่างไรก็ตามพบว่ามีผู้บริโภคประมาณร้อยละ 9.67 ที่มีการดื่มอยู่ในสถานที่ห้ามดื่มดังกล่าว

- **ผู้จำหน่าย**

พฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้อยละ 46.71 ส่วนใหญ่ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ 4 และประเภทที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 59.81 และ 39.95 ตามลำดับ ร้านค้าเหล่านี้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำพวกเบียร์มากที่สุด รองลงมาคือ สุราไทย เหล้าขาว และสปาย/ไวน์คูลเลอร์ ตามลำดับ ร้านค้าผู้จำหน่ายที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 14.00-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 29.84 เนื่องจากไม่รู้ว่าผิดระเบียบ และผลที่ตามมาจากการจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณร้อยละ 17.74 ให้เหตุผลของการขายให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ รวมทั้งผลที่ตามมาก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น

ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ไม่ได้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย แต่ที่พบว่าสถานที่ที่มีการละเมิดสูงสุดก็คือ หอพัก เพราะไม่รู้ว่าผิดระเบียบและผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายร้อยละ 35.08 จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุดระหว่าง 26 - 50 บาท โดยส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ ประเภท กระป๋อง เป๊ก และขวดกลมตามลำดับ ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ใช้รูปแบบของการส่งเสริมการขายด้วยการให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงินมากที่สุด

- **เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย**

1. การพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 53.02 เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. โดยพบเห็นมากที่สุดในร้านอาหาร รองลงมาได้แก่ ร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้านเครื่องดื่ม ผับ/เธค/บาร์/คาราโอเกะ และร้านเหล้าปั่น ตามลำดับ

ในการดำเนินการของเจ้าพนักงานเมื่อพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. พบว่าร้อยละ 40.41 ตักเตือน

2. การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล ในร้านอาหาร/ผับ/เธค/บาร์/คาราโอเกะ มีเพียงร้อยละ 4.12 กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบบ่อยๆ ที่ไป

3. การพบเห็นพฤติกรรมการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายกว่าร้อยละ 77 ขึ้นไป ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ราชการต่างๆ หอพัก สวนสาธารณะของทางราชการ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 29.95 ซึ่งพบเห็นมากที่สุดที่ร้านขายของชำ/โชว์ห่วย และที่ร้านอาหาร ทั้งนี้ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายใช้วิธีการตักเตือน ร้อยละ 42.20 นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการแลก-แจก-แถม ลดราคา เร่ขาย ไม่ได้ดำเนินการอะไร เพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่

2. การรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

- **ผู้บริโภค**

1. การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 53.96 เคยพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพบเห็นหรือได้ยินผ่านสื่อในร้านค้ามากที่สุด รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)

2. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีมาตรการเกี่ยวกับการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท มีการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง และปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่มีผู้บริโภคประมาณร้อยละ 9.01 ที่ไม่รู้เกี่ยวกับมาตรการเรื่องเวลาจำหน่าย ผู้บริโภคร้อยละ 4.03 ที่ไม่รู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่ และมีผู้บริโภคร้อยละ 3.86 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่ เช่น ในโรงภาพยนตร์ ในสวนสาธารณะของเอกชน สวนสาธารณะของราชการ และในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน และร้อยละ 18.29 ไม่รู้ว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กต่ำกว่า 20 ปี

3. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในภาพรวม พบว่าผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภทและมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 54 - 59) ขณะที่สัดส่วนของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมาก มีเพียงร้อยละ 44.68 และผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับเวลาจำหน่าย อยู่ในระดับมากมีเพียงร้อยละ 35.20 ส่วนผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลบางประเภทในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมากเพียงร้อยละ 31.91 เท่านั้น

- **ผู้จำหน่าย**

1. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้จำหน่ายร้อยละ 97.98 รับรู้ว่ามีมาตรการเกี่ยวกับการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่ แต่ผู้จำหน่ายร้อยละ 25 ไม่รู้ว่าเวลา 14.00-17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายและร้อยละ 13.91 ไม่รู้ว่าเวลาเวลา 24.00-11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เช่นเดียวกับการส่งเสริมการขายที่ผู้จำหน่ายประมาณ 1 ใน 4 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเครื่องขายอัตโนมัติ มาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม และมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง เป็นต้น

2. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในภาพรวม พบว่าผู้จำหน่ายประมาณร้อยละ 75.60 มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท อยู่ในระดับมาก ขณะที่สัดส่วนของผู้จำหน่ายประมาณร้อยละ 47.58 ที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผู้จำหน่ายมีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมากมีเพียงร้อยละ 15.73 เท่านั้น

- **เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย**

1. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในเขตกรุงเทพมหานคร ประมาณร้อยละ 0.55 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 14.00 - 17.00 น. และทุกคน (ร้อยละ 100) รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00 - 11.00 น. นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ตอบไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ร้อยละ 28.30 และไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของเอกชนร้อยละ 24.73 และในประเด็นที่มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก และมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน มีผู้ตอบว่าไม่รู้เป็น

ร้อยละ 39.56 และ 28.85 ตามลำดับ ส่วนในมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายรับรู้ว่ามีมาตรการดังกล่าวร้อยละ 98.90 สำหรับมาตรการเพื่อควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 88.19 รับรู้ว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

2. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 98- 99) นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายทุกคน (ร้อยละ 100) มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเวลาในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้างต้นนำมาสู่ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในการควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทย

- **กรณีผู้บริโภค**

การกำหนดนโยบายสำหรับผู้บริโภคควรต้องคำนึงถึงสถานะและบทบาทของผู้บริโภคในปัญหาที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ผู้บริโภคดำรงสถานะและบทบาทอยู่ในด้านอุปสงค์หรือความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นนโยบายมาตรการที่จะใช้กับผู้บริโภคจะต้องมุ่งไปในเรื่องของการลดอุปสงค์เป็นสำคัญ ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การสร้างชุมชนปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรณรงค์และมุ่งส่งเสริมแนวคิด Alcohol-Free Zone ให้เกิดขึ้นในแต่ละชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนจัดตั้งกลไกในการป้องกันสมาชิกของชุมชนในการหาซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีกลไกการเฝ้าระวังสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง ตลอดจนงดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกกิจกรรมที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการในข้อที่ 1 โดยกำหนดให้ชุมชนมีส่วนในการให้ความเห็นเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตแก่ร้านค้าจำหน่ายหรือให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณใกล้เคียง ทั้งนี้ในลักษณะของประชาพิจารณ์ เพื่อให้ชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจในการจัดตั้งสถานบริการหรือร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผู้เกี่ยวข้องจะต้องนำความเห็นของชุมชนประกอบการพิจารณา

3. การสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการต้องสู้กับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยต้องมีการพัฒนาผู้นำชุมชน (หรือคณะกรรมการชุมชน) ให้มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับปัญหาและโทษที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนประโยชน์ที่จะได้จากการลดปัญหาดังกล่าวในชุมชน โดยชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสมาชิกในชุมชน ในครอบครัว และในชุมชนส่วนรวม

4. การสร้างเครือข่ายผู้นำและชุมชนในการแก้ปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เน้นการทำงานและเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในภาพรวมในการต่อสู้กับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทั้งนี้ นโยบายมาตรการดังกล่าว รัฐต้องให้การสนับสนุนในทุกมิติของความต้องการจำเป็นของชุมชน และจะต้องดำเนินการอย่างจริงจังต่อเนื่องในระยะยาว

- **กรณีผู้จำหน่าย**

ผู้จำหน่ายมีสถานภาพและบทบาทอยู่ในฝ่ายของอุปทาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดหาจัดจำหน่าย และให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีกฎระเบียบต่างๆ ที่ออกมาเพื่อการควบคุมอุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น ดังนั้นนโยบายมาตรการที่จะใช้กับผู้จำหน่ายจะต้องมุ่งไปในเรื่องของการลดอุปทานเป็นสำคัญ รวมทั้งมาตรการที่เกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมาย ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการจำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎระเบียบที่เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย/ให้บริการ ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย/ให้บริการ บุคคลที่ห้ามจำหน่าย/ให้บริการ การส่งเสริมการขายที่ไม่ได้รับอนุญาต ทั้งนี้เพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้จำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. การควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐต้องมีมาตรการในการควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดรัดกุม และมุ่งปกป้องคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคเป็นหลัก หลักการสำคัญคือ การปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการออกใบอนุญาตที่ลดความสะดวกของผู้ขอ เพิ่มความสำคัญของผู้ได้รับผลกระทบ (การทำประชาพิจารณ์จากชุมชน) การเพิ่มเงื่อนไขการออกใบอนุญาต การเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาต เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อควบคุมจำนวนร้านค้าและสถานบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนมุ่งลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. การเพิ่มมาตรการบังคับใช้กฎหมาย โดยการตั้งหน่วยเฉพาะกิจของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการออกตรวจตราตามสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม ร้านค้าและสถานบริการต่างๆ เพื่อป้องกันไม่ให้มีการละเมิดกฎระเบียบต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ที่พบว่ามีการละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ เช่น หอพัก สถานีบริการน้ำมัน สวนสาธารณะ เป็นต้น

4. การเพิ่มบทลงโทษเมื่อมีการกระทำผิดกฎหมาย ทั้งนี้เพื่อให้เห็นความสำคัญของกฎหมายที่มีการบังคับใช้ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการละเมิดข้อกำหนดต่างๆ ในกฎหมาย

5. นโยบายมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิง (Total Ban) การโฆษณาทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะโทรทัศน์และป้ายโฆษณาในบริเวณต่างๆ ยังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคพบเห็นได้ตลอดเวลาและมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐควรพิจารณาที่จะห้ามไม่ให้มีการโฆษณาเรื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิง เพื่อลดปัญหาการบิดเบือนข้อกฎหมายควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ

ปัจจัยสำคัญในด้านนโยบายมาตรการสำหรับผู้จำหน่ายก็คือ ประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นชัดเจนว่า การละเมิดข้อกำหนดของกฎหมายส่วนใหญ่เกิดจากการที่ผู้กระทำผิดไม่ได้รับการลงโทษแต่อย่างใด รวมทั้งกรณีของการโฆษณา หากรัฐไม่ใช้นโยบายห้ามโฆษณาอย่างสิ้นเชิง ปัญหาการบิดเบือน การตีความข้อกำหนด และการอาศัยช่องว่างของกฎหมายควบคุมการโฆษณายังคงมีต่อไป

- **กรณีเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีสถานภาพและบทบาทในฝ่ายรัฐ ที่จะต้องกำกับดูแล ควบคุมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นนโยบายมาตรการในส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายต้องมุ่งเน้นการพัฒนากลไกภาครัฐให้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิผล ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการจำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้เนื่องจากพบว่ายังมีเจ้าหน้าที่บางส่วนที่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ทั้งในกรณีของสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย บุคคลที่ห้ามจำหน่าย การโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้นโดยจะต้องจัดอาจอบรมให้ความรู้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

2. การกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย ปัญหาสำคัญที่พบจากงานวิจัยคือมีการพบเห็นการละเมิดข้อกำหนดของกฎหมาย แต่ไม่มีการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดเนื่องจากเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายไม่มีอำนาจในการจับกุม เป็นต้น ดังนั้นรัฐอาจจำเป็นต้องมีการทบทวนบทบาทและอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใหม่เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างเต็มที่

3. นโยบายมาตรการในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยอาจกำหนดให้มีรางวัลหรือโบนัสสำหรับการทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิผล เช่น การแบ่งรางวัลจากเงินค่าปรับกรณีจับกุมการละเมิดกฎหมายและมีการเปรียบเทียบปรับ เป็นต้น

ประเด็นสำคัญในนโยบายและมาตรการส่วนนี้ก็คือ การให้ความรู้ การให้อำนาจหน้าที่และการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่จะมีส่วนช่วยให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิผล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยในเรื่องของการบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อหาแนวทางในการบังคับใช้กฎหมายให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยอาจกำหนดให้มีการวิจัยในแต่ละประเด็นของข้อกำหนดในกฎหมาย

2. ส่งเสริมการวิจัยด้านพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มเสี่ยงต่างๆ ในเชิงลึก เช่น เยาวชน ผู้ใช้แรงงาน เพื่อสร้างแนวทางและมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกัน คุ้มครองและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มบุคคลดังกล่าว

3. ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยเพื่อประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการปรับปรุงนโยบายและมาตรการต่างๆ ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

Executive Summary

The situation of alcohol consumption and alcohol selling is now very serious since it is widespread throughout the country. Even alcohol consumption generates various harmful problems to the society including health and socioeconomic problems, but alcohol consumption level among Thai people has still been in high rate. Thai government had realized on seriousness of the problem and launched Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 aimed to control alcohol beverage and reduce the number of new consumers as well as decrease the total volume of alcohol beverage drinking and its possible harmful effect. This Act had been applied for a while and a study aimed to evaluate the Act enforcement is needed. Thus, this research has been occurred intended to evaluate the act enforcement and actions of all relevant stakeholders such as alcohol drinker, seller, as well as concerned government officers who are in charge to enforce the law. Finding from this research would be valuable policy recommendations which are beneficial for alcohol consumption control of our society in the nearest future.

This study is a survey research aimed to evaluate the law enforcement owing to Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 in Bangkok. The study areas composing of 3 groups amount 3,790 samples as follows:

1. General people aged 11 years and over who live in the resident on the date of the survey and consume alcohol beverage. These 2,930 samples are got through Stratified Multi-Stage Sampling from district, sub-district, village and household respectively.

2. Alcohol sellers who their shops locate on the same areas of the samples within 500 metre of radius. The Purposive Random Sampling was employed for data collection with 496 samples of alcohol sellers.

3. Concerned government officers who are in charge of the Act enforcement including public health officer, tax collector and policeman working in the research area are included as the samples. Totally, there were 364 samples gained through the Purposive Random Sampling.

A questionnaire developed by Alcohol Problem Research Center was employed for data collection. Data through the questionnaire were collected by interviewers under close supervision of the researcher. Data collection was done from March-June 2009.

Data analysis was done through SPSS for windows program with Descriptive Statistics covering frequency, percentage, mean and cross tabulation, then data are presented through tables and description.

Research result

The research results are provided according to the research objectives as follows:

1. Situation and the Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 enforcement. Research results are identified owing to the target that:

- *Alcohol consumer*

1. Alcohol drinking behavior: When we mention about “alcohol beverage”, 47.24 percent of consumers think of “alcohol” followed by 23.82 percent thinking of “beer” and 19.56 percent thinking of liquor. About 68.48 percent drank alcohol within 30 days prior the survey date and 49.72 percent of them normally drink alcohol 1-3 times a month. About 18.45 percent of alcohol consumers said that they don’t want to drink alcohol because of prohibited to drink from their family members while 14.30 percent of alcohol consumers are no money for buying.

2. Alcohol accessibility and alcohol purchasing: About 67.58 percent of consumer had ever brought alcohol by themselves within 3 months prior. These consumers normally buy alcohol themselves less than 5 times a month and 57.60 percent of consumers are convenient to buy alcohol. Interestingly, there are some consumers could ever buy alcohol in prohibited alcohol selling places such as dormitory, school/university/institute and public park.

For prohibited time period of selling, there are two periods of alcohol prohibition selling as 24.00-11.00 a.m. and 14.00-17.00 p.m. But in fact, 60.00 percent of consumers can buy alcohol at any convenient stores for the minimum price of 29 baht and maximum price of 50 baht. Besides, 25 percent of consumers ever find children and youth aged below 20 years buying alcohol while 27.87 percent can drive or ride car/motorcycle to drink alcohol at small shop within 26-30 minute of traveling.

3. Place of alcohol drinking: Most consumers (90.33%) never drink alcohol in prohibited places such as temples, public health station, governmental and private hospitals, governmental officers, school/university/institute, petrol station and public park. However, there is about 9.67 percent had ever drunk alcohol in the above prohibited places.

- *Alcohol seller*

The finding shows that 46.71 percent of alcohol sellers sell alcohol in shop or convenient store and almost all of sellers have license to sell alcohol beverage type IV and type III by 59.81 percent and 33.95 percent respectively. Beer is the most available in shop/convenient store, followed by alcohol distilled from sorghum or maize, Thai whisky and soft drink name “Spy Wine Cooler”, etc. About 29.84 percent of shops and convenient store sell alcohol at the prohibited time of 14.00-17.00 p.m. since they do not know about prohibition time of selling and there is no punishment to them. About 17.74 percent of sellers know that selling alcohol for children aged below 20 years is allowed but they have never been charged by the police and being sure that it will not occur.

Anyway, most sellers have not sold alcohol at prohibited areas but somehow there is a violation normally occurring in dormitory. Even the seller knows that selling alcohol in dormitory is not allowed but there is nothing happened to them. About 35.08 percent of sellers selling alcohol at the least price 26-50 baht contained in can, and a small box respectively. Alcohol selling promotion is normally done through purchasing credit.

- *Concerned government officer*

1. Finding alcohol sold in prohibited time period of 24.00-11.00 a.m. and 14.00-17.00 p.m. about 53.02 percent. They found alcohol selling in restaurant followed by shop/convenient store, drinking shop, pub, discotheque, bar.

The finding also shows that there is no action of policeman when they found alcohol selling in prohibited time as 40.41 percent of policemen said that they do warning.

2. Finding personal promotion at alcohol selling spot: The finding reveals that the concerned government officers have never met the personal promotion of alcohol at

selling spots such as restaurant, pub, discotheque, bar, karaoke shop. Only 4.12 percent of them found that but for often.

3. Finding for alcohol selling in prohibited places: 77 percent of government officers have never met alcohol selling in temple, school, university, petrol station and nearby shop, public health station, private and governmental hospitals, governmental office, dormitory and public park.

Interestingly, 29.95 percent of the concerned government officers found alcohol buying among children and youth aged 20 and below at shop, convenient store and restaurant. 42.20 percent of concerned government officers took action by warning these children. Besides, they also found alcohol selling promotion done through price decrease, reward promotion, free promotion, etc. They do noting because they no power, out of working.

2. Perception of public and concerned government officers on the Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551.

- *Alcohol consumer*

1. Alcohol advertisement perception: The finding shows that 53.96 percent of consumers have ever seen / heard about alcohol advertisement through shop, convenient store followed by publications (i.e. newspaper, magazine, and pamphlet).

2. Perception on control measurement: The study reveals that almost all of consumers realize that alcohol selling is prohibited for specific periods of time, for some restricted places, for advertisement broadcasted in all types of media for all 24 hours and for children aged 20 and below. However, there are about 9.01 percent of consumers having not known the prohibited selling time and 4.03 percent having not known the restricted places. Also, there is about 3.86 percent having not known that alcohol is prohibited to drink in some places such as theatre, private park, public park, governmental and private hospital.

3. Knowledge related to alcohol beverage control: In overall, it is found that 54-59 percent of consumers have high level of knowledge relating to prohibited places for alcohol selling and drinking. Consequently, there is about 44.68 percent of consumers having high level of knowledge relating to alcohol promotion advertisement, and only

31.91 percent having high level of knowledge relating to alcohol selling prohibition for some person.

- *Alcohol seller*

1. Perception on alcohol control measurement: About 97.98 percent of sellers know that alcohol is prohibited to sell in some restricted places while 25 percent have not known yet about prohibited time of 14.00-17.00 p.m. while 13.91 percent do not know about prohibited time of 24.00-11.00 a.m. of alcohol selling. In addition, one-fourth of sellers have not known that sale promotion through free promotion and automatic machine selling are prohibited.

2. Knowledge related to alcohol beverage control: In overall, it is found that 75.60 percent of sellers have high level of knowledge relating to prohibited places of alcohol selling while half of them have high level of knowledge relating to alcohol advertisement control. However, there are only 15.73 percent of sellers knowing that alcohol is prohibited to sell for some groups of people.

- *Concerned government officer*

1. Perception on alcohol control measurement: About 0.55 percent of concerned government officers do not know about prohibited time of 14.00-17.00 p.m. of alcohol selling while 100 percent do know about prohibited time of 24.00-11.00 a.m. Besides, there is 28.30 percent of the government officer revealing that they do not know yet that dormitory is prohibited place for alcohol selling. About 24.73 percent officers have not known on alcohol prohibition for drinking in private park. About 98.90 percent of the officers know that alcohol details of advertisement are controlled while 88.19 percent of them percept that alcohol is prohibited for selling to children aged below 20 years.

2. Knowledge related to alcohol beverage control: A finding reveals that 98 to 99 percent of officers have high level of knowledge relating to alcohol selling and drinking place control, knowledge relating to alcohol advertisement control method and knowledge relating to restricted time and groups of people on alcohol selling.

Recommendation

Finding from the research leads to beneficial recommendations aimed to increase the efficiency of law enforcement owing to Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 as follows:

- *Alcohol consumer*

Policy formulation for consumer should pay attention on status and role of consumer since the consumers significantly generate demand for alcohol consumption. Thus, any concerned policy should focus on demand reduction as follows:

1. Alcohol-Free Zone or Alcohol-Free community is needed through supportive campaigns. The campaigns should support all communities to provide mechanisms preventing alcohol buying and drinking among community's members. A surveillance system is also needed to deal with risky groups of people while alcohol-free activity should be promoted in any community ceremonies.

2. In order to serve the first mentioned policy, community participation is needed by allowing community people having rights to give/refuse the license for alcohol selling in community shop. Public hearing might be an important method pulling community members to join their hands for controlling alcohol sold in shop or any other stores in community.

3. A change maker is needed by supporting community leaders (or community committee) to understand vividly on alcoholic-related problem and its harmful effect as well as benefit gained to all community members if alcohol reduction is reduced.

4. Leader and community network provision is a smart way for alcohol-related problem control since community strengthening is one main condition for fighting with alcohol in the long run. However, all mentioned recommendations must be supported by the government in all dimension of community needs seriously and continuously.

- *Alcohol seller*

Theoretically, alcohol sellers act in terms of supply side for providing and selling alcohol. Thus, policy and measurement for seller must directly deal with supply reduction.

1. Public relation on alcohol control law and measurement, especially prohibited time, places and some groups of people for buying alcohol is important since this measurement is aimed to generate the true understanding on alcohol control practice and enforcement among sellers.

2. Alcohol selling license control might be a possible way for alcohol selling reduction. The restricted process of license provision is needed through many practical ways such as inconvenient process of getting license, public hearing needed, condition increased for getting license, and license fee increasing, etc. This recommendation is aimed to control the increased number of alcohol selling places and alcohol related problem which might occur in the nearest future.

3. Increase in law enforcement through a specific unit setting might be a possible way. The new unit will serve law enforcement as its officers can help officers-in-charge of the present concerned agencies on investigating alcohol selling in shops and other places. Also, the new unit officer can act to prevent law violation on alcohol selling in prohibited places such as dormitory, petrol station, and public park, etc.

4. Punishment rate must be leveled up in order to strengthen law enforcement.

5. Alcohol total ban policy is needed, especially alcohol advertisement in media such as television and billboards. As we all know, media advertisement is very powerful for motivating and persuading people drinking alcohol. Thus, alcohol advertisement should be totally prohibited in order to reduce law-distorted problem of some entrepreneurs.

Furthermore, effectiveness on law enforcement is very important factor. If a violator has not got any punishment, it means the law violation is directly supported. Similarly, if alcohol product advertisement is allowed, related problems such as law distortion and law violation by using the loop-hole might occur unavoidably.

- *Concerned governmental officer*

Theoretically, concerned government officers are in charge to monitor and control people to comply by law. Thus, governmental mechanism development is needed since it can serve the effectiveness of alcohol control policy. Recommendations for the officers are as follows:

1. Public relation on concerned rules and laws related to alcohol distribution and services should be provided for all the officers. Finding from this research shows that

there are some officers do not know about alcohol control law in many aspects such as prohibited time for selling, prohibited places and consumer groups. Moreover, a training course provided for serving the needy knowledge is important for strengthening the role of the officers.

2. Authority strengthening for concerned government officers: A finding found from the research is that the officers met many cases of alcohol violation but doing nothing to solve since some have no authority assigned to charge the violator. Thus, authority and action of the officers must be reviewed in order to serve them taking action powerfully on the alcohol-related problems.

3. Motivation for concerned officers on law enforcement: reward and special bonus might be a motivation for concerned officers to strongly monitor owing to the law. The reward might be provided by dividing sum from charge fee.

The most important point for this recommendation focuses on knowledge support, authority assignment and strengthening as well as motivation support which are believed to help concerned officers taking their action effectively.

Recommendation for further research

1. Research on practical law enforcement should be promoted in order to find proper and efficient way on law enforcement. In addition, specific law issues should be done through research analysis.

2. Research on alcohol drinking behavior among risk people such as youth and labor force aged people should be supported since proper policy guideline for protecting these risky groups is strongly needed.

3. Performance evaluation research on Alcohol Beverage Control Act is needed since output of the research is strongly beneficial for concerned policy makers to develop the present Act to be more powerful.

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เครื่องมือแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้เกิดโรคต่างๆ ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพมากกว่า 60 โรค นอกจากอันตรายที่เกิดขึ้นเฉพาะกับตัวบุคคลที่ดื่มแล้ว ผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุต่างๆ การบาดเจ็บ การใช้ความรุนแรงในครอบครัว การทำร้ายร่างกายและเสียทรัพย์สินทั้งของตนเอง ครอบครัวและของประเทศชาติเป็นอย่างมาก (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข,2551: หน้า (คำนำ))

จากรายงานขององค์การอนามัยโลกเรื่อง “Alcohol and Injury in Emergency Departments” (Vladimir Poznyak and Margie Pen,2007 : 7-9) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลผู้ได้รับบาดเจ็บที่เข้ามารับการรักษา ณ แผนกฉุกเฉินของโรงพยาบาลต่างๆ ใน 12 ประเทศ (ได้แก่ อาร์เจนติน่า เบลารุส บราซิล แคนาดา จีน สาธารณรัฐเชค อินเดีย เม็กซิโก โมแซมบิก นิวซีแลนด์ อัฟริกาใต้ และสวีเดน) พบว่าผู้ได้รับบาดเจ็บดังกล่าวมีสาเหตุมาจากสุราตั้งแต่ร้อยละ 6 – 45 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 20.4 ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าที่เคยมีการศึกษามา (ซึ่งเฉลี่ยอยู่ประมาณร้อยละ 10 – 18) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ได้รับบาดเจ็บอันเนื่องจากสุราส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำถึงปานกลาง มีพฤติกรรมการดื่มอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง คนที่ดื่มสุราก่อนประสบอุบัติเหตุ 6 ชั่วโมงจะเป็นกลุ่มที่ดื่มสุราบ่อยและมากกว่าผู้ที่ไม่ได้ดื่มสุราก่อนได้รับบาดเจ็บที่น่าสนใจพบว่าหนึ่งในสามของผู้ได้รับบาดเจ็บบอกว่าการเกิดอุบัติเหตุจะเกิดในช่วง 30 นาทีหลังการดื่มแก้วสุดท้าย และอุบัติเหตุดังกล่าวมักเกิดในที่สาธารณะมากกว่าในเคหสถาน

ในประเทศไทย งานวิจัยของดวงพร สิงห์ศรี เมื่อปี 2542 เรื่องการเกิดอุบัติเหตุหรือบาดเจ็บของผู้ขับยานพาหนะอายุ 18 – 59 ปี ในประเทศไทยพบว่าการดื่มสุราส่งผลต่อการอุบัติเหตุหรือบาดเจ็บอย่างมีนัยสำคัญ (จุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ และคณะ,2551 : 492) ที่สำคัญรายงานการวิจัยของมณฑรัตน์ ถาวรเจริญทรัพย์ และคณะ เมื่อปี 2551 เรื่องการศึกษาต้นทุนผลกระทบทางสังคมสุขภาพและเศรษฐกิจของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พบว่า “.....ต้นทุนทางตรงจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่รัฐบาลต้องจ่ายไปทั้งในส่วนของการรักษาพยาบาลการเจ็บป่วยจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้นทุนของการบังคับใช้กฎหมายและการฟ้องร้องคดีความ ตลอดจนมูลค่าของทรัพย์สินที่เสียหายไปจากอุบัติเหตุจราจรมีมูลค่าสูงถึง 6,512 ล้านบาท

หรือคิดเป็นเกือบร้อยละ 0.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) อย่างไรก็ตามการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังก่อให้เกิดต้นทุนทางอ้อม ซึ่งทำให้รัฐบาลต้องสูญเสียผลิตภาพทั้งจากการเสียชีวิตก่อนวัยอันควรและการสูญเสียผลิตภาพขณะทำงานอีกเป็นมูลค่าเกือบ 150,000 ล้านบาท..." (มณฑรัตน์ ถาวรรเจริญทรัพย์ และคณะ,2551: 3) ด้วยเหตุผลข้างต้นรัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ขึ้นเพื่อควบคุมและป้องกันแก้ไขปัญหาดังกล่าว

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ได้ประกาศใช้มาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2551 ซึ่งนอกจากจะกำหนดให้มีคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ ให้มีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (รวมทั้งคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด) ตลอดจนการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นในกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขแล้ว ในพระราชบัญญัติยังกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ด้วย ได้แก่ มาตรการเกี่ยวกับฉลากและบรรจุภัณฑ์ มาตรการกำหนดสถานที่ห้ามขายสุรา/สถานที่ห้ามดื่มสุรา มาตรการห้ามขายสุรา มาตรการควบคุมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สุรา และที่สำคัญได้มีการกำหนดแนวทางการบังคับใช้กฎหมายไว้บางส่วน ตลอดจนกำหนดบทลงโทษไว้อย่างชัดเจน (พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ : 2551)

เหตุผลสำคัญของการตรากฎหมายดังกล่าวระบุไว้ชัดเจนว่า "...เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ครอบครัว อุบัติเหตุและอาชญากรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ สมควรกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยเสริมสร้างสุขภาพของประชาชนโดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย...." (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข,2551 : 19) ซึ่งเป็นระบุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการออกพระราชบัญญัติดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติดังกล่าวได้บังคับใช้มาแล้วเป็นเวลาปีกว่า คำถามที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องการทราบอย่างยิ่งก็คือ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 นั้นมีผลทำให้ปัญหาต่างๆ ข้างต้นลดน้อยลงได้หรือไม่ ปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้บทบัญญัติของกฎหมายเกิดประสิทธิผลในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก็คือ ปัจจัยเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายที่ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายต้องถือปฏิบัติร่วมกัน ทั้งใน

ส่วนของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนทั่วไป ด้วยเหตุนี้เองผู้วิจัยจึงสนใจที่จะประเมินผลการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เพื่อทราบผลในทางปฏิบัติของพระราชบัญญัติฯ ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อนำผลมาใช้เป็นแนวทางในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อประเมินสถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

2) เพื่อประเมินการรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

3) เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามเพื่อการควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การปฏิบัติและผลการประเมินการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

2) ทำให้ทราบถึงการรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

3) ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและมาตรการเพื่อควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราได้ต่อไป

บทที่ 2
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายในด้านป้องกัน แก้ไข เพื่อลดผลกระทบจากปัญหาการดื่มสุรา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากเอกสาร บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้

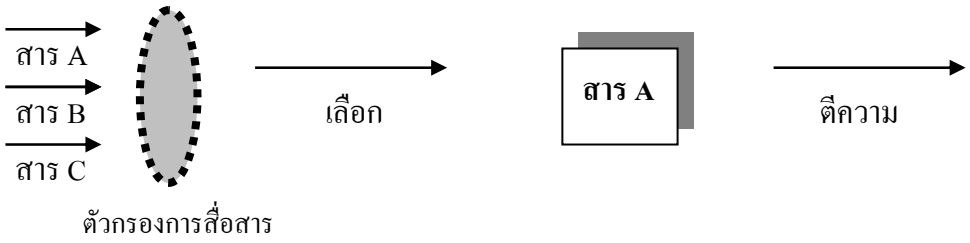
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้

การรับรู้เป็นทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาที่เชื่อว่าคนเรามีการรับรู้ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะส่งผลถึงความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ การรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทัศนคติและความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าเป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสรรเข้าด้วยกันและตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

บรุนสวิก (Brunswik,1956 อ้างใน Chet Ratchadapunnathikul,2002 : 37) เสนอแนวคิดในการศึกษาการรับรู้ว่า กระบวนการทางข่าวสารนั้นบุคคลรับรู้ความถูกต้องสมบูรณ์เพียงบางส่วนในลักษณะน่าจะเป็น (Probabilstic) ไม่ได้มีความถูกต้องเสมอไป บุคคลเรียนรู้ความน่าจะเป็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และสะสมไว้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ ข่าวสารที่รับเข้ามาจะได้รับการตรวจสอบความถูกต้องกับประสบการณ์โดยผ่านการกระทำบางประการ การรับรู้จึงมีลักษณะน่าจะเป็นไปในลักษณะน่าจะเป็นด้วย และแต่ละบุคคลมีการรับรู้สภาพแวดล้อมเฉพาะบุคคลซึ่งน่าจะเป็นการตีความจากสัญญาณชี้แนะที่รับเข้ามาจากสภาพแวดล้อม ในการรับรู้จึงเป็นไปในลักษณะน่าจะเป็นด้วย และแต่ละบุคคลมีการรับรู้สภาพแวดล้อมเฉพาะบุคคลซึ่งน่าจะสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด

อีมส์ (Ames,n.d. อ้างใน Chet Ratchadapunnathikul,2002 : 37) ได้พัฒนาทฤษฎีการรับรู้ที่เน้นลักษณะน่าจะเป็นในการรับรู้ตามหลักของกระบวนการทางข่าวสาร โดยที่บุคคลมีการสุ่มเลือกสัญญาณชี้แนะ ซึ่งมีเข้ามามากมายหลายทางจากสภาพแวดล้อม เพื่อที่ให้การรับรู้มีความถูกต้องมากที่สุด ต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งหมด สภาพแวดล้อมในชีวิตประจำวันนั้นมีผลต่อการรับรู้เช่นเดียวกับข่าวสารที่บุคคลรับเข้ามา รวมถึงผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมด้วย อิทธิพลของสภาวะแวดล้อมนั้นมีทั้งทางภายภาพและทางสังคมที่อาจมีผลกระทบต่อการรับรู้ของบุคคล

กระบวนการรับรู้



โดยทั่วไปการรับรู้ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม

คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้หมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกันผู้รับสารสองคน อาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง คือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

2. ประสบการณ์เดิม (Past of Reference) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบสมาคมกับคนต่างกัน

3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนที่มาจากต่างครอบครัว สถานภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาต่างกัน จึงมีการรับรู้ในเรื่องต่าง ๆ ต่างกัน

4. สิ่งแวดล้อม คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะเปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารที่ได้รับต่างกัน

5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักมองปัญหาของตนเองเป็นปัญหาใหญ่ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล (Individual Biology or Physical Ability) การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม (Cultural Training) และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล (Personal Psychology) นั่นเอง

หลักการบังคับใช้กฎหมาย

กฎหมาย คือ กฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ตราขึ้นโดยผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในรัฐเพื่อควบคุมพฤติกรรมของประชาชน ซึ่งผู้ใดฝ่าฝืนย่อมได้รับการลงโทษ (หยุด แสงอุทัย,2538 :41) ในการปกครองหรือบริหารประเทศของรัฐ กฎหมายถือว่าเป็นเครื่องมือของรัฐบาลที่ใช้จัดระเบียบการอยู่ร่วมกันของ

ประชาชน เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยและเป็นหลักเกณฑ์ที่รัฐจะกระทำการใดๆ ในขอบเขตที่กฎหมายกำหนดเอาไว้ เพื่อทำนุบำรุงให้ราษฎรมีความสุขความเจริญ กฎหมายยังเป็นเครื่องมือสูงสุดของสังคมที่จะรักษาไว้ซึ่งอิสรภาพและความเป็นระเบียบของบุคคลทุกชนชั้น โดยได้กำหนดสิทธิ หน้าที่และเสรีภาพ ไว้เพื่อให้ประชาชนมีอิสรภาพตามสมควรและยังช่วยประสานความขัดแย้งหรือประสานประโยชน์ของทั้งเอกชนและส่วนรวม จากการที่กฎหมายมีวัตถุประสงค์มุ่งคุ้มครองความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสงบสุขของสังคมกฎหมายจึงต้องมีสภาพบังคับ (santion) เป็นองค์ประกอบไม่ว่าจะเป็นสภาพบังคับทางอาญาในลักษณะของโทษทางอาญา (punishment) หรือเป็นสภาพบังคับในทางเยียวยาโดยการป้องกัน (prevention) ผลร้ายที่อาจจะเกิดขึ้นหรือเป็นสภาพบังคับในทางเยียวยาผลเสียหายโดยตรง (specific relief) (ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์,2531 : 25-26) โดยมีองค์กรของรัฐเป็นกลไกบังคับใช้ (enforcement) กฎหมายเหล่านี้

การบังคับใช้กฎหมาย (Law enforcement) มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการนำกฎหมายซึ่งมีเพียงลายลักษณ์อักษรไปสู่การบังคับใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ (ประเสริฐ สุขสบาย,2542 : 22) และเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่จะส่งผลให้กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ของรัฐเกิดประสิทธิภาพ ถ้าหากว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการใช้กฎหมายข้างต้น บังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดและมีความเสมอภาค กล่าวคือ เมื่อพบว่ามีการละเมิดข้อบัญญัติทางกฎหมายขึ้นเมื่อใด เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องไม่รอช้าต่อการเข้าดำเนินการกับผู้ฝ่าฝืนข้อกฎหมายหรือหลีกเลี่ยงกฎหมายอย่างเคร่งครัด ซึ่งจะทำให้เกิดความเกรงกลัวต่อการที่จะกระทำผิดกฎหมาย และเกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสังคมเกิดความสงบสุขในที่สุด (โภคิน พลกุล,2531 :137-140)

ข้อควรคำนึงอย่างยิ่ง เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดต่อการใช้อำนาจบังคับตามกฎหมายโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ คือเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงจุดมุ่งหมายของสภาพบังคับ (Sanction) ของกฎหมายแต่ละฉบับที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดเสียก่อน เพราะสภาพบังคับของกฎหมายแต่ละฉบับนั้นย่อมมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน (วิษณุ เครืองาม,2530 :188) ดังจะเห็นได้ว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นเงื่อนสำคัญที่อาจจะทำให้การบังคับใช้กฎหมายสัมฤทธิ์ผลตามที่ตราไว้หรือไม่ กระบวนการของกฎหมายที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม จะมีผลคุ้มครองสาธารณชนเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับการใช้ “ดุลยพินิจ” ของเจ้าหน้าที่ของรัฐทุกฝ่ายตามบทบาทของตนอย่างเหมาะสม และสอดคล้องซึ่งกันและกัน หากเจ้าหน้าที่ของรัฐฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดแม้เพียงฝ่ายเดียวใช้อำนาจหรือดุลยพินิจของตน เพื่อการบังคับใช้กฎหมายนอกเหนือไปจากการใช้เจตนารมณ์ของกฎหมายแล้ว การปกป้องคุ้มครองสังคมให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสงบสุขก็ไม่อาจที่จะประสบผลตามความมุ่งหมายของกฎหมายได้ (ณัฐริกา วายุภาพ,2536 :34)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2535 : 488) ได้ให้ความหมายของการปฏิบัติไว้ว่า การปฏิบัติคือการกระทำ การดำเนินการไปตามระเบียบแบบแผน

อมร จันทรสมบูรณ์ (2533 : 11) กล่าวว่า การบังคับใช้กฎหมาย หมายถึง การนำเอาตัวบทกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เป็นถ้อยคำอยู่ในหนังสือ ใช้บังคับแก่สมาชิกในสังคมให้เกิดผลบังคับตรงตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ถูกตราขึ้นโดยรัฐ

กล่าวโดยสรุป จากความหมายต่าง ๆ ของการบังคับใช้กฎหมายและการปฏิบัติการบังคับใช้กฎหมาย เป็นการกระทำ การดำเนินการ การนำตัวบทกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งมีเพียงลายลักษณ์อักษรอยู่ในหนังสือ มาใช้บังคับแก่สมาชิกในสังคมให้เกิดผลในทางปฏิบัติตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ให้ความหมายของการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราว่าหมายถึง การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของเจ้าพนักงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้จำหน่ายและผู้บริโภค

วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์ (2535) กล่าวว่า ประสิทธิผลของกฎหมายต้องมีลักษณะจำเพาะดังต่อไปนี้

1) ต้องชัดเจน ไม่คลุมเครือ
2) เป็นธรรมชาติและเข้ากันได้กับความรู้สึกของคนทั่วไป
3) เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าการใช้อำนาจในการบังคับให้ปฏิบัติตาม
4) ต้องตระหนักถึงกระบวนการและระบบวิธีการที่จะนำมาบังคับใช้
5) ต้องคำนึงถึงสภาวะแวดล้อมที่จะให้เชื่อฟังและการปฏิบัติตามในสังคม

การที่กฎหมายจะเกิดประสิทธิผลต้องขึ้นอยู่กับสิ่งต่อไปนี้ คือ

1) มีขั้นตอนของการออกกฎหมายหรือประกาศใช้กฎหมายโดยยึดหลักของความเสมอภาคและความยุติธรรม
2) มีวิธีการที่ต้องคำนึงถึงสิทธิและหน้าที่เมื่อมีการประกาศใช้กฎหมาย
3) มีการประกาศให้ประชาชนทั่วไปทราบถึงสิทธิและหน้าที่ที่มีในกฎหมาย
4) การบังคับใช้ต้องเป็นไปตามกระบวนการของกฎหมาย
5) การบริหารกฎหมายให้มีประสิทธิผลจะต้องมีความยุติธรรม

ในส่วนของแนวคิดที่จะนำกฎหมายไปสู่การปฏิบัติจนส่งผลให้เกิดประสิทธิผลตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ได้บัญญัติไว้คือ ความสงบสุขของประชาชน อาจประยุกต์โดยการนำเสนอตามแนวคิดการติดต่อสื่อสารคือ เนื้อสารเปรียบเหมือนสาระของกฎหมาย ผู้ส่งสารเปรียบเหมือนเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ช่องทางการสื่อสารเปรียบเหมือนรูปแบบของกิจกรรม ผู้รับสารเปรียบเหมือนประชาชนผู้ได้รับความคุ้มครองจากการบังคับบัญชาใช้กฎหมาย (สุรชาติ ณ หนองคาย,2546)

จากแนวคิดที่ต้องการให้กฎหมายที่ออกมาบังคับใช้เกิดประสิทธิผลสมดังเจตนารมณ์ที่มุ่งหวังไว้ จึงมีผู้ให้คำนิยามความหมายของคำว่า “ประสิทธิผล” ไว้ต่าง ๆ เช่น

สเตียรส์ (Steers,1977 : 34) กล่าวว่า “ประสิทธิผล” หมายถึง ความสามารถขององค์การในการได้มาและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

องค์การอนามัยโลก (WHO,1981 : 17) ได้ให้นิยามความหมายคำว่าประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง สิ่งที่แสดงความปรารถนาของแผนงาน การบริการ หรือกิจกรรมสนับสนุนต่าง ๆ ที่มุ่งลดปัญหาด้านสาธารณสุขหรือแก้ไขสภาวะสุขภาพที่ไม่น่าพึงพอใจซึ่งจะวัดที่ระดับความสำเร็จเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

สุรชาติ ณ หนองคาย (2547 : 8) กล่าวว่า “ประสิทธิผล” เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานมาเปรียบเทียบกับเป้าหมาย หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้

ดังนั้น การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมาย หรือการประเมินประสิทธิผลการบังคับใช้กฎหมายตามงานวิจัยนี้จึงหมายถึง การวัดผลการปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดให้ต้องปฏิบัติ โดยนำผลที่ได้จากการศึกษามาเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์ข้อกำหนดของกฎหมาย

มาตรการทางกฎหมายที่สำคัญเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

1) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านใบอนุญาตจำหน่ายสุรา

การจำหน่ายสุราหรือนำสุราออกมาแสดงนั้น ผู้จำหน่ายต้องขอใบอนุญาตก่อนที่กรมสรรพสามิตจึงจะสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ตามมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 บัญญัติไว้ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดขายสุราหรือนำสุราออกแสดงเพื่อขาย เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต”

“การจำหน่าย” หมายถึง มีผู้ขาย ผู้ซื้อและสุรา ส่วนเงินนั้นอาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ ในกรณีที่ซื้อเงินเชื่อ

“การนำสุราออกมาแสดงเพื่อจำหน่าย” หมายถึง การนำสุรามาแสดงไว้ในตู้โชว์ที่เสนอขายโดยเจตนาที่จะขาย ไม่รวมถึงสุราที่ซุกซ่อนไว้หรือไว้หลังร้าน หรือสุราที่เก็บไว้ในโกดังเพื่อสำรองขาย

ประเภทใบอนุญาต

ใบอนุญาตจำหน่ายสุรามี 7 ประเภท (ตามมาตรา 19) และกรมสรรพสามิตได้กำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตแต่ละประเภทไว้ ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ประเภทใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ประเภทใบอนุญาต	ลักษณะการขาย	ค่าธรรมเนียมต่อปี
ประเภทที่ 1	สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป	ปีละ 8,250 บาท
ประเภทที่ 2	สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป	ปีละ 1,650 บาท
ประเภทที่ 3	สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร	ปีละ 1,650 บาท
ประเภทที่ 4	สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร	ปีละ 110 บาท
ประเภทที่ 5	สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกินสิบวัน	ปีละ 110 บาท
ประเภทที่ 6	สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร เพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกินสิบวัน	ปีละ 55 บาท
ประเภทที่ 7	สำหรับการขายสุราครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร เพื่อดื่มภายในสมาคมหรือสโมสร ก. ขายสุราทุกชนิด ข. ขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร	 ปีละ 220 บาท ปีละ 55 บาท

ที่มา : กรมสรรพสามิต

เมื่อผู้ใดได้รับใบอนุญาตจำหน่ายสุราจากเจ้าพนักงานสรรพสามิตแล้วต้องแสดงใบอนุญาตนั้นไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายตามมาตรา 26 วรรคแรก แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ใบอนุญาตซึ่งออกตามความในมาตรา 5 มาตรา 12 มาตรา 17 และมาตรา 24 ให้ใช้ได้เฉพาะในสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาต และผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงใบอนุญาตนั้นไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่าย”

สำหรับร้านค้าที่มีใบอนุญาตจำหน่ายประเภทที่ 3 จะเรียกว่า ร้านขายปลีกสุราทุกชนิด กล่าวคือ ขายครั้งหนึ่งต่ำกว่า 10 ลิตร ทั้งสุราต่างประเทศและสุราในประเทศ ส่วนร้านค้าที่มีใบอนุญาตจำหน่ายประเภทที่ 4 จะขายสุราที่ทำในประเทศเท่านั้น การขายนั้นจะขายทั้งขวดให้นำไปดื่มที่อื่นหรือจะเปิดดื่มในร้านก็สามารถทำได้ ร้านขายสุราประเภทนี้มีความสำคัญมาก นอกจากจะเป็นร้านขายปลีกที่ขายถึงมือผู้บริโภคโดยตรงแล้ว ยังเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญมากในการที่จะรู้ว่า “สุราที่ขายนั้นถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของร้านค้าปลีกนั้นจะปฏิบัติตามกฎหมายหรือไม่”

บทกำหนดโทษ

ผู้ที่จำหน่ายสุราโดยไม่มีใบอนุญาตมีความผิดตามมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 17 ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่ทำขึ้นในราชอาณาจักรมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าร้อยบาท”

ผู้ใดได้รับใบอนุญาตแล้วแต่มีการขายไม่ตรงตามใบอนุญาตที่ได้รับมีความผิดตามมาตรา 40 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราทำการขายสุราไม่ตรงตามประเภทใบอนุญาตที่เจ้าพนักงานออกให้ตามมาตรา 19 หรือผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราซื้อสุราจากผู้ไม่มีสิทธิขายได้โดยชอบด้วยกฎหมาย มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองร้อยบาท”

ผู้ใดได้รับใบอนุญาตแล้วแต่ไม่แสดงใบอนุญาตไว้ในที่เปิดเผยมีความผิดตามมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 9 วรรคสองหรือมาตรา 26 วรรคแรก ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท”

2) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการกำหนดเวลาจำหน่าย

การกำหนดเวลาในการจำหน่ายสุรา ตามมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 หรือประเภทที่ 4 จะขายสุราได้แต่เฉพาะภายในเวลาที่กำหนดในกฎกระทรวง”

รัฐจึงได้กำหนดเวลาจำหน่ายสุราไว้ในกฎกระทรวงฉบับที่ว่าด้วยการกำหนดเวลาขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 และประเภทที่ 4 พ.ศ.2548 ลงวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 ที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 และมาตรา 47 (4) แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 ให้ยกเลิกกฎกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 36 พ.ศ. 2504 (ข้อ1) และให้ผู้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 และประเภทที่ 4 ขายสุราได้เฉพาะภายในเวลาตั้งแต่ 11.00 นาฬิกา ถึงเวลา 14.00 นาฬิกา และตั้งแต่เวลา 17.00 นาฬิกา ถึง 24.00 นาฬิกา (ข้อ 2) แต่ไม่ให้ใช้บังคับแก่ผู้ได้รับใบอนุญาตให้จำหน่ายสุราเกินเวลา 24.00 นาฬิกา ตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 253 ลงวันที่ 16 พฤศจิกายน 2515 และผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ ซึ่งขายสุราในสถานบริการภายในเวลาทำการของสถานบริการนั้นเกินเวลา 24.00 นาฬิกา

บทกำหนดโทษ

ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 20 (ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 หรือประเภทที่ 4 จะขายสุราได้แต่เฉพาะภายในเวลาที่กำหนดในกฎกระทรวง) จะมีโทษตามมาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ดังนี้ “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 20 มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าสิบบาท” บทกำหนดโทษของมาตรานี้กำหนดโทษไว้เพียงปรับไม่เกิน 50 บาทเท่านั้น

ประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 253

ผู้ใดฝ่าฝืนจำหน่ายสุรานอกเวลาที่กำหนดในใบอนุญาต (ข้อ 3 (4)) จะถูกสั่งพักใบอนุญาตหรือเพิกถอนใบอนุญาต การสั่งพักใบอนุญาตจะสั่งพักได้ไม่เกิน 30 วัน (ข้อ 3 วรรค 3)

ผู้ใดฝ่าฝืนจำหน่ายสุราในเวลาที่ห้ามจำหน่ายสุรา (ข้อ 2 วรรค 1) ระหว่างถูกพักใช้ใบอนุญาตมีโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่พันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (ข้อ 4)

ผู้ใดฝ่าฝืนดื่มสุรา ณ สถานที่ขายสุราในเวลาที่ห้ามจำหน่ายสุรา (ข้อ 2 วรรค 2) มีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งพันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (ข้อ 5)

นอกจากนี้ตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับนี้ ยังมีข้อกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องปฏิบัติดังนี้

ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาตยอมให้ผู้ที่มีอาการเมาสุราจนประพฤติวุ่นวายหรือครองสติไม่ได้เข้าไปหรืออยู่ในสถานที่ขายสุราระหว่างเวลาเปิดทำการ (ข้อ 3 (2))

ห้ามมิให้จำหน่ายสุราแก่ลูกค้าที่มีอาการเมาสุราจนประพฤติวุ่นวายหรือครองสติไม่ได้

ผู้ใดฝ่าฝืนให้ผู้มีอำนาจออกใบอนุญาตตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับนี้ มีอำนาจสั่งพักใช้ใบอนุญาตหรือเพิกถอนใบอนุญาต การสั่งพักใช้ใบอนุญาตจะสั่งพักได้ครั้งละไม่เกิน 30 วัน

3) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดวันจำหน่าย

โดยทั่วไปการจำหน่ายสุราจะทำได้โดยอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ที่ปรากฏในพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 และประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 253 แต่ได้ปรากฏเป็นข้อยกเว้นตามมาตรา 112 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ.2541 และมาตรา 130 แห่งพระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ.2545 รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งทั้งหลายก็จะมีข้อห้ามในเรื่องดังกล่าวเช่นกัน ดังนี้

มาตรา 112 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ.2541 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดขาย จำหน่าย จ่าย แจกหรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกาของวันก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งวันจนสิ้นสุดวันเลือกตั้ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

มาตรา 130 แห่งพระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ.2545 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดขาย จำหน่าย จ่าย แจก หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกาของวันก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งวันจนสิ้นสุดวันเลือกตั้ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

ถือได้ว่าเป็นการบัญญัติตามกฎหมายขึ้นเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยในการเลือกตั้ง

4) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดสถานที่จำหน่าย

แนวความคิดที่ว่าควรมีการจัดตำแหน่งการขายหรือการจำกัดเขตพื้นที่ในการจำหน่าย (โซนนิ่ง) รัฐจึงได้มีการออกกฎกระทรวงว่าด้วยข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 พ.ศ.2548 ออกโดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 47 (4) แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2510 ให้มีผลตั้งแต่วันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 เป็นต้นไป โดยกฎกระทรวงดังกล่าวได้ให้คำนิยามต่าง ๆ ไว้ (ข้อ 1) ดังนี้

“สถานศึกษา” หมายความว่า สถานศึกษาที่จัดการศึกษาในระบบที่เป็นการศึกษาขั้นพื้นฐานหรือการศึกษาระดับอุดมศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

“ศาสนสถาน” หมายความว่า วัดตามกฎหมายว่าด้วยคณะสงฆ์ มัสยิดตามกฎหมายว่าด้วยการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม วัดบาทหลวงตามกฎหมายว่าด้วยลักษณะฐานะของวัดบาทหลวงโรมันคาธอลิกในกรุงสยามตามกฎหมาย หรือสถานที่ประกอบศาสนกิจในนิกายหรือศาสนาอื่น

“สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง” หมายความว่า สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง

ได้มีข้อกำหนด (ข้อ 2) เกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 ตามมาตรา 17 มีดังต่อไปนี้

1) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานศึกษาหรือศาสนสถานรวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานศึกษาหรือศาสนสถาน

2) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานที่ที่เคยถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตขายสุรา เว้นแต่เวลาได้พ้นมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี

4) ผู้ขอรับใบอนุญาตขายสุราต้องไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตขายสุรา เว้นแต่เวลาได้ล่วงพ้นมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี ทั้งนี้ในกรณีที่ผู้ขอรับใบอนุญาตขายสุราเป็นห้างหุ้นส่วนหรือนิติบุคคล ผู้เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการหรือผู้แทนของนิติบุคคลต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังกล่าวหรือไม่เคยเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ หรือผู้แทนของนิติบุคคลที่มีลักษณะต้องห้ามดังกล่าว

สำหรับผู้ได้รับอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 มีข้อกำหนด (ข้อ 3) เกี่ยวกับการขายสุราตามใบอนุญาตขายสุราตามมาตรา 19 ไว้ดังนี้

1) ต้องไม่ขายสุราในบริเวณสถานศึกษาหรือศาสนสถาน รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องกับสถานศึกษาหรือศาสนสถาน

2) ต้องไม่ขายสุราในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3) ต้องไม่ขายสุราในบริเวณที่ที่เคยถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตขายสุราเว้นแต่เวลาได้ล่วงพ้นมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี

บทกำหนดโทษ

โทษตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 หากมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณสถานศึกษาหรือศาสนสถาน หรือสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานที่ข้างต้น ซึ่งกรณีดังกล่าวเป็นการจำหน่ายสุราโดยไม่ได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่มีความผิดตามมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 17 ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่ทำขึ้นในราชอาณาจักรมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าร้อยบาท”

5) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ

การจำกัดอายุผู้ซื้อ หมายถึง การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ที่สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาบริโภคได้ (ยงยุทธ ขจรธรรม และคณะ, 2547) ซึ่งได้มีบทบัญญัติของกฎหมายเพื่อเป็นการควบคุมเกี่ยวกับอายุขั้นต่ำในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และคุ้มครองไม่ให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจำหน่ายสุราให้แก่เด็ก ได้แก่

ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 ให้นิยามคำว่า "เด็ก" ไว้ว่าหมายถึง "บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์ แต่ไม่รวมถึงผู้ที่บรรลุนิติภาวะด้วยการสมรส" และตามมาตรา 26 (10) "ภายใต้บังคับบทบัญญัติแห่งกฎหมายอื่น ไม่ว่าเด็กจะยินยอมหรือไม่ ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการจำหน่าย แลกเปลี่ยน หรือให้สุราหรือบุหรี่แก่เด็ก เว้นแต่การปฏิบัติทางการแพทย์"

ตามกฎกระทรวงว่าด้วยข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 พ.ศ.2548 ที่ออกตามความในมาตรา 47 (4) แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2510 (รก2548/109 ก/8/17 พฤศจิกายน พ.ศ.2548) กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาต "ต้องไม่ขายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์" ข้อ 3 (1)

บทกำหนดโทษ

ผู้ใดทำผิดพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 ได้มีการกำหนดโทษเอาไว้ตามมาตรา 78 บัญญัติไว้ว่า "ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ"

ส่วนผู้ประกอบการร้านค้าที่ได้รับใบอนุญาตแล้วมีการขายสุราให้แก่เด็กอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์จะไม่มีโทษในทางอาญาแต่จะได้รับโทษตามมาตรา 46 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 "ผู้ได้รับอนุญาตซึ่งกระทำผิดต่อพระราชบัญญัตินี้หรือข้อกำหนดในกฎกระทรวงหรือข้อกำหนดในใบอนุญาต เจ้าพนักงานสรรพสามิตหรืออธิบดีผู้ออกใบอนุญาตแล้วแต่กรณี มีอำนาจสั่งพักใช้ใบอนุญาตมีกำหนดไม่เกินครั้งละ 6 เดือน หรือจะสั่งเพิกถอนใบอนุญาตเสียก็ได้"

6) มาตรการควบคุมด้านอุบัติเหตุจราจร

เจตนารมย์ของกฎหมายที่บัญญัติขึ้น เพื่อใช้ควบคุมอุบัติเหตุอันเนื่องมาจากการดื่มสุราของผู้ขับขี่

- **พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522**

พ.ร.บ.ฉบับนี้เป็นกฎหมายหลักที่บัญญัติขึ้นเพื่อใช้ควบคุมอุบัติภัยอันเนื่องมาจากการดื่มสุราของผู้ขับขี่โดยห้ามมิให้ผู้ใดขับรถขณะเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น และให้อำนาจพนักงานจราจรทำการตรวจสอบเมื่อมีพฤติการณ์ที่น่าสงสัยว่าผู้ขับขี่เมาสุราหรือไม่ มาตรการทางกฎหมาย

ในลักษณะนี้นับเป็นการป้องกันเบื้องต้นมิให้เกิดอันตรายขึ้นโดยถือความมึนเมาเป็นความผิดตั้งแต่เริ่มต้น (inchoate crime) พ.ร.บ. จราจรทางบก พ.ศ. 2522 ที่เกี่ยวข้องกับผู้ขับขี่ที่เสพสุราจะอยู่ในมาตรา 43 (2) ดังนี้ ห้ามมิให้ผู้ขับขี่ขับรถ…ในขณะเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น..อธิบายความหมายก็คือ

1. ห้ามมิให้ผู้ขับขี่รถ ความหมายของผู้ขับขี่รถตามพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 4 (28) หมายความว่า ผู้ขับรถ ผู้ประจำเครื่องอุปกรณ์การขนส่งตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่ง ผู้ลากเข็นยานพาหนะ สำหรับรถนั้นตามพระราชบัญญัตินี้ มาตรา 4 (15) หมายความว่ายานพาหนะทางบกทุกชนิด เว้นแต่รถไฟและรถราง

2. ในขณะเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น

“สุรา” ตามความหมายในมาตรา 4 พ.ร.บ.สุรา พ.ศ.2493 หมายความรวมถึงวัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำหรือสุราซึ่งดื่มกินไม่ได้แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราก็ถือว่าเป็นสุราทั้งสิ้น

นอกจากนี้ หากผู้ขับขี่รถในขณะที่เมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น ฝ่าฝืนคำสั่งเจ้าพนักงานผู้มีอำนาจที่ให้ทดสอบว่าเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นหรือไม่ (มาตรา 142 วรรค 2) จะมีโทษปรับครั้งละไม่เกินหนึ่งพันบาท (มาตรา154 (3))

3. โดยเจตนา ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 59 บุคคลจะต้องรับผิดในทางอาญาต่อเมื่อได้กระทำโดยเจตนา ซึ่งได้แก่ การกระทำโดยรู้สำนึกในการที่กระทำ และขณะเดียวกันผู้กระทำต้องประสงค์ต่อผลหรือย่อมเล็งเห็นผลนั้น การกระทำความผิดนี้ ผู้กระทำต้องสมัครใจดื่มสุราหรือของเมาอย่างอื่นเองโดยรู้แล้วว่าจะทำให้ตนเองเมา ซึ่งผู้ดื่มทราบหรือน่าจะทราบว่าดื่มเข้าไปแล้วอาจมึนเมา ส่วนเมาหรือไม่เมาที่เป็นผลมาจากการดื่มไม่จำต้องประสงค์ต่อผลหรืออาจเล็งเห็นผล

ความรับผิดทางอาญาจะครบองค์ประกอบความผิด ต่อเมื่อผู้ขับขี่เมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นแล้ว นำรถหรือยานพาหนะเคลื่อนที่จากจุดเดิมที่จอดอยู่แม้เพียงเล็กน้อยโดยเจตนา

มาตรการลงโทษทางอาญาตาม พ.ร.บ.จราจรทางบก พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดย พ.ร.บ.จราจรทางบก (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2535 ที่ลงโทษผู้ขับขี่ขณะเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นมีดังนี้

1. ระวางโทษปรับและจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับตั้งแต่สองพันบาทถึงหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 160 วรรค 3)

2. โทษยึดใบอนุญาตขับขี่ มีกำหนดครั้งละไม่เกินหกสิบวัน โดยอาจบันทึกการยึดใบอนุญาตขับขี่และคะแนนไว้ด้านหลังของใบขับขี่ที่ถูกยึด มาตรา 161

3. การพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตขับขี่ (มาตรา 162)

- **พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522**

พ.ร.บ.ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมระบบการคมนาคมทางบกในลักษณะเดียวกับ พ.ร.บ.จราจรทางบก พ.ศ. 2522 ต่างกันตรงที่บุคคลที่กฎหมายประสงค์จะบังคับใช้ คือ ผู้ขับขี่ยวดยานพาหนะที่มีความเกี่ยวข้องกับสาธารณะ เช่น คนขับรถขนส่งทั้งประจำทางและไม่ประจำทาง เป็นต้น ซึ่งเรื่องของสุราที่เกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.ฉบับนี้มีดังนี้

ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถในขณะปฏิบัติหน้าที่ต้องไม่เสพหรือเมาสุรา หรือของมึนเมาอย่างอื่น (มาตรา 102(3)

ผู้ประจำรถ ได้แก่ (1) ผู้ขับรถ (2) ผู้เก็บค่าโดยสาร (3) นายตรวจ (4) ผู้บริการตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (มาตรา 92)

บทลงโทษสำหรับผู้ที่ฝ่าฝืน ผู้ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำผู้ใดดื่มสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่นในขณะปฏิบัติหน้าที่ (ฝ่าฝืนมาตรา 102 (3) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท แต่ถ้าผู้นั้นเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับตั้งแต่สองพันบาทถึงหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ มาตรา 127 ทวิ

ความรับผิดตาม พ.ร.บ.การขนส่งทางบก พ.ศ.2522 จะแยกเป็น 3 ประเด็นดังนี้ ได้แก่ 1) ในขณะปฏิบัติหน้าที่ ผู้ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ประจำรถต้อง 2) ไม่เสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่น และ 3) โดยเจตนา

1) ขณะปฏิบัติหน้าที่ผู้ได้รับอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถซึ่งตามความหมายในพระราชบัญญัตินี้ (มาตรา 92) ได้แก่ 1.ผู้ขับรถ 2. ผู้เก็บค่าโดยสาร 3.นายตรวจ และ 4.ผู้บริการตามที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถต้องได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียนซึ่ง ใบอนุญาตสำหรับผู้ประจำรถมี 4 ประเภท (มาตรา 94) คือ 1.ใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ 2.ใบอนุญาตเป็นผู้เก็บค่าโดยสาร 3.ใบอนุญาตเป็นนายตรวจ และ 4.ใบอนุญาตเป็นผู้บริการ ส่วนคำว่า “ขณะปฏิบัติหน้าที่” ไม่มีคำนิยามไว้ซึ่งมีนักกฎหมายบางท่านเห็นว่า เจตนารมณ์ของกฎหมายแสดงให้เห็นว่า หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้ประจำรถดังกล่าวอยู่ในระหว่างปฏิบัติหน้าที่จะเห็นได้ว่าการปฏิบัติหน้าที่อาจจะเป็นผลัดหรือเข้าเวร หรือตามช่วงเวลาใดก็ตาม ไม่ว่าการปฏิบัติหน้าที่บนรถหรืออยู่ระหว่างพักรอการขับเคลื่อนรถตามเวลาที่สถานีเริ่มต้นหรือสถานีปลายทาง

2) ไม่เสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่น เจตนารมณ์ของกฎหมายเคร่งครัดและเข้มงวดมากโดยในขณะปฏิบัติหน้าที่ห้ามมิให้ผู้ประจำรถเสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่น

3) โดยเจตนา การเสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่นนั้นจะต้องกระทำโดยรู้สำนึกในการเสพ ตามประมวลกฎหมายอาญาตามมาตรา 59 ซึ่งจะใช้มาตรฐานเดียวกับที่ใช้ใน พ.ร.บ.จราจรทางบก พ.ศ.2522 แต่เจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนี้เคร่งครัดกว่า กล่าวคือในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่ห้ามเสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่นโดยเด็ดขาด

บทลงโทษตาม พ.ร.บ.การขนส่งทางบก พ.ศ.2522 ที่เกี่ยวข้องกับสุรา ได้แก่

1. โทษปรับและโทษจำคุก ตามมาตรา 127 ทวิ ดังนี้ ผู้ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถผู้ใดฝ่าฝืน มาตรา 102 (3) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท แต่ถ้าผู้นั้นเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับตั้งแต่สองพันบาทถึงหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าถ้าผู้ประจำรถ เช่น ผู้เก็บค่าโดยสาร นายตรวจหรือผู้บริการ เสพหรือเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นในขณะปฏิบัติหน้าที่จะรับโทษน้อยกว่าการเป็นผู้ขับรถ

นอกจากนี้ กฎหมายยังบัญญัติให้ผู้ประกอบการ (มาตรา 40 ทวิ) ร่วมรับผิดด้วยหากใช้หรือยินยอมให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่ขับรถที่มีอาการเมาสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่นปฏิบัติหน้าที่ขับรถ (มาตรา 127 จัตวา และมาตรา 138 ทวิ) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบการขนส่งผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 40 ทวิ วรรคสองต้องระวางโทษปรับไม่เกินสี่หมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนรู้เห็นและได้ใช้ความระมัดระวังตามสมควรแล้วที่จะป้องกันไม่ให้ผู้ขับรถกระทำการดังกล่าว

2. การยึดใบอนุญาตและการเพิกถอนใบอนุญาตตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 108 มาตรา 109 และมาตรา 110 (เชษฐ รัชดาพรรณาธิกุล และวรรณา บุญศรีเมือง,2548 : 12-46)

สาระสำคัญตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

หมวด 4 การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรา 26 ให้ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปฏิบัติดังต่อไปนี้

(1) จัดให้มีบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้า ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(2) การอื่นตามที่คณะกรรมการควบคุมกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 27 ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

(1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา

(2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา

(3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร

(4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก

(5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

(6) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

(8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

มาตรา 28 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใด ๆเท่าที่จำเป็นไว้ด้วยก็ได้

บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการขายของผู้ผลิตผู้นำเข้าหรือตัวแทนของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา

มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

(1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์

(2) บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

มาตรา 30 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ

(2) การเร่ขาย

(3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย

(4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการการชิงโชคการชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ

(5) โดยแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่นหรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทางตรงหรือทางอ้อม

(6) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

(1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา

(2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล

(3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

(4) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคลหรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

(5) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(6) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

(7) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร

หมวด 5 การบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรา 33 ผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือญาติ คณะบุคคล หรือองค์กรทั้งภาครัฐหรือเอกชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาจขอรับการสนับสนุนเพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพจากสำนักงานได้ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมกำหนด

หมวด 6 พนักงานเจ้าหน้าที่

มาตรา 34 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) เข้าไปในสถานที่ทำการของผู้ผลิต นำเข้า หรือขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สถานที่ผลิตนำเข้า หรือขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สถานที่เก็บเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเวลาทำการของสถานที่นั้น รวมถึงเข้าตรวจสอบยานพาหนะเพื่อตรวจสอบการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

(2) ยึดหรืออายัดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้ขายที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

(3) มีหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำหรือให้ส่งเอกสารหรือวัตถุใดมาเพื่อประกอบการพิจารณา

มาตรา 35 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวต่อผู้รับอนุญาตหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องบัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา 36 ในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 34 ให้บุคคลที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

มาตรา 37 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา

หมวด 7 บทกำหนดโทษ

มาตรา 38 ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 39 ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยฝ่าฝืนมาตรา 27 หรือมาตรา 28 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 40 ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยฝ่าฝืนมาตรา 29 หรือมาตรา 30 (1) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 41 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 30 (2) (3) (4) (5) หรือ (6) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 42 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 31 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 43 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 32 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

นอกจากต้องระวางโทษตามวรรคหนึ่งแล้ว ผู้ฝ่าฝืนยังต้องระวางโทษปรับอีกวันละไม่เกินห้าหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือจนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา 44 ผู้ใดต่อสู้หรือขัดขวางการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 34 (1)หรือ (2) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดไม่ยอมมาให้ถ้อยคำหรือไม่ยอมให้ถ้อยคำโดยไม่มีเหตุอันสมควรต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 34 (3) หรือไม่ยอมส่งเอกสารหรือวัตถุอื่นใดมาเพื่อประกอบการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่เมื่อถูกเรียกให้ส่งตามมาตรา 34 (3) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท

ผู้ใดไม่อำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ อันเป็นการไม่ปฏิบัติตามมาตรา 36 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท

มาตรา 45 บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ให้คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจเปรียบเทียบได้ และในการนี้ให้คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจมอบหมายให้คณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวน หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการเปรียบเทียบได้ โดยจะกำหนดหลักเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ หรือเงื่อนไขประการใด ๆ ให้แก่ผู้ได้รับมอบหมายตามที่เห็นสมควรก็ได้

ในการสอบสวน ถ้าพนักงานสอบสวนพบว่าบุคคลใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องมายังคณะกรรมการควบคุมหรือผู้ซึ่งคณะกรรมการควบคุมมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบตามวรรคหนึ่งภายในเจ็ดวัน นับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบ

เมื่อผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบแล้วให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

แนวทางการบังคับใช้กฎหมายสุราของต่างประเทศ

การแก้ปัญหาสุราในสังคมต้องอาศัยการกำหนดนโยบายและมาตรการที่เหมาะสม ในหลายประเทศมีการออกกฎหมายในหลายลักษณะเพื่อควบคุมการบริโภค ตลอดจนป้องกันอันตรายและผลเสียที่เกิดจากการดื่มสุรา โดยทั่วไปในกฎหมายเหล่านั้นมักมีการกำหนดรายละเอียดที่เป็นข้อปฏิบัติหรือข้อห้ามปฏิบัติเอาไว้ นอกจากนั้นยังมีการกำหนดบทลงโทษกรณีที่มีการละเมิดข้อปฏิบัติต่างๆ รวมทั้งการกำหนดกลไกที่ทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายนั้นไว้ด้วย แม้ว่าจะตรากฎหมายเพื่อแก้ปัญหาสุราไว้ดีเพียงใดก็ตาม หากกลไกที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการบังคับใช้กฎหมายนั้นไม่มีประสิทธิผลก็ย่อมทำให้กฎหมายเหล่านั้นไม่มีผลในการควบคุมหรือแก้ปัญหาสุราได้แต่อย่างใด

กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับสุราที่จำเป็นต้องมีการสร้างกลไกการบังคับใช้กฎหมายขึ้นรองรับนั้นประกอบด้วย

1. กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการตั้งจัดตั้งสถานจำหน่าย/บริการสุรา เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการขอใบอนุญาตจำหน่ายสุรา เป็นต้น

2. กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการซื้อ-ขายสุรา เช่น กฎหมายกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อ/ผู้ดื่ม กฎหมายห้ามจำหน่ายสุราแก่คนเมา เป็นต้น

3. กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับความปลอดภัย เช่น กฎหมายกำหนดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดของผู้ดื่ม ข้อกำหนดเมาไม่ขับ เป็นต้น

4. กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณา/การส่งเสริมการจำหน่ายสุรา เช่น การห้ามโฆษณาที่มีเนื้อหาจูงใจวัยรุ่น การห้ามโฆษณาสุราทางโทรทัศน์ การห้ามบริษัทสุราเป็นสปอนเซอร์การแข่งขันกีฬาหรือการแสดงดนตรี เป็นต้น

ทั้ง 4 ประการที่กล่าวมานั้นเป็นผลให้แต่ละประเทศจำเป็นต้องพัฒนากลไกที่ทำหน้าที่บังคับใช้กฎหมายและมาตรการสุราให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด

จากการทบทวนองค์ความรู้ว่าด้วยการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการสุราพบว่าประเทศที่มีแบบปฏิบัติที่เป็นเลิศในการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายนั้นมักเป็นประเทศที่มีปัญหาสุราค่อนข้างรุนแรง เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา และประเทศต่างๆ ในยุโรป ประเทศเหล่านี้มีกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวกับการควบคุมปัญหาสุราเป็นจำนวนมาก ทั้งในระดับรัฐบาลกลาง รัฐบาลมลรัฐ รวมทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่น ตัวอย่างแนวทางการดำเนินงานด้านการบังคับใช้กฎหมายสุราในประเทศดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1. การสร้างกลไกรับผิดชอบการบังคับใช้กฎหมาย ในที่นี้หมายถึงเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบให้มีการถือปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด เราพบว่าในสหรัฐอเมริกามีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการบังคับใช้กฎหมายสุราอยู่หลายระดับ

ทั้งในระดับรัฐบาลกลาง (Federal Agencies) เช่น

- Bureau of Alcohol, Tobacco, and Firearms
- National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism
- National Highway Traffic Safety Administration เป็นต้น

ในระดับมลรัฐแทบทุกมลรัฐ (State Agencies) เช่น

- Alaska Alcoholic Control Board
- Maine Bureau of Liquor Enforcement
- Oklahoma Alcoholic Beverage Laws Enforcement Commission
- Pennsylvania State Police – Bureau of Liquor Control Enforcement
- Washington Liquor Control Board เป็นต้น

รวมทั้งยังมีองค์กรที่ทำงานด้านการป้องกันปัญหาสุรา เช่น

- Center for Enforcing Underage Drinking Laws Training Center
- MADD (Mothers Against Drunk Driving)
- National Commission Against Drunk Driving เป็นต้น

อย่างไรก็ตามกลไกที่ถือเป็นหลักในการบังคับใช้กฎหมายก็คือ เจ้าหน้าที่ตำรวจ (police officers)

2. การปรับปรุงมาตรฐานการบังคับใช้กฎหมายสุรา ซึ่งรวมถึงการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น การก่อตั้งสถาบันฝึกอบรมแห่งชาติ (National Training Academy) ของสหรัฐอเมริกาทำหน้าที่ให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ในเรื่องของการรับมือกับปัญหาในกลุ่มนักดื่มเยาวชน เช่น เทคนิคการตรวจสอบบัตรประชาชนปลอม การเข้าตรวจในสถานบริการรับอนุญาต การรับมือกับสถานการณ์ตึงเครียด การใช้เทคโนโลยีต่างๆ (ได้แก่ กล้องบันทึกภาพ กล้องวิดีโอวงจรปิด เป็นต้น) (NLLEA National Training Academy : 2007)

3. การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันในการบังคับใช้กฎหมาย เราพบว่าทั้งในสหรัฐอเมริกาและหลายประเทศในยุโรปถือว่า หน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายไม่ได้เป็นหน้าที่เฉพาะของเจ้าหน้าที่ผู้รักษากฎหมายเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบที่ทุกฝ่ายที่ได้รับผลกระทบ (หรือผู้มีส่วนได้เสีย) จากปัญหาสุราควรเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน คนเหล่านี้ได้แก่ ตำรวจ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น ผู้นำชุมชนท้องถิ่น คณะกรรมการชุมชนท้องถิ่น โบสถ์ หัวหน้าสถานศึกษาทุกระดับในท้องถิ่น คณะกรรมสถานศึกษา ตัวแทนนักศึกษา ตัวแทนภาคธุรกิจในท้องถิ่น เจ้าของร้านอาหาร/ภัตตาคาร/บาร์ องค์กรประชาชน/กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนที่เกี่ยวข้อง และประชาชนผู้สนใจ การสร้างเครือข่ายในลักษณะนี้เป็นวิธีการที่นิยมกันมากเรียกว่า multi-agencies approach

4. การกำหนดแนวทางสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายสุราให้เกิดประสิทธิผล เช่น ตัวอย่างในกรณีของกฎหมายเมาไม่ขับก็ได้แก่ การตั้งจุดตรวจระดับแอลกอฮอล์ (sobriety checkpoints) ซึ่งเป็นเทคนิคหนึ่งในการบังคับใช้กฎหมายเมาไม่ขับที่มีประสิทธิผลสูง ในสหรัฐอเมริกาเทคนิคดังกล่าวเป็นที่ยอมรับกันแทบทุกรัฐเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นเพียง 10 รัฐที่ยังไม่นำไปใช้ (ไอดาโฮ ไอโอว่า มิชิแกน มินนิโซต้า โอเรกอน โรดไอร์แลนด์ เท็กซัส วอชิงตัน วิสคอนซิน และไวโอมิง) (MAAD Sobriety Checkpoints-Issue Brief : 2007) นอกจากนี้จากรายงานของ European Transport Safety Council (ETSC) ในปี 1999 ระบุว่าการขับรถยนต์หลังจากการดื่มสุรามีผลทำให้เกิดอุบัติเหตุสูงมากในยุโรป มาตรการในการรับมือปัญหานี้เริ่มด้วยการกำหนดระดับของแอลกอฮอล์ในเลือด (BAC limit) ไว้ไม่ให้เกิน 50 ml โดยชี้แจงประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขับขี่ทุกคนทราบและถือปฏิบัติ ผู้ละเมิดมีบทลงโทษที่ชัดเจน ที่สำคัญต้องใช้แนวทางการบังคับ

ใช้ให้เป็นไปตามกฎหมายดังกล่าวประกอบด้วย ซึ่งในที่นี้ได้แก่ (European Transport Safety Council 1999 : 7)

- A high numbers of person tested โดยกำหนดเป้าหมายว่า อย่างน้อย 1 ใน 10 ของผู้ขับขี่ต้องได้รับการสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ทุกปี หรืออย่างในกรณีของประเทศฟินแลนด์กำหนดไว้ที่ 1 ใน 3 ของผู้ขับขี่

- unpredictable in term of time and place ในกรณีของการตั้งจุดตรวจ (random breath testing) ที่ผู้ขับขี่ไม่สามารถหลบเลี่ยงได้

- highly visible police operations เพื่อให้สามารถจับกุมผู้กระทำผิดได้อย่างทั่วถึง และเพื่อลดการกระทำผิดซ้ำซาก

ในการบังคับใช้กฎหมายสุรา (กรณีเมาไม่ขับ) จากการสำรวจข้อมูลในหลายประเทศพบว่าจำเป็นต้องกระทำร่วมกับการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อกำหนดดังกล่าวไปยังผู้ขับขี่ทุกคนอย่างทั่วถึง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและยอมรับปฏิบัติ ซึ่งการดำเนินการลักษณะเช่นนี้ได้ผลดี อย่างเช่นในฟินแลนด์จำนวนผู้ดื่มสุราเกินกำหนดแล้วขับรถยนต์ลดลงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจาก 33 คนใน 1,000 เหลือ 14 คน ใน 1,000 เป็นต้น

ตัวอย่างในประเทศอังกฤษก็มีการออกแนวทางในการจัดการกับปัญหาความไม่สงบที่เป็นผลมาจากการดื่มสุรา ในรายงานเรื่อง “Tackling Alcohol-Fuelled Disorder in Town and City Centres” ได้มีการรวบรวมแบบปฏิบัติที่เป็นเลิศ (best practices) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นตัวอย่างแนวทางที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ทั้งที่เป็นแนวทางจัดการกับสถานบริการที่ก่อปัญหา เช่น การสุ่มซื้อสุราที่ผิดกฎหมาย การเฝ้าระวังสถานบริการที่มักละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ ตลอดจนแนวทางจัดการกับนักดื่มที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม เช่น การห้ามนำบรรจุภัณฑ์สุราทุกชนิดออกจากสถานบริการเนื่องจากอาจใช้เป็นอาวุธในการก่อความวุ่นวายได้ เป็นต้น

บาเบอร์ และคณะ (Babor et al,2003) ได้ศึกษาประสิทธิผลของนโยบายและมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า

กลุ่มที่ได้ผลมาก ได้แก่ การจำกัดการเข้าถึงและซื้อหา (จำกัดอายุผู้ซื้อ และความรับผิดชอบทางกฎหมายและค่าเสียหายของผู้ขาย) มาตรการราคาและภาษี การสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ (RBT ; Random breath testing) และการลดระดับที่ไม่ผิดกฎหมายของแอลกอฮอล์ในลมหายใจและในเลือด (Lowered BAC limits)

กลุ่มที่ได้ผลปานกลาง ได้แก่ การจำกัดเวลาขาย ความหนาแน่นของแหล่งขาย การห้ามการโฆษณา การรักษาพยาบาลผู้ติดสุรา

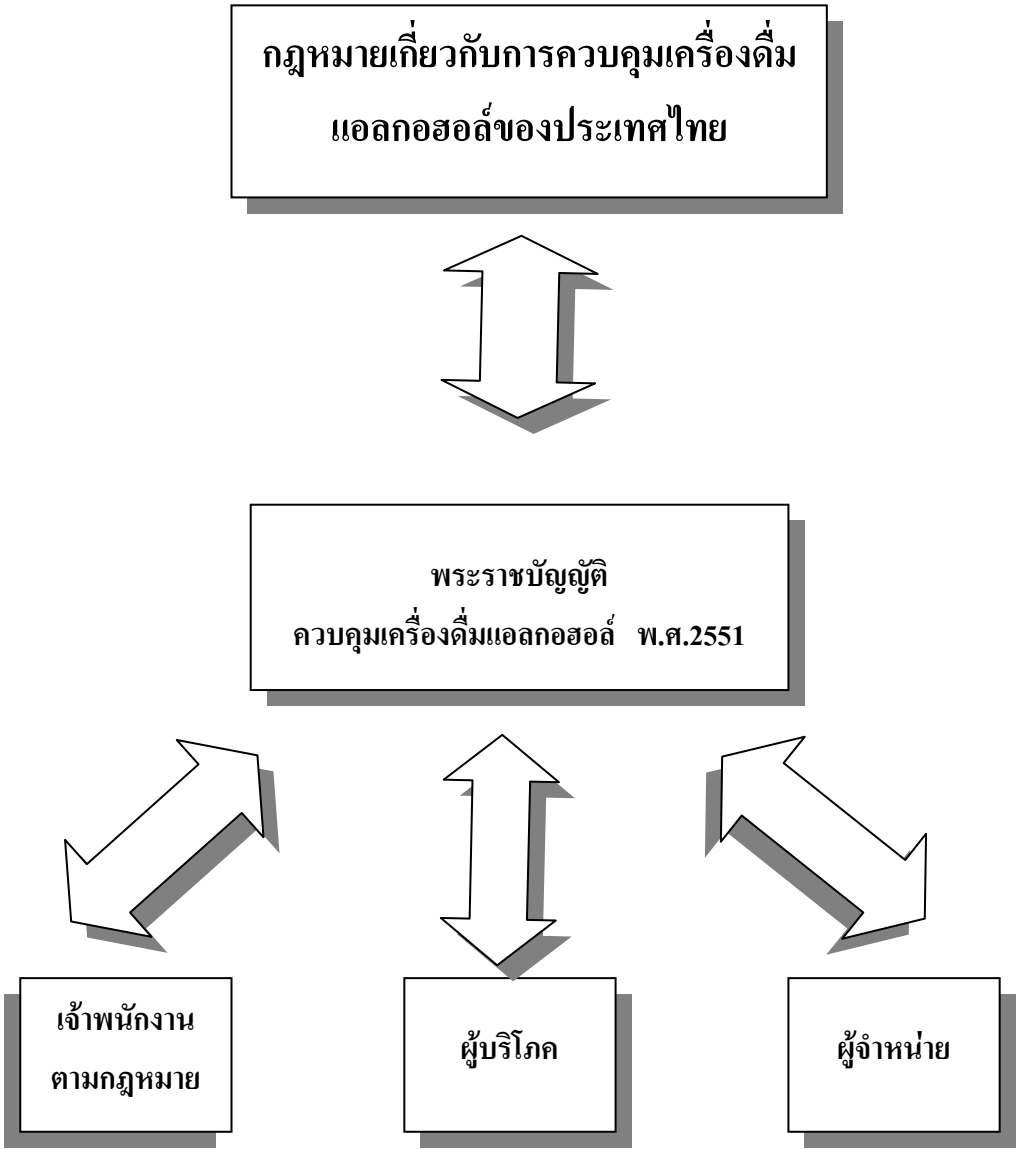
กลุ่มที่ไม่ได้ผล ได้แก่ การควบคุมกันเองโดยสมัครใจของผู้ขายและผู้ผลิต การให้ความรู้และการรณรงค์ประชาสัมพันธ์

ศูนย์นโยบายแอลกอฮอล์ระหว่างประเทศ (ICAP; International Center of Alcohol policies, 2005) ได้สรุปว่า มาตรการที่สร้างอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดนั้นจะขึ้นอยู่กับระดับของการบังคับใช้กฎหมาย (Level of Enforcement) ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว มาตรการที่มีระดับการบังคับใช้สูงจะมีประสิทธิภาพสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการที่มีระดับการบังคับใช้ต่ำ

สถาบันวิจัยแอลกอฮอล์ (IAS; Institute of Alcohol Studies, 2005)ได้ประเมินประสิทธิภาพของมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่าง ๆ ในประเทศอังกฤษ พบว่า มาตรการที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ (1) มาตรการที่ส่งผลกระบทต่อการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งประกอบด้วย การผูกขาดโดยรัฐบาลในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการใช้นโยบายการคลังที่ส่งผลกระทบต่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ (3) มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสร้างมาตรการต่อต้านการขับขี่ยานพาหนะภายหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กรอบแนวคิด

การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 จะประเมินทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ผู้จำหน่าย ตลอดจนประชาชนผู้บริโภคว่ามีการปฏิบัติตามกฎหมายจริงหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น



บทที่ 3
วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบประเมินผล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตการวิจัย

การที่จะใช้กฎหมายเพื่อควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทยนั้น จะต้องมีการศึกษาถึงสถานการณ์และการประเมินผลอย่างแท้จริง กล่าวคือ ควรจะมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทั้งประเทศ ซึ่งทีมผู้วิจัยก็ปรารถนาเช่นนั้น แต่ ณ ขณะนี้ด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จะประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทยตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 โดยศึกษาและเก็บข้อมูลในกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีปัญหาเกี่ยวกับสุราอยู่ในระดับสูงพอสมควร ซึ่งมีความหลากหลายของกลุ่มประชากรและความความหลากหลายในเชิงพื้นที่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทยตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 จะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงศึกษาในประชากรทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้บริโภค จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนผู้บริโภค ที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปที่อาศัยอยู่ในครัวเรือน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายขั้น (Stratified Multi-Stage Sampling)

2. กลุ่มผู้จำหน่าย จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จำหน่ายในชุมชน/บริเวณใกล้เคียงที่ผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่นั้นๆ ห่างจากชุมชน 500 เมตร

3. เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพาสามิต ตำรวจ เป็นต้น โดยจะเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพาสามิตและตำรวจที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ของผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

การสุ่มตัวอย่าง

แผนการสุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายขั้น (Stratified Multi-stage Sampling) โดยแบ่งกรุงเทพเป็น 3 พื้นที่ คือ ชั้นใน ชั้นกลาง ชั้นนอกเป็นชั้นภูมิหลัก ในชั้นภูมิหลักมีระดับขั้นของการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง คือ สุ่มตัวอย่างเขต ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ของพื้นที่นั้นในกรุงเทพ (Systematic Sampling With Probability Proportional to Size)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สอง คือ สุ่มตัวอย่างแขวง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ของเขตนั้น (Systematic Sampling With Probability Proportional to Size)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สาม คือ สุ่มตัวอย่างชุมชน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ของแขวงนั้น (Systematic Sampling With Probability Proportional to Size)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สี่ คือ สุ่มตัวอย่างครัวเรือน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ

เก็บข้อมูลจากสมาชิกในครัวเรือนทุกคนที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป โดยมีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น 2,548 ครัวเรือน รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค

- **กรุงเทพมหานคร ชั้นใน**

ลำดับที่	กรุงเทพมหานคร ชั้นใน			จำนวนครัวเรือน	จำนวนตัวอย่าง (ครัวเรือน)	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)
	เขต	แขวง	ชุมชน			
1	ดอนเมือง	สีกัน	ชุมชนประเสริฐเปรมประชา	122	15	20
2	ดอนเมือง	สีกัน	ชุมชนเคหะสถานครูไทย	207	26	32
3	ดอนเมือง	สีกัน	ชุมชนประชากร 3	285	36	41
4	ดอนเมือง	สีกัน	ชุมชนประชาอุทิศม่วงมณีร่วมใจ	327	41	47
5	ดอนเมือง	สีกัน	ชุมชนปิ่นเจริญ 1	590	74	80
6	ดอนเมือง	สีกัน	ชุมชนอยู่เจริญ-บุญมา	694	87	98
7	ดอนเมือง	สีกัน	ชุมชนปิ่นเจริญ 3	1,258	158	199
8	ดุสิต	สวนจิตรลดา	ชุมชนถนนสุคันธาราม	400	50	58

ลำดับที่	กรุงเทพมหานคร ชั้นใน			จำนวนครัวเรือน	จำนวนตัวอย่าง (ครัวเรือน)	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)
	เขต	แขวง	ชุมชน			
9	พญาไท	สามเสนใน	ชุมชนประดิพัทธ์ 10	71	15	18
10	พญาไท	สามเสนใน	ชุมชนวัดมะกอกส่วนหน้า	180	23	26
11	พญาไท	สามเสนใน	ชุมชนราชวัลลภ 1	266	33	39
12	พญาไท	สามเสนใน	ชุมชนสนามเป้า	489	61	67
13	พญาไท	สามเสนใน	ชุมชนราชวัลลภ 3	886	111	125
14	สาทร	ทุ่งวัดดอน	ชุมชนกุศลทอง	250	31	38
15	สาทร	ทุ่งวัดดอน	ชุมชนวรรัตน์สัมพันธ์	1,800	226	252
16	สายไหม	ออเงิน	ชุมชนการเคหะพรพระร่วงประสิทธิ์	1,731	218	240

- **กรุงเทพมหานคร ชั้นกลาง**

ลำดับที่	กรุงเทพมหานคร ชั้นกลาง			จำนวนครัวเรือน	จำนวนตัวอย่าง (ครัวเรือน)	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)
	เขต	แขวง	ชุมชน			
1	บางกะปิ	คลองจั่น	ชุมชนสุขเจริญพัฒนา	118	15	20
2	บางกะปิ	คลองจั่น	ชุมชนวัดกลาง	179	23	28
3	บางกะปิ	คลองจั่น	ชุมชน101 บึงทองหลาง	210	26	30
4	บางกะปิ	คลองจั่น	ชุมชนหมู่บ้านสินธร	1,000	126	148
5	บึงกุ่ม	คลองกุ่ม	ชุมชนวัดพิชัย	250	31	36
6	บึงกุ่ม	คลองกุ่ม	ชุมชนซอยรอดอนันต์ 1	341	43	48
7	พระโขนง	บางจาก	ชุมชนเยี่ยมเจริญสุข	92	15	19
8	พระโขนง	บางจาก	ชุมชนเกตุไพเราะ 3-5	155	19	24
9	พระโขนง	บางจาก	ชุมชนซอยประดับสุข	300	38	44
10	พระโขนง	บางจาก	ชุมชนหมู่บ้านนิรันดร์วิลล่า	350	44	50
11	ลาดกระบัง	คลองสองต้นนุ่น	ชุมชนเคหะชุมชน ร่มเกล้า โซน 5	401	50	56
12	ลาดกระบัง	คลองสองต้นนุ่น	ชุมชนเคหะชุมชนร่มเกล้า โซน 4	454	57	61
13	ลาดกระบัง	คลองสองต้นนุ่น	ชุมชนเคหะชุมชนร่มเกล้า โซน 3	554	70	74
14	ลาดกระบัง	คลองสองต้นนุ่น	ชุมชนเคหะชุมชนร่มเกล้า โซน 1	556	70	76
15	ลาดกระบัง	คลองสองต้นนุ่น	ชุมชนฟื้นนครร่มเกล้า ระยะ 2 (โซน9)	800	101	119
16	วังทองหลาง	วังทองหลาง	ชุมชน 9 พัฒนา	44	15	20
17	วังทองหลาง	วังทองหลาง	ชุมชนไดร์ฟอิน	135	17	21
18	หนองจอก	โคกแฝด	ชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ	511	64	70

- **กรุงเทพมหานคร ชั้นนอก**

ลำดับที่	กรุงเทพมหานครชั้นนอก			จำนวนครัวเรือน	จำนวนตัวอย่าง (ครัวเรือน)	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)
	เขต	แขวง	ชุมชน			
1	จอมทอง	บางขุนเทียน	ชุมชนคุ้งข้าวหลาม	72	15	20
2	จอมทอง	บางขุนเทียน	ชุมชนสุขสันต์พัฒนาเอกชัย 26	170	21	25
3	จอมทอง	บางขุนเทียน	ชุมชนตลาดน้ำวัดไทร	504	63	75
4	ทวีวัฒนา	ทวีวัฒนา	ชุมชนหมู่บ้านร่วมเกื้อ	423	53	60
5	บางบอน	บางบอน	ชุมชนคลองบางพรานพัฒนา	61	15	20
6	บางบอน	บางบอน	ชุมชนสถานีรางโพธิ์	105	15	21
7	บางบอน	บางบอน	ชุมชนซอยกำนันแม้น 3	315	40	46
8	หนองแขม	หนองแขม	ชุมชนเอี่ยมวุฒิ	38	15	20
9	หนองแขม	หนองแขม	ชุมชนข้างวัดหลักสาม	80	15	20
10	หนองแขม	หนองแขม	ชุมชนดงรัก	115	15	20
11	หนองแขม	หนองแขม	ชุมชนจัดสรร 2	132	17	22
12	หนองแขม	หนองแขม	ชุมชนหลังตลาดศูนย์การค้าหนองแขม	157	20	24
13	หนองแขม	หนองแขม	ชุมชนหมู่บ้านหรรษา 3 โครงการวีว่า	215	27	31
14	หนองแขม	หนองแขม	ชุมชนหมู่บ้านวังทอง	251	32	36
15	หนองแขม	หนองแขม	ชุมชนหรรษา 1	450	57	60
16	หนองแขม	หนองแขม	ชุมชนหมู่บ้านพุดตาน	787	99	106
รวมกรุงเทพมหานครชั้นใน ชั้นกลาง ชั้นนอก				**19,881**	**2,548**	**2,930**

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows โดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

แผนการดำเนินงานวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย 7 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ.2552 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2552

1) ทบทวนวรรณกรรมและงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2) สร้างเครื่องมือ สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล
3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
4) วิเคราะห์ข้อมูล
5) สรุปผล เขียนรายงาน จัดพิมพ์และนำเสนอผล

ตารางแผนการดำเนินงานวิจัย

กิจกรรม	ระยะเวลา (เดือน)						
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. ทบทวนวรรณกรรม	▬						
2. สร้างเครื่องมือ	▬						
3. เก็บรวบรวมข้อมูล		▬	▬	▬			
4. วิเคราะห์ข้อมูล					▬	▬	
5. สรุปและเสนอผล							▬

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
ประชาชนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่ครอบคลุมถึงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการรับรู้มาตรการการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของประชาชนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประชาชนทั่วไปที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ยราว 32 ปี ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 39 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว สำหรับด้านการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือปวช. มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ส่วนตัวประมาณ 5,000 – 10,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของประชาชนผู้บริโภค	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
เพศ		
● ชาย	1,562	**53.31**
● หญิง	1,368	**46.69**
อายุ		
● ต่ำกว่า 20 ปี	154	**5.26**
● 20 – 24 ปี	621	**21.19**
● 25 – 29 ปี	596	**20.34**
● 30 – 34 ปี	392	**13.38**
● 35 – 39 ปี	348	**11.88**
● 40 – 44 ปี	304	**10.38**
● 45 – 49 ปี	194	**6.62**
● 50 – 54 ปี	125	**4.27**
● 55 – 59 ปี	88	**3.00**
● 60 ปีขึ้นไป	84	**2.87**
● ไม่ระบุ	24	**0.82**
อายุเฉลี่ย	**32.40**	
อายุต่ำสุด	**14**	
อายุสูงสุด	**82**	
สถานภาพ		
● โสด	1,498	**51.13**
● สมรส	1,206	**41.16**
● ม่าย / หย่า / แยกกันอยู่	196	**6.69**
● ไม่ระบุ	30	**1.02**

ข้อมูลทั่วไปของประชาชนผู้บริโภค	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด		
● มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	627	**21.40**
● มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	901	**30.75**
● อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	692	**23.62**
● ปริญญาตรี	640	**21.84**
● สูงกว่าปริญญาตรี	52	**1.77**
● ไม่ระบุ	18	**0.61**
อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก		
● รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	235	**8.02**
● ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	798	**27.24**
● ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	404	**13.79**
● นักเรียน / นักศึกษา	631	**21.54**
● รับจ้างทั่วไป	580	**19.80**
● แม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณ	142	**4.85**
● เกษตรกร	9	**0.31**
● ว่างงาน	93	**3.17**
● อื่นๆ	22	
● อาชีพอิสระ ร้องเพลง เล่นดนตรี	17	**0.58**
● พนักงานมหาวิทยาลัย	5	**0.17**
● ไม่ระบุ	16	**0.55**

ข้อมูลทั่วไปของประชาชนผู้บริโภค	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ		
• น้อยกว่า 5,000 บาท	279	**9.52**
• 5,000 – 10,000 บาท	895	**30.55**
• 10,001 – 15,000 บาท	496	**16.93**
• 15,001 – 20,000 บาท	478	**16.31**
• 20,001 – 25,000 บาท	136	**4.64**
• 25,001 – 30,000 บาท	101	**3.45**
• 30,001 บาทขึ้นไป	84	**2.87**
• ไม่ระบุ	461	**15.73**
รายได้เฉลี่ย	**14,016**	
รายได้ต่ำสุด	**900**	
รายได้สูงสุด	**150,000**	
รายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือนโดยประมาณ		
• น้อยกว่า 10,000 บาท	103	**3.52**
• 10,000 – 20,000 บาท	618	**21.09**
• 20,001 – 30,000 บาท	594	**20.27**
• 30,001 – 40,000 บาท	362	**12.35**
• 40,001 – 50,000 บาท	182	**6.21**
• 50,001 – 60,000 บาท	90	**3.07**
• 60,001 – 70,000 บาท	80	**2.73**
• 70,001 – 80,000 บาท	64	**2.18**
• 80,001 บาทขึ้นไป	48	**1.64**
• ไม่ระบุ	789	**26.93**
รายได้ครอบครัวรวมกันเฉลี่ย	**30,640**	
รายได้ครอบครัวรวมกันต่ำสุด	**3,000**	
รายได้ครอบครัวรวมกันสูงสุด	**260,000**	

1. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การให้คำนิยามของคำว่า "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์" พบว่า ประชาชนผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เห็นว่าเมื่อกล่าวถึง "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์" มักนึกถึงเหล้า เบียร์ และสุรามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.24 , 23.82 และ 19.56 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามพบว่าสิ่งที่ผู้บริโภคนึกถึงเป็นส่วนใหญ่ก็คือของมึนเมา มีเพียงส่วนน้อยมากที่นึกถึงสถานการณ์หรือสิ่งอื่นที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ อุบัติเหตุ (ร้อยละ 0.17) อาชญากรรม (ร้อยละ 0.14) และสุขภาพ (ร้อยละ 0.14) เป็นต้น (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการให้คำนิยามของ "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์"

การให้คำนิยามของ "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์"	จำนวน (n= 2,930)	ร้อยละ
เมื่อกล่าวถึง "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์" นึกถึงสิ่งใดเป็นอันดับแรก		
• สุรา	573	**19.56**
• เหล้า	1,384	**47.24**
• เบียร์	698	**23.82**
• สปาย	62	**2.12**
• ไวน์	24	**0.82**
• ยาดอง	23	**0.78**
• เหล้าขาว	23	**0.78**
• สาโท	10	**0.34**
• เหล้าปั่น	18	**0.61**
• อุบัติเหตุ	5	**0.17**
• อาชญากรรม	4	**0.14**
• งานเลี้ยง สังสรรค์	16	**0.55**
• ของมึนเมา	20	**0.68**
• ความสุข สนุกสนาน	10	**0.34**
• เงิน	5	**0.17**
• สิ่งเสพติด	4	**0.14**
• คนเมา	2	**0.07**
• โซดา	8	**0.27**

การให้คำนิยามของ "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์"	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
• บรั่นดี	5	**0.17**
• สถานบันเทิง	4	**0.14**
• เพื่อน	6	**0.20**
• ปัญหาครอบครัว	2	**0.07**
• วิสกี้	4	**0.14**
• สุขภาพ	4	**0.14**
• ความเมา , การเมา	4	**0.14**
• เซี่ยงซุน	4	**0.14**
• กระแช่	2	**0.07**
• อุ	4	**0.14**
• สาเก	2	**0.07**
รวม	**2,930**	**100.00**

สำหรับ**พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภค** กรณีประเด็นเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ้างหรือไม่ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 79.59 และมีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในรอบ 12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 89.88 นอกจากนี้ผู้บริโภคที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในระยะ 30 วันก่อนการสำรวจมีถึงร้อยละ 68.48 และในการดื่มในระยะ 30 วันดังกล่าวนั้น เป็นการดื่ม 1-3 ครั้งต่อเดือน และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 49.72 และ 27.30 ตามลำดับ

สำหรับเหตุผลของผู้บริโภคที่เคยดื่มแต่ไม่อยากซื้อหรือไม่อยากดื่ม พบว่าส่วนมากเนื่องมาจาก คนในครอบครัวห้ามดื่ม ไม่มีเงินซื้อและราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 18.45, 14.30 และ 14.24 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้บริโภคที่ดื่มแล้วมักติดลม ดื่มมากกว่าที่ตั้งใจไว้ในตอนแรกมีถึงร้อยละ 44.69 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
1. เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ้างหรือไม่		
• เคย	2,332	**79.59**
• ไม่เคย	598	**20.41**
รวม	**2,930**	**100.00**
2. ครั้งสุดท้ายที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดื่มใน 12 เดือน		
• ใช่	2,096	**89.88**
• ไม่ใช่	236	**10.12**
รวม	**2,332**	**100.00**
3. ครั้งสุดท้ายที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือน เป็นการดื่ม		
• ดื่มใน 30 วัน	1,597	**68.48**
• ไม่ได้ดื่มใน 30 วัน	735	**31.52**
รวม	**2,332**	**100.00**
4. การดื่มแอลกอฮอล์ใน 30 วัน ดื่มถี่		
• ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน	288	**18.03**
• ดื่ม 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์	436	**27.30**
• ดื่ม 1 – 3 ครั้งต่อเดือน	794	**49.72**
• อื่นๆ (นานๆครั้ง ถ้ามีเทศกาล งานเลี้ยงสังสรรค์ แล้วแต่โอกาส)	59	**3.69**
• ไม่ระบุ	20	**1.25**
รวม	**1,597**	**100.00**

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
5. สาเหตุไม่อยากซื้อหรือไม่อยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
● ราคาแพง	693	**14.24**
● ไม่มีเงินซื้อ	696	**14.30**
● ร้านที่ซื้อสะดวกปิด	430	**8.84**
● เป็นไข้ / ปวดหัว / ตัวร้อน	463	**9.52**
● คนรู้จักห้ามดื่ม	298	**6.12**
● เปิดยาก ดื่มลำบาก	12	**0.25**
● หาสถานที่ดื่มลำบาก	186	**3.82**
● การรณรงค์เมาไม่ขับ	336	**6.91**
● ไม่มีภาชนะสำหรับดื่ม	16	**0.33**
● ไม่มีเพื่อนร่วมดื่ม	562	**11.55**
● คนในครอบครัวห้ามดื่ม	898	**18.45**
● อยู่ในช่วงงดเหล้าเข้าพรรษา	186	**3.82**
● อื่นๆ (ไม่อยากดื่ม)	90	**1.85**
รวม	**2,332**	**100.00**
6. เคยมีพฤติกรรมเหล่านี้หรือไม่		
● ในครั้งที่ดื่ม เคยติดลมดื่มมากกว่าที่ตั้งใจจะดื่มตอนเริ่มต้น	1,480	**44.69**
● ในครั้งที่ดื่ม เคยดื่มต่อทั้งๆ ที่มีคนเตือนให้หยุดดื่ม	868	**26.21**
● เคยดื่มแล้วขับ ทั้งๆ ที่มีคนเคยเตือนว่า ดื่มแล้วอย่าขับ	158	**4.77**
● ไม่เคยมีพฤติกรรมดัง 3 ข้อข้างต้น	806	**24.34**
รวม	**2,332**	**100.00**

2. การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และซื้อได้ด้วยตนเองในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมาเท่ากับร้อยละ 67.58 พบว่าร้อยละ 50 เคยซื้อและซื้อได้น้อยกว่า 5 ครั้ง และที่ซื้อได้มากกว่า 30 ครั้งมีร้อยละ 4.55 อย่างไรก็ตามผู้บริโภคที่ตอบว่าเคยซื้อแต่ผู้ขายไม่ขายให้ เนื่องจากไม่ใช่เวลาขายมีถึงร้อยละ 32.81 รองลงมาอายุไม่ถึง 20 ปี ร้อยละ 7.03

สำหรับความสะดวกในการเดินทางไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสะดวกสามารถเดินไปซื้อได้ รวมทั้งสามารถขับรถ/ขี่รถไปซื้อได้โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 57.60 และ 17.17 ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งจำหน่ายตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเข้าถึงได้โดยง่าย ทั้งนี้กว่าร้อยละ 43 ตอบว่าสามารถใช้เวลาไม่เกิน 10 นาที ในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านที่สะดวกที่สุด

อย่างไรก็ตามเมื่อถามถึงการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย (วัด/ศาสนสถานต่างๆ สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาล สถานที่ราชการ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา หอพัก สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และสวนสาธารณะของทางราชการ) ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยไปซื้อในสถานที่ห้ามจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 88.10 แต่ที่น่าสังเกตพบว่าผู้บริโภคที่เคยซื้อในสถานที่ห้ามจำหน่าย ส่วนมากร้อยละ 89 ซื้อได้ในหอพัก ซึ่งสะท้อนให้เห็นชัดเจนว่าหอพักเป็นสถานที่ที่มีการละเมิดกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด

ส่วนกรณีเวลาและสถานที่ที่เคยหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่เวลา 24.00 – 11.00 น. หรือ 14.00 – 17.00 น. (ซึ่งเป็นเวลาห้ามจำหน่าย) ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และซื้อได้ในช่วงเวลาดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 60 โดยร้านค้าที่ผู้บริโภคเคยซื้อและซื้อได้ในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่ก็คือ ร้านขายของชำ/โชว์ห่วย คิดเป็นร้อยละ 41.73 รองลงมาคือร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 22.54 และมีเพียงร้อยละ 13.24 ที่เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้

ในด้านราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซื้อในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 29 ซื้อได้ในราคาถูกที่สุดคือ ไม่เกิน 50 บาท โดยบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนมาก ได้แก่ ขวดกลม กระป๋อง ขวดแบน และขวดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 22.94, 20.27, 13.11 และ 9.83 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคที่เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีถึงร้อยละ 25 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
1. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง		
● ไม่เคยซื้อในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	694	**23.69**
● เคยซื้อและซื้อได้	1,980	**67.58**
● น้อยกว่า 5 ครั้ง	993	**50.15**
● 6 – 10 ครั้ง	193	**9.75**
● 11 – 15 ครั้ง	101	**5.10**
● 16 – 20 ครั้ง	99	**5.00**
● 21 – 25 ครั้ง	85	**4.29**
● 26 – 30 ครั้ง	84	**4.24**
● มากว่า 30 ครั้ง	90	**4.55**
● ไม่ได้ระบุจำนวนครั้ง	335	**16.92**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**90**	
ค่าเฉลี่ย	**14.50**	

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
• เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้	256	**8.74**
• 1 ครั้ง	86	**33.59**
• 2 ครั้ง	49	**19.14**
• 3 ครั้ง	28	**10.94**
• 4 ครั้ง	19	**7.42**
• 5 ครั้ง	10	**3.91**
• มากกว่า 5 ครั้ง	2	**0.78**
• ไม่ระบุจำนวนครั้ง	62	**24.22**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**10**	
ค่าเฉลี่ย	**3.84**	
เพราะสาเหตุ		
• อายุไม่ถึง , อายุไม่ถึง 20 ปี	18	**7.03**
• กลัวถูกจับ	4	**1.56**
• ไม่ใช่เวลาขาย	84	**32.81**
• พูดไม่รู้เรื่อง , เมา	5	**1.95**
• ร้านปิด	10	**3.91**
• ไม่ระบุสาเหตุ	135	**52.73**

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
2. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาสามารถเดินทางไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยสะดวก		
● สะดวกมาก สามารถเดินไปได้	1,288	**57.60**
● สะดวก สามารถขับรถ / ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย	384	**17.17**
● สะดวก สามารถแวะซื้อระหว่างทางได้	360	**16.10**
● สะดวก ถึงแม้อยู่ไกล แต่ก็ไม่เป็นปัญหาในการหาซื้อ	108	**4.83**
● ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกลเส้นทางที่ใช้ประจำ	49	**2.19**
● ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ ต้องไปหาซื้อที่อื่น	32	**1.43**
● อื่นๆ (ไม่เป็นปัญหา)	4	**0.18**
● ไม่ระบุ	11	**0.49**
รวม	**2,236**	**100.00**
3. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาใช้เวลาในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านที่สะดวกที่สุด		
● น้อยกว่า 5 นาที	578	**25.85**
● 5 – 10 นาที	394	**17.62**
● 11 – 15 นาที	344	**15.38**
● 16 – 20 นาที	283	**12.66**
● 21 – 25 นาที	168	**7.51**
● 26 – 30 นาที	148	**6.62**
● 31 – 45 นาที	94	**4.20**
● 46 – 60 นาที	28	**1.25**
● 60 นาทีขึ้นไป	18	**0.81**
● ไม่ระบุ	181	**8.09**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**120**	
ค่าเฉลี่ย	**15.29**	

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
4. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาสามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จากสถานที่เหล่านี้ที่ใดบ้าง		
● เคยซื้อ	266	**11.90**
● วัด / ศาสนสถานต่างๆ	2	**0.75**
● สถานบริการสาธารณสุข หรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	-	**-**
● สถานที่ทางราชการต่างๆ	4	**1.50**
● โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	12	**4.51**
● หอพัก	238	**89.47**
● สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	-	**-**
● สวนสาธารณะของทางราชการ	10	**3.76**
● ไม่เคยไปซื้อในสถานที่ดังกล่าว	1,970	**88.10**
รวม	**2,236**	**100.00**

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
5. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เคยหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาตั้งแต่ 24.00 – 11.00 น. หรือ 14.00 – 17.00 น. หรือไม่		
● เคยซื้อและซื้อได้จาก	1,760	**60.07**
● ร้านของชำ /โชว์ห่วย	1,448	**41.73**
● ร้านอาหาร	782	**22.54**
● ผับ /เธค / บาร์ /คาราโอเกะ	393	**11.33**
● ร้านสะดวกซื้อ (7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท)	230	**6.63**
● ร้านเครื่องดื่ม	348	**10.03**
● ร้านเร่ขาย	67	**1.93**
● ร้านเหล้าปั่น	106	**3.05**
● ร้านมินิมาร์ท	90	**2.59**
● อื่น ๆ (ซุ้มยาดอง)	6	**0.17**
● เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้จากร้าน	388	**13.24**
● ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	-	**-**
● ร้านอาหาร	12	**2.44**
● ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะ	16	**3.25**
● ร้านสะดวกซื้อ (7 – 11แฟมิลี่มาร์ท)	360	**73.17**
● ร้านเครื่องดื่ม	-	**-**
● ร้านเร่ขาย	-	**-**
● ร้านเหล้าปั่น	-	**-**
● ร้านมินิมาร์ท	80	**16.26**
● อื่นๆ (ร้านปิด)	24	**4.88**
● ไม่เคยซื้อในช่วงเวลาตั้งแต่ 24.00–11.00 น. หรือ 14.00 -17.00 น.ใน 3 เดือนที่ผ่านมา	782	**26.69**
รวม	**2,930**	**100.00**

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
6. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุดได้ในราคา		
• น้อยกว่า 10 บาท	2	**0.07**
• 11 - 20 บาท	40	**1.37**
• 21 - 30 บาท	198	**6.76**
• 31 - 40 บาท	412	**14.06**
• 41 - 50 บาท	506	**17.27**
• 51 - 60 บาท	168	**5.73**
• 61 - 70 บาท	181	**6.18**
• 71 - 80 บาท	186	**6.35**
• 81 - 90 บาท	195	**6.66**
• 91 - 100 บาท	204	**6.96**
• 100 บาทขึ้นไป	398	**13.58**
• ไม่ระบุราคา	440	**15.02**
ต่ำสุด	**10**	
สูงสุด	**200**	
ค่าเฉลี่ย	**94.63**	
โดยมีภาชนะบรรจุภัณฑ์ คือ		
• ฝา	2	**0.07**
• เป๊ก	95	**3.24**
• กั๊ก	176	**6.01**
• ก๊ง	84	**2.87**
• แก้ว	46	**1.57**
• ขวดลิโพ	68	**2.32**
• กระป๋อง	594	**20.27**
• ขวดแบน	384	**13.11**
• ขวดเล็ก	288	**9.83**
• ขวดกลม	672	**22.94**
• อื่นๆ (เหยือก , หลอด)	20	**0.68**
• ไม่เคยซื้อ	491	**16.76**
• ไม่ระบุ	10	**0.34**

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
7. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์		
• เคยพบเห็น	733	**25.02**
• ไม่เคยพบเห็น	1,025	**34.98**
• ไม่แน่ใจ	1,172	**40.00**
• ไม่ระบุ	-	**-**
รวม	**2,930**	**100.00**

ผู้บริโภคเห็นว่าเมื่อร้านค้าที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เปิดขาย หรือไม่มีสินค้าที่ต้องการ ส่วนมากจะไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 71.50 ขณะที่ร้อยละ 21.16 เลิกล้มความตั้งใจไม่ดื่ม (ตารางที่ 4.4)

สำหรับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการไปนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามร้านประเภทต่างๆ ด้วยตนเองในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 73.29 และเคยไปนั่งดื่มในร้านประเภทต่างๆ และเคยไปนั่งดื่มโดยเฉลี่ยประมาณ 7 ครั้ง (ตารางที่ 4.4)

ในส่วนของการเดินทางไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าโดยส่วนมากผู้บริโภคมีความสะดวกสามารถขับรถ/ขี่รถโดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย และสามารถเดินไปได้ คิดเป็นร้อยละ 27.87 และ 26.64 ตามลำดับ โดยใช้เวลาเดินทางไปที่ร้านนั่งดื่มที่สะดวกที่สุดเฉลี่ยเพียง 28.15 นาที และในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม คิดเป็นร้อยละ 90.33 ขณะที่ร้อยละ 9.67 เคยดื่มในสถานที่ห้ามดื่ม (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	**จำนวน (n = 2,930)**	**ร้อยละ**
1. สมมติว่า ร้านที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สะดวกที่สุดไม่เปิดขายหรือไม่มีสินค้าที่ต้องการ จะทำอย่างไร		
● เลิกล้มความตั้งใจไม่ดื่ม	620	**21.16**
● ไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน	2,095	**71.50**
● ไปร่วมวงดื่มสุรากับคนอื่นแทน	60	**2.05**
● เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างอื่นทดแทน โดยซื้อ	98	**3.34**
● เบียร์ แทน เหล้า	20	**20.41**
● สุรา แทน เบียร์	18	**18.37**
● ซื้อยี่ห้อที่มีขายแทนกัน	60	**61.22**
● อื่นๆ	10	**0.34**
● ไม่ระบุ	47	**1.60**

การเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
2. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เคยนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประเภทต่างๆ ด้วยตนเองหรือไม่		
• ไม่เคยไปนั่งดื่มในร้านประเภทต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	755	**26.29**
• เคยไปนั่งดื่ม	2,105	**73.29**
• 1 ครั้ง	242	**7.96**
• 2 ครั้ง	364	**11.98**
• 3 ครั้ง	615	**20.24**
• 4 ครั้ง	441	**14.51**
• 5 ครั้ง	479	**15.76**
• มากกว่า 5 ครั้ง	898	**29.55**
• ไม่ระบุ	-	**-**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**70**	
ค่าเฉลี่ย	**7.25**	
• เคยพยายามจะไปนั่งดื่มแต่คนขายไม่ขายให้	12	**0.42**
• 1 ครั้ง	9	**75.00**
• 2 ครั้ง	2	**16.67**
• 3 ครั้ง	1	**8.33**
• 4 ครั้ง	-	**-**
• 5 ครั้ง	-	**-**
• มากกว่า 5 ครั้ง	-	**-**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.07**	

การเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
3. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา สามารถเดินทางไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยสะดวกหรือไม่		
• สะดวกมาก สามารถเดินไปได้	564	**26.64**
• สะดวก สามารถขับรถ / ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย	590	**27.87**
• สะดวก สามารถแวะดื่มระหว่างทางได้	389	**18.38**
• สะดวก ถึงแม้อยู่ไกล แต่ก็ไม่เป็นปัญหาในการนั่งดื่ม	199	**9.40**
• ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกลเส้นทางที่ใช้ประจำ	135	**6.38**
• ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ต้องไปหานั่งดื่มที่อื่น	182	**8.60**
• ไม่ระบุ	58	**2.74**
4. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ใช้เวลาเดินทางไปที่ร้านนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สะดวกที่สุด ใช้เวลา		
• น้อยกว่า 5 นาที	176	**8.31**
• 5 – 10 นาที	264	**12.47**
• 11 – 15 นาที	248	**11.71**
• 16 – 20 นาที	275	**12.99**
• 21 – 25 นาที	170	**8.03**
• 26 – 30 นาที	592	**27.96**
• 31 – 45 นาที	186	**8.79**
• 46 – 60 นาที	98	**4.63**
• 60 นาทีขึ้นไป	57	**2.69**
• ไม่ระบุ	51	**2.41**
ต่ำสุด	**2**	
สูงสุด	**120**	
ค่าเฉลี่ย	**28.15**	

การเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
5. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ใดบ้าง		
● วัด / ศาสนสถานต่างๆ	43	**1.35**
● สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	5	**0.16**
● สถานที่ทางราชการต่างๆ	69	**2.17**
● โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	63	**1.98**
● สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่างๆ	92	**2.90**
● สวนสาธารณะของทางราชการ	35	**1.10**
● ไม่เคยดื่มในสถานที่ดังกล่าว	2,868	**90.33**
● ไม่ระบุ	-	**-**

3. การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในด้านการพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ในรอบวันที่ผ่านมา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.96 เคยพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพบเห็นหรือได้ยินผ่านสื่อโทรทัศน์เฉลี่ยวันละ 1 ครั้ง ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) เฉลี่ยวันละ 1 ครั้ง สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ) เฉลี่ยวันละ 2.24 ครั้ง วิทยุเฉลี่ยวันละ 1.8 ครั้ง อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 1.5 ครั้ง สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง) เฉลี่ยวันละ 1.20 ครั้ง ในร้านค้าเฉลี่ยวันละ 2.23 ครั้ง สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้าเบียร์ ไวน์ เฉลี่ยวันละ 1.16 ครั้ง (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
1. ในรอบวันที่ผ่านมา พบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อใดบ้าง		
• โทรทัศน์		
• 1 ครั้ง	251	**8.57**
• 2 ครั้ง	54	**1.84**
• 3 ครั้ง	-	**-**
• 4 ครั้ง	-	**-**
• 5 ครั้ง	-	**-**
• มากกว่า 5 ครั้ง	-	**-**
• ไม่ได้รับสื่อโทรทัศน์	2,625	**89.59**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**2**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
• ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง)		
• 1 ครั้ง	149	**5.09**
• 2 ครั้ง	48	**1.64**
• 3 ครั้ง	26	**0.89**
• 4 ครั้ง	-	**-**
• 5 ครั้ง	-	**-**
• มากกว่า 5 ครั้ง	-	**-**
• ไม่ได้รับสื่อป้ายกลางแจ้ง	2,707	**92.39**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
• สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)		
• 1 ครั้ง	833	**28.43**
• 2 ครั้ง	98	**3.34**
• 3 ครั้ง	61	**2.08**
• 4 ครั้ง	69	**2.35**
• 5 ครั้ง	31	**1.06**
• มากกว่า 5 ครั้ง	38	**1.30**
• ไม่ได้รับสื่อสิ่งพิมพ์	1,800	**61.43**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**12**	
ค่าเฉลี่ย	**2.24**	
• วิทยุ		
• 1 ครั้ง	265	**9.04**
• 2 ครั้ง	84	**2.87**
• 3 ครั้ง	24	**0.82**
• 4 ครั้ง	6	**0.20**
• 5 ครั้ง	2	**0.07**
• มากกว่า 5 ครั้ง	-	**-**
• ไม่ได้รับสื่อวิทยุ	2,549	**87.00**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**2**	
ค่าเฉลี่ย	**1.80**	

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
• อินเทอร์เน็ต		
• 1 ครั้ง	32	**1.09**
• 2 ครั้ง	28	**0.96**
• 3 ครั้ง	6	**0.20**
• 4 ครั้ง	3	**0.10**
• 5 ครั้ง	2	**0.07**
• มากกว่า 5 ครั้ง	-	**-**
• ไม่ได้รับสื่ออินเตอร์เน็ต	2,859	**97.58**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**5**	
ค่าเฉลี่ย	**1.50**	
• สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง)		
• 1 ครั้ง	39	**1.33**
• 2 ครั้ง	18	**0.61**
• 3 ครั้ง	-	**-**
• 4 ครั้ง	-	**-**
• 5 ครั้ง	-	**-**
• มากกว่า 5 ครั้ง	-	**-**
• ไม่ได้รับสื่อเคลื่อนที่	2,873	**98.05**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**2**	
ค่าเฉลี่ย	**1.20**	

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
• ในร้านค้า		
• 1 ครั้ง	812	**27.71**
• 2 ครั้ง	240	**8.19**
• 3 ครั้ง	109	**3.72**
• 4 ครั้ง	64	**2.81**
• 5 ครั้ง	40	**1.37**
• มากกว่า 5 ครั้ง	32	**1.09**
• ไม่ได้ระบุสื่อในร้านค้า	1,633	**55.73**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**10**	
ค่าเฉลี่ย	**2.23**	
• สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์		
• 1 ครั้ง	210	**7.17**
• 2 ครั้ง	40	**1.37**
• 3 ครั้ง	12	**0.41**
• 4 ครั้ง	6	**0.20**
• 5 ครั้ง	-	**-**
• มากกว่า 5 ครั้ง	-	**-**
• ไม่ได้ระบุสื่อบุคคล	2,662	**90.85**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**4**	
ค่าเฉลี่ย	**1.16**	

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
● สื่ออื่น ๆ		
● 1 ครั้ง	-	-
● 2 ครั้ง	-	-
● 3 ครั้ง	-	-
● 4 ครั้ง	-	-
● 5 ครั้ง	-	-
● มากกว่า 5 ครั้ง	-	-
● ไม่ได้ระบุสื่ออื่นๆ	-	-
ต่ำสุด	-	-
สูงสุด	-	-
ค่าเฉลี่ย	-	-
● ไม่เคยพบเห็นหรือได้ยินในรอบวันที่ผ่านมา	1,349	**46.04**

4. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4.1 การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 89.93 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา แต่เมื่อสอบถามในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคที่ตอบถูกว่าเวลา 14.00 - 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีร้อยละ 44.64 ที่เหลือตอบผิดและไม่รู้ และที่ตอบถูกว่าเวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีร้อยละ 88.19 ที่เหลือตอบผิดและไม่รู้ (ตารางที่ 4.6)

- **มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 94.98 เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้บริโภคร้อยละ 37.61 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 32.76 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ และร้อยละ 26.66 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน (ตารางที่ 4.6)

- **มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 95.77 เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้บริโภคร้อยละ 37.61 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 35.77 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน ร้อยละ 32.63 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ (ตารางที่ 4.6)

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบถูกว่า มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ ตั้งแต่ร้อยละ 49 – 66 (ตารางที่ 4.6)

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย (ควบคุมบุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์)**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบถูกว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.55 รวมทั้งร้อยละ 52 - 66 ตอบถูกว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ และมีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนมาตรการในปัจจุบันที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 64.71 นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 57.41 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่คนเมาและร้อยละ 47.78 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*เวลาจำหน่าย***						
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	2,635	**89.93**	31	**1.06**	264	**9.01**
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	879	**30.00**	567	**19.35**	1,484	**50.65**
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	1,308	**44.64**	416	**14.20**	1,206	**41.16**
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	1,896	**64.71**	217	**7.41**	817	**27.88**
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	2,584	**88.19**	185	**6.31**	161	**5.49**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่จำหน่าย***						
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	2,783	**94.98**	29	**0.99**	118	**4.03**
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	2,890	**98.63**	18	**0.61**	22	**0.75**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์	1,088	**37.13**	740	**25.26**	1,102	**37.61**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	1,989	**67.88**	160	**5.46**	781	**26.66**
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	2,034	**69.42**	145	**4.95**	751	**25.63**
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	1,847	**63.04**	984	**33.58**	99	**3.38**
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	2,886	**98.50**	28	**0.96**	16	**0.55**
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	1,904	**64.98**	339	**11.57**	687	**23.45**
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	2,878	**98.23**	35	**1.19**	17	**0.58**
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	1,826	**62.32**	144	**4.91**	960	**32.76**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	รวม
● **มาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่ดื่ม***						
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	2,806	**95.77**	11	**0.38**	113	**3.86**
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	2,888	**98.57**	20	**0.68**	22	**0.75**
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	1,683	**57.44**	145	**4.95**	1,102	**37.61**
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	1,948	**66.48**	97	**3.31**	885	**30.20**
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	1,995	**68.09**	140	**4.78**	795	**27.13**
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	1,649	**56.28**	233	**7.95**	1,048	**35.77**
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	2,866	**97.82**	25	**0.85**	39	**1.33**
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	1,995	**68.09**	240	**8.19**	695	**23.72**
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	1,984	**67.71**	189	**6.45**	757	**25.84**
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	1,826	**62.32**	148	**5.05**	956	**32.63**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*การควบคุมการโฆษณา***						
1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่ม แล้วดีมีประโยชน์ ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	1,940	**66.21**	484	**16.52**	506	**17.27**
2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	1,848	**63.07**	446	**15.22**	636	**21.71**
3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	1,685	**57.51**	536	**18.29**	709	**24.20**
4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	1,439	**49.11**	593	**20.24**	898	**30.65**
5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง	1,633	**55.73**	624	**21.30**	673	**22.97**
6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	1,544	**52.70**	568	**19.39**	818	**27.92**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*การควบคุมการจำหน่าย***						
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	1,862	**63.55**	583	**19.90**	485	**16.55**
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	1,896	**64.71**	498	**17.00**	536	**18.29**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา	1,682	**57.41**	699	**23.86**	545	**18.60**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย	1,400	**47.78**	644	**21.98**	886	**30.24**
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	1,935	**66.04**	434	**14.81**	561	**19.15**
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,543	**52.66**	457	**15.60**	930	**31.74**

4.2 ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา คิดเป็นร้อยละ 89.93 แต่เมื่อสอบถามถึงในแต่ละช่วงเวลาปรากฏว่าผู้บริโภคร้อยละ 55.36 ไม่รู้ว่าเวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายที่น่าสังเกตก็คือผู้บริโภคส่วนมากร้อยละ 88.19 รู้ว่าเวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ตารางที่ 4.7)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่จำหน่าย**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 94.98 แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 62.87 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 37.68 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ และร้อยละ 36.96 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 4.7)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่ดื่ม**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 95.77 แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 42.56 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 43.72 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน และร้อยละ 37.68 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ (ตารางที่ 4.7)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการโฆษณา**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ 49.66 รู้ว่ามีมาตรการควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ ได้แก่ มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ (ตารางที่ 4.7)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมบุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 64.71 รู้ว่าปัจจุบันมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา พบว่าผู้บริโภค ร้อยละ 57.41 รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 52.22 ไม่รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว

ผู้บริโภคใหญ่ ร้อยละ 52 – 66 รู้ว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ และรู้ว่ามีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการทราบถึงมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*เวลาจำหน่าย***				
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	2,635	**89.93**	295	**10.07**
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	879	**30.00**	2,051	**70.00**
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	1,308	**44.64**	1,622	**55.36**
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	1,896	**64.71**	1,034	**35.29**
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	2,584	**88.19**	346	**11.81**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่จำหน่าย***				
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	2,783	**94.98**	147	**5.02**
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	2,890	**98.63**	40	**1.37**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์	1,088	**37.13**	1,842	**62.87**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	1,989	**67.88**	941	**32.12**
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	2,034	**69.42**	896	**30.58**
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	1,847	**63.04**	1,083	**36.96**
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	2,886	**98.50**	44	**1.50**
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	1,904	**64.98**	1,026	**35.02**
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	2,878	**98.23**	52	**1.77**
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	1,826	**62.32**	1,104	**37.68**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่ดื่ม***				
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	2,806	**95.77**	124	**4.23**
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	2,888	**98.57**	42	**1.43**
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	1,683	**57.44**	1,247	**42.56**
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	1,948	**66.48**	982	**33.52**
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	1,995	**68.09**	935	**31.91**
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	1,649	**56.28**	1,281	**43.72**
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	2,866	**97.82**	64	**2.18**
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	1,995	**68.09**	935	**31.91**
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	1,984	**67.71**	946	**32.29**
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	1,826	**62.32**	1,104	**37.68**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*<u>การควบคุมการโฆษณา</u>***				
1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	1,940	**66.21**	990	**33.79**
2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	1,848	**63.07**	1,082	**36.93**
3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	1,685	**57.51**	1,245	**42.49**
4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	1,439	**49.11**	1,491	**50.89**
5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง	1,633	**55.73**	1,297	**44.27**
6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	1,544	**52.70**	1,386	**47.30**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*การควบคุมการจำหน่าย***				
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	1,862	**63.55**	1,068	**36.45**
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	1,896	**64.71**	1,034	**35.29**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่คนเมา	1,682	**57.41**	1,248	**42.59**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย	1,400	**47.78**	1,530	**52.22**
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	1,935	**66.04**	995	**33.96**
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1,543	**52.66**	1,387	**47.34**

4.3 ระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

● มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคใหญ่มีความรู้ระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 54.70 และ 35.20 ตามลำดับ

● มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.11

● มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.20

● มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา พบว่าผู้บริโภคใหญ่มีความรู้ระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 35.32 และ 44.68 ตามลำดับ

● มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 41.09 และ 31.91 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับความรู้มาตรการ เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		จำนวน (n = 2,930)	ร้อยละ
• ความรู้มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 1)	293	**10.00**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 3)	1,603	**54.70**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(4 - 5)	1,034	**35.20**
• ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 3)	264	**9.01**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(4 - 6)	934	**31.88**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(7 -10)	1,732	**59.11**
• ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 3)	318	**10.85**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(4 - 6)	1,024	**34.95**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(7 - 10)	1,588	**54.20**
• ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 1)	586	**20.00**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 4)	1,035	**35.32**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(5 - 6)	1,309	**44.68**
• ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 1)	791	**27.00**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 4)	1,204	**41.09**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(5 - 6)	935	**31.91**

- **ผลการประเมินการปฏิบัติตามกฎหมายเปรียบเทียบช่วงเวลาหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้**

ตารางที่ 4.9 สัดส่วนของผู้บริโภคที่ระบุว่าสามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย เปรียบเทียบช่วงเวลาหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี (มีนาคม 2552)

สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ไม่เคยไปซื้อในสถานที่ดังกล่าว	1,640	79.77	1,970	88.10	**เพิ่มขึ้น**
เคยไปซื้อและซื้อได้ในสถานที่ห้ามจำหน่ายอย่างน้อย 1 แห่ง	416	20.23	266	11.90	**ลดลง**
• วัด/ศาสนสถานต่างๆ	12	2.88	2	0.75	**ลดลง**
• สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	10	2.40	-	-	**ลดลง**
• สถานที่ทางราชการต่างๆ	11	2.64	4	1.50	**ลดลง**
• หอพัก	286	68.75	238	89.47	**เพิ่มขึ้น**
• โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ	32	7.69	12	4.51	**ลดลง**
• สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	64	15.38	-	-	**ลดลง**
• สวนสาธารณะของราชการ	18	4.33	10	3.76	**ลดลง**
รวมกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่ามีประสบการณ์ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	**2,056**	**100**	**2,236**	**100**	-

การเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า

ผู้บริโภคเคยไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสามารถซื้อได้ในสถานที่ห้ามจำหน่ายที่กำหนดไว้ใน พ.ร.บ.ฯ ถึงประมาณ *ร้อยละ 20.23* ในช่วงกันยายน 2551 และ*ร้อยละ 11.90* ในช่วงมีนาคม 2552

เมื่อพิจารณาการมีประสบการณ์สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายตาม พ.ร.บ.ฯ พบว่า หลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1ปี ผู้บริโภคสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในสถานที่ห้ามจำหน่ายลดลง แสดงว่า ผู้จำหน่ายยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้จำหน่ายและประชาชนทราบอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง หรือยังขาดความร่วมมือจากผู้จำหน่ายและประชาชน ตลอดจนยังขาดการจับกุมอย่างจริงจัง

ตารางที่ 4.10 สัดส่วนของผู้บริโภคที่เคยซื้อและเคยถูกปฏิเสธการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่าย เปรียบเทียบช่วงเวลาหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี (มีนาคม 2552)

เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่าย ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	**หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)**		**หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)**		**ทิศทางการเปลี่ยนแปลง**
	จำนวน	**ร้อยละ**	**จำนวน**	**ร้อยละ**	
ไม่เคยซื้อ	456	22.18	782	26.69	**เพิ่มขึ้น**
เคยซื้อ	1,600	77.82	2,148	73.31	**ลดลง**
• เคยซื้อและซื้อได้	1,280	80.00	1,760	81.93	**เพิ่มขึ้น**
• เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้	320	20.00	388	18.06	**ลดลง**
รวมกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	2,056	100	2,930	100	-

ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่าย (คือ ระหว่างเวลา 14.00 – 17.00 น. และ 24.00 – 11.00 น.) หลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน ผู้บริโภคเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย *ร้อยละ 77.82* ลดลงเหลือ *ร้อยละ 73.31* หลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี ซึ่งลดลงเพียงเล็กน้อย แสดงว่า ยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ ควรจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบและเข้มงวดให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างจริงจัง

ตารางที่ 4.11 ร้อยละของผู้บริโภคที่ระบุสื่อที่เคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เปรียบเทียบหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลังพ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี (มีนาคม2552)

สื่อที่เคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่พบเห็นหรือได้ยิน				ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
โทรทัศน์	1,674	57.17	305	10.41	**ลดลง**
ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง)	2,156	73.63	223	7.61	**ลดลง**
สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, วารสาร, แผ่นพับ , โบว์ชัว ฯลฯ	1,997	68.20	1,130	38.57	**ลดลง**
วิทยุ	1,060	36.20	381	13.00	**ลดลง**
อินเตอร์เน็ต	70	2.40	71	2.42	**เพิ่มขึ้น**
สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า, รถแท็กซี่ ,รถไฟ, รถขนส่งต่างๆ ฯลฯ)	85	2.91	57	1.95	**ลดลง**
ในร้านค้า	2,703	92.33	1,297	44.27	**ลดลง**
สื่อบุคคล (สาวเชียร์เหล้า, เบียร์ ฯลฯ)	1,079	36.85	268	9.15	**ลดลง**
• ไม่เคยพบเห็นหรือได้ยินในรอบ 1 วันที่ผ่านมา	579	19.77	1,349	46.04	**เพิ่มขึ้น**
• เคยพบเห็นหรือได้ยินอย่างน้อย 1 ครั้ง ในรอบ 1 วันที่ผ่านมา	2,349	80.23	1,581	53.96	**ลดลง**

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อต่างๆ พบว่า

หลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี สัดส่วนของผู้บริโภคที่เคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านสื่อต่างๆ ส่วนใหญ่ลดลง สื่อที่พบเห็นมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ร้านค้า *ร้อยละ 44.27* สื่อสิ่งพิมพ์ *ร้อยละ 38.57* และวิทยุ *ร้อยละ 13.00*

สัดส่วนของผู้บริโภคที่พบเห็นหรือได้ยินการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อใดสื่อหนึ่งอย่างน้อย 1 ครั้ง ในรอบ 1 วันที่ผ่านมาลดลงเล็กน้อยหลังจาก พ.ร.บ.มีผลบังคับใช้ คือ จาก *ร้อยละ 80.23* เป็น*ร้อยละ 53.96* แสดงว่ายังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการขาดความร่วมมือของภาคธุรกิจ หรือยังขาดการจับกุมอย่างจริงจัง

บทที่ 5
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะประกอบด้วย พฤติกรรมการจำหน่ายของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การรับรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้จำหน่ายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยประมาณ 40 ปี ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 35 – 54 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ส่วนตัวประมาณ 5,000 - 10,000 บาท และผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเจ้าของร้าน (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 496)	รวม
เพศ		
● ชาย	238	**47.98**
● หญิง	258	**52.02**
อายุ		
● ต่ำกว่า 20 ปี	-	**-**
● 20 – 24 ปี	22	**4.44**
● 25 – 29 ปี	32	**6.45**
● 30 – 34 ปี	53	**10.69**
● 35 – 39 ปี	99	**19.96**
● 40 – 44 ปี	106	**21.37**
● 45 – 49 ปี	89	**17.94**
● 50 – 54 ปี	67	**13.51**
● 55 – 59 ปี	10	**2.02**
● 60 ปีขึ้นไป	18	**3.63**
อายุเฉลี่ย	**40.30**	
อายุต่ำสุด	**20**	
อายุสูงสุด	**75**	
สถานภาพ		
● โสด	148	**29.84**
● สมรส	321	**64.72**
● หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	27	**5.44**
การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด		
● ไม่ได้เรียน	20	**4.03**
● มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	184	**37.10**
● มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	158	**31.85**
● อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	75	**15.12**
● ปริญญาตรี	59	**11.90**
● สูงกว่าปริญญาตรี	-	**-**

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 496)	ร้อยละ
อาชีพประจำที่เป็นรายได้หลัก		
● รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	3	**0.60**
● ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	79	**15.93**
● ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	322	**64.92**
● นักเรียน / นักศึกษา	18	**3.63**
● รับจ้างทั่วไป	26	**5.24**
● แม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณ	28	**5.65**
● เกษตรกร	-	**-**
● ว่างงาน	20	**4.03**
● อื่นๆ (ลูกน้องในร้าน)	-	**-**
รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ		
● น้อยกว่า 5,000 บาท	28	**5.65**
● 5,001 – 10,000 บาท	177	**35.69**
● 10,001 – 15,000 บาท	60	**12.10**
● 15,001 – 20,000 บาท	58	**11.69**
● 20,001 – 25,000 บาท	49	**9.88**
● 25,001 – 30,000 บาท	42	**8.47**
● 30,001 บาทขึ้นไป	40	**8.06**
● ไม่ระบุ	42	**8.47**
รายได้เฉลี่ย	**18,936.60**	
รายได้ต่ำสุด	**3,000**	
รายได้สูงสุด	**100,000**	

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 496)	ร้อยละ
รายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือนโดยประมาณ		
• น้อยกว่า 5,000 บาท	-	**-**
• 5,001 – 10,000 บาท	28	**5.65**
• 10,001 – 15,000 บาท	21	**4.23**
• 15,001 – 20,000 บาท	35	**7.06**
• 20,001 – 25,000 บาท	37	**7.46**
• 25,001 – 30,000 บาท	25	**5.04**
• 30,001 บาทขึ้นไป	60	**12.10**
• ไม่ระบุ	290	**58.47**
รายได้รวมกันเฉลี่ย	**35,880.50**	
รายได้รวมกันต่ำสุด	**5,200**	
รายได้รวมกันสูงสุด	**160,000**	
ผู้ให้ข้อมูลเป็น		
• เจ้าของร้าน	347	**69.96**
• ลูกจ้างที่ขายของในร้าน	149	**30.04**

1. พฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการศึกษาพบว่า โดยส่วนใหญ่ประเภทร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกรุงเทพมหานคร เป็นร้านขายของชำ /โชว์ห่วย รองลงมาเป็นร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 46.17 , 19.15 และ 16.13 ตามลำดับ

สำหรับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าส่วนใหญ่ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 84.27 โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนใหญ่เป็นใบอนุญาตประเภทที่ 4 และประเภทที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 59.81 และ 39.95 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามประเภทของร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทของร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
ประเภทของร้าน		
● ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	229	**46.17**
● ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะ	28	**5.65**
● ร้านอาหาร	95	**19.15**
● ร้านสะดวกซื้อ	80	**16.13**
● ร้านเครื่องดื่ม	23	**4.64**
● ร้านเร่ขาย	7	**1.41**
● ร้านเหล้าปั่น	18	**3.63**
● ร้านมินิมาร์ท	8	**1.61**
● อื่นๆ (ยาดอง ,ร้านขายส่งเหล้า ,ร้านค้าในห้าง)	8	**1.61**
ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
● ไม่มี	78	**15.73**
● มี	418	**84.27**
● ประเภทที่ 1	-	**-**
● ประเภทที่ 2	1	**0.24**
● ประเภทที่ 3	167	**39.95**
● ประเภทที่ 4	250	**59.81**
● ประเภทที่ 5	-	**-**
● ประเภทที่ 6	-	**-**
● ประเภทที่ 7	-	**-**

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ สุราไทย เหล้าขาว และสปาย/ไวน์คูลเลอร์ คิดเป็นร้อยละ 95.56 , 86.09 ,75.00 และ 75.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.2)

เวลาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าผู้จำหน่ายที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 14.00 – 17.00 น. และเวลา 24.00 – 11.00 น. ซึ่งเป็นเวลาห้ามจำหน่าย เท่ากับ 29.84 และ 18.15 ตามลำดับ สำหรับผู้จำหน่ายที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่จำกัดเวลาขาย คิดเป็นร้อยละ 15.12 (ตารางที่ 5.3)

ตารางที่ 5.2 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ขาย		ไม่ได้ขาย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เบียร์	474	**95.56**	22	**4.44**
2. สปาย / ไวน์คูลเลอร์	372	**75.00**	124	**25.00**
3. เหล้าผสมน้ำผลไม้	79	**15.93**	417	**84.07**
4. เหล้าผสมพร้อมดื่ม	69	**13.91**	427	**86.09**
5. เหล้าขาว	372	**75.00**	124	**25.00**
6. สุราไทย	427	**86.09**	69	**13.91**
7. บรั่นดี	179	**36.09**	317	**63.91**
8. สุรากลั่นชุมชน	25	**5.04**	471	**94.96**
9. ไวน์	45	**9.07**	451	**90.93**
10. สุราต่างประเทศ	263	**53.02**	233	**46.98**
11. เหล้าเถื่อน	-	**-**	-	**-**
12. เชี่ยงชุน / เหมาไถ / สุราจีน	164	**33.06**	332	**66.94**
13. อุ / กระแช่ / สาโท	24	**4.84**	472	**95.16**
14. อื่นๆ	-	**-**	-	**-**

ตารางที่ 5.3 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามช่วงเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ช่วงเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ขาย		ไม่ได้ขาย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่จำกัดเวลาขาย	75	**15.12**	421	**84.88**
2. เวลา 11.00 – 14.00 น.	447	**90.12**	49	**9.88**
3. เวลา 14.00 – 17.00 น.	148	**29.84**	348	**70.16**
4. เวลา 17.00 – 24.00 น.	496	**100.00**	-	**-**
5. เวลา 24.00 –11.00 น.	90	**18.15**	406	**81.85**

เหตุผลในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายที่ไม่จำกัดเวลาขาย ตอบว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ คิดเป็นร้อยละ 57.33 และตอบว่าไม่รู้ว่าผิดระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 32.00 ทั้งนี้ผลที่ตามมาจากการขายในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 57.33 ถูกตักเตือนร้อยละ 29.33 (ตารางที่ 5.4)

ส่วนผู้จำหน่ายที่ขายในเวลา 14.00 – 17.00 น. ตอบว่าไม่รู้ว่าผิดระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 50.68 ตอบว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ คิดเป็นร้อยละ 29.73 ทั้งนี้ผลที่ตามมาจากการขายในช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 70.27 ถูกตักเตือนเพียงร้อยละ 3.38 เท่านั้น (ตารางที่ 5.4)

อย่างไรก็ตาม ผู้จำหน่ายที่ขายในเวลา 24.00 – 11.00 น. ตอบว่าไม่รู้ว่าผิดระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 33.33 รู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ ร้อยละ 35.56 ทั้งนี้ผลที่ตามมาจากการขายในช่วงเวลาดังกล่าวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 62.22 ถูกตักเตือนเพียงร้อยละ 3.33 และที่สำคัญไม่เคยมีใครถูกจับกุมแม้แต่รายเดียว (ตารางที่ 5.4)

ตารางที่ 5.4 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามเหตุผลที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่ายและผลที่ตามมา

เหตุผลที่ขายและผลที่ตามมา	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
1. ไม่จำกัดเวลาขาย แล้วแต่มีใครมาซื้อตอนไหนก็ขายตอนนั้น		
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	24	**32.00**
● รู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	43	**57.33**
● ไม่ระบุ	8	**10.67**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	43	**57.33**
● เคยถูกตักเตือน	22	**29.33**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	10	**13.33**
2. เวลา 14.00 น. –17.00 น. (บ่ายสองถึงห้าโมงเย็น)		
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	75	**50.68**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	44	**29.73**
● ไม่ระบุ	29	**19.59**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	104	**70.27**
● เคยถูกตักเตือน	5	**3.38**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	39	**26.35**

เหตุผลที่ขายและผลที่ตามมา	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
3. เวลา 24.00 น.–เวลา 11.00 น. (หลังเวลาเที่ยงคืน ถึงก่อนห้าโมงเช้า)		
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	30	**33.33**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	32	**35.56**
● ไม่ระบุ	28	**31.11**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	56	**62.22**
● เคยถูกตักเตือน	3	**3.33**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	31	**34.44**

กรณี **กลุ่มลูกค้า** พบว่าผู้จำหน่าย จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 17.74 และเมื่อสอบถามถึงเหตุผลที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าผู้จำหน่ายตอบว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ คิดเป็นร้อยละ 39.11 รวมทั้งผลที่ตามมาก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 41.94 ที่สำคัญไม่เคยมีใครถูกจับกุมแม้แต่รายเดียว (ตารางที่ 5.5)

ตารางที่ 5.5 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามการขายให้กับบุคคลในช่วงอายุต่างๆ

การขายให้กับบุคคลในช่วงอายุ	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
1. อายุที่น้อยที่สุดที่ขายให้		
• ต่ำกว่า 20 ปี	88	**17.74**
• 20 – 24 ปี	349	**70.36**
• 25 – 29 ปี	39	**7.86**
• 30 – 34 ปี	6	**1.21**
• 35 – 39 ปี	6	**1.21**
• 40 – 44 ปี	1	**0.20**
• 45 – 49 ปี	1	**0.20**
• 50 – 54 ปี	-	**-**
• 55 – 59 ปี	2	**0.40**
• 60 ปีขึ้นไป	2	**0.40**
• ไม่ระบุ	2	**0.40**
ต่ำสุด	**12**	
สูงสุด	**60**	
ค่าเฉลี่ย	**22.63**	
2. กรณีที่เคยขายให้กับคนอายุต่ำกว่า 20 ปี ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา		
เหตุผลที่ขาย		
• ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	90	**18.15**
• รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	194	**39.11**
• ไม่ระบุ	212	**42.74**
ผลที่ตามมา		
• ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	208	**41.94**
• เคยถูกตักเตือน	73	**14.72**
• เคยถูกจับกุม	-	**-**
• ไม่ระบุ	215	**43.35**

ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามสถานที่ต่างๆ พบว่าส่วนใหญ่ของผู้จำหน่าย ร้อยละ 90 - 100 ไม่ได้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย แต่ที่พบว่าสถานที่ที่มีการละเมิดสูงที่สุดก็คือ หอพัก คิดเป็นร้อยละ 9.68 ทั้งนี้เหตุผลสำคัญก็คือไม่รู้ว่าผิดระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 83.33 และรู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ เพียงร้อยละ 4.17 โดยผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 83.33 และที่สำคัญไม่เคยถูกตักเตือนและไม่เคยถูกจับกุมเลยแม้แต่รายเดียว (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สถานที่จำหน่าย	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
1. วัด / ศาสนสถานต่างๆ		
● ไม่ได้ขาย	496	**100.00**
● ขาย	-	**-**
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	-	**-**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	-	**-**
● เคยถูกตักเตือน	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
2. โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ		
● ไม่ได้ขาย	489	**98.59**
● ขาย	7	**1.41**
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	2	**28.57**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	5	**71.43**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	2	**28.57**
● เคยถูกตักเตือน	5	**71.43**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**

สถานที่จำหน่าย	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
3. สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี		
● ไม่ได้ขาย	493	**99.40**
● ขาย	3	**0.60**
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	1	**33.33**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	2	**66.67**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	1	**33.33**
● เคยถูกตักเตือน	2	**66.67**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
4. สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน		
● ไม่ได้ขาย	496	**100.00**
● ขาย	-	**-**
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	-	**-**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	-	**-**
● เคยถูกตักเตือน	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**

สถานที่จำหน่าย	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
5. สถานที่ทางราชการต่างๆ		
● ไม่ได้ขาย	494	**99.60**
● ขาย	2	**0.40**
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	-	**-**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	2	**100.00**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	2	**100.00**
● เคยถูกตักเตือน	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
6. หอพัก		
● ไม่ได้ขาย	448	**90.32**
● ขาย	48	**9.68**
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	40	**83.33**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	2	**4.17**
● ไม่ระบุ	6	**12.50**
ผลที่ตามมา		
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	40	**83.33**
● เคยถูกตักเตือน	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	8	**16.67**

สถานที่จำหน่าย	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
7. สวนสาธารณะของทางราชการ		
● ไม่ได้ขาย	488	**98.39**
● ขาย	8	**1.61**
เหตุผลที่ขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	8	**100.00**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	8	**100.00**
● เคยถูกตักเตือน	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**

สำหรับ **ราคาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ถูกที่สุด** พบว่าผู้จำหน่าย จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุดระหว่าง 26 ─ 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.08 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 25 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.27 โดยส่วนมากเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋อง เป๊ก ขวดกลม ขวดเล็ก และกั๊ก คิดเป็นร้อยละ 27.02, 18.55, 18.15, 9.68 และ 9.68 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.7)

ตารางที่ 5.7 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามราคาและลักษณะบรรจุภัณฑ์

ราคาและลักษณะบรรจุภัณฑ์	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
1. การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุด ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา		
• น้อยกว่า 25 บาท	170	**34.27**
• 26 – 50 บาท	174	**35.08**
• 51 – 75 บาท	15	**3.02**
• 76 - 100 บาท	34	**6.85**
• 101 – 125 บาท	10	**2.02**
• 126 – 150 บาท	11	**2.22**
• 151 – 175 บาท	15	**3.02**
• 176 – 200 บาท	20	**4.03**
• 200 บาทขึ้นไป	47	**9.48**
• ไม่ระบุ	-	**-**
ค่าต่ำสุด	**10**	
ค่าสูงสุด	**380**	
ค่าเฉลี่ย	**113.50**	
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ขาย		
• ฝา	-	**-**
• เป๊ก	92	**18.55**
• กั๊ก	48	**9.68**
• ก๊ง	8	**1.61**
• แก้ว	20	**4.03**
• ขวดลิโพ	20	**4.03**
• กระป๋อง	134	**27.02**
• ขวดแบน	32	**6.45**
• ขวดเล็ก	48	**9.68**
• ขวดกลม	90	**18.15**
• อื่นๆ (เหยือก ,หลอด)	4	**0.81**
• ไม่ระบุ	-	**-**

การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ ร้อยละ 69 - 99 ไม่เคยส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การลดราคา การแลก/แจก/แถม การลองชิม/ลองดื่ม การให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงิน การจับฉลากชิงรางวัล การขายตรง การขายผ่านการเป็นสมาชิก การขายพ่วง การเร่ขาย การให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ การจูงใจให้ซื้อ/ดื่มด้วยสาวเชียร์เบียร์เชียร์เหล้า อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารูปแบบของการส่งเสริมการขายที่เคยใช้ พบว่าผู้จำหน่ายนิยมใช้การให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงิน การขายตรง และการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 30.24, 19.96 และ 19.76 สำหรับเหตุผลที่ผู้จำหน่ายใช้การส่งเสริมการขายดังกล่าว พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่าไม่รู้ว่าผิดระเบียบ และมีส่วนน้อยที่ตอบว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับที่สำคัญไม่มีผู้จำหน่ายที่เคยถูกจับกุมแม้แต่รายเดียว (ตารางที่ 5.8)

ตารางที่ 5.8 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามรูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
1. ลดราคา		
● ไม่เคย	398	**80.24**
● เคย	98	**19.76**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	69	**70.41**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	29	**29.59**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	90	**91.84**
● เคยถูกตักเตือน	8	**8.16**
● เคยถูกจับ	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
2. แลก – แจก - แถม		
● ไม่เคย	466	**93.95**
● เคย	30	**6.05**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	14	**46.67**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	16	**53.33**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	22	**73.33**
● เคยถูกตักเตือน	8	**26.67**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**

รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
3. ลองชิม ลองดื่ม		
● ไม่เคย	461	**92.94**
● เคย	35	**7.06**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	26	**74.29**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	9	**25.71**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	32	**91.43**
● เคยถูกตักเตือน	3	**8.57**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
4. ให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน		
● ไม่เคย	346	**69.76**
● เคย	150	**30.24**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	113	**75.33**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	9	**6.00**
● ไม่ระบุ	28	**18.67**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	121	**80.67**
● เคยถูกตักเตือน	1	**0.67**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	28	**18.67**

รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
5. จับฉลาก / ชิงรางวัล		
● ไม่เคย	456	**91.94**
● เคย	40	**8.06**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	32	**80.00**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	8	**20.00**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	38	**95.00**
● เคยถูกตักเตือน	2	**5.00**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
6. ขายตรง		
● ไม่เคย	397	**80.04**
● เคย	99	**19.96**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	89	**88.90**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	10	**10.10**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	96	**96.97**
● เคยถูกตักเตือน	3	**3.03**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**

รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
7. ขายผ่านการเป็นสมาชิก		
● ไม่เคย	466	**93.95**
● เคย	30	**6.05**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	27	**90.00**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	3	**10.00**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	29	**96.67**
● เคยถูกตักเตือน	1	**3.33**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**
8. ขายพ่วง		
● ไม่เคย	481	**96.98**
● เคย	15	**3.02**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	9	**60.00**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	6	**40.00**
● ไม่ระบุ	-	**-**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	15	**100.00**
● เคยถูกตักเตือน	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	**-**

รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n= 496)	ร้อยละ
9. เร่ขาย		
● ไม่เคย	492	**99.19**
● เคย	4	**0.81**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	2	**50.00**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	2	**50.00**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	2	**50.00**
● เคยถูกตักเตือน	2	**50.00**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
10. ให้ประสิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ		
● ไม่เคย	486	**97.98**
● เคย	10	**2.02**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	6	**60.00**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	4	**40.00**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	6	**60.00**
● เคยถูกตักเตือน	4	**40.00**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**
11. จูงใจให้ซื้อ / ดื่มด้วยสาวเชียร์เบียร์ เหล้า		
● ไม่เคย	446	**89.92**
● เคย	50	**10.08**
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	40	**80.00**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	10	**20.00**
ผลที่ตามมา		
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	48	**96.00**
● เคยถูกตักเตือน	2	**4.00**
● เคยถูกจับกุม	-	**-**

2. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **มาตรการเพื่อควบคุมเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา คิดเป็นร้อยละ 96.37 เมื่อพิจารณาในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายที่ตอบถูกว่าเวลา 14.00-17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เท่ากับร้อยละ 59.88 ในขณะที่ผู้จำหน่ายที่ตอบถูกว่าเวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เท่ากับร้อยละ 78.23 (ตารางที่ 5.9)

- **มาตรการเพื่อควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 97.98 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้จำหน่ายถึงร้อยละ 50 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 30.24 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก และร้อยละ 20.36 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 5.9)

- **มาตรการเพื่อควบคุมสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 97.98 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้จำหน่ายถึงร้อยละ 53.02 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 45.97 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก ร้อยละ 25.81 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 5.9)

- **มาตรการเพื่อควบคุมการโฆษณา การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ ร้อยละ 82.86 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสื่นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง ร้อยละ 75.20 ตอบถูกว่ามีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม ร้อยละ 72.58 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสื่นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง และร้อยละ 56 - 64 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วงการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติและในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น (ตารางที่ 5.9)

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ร้อยละ 62.90 ตอบถูกว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 45.56 ที่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา และร้อยละ 46.98 ที่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย (ตารางที่ 5.9)

ตารางที่ 5.9 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*เวลาจำหน่าย***						
● มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	478	**96.37**	-	**-**	18	**3.63**
● เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	223	**44.96**	174	**35.08**	99	**19.96**
● เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	297	**59.88**	75	**15.12**	124	**25.00**
● เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	273	**55.04**	149	**30.04**	74	**14.92**
● เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	388	**78.23**	39	**7.86**	69	**13.91**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	รวม	จำนวน	รวม	จำนวน	รวม
● **มาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่จำหน่าย***						
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	486	**97.98**	-	**-**	10	**2.02**
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	454	**91.53**	24	**4.84**	18	**3.63**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์	98	**19.76**	200	**40.32**	248	**50.00**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	387	**78.02**	79	**15.93**	30	**6.05**
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	408	**82.26**	53	**10.69**	35	**7.06**
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	320	**64.52**	75	**15.12**	101	**20.36**
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	446	**89.92**	25	**5.04**	25	**5.04**
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	109	**21.98**	237	**47.78**	150	**30.24**
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	397	**80.04**	24	**4.84**	75	**15.12**
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	388	**78.23**	52	**10.48**	56	**11.29**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	รวม
● **มาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่ดื่ม***						
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	486	**97.98**	-	**-**	10	**2.02**
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	460	**92.74**	20	**4.03**	16	**3.23**
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	78	**15.73**	155	**31.25**	263	**53.02**
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	397	**80.04**	69	**13.91**	30	**6.05**
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	388	**78.23**	69	**13.91**	39	**7.86**
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	293	**59.07**	75	**15.12**	128	**25.81**
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	466	**93.95**	25	**5.04**	25	**5.04**
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	98	**19.76**	170	**34.27**	228	**45.97**
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	416	**83.87**	24	**4.84**	56	**11.29**
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	369	**74.40**	52	**10.48**	75	**15.12**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*การควบคุมการโฆษณา***						
1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่ม แล้วดีมีประโยชน์ ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสื่อเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	411	**82.86**	10	**2.02**	75	**15.12**
2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	373	**75.20**	34	**6.85**	89	**17.94**
3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสื่อเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	360	**72.58**	40	**8.06**	96	**19.35**
4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	322	**64.92**	50	**10.08**	124	**25.00**
5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง	278	**56.05**	98	**19.76**	120	**24.19**
6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	288	**58.06**	70	**14.11**	138	**27.82**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*การควบคุมการจำหน่าย***						
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	303	**61.09**	145	**29.23**	48	**9.68**
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	312	**62.90**	136	**27.42**	48	**9.68**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา	226	**45.56**	74	**14.92**	196	**39.52**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย	233	**46.98**	68	**13.71**	195	**39.31**
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	392	**79.03**	29	**5.85**	75	**15.12**
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	256	**51.61**	74	**14.92**	166	**33.47**

3. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **ความรู้ด้านมาตรการเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา คิดเป็นร้อยละ 96.37 เมื่อพิจารณาในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายที่ไม่รู้ว่าเวลา 14.00-17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เท่ากับร้อยละ 59.88 และผู้จำหน่ายที่รู้ว่าเวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เท่ากับร้อยละ 78.23 (ตารางที่ 5.10)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 97.98 แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ร้อยละ 80.24 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 78.02 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก และร้อยละ 35.48 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 5.10)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่ดื่ม**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 97.98 แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ร้อยละ 84.27 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 80.24 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก และร้อยละ 40.93 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 5.10)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขาย**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ 56 - 82 รู้ว่ามีมาตรการควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ ได้แก่ มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสื่อเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสื่อเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายในรูปแบบการขายพ่วง และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ (ตารางที่ 5.10)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ร้อยละ 62.90 รู้ว่าปัจจุบันมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.44 ไม่รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.02 ไม่รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว

ทั้งนี้ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ ร้อยละ 79.03 รู้ว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ และร้อยละ 51.61 รู้ว่ามีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 5.10)

ตารางที่ 5.10 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามการทราบถึงมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*เวลาจำหน่าย*				
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	478	**96.37**	18	**3.63**
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	223	**44.96**	273	**55.04**
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	297	**59.88**	199	**40.12**
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	273	**55.04**	223	**44.96**
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	388	**78.23**	108	**21.77**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่จำหน่าย***				
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	486	**97.98**	10	**2.02**
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	454	**91.53**	42	**8.47**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์	98	**19.76**	398	**80.24**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	387	**78.02**	109	**21.98**
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	408	**82.26**	88	**17.74**
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	320	**64.52**	176	**35.48**
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบัน การศึกษาต่างๆ	446	**89.92**	50	**10.08**
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	109	**21.98**	387	**78.02**
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	397	**80.04**	99	**19.96**
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	388	**78.23**	108	**21.77**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
• **มาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่ดื่ม***				
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	486	**97.98**	10	**2.02**
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	460	**92.74**	36	**7.26**
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	78	**15.73**	418	**84.27**
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	397	**80.04**	99	**19.96**
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	388	**78.23**	108	**21.77**
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	293	**59.07**	203	**40.93**
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	466	**93.95**	30	**6.05**
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	98	**19.76**	398	**80.24**
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	416	**83.87**	80	**16.13**
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	369	**74.40**	127	**25.60**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*การควบคุมการโฆษณา***				
1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	411	**82.86**	85	**17.14**
2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	373	**75.20**	123	**24.80**
3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	360	**72.58**	136	**27.42**
4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	322	**64.92**	174	**35.08**
5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง	278	**56.05**	218	**43.95**
6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	288	**58.06**	208	**41.94**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*<u>การควบคุมการจำหน่าย</u>***				
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	303	**61.09**	193	**38.91**
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	312	**62.90**	184	**37.10**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่คนเมา	226	**45.56**	270	**54.44**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย	233	**46.98**	263	**53.02**
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	392	**79.03**	104	**20.97**
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	256	**51.61**	240	**48.39**

4. ระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

● **มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย** พบว่าผู้จำหน่ายมีความรู้ระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 55.85 และ 28.83 ตามลำดับ

● **มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย** พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีความรู้ระดับมากถึงปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 75.60 และ 16.94 ตามลำดับ

● **มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม** พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีความรู้ระดับมากถึงปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 70.16 และ 23.99 ตามลำดับ

● **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา** พบว่าผู้จำหน่ายส่วนมากมีความรู้ระดับมากถึงปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.58 และ 39.92 ตามลำดับ

● **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย** พบว่าผู้จำหน่ายส่วนมากมีความรู้ระดับปานกลางถึงน้อย คิดเป็นร้อยละ 59.27 และ 25.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.11)

ตารางที่ 5.11 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับความรู้มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		จำนวน (n = 496)	ร้อยละ
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 1)	76	**15.32**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 3)	277	**55.85**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(4 - 5)	143	**28.83**
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 3)	37	**7.46**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(4 - 6)	84	**16.94**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(7 -10)	375	**75.60**
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 3)	29	**5.85**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(4 - 6)	119	**23.99**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(7 - 10)	348	**70.16**
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 1)	62	**12.50**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 4)	198	**39.92**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(5 - 6)	236	**47.58**
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 1)	124	**25.00**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 4)	294	**59.27**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(5 - 6)	78	**15.73**

5. ข้อสังเกต สิ่งที่พบเห็นได้ ณ จุดขาย

- ป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบป้ายโฆษณา ณ จุดขาย คิดเป็นร้อยละ 80.04

- คนชี้ชวนให้ดื่ม พบว่าส่วนใหญ่ไม่พบคนชี้ชวนให้ดื่ม ณ จุดขาย คิดเป็นร้อยละ 84.27

- ป้ายคำเตือนห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบป้ายคำเตือนห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี ณ จุดขาย คิดเป็นร้อยละ 60.69

- ป้ายคำเตือน ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น. พบว่าส่วนใหญ่ไม่พบป้ายคำเตือนดังกล่าว ณ จุดขาย คิดเป็นร้อยละ 75.00

- ป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ไม่ซ้อนท้ายคนเมา พบว่าส่วนใหญ่ไม่พบป้ายคำเตือนดังกล่าว ณ จุดขาย คิดเป็นร้อยละ 85.08

- การโฆษณาให้ซื้อเครื่องดื่ม ลด-แลก-แจก-แถม-ชิงรางวัล พบว่าส่วนใหญ่ไม่พบป้ายโฆษณาดังกล่าว ณ จุดขาย คิดเป็นร้อยละ 90.12 (ตารางที่ 5.12)

ตารางที่ 5.12 ร้อยละของผู้เก็บข้อมูล จำแนกตามข้อสังเกต สิ่งที่พบเห็นได้ ณ จุดขาย

ข้อสังเกต สิ่งที่พบเห็นได้ ณ จุดขาย	มี		ไม่มี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	99	**19.96**	397	**80.04**
2. คนชี้ชวนให้ดื่ม	78	**15.73**	418	**84.27**
3. ป้ายคำเตือน ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี	195	**39.31**	301	**60.69**
4. ป้ายคำเตือน ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น.	124	**25.00**	372	**75.00**
5. ป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ไม่ซ้อนท้ายคนเมา	74	**14.92**	422	**85.08**
6. การโฆษณาให้ซื้อเครื่องดื่ม ลด–แลก-แจก–แถม-ชิงรางวัล	49	**9.88**	447	**90.12**

- **ผลการประเมินการปฏิบัติตามกฎหมายเปรียบเทียบช่วงเวลาหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้**

ตารางที่ 5.13 สัดส่วนของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ระบุว่าขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย เหตุผลที่ขาย และผลที่ตามมา เปรียบเทียบช่วงเวลาหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี (มีนาคม 2552)

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. เวลา 14.00 น. –17.00 น. (บ่ายสองถึงห้าโมงเย็น)					
● ไม่ได้ขาย	475	69.44	348	70.16	**เพิ่มขึ้น**
● ขาย	209	30.56	148	29.84	**ลดลง**
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	107	51.20	75	50.68	**ลดลง**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	39	18.66	44	29.73	**เพิ่มขึ้น**
● ไม่ระบุ	63	30.14	29	19.59	**ลดลง**
ผลที่ตามมา					
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	138	66.03	104	70.27	**เพิ่มขึ้น**
● เคยถูกตักเตือน	3	1.44	5	3.38	**เพิ่มขึ้น**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**
● ไม่ระบุ	68	32.53	39	26.35	**ลดลง**
2. เวลา 24.00 น. – เวลา 11.00 น. (หลังเวลาเที่ยงคืนถึงก่อนห้าโมงเช้า)					
● ไม่ได้ขาย	581	84.94	406	81.85	**ลดลง**
● ขาย	103	15.06	90	18.15	**เพิ่มขึ้น**
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	29	28.16	30	33.33	**เพิ่มขึ้น**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	33	32.04	32	35.56	**เพิ่มขึ้น**
● ไม่ระบุ	41	39.80	28	31.11	**ลดลง**
ผลที่ตามมา					
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	60	58.25	56	62.22	**เพิ่มขึ้น**
● เคยถูกตักเตือน	-	-	3	3.33	**เพิ่มขึ้น**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**
● ไม่ระบุ	43	41.75	31	34.44	**ลดลง**

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 14.00 น. – 17.00 น. พบว่า หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ผู้จำหน่ายขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาดังกล่าว ร้อยละ 30.56 ลดลงเหลือร้อยละ 29.84 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี โดยเหตุผลที่ขาย รู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.66 เป็นร้อยละ 29.73 และผลที่ตามมาจากการขายคือ ไม่มีอะไรเกิดขึ้นจากร้อยละ 66.03 เป็นร้อยละ 70.27

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00 น. – 11.00 น. พบว่า หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ผู้จำหน่ายขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาดังกล่าว ร้อยละ 15.06 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 18.15 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี โดยเหตุผลที่ขายไม่รู้ว่าผิดระเบียบ รู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับเพิ่มขึ้น และผลที่ตามมาคือไม่เกิดอะไรขึ้นเพิ่มขึ้นด้วย แสดงว่า ผู้จำหน่ายยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้จำหน่ายและประชาชนทราบอย่างทั่วถึงและต่อเนื่องหรือยังขาดความร่วมมือจากผู้จำหน่ายและประชาชน ตลอดจนยังขาดการจับกุมอย่างจริงจัง (ตารางที่ 5.13)

ตารางที่ 5.14 สัดส่วนของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ระบุว่าขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงอายุต่างๆ เหตุผลที่ขาย และผลที่ตามมา เปรียบเทียบช่วงเวลาหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี (มีนาคม 2552)

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลในช่วงอายุ	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. อายุที่น้อยที่สุดที่ขายให้					
● ต่ำกว่า 20 ปี	145	21.20	88	17.74	**ลดลง**
● 20 – 24 ปี	411	60.09	349	70.36	**เพิ่มขึ้น**
● 25 – 29 ปี	21	3.07	39	7.86	**เพิ่มขึ้น**
● 30 – 34 ปี	5	0.73	6	1.21	**เพิ่มขึ้น**
● 35 – 39 ปี	5	0.73	6	1.21	**เพิ่มขึ้น**
● 40 – 44 ปี	-	-	1	0.20	**เพิ่มขึ้น**
● 45 – 49 ปี	-	-	1	0.20	**เพิ่มขึ้น**
● 50 – 54 ปี	-	-	-	-	**-**
● 55 – 59 ปี	3	0.44	2	0.40	**ลดลง**
● 60 ปีขึ้นไป	3	0.44	2	0.40	**ลดลง**
● ไม่ระบุ	91	13.30	2	0.40	**ลดลง**
2. กรณีที่เคยขายให้กับคนอายุต่ำกว่า 20 ปี ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา					
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	107	15.64	90	18.15	**เพิ่มขึ้น**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	212	30.99	194	39.11	**เพิ่มขึ้น**
● ไม่ระบุ	365	53.36	212	42.74	**ลดลง**
ผลที่ตามมา					
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	255	37.28	208	41.94	**เพิ่มขึ้น**
● เคยถูกตักเตือน	62	9.06	73	14.72	**เพิ่มขึ้น**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**
● ไม่ระบุ	367	53.66	215	43.35	**ลดลง**

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย พบว่า การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 21.20 ลดลงเหลือ ร้อยละ 17.74 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี โดยผู้จำหน่ายมีเหตุผลที่ขายว่า ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 15.64 เป็น 18.15 และรู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 30.99 เป็นร้อยละ 39.11 และผลที่ตามมาคือ ไม่มีอะไรเกิดขึ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37.28 เป็นร้อยละ 41.94 และถูกตักเตือนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.06 เป็นร้อยละ 14.72 แสดงว่าผู้จำหน่ายยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้จำหน่ายและประชาชนทราบอย่างทั่วถึงและต่อเนื่องหรือยังขาดความร่วมมือจากผู้จำหน่ายและประชาชน ตลอดจนยังขาดการจับกุมอย่างจริงจัง (ตารางที่ 5.14)

ตารางที่ 5.15 สัดส่วนของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ระบุว่าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย เหตุผลที่ขาย และผลที่ตามมา เปรียบเทียบหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลังพ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี (มีนาคม2552)

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย เหตุผลที่ขาย และผลที่ตามมา	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. วัด / ศาสนสถานต่างๆ					
● ไม่ได้ขาย	682	99.71	496	100	**เพิ่มขึ้น**
● ขาย	2	0.29		-	**ลดลง**
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	-	-	-	-	**-**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	2	100	-	-	**ลดลง**
● ไม่ระบุ	-	-	-	-	**-**
ผลที่ตามมา					
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	2	100	-	-	**ลดลง**
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานที่ห้ามจำหน่าย เหตุผลที่ขาย และผลที่ตามมา	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
2.โรงเรียน / มหาวิทยาลัย /สถาบันการศึกษาต่างๆ					
● ไม่ได้ขาย	672	98.25	489	98.59	**เพิ่มขึ้น**
● ขาย	12	1.75	7	1.41	**ลดลง**
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	4	33.33	2	28.57	**ลดลง**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	8	66.67	5	71.43	**เพิ่มขึ้น**
● ไม่ระบุ	-	-	-	-	**-**
ผลที่ตามมา					
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	4	33.33	2	28.57	**ลดลง**
● เคยถูกตักเตือน	8	66.67	5	71.43	**เพิ่มขึ้น**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**
3. สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั๊มน้ำมัน/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี					
● ไม่ได้ขาย	678	99.12	493	99.40	**เพิ่มขึ้น**
● ขาย	6	0.88	3	0.60	**ลดลง**
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	2	33.33	1	33.33	**เท่าเดิม**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	4	66.67	2	66.67	**เท่าเดิม**
● ไม่ระบุ	-	-	-	-	**-**
ผลที่ตามมา					
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	4	66.67	1	33.33	**ลดลง**
● เคยถูกตักเตือน	2	33.33	2	66.67	**เพิ่มขึ้น**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานที่ห้ามจำหน่าย เหตุผลที่ขาย และผลที่ตามมา	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
4. สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน					
● ไม่ได้ขาย	684	100	496	100	**เท่าเดิม**
● ขาย	-	-	-	-	**-**
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	-	-	-	-	**-**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-	-	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	-	-	-	**-**
ผลที่ตามมา					
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	-	-	-	-	**-**
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**
5. สถานที่ทางราชการต่างๆ					
● ไม่ได้ขาย	682	99.71	494	99.60	**ลดลง**
● ขาย	2	0.29	2	0.40	**เพิ่มขึ้น**
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	-	-	-	-	**-**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	2	100	2	100.00	**เท่าเดิม**
ผลที่ตามมา					
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	2	100	2	100.00	**เท่าเดิม**
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานที่ห้ามจำหน่าย เหตุผลที่ขาย และผลที่ตามมา	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
6. หอพัก					
● ไม่ได้ขาย	641	93.71	448	90.32	**ลดลง**
● ขาย	43	6.29	48	9.68	**เพิ่มขึ้น**
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	25	58.14	40	83.33	**เพิ่มขึ้น**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	18	41.86	2	4.17	**ลดลง**
● ไม่ระบุ	-	-	6	12.50	**เพิ่มขึ้น**
ผลที่ตามมา					
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	29	67.44	40	83.33	**เพิ่มขึ้น**
● เคยถูกตักเตือน	14	32.56	-	-	**ลดลง**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	-	8	16.67	**เพิ่มขึ้น**
7. สวนสาธารณะของทางราชการ					
● ไม่ได้ขาย	676	98.83	488	98.39	**ลดลง**
● ขาย	8	1.17	8	1.61	**เพิ่มขึ้น**
เหตุผลที่ขาย					
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	8	100	8	100.00	**เท่าเดิม**
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-	-	-	**-**
ผลที่ตามมา					
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	8	100	8	100.00	**เท่าเดิม**
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	-	**-**
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-	**-**

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย มีดังต่อไปนี้

วัด/ศาสนสถานต่างๆ พบว่า ผู้จำหน่ายมีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 0.29 และหลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี ผู้จำหน่ายไม่มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ดังกล่าว

โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ พบว่า ผู้จำหน่ายมีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 1.75 ลดลงเหลือ ร้อยละ 1.41 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี โดยเหตุผลที่ขายไม่รู้ว่าผิดระเบียบ ร้อยละ 33.33 ลดลงเหลือร้อยละ 28.57 และรู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 66.67 เป็นร้อยละ 71.43 ผลที่ตามมาคือ ถูกตักเตือนเพิ่มขึ้น ไม่มีอะไรเกิดขึ้นลดลง

สถานีบริการปั๊มน้ำมันเชื้อเพลิง /ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี พบว่า ผู้จำหน่ายมีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 0.88 ลดลงเหลือ ร้อยละ 0.60 และหลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี

สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน พบว่า ผู้จำหน่ายไม่มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน และหลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี

สถานที่ทางราชการต่างๆ พบว่า ผู้จำหน่ายมีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 0.29 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 0.40 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี โดยเหตุผลที่ขาย รู้ว่าผิดแต่ไม่คิดจะถูกจับ และผลที่ตามมาคือไม่มีอะไรเกิดขึ้น

หอพัก พบว่า ผู้จำหน่ายมีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 6.29 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9.68 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี โดยเหตุผลที่ขายไม่รู้ว่าผิดระเบียบ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 58.14 เป็นร้อยละ 83.33 ผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 67.44 เป็นร้อยละ 83.33

สวนสาธารณะของทางราชการ พบว่า ผู้จำหน่ายมีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 1.17 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 1.61 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี โดยเหตุผลที่ขาย ไม่รู้ว่าผิดระเบียบและผลที่ตามมาคือไม่มีอะไรเกิดขึ้น แสดงว่าผู้จำหน่ายมีการขายในสถานที่ห้ามดื่มลดลง แต่ยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการขาดการจับกุมอย่างจริงจัง (ตารางที่ 5.15)

ตารางที่ 5.16 สัดส่วนข้อสังเกตของพนักงานผู้เก็บข้อมูลที่พบเห็น ณ จุดขาย เปรียบเทียบหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลังพ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี (มีนาคม2552)

สิ่งที่พบเห็น ณ จุดขาย	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	181	24.46	99	19.96	**ลดลง**
2. คนชี้ชวนให้ดื่ม	104	15.20	78	15.73	**เพิ่มขึ้น**
3. ป้ายคำเตือน ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี	313	45.76	195	39.31	**ลดลง**
4. ป้ายคำเตือน ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น.และ 17.00 – 24.00 น.	159	23.25	124	25.00	**เพิ่มขึ้น**
5. ป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ไม่ซ้อนท้ายคนเมา	95	13.89	74	14.92	**เพิ่มขึ้น**
6. การโฆษณาให้ซื้อเครื่องดื่ม ลด–แลก-แจก–แถม-ชิงรางวัล	64	9.36	49	9.88	**เพิ่มขึ้น**

ข้อสังเกตของเจ้าหน้าที่ผู้เก็บข้อมูล มีดังต่อไปนี้

ป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 24.46 ลดลงเหลือร้อยละ 19.96 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี

คนชี้ชวนให้ดื่ม พบว่า หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 15.20 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15.73 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี

ป้ายคำเตือน ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 45.76 ลดลงเหลือร้อยละ 39.31 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี

ป้ายคำเตือน ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะเวลา 11.00 –14.00 น. และ 17.00–24.00 น.พบว่า หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 23.25 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25.00 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี

ป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ไม่ซ้อนท้ายคนเมา พบว่า หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 13.89 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14.92 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี

การโฆษณาให้ซื้อเครื่องดื่ม ลด–แลก-แจก–แถม-ชิงรางวัล พบว่า หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 9.36 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9.88 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี แสดงว่า ผู้จำหน่ายยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้จำหน่ายและประชาชนทราบอย่างทั่วถึงและต่อเนื่องหรือขาดความร่วมมือจากผู้จำหน่าย ตลอดจนยังขาดการดำเนินการตามกฎหมายจากเจ้าหน้าที่อย่างจริงจัง

บทที่ 6
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่สรรพสามิต เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และตำรวจผู้ปฏิบัติงานรับผิดชอบในพื้นที่ที่ศึกษา ในการวิเคราะห์นี้จะครอบคลุมถึงพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ยประมาณ 38.51 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่ตำรวจ สรรพสามิต และสาธารณสุข (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
เพศ		
• ชาย	298	**81.87**
• หญิง	66	**18.13**
อายุ		
• ต่ำกว่า 20 ปี	-	**-**
• 20 – 24 ปี	1	**0.27**
• 25 – 29 ปี	50	**13.74**
• 30 – 34 ปี	60	**16.48**
• 35 – 39 ปี	98	**26.92**
• 40 – 44 ปี	88	**24.18**
• 45 – 49 ปี	43	**11.81**
• 50 – 54 ปี	20	**5.49**
• 55 – 59 ปี	1	**0.27**
• ไม่ระบุ	3	**0.82**
อายุเฉลี่ย	**38.51**	
อายุต่ำสุด	**24**	
อายุสูงสุด	**56**	
สถานภาพ		
• โสด	153	**42.03**
• สมรส	193	**53.02**
• หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	18	**4.95**
• ไม่ระบุ	-	**-**

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด		
• มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	-	**-**
• มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	28	**7.69**
• อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	127	**34.89**
• ปริญญาตรี	189	**51.92**
• สูงกว่าปริญญาตรี	20	**5.49**
ท่านเป็นเจ้าหน้าที่		
• สาธารณสุข	18	**4.95**
• สรรพสามิต	80	**21.98**
• นายตำรวจชั้นประทวน	227	**62.36**
• นายตำรวจชั้นสัญญาบัตร	39	**10.71**
ท่านปฏิบัติงานใน		
• สถานีตำรวจ	266	**73.08**
• สำนักงานสรรพสามิต	80	**21.98**
• กระทรวงสาธารณสุข	18	**4.95**

1. พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ร้อยละ 56.04 ติดตามข่าวสารต่างๆ ทุกวัน โดยเฉลี่ยในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา รองลงมาเป็น 5 - 6 วันต่อสัปดาห์ และ 3 – 4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็น 19.78 และ 17.86 ตามลำดับ โดยสื่อที่เป็นหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 62.09 เคยพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อต่างๆ ในรอบวันที่ผ่านมา โดยพบเห็นหรือได้ยินในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อทุกประเภท ประมาณ 1 - 8 ครั้ง (ตารางที่ 6.1)

ตารางที่ 6.1 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการติดตามข่าวสารต่างๆ

การติดตามข่าวสารต่างๆ	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
1. การติดตามข่าวสารต่างๆ โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา		
• ทุกวัน	204	**56.04**
• 5 – 6 วัน	72	**19.78**
• 3 – 4 วัน	65	**17.86**
• 1 – 2 วัน	18	**4.95**
• ติดตามเป็นบางสัปดาห์	5	**1.37**
• ไม่ได้ติดตามเลย	-	**-**
2. การติดตามข่าวสารต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทใดบ้าง ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา		
• โทรทัศน์	336	**92.31**
• วิทยุ	74	**20.33**
• หนังสือพิมพ์	259	**71.15**
• อินเตอร์เน็ต	108	**29.67**
• นิตยสาร / วารสาร	42	**11.54**
• อื่นๆ (เห็นประกาศ , การพูดคุยทุกช่องทาง)	-	**-**
3. ในรอบวันที่ผ่านมาพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง ฯลฯ บ้างหรือไม่		
• เคยพบเห็น /ได้ยิน	226	**62.09**
• ไม่เคยพบเห็น / ไม่ได้ยิน	138	**37.91**

การติดตามข่าวสารต่างๆ	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
4. การพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อ		
โทรทัศน์		
● 1 ครั้ง	165	**45.33**
● 2 ครั้ง	109	**29.95**
● 3 ครั้ง	51	**14.01**
● 4 ครั้ง	3	**0.82**
● 5 ครั้ง	3	**0.82**
● มากกว่า 5 ครั้ง	1	**0.27**
● ไม่ได้รับสื่อโทรทัศน์	32	**8.79**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**6**	
ค่าเฉลี่ย	**2.10**	
ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง)		
● 1 ครั้ง	172	**47.25**
● 2 ครั้ง	94	**25.82**
● 3 ครั้ง	20	**5.49**
● 4 ครั้ง	5	**1.37**
● 5 ครั้ง	3	**0.82**
● มากกว่า 5 ครั้ง	1	**0.27**
● ไม่ได้รับสื่อป้ายกลางแจ้ง	69	**18.96**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**8**	
ค่าเฉลี่ย	**2.50**	

การติดตามข่าวสารต่างๆ	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)		
● 1 ครั้ง	131	**35.99**
● 2 ครั้ง	88	**24.18**
● 3 ครั้ง	18	**4.95**
● 4 ครั้ง	8	**2.20**
● 5 ครั้ง	2	**0.55**
● มากกว่า 5 ครั้ง	-	**-**
● ไม่ได้รับสื่อสิ่งพิมพ์	117	**32.14**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**5**	
ค่าเฉลี่ย	**1.62**	
วิทยุ		
● 1 ครั้ง	66	**18.13**
● 2 ครั้ง	8	**2.20**
● 3 ครั้ง	2	**0.55**
● ไม่ได้รับสื่อวิทยุ	288	**79.12**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.60**	
อินเทอร์เน็ต		
● 1 ครั้ง	35	**3.62**
● 2 ครั้ง	9	**2.47**
● 3 ครั้ง	4	**1.10**
● ไม่ได้รับสื่ออินเตอร์เน็ต	316	**86.81**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.23**	

การติดตามข่าวสารต่างๆ	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง)		
● 1 ครั้ง	34	**9.34**
● 2 ครั้ง	11	**3.02**
● 3 ครั้ง	1	**0.27**
● ไม่ได้รับสื่อเคลื่อนที่	318	**87.36**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.20**	
ในร้านค้า		
● 1 ครั้ง	116	**31.87**
● 2 ครั้ง	66	**18.13**
● 3 ครั้ง	38	**10.44**
● ไม่ได้รับสื่อในร้านค้า	144	**39.56**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.85**	
สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์		
● 1 ครั้ง	30	**8.24**
● 2 ครั้ง	5	**1.37**
● 3 ครั้ง	1	**0.27**
● ไม่ได้รับสื่อบุคคล	328	**90.11**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.20**	

2. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **มาตรการเพื่อควบคุมเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายทุกคน (ร้อยละ 100) ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละช่วงเวลา พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ราว ร้อยละ 99 - 100 ตอบถูกว่า เวลา 14.00 – 17.00 น. และ เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 6.2)

- **มาตรการเพื่อควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 98.35 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละสถานที่ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายถึงร้อยละ 28.30 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก และร้อยละ 24.73ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 6.2)

- **มาตรการเพื่อควบคุมสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 98.90 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละสถานที่ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายถึงร้อยละ 39.56 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก และร้อยละ 28.85 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 6.2)

- **มาตรการเพื่อควบคุมการโฆษณา การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ร้อยละ 97 – 98 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสื่อเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสื่อเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ (ตารางที่ 6.2)

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

กรณีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย ร้อยละ 88.19 ที่ตอบถูกว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 98.63 ที่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา และร้อยละ 97.80 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย (ตารางที่ 6.2)

ตารางที่ 6.2 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*เวลาจำหน่าย***						
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	359	**98.63**	2	**0.55**	3	**0.82**
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	362	**99.45**	-	**-**	2	**0.55**
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	363	**99.73**	-	**-**	1	**0.27**
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่จำหน่าย***						
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	358	**98.35**	-	**-**	6	**1.65**
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์	349	**95.88**	5	**1.37**	10	**2.75**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	360	**98.90**	-	**-**	4	**1.10**
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	360	**98.90**	-	**-**	4	**1.10**
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	264	**72.53**	10	**2.75**	90	**24.73**
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	255	**70.05**	6	**1.65**	103	**28.30**
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	359	**98.63**	-	**-**	5	**1.37**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
• **มาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่ดื่ม***						
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	360	**98.90**	-	**-**	4	**1.10**
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	350	**96.15**	4	**1.10**	10	**2.75**
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	362	**99.45**	-	**-**	2	**0.55**
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	244	**67.03**	15	**4.12**	105	**28.85**
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	108	**29.67**	112	**30.77**	144	**39.56**
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	357	**98.08**	1	**0.27**	6	**1.65**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*<u>การควบคุมการโฆษณา</u>***						
1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่ม แล้วดีมีประโยชน์ ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	360	**98.90**	-	**-**	4	**1.10**
2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	360	**98.90**	-	**-**	4	**1.10**
3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	360	**98.90**	-	**-**	4	**1.10**
4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	354	**97.25**	5	**1.37**	5	**1.37**
5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง	360	**98.90**	-	**-**	4	**1.10**
6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	358	**98.35**	-	**-**	6	**1.65**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **มาตรการเกี่ยวกับ*การควบคุมการจำหน่าย***						
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	317	**87.09**	46	**12.64**	1	**0.27**
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	321	**88.19**	40	**10.99**	3	**0.82**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา	359	**98.63**	-	**-**	5	**1.37**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย	356	**97.80**	-	**-**	8	**2.20**
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	364	**100.00**	-	**-**	-	**-**
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	360	**98.90**	-	**-**	4	**1.10**

3. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **ความรู้ด้านมาตรการเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายทุกคน (ร้อยละ 100) รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา เมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงเวลา พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายทุกคน (ร้อยละ 100) ตอบถูกว่าเวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และส่วนใหญ่ร้อยละ 98.63 ตอบถูกว่าเวลา 14.00-17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 6.3)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 98.35 รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 29.95 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก และร้อยละ 27.47 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 6.3)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่ดื่ม**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ร้อยละ 98.90 รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท แต่เมื่อสอบถามในรายละเอียดแต่ละสถานที่ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 70.33 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก และร้อยละ 32.97 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการโฆษณา**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 97 - 98 รู้ว่ามีมาตรการควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ ได้แก่ มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายในรูปแบบการขายพ่วง และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ (ตารางที่ 6.3)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ร้อยละ 88.19 รู้ว่าปัจจุบันมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ร้อยละ 98.63 รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ร้อยละ 97.80 รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว

ทั้งนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายทุกคน (ร้อยละ 100) รู้ว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ และร้อยละ 98.90 รู้ว่ามีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 6.3)

ตารางที่ 6.3 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการทราบถึงมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*เวลาจำหน่าย***				
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	364	**100.00**	-	**-**
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	359	**98.63**	5	**1.37**
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	362	**99.45**	2	**0.55**
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	363	**99.73**	1	**-**
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	364	**100.00**	-	**0.27**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่จำหน่าย***				
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	358	**98.35**	6	**1.65**
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์	349	**95.88**	15	**4.12**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	360	**98.90**	4	**1.10**
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	360	**98.90**	4	**1.10**
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	264	**72.53**	100	**27.47**
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบัน การศึกษาต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	255	**70.05**	109	**29.95**
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	364	**100.00**	-	**-**
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	359	**98.63**	5	**1.37**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
• **มาตรการเกี่ยวกับ*สถานที่ดื่ม***				
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	360	**98.90**	4	**1.10**
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	350	**96.15**	14	**3.85**
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	362	**99.45**	2	**0.55**
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	244	**67.03**	120	**32.97**
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	364	**100.00**	-	**-**
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	108	**29.67**	256	**70.33**
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	364	**100.00**	-	**-**
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	357	**98.08**	7	**1.92**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*<u>การควบคุมการโฆษณา</u>***				
1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	360	**98.90**	4	**1.10**
2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	360	**98.90**	4	**1.10**
3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	360	**98.90**	4	**1.10**
4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	354	**97.25**	10	**2.75**
5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง	360	**98.90**	4	**1.10**
6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	358	**98.35**	6	**1.65**

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รู้		ไม่รู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
● **การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ*การควบคุมการจำหน่าย***				
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	317	**87.09**	47	**12.91**
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	321	**88.19**	43	**11.81**
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่คนเมา	359	**98.63**	5	**1.37**
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย	356	**97.80**	8	**2.20**
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	364	**100.00**	-	**-**
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	360	**98.90**	4	**1.10**

4. ระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย** พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีความรู้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 100

- **มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย** พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่มีความรู้ระดับมากถึงปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 99.45 และ 0.55 ตามลำดับ

- **มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม** พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีความรู้ระดับมากถึงปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 98.90 และ 1.10 ตามลำดับ

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา** พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่มีความรู้ระดับมากถึงปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 99.45 และ 0.55 ตามลำดับ

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย** พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่มีความรู้ระดับมากถึงปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 99.45 และ 0.55 ตามลำดับ (ตารางที่ 6.4)

ตารางที่ 6.4 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับความรู้มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		จำนวน (n =364)	ร้อยละ
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 1)	-	**-**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 3)	-	**-**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(4 - 5)	364	**100.00**
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 3)	-	**-**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(4 - 6)	2	**0.55**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(7 -10)	362	**99.45**
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 3)	-	**-**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(4 - 6)	4	**1.10**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(7 - 10)	360	**98.90**
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 1)	-	**-**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 4)	2	**0.55**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(5 - 6)	362	**99.45**
● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย			
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 – 1)	-	**-**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 4)	2	**0.55**
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(5 - 6)	362	**99.45**

5. การบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5.1 การพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาเฉพาะ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ร้อยละ 53.02 เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. โดยพบเห็นมากที่สุดในร้านอาหาร รองลงมาได้แก่ ร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้านเครื่องดื่ม

ในการดำเนินการของเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เมื่อพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. พบว่าร้อยละ 40.41 ถ้าเป็นการตักเตือนร้อยละ 31.61 ไม่ได้ดำเนินการเพราะไม่มีอำนาจ ไม่พบตำรวจ นอกเวลาราชการ นอกพื้นที่รับผิดชอบ ในขณะที่ร้อยละ 17.10 มีการจับกุมเพียงร้อยละ 4.65 (ตารางที่ 6.5)

5.2 การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 20.60 ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล ในร้านอาหาร/ผับ/เธค/บาร์/คาราโอเกะ กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบเห็นบ่อยๆ ครั้งที่ไป รองลงมาคือ พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ไป พบเห็นทุกครั้งที่ไป และพบเห็นนานๆ ครั้งที่ไป

ส่วนเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 20.60 ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล ในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 20.60 กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบเห็นบ่อยๆ ครั้งที่ไป รองลงมาคือ พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ไป พบเห็นทุกครั้งที่ไป และพบเห็นนานๆครั้งที่ไป (ตารางที่ 6.5)

ตารางที่ 6.5 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการพบเห็น

การพบเห็น	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
1. การซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00 – 11.00 น. หรือ 14.00 – 17.00 น.		
● ไม่เคยพบเห็น	171	**46.98**
● เคยพบเห็น	193	**53.02**
● ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	104	**28.57**
● ร้านอาหาร	124	**34.07**
● ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะ	58	**15.93**
● ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท	23	**6.32**
● ร้านเครื่องดื่ม	68	**18.68**
● ร้านเร่ขาย	16	**4.40**
● ร้านเหล้าปั่น	40	**10.99**
● ร้านมินิมาร์ท	20	**5.49**
● อื่นๆ (ซุ้มยาดอง)	10	**2.75**
การดำเนินการเมื่อพบเห็น		
● ไม่ได้ดำเนินการเพราะไม่มีอำนาจ ไม่พบตำรวจนอกเวลาราชการ นอกพื้นที่รับผิดชอบ	61	**31.61**
● ตักเตือน	78	**40.41**
● จับกุมดำเนินคดี	33	**17.10**
● ไม่ระบุ	21	**10.88**

การพบเห็น	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
2. การพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ในร้านอาหาร / ผับ / เธค / บาร์ / คาราโอเกะ		
● พบเห็นทุกครั้งที่ไป	55	**15.11**
● พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ไป	58	**15.93**
● พบเห็นบ่อยๆ ที่ไป	113	**31.04**
● พบเห็นนานๆ ครั้งที่ไป	40	**10.99**
● ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	15	**4.12**
● ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านั้นในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	83	**22.80**
3. การพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ในห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวกซื้อ		
● พบเห็นทุกครั้งที่ไป	37	**10.16**
● พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ไป	73	**20.05**
● พบเห็นบ่อยๆ ที่ไป	78	**21.43**
● พบเห็นนานๆ ครั้งที่ไป	33	**9.07**
● ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	75	**20.60**
● ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านั้นในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	68	**18.68**

5.3 การพบเห็นพฤติกรรมการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 77 - 99 ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ราชการต่างๆ หอพัก สวนสาธารณะของทางราชการ

กรณีที่พบเห็นในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักมากที่สุด ร้อยละ 22.25 รองลงมา ได้แก่ สถานที่ทางราชการต่างๆ และสถานีบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี คิดเป็นร้อยละ 5.49 และ 4.40 ตามลำดับ ทั้งนี้บางส่วนเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายไม่ได้ดำเนินการอะไร ขณะที่บางส่วนมีการตักเตือน แต่มีการจับกุมน้อยมากจนถึงไม่มีการจับกุมเลยแต่อย่างใด (ตารางที่ 6.6)

สำหรับการพบเห็นบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นพฤติกรรมดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 40.11 ที่เคยพบเห็นคิดเป็นร้อยละ 29.95 ซึ่งพบเห็นมากที่สุดที่ร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้อยละ 35 รองลงมา ได้แก่ ร้านอาหาร ผับ/เธค/บาร์/คาราโอเกะ และร้านเหล้าปั่น คิดเป็นร้อยละ 18.75 , 12.92 และ 12.92 ตามลำดับ ทั้งนี้ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายใช้วิธีการตักเตือน คิดเป็นร้อยละ 42.20 ไม่ได้ดำเนินการอะไร ร้อยละ 32.11 และมีการจับกุม ร้อยละ 20.18 (ตารางที่ 6.6)

ตารางที่ 6.6 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ

สถานที่	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
วัด / ศาสนสถานต่างๆ		
● ไม่เคยพบเห็น	360	**98.90**
● เคยพบเห็น	4	**1.10**
● 1 ครั้ง	4	**100.00**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	4	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ		
● ไม่เคยพบเห็น	356	**97.80**
● เคยพบเห็น	8	**2.20**
● 1 ครั้ง	7	**87.50**
● 2 ครั้ง	1	**12.50**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**2**	
ค่าเฉลี่ย	**1.12**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	5	**62.50**
● ตักเตือน	2	**25.00**
● จับกุม	1	**12.50**

สถานที่	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั๊มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี		
● ไม่เคยพบเห็น	348	**95.60**
● เคยพบเห็น	16	**4.40**
● 1 ครั้ง	10	**62.50**
● 2 ครั้ง	5	**31.25**
● 3 ครั้ง	1	**6.25**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.43**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่	10	**62.50**
● ตักเตือน	4	**25.00**
● จับกุม	2	**12.50**
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน		
● ไม่เคยพบเห็น	363	**99.73**
● เคยพบเห็น	1	**0.27**
● 1 ครั้ง	1	**100.00**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	1	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**

สถานที่	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
สถานที่ทางราชการต่างๆ		
● ไม่เคยพบเห็น	344	**94.51**
● เคยพบเห็น	20	**5.49**
● 1 ครั้ง	16	**80.00**
● 2 ครั้ง	4	**20.00**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**2**	
ค่าเฉลี่ย	**1.20**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	11	**55.00**
● ตักเตือน	9	**45.00**
● จับกุม	-	**-**
หอพัก		
● ไม่เคยพบเห็น	283	**77.75**
● เคยพบเห็น	81	**22.25**
● 1 ครั้ง	75	**92.59**
● 2 ครั้ง	3	**3.70**
● 3 ครั้ง	3	**3.70**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.11**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	80	**98.77**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	1	**1.23**

สถานที่	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
สวนสาธารณะของทางราชการ		
● ไม่เคยพบเห็น	358	**98.35**
● เคยพบเห็น	6	**1.65**
● 1 ครั้ง	6	**100.00**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	5	**83.33**
● ตักเตือน	1	**16.67**
● จับกุม	-	**-**

สถานที่	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
การพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์		
● ไม่เคยพบเห็น	146	**40.11**
● เคยพบเห็น	109	**29.95**
● ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	84	**35.00**
● ร้านอาหาร	45	**18.75**
● ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะ	31	**12.92**
● ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท	7	**2.92**
● ร้านเครื่องดื่ม	28	**11.67**
● ร้านเร่ขาย	8	**3.33**
● ร้านเหล้าปั่น	31	**12.92**
● ร้านมินิมาร์ท	6	**2.50**
● อื่นๆ	-	**-**
การดำเนินการเมื่อพบเห็น		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	35	**32.11**
● ตักเตือน	46	**42.20**
● จับกุมดำเนินคดี	22	**20.18**
● ไม่ระบุ	6	**5.50**
● ไม่แน่ใจ	109	**29.95**

5.4 การพบเห็นรูปแบบส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 92 ไม่เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การลดราคา การแลก-แจก-แถม การลองชิม ลองดื่ม การให้เครดิตให้เชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงิน การจับฉลากชิงรางวัล การขายตรง การขายผ่านการเป็นสมาชิก การขายพ่วง การเร่ขาย การให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ อย่างไรก็ตามที่พบเห็นในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา เฉลี่ยไม่ถึง 2 ครั้ง ทั้งนี้และเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายก็ไม่ได้ดำเนินการอะไร (ตารางที่ 6.7)

ตารางที่ 6.7 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการพบเห็นรูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การพบเห็นรูปแบบ การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
ลดราคา		
● ไม่เคยพบเห็น	359	**98.63**
● เคยพบเห็น	5	**1.37**
● 1 ครั้ง	5	**100.00**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่	5	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**
แลก – แจก - แถม		
● ไม่เคยพบเห็น	338	**92.86**
● เคยพบเห็น	26	**7.14**
● 1 ครั้ง	23	**88.46**
● 2 ครั้ง	2	**7.69**
● 3 ครั้ง	1	**3.85**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.15**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	26	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**

การพบเห็นรูปแบบ การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
ลองชิม ลองดื่ม		
● ไม่เคยพบเห็น	362	**99.45**
● เคยพบเห็น	2	**0.55**
● 1 ครั้ง	2	**100.00**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ	2	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**
ให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน		
● ไม่เคยพบเห็น	361	**99.18**
● เคยพบเห็น	3	**0.82**
● 1 ครั้ง	3	**100.00**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ	3	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**

การพบเห็นรูปแบบ การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
จับฉลาก / ชิงรางวัล		
● ไม่เคยพบเห็น	361	**99.18**
● เคยพบเห็น	3	**0.82**
● 1 ครั้ง	3	**100.00**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	3	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**
ขายตรง		
● ไม่เคยพบเห็น	364	**100.00**
● เคยพบเห็น	-	**-**
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ	-	**-**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**
ขายผ่านการเป็นสมาชิก		
● ไม่เคยพบเห็น	364	**100.00**
● เคยพบเห็น	-	**-**
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ	-	**-**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**

การพบเห็นรูปแบบ การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
ขายพ่วง		
● ไม่เคยพบเห็น	363	**99.73**
● เคยพบเห็น	1	**0.27**
● 1 ครั้ง	1	**100.00**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	1	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**
เร่ขาย		
● ไม่เคยพบเห็น	360	**98.90**
● เคยพบเห็น	4	**1.10**
● 1 ครั้ง	4	**100.00**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	4	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**
ให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ		
● ไม่เคยพบเห็น	364	**100.00**
● เคยพบเห็น	-	**-**
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ	-	**-**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**

5.5 การพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ มากกว่าร้อยละ 90 ไม่เคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่มต่างๆ อย่างไรก็ตาม ที่พบเห็นในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา เฉลี่ยมีไม่ถึง 2 ครั้ง ส่วนการดำเนินการพบเห็น พบว่าส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายไม่ได้ดำเนินการอะไร ขณะที่บางส่วนมีการตักเตือน แต่ไม่พบว่ามีการจับกุม (ตารางที่ 6.8)

ตารางที่ 6.8 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ

สถานที่	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
วัด / ศาสนสถานต่างๆ		
● ไม่เคยพบเห็น	354	**97.25**
● เคยพบเห็น	10	**2.75**
● 1 ครั้ง	6	**60.00**
● 2 ครั้ง	3	**30.00**
● 3 ครั้ง	1	**10.00**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.50**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	6	**60.00**
● ตักเตือน	4	**40.00**
● จับกุม	-	**-**
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ		
● ไม่เคยพบเห็น	342	**93.96**
● เคยพบเห็น	22	**6.04**
● 1 ครั้ง	12	**54.55**
● 2 ครั้ง	8	**36.36**
● 3 ครั้ง	2	**9.09**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.55**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	14	**63.64**
● ตักเตือน	8	**36.36**
● จับกุม	-	**-**

สถานที่	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั๊มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี		
● ไม่เคยพบเห็น	332	**91.21**
● เคยพบเห็น	32	**8.79**
● 1 ครั้ง	26	**81.25**
● 2 ครั้ง	6	**18.75**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**2**	
ค่าเฉลี่ย	**1.13**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่	20	**62.50**
● ตักเตือน	12	**37.50**
● จับกุม	-	**-**
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน		
● ไม่เคยพบเห็น	362	**99.45**
● เคยพบเห็น	2	**0.55**
● 1 ครั้ง	2	**100.00**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**1**	
ค่าเฉลี่ย	**1**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะเดินทางผ่าน	2	**100.00**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**

สถานที่	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
สถานที่ทางราชการต่างๆ		
● ไม่เคยพบเห็น	334	**91.76**
● เคยพบเห็น	30	**8.24**
● 1 ครั้ง	23	**76.67**
● 2 ครั้ง	5	**16.67**
● 3 ครั้ง	2	**6.67**
ค่าต่ำสุด	**1**	
ค่าสูงสุด	**3**	
ค่าเฉลี่ย	**1.30**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	18	**60.00**
● ตักเตือน	12	**40.00**
● จับกุม	-	**-**
หอพัก		
● ไม่เคยพบเห็น	328	**90.11**
● เคยพบเห็น	36	**9.89**
● 1 ครั้ง	28	**77.78**
● 2 ครั้ง	4	**11.11**
● 3 ครั้ง	3	**8.33**
● 4 ครั้ง	1	**2.78**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**4**	
ค่าเฉลี่ย	**1.36**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ ไม่รู้ว่าผิด	30	**83.33**
● ตักเตือน	-	**-**
● จับกุม	-	**-**
● ไม่ระบุ	6	**16.67**

สถานที่	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
สวนสาธารณะของทางราชการ		
● ไม่เคยพบเห็น	354	**97.25**
● เคยพบเห็น	10	**2.75**
● 1 ครั้ง	8	**80.00**
● 2 ครั้ง	2	**20.00**
ต่ำสุด	**1**	
สูงสุด	**2**	
ค่าเฉลี่ย	**1.20**	
การดำเนินการ		
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่	8	**80.00**
● ตักเตือน	2	**20.00**
● จับกุม	-	**-**

6. ความคิดเห็นของเจ้าพนักงานตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 89.01 เห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโทษต่อสังคมมากกว่า มีเพียงร้อยละ 1.92 ที่เห็นว่ามีประโยชน์มากกว่า และร้อยละ 9.07 เห็นว่ามีประโยชน์ พอๆ กัน

นอกจากนี้ยังพบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.89 เห็นว่าจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบ หรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในขณะที่ร้อยละ 6.04 เห็นว่าไม่จำเป็น

สำหรับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงที่ผ่านมา เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 81.87 เห็นว่ามีความเหมาะสมดีแล้ว และร้อยละ 18.13 เห็นว่ายังไม่เหมาะสม เพราะกฎหมายยังไม่รุนแรงมีโทษน้อยเกินไป กฎหมายยังไม่มีการบังคับใช้อย่างจริงจัง การปฏิบัติขัดกับความเข้มงวดของกฎหมาย ควรเพิ่มการควบคุมทางสื่อและการดำเนินการที่รัดกุมเป็นต้น (ตารางที่ 6.9)

ตารางที่ 6.9 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ความคิดเห็น	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์หรือโทษต่อสังคมไทยโดยส่วนรวมมากกว่ากัน		
● มีประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า	7	**1.92**
● มีโทษต่อสังคมมากกว่า	324	**89.01**
● พอๆ กัน	33	**9.07**
2. จำเป็นหรือไม่ที่ควรจะมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
● จำเป็น	309	**84.89**
● ไม่จำเป็น	22	**6.04**
● ไม่มีความเห็น	33	**9.07**
3. กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงที่ผ่านมาเหมาะสม		
● เหมาะสมดีแล้ว	298	**81.87**
● ยังไม่เหมาะสม เพราะ	66	**18.13**
● กฎหมายยังไม่รุนแรงมีโทษน้อยเกินไป		
● กฎหมายยังไม่มีการบังคับใช้ได้อย่างจริงจัง		
● การปฏิบัติขัดกับความเข้มงวดของกฎหมาย		
● เรื่องการห้ามโฆษณายังไม่ชัดเจน		
● ขาดการประชาสัมพันธ์ข้อกฎหมายให้ประชาชนรับทราบ		
● ควรเพิ่มการควบคุมทางสื่อและการดำเนินการที่รัดกุม		

ความคิดเห็น	จำนวน (n = 364)	ร้อยละ
เมื่อถามถึงปัญหาหรืออุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎระเบียบต่างๆ ที่มีอยู่ในช่วงที่ผ่านมาเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบปัญหาหรืออุปสรรค ดังนี้		
• ปัญหาหรืออุปสรรคจากตัวกฎหมายเอง (ยังไม่ชัดเจน/ไม่เข้มงวด/การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง		
• ปัญหาหรืออุปสรรคจากตัวเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ (ไม่มีความเคร่งครัดในการดำเนินการ/เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ)		
• ปัญหาหรืออุปสรรคจากร้านค้าผู้จำหน่าย (ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย/มีการลักลอบจำหน่ายนอกเวลา/ไม่ให้ความร่วมมือ/กลุ่มผู้มีอิทธิพล)		
• ปัญหาหรืออุปสรรคจากประชาชน (ไม่ให้ความร่วมมือ/ไม่พอใจต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่)		
สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีดังต่อไปนี้		
• กำหนดโซนที่ขายให้แน่นอน		
• รณรงค์เรื่องโทษให้มากกว่าที่จะห้ามไม่ให้ดื่ม		
• ให้ความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น		
• ประชาสัมพันธ์กฎหมายให้ทราบโดยทั่วกัน		
• ออกกฎหมายควบคุมให้รุนแรงขึ้น		
• ให้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง		
• เพิกถอนใบอนุญาตหากทำผิดและห้ามขายอีก		
• กำหนดเป้าหมายการควบคุมและดำเนินการตามเป้าหมายให้ได้		
• ให้ความสำคัญของคนเฝ้าระวังการกระทำผิด		
• ทุกฝ่ายควรให้ความร่วมมืออย่างจริงจัง		
• ปลูกฝังให้ทุกคนทราบถึงผลเสียในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		

● ผลการประเมินการปฏิบัติตามกฎหมายเปรียบเทียบช่วงเวลาหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้

ตารางที่ 6.10 สัดส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ระบุว่าพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่ายและการดำเนินการเมื่อพบเห็น เปรียบเทียบช่วงเวลาหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี

การพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่ายและการดำเนินการเมื่อพบเห็น	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
วัด / ศาสนสถานต่างๆ					
● ไม่เคยพบเห็น	335	70.08	360	98.90	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	143	29.92	4	1.10	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	76	53.14	4	100	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	57	39.86	-	-	**ลดลง**
● 3 ครั้ง	3	2.10	-	-	**ลดลง**
● 4 ครั้ง	4	2.80	-	-	**ลดลง**
● 5 ครั้ง	1	0.70	-	-	**ลดลง**
● 7 ครั้ง	1	0.70	-	-	**ลดลง**
● 10 ครั้ง	1	0.70	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะนั่งรถผ่าน ไม่มีอำนาจ	19	13.29	4	100	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	50	34.96	-	-	**ลดลง**
● จับกุม	74	51.75	-	-	**ลดลง**
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ					
● ไม่เคยพบเห็น	313	65.48	356	97.80	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	165	34.52	8	2.20	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	112	67.88	7	87.50	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	34	20.60	1	12.50	**ลดลง**
● 3 ครั้ง	11	6.67	-	-	**ลดลง**
● 4 ครั้ง	6	3.64	-	-	**ลดลง**
● 7 ครั้ง	2	1.21	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	28	16.96	5	62.50	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	76	46.06	2	25.00	**ลดลง**
● จับกุม	61	36.97	1	12.50	**ลดลง**

การพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่ายและการดำเนินการเมื่อพบเห็น	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั๊มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี					
● ไม่เคยพบเห็น	318	66.53	348	95.60	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	160	33.47	16	4.40	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	87	54.38	10	62.50	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	39	24.38	5	31.25	**เพิ่มขึ้น**
● 3 ครั้ง	17	10.63	1	6.25	**ลดลง**
● 4 ครั้ง	3	1.87	-	-	**ลดลง**
● 5 ครั้ง	8	5.00	-	-	**ลดลง**
● 7 ครั้ง	3	1.87	-	-	**ลดลง**
● 12 ครั้ง	3	1.87	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะนั่งรถผ่านยังไม่มีอำนาจ ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่	56	35.00	10	62.50	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	61	38.13	4	25.00	**ลดลง**
● จับกุม	43	26.87	2	12.50	**ลดลง**
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน					
● ไม่เคยพบเห็น	460	96.23	363	99.73	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	18	3.77	1	0.27	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	11	61.11	1	100.00	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	6	33.33	-	-	**ลดลง**
● 3 ครั้ง	1	5.56	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะยังไม่มีอำนาจ	5	27.78	1	100.00	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	8	44.44	-	-	**ลดลง**
● จับกุม	5	27.78	-	-	**ลดลง**

การพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่ายและการดำเนินการเมื่อพบเห็น	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สถานที่ทางราชการต่างๆ					
● ไม่เคยพบเห็น	450	94.14	344	94.51	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	28	5.86	20	5.49	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	20	71.43	16	80.00	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	8	28.57	4	20.00	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	17	60.71	11	55.00	**ลดลง**
● ตักเตือน	11	39.29	9	45.00	**เพิ่มขึ้น**
● จับกุม	-	-	-	-	**-**
หอพัก					
● ไม่เคยพบเห็น	349	73.01	283	77.75	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	129	26.99	81	22.25	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	93	72.09	75	92.59	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	12	9.30	3	3.70	**ลดลง**
● 3 ครั้ง	15	11.63	3	3.70	**ลดลง**
● 4 ครั้ง	6	4.65	-	-	**ลดลง**
● 5 ครั้ง	2	1.55	-	-	**ลดลง**
● 10 ครั้ง	1	0.78	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะนั่งรถผ่านยังไม่มีอำนาจ	51	39.53	80	98.77	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	78	60.47	-	-	**ลดลง**
● จับกุม	-	-	-	-	**-**
● ไม่ระบุ	-	-	1	1.23	**เพิ่มขึ้น**

การพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่ายและการดำเนินการเมื่อพบเห็น	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สวนสาธารณะของทางราชการ					
● ไม่เคยพบเห็น	436	91.21	358	98.35	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	42	8.79	6	1.65	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	26	61.91	6	100.00	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	11	26.19	-	-	**ลดลง**
● 3 ครั้ง	3	7.14	-	-	**ลดลง**
● 4 ครั้ง	2	4.76	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะยังไม่มีอำนาจ	17	40.48	5	83.33	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	14	33.33	1	16.67	**ลดลง**
● จับกุม	11	26.19	-	-	**ลดลง**

การพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย มีดังต่อไปนี้

วัด/ศาสนสถานต่างๆ พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 29.92 ลดลงเหลือร้อยละ 1.10 และหลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.29 เป็นร้อยละ 100

โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 34.52 ลดลงเหลือ ร้อยละ 2.20 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.96 เป็นร้อยละ 62.50 และมีการตักเตือน จับกุม ลดลง

สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั๊มน้ำมัน /ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 33.47 ลดลงเหลือ ร้อยละ 4.40 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 35.00 เป็นร้อยละ 62.50 และมีการตักเตือน จับกุม ลดลง

สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 3.77 ลดลงเหลือ ร้อยละ 0.27 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.78 เป็นร้อยละ 100

สถานที่ทางราชการต่างๆ พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 5.86 ลดลงเหลือร้อยละ 5.49 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการลดลงจากร้อยละ 60.71 เป็นร้อยละ 55.00 และมีการตักเตือนเพิ่มขึ้น

หอพัก พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 26.99 ลดลงเหลือร้อยละ 22.25 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 39.53 เป็นร้อยละ 98.77

สวนสาธารณะของทางราชการ พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 8.79 ลดลงเหลือร้อยละ 1.65 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 40.48 เป็นร้อยละ 83.33 และมีการตักเตือนลดลง แสดงว่า ผู้จำหน่ายยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่แต่ลดลง ควรมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้จำหน่ายและประชาชนทราบอย่างต่อเนื่อง และเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายควรตักเตือน จับกุม ผู้ฝ่าฝืนกฎหมายอย่างจริงจัง

ตารางที่ 6.11 สัดส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ระบุว่าพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่มและการดำเนินการเมื่อพบเห็น เปรียบเทียบช่วงเวลาหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี

การพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่มและการดำเนินการเมื่อพบเห็น	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
วัด / ศาสนสถานต่างๆ					
● ไม่เคยพบเห็น	344	71.97	354	97.25	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	134	28.03	10	2.75	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	76	56.72	6	60.00	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	45	33.58	3	30.00	**ลดลง**
● 3 ครั้ง	12	8.96	1	10.00	**เพิ่มขึ้น**
● 10 ครั้ง	1	0.74	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะยังไม่มีอำนาจ	23	17.16	6	60.00	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	87	64.93	4	40.00	**ลดลง**
● จับกุม	24	17.91	-	-	**ลดลง**
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ					
● ไม่เคยพบเห็น	346	72.38	342	93.96	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	132	27.62	22	6.04	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	85	64.39	12	54.55	**ลดลง**
● 2 ครั้ง	34	25.75	8	36.36	**เพิ่มขึ้น**
● 3 ครั้ง	6	4.55	2	9.09	**เพิ่มขึ้น**
● 4 ครั้ง	1	0.76	-	-	**ลดลง**
● 5 ครั้ง	6	4.55	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	23	17.43	14	63.64	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	90	68.18	8	36.36	**ลดลง**
● จับกุม	19	14.39	-	-	**ลดลง**

การพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่มและการดำเนินการเมื่อพบเห็น	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั๊มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี					
● ไม่เคยพบเห็น	374	78.24	332	91.21	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	104	21.76	32	8.79	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	71	68.27	26	81.25	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	26	25.00	6	18.75	**ลดลง**
● 3 ครั้ง	6	5.77	-	-	**ลดลง**
● 5 ครั้ง	1	0.96	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะยังไม่มีอำนาจ ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่	31	29.81	20	62.50	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	59	56.73	12	37.50	**ลดลง**
● จับกุม	14	13.46	-	-	**ลดลง**
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน					
● ไม่เคยพบเห็น	459	96.03	362	99.45	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	19	3.97	2	0.55	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	17	89.47	2	100.00	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	2	10.53	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะยังไม่มีอำนาจ เดินทางผ่าน	11	57.89	2	100.00	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	8	42.11	-	-	**ลดลง**
● จับกุม	-	-	-	-	**เท่าเดิม**

การพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่มและการดำเนินการเมื่อพบเห็น	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สถานที่ทางราชการต่างๆ					
● ไม่เคยพบเห็น	442	92.47	334	91.76	**ลดลง**
● เคยพบเห็น	36	7.53	30	8.24	**เพิ่มขึ้น**
● 1 ครั้ง	28	77.78	23	76.67	**ลดลง**
● 2 ครั้ง	6	16.67	5	16.67	**เท่าเดิม**
● 3 ครั้ง	2	5.55	2	6.67	**เพิ่มขึ้น**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะมีการจัดงานเลี้ยง ไม่กล้า	11	57.89	18	60.00	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	8	42.11	12	40.00	**ลดลง**
● จับกุม	-	-	-	-	**-**
สวนสาธารณะของทางราชการ					
● ไม่เคยพบเห็น	439	91.84	354	97.25	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	39	8.16	10	2.75	**ลดลง**
● 1 ครั้ง	23	58.97	8	80.00	**เพิ่มขึ้น**
● 2 ครั้ง	9	23.08	2	20.00	**ลดลง**
● 3 ครั้ง	6	15.38	-	-	**ลดลง**
● 4 ครั้ง	1	2.56	-	-	**ลดลง**
การดำเนินการ					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะยังไม่มีอำนาจ ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่	26	66.67	8	80.00	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	13	33.33	2	20.00	**ลดลง**
● จับกุม	-	-	-	-	**-**

การพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม มีดังต่อไปนี้

วัด/ศาสนสถานต่างๆ พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 28.03 ลดลงเหลือร้อยละ 2.75 และหลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.16 เป็นร้อยละ 60 และมีการตักเตือนลดลง

โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 27.62 ลดลงเหลือร้อยละ 6.04 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.43 เป็นร้อยละ 63.64 และมีการตักเตือนลดลง

สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั๊มน้ำมัน /ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 21.76 ลดลงเหลือร้อยละ 8.79 และหลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 29.81 เป็นร้อยละ 62.50 และมีการตักเตือนลดลง

สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 3.97 ลดลงเหลือร้อยละ 0.55 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 57.89 เป็นร้อยละ 100.00

สถานที่ทางราชการต่างๆ พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 7.53 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 8.24 หลังการบังคับใช้พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 57.89 เป็นร้อยละ 60.00 และมีการตักเตือนลดลง

สวนสาธารณะของทางราชการ พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 8.16 ลดลงเหลือร้อยละ 2.75 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 66.67 เป็นร้อยละ 80.00 และมีการตักเตือนลดลง แสดงว่า ประชาชนยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ แต่ลดลง ควรมีประชาสัมพันธ์ให้ผู้จำหน่ายและประชาชนทราบอย่างต่อเนื่อง และเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายควรตักเตือน จับกุม ผู้ฝ่าฝืนกฎหมายอย่างจริงจัง

ตารางที่ 6.12 สัดส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ระบุพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาตั้งแต่ 24.00 – 11.00 น. หรือ 14.00 – 17.00 น. และการดำเนินการเมื่อพบเห็น เปรียบเทียบหลัง พ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลังพ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี (มีนาคม2552)

การพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามและการดำเนินการเมื่อพบเห็น	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
● ไม่เคยพบเห็น	197	41.21	171	46.98	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	281	58.79	193	53.02	**ลดลง**
● ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	166	59.07	104	28.57	**ลดลง**
● ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท	20	7.18	124	34.07	**ลดลง**
● ร้านอาหาร	166	59.07	58	15.93	**ลดลง**
● ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะ	88	31.32	23	6.32	**ลดลง**
● ร้านขายเครื่องดื่ม	102	36.30	68	18.68	**ลดลง**
● ร้านเร่ขาย	28	9.96	16	4.40	**ลดลง**
● ร้านเหล้าปั่น	57	20.28	40	10.99	**ลดลง**
● ร้านมินิมาร์ท	-	-	20	5.49	**เพิ่มขึ้น**
● อื่นๆ	-	-	10	2.75	**เพิ่มขึ้น**
การดำเนินการเมื่อพบเห็น					
● ไม่ได้ดำเนินการเพราะไม่มีอำนาจอยู่นอกพื้นที่รับผิดชอบ ไม่พบตำรวจ นอกเวลาราชการ	85	30.25	61	31.61	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	121	43.06	78	40.41	**ลดลง**
● จับกุมดำเนินคดี	75	26.69	33	17.10	**ลดลง**
● ไม่ระบุ	-	-	21	10.88	**เพิ่มขึ้น**

การพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาตั้งแต่ 24.00 – 11.00 น. หรือ 14.00 – 17.00 น. พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นการซื้อขายในช่วงเวลาดังกล่าว หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 58.79 ลดลงเหลือร้อยละ 53.02 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี โดยร้านขายของชำ /โชว์ห่วย ร้านอาหาร ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะ ร้านขายเครื่องดื่ม ร้านเร่ขาย ร้านเหล้าปั่น มีการพบเห็นลดลงประมาณ 50% การดำเนินการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเมื่อพบเห็นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 30.25 เป็น 31.61 และมีการตักเตือน จับกุมดำเนินคดีลดลง แสดงว่า ผู้จำหน่ายยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้จำหน่ายและประชาชนทราบอย่างทั่วถึงและต่อเนื่องหรือยังขาดความร่วมมือจากผู้จำหน่ายและประชาชน ตลอดจนยังขาดการจับกุมอย่างจริงจัง

ตารางที่ 6.13 สัดส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ระบุการพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และการดำเนินการเมื่อพบเห็น เปรียบเทียบหลังพ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 6 เดือน (กันยายน 2551) และหลังพ.ร.บ.ฯ มีผลบังคับใช้ 1 ปี (มีนาคม2552)

การพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการดำเนินการเมื่อพบเห็น	หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน (ก.ย. 2551)		หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี (มี.ค. 2552)		ทิศทางการเปลี่ยนแปลง
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
● ไม่เคยพบเห็น	172	35.98	146	40.11	**เพิ่มขึ้น**
● เคยพบเห็น	204	42.68	109	29.95	**ลดลง**
● ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	154	75.49	84	35.00	**ลดลง**
● ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท	17	8.33	45	18.75	**ลดลง**
● ร้านอาหาร	96	47.06	31	12.92	**ลดลง**
● ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะ	54	26.47	7	2.92	**ลดลง**
● ร้านขายเครื่องดื่ม	56	27.45	28	11.67	**ลดลง**
● ร้านเร่ขาย	17	8.33	8	3.33	**ลดลง**
● ร้านเหล้าปั่น	56	27.45	31	12.92	**ลดลง**
● ร้านมินิมาร์ท	-	-	6	2.50	**เพิ่มขึ้น**
● อื่นๆ	-	-	-	-	**เท่าเดิม**
● ไม่แน่ใจ	102	21.34	109	29.95	**เพิ่มขึ้น**
การดำเนินการเมื่อพบเห็น					
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	31	30.39	35	32.11	**เพิ่มขึ้น**
● ตักเตือน	44	43.14	46	42.20	**ลดลง**
● จับกุมดำเนินคดี	27	26.47	22	20.18	**ลดลง**
● ไม่ระบุ	-	-	6	5.50	**เพิ่มขึ้น**

การพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เจ้าหน้าที่พบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 6 เดือน ร้อยละ 42.68 ลดลงเหลือร้อยละ 29.95 หลังการบังคับใช้ พ.ร.บ.ฯ 1 ปี โดยร้านขายของชำ /โชว์ห่วย ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 แฟมิลี่มาร์ท ร้านอาหาร/ผับ/เธค/บาร์/คาราโอเกะ ร้านขายเครื่องดื่ม ร้านเร่ขาย ร้านเหล้าปั่น มีการพบเห็นลดลงมากกว่า 50% การดำเนินการของเจ้าหน้าที่พบว่า ไม่ได้ดำเนินการเพิ่มขึ้น การตักเตือน จับกุมดำเนินการลดลง แสดงว่า ผู้จำหน่ายยังมีการฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้จำหน่ายและประชาชนทราบอย่างทั่วถึงและต่อเนื่องหรือยังขาดความร่วมมือจากผู้จำหน่ายและประชาชน ตลอดจนยังขาดการจับกุมอย่างจริงจัง

บทที่ 7
สรุปและข้อเสนอแนะ

จากสถานการณ์การดื่มและการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในสังคมไทย ทั้งๆ ที่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น จะนำมาซึ่งปัญหาต่างๆ ทั้งปวง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านสุขภาพ สังคมและเศรษฐกิจ รัฐบาลไทยตระหนักในปัญหาดังกล่าวจึงได้ผลักดันให้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และในพระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้มีการกำหนดมาตรการสำคัญต่างๆ ไว้ทั้งการดื่ม การจำหน่าย การโฆษณา เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเป้าหมายที่การลดนักดื่มหน้าใหม่ การลดปริมาณการบริโภคโดยรวมและการลดผลกระทบ ซึ่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้มีผลการบังคับใช้มาในระยะเวลาหนึ่งแล้ว ดังนั้นเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบจากมาตรสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงได้ศึกษาเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติดังกล่าวของประชาชนผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และเจ้าหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวของและปฏิบัติตามกฎหมายเพียงใด เพื่อจะได้ทราบผลในการปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลของการศึกษานี้จะนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทยในอนาคตต่อไป

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 3,790 คน ได้แก่

1. ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปในแต่ละครัวเรือนที่อยู่ ณ วันที่มีการสำรวจ ซึ่งเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการศึกษาครั้งนี้ถือว่าเป็นผู้บริโภคซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายขั้น (Stratified Multi-stage Sampling) จากอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน และครัวเรือน ได้จำนวนตัวอย่างผู้บริโภค 2,930 คน

2. ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่ในชุมชนเดียวกันกับประชาชนผู้บริโภคในรัศมีระยะ 1 กิโลเมตร ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง จากกลุ่มเป้าหมายที่พบในวันเวลาที่เก็บข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค ได้จำนวนตัวอย่างผู้จำหน่าย 496 คน

3. เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุรา ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพาสามิต และตำรวจ ที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงจากกลุ่มเป้าหมาย ได้จำนวนตัวอย่างเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย 364 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุราพัฒนาขึ้น การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้พนักงานสัมภาษณ์ที่ผ่านการฝึกอบรมให้เข้าใจแบบสอบถามมาแล้ว นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้เดินทางไปติดตามและนิเทศงานตลอดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมีนาคม-กลางเดือนมิถุนายน 2552

การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และใช้การวิเคราะห์ตารางไขว้ นำเสนอข้อมูลโดยใช้การบรรยายประกอบตาราง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. สถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากแต่ละกลุ่มเป้าหมาย พบว่า

- **ผู้บริโภค**

1. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อกล่าวถึง “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ผู้บริโภคมักนึกถึงเหล้า ร้อยละ 47.24 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เบียร์ ร้อยละ 23.82 และสุรา ร้อยละ 19.56 ผู้บริโภคที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในระยะ 30 วันก่อนการสำรวจคิดเป็นร้อยละ 68.48 และในการดื่มในระยะ 30 วันดังกล่าวนั้นเป็นการดื่ม 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 49.72 สำหรับเหตุผลของผู้บริโภคที่เคยดื่มแต่ไม่อยากซื้อหรือไม่อยากดื่ม เนื่องจากคนในครอบครัวห้ามดื่ม ร้อยละ 18.45 รองลงมาร้อยละ 14.30 ไม่มีเงินซื้อ

2. การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคร้อยละ 67.58 เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา ทั้งนี้ในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองและซื้อได้น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน และผู้บริโภคร้อยละ 57.60 มีความสะดวกสามารถเดินไปซื้อได้ สำหรับสถานที่ห้ามจำหน่ายแต่ผู้บริโภคเคยซื้อได้ในสถานที่ห้ามจำหน่าย ได้แก่ หอพัก โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ และสวนสาธารณะของทางราชการ

ส่วนคนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. (ซึ่งเป็นเวลาห้ามจำหน่าย) ผู้บริโภคร้อยละ 60 ยังซื้อได้ในเวลาดังกล่าว โดยซื้อได้จากร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ราคาที่ซื้อได้ถูกสุดส่วนใหญ่ร้อยละ 29 เป็นราคาที่ไม่เกิน 50 บาท โดยซื้อเป็นขวดกลมมากที่สุด นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 25 ที่เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 27.87 สามารถขับรถ/ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อยและใช้เวลา 26 - 30 นาที

3. สถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 90.33 ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม ซึ่งได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ สถานีบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ทางราชการต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่างๆ และสวนสาธารณะของทางราชการ อย่างไรก็ตามพบว่ามีผู้บริโภคประมาณร้อยละ 9.67 ที่มีการดื่มอยู่ในสถานที่ห้ามดื่มดังกล่าว

- **ผู้จำหน่าย**

พฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้อยละ 46.71 ส่วนใหญ่ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ 4 และประเภทที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 59.81 และ 39.95 ตามลำดับ ร้านค้าเหล่านี้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำพวกเบียร์มากที่สุด รองลงมาคือ สุราไทย เหล้าขาว และสปาย/ไวน์คูลเลอร์ ตามลำดับ ร้านค้าผู้จำหน่ายที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 14.00-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 29.84 เนื่องจากไม่รู้ว่าผิดระเบียบ และผลที่ตามมาจากการจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณร้อยละ 17.74 ให้เหตุผลของการขายให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ รวมทั้งผลที่ตามมาก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น

ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ไม่ได้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย แต่ที่พบว่าสถานที่ที่มีการละเมิดสูงสุดก็คือ หอพัก เพราะไม่รู้ว่าผิดระเบียบและผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายร้อยละ 35.08 จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุดระหว่าง 26 - 50 บาท โดยส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ ประเภท กระป๋อง เป๊ก และขวดกลมตามลำดับ ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ใช้รูปแบบของการส่งเสริมการขายด้วยการให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงินมากที่สุด

- **เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย**

1. การพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 53.02 เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. โดยพบเห็นมากที่สุดในร้านอาหาร รองลงมาได้แก่ ร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้านเครื่องดื่ม ผับ/เธค/บาร์/คาราโอเกะ และร้านเหล้าปั่น ตามลำดับ

ในการดำเนินการของเจ้าพนักงานเมื่อพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. พบว่าร้อยละ 40.41 ตักเตือน

2. การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคลในร้านอาหาร/ผับ/เธค/บาร์/คาราโอเกะ มีเพียงร้อยละ 4.12 กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบบ่อยๆ ที่ไป

3. การพบเห็นพฤติกรรมการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายกว่าร้อยละ 77 ขึ้นไป ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ราชการต่างๆ หอพัก สวนสาธารณะของทางราชการ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 29.95 ซึ่งพบเห็นมากที่สุดที่ร้านขายของชำ/โชว์ห่วย และที่ร้านอาหาร ทั้งนี้ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายใช้วิธีการตักเตือน ร้อยละ 42.20 นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการแลก-แจก-แถม ลดราคา เร่ขาย ไม่ได้ดำเนินการอะไร เพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่

2. การรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

- **ผู้บริโภค**

1. การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 53.96 เคยพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพบเห็นหรือได้ยินผ่านสื่อในร้านค้ามากที่สุด รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)

2. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีมาตรการเกี่ยวกับการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท มีการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง และปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่มีผู้บริโภคประมาณร้อยละ 9.01 ที่ไม่รู้เกี่ยวกับมาตรการเรื่องเวลาจำหน่าย ผู้บริโภคร้อยละ 4.03 ที่ไม่รู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่ และมีผู้บริโภคร้อยละ 3.86 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่ เช่น ในโรงภาพยนตร์ ในสวนสาธารณะของเอกชน สวนสาธารณะของราชการ และในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน และร้อยละ 18.29 ไม่รู้ว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กต่ำกว่า 20 ปี

3. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในภาพรวม พบว่าผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภทและมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 54 - 59) ขณะที่สัดส่วนของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมาก มีเพียงร้อยละ 44.68 และผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับเวลาจำหน่าย อยู่ในระดับมากมีเพียงร้อยละ 35.20 ส่วนผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลบางประเภทในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมากเพียงร้อยละ 31.91 เท่านั้น

- **ผู้จำหน่าย**

1. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้จำหน่ายร้อยละ 97.98 รับรู้ว่ามีมาตรการเกี่ยวกับการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่ แต่ผู้จำหน่ายร้อยละ 25 ไม่รู้ว่าเวลา 14.00-17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายและร้อยละ 13.91 ไม่รู้ว่าเวลาเวลา 24.00-11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เช่นเดียวกับการส่งเสริมการขายที่ผู้จำหน่ายประมาณ 1 ใน 4 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเครื่องขายอัตโนมัติ มาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม และมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง เป็นต้น

2. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในภาพรวม พบว่าผู้จำหน่ายประมาณร้อยละ 75.60 มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท อยู่ในระดับมาก ขณะที่สัดส่วนของผู้จำหน่ายประมาณร้อยละ 47.58 ที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผู้จำหน่ายมีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมากมีเพียงร้อยละ 15.73 เท่านั้น

- **เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย**

1. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในเขตกรุงเทพมหานคร ประมาณร้อยละ 0.55 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 14.00 - 17.00 น. และทุกคน (ร้อยละ 100) รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00 - 11.00 น. นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ตอบไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ร้อยละ 28.30 และไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของเอกชนร้อยละ 24.73 และในประเด็นที่มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก และมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน มีผู้ตอบว่าไม่รู้เป็น

ร้อยละ 39.56 และ 28.85 ตามลำดับ ส่วนในมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายรับรู้ว่ามีมาตรการดังกล่าวร้อยละ 98.90 สำหรับมาตรการเพื่อควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 88.19 รับรู้ว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

2. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 98- 99) นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายทุกคน (ร้อยละ 100) มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเวลาในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้างต้นนำมาสู่ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในการควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทย

- **กรณีผู้บริโภค**

การกำหนดนโยบายสำหรับผู้บริโภคควรต้องคำนึงถึงสถานะและบทบาทของผู้บริโภคในปัญหาที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ผู้บริโภคดำรงสถานะและบทบาทอยู่ในด้านอุปสงค์หรือความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นนโยบายมาตรการที่จะใช้กับผู้บริโภคจะต้องมุ่งไปในเรื่องของการลดอุปสงค์เป็นสำคัญ ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การสร้างชุมชนปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรณรงค์และมุ่งส่งเสริมแนวคิด Alcohol-Free Zone ให้เกิดขึ้นในแต่ละชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนจัดตั้งกลไกในการป้องกันสมาชิกของชุมชนในการหาซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีกลไกการเฝ้าระวังสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง ตลอดจนงดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกกิจกรรมที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการในข้อที่ 1 โดยกำหนดให้ชุมชนมีส่วนในการให้ความเห็นเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตแก่ร้านค้าจำหน่ายหรือให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณใกล้เคียง ทั้งนี้ในลักษณะของประชาพิจารณ์ เพื่อให้ชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจในการจัดตั้งสถานบริการหรือร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผู้เกี่ยวข้องจะต้องนำความเห็นของชุมชนประกอบการพิจารณา

3. การสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการต้องสู้กับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยต้องมีการพัฒนาผู้นำชุมชน (หรือคณะกรรมการชุมชน) ให้มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับปัญหาและโทษที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนประโยชน์ที่จะได้จากการลดปัญหาดังกล่าวในชุมชน โดยชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสมาชิกในชุมชน ในครอบครัว และในชุมชนส่วนรวม

4. การสร้างเครือข่ายผู้นำและชุมชนในการแก้ปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เน้นการทำงานและเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในภาพรวมในการต่อสู้กับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทั้งนี้ นโยบายมาตรการดังกล่าว รัฐต้องให้การสนับสนุนในทุกมิติของความต้องการจำเป็นของชุมชน และจะต้องดำเนินการอย่างจริงจังต่อเนื่องในระยะยาว

- **กรณีผู้จำหน่าย**

ผู้จำหน่ายมีสถานภาพและบทบาทอยู่ในฝ่ายของอุปทาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดหาจัดจำหน่าย และให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีกฎระเบียบต่างๆ ที่ออกมาเพื่อการควบคุมอุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น ดังนั้นนโยบายมาตรการที่จะใช้กับผู้จำหน่ายจะต้องมุ่งไปในเรื่องของการลดอุปทานเป็นสำคัญ รวมทั้งมาตรการที่เกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมาย ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการจำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎระเบียบที่เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย/ให้บริการ ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย/ให้บริการ บุคคลที่ห้ามจำหน่าย/ให้บริการ การส่งเสริมการขายที่ไม่ได้รับอนุญาต ทั้งนี้เพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้จำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. การควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐต้องมีมาตรการในการควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดรัดกุม และมุ่งปกป้องคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคเป็นหลัก หลักการสำคัญคือ การปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการออกใบอนุญาตที่ลดความสะดวกของผู้ขอ เพิ่มความสำคัญของผู้ได้รับผลกระทบ (การทำประชาพิจารณ์จากชุมชน) การเพิ่มเงื่อนไขการออกใบอนุญาต การเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาต เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อควบคุมจำนวนร้านค้าและสถานบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนมุ่งลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. การเพิ่มมาตรการบังคับใช้กฎหมาย โดยการตั้งหน่วยเฉพาะกิจของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการออกตรวจตราตามสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม ร้านค้าและสถานบริการต่างๆ เพื่อป้องกันไม่ให้มีการละเมิดกฎระเบียบต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ที่พบว่ามีการละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ เช่น หอพัก สถานีบริการน้ำมัน สวนสาธารณะ เป็นต้น

4. การเพิ่มบทลงโทษเมื่อมีการกระทำผิดกฎหมาย ทั้งนี้เพื่อให้เห็นความสำคัญของกฎหมายที่มีการบังคับใช้ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการละเมิดข้อกำหนดต่างๆ ในกฎหมาย

5. นโยบายมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิง (Total Ban) การโฆษณาทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะโทรทัศน์และป้ายโฆษณาในบริเวณต่างๆ ยังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคพบเห็นได้ตลอดเวลาและมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐควรพิจารณาที่จะห้ามไม่ให้มีการโฆษณาเรื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิง เพื่อลดปัญหาการบิดเบือนข้อกฎหมายควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ

ปัจจัยสำคัญในด้านนโยบายมาตรการสำหรับผู้จำหน่ายก็คือ ประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นชัดเจนว่า การละเมิดข้อกำหนดของกฎหมายส่วนใหญ่เกิดจากการที่ผู้กระทำผิดไม่ได้รับการลงโทษแต่อย่างใด รวมทั้งกรณีของการโฆษณา หากรัฐไม่ใช้นโยบายห้ามโฆษณาอย่างสิ้นเชิง ปัญหาการบิดเบือน การตีความข้อกำหนด และการอาศัยช่องว่างของกฎหมายควบคุมการโฆษณายังคงมีต่อไป

- **กรณีเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีสถานภาพและบทบาทในฝ่ายรัฐ ที่จะต้องกำกับดูแล ควบคุมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นนโยบายมาตรการในส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายต้องมุ่งเน้นการพัฒนากลไกภาครัฐให้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิผล ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการจำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้เนื่องจากพบว่ายังมีเจ้าหน้าที่บางส่วนที่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ทั้งในกรณีของสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย บุคคลที่ห้ามจำหน่าย การโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้นโดยจะต้องจัดอาจอบรมให้ความรู้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

2. การกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย ปัญหาสำคัญที่พบจากงานวิจัยคือมีการพบเห็นการละเมิดข้อกำหนดของกฎหมาย แต่ไม่มีการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดเนื่องจากเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายไม่มีอำนาจในการจับกุม เป็นต้น ดังนั้นรัฐอาจจำเป็นต้องมีการทบทวนบทบาทและอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใหม่เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างเต็มที่

3. นโยบายมาตรการในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยอาจกำหนดให้มีรางวัลหรือโบนัสสำหรับการทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิผล เช่น การแบ่งรางวัลจากเงินค่าปรับกรณีจับกุมการละเมิดกฎหมายและมีการเปรียบเทียบปรับ เป็นต้น

ประเด็นสำคัญในนโยบายและมาตรการส่วนนี้ก็คือ การให้ความรู้ การให้อำนาจหน้าที่และการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่จะมีส่วนช่วยให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิผล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยในเรื่องของการบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อหาแนวทางในการบังคับใช้กฎหมายให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยอาจกำหนดให้มีการวิจัยในแต่ละประเด็นของข้อกำหนดในกฎหมาย

2. ส่งเสริมการวิจัยด้านพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มเสี่ยงต่างๆ ในเชิงลึก เช่น เยาวชน ผู้ใช้แรงงาน เพื่อสร้างแนวทางและมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกัน คุ้มครองและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มบุคคลดังกล่าว

3. ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยเพื่อประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการปรับปรุงนโยบายและมาตรการต่างๆ ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

จุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ และคณะ.(2551). **การทบทวนองค์ความรู้และการวิเคราะห์ทิศทางการวิจัยการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พ.ศ.2493-2550**. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 492.

ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์.(2531). การร่างกฎหมาย. **วารสารกฎหมาย.**หน้า 25-26.

เชษฐ รัชดาพรรณาธิกุล และวรรณา บุญศรีเมือง. (2548). มาตรการทางกฎหมายเพื่อลดผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. **วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย 1** (2) กรกฎาคม – ธันวาคม. หน้า 12 – 46.

ณัฐริกา วายุภาพ. (2536). **การศึกษาการบังคับใช้กฎหมายควบคุมการทิ้งมูลฝอยจากชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประเสริฐ สุขสบาย.(2542). **ทัศนะของผู้บังคับใช้กฎหมายต่อปัญหาการบังคับใช้กฎหมายด้านสวัสดิการสังคม.**สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน. (2535). กรุงเทพมหานคร : อักษรเจริญทัศน์.

โภคิน พลกุล.(2531). **ปัญหาและข้อคิดบางเรื่องจากรัฐธรรมนูญไทย**. (หน้า 137-140). กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์พลชัย.

มณรัตม์ ถาวรเจริญทรัพย์ และคณะ.(2551). **การศึกษาต้นทุนผลกระทบทางสังคม สุขภาพและเศรษฐกิจของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย.** ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. หน้า 3. (Available from http://www.cas.or.th/data/matter/StudyCosts.pdf)

ยงยุทธ ขจรธรรม และบังอร ฤทธิภักดี. (2547). **นโยบายและมาตรการในการควบคุมการบริโภคแอลกอฮอล์.** มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.

ยงยุทธ ขจรธรรม, พิมพา ขจรธรรม และบัณฑิต ศรไพศาล. (2547). **ประสิทธิผลของนโยบายและมาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.** มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.

วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์.(2535). **กฎหมายกับการปรับปรุงพฤติกรรม.** วารสารคลินิก. 8 มิถุนายน 2535.

วิษณุ เครืองาม.(2530). **ปัญหาและแนวโน้มของกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารราชการไทย ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารราชการไทย มสธ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย.

สุรชาติ ณ หนองคาย. (2546). **กฎหมาย กลยุทธ์ และการประยุกต์.** กรุงเทพมหานคร : สถาบัน จี. อี.ซี.

สุรชาติ ณ หนองคาย.(2547). **การวางแผนและการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์และหลักการประเมินผล.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : สถาบันจี.อี.ซี.

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.(2551). **พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.**กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

หยุด แสงอุทัย. (2538). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บำรุงนุกูลกิจ.

อมร จันทร์สมบูรณ์. (2533). **การกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่นเป็นพื้นฐานของการปกครองระบอบประชาธิปไตยเพียงใด.** ประมวลพระราชบัญญัติแห่งกฎหมายปกครอง. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง. หน้า 248.

“About The NLLEA”. (2007). The National Liquor Law Enforcement Association website: http://www.nllea.org/about.htm February 10, 2007.

Babor T, Caetano R, Casswell S, et al. (2003). Alcohol No Ordinary Commodity : **Research and Public Policy.** Oxford medical Publications

Chet Ratchadapunnathikul. (2002). The perceptions of job security of employees in the electronics industry in Bangkok. Thesis (Ph.D.) Mahidol University.

European Transport Safety Council. (1999). Police Enforcement Strategies to Reduce Traffic casualties in Europe. European Transport Safety Council website : http://www. etsc.be /oldsite /strategies.pdf February 10, 2007.

Institute of Alcohol Studies. (2005). **Alcohol Policies.** (http:/www.ias.org.uk)

International Center of Alcohol policies ICAP. 2005. **An integrative Approach to alcohol policies.** (URL : http://icap.org)

NLLEA National Training Academy. (2007). The National Liquor Law Enforcement Association. http://www.nllea.org/NLLEA_Academy.htm February 10, 2007.

“Tackling Alcohol-Fuelled Disorder in Town and City Centres”. (2007). Together: Tackling Anti Social Behavior website: http://www.together.gov.uk/cagetfile.asp?rid=845 February 11, 2007.

Steers R.M.(1997). **Organization Effectiveness : A behavioral view**. Santa Monica, Calif : Goodyear Publishing.

Vladimir Poznyak and Margie Peden. (2007). **Alcohol and Injury in Emergency Departments**. WHO,pp.7 – 9 (Available from http://www.who.int/int/substance_abuse/publications/alcohol_injury_summary.pdf)

World Health Organization WHO. (1981). **Health Program Evaluation. Guiding Principles of its Application in the Managerial Process for Nation Health Development Geneva : p.5**