

มาตรการออกไปใบอนุญาตหรือกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่เหมาะสม

ศูนย์ศึกษานโยบายเพื่อการพัฒนา
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

กรมสุขภาพจิต

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)

และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

ปี 2549

ISBN 974-94232-6-7

ลิขสิทธิ์ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

มาตรการออกไปใบอนุญาตหรือกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่เหมาะสม

ศูนย์ศึกษานโยบายเพื่อการพัฒนา
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรเวศม์ สุวรรณระดา

อาจารย์ ดร. บัณฑิต ชัยวิษณุชาติ

นายพรศักดิ์ บวรสิริสรรค์

นายเทอดศักดิ์ ชมเฒ่าสุวรรณ

นายจตุเทพ อำนาจพรประสิทธิ์

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

กรมสุขภาพจิต

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)

และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

ปี 2549

ISBN 974-94232-6-7

ลิขสิทธิ์ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

บทสรุปผู้บริหาร

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อคน (Adult per Capita Alcohol Consumption) ของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จึงทำให้ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกจัดวางให้เป็นปัญหาสังคมที่สำคัญประการหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากผลที่ตามมาหลังจากการดื่ม ไม่ว่าจะเป็นปัญหาสุขภาพนานาประการของตัวผู้ดื่มเองซึ่งอาจทำให้ผู้ดื่มเสียชีวิตเนื่องจากวัยอันควรเนื่องจากโรคเรื้อรังจากการติดสุรา ไม่ว่าจะเป็น โรคหัวใจและหลอดเลือด ตับอักเสบ ตับแข็ง มะเร็งของอวัยวะต่างๆ การเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ เป็นต้น การสูญเสียสมรรถภาพในการทำงานหรือซึบซึยานพาหนะอันนำไปสู่อุบัติเหตุในการทำงาน หรืออุบัติเหตุจราจร ปัญหาสังคมอย่างเช่น การทะเลาะวิวาท การใช้ความรุนแรงภายในครอบครัว อาชญากรรม และความยากจน ดังนั้น นโยบายและมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในอดีตมาตรการที่เป็นที่ยอมรับมากที่สุด คือ การใช้ระบบใบอนุญาต ซึ่งเป็นมาตรการที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อคน แต่ในปัจจุบัน เป้าหมายของการใช้มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากจะให้ความสำคัญกับการลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อคนแล้ว การดำเนินมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังได้ให้ความสำคัญกับการลดความรุนแรง และอุบัติเหตุที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีมาตรการต่างๆที่ใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีอยู่มากมายหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีก็ให้ประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน โดยมาตรการหลักที่มีการใช้อย่างกว้างขวาง จะประกอบด้วย (1) มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ (3) มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นมาตรการที่สร้างอุปสรรคในการเข้าถึงและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจากการศึกษาในประเทศต่างๆ พบว่า การเพิ่มอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะส่งผลให้ปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม การเพิ่มอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะสัมฤทธิ์ผลมากน้อยเพียงใดนั้นจะขึ้น ระดับของการบังคับ สภาพแวดล้อม และพฤติกรรมในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสำคัญ นอกจากนี้ การใช้มาตรการที่สร้างอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังส่งผลให้ลดความรุนแรงของผลเสีย ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ โดยมาตรการต่างๆที่ได้มีการนำมาใช้ จะประกอบด้วย การผูกขาดโดยรัฐบาลในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้ระบบใบอนุญาตในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การจำกัดสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจากการศึกษาของ Institute of Alcohol Studies (IAS) ในปี 2005 พบว่า การผูกขาดโดยรัฐบาลในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้ระบบใบอนุญาต และ การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิภาพ

ในด้านมาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเป็นมาตรการที่มีเป้าหมายที่ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น การใช้นโยบายการคลัง และ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบายการคลัง คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อราคา และความสามารถในการทดแทนกันของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในขณะที่มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็มีการกล่าวถึงมาก เนื่องจากการศึกษาในอดีตได้แสดงให้เห็นว่า มีความสัมพันธ์อย่างมากระหว่างการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลเสียในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการทะเลาะวิวาท อุบัติเหตุจากการขับขี่ยานพาหนะ อาชญากรรม และการฆ่าตัวตาย ซึ่งโดยทั่วไปมาตรการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะประกอบด้วย การให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ มาตรการต่อต้านการขับขี่ยานพาหนะภายหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยจากงานศึกษาในอดีต พบว่า มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการสร้างมาตรการต่อต้านการขับขี่ยานพาหนะภายหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการการสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ของผู้ขับขี่ยานพาหนะ เป็นมาตรการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากการสุ่มตรวจแบบที่ผู้ขับขี่ไม่สามารถรู้ล่วงหน้าได้ (Random Breath Testing: RBT) จะเป็นการเพิ่มความรู้สึกของผู้ขับขี่ถึงโอกาสที่จะถูกสุ่มตรวจ

ในขณะที่มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ให้ผลที่ดี หรือ Best Practice เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการทุกประเภทนั้นมีทั้งหมด 6 มาตรการ ซึ่งประกอบด้วย (1) การเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) การวัดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดขณะขับขี่ (3) การผูกขาดการผลิตและการจำหน่ายโดยรัฐบาล (4) การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (5) การจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ (6) การกำหนดชั่วโมงใน

การจัดจำหน่าย และในภาพรวม จากการศึกษาของ International Center of Alcohol Policies (ICAP) ในปี 2005 พบว่า มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สัมฤทธิ์ผลมากที่สุด ในทศวรรษ 2000

มาตรการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

การจำหน่ายสุราในประเทศไทยนั้น ผู้จำหน่ายต้องขอใบอนุญาตก่อนที่กรมสรรพสามิต จึงจะสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 (มาตรา 17) บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดขายสุราหรือนำสุราออกแสดงเพื่อขาย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต” ซึ่งประเภทของใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตขายสุราทุกชนิดตั้งแต่ 10 ลิตรขึ้นไป , ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรจำนวน 10 ลิตรขึ้นไป , ใบอนุญาตขายสุราทุกชนิดต่ำกว่า 10 ลิตร , ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรต่ำกว่า 10 ลิตร , ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่มขายชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน , ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน , ใบอนุญาตขายสุรต่ำ กว่า 10 ลิตรเพื่อดื่มในสมาคมหรือสโมสร ในการยื่นขอใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทยนั้น ได้กำหนดให้ผู้ประสงค์จะขอใบอนุญาตใหม่ นำสำเนาบัตรประชาชน สำเนาทะเบียนบ้านของสถานที่ประกอบ การค้า และใบทะเบียนพาณิชย์ไปแสดง ส่วนกรณีของนิติบุคคล จำเป็นต้องใช้หนังสือรับรองการจดทะเบียนของกระทรวงพาณิชย์พร้อมลงลายมือชื่อรับรองเอกสารทุกแผ่น ค่าธรรมเนียมของใบอนุญาตจำหน่ายนั้นอยู่ระหว่าง 10 บาท – 7,500 บาท ขึ้นอยู่กับลักษณะการจำหน่าย ปริมาณจำหน่ายประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามแหล่งผลิต และ/หรือ เขตสถานที่จำหน่าย ในส่วนของสถานที่ที่ผู้ขออนุญาตจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้นั้น เป็นไปตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ที่กำหนดห้ามมิให้สถานบริการตั้งไม่อยู่ใกล้วัด โรงเรียน โรงพยาบาล หอพัก หรือที่อื่นจะทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน รำคาญแก่สถานที่ดังกล่าว

หากผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่ายโดยไม่มีใบอนุญาต ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 มาตรา 40 ได้กำหนดบทลงโทษผู้ฝ่าฝืนที่ขายสุรานำเข้ามาในราชอาณาจักรโดยไม่ได้ รับอนุญาตโดยระวางโทษปรับไม่เกิน 2,000 บาท ถ้ากรณีเป็นสุราที่ทำขึ้นในราชอาณาจักร ต้อง ระวางโทษปรับไม่เกิน 500 บาท ซึ่งถือเป็นบทลงโทษสถานเบาที่มีเพียงโทษปรับเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีข้อกำหนดเกี่ยวกับเวลาจำหน่ายสุราประเภท 3 และ 4 ไร่ โดยแบ่งเวลาอนุญาต

ขายออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือระหว่างเวลา 11.00-14.00 น. และช่วงที่สองระหว่างเวลา 17.00 - 24.00 น. (กฎกระทรวงเรื่อง กำหนดเวลาขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 และประเภทที่ 4 พ.ศ. 2548)

นอกจากข้อกำหนดเรื่องเวลาจำหน่ายแล้ว ยังมีข้อกำหนดจำกัดสถานที่จำหน่ายสุราประเภทที่ 4 ถึงประเภทที่ 7 อีกด้วย โดยห้ามจำหน่ายสุราประเภทดังกล่าวในสถานศึกษา ศาสนสถาน สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง รวมไปถึงบริเวณสถานที่ที่เคยถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตขายสุรา (เว้นหากผ่านไปแล้ว 5 ปี)

มาตรการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในประเทศสิงคโปร์

ในกรณีของประเทศสิงคโปร์ บุคคลที่ต้องการที่จะค้าขายเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ทุกประเภททั้งขายปลีกและขายส่งจะต้องสมัครเพื่อขอใบอนุญาตจากคณะกรรมการจดทะเบียนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ในกรณีการขอใบอนุญาตตั้งแผงขายเบียร์นอกอาคารสามารถขอได้เฉพาะผู้ที่มีใบอนุญาตหาเบียร์เท่านั้น สำหรับบุคคลที่ไม่เป็นลูกจ้างใครหากต้องการจดทะเบียนจะต้องมีรายชื่ออยู่ใน Medisave contributions ก่อนจะสามารถทำการขอใบอนุญาตได้

ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีมีหลายอัตรา ขึ้นอยู่กับประเภทของใบอนุญาต ในสิงคโปร์ นอกจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีแล้ว ยังมีการออกใบอนุญาตชั่วคราวซึ่งมีช่วงเวลาไม่เกิน 30 วัน ปกติจะขอโดยผู้จัดงานหรือเทศกาลพิเศษๆ ซึ่งเป็นใบอนุญาตชั่วคราวแบบรายวัน และถ้าหากงานหรือเทศกาลนั้นมีการขายเกินช่วงเวลาที่กำหนด ผู้ขายจะต้องจดทะเบียนขอขยายเวลาขายเพิ่มเป็นรายชั่วโมงอีกด้วย ซึ่งค่าธรรมเนียมสำหรับการขอขยายเวลาขายเพิ่มเป็นรายชั่วโมงจะมีอัตราที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับแบบรายวัน ในกรณีใบอนุญาตชั่วคราวนั้น ไม่อนุญาตให้มีการโอนสิทธิ์ได้ ทั้งนี้ใบอนุญาตชั่วคราวแบบรายวัน และใบอนุญาตชั่วคราวแบบรายชั่วโมงมีหลายอัตราขึ้นอยู่กับประเภทของใบอนุญาต

ช่วงเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นอยู่กับประเภทของใบอนุญาตที่จดทะเบียน กล่าวคือ ใบอนุญาตประเภทที่ราคาสูงกว่าจะมีช่วงเวลาอนุญาตให้ขายในแต่ละวันยาวนานกว่า ใบอนุญาตประเภทที่ราคาถูก นอกจากนั้นแล้วยังมีข้อกำหนดว่า ร้านค้าใดที่ได้รับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องติดสำเนาใบอนุญาตไว้ที่ทางเข้าร้าน ในกรณีของ 1st class Public House Licence ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเซส (Cess) ที่เกี่ยวกับใบอนุญาตการขายอาหารและเครื่องดื่มให้แก่สำนักงาน Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS) ในกรณีของสถานบันเทิงจะต้องทำการขอใบอนุญาตสถานบันเทิงด้วย นอกจากนั้น ในสิงคโปร์ไม่มีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา

มาตรการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น

การจำหน่ายสุราในประเทศญี่ปุ่นนั้นจำเป็นต้องมีใบอนุญาต ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์ และใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสุรา ในกรณีของกิจการที่ใช้เครื่องดื่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของการบริการนั้น สถานที่จำหน่ายจำเป็นต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุขอนามัยอาหาร หรือแจ้งต่อทางการตามกฎหมายว่าด้วยการบริการที่เหมาะสม ใบอนุญาตจำหน่ายแบ่งเป็น ใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์มี 5 ประเภท ทุกประเภท 90,000 เยน และ ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์มีทั้งหมด 3 ประเภทใหญ่ ทุกประเภท 30,000 เยน โดยมีข้อจำกัดบางประการเกี่ยวกับใบอนุญาตขายปลีก สำหรับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ กล่าวคือ กรณีสถานค้าปลีกขนาดใหญ่ได้รับใบอนุญาตใหม่ มีข้อห้ามขายเบียร์ในประเทศและเหล่าสาเก 500 มิลลิลิตรขึ้นไปเป็นเวลา 3 ปี

ในการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์ ผู้ที่จะขออนุญาตจะต้องทำเรื่องขออนุญาตต่อหัวหน้าเขตภาษีที่เขตของสถานที่ที่จะทำการจำหน่ายเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์สังกัดอยู่ ซึ่งจะมีเกณฑ์หรือเงื่อนไขสำคัญ ได้แก่ คุณสมบัติของผู้ขออนุญาต สถานที่จำหน่าย ความสามารถในการบริหารจัดการ และเงื่อนไขด้านอุปสงค์อุปทานเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์ในเขตที่จำหน่าย ดังมีรายละเอียดดังนี้ **เกณฑ์คุณสมบัติของผู้ขออนุญาต** ตัวอย่างเช่น ผู้ขออนุญาตต้องเป็นผู้บรรลุนิติภาวะ ผู้ขออนุญาตจะต้องไม่เคยเป็นบุคคลล้มละลาย ผู้ขออนุญาตจะต้องไม่เคยถูกระงับการสั่งหยุดการทำธุรกรรมกับธนาคารภายใน 1 ปีก่อนการขออนุญาต ผู้เคยถูกลงโทษเนื่องจากค้างชำระภาษีระดับชาติและภาษีท้องถิ่น เป็นต้น **เกณฑ์สถานที่จำหน่าย** สถานที่ที่ผู้ขออนุญาตขอจำหน่ายเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์นั้น จะต้องไม่เป็นที่เดียวกับ ผับ บาร์ ภัตตาคาร โรงแรม เรือวังกัง เป็นต้น **เกณฑ์เงื่อนไขด้านอุปสงค์อุปทานเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์ในเขตที่จำหน่าย** ในอดีตจนถึงปี 2003 มีข้อบังคับด้านเงื่อนไขอุปสงค์อุปทานเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์ในเขตที่จำหน่ายเพื่อเป็นการสร้างกำแพงการเข้าสู่ตลาด โดยกำหนดว่า ระยะห่างระหว่างสถานที่จำหน่ายที่ขออนุญาตกับสถานที่จำหน่ายเดิมจะต้องห่างกันมากกว่า 100 เมตรในกรณีของเมืองใหญ่และเขตเมืองในภูมิภาค และต้องห่างมากกว่า 150 เมตรในเขตเมืองเล็กๆหรือหมู่บ้าน อีกทั้งจำนวนสถานที่จำหน่ายจะถูกกำหนดโดยขนาดประชากรของเมืองดังนี้ เมืองใหญ่: ประชากร 1,500 คนต่อ 1 แห่ง เมืองในภูมิภาค: ประชากร 1,000 คนต่อ 1 แห่ง และเมืองเล็กหรือหมู่บ้าน: ประชากร 750 คนต่อ 1 แห่ง

ในกรณีที่จำหน่ายปลีกเครื่องดื่มีแอลกอฮอล์โดยไม่มีใบอนุญาต จะมีโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 เยน นอกจากนั้นแล้ว นอกจากนั้นแล้ว ตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2003 ได้

มีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้สร้าง “ระบบผู้ควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” มีจุดประสงค์ในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างถูกต้อง และป้องกันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ยังไม่บรรลุนิติภาวะ กฎหมายได้กำหนดให้ผู้ที่ขออนุญาตจำหน่ายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องเลือก “ผู้ควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ของร้านขึ้นมา หากเป็นร้านขายปลีกขนาดเล็กมากๆ ก็อาจจะเป็นผู้ที่ขออนุญาตจำหน่ายปลีกหรือเจ้าของร้านเอง ผู้ควบคุมจะต้องเข้ารับการอบรมจากองค์กรจัดการอบรม หลังการอบรมนั้นผู้ควบคุมมีหน้าที่ดูแลให้การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในร้านให้ถูกต้องตามกฎหมายอย่างเข้มงวด และให้ความรู้แก่เจ้าของร้านกับลูกค้าอื่นในร้านอีกด้วย

อีกช่องทางหนึ่งในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่นที่นิยม คือ การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ พบว่าในปี ค.ศ. 1996 ทั่วประเทศญี่ปุ่นมีเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อัตโนมัติมากถึง 185,800 เครื่อง ปัญหาที่เกิดขึ้นตามมาก็คือ เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีซึ่งถูกห้ามมิให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายสามารถหาซื้อได้อย่างอิสระ บางกรณีเกิดปัญหาการซื้อสินค้าผิดประเภทเนื่องจากภาชนะบรรจุมีลักษณะคล้ายกับเครื่องดื่มทั่วไป เนื่องด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงมีความพยายามที่จะยกเลิกการใช้เครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อัตโนมัติ แต่เนื่องจากร้านค้าปลีกจำนวนมากไม่นอยยังอาศัยผลกำไรจากการติดตั้งเครื่องอัตโนมัติดังกล่าว และไม่สามารถหาวิธีการทางธุรกิจประเภทอื่นมาแทนที่ ที่ประชุมว่าด้วยแอลกอฮอล์แห่งชาติจึงได้ประกาศอย่างประนีประนอมว่า “อาจจะยอมให้มีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อัตโนมัติ หากสามารถพัฒนาเครื่องที่สามารถป้องกันการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี” แต่ในความเป็นจริง ปัจจุบันยังมีเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติรุ่นเก่าคงเหลืออยู่ สาเหตุหลักที่ทำให้ร้านค้าปลีกไม่ยอมกำจัดหรือเลิกใช้เครื่องจำหน่ายรุ่นเก่า ได้แก่ “ยอดขายจากการขายผ่านเครื่องอัตโนมัติสูง” “การกำจัดเครื่องรุ่นเก่าและ/หรือการนำเครื่องรุ่นใหม่มาใช้นั้นมีต้นทุนสูง” และ “ร้านค้าข้างเคียงยังไม่เลิก จึงยังใช้อยู่”

มาตรการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในประเทศแคนาดา

กรณีของประเทศแคนาดา ประเภทของใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการของประเทศแคนาดา แบ่งเป็น 7 ประเภท ดังนี้ Eating Establishment Liquor License (เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับสถานให้บริการที่มีการจำหน่ายอาหารเป็นหลัก และมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเพียงส่วนประกอบในมื้ออาหารเท่านั้น) Beverage Room License (เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับสถานที่จำหน่ายเบียร์และไวน์แก่ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปี และบริโภคใน

สถานที่นั้น) Lounge License (เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับสถานที่จำหน่ายสุรา เบียร์ และไวน์ ที่บรรจุในถ้วยแก้ว ขวด หรือภาชนะอื่นสำหรับการบริโภคในเลานจ์หรือพื้นที่อื่นที่ได้รับอนุญาต ซึ่งให้บริการแก่ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป) Catering License (เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทที่ซื้อจากคณะกรรมการ เพื่อจำหน่ายในการจัดเลี้ยง ให้แก่ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป และจะต้องบริโภคในพื้นที่ของการจัดเลี้ยงเท่านั้น นอกจากนี้ จะต้องเป็นการจัดเลี้ยงที่อยู่ในเขตเมืองเท่านั้น) Cabaret License (ต้องเป็นผู้ที่ดำเนินกิจกรรมที่ให้ความบันเทิงที่ดีไม่ขัดต่อศีลธรรม และต้องมีการจัดแสดงอย่างน้อย 4 วันในหนึ่งสัปดาห์) Club License (เป็นสถานที่จำหน่ายสุรา เบียร์ และไวน์ ที่บรรจุในถ้วยแก้ว ขวด หรือภาชนะอื่นสำหรับการบริโภคที่ซื้อจากคณะกรรมการในพื้นที่อื่นที่ได้รับอนุญาตให้แก่สมาชิกที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป) Military Establishment License (เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับการจำหน่ายสุรา เบียร์ และไวน์ ที่บรรจุในถ้วยแก้ว ขวด หรือภาชนะอื่นสำหรับการบริโภคที่ซื้อจากคณะกรรมการในเขตทหาร) นอกจากนี้ใบอนุญาตทั้ง 7 ประเภทข้างต้นแล้ว ยังมี Special Premise License ที่ออกให้กับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งคราวมีระยะเวลาที่กำหนดชัดเจน เช่น การจัดลานเบียร์ หรือ เทศกาลพิเศษ

เวลาในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศแคนาดาที่กำหนดไว้ที่ประมาณ 10.00 หรือ 11.00 น. จนถึง 01.00 น. หรือ 02.00 น. หรือตามที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต (Catering, Military Establishment และ Special Premise) ผู้ที่จะขอใบอนุญาต จะต้องมีความสมบัติ ดังนี้ (1) บุคคลชาวแคนาดาหรืออังกฤษ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปี และคณะกรรมการพิจารณาเห็นว่ามีความประพฤติดีหรือ (2) หุ่นส่วนจดทะเบียนในโนวาสโกเชีย ซึ่งหุ่นส่วนและผู้จัดการที่รับผิดชอบสถานบริการต้องเป็นผู้มีความประพฤติดี หรือ (3) บริษัทที่ดำเนินธุรกิจโนวาสโกเชีย ซึ่งมีเจ้าหน้าที่, ตัวแทน หรือผู้จัดการรับผิดชอบสถานบริการ ต้องเป็นผู้มีความประพฤติดี ในส่วนของค่าธรรมเนียม Alcohol and Gaming Authority เก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามประเภทของสถานบริการ ยกเว้นสถานบริการประเภท Cabaret ที่ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตราย 3 ปี \$1,500 สถานบริการประเภทอื่นๆ มีค่าธรรมเนียมแบบเดียวกันราคา \$450

มาตรการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในประเทศฝรั่งเศส

กรณีของประเทศฝรั่งเศส สถานที่ใดๆ ที่จำหน่ายหรือบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อบริโภค ในสถานที่หรือนอกสถานที่ จะมีคำเรียกตามนิยามกฎหมายว่า “บาร์” (Bar) โดยที่ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แบ่งเป็น ใบอนุญาตสำหรับการบริโภคในสถานบริการ

ใบอนุญาตสำหรับภัตตาคาร ใบอนุญาตแบบ Off-sale License และใบอนุญาตแบบ Off License

ใบอนุญาตสำหรับการบริโภคในสถานบริการ มี 4 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตประเภทที่ 1 เป็นใบอนุญาตสำหรับการจำหน่ายเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น น้ำ, น้ำผลไม้, ชา, กาแฟ ฯลฯ ใบอนุญาตประเภทที่ 2 เป็นใบอนุญาตสำหรับการจำหน่ายสุราหมัก ใบอนุญาตประเภทที่ 3 เป็นใบอนุญาตสำหรับการจำหน่ายสุราที่มีแอลกอฮอล์น้อยกว่า 18 %ตามปริมาณ และใบอนุญาตประเภทที่ 4 เป็นใบอนุญาตสำหรับจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทุกประเภทไม่จำกัดชนิด

ส่วนใบอนุญาตสำหรับภัตตาคาร จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ใบอนุญาตสำหรับภัตตาคารขนาดเล็กอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เช่นใบอนุญาต 2 ประเภทแรก ร่วมกับการจำหน่ายอาหาร และใบอนุญาตสำหรับภัตตาคาร อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทุกประเภท ร่วมกับการจำหน่ายอาหาร ทั้งนี้ ภัตตาคารไม่สามารถบริการหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากเครื่องนั้นไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของมื้ออาหาร (ภัตตาคารจะให้บริการหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก็ต่อเมื่อเป็นเครื่องดื่มที่ประกอบการรับประทานอาหารในมื้อ) ใบอนุญาตแบบ Off-sale License เป็นใบอนุญาตที่อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เช่นใบอนุญาต 2 ประเภทแรก เช่น สุราหมัก และใบอนุญาตแบบ Off License เป็นใบอนุญาตที่อนุญาตให้จำหน่ายสุราทุกประเภท และสามารถยื่นขอเป็นผู้ผลิตไวน์โดยจำหน่ายเองสู่สาธารณะได้ ในประเทศฝรั่งเศสมีการจำกัด (Limit) จำนวนบาร์เพื่อที่จะจำกัดผลกระทบของแอลกอฮอล์ที่มีต่อประชากร ด้วยเหตุนี้จึงมีกฎที่เข้มงวดมากเกี่ยวกับบาร์ที่จะเปิดใหม่ โดยที่ การเปิดบาร์จะทำให้ได้ก็ต่อเมื่อปฏิบัติตามระเบียบวิธีและต้องได้รับอนุญาตจากฝ่ายตำรวจ และสำนักงานภาษีศุลกากร ก่อนเริ่มดำเนินการใดๆในธุรกิจ นอกจากนี้ กฎหมายได้จำกัดหรือห้ามการตั้งบาร์ในพื้นที่คุ้มครอง ซึ่งรวมถึงในการแข่งขันกีฬา และสถานศึกษา ส่วนบาร์ที่เปิดดำเนินการในพื้นที่ก่อนที่พื้นที่นั้นจะถูกระบุประกาศให้เป็นพื้นที่คุ้มครองจะได้รับการยกเว้นให้สามารถดำเนินการได้ ในส่วนของเงื่อนไขของเจ้าของหรือผู้ดำเนินการ มีข้อกำหนดว่า ผู้ที่จะได้รับใบอนุญาตจำหน่ายจะต้องเป็นประชากรของฝรั่งเศสหรือของกลุ่มประเทศประชาคมยุโรปเท่านั้น เวลาจำหน่ายกำหนดไว้ระหว่าง 07:00-02:00น.

Executive Summary

In the past two decades, the alcohol consumption has increased continuously, recorded by a sharp rise in adult per capita alcohol consumption. Thus, the drinking alcohol became a major problem in the Thai economy because alcoholics are the main contributors to social problems, psychological problems, and physical problems. The social problems are road traffic accident, homicide, sexually deviant acts, criminal damage, and unwanted pregnancy. The psychological problems included insomnia, depression, anxiety, and suicide. The physical problems are hepatitis, gastritis, cirrhosis of the liver, cancer, and fatal damage. Therefore, numerous alcohol policies have been adopted to reduce the harm associated with alcohol misuse. These alcohol policies are the policies that affect drinking patterns by limiting access, discouraging drinking under the legal purchasing age and, reducing the harm related to specific drinking patterns. The major policies consist of 3 categories, including (1) restrictions on the availability of alcoholic beverages (2) restrictions on the demand for alcoholic beverages and (3) restrictions of the related harm of alcohol drinking.

Restrictions on the availability of alcoholic beverages can reduce the alcohol consumption significantly and also limit the related harm. These restrictions are state monopolies and licensing systems, density of outlets, places of sales, days of sale, hours of sale, and age requirements for purchase and consumption of alcoholic beverages. The Institute of Alcohol Studies (IAS) (2005) indicates that state monopolies and licensing systems and age requirements for purchase and consumption of alcoholic beverages are the best practices for the restrictions on the availability of alcoholic beverages. However, the achievement of the policy depends on the level of enforcement, economic environment, and alcoholic behavior.

The restrictions on the demand for alcoholic beverages are tax policies and alcohol advertising. For the tax policies, the major factors that determined affect the achievement of the policy are the price elasticity of demand for alcohol beverage and the degree of substitution of alcohol beverage. For the measurement on the related harm, the most effective measurement is the random breath testing (RBT). Finally, the International Center of Alcohol Policies (ICAP) (2005) recommended that the best practice policies during 1990s are (1) taxation (2) random breath test (3) state monopoly, (4) minimum age requirement, (5) density of outlets, and (6) hours of

In Thailand, there exists the alcohol beverage selling licenses system. The classification of alcohol beverages selling licenses in Thailand depends on volume of sales, places (domestic or foreign countries) of production and places of sales. Different from Thailand, other four countries, namely, Singapore, Japan, Canada and France, alcohol beverages selling licenses have also the types of on the premises and off the premises. Comparing with those four countries, Thailand has strict regulation on selling hours even during the daytime, but the alcohol beverage selling licenses system doesn't pay much strict attention to the qualifications of applicants before or after the acquisition of sales licenses. Moreover, there exists no regulation on the

number of licenses by considering the number of population or density of population in the areas as the case of Japan. If we base on Japanese case, the number of alcohol beverages sales licenses should have approximately 65,000-70,000 licenses. Unfortunately, it is officially announced that, there exists the alcohol beverage licenses about 650,000 licenses at present. It is not exaggerated to say that, the number of present licenses is too much. Thus, the direction of the present alcohol beverage selling licenses system reform should be aimed to the reduction of permission of new licenses.

คำนำ

ในปัจจุบัน ปัญหาการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นปัญหาสังคมสำคัญประการหนึ่งของไทย เนื่องมาจากผลที่ตามมาหลังจากการตีพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาสุขภาพนานาประการของตัวผู้ตีพิมพ์ซึ่งอาจทำให้ผู้ตีพิมพ์เสียชีวิต เนื่องจากภัยอันตรายเนื่องจากโรคเรื้อรังจากการติดสุรา การสูญเสียสมรรถภาพในการทำงานหรือขับขียานพาหนะอันนำไปสู่อุบัติเหตุในการทำงาน หรืออุบัติเหตุจากรถ ปัญหาสังคมอย่างเช่น การก่อทะเลาะวิวาท การใช้ความรุนแรงภายในครอบครัว อาชญากรรม ความยากจน ดังนั้น มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในประเทศไทยและนานาประเทศมีมาตรการหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่มาตรการควบคุมการเข้าถึง อย่างเช่น การกำหนดอายุขั้นต่ำที่สามารถซื้อได้ การจำกัดชั่วโมงและเวลาการขาย มาตรการทางภาษี มาตรการการปรับเปลี่ยนบริบทการดื่ม มาตรการการให้ความรู้และจูงใจ มาตรการการควบคุมการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

รายงานฉบับนี้ รายงานชิ้นนี้จะทำการศึกษา รวบรวม วิเคราะห์เบื้องต้น ผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย พร้อมทั้งศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่องค์ความรู้เกี่ยวกับสภาพและปัญหาของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย และเพื่อเป็นจุดตั้งต้นให้กับการศึกษาหาประเด็น และแนวทางการศึกษาต่อเนื่องในระยะต่อไป ให้สามารถนำไปสู่การศึกษาหามาตรการออกใบอนุญาต หรือการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่เหมาะสม หรือหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขใหม่อื่นๆ ที่จะช่วยให้รัฐสามารถควบคุมหรือลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยต่อไป นอกจากนี้ยังพิจารณากรณีของบางประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ แคนาดา และฝรั่งเศส เพื่อประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของประเทศไทยให้ชัดเจนขึ้นอีกด้วย

สุดท้ายนี้ คณะผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณนพ.บัณฑิต ศรีไพศาล และรศ.ดร.อิสรา ศานติศาสน์ และรศ.ดร.ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์ แห่งศูนย์ศึกษานโยบายเพื่อการพัฒนา คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำหรับการกระตุ้นให้ทีมงานวิจัยเริ่มการศึกษาชิ้นนี้ ขอขอบคุณสำนักกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ กรมสุขภาพจิต สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุขและศูนย์วิจัยปัญหาสุราสำหรับเงินอุดหนุนการวิจัย และขอแสดงความขอบคุณคุณณภาภา เลิศวิทย์ภากร และเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์วิจัยปัญหาสุราทุกท่านสำหรับงานสนับสนุนตลอดเวลาการทำงานของคุณคณะผู้วิจัย

คณะผู้วิจัย

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	ข
Executive Summary	ญ
คำนำ	ฎ
สารบัญ	ฐ
สารบัญตาราง	ฒ
สารบัญแผนภาพ	ด
บทนำ	1
1.โครงสร้างตลาดแอลกอฮอล์ของโลก	3
1.1 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	3
1.2 ปริมาณและราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตลาดโลก.....	4
2.การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย	12
2.1 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย.....	12
2.2 ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย.....	12
2.3 ใช้จ่ายด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	14
3.มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์:วรรณกรรมปริทัศน์	19
3.1 มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	20
3.2 มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	27
3.3 มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	31
4.นโยบายเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในต่างประเทศ	36
4.1 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย.....	36
4.2 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศสิงคโปร์.....	41
4.3 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น.....	46
4.4 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศแคนาดา.....	56

4.5 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศฝรั่งเศส.....	61
บทส่งท้าย	64
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก: การประเมินความเหมาะสมจำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในประเทศไทยโดยเกณฑ์ประชากรและพื้นที่	74

สารบัญตาราง

ตาราง 1-1: ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	3
ตาราง 1-2: ร้อยละของปริมาณแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่มของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	4
ตาราง 1-3: Adult per Capita Alcohol Consumption.....	6
ตาราง 1-4: ปริมาณการบริโภคเบียร์.....	8
ตาราง 1-5: ปริมาณการบริโภคไวน์.....	9
ตาราง 1-6: ปริมาณการบริโภคสเปิร์ต.....	10
ตาราง 1-7: ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	11
ตาราง 2-1: Adult per Capita Alcohol Consumption และปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามประเภทของไทย.....	13
ตาราง 2-2: รายจ่ายมวลรวมของไทย ณ ราคาปี พ.ศ.2531.....	14
ตาราง 2-3: ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายของไทย.....	16
ตาราง 2-4: ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายและภาค ปีพ.ศ.2545.....	17
ตาราง 2-5: ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายและสถานะทางเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือน ปีพ.ศ.2545.....	18
ตาราง 3-1: ระดับของข้อบังคับในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามกลุ่มประเทศ.....	21
ตาราง 3-2: ข้อบังคับในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มประเทศ.....	22
ตาราง 3-3: จำนวนประเทศที่มีข้อกำหนดในการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ.....	24
ตาราง 3-4: อายุขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนดในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	26
ตาราง 4-1: นิยามของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆกรณีประเทศไทย.....	38
ตาราง 4-2: ภาพรวมประเภทใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย.....	39
ตาราง 4-3: ใบอนุญาตค้าปลีกเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์สำหรับการบริโภคเฉพาะภายในสถานที่ขายกรณีประเทศสิงคโปร์.....	43
ตาราง 4-4: ใบอนุญาตค้าปลีกเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์สำหรับการบริโภคนอกสถานที่ขายกรณีประเทศสิงคโปร์.....	44

ตาราง 4-5: ใบอนุญาตค้าปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชั่วคราวแบบรายวัน กรณีประเทศสิงคโปร์.....	44
ตาราง 4-6: ใบอนุญาตค้าปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชั่วคราวแบบรายชั่วโมง กรณีประเทศสิงคโปร์.....	44
ตาราง 4-7: นิยามของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆกรณีประเทศญี่ปุ่น.....	47
ตาราง 4-8: ภาพรวมใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศญี่ปุ่น.....	48
ตาราง 4-9: ภาพรวมใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศญี่ปุ่น.....	49
ตาราง 4-10: ตัวอย่างเกณฑ์การออกใบอนุญาตบางประเภทของประเทศญี่ปุ่น.....	53
ตาราง 4-11: เวลาในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามประเภท ของสถานบริการกรณีประเทศแคนาดา.....	59

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพ 4-1: จำนวนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น.....	50
แผนภาพ 4-2: โครงสร้างของระบบผู้ควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.....	54
แผนภาพ 4-3: แนวโน้มการลดลงของจำนวนเครื่องจำหน่ายแอลกอฮอล์อัตโนมัติในประเทศ ญี่ปุ่น.....	56

บทนำ

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อคน (Adult per Capita Alcohol Consumption) ของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จึงทำให้ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกจัดวางให้เป็นปัญหาสังคมที่สำคัญประการหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากผลที่ตามมาหลังจากการดื่ม ไม่ว่าจะเป็นปัญหาสุขภาพนานาประการของตัวผู้ดื่มเองซึ่งอาจทำให้ผู้ดื่มเสียชีวิตเนื่องจากวัยอันควรเนื่องจากโรคเรื้อรังจากการติดสุรา ไม่ว่าจะเป็น โรคหัวใจและหลอดเลือด ตับอักเสบ ตับแข็ง มะเร็งของอวัยวะต่างๆ การเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ เป็นต้น การสูญเสียสมรรถภาพในการทำงานหรือขับขี่ยานพาหนะอันนำไปสู่อุบัติเหตุในการทำงาน หรืออุบัติเหตุจราจร ปัญหาสังคมอย่างเช่น การก่อทะเลาะวิวาท การใช้ความรุนแรงภายในครอบครัว อาชญากรรม และความยากจน ดังนั้น นโยบายและมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในอดีตมาตรการที่เป็นที่ยอมรับมากที่สุด คือ การใช้ระบบใบอนุญาต ซึ่งเป็นมาตรการที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อคน แต่ในปัจจุบัน เป้าหมายของการใช้มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากจะให้ความสำคัญกับการลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อคนแล้ว การดำเนินมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังได้ให้ความสำคัญกับการลดความรุนแรง และอุบัติเหตุที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีมาตรการต่างๆที่ใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีอยู่มากมายหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีก็ให้ประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน โดยมาตรการหลักที่มีการใช้อย่างกว้างขวาง จะประกอบด้วย (1) มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อกรเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ (3) มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

รายงานชิ้นนี้จะทำการศึกษา รวบรวม วิเคราะห์เบื้องต้น ผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย พร้อมทั้งศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่องค์ความรู้เกี่ยวกับสภาพและปัญหาของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย และเพื่อเป็นจุดตั้งต้นให้กับการศึกษาหาประเด็น และแนวทางการศึกษาต่อเนื่องในระยะต่อไป ให้สามารถนำไปสู่การศึกษามาตรการออกใบอนุญาต หรือการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่

เหมาะสม หรือหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขใหม่อื่นๆ ที่จะช่วยให้รัฐสามารถควบคุมหรือลดปริมาณ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยต่อไป

ระยะเวลาของการศึกษาและขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาตามโครงการนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนย่อยๆ ดังนี้

1. การศึกษาทบทวนกฎหมายและกฎกระทรวง ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในส่วนของ สถานที่จำหน่าย และกฎระเบียบในการขอใบอนุญาตจำหน่ายสุรา เปรียบเทียบกับ ต่างประเทศ ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร
2. การศึกษาทบทวนนโยบายและมาตรการของรัฐในประเทศต่างๆ ที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในส่วนของสถานที่จำหน่าย กฎระเบียบ และค่าธรรมเนียมใน การขอใบอนุญาตจำหน่ายสุรา อาทิ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น แคนาดา และฝรั่งเศส
3. การศึกษางานวิจัยและการสำรวจข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ พื้นที่จำหน่ายแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

วิธีการศึกษา

รายงานชิ้นนี้ศึกษาโดยการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ เอกสารราชการ และบทความวิชาการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมถึงองค์กรระหว่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมไปถึงกฎระเบียบในการขอใบอนุญาตจำหน่ายสุรา เอกสารต่างๆ นั้นรวมถึงเอกสารที่สามารถ ค้นหาผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วย

องค์ประกอบของรายงานการศึกษา

รายงานการศึกษานี้ประกอบด้วยเนื้อหาทั้งหมด 6 ส่วนได้แก่ บทนำ โครงสร้างตลาด แอลกอฮอล์ของโลก การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ วรรณกรรมปริทัศน์เกี่ยวกับ มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นโยบายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในต่างประเทศ โดยจะเน้นหนักในเรื่องของการขออนุญาตจำหน่ายสุรา และบทส่ง ท้าย

บทที่ 1

โครงสร้างตลาดแอลกอฮอล์ของโลก

ในส่วนี้ จะทำการอธิบายโครงสร้างของตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของโลก ซึ่งจะทำให้ทราบถึงภาพรวมของสถานการณ์ของตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของโลก ไม่ว่าจะเป็น ด้านปริมาณของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้านราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และข้อบังคับในการผลิต และการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจะประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ คือ (1.1) ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (1.2) ปริมาณและราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตลาดโลก และ (1.3) ข้อบังคับในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีรายละเอียดของการศึกษาในแต่ละหัวข้อดังนี้

1.1 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แอลกอฮอล์มีหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น Isopropyl Alcohol, Methyl Alcohol และ Ethyl Alcohol ซึ่งจะมีแต่เพียง Ethyl Alcohol เท่านั้นที่สามารถนำมาบริโภคได้ ซึ่งโดยทั่วไป เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ Ethyl Alcohol หรือ Alcohol Beverages จะสามารถจำแนกออกเป็นหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น ไวน์ (Wine) เบียร์ (Beer) วิสกี้ (Whisky) รัม (Rum) บรั่นดี (Brandy) จิน (Gin) และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทก็จะมีปริมาณแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันไปดังตาราง 1-1

ตาราง 1-1: ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภท	ที่มาของแอลกอฮอล์	ปริมาณแอลกอฮอล์
บรั่นดี	น้ำผลไม้	ร้อยละ 40-50
วิสกี้	Cereal Grains	ร้อยละ 40-55
รัม	Molasses/Sugarcane	ร้อยละ 40-55
ไวน์	ผลไม้	ร้อยละ 10-22
เบียร์	ธัญญาพืช	ร้อยละ 4-8

ที่มา: World Health Organization

ในทางกฎหมาย ประเทศต่างๆ ได้มีการนิยามความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันไปซึ่งจะพิจารณาจากร้อยละของปริมาณแอลกอฮอล์ต่อปริมาณทั้งหมด ซึ่งจากการสำรวจของ World Health Organization (WHO) ในปี 2004 พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดย

เฉลี่ยจะมีปริมาณแอลกอฮอล์ผสมอยู่ร้อยละ 1.95 และจากตารางที่ 00 พบว่า ร้อยละ 62.5 ได้กำหนดให้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ Ethyl Alcohol ตั้งแต่ร้อยละ 0.1 ถึง ร้อยละ 2.0 ในขณะที่ร้อยละ 22.7 ของประเทศทั้งหมดที่ทำการสำรวจของ WHO (2004) กำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ Ethyl Alcohol ตั้งแต่ร้อยละ 2.1 ถึงร้อยละ 4.49 ซึ่งระดับของปริมาณแอลกอฮอล์จะเป็นตัวตัดสินว่า เครื่องดื่มประเภทใดจะต้องเสียภาษีสรรพสามิตหรือไม่

ตาราง 1-2: ร้อยละของปริมาณแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่มของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ปริมาณแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่ม	จำนวนประเทศ	ร้อยละ
ร้อยละ 0.1 ถึงร้อยละ 2.0	55	62.5
ร้อยละ 2.1 ถึงร้อยละ 4.49	20	22.7
มากกว่า ร้อยละ 4.49	6	6.8
ไม่มีข้อกำหนด	7	8.0
รวม	88	100

ที่มา: World Health Organization

1.2 ปริมาณและราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตลาดโลก

1.2.1 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรในแต่ละประเทศ จะพิจารณาจากปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อหัว (Adult per Capita Alcohol Consumption) ที่จัดทำขึ้นโดย World Health Organization (WHO) โดยจะคำนวณจากผลรวมของปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตได้ในประเทศและปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้า หักด้วยปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งออก แล้วหารด้วยจำนวนประชากรในประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี แสดงเป็นสูตรคำนวณ ดังนี้

$$\text{Adult per Capita Alcohol Consumption} = \frac{\text{Alcohol Production} + \text{Alcohol Imports} - \text{Alcohol Exports}}{\text{Population 15 years of age and over}}$$

ในตาราง 1-3 แสดงค่า Adult per Capita Alcohol Consumption ใน 10 ประเทศ จากทวีปเอเชีย 8 ประเทศ อังกฤษ และสหรัฐอเมริกาเป็นข้อมูลรายปีตั้งแต่ปีพ.ศ.2504-2543 จากตาราง

จะเห็นว่าในทุกประเทศมีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น แทบทุกปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2504 ถึงปี พ.ศ.2543 โดยประเทศไทยมีการบริโภคเพิ่มขึ้นมากที่สุดจาก 0.26 ลิตร/คน/ปีในปี พ.ศ. 2504 เป็น 13.59 ลิตร/คน/ปีในปีพ.ศ.2543 ในขณะที่ประเทศสิงคโปร์มีปริมาณการบริโภคไม่เปลี่ยนแปลงจากปีพ.ศ.2504 โดยเพิ่มขึ้นจาก 2.19 ลิตร/คน/ปีในปีพ.ศ.2504 เป็น 2.73 ลิตร/คน/ปี ในปี พ.ศ.2543

ตาราง 1-3: Adult per Capita Alcohol Consumption

หน่วย: ลิตรต่อคน

ปี	ไทย	ญี่ปุ่น	สิงคโปร์	เกาหลี	จีน	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	อังกฤษ	สหรัฐอเมริกา
2504	0.26	4.03	2.19	5.99	0.49	0.78	0.03	0.59	6.56	6.78
2505	0.46	4.02	1.97	7.04	0.60	0.97	0.03	0.52	6.51	6.91
2506	0.82	4.11	2.21	5.94	0.62	1.40	0.03	0.49	6.63	7.00
2507	0.93	4.16	1.87	5.21	0.64	1.56	0.03	0.47	6.96	7.06
2508	1.21	3.87	2.14	6.03	0.66	1.73	0.03	0.52	6.82	7.30
2509	1.62	4.07	2.11	7.63	0.80	1.84	0.03	0.50	6.97	7.56
2510	1.65	4.35	2.25	8.89	0.70	2.20	0.03	0.49	7.10	7.66
2511	1.70	4.34	2.41	8.44	0.75	2.49	0.03	0.46	7.31	7.94
2512	1.84	4.25	2.33	9.37	0.81	2.26	0.04	0.45	7.47	8.19
2513	1.91	4.51	2.68	11.25	0.75	2.27	0.06	0.41	7.79	8.67
2514	2.03	4.65	2.90	14.43	0.84	2.27	0.06	0.41	8.15	8.86
2515	1.87	4.96	2.49	15.17	0.89	2.34	0.07	0.39	8.48	9.11
2516	1.79	5.20	2.86	16.83	1.00	2.35	0.08	0.53	9.36	9.42
2517	2.27	5.18	2.38	16.58	1.05	2.71	0.09	0.56	9.70	9.63
2518	2.30	5.28	2.40	15.17	1.18	2.75	0.08	0.50	9.69	9.52
2519	2.91	5.23	2.69	16.01	1.34	3.03	0.06	0.57	10.11	9.63
2520	4.20	5.69	2.60	16.73	1.21	3.23	0.07	0.57	9.58	9.70
2521	4.39	5.73	2.37	14.30	1.23	3.34	0.07	0.65	10.20	10.10
2522	4.77	6.02	2.14	14.40	1.33	3.47	0.07	0.76	10.57	10.21
2523	5.51	5.94	2.49	14.77	1.70	3.09	0.08	0.83	10.10	10.51
2524	5.47	5.84	2.33	14.22	1.89	3.26	0.09	0.83	9.67	10.41
2525	5.26	6.30	2.29	13.70	2.06	3.57	0.10	0.73	9.34	10.05
2526	6.05	6.73	2.35	10.71	2.28	4.41	0.08	0.61	9.55	10.05
2527	6.04	6.48	2.32	10.67	2.36	4.26	0.06	0.62	9.62	9.90
2528	5.10	6.58	2.22	10.18	2.53	4.58	0.06	0.66	9.75	9.93
2529	5.02	6.43	2.24	10.25	2.92	4.11	0.07	0.59	9.75	9.54
2530	5.79	6.67	2.23	10.18	3.30	4.42	0.07	0.57	9.89	9.58
2531	6.40	7.27	2.19	10.13	3.50	3.85	0.07	0.61	10.06	9.38
2532	7.39	6.50	2.13	9.61	3.16	3.78	0.06	0.63	10.01	9.08
2533	7.46	6.91	2.19	9.25	3.34	3.69	0.07	0.72	10.09	9.18
2534	7.00	6.56	1.86	8.83	3.40	3.57	0.06	0.69	9.71	8.83
2535	6.95	6.76	2.08	8.53	3.54	3.63	0.06	0.89	9.44	8.62
2536	7.92	6.85	1.81	7.90	3.80	3.40	0.08	0.79	9.37	8.72
2537	7.85	6.93	1.97	8.11	3.99	3.26	0.08	0.81	9.62	8.59
2538	9.31	6.81	2.58	7.75	4.70	3.83	0.11	0.90	9.14	8.60
2539	8.88	6.83	2.63	7.48	4.63	3.64	0.10	0.93	9.36	8.61
2540	9.91	6.70	2.87	7.50	4.61	3.53	0.08	0.99	9.66	8.70
2541	9.70	6.53	2.31	7.06	4.78	3.38	0.08	0.95	9.38	8.63
2542	13.71	6.42	2.81	7.34	4.89	3.42	0.08	0.95	9.73	8.64
2543	13.59	6.26	2.73	6.78	5.17	3.33	0.08			9.08

ที่มา: Alcohol Database, World Health Organization

เมื่อพิจารณาแยกจำแนกตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากตาราง 1-4 ที่แสดงปริมาณการบริโภคเบียร์ พบว่า ทุกประเทศมีปริมาณการบริโภคเบียร์เพิ่มขึ้นจากปี 2504 และในทุกประเทศมีปริมาณการบริโภคเบียร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีประเทศอังกฤษเป็นประเทศที่มีการบริโภคเบียร์มากที่สุด เท่ากับ 5.46 ลิตร/คน/ปี ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซียมีการบริโภคเบียร์น้อยที่สุด 0.04 ลิตร/คน/ปี ในด้านปริมาณการบริโภคไวน์ จากตาราง 1-5 จะเห็นได้ว่า ในทุกประเทศมีปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้น เพียงประเทศอินโดนีเซียเท่านั้น โดยในปีพ.ศ.2542 ประเทศอังกฤษมีปริมาณการบริโภคไวน์มากที่สุด เท่ากับ 2.29 ลิตร/คน/ปี และในด้านการปริมาณการบริโภคสปิริต จากตาราง 1-6 พบว่าในทุกประเทศ ยกเว้นมาเลเซีย มีปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่น โดยในปีพ.ศ.2543 พบว่า ประเทศไทยมีบริโภคสปิริตมากที่สุด เท่ากับ 12.45 ลิตร/คน/ปี ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ มีการบริโภคสปิริตเพียง 0.04 - 4.04 ลิตร/คน/ปี

1.2.2 ราคา

ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แสดงในส่วนนี้ ได้แสดงแยกประเภทเป็น เบียร์ ไวน์ และสปิริต โดยเป็นราคาจำหน่ายนอกสถานบริการ (off-premise sale) เช่น ร้านค้า หรือ ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น และเป็นราคาต่อหนึ่งหน่วยปริมาณบรรจุมาตรฐานทั่วไปของเครื่องดื่มแต่ละประเภท (เบียร์ 500 มิลลิลิตร ไวน์ 750 มิลลิลิตร และสปิริต 750 มิลลิลิตร) เมื่อพิจารณาจากตาราง 1-7 พบว่า เบียร์จะมีราคาถูกกว่าไวน์และสปิริต ในทุกประเทศ โดย ราคาเบียร์ในฟิลิปปินส์ต่ำสุด เท่ากับ 0.46 ดอลลาร์สหรัฐต่อปริมาณบรรจุมาตรฐานและราคาเบียร์ในอังกฤษสูงสุด 2.61 ดอลลาร์สหรัฐต่อปริมาณบรรจุมาตรฐาน ราคาไวน์ในอินโดนีเซียต่ำสุด 0.94 ดอลลาร์สหรัฐต่อปริมาณบรรจุมาตรฐาน และราคาไวน์ในไทยสูงสุด 9.83 ดอลลาร์สหรัฐต่อปริมาณบรรจุมาตรฐาน ในด้านราคาสปิริต จากตารางจะเห็นได้ว่า ราคาสปิริตในฟิลิปปินส์ต่ำสุด 1.27 ดอลลาร์สหรัฐต่อปริมาณบรรจุมาตรฐานและราคาสปิริตในอังกฤษสูงสุด 18.93 ดอลลาร์สหรัฐต่อปริมาณบรรจุมาตรฐาน

ตาราง 1-4: ปริมาณการบริโภคเบียร์

ปี	หน่วย: ลิตร									
	ไทย	ญี่ปุ่น	สิงคโปร์	เกาหลี	จีน	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	อังกฤษ	สหรัฐอเมริกา
2504	0.02	0.99	1.51	0.04	0.01	0.35	0.00	0.40	5.23	3.86
2505	0.03	0.99	1.00	0.02	0.01	0.43	0.00	0.34	5.19	3.87
2506	0.03	1.13	1.16	0.04	0.01	0.64	0.00	0.31	5.21	3.96
2507	0.04	1.27	1.09	0.07	0.01	0.62	0.00	0.29	5.42	4.11
2508	0.04	1.23	1.18	0.12	0.01	0.64	0.00	0.34	5.39	4.13
2509	0.09	1.31	1.28	0.11	0.01	0.55	0.00	0.34	5.50	4.25
2510	0.08	1.49	1.35	0.15	0.01	0.70	0.01	0.32	5.59	4.32
2511	0.09	1.45	1.30	0.12	0.01	0.81	0.01	0.31	5.71	4.47
2512	0.09	1.62	1.27	0.15	0.01	0.69	0.01	0.30	5.96	4.57
2513	0.08	1.72	1.41	0.22	0.01	0.78	0.01	0.27	6.12	4.76
2514	0.07	1.75	1.49	0.27	0.01	0.81	0.02	0.27	6.31	4.76
2515	0.07	1.94	1.33	0.21	0.02	0.80	0.02	0.25	6.38	4.81
2516	0.09	2.10	1.42	0.28	0.02	0.73	0.03	0.33	6.71	4.97
2517	0.09	1.96	1.38	0.34	0.02	0.94	0.03	0.40	6.85	5.14
2518	0.12	2.08	1.34	0.36	0.02	0.95	0.03	0.36	6.96	5.11
2519	0.14	1.96	1.33	0.38	0.02	1.11	0.03	0.40	7.05	5.22
2520	0.18	2.24	1.21	0.47	0.02	1.16	0.03	0.41	6.91	5.35
2521	0.19	2.28	1.12	0.84	0.02	1.21	0.03	0.47	6.99	5.45
2522	0.26	2.39	1.02	1.18	0.03	1.26	0.03	0.55	7.06	5.64
2523	0.20	2.30	1.07	1.04	0.05	0.86	0.03	0.61	6.73	5.81
2524	0.16	2.27	1.05	1.04	0.06	0.82	0.04	0.58	6.39	5.82
2525	0.18	2.39	1.07	1.06	0.08	1.08	0.04	0.57	6.18	5.74
2526	0.21	2.46	1.05	1.17	0.10	1.39	0.05	0.45	6.23	5.74
2527	0.23	2.21	1.02	1.22	0.14	1.32	0.02	0.46	6.19	5.62
2528	0.14	2.30	1.01	1.24	0.19	1.62	0.03	0.47	6.13	5.60
2529	0.11	2.37	0.98	1.23	0.24	1.21	0.03	0.43	6.10	5.57
2530	0.12	2.54	0.97	1.32	0.31	1.58	0.03	0.41	6.13	5.64
2531	0.16	2.69	0.98	1.51	0.37	1.04	0.03	0.43	6.17	5.69
2532	0.22	2.86	0.97	1.74	0.35	0.98	0.04	0.47	6.14	5.49
2533	0.31	2.96	0.97	1.83	0.37	0.90	0.04	0.54	6.30	5.54
2534	0.33	3.09	0.94	2.20	0.44	0.81	0.04	0.51	6.07	5.51
2535	0.37	3.11	0.96	2.12	0.52	0.81	0.03	0.63	5.85	5.41
2536	0.46	3.06	0.90	2.03	0.63	0.76	0.05	0.63	5.66	5.37
2537	0.57	3.18	1.00	2.25	0.70	0.73	0.05	0.64	5.76	5.33
2538	0.69	3.00	1.53	2.26	0.78	0.86	0.06	0.66	5.60	5.17
2539	0.79	2.99	1.50	2.17	0.83	0.82	0.06	0.66	5.66	5.18
2540	0.89	2.83	1.76	2.09	0.92	0.79	0.05	0.72	5.74	5.18
2541	0.98	2.59	1.65	1.72	0.96	0.76	0.04	0.75	5.49	5.19
2542	1.02	2.41	1.64	1.80	1.00	0.76	0.04	0.76	5.46	5.17
2543	1.12	2.30	1.60	1.78	1.03	0.74	0.04			5.11

ที่มา: Alcohol Database, World Health Organization

ตาราง 1-5: ปริมาณการบริโภคไวน์

ปี	หน่วย: ลิตร									
	ไทย	ญี่ปุ่น	สิงคโปร์	เกาหลี	จีน	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	อังกฤษ	สหรัฐอเมริกา
2504	0.00	0.02	0.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.28	0.74
2505	0.00	0.03	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.29	0.77
2506	0.00	0.03	0.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.32	0.78
2507	0.00	0.01	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.37	0.72
2508	0.00	0.02	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.34	0.82
2509	0.00	0.02	0.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.37	0.88
2510	0.00	0.04	0.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.41	0.84
2511	0.00	0.04	0.06	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.46	0.87
2512	0.00	0.03	0.06	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.44	0.95
2513	0.00	0.03	0.08	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.46	1.07
2514	0.00	0.03	0.11	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.55	1.26
2515	0.00	0.04	0.08	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.64	1.31
2516	0.00	0.06	0.11	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.82	1.44
2517	0.00	0.10	0.12	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.84	1.44
2518	0.00	0.07	0.12	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.82	1.39
2519	0.00	0.09	0.13	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.91	1.38
2520	0.00	0.10	0.15	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.84	1.43
2521	0.00	0.12	0.15	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	1.00	1.51
2522	0.00	0.12	0.14	0.00	0.01	0.00	0.00	0.01	1.08	1.55
2523	0.00	0.12	0.15	0.00	0.02	0.00	0.00	0.01	1.09	1.65
2524	0.00	0.12	0.14	0.00	0.02	0.00	0.00	0.01	1.16	1.65
2525	0.00	0.15	0.14	0.00	0.02	0.00	0.00	0.00	1.17	1.52
2526	0.00	0.16	0.15	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	1.27	1.56
2527	0.00	0.14	0.16	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	1.42	1.60
2528	0.00	0.14	0.12	0.00	0.04	0.00	0.00	0.02	1.48	1.63
2529	0.00	0.11	0.12	0.00	0.05	0.00	0.00	0.00	1.54	1.66
2530	0.00	0.15	0.14	0.00	0.05	0.01	0.00	0.00	1.63	1.61
2531	0.00	0.19	0.15	0.01	0.05	0.00	0.00	0.02	1.68	1.54
2532	0.01	0.19	0.17	0.01	0.05	0.00	0.00	0.00	1.73	1.42
2533	0.00	0.20	0.14	0.01	0.04	0.00	0.00	0.02	1.71	1.41
2534	0.00	0.18	0.16	0.01	0.05	0.00	0.00	0.02	1.69	1.26
2535	0.00	0.16	0.17	0.01	0.04	0.00	0.00	0.11	1.74	1.17
2536	0.01	0.16	0.18	0.01	0.04	0.00	0.00	0.09	1.81	1.36
2537	0.01	0.19	0.21	0.02	0.04	0.00	0.00	0.09	1.87	1.34
2538	0.01	0.23	0.22	0.02	0.05	0.01	0.00	0.09	1.82	1.51
2539	0.03	0.23	0.23	0.02	0.05	0.01	0.00	0.11	1.94	1.39
2540	0.02	0.31	0.30	0.04	0.07	0.01	0.00	0.11	2.10	1.43
2541	0.01	0.62	0.22	0.01	0.08	0.01	0.00	0.04	2.17	1.45
2542	0.01	0.42	0.30	0.02	0.08	0.01	0.00	0.04	2.29	1.44
2543	0.01	0.41	0.30	0.02	0.09	0.01	0.00			1.67

ที่มา: Alcohol Database, World Health Organization

ตาราง 1-6: ปริมาณการบริโภคสุรา

ปี	หน่วย: ลิตร									
	ไทย	ญี่ปุ่น	สิงคโปร์	เกาหลี	จีน	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	อังกฤษ	สหรัฐอเมริกา
2504	0.24	2.08	0.46	0.41	0.48	0.35	0.02	0.17	1.04	2.17
2505	0.44	2.05	0.45	0.41	0.59	0.46	0.03	0.16	1.03	2.24
2506	0.79	1.91	0.53	0.34	0.61	0.68	0.03	0.17	1.09	2.24
2507	0.90	1.79	0.42	0.33	0.63	0.86	0.03	0.17	1.17	2.21
2508	1.17	1.51	0.57	0.50	0.65	1.01	0.03	0.17	1.09	2.33
2509	1.53	1.64	0.55	0.60	0.79	1.21	0.03	0.15	1.10	2.41
2510	1.57	1.61	0.64	0.88	0.69	1.42	0.03	0.16	1.10	2.49
2511	1.62	1.63	0.69	0.81	0.74	1.61	0.02	0.14	1.14	2.58
2512	1.75	1.49	0.76	0.84	0.80	1.50	0.03	0.14	1.08	2.66
2513	1.83	1.56	0.90	0.91	0.74	1.41	0.05	0.13	1.24	2.82
2514	1.96	1.62	0.99	1.01	0.83	1.39	0.05	0.13	1.31	2.81
2515	1.80	1.73	0.75	0.99	0.87	1.47	0.05	0.12	1.46	2.97
2516	1.70	1.74	1.09	1.14	0.99	1.55	0.05	0.18	1.84	2.99
2517	2.18	1.84	0.76	1.31	1.03	1.69	0.05	0.15	2.02	3.03
2518	2.18	1.93	0.80	1.68	1.16	1.72	0.05	0.13	1.92	2.99
2519	2.77	2.10	0.97	1.74	1.32	1.85	0.03	0.16	2.15	3.00
2520	4.01	2.22	0.98	1.84	1.19	1.99	0.04	0.14	1.83	2.91
2521	4.21	2.28	0.95	1.75	1.20	2.05	0.03	0.17	2.20	3.12
2522	4.51	2.52	0.87	1.66	1.29	2.12	0.04	0.19	2.40	3.00
2523	5.31	2.51	1.13	1.67	1.64	2.19	0.05	0.20	2.25	3.03
2524	5.30	2.47	1.04	1.83	1.81	2.33	0.05	0.23	2.11	2.92
2525	5.07	2.78	0.97	1.93	1.96	2.46	0.05	0.16	1.98	2.78
2526	5.83	3.15	1.04	1.97	2.15	2.91	0.04	0.16	2.03	2.74
2527	5.80	3.33	1.01	2.09	2.19	2.83	0.04	0.16	2.00	2.67
2528	4.95	3.40	1.00	1.94	2.30	2.83	0.04	0.16	2.13	2.69
2529	4.90	3.11	0.98	1.96	2.63	2.81	0.04	0.16	2.11	2.30
2530	5.66	3.10	0.99	2.02	2.94	2.80	0.03	0.16	2.14	2.31
2531	6.23	3.54	0.96	2.26	3.08	2.78	0.04	0.16	2.24	2.15
2532	7.16	2.60	0.92	2.18	2.76	2.78	0.03	0.16	2.16	2.15
2533	7.13	2.96	0.98	2.07	2.93	2.77	0.03	0.16	2.10	2.22
2534	6.66	2.51	0.67	1.97	2.91	2.74	0.02	0.16	1.95	2.06
2535	6.57	2.74	0.82	2.01	2.98	2.79	0.03	0.16	1.83	2.03
2536	7.44	2.89	0.63	2.08	3.13	2.61	0.03	0.08	1.87	1.98
2537	7.26	2.86	0.65	2.16	3.24	2.51	0.03	0.08	1.94	1.92
2538	8.59	2.87	0.71	2.14	3.87	2.94	0.05	0.16	1.67	1.92
2539	8.04	2.93	0.79	2.08	3.75	2.79	0.04	0.16	1.71	2.04
2540	8.99	2.93	0.70	2.14	3.62	2.71	0.04	0.15	1.76	2.08
2541	8.71	2.74	0.34	2.15	3.74	2.58	0.04	0.15	1.65	1.99
2542	12.67	2.82	0.72	2.24	3.80	2.62	0.04	0.15	1.89	2.02
2543	12.45	2.81	0.70	2.01	4.04	2.56	0.04			2.29

ที่มา: Alcohol Database, World Health Organization

ตาราง 1-7: ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศ	เบียร์	ไวน์	สปิริต	ดอลลาร์สหรัฐฯ
				แนวโน้มของราคา
ไทย	0.64	9.83	4.13	เพิ่มขึ้น
ญี่ปุ่น	2.02	-	12.9	คงเดิม
เกาหลี	1.5	1.9	42.5	ลดลง
จีน	0.6	2.42	2.42	เพิ่มขึ้น
ฟิลิปปินส์	0.46	2.95	1.27	คงเดิม
อินโดนีเซีย	0.8	0.94	5.3	เพิ่มขึ้น
มาเลเซีย	1.31	7.83	3.92	เพิ่มขึ้น
อังกฤษ	2.61	5.51	18.93	ลดลง
สหรัฐอเมริกา	0.74	2.99	-	ลดลง

ที่มา: Alcohol Policy, World Health Organization, 2004

บทที่ 2

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ในส่วนนี้จะเป็นการแสดงถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ซึ่งจะประกอบด้วย การศึกษาเกี่ยวกับ ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รายจ่ายด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และข้อบังคับและภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีรายละเอียดของการศึกษาในส่วนต่างๆ ดังนี้

2.1 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ตามกฎหมายภาษีสุราของประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง สุราที่ยังไม่ได้ กลั่น และให้หมายความรวมถึงสุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลับแล้วแต่ยังมีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรีด้วย การจัดประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยจึงแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ สุราแช่ ได้แก่ เบียร์ สุราแช่พื้นเมือง (ไวน์) สุรากลับ ได้แก่ สุราขาว สุรากลับซุ่มซน สุราผสม สุราปรุงพิเศษ สุราพิเศษจำพวกวิสกี้ หรือบรันดี สุรากลับอย่างอื่น สุราสามทับ ซึ่งรายละเอียดจะกล่าวถึงในส่วนที่ 3

2.2 ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

จากตาราง 2-1 พบว่าในปีพ.ศ.2504 คนไทยมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพียง 0.26 ลิตร/คน/ปี จากนั้นในปีต่อๆมาส่วนใหญ่ปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้น จนกระทั่งปริมาณการบริโภคสูงสุดเท่ากับ 13.71 ลิตร/คน/ปี ในปีพ.ศ.2542 สำหรับข้อมูลปริมาณการบริโภคล่าสุดปีพ.ศ. 2543 เท่ากับ 13.59 ลิตร/คน/ปี ซึ่งจะเห็นได้ว่า ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้นนั้นเกิดขึ้นจากจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสปีริตเป็นหลัก เนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่คือสปีริต ในขณะที่ เบียร์มีปริมาณการบริโภคสูงสุดเพียง 1.12 ลิตร/คน/ปี และไวน์มีการบริโภคเพียง 0.01 ลิตร/คน/ปี โดยที่ ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในประเทศจากการสำรวจของ WHO (2004) พบว่า ไวน์ในประเทศไทยมีราคาแพงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น โดยมีราคาจำหน่ายนอกสถานบริการเท่ากับ 9.83 ดอลลาร์สหรัฐต่อหนึ่งหน่วยบรรจุมาตรฐาน รองลงมาคือ สปีริต ราคาเท่ากับ 4.13 ดอลลาร์สหรัฐต่อหนึ่งหน่วยบรรจุมาตรฐาน และ เบียร์มีราคาถูกสุดเท่ากับ 0.64 ดอลลาร์สหรัฐต่อหนึ่งหน่วยบรรจุมาตรฐาน

ตาราง 2-1: Adult per Capita Alcohol Consumption และปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามประเภทของไทย

ปี	Adult Per Capita Alcohol Consumption	ลิตร		
		เบียร์	ไวน์	สปิริต
2504	0.26	0.02	0	0.24
2505	0.46	0.03	0	0.44
2506	0.82	0.03	0	0.79
2507	0.93	0.04	0	0.9
2508	1.21	0.04	0	1.17
2509	1.62	0.09	0	1.53
2510	1.65	0.08	0	1.57
2511	1.7	0.09	0	1.62
2512	1.84	0.09	0	1.75
2513	1.91	0.08	0	1.83
2514	2.03	0.07	0	1.96
2515	1.87	0.07	0	1.8
2516	1.79	0.09	0	1.7
2517	2.27	0.09	0	2.18
2518	2.3	0.12	0	2.18
2519	2.91	0.14	0	2.77
2520	4.2	0.18	0	4.01
2521	4.39	0.19	0	4.21
2522	4.77	0.26	0	4.51
2523	5.51	0.2	0	5.31
2524	5.47	0.16	0	5.3
2525	5.26	0.18	0	5.07
2526	6.05	0.21	0	5.83
2527	6.04	0.23	0	5.8
2528	5.1	0.14	0	4.95
2529	5.02	0.11	0	4.9
2530	5.79	0.12	0	5.66
2531	6.4	0.16	0	6.23
2532	7.39	0.22	0.01	7.16
2533	7.46	0.31	0	7.13
2534	7	0.33	0	6.66
2535	6.95	0.37	0	6.57
2536	7.92	0.46	0.01	7.44
2537	7.85	0.57	0.01	7.26
2538	9.31	0.69	0.01	8.59
2539	8.88	0.79	0.03	8.04
2540	9.91	0.89	0.02	8.99
2541	9.7	0.98	0.01	8.71
2542	13.71	1.02	0.01	12.67
2543	13.59	1.12	0.01	12.45

ที่มา: Alcohol Database, World Health Organization

2.3 รายจ่ายด้านเครื่องตีเมล็ดกลอกฮอลล์

2.3.1 รายจ่ายมวลรวมด้านเครื่องตีเมล็ดกลอกฮอลล์

จากตาราง 2-2 พบว่า รายจ่ายด้านเครื่องตีเมล็ดกลอกฮอลล์ของไทย มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปีพ.ศ.2523 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 28.66 พันล้านบาท เป็น 56.54 พันล้านบาทในปีพ.ศ. 2535 และเท่ากับ 115.73 พันล้านบาทในปีพ.ศ.2546 แต่เมื่อพิจารณาสัดส่วนของรายจ่ายด้านเครื่องตีเมล็ดกลอกฮอลล์ต่อรายจ่ายมวลรวม จะพบว่า สัดส่วนของของรายจ่ายด้านเครื่องตีเมล็ดกลอกฮอลล์ต่อรายจ่ายมวลรวมไม่ได้เพิ่มขึ้นมาก โดยมีค่าเท่ากับร้อยละ 4.7 ในปีพ.ศ.2523 เป็นร้อยละ 6.1 ในปีพ.ศ.2546

ตาราง 2-2: รายจ่ายมวลรวมของไทย ณ ราคาปี พ.ศ.2531

						พันล้านบาท
	อาหาร	เครื่องตีเมล็ด	เครื่องตีเมล็ด ไม่มีแอลกอฮอล์	เครื่องตีเมล็ด แอลกอฮอล์	อื่น ๆ	รวม
2523	203.82	46.17	17.51	28.66	449.57	607.23
2524	207.40	45.11	17.30	27.81	458.26	620.55
2525	208.08	46.39	16.80	29.59	472.81	634.51
2526	211.38	54.51	18.98	35.53	525.80	682.67
2527	209.76	58.70	21.22	37.48	561.91	712.97
2528	219.42	50.77	22.82	27.96	554.55	723.20
2529	219.99	54.37	25.12	29.26	583.28	748.90
2530	224.35	58.37	27.88	30.50	647.81	813.78
2531	234.49	67.84	31.76	36.08	718.37	885.01
2532	248.86	79.91	37.43	42.48	815.24	984.18
2533	254.82	93.74	43.09	50.66	949.86	1,110.94
2534	261.72	98.10	44.99	53.12	1,007.55	1,171.16
2535	277.44	104.59	48.06	56.54	1,100.18	1,273.03
2536	290.23	112.34	51.31	61.03	1,202.50	1,380.39
2537	305.71	124.01	57.46	66.55	1,309.07	1,490.77
2538	321.95	137.93	62.66	75.26	1,416.91	1,600.93
2539	329.83	155.08	69.94	85.14	1,519.69	1,694.44
2540	341.10	167.79	78.75	89.04	1,497.87	1,671.18
2541	333.32	152.13	61.46	90.68	1,297.60	1,478.79
2542	342.01	159.96	68.33	91.63	1,360.72	1,542.78
2543	350.48	172.40	72.98	99.42	1,445.64	1,623.72
2544	360.26	183.11	77.96	105.15	1,513.50	1,690.64
2545	373.62	191.93	84.70	107.23	1,598.17	1,779.85
2546	383.52	206.37	90.64	115.73	1,717.28	1,894.43

2.3.2 ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนจำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่าย

ในส่วนนี้ได้ใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนในไทย จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค และค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค ซึ่งจะแสดงเฉพาะข้อมูลของปีที่มีรายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ตั้งแต่ปีพ.ศ.2524-2545 ดังตาราง 2-3 จะเห็นว่าค่าใช้จ่ายรวมของครัวเรือนไทยเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปีพ.ศ.2542-43 โดยในปีพ.ศ.2524 ค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 3,374 บาท และในปีพ.ศ.2545 ค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนสูงขึ้นเป็น 10,889 บาท สำหรับค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ในปีพ.ศ.2504 ค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 40 บาท และมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปีพ.ศ.2545 ค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่ากับ 143 บาทต่อเดือน โดยมีค่าสูงสุดในปีพ.ศ.2539 เท่ากับ 227 บาทต่อเดือน

2.3.3 ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนจำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายและภูมิภาค

ในส่วนนี้ได้ใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ปีพ.ศ.2545 จำแนกหลักเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค และค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค ซึ่งแสดงข้อมูลจำแนกตามภูมิภาค ซึ่งประกอบด้วย 4 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานคร (รวมนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ) จากตาราง 2-4 จะเห็นว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนในกรุงเทพมหานครมีค่าสูงสุด 21,087 บาทต่อเดือน ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีค่าใช้จ่ายต่ำสุด เท่ากับ 7,550 บาทต่อเดือน สำหรับค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อเดือนในกรุงเทพมหานครมีค่าสูงสุด 240 บาท โดยที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีค่าต่ำสุด 86 บาท และเมื่อพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้านจะพบว่า มีค่าสูงกว่าการบริโภคนอกบ้านในทุกภูมิภาค และเมื่อคำนวณเป็นร้อยละต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด พบว่า ภาคกลางมีสัดส่วนของรายจ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อรายจ่ายทั้งหมดสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 1.7 รองลงมาคือภาคเหนือร้อยละ 1.6 และต่ำสุดคือกรุงเทพมหานครและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 1.1 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 2-3: ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายของไทย

	บาท					
ประเภทค่าใช้จ่าย	2524	2529	2531	2533	2535	2537
ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค	3,151	3,486	3,804	4,942	5,892	6,784
อาหารและเครื่องดื่ม	1,487	1,472	1,519	1,969	2,272	2,548
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ¹	40	47	80	80	174	123
ยาสูบ	80	68	78	83	112	93
เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า	247	234	256	318	391	404
ที่อยู่อาศัย	697	884	1,012	1,219	1,430	1,654
ค่ารักษาพยาบาล	113	132	143	185	226	262
ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	73	98	108	134	161	191
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะและค่าบริการสื่อสาร	247	344	404	697	802	1,122
การบันเทิงและการอ่าน	77	92	92	123	153	169
การศึกษา	43	58	56	74	101	136
เบ็ดเตล็ด	47	57	56	60	70	82
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค ²	223	297	357	495	637	783
ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น	3,374	3,783	4,161	5,437	6,529	7,567
ประเภทค่าใช้จ่าย	2539	2541	2542	2543	2544	2545
ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค	8,072	8,966	8,903	8,558	8,758	9,601
อาหารและเครื่องดื่ม	2,957	3,648	3,408	3,174	3,261	3,654
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ¹	227	152	179	197	185	143
ยาสูบ	143	121	130	119	110	104
เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า	438	361	403	377	318	354
ที่อยู่อาศัย	1,865	2,222	2,273	2,183	2,249	2,295
ค่ารักษาพยาบาล	343	287	273	263	264	252
ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	220	244	262	266	271	294
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะและค่าบริการสื่อสาร	1,414	1,385	1,410	1,468	1,573	1,928
การบันเทิงและการอ่าน	199	180	176	179	187	217
การศึกษา	169	243	277	248	248	257
เบ็ดเตล็ด	97	123	113	84	92	103
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค ²	1,118	1,423	1,335	1,290	1,267	1,288
ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น	9,190	10,389	10,238	9,848	10,025	10,889

ที่มา: รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2524 2529 2531 2533 2535 2537 2539 และ 2541-2545

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร

¹ รวมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งบริโภคนอกบ้าน

² รวมค่าภาษี ของขวัญและเงินบริจาค เบี้ยประกันภัย เงินซื้อสลากกินแบ่ง ดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค

ตาราง 2-4: ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน
จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายและภาค ปีพ.ศ. 2545

ประเภทของค่าใช้จ่าย	บาท				
	กรุงเทพฯ และ 3 จังหวัด*	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค	18,311	9,964	6,777	6,741	9,558
อาหารและเครื่องดื่ม	5,783	3,797	2,684	2,978	3,926
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	240	189	122	86	131
ดื่มที่บ้าน	139	131	79	59	77
ดื่มนอกบ้าน	101	58	43	27	54
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	3,251	1,508	1,184	1,049	1,521
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค	2,777	1,262	970	809	1,143
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือน	21,087	11,227	7,747	7,550	10,701

ที่มา: รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2545

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร

* นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

2.3.4 ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนจำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายและสถานะทางเศรษฐกิจสังคม

ในส่วนนี้ ใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ปีพ.ศ. 2545 จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่ายและสถานะทางเศรษฐกิจสังคมหรืออาชีพของครัวเรือน จากตารางที่ 2-5 เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน จะพบว่าผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ นักวิชาการ และนักบริหาร มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุดเท่ากับ 24,903 บาท รองลงมาคือผู้ดำเนินธุรกิจของตนเองที่ไม่ใช่การเกษตร 13,893 บาท ส่วนคนงานเกษตรมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่ำสุด 5,431 บาท สำหรับค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อเดือน จะพบว่าผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ นักวิชาการและนักบริหาร มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงสุด 5,706 บาท รองลงมาคือผู้ดำเนินธุรกิจของตนเอง 4,458 บาท ส่วนผู้ไม่ได้ปฏิบัติงานเชิงเศรษฐกิจมีค่าใช้จ่ายต่ำสุด 60 บาท นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายในการบริโภคแอลกอฮอล์ที่บ้านโดยเฉลี่ยต่อเดือนพบว่ามีความสูงกว่าการบริโภคในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ และคำนวณเป็นสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อรายจ่ายทั้งหมด พบว่า คนงานทั่วไปไม่มีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่อรายจ่ายทั้งหมดสูงสุดร้อยละคิดเป็นร้อยละ 2.0 รองลงมาคือผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิต ร้อยละ 1.9 และต่ำสุดคือ ผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ ร้อยละ 1.1 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือน

ตาราง 2-5: ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน
จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายและสถานะทางเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือน ปีพ.ศ. 2545

ประเภทของค่าใช้จ่าย	ผู้ถือครองทำเกษตร			ลูกจ้าง					บาท	
	เป็นเจ้าของที่ดิน	เช่าที่ดิน	ผู้ดำเนินธุรกิจของตนเองที่ไม่ใช่การเกษตร	ผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ		คนงานเกษตร	คนงานทั่วไป	เสมียนพนักงานขายและให้บริการ		ผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิต
				นักวิชาการและนักบริหาร	คนงาน					
ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค	6,670	6,861	12,280	20,923	5,046	5,995	11,197	7,908	6,889	
อาหารและเครื่องดื่ม	2,945	3,075	4,458	5,706	2,536	2,912	4,358	3,586	2,669	
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	98	123	174	275	99	129	190	165	60	
ดื่มที่บ้าน	71	94	122	131	65	90	113	116	37	
ดื่มนอกบ้าน	28	29	52	144	34	40	78	49	23	
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	1,008	1,012	2,024	3,833	713	920	1,779	1,143	1,280	
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค	801	734	1,612	3,978	385	546	1,464	954	731	
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือน	7,470	7,595	13,893	24,902	5,431	6,541	12,662	8,861	7,620	

ที่มา: รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2545

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร

บทที่ 3

มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

-วรรณกรรมปริทัศน์-

มาตรการที่ใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ นโยบายหรือมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต อุปสงค์ และอุปทานของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ยังรวมถึงนโยบายที่ลดและป้องกันผลเสีย อันเป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ผลเสียต่อสุขภาพ การบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ ปัญหาสังคม และอาชญากรรม เป็นต้น ซึ่งในอดีตมาตรการที่เป็นที่ยอมรับมากที่สุด คือ การใช้ระบบใบอนุญาต ซึ่งเป็นมาตรการที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อคน (Per Capita Alcohol Consumption) [Edwards et al. (1994), Saunders and deBurgh (1999) และ Barbor et al. (2003)] แต่ในปัจจุบัน เป้าหมายของการดำเนินมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีเป้าหมายมากกว่าในอดีต โดยที่ Institute of Alcohol Studies (2005) ได้สรุปว่าเป้าหมายของการใช้มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการลดความรุนแรงและอุบัติเหตุที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยที่มีมาตรการต่างๆที่ใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีอยู่มากมายหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีก็ให้ประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน โดยมาตรการหลักที่มีการใช้อย่างกว้างขวาง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 1.1 การผูกขาดโดยรัฐบาลในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 1.2 การใช้ระบบใบอนุญาตในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 1.3 การจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 1.4 การจำกัดสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 1.5 การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 2.1 การใช้นโยบายการคลัง
 - 2.2 มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์

3. มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.1 การให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.2 มาตรการต่อต้านการขับขี่ยานพาหนะภายหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีรายละเอียดของมาตรการต่างๆดังนี้

3.1 มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Availability of Alcohol Product) จะเป็นมาตรการที่สร้างอุปสรรคในการเข้าถึงและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ได้มีการนำมาใช้ทั้งในกลุ่มประเทศยุโรป และสหรัฐอเมริกา ซึ่งจากการศึกษาของ Brandy and Martin (1999) ได้สรุปว่า การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายจะส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น และในทางตรงข้าม การเพิ่มอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะส่งผลให้ปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Stockwell et al. (1998) และ D'Abbs, Togni, and Duquemin (1999)

Cahloupka and Wechsler (1995) ศึกษาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันศึกษา ทั้งในระดับเตรียมอุดมศึกษาและอุดมศึกษา โดยอาศัยข้อมูลภาคตัดขวางจากการสำรวจนักเรียน นักศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 17,592 คน ในปีค.ศ.1993 พบว่า การเพิ่มระดับความยากในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกจากจะส่งผลให้มีการลดการบริโภคในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ลดลงแล้ว ยังส่งผลให้จำนวนอุบัติเหตุจากการขับขี่ยานพาหนะลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อย่างไรก็ตาม การเพิ่มอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะสัมฤทธิ์ผลมากน้อยเพียงใดนั้นจะขึ้นอยู่กับภาวะแวดล้อมของสถานการศึกษาเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Williams, Cahloupka, and Wechsler (2002) ยังพบว่า กลุ่มวัยรุ่นในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการตอบสนองต่อมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสำคัญ

นอกจากนี้ การใช้มาตรการที่สร้างอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังส่งผลให้ลดความรุนแรงของผลเสีย ที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังเช่น การศึกษาของ Baughman et al. (2000) ได้ทำการศึกษากการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับอุบัติเหตุจากการขับขี่ยานพาหนะ โดยข้อมูลระหว่างปีค.ศ.1975-1996 ในรัฐเท็กซัส ประเทศ

สหรัฐอเมริกา ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า การใช้มาตรการที่ทำให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ยากขึ้นจะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และจำนวนอุบัติเหตุจากการขับขี่รถจักรยานยนต์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และในทางตรงข้ามการดำเนินมาตรการที่สนับสนุนให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายขึ้น จะส่งผลให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอุบัติเหตุจากการขับขี่จักรยานยนต์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ Gyimah-Brempong and Racine (2003) พบว่า ผลจากการใช้มาตรการที่สร้างอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้จำนวนอาญากรวมลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

International Center of Alcohol Policies (ICAP) (2005) ได้สรุปว่า มาตรการที่สร้างอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะประสบความสำเร็จมาน้อยเพียงใดนั้น จะขึ้นอยู่กับระดับของการบังคับ (Level of Enforcement) ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว มาตรการที่มีระดับของการบังคับสูงจะมีประสิทธิผลสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการที่มีระดับของการบังคับที่ต่ำกว่า และเมื่อพิจารณาจาก WHO (2004) ที่คำนวณระดับของข้อบังคับในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Level of Enforcement) โดย จำแนกออกเป็น 4 ระดับ คือ Fully Enforced, Partially Enforced, Rarely Enforced และ Not Enforced โดยที่ระดับของข้อบังคับในแต่ละภูมิภาคสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ร้อยละ 66.6 ของประเทศในกลุ่มตัวอย่างมีระดับของข้อบังคับในระดับ Partially Enforced และ Fully Enforced

ตาราง 3-1: ระดับของข้อบังคับในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามกลุ่มประเทศ

ระดับ	(%)				
	รวม (78 ประเทศ)	AFR (14 ประเทศ)	AMR (22 ประเทศ)	EUR (28 ประเทศ)	SEAR/WPR (14 ประเทศ)
Fully Enforced	25.6	7.1	13.6	50.0	14.3
Partially Enforced	41.0	21.4	63.6	32.1	42.9
Rarely Enforced	23.1	50.0	18.2	10.7	28.6
Not Enforced	10.3	21.4	4.5	7.1	14.3
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา: Alcohol Policy (2004), World Health Organization

โดยที่มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1.1 การผูกขาดโดยรัฐบาลในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การผูกขาดโดยรัฐบาล (State Monopoly) เป็นมาตรการที่มีการใช้ในทุกประเทศในกลุ่ม Nordic ยกเว้นเพียงประเทศเดนมาร์ก ในช่วงทศวรรษ 1970-1980 แต่ในช่วงทศวรรษ 1990 หลายประเทศในกลุ่มนี้ ได้มีนโยบายในการเปิดเสรีในการอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น ทำให้ในปัจจุบันการผูกขาดโดยรัฐบาลเป็นมาตรการที่มีการนำมาใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยลง รวมถึงกลุ่มประเทศอื่นๆทั่วโลก จะเห็นได้จากตารางที่ 2 ที่จะเห็นว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 109 ประเทศ มีเพียง 16 ประเทศ หรือร้อยละ 14.7 เท่านั้นที่ยังคงมีการใช้การผูกขาดโดยรัฐบาล

ตาราง 3-2: ข้อบังคับในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มประเทศ

กลุ่มประเทศ	รัฐบาลเป็นผู้ผูกขาด	การขอใบอนุญาต	ไม่มีข้อบังคับ	รวม
Africa	3	18	1	22
(%)	13.6	81.8	4.5	100.0
The Americas	2	22	1	25
(%)	8.0	88.0	4.0	100.0
Europe	8	24	10	42
(%)	19.0	57.1	23.8	100.0
South-East Asia และ Western Pacific	3	16	1	20
(%)	15.0	80.0	5.0	100.0
รวม	16	80	13	109
(%)	14.7	73.4	11.9	100.0

ที่มา: Alcohol Policy (2004), World Health Organization

จากการศึกษาของ Holder et al. (1998) พบว่า การให้รัฐบาลเป็นผู้ผูกขาดจะส่งผลให้ระดับราคาขายปลีกของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้น เนื่องจากการได้มาซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำได้ยากขึ้น โดยจากรายงานของ WHO (2004) พบว่า ประเทศที่ทำการผูกขาดการผลิตและการจัดจำหน่ายจะมีจำนวนร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อย และเปิดจำหน่ายในช่วงเวลาที่สั้นกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่ไม่มีมีการผูกขาดโดยรัฐบาล นอกจากนี้จากการศึกษาของ Babor et al. (2003) ยังได้พบว่า ประเทศที่ให้อำนาจแก่รัฐบาลในการผูกขาดการผลิตและการจัดจำหน่าย สามารถลดปริมาณการบริโภคและปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ และในทางตรงข้าม การยกเลิกการผูกขาดในการผลิตและการจำหน่าย

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรัฐบาล จะมีผลให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในประเทศเพิ่มขึ้น

3.1.2 การใช้ระบบใบอนุญาตในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การใช้ระบบใบอนุญาตในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Liquor License) โดยทั่วไปมีวัตถุประสงค์ในการควบคุมการผลิตและการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นมาตรการที่อนุญาตให้ผู้ที่มีใจสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยผ่านการอนุญาตจากทางรัฐบาล และผู้ที่เข้ามาขอใบอนุญาตจะต้องมีการเสียค่าธรรมเนียมในการผลิต และจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามที่ทางรัฐบาลกำหนด นอกจากนี้ การให้ใบอนุญาตในการผลิต และการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางประเทศจะมีข้อกำหนดเพิ่มเติมในใบอนุญาต เช่น ห้ามสร้างควมรำคาญในการจัดจำหน่ายแก่ผู้ที่อยู่ละแวกใกล้เคียง และในกรณีนี้ผู้ขอใบอนุญาตละเมิดข้อกำหนดดังกล่าว รัฐบาลก็มีสิทธิที่จะยกเลิกใบอนุญาตในการจัดจำหน่ายได้

Homel et al. (1994), National Expert Advisory Committee on Alcohol (2001) และ New South Wales Bureau of Crime Statistics and Research (2003) ได้ทำการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับระบบใบอนุญาตในประเทศออสเตรเลียในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน พบว่า การใช้ระบบใบอนุญาตไม่ได้ทำให้ปริมาณการบริโภคลดลงอย่างมาก แต่การใช้ระบบใบอนุญาตส่งผลให้ความรุนแรงหรือผลเสียที่เป็นผลจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่ประสิทธิภาพของการใช้ระบบใบอนุญาตนั้น ถูกกำหนดจากปัจจัยหลายประการ เช่น บุคลากรของรัฐบาล และ ความซับซ้อนในการดำเนินการขอใบอนุญาต เป็นต้น

3.1.3 การกำหนดเวลาในการจัดจำหน่าย การกำหนดวันและสถานที่ในการจัดจำหน่าย และการกำหนดพื้นที่ในการจัดจำหน่าย

ข้อบังคับเกี่ยวกับการกำหนดเวลาในการจัดจำหน่าย การกำหนดวันและสถานที่ในการจัดจำหน่าย และการกำหนดพื้นที่ในการจัดจำหน่าย ก็เป็นแนวทางที่ถูกนำมาใช้ จากตารางที่ 3 จะเห็นได้จากการสำรวจของ WHO (2004) พบว่า การใช้ข้อกำหนดด้านสถานที่ในการจัดจำหน่ายและข้อกำหนดด้านชั่วโมงในการจัดจำหน่ายเป็นข้อบังคับที่ถูกนำไปใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 และร้อยละ 46.2 ของประเทศกลุ่มตัวอย่าง ในขณะที่การกำหนดจำนวนร้านค้าและการกำหนดวันในการจัดจำหน่าย มีการนำไปใช้รองลงมาตามลำดับ ถ้าพิจารณาจำแนกตาม

ประเภทของเครื่องดื่ม จะเห็นได้ว่า ความแตกต่างของประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างข้อกำหนดขึ้น

Rehn, Room, and Edwards (2001) ได้ทำการสำรวจมาตรการเกี่ยวกับการกำหนดเวลาในการจัดจำหน่ายและการกำหนดพื้นที่ในการจัดจำหน่ายในกลุ่มประเทศยุโรปทั้งหมด 41 ประเทศ พบว่า 28 ประเทศมีการจำกัดสถานที่จำหน่าย 20 ประเทศมีการจำกัดชั่วโมงจำหน่าย และ 9 ประเทศมีการจำกัดวันจำหน่าย ในบางประเทศยังมีการกำหนดจำนวนชั่วโมงในการจำหน่ายที่แตกต่างกันในแต่ละวันในหนึ่งสัปดาห์ รวมถึงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ สถานบริการเชื้อเพลิงระหว่างเวลา 22.00 น.- 06.00 น. ของวันใหม่ การจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานพิเศษต่างๆ เช่น งานเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับเด็ก การแข่งขันกีฬา และงานชุมนุมต่างๆ ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ถูกนำไปใช้ นอกจากนี้ ในอิตาลียังมีการจำกัดการขายโดยสมัครใจในบางช่วงเวลา

ตาราง 3-3: จำนวนประเทศที่มีข้อกำหนดในการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ

ประเภทของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวนร้านค้า	ข้อกำหนดด้าน		
		สถานที่ในการ จัดจำหน่าย	วันในการจัด จำหน่าย	ชั่วโมงในการจัด จำหน่าย
เบียร์	18	61	28	50
%	16.4	55.5	25.5	44.6
ไวน์	21	64	29	52
%	20.0	59.8	27.1	47.3
สปีริต	24	67	30	52
%	22.0	60.9	27.5	46.8

ที่มา: Alcohol Policy (2004), World Health Organization

หมายเหตุ: % คำนวณจากจำนวนประเทศที่มีข้อกำหนดต่อจำนวนประเทศที่ทำการสำรวจ
ซึ่งจะมีจำนวนตัวอย่างที่แตกต่างกันในแต่ละหัวข้อ

การศึกษาเชิงประจักษ์ของ Chikritzhs and Stockwell (2002) Barbor et al. (2003) และ Vingilis (2005) ได้แสดงให้เห็นว่า การลดจำนวนชั่วโมงในการจัดจำหน่ายในประเทศต่างๆจะส่งผลให้การปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ การศึกษาทั้งสองยังพบว่า การเพิ่มขึ้นของชั่วโมงในการจัดจำหน่ายส่งผลให้เกิดอาชญากรรมที่มี

สาเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การลดชั่วโมงหรือวันในการจำหน่ายจะทำให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงแล้วยังส่งผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง เห็นได้จากกรณีของประเทศสวีเดนที่ทำการลดชั่วโมงการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเสาร์ ส่งผลให้การบริโภคและการจับกุมการเมาสุราลดลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบก่อนมีการลดชั่วโมงการจำหน่าย ในขณะที่การศึกษาของ Smith (1992) Stockwell (1993) และ Brandy and Martin (1999) กลับพบว่า การปรับลดชั่วโมงในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศออสเตรเลีย ไม่ได้ทำให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงมาก ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาในประเทศอื่นๆ เช่น สวีเดน [Olsson and Wikstrom (1982)] ฟินแลนด์ [Saile (1978)] และ นอร์เวย์ [Nordlund (1985)] เป็นต้น

ในด้านการจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Density of Alcohol Outlets) และการจำกัดพื้นที่ของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Location of Alcohol Outlets) เป็นแนวทางที่ได้ถูกนำมาใช้ทั่วโลก จากการศึกษาของ Brandy and Martin (1999) ที่อาศัยข้อมูลของประเทศสหรัฐทั้งหมด 50 รัฐเป็นเวลา 5 ปี พบว่า การจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลให้ยอดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับการศึกษาของ WHO (2001) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับการจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มประเทศยุโรป พบว่า มีเพียง 11 ประเทศ จากทั้งหมด 41 ประเทศที่ใช้การจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ประเทศไอซ์แลนด์ กำหนดให้มี 1 – 5 ร้านค้าต่อตารางกิโลเมตร และการศึกษาในเชิงปริมาณ พบว่า การจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อยอดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ จากงานศึกษาในหลายประเทศนำเสนอให้เห็นว่า การจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากจะมีความสัมพันธ์กับยอดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว ยังส่งผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และระดับของปัญหาที่สืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในด้านการจำกัดสถานที่บริโภคเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้นโยบายห้ามดื่มในสถานที่เฉพาะ (Specific Location) ได้ถูกใช้ในภูมิภาคต่างๆ ในโลก ในอเมริกาเหนือได้ใช้กฎหมายห้ามดื่มในสถานที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ ชายหาด และสถานที่ทำงาน เป็นต้น หรือการห้ามดื่มในรถยนต์ยานพาหนะก็เป็นส่วนหนึ่งในนโยบายความปลอดภัยสาธารณะ (Public Safety Policies) ส่วนในยุโรปที่เช่นกันมีการกำหนดสถานที่ที่ห้าม

บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีเป้าหมายเพื่อความปลอดภัยในสถานที่สาธารณะหรือในสนามแข่งขันกีฬา และเพื่อหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุและความสูญเสียในสถานที่ทำงาน

3.1.4 การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นอกจากการตั้งข้อบังคับข้างต้นแล้ว การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เป็นอีกมาตรการหนึ่งที่มีการนำมาใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การกำหนดอายุขั้นต่ำตามกฎหมาย เป้าหมายเพื่อป้องกันเด็กและเยาวชน ซึ่งยังไม่มีความพร้อมทางด้านร่างกายและอารมณ์ ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจะช่วยลดอันตรายที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการดื่ม จากการศึกษาของ O'Malley and Wagener (1991) พบว่า การเพิ่มขึ้นของอายุขั้นต่ำในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะส่งผลให้แนวโน้มของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อมีการลดอายุสำหรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงจากเดิมจะยังส่งผลให้อุบัติเหตุบนท้องถนนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการเกิดอาชญากรรมเพิ่มขึ้น

กฎหมายนี้ในบางประเทศกำหนดอายุขั้นต่ำไว้ที่ 15 ปี ขณะที่บางประเทศกำหนดอายุขั้นต่ำที่ 21 ปี แต่โดยส่วนใหญ่ประเทศที่ใช้กฎหมายนี้จะกำหนดอายุขั้นต่ำเท่ากับ 18 ปี จากการสำรวจของ WHO (2004) จากตารางที่ 4 พบว่า การกำหนดอายุขั้นต่ำจะอยู่ระหว่าง 15 ปี ถึง 21 ปี และตารางที่ 11 จะเห็นได้ว่า อายุขั้นต่ำที่ใช้กันมาที่สุด คือ อายุ 17-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.2 ของกลุ่มประเทศตัวอย่างทั้งหมด 78 ประเทศ ในขณะที่ ช่วงอายุ 15-16 ปี และ 19 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.3 และ 8.4 ตามลำดับ ในขณะที่ร้อยละ 18.1 ของกลุ่มประเทศตัวอย่างไม่มีการกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 3-4: อายุขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนดในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (%)

ช่วงอายุ	On-premise	Off-premise	รวม
ไม่มีกำหนด	14.8	21.4	18.1
15-16 ปี	13.0	11.6	12.3
17-18 ปี	64.3	58.0	61.2
19 ปีขึ้นไป	7.8	8.9	8.4

ที่มา: Alcohol Policy (2004), World Health Organization

มีการศึกษาจำนวนมากแสดงให้เห็นว่า การลดลงของการกำหนดอายุขั้นต่ำก่อให้เกิดอุบัติเหตุจราจร และอาชญากรรมเพิ่มขึ้น Douglas and Millar (1979) พบว่า การลดลงของอายุขั้นต่ำจาก 21 ปี เป็น 18 ปี ในประเทศสหรัฐอเมริกาในปีค.ศ.1972 ควบคู่กับการเพิ่มจำนวนใบอนุญาตในการจำหน่ายสุราและการเพิ่มชั่วโมงในการจำหน่ายสุรา ส่งผลให้จำนวนอุบัติเหตุจราจรที่เกิดขึ้นกับผู้ขับขี่ที่มีอายุ 18 ปีถึง 21 ปี เพิ่มขึ้น 4,600 ครั้งในช่วงปี ค.ศ.1972-1975 เช่นเดียวกับการศึกษาของ Wagener (1983) MacKinnon and Woodward (1986) United States General Accounting Office (1987) และ Fell and Nash (1989) พบว่า ในช่วงทศวรรษ 1970 เมื่อกฎหมายในหลายรัฐในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ปรับลดอายุขั้นต่ำสำหรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปรากฏว่า จำนวนเยาวชนที่เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรได้เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับผลการศึกษาในประเทศอื่นๆที่ก็พบความสัมพันธ์เช่นเดียวกับ ไม่ว่าจะเป็น แคนาดา [Smart, Adlaf, and Walsh (1996)] สวิตเซอร์แลนด์ [Vaucher, Rehm, Benvenuti and Muller (1995)] หรือ อังกฤษ [Lister-Sharp (1994)] นอกจากนี้ Wagenarr (1993) ยังพบว่า การเพิ่มขึ้นของอายุขั้นต่ำจาก 18 ปี เป็น 21 ปี จะส่งผลให้ปัญหาความรุนแรงอื่นๆในเยาวชนลดลง ไม่ว่าจะเป็นอาชญากรรม ปัญญาทางเพศ หรือ การฆ่าตัวตาย

3.2 มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการที่มีเป้าหมายที่ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น การใช้นโยบายการคลัง และ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 การใช้นโยบายการคลัง

ในหลายประเทศได้ใช้นโยบายการคลัง คือ การเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีเป้าหมายในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และควบคุมอันตรายที่เกิดจากการดื่มนั้น ภายใต้แนวคิดที่ว่า ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีผลต่อปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน โดยเมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น (ลดลง) จะส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง (เพิ่มขึ้น) จึงกล่าวได้ว่า อุปสงค์หรือความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตอบสนองต่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้บริโภคต้องการจ่าย ค่าที่จะแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงราคามีผลทำให้การบริโภคเพิ่มขึ้นหรือลดลงมากน้อยเพียงใด คือ ความยืดหยุ่นของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อราคา (Price Elasticity) ซึ่งจะเป็นตัวที่แสดงให้เห็นถึงความอ่อนไหว (Sensitive) ของอุป

สงค์ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา กล่าวคือ เมื่อราคาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น (ลดลง) 1 เปอร์เซ็นต์ ก็ทำให้ทราบว่าการบริโภคจะลดลง (เพิ่มขึ้น) ก็เปอร์เซ็นต์

Edwards et al. (1994) ได้รวบรวมงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความยืดหยุ่นต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหลายประเทศ พบว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคามีค่าเป็นลบ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ โดยเมื่อราคาเพิ่มขึ้นจะทำให้การบริโภคลดลง หรือในทางกลับ เมื่อราคาลดลงจะทำให้การบริโภคเพิ่มขึ้น Collinn and Lapsley (1996) และ Osterberg (1992) ได้ทำการศึกษารูปแบบการบริโภค (Consumption Patterns) ในหลายๆประเทศ เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แคนาดา ฟินแลนด์ ไอร์แลนด์ นอร์เวย์ สวีเดน สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา พบว่าเมื่อปัจจัยอื่นๆไม่เปลี่ยนแปลง การเพิ่มขึ้นของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง

อย่างไรก็ตาม Edwards et al. (1994) ได้ชี้ให้เห็นว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีความแตกต่างกันตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงมีความแตกต่างกันแต่ละประเทศ เช่นในกรณีของประเทศแคนาดา สหรัฐอเมริกา และเคนยา พบว่า ค่าสัมบูรณ์ (Absolute value) ของความยืดหยุ่นต่อราคาในระยะสั้น (Short-term) มีค่าน้อยกว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาในระยะยาว (Long-term) Babor et al. (2003) เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักดื่ม พบว่า เมื่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มที่ดื่มจัด (Heavy Drinker) ลดลงมากกว่าที่ผลที่เกิดในกลุ่มนักดื่มทั่วไป นอกจากนี้ หลายประเทศในกลุ่มประเทศยุโรป มีข้อกำหนดให้เครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์หรือเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำ จะต้องมียาต่ำกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยคาดว่าจะสามารถลดอันตรายที่เป็นผลเกี่ยวเนื่องมาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

งานศึกษาหลายงานได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญที่สุดที่จะกำหนดความสำเร็จของการใช้นโยบายด้านภาษี ก็คือ ขนาดของความยืดหยุ่นของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อราคา เนื่องจากจะเป็นปัจจัยที่กำหนดว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วจะส่งผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากน้อยเพียงใด ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ผลจากการประมาณค่าความยืดหยุ่นของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อราคาพบว่า ค่าต่ำมาก ตัวอย่างเช่น Cahloupka and Wechsler (1995) ที่ประมาณค่า คือ ความยืดหยุ่นของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อราคาในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ค่าเท่ากับ -0.066 รวมถึง Miron (1999) Saffer (2000) Saffer and Dave (2003) และ Markovitz, Kaestner, and

Grossman (2005) พบว่า ความยืดหยุ่นของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อราคามีค่าต่ำ ดังนั้นผลการศึกษาดังกล่าว เป็นการแสดงให้เห็นว่า การดำเนินนโยบายการคลังโดยการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะส่งผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคน้อยมาก

Saffer (1989) ได้แสดงให้เห็นว่า ผลของการเก็บภาษีกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกจากถูกกำหนดจากค่าความยืดหยุ่นแล้ว ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ต่างกันยังมีการตอบสนองต่อการเก็บภาษีที่ต่างกันด้วย โดยที่ การบริโภคสปีริตจะลดลงมากที่สุดเมื่อมีการเพิ่มขึ้นของภาษี รองลงมา คือ เบียร์ และ ไวน์ ตามลำดับ

Edwards et al. (1994) ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า หากมีการใช้มาตรการทำให้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แพงขึ้นเพื่อควบคุมการบริโภค ประเด็นที่ต้องพิจารณาและให้ความสำคัญคือ ผู้บริโภคมีหลายแนวทางที่จะหลีกเลี่ยงผลของราคาที่เกิดขึ้นได้ เช่น ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คุณภาพต่ำราคาถูก ผลิตเองเพื่อบริโภค ลักลอบซื้ออย่างผิดกฎหมาย หรือ ซื้อของที่ถูกกฎหมายจากต่างประเทศที่มีราคาถูกกว่า นอกจากนี้ Coate and Grossman (1986) Markowitz and Grossman (1998) และ Bishai et al. (2005) ใช้ข้อมูลของประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า การเพิ่มขึ้นของราคาและภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ ส่งผลให้วัยรุ่นมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมเสี่ยงลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2.2 มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

WHO (2004) พบว่า การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (Advertising and Promotion) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา และมีการทุ่มเงินจำนวนมหาศาลเพื่อใช้จ่ายในการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อทุกสื่อ รวมทั้ง อินเทอร์เน็ต โดยเน้นสื่อสารให้เห็นภาพในเชิงบวกเพียงด้านเดียว เช่น เน้นวิถีชีวิตที่ทันสมัย สนุกสนาน และมีเสน่ห์ เป็นต้น ซึ่งจะสนับสนุนให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการดื่ม

Rehn, Room, and Edwards (2001) ศึกษาการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภูมิภาคยุโรป 39 ประเทศ ปีค.ศ.1998-1999 ซึ่งสามารถจำแนกการควบคุมออกเป็น 4 ระดับคือ (1) Voluntary code (2) จำกัด (3) ห้าม และ (4) ไม่ห้าม ปรากฏว่ามีเพียง 3 ประเทศ คือ กรีซ ฮังการี และโรมาเนีย ที่ไม่มีการห้ามโฆษณา ในบางประเทศห้ามโฆษณาในบางสื่อ หรือในบาง

ประเทศห้ามโฆษณาเฉพาะเครื่องดื่มบางประเภท นอกจากนี้ยังพบว่าใน 9 ประเทศที่ศึกษายังมีกฎหมายจำกัดมิให้อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมเวลาว่างของเยาวชนหรือการแข่งขันกีฬา

Lieberman and Orlandi (1987) พบว่า ร้อยละ 85 ของเด็กอายุ 11-12 ปี สามารถจดจำโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 90 สามารถอธิบายถึงโฆษณานั้นได้ และร้อยละ 63 สามารถจดจำชื่อสินค้าได้ Aitken, Leather and Scott (1988) ศึกษาผลของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อเยาวชนใน สก็อตแลนด์ที่มีอายุตั้งแต่ 10-16 ปี พบว่า การโฆษณามีผลให้เยาวชนกลุ่มนี้รู้สึกเพลิดเพลินและสะกดตาไปกับโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ Saffer (1997) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนและคนหนุ่มสาวในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับอัตราการตายจากอุบัติเหตุจราจร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Carroll and Donovan (2002) ที่พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนในประเทศออสเตรเลียจะการตอบสนองต่อโฆษณามากกว่ากลุ่มผู้ใหญ่ ในการศึกษาของ Hill and Casswell (2001) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการโฆษณาส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า การโฆษณามีผลต่อพฤติกรรมการดื่ม และมีผลต่อทัศนคติในการดื่มซึ่งนำไปสู่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงระดับที่สร้างอันตรายได้ เช่น การเสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนถนน เป็นต้น

Saffer (2000) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการห้ามโฆษณากับปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยอาศัยข้อมูลของ 20 ประเทศ จำนวนประเทศละ 26 ปี ซึ่งผลจากการศึกษาโดยใช้ระบบสมการเกี่ยวเนื่อง (Simultaneous Equations) พบว่า การเพิ่มขึ้นของการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่การเพิ่มขึ้นของการห้ามโฆษณา 1 มาตรการจะส่งผลให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงร้อยละ 8-10 นอกจากนี้ Saffer (2000) ยังพบว่า การดำเนินมาตรการห้ามโฆษณาควบคู่กับการดำเนินมาตรการอื่น จะส่งผลให้ปริมาณการลดลงของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับการศึกษาของ Saffer and Dave (2003) ที่อาศัยข้อมูลจาก National Longitudinal Survey of Youth 1997 (NLSY97) ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการห้ามโฆษณา การใช้นโยบายด้านราคา และปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการอาศัยสมการถดถอย พบว่า การใช้นโยบายด้านราคาควบคู่

กับการห้ามโฆษณาส่งผลให้มีการลดลงของปริมาณการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำหรับการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของประเทศในกลุ่มองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (The Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) พบว่าประเทศที่มีการห้ามโฆษณาสปีริตจะมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยกว่าประเทศที่ไม่มีการห้ามประมาณ 16 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่ประเทศที่มีการห้ามโฆษณาเบียร์และไวน์ จะมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยกว่าประเทศที่มีการห้ามโฆษณาเฉพาะสปีริต ประมาณ 11 เปอร์เซ็นต์ การตายจากอุบัติเหตุรถยนต์ลดลงประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ เมื่อมีการห้ามโฆษณาสปีริต และลดลงประมาณ 23 เปอร์เซ็นต์ในประเทศที่ห้ามโฆษณาทั้งเบียร์, ไวน์และสปีริตส่วนเวลาโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้น 5 นาที สามารถทำให้มีการเพิ่มปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5 กรัมต่อวันในกลุ่มเยาวชน นอกจากนี้ Saffer (1994) ได้ทำการศึกษาเชิงประจักษ์ โดยอาศัยข้อมูลในประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงปี ค.ศ.1986-1989 พบว่า การเพิ่มขึ้นของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลให้เกิดการเสียชีวิตจากการขับขี่ยานพาหนะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในหลายประเทศได้มีกลุ่มหรือองค์กรที่รณรงค์ต่อต้านการดื่ม ได้ตั้งสมมติฐานว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องมีประสิทธิผล มิเช่นนั้นแล้วผู้ผลิตคงไม่ยอมใช้จ่ายเงินจำนวนมากเพื่อการนี้ ขณะที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ได้แย้งว่าวัตถุประสงค์ของการโฆษณามีใช้เพื่อเพิ่มระดับการบริโภคโดยรวมทั้งหมด เพียงแต่เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเมื่อผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้า (Brand)

3.3 มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Miron (1999) พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมากระหว่างการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลเสียในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการทะเลาะวิวาท อุบัติเหตุจากการขับขี่ยานพาหนะ อาชญากรรม และการฆ่าตัวตาย ดังนั้นจึงควรมีมาตรการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งโดยทั่วไปจะประกอบด้วย การให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ มาตรการต่อต้านการขับขี่ยานพาหนะภายหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 การให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การให้ความรู้เกี่ยวกับผลเสียของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการรณรงค์การลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถทำได้โดยสร้างเป็นโครงการเดี่ยวหรือเข้าร่วมกับโครงการอื่นๆ เช่น National Media Campaigns การให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโรงเรียนหรือสถานศึกษาต่างๆ หรือ การอบรมผู้ที่ขอใบอนุญาตในการจำหน่ายสุรา เป็นต้น ซึ่งการรณรงค์หรือการให้ความรู้ จะทำให้ผู้ที่รับสื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทำให้เกิดการต่อต้านการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Bertram and Crundall (1997) ได้ทำการประเมินผลโครงการ Living With Alcohol Program ในประเทศออสเตรเลียที่เริ่มต้นในปี.ศ.1992 พบว่า โครงการดังกล่าวได้ทำให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง โดยมีผลให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อคน (Consumption of Alcohol per Person) ลดลงร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับก่อนมีการดำเนินโครงการ Carroll et al. (2000) ได้ประเมินผลของโครงการ National Alcohol Campaign ที่จัดทำโดย The Commonwealth Department of Health and Ageing ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องการรณรงค์การลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศออสเตรเลีย มีกลุ่มเป้าหมาย คือ วัยรุ่น และ ผู้ปกครอง โดยอาศัยสื่อทางโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ พบว่า ในระยะแรกของการรณรงค์ พบว่า กลุ่มเป้าหมายต้องการให้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตาม การรณรงค์ในช่วงแรกก็ไม่ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่อย่างใด ในงานของ McBride et al. (2000) ได้ทำการประเมินผลจาก School Health and Alcohol Harm Reduction Project (SHAHRP) ที่เป็นโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับผลเสียจากสารเสพติดต่างๆซึ่งรวมถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในโรงเรียนมัธยมในประเทศออสเตรเลีย พบว่า ภายหลังจากการดำเนินการรณรงค์และให้ความรู้แก่นักเรียนเป็นเวลา 2 ปีต่อเนื่อง กลุ่มนักเรียนที่อยู่ใน SHAHRP มีการเพิ่มขึ้นของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่ำกว่ากลุ่มนักเรียนที่ไม่ได้เข้าร่วม SHAHRP

Alcohol and other Drugs Council of Australia (ADCA) ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า การใช้ Mass Media จะเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด ADCA ยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า การรณรงค์แม้ว่าจะเป็นมาตรการที่ใช้ได้ผลในการลดความรุนแรงที่มีสาเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ ADCA กลับเห็นว่า มาตรการอื่น เช่น การเก็บภาษี หรือ การใช้ข้อบังคับในการขอใบอนุญาต จะเป็นมาตรการที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าการใช้มาตรการ

รณรงค์การลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือ การให้ความรู้เกี่ยวกับผลเสียของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Edward et al. (1980) และ Edward (1995) ที่เห็นว่า การใช้การให้มาตรการรณรงค์การลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับผลเสียของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อทางตรง (Direct Effect) ต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มากนัก แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินมาตรการดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อทางอ้อม (Indirect Effect) เนื่องจาก การดำเนินมาตรการดังกล่าวจะส่งผลให้สังคมให้ตระหนักที่ผลเสียที่เกิดขึ้นและต่อต้านผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้บริโภค นอกจากนี้การศึกษาของ Edward (1995) ยังพบว่า การให้ความรู้ในสถานศึกษา และการใช้ Mass Media ไม่มีประสิทธิผลมากนัก หรืออาจจะกล่าวได้ว่า ยังไม่มีแนวทางการดำเนินมาตรการรณรงค์ที่มีประสิทธิผล Martin (1998) ได้ให้ความเห็นว่าการรณรงค์และให้ความรู้ เป็นมาตรการที่ต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และไม่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนในระยะสั้น แต่จะเห็นผลได้อย่างชัดเจนในระยะยาว นอกจากนี้ Martin (1998) ยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า การรณรงค์จะมีประสพความสำเร็จมากขึ้น ถ้าดำเนินการควบคู่กับการใช้ มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.3.2 มาตรการต่อต้านการขับขี่ยานพาหนะภายหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับขี่ยานพาหนะ เป็นสาเหตุที่สำคัญประการหนึ่งของการเกิดอุบัติเหตุและการเสียชีวิตบนท้องถนน ดังนั้นในหลายประเทศจึงมีข้อกำหนดของกฎหมายในเรื่องของปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดของผู้ขับขี่ยานพาหนะ ดังนั้น วัตถุประสงค์ของกฎหมายคือ ลดจำนวนอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ และการตาย ที่เกิดจากการขับขี่ยานพาหนะขณะมึนเมา โดยที่ ประเทศส่วนใหญ่ได้ออกกฎหมายห้ามขับขีเมื่อบริเวณระดับแอลกอฮอล์ในเลือด (Blood Alcohol Concentration: BAC) สูงเกินกว่าที่กำหนด ซึ่งการวัดค่า BAC กระทำโดยการทดสอบลมหายใจ (Breathing Testing) เกี่ยวกับปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดขณะขับขีที่กฎหมายกำหนดจากข้อมูล WHO (2004) พบว่า 109 ประเทศในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก พบว่า ประเทศที่กำหนดในระดับปริมาณต่ำ (BAC เท่ากับ 0.0-0.3%) 28% ปานกลาง (BAC เท่ากับ 0.4-0.6%) 39% สูง (BAC > 0.6%) 26% และประเทศที่ไม่มีการกำหนด BAC มีจำนวน 7% โดยในกลุ่มประเทศยุโรป จากการศึกษาของ Rehn, Room, and Edwards (2001) พบว่า ประเทศส่วนใหญ่มีการกำหนดปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดของผู้ขับขี่ยานพาหนะไว้ในระดับไม่เกินร้อยละ 70-80 มิลลิกรัม โดยประเทศอัลเบเนีย อาเมเนีย อาเซอร์ไบจาน สาธารณรัฐเช็ก เอสโตเนีย ฮังการี คาซัคสถาน โรมาเนีย สโลวาเกีย ยูเครน และอุซเบกิสถาน ที่กำหนดปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดของผู้ขับขี

ยานพาหนะไว้ในระดับที่ต่ำมาก คือ ไม่เกินร้อยละ 10 มิลลิกรัม หรือไม่อนุญาตให้มีแอลกอฮอล์ในเลือด (ร้อยละ 0 มิลลิกรัม) ในด้านบทลงโทษของผู้ที่มีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสูงกว่าที่กฎหมายกำหนดนั้น จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ โดยทั่วไปจะประกอบด้วย การปรับ การยึดหรือยกเลิกใบอนุญาตขับขี่ และการติดคุก ซึ่งจากการศึกษาของ Rehn, Room, and Edwards (2001) พบว่า ประเทศในกลุ่มยุโรปมีค่าปรับของผู้ที่มีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดเกินกว่าที่กฎหมายกำหนดโดยเฉลี่ยเท่ากับค่าแรง 150 วัน การยึดหรือยกเลิกใบขับขี่ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการลงโทษ ซึ่งระยะเวลาของการยึดใบขับขี่จะมากน้อยเพียงใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับระดับของแอลกอฮอล์ในเลือด นอกจากนี้ ในกรณีที่มีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสูงกว่าที่กฎหมายกำหนดซึ่งยานพาหนะแล้วก่อให้เกิดอุบัติเหตุและทำให้ผู้อื่นได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิต ก็จะได้รับโทษติดคุก โดยประเทศที่มีความรุนแรงของกฎหมายมากที่สุด คือ ประเทศอิสราเอลที่ลงโทษผู้ที่มีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสูงกว่าที่กฎหมายกำหนดโดยการปรับไม่เกิน 6,000 ดอลลาร์สหรัฐ และ/จำคุกไม่เกิน 2 ปี

National Expert Advisory Committee on Alcohol (2001) พบว่า การสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ของผู้ขับขี่ยานพาหนะในประเทศออสเตรเลีย เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด สามารถลดจำนวนอุบัติเหตุและการเสียชีวิตบนท้องถนน ที่มีสาเหตุจากการที่ผู้ขับขี่ยานพาหนะบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมาก ไม่ใช่การเพิ่มบทลงโทษตามกฎหมาย เช่นเดียวกับ Ross (1992) และ Rehn, Room, and Edwards (2001) ก็มีความเห็นว่า การใช้กฎหมายให้ประสบความสำเร็จควรต้องสุ่มตั้งจุดตรวจให้บ่อยครั้ง สม่ำเสมอ เนื่องจากการสุ่มตรวจแบบที่ผู้ขับขี่ไม่สามารถรู้ล่วงหน้าได้ (Random Breath Testing: RBT) จะเป็นการเพิ่มความกลัวของผู้ขับขี่ถึงโอกาสที่จะถูกสุ่มตรวจ โดยผลของกลุ่มประเทศในยุโรปที่มีการสุ่มตรวจอย่างต่อเนื่องนั้น ส่งผลให้การตายจากอุบัติเหตุจากการเมาลดลงร้อยละ 22 และการเกิดอุบัติเหตุจากการเมาลดลงร้อยละ 36 นอกจากกฎหมายควบคุมข้างต้นแล้วในบางประเทศ เช่น ออสเตรเลีย เบลเยียม เยอรมัน เป็นต้น ยังมีวิธีการให้ความรู้แก่ผู้ที่ฝ่าฝืนกระทำผิดซ้ำๆ หรือนำบุคคลเหล่านี้ไปบำบัดรักษา

จากแนวทางต่างๆ จะให้ได้ว่า มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถทำได้หลายแนวทาง แต่จากการศึกษาของ Institute of Alcohol Studies (2005) ได้ทำการประเมินประสิทธิภาพของมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ในประเทศอังกฤษ พบว่า มาตรการที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ

(1) มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งประกอบด้วย การผูกขาดโดยรัฐบาลในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการใช้นโยบายการคลังที่ส่งผลกระทบต่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ (3) มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการสร้างมาตรการต่อต้านการขบขี้นาพหะภายหลังจกัดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ของผู้ขบขี้นาพหะ ในทางตรงข้าม มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นมาตรการที่มีประสิทธิภาพต่ำที่สุดในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Babor et al. (2003) ได้พบว่า มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ให้ผลที่ดี หรือ Best Practice นั้นมีทั้งหมด 6 มาตรการ ซึ่งประกอบด้วย (1) การเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) การวัดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดขณะขบขี้นาพหะ (3) การผูกขาดการผลิตและการจำหน่ายโดยรัฐบาล (4) การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (5) การจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ (6) การกำหนดชั่วโมงในการจัดจำหน่าย ในขณะที่ Thomas (2004) พบว่า มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ให้ผลที่ดี หรือ Best Practice ในประเทศแคนาดานั้น ไม่มีความแตกต่างจากงานของ Babor et al. (2003) นอกจากนี้ Thomas (2004) ยังพบว่า มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ให้ผลที่ไม่ดี หรือ Best Practice คือ มาตรการห้ามโฆษณาและการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

International Center of Alcohol Policies (ICAP) (2005) ได้ทำการประเมินประสิทธิภาพของมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมของทั่วโลก พบว่า มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการที่สัมฤทธิ์ผลมากที่สุด ในทศวรรษ 2000

บทที่ 4

นโยบายเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4.1 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

4.1.1 การจัดประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ตามกฎหมายภาษีสุราของประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง สุราที่ยังไม่ได้ กลั่น และให้หมายความรวมถึงสุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลั่นแล้วแต่ยังมีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรีด้วย การจัดประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยจึงแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ **สุราแช่** ได้แก่ เบียร์ สุราแช่พื้นเมือง (ไวน์) **สุรากลั่น** ได้แก่ สุรขาว สุรากลั่นชุมชน สุราผสม สุราปรุงพิเศษ สุราพิเศษจำพวกวิสกี้ หรือบรันดี สุรากลั่นอย่างอื่น สุรสามทับ ซึ่งแต่ละประเภทยังมีนิยามดังตาราง 4-1

4.1.2 ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

การจำหน่ายสุราในประเทศไทยนั้น ผู้จำหน่ายต้องขอใบอนุญาตก่อนที่กรมสรรพสามิตจึงจะสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 (มาตรา 17) บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดขายสุราหรือนำสุรามาออกแสดงเพื่อขาย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต” ซึ่งประเภทของใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตขายสุราทุกชนิดตั้งแต่ 10 ลิตรขึ้นไป ,ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรจำนวน 10 ลิตรขึ้นไป ,ใบอนุญาตขายสุราทุกชนิดต่ำกว่า 10 ลิตร , ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรต่ำกว่า 10 ลิตร , ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่มขายชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน ,ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน ,ใบอนุญาตขายสุรต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่มในสมาคมหรือสโมสร โดยมีรายละเอียดดังตาราง 4-2

หลักเกณฑ์การออกใบอนุญาต

ในการยื่นขอใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทยนั้น ได้กำหนดให้ผู้ประสงค์จะขอใบอนุญาตติดต่อได้ที่สำนักบริหารการจัดเก็บภาษี 1 กรมสรรพสามิต หรือสำนักงาน สรรพสามิตพื้นที่ สาขาที่ผู้ขออนุญาตมีภูมิลำเนา หรือสถานประกอบการ หรือโรงสุราตั้งอยู่ ซึ่งผู้ขอใบอนุญาตต้องนำสำเนาเอกสาร สำคัญและแบบคำขออนุญาต สยพ.1 ยื่นคำขอ

ตามหลักเกณฑ์ที่กรมสรรพสามิตกำหนด หลักฐานหรือเอกสารที่ต้องใช้ในการยื่นขอใบอนุญาตมีดังนี้

- ผู้ขอรับใบอนุญาตรายเดิมให้นำสำเนาใบอนุญาตเดิมและแบบคำขออนุญาต สยพ.1
- สำหรับผู้ขอใบอนุญาตรายใหม่ให้นำสำเนาบัตรประชาชน สำเนาทะเบียนบ้านของสถานที่ประกอบ การค้า และใบทะเบียนพาณิชย์ไปแสดง
- กรณีเป็นนิติบุคคลให้นำหนังสือรับรองการจดทะเบียนของกระทรวงพาณิชย์ พร้อมลงลายมือชื่อรับรองเอกสารทุกแผ่น
- กรณีผู้รับใบอนุญาตจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลให้ผู้มีอำนาจลงนามลงลายมือชื่อ และประทับตรานิติบุคคลในแบบ คำขออนุญาต สยพ.1 ในช่องผู้ขออนุญาต
- กรณีผู้ขอรับใบอนุญาตไม่สามารถดำเนินการด้วยตนเองให้ทำหนังสือมอบอำนาจติดอากรแสตมป์ 10 บาท พร้อมสำเนาบัตรประชาชนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจมาด้วย

ตาราง 4-1: นิยามของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ

ประเภท	นิยาม
สุราแช่	- สุราที่ยังไม่ได้กลั่นและรวมถึงสุราแช่ที่ได้ ผสมกับสุรากลั่นแล้วยังมีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี เช่น ไวน์ เป็นต้น
เบียร์	- สุราแช่ที่ทำจากข้าวมอลต์ ดอกฮอป หรือข้าว
สุราแช่ผลไม้	1. สุราที่ทำจากองุ่นเขียว 2. สุราที่ทำจากองุ่นแดง
สุราแช่พื้นเมือง	- สุราที่ไม่ได้กลั่น ทำจากวัตถุดิบจำพวกน้ำตาล ข้าว เช่น กะแช่ สาโท หากทำจากผลไม้ชนิดอื่นต้องระบุชนิดสุรานั้นต่อท้าย เช่น ไวน์สับปะรด ไวน์มังคุด
สุรากลั่น	- สุราที่ได้กลั่นแล้ว และให้หมายความรวมถึงสุรากลั่นที่ได้ ผสมกับสุราแช่แล้วแต่มีแอลกอฮอล์เกินกว่า 15 ดีกรีด้วย
สุราขาว	- สุรากลั่นที่ปราศจากเครื่องย้อม หรือปรุงแต่งมีแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี
สุรากลั่นชุมชน	- สุรากลั่นชนิดสุราขาวมีแอลกอฮอล์เกิน 15 ดีกรีแต่ไม่เกิน 40 ดีกรี
สุราผสม	- สุรากลั่นที่ใช้สุราขาว หรือสุราสามทับมาปรุงแต่งมีแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี เช่น เชียงขุน หงษ์ทอง แสงทิพย์
สุราปรุงพิเศษ (แม่โขง)	- สุรากลั่นที่สร้างขึ้นโดยใช้กรรมวิธีพิเศษมีแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี
สุราพิเศษ	1. วิสกี้ คือ สุราที่กลั่นจากธัญพืช เช่น ข้าวมอลต์ ข้าว ข้าวโพด มีการเก็บบ่มนาน 2 ปีก่อนปรุงแต่งออกจำหน่าย 2. สุราที่กลั่นจากไวน์องุ่น
สุรากลั่นอย่างอื่น	- สุราที่กลั่นจากน้ำตาลหรือกากน้ำตาล เช่น รัม
สุราสามทับ	- สุรากลั่นที่มีแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 80 ดีกรีขึ้นไป

ที่มา: “ภาษีสุรากรมสรรพสามิต” จาก (http://www.excise.go.th/sura/tax_drinks.htm)

ตาราง 4-2: ภาพรวมประเภทใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ประเภทใบอนุญาต	ลักษณะการขาย	ค่าธรรมเนียม (บาท) ต่อปี	การกำหนดเวลาขาย	การออกใบอนุญาตให้ผู้ขายเร่
ประเภทที่ 1	ขายสุราทูทุกชนิดตั้งแต่ 10 ลิตรขึ้นไป	7,500	-	ไม่ได้
ประเภทที่ 2	ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรจำนวน 10 ลิตรขึ้นไป (ก) ปีหนึ่งขอขายไม่เกิน 6,000 ลิตร (ข) ปีหนึ่งขอขายเกิน 6,000 ลิตร แต่ไม่เกิน 20,000 ลิตร (ค) ปีหนึ่งขอขายเกิน 20,000 ลิตร แต่ไม่เกิน 32,000 ลิตร (ง) ปีหนึ่งขอขายเกิน 32,000 ลิตรขึ้นไป หรือไม่กำหนดปริมาณ	ปีละ 200 บาท ปีละ 600 บาท ปีละ 1,200 บาท ปีละ 1,500 บาท	-	ไม่ได้
ประเภทที่ 3	ใบอนุญาตขายสุราทูทุกชนิดต่ำกว่า 10 ลิตร (ก) ในเขตกรุงเทพมหานคร เขตเทศบาลนคร และเขตเมืองพัทยา (ข) ในเขตอื่นนอกจาก (ก)	1,500 ในเขตท้องที่อื่น 1,000 ปีละ 1,500 บาท ปีละ 1,000 บาท	11.00-14.00 และ 17.00-02.00	ไม่ได้
ประเภทที่ 4	ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรต่ำกว่า 10 ลิตร (ก) ในเขตกรุงเทพมหานคร เขตเทศบาลนคร และเขตเมืองพัทยา (ข) ในเขตเทศบาลเมืองและเขตเทศบาลตำบล (ค) ในเขตสุขาภิบาล (ง) ในเขตอื่นนอกจาก (ก) (ข) และ (ค)	200 ปีละ 100 บาท ปีละ 50 บาท ปีละ 25 บาท ปีละ 10 บาท	11.00-14.00 และ 17.00-02.00	ได้ตามมาตรา 19 ทวิ
ประเภทที่ 5	ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่มขายชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน	100	-	ไม่ได้
ประเภทที่ 6	ใบอนุญาตขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน (ก) ในเขตกรุงเทพมหานคร เขตเทศบาลนคร และเขตเมืองพัทยา (ข) ในเขตเทศบาลเมืองและเขตเทศบาลตำบล (ค) ในเขตสุขาภิบาล	100 ฉบับละ 50 บาท ฉบับละ 25 บาท ฉบับละ 12.50 บาท	-	ไม่ได้
ประเภทที่ 7	ใบอนุญาตขายสุรต่ำกกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่มในสมาคมหรือสโมสร (ก) ขายสุราทูทุกชนิด (ข) ขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร	300 ปีละ 200 บาท ปีละ 50 บาท		ไม่ได้

ที่มา: กรมสรรพสามิต (พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493) จาก <http://www5.excise.go.th/law/liqueurlaw.html#jump2>

4.1.3 เกณฑ์สถานที่จำหน่าย

สถานที่ที่ผู้ขออนุญาตจำหน่ายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ได้นั้น เป็นไปตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ที่กำหนดห้ามมิให้สถานบริการต้องไม่อยู่ใกล้วัด โรงเรียน โรงพยาบาล หอพัก หรือที่อื่นจะทำให้ผู้อื่นเดือดร้อนรำคาญแก่สถานที่ดังกล่าว (มาตรา 3,4,7,16,17,28)

4.1.4 การจำหน่ายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์โดยไม่มีใบอนุญาต

ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 มาตรา 40 ได้กำหนดบทลงโทษผู้ฝ่าฝืนที่ขายสุรานำเข้ามาในราชอาณาจักรโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยระวางโทษปรับไม่เกิน 2,000 บาท ถ้ากรณีเป็นสุราที่ทำขึ้นในราชอาณาจักร ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 500 บาท ซึ่งถือเป็นบทลงโทษสถานเบาที่มีเพียงโทษปรับเท่านั้น อันเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้กระทำความผิดไม่เกรงกลัวเท่าใดนัก

4.1.5 ข้อบังคับเวลาจำหน่ายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

ในประเทศไทย ตามกฎกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 36 พ.ศ. 2504 ได้กำหนดเวลาขายสุราประเภท 3 และ 4 ไว้โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงแรกระหว่างเวลา 11.00-14.00 น. และช่วงที่สองระหว่างเวลา 17.00-02.00 น.

4.1.6 ข้อบังคับหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

ห้ามโฆษณาเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ตั้งแต่เวลา 05.00-22.00 น. และห้ามตั้งป้ายโฆษณา เครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในรัศมี 500 เมตรจากวัด หรือสถานศึกษา (ตามประกาศกรมประชาสัมพันธ์ 2546) และในการบรรจุแสดงฉลากสุรานั้น ต้องมีการติดฉลากข้อความว่า “ห้ามจำหน่ายสุรแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี การตีมีแอลกอฮอล์ทำให้ความสามารถในการขับชี่ยานพาหนะลดลง หรือคำว่า เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปีไม่ควรดื่ม เป็นต้น (ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 272)

4.1.7 ข้อบังคับเกี่ยวกับอายุผู้ซื้อเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

เป็นการออกกฎหมายเพื่อป้องกันมากกว่าการบังคับ โดยกำหนดห้ามมิให้ผู้ใดจำหน่ายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ให้เด็กที่มีอายุไม่เกิน 18 ปี อันเป็นการควบคุมมิให้ผู้ขายมอมเมาเยาวชน (ตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ (มาตรา 4,17) ซึ่งผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือน ปรับไม่เกิน 2,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 17)

4.1.8 ข้อบังคับอื่นๆ

ในประเทศไทย ได้มีกฎหมายที่กำหนดมาตรการเอาผิดแก่ผู้ที่ซบซึ่ยานพาหนะขณะมีนเมาไว้ โดยบัญญัติห้ามมิให้ผู้ซบซึ่ยานพาหนะซบรถในขณะมีนเมา อันอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้อื่นได้ โดยได้กำหนดมาตรการให้ผู้ซบซึ่ยานพาหนะตรวจวัดลมหายใจโดยวิธีการเป่าเครื่องวัดระดับแอลกอฮอล์ในเลือด (ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 16 พ.ศ. 2537 ออกตามความในพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522) ซึ่งถ้าผู้ซบซึ่ยานพาหนะคนใดมีปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดที่ตรวจวัดเกินกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ ให้ถือว่าผู้ซบซึ่ยานพาหนะนั้น “เมา” ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 เดือน ปรับตั้งแต่ 2,000-10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (ตามมาตรา 5, 43(2) และมาตรา 142 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติจราจรทางบก ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2535)

4.2 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศสิงคโปร์

ปรัชญาการทำงานของกระทรวงสาธารณสุขของสิงคโปร์ตอนหนึ่งกล่าวว่า *“The public is made aware of the adverse consequences of harmful habits like smoking, alcohol consumption, bad dietary intakes and sedentary lifestyles”*¹ มีความหมายว่าประชาชนจะต้องถูกทำให้รับรู้ และตระหนักถึงผลร้ายของพฤติกรรมที่เป็นอันตรายต่างๆอย่าง การสูบบุหรี่, การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, การควบคุมอาหารเพื่อลดน้ำหนักแบบผิดๆและการใช้ชีวิตที่ไม่มีการออกกำลังกาย ดังนั้น สิ่งสำคัญประการแรกในการควบคุมและลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็คือ ประชาชนจะต้องถูกทำให้รับรู้และตระหนักถึงผลร้ายของพฤติกรรมนี้อย่างทั่วถึงครบถ้วนและแท้จริง จึงจะเป็นการที่แก้ที่รากของปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ เพราะว่าต่อให้กฎระเบียบดีและเข้มงวดเพียงใดคนที่ต้องการทำผิดก็ยังสามารถหาโอกาสในการฝ่าฝืนอยู่ดี แต่ในทางตรงข้ามหากคนเข้าใจและตระหนักถึงไม่มีกฎหมายห้ามเขาก็ไม่ทำถึงให้ฟรีและจ้างให้บริโภคก็ไม่เอา ตรงจุดนี้เรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์จึงถือได้ว่าเป็นนโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญประการหนึ่งเช่นกัน ซึ่งนอกเหนือจากการให้รู้หรือให้โทษแล้วก็คือการให้ความรู้ความเข้าใจนั่นเอง

4.2.1 การจัดประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

¹ อ้างอิงจาก <http://www.moh.gov.sg/corp/systems/our/deliverysys.do>

ในสิ่งคิโปรไม่พบการจำแนกประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆ ที่ซับซ้อนนอกเหนือจากนิยามพื้นฐานของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ว่า “เครื่องดื่มใดๆ ก็ตามที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 0.5 จัดได้ว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสิ่งคิโปรจะจำแนกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ เหล้าและเบียร์

4.2.2 ข้อบังคับเกี่ยวกับการขอใบอนุญาตจำหน่าย²

ภายใต้ระเบียบข้อบังคับของศุลกากรเกี่ยวกับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มมีนเมา (Liquors License) บุคคลที่ต้องการที่จะค้าขายเครื่องดื่มมีนเมาทุกประเภททั้งขายปลีกและขายส่งจะต้องสมัครเพื่อขอใบอนุญาตจากคณะกรรมการการจดทะเบียนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มมีนเมา (Liquors Licensing Board) ซึ่งประกอบด้วยประธาน, รองประธาน, และสมาชิกอีก 5 คน ผู้ที่มีสิทธิ์ขอใบอนุญาตได้แก่ เจ้าของกิจการ กรรมการบริษัท หุ้นส่วนของบริษัทที่จดทะเบียน โดยที่ผู้สมัครอาจแต่งตั้งลูกจ้างที่มีตำแหน่งผู้จัดการร้านให้เป็นผู้ได้รับอนุญาตขายในแต่ละที่นั้นๆ ในกรณีการขอใบอนุญาตตั้งแผงขายเบียร์นอกอาคารสามารถขอได้เฉพาะผู้ที่มีใบอนุญาตหาบเร่ (hawker license) เท่านั้น สำหรับบุคคลที่ไม่เป็นลูกจ้างใครหากต้องการจดทะเบียนจะต้องมีรายชื่ออยู่ใน Medisave contributions ก่อนจะสามารถทำการขอใบอนุญาตได้

ผู้สมัครทุกคนควรได้รับการอนุมัติจากสำนักงานปรับปรุงการพัฒนาชุมชนเมือง (Urban Redevelopment Authority) หรือ URA ถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ในสถานที่ที่จะทำการขอใบอนุญาตเสียก่อน รวมไปถึงผู้สมัครทุกคนต้องมั่นใจว่าได้รับการอนุมัติอื่นๆ ทุกอย่างที่จำเป็นและเกี่ยวข้องจากหน่วยงาน Urban Redevelopment Authority (URA), Housing and Development Board (HDB), Port of Singapore Authority (PSA), Jurong Town Corporation (JTC), National Environment Agency (NEA), Fire Safety Bureau (FSB), Police and Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS) ให้ครบถ้วนถูกต้องก่อนทำการสมัคร

การสมัครสามารถทำได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ของกรมตำรวจหรือติดต่อที่ Liquors Licensing Unit หรือ Police Cantonment Complex หลังจากได้รับการอนุมัติจดหมายจะถูกส่งไปยังที่อยู่ของผู้สมัครที่แจ้งไว้และนำหลักฐานไปชำระเงินโดยรับชำระผ่านทางบัตรเครดิตเท่านั้นไม่รับชำระด้วยเงินสด หรือเช็ค และรับใบอนุญาตได้ที่สำนักงาน Liquors Licensing Unit

² อ้างอิงจาก <http://www.spf.gov.sg/licence1/liquor/index.html>

ทั้งนี้ผู้สมัครอาจถูกร้องขอให้ยื่นสำเนาหลักฐานประกอบเพิ่มเติม อาทิเช่น ใบรับรองการจดทะเบียนบริษัท, ใบอนุญาตหาบเร่, บัตรประจำตัวประชาชนและหลักฐานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีมีหลายอัตรา ขึ้นอยู่กับประเภทของใบอนุญาตดังแสดงในตาราง 4-3 และ 4-4 ในสิ่งไปรนอกจกค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีแล้ว ยังมีการออกใบอนุญาตชั่วคราวซึ่งมีช่วงเวลาไม่เกิน 30 วัน ปกติจะขอโดยผู้จัดงานหรือเทศกาลพิเศษๆ ซึ่งเป็นใบอนุญาตชั่วคราวแบบรายวัน และถ้าหากงานหรือเทศกาลนั้นมีการขายเกินช่วงเวลาที่กำหนดผู้ขายจะต้องจดทะเบียนขอขยายเวลาขายเพิ่มเป็นรายชั่วโมงอีกด้วย ซึ่งค่าธรรมเนียมสำหรับการขอขยายเวลาขายเพิ่มเป็นรายชั่วโมงจะมีอัตราที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับแบบรายวัน ในกรณีใบอนุญาตชั่วคราวนั้น ไม่อนุญาตให้มีการโอนสิทธิ์ได้ ทั้งนี้ใบอนุญาตชั่วคราวแบบรายวัน และใบอนุญาตชั่วคราวแบบรายชั่วโมงมีหลายอัตราขึ้นอยู่กับประเภทของใบอนุญาตดังแสดงในตาราง 4-5 และ 4-6

ตาราง 4-3: ใบอนุญาตค้าปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับการบริโภคเฉพาะภายในสถานที่ขาย (ON THE PREMISES)

ประเภทร้านอาหารสาธารณะทั่วไป (Public House)		
ชนิดใบอนุญาต	ช่วงเวลาขาย	ค่าธรรมเนียมรายปี
1st Class	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 24.00 น.	SGD\$1,200
1st Class (Extended)	- ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 1.00 น. ของวันใหม่ (วันอาทิตย์และวันหยุดราชการ) - ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 24.00 น. (วันปกติทั่วไป)	SGD\$2,400
1st Class (extended) (tourist hotel)	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 1.00 น. ของวันใหม่	SGD\$3,600
2nd Class	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 22.00 น.	SGD\$480
ประเภทร้านเบียร์ (Beer House)		
ชนิดใบอนุญาต	ช่วงเวลาขาย	ค่าธรรมเนียมรายปี
1st Class	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 24.00 น.	SGD\$720
2nd Class	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 22.00 น.	SGD\$360
Outdoor Beer Stall	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 3.00 น. ของวันใหม่	SGD\$240

ตาราง 4-4: ใบอนุญาตค้าปลีกเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์สำหรับบริการบริโภคนอกสถานที่ขาย (OFF THE PREMISES)

ประเภทร้านค้าขายปลีก (Retail shop)		
ชนิดใบอนุญาต	ช่วงเวลาขาย	ค่าธรรมเนียมรายปี
Liquor Shop	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 21.00 น.	SGD\$360
Beer Shop	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 21.00 น.	SGD\$180
ประเภทร้านค้าขายส่ง (Wholesales shop)		
ชนิดใบอนุญาต	ช่วงเวลาขาย	ค่าธรรมเนียมรายปี
Liquor Shop	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 21.00 น.	SGD\$480
Beer Shop	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 21.00 น.	SGD\$360

ตาราง 4-5: ใบอนุญาตค้าปลีกเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ชั่วคราวแบบรายวัน

ชนิดใบอนุญาต	ช่วงเวลาขาย	ค่าธรรมเนียมรายวัน
1st class Public House	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 24.00 น.	SGD\$15 ต่อวัน
2nd class Public House	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 22.00 น.	SGD\$9 ต่อวัน
1st class beer house	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 24.00 น.	SGD\$12 ต่อวัน
2nd class beer house	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 22.00 น.	SGD\$6 ต่อวัน
Wholesale and Retail Liquor Shop	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 21.00 น.	SGD\$6 ต่อวัน
Wholesale and Retail Beer Shop	ตั้งแต่ 6.00 น. ถึง 21.00 น.	SGD\$6 ต่อวัน

ตาราง 4-6: ใบอนุญาตค้าปลีกเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ชั่วคราวแบบรายชั่วโมง

ชนิดใบอนุญาต	ค่าธรรมเนียมรายชั่วโมง
Public House	SGD\$20 ต่อชั่วโมง
Beer House	SGD\$5 ต่อชั่วโมง
Wholesale and Retail Beer Shop	SGD\$1 ต่อชั่วโมง
Wholesale and Retail Liquor Shop	SGD\$1 ต่อชั่วโมง

4.2.3 ข้อบังคับเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ช่วงเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขึ้นอยู่กับประเภทของใบอนุญาตที่จดทะเบียน กล่าวคือ ใบอนุญาตประเภทที่ราคาสูงกว่า จะมีช่วงเวลาอนุญาตให้ขายในแต่ละวันยาวนานกว่า ใบอนุญาตประเภทที่ราคาถูก ดังแสดงในตาราง 4-3 ถึง 4-6

4.2.4 ข้อบังคับประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ร้านค้าใดที่ได้รับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องติดสำเนาใบอนุญาตไว้ที่ทางเข้าร้าน ในกรณีของ 1st class Public House Licence ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเซส (Cess) ที่เกี่ยวกับใบอนุญาตการขายอาหารและเครื่องดื่มให้แก่สำนักงาน Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS) ในกรณีของสถานบันเทิง เช่น nightclubs, cabarets, lounges, karaoke lounges, discos, pubs and bars จะต้องทำการขอใบอนุญาตสถานบันเทิง (public entertainment license) ด้วย ข้อสังเกตหนึ่งที่น่าสนใจคือ ในสิงคโปร์ไม่มีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา

4.2.5 ข้อบังคับหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

ในสิงคโปร์ไม่มีการควบคุมใดๆ เกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้ผลิตและผู้ขายสามารถลงโฆษณาได้อย่างอิสระในทุกๆ สื่อทั้งโทรทัศน์³, วิทยุ, สิ่งพิมพ์, ไปสเตอร์, หรือแม้กระทั่งในโรงภาพยนตร์ รวมไปถึงสามารถเป็นสปอนเซอร์กิจกรรมและรายการต่างๆ ได้ไม่จำกัด

4.2.6 ข้อบังคับหรือกฎหมายเกี่ยวกับอายุผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในสิงคโปร์ห้ามบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งนี้รวมถึงร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ก็มีความผิดในทางกฎหมายด้วยเช่นกัน

4.2.7 บทลงโทษ⁴

สำหรับบุคคลที่เมีนเมา กล่าว คือ มีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดสูงกว่า 80 มิลลิกรัมต่อ 100 มิลลิลิตร หรือมีระดับแอลกอฮอล์ในลมหายใจสูงกว่า 35 ไมโครกรัมต่อ 100 มิลลิลิตร หากพบว่า

³ โดยปกติแล้วคนสิงคโปร์ส่วนใหญ่จะไม่ดื่มวิโนช่วงเวลากลางวันเพราะผู้ใหญ่ไปทำงานกันหมดส่วนเด็กก็ไปโรงเรียน ที่สิงคโปร์ไม่มีช่องสถานีดูฟรีที่บ้านที่มีทีวีจะต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปีให้กับรัฐ

⁴ อ้างอิงจาก <http://statutes.agc.gov.sg>

บุคคลที่มึนเมากำลังจะลงมือกระทำซ้ำ ความผิดครั้งแรกมีโทษปรับระหว่าง SGD\$ 500 ถึง 2000 หรือจำคุกไม่เกิน 3 เดือน ทำผิดครั้งถัดมามีโทษปรับระหว่าง SGD\$ 1000 ถึง 5000 หรือจำคุกไม่เกิน 6 เดือนและถูกระงับใบอนุญาตซ้ำที่เป็นเวลา 12 เดือน เว้นแต่ศาลจะพิพากษามีคำสั่งเป็นอย่างอื่น หากพบว่าบุคคลที่มึนเมาระงับใบอนุญาตซ้ำที่ชั่วครวญกระทั่งศาลตัดสินความผิด ความผิดครั้งแรกมีโทษปรับระหว่าง SGD\$ 1000 ถึง 5000 หรือจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หากกระทำผิดซ้ำครั้งถัดมามีโทษปรับระหว่าง SGD\$ 3000 ถึง 10000 หรือจำคุกไม่เกิน 12 เดือน

4.3 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น

4.3.1 การจัดประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น

ตามกฎหมายภาษีสุรา (*Shuzei Hou*) ของประเทศญี่ปุ่นกำหนดไว้ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แก่ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากกว่า 1 ดีกรีขึ้นไป (มาตรา 2) การจัดประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศญี่ปุ่นอย่างเป็นทางการนั้น อยู่บนพื้นฐานของกฎหมายฉบับเดียวกัน (มาตรา 3) โดยแบ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกเป็น 10 ประเภทดังต่อไปนี้ สาเก (*Seishu*) สาเกผสม (*Gousei Seishu*) Distilled Spirit (*Shoujyou*) เหล้ามิรินสำหรับปรุงอาหาร (*Mirin*) เบียร์ เหล้าผลไม้ วิสกี้ สบิวิต ลิเคอร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นๆ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทยังมีนิยามดังตาราง 4-7

4.3.2 ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น

การจำหน่ายสุราในประเทศญี่ปุ่นนั้นจำเป็นต้องมีใบอนุญาต ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสุรา ในกรณีของกิจการที่ใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของการบริการนั้น สถานที่จำหน่ายจำเป็นต้องขอใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุขอนามัยอาหาร (*Shokuhin Eisei Hou*) หรือแจ้งต่อทางการตามกฎหมายว่าด้วยการบริการที่เหมาะสม (*Fusoku Eigyou Tekiseika Hou*)

ใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มี 5 ประเภท ทุกประเภท 90,000 เยน

ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีทั้งหมด 3 ประเภทใหญ่ ทุกประเภท 30,000 เยน โดยมีข้อกำหนดบางประการเกี่ยวกับใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่กล่าวคือ กรณีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ได้รับใบอนุญาตใหม่ มีข้อกำหนดขายเบียร์ในประเทศ และเหล้าสาเก 500 มิลลิลิตรขึ้นไปเป็นเวลา 3 ปี

ตาราง 4-7: นิยามของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ

ประเภท	นิยาม
สาเก	1. สุราที่ได้จากการหมักโดยมีวัตถุดิบได้แก่ข้าว เชื้อหมัก (Komekouji) และน้ำเข้าด้วยกัน และผ่านการกรอง 2. สุราที่ได้จากการหมักโดยมีวัตถุดิบได้แก่ข้าว ส่าเหล้า และน้ำเข้าด้วยกัน และผ่านการกรอง 3. สุราที่ได้จากการผสมส่าเหล้าเข้ากับสาเก แล้วผ่านการกรอง
สาเกผสม	สุราที่ผลิตโดยใช้ แอลกอฮอล์ เหล้าโซจู น้ำตาลองุ่น หรือวัตถุดิบอื่นๆเป็นวัตถุดิบ กลิ่น สี และลักษณะภายนอกจะคล้ายกับเหล้าสาเก
โซจู Shoujou	1. สุราที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 36 ดีกรีซึ่งได้จากการกลั่นโดย "เครื่องกลั่นแบบต่อเนื่อง" 2. สุราที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 45 ดีกรีซึ่งได้จากการกลั่นโดยเครื่องกลั่นแบบอื่น
เหล้ามิริน	1. สุราที่ได้หมักข้าวกับเชื้อหมัก (Komekouji) ใน Shoujou หรือ แอลกอฮอล์ แล้วผ่านการกรอง 2. สุราที่ได้จากการหมักข้าว เชื้อหมัก และ Shoujou หรือ แอลกอฮอล์ในเหล้ามิรินหรือวัตถุดิบอื่นที่มีข้อกำหนดไว้ แล้วผ่านการกรอง 3. สุราที่ได้จากการผสม Shoujou หรือ แอลกอฮอล์กับเหล้ามิริน 4. สุราที่ได้จากการหมักเชื้อมิริน (Mirinkasu) ในเหล้ามิริน แล้วผ่านการกรอง
เบียร์	1. สุราที่ได้จากการหมักโดยใช้วัตถุดิบได้แก่ มอลต์ ฮอปส์ และน้ำ 2. สุราที่ได้จากการหมักโดยมีวัตถุดิบได้แก่ มอลต์ ฮอปส์ น้ำ และข้าวบาร์เลย์หรือวัตถุดิบอื่นที่ได้มีข้อกำหนดไว้ แต่วัตถุดิบนั้นจะมีน้ำหนักเกิน 5 ใน 10 ของมอลต์ไม่ได้
เหล้า ผลไม้	1. สุราที่ได้หมักน้ำผลไม้ หรือน้ำผลไม้กับน้ำ 2. สุราที่ได้หมักน้ำผลไม้ หรือน้ำผลไม้กับน้ำแล้วเติมน้ำตาลลงไป 3. สุราที่ได้จากการเติมน้ำตาลลงในเหล้าผลไม้ประเภทที่ 1 หรือ 2 4. สุราที่ได้จากการเติมสุราประเภทบรันดี แอลกอฮอล์ หรือสปีริตประเภทอื่นที่กำหนดไว้ / หรือเติมน้ำตาล สารปรุงแต่งกลิ่นและสี หรือน้ำลงในเหล้าผลไม้ประเภทที่ 1, 2 หรือ 3 ในกรณีเติมสุราประเภทบรันดีหรือสุราอื่นลงไป ปริมาณแอลกอฮอล์ของสุรานั้นจะมากกว่าร้อยละ 90 ของปริมาณแอลกอฮอล์รวมหลังเติมไม่ได้ 5. สุราที่ได้จากการแช่พืชบางประเภท หรือเติมยาลงในเหล้าผลไม้ประเภทที่ 1, 2, 3 หรือ 4 หรือสุราดังกล่าวที่เติมสุราประเภทบรันดี แอลกอฮอล์ หรือสปีริตประเภทอื่นที่กำหนดไว้ / หรือเติมน้ำตาล สารปรุงแต่งกลิ่นและสี หรือน้ำ
ประเภท อื่น	วิสกี้และบรันดี, เหล้าสปีริต, เหล้าลิเคอร์, ประเภทอื่น (เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเหนือจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสาเก สาเกผสม โซจู เหล้ามิริน เบียร์ เหล้าผลไม้ วิสกี้ สปีริต และลิเคอร์)

ที่มา: "กฎหมายว่าด้วยภาษีสุรา" (Shuzei Hou) จาก <http://www.houko.com/00/01/S28/006.htm>

(<http://www.houko.com>)

ตาราง 4-8: ภาพรวมใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศญี่ปุ่น

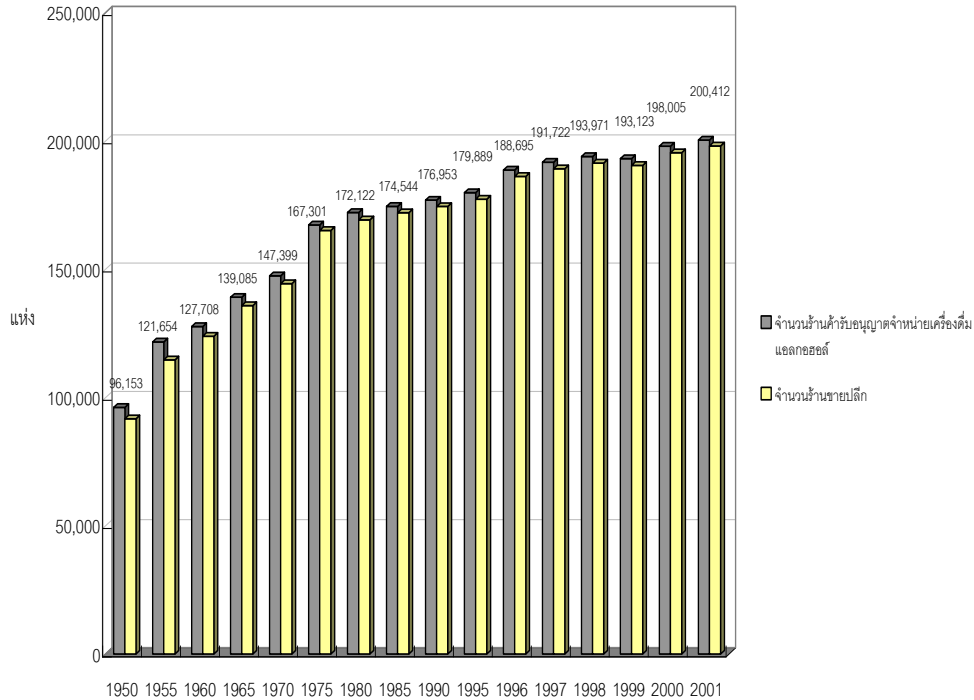
ประเภทใบอนุญาตขายส่ง	ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายได้
ใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท	ทุกประเภท
ใบอนุญาตขายส่งเบียร์	เฉพาะเบียร์
ใบอนุญาตขายส่งสุราระวันตก	เฉพาะเหล้าผลไม้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทวิสกี้ สปีริต ลิเคอร์ และประเภทอื่นๆ
ใบอนุญาตขายส่งเพื่อการนำเข้าและส่งออก	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นำเข้าหรือส่งออก
ใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พิเศษ	ใบอนุญาตที่ออกให้ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พิเศษในกรณีพิเศษ ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> 1. ใบอนุญาตสำหรับโรงงานผลิต สาขาของโรงงานหรือสาขาย่อยของผู้ผลิตสุรา 2. ใบอนุญาตสำหรับผู้ผลิตร่วมของผู้ผลิตสุรา 3. ใบอนุญาตสำหรับผู้จำหน่ายร่วมของผู้ผลิตสุรา 4. ใบอนุญาตขายส่งแบบกำหนดระยะเวลา

แหล่งที่มา: <http://www5.ocn.ne.jp/~setocity/liquorall.htm>

ตาราง 4-9: ภาพรวมใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศญี่ปุ่น

ช่องทางจำหน่าย และประเภทใบอนุญาตขายปลีก		ข้อกำหนดเบื้องต้น		ระเบียบข้อบังคับ / ข้อห้าม				
		สถานที่จำหน่าย	ประเภท	เมื่อขอรับอนุญาต	หลังได้รับอนุญาต			
สถานที่จำหน่ายทั่วไป	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับร้านค้าทั่วไป		บริเวณที่พักอาศัย	ทุกประเภท	จำนวนประชากรในพื้นที่จำหน่าย	ห้ามซื้อขายผ่านสื่อ		
ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับร้านค้าขนาดใหญ่		บริเวณกว้าง		พื้นที่จำหน่าย (มากกว่า 1 หนึ่ง ตารางเมตร และไม่ใช่สถานที่ผลิตสุรา ร้านอาหาร ผับ หรือ บาร์เหล้า)	- ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางประเภทภายใน 3 ปี - ห้ามซื้อขายผ่านสื่อ		
สถานที่จำหน่ายพิเศษ	การจำหน่ายผ่านสื่อ (Tsuushin Hanbai)	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อ	ทั่วประเทศ	เฉพาะสุราท้องถิ่น	จำหน่ายเฉพาะสุราที่มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น	- ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางประเภท - ห้ามจำหน่ายโดยการเปิดร้านค้า		
	การจำหน่ายมิริน	ใบอนุญาตขายปลีกมิริน	ในสถานที่ที่กำหนดในใบอนุญาตนั้นๆ (สถานที่ปิด)	เฉพาะมิริน	จำหน่ายในสถานที่เปิดและมีความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดเวลา	- ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางประเภท - ห้ามจำหน่ายในบางพื้นที่ - ห้ามทำการซื้อขายผ่านสื่อ		
	สถานที่ท่องเที่ยว	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ท่องเที่ยว						
	ภายในเรือโดยสาร	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในเรือโดยสาร						
	ภายในสถานีรถไฟ	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในสถานีรถไฟ						
	ภายในสนามแข่ง	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในสนามแข่ง						
	ร้านจำหน่ายอุปกรณ์เรือ	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับผู้จำหน่ายอุปกรณ์เรือ						
	สถานที่อื่นๆ	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่พิเศษอื่นๆ						
	การจำหน่ายแบบมีกำหนดระยะเวลา	ใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีกำหนดระยะเวลา						

แผนภาพ 4-1: จำนวนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น



หมายเหตุ: ตัวเลขที่แสดงในแผนภาพเป็นจำนวนร้านค้ารับอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ที่มา: เรียบเรียงจากตาราง 20 ในระบบการจัดเก็บภาษีในประเทศญี่ปุ่น (Nihon ni okeru Zeimu Gyousei) จาก <http://www.nta.co.jp/category/outline/japanese/tab/tab20.htm>

4.3.3 เกณฑ์การออกใบอนุญาต

กรณีการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศญี่ปุ่น ผู้ที่จะขออนุญาตจะต้องทำเรื่องขออนุญาตต่อหัวหน้าเขตภาษี ที่เขตของสถานที่ที่จะทำการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สังกัดอยู่ ซึ่งจะมีเกณฑ์หรือเงื่อนไขสำคัญ ประการ ได้แก่ คุณสมบัติของผู้ขออนุญาต สถานที่จำหน่าย ความสามารถในการบริหารจัดการ และเงื่อนไขด้านอุปสงค์อุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตที่จำหน่าย

เกณฑ์คุณสมบัติของผู้ขออนุญาต

คุณสมบัติของผู้ขออนุญาตถูกกำหนดในมาตรา 10 ข้อ 1 ถึง ข้อ 8 ตัวอย่างเช่น ผู้ขออนุญาตต้องเป็นผู้บรรลุนิติภาวะ ผู้ขออนุญาตจะต้องไม่เคยเป็นบุคคลล้มละลาย ผู้ขออนุญาต

จะต้องไม่เคยถูกธนาคารสั่งหยุดการทำธุรกรรมกับธนาคารภายใน 1 ปีก่อนการขออนุญาต ผู้เคยถูกลงโทษเนื่องจากค้างชำระภาษีระดับชาติและภาษีท้องถิ่น เป็นต้น

เกณฑ์สถานที่จำหน่าย

สถานที่ที่ผู้ขออนุญาตขอจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น จะต้องไม่เป็นที่เดียวกับ ผับ บาร์ ภัตตาคาร โรงแรม เรียวกัง เป็นต้น

เกณฑ์เงื่อนไขด้านอุปสงค์อุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตที่จำหน่าย

ในอดีตจนถึงปี 2003 มีข้อบังคับด้านเงื่อนไขอุปสงค์อุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเขตที่จำหน่ายเพื่อเป็นการสร้างกำแพงการเข้าสู่ตลาด โดยใช้เกณฑ์ระยะห่างระหว่างสถานที่จำหน่ายและจำนวนประชากร

- เกณฑ์ระยะห่างระหว่างสถานที่จำหน่าย

ระยะห่างระหว่างสถานที่จำหน่าย ที่ขออนุญาตกับสถานที่จำหน่ายเดิมจะต้องห่างกันมากกว่า 100 เมตรในกรณีของเมืองใหญ่และเขตเมืองในภูมิภาค และต้องห่างมากกว่า 150 เมตรในเขตเมืองเล็กๆหรือหมู่บ้าน

- เกณฑ์จำนวนประชากร

จำนวนสถานที่จำหน่ายจะถูกกำหนดโดยขนาดประชากรของเมืองดังนี้

เมืองใหญ่: ประชากร 1,500 คนต่อ 1 แห่ง

เมืองในภูมิภาค: ประชากร 1,000 คนต่อ 1 แห่ง

เมืองเล็กหรือหมู่บ้าน: ประชากร 750 คนต่อ 1 แห่ง

เนื่องจากกระแสของการผ่อนปรนกฎระเบียบหรือ Deregulation ได้มีการยกเลิกข้อกำหนดในการขออนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วไป ในเรื่องของระยะห่างระหว่างสถานที่จำหน่ายในปีค.ศ. 2001 และด้านเกณฑ์จำนวนประชากรต่อสถานที่จำหน่ายหนึ่งแห่งในปี ค.ศ. 2003 แต่ทว่าการผ่อนปรนกฎระเบียบดังกล่าวยังผลให้มีการแข่งขันสูงขึ้น ยังผลให้มีการปิดกิจการหรือล้มละลายของร้านค้าปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นจำนวนมาก จึงมีการออก “กฎหมายมาตรการเร่งด่วนเพื่อการปรับปรุงกิจการร้านค้าปลีกสุรา” (Shurui Kourigyō no Keiei no Kazentou nikansuru Kinkyūsochi Hou) ซึ่งเป็นกฎหมายเฉพาะกิจบังคับใช้ตั้งแต่ 1

กันยายน ค.ศ. 2004 จนถึง 31 สิงหาคม ค.ศ. 2005 โดยให้ Tax Office ของแต่ละพื้นที่ประเมิน อุปกรณ์เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในเขตนั้น หากมีอุปกรณ์ส่วนเกินมากก็จะสามารถกำหนดเป็น “พื้นที่ปรับจำนวนร้านเร่ร่อน” (*Kinkyu Chousei Chiiki*) โดยมีเกณฑ์พิจารณาคือ ปริมาณขายปลีกเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์เฉลี่ยปีที่แล้ว (หน่วยเป็นลิตร) น้อยกว่าร้อยละ 90 ของค่าเฉลี่ยของปริมาณขายปลีกเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ 3 ปีก่อนปีที่แล้ว โดยกำหนดให้ในพื้นที่ดังกล่าวห้ามไม่ให้ ออกใบอนุญาตแก่สถานจำหน่ายปลีกแอลกอฮอล์แห่งใหม่ และไม่อนุญาตให้มีการย้ายร้านค้ามาจากท้องที่อื่นๆ ยกเว้น กรณีของสถานที่จำหน่ายปลีกที่ใช้เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของการบริการ เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร บาร์ ผับ โรงแรม เป็นต้น อาจมีการอนุญาตให้เป็นรายชื่อไป

การจำหน่ายปลีกเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์โดยไม่มีใบอนุญาต

- จำคุกไม่เกิน 1 ปีหรือปรับไม่เกิน 200,000 เยน

4.3.4 การจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของการบริการ

สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ที่ใช้เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของการบริการ เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร บาร์ ผับ เป็นต้น กรณีของประเทศญี่ปุ่นมีกฎหมายว่าด้วย สุขอนามัยของอาหาร (*Shokuhin Eisei Hou*) และกฎหมายว่าด้วยการบริการในสถานบันเทิงที่เหมาะสม (*Fusoku Eigyou Tekiseika Hou*) การจำหน่ายสุราต้องเป็นไปตามกฎหมายดังกล่าวด้วย

4.3.5 ข้อบังคับเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

- โดยพื้นฐานแล้วในประเทศญี่ปุ่น ไม่มีข้อบังคับเกี่ยวกับเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

- การจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในร้านอาหาร หรือสถานที่จำหน่ายเช่น บาร์ ผับ เป็นต้น จำเป็นต้องแจ้งให้ทางการทราบ

- มีการกำหนดเวลาขายเฉพาะการจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ผ่านทางเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ 23:00 – 5:00 ของวันใหม่ หากฝ่าฝืนปรับไม่เกิน 300,000 เยน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นข้อกำหนดดังกล่าว อยู่บนพื้นฐานของข้อกำหนดเพื่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม (เทียบกับร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่ใช้คน)

ตาราง 4-10: ตัวอย่างเกณฑ์การออกใบอนุญาตบางประเภท (<http://www.nta.go.th>)

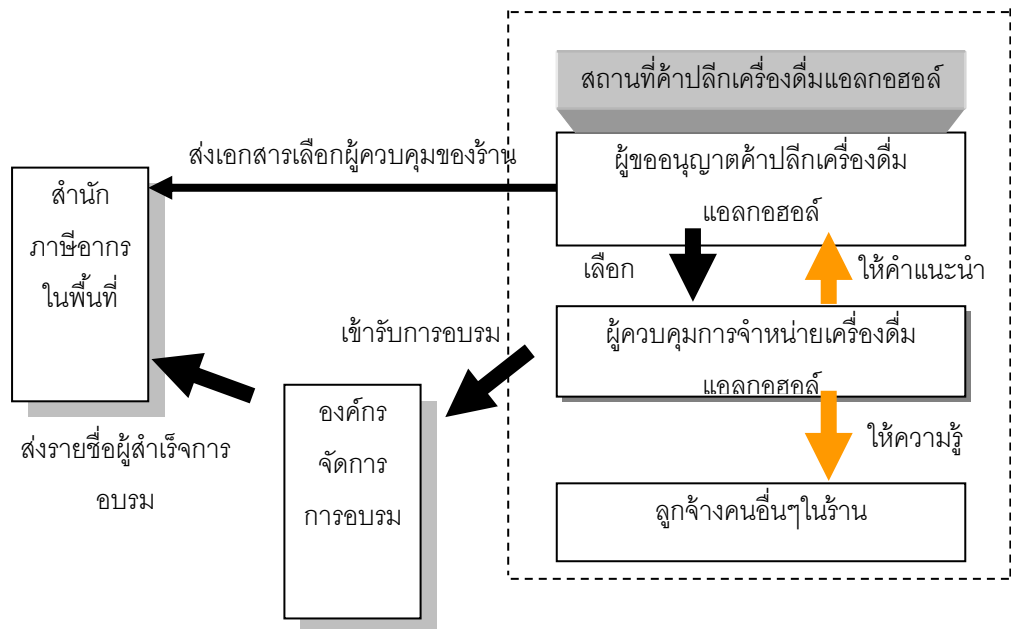
ประเภท เกณฑ์	ใบอนุญาตขายส่ง		ใบอนุญาตขายปลีก	
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท และเครื่องดื่มประเภทเบียร์	สุราตะวันตก	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับร้านค้าทั่วไป	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับร้านค้าขนาดใหญ่
คุณสมบัติของผู้ ขออนุญาต	1. ไม่เคยเป็นผู้ถูกถอนใบอนุญาตเนื่องจากทำผิดกฎหมายว่าด้วยภาษีสุราหรือกฎหมายว่าด้วยกิจการสุรา 2. ไม่เป็นสมาชิกของกลุ่มผู้บริหารกิจการที่เคยเป็นผู้ถูกถอนใบอนุญาตตามข้อ 1 ซึ่งอยู่ในระยะเวลา 3 ปีนับจากวันที่ถูกถอนถอนวันแรก 3. เป็นผู้บรรลุนิติภาวะ 4. กรณีผู้ขออนุญาตเป็นนิติบุคคล กลุ่มผู้บริหารกิจการจะต้องมีคุณสมบัติไม่ขัดกับคุณสมบัติข้อ 1, 2, 7, 8, 9 5. ผู้จัดการของร้านค้าที่ขออนุญาตจะต้องมีคุณสมบัติไม่ขัดกับคุณสมบัติข้อ 1, 2, 7, 8, 9 6. ไม่เคยถูกลงโทษเนื่องจากค้างชำระภาษีระดับประเทศหรือภาษีท้องถิ่น 2 ปีก่อนการขออนุญาต 7. เป็นผู้ที่อาจเคยถูกลงโทษปรับเนื่องจากกระทำผิดกฎหมายภาษีระดับชาติ แต่การลงโทษเสร็จแล้ว หรือการลงโทษจบลงแล้วเกินกว่า 3 ปี 8. เป็นผู้ที่อาจเคยถูกลงโทษปรับเนื่องจากกระทำผิดกฎหมายบางประเภท แต่การลงโทษนั้นเสร็จสิ้นไปแล้ว หรือการลงโทษนั้นจบลงแล้วเกินกว่า 3 ปี กฎหมายที่ว่านั้นได้แก่ กฎหมายว่าด้วยการห้ามผู้ยังไม่บรรลุนิติภาวะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กฎหมายอาญาบางมาตรา (ทำให้ผู้อื่นบาดเจ็บ ใช้กำลัง ใช้อาวุธ เป็นต้น) มีพฤติกรรมทำร้ายผู้อื่นโดยใช้กำลัง เป็นต้น 9. เป็นผู้ที่อาจเคยถูกลงโทษจำคุก แต่การลงโทษนั้นเสร็จสิ้นไปแล้ว หรือการลงโทษนั้นจบลงแล้วเกินกว่า 3 ปี			
สถานที่จำหน่าย	1. ต้องไม่เป็นที่ถูกพิจารณาว่า ไม่เหมาะสมต่อการควบคุมดูแล โดยไม่มีเหตุผลสมควร 2. สถานที่ที่ขออนุญาตนั้นเป็นสถานที่เดียวกับสถานที่ผลิต สถานที่ใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของบริการเช่น ภัตตาคาร ร้านอาหาร ผับ บาร์ เป็นต้น		มีคุณสมบัติตาม 1 และ 2 3. สถานที่ที่ขออนุญาตมีการแบ่งสัดส่วนที่ชัดเจน มีหรือไม่มีกำหนดผู้จำหน่ายประจำ และมีป้ายแสดงสถานที่ชำระเงินและการบริหารทั่วไปออกจกกันอย่างเห็นได้ชัด	
ความสามารถในการ บริหารจัดการ	1. ไม่ถูกตัดสินว่าขาดความสามารถในการบริหารจัดการ 1.1 ค้างชำระภาษีระดับชาติหรือภาษีท้องถิ่น 1.2 ถูกธนาคารสั่งระงับการทำธุรกรรม 1 ปีก่อนขออนุญาต 1.3 ขาดทุนทางบัญชีสูงกว่าเงินทุนในรอบปีบัญชีล่าสุด 1.4 ขาดทุนเกิน 20% ของเงินทุนติดต่อกัน 3 รอบปีบัญชี 1.5 ทำผิดและถูกตักเตือน หรือถูกฟ้องร้องต่อกระทรวงทำผิดกฎหมายว่าด้วยภาษีสุรา เป็นต้น 2. ผู้ขออนุญาตมีความรู้และความสามารถเพียงพอ 3. ประมาณการยอดขายเฉลี่ยต่อปีต้องสูงเพียงพอ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท: เมืองใหญ่ 720, เขตอื่น 270, โอกินาวา 100 กิโลลิตรเบียร์: เมืองใหญ่ 360, เขตอื่น 240, โอกินาวา 120 กิโลลิตร 4. มีความสามารถทางการเงินเพียงพอ เมื่อประเมินจากประมาณการยอดขายเฉลี่ย, ปริมาณสต็อกเฉลี่ยรายเดือน รวมไปถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ 5. มีสถานที่จำหน่าย สถานที่เก็บสต็อกสินค้า อุปกรณ์ต่างๆ เหมาะสมกับประมาณการยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน		โดยหลักการแล้วเหมือนกับข้อ 1 ถึง ข้อ 5 แต่กรณีของการจำหน่ายปลีกไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับ ประมาณการยอดขายเฉลี่ยต่อปีของร้าน	
อุปสงค์อุปทาน ในเขตที่จำหน่าย	1. ไม่อนุญาตหากการเปิดร้านกระทบกระเทือนสมดุลของอุปสงค์อุปทานในพื้นที่ 2. มีโควตาภายในพื้นที่ในการให้ใบอนุญาตขายส่ง เป็นต้น		1. เหมือนข้อ 1 2. ไม่จำหน่ายให้กับนิติบุคคลหรือกลุ่มสมาคมใดโดยเฉพาะเจาะจง 3. ไม่ใช้ร้านค้าที่ใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของบริการลูกค้า 4. เฉพาะร้านค้าขนาดใหญ่ คำนึงต่อไปนี้ต้องอยู่ในเกณฑ์ พื้นที่ร้านค้า (ตรม.) / 10,000 ตรม. 3 – จำนวนร้านค้าที่มีอยู่	

4.3.6 ข้อบังคับเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายประเภทอื่นๆ

ระบบผู้ควบคุมการจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์

ในเดือนกันยายน ปี 2003 ได้มีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ค้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ โดยให้สร้าง “ระบบผู้ควบคุมการจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์” (Shurui Hanbai Kanrisha Seido) มีจุดประสงค์ในการจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์อย่างถูกต้อง และป้องกันการบริโภคเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของผู้ยังไม่บรรลุนิติภาวะ กฎหมายได้กำหนดให้ผู้ที่ยื่นขออนุญาตจำหน่ายปลีกเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ต้องเลือก “ผู้ควบคุมการจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์” ของร้านขึ้นมา (เรียกว่า “ผู้ควบคุม” ต่อจากนี้ไป) หากเป็นร้านขายปลีกขนาดเล็กมากๆ ก็อาจจะเป็นผู้ที่ยื่นขออนุญาตจำหน่ายปลีกหรือเจ้าของร้านเอง ผู้ควบคุมจะต้องเข้ารับการอบรมจากองค์กรจัดการอบรม (อาจจะเป็นสหกรณ์กลุ่มผู้ค้าปลีกสุรา เป็นต้น) และหลังการอบรมนั้นผู้ควบคุมมีหน้าที่ดูแลให้การจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ภายในร้าน ให้ถูกต้องตามกฎหมายอย่างเข้มงวด นอกจากนี้ยังต้องให้คำแนะนำหรือให้ความรู้เกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์แก่เจ้าของร้าน รวมไปถึงลูกจ้างคนอื่นๆ ในร้านอีกด้วย

แผนภาพ 4-2: โครงสร้างของระบบผู้ควบคุมการจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์



ที่มา: Q&A, National Tax Office (<http://www.nta.go.th>)

4.3.7 ข้อบังคับหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

- งดโฆษณาโทรทัศน์ระหว่าง 5:00 – 18:00 (ตามความสมัครใจ)

4.3.8 ข้อบังคับเกี่ยวกับอายุผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนยังไม่บรรลุนิติภาวะ

4.3.9 การจำหน่ายสุราผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติในประเทศญี่ปุ่น

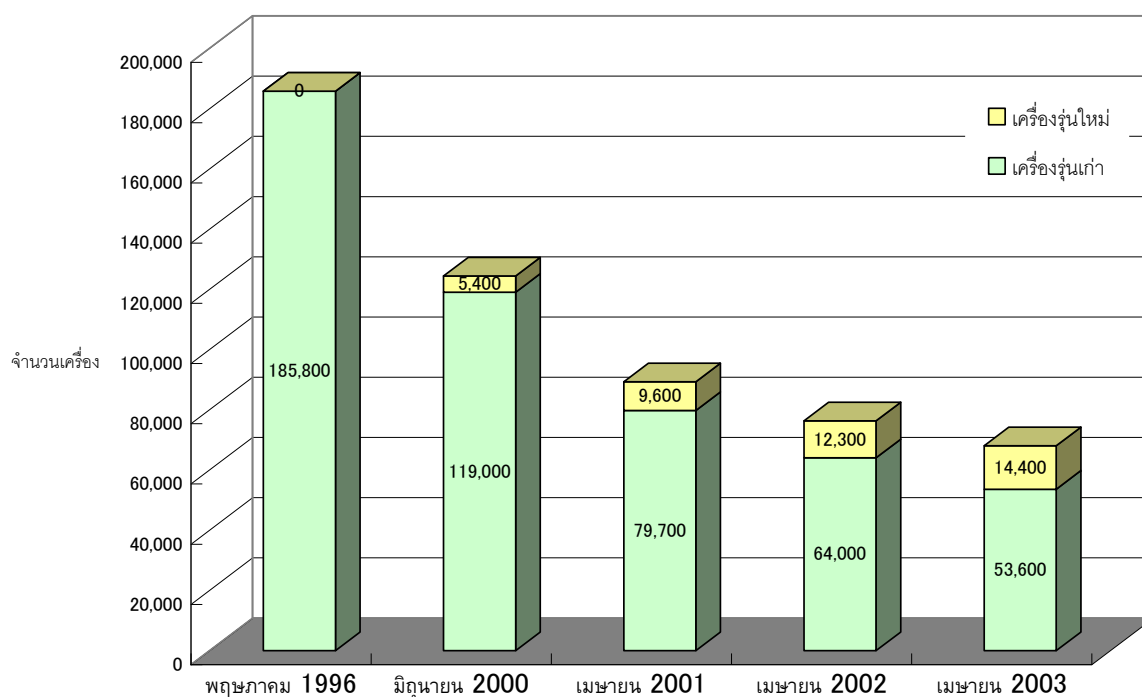
นอกเหนือจากการจำหน่ายแบบผู้ขายพบหน้าผู้ซื้อโดยตรงแล้ว อีกช่องทางหนึ่งในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่นที่นิยม คือ การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ จากการสำรวจของ National Tax Agency พบว่า ในปีค.ศ. 1996 ที่ประเทศญี่ปุ่นมีเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อัตโนมัติมากถึง 185,800 เครื่อง ปัญหาที่เกิดจากการจำหน่ายผ่านเครื่องดังกล่าวคือ เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีซึ่งถูกห้ามมิให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายสามารถหาซื้อได้อย่างอิสระ บางกรณีเกิดปัญหาการซื้อสินค้าผิดประเภทเนื่องจากภาชนะบรรจุมีลักษณะคล้ายกับเครื่องดื่มทั่วไป และเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติยังไม่มีฟังก์ชันจำแนกอายุผู้ซื้อได้ เนื่องด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงมีความพยายามที่จะยกเลิกการใช้เครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อัตโนมัติ แต่เนื่องจากร้านค้าปลีกจำนวนมากไม่ยอมจ่ายค่าผลกำไรจากการติดตั้งเครื่องอัตโนมัติดังกล่าว และไม่สามารถหาวิธีการทางธุรกิจประเภทอื่นมาแทนที่ ที่ประชุมว่าด้วยแอลกอฮอล์แห่งชาติ (Chuuou Shurui Shingikai) จึงได้ประกาศในรายงานชั้นกลางอย่างประนีประนอมว่า “อาจจะยอมให้มีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อัตโนมัติ หากสามารถพัฒนาเครื่องที่สามารถป้องกันการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี” (อ้างจาก เอกสาร “ที่มาของการดำเนินการเพื่อกำจัดเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อัตโนมัติ” หรือ Shurui Jidouhanbaikei no Teppai Tou ni muketa Torikumi Tou no Keii, National Tax Agency จาก <http://www.nta.go.jp/category/press/press/2044/03.htm>)

ในเดือนพฤษภาคม ปีค.ศ.1995 สมาคมกลางกลุ่มผู้จำหน่ายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Zenkoku Ko-uri Shuhan Kumiai Chuou Kai) ได้มีมติให้กำจัดเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อัตโนมัติรุ่นเก่าภายใน 5 ปีโดยสมัครใจ เพื่อลดปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน จากการสำรวจจำนวนเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของ National Tax Agency พบว่านับแต่นั้นเป็นต้นมา จำนวนเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อัตโนมัติรุ่นเก่าลดลงจาก 185,800 เครื่องในปี 1996 เป็น 119,000 เครื่องในปี 2000 และ 53,600 เครื่องในปี

2003 ดังที่แสดงไว้ในแผนภาพ 4-3 ในขณะเดียวกัน พบว่า มีการเพิ่มขึ้นของเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติรุ่นใหม่ แต่จำนวนเครื่องโดยรวมแล้วมีแนวโน้มลดลง

สาเหตุที่ยังมีเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติรุ่นเก่าคงเหลืออยู่ จากการสำรวจของ National Tax Agency พบ 3 สาเหตุหลักที่ทำให้ร้านค้าปลีกไม่ยอมกำจัดหรือเลิกใช้เครื่องจำหน่ายรุ่นเก่า ได้แก่ “ยอดขายจากการขายผ่านเครื่องอัตโนมัติสูง” “การกำจัดเครื่องรุ่นเก่าและ/หรือการนำเครื่องรุ่นใหม่มาใช้นั้นมีต้นทุนสูง” และ “ร้านค้าข้างเคียงยังไม่เลิก จึงยังใช้อยู่”

แผนภาพ 4-3: แนวโน้มการลดลงของจำนวนเครื่องจำหน่ายแอลกอฮอล์อัตโนมัติในประเทศญี่ปุ่น



ที่มา: National Tax Agency, <http://www.nta.go.jp/category/press/press/2044/03.htm>

4.4 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศแคนาดา

4.4.1 ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศแคนาดา

ประเภทของใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการของประเทศแคนาดา แบ่งเป็น 7 ประเภท ดังนี้

ก Eating Establishment Liquor License

เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับสถานให้บริการที่มีการจำหน่ายอาหารเป็นหลัก และมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเพียงส่วนประกอบในมื้ออาหารเท่านั้น โดยเป็นสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีลักษณะเฉพาะ คือ (1) จะต้องมีจำนวนที่นั่งตั้งแต่ 25 ที่นั่งขึ้นไป และ (2) พื้นที่ การ ตกแต่ง อุปกรณ์ เฟอร์นิเจอร์ อาหาร และการบริการ ต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่คณะกรรมการกำกับแอลกอฮอล์ได้กำหนดไว้ ในขณะที่ผู้ที่ได้รับอนุญาตมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบ ดังนี้ (1) ดูแลไม่ให้มูลค่าการจำหน่ายสุรாத้อยไม่มากเกินไปกว่ามูลค่าการจำหน่ายอาหาร (ใน 1 รอบปี) (2) ไม่อนุญาตให้จำหน่ายสุราเกินปริมาณปกติสำหรับการรับประทานอาหาร 1 มื้อ และ (3) แสดงรายการจำหน่ายสุราในบิลเครื่องดื่ม และแสดงรายการจำหน่ายอาหารในบิลอาหาร และส่งรายงานในทุกรอบเดือนแก่คณะกรรมการควบคุม

ข Beverage Room License

เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับสถานที่จำหน่ายเบียร์และไวน์แก่ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปี และ บริโภคในสถานที่นั้น และ รูปแบบของร้านต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการฯ โดยที่ Beverage Room License จะมีคุณสมบัติเฉพาะ ดังนี้ (1) สถานที่ให้บริการมีความจุผู้คนที่ได้มากกว่า 50 คน (เฉลี่ยพื้นที่ต่อคนขั้นต่ำ 12 ตารางฟุต/คน) (2) ผู้ขอใบอนุญาตต้องแสดงตนว่ามีความสามารถ ดำเนินการให้บริการทั้งส่วน Beverage Room และส่วนการบริการอาหาร ในด้านหน้าที่ของผู้ที่ได้รับอนุญาตในการจัดจำหน่าย ผู้ที่ได้รับอนุญาตจะต้องดูแลรับผิดชอบ (1) ภาระสำหรับบรรจุ เบียร์ที่จำหน่ายและให้บริการจะต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับแอลกอฮอล์ (2) จัดทำรายงานแสดงแยกประเภทการจำหน่ายสุราและอาหารในรอบเดือนส่งให้แก่คณะกรรมการฯ และ (3) ปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาต กฎหมาย นโยบาย และคำสั่งของคณะกรรมการฯ

ค Lounge License

เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับสถานที่จำหน่ายสุรา เบียร์ และไวน์ ที่บรรจุในถ้วยแก้ว ขวด หรือภาชนะอื่นสำหรับการบริโภคในลานจ์หรือพื้นที่อื่นที่ได้รับอนุญาต ซึ่งให้บริการแก่ผู้ที่มีอายุ ตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป โดยมีลักษณะเฉพาะ คือ (1) จะมีต้องมี Eating Establishment Area อย่าง น้อย 25 เปอร์เซ็นต์ของพื้นที่ทั้งหมด และ (2) ผู้รับอนุญาตต้องให้บริการลักษณะ Eating Establishment อย่างน้อย 5 ชั่วโมงต่อวัน สำหรับทุกวันดำเนินการในรูปแบบลานจ์ โดยที่ หน้าที่ ผู้รับอนุญาตจะต้องดูแลรับผิดชอบ คือ (1) ในช่วงที่ให้บริการแบบ Eating Establishment จะต้องให้บริการอาหารโดยไม่มีบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดช่วงเวลาดังกล่าว (2) แสดง

รายการจำหน่ายสุราในบิลเครื่องดื่ม และแสดงรายการจำหน่ายอาหารในบิลอาหาร (3) แสดงรายงานประจำเดือนต่อคณะกรรมการซึ่งแสดงแยกประเภทมูลค่าการจำหน่ายอาหารและมูลค่าการจำหน่ายสุรา แยกเป็นส่วนของ Eating Establishment และเลานจ์ และ (3) ปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาต กฎหมาย นโยบาย และคำสั่งของคณะกรรมการ

ง Catering License

เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท ที่ซื้อจากคณะกรรมการ เพื่อจำหน่ายในการจัดเลี้ยงให้แก่ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป และจะต้องบริโภคในพื้นที่ของการจัดเลี้ยงเท่านั้น นอกจากนี้ จะต้องเป็นการจัดเลี้ยงที่อยู่ในเขตเมืองเท่านั้น โดยที่ผู้ที่มีใบอนุญาตจะต้อง (1) แจ้งให้

คณะกรรมการทราบล่วงหน้าก่อนที่จะมีการจัดเลี้ยง (2) ถ้าเป็นการจัดเลี้ยงที่มีการแสดง การแสดงที่จะนำเสนอจะต้องได้รับการอนุญาตจากคณะกรรมการเท่านั้น (3) ไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าการจำหน่ายอาหาร และ (4) ต้องแสดงบัญชีรายรับจากการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และรายรับจากการจำหน่ายอาหารต่อคณะกรรมการ

จ Cabaret License

คุณสมบัติเฉพาะของผู้ที่ขอ Cabaret License คือ ต้องเป็นผู้ที่ดำเนินกิจกรรมที่ให้ความบันเทิงที่ดีไม่ขัดต่อศีลธรรม และต้องมีการจัดแสดงอย่างน้อย 4 วันในหนึ่งสัปดาห์ โดยที่ ผู้ที่รับอนุญาตจะต้องดูแลรับผิดชอบ คือ (1) จัดเตรียมอาหาร และ เครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ ไว้คอยบริการลูกค้าตลอดเวลาที่มีการเปิดการแสดง และ (2) ดำเนินงานภายใต้การควบคุมและคำแนะนำของคณะกรรมการ

ฉ Club License

เป็นสถานที่จำหน่ายสุรา เบียร์ และไวน์ ที่บรรจุในถ้วยแก้ว ขวด หรือภาชนะอื่นสำหรับการบริโภคที่ซื้อจากคณะกรรมการในพื้นที่อื่นที่ได้รับอนุญาตให้แก่สมาชิกที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป และผู้ที่ถือใบอนุญาตประเภทนี้จะต้อง (1) คงจำนวนสมาชิกของ Club ไม่ต่ำกว่าที่คณะกรรมการกำหนด (2) ต้องมีการตั้ง Club มาไม่น้อยกว่า 3 ปี (3) ต้องเก็บรายชื่อของสมาชิกและสมุดลงชื่อเมื่อสมาชิกเข้ามาใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อแสดงให้กับคณะกรรมการ ในกรณีนี้

คณะกรรมการมีการร้องขอ และ (4) สรุปรายงานการดำเนินงานประจำปีส่งให้คณะกรรมการฯ ไม่เกินวันที่ 31 มีนาคมของทุกปี

ข Military Establishment License

เป็นใบอนุญาตที่ออกให้กับการจำหน่ายสุรา เบียร์ และไวน์ ที่บรรจุในถ้วยแก้ว ขวด หรือภาชนะอื่นสำหรับการบริโภคที่ซื้อจากคณะกรรมการฯ ในเขตทหาร โดยที่ผู้ถือใบอนุญาตประเภทนี้จะต้อง (1) ปฏิบัติตามข้อบังคับของหน่วยงานที่สังกัด (2) อยู่ภายใต้กฎหมายของทหาร (Military Laws) และ (3) ส่งรายงานการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายเดือนให้แก่คณะกรรมการฯ

นอกจากใบอนุญาตทั้ง 7 ประเภทข้างต้นแล้ว ยังมี Special Premise License ที่ออกให้กับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งคราวมีระยะเวลาที่กำหนดชัดเจน เช่น การจัดลานเบียร์ (Beer Garden) หรือ เทศกาลพิเศษ (Special Festival)

3.4.2 เวลาจำหน่าย

เวลาในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศแคนาดา สามารถจำแนกตามประเภทของสถานบริการประเภทต่างๆ ดังตาราง

ตาราง 4-11:

เวลาในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามประเภทของสถานบริการ

สถานบริการ	เวลาในการจัดจำหน่าย
Eating establishment	10.00-02.00 น.
Beverage room	10.00-01.00 น. (วันอาทิตย์ 12.00-01.00)
Lounge	10.00-02.00 น. (วันอาทิตย์ 12.00-02.00)
Catering	ตามที่ระบุไว้ในใบอนุญาต
Cabaret	11.00-03.30 น. (วันอาทิตย์ 16.00-03.30)
Club	10.00-01.00 น.
Military establishment	ตามที่ระบุไว้ในใบอนุญาต
Special premise	ตามที่ระบุไว้ในใบอนุญาต

3.4.3 คุณสมบัติผู้ขอใบอนุญาต

ผู้ที่จะขอใบอนุญาต จะต้องคุณสมบัติ ดังนี้

(1) บุคคลชาวแคนาดาหรืออังกฤษ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปี และคณะกรรมการพิจารณาเห็นว่ามีความประพฤติดี หรือ

(2) หุ้นส่วนจดทะเบียน (A Partnership Registered) ในโนวาสโกเชีย ซึ่งหุ้นส่วนและผู้จัดการที่รับผิดชอบสถานบริการต้องเป็นผู้มีบุคลิกและความประพฤติดี หรือ

(3) บริษัทที่ดำเนินธุรกิจโนวาสโกเชีย ซึ่งมีเจ้าหน้าที่, ตัวแทน หรือผู้จัดการรับผิดชอบสถานบริการต้องเป็นผู้มีบุคลิกและความประพฤติดี

3.4.4 การโฆษณาและส่งเสริมการขาย

โฆษณาการขายสุรา (Liquor) โดยสื่อรูปแบบใดๆ เช่น โปสเตอร์ สัญลักษณ์ ป้ายโชว์ หรืออื่นใดที่เป็นการโปรโมตการจำหน่ายสุราหรือสถานบริการจะกระทำได้ก็ต่อเมื่อได้รับการอนุมัติจาก Alcohol and Gaming Authority เท่านั้น

3.4.5 ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต

Alcohol and Gaming Authority ทำหน้าที่ออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามประเภทของสถานบริการ ดังนี้

ประเภทสถานบริการ	ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตราย 3 ปี
Eating establishment	\$450
Beverage room	\$450
Lounge	\$450
Catering	\$450
Cabaret	\$1,500
Club	\$450
Military establishment	\$450
Special premises	\$450

4.5 นโยบายเกี่ยวเนื่องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศฝรั่งเศส

ประเทศฝรั่งเศสเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายสำคัญ จำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มดังกล่าวประมาณ 5 ล้านคนที่ต้องรับการบำบัดรักษา มีปัญหาทางจิต หรือสร้างปัญหาสังคม โดยที่ผู้ป่วยแอลกอฮอล์เรื้อรังที่รับการรักษาคิดเป็น 13% ของผู้ป่วยที่รับการรักษาในโรงพยาบาล และจำนวนการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร 6% เป็นผลมาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น ประเทศฝรั่งเศสได้มีกฎหมายควบคุมที่เข้มงวดเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่าย และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อควบคุมผลกระทบและอันตรายต่อสุขภาพ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สร้างปัญหาสังคม โดยรายละเอียดที่น่าสนใจมีดังนี้

4.5.1 การจัดประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในประเทศฝรั่งเศส ได้นิยาม “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” คือ เครื่องดื่มซึ่งบรรจุแอลกอฮอล์ที่เกิดจากการหมักเชื้อหรือจากการกลั่น หรือ ที่เป็นผลจากทั้งการหมักเชื้อและการกลั่นที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสมเท่ากับหรือมากกว่า 1.2 % โดยปริมาตร (ยกเว้น เบียร์ มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสม 0.5%) โดยที่ ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการหมักเชื้อ (Fermented Drinks) ได้แก่ ไวน์, Ciders, Parries, Mead และ Sparkling Grape Juice และ ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการกลั่น (Distilled Drinks) ได้แก่ Spirits, Rums, Liqueurs, Fortified Wines และ Vermouths

4.5.2 ข้อบังคับเกี่ยวกับการขอใบอนุญาตจำหน่าย

สถานที่ใดๆ ที่จำหน่ายหรือบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อบริโภค ในสถานที่หรือนอกสถานที่ จะมีคำเรียกตามนิยามกฎหมายว่า “บาร์” (Bar) โดยที่ ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แบ่งเป็น

1) ใบอนุญาตสำหรับการบริโภคในสถานบริการ (Licenses for Consumption on the Premise) จะประกอบด้วย

- ใบอนุญาตประเภทที่ 1 เป็นใบอนุญาตสำหรับการจำหน่ายเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น น้ำ, น้ำผลไม้, ชา, กาแฟ ฯลฯ
- ใบอนุญาตประเภทที่ 2 เป็นใบอนุญาตสำหรับการจำหน่ายสุราหมัก (ไวน์, เบียร์, Ciders, Parries)

- ใบอนุญาตประเภทที่ 3 เป็นใบอนุญาตสำหรับการจำหน่ายสุราที่มีแอลกอฮอล์น้อยกว่า 18 %ตามปริมาณ

- ใบอนุญาตประเภทที่ 4 เป็นใบอนุญาตสำหรับจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทุกประเภทไม่จำกัดชนิด

2) ใบอนุญาตสำหรับภัตตาคาร (Restaurant Licenses) จะจำแนกเป็น 2 ประเภท

- ใบอนุญาตสำหรับภัตตาคารขนาดเล็ก (Small Restaurant License) อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เช่นใบอนุญาต 2 ประเภทแรก ร่วมกับการจำหน่ายอาหาร

- ใบอนุญาตสำหรับภัตตาคาร (Restaurant Licenses) อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทุกประเภท ร่วมกับการจำหน่ายอาหาร ทั้งนี้ ภัตตาคารไม่สามารถบริการหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากเครื่องนั้นไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของมื้ออาหาร (ภัตตาคารจะให้บริการหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก็ต่อเมื่อเป็นเครื่องดื่มที่ประกอบการรับประทานอาหารในมื้อ)

3) ใบอนุญาตแบบ Off-sale License เป็นใบอนุญาตที่อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เช่นใบอนุญาต 2 ประเภทแรก เช่น สุราหมัก

4) ใบอนุญาตแบบ Off License เป็นใบอนุญาตที่อนุญาตให้จำหน่ายสุราทุกประเภท และสามารถยื่นขอเป็นผู้ผลิตไวน์โดยจำหน่ายเองสู่สาธารณะได้

4.5.3 การเปิดบาร์ใหม่

เนื่องจาก ในประเทศฝรั่งเศสมีการจำกัด (Limit) จำนวนบาร์เพื่อที่จะจำกัดผลกระทบของแอลกอฮอล์ที่มีต่อประชากร ด้วยเหตุนี้จึงมีกฎที่เข้มงวดมากเกี่ยวกับบาร์ที่จะเปิดใหม่ โดยที่ การเปิดบาร์จะทำได้ก็ต่อเมื่อปฏิบัติตามระเบียบวิธี และต้องได้รับอนุญาตจากฝ่ายตำรวจ และสำนักงานภาษีศุลกากร (Customs Offices) ก่อนเริ่มดำเนินการใดๆในธุรกิจ

4.5.4 สถานที่ตั้ง

กฎหมายได้จำกัดหรือห้ามการตั้งบาร์ในพื้นที่คุ้มครอง (Protected Area) ซึ่งรวมถึงในการแข่งขันกีฬา และสถานศึกษา ส่วนบาร์ที่เปิดดำเนินการในพื้นที่ ก่อนที่พื้นที่นั้นจะถูกประกาศให้เป็นพื้นที่คุ้มครองจะได้รับการยกเว้นให้สามารถดำเนินการได้

4.5.5 เงื่อนไขของเจ้าของ/ผู้ดำเนินการ

ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจำหน่าย จะต้องเป็นประชากรของฝรั่งเศส หรือของกลุ่มประเทศประชาคมยุโรป (EU) เท่านั้น

4.5.6 เวลาจำหน่าย

ตามที่กฎหมายท้องถิ่นกำหนด โดยทั่วไป 07:00-02:00น.

4.5.7 การคุ้มครองผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กฎหมายของประเทศฝรั่งเศส ได้กำหนดให้ผู้ผลิตต้องมีการแสดงราคา นอกจากนี้ ผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบริโภคในร้าน มีหน้าที่ต้องแสดงราคาและค่าบริการ (Service Charge) ให้สามารถเห็นและอ่านได้จากด้านนอกของร้าน (ตัวหนังสือต้องมีความสูงอย่างน้อย 1.5 เซนติเมตร) และต้องแสดงภายในร้านด้วย นอกจากนี้ เพื่อส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์ บาร์ต้องตั้งโชว์เครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์อย่างชัดเจน และแยกจากเครื่องดื่มอื่น จำนวน 10 ชนิด เช่น น้ำผลไม้ โซดา น้ำแร่

ตามกฎหมาย เจ้าบาร์หรือพนักงานของบาร์ จะต้องปฏิเสธการจำหน่าย (Refusing to Sell) แก่ลูกค้าที่ (1) พิจารณาแล้วละเมิดกฎหมายข้อบังคับ

(2) ผู้เยาว์ หรือผู้ที่เมาสุรา แต่จะปฏิเสธการให้บริการแก่ลูกค้าปกติไม่ได้ ยกเว้นกรณีที่จะทำให้ละเมิดกฎหมาย เช่น การให้บริการแก่ผู้ที่อายุต่ำกว่ากำหนด

(3) ผู้ไม่บรรลุนิติภาวะ (Protection of Minor) ตามกฎหมาย ซึ่งก็คือ บุคคลที่อายุต่ำกว่า 16 ปี รวมถึงห้ามเข้าบาร์หากไม่ได้ไปพร้อมผู้ใหญ่ โดยที่

- บุคคลที่อายุ 16-17 ปี สามารถซื้อและบริโภค สุราหมัก เช่น ไวน์และ เบียร์ เป็นต้น
- บุคคลที่อายุ 18 ปี สามารถซื้อและบริโภค fortified Wine และสุรากลั่น รวมทั้งเบียร์

ไฮเดอร์และไวน์

นอกจากนี้ ห้ามผู้ดำเนินการบาร์ (ทุกประเภทใบอนุญาต) ว่าจ้างผู้ยังไม่บรรลุนิติภาวะทำงานในสถานบริการ

บทส่งท้าย

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อคนของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากผลที่ตามมาจากการบริโภค ไม่ว่าจะเป็นปัญหาสุขภาพของตัวผู้ดื่มเอง การสูญเสียสมรรถภาพในการทำงานหรืออุบัติเหตุอันนำไปสู่อุบัติเหตุในการทำงาน หรืออุบัติเหตุจราจร ปัญหาสังคมอย่างเช่น การก่อทะเลาะวิวาท การใช้ความรุนแรงภายในครอบครัว อาชญากรรม และความยากจน จึงทำให้ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกจัดวางให้เป็นปัญหาสังคมที่สำคัญประการหนึ่งของประเทศไทย ดังนั้นนโยบายและมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญในการลดการบริโภค มาตรการหลักที่มีการใช้อย่างกว้างขวางได้แก่ มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รายงานชิ้นนี้ได้ทำการศึกษา รวบรวม วิเคราะห์เบื้องต้น ผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย พร้อมทั้งศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับสภาพและปัญหาของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย และเพื่อเป็นจุดตั้งต้นให้กับการศึกษาหาประเด็น และแนวทางการศึกษาต่อเนื่องในระยะต่อไป ให้สามารถนำไปสู่การศึกษามาตรการออกใบอนุญาต หรือการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่เหมาะสม หรือหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขใหม่ๆ ที่จะช่วยให้รัฐสามารถควบคุมหรือลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยต่อไป

ภาพรวมของมาตรการจำกัดการบริโภคโดยระบบใบอนุญาตจำหน่าย

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มาตรการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์นั้นมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การผูกขาดโดยรัฐบาลในการผลิตและจัดจำหน่าย การใช้ระบบใบอนุญาต การจำกัดความหนาแน่นของร้านที่จัดจำหน่าย การจำกัดสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อ มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การใช้ นโยบายการคลัง และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือ มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ มาตรการต่อต้านการขับขี่ยานพาหนะภายหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้ระบบใบอนุญาตในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นมาตรการที่อนุญาตให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยผ่านการอนุญาตจากทางรัฐบาล และผู้ที่เข้ามาขอใบอนุญาตจะต้องมีการเสียค่าธรรมเนียมในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่ทางรัฐบาลกำหนด

การให้ใบอนุญาตในการผลิตการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางประเทศ จะมีข้อกำหนดเพิ่มเติมในใบอนุญาต เช่น

- ห้ามสร้างความรำคาญในการจัดจำหน่ายแก่ผู้ที่อยู่ละแวกใกล้เคียง และในกรณีที่ผู้ขอใบอนุญาตละเมิดข้อกำหนดดังกล่าว รัฐบาลก็มีสิทธิที่จะยกเลิกใบอนุญาตในการจัดจำหน่ายได้
- การกำหนดจำนวนชั่วโมงในการจำหน่ายที่แตกต่างกันในแต่ละวันในหนึ่งสัปดาห์ ซึ่งกรณีของประเทศสวีเดนที่ทำการลดชั่วโมงการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเสาร์ส่งผลให้การบริโภคและการจับกุมการเมาสุราลดลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับก่อนมีการลดชั่วโมงการจำหน่าย แต่ในประเทศฟินแลนด์ นอร์เวย์ หรือออสเตรเลีย การปรับลดชั่วโมงในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้ทำให้ปริมาณ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงมาก
- การห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ สถานที่บริการเชื้อเพลิงระหว่างเวลา 22.00 น.- 06.00 น. ของวันใหม่
- การจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานพิเศษต่างๆ เช่น งานเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับเด็ก การแข่งขันกีฬา และงานชุมนุมต่างๆ
- ในประเทศอิตาลีที่มีการจำกัดการขายโดยสมัครใจในบางช่วงเวลา
- การจำกัดความหนาแน่นของร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตัวอย่างเช่น ไอร์แลนด์ กำหนดให้มี 1 – 5 ร้านค้าต่อตารางกิโลเมตร

ในแง่ของประสิทธิผลของการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์นั้น มีงานวิจัยที่ยืนยันว่ามีประสิทธิผลมากกว่ามาตรการอื่นๆเช่น งานวิจัยของ IAS (2005) ได้ประเมินประสิทธิภาพต่างๆของประเทศอังกฤษ พบว่า มาตรการที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การผูกขาดโดยรัฐบาลในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้ระบบใบอนุญาต และ การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้นโยบายการคลัง และการสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ของผู้ขับขี่ยานพาหนะ ในงานวิจัยของ

Thomas (2004) พบว่ามาตรการควบคุมฯที่ให้ผลต่ำที่สุด คือ มาตรการห้ามโฆษณาและการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเมื่อพิจารณาในภาพรวมของทั่วโลก ICAP (2005) พบว่า มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการที่สัมฤทธิ์ผลมากที่สุดในทศวรรษ 2000

ระบบการออกใบอนุญาตจำหน่ายของประเทศไทย: เปรียบเทียบกับนานาชาติ

ประเทศไทยมีการจำกัดการเข้าถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีระบบการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เหมือนนานาชาติประเภทโดย มีเกณฑ์การแบ่งประเภทของใบอนุญาตตามปริมาณการจำหน่าย ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่าย (ผลิตในประเทศหรือต่างประเทศ) หรือลักษณะการจำหน่ายว่าเป็นการจำหน่ายชั่วคราวหรือถาวร ในประเด็นของลักษณะการจำหน่ายจะไม่แตกต่างจากบางประเทศที่ยกมาเป็นตัวเปรียบเทียบ เช่น ในกรณีของสิงคโปร์หรือญี่ปุ่น แต่จะมีความแตกต่างในประเด็นของประเภทของใบอนุญาตตามปริมาณการจำหน่ายและประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่าย ในประเทศอื่นนั้นไม่ได้แบ่งประเภทของใบอนุญาตขึ้นกับแหล่งผลิต แต่จะแบ่งตามลักษณะของการขายว่าเป็นใบอนุญาตการค้าปลีกเพื่อบริโภคในหรือนอกสถาน นอกจากนั้นในประเทศเหล่านั้นยังมีการแบ่งใบอนุญาตตามชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย แต่กรณีของประเทศไทยจะไม่เป็นไปตามนั้น ในกรณีของค่าธรรมเนียมของประเทศไทยจะอยู่ในช่วง 10 บาท – 7,500 บาท นอกจากนี้ขึ้นอยู่กับประเภทใบอนุญาตแล้ว ยังขึ้นอยู่กับปริมาณจำหน่าย พื้นที่จำหน่าย (ในเขตเมืองหรือชนบท) และประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ผลิตในประเทศหรือต่างประเทศ) อีกด้วย แต่กรณีของประเทศไทยนั้นจะขึ้นกับชนิดของแอลกอฮอล์และ/หรือลักษณะการจำหน่ายเท่านั้น

ในด้านสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของประเทศไทยนั้น มีข้อกำหนดว่าห้ามจำหน่ายในเขตสถานศึกษา ศาสนสถาน สถานบริการน้ำมัน และสถานที่ที่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาต (ภายใน 5 ปี) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่ยกขึ้นมาเป็นตัวเปรียบเทียบแล้ว เข้มงวดพอสมควร ในกรณีของประเทศฝรั่งเศสมีการห้ามจำหน่ายในบางพื้นที่ เช่นการแข่งขันกีฬา สถานศึกษา ส่วนของประเทศญี่ปุ่นมีข้อกำหนดห้ามเปิดร้านค้าใกล้ร้านค้าเดิม การห้ามดังกล่าวนี้มีได้เป็นข้อห้ามเพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ แต่เป็นการห้ามเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้ค้าเดิมมากกว่า ในประเทศสิงคโปร์นั้นพบว่าไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย

ในด้านของเวลาจำหนายนั้น กรณีของประเทศไทยใบอนุญาตบางประเภทมีกำหนดเวลาจำหน่ายที่ชัดเจน เช่นใบอนุญาตประเภท 3 และ 4 อนุญาตให้จำหน่ายสองช่วงคือ 11:00-14:00 น. และ 17:00-24:00 น. ซึ่งจะเข้มงวดกว่าประเทศอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่ห้ามจำหน่ายเฉพาะช่วงดึกถึงช่วงเช้าของวันใหม่เท่านั้น

คุณสมบัติของผู้ขอใบอนุญาตไม่เข้มงวดมากในกรณีของประเทศไทย

ในส่วนของคุณสมบัติผู้ขอใบอนุญาตของประเทศไทยมีข้อกำหนดเกี่ยวกับเอกสารไม่มากนัก ผู้ขอใบอนุญาตจะต้องเตรียมบัตรประชาชน ทะเบียนบ้านของสถานประกอบการ และใบทะเบียนพาณิชย์ หรือหนังสือรับรองการจดทะเบียนของกระทรวงพาณิชย์กรณีที่เป็นนิติบุคคลเท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีของประเทศไทย มีประเด็นที่แตกต่างเป็นอย่างมาก ในกรณีของประเทศไทยและแคนาดาเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย

กรณีของแคนาดา หลังจากที่ได้รับใบอนุญาตแล้ว จะมีการควบคุมดูแลให้ผู้ขอใบอนุญาตปฏิบัติตาม ซึ่งประเด็นที่จะถูกควบคุมดูแลนั้นขึ้นกับประเภทของใบอนุญาต เช่นใบอนุญาตประเภทที่เรียกว่า Eating establishment liquors license จะมีข้อกำหนดว่า ผู้ขอใบอนุญาตจะต้อง ดูแลไม่ให้มูลค่าการจำหน่ายสุราดังกล่าวเกินกว่ามูลค่าการจำหน่ายอาหาร (ใน 1 รอบปี) และต้องไม่อนุญาตให้จำหน่ายสุราเกินปริมาณปกติสำหรับการรับประทานอาหาร 1 มื้อ เป็นต้น นอกจากนั้นแล้ว

กรณีของประเทศไทย มีข้อกำหนดต่างๆมากมายที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของผู้ขอใบอนุญาตจำหน่ายปลีก ตัวอย่างเช่น คุณสมบัติผู้ขอใบอนุญาตต้องเป็นผู้บรรลุนิติภาวะ ไม่เคยถูกถอนใบอนุญาตจำหน่ายสุรา ไม่เคยถูกลงโทษเนื่องจากค้างชำระภาษีประเทศ และไม่เคยถูกลงโทษเนื่องจากคดีความบางอย่าง (หรือการลงโทษสิ้นสุดเกิน 3 ปีแล้ว) นอกจากนั้นสถานที่จำหน่ายที่ผู้ขอใบอนุญาตจะดำเนินธุรกิจนั้น จะต้องเป็นสถานที่เหมาะสมในการควบคุมดูแล ไม่เป็นสถานที่เดียวกับสถานที่ใช้สุราเป็นส่วนหนึ่งของบริการ มีผู้จำหน่ายประจำ และมีการแยกส่วนชำระเงินกับการบริหารทั่วไปอย่างชัดเจน นอกจากนั้นยังกำหนดไว้อีกว่าจะต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการ กล่าวคือมีฐานะเชิงเศรษฐกิจในการบริหารจัดการ (ไม่ค้างชำระภาษี / ไม่ถูกธนาคารสั่งระงับการทำธุรกรรม / ไม่ขาดทุนทางบัญชีติดต่อกัน เป็นต้น) ต้องมีความรู้/ความสามารถเพียงพอ ประมาณการยอดขายเฉลี่ยต่อปีในพื้นที่ต้องสูงเพียงพอ มีความสามารถทางการเงิน สามารถจัดหาอุปกรณ์จำเป็นในการจำหน่ายสุราได้ รวมไปถึงมีที่เก็บสต็อกสินค้า นอกจากคุณสมบัติของตัวผู้ขอใบอนุญาตแล้ว ยังมีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับความเกี่ยวพันกับอุปสงค์และอุปทานโดยรวมในพื้นที่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าญี่ปุ่นจะเน้นไปที่การปกป้องผลประโยชน์

ของผู้ค้าปลีกเดิมอยู่มาก ดังจะเห็นได้จากการกำหนดระยะห่างระหว่างร้านเดิมกับร้านขออนุญาตใหม่และการกำหนดจำนวนร้านโดยเกณฑ์จำนวนประชากร

นอกจากนั้นแล้ว ปัจจุบันญี่ปุ่นยังสร้างระบบที่เรียกว่าระบบผู้ควบคุมจำหน่ายแอลกอฮอล์ในร้านค้าปลีก (Shurui Hanbai Kanrisha Seido) เริ่มในปี 2003 เพื่อบังคับให้ผู้ขออนุญาตหรือตัวแทนของผู้อนุญาตที่จะต้องทำหน้าที่จำหน่ายภายในร้าน ได้ศึกษาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เพื่อที่จะได้ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย: แนวทางการปฏิรูป

ดังที่ได้ประมาณการไว้ในภาคผนวกแล้วว่า หากประเทศไทยเริ่มควบคุมจำนวนใบอนุญาตจำหน่ายปลีกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยอาศัยเกณฑ์ประชากร หรือเกณฑ์พื้นที่ตามประเทศญี่ปุ่นแล้วพบว่า จำนวนใบอนุญาตจำหน่ายปลีกที่เหมาะสมควรจะอยู่ที่ประมาณ 65,000 – 70,000 ใบอนุญาต แต่ทว่าปัจจุบันจำนวนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีมากกว่า 600,000 ใบอนุญาต ข้อเท็จจริงนี้สะท้อนให้เห็นว่าจำนวนสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีมากเกินไป เมื่อพิจารณาจากตัวอย่างของการควบคุมจำนวนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในนานาประเทศ แนวทางการควบคุมจำนวนใบอนุญาตที่เข้มงวดขึ้นสำหรับประเทศไทยควรเป็นไปดังนี้

- การสะสางประเภทใบอนุญาตโดยแยกตามสถานที่จำหน่ายค้าปลีกทั่วไป (เพื่อบริโภคนอกสถานที่) กับการจำหน่ายในสถานบริการ (เพื่อบริโภคในสถานที่เช่น ภัตตาคาร, ร้านอาหาร เป็นต้น)
- การแยกประเภทค่าธรรมเนียมออกเป็นค้าปลีกทั่วไปกับการจำหน่ายในสถานบริการ (ภัตตาคาร, ร้านอาหาร เป็นต้น)
- การปรับปรุงอัตราค่าธรรมเนียมจำหน่ายสุรา
- การทบทวนคุณสมบัติของผู้ขอใบอนุญาต
- การปรับปรุงแก้ไขเกณฑ์การออกใบอนุญาตค้าปลีกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้เข้มงวดยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย (ตัวอย่างเช่น ร้านค้าปลีกใกล้สถานศึกษาหรือศาสนสถาน)

บรรณานุกรม

- จุมพล ริมสาคร (2547), *รวมกฎหมายสุรา ยาสูบ ไฟ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง*, มีนาคม, ไม่ระบุสำนักพิมพ์.
- มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, *อุตสาหกรรมเบียร์ไทย ธุรกิจกึ่งผูกขาด*, เอกสารข้อเท็จจริง.
- มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, *อุตสาหกรรมสุราไทย วัจนแห่งธุรกิจผูกขาด*, เอกสารข้อเท็จจริง.
- ยงยุทธ ขจรธรรม, พิมพา ขจรธรรม และบัณฑิต ศรีไพศาล (2547), *ประสิทธิผลของนโยบายและมาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*, ชุดข้อมูลการพัฒนานโยบายสาธารณะ, มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- Aitken, P.P., D.S. Leathar, and .A.C Scott. (1988). "Ten-to Sixteen-year Old's Perceptions of Advisements for Alcoholic Drinks," *Alcoholism*, 23, 6, 491-500.
- Alcohol and other Drugs Council of Australia (1999) *Drugs, Money and Governments*, Canberra.
- Babor, T., R. Caetano, S. Casswell, G. Edwards, N. Giesbrecht, and K. Graham (2003) *Alcohol: No Ordinary Commodity, Research and Public Policy*, Oxford University Press.
- Baughman, Reagan, Michael Conlin, Stacy Dickert-Conlin, and John Pepper (2000) "Slippery When Wet: the Effects of Local Alcohol Access Laws on Highway Safety," *Center for Policy Research Working Paper*, No.31, Maxwell School of Citizenship and Public Affairs, Syracuse University, USA.
- Bertram,S. and I. Crundall (1997) *Summary of Household Survey of Alcohol Consumption and Related Attitudes*, February-March 1997, Alcohol and Other Drugs Program, Northern Territory Health Services, Darwin.
- Bishai, David, M.P.H., Dand Mercer, and Athena Tapales (2005) "Can Government Policies Help Adolescents Avoid Risky Behavior?," *Preventive Medicine*, 40: 197-202.
- Brandy, M., and D.F.Martin (1999) "Dealing with Alcohol in Alice Springs: An Assessment of Policy Options and Recommendations for Action," *CAEPR Working Paper*, No.3, Centre of Aboriginal Economic Policy Research.

- Cahloupka, Frank J., and Henry Wechsler (1995) "The Impact of Price, Availability, and Alcohol Control Policies on Binge Drinking in College," *NBER Working Paper*, No.5319.
- Carroll, T.E., and R.J. Donovan (2002) "Alcohol Marketing on the Internet: New Challenges for Harm Reduction," *Drug and Alcohol Review*, Vol.21 No.1: 83-91.
- Carroll, T.E., M. Lum, J. Taylor, and J. Travia (2000) *Research Summary: Evaluation of the Launch Phase of the National Alcohol Campaign*, Commonwealth, Department of Health and Aged Care, Canberra, May.
(<http://www.nationalalcoholcampaign.health.gov.au>)
- Coate, Douglas, and Michael Grossman (1986) "Effects of Alcoholic Beverage Prices and Legal Drinking Ages on Youth Alcohol Use," *NBER Working Paper*, No.1852.
- D'Abbs,P., Togni,S. and Duquemin,A. (1999) Evaluation of Restrictions on the Sale of Alcohol From Curtin Springs Roadside Inn,Northern Territory,Menzie Scholl of Health Research, Dawin.
- Douglas,R.L., and Millar,C.W. (1979). Alcohol Availability and Alcohol-related Casualties in Michigan 1968-1976. In M. Galanter (Ed.), *Currents in Alcoholism: Volume 6*, New York: Grune and Stratton.
- Edwards, G. (1994), *Alcohol Policy and the Public Goods*, Oxford University Press.
- Fell, J.C. and C.E. Nash, (1989). The Nature of the Alcohol Problem in U.S. Fatal Crashes. Special Issue: Drinking, Driving, and Health Promotion. *Health Education Quarterly*, 16, 3, 335-343.
- Gyimah-Brempong, Kwabena, and Jeff Racine (2003) *Alcohol Availability and Crime: A Robust Approach*.
- Hill and Casswell (2001) Alcohol Advertising and Sponsorship: Commercial Freedom or Control In the Public Interest?, T. Peters and T. Stock (eds), *International Handbook of Alcohol Dependence and Problems*, John Wiley, Chichester, pp.823-846.
- Holder, H. (1998) "Can Local Action on Alcohol Reduce Harm? Results of the Community Trials

- Project in the United States," in N. Heather, T. Peters, and T. Stockewell, eds., *International Handbook of Alcohol Dependence and Problems*, John Wiley.
- Hamel et al. (1994) *The Impact of the Surfer Paradise Safety Action Project: Key Findings of The Evaluation*, Centre for Crime Policy and Public Safety, Griffith University, Brisbane.
- Institute of Alcohol Studies (2005) *Alcohol Policies*. (<http://www.ias.org.uk>)
- International Center of Alcohol Policies (2005) *An Integrative Approach to Alcohol Policies*. (<http://icap.org>).
- Lieberman, L.R., and M.A. Orlandi (1987). Alcohol Advertising and Adolescent Drinking.
Special Focus: The economics of alcohol abuse. *Alcohol Health and Research World*, 12, 1, 30-33.
- MacKinnon, D.P. and J.A. Woodward (1986). "The Impact of Raising the Minimum Drinking Age on Driver Fatalities," *International Journal of the Addictions*. 21, 12, 1331-1338.
- Markovitz, Sara, Robert Kaestner, and Michael Grossman (2005) "An Investigation of the Effects of Alcohol Consumption and Alcohol Policies on Youth Risky Sexual Behaviors," *NBER Working Paper*, No.11378.
- Markowitz, Sara, Michael Grossman (1998) "The Effects of Alcohol Regulation on Physical Child Abuse," *NBER Working Paper*, No.6629.
- Martin, D.F. (1998) "The Supply of Alcohol in Remote Aboriginal Communities: Potential Policy Directions from Cape York," *CAEPR Discussion Paper*, No.162, Centre for Aboriginal Economic Policy Research, The Australian National University, Canberra.
- McBride et al. (2000) "Early Results from a School Harm Minimization Study: the School Health and Alcohol Harm Reduction Project," *Addiction*, Vol.95, No.7: 1021-1042.
- Miron, A. Jeffrey (1999) "The Effect of Alcohol Prohibition on Alcohol Consumption," *NBER Working Paper*, No.7130.
- Miron, Jeffrey A. (1999) "Violence and the U.S. Prohibition of Drugs and Alcohol," *NBER*

Working Paper, No.6950.

National Expert Advisory Committee on Alcohol (2001) *Alcohol in Australia: Issues and Strategies*, Commonwealth Department of Health and Aged Care, Canberra.

New South Wales Bureau of Crime Statistics and Research (2003), *Liquor Licensing Enforcement Activity in NSW*, Media Release, New South Wales Bureau of Crime. ([http:// www.lawlink.nsw.gov.au/bocsar1.nsf/pages/media060803](http://www.lawlink.nsw.gov.au/bocsar1.nsf/pages/media060803))

Nordlund,S. (1985) *Effects of Saturday Closing of Wine and Spirits Shops in Norway*. presented to the Alcohol Epidemiology Section, 31st International Institute on the Prevention and Treatment of Alcoholism, Rome.

O'Malley, P.M. and A.C. Wagenaar (1991) "Effects of Minimum Drinking Age Laws on Alcohol Use, Related Behaviors and Traffic Crash Involvement Among American Youth: 1976-1987," *Journal of Studies on Alcohol*, 25, 478-491.

Olsson,O and P.O.H. Wikstrom (1982) "Effects of the Experimental Saturday Closing of Liquor Retail Stores in Sweden," *Contemporary Drug Problem*, Vol.11: 325-53.

Osterberg (1992) "Effects of Alcohol Control Measures on Alcohol Consumption," *The International Journal of the Addictions*," Vol.27, No.2: 209-225.

Rehn, Nina, Robin Room, and Griffith Edwards (2001) *Alcohol in the European Region – Consumption, Harm, and Policies*, World Health Organization.

Ross, H.L. (1992) *Confronting drunk-driving: Social policy for saving lives*. New Haven, CT: Yale University Press.

Saffer, Henry (1997) "Alcohol Advertise and Highway Fatalities," *Review of Economics and Statistics*, Vol.79, No.3.

Saffer, Hendry, and Dhaval Dave (2003) "Alcohol Advertising and Alcohol Consumption by Adolescents," *NBER Working Paper*, No.9676.

Saffer, Henry (1989) "Alcohol Consumption and Tax Differentials between Beer, Wine and Spirits," *NBER Working Paper*, No.3200.

Saffer, Henry (1994) "Alcohol Advertising and Motor Vehicle Fatalities," *NBER Working Paper*, No.4708.

Saffer, Henry (2000) "Alcohol Consumption and Alcohol Advertising Bans," *NBER Working Paper*, No.7758.

- Saunders, J.B., & DeBurgh, S. (1999). The Distribution of Alcohol Consumption. In M. Grant & J. Litvak (Eds.), *Drinking Patterns and their Consequences* (pp. 129-152). Washington, DC: Taylor & Francis.
- Smart, R.G., E.M. Adlaf and G.W. Walsh (1996). Procurement of Alcohol and Underage Drinking among Adolescents in Ontario," *Journal of Studies on Alcohol*, 57, 4:419-424.
- Smith, Ian (1992) *Effectiveness of Legislative and Fiscal Restrictions in Reducing Alcohol Related Crime and Traffic Accidents*, Western Australian Alcohol and Drug Authority.
- Stockwell et al. (1998) *Consumption of Different Alcoholic Beverages as Predictors of Local Rates Of Local Rates of Night-time Assault and Acute Alcohol-related Morbidity*, Australian National University, Darwin.
- Thomas, Gerald (2004) *Alcohol-related Harms and Control Policy in Canada*, Canadian Centre on Substance Abuse. (<http://www.ccsa.ca>)
- Vaucher, S., J. Rehem, J. Benvenuti and R. Muller (1995) "Young Teenagers and Access to Alcohol in a Swiss Canton: Evidence from Observational Testing and from a Telephone Survey," *Addiction*, 90, 12:1619-1625.
- Vingilis, E., A.I. McLeod, J. Seeley, R.E. Mann, D. Beirness, and C.P. Compton (2005) "Road Safety Impact of Extended Drinking Hours in Ontario," *Accident Analysis and Prevention*, 37: 549-556.
- Wagenaar, A.C.(1983). *Alcohol, Young Drivers and Traffic Accidents: Effects of Minimum-Age Laws*. Lexington, MA: Lexington Books.
- World Health Organization (WHO) (2004) *Global Status Report: Alcohol Policy*. Geneva.
- Williams, Jenny, Frank J. Chaloupka, and Henry Wechsler (2002) "Are There Differential Effects of Price and Policy on College Students' Drinking Intensity," *NBER Working Paper*, No. 8702.

ภาคผนวก: การประเมินความเหมาะสมจำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยโดยเกณฑ์ประชากรและพื้นที่

ในความเป็นจริงคงจะเป็นการยาก ในการกำหนดจำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เหมาะสม เพื่อประเมินถึงจำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย เนื้อหาในภาคผนวกส่วนนี้จะนำเอาเกณฑ์ประชากรที่ระบุไว้ในกรณีของญี่ปุ่นเป็นกรณีตัวอย่างว่า หากประเทศยึดถือเกณฑ์ดังกล่าวสำหรับการออกใบอนุญาตสำหรับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลจะออกมาเป็นอย่างไร ข้อสมมติมีดังนี้

- จังหวัดใหญ่ ประชากร 1,500 คนต่อสถานจำหน่ายสุรา 1 แห่ง
- จังหวัดขนาดกลาง ประชากร 1,000 คนต่อสถานจำหน่ายสุรา 1 แห่ง
- จังหวัดขนาดเล็ก ประชากร 750 คนต่อสถานจำหน่ายสุรา 1 แห่ง

ความหมายของจังหวัดแบ่งเป็น 2 ความหมายตามจำนวนประชากรและความหนาแน่นของประชากรดังนี้

- ความหมาย I: จังหวัดใหญ่ = กรุงเทพมหานคร จังหวัดขนาดรอง = ประชากรระหว่าง 5 แสนคน – 2 ล้านคน จังหวัดขนาดเล็ก = ประชากรน้อยกว่า 5 แสนคน
- ความหมาย II: จังหวัดใหญ่ = ความหนาแน่นประชากร 1000 คนต่อตารางกม.ขึ้นไป จังหวัดขนาดรอง = ความหนาแน่นประชากร 100-1000 คนต่อตารางกม. จังหวัดขนาดเล็ก = ความหนาแน่นประชากรต่ำกว่า 100 ตารางกม.

จากข้อสมมติดังกล่าว จำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ควรจะมีในแต่ละจังหวัดหากยึดตามเกณฑ์ของญี่ปุ่นควรจะเป็นไปตามตารางต่อไปนี้ ซึ่งพบว่า

- ในจังหวัดต่อไปนี้จะมีจำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่า 1,000 แห่ง กล่าวคือ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ นนทบุรี เชียงใหม่ เชียงราย นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ พิษณุโลก ลำปาง กำแพงเพชร จังหวัดส่วนใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครศรีธรรมราช สงขลา และสุราษฎร์ธานี
- หากพิจารณาขนาดของจังหวัดตามความหนาแน่นของประชากรแล้ว สมุทรปราการ กาฬสินธุ์ มหาสารคาม และหนองคาย จะกลายเป็นจังหวัดที่ควรมีจำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยกว่า 1,000 แห่ง ในขณะที่จากเกณฑ์เดียวกันนี้ กาญจนบุรีจะเป็นจังหวัดที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่า 1,000 แห่ง

ในตารางเดียวกันได้แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวมพบว่าจากจำนวนสถานจำหน่าย แอลกอฮอล์ตามเกณฑ์ประชากรจำนวน 68,494 แห่ง ขณะที่จำนวนรายผู้ได้รับอนุญาตให้ผลิต และขายสุราตามนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนตั้งแต่ปี 2546 จนถึงกันยายน 2548 มีจำนวน 8,263 แห่งซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 12 ของจำนวนรวมของสถานจำหน่ายแอลกอฮอล์ตาม เกณฑ์ประชากร หากนับรวมร้านค้าสะดวกซื้อนอกและในเขตสถานีบริการน้ำมันซึ่งในปี 2547 มี จำนวน 4,007 แห่งและ 1,561 แห่งตามลำดับ (อ้างจากรายงานประจำปี 2547 ของเซเว่นอีเลฟ เวน) จำนวนสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็น 13,831 แห่ง หากประเมินจำนวน ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ประมาณ 650,000 ใบในปัจจุบัน พบว่า จำนวนใบอนุญาตที่ออกไปแล้วมากกว่าเกณฑ์ที่น่าจะเป็นถึงเกือบ 10 เท่า

จำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ควรจะมีในแต่ละจังหวัด หากยึดตามเกณฑ์ ของญี่ปุ่นควรจะเป็นไปตามตารางต่อไป นี้ ซึ่งหากนำผลการประมาณการจำนวนสถานที่จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าว คิดเทียบกับพื้นที่แล้ว (แผนภาพในหน้าถัดไป) จะพบว่า

1. ในจังหวัดต่อไปนี้เท่านั้นในพื้นที่ 1 ตร.กม. จะมีจำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์มากกว่า 1 แห่ง กล่าวคือ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ และนนทบุรี
2. ในจังหวัดต่อไปนี้เท่านั้นในพื้นที่ 1 ตร.กม. จะมีจำนวนสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ระหว่าง 0.5 แห่งถึง 1 แห่ง กล่าวคือ ปทุมธานี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม และภูเก็ต
3. ในเขตจังหวัดที่เหลือทั้งหมดในพื้นที่ 1 ตร.กม. ควรจะมีจำนวนสถานที่จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยกว่า 0.5 แห่ง

จังหวัด	ประชากร* (คน) ปี 2546	พื้นที่* (ตร.กม.) ปี 2545	ความหนาแน่นประชากร* (คนต่อตร.กม.)	จำนวนสถานที่จำหน่าย ตามเกณฑ์ประชากร**	
				I	II
กรุงเทพมหานคร	5,830,000	1,565.2	3,734.10	3,887	3,887
ภาคกลาง					
ชลบุรี	1,157,111	4,363.0	265.21	1,157	1,157
สมุทรปราการ	1,045,850	1,004.1	1,041.59	1,046	697
นนทบุรี	924,890	622.3	1,486.24	925	617
สุพรรณบุรี	868,681	5,358.0	162.13	869	869
ราชบุรี	833,734	5,196.5	160.44	834	834
นครปฐม	812,404	2,168.3	374.67	812	812
กาญจนบุรี	797,339	19,483.1	40.92	797	1,063
ลพบุรี	768,516	6,199.8	123.96	769	769
พระนครศรีอยุธยา	751,259	2,556.6	293.85	751	751
ปทุมธานี	739,404	1,525.9	484.58	739	739
ฉะเชิงเทรา	652,501	5,351.0	121.94	653	653
สระบุรี	625,574	3,576.5	174.91	626	626
ระยอง	556,733	3,552.0	156.74	557	557
สระแก้ว	541,441	7,195.1	75.25	541	722
จันทบุรี	511,587	6,338.0	80.72	512	682
ประจวบคีรีขันธ์	492,480	6,367.6	77.34	657	657
เพชรบุรี	461,738	6,225.1	74.17	616	616
ปราจีนบุรี	453,935	4,762.4	95.32	605	605
สมุทรสาคร	448,199	872.3	513.79	598	448
ชัยนาท	349,216	2,469.7	141.40	466	349
อ่างทอง	290,825	968.4	300.32	388	291
นครนายก	251,877	2,122.0	118.70	336	252
ตราด	225,021	2,819.0	79.82	300	300
สิงห์บุรี	222,728	822.5	270.80	297	223

จังหวัด	ประชากร* (คน) ปี 2546	พื้นที่* (ตร.กม.) ปี 2545	ความหนาแน่นประชากร* (คนต่อตร.กม.)	จำนวนสถานที่จำหน่าย ตามเกณฑ์ประชากร**	
				I	II
สมุทรสงคราม	203,998	416.7	489.55	272	204
ภาคเหนือ					
เชียงใหม่	1,603,220	20,107.1	79.73	1,603	2,138
เชียงราย	1,214,913	11,678.4	104.03	1,215	1,215
นครสวรรค์	1,126,739	9,597.7	117.40	1,127	1,127
เพชรบูรณ์	1,052,286	12,668.4	83.06	1,052	1,403
พิษณุโลก	867,356	10,815.9	80.19	1,156	1,156
ประจวบคีรีขันธ์	492,480	6,367.6	77.34	657	657
เพชรบุรี	461,738	6,225.1	74.17	616	616
ปราจีนบุรี	453,935	4,762.4	95.32	605	605
สมุทรสาคร	448,199	872.3	513.79	598	448
ชัยนาท	349,216	2,469.7	141.40	466	349
อ่างทอง	290,825	968.4	300.32	388	291
นครนายก	251,877	2,122.0	118.70	336	252
ตราด	225,021	2,819.0	79.82	300	300
สิงห์บุรี	222,728	822.5	270.80	297	223
สมุทรสงคราม	203,998	416.7	489.55	272	204
ภาคเหนือ					
เชียงใหม่	1,603,220	20,107.1	79.73	1,603	2,138
เชียงราย	1,214,913	11,678.4	104.03	1,215	1,215
นครสวรรค์	1,126,739	9,597.7	117.40	1,127	1,127
เพชรบูรณ์	1,052,286	12,668.4	83.06	1,052	1,403
พิษณุโลก	867,356	10,815.9	80.19	1,156	1,156
ลำปาง	797,216	12,534.0	63.60	1,063	1,063
กำแพงเพชร	774,225	8,607.5	89.95	1,032	1,032
สุโขทัย	621,693	6,596.1	94.25	829	829

จังหวัด	ประชากร* (คน) ปี 2546	พื้นที่* (ตร.กม.) ปี 2545	ความหนาแน่นประชากร* (คนต่อตร.กม.)	จำนวนสถานที่จำหน่าย ตามเกณฑ์ประชากร**	
				I	II
พิจิตร	597,882	4,531.0	131.95	797	598
พะเยา	501,509	6,335.1	79.16	669	669
ตาก	498,714	16,406.7	30.40	665	665
แพร่	482,232	6,538.6	73.75	643	643
น่าน	482,181	11,472.1	42.03	643	643
อุตรดิตถ์	481,640	7,838.6	61.44	642	642
ลำพูน	409,041	4,505.9	90.78	545	545
อุทัยธานี	339,483	6,730.2	50.44	453	453
แม่ฮ่องสอน	238,241	12,681.3	18.79	318	318
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ					
นครราชสีมา	2,591,050	20,494.0	126.43	2,591	2,591
อุบลราชธานี	1,805,322	15,744.9	114.66	1,805	1,805
ขอนแก่น	1,770,605	10,886.0	162.65	1,771	1,771
บุรีรัมย์	1,554,009	10,322.9	150.54	1,554	1,554
อุดรธานี	1,542,071	11,730.3	131.46	1,542	1,542
ศรีสะเกษ	1,465,538	8,840.0	165.79	1,466	1,466
สุรินทร์	1,406,612	8,124.1	173.14	1,407	1,407
ร้อยเอ็ด	1,322,389	8,299.4	159.33	1,322	1,322
ชัยภูมิ	1,138,944	12,778.3	89.13	1,139	1,519
สกลนคร	1,113,720	9,605.8	115.94	1,114	1,114
กาฬสินธุ์	994,600	6,946.7	143.17	1,326	995
มหาสารคาม	944,385	5,291.7	178.47	1,259	944
หนองคาย	913,275	7,332.3	124.56	1,218	913
นครพนม	710,440	5,512.7	128.87	947	710
เลย	624,087	11,424.6	54.63	832	832
ยโสธร	552,948	4,161.7	132.87	737	553

จังหวัด	ประชากร* (คน) ปี 2546	พื้นที่* (ตร.กม.) ปี 2545	ความหนาแน่นประชากร* (คนต่อตร.กม.)	จำนวนสถานที่จำหน่าย ตามเกณฑ์ประชากร**	
				I	II
หนองบัวลำภู	500,002	3,859.1	129.56	667	500
อำนาจเจริญ	370,627	3,161.2	117.24	494	371
มุกดาหาร	339,074	4,339.8	78.13	452	452
ภาคใต้					
นครศรีธรรมราช	1,531,072	9,942.5	153.99	1,531	1,531
สงขลา	1,294,442	7,393.9	175.07	1,294	1,294
สุราษฎร์ธานี	935,512	12,891.5	72.57	1,247	1,247
นราธิวาส	708,241	4,475.4	158.25	944	708
ปัตตานี	634,619	1,940.4	327.06	846	635
ตรัง	608,044	4,917.5	123.65	811	608
พัทลุง	504,597	3,424.5	147.35	673	505
ชุมพร	477,116	6,009.0	79.40	636	636
ยะลา	465,446	4,521.1	102.95	621	465
กระบี่	384,416	4,708.5	81.64	513	513
ภูเก็ต	278,480	543.0	512.82	371	278
สตูล	273,702	2,479.0	110.41	365	274
พังงา	240,725	4,170.9	57.72	321	321
ระนอง	163,436	3,298.0	49.56	218	218
ทั่วประเทศ	63,065,158	513,116	122.90	68,494	66,110

หมายเหตุ: * จากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (จำนวนประชากรเป็นจำนวนจากการทะเบียน)

** อ้างอิงจากเกณฑ์ของประเทศญี่ปุ่น จังหวัดใหญ่ ประชากร 1,500 คนต่อสถานจำหน่ายสุรา 1 แห่ง จังหวัดขนาดรอง ประชากร 1,000 คนต่อสถานจำหน่ายสุรา 1 แห่ง

จังหวัดขนาดเล็ก ประชากร 750 คนต่อสถานจำหน่ายสุรา 1 แห่ง

ความหมาย I: จังหวัดใหญ่ = กรุงเทพมหานคร จังหวัดขนาดรอง = ประชากรระหว่าง 5 แสนคน - 2 ล้านคน จังหวัดขนาดเล็ก = ประชากรน้อยกว่า 5 แสนคน

ความหมาย II: จังหวัดใหญ่ = ความหนาแน่นประชากร 1000 คนต่อตารางกม.ขึ้นไป จังหวัดขนาดรอง = ความหนาแน่นประชากร 100-1000 คนต่อตารางกม. จังหวัดขนาดเล็ก = ความหนาแน่นประชากรต่ำกว่า 100 ตารางกม. *** โสมเพจกรมสรรพสามิต

