

การประเมินการรับรู้ ความคิดเห็น การปฏิบัติ

ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย และการรณรงค์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ
พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551
ภายหลังการบังคับใช้เป็นระยะเวลา 10 ปี

โครงการการประเมินผล พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551
ภายหลังการบังคับใช้เป็นระยะเวลา 10 ปี



กนิษฐา ไทยกล้า

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุรียัน บุญแท้

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)

สนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ



การประเมินการรับรู้ ความคิดเห็น การปฏิบัติ

ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย และการรณรงค์ต่าง ๆ
ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
พ.ศ. 2551 ภายหลังจากบังคับใช้เป็นระยะเวลา 10 ปี

ทีมผู้ประเมิน

กนิษฐา ไทยกล้า สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สุรียัน บุญแท้ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)

สนับสนุนทุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

ภายใต้โครงการ

การประเมินผล พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551
ภายหลังจากบังคับใช้เป็นระยะเวลา 10 ปี

คำนำ

การประเมินการรับรู้ ความคิดเห็น การปฏิบัติ ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย และการรณรงค์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ภายหลังจากบังคับใช้เป็นระยะเวลา 10 ปี ได้ทำการศึกษาโดยนำผลการสำรวจการรับรู้ ความคิดเห็นการปฏิบัติ ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย ในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นปีแรกของการประกาศใช้ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และทำการสำรวจซ้ำโดยใช้ประเด็น ข้อคำถามเดิมในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2561 เพื่อสะท้อนถึงการรับรู้ ความคิดเห็นการปฏิบัติ ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย และการรณรงค์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ภายหลังจากบังคับใช้เป็นระยะเวลา 10 ปี ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพสะท้อน การบังคับใช้กฎหมายในแต่ละมาตรา โดยคาดว่าผลที่ได้จะช่วยในการวางนโยบายสำหรับการบังคับใช้กฎหมายได้ดียิ่งขึ้น

ทีมนิวิจัย

มีนาคม พ.ศ. 2562

บทสรุปผู้บริหาร

การประเมินการเปรียบเทียบผลการรับรู้ระหว่างปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2561 จากผลการสำรวจในปี พ.ศ.2551 ทำการเก็บข้อมูลจากประชาชน และเจ้าหน้าที่ 16 จังหวัด จำนวนตัวอย่างประชาชน 4,324 คน และจำนวนตัวอย่างเจ้าหน้าที่ 844 คน ดำเนินการเก็บข้อมูลในเดือนกันยายน พ.ศ. 2551 (มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 2551) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการสำรวจครั้งนี้พบว่า หลังจากประกาศพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 สามารถสร้างการรับรู้ต่อประชาชนได้ดีโดยเฉพาะข้อกำหนดที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ห้ามจำหน่าย และห้ามตี้ม ช่วงเวลาห้ามจำหน่ายเกณฑ์อายุในการซื้อ การส่งเสริมการขายนอกจากนี้พบว่าประชาชนพฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ลดลง การซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่ายลดลง การเคยซื้อแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่ายลดลง รวมไปถึงการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ลดลง

ด้านผลสำรวจจากเจ้าหน้าที่พบว่าพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังสร้างการรับรู้ได้ไม่เต็มที่โดยเฉพาะข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณาจากร้านค้า หรือผู้ประกอบการจากผลสำรวจเจ้าหน้าที่พบเห็น/ได้ยินโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในรอบวันที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งพบเห็นผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างมากการพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องตี้มที่มีแอลกอฮอล์ลดลง

ด้านเจ้าหน้าที่พบว่าพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังสร้างการรับรู้ได้ไม่เต็มที่ โดยเฉพาะข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณาจากร้านค้า หรือผู้ประกอบการเจ้าหน้าที่ยังคงพบเห็นได้ยินโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในรอบวันที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างมาก การพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องตี้มที่มีแอลกอฮอล์ลดลงแต่ก็ยังคงพบเห็นการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 19.7 ส่วนใหญ่จะเป็นร้านของชำ/โชห่วยที่ขายให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

ข้อเสนอแนะ

แม้ว่าผลการบังคับใช้ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมามีการรับรู้ ความคิดเห็น การปฏิบัติ ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย และการรณรงค์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของทั้งประชาชนทั่วไปและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจะประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งแล้วก็ตาม แต่ผลการประเมินในครั้งนี้ก็ยังสะท้อนให้เห็นว่าบางมาตรการประชาชน ผู้ประกอบการ บางรายยังไม่ตระหนักถึงเจตนารมณ์ของกฎระเบียบ กฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังคงไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ดังนั้นควรเพิ่มมาตรการบังคับใช้ กฎหมายสร้างให้ประชาชน ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงความสำคัญ และปฏิบัติตามมาตรา ในกฎหมายต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ควรเพิ่มความเข้มงวดในเรื่องของการ จับกุมผู้กระทำความผิด

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1	
บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญการประเมิน	1
วัตถุประสงค์	2
ระเบียบวิธีการประเมิน	2
การกำหนดขนาดตัวอย่าง	3
การเก็บรวบรวมข้อมูล	8
ขั้นตอนการศึกษา	9
บทที่ 2	
บทวนเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	11
กฎกระทรวง ประกาศ ระเบียบ คำสั่ง และกฎหมายเพิ่มเติมอื่น ๆ	26
- ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์	26
- ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี	30
- กฎกระทรวง	36
การศึกษาวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้ศึกษาบทวนได้ตั้ง	41

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3

ผลการประเมินการรับรู้ ความคิดเห็น การปฏิบัติของประชาชนทั่วไป

และเจ้าหน้าที่ประชาชนทั่วไป

55

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องยนต์แอลกอฮอล์

58

การเข้าถึง การดื่ม และการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

60

การซื้อ ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ละเมิด พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ด้านสถานที่ อายุ และเวลา

61

การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความคิดเห็นต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

75

ผลการประเมินการรับรู้จากเจ้าหน้าที่

81

ประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการดำเนินการกรณีกระทำผิดระเบียบ

กฎหมาย

83

การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

93

ผลการประเมินการเปรียบเทียบผลการรับรู้ระหว่างปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2561

98

บทที่ 4

สรุปผลการศึกษา

107

ผลการประเมินจากประชาชนทั่วไป

107

ผลการประเมินการรับรู้จากเจ้าหน้าที่

109

สรุปผลการประเมินการเปรียบเทียบผลการรับรู้ระหว่างปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2561

111

ข้อเสนอแนะ

112

เอกสารอ้างอิง

113

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่และกลุ่มประชากร	4
ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศและอายุ	55
ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพสมรสและอายุ	56
ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการศึกษาที่สำเร็จสูงสุดและอายุ	56
ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพประจำที่มีรายได้หลักและอายุ	57
ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือนและอายุ	57
ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละการเคี้ยวเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชีวิตที่ผ่านมา จำแนกตามอายุ	58
ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามอายุ	58
ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 30 วันที่ผ่านมา จำแนกตามอายุ	59
ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา จำแนกตามอายุ	59
ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละประสบการณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการดื่มของตนเอง จำแนกตามอายุ	59
ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละการไปร้านนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	62
ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละความสะดวกในการเดินทางไปร้านเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ	62
ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละระยะเวลาในการเดินทางไปร้านค้านั่งดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ด้วยตัวเองจำแนกตามอายุ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละสถานที่นั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ	63
ตาราง 16 แสดงจำนวนและร้อยละการเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตัวเอง ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาจำแนกตามอายุ	64
ตาราง 17 แสดงจำนวนและร้อยละความสะดวกในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	64
ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละระยะเวลาในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	65
ตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละสถานที่ที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ	66
ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละประสบการณ์ในการหาซื้อแอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่าย จำแนกตามอายุ	67
ตาราง 21 แสดงจำนวนและร้อยละสาเหตุที่ไม่อยากซื้อ-ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	68
ตาราง 22 แสดงจำนวนและร้อยละภาชนะบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซื้อได้ ในราคาถูกที่สุดจำแนกตามอายุ	69
ตาราง 23 แสดงจำนวนและร้อยละการตัดสินใจเมื่อร้านประจำไม่เปิดจำแนกตามอายุ	70
ตาราง 24 แสดงจำนวนและร้อยละสื่อที่เคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	71
ตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล จำแนกตามอายุ	73
ตาราง 26 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล จำแนกตามอายุ	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตาราง 27 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	74
ตาราง 28 แสดงจำนวนและร้อยละของการพบเห็นการส่งเสริมการขายจำแนกตามอายุ	74
ตาราง 29 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อมัเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	76
ตาราง 30 แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นต่อกฎระเบียบมาตรการต่าง ๆ จำแนกตามอายุ	76
ตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ	78
ตาราง 32 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ	79
ตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อสังคมไทยโดยรวม จำแนกตามอายุ	80
ตาราง 34 แสดงจำนวนและร้อยละความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ	80
ตาราง 35 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ	81
ตาราง 36 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพสมรส	81
ตาราง 37 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการศึกษาที่สำเร็จสูงสุด	82
ตาราง 38 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตาราง 39 แสดงจำนวนและร้อยละการเคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	85
ตาราง 40 แสดงจำนวนและร้อยละการเคยพบเห็นการซื้อ/จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ และการดำเนินการในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	86
ตาราง 41 แสดงจำนวนและร้อยละการเคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ และการดำเนินการในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	87
ตาราง 42 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่าย	89
ตาราง 43 แสดงจำนวนและร้อยละการดำเนินการกรณีที่เคยพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่าย	90
ตาราง 44 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เบียร์ในร้านอาหาร/ผับ/เรค/บาร์/คาราโอเกะ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	90
ตาราง 45 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิม ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	91
ตาราง 46 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี	91
ตาราง 47 แสดงจำนวนและร้อยละการดำเนินการกรณีที่เคยพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี	92
ตาราง 48 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตาราง 49 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมการดื่มและการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะผู้ที่ตอบว่า ถูก)	94
ตาราง 50 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้ต่อกฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ (เฉพาะผู้ที่ตอบว่า ถูก)	96
ตาราง 51 แสดงจำนวนและร้อยละประโยชน์หรือโทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีต่อสังคมไทยโดยส่วนรวม	97
ตาราง 52 แสดงจำนวนและร้อยละความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบ หรือมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดเพียงพอ	97
ตาราง 53 แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นต่อกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงที่ผ่านมา	98
ตาราง 54 แสดงร้อยละการรับรู้ของประชาชน เปรียบเทียบกับผลการสำรวจก่อน หลัง พ.ร.บ.	99
ตาราง 55 แสดงร้อยละการรับรู้ของเจ้าหน้าที่ เปรียบเทียบกับผลการสำรวจก่อน หลัง พ.ร.บ.	103

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญการประเมิน

เครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งถูกกฎหมายในประเทศไทย ซึ่งเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้เกิดโรคต่าง ๆ ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพมากกว่า 200 โรค นอกจากอันตรายที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่ตี้มแล้วอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุ การใช้ความรุนแรงในครอบครัว การทำร้ายร่างกายและเสียชีวิตสิ้น รัฐบาลจึงได้จัดตั้งกฎหมายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ฉบับแรกของประเทศไทยที่มีเจตนารมณ์ในการป้องกันเด็ก เยาวชน และประชาชนโดยทั่วไปไม่ให้เข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยง่าย (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์, 2559) 1 ใน 10 คน (ร้อยละ 9.2) ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ บอกว่าเคยซื้อสุราหรือเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนาพุทธ หรือวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา และวันออกพรรษา) และประมาณ 1 ใน 5 คน (ร้อยละ 20.9) บอกว่าเคยซื้อสุราหรือเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาที่ห้ามขาย ซึ่งฉายให้เห็นภาพว่าในรอบปีที่แล้วยังมีผู้ขายที่ฝ่าฝืนประกาศของสำนักนายกรัฐมนตรีในเรื่องดังกล่าว (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

หลังจากประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้มีการจัดสำรวจการรับรู้และความคิดเห็นของประชาชนต่อ พ.ร.บ. ซึ่งในปี พ.ศ. 2553 พบว่าประชาชนมีการรับรู้ถึงการประกาศใช้ พ.ร.บ. น้อยมาก ต่อมาในต้นปี พ.ศ. 2561 พบว่าการควบคุมการกระทำผิดเกี่ยวกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ยังทำไม่ได้เต็มที่ โดยเฉพาะเรื่องเวลาจำหน่าย การกำหนดอายุขั้นต่ำ และการโฆษณา รวมถึงมีการส่งเสริมการขายเกิดขึ้น (ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ, 2561) ในรายงานสถานการณ์การตี้มสุราปี พ.ศ. 2560 พบว่ายังมีการละเมิดกฎหมายเกิดขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

ในปี พ.ศ. 2561 เป็นระยะเวลาครบรอบ 10 ปี ของการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) จึงได้ร่วมกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดำเนินโครงการสำรวจเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมาย การรับรู้และความคิดเห็นต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เพื่อสำรวจการรับรู้ และความคิดเห็นต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในส่วนของประชาชนทั่วไป และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องภายหลังการบังคับใช้เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยคาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแนวทางการบังคับใช้กฎหมายตลอดจนควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของการสำรวจครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. เพื่อประเมินการรับรู้/ความคิดเห็น/การปฏิบัติ ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย และการรณรงค์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551
2. เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษการสำรวจปี พ.ศ. 2551 หลังพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ 1 ปี

ระเบียบวิธีการประเมิน

การศึกษาครั้งนี้เป็นการสำรวจแบบผสมผสานระหว่างการสำรวจเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และการศึกษาเอกสาร

ประชากร

1. ประชาชนอายุ 11 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ
2. เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่สรรพสามิต เจ้าหน้าที่ตำรวจทั่วประเทศ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพทั้งโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า 110 ราย จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับการประเมินการรับรู้/ความคิดเห็น/การปฏิบัติ ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย และการรณรงค์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 จำแนกดังนี้

1. ประชาชนอายุ 11 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มเชิงชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-Stage Sampling) จำนวนประชากรในประเทศไทยอายุ 11 ปีขึ้นไป ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวน 55,724,428 คน (กรมการปกครอง 2560) อาศัยหลักความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้ผลกระทบจากการสุ่มตัวอย่างหลายชั้นเท่ากับ 4 อัตราการตอบกลับ 0.8 กำหนดสัดส่วนผู้รับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในสัดส่วนที่มากที่สุด = 0.5 ความคาดเคลื่อนในการคำนวณ 0.03 จำนวนตัวอย่าง 5,335 คน

สูตรการคำนวณ:

$$n' = \frac{Z_{\alpha/2}^2 (P \cdot Q)}{d^2}$$

$$n_{srs} = \frac{N \cdot n'}{N + n'}$$

$$n_{design} = n_{srs} \cdot deff$$

$$n_{opt} = \frac{n_{srs} \cdot deff}{response\ rate}$$

$$Z = 1.96;$$

P ผู้รับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551=0.5

$$D = 0.03;$$

$$N = 55,724,428$$

$$\text{Alpha} = 0.05 \quad \text{Deff} = 4 \quad \text{response rate} = 0.8$$

2. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่สรรพสามิต และเจ้าหน้าที่ตำรวจ ที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในเขตพื้นที่ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) 533 ตัวอย่าง

ตาราง 1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่ และกลุ่มประชากร

พื้นที่	เขต/อำเภอ	แขวง/ตำบล	จำนวน ประชากร	จำนวนตัวอย่าง	
				อายุ 11 ปี ขึ้นไป	เจ้าหน้าที่
รวม กรุงเทพฯ			282,863	464	47
ชั้นใน	คลองเตย	คลองเตย	55,556	100	10
	ธนบุรี	ตลาดพลู	14,475	40	4
			70,031	140	14
ชั้นกลาง	บางเขน	อนุสาวรีย์	83,789	153	15
	ภาษีเจริญ	บางหว้า	31,803	42	5
			115,592	195	20
ชั้นนอก	ลาดกระบัง	ลาดกระบัง	26,083	51	5
	ดอนเมือง	ดอนเมือง	71,157	78	8
			97,240	129	13
รวม นนทบุรี			416,369	426	42
ในเขต	อ.เมืองนนทบุรี	ทน.นนทบุรี	226,140	135	13
	อ.ปากเกร็ด	ทน.ปากเกร็ด	164,907	99	10
			391,047	234	23
นอกเขต	อ.เมืองนนทบุรี	ต.บางไผ่	10,044	76	8
	อ.ปากเกร็ด	ต.ทำอิฐ	15,278	116	11
			25,322	192	19
รวม สมุทรปราการ			141,998	445	44
ในเขต	อ.เมือง สมุทรปราการ	ทน. สมุทรปราการ	39,865	195	20
	อ.บางพลี	ทต.บางพลี	6,041	30	3
			45,906	225	23
นอกเขต	อ.เมือง สมุทรปราการ	ต.แพรกษา	28,754	66	6
	อ.บางพลี	ต.บางพลีใหญ่	67,338	154	15
			96,092	220	21

ตาราง 1 (ต่อ)

พื้นที่	เขต/อำเภอ	แขวง/ตำบล	จำนวน ประชากร	จำนวนตัวอย่าง	
				อายุ 11 ปี ขึ้นไป	เจ้าหน้าที่
รวม ชลบุรี			101,757	500	50
ในเขต	อ.เมืองชลบุรี	ทม.ชลบุรี	24,704	144	14
	อ.บ้านบึง	ทม.บ้านบึง	16,342	95	10
	อ.ศรีราชา	ทน.แหลมฉบัง	17,769	104	10
			58,815	343	34
นอกเขต	อ.เมืองชลบุรี	ต.หนองรี	12,295	45	4
	อ.บ้านบึง	ต.คลองกิ่ว	12,954	47	5
	อ.ศรีราชา	ต.บ่อวิน	17,693	65	7
			42,942	157	16
รวม เชียงใหม่			155,421	595	60
ในเขต	อ.เมือง เชียงใหม่	ทน.เชียงใหม่	111,976	209	21
	อ.แมริม	ทต.แมริม	8,670	16	2
	อ.ฝาง	ทต.เวียงฝาง	5,652	11	1
			126,298	236	24
นอกเขต	อ.เมือง เชียงใหม่	ต.สันผีเสื้อ	9,989	123	12
	อ.แมริม	ต.โป่งแยง	7,202	89	9
	อ.ฝาง	ต.เวียง	11,932	147	15
			29,123	359	36
รวม สุโขทัย			47,809	220	21
ในเขต	อ.เมืองสุโขทัย	ทม.สุโขทัยธานี	13,223	24	2
	อ.ศรีสัชนาลัย	ทม.ศรีสัชนาลัย	13,852	26	2
			27,075	50	4
นอกเขต	อ.เมืองสุโขทัย	ต.เมืองเก่า	8,976	74	7
	อ.ศรีสัชนาลัย	ต.แม่สิน	11,758	96	10
			20,734	170	17

ตาราง 1 (ต่อ)

พื้นที่	เขต/อำเภอ	แขวง/ตำบล	จำนวน ประชากร	จำนวนตัวอย่าง	
				อายุ 11 ปี ขึ้นไป	เจ้าหน้าที่
รวม ลำพูน			40,074	151	15
ในเขต	อ.เมืองลำพูน	ทม.ลำพูน	11,119	39	4
	อ.ป่าซาง	ทต.ป่าซาง	8,077	28	3
			19,196	67	7
นอกเขต	อ.เมืองลำพูน	ต.ป่าสัก	12,236	49	5
	อ.ป่าซาง	ต.น้ำดิบ	8,642	35	3
			20,878	84	8
รวม ขอนแก่น			187,658	754	75
ในเขต	อ.เมือง ขอนแก่น	ทน.ขอนแก่น	107,239	160	16
	อ.ชุมแพ	ทม.ชุมแพ	27,470	54	5
			134,709	214	21
นอกเขต	อ.เมือง ขอนแก่น	ต.ศิลา	45,290	329	33
	อ.ชุมแพ	ต.วังหินลาด	7,659	211	21
			52,949	540	54
รวม สุรินทร์			68,794	570	57
ในเขต	อ.เมืองสุรินทร์	ทม.สุรินทร์	32,581	38	4
			32,581	38	4
นอกเขต	อ.เมืองสุรินทร์	ต.นอกเมือง	23,272	342	34
	อ.ท่าตูม	ต.ท่าตูม	12,941	190	19
			36,213	532	53
รวม สกลนคร			85,802	472	47
ในเขต	อ.เมืองสกลนคร	ทน.สกลนคร	44,184	66	6
	อ.พังโคน	ทต.พังโคน	5,823	16	2
			50,007	82	8

ตาราง 1 (ต่อ)

พื้นที่	เขต/อำเภอ	แขวง/ตำบล	จำนวน ประชากร	จำนวนตัวอย่าง	
				อายุ 11 ปี ขึ้นไป	เจ้าหน้าที่
นอกเขต	อ.เมืองสกลนคร	ต.ห้วยยาง	12,744	139	14
	อ.พังโคน	ต.ไฮหย่อง	11,193	122	12
	อ.วานรนิวาส	ต.หนองสนม	11,858	129	13
			35,795	390	39
รวม กระบี่			44,698	140	14
ในเขต	อ.เมืองกระบี่	ทม.กระบี่	25,303	26	3
			25,303	26	3
นอกเขต	อ.เมืองกระบี่	ต.อ่าวนาง	10,419	61	6
	อ.คลองท่อม	ต.ทรายขาว	8,976	53	5
			19,395	114	11
รวม สงขลา			206,139	433	44
ในเขต	อ.เมืองสงขลา	ทน.สงขลา	55,807	71	7
	อ.หาดใหญ่	ทน.หาดใหญ่	126,245	149	15
			182,052	220	22
นอกเขต	อ.เมืองสงขลา	ต.ทุ่งหวัง	9,187	81	8
	อ.หาดใหญ่	ต.ท่าข้าม	7,469	66	7
	อ.ระโนด	ต.ท่าบอน	7,431	66	7
			24,087	213	22
รวม พัทลุง			50,261	165	17
ในเขต	อ.เมืองพัทลุง	ทม.พัทลุง	29,017	41	4
			29,017	41	4
นอกเขต	อ.เมืองพัทลุง	ต.ควนมะพร้าว	9,960	58	6
	อ.งหรา	ต.คลองเฉลิม	11,284	66	7
			21,244	124	13
รวมทั้งสิ้น				5,335	533

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ตัวต่อตัว สำหรับตอบวัตถุประสงค์หลัก ดังนี้

- ประเมินการรับรู้/ความคิดเห็น/การปฏิบัติของประชาชนทั่วไป ผู้จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเจ้าหน้าที่ ประเด็นแบบสอบถามโดยปรับปรุง มาจาก การสำรวจของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (อัสสัมชัญ 2552) และเชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล (เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล 2554) มีดังนี้
 - สำหรับประชาชนทั่วไปอายุ 11 ปีขึ้นไปประกอบด้วย พฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การดื่มในชีวิต อายุที่เริ่มดื่ม การดื่มใน 12 เดือนที่ผ่านมา พฤติกรรมการดื่มครั้งสุดท้าย ความถี่ในการดื่ม สาเหตุที่ไม่อยากซื้อ/ไม่อยากดื่ม เป็นต้น การเข้าถึง การหาซื้อ การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ระยะเวลาในการเข้าถึง ความถี่ในการ ซื้อ/ดื่ม สถานที่ซื้อ/ดื่ม การพบเห็นสื่อโฆษณา การส่งเสริมการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น การรับรู้เรื่องความเข้าใจ ด้านฉลากและบรรจุภัณฑ์ สถานที่ วันเวลาที่ห้ามขาย/ห้ามดื่ม การ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น ข้อมูลทั่วไป เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานะทางสังคม เป็นต้น
 - สำหรับเจ้าหน้าที่ ประกอบด้วย ประสพการณ์ในการบังคับใช้ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 กฎกระทรวง ประกาศ ระเบียบ คำสั่ง และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การติดตามข้อมูลข่าวสาร การเปลี่ยนแปลง พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 กฎกระทรวง ประกาศ ระเบียบ คำสั่ง และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต และ ประกาศ คำสั่ง คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) การพบเห็นการซื้อ/ขาย/ดื่ม เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในช่วงเวลา สถานที่ต่างๆ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 การ พบเห็นกลยุทธ์ทางการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ประเภทเครื่องดื่มที่จำหน่าย ราคา การโฆษณา การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ) ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ข้อมูลทั่วไป เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ พื้นที่ที่รับผิดชอบ สถานะทางสังคม เป็นต้น

ขั้นตอนการศึกษา

1. ประชุมคณะทำงาน กำหนดกรอบตัวแปร สร้างเครื่องมือในการสำรวจ
2. การทบทวน วิเคราะห์ และสังเคราะห์เอกสาร รายงานวิจัย บทความ และรายงานทางวิชาการ ทั้งในและต่างประเทศ และข้อมูลทุติยภูมิอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ประกาศ คำสั่ง การดำเนินงาน การบังคับใช้กฎหมาย รายงานต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสัมภาษณ์ การทบทวน วิเคราะห์ และสังเคราะห์ เอกสารสถิติผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กระบวนการดำเนินงานรณรงค์ เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลลัพธ์จากกระบวนการรณรงค์
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ตัวต่อตัว ประชาชนทั่วไป เจ้าหน้าที่
4. เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ – คุณภาพของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ตัวอย่างของ 13 จังหวัด
5. ตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องของข้อมูล นำเข้าข้อมูล จัดระเบียบข้อมูล ตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้อง ความเชื่อมโยงของข้อมูล
6. วิเคราะห์ประมวลผลข้อมูล และเขียนรายงาน

บทที่ 2

บทวนเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (2560) ได้ทำการรวบรวมพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 กฎกระทรวง ประกาศ ระเบียบ คำสั่ง และกฎหมายเพิ่มเติมอื่น ๆ ไว้ดังนี้

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิ และเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบ กับมาตรา 41 มาตรา 43 และมาตรา 45 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำ และยินยอมของ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551”

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

“**เครื่องตี้มแอลกอฮอล์**” หมายความว่า สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิต และประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

“**ผู้ตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์**” หมายความว่า บุคคลที่ตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ จนก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ โดยการตี้มนั้นมึลักษณะที่ต้องเพิ่มปริมาณมากขึ้น และเมื่อหยุดตี้ม จะมีอาการแสดงของการขาดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในร่างกาย

“ขาย” หมายความว่ารวมถึง จำหน่าย จ่าย แจก แลกเปลี่ยน ให้ เพื่อประโยชน์
ในทางการค้า

“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน
หรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า และให้หมายความรวมถึงการสื่อสารการตลาด

“การสื่อสารการตลาด” หมายความว่า การกระทำกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ โดย
มีวัตถุประสงค์ เพื่อขายสินค้า บริการหรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร
การส่งเสริมการขาย การแสดงสินค้า การจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ และ
การตลาดแบบตรง

“ข้อความ” หมายความว่ารวมถึง การกระทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ
ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจ
ความหมายได้

“ฉลาก” หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์กระดาษ หรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้
ปรากฏข้อความ เกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือ
สอดแทรก หรือรวมไว้กับสินค้า หรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึง
เอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ ประกอบกับสินค้าป้ายที่ติดตั้ง หรือแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุ
หรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
แห่งชาติ

“คณะกรรมการควบคุม” หมายความว่า คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์

“สำนักงาน” หมายความว่า สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตาม
พระราชบัญญัตินี้

“ผู้อำนวยการ” หมายความว่า ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“อธิบดี” หมายความว่า อธิบดีกรมควบคุมโรค

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 4 ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้ง
พนักงานเจ้าหน้าที่ ออกกฎกระทรวง ระเบียบ และ ประกาศ เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้
กฎกระทรวง ระเบียบ และประกาศนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

หมวด 1 คณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ

มาตรา 5 ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์แห่งชาติ” ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรี หรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรี
มอบหมาย เป็นประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เป็นรองประธานกรรมการ
คนที่หนึ่ง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เป็นรองประธานกรรมการคนที่สอง รัฐมนตรีว่าการ
กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของ
มนุษย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรม รัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงศึกษาธิการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม และปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็น
กรรมการ ให้ปลัดกระทรวงสาธารณสุขเป็นเลขานุการ และให้อธิบดีและผู้อำนวยการสำนักงาน
เศรษฐกิจการคลังเป็นผู้ช่วยเลขานุการ

มาตรา 6 ให้คณะกรรมการมีที่ปรึกษาเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการดำเนินงาน
ตามอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ ประกอบด้วย

1. ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้แทนสภาอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย ผู้แทนสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
2. ผู้แทนองค์กรที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งมีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการรณรงค์เพื่อลด และ
เลิกการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งเลือกกันเองจำนวนหนึ่งคน ผู้แทนองค์กรที่เป็นนิติบุคคล

ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เกี่ยวกับการพัฒนาเด็ก ซึ่งเลือกกันเองจำนวนหนึ่งคน ผู้แทนองค์กรที่เป็นนิติบุคคลซึ่งมีวัตถุประสงค์ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเลือกกันเองจำนวนหนึ่งคน

3. ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ ด้านสังคมศาสตร์ด้านกฎหมาย และ ด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ด้านละหนึ่งคน การเลือก และการแต่งตั้งที่ปรึกษาตาม (2) และ (3) ให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนดให้นำบทบัญญัติมาตรา 11 มาตรา 12 มาตรา 13 และมาตรา 14 มาใช้บังคับกับ การดำรงตำแหน่ง และการพ้นจากตำแหน่งของที่ปรึกษาตาม (2) และ (3) โดยอนุโลม เว้นแต่อำนาจของ รัฐมนตรีตามมาตรา 13 (3) ให้เป็นอำนาจของคณะกรรมการ

มาตรา 7 การประชุมคณะกรรมการ ต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของ จำนวนกรรมการทั้งหมดจึงเป็นองค์ประชุม ให้ประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม ในกรณีที่ประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือ ไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ให้รองประธานกรรมการคนที่หนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม หากรองประธานกรรมการ คนที่หนึ่งไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้รองประธานกรรมการคนที่สองเป็นประธาน ในที่ประชุม หากรองประธานกรรมการคนที่สองไม่มาประชุม หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ให้กรรมการ ซึ่งมาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา 8 คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1. กำหนดนโยบาย แผนงาน และการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับ มาตรการด้านภาษี รวมทั้ง มาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจน การบำบัดรักษา และฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรี

2. ติดตามประเมินผลและตรวจสอบการดำเนินงานตาม (1)

3. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ หรือกฎหมายอื่น หรือ ตามที่ คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

มาตรา 9 คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อปฏิบัติการตามที่คณะกรรมการมอบหมาย ให้นำบทบัญญัติมาตรา 7 มาใช้บังคับกับการประชุมของคณะอนุกรรมการ หรือคณะทำงาน โดยอนุโลม

หมวด 2 คณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

มาตรา 10 ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์”

ประกอบด้วย

1. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เป็นประธานกรรมการ
2. ปลัดกระทรวงสาธารณสุขเป็นรองประธานกรรมการคนที่หนึ่ง ปลัดกระทรวงการคลังเป็นรองประธานกรรมการคนที่สอง และปลัดกระทรวงมหาดไทยเป็นรองประธานกรรมการคนที่สาม
3. กรรมการโดยตำแหน่ง ได้แก่ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงยุติธรรม ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ ปลัดกรุงเทพมหานคร และผู้จัดการกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
4. ผู้แทนองค์กรเอกชน จำนวนสามคน ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งได้รับการคัดเลือกจากองค์กรเอกชนที่มีวัตถุประสงค์มิใช่เป็นการแสวงหากำไร และดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับด้านการสนับสนุน และรณรงค์ให้มีการลดการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ด้านการคุ้มครองเด็กและเยาวชน หรือสตรีด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีผู้แทนองค์กรเอกชนในแต่ละด้านไม่เกินหนึ่งคน ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด
5. กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวนสามคน ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ ด้านการแพทย์ จิตวิทยาหรือการสาธารณสุข ด้านสังคมสงเคราะห์สังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ หรือนิติศาสตร์ด้าน การศึกษา การศาสนา หรือวัฒนธรรมโดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ

ในแต่ละด้าน ไม่เกินหนึ่งคน ให้อธิบดีเป็นกรรมการ และเลขานุการ อธิบดีกรมสรรพสามิตเป็น กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ และให้ผู้อำนวยการเป็นผู้ช่วยเลขานุการ

มาตรา 11 กรรมการตามมาตรา 10 (4) และ (5) ต้องมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะ ต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- 1) มีสัญชาติไทย
- 2) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- 3) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่พ้นโทษมาแล้ว ไม่น้อยกว่าสองปี หรือเป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ
- 4) ไม่เคยต้องคำพิพากษาว่ามีความผิดในคดีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เว้นแต่พ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี
- 5) ไม่เป็นผู้ดำรงตำแหน่งในทางการเมือง สมาชิกสภาท้องถิ่น หรือผู้บริหาร ท้องถิ่น กรรมการ หรือผู้ดำรงตำแหน่งที่รับผิดชอบในการบริหารพรรคการเมือง ที่ปรึกษาพรรค การเมืองหรือ เจ้าหน้าที่พรรคการเมือง
- 6) ไม่เป็นผู้ประกอบกิจการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือมีส่วนได้เสียในกิจการ เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 7) ไม่เป็นผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรา 12 กรรมการตามมาตรา 10 (4) และ (5) มีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละสามปี กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งอาจได้รับการแต่งตั้งอีกได้ แต่จะดำรงตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระ ไม่ได้

ในกรณีที่กรรมการพ้นจากตำแหน่งตามวาระในวาระหนึ่ง ให้ดำเนินการแต่งตั้งกรรมการ ขึ้นใหม่ภายในเก้าสิบวัน ในระหว่างที่ยังมิได้มีการแต่งตั้งกรรมการขึ้นใหม่ให้กรรมการซึ่งพ้นจาก ตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่งเพื่อดำเนินงานต่อไปจนกว่ากรรมการซึ่งได้รับแต่งตั้งใหม่เข้ารับหน้าที่

มาตรา 13 นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ กรรมการตามมาตรา 10 (4) และ (5) พ้นจากตำแหน่ง เมื่อ ตาย ลาออก รัฐมนตรีให้ออก หรือขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 11

ในกรณีที่กรรมการตามมาตรา 10 (4) และ (5) พ้นจากตำแหน่งก่อนวาระให้มีการแต่งตั้งกรรมการแทนตำแหน่งที่ว่างลง เว้นแต่วาระของกรรมการจะเหลือไม่ถึงเก้าสิบวัน และในระหว่างที่ยังมิได้แต่งตั้งกรรมการแทน ตำแหน่งที่ว่างให้กรรมการที่เหลืออยู่ปฏิบัติหน้าที่ต่อไปได้

มาตรา 14 ในกรณีที่มีการแต่งตั้งกรรมการตามมาตรา 10 (4) และ (5) ในระหว่างที่กรรมการ ตามมาตรา 10 (4) และ (5) ซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่ง ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งเพิ่มขึ้น หรือแต่งตั้งแทนตำแหน่งที่ว่างให้ผู้ได้รับแต่งตั้งนั้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการซึ่งได้แต่งตั้งไว้แล้วนั้น

มาตรา 15 ให้นำบทบัญญัติมาตรา 7 มาใช้บังคับกับการประชุมคณะกรรมการควบคุม โดยอนุโลม

มาตรา 16 คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1) เสนอนโยบาย แผนงาน และการควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์เกี่ยวกับมาตรการด้านภาษีรวมทั้งมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ตลอดจนการบำบัดรักษา และฟื้นฟูสภาพ ผู้ติดเครื่องตีมแอลกอฮอล์ต่อคณะกรรมการ

2) กำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ฉลาก พร้อมทั้งข้อความ คำเตือน สำหรับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่ผลิต หรือนำเข้า

3) เสนอความเห็นต่อรัฐมนตรีในการกำหนดเวลาขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ สถานที่ห้ามขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ วิธีหรือลักษณะการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่ต้องห้าม สถานที่ หรือบริเวณห้ามบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ และสิ่งอื่นใดที่ใช้เป็นการโฆษณาเครื่องตีมแอลกอฮอล์

4) กำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขในการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพ ผู้ติดเครื่องตีมแอลกอฮอล์

5) เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ หรือรัฐมนตรีในการออกประกาศ หรือระเบียบเพื่อปฏิบัติ ตามพระราชบัญญัตินี้แล้วแต่กรณี

6) ให้คำปรึกษาแนะนำ และประสานงานแก่หน่วยงานของรัฐและเอกชน เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการเสนอมาตรการในการป้องกันผลกระทบ จากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการบำบัดรักษา และฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์

7) จัดให้มี หรือส่งเสริม และสนับสนุนการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ ให้แก่เยาวชน และประชาชนโดยทั่วไปให้เข้าใจถึงโทษ และพิษภัยของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

8) เชิญข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยราชการหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น หรือบุคคลหนึ่งบุคคลใดมาให้ข้อเท็จจริง หรือแสดงความคิดเห็น หรือให้จัดส่งเอกสารหรือข้อมูล เพื่อประกอบการพิจารณาดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้

9) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ หรือตามมติคณะกรรมการ

มาตรา 17 คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการหรือคณะทำงาน เพื่อปฏิบัติการตามที่คณะกรรมการควบคุมมอบหมาย ให้นำบทบัญญัติมาตรา 7 มาใช้บังคับกับการประชุมของคณะอนุกรรมการ หรือคณะทำงาน โดยอนุโลม

มาตรา 18 ให้มีคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นประธานกรรมการ ปลัดกรุงเทพมหานคร เป็นรองประธานกรรมการ ผู้แทนกองบัญชาการตำรวจ นครบาล ผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์ ผู้แทนกรมสรรพสามิต หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาสังคม ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่งตั้งหนึ่งคน ผู้อำนวยการสำนักการศึกษา ผู้อำนวยการสำนักการแพทย์ และผู้อำนวยการ เป็นกรรมการ และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสี่คน ซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ด้าน

สังคมสงเคราะห์การแพทย์ จิตวิทยา และกฎหมายด้านละหนึ่งคนให้ผู้อำนวยการสำนักอนามัย เป็นกรรมการ และเลขานุการ คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรุงเทพมหานคร จะแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ในสำนักอนามัย ไม่เกินสองคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการก็ได้

มาตรา 19 ให้มีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานกรรมการ รองผู้ว่าราชการจังหวัดซึ่งได้รับมอบหมายจาก ผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นรองประธานกรรมการ ผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัด สรรพสามิตพื้นที่ซึ่ง ผู้ว่าราชการจังหวัด แต่งตั้งหนึ่งคน หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งหนึ่งคน ประชาสัมพันธ์จังหวัด พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงาน ป้องกันควบคุมโรคที่รับผิดชอบในเขตจังหวัด ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใน เขตจังหวัดที่ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจังหวัดละไม่เกิน สี่คนเป็นกรรมการ และกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสี่คน ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ ความสามารถ และ ประสบการณ์ด้านสังคมสงเคราะห์ การแพทย์จิตวิทยา และกฎหมายด้านละหนึ่งคน ให้นายแพทย์ สาธารณสุขจังหวัดเป็นกรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จังหวัดจะแต่งตั้งข้าราชการในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ไม่เกินสองคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการก็ได้

มาตรา 20 ให้นำบทบัญญัติมาตรา 11 มาตรา 12 มาตรา 13 และมาตรา 14 มาใช้บังคับ กับการดำรงตำแหน่ง การพ้นจากตำแหน่ง การแต่งตั้งกรรมการแทน และการปฏิบัติหน้าที่ ของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามมาตรา 18 และมาตรา 19 โดยอนุโลม เว้นแต่อำนาจของรัฐมนตรี ตาม มาตรา 13 (3) ให้เป็นอำนาจของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือผู้ว่าราชการจังหวัด แล้วแต่กรณี

มาตรา 21 ให้นำบทบัญญัติมาตรา 7 และมาตรา 9 มาใช้บังคับกับการประชุม และการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ หรือคณะทำงานของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัดโดยอนุโลม

มาตรา 22 คณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรุงเทพมหานคร และ คณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จังหวัดมีอำนาจ และหน้าที่ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือในเขตจังหวัด แล้วแต่กรณี ดังต่อไปนี้

1) เสนอความเห็นเกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ และการบำบัดรักษา หรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ต่อคณะกรรมการ ควบคุม

2) ให้คำปรึกษาแนะนำ และประสานงานแก่หน่วยงานของรัฐ และเอกชน เกี่ยวกับการควบคุมการผลิต การนำเข้า การขาย การโฆษณา และการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการเสนอมาตรการในการป้องกันผลกระทบจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ตลอดจน การบำบัดรักษา และฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

3) กำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อเฝ้าระวัง และป้องกันมิให้เด็ก และเยาวชนไป เกี่ยวข้องกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

4) กำหนดแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการ ในการลด และเลิกการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

5) ติดตาม ประเมินผล และตรวจสอบการดำเนินงานเกี่ยวกับการบังคับใช้ กฎหมายเพื่อลด และเลิกการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ แล้วรายงานผลต่อคณะกรรมการ ควบคุม

6) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการ หรือคณะกรรมการควบคุม มอบหมาย

มาตรา 23 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้กรรมการและอนุกรรมการเป็น เจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา

หมวด 3 สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

มาตรา 24 ให้จัดตั้ง “สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์” ขึ้นในกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ให้มีผู้อำนวยการเป็นผู้บังคับบัญชา และรับผิดชอบในการปฏิบัติราชการของสำนักงาน

มาตรา 25 ให้สำนักงานมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- 1) ปฏิบัติงานธุรการของคณะกรรมการ และคณะกรรมการควบคุม
- 2) ดำเนินการ หรือสนับสนุนให้มีการดำเนินการศึกษา วิเคราะห์วิจัยปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และดำเนินการติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบาย รวมทั้งแผนงาน และมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และการบำบัดรักษา หรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ของหน่วยงานของรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง แล้วรายงานให้คณะกรรมการควบคุมทราบ และพิจารณาเสนอคณะกรรมการ
- 3) ประสานงาน และร่วมมือกับคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรุงเทพมหานคร คณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จังหวัด ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์
- 4) เป็นศูนย์กลางข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์
- 5) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการควบคุมมอบหมาย

หมวด 4 การควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

มาตรา 26 ให้ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) จัดให้มีบรรจุภัณฑ์ฉลากพร้อมทั้งข้อความคำเตือน สำหรับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่ผลิต หรือนำเข้า ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

2) การอื่นตามที่คณะกรรมการควบคุมกำหนดโดยความเห็นชอบของ
คณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 27 ห้ามขายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

- 1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา
- 2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วย
สถานพยาบาล และร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา
- 3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร
- 4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก
- 5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
- 6) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมัน
เชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- 7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชน
โดยทั่วไป
- 8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

มาตรา 28 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศ
กำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไข หรือข้อยกเว้น
ใด ๆ เท่าที่จำเป็นไว้ด้วยก็ได้ บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการขายของผู้ผลิตผู้นำเข้า
หรือตัวแทนของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา

มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องต้มแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

- 1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- 2) บุคคลที่มีอาการเมามายจนครองสติไม่ได้

มาตรา 30 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องต้มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะ ดังต่อไปนี้

- 1) ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ
- 2) การเร่ขาย
- 3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย

4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการ การชิงโชค การชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อ หรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ

5) โดยแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม

6) โดยวิธี หรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่ หรือบริเวณดังต่อไปนี้

1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา

2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล

3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

4) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคลหรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์และ ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

5) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

6) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

7) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อ หรือเครื่องหมายของ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์อื่นเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ หรือชักจูงใจให้ผู้อื่นตี้มโดยตรง หรือโดยอ้อม การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้ เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่ กำหนดในกฎกระทรวง บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง และวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้น กำเนิดนอกราชอาณาจักร

หมวด 5 การบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

มาตรา 33 ผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือญาติ คณะบุคคล หรือองค์กรทั้งภาครัฐ หรือ เอกชน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อาจขอรับ การสนับสนุนเพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพจากสำนักงานได้ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไข ที่คณะกรรมการควบคุมกำหนด

หมวด 6 พนักงานเจ้าหน้าที่

มาตรา 34 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจ หน้าที่ ดังต่อไปนี้

- 1) เข้าไปในสถานที่ทำการของผู้ผลิต นำเข้า หรือขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ สถานที่ผลิต นำเข้า หรือขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์สถานที่เก็บเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเวลาทำการ ของสถานที่นั้น รวมถึงเข้าตรวจสอบยานพาหนะ เพื่อตรวจสอบการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้
- 2) ยึดหรืออายัดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้ขายที่ฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้
- 3) มีหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำ หรือให้ส่งเอกสาร หรือวัตถุใดมาเพื่อ ประกอบการพิจารณา

มาตรา 35 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวต่อผู้รับอนุญาต หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง บัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา 36 ในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 34 ให้บุคคลที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

มาตรา 37 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงาน ตามประมวลกฎหมายอาญา

หมวด 7 บทกำหนดโทษ

มาตรา 38 ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องตีมแอลกอฮอล์ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 26 ต้องระวางโทษ จำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 39 ผู้ใดขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์โดยฝ่าฝืนมาตรา 27 หรือมาตรา 28 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

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

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

มาตรา 42 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 31 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 43 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 32 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ นอกจากต้องระวางโทษตามวรรคหนึ่งแล้ว ผู้ฝ่าฝืนยังต้องระวางโทษปรับอีกวันละไม่เกินห้าหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืน หรือจนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา 44 ผู้ใดต่อสู้ หรือขัดขวางการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 34 (1) หรือ (2) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดไม่ยอมมาให้ถ้อยคำ หรือไม่ยอมให้ถ้อยคำโดยไม่มีเหตุอันสมควรต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 34 (3) หรือไม่ยอมส่งเอกสาร หรือวัตถุอื่นใดมาเพื่อประกอบการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่ เมื่อถูกเรียกให้ส่งตามมาตรา 34 (3) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท ผู้ใดไม่อำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ อันเป็นการไม่ปฏิบัติตามมาตรา 36 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท

มาตรา 45 บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ให้คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจเปรียบเทียบได้ และในการนี้ให้คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจมอบหมายให้คณะอนุกรรมการพนักงานสอบสวน หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการเปรียบเทียบได้ โดยจะกำหนดหลักเกณฑ์ในการเปรียบเทียบหรือเงื่อนไขประการใด ๆ ให้แก่ผู้ได้รับมอบหมายตามที่เห็นสมควรก็ได้

ในการสอบสวน ถ้าพนักงานสอบสวนพบว่าบุคคลใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องมายังคณะกรรมการควบคุมหรือผู้ซึ่ง คณะกรรมการควบคุมมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบตามวรรคหนึ่งภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบเมื่อผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบแล้วให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

กฎกระทรวง ประกาศ ระเบียบ คำสั่ง และกฎหมายเพิ่มเติมอื่น ๆ

ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 26 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ ออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในประกาศนี้

“**บรรจุภัณฑ์**” หมายความว่า ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุ ที่ใช้บรรจุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“**ภาวะบรจุ**” หมายความว่า ขวด ครอบง ใ หรือภาวะที่มีลักษณะอื่นใดที่ใช้บรจุ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“**หีบห่อบรจุ**” หมายความว่า วัสดุที่ใช้หุ้มห่อภาวะบรจุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่า ด้วยการใส่บรจุ ปิดทับ หรือด้วยวิธีอื่นใด

ข้อ 2 ฉลากและบรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1) ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อ สังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้า หรือ บริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความ ที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(ก) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(ข) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่า จะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริง หรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

(ค) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(ง) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ ประชาชน

2) ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภคหรือवादอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยทางตรงหรือทางอ้อม

ข้อ 3 การกระทำที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ให้ถือว่าเป็นลักษณะตาม ข้อ 2 (2)

- 1) ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า จะทำให้ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศ หรือทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น
- 2) ข้อความหรือภาพที่มีนักร้อง
- 3) ข้อความหรือภาพที่มีดาราดารา ศิลปิน นักร้อง หรือนักแสดง
- 4) ข้อความที่ใช้ภาพการ์ตูน เว้นแต่เป็นภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้โดยถูกต้องแล้วก่อนประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ
- 5) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล
- 6) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวดหรือนันทนาการอื่น ๆ

ข้อ 4 ประกาศฉบับนี้มีให้ใช้บังคับแก่สุราสามทับ รวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้าเพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร หรือผลิตหรือนำเข้าเพื่อเป็นตัวอย่างในการทดสอบวิเคราะห์ หรือวิจัย โดยมีรายละเอียดในการผลิตหรือนำเข้าเพื่อการดังกล่าวอย่างชัดเจน และมีได้กระทำเพื่อประโยชน์ในทางการค้าในราชอาณาจักร

ข้อ 5 ฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิต หรือนำเข้าที่ได้จัดทำขึ้นไว้ก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ ให้ยังคงใช้ฉลากเดิมต่อไปได้ แต่ต้องไม่เกินหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

ข้อ 6 ประกาศนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นเก้าสิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

เรื่อง รูปแบบของข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2557

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงรูปแบบการแสดงข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน อาศัยอำนาจตามความในข้อ 4 วรรคสอง แห่งกฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการแสดงภาพสัญลักษณ์เพื่อประกอบการโฆษณา

หรือประชาสัมพันธ์เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553 คณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์
จึงออกประกาศ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิกประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ว่าด้วยรูปแบบ และ
วิธีการแสดงข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์
ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553

ข้อ 2 การแสดงข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือ
ภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

2.1 กรณีใช้สื่อทางกิจการโทรทัศน์ การฉายภาพ ภาพยนตร์ วิดีทัศน์ การแสดง
ภาพ โดยผ่านเครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่ออื่นใดในทำนองเดียวกัน ให้แสดงข้อความคำ
เตือนแบบเสียง และแบบตัวอักษร โดย

2.1.1 การแสดงข้อความคำเตือนแบบเสียง ต้องรับฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์ และ
สามารถเข้าใจความหมายได้ โดยมีระดับเสียงเทียบเท่ากับข้อความหลักของโฆษณา และให้แสดง
เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 วินาที

2.1.2 การแสดงข้อความคำเตือนแบบตัวอักษร ต้องใช้ต้นแบบที่ขอรับจาก
สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรคตามแบบท้ายประกาศนี้
โดยให้แสดงในตำแหน่งบนสุด และมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของพื้นที่โฆษณา ทั้งนี้ต้อง
แสดงข้อความคำเตือนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 วินาที

2.2 กรณีสื่อสิ่งพิมพ์ให้แสดงข้อความคำเตือนแบบตัวอักษรจากต้นแบบที่ขอรับ
จากสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรคตามแบบท้ายประกาศนี้
โดยให้แสดงในตำแหน่งบนสุด และมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของพื้นที่โฆษณา

2.3 กรณีสื่ออื่นใดนอกจากสื่อตาม (1) และ (2) ให้แสดงข้อความคำเตือนแบบ
ตัวอักษรจากต้นแบบที่ขอรับจากสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรม
ควบคุมโรค ตามแบบท้ายประกาศนี้ โดยให้แสดงในตำแหน่งบนสุด และมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1
ใน 3 ของพื้นที่โฆษณา

ข้อ 3 การแสดงข้อความคำเตือนตามข้อ 2 หากเป็นข้อความคำเตือนของเครื่องตี้ม
แอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ หรือไวน์ ให้เปลี่ยนคำว่า “สุรา” เป็นคำว่า “เบียร์” หรือ “ไวน์” แล้วแต่

กรณี ทั้งนี้ กรณีเป็นเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น หรือเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ผสมสำเร็จรูป ให้ใช้คำว่า “สุรา”

กรณีการแสดงผลภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ให้ใช้คำที่แสดงถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ประเภทใดประเภทหนึ่งของบริษัทดังกล่าว

ข้อ 4 ในกรณีมีปัญหาเกี่ยวกับ การปฏิบัติหรือการดำเนินการตามประกาศฉบับนี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่นำเสนอเรื่องต่อคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เพื่อวินิจฉัยชี้ขาด

ข้อ 5 กรณีสื่อตามข้อ 2 ที่ได้จัดทำขึ้นตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ว่าด้วยรูปแบบและวิธีการแสดงข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553 ให้ใช้ต่อไปได้ แต่ต้องไม่เกินหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี

เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในรัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ พ.ศ. 2555

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 27 (8) และมาตรา 31 (7) แห่งพระราชบัญญัติควบคุม เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิ และเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 41 มาตรา 43 และมาตรา 45 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบ และคำแนะนำของคณะกรรมการนโยบายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ห้ามผู้ใดขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร

ข้อ 2 ห้ามผู้ใดบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสถานที่ หรือบริเวณรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ยกเว้น บริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคลหรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

ข้อ 3 ประกาศนี้ไม่ใช่บังคับกับองค์การสุรา

ข้อ 4 ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

เรื่อง ห้ามขายหรือห้ามบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน พ.ศ. 2555

โดยที่เครื่องตีมแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ และอุบัติเหตุซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคม และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ประกอบกับการประกอบกิจการโรงงานในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อสภาพเศรษฐกิจ สมควรกำหนดมาตรการที่เหมาะสมในการควบคุมการขาย และบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสถานประกอบกิจการโรงงาน เพื่อมิให้เกิดการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย ดังนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 27 (8) และมาตรา 31 (7) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิ และเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 41 มาตรา 43 และมาตรา 45 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบและคำแนะนำของคณะกรรมการนโยบาย เครื่องตีมแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ห้ามผู้ใดขาย หรือบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน

ข้อ 2 การห้ามขายหรือห้ามบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ตามข้อ 1 ไม่ใช่บังคับกับโรงงานผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในกรณีดังต่อไปนี้

- 1) การขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่ดำเนินการเป็นปกติธุระในทางการค้าของโรงงานผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์
- 2) การบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่เป็นขั้นตอนของการผลิต หรือรักษามาตรฐานการผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์

เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทาง พ.ศ. 2555

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 31 (7) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 41 มาตรา 43 และมาตรา 45 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายนายกรัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ “ห้ามผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทางในขณะขับขี่หรือในขณะโดยสารอยู่ในรถ หรือบนรถ คำว่า “ทาง” และ “รถ” ตามวรรคหนึ่ง หมายความว่า “ทาง” และ “รถ” ตามกฎหมาย ว่าด้วยการจราจรทางบก”

เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขาย หรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานอื่นของรัฐ พ.ศ. 2556

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 วรรคหนึ่ง มาตรา 27 (8) และมาตรา 31 (7) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิ และเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 41 มาตรา 43 และมาตรา 45 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย นายกรัฐมนตรีโดยคำแนะนำและความเห็นชอบของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ “ห้ามผู้ใดขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของรัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป”

เรื่อง ห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่อยู่ในกำกับดูแล และใช้ประโยชน์ของราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ พ.ศ. 2558

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 27 (8) และมาตรา 31 (7) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบ และคำแนะนำของคณะกรรมการ นโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ห้ามผู้ใดขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ดังต่อไปนี้ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็น
ร้านค้า หรือสโมสร

1) พื้นที่ที่อยู่ในกำกับดูแล และใช้ประโยชน์ของราชการนอกเหนือจากสถานที่
ราชการ ตามมาตรา 27 (3)

2) พื้นที่ที่อยู่ในกำกับดูแล และใช้ประโยชน์ของรัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่น
ของรัฐนอกเหนือจากสถานที่ หรือบริเวณที่กำหนดตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนด
สถานที่หรือบริเวณห้ามขาย หรือบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่น
ของรัฐ พ.ศ. 2555

ข้อ 2 ห้ามผู้ใดบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ดังต่อไปนี้ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็น
ที่พักส่วนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

1) พื้นที่ที่อยู่ในกำกับดูแล และใช้ประโยชน์ของราชการ นอกเหนือจากสถานที่
ราชการ ตามมาตรา 31 (3)

2) พื้นที่ที่อยู่ในกำกับดูแล และใช้ประโยชน์ของรัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่น
ของรัฐ นอกเหนือจากสถานที่ หรือบริเวณที่กำหนดตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนด
สถานที่ หรือบริเวณห้ามขาย หรือบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่น
ของรัฐ พ.ศ. 2555

**เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานีสขนส่ง
พ.ศ. 2558**

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 27 (8) และมาตรา 31 (7) แห่งพระราชบัญญัติ
ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบ และคำแนะนำของ
คณะกรรมการ นโยบายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ “ห้ามผู้ใดขาย หรือ
บริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์บริเวณสถานีสขนส่งตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก”

เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทาง พ.ศ. 2558

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 27 (8) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ “ห้ามผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทางตามกฎหมายว่าด้วยการจราจรทางบก”

เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทางรถไฟ พ.ศ. 2558

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 27 (8) และมาตรา 31 (7) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบ และคำแนะนำของคณะกรรมการ นโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ “ห้ามผู้ใดขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณสถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่อยู่บนทางรถไฟตามกฎหมายว่าด้วยจัดวางการรถไฟและทางหลวง”

เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท่าเรือโดยสารสาธารณะ พ.ศ. 2558

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 27 (8) และมาตรา 31 (7) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบและคำแนะนำของคณะกรรมการ นโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ “ห้ามผู้ใดขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณท่าเรือโดยสารสาธารณะ หรือบนเรือโดยสารสาธารณะประจำทาง ท่าเรือโดยสารสาธารณะ หมายความว่า สถานที่สำหรับให้บริการแก่เรือโดยสารสาธารณะในการจอดเทียบ บรรทุก หรือขนถ่ายคนหรือสิ่งของ เรือโดยสารสาธารณะประจำทาง หมายความว่า ยานพาหนะทางน้ำทุกชนิดที่ใช้ขนส่งคนโดยสารตามเส้นทางที่หน่วยงานของรัฐกำหนด”

เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา พ.ศ. 2558

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 27 (8) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ “ห้ามผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือหอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา ตามข้อ 6 วรรคหนึ่งแห่งคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 22/2558 ลงวันที่ 22 กรกฎาคม 2558 เรื่อง มาตรการในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาการแข่งรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ในทาง และการควบคุมสถานบริการ หรือสถานประกอบการที่เปิดให้บริการในลักษณะที่คล้ายกับสถานบริการ”

เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 มาตรา 27 และมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นายกรัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิกประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องกำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2552 ลงวันที่ 30 มิถุนายน 2552 และประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเรื่องกำหนดวัน ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2552 ลงวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2552

ข้อ 2 ห้ามผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษา ยกเว้นการขายเฉพาะร้านค้าปลอดอากรภายในอาคารท่าอากาศยานนานาชาติ

เรื่อง กำหนดเวลาห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นายกรัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ “ห้ามผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากตั้งแต่เวลา 11.00 นาฬิกา ถึงเวลา 14.00 นาฬิกา และตั้งแต่เวลา 17.00 นาฬิกา ถึงเวลา 24.00

นาฬิกา ยกเว้นการขายในกรณี การขายในอาคารท่าอากาศยานนานาชาติ การขายในสถานบริการ ซึ่งเป็นไปตามกำหนดเวลาเปิดปิดของสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ”

กฎกระทรวง

กำหนดหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขการแสดงภาพสัญลักษณ์ เพื่อประกอบการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์เครื่องตีแมลงกอสอลล์ พ.ศ. 2553

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 32 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีแมลงกอสอลล์ พ.ศ. 2551 อันเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 41 มาตรา 43 และมาตรา 45 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตาม บทบัญญัติแห่งกฎหมาย นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในกฎกระทรวงนี้

“ภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตีแมลงกอสอลล์” หมายความว่า ภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องตีแมลงกอสอลล์ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามกฎหมาย ว่าด้วยเครื่องหมายการค้า

“ภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีแมลงกอสอลล์” หมายความว่า ภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีแมลงกอสอลล์ที่จดทะเบียนบริษัทตามกฎหมาย และไม่ซ้ำหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องหมายของเครื่องตีแมลงกอสอลล์

ข้อ 2 การแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตีแมลงกอสอลล์ หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีแมลงกอสอลล์โดยผู้ผลิตเครื่องตีแมลงกอสอลล์ต้องเข้าร่วมกับการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม และต้องไม่มีลักษณะเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของเครื่องตีแมลงกอสอลล์ หรือชักจูงใจให้มีการบริโภคเครื่องตีแมลงกอสอลล์ไม่ว่าโดยตรง หรือโดยอ้อม

การให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมตามวรรคหนึ่งต้องสื่อความหมายโดยมีการนำเสนอข้อมูลหรือข้อเท็จจริงใด ๆ ที่เป็นความรู้อย่างชัดเจนในลักษณะส่งเสริมคุณธรรม

วัฒนธรรม หรือเป็นวิทยาการความรู้ที่สร้างค่านิยมที่ดีของสังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อ 3 ภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ไม่เป็นภาพเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือบรรจุภัณฑ์หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(2) ไม่มีข้อความอันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(3) ไม่เป็นการชักจูงใจให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าโดยตรง หรือโดยอ้อม

(4) ไม่แสดงให้เห็นปรากฏในรูปแบบ ลักษณะ หรือภาพใด ๆ ที่สามารถสื่อให้เห็นหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือภาพบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อ 4 การแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามข้อ 2 ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์สำหรับสื่อแต่ละประเภทดังต่อไปนี้

(1) กรณีใช้สื่อทางกิจการโทรทัศน์การฉายภาพ ภาพยนตร์วีดิทัศน์การแสดงภาพโดยผ่านเครื่องมือทาง ผ่านอิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่ออื่นใดในทำนองเดียวกัน ภาพสัญลักษณ์ต้องมีขนาดไม่เกินร้อยละห้าของพื้นที่โฆษณาทั้งหมดและใช้เวลาแสดงภาพสัญลักษณ์ไม่เกินร้อยละห้าของเวลาโฆษณาทั้งหมด แต่ต้องไม่เกินสองวินาที โดยให้โฆษณาได้ตั้งแต่วเวลา 22.00 นาฬิกา ถึง 05.00 นาฬิกา และให้แสดงภาพสัญลักษณ์ดังกล่าวเฉพาะในตอนท้ายของการโฆษณาเท่านั้น

(2) กรณีสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพสัญลักษณ์ต้องมีขนาดไม่เกินร้อยละห้าของพื้นที่โฆษณาทั้งหมด โดยห้ามแสดงที่ปกหน้า ปกหลัง คู่หน้ากลาง หรือที่สิ่งห่อหุ้มสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าว

(3) กรณีสื่ออื่นใดนอกจาก (1) และ (2) ภาพสัญลักษณ์ต้องมีขนาดไม่เกินร้อยละสามของพื้นที่โฆษณาในสื่อชิ้นนั้น

ทั้งนี้ ให้มีการแสดงข้อความคำเตือนทุกครั้ง และตลอดเวลาขณะที่มีการแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยรูปแบบของข้อความคำเตือนนั้นให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนด

สำหรับมาตรการทางกฎหมายที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการควบคุมการโฆษณา และการสื่อสารการตลาดของ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 คือ มาตรา 31-34 โดยที่มาตรา 31 เป็นมาตรการควบคุมโฆษณาทั้งทางตรง และทางแฝงผ่านสื่อต่าง ๆ ส่วนมาตรา 32-33 เป็นมาตรการป้องกันการแฝงโฆษณาโดยการใช้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ คล้ายกันกับผลิตภัณฑ์สินค้าชนิดอื่น และมาตรา 34 เป็นมาตรการป้องกันการโฆษณาแฝงด้วยการใช้เครื่องหมายบริษัท โดยมาตรา 22 ข้อ (3) ได้กำหนดให้คณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จังหวัดมีอำนาจ และหน้าที่ในการกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อเฝ้าระวัง และป้องกันมิให้เด็ก และเยาวชนไปเกี่ยวข้องกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

ในการดำเนินงานตามกฎหมาย กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขได้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้เป็นหน่วยงานวิชาการส่วนกลางของกรมควบคุมโรคตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2552 เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับภารกิจเกี่ยวกับการควบคุมป้องกันการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และมีพันธกิจประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการประสาน และสนับสนุนการพัฒนาระบบกลไก และเครือข่ายด้านการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรคภัยที่คุกคามสุขภาพ และผลกระทบจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชน ตลอดจนเป็นศูนย์ข้อมูลและประสานงานการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรคภัยที่คุกคามสุขภาพ และผลกระทบจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเฝ้าระวัง การโฆษณา และการสื่อสารการตลาดของกลุ่มธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยตรง ได้แก่ กลุ่มเฝ้าระวัง และบังคับใช้กฎหมาย และมีเจ้าหน้าที่ของกลุ่มเฝ้าระวังเป็นผู้รับเรื่องร้องเรียน

เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการบังคับใช้กฎหมาย กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข จึงได้ร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ GISTDA เปิดตัวนวัตกรรมโปรแกรมประยุกต์ (Application) “TAS” เพื่อเฝ้าระวังการละเมิดกฎหมายควบคุมยาสูบ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นการเพิ่มช่องทางการร้องเรียนให้ง่าย โดยสามารถร้องเรียนได้ตลอด 24 ชั่วโมง และระบบสามารถเชื่อมโยงไปยังแผนที่ได้ง่ายตายอีกด้วย (กรมควบคุมโรค 2561)

สำหรับการทำงานของโปรแกรมประยุกต์ (Application) “TAS” นี้จะอยู่ในรูปแบบของ Web-based Application แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 การรับเรื่องร้องเรียนจากประชาชน โดยระบบจะมีผู้ดูแลคอยกลั่นกรองข้อมูลรวมถึงความสามารถในการระบุพิกัดสถานที่เพื่อให้ง่ายต่อการลงพื้นที่ตรวจสอบ รวมถึงสามารถอัปโหลดภาพถ่าย และวิดีโอ ประกอบข้อร้องเรียนได้ด้วย

ด้านที่ 2 แชท (Chat) โปรแกรมผู้ร้องเรียน หรือผู้มีข้อสงสัยเกี่ยวกับกฎหมาย หรือวิธีปฏิบัติ สามารถสอบถามได้กับพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลระบบได้โดยตรง เหมือนกับการคุยผ่านแอปพลิเคชัน (app) ไลน์ รองรับระบบโต้ตอบได้ทันที

ด้านที่ 3 คลังความรู้ เป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลสุขภาพ วิชาการ และข้อมูลกฎหมาย เพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงข้อมูลของภาครัฐเปรียบเป็นห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ขนาดย่อมด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยาสูบ

จากการทบทวนข้อมูลเบื้องต้น ยังทำให้พบอีกด้วยว่า ระบบการเฝ้าระวังกิจกรรมทางการตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีหน่วยงานภาคประชาชนที่ดำเนินการในเรื่องนี้ อาทิ เครือข่ายเฝ้าระวังธุรกิจแอลกอฮอล์ (Alcohol Watch) และเครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัยแอลกอฮอล์ (ครปอ.) ที่ใช้วิธีดำเนินการด้วยการรวมพลังภาคีองค์กรเครือข่าย สร้างขบวนภาคีเป็นเครือข่ายเฝ้าระวัง เพื่อเฝ้าระวังการบังคับใช้ และปกป้องพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เคลื่อนไหวสร้างกระแสผ่านสื่อสาธารณะ ผลักดัน กฎหมาย เพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัยแอลกอฮอล์ ม.ป.ป.) ผลงานของ 2 เครือข่ายนี้ อาทิ การจัดเวทีเสวนา “น้ำเมากับกีฬา: บทเรียนจากยูโรสูไทย” การเฝ้าระวังบุฟเฟต์

โปรโมชั่นแอลกอฮอล์ของร้านแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงราย หรือการคัดค้านกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติเข้ามาทำกิจกรรมในโรงเรียน เป็นต้น

การดำเนินการของระบบเฝ้าระวังโดยหน่วยงานภาคประชาชนในช่วงต้นนั้นมีความเชื่อมโยงกับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) อีกด้วย นั่นคือ สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) และประชาคมภาค/ประชาคมจังหวัดในการดำเนินกิจกรรม รณรงค์งดเหล้าและเฝ้าระวังบังคับใช้กฎหมาย รวมถึงศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ในการสนับสนุนองค์ความรู้ทางวิชาการจากการวิจัย

ทั้งนี้ การเฝ้าระวังในอีกลักษณะหนึ่งนั้นยังเกิดขึ้นจาก “การนำมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ เรื่องการกำกับดูแลสื่อและการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม” โดยโครงการนี้เป็นโครงการวิจัยแบบมีส่วนร่วมในเชิงกระบวนการที่มุ่งหวังจะขับเคลื่อนสมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ 6 ปี พ.ศ. 2556 เมื่อวันที่ 17-18 มิถุนายน 2557 เรื่องการกำกับดูแลสื่อ และการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมด้วยการพัฒนาแนวทางปฏิบัติในการเฝ้าระวังการโฆษณาและส่งเสริมการขาย ในมติกฎหมายและจริยธรรม: กรณียาสูบ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้ภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม (นิษฐา หรุ่นเกษม, 2560)

อย่างไรก็ตาม การดำเนินการเฝ้าระวังการโฆษณา และการสื่อสารการตลาดของกลุ่มธุรกิจแอลกอฮอล์ที่หลายหน่วยงานรับผิดชอบนี้ อาจขาดการประเมินประสิทธิภาพของมาตรการดำเนินการด้านการเฝ้าระวัง ในขณะที่เดียวกันกับที่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงแพลตฟอร์มในการสื่อสาร มีการนำช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ มาใช้ โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ซึ่งช่องทางการสื่อสารเหล่านี้ได้รับความนิยมในการโฆษณาจากกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอย่างมาก เนื่องจาก สามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่นิยมเทคโนโลยีและอุปกรณ์สื่อสารใหม่ ๆ

ความจำเป็นในการติดตามความเคลื่อนไหวของกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่เฉพาะจากเหตุผลในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นเพราะผล

จากการบังคับใช้ และการ “ตีกรอบ” พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ทำให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายในรูปแบบ ต่าง ๆ มีข้อจำกัดทางข้อกฎหมายมากขึ้น กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงได้มีการปรับรูปแบบการสื่อสารการตลาดของตนเองเพื่อเลี่ยงข้อกฎหมายดังกล่าว โดยเฉพาะการมุ่งทำตลาดกับกลุ่มเป้าหมายในประเภทของผู้ค้าคนกลาง เช่น สถานบันเทิง/ผับ/บาร์/ร้านค้า/โชว์ห่วย ซึ่งเป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อสร้างโอกาสการดื่ม และการขายสินค้าที่สำคัญ เพื่อกระตุ้นให้มีการสั่งซื้อสินค้ามากขึ้น รวมถึงเร่งสร้างยอดขายตามเป้าหมายที่ได้ตกลงไว้กับบริษัท

การศึกษาวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้ศึกษาทบทวนได้ดังนี้

หลังจากที่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้มีงานวิจัยที่ประเมินเกี่ยวกับผลของการบังคับใช้ตามพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ ดังนี้

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (2552) ได้ทำการการศึกษาสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติ ตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ครบ 1 ปี ศึกษาในกลุ่มประชาชนอายุ 11 ปี ขึ้นไปที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ประจวบคีรีขันธ์ สระบุรี ราชบุรี นนทบุรี ชลบุรี สุโขทัย เพชรบูรณ์ เชียงใหม่ สกลนคร สุรินทร์ อุบลราชธานี ขอนแก่น กระบี่ ชุมพร และสงขลา จำนวน 4,322 ตัวอย่าง ผลการสำรวจพบว่า เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ เพราะนอกเวลาจำหน่าย อายุไม่ถึงเกณฑ์ ช่วงเทศกาลสำคัญ ร้อยละ 2.8 ความสะดวกในการไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง ร้อยละ 95.7 ระยะเวลาในการเดินทางไปร้านค้าที่สะดวกที่สุดเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใช้เวลา 1 – 5 นาทีต่อครั้ง ร้อยละ 74.4 สามารถหาซื้อได้ในวัด/ศาสนสถานต่าง ๆ สถานบริการสาธารณสุข หรือโรงพยาบาลของรัฐ และเอกชน สถานที่ทางราชการต่าง ๆ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่าง ๆ หอพัก สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง หรือในสวนสาธารณะของราชการ ร้อยละ 20.8 สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย คือ 24.00-11.00 น. หรือ 14.00-17.00 น. ร้อยละ 75.1 ความสะดวกในการไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง ร้อยละ 88.9 ระยะเวลาในการเดินทางไปร้านค้าที่

สะดวกที่สุดเพื่อนั่งตี่มเครื่องตี่มแอลกอฮอล์เวลา 1 – 5 นาทีต่อครั้ง ร้อยละ 39.0 การพบเห็น การส่งเสริมการขายของเครื่องตี่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 28.2 การเร่ขาย ร้อยละ 11.0 การขายพ่วง ร้อยละ 12.7 การขายแก่ผู้ที่มีเงินมา ร้อยละ 41.1 พบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อ เครื่องตี่มแอลกอฮอล์ได้ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 52.3 กลุ่มร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องตี่ม แอลกอฮอล์ จำนวน 601 ตัวอย่าง พบว่า ร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องตี่มแอลกอฮอล์ไม่มีใบอนุญาต จำหน่าย ร้อยละ 5.2 ลูกค้มาซื้อตอนไหนก็ขายตอนนั้น ร้อยละ 55.6 รู้ว่าผิดยังจำหน่ายให้แก่ บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 42.9 รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องตี่มแอลกอฮอล์ที่ จำหน่ายภายในร้าน ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาด้วยการลดราคา ร้อยละ 5.7 แลก-แจก-แถม ร้อยละ 2.3 ลองชิม ลองตี่ม ร้อยละ 2.8 ให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน ร้อยละ 19.0 จับฉลาก/ ชิงรางวัล ร้อยละ 1.7 ขายตรง ร้อยละ 13.3 ขายผ่านการเป็นสมาชิก ร้อยละ 1.3 ขายพ่วงร้อยละ 1.3 เร่ขาย ร้อยละ 0.8 ให้สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ตอบแทนผู้ซื้อ เช่น แจกบัตรชมดนตรี ฯลฯ ร้อยละ 0.8 จูงใจให้ซื้อ/ตี่มด้วยสาวเชียร์เปียร์ เหล้า ร้อยละ 1.0 มีป้ายโฆษณาเครื่องตี่มแอลกอฮอล์ ร้อย ละ 14.1 มีคนชี้ชวนให้ตี่ม ร้อยละ 2.6 มีป้ายคำเตือนห้ามขายเครื่องตี่มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำ กว่า 20 ปี ร้อยละ 10.6 มีป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ร้อยละ 5.6 มีการโฆษณาให้ซื้อเครื่องตี่ม ลด แลก แจก แถม ชิงรางวัล ร้อยละ 2.4 และกลุ่มเจ้าหน้าที่ (สาธารณสุข สรรพสามิต และ ตำรวจ) จำนวน 830 ตัวอย่าง พบว่า ติดตามความถี่ในการติดตามข่าวสารต่าง ๆ ในช่วง 3 เดือนที่ ผ่านมา ร้อยละ 48.9 การพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องตี่มแอลกอฮอล์ทางสื่อต่าง ๆ ร้อยละ 76.0 สื่อที่เคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ตี่มเครื่องตี่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ ร้อยละ 87.8 ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง ฯลฯ) ร้อยละ 41.5 สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ ฯลฯ) ร้อยละ 41.1 วิทยู ร้อยละ 13.4 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 17.1 สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า รถแท็กซี่ รถไฟ รถขนส่งต่างๆ ฯลฯ) ร้อยละ 5.9 ร้านค้า ร้อยละ 39.6 สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เปียร์ ไวน์ เป็นต้น ร้อยละ 20.2 พบเห็นการซื้อ-จำหน่ายเครื่องตี่ม แอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ และการดำเนินการตักเตือน และจับกุม ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาคือ วัด/ศาสนสถานต่าง ๆ ร้อยละ 49.3 สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐ และเอกชน ร้อยละ 57.1 สถานที่ทางราชการต่าง ๆ ร้อยละ 55.4 โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษา

ต่าง ๆ ร้อยละ 69.2 หอพัก ร้อยละ 55.9 สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 43.7 สวนสาธารณะของราชการ ร้อยละ 55.4 พบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่เวลา 24.00-11.00 น. หรือ 14.00-17.00 น. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 48.4 ดำเนินการกรณีพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่ายด้วยการตักเตือน ร้อยละ 38.5 จับกุมดำเนินคดี ร้อยละ 2.7

เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล และคณะ (2552) ดำเนินวิจัยเชิงสำรวจเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ภูมิภาค ๆ ละ 3 จังหวัด โดยเป็นจังหวัดนำร่องที่กรมควบคุมโรค และเครือข่ายงดเหล้าดำเนินโครงการพัฒนาความเข้มแข็งของการบังคับใช้กฎหมายไว้ภูมิภาคละ 2 จังหวัด และเป็นจังหวัดที่ไม่มีโครงการดังกล่าว 1 จังหวัด เพื่อเป็นจังหวัดควบคุม สำหรับการวิจัยนี้เป็นผลการศึกษาเฉพาะในพื้นที่ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 7,011 คน ประกอบด้วย ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปที่เป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 6,438 คน ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่ในชุมชนเดียวกันกับประชาชนผู้บริโภคในรัศมีระยะ 500 เมตร 362 คน เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุรา ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่สรรพสามิตและตำรวจ 211 คน

สถานการณ์การปฏิบัติ และประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 กลุ่มผู้บริโภคมีการเข้าถึง และการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 38.17 เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา ทั้งนี้ในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง และซื้อได้ระหว่าง 1-4 ครั้งต่อเดือน และผู้บริโภคร้อยละ 46.10 มีความสะดวกสามารถเดินไปซื้อได้ สำหรับสถานที่ห้ามจำหน่ายแต่ผู้บริโภคเคยซื้อได้ในสถานที่ห้ามจำหน่าย ได้แก่ หอพัก สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และสวนสาธารณะของทางราชการ ส่วนคนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. (ซึ่งเป็นเวลาห้ามจำหน่าย) ผู้บริโภคร้อยละ 72.09 ยังซื้อได้ในเวลาดังกล่าว โดยซื้อจากร้านขายของชำ/โชห่วย ราคาที่ซื้อได้ถูกสุดส่วนใหญ่ร้อยละ 42 เป็นราคาที่ไม่เกิน 50 บาท

โดยซื้อเป็นขวดกลมมากที่สุด นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 38.68 ที่เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 33.49 สามารถขับรถ/ขี่รถ หรือเดินไปร้านค้า เพื่อนั่งดื่มได้สะดวก และใช้เวลาไม่ถึง 30 นาที สถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ 87.78 ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม ซึ่งได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่าง ๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่าง ๆ สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่าง ๆ และ สวนสาธารณะของทางราชการ อย่างไรก็ตาม พบว่ามีผู้บริโภคร้อยละ 1 ที่มีการดื่มอยู่ในสถานที่ ห้ามดื่มดังกล่าว

กลุ่มผู้จำหน่าย พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้อยละ 74.31 ส่วนใหญ่ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีใบอนุญาตจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ 4 และประเภทที่ 3 ร้อยละ 60.26 และ 33.97 ตามลำดับ ร้านค้า เหล่านี้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำพวกเบียร์มากที่สุด รองลงมาคือ เหล้าขาว สุราไทย และ สเปย์/ไวน์คูลเลอร์ตามลำดับร้านค้าผู้จำหน่ายที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 14.00-17.00 น. ร้อยละ 42.86 เนื่องจากไม่รู้ว่าผิดระเบียบ และผลที่ตามมาจากการจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าว ไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณร้อยละ 30 ให้เหตุผลของการขายให้กับ เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ รวมทั้งผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น ส่วนใหญ่ ไม่ได้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย แต่ที่พบว่าสถานที่ที่มีการละเมิดสูงสุด ก็คือ หอพัก เพราะไม่รู้ว่าผิดระเบียบและผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายร้อยละ 53.87 จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุดน้อยกว่า 25 บาท โดยส่วนใหญ่เป็นบรรจุกัญท์ ประเภท กระป๋อง และเบ็ก ตามลำดับ ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ใช้รูปแบบของการส่งเสริมการขายด้วยการให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงินมากที่สุด

กลุ่มเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย พบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี ร้อยละ 57.58 และ 77.78 ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. ในขณะที่ ในจังหวัดนครปฐมร้อยละ 52.44 เคยพบเห็น โดยพบเห็นมากที่สุดที่ร้านขายของชำ/โชว์ห่วย รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม ผับ/เเชค/บาร์/

คาราโอเกะ และร้านมินิมาร์ท ตามลำดับ ในการดำเนินการของเจ้าพนักงานเมื่อพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. พบว่า ร้อยละ 20 ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้อยู่ในหน้าที่ ไม่พบตำรวจ นอกเวลาราชการ ไม่อยากมีเรื่อง เกรงใจ

การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ไม่เคยพบเห็นการโฆษณาผ่านสื่อบุคคลในร้านอาหาร/ผับ/เชค/บาร์/คาราโอเกะ มีเพียงร้อยละ 13.24 กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบเห็นนาน ๆ ครั้งๆ ไป การพบเห็นพฤติกรรมซื้อ-ขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 84 ขึ้นไป ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่าง ๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่าง ๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ราชการต่าง ๆ หอพัก สวนสาธารณะของทางราชการ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเคยพบเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 27.01 ซึ่งพบเห็นมากที่สุดที่ร้านขายของชำ/โชร่วย และที่ร้านอาหาร ทั้งนี้ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายใช้วิธีการตักเตือน ร้อยละ 62.07 นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการลดราคา จับสลาก/รางวัล และการแจก/แถม ซึ่งก็ได้ดำเนินการตักเตือนเป็นส่วนใหญ่

เชษฐ รัชดาพรณาทิกุล และคณะ (2552) ดำเนินวิจัยเชิงสำรวจเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม (ผู้บริโภคประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป 2,930 คน ผู้จำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ 496 คน เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย 364 คน) จำนวนทั้งสิ้น 3,790 คน สถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากแต่ละกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มผู้บริโภค การเข้าถึง และการหาซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคร้อยละ 67.58 เคยซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา ทั้งนี้ในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เคยซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง และซื้อได้น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน และผู้บริโภคร้อยละ 57.60 มี

ความสะดวกสามารถเดินไปซื้อได้ สำหรับสถานที่ห้ามจำหน่ายแต่ผู้บริโภคเคยซื้อได้ในสถานที่ห้ามจำหน่าย ได้แก่ หอพัก โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ และสวนสาธารณะของทางราชการ คนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. (ซึ่งเป็นเวลาห้ามจำหน่าย) ผู้บริโภคร้อยละ 60 ยังซื้อได้ในเวลาดังกล่าว โดยซื้อจากร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ราคาที่ซื้อได้ถูกสุดส่วนใหญ่ร้อยละ 29 เป็นราคาที่ไม่เกิน 50 บาท โดยซื้อเป็นขวดกลมมากที่สุด นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 25 ที่เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 27.87 สามารถขับรถ/ขี่รถ หรือเดินไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มได้สะดวก และใช้เวลาไม่ถึง 26 - 30 นาที สถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 90.33 ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม ซึ่งได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่าง ๆ สถานบริการสาธารณสุข หรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ราชการต่าง ๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่าง ๆ สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่าง ๆ และสวนสาธารณะของทางราชการ อย่างไรก็ตามพบว่าผู้บริโภคร้อยละ 9.67 ที่มีการดื่มอยู่ในสถานที่ห้ามดื่มดังกล่าว

กลุ่มผู้จำหน่าย พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้อยละ 46.71 ส่วนใหญ่ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ 4 และประเภทที่ 3 ร้อยละ 59.81 และ 39.95 ตามลำดับ ร้านค้าเหล่านี้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำพวกเบียร์มากที่สุด รองลงมาคือ สุราไทย เหล้าขาว และสเปย์/ไวน์คูลเลอร์ ตามลำดับ ร้านค้าผู้จำหน่ายที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 14.00-17.00 น. ร้อยละ 29.84 เนื่องจากไม่รู้ว่ามีผิดระเบียบ และผลที่ตามมาจากการจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณร้อยละ 17.74 ให้เหตุผลของการขายให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ รวมทั้งผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ไม่ได้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย แต่ที่พบว่าสถานที่ที่มีการละเมิดสูงสุดก็คือ หอพัก เพราะไม่รู้ว่ามีผิดระเบียบ และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายร้อยละ 35.08 จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุดน้อยกว่า 26 - 50 บาท โดยส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ ประเภท กระป๋อง เป๊ก และขวดกลม

ตามลำดับ ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ใช้รูปแบบของการส่งเสริมการขายด้วยการให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงินมากที่สุด

กลุ่มเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 53.02 เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. โดยพบเห็นมากที่สุดในร้านอาหาร รองลงมาได้แก่ ร้านขายของชำ/โชห่วย ร้านขายเครื่องดื่ม ผับ/เบค/บาร์/คาราโอเกะ และร้านเหล้าปับ ตามลำดับ ในการดำเนินการของเจ้าพนักงานเมื่อพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. พบว่าร้อยละ 40.41 ตักเตือน การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายผ่านสื่อบุคคลในร้านอาหาร/ผับ/เบค/บาร์/คาราโอเกะ มีเพียงร้อยละ 4.12 กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบบ่อย ๆ ครั้งที่ไป การพบเห็นพฤติกรรมการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 77 ขึ้นไป ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่าง ๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่าง ๆ สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ราชการต่าง ๆ หอพัก สวนสาธารณะของทางราชการ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเคยพบเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 29.95 ซึ่งพบเห็นมากที่สุดที่ร้านขายของชำ/โชห่วย และที่ร้านอาหาร ทั้งนี้ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายใช้วิธีการตักเตือน ร้อยละ 42.20 นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการแลก-แจก-แถม-ลดราคา เรขาย ไม่ได้ดำเนินการอะไร เพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่

พงษ์เดช สารการ (2552) ดำเนินโครงการวิจัยเพื่อประเมินการรับรู้และผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-Stage Sampling) กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนอายุ 11 ปีขึ้นไป จำนวน 3,424 ราย ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณใกล้เคียงกับที่อยู่อาศัยของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 322 ราย

และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่งาน สรรพสามิต และตำรวจที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ที่กลุ่มตัวอย่างอยู่อาศัย จำนวน 267 ราย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐานและค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนทั่วไปส่วนใหญ่ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้าม และเคยเห็น/ได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้กฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่มอยู่ในระดับมาก ส่วนการห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย มาตรการทั่วไปในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการรับรู้ในระดับปานกลาง ในขณะที่การรับรู้เวลาที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับน้อย กรณีผู้จำหน่าย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชห่วย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขาย ได้แก่ เบียร์ เหล้าขาว ยังพบว่า มีการขายแบบไม่จำกัดเวลา และอายุ โดยรู้ว่า ผิดแต่ไม่คิดว่าถูกจับ อย่างไรก็ตามไม่พบว่า มีการขายในสถานที่ต้องห้าม ส่วนการรับรู้กฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่มและการห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขายพบว่า อยู่ในระดับมาก ในขณะที่การรับรู้เวลาที่ห้ามจำหน่าย และมาตรการทั่วไปในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง

กรณีเจ้าพนักงานตามกฎหมาย พบว่า ส่วนใหญ่ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และนายตำรวจชั้นประทวน และเคยพบเห็นการซื้อ การดื่มในสถานที่ และเวลาต้องห้าม แต่ไม่มีการดำเนินการ เนื่องจากไม่มีความชัดเจนในบทบาท และมาตรการลงโทษทางกฎหมาย ทั้งนี้กลุ่มเจ้าพนักงานมีการรับรู้กฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย และมาตรการทั่วไปในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมาก แต่การรับรู้ต่อเวลาที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง

สาวิตรี อัจฉางค์กรชัย และคณะ (2552) ทำการสำรวจการรับรู้และการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มสุราตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของประชาชนในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานีการรับรู้ และการปฏิบัติของ

ประชาชน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พ.ศ.2551 ในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี โดยการใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจากประชากร 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (6,692 คน) กลุ่มผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (320 คน) และกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการดูแล และบังคับใช้กฎหมาย (279 คน)

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มผู้จำหน่ายมีความรู้ปานกลางเกี่ยวกับกฎหมาย ในประเด็นการจำกัดอายุของผู้ซื้อ โดยกลุ่มผู้บริโภคทราบประเด็นกฎหมายนี้เฉลี่ยใน 3 จังหวัด ร้อยละ 65 ส่วนกลุ่มผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่รับทราบข้อกฎหมายนี้เฉลี่ยเกือบ ร้อยละ 80 กลุ่มเจ้าหน้าที่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีรายงานการพบเห็นเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในช่วง 3 เดือนก่อนการสำรวจมากกว่าครึ่ง ส่วนจังหวัดสงขลา และ นครศรีธรรมราชมีประมาณร้อยละ 24 และ 36 ตามลำดับ เท่านั้นที่เคยพบเห็นการกระทำดังกล่าว โดยการกระทำเกิดขึ้นที่ร้านขายของชำมากที่สุด โดยเจ้าหน้าที่ไม่ได้ดำเนินการใด ๆ โดยถือว่า ตนไม่มีหน้าที่เข้าไปจัดการ ส่วนกลุ่มผู้จำหน่ายที่รายงานว่าทราบข้อกฎหมายแต่ฝ่าฝืน เนื่องจากไม่คิดว่าจะถูกจับกุม และไม่มีผลอะไรตามมา

ชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์ และคณะ (2552) ประเมินผลการบังคับใช้มาตรการการจำกัด การเข้าถึง และการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (จำกัดสถานที่ เวลาและอายุ) เป็นการสำรวจแบบ ภาคตัดขวาง ในกลุ่มประชากรไทยอายุระหว่าง 15 – 60 ปี โดยเป็นผู้ที่มีงานทำในระหว่าง 7 วัน ก่อนวันสัมภาษณ์ และเป็นผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2,368 คน พบว่า ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งล่าสุดที่ร้านขายของชำ ร้อยละ 71.1 รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อทั่วไปร้อยละ 8.0 ซื้อที่ร้านค้าในสถานบริการน้ำมันซึ่งเป็นสถานที่ห้ามจำหน่าย ร้อยละ 0.4 เมื่อพิจารณาถึงเวลาที่ซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 18.00-18.59 น. ร้อยละ 34.2 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการซื้อสูงที่สุด ทั้งนี้ซื้อในเวลาที่ไม่ห้ามจำหน่าย คือ ระหว่างเวลา 14.01 – 16.59 น. และเวลา 00.01-10.59 น. ร้อยละ 10.4 ในส่วนของมาตรการ จำกัดอายุผู้ซื้อพบว่า ผู้ที่ซื้อมีอายุ 15-17 ปี ร้อยละ 0.9 ซึ่งต่ำกว่าที่กฎหมายระบุ คือ 18 ปี

จากการผลการศึกษาพบว่ายังคงมีการฝ่าฝืนมาตรการการจำกัดการเข้าถึง และการหาซื้อ ซึ่งภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการบังคับใช้มาตรการดังกล่าวให้เข้มงวดมากขึ้น และ

ควรรอมาตรการเพื่อจำกัดการเข้าถึง และการหาซื้อให้ครอบคลุมถึงสถานที่จำหน่าย และเวลาจำหน่ายที่มีผู้บริโภคสูงเพื่อให้สามารถจำกัดการเข้าถึง และการหาซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ดุชฎี อายุวัฒน์ และวณิชชา ณรงค์ชัย (2553) ประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดขอนแก่น) สํารวจกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปเจ้าของร้านค้า และเจ้าพนักงานตามกฎหมายจำนวน 5,836 คน พบว่า ผู้บริโภคราว 1 ใน 4 มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในลักษณะดื่มทุกวันในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา และร้อยละ 50 ยังซื้อได้ในเวลาห้ามจำหน่าย ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 57 ของทั้งสองพื้นที่ ยังคงพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับกลุ่มผู้จำหน่าย พบว่า ร้านจำหน่ายในอุดรธานี ชายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่ายถึงร้อยละ 80 และ 3 ใน 4 ของผู้จำหน่ายของทั้งสองพื้นที่ไม่รู้ว่าผิดระเบียบเรื่องเวลาจำหน่าย และใช้เหตุผลนี้ขายให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี นอกจากนี้ยังพบว่า เจ้าพนักงานตามกฎหมาย ร้อยละ 53 เคยพบเห็นการกระทำความผิดตาม พ.ร.บ. ซึ่งได้ตักเตือนถึงร้อยละ 61 แต่ก็มีเจ้าพนักงานตามกฎหมายถึง 1 ใน 4 ไม่ได้ดำเนินการแต่อย่างใด สำหรับ การรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ราว 1 ใน 4 ยังคงพบเห็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่ออยู่ ทั้งนี้ผู้บริโภค ราว 1 ใน 3 ไม่มีการรับรู้ในเรื่องมาตรการต่าง ๆ เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนกลุ่มผู้จำหน่ายราวร้อยละ 75 ทั้งสองพื้นที่ มีการรับรู้ในมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภทในระดับมาก เป็นสัดส่วนสูงสุด ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา ผู้จำหน่ายมีการรับรู้ในระดับต่ำเป็นสัดส่วนสูงสุด และในกลุ่มเจ้าพนักงานตามกฎหมาย มีการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมสถานที่จำหน่าย และสถานที่ดื่มในระดับมากเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 80-85 แต่มีการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมช่วงเวลาในการจำหน่าย และ มาตรการการควบคุมบุคคลในการซื้อในระดับมากราวครึ่งหนึ่งเท่านั้น

ส่วนแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทยนั้น ควรมีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ตลอดจนพัฒนากระบวนการให้เจ้าพนักงานตามกฎหมาย มีความมั่นใจในการกำกับ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2553) ได้ดำเนินการระหว่างวันที่ 28 มีนาคม – วันที่ 18 พฤษภาคม 2553 ทัศนศึกษาประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15 – 60 ปี มีขนาดตัวอย่างในการทำสำรวจทั้งสิ้น 3,603 ตัวอย่าง โดยทำการสำรวจในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดหัวเมืองใหญ่ 4 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ตัวอย่างเกินกว่าครึ่งของการสำรวจไม่เคยทราบเกี่ยวกับ การบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ตัวอย่างเกินกว่าครึ่งทราบถึงสถานที่ และเวลาที่มีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น วัด/ศาสนสถาน สถานบริการสาธารณสุข สถานที่ราชการทั่วไป สถาบันการศึกษา สวนสาธารณะของราชการ ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าสถานที่ที่เอกชนเป็นผู้ให้บริการ เช่น ปั้มน้ำมัน/ปั้มน้ำแก๊ส หอพัก ตัวอย่างเกือบครึ่งไม่ทราบ-ไม่แน่ใจ ส่วนใหญ่ระบุว่าเคยอ่านข้อความคำเตือนที่ปรากฏบนฉลากของ บรรจภัณฑ์ ภาพคำเตือนที่ตัวอย่างให้ความเห็นว่า ให้ความต้องการตีลดลงมากที่สุด คือ ภาพคำเตือน “การดื่มสุราแล้วขับขี ทำให้พิการ และตายได้” โดยให้เหตุผลว่า รูปภาพน่ากลัว กลัวการเกิดอุบัติเหตุ กลัวเป็นอันตราย กลัวตาย กลัวการสูญเสียคนที่รัก เป็นต้น การส่งเสริมการขายที่พบเห็นมากที่สุดคือ การลดราคา รองลงมา คือ การ แลก-แจก-แถม การขายตรง การให้ทดลองชิม-ดื่ม และการจับฉลากชิง รางวัล

อารีกุล พวงสุวรรณ และคณะ (2555) ประเมินระดับการปฏิบัติตามกฎหมายของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเด็นข้อจำกัดด้านอายุของผู้ซื้อ และศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และมีผลต่อการรับรู้กฎหมาย และการปฏิบัติตามกฎหมายในประเด็นดังกล่าว โดยให้เยาวชนที่ได้รับการคัดเลือก และเจ้าหน้าที่โครงการทดลองซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านจำหน่ายแบบไม่มีที่นั่งดื่ม (Off-premise) 3 ประเภท คือ แบบร้านโชห่วย หรือร้านขายของชำ แบบร้านสะดวกซื้อที่มีเครือข่าย (Chained convenient store) และห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ใน 4 จังหวัด คือ

กรุงเทพมหานคร สงขลา นครสวรรค์ และสุรินทร์ จำนวน 417 ร้าน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบ
ชั้นภูมิ โดยลงสำรวจร้านละ 2 ครั้ง รวม 834 ครั้ง ซึ่งการวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน
โดยใช้แบบเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และการทำสนทนากลุ่มเพื่อเก็บข้อมูลเชิง
คุณภาพ

ผลการศึกษา พบว่า เยาวชนสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้สำเร็จมากถึงร้อยละ 98.7
และ ไม่สำเร็จเพียงร้อยละ 1.3 นอกจากนี้ยังพบว่า ร้อยละ 94 ของการเข้าซื้อเป็นไปโดยปราศจาก
อุปสรรค มีเพียงร้อยละ 0.9 ที่มีการสอบถามถึงอายุของผู้ซื้อ และร้อยละ 0.1 ที่มีการขอบัตร
ประจำตัวประชาชน งานวิจัยนี้ยังพบว่าความแตกต่างของจังหวัด การสอบถามอายุของ
ผู้ซื้อ และการขอบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ซื้อ มีความสัมพันธ์ หรือมีผลอย่างมากต่อ
ความสำเร็จในการซื้อ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ส่วนปัจจัยที่พบว่า
ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการซื้อ ได้แก่ เพศและอายุของผู้ซื้อ เพศ และอายุของผู้
จำหน่าย ประเภทของร้าน จำนวนผู้จำหน่ายในร้าน การติดป้ายคำเตือนเกี่ยวกับกฎหมายที่
เกี่ยวข้อง และการติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคม และธุรกิจ (2560) สำรวจการรับรู้ ความคิดเห็นต่อฉลาก
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และ
เงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558 กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนใน
16 จังหวัด เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 12 - 65 ปี 4,074 ตัวอย่าง ระหว่าง
วันที่ 21 - 28 กุมภาพันธ์ 2560 พบว่ากลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่ง ไม่เคยพบเห็น/รับรู้ “ประกาศ
คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลาก
ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558” สำหรับผู้ที่พบเห็น/รับรู้ นั้น โดยมากพบเห็นผ่านทาง
โทรทัศน์ และสื่อโซเชียลมีเดีย ทั้งนี้ มีตัวอย่างไม่ถึงครึ่งเช่นกันที่ทราบว่ามิกฎหมายควบคุม
เกี่ยวกับ “ฉลากและบรรจุนิยมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” เมื่อพิจารณารายข้อความหรือภาพ
พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับลักษณะต้องห้ามต่าง ๆ มีไม่มากนัก แต่ส่วนใหญ่ก็เห็นด้วยกับการห้าม เห็น
ด้วยหากจะมีภาพ และข้อความคำเตือน ถึงผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บน “ฉลาก
และบรรจุนิยมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” (คล้ายกับที่มีภาพ และข้อความคำเตือนบนซองบุหรี่)

เช่น ค่าเตือนสุราเป็นเหตุก่อมะเร็งได้ การรับรู้/พบเห็นต่อลักษณะต้องห้ามบนฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการจูงใจให้ดื่มเมื่อพบเห็นฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 90 เมื่อสอบถามในช่วงตลอดชีวิตที่ผ่านมา พบว่าตัวอย่างเคยพบเห็นฉลากที่มีภาพศิลปินนักร้องวงดนตรีปรากฏอยู่มากที่สุด รองลงมาคือ ฉลากที่มีภาพนักกีฬา แต่หากพิจารณาในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าเคยพบเห็นฉลากที่มีภาพดารามากที่สุด รองลงมาคือ ฉลากที่มีภาพดารานักแสดง เชิญเข้าร่วมกิจกรรม นันทนาการ

ด้านการจูงใจให้ดื่มเมื่อพบเห็นฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าภาพบนฉลากและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ นั้นมีอิทธิพลทำให้อยากซื้ออยู่พอสมควร โดยเฉพาะการใช้ดารา และศิลปินนักร้องวงดนตรีเป็นสื่อปรากฏอยู่บนฉลาก และทำให้อยากดื่มเพิ่มขึ้นอยู่บ้าง โดยเฉพาะการใช้ภาพการ์ตูนและดาราเป็นสื่อปรากฏอยู่บนฉลาก กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งไม่เห็นความแตกต่างระหว่างโลโก้ผลิตภัณฑ์ อาทิ น้ำดื่ม โซดา กับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งในกลุ่มนี้เกือบร้อยละ 60 เห็นแล้วนึกถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้อนั้น และที่เห็นแล้วต้องการจะดื่มร้อยละ 16.9 เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตลอดชีวิตที่ผ่านมา ร้อยละ 62.7 และมีที่ยังดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 42.3

บริษัท กลุ่มแอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด (2559) สำนวจความคิดเห็นของประชาชน ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยการสัมภาษณ์จากประชาชนทั่วไปที่มีอายุระหว่าง 11–60 ปี ทั้งในเขตและนอกเขตเทศบาลจาก 17 จังหวัด ในทุกภูมิภาค 3,628 ราย ช่วงเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง พฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2559 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับร่างพระราชบัญญัติ และร่างอนุบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับเห็นด้วยมาก หรือร้อยละ 78.2 การผลักดันอนุบัญญัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก กับการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในร้านค้าหรือร้านอาหารในวันพระใหญ่ (วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษา) ซึ่งเป็นวันห้ามขายด้วย รองลงมา คือ เห็นด้วยกับการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกรณีที่ไม่ได้รับใบอนุญาตขายสุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา มีโทษเพิ่มขึ้นเป็นทั้งจำคุก และปรับตามกฎหมาย และการกำหนดห้ามผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กระทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริม

ภาพลักษณ์องค์กร หรือกระทำกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ตามลำดับ การห้ามมิให้ผู้ใดขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากกับการห้ามขายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาในรัศมี 300 เมตร มากที่สุด รองลงมาคือ ประเด็นการห้ามขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาในรัศมี 500 เมตร ประเด็นการห้ามขายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาในรัศมี 1,000 เมตร ตามลำดับ อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า กลุ่ม ตัวอย่างเห็นด้วย กับการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาในรัศมี 300 เมตร กลุ่ม ตัวอย่างเห็นด้วยว่า การแสดงรูปภาพคำเตือนถึงโทษ และพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อ การรับรู้โทษมากขึ้น รองลงมาคือ กำหนดให้มีการแสดงภาพคำเตือนบนฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ประกอบภาพลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัท ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีส่วนทำให้กลุ่มตัวอย่างอยากซื้อ และอยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลดลง

บทที่ 3

ผลการประเมินการรับรู้ ความคิดเห็น การปฏิบัติของ ประชาชนทั่วไป และเจ้าหน้าที่ประชาชนทั่วไป

ประชาชนทั้งใน และนอกเขตเทศบาลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5,335 คน ที่อาศัยอยู่ใน 13 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ชลบุรี เชียงใหม่ สุโขทัย ลำพูน ขอนแก่น สุรินทร์ สกลนคร กระบี่ สงขลา และพัทลุง พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินเพศหญิงร้อยละ 52.7 มากกว่าเพศชายร้อยละ 47.3 โดยช่วงอายุระหว่าง 40 - 59 ปีมีมากที่สุด ร้อยละ 40.1 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 36.6 ช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 13.1 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 10.2 สมรสแล้ว ร้อยละ 60.0 ขณะที่ยังโสด ร้อยละ 33.0 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ร้อยละ 44.7 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือปวช. ร้อยละ 31.1 ปริญญาตรี ร้อยละ 13.3 ประกอบอาชีพค้าขายรายย่อย/บริการรายย่อย ร้อยละ 25.8 รองลงมาคือผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 17.7 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 16.3 ส่วนรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อจะอยู่ใน 3 กลุ่มหลักคือที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 31.9 รองลงมาใกล้เคียงกันคือกลุ่มที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 30.7 และกลุ่มที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 23.1

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศและอายุ

เพศ	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,954	2,136	545	5,333
ชาย	319(45.7)	960(49.1)	995(46.6)	246(45.1)	2,520(47.3)
หญิง	379(54.3)	994(50.9)	1,141(53.4)	299(54.9)	2,813(52.7)

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพสมรสและอายุ

สถานภาพสมรส	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	697	1,950	2,130	544	5,321
โสด	683(98)	953(48.9)	113(5.3)	8(1.5)	1,757(33)
สมรส	13(1.9)	962(49.3)	1,832(86)	383(70.4)	3,190(60)
ม่าย/หย่า/แยกกันอยู่	1(0.1)	35(1.8)	185(8.7)	153(28.1)	374(7)

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการศึกษาที่สำเร็จสูงสุดและอายุ

การศึกษาที่สำเร็จมาสูงสุด	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,951	2,134	542	5,325
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	449(64.3)	282(14.5)	1,178(55.2)	470(86.7)	2,379(44.7)
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	227(32.5)	821(42.1)	568(26.6)	42(7.7)	1,658(31.1)
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า หรือ ปวส.	12(1.7)	354(18.1)	173(8.1)	8(1.5)	547(10.3)
ปริญญาตรี	10(1.4)	479(24.6)	197(9.2)	20(3.7)	706(13.3)
สูงกว่าปริญญาตรี	0(0)	15(0.8)	18(0.8)	2(0.4)	35(0.7)

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพประจำที่มีรายได้หลักและอายุ

อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,954	2,138	545	5,335
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1(0.1)	94(4.8)	110(5.1)	6(1.1)	211(4)
พนักงานบริษัทเอกชน	8(1.1)	412(21.1)	104(4.9)	3(0.6)	527(9.9)
ค้าขายรายย่อย/บริการรายย่อย	11(1.6)	429(22)	775(36.2)	162(29.7)	1,377(25.8)
ธุรกิจส่วนตัว / ผู้ประกอบการ	2(0.3)	238(12.2)	253(11.8)	40(7.3)	533(10)
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	34(4.9)	358(18.3)	478(22.4)	72(13.2)	942(17.7)
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ	5(0.7)	46(2.4)	133(6.2)	183(33.6)	367(6.9)
เกษตรกร / ประมง	0(0)	67(3.4)	231(10.8)	47(8.6)	345(6.5)
อาชีพอิสระ อาทิ หนายความสถาปนิก	0(0)	34(1.7)	24(1.1)	1(0.2)	59(1.1)
นักเรียน/นักศึกษา	632(90.5)	234(12)	1(0)	0(0)	867(16.3)
ว่างงาน	5(0.7)	40(2)	26(1.2)	31(5.7)	102(1.9)
อื่น ๆ	0(0)	2(0.1)	3(0.1)	0(0)	5(0.1)

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือนและอายุ

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	696	1,952	2,137	545	5,330
น้อยกว่า 5,000 บาท	560(80.5)	211(10.8)	257(12)	205(37.6)	1,233(23.1)
5,000-10,000 บาท	119(17.1)	557(28.5)	761(35.6)	200(36.7)	1,637(30.7)
10,001-20,000 บาท	15(2.2)	833(42.7)	752(35.2)	100(18.3)	1,700(31.9)
20,001-30,000 บาท	2(0.3)	262(13.4)	232(10.9)	24(4.4)	520(9.8)
30,001-40,000 บาท	0(0)	68(3.5)	95(4.4)	12(2.2)	175(3.3)
มากกว่า 40,000 บาท	0(0)	21(1.1)	40(1.9)	4(0.7)	65(1.2)

พฤติกรรมกรการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 58.1 พบมากในกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 70.3 รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 40 - 59 ปี ร้อยละ 58.4 จากกลุ่มผู้ที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใน 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 64.2 พบในกลุ่มอายุ 20 - 39 ปี ร้อยละ 76.8 รองลงมาคือกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 66.1

กลุ่มที่ดื่มใน 12 เดือนที่ผ่านมาพบว่าดื่มใน 30 วันที่ผ่านมา ร้อยละ 38.3 พบมากในกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 47.6 และกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 34.6

ความถี่ในการดื่มช่วง 30 วันที่ผ่านมา ดื่มทุกสัปดาห์ (1 - 2 วันต่อสัปดาห์) ร้อยละ 35.8 รองลงมาใกล้เคียงกันคือ ดื่มทุกเดือน (1 - 3 วันต่อเดือน) ร้อยละ 34.9

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชีวิตที่ผ่านมาจำแนกตามอายุ

การเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
n	698	1954	2,138	545	5,335
เคย	236(33.8)	1,374(70.3)	1,249(58.4)	243(44.6)	3,102(58.1)
ไม่เคย	462(66.2)	580(29.7)	889(41.6)	302(55.4)	2,233(41.9)

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามอายุ

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
n	236	1374	1249	243	3,102
ดื่ม	156(66.1)	1055(76.8)	718(57.5)	61(25.1)	1,990(64.2)
ไม่ดื่ม	80(33.9)	319(23.2)	531(42.5)	182(74.9)	1,112(35.8)

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 30 วันที่ผ่านมาจำแนกตามอายุ

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใน 30 วันที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	156	1,055	718	61	1,990
ดื่ม	54(34.6)	502(47.6)	197(27.4)	10(16.4)	763(38.3)
ไม่ดื่ม	102(65.4)	553(52.4)	521(72.6)	51(83.6)	1,227(61.7)

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา
จำแนกตามอายุ

ความถี่ในการดื่มช่วง 30 วันที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	54	502	197	10	763
ทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์)	1(1.9)	8(1.6)	8(4.1)	0(0)	17(2.2)
เกือบทุกวัน (5-6 วันต่อสัปดาห์)	1(1.9)	18(3.6)	16(8.1)	1(10)	36(4.7)
วันเว้นวัน (3-4 วันต่อสัปดาห์)	4(7.4)	51(10.2)	22(11.2)	1(10)	78(10.2)
ทุกสัปดาห์ (1-2 วันต่อสัปดาห์)	17(31.5)	180(35.9)	70(35.5)	6(60)	273(35.8)
ทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)	24(44.4)	182(36.3)	59(29.9)	1(10)	266(34.9)
นานๆ ครั้ง (น้อยกว่าเดือนละครั้ง)	7(13)	63(12.5)	22(11.2)	1(10)	93(12.2)

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละประสบการณ์ที่มีต่อพฤติกรรมกาต้มน้ำของตนเองจำแนกตามอายุ

ประสบการณ์ที่มีต่อพฤติกรรมของ ตนเองเกี่ยวกับการต้มน้ำ	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	155	902	762	195	2014
คุณเคยติดลมต้มน้ำมากกว่าที่ตั้งใจจะ ต้มน้ำเริ่มต้นต้มน้ำ	43(27.7)	424(47)	259(34)	65(33.3)	791(39.3)
คุณเคยต้มน้ำต่อทั้งๆที่มีคนเตือนคุณ ให้หยุดต้มน้ำ	14(9)	113(12.5)	111(14.6)	31(15.9)	269(13.4)
คุณเคยต้มน้ำแล้วขับทิ้งๆที่มีคน เตือนว่า ต้มน้ำแล้วอย่าขับ	20(12.9)	126(14)	66(8.7)	8(4.1)	220(10.9)
ไม่เคยมีพฤติกรรมดัง 3 ข้อข้างต้น	103(66.5)	424(47)	439(57.6)	123(63.1)	1,089(54.1)

การเข้าถึง การตีพิมพ์ และการหาซื้อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

การเข้าถึงร้าน สถานที่นั่งตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะผู้ที่เคยตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมา) ส่วนใหญ่ไม่เคยไปนั่งตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในร้านประเภทต่าง ๆ ร้อยละ 55.6 เคยไปนั่งตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ร้อยละ 44.1 โดยเฉลี่ย 5.38 ครั้ง และเคยพยายามจะไปนั่งตีพิมพ์ แต่คนขายไม่ขายให้ ร้อยละ 0.6 โดยเฉลี่ย 1.82 ครั้ง เนื่องจากอายุไม่ถึงเกณฑ์ อยู่ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย และเป็นวันสำคัญทางศาสนา การนั่งตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในร้านประเภทต่าง ๆ ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 54.3 รองลงมาคือกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 46.2

การเข้าถึงร้านค้าเพื่อนั่งตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่ระบุว่า สะดวก สามารถขับรถ/ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย ร้อยละ 61.3 ซึ่งพบมากในกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 78.4 รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 64.3 ใช้เวลาเดินทางไปร้านที่นั่งตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์โดยเฉลี่ย 16.69 นาที

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เฉพาะผู้ที่เคยตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมา) เคยซื้อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ด้วยตัวเอง ร้อยละ 54.4 ซึ่งพบมากใน กลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 65.1 รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 40 - 59 ปี ร้อยละ 50.4 และกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 44.5 ส่วนร้อยละ 1.1 เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ เนื่องจากอายุไม่ถึงเกณฑ์ อยู่ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย และเป็นวันสำคัญทางศาสนา

การเข้าถึงร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ระบุว่าสะดวก สามารถขับรถ/ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย ร้อยละ 50.5 และสะดวกมาก สามารถเดินไปได้ ร้อยละ 42.7 โดยกลุ่มตัวอย่างระบุว่าสะดวก สามารถขับรถ/ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย พบมากในกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 67.3 รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 54.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าสะดวกมาก สามารถเดินไปได้ พบมากในกลุ่มอายุ 60 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 58.6 รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 40 - 59 ปี ร้อยละ 51.8 โดยใช้เวลาเดินทางไปซื้อจากร้านที่สะดวกที่สุดเฉลี่ยเพียง 7.10 นาทีเท่านั้น

การซื้อ ตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ทีละเม็ด พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ด้าน สถานที่ อายุ และเวลา

ตามมาตรา 27 ว่าด้วยการห้ามขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานที่ หรือบริเวณที๋ประกาศ กำหนด จากผลการสำรวจพบว่า พ.ร.บ.ควบคุมแอลกอฮอล์ สามารถควบคุมสถานที่ห้ามจำหน่าย ได้ดี ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย ร้อยละ 88.0 มีเพียงบางส่วนเคยซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในหอพัก ร้อยละ 7.0 ซึ่งพบในกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 10.3 รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 8.6

ตามมาตรา 31 ว่าด้วยการห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานที่ หรือ บริเวณที๋ประกาศกำหนด ซึ่งในการควบคุมสถานที่ห้ามตี๋ม สามารถควบคุมได้ดีเช่นกัน พบว่าไม่เคยไปตี๋มในสถานที่ห้ามตี๋ม ร้อยละ 82.3 โดยพบว่าเคยตี๋มในวัด/ศาสนสถานต่าง ๆ ร้อยละ 1.8 พบมากในกลุ่มอายุระหว่าง 40 - 59 ปี ร้อยละ 4

ด้านการควบคุมเวลาจำหน่ายตามมาตรา 28 ที๋ว่าด้วยการห้ามผู้ใดขายเครื่องตี๋ม แอลกอฮอล์นอกเวลาที่กำหนด พบว่าได้ผลมาก ประชาชนเคยซื้อในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย และสามารถซื้อได้ มีเพียงร้อยละ 18.6 เมื่อพิจารณาต่อไปถึงสถานที่ที๋สามารถซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในเวลาห้ามจำหน่ายพบมาก คือ ร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 92.7 ผับ เคา บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 9.6 และร้านอาหาร ร้อยละ 8.8

ประเภทของภาชนะบรรจุภัณฑ์เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ที๋เคยซื้อได้ในราคาถูกที๋สุด คือ ขวดกลม ร้อยละ 13.5 ขวดลิโพ ร้อยละ 9.9 และขวดเล็ก ร้อยละ 4.5 ซึ่งราคาเครื่องตี๋ม แอลกอฮอล์ที๋ถูกที๋สุด ที๋ประชาชนเคยซื้อ ราคาเฉลี่ย 82.7 บาท

สาเหตุที๋ไม่้อยากซื้อหรือไม่้อยากตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์

ประชาชนบางกลุ่มให้เหตุผลว่าไม่มีเพื่อนร่วมตี๋ม ร้อยละ 38.3 รองลงมาคือคนใน ครอบครัวห้ามตี๋ม ร้อยละ 27.4 และไม่มีเงินซื้อ ร้อยละ 23.9 โดยเหตุผลที๋ว่าไม่มีเพื่อนร่วมตี๋มพบ มากในกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 47.7 รองลงมาคือกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 39.7 ส่วนเหตุผลคนในครอบครัวห้ามตี๋มพบมากในกลุ่มอายุ 60 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 44.3 รองลงมาคือกลุ่ม อายุระหว่าง 40 - 59 ปี ร้อยละ 35.4

แนวทางปฏิบัติกรณีไม่สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้าน หรือสถานที่ที่สะดวก

หากร้านประจำไม่เปิดขาย หรือไม่มีที่ต้องการ ประชาชนระบุว่าไม่ดื่ม เลิกดื่มความตั้งใจ ร้อยละ 38.8 ใกล้เคียงกันรองลงมาคือ ไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน ร้อยละ 35.7

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละการไปร้านนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ

การไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	156	1,055	718	61	1,990
เคยไปนั่งดื่มค่าเฉลี่ย 5.38	72	573	222	11	878
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 9.06	(46.2)	(54.3)	(30.9)	(18)	(44.1)
เคยจะไปนั่งดื่ม แต่คนขายไม่ให้ ค่าเฉลี่ย 1.82	4(2.6)	4(0.4)	3(0.4)	0(0)	11(0.6)
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.08					
ไม่เคยไปนั่งดื่ม	82(52.6)	480(45.5)	495(68.9)	50(82)	1,107(55.6)

ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละความสะดวกในการเดินทางไปร้านเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ

การเดินทางไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มด้วยตัวเองในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	74	574	222	11	881
สะดวกมาก สามารถเดินไปได้	2(2.7)	58(10.1)	46(20.7)	5(45.5)	111(12.6)
สะดวก สามารถขับรถ/ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย	58(78.4)	369(64.3)	107(48.2)	6(54.5)	540(61.3)
สะดวก สามารถแวะดื่มระหว่างทางได้	7(9.5)	75(13.1)	32(14.4)	0(0)	114(12.9)
สะดวก ถึงแม้อยู่ไกล แต่ก็ไม่เป็นปัญหาในการหาที่นั่งดื่ม	5(6.8)	62(10.8)	28(12.6)	0(0)	95(10.8)
ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกล เส้นทางที่ใช้ประจำ	1(1.4)	5(0.9)	7(3.2)	0(0)	13(1.5)
ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ ต้องไปหานั่งดื่มที่อื่น	0(0)	5(0.9)	1(0.5)	0(0)	6(0.7)
อื่น ๆ	1(1.4)	0(0)	1(0.5)	0(0)	2(0.2)

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละระยะเวลาในการเดินทางไปร้านค้านั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตัวเองจำแนกตามอายุ

ระยะเวลาในการเดินทางไปร้านนั่งดื่มที่สะดวกที่สุด	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
n	74	573	220	11	878
1-5 นาทีต่อครั้ง	10(13.5)	93(16.2)	57(25.9)	4(36.4)	164(18.7)
6-10 นาทีต่อครั้ง	27(36.5)	150(26.2)	55(25)	1(9.1)	233(26.5)
11-20 นาทีต่อครั้ง	20(27)	195(34)	66(30)	4(36.4)	285(32.5)
21-30 นาทีต่อครั้ง	13(17.6)	98(17.1)	26(11.8)	1(9.1)	138(15.7)
มากกว่า 30 นาทีต่อครั้ง	4(5.4)	37(6.5)	16(7.3)	1(9.1)	58(6.6)

ระยะเวลาในการเดินทางไปร้านเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยที่สุด คือ 1 นาที มากที่สุด คือ 120 นาที (เวลาเฉลี่ย คือ 16.69 นาที ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 12.10)

ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละสถานที่นั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
n	74	575	223	11	883
วัด/ศาสนสถานต่างๆ	1(1.4)	6(1)	9(4)	0(0)	16(1.8)
สถานที่ทางราชการ/รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ	0(0)	3(0.5)	1(0.4)	0(0)	4(0.5)
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ	2(2.7)	3(0.5)	0(0)	0(0)	5(0.6)
หอพัก	18(24.3)	79(13.7)	17(7.6)	0(0)	114(12.9)
สวนสาธารณะของราชการ	0(0)	8(1.4)	1(0.4)	0(0)	9(1)
สถานีขนส่ง หรือบนรถโดยสาร	0(0)	2(0.3)	0(0)	0(0)	2(0.2)
บนทางหรือในรถ บนรถ หรือขณะขับขี่	1(1.4)	5(0.9)	0(0)	0(0)	6(0.7)
ใกล้เคียงสถานศึกษา/หอพัก	5(6.8)	21(3.7)	5(2.2)	0(0)	31(3.5)
ใกล้เคียงสถานศึกษา	1(1.4)	11(1.9)	2(0.9)	1(9.1)	15(1.7)
ไม่เคยไปดื่มในสถานที่ดังกล่าว	50(67.6)	474(82.4)	193(86.5)	10(90.9)	727(82.3)

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 16 แสดงจำนวนและร้อยละการเคยซื้อเครื่องตัดแอลกอฮอล์ด้วยตัวเองในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาจำแนกตามอายุ

การซื้อเครื่องตัดแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
n	236	1,374	1249	243	3,102
เคยซื้อและซื้อได้ค่าเฉลี่ย 8.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 11.91	105 (44.5)	895 (65.1)	629 (50.4)	60 (24.7)	1,689 (54.4)
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ค่าเฉลี่ย 1.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85	10(4.2)	17(1.2)	8(0.6)	0(0)	35(1.1)
ไม่เคยซื้อเครื่องตัดแอลกอฮอล์	129(54.7)	477(34.7)	619(49.6)	183(75.3)	1,408(45.4)

ตาราง 17 แสดงจำนวนและร้อยละความสะดวกในการเดินทางไปซื้อเครื่องตัดแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ

ความสะดวกในการไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องตัดแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง (เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องตัดแอลกอฮอล์ด้วยตัวเองในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา)	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
n	107	888	620	58	1,673
สะดวกมาก สามารถเดินไปได้	27(25.2)	332(37.4)	321(51.8)	34(58.6)	714(42.7)
สะดวก สามารถขับรถ/ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย	72(67.3)	487(54.8)	265(42.7)	21(36.2)	845(50.5)
สะดวก สามารถแวะซื้อระหว่างทางได้	3(2.8)	44(5)	17(2.7)	1(1.7)	65(3.9)
สะดวก ถึงแม้อยู่ไกล แต่ก็ไม่เป็นปัญหาในการหาซื้อ	1(0.9)	12(1.4)	11(1.8)	2(3.4)	26(1.6)
ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกลเส้นทางที่ใช้ประจำ	3(2.8)	5(0.6)	1(0.2)	0(0)	9(0.5)
ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ ต้องไปหาซื้อที่อื่น	1(0.9)	5(0.6)	2(0.3)	0(0)	8(0.5)
อื่น ๆ	0(0)	3(0.3)	3(0.5)	0(0)	6(0.4)

ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละระยะเวลาในการเดินทางไปซื้อเครื่องตีมแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ

ระยะเวลาในการเดินทางไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องตีมแอลกอฮอล์ด้วยตัวเองจากร้านที่สะดวกที่สุด (เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องตีมแอลกอฮอล์ด้วยตัวเองในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา)	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
n	105	868	610	56	1,639
1-5 นาทีต่อครั้ง	47 (44.8)	505 (58.2)	384 (63)	37 (66.1)	973 (59.4)
6-10 นาทีต่อครั้ง	46 (43.8)	273 (31.5)	179 (29.3)	16 (28.6)	514 (31.4)
11-20 นาทีต่อครั้ง	10 (9.5)	76 (8.8)	40 (6.6)	3 (.4)	129 (7.9)
21-30 นาทีต่อครั้ง	2 (1.9)	10 (1.2)	7 (1.1)	0 (0)	19 (1.2)
มากกว่า 30 นาทีต่อครั้ง	0(0)	4(0.5)	0(0)	0(0)	4(0.2)

ระยะเวลาในการเดินทางไปซื้อเครื่องตีมแอลกอฮอล์น้อยที่สุด คือ 1 นาที มากที่สุด คือ 35 นาที (เวลาเฉลี่ย คือ 7.10 นาที ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 4.84)

ตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละสถานที่ที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ

การซื้อแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	107	897	630	60	1,694
วัด/ศาสนสถานต่างๆ	0(0)	3(0.3)	14(2.2)	0(0)	17(1)
สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ เอกชน และร้านขายยา	2(1.9)	3(0.3)	0(0)	1(1.7)	6(0.4)
สถานที่ทางราชการ/รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ	0(0)	2(0.2)	0(0)	0(0)	2(0.1)
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ	0(0)	3(0.3)	2(0.3)	0(0)	5(0.3)
หอพัก	11(10.3)	77(8.6)	28(4.4)	2(3.3)	118(7)
สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	0(0)	6(0.7)	3(0.5)	0(0)	9(0.5)
สวนสาธารณะของราชการ	0(0)	3(0.3)	0(0)	0(0)	3(0.2)
สถานีขนส่ง หรือบนรถโดยสาร	2(1.9)	3(0.3)	1(0.2)	0(0)	6(0.4)
สถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่อยู่บนทางรถไฟ	0(0)	2(0.2)	0(0)	0(0)	2(0.1)
บนทางหรือในรถ บนรถ หรือขณะขับขี่	0(0)	3(0.3)	0(0)	0(0)	3(0.2)
ใกล้เคียงสถานศึกษา/หอพักใกล้เคียงสถานศึกษา	9(8.4)	25(2.8)	28(4.4)	1(1.7)	63(3.7)
ในบริเวณพื้นที่โรงงาน	1(0.9)	12(1.3)	4(0.6)	0(0)	17(1)
ท่าเรือ บนเรือโดยสารสาธารณะ	0(0)	2(0.2)	1(0.2)	0(0)	3(0.2)
ไม่เคยไปดื่มในสถานที่ดังกล่าว	86(80.4)	787(87.7)	562(89.2)	56(93.3)	1,491(88)

(เฉพาะตัวอย่างที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตัวเองในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละประสบการณ์ในการหาซื้อแอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่าย
จำแนกตามอายุ

ประสบการณ์ในการหาซื้อ แอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่าย	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,954	2,138	545	5,335
เคยซื้อและซื้อได้	92(13.2)	499(25.5)	353(16.5)	46(8.4)	990(18.6)
ร้านของชำ/โชว์ห่วย	83(90.2)	457(91.6)	335(94.9)	43(93.5)	918(92.7)
ร้านอาหาร	3(3.3)	56(11.2)	27(7.6)	1(2.2)	87(8.8)
ปั๊มน้ำมัน	9(9.8)	69(13.8)	17(4.8)	0(0)	95(9.6)
ร้านสะดวกซื้อ (7-11 แฟมิลีมาร์ท)	8(8.7)	31(6.2)	6(1.7)	1(2.2)	46(4.6)
ร้านเครื่องดื่ม	9(9.8)	34(6.8)	27(7.6)	5(10.9)	75(7.6)
ร้านเร่ขาย	2(2.2)	4(0.8)	0(0)	1(2.2)	7(0.7)
ร้านเหล้าปั่น	5(5.4)	15(3)	5(1.4)	0(0)	25(2.5)
ร้านมินิมาร์ท	4(4.3)	27(5.4)	10(2.8)	1(2.2)	42(4.2)
อื่น ๆ	0(0)	0(0)	1(0.3)	0(0)	1(0.1)
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้	19(2.7)	46(2.4)	21(1)	3(0.6)	89(1.7)
ร้านของชำ/โชว์ห่วย	7(36.8)	10(21.7)	3(15)	1(33.3)	21(23.9)
ร้านอาหาร	2(10.5)	3(6.5)	3(15)	0(0)	8(9.1)
ปั๊มน้ำมัน	3(15.8)	4(8.7)	0(0)	0(0)	7(8)
ร้านสะดวกซื้อ (7-11 แฟมิลีมาร์ท)	13(68.4)	36(78.3)	16(80)	1(33.3)	66(75)
ร้านเครื่องดื่ม	4(21.1)	0(0)	0(0)	0(0)	4(4.5)
ร้านเร่ขาย	1(5.3)	0(0)	0(0)	0(0)	1(1.1)
ร้านเหล้าปั่น	3(15.8)	1(2.2)	1(5)	1(33.3)	6(6.8)
ร้านมินิมาร์ท	4(21.1)	1(2.2)	1(5)	0(0)	6(6.8)
อื่น ๆ	0(0)	2(4.3)	0(0)	0(0)	2(2.3)
ไม่เคยซื้อแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา ห้ามจำหน่าย	602 (86.2)	1,445 (74)	1,778 (83.2)	498 (91.4)	4,323 (81)

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 21 แสดงจำนวนและร้อยละสาเหตุที่ไม่อยากซื้อ-ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ

สาเหตุที่ไม่อยากซื้อหรือไม่อยากดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	151	860	738	192	1,941
ราคาแพง	42(27.8)	170(19.8)	153(20.7)	43(22.4)	408(21)
ไม่มีเงินซื้อ	56(37.1)	225(26.2)	153(20.7)	29(15.1)	463(23.9)
ร้านที่ซื้อประจำ(สะดวก)ปิด	5(3.3)	33(3.8)	23(3.1)	2(1)	63(3.2)
เป็นไข้/ปวดหัว/ตัวร้อน	15(9.9)	166(19.3)	132(17.9)	40(20.8)	353(18.2)
คนรู้จักห้ามดื่ม	8(5.3)	22(2.6)	33(4.5)	9(4.7)	72(3.7)
เปิดยาก ดื่มลำบาก	1(0.7)	6(0.7)	4(0.5)	2(1)	13(0.7)
หาสถานที่ดื่มลำบาก	5(3.3)	29(3.4)	18(2.4)	2(1)	54(2.8)
การรณรงค์เมาไม่ขับ	3(2)	42(4.9)	41(5.6)	10(5.2)	96(4.9)
ไม่มีภานะสำหรับดื่ม	0(0)	2(0.2)	5(0.7)	0(0)	7(0.4)
ไม่มีเพื่อนร่วมดื่ม	60(39.7)	410(47.7)	236(32)	37(19.3)	743(38.3)
คนในครอบครัวห้ามดื่ม	25(16.6)	160(18.6)	261(35.4)	85(44.3)	531(27.4)
อยู่ในช่วงงดเหล้าเข้าพรรษา	9(6)	125(14.5)	134(18.2)	32(16.7)	300(15.5)
ไม่สามารถซื้อได้ เพราะอายุ ต่ำกว่าที่กำหนด	17(11.3)	1(0.1)	1(0.1)	1(0.5)	20(1)
ต้องเดินทางไปซื้อ ไม่สะดวก ขี้เกียจ	5(3.3)	57(6.6)	34(4.6)	6(3.1)	102(5.3)
ไม่สามารถซื้อได้ เพราะเป็นเวลา ห้ามจำหน่าย	4(2.6)	21(2.4)	11(1.5)	5(2.6)	41(2.1)
ไม่สามารถซื้อได้ เพราะเป็นสถานที่ ห้ามจำหน่าย	0(0)	12(1.4)	5(0.7)	2(1)	19(1)
ร้านที่ซื้อไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่อยากดื่ม	0(0)	12(1.4)	0(0)	1(0.5)	13(0.7)
การรณรงค์ดื่มต่างๆ (ปีใหม่ สงกรานต์ ทอดกฐิน เป็นต้น)	1(0.7)	43(5)	42(5.7)	20(10.4)	106(5.5)
อื่นๆ	9(6)	58(6.7)	99(13.4)	51(26.6)	217(11.2)

ตาราง 22 แสดงจำนวนและร้อยละภาวะบรรจุก้อนที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซื้อได้ในราคาถูกที่สุดจำแนกตามอายุ

ประเภทของภาวะ บรรจุก้อนที่เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือน ที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,954	2,138	545	5,335
ฝา	0(0)	6(0.3)	2(0.1)	0(0)	8(0.1)
เป๊ก	2(0.3)	17(0.9)	39(1.8)	9(1.7)	67(1.3)
ก๊ก	1(0.1)	15(0.8)	34(1.6)	7(1.3)	57(1.1)
กึ่ง	0(0)	11(0.6)	22(1)	3(0.6)	36(0.7)
แก้ว	0(0)	12(0.6)	4(0.2)	0(0)	16(0.3)
ขวดลิโ	5(0.7)	8(0.4)	6(0.3)	3(0.6)	22(0.4)
กระป๋อง	39(5.6)	294(15)	183(8.6)	14(2.6)	530(9.9)
ขวดแบน	7(1)	51(2.6)	28(1.3)	6(1.1)	92(1.7)
ขวดเล็ก	20(2.9)	123(6.3)	90(4.2)	9(1.7)	242(4.5)
ขวดกลม	60(8.6)	395(20.2)	246(11.5)	21(3.9)	722(13.5)
อื่น ๆ	1(0.1)	5(0.3)	5(0.2)	1(0.2)	12(0.2)
ไม่เคยซื้อ	563(80.7)	1017(52)	1,479(69.2)	472(86.6)	3,531(66.2)

ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ถูกที่สุด ซึ่งตัวอย่างเคยซื้อ ราคาเฉลี่ย 82.7 บาท

ตาราง 23 แสดงจำนวนและร้อยละการตัดสินใจเมื่อร้านประจำไม่เปิดจำแนกตามอายุ

การตัดสินใจกรณีร้านประจำที่เคยซื้อ เครื่องต้มแอลกอฮอล์สะดวกที่สุดไม่เปิด ขายหรือไม่มีเครื่องต้มแอลกอฮอล์ที่ ต้องการ	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,951	2137	545	5,331
ไม่ดื่ม เลิกดื่มความตั้งใจ	293(42)	688(35.3)	864(40.4)	221(40.6)	2,066(38.8)
ไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน	158(22.6)	866(44.4)	736(34.4)	141(25.9)	1,901(35.7)
ไปร่วมวงดื่มสุรากับคนอื่นแทน	11(1.6)	41(2.1)	50(2.3)	8(1.5)	110(2.1)
เลือกซื้อเครื่องต้มแอลกอฮอล์อย่างอื่น ทดแทน	7(1)	28(1.4)	22(1)	0(0)	57(1.1)
อื่นๆ	229(32.8)	328(16.8)	465(21.8)	175(32.1)	1,197(22.5)

การรับรู้การโฆษณาเครื่องต้มแอลกอฮอล์

การพบเห็นการโฆษณาเครื่องต้มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ในรอบวันที่ผ่านมา พบมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 17.1 ร้านค้า ร้อยละ 5.9 และป้ายกลางแจ้ง เฟสบุ๊ก ร้อยละ 5.2 โดยความถี่ในการพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ช่องทางข้างต้น เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1 - 2 ครั้ง เมื่อสอบถามต่อถึงการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เปียร์ ในร้านอาหาร/ผับ/เคค/บาร์/คาราโอเกะในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ประชาชนส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ ร้อยละ 73.9 ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาที่ไป ร้อยละ 8.9 ด้านการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิมแอลกอฮอล์ฟรีในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้านสะดวกซื้อ ระบุว่าไม่เคยพบเห็นเลยเวลาที่ไป ร้อยละ 63.6 และไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ ร้อยละ 28.7

ตามมาตรา 31 ว่าด้วยการห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องต้มแอลกอฮอล์โดยวิธีการ หรือในลักษณะที่กำหนด ซึ่งการควบคุมได้ผลดี กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเพียงร้อยละ 11.3 การส่งเสริมการขายที่พบมากที่สุด คือ ลดราคา ร้อยละ 51.2 แลก-แจก-แถม

ร้อยละ 36.3 และให้เงินเชื่อ(ติดเงินไว้ก่อนวันหลังมาจ่าย) ร้อยละ 22.5 การส่งเสริมการขายโดยการลดราคา พบมากสุดในกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 62.5 กลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 55.0 และกลุ่มอายุระหว่าง 40 - 59 ปี ร้อยละ 46.1 ส่วนของการส่งเสริมการขายแลกเปลี่ยน-แถม พบมากในกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 41.5 กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 35.7 และกลุ่มอายุระหว่าง 40 - 59 ปี ร้อยละ 30.4

ด้านประสบการณ์การพบเห็นการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่อยู่ในอาคารมีนเมา ร้อยละ 8.3 พบมากในกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 10.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 89.9 ระบุว่าไม่เคยพบเห็นการขายในลักษณะดังกล่าว ซึ่งเป็นไปตามมาตรา 29 ที่ว่าด้วยการห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาคารมีนเมาจนครองสติไม่ได้

ตาราง 24 แสดงจำนวนและร้อยละสื่อที่เคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์

สื่อที่เคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
n	698	1,954	2,138	545	5,335
โทรทัศน์ พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.48 ครั้งต่อวัน	112(16)	342(17.5)	378(17.7)	81(14.9)	913(17.1)
ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.40 ครั้งต่อวัน	26(3.7)	141(7.2)	103(4.8)	10(1.8)	280(5.2)
สื่อสิ่งพิมพ์ (นสพ. นิตยสาร แผ่นพับ) พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.97 ครั้งต่อวัน	4(0.6)	16(0.8)	11(0.5)	4(0.7)	35(0.7)
วิทยุ พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.64 ครั้งต่อวัน	0(0)	5(0.3)	10(0.5)	0(0)	15(0.3)
อินเทอร์เน็ต พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 2.09 ครั้งต่อวัน	49(7)	118(6)	28(1.3)	2(0.4)	197(3.7)
เฟสบุ๊ก พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 2.02 ครั้งต่อวัน	68(9.7)	185(9.5)	27(1.3)	0(0)	280(5.2)

ตาราง 24 (ต่อ)

สื่อที่เคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
ไลน์ พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.91 ครั้งต่อวัน	6(0.9)	19(1)	8(0.4)	1(0.2)	34(0.6)
อินสตราแกรม พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.90 ครั้งต่อวัน	3(0.4)	5(0.3)	2(0.1)	0(0)	10(0.2)
ยูทูป พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.90 ครั้งต่อวัน	22(3.2)	48(2.5)	8(0.4)	0(0)	78(1.5)
ทวิตเตอร์ พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 3.00 ครั้งต่อวัน	1(0.1)	1(0.1)	0(0)	0(0)	2(0)
สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง) พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.89 ครั้งต่อวัน	2(0.3)	12(0.6)	3(0.1)	1(0.2)	18(0.3)
ในร้านค้า พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.63 ครั้งต่อวัน	29(4.2)	153(7.8)	120(5.6)	15(2.8)	317(5.9)
สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์ พบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 2.36 ครั้งต่อวัน	5(0.7)	21(1.1)	9(0.4)	0(0)	35(0.7)
ไม่เห็น/ได้ยินโฆษณาแอลกอฮอล์	472 (67.6)	1,234 (63.2)	1,579 (73.9)	441 (80.9)	3,726 (69.8)

ในรูปแบบต่าง ๆ ณ วันที่เก็บข้อมูล (กันยายน 2561) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล
จำแนกตามอายุ

ระดับการพบเห็นในช่วง 3 เดือน ที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,954	2,138	545	5,335
พบเห็นทุกครั้งที่ได้ไป	24(3.4)	105(5.4)	32(1.5)	6(1.1)	167(3.1)
พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ได้ไป	11(1.6)	80(4.1)	31(1.4)	3(0.6)	125(2.3)
พบเห็นบ่อยๆ ที่ได้ไป	20(2.9)	173(8.9)	72(3.4)	3(0.6)	268(5)
พบเห็นนานๆ ครั้งที่ได้ไป	30(4.3)	209(10.7)	108(5.1)	9(1.7)	356(6.7)
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	72(10.3)	191(9.8)	154(7.2)	59(10.8)	476(8.9)
ไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	541(77.5)	1,196(61.2)	1,741(81.4)	465(85.3)	3,943(73.9)

ตาราง 26 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล จำแนกตามอายุ

ระดับการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิม แอลกอฮอล์ฟรีในห้างสรรพสินค้า/ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้าน สะดวกซื้อ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,954	2,138	545	5,335
พบเห็นทุกครั้งที่ได้ไป	5(0.7)	40(2)	14(0.7)	3(0.6)	62(1.2)
พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ได้ไป	5(0.7)	15(0.8)	12(0.6)	1(0.2)	33(0.6)
พบเห็นบ่อยๆ ที่ได้ไป	12(1.7)	45(2.3)	23(1.1)	4(0.7)	84(1.6)
พบเห็นนานๆ ครั้งที่ได้ไป	31(4.4)	111(5.7)	78(3.6)	12(2.2)	232(4.3)
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	456(65.3)	1,347(68.9)	1,323(61.9)	269(49.4)	3,395(63.6)
ไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ใน รอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	189(27.1)	396(20.3)	688(32.2)	256(47)	1,529(28.7)

ตาราง 27 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
จำแนกตามอายุ

การพบเห็นการส่งเสริมการขาย ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,954	2,138	545	5,335
ไม่เคยพบเห็น	642(92)	1,636(83.7)	1,934(90.5)	519(95.2)	4,731(88.7)
เคยพบเห็น	56(8)	318(16.3)	204(9.5)	26(4.8)	604(11.3)
ลดราคา	35(62.5)	175(55)	94(46.1)	5(19.2)	309(51.2)
แลก-แจก-แถม	20(35.7)	132(41.5)	62(30.4)	5(19.2)	219(36.3)
ขายตรง	2(3.6)	13(4.1)	13(6.4)	1(3.8)	29(4.8)
ขายผ่านการเป็นสมาชิก	2(3.6)	2(0.6)	2(1)	0(0)	6(1)
ให้ลองชิม/ลองดื่ม	12(21.4)	46(14.5)	46(22.5)	5(19.2)	109(18)
จับฉลาก/ชิงรางวัล	5(8.9)	23(7.2)	14(6.9)	2(7.7)	44(7.3)
ให้สิทธิประโยชน์อื่นตอบแทน ผู้ซื้อ เช่น แจกบัตรชมคอนเสิร์ต	3(5.4)	29(9.1)	3(1.5)	0(0)	35(5.8)
ให้เงินเชื่อ (ติดเงินไว้ก่อนวันหลัง มาจ่าย)	6(10.7)	53(16.7)	66(32.4)	11(42.3)	136(22.5)

ตาราง 28 แสดงจำนวนและร้อยละของการพบเห็นการส่งเสริมการขายจำแนกตามอายุ

การพบเห็นการขายในลักษณะต่าง ๆในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,954	2,138	545	5,335
การร่ำขาย	4(0.6)	19(1)	11(0.5)	0(0)	34(0.6)
ขายพ่วงกับสินค้าอื่น	12(1.7)	42(2.1)	27(1.3)	0(0)	81(1.5)
การขายแก่ผู้ที่อยู่ในอาคารมีนเมา	46(6.6)	201(10.3)	169(7.9)	29(5.3)	445(8.3)
ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ	4(0.6)	6(0.3)	3(0.1)	0(0)	13(0.2)
ไม่เคยพบเห็นการขายในลักษณะ ดังกล่าว	636 (91.1)	1,699 (86.9)	1,943 (90.9)	516 (94.7)	4,794 (89.9)

การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความคิดเห็นต่อเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์

ด้านมาตรา 29 ที่ว่าด้วยการห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ยังควบคุมได้ไม่ดีมากนัก ประชาชนระบุว่าเคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อมักรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 43.9 ด้านการรับรู้มาตรการช่วงเวลาห้ามจำหน่าย พบว่าทราบว่ามีมาตรการช่วงเวลาห้ามจำหน่ายบางเวลา ร้อยละ 98.1 แต่กลับพบว่าประชาชนไม่รับรู้ช่วงเวลาที่แน่นอนซึ่งทราบว่ามีจำหน่าย เวลา 14.00 - 17.00 น. เพียงร้อยละ 54.8 และทราบว่ามีจำหน่ายเวลา 24.00 - 11.00 น. ร้อยละ 66.1

ด้านการรับรู้มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าส่วนใหญ่ทราบว่าห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท ถึงร้อยละ 95.8 โดยมาตรการที่มีการรับรู้มากที่สุดคือ ห้ามจำหน่ายในวัด/สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา ร้อยละ 96.6 มาตรการที่มีรับรู้น้อยที่สุดคือ ห้ามจำหน่ายในหอพัก ร้อยละ 54.9 ส่วนการรับรู้มาตรการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าส่วนใหญ่ทราบว่าห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท ร้อยละ 95.8 รับรู้มากที่สุดคือ ห้ามดื่มในวัด/สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา และห้ามดื่มในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ ร้อยละ 95 รับรู้น้อยที่สุดคือ ห้ามดื่มในท่าเรือ หรือบนเรือ ร้อยละ 56.6

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ระบุว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโทษต่อสังคมมากกว่า ร้อยละ 82.8 มีประโยชน์ และโทษพอ ๆ กัน ร้อยละ 16.2 เมื่อถามถึงความจำเป็นของกฎหมายเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระบุว่าจำเป็นที่จะต้องมียกกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดเพียงพอ ร้อยละ 73

ตาราง 29 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
จำแนกตามอายุ

การพบเห็นเด็กอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ซึ่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	698	1,953	2,138	544	5,333
เคยพบเห็น	296(42.4)	691(35.4)	687(32.1)	122(22.4)	1,796(33.7)
ไม่เคยพบเห็น	250(35.8)	827(42.3)	1,007(47.1)	256(47.1)	2,340(43.9)
ไม่แน่ใจ	152(21.8)	435(22.3)	444(20.8)	166(30.5)	1,197(22.4)

ตาราง 30 แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นต่อกฎระเบียบมาตรการต่าง ๆ จำแนกตามอายุ

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	624	1,866	2,008	484	4,982
มาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์บางเวลา	617(98.7)	1,823(97.6)	1,985(98.7)	457(97)	4,882(98.1)
ห้ามจำหน่าย เวลา 14.00-17.00 น.	305(48.8)	1,174(62.8)	1,024(50.9)	226(48)	2,729(54.8)
ห้ามจำหน่าย เวลา 24.00-11.00 น.	366(58.6)	1,351(72.3)	1,320(65.6)	253(53.7)	3,290(66.1)
ห้ามโฆษณาแอลกอฮอล์ในลักษณะตี๋มแล้วตี๋ โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	499(80)	1,580(84.7)	1,660(82.7)	382(78.9)	4,121(82.7)
ควบคุมเนื้อหาโฆษณา ให้กระทำไ้เฉพาะให้ ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	456(73.1)	1,482(79.4)	1,541(76.7)	325(67.1)	3,804(76.4)
ห้ามโฆษณาปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุ ภัณฑ์แอลกอฮอล์ โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	429(68.8)	1,441(77.2)	1,465(73)	338(69.8)	3,673(73.7)
ห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่ม เช่น การ ลด แลก แจก แถม	343(55)	1,197(64.1)	1,188(59.2)	264(54.5)	2,992(60.1)
ห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มการขาย พ่วงกับสินค้าอื่น	288(46.2)	1,046(56.1)	994(49.5)	226(46.7)	2,554(51.3)

ตาราง 30 (ต่อ)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับ เครื่องตีแมลงกอลฮอลล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
ห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์โดย เครื่องขายอัตโนมัติ	305(48.9)	1,081(57.9)	1,013(50.4)	243(50.2)	2,642(53)
ห้ามการใช้ข้อความหรือภาพที่มีนักกีฬา ดารา ศิลปิน นักร้อง นักแสดง ภาพการ์ตูน	480(76.9)	1,496(80.2)	1,506(75)	365(75.4)	3,847(77.2)
ห้ามการใช้ข้อความที่ชักจูงให้ซื้อ/บริโภคเพื่อ นำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล	407(65.2)	1,283(68.8)	1,330(66.2)	317(65.5)	3,337(67)
ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องตีแมลง กอลฮอลล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	486(72.2)	1,307(68.1)	1,537(73)	375(73)	3,705(71.1)
ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องตีแมลง กอลฮอลล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	441(65.5)	1,300(67.7)	1,355(64.4)	332(64.6)	3,428(65.8)
มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์ “แก่คนเมา” ครองสติไม่ได้	353(52.5)	1,174(61.1)	1,218(57.9)	285(55.4)	3,030(58.1)
มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์ ในลักษณะ “เร่ขาย”	320(47.5)	1,114(58)	1,017(48.3)	255(49.6)	2,706(51.9)
การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องตีแมลง กอลฮอลล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ	449(66.7)	1,410(73.4)	1,500(71.3)	327(63.6)	3,686(70.7)
มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับ จังหวัด เพื่อดำเนินการควบคุมปัญหา	326(48.4)	1,099(57.2)	1,106(52.5)	234(45.5)	2,765(53.1)

(เฉพาะผู้ที่ตอบว่า ถูก)

ตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
จำแนกตามอายุ

การรับรู้มาตรการควบคุมการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	686	1,944	2,116	537	5,283
ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ บางประเภท	642(93.6)	1,879(96.7)	2,036(96.2)	502(93.5)	5,059(95.8)
ห้ามจำหน่ายในวัด/สถานที่สำหรับปฏิบัติ พิธีกรรมทางศาสนา	648(94.5)	1,887(97.1)	2,051(96.9)	516(96.1)	5,102(96.6)
ห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุข สถานพยาบาล ของรัฐและเอกชนและ ร้านขายยา	618(90.1)	1,841(94.7)	2,008(94.9)	496(92.4)	4,963(93.9)
ห้ามจำหน่ายในสถานที่ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ยกเว้นที่פק ส่วนบุคคล	608(88.6)	1,830(94.1)	1,978(93.5)	476(88.6)	4,892(92.6)
ห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของทาง ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	592(86.3)	1,798(92.5)	1,910(90.3)	456(84.9)	4,756(90)
ห้ามจำหน่ายในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย/ สถาบันการศึกษาต่างๆ	648(94.5)	1,871(96.2)	2,015(95.2)	502(93.5)	5,036(95.3)
ห้ามจำหน่ายในหอพัก	331(48.3)	1,129(58.1)	1,163(55)	280(52.1)	2,903(54.9)
ห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	421(61.4)	1,406(72.3)	1,414(66.8)	321(59.8)	3,562(67.4)
ห้ามจำหน่ายในสถานีขนส่ง หรือ บন্দรถโดยสาร	513(74.8)	1,638(84.3)	1,723(81.4)	394(73.4)	4,268(80.8)
ห้ามจำหน่ายบนทางหรือในรถ บন্দรถ หรือ ขณะขับขี่	606(88.3)	1,814(93.3)	1,959(92.6)	482(89.8)	4,861(92)
ห้ามจำหน่ายในสถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่ อยู่บนทางรถไฟ	443(64.6)	1,434(73.8)	1,473(69.6)	340(63.3)	3,690(69.8)
ห้ามจำหน่ายในท่าเรือ หรือบนเรือ	387(56.4)	1,285(66.1)	1,326(62.7)	314(58.5)	3,312(62.7)
ห้ามจำหน่ายในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือหอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา	524(76.4)	1,592(81.9)	1,674(79.1)	418(77.8)	4,208(79.7)
ห้ามจำหน่ายในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน	410(59.8)	1,453(74.7)	1,495(70.7)	346(64.4)	3,704(70.1)

(เฉพาะผู้ที่ตอบว่า ถูก)

ตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ

การรับรู้มาตรการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
n	684	1,943	2,115	535	5,277
ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	637(93.1)	1,882(96.9)	2,034(96.2)	501(93.6)	5,054(95.8)
ห้ามดื่มในวัด/สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา	639(93.4)	1,852(95.3)	2,014(95.2)	508(95)	5,013(95)
ห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุข					
สถานพยาบาล ของรัฐและเอกชน และร้านขายยา	593(86.7)	1,818(93.6)	1,955(92.4)	477(89.2)	4,843(91.8)
ห้ามดื่มในสถานที่ราชการ/ รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ ยกเว้นที่พกส่วนบุคคล	592(86.5)	1,795(92.4)	1,911(90.4)	460(86)	4,758(90.2)
ห้ามดื่มในสวนสาธารณะของทางราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	555(81.1)	1,724(88.7)	1,798(85)	422(78.9)	4,499(85.3)
ห้ามดื่มในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย/ สถาบันการศึกษาต่างๆ	649(94.9)	1,863(95.9)	2,008(94.9)	493(92.1)	5,013(95)
ห้ามดื่มในหอพัก	290(42.4)	970(49.9)	988(46.7)	232(43.4)	2,480(47)
ห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	417(61)	1,376(70.8)	1374(65)	312(58.3)	3,479(65.9)
ห้ามดื่มในสถานีขนส่ง หรือบนรถโดยสาร	500(73.1)	1,580(81.3)	1,657(78.3)	360(67.3)	4,097(77.6)
ห้ามดื่มบนทางหรือในรถ บนรถ หรือขณะขับขี่	592(86.5)	1,756(90.4)	1,892(89.5)	456(85.2)	4,696(89)
ห้ามดื่มในสถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่อยู่บนทางรถไฟ	403(58.9)	1,326(68.2)	1,355(64.1)	316(59.1)	3,400(64.4)
ห้ามดื่มในท่าเรือ หรือบนเรือ	360(52.6)	1,151(59.2)	1,183(55.9)	292(54.6)	2,986(56.6)
ห้ามดื่มในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือหอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา	533(77.9)	1,559(80.2)	1,653(78.2)	397(74.2)	4,142(78.5)
ห้ามดื่มในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน	421(61.5)	1,416(72.9)	1,420(67.1)	343(64.1)	3,600(68.2)

(เฉพาะผู้ที่ตอบว่า ถูก)

ตาราง 32 แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นว่าเครื่องตัดแอลกอฮอล์ต่อสังคมไทยโดยรวม
จำแนกตามอายุ

ประโยชน์หรือโทษของ เครื่องตัดแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	697	1,954	2,137	544	5,332
มีประโยชน์ต่อสังคม มากกว่า	10 (1.4)	23 (1.2)	15 (0.7)	4 (0.7)	52 (1)
มีโทษต่อสังคมมากกว่า	600 (86.1)	1,556 (79.6)	1,799 (84.2)	462 (84.9)	4,417 (82.8)
พอๆ กัน	87 (12.5)	375 (19.2)	323 (15.1)	78 (14.3)	863 (16.2)

ตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบควบคุมเครื่องตัด
แอลกอฮอล์จำแนกตามอายุ

ความจำเป็นที่ควรจะมีการ ควบคุมเครื่องตัดแอลกอฮอล์	น้อยกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
n	697	1,953	2,135	544	5,329
จำเป็น	551 (79.1)	1,353 (69.3)	1,572 (73.6)	414 (76.1)	3,890 (73)
ไม่จำเป็น	35 (5)	178 (9.1)	125 (5.9)	24 (4.4)	362 (6.8)
ไม่มีความเห็น	111 (15.9)	422 (21.6)	438 (20.5)	106 (19.5)	1,077 (20.2)

ผลการประเมินการรับรู้จากเจ้าหน้าที่

ข้อมูลทั่วไป

จากผลการสำรวจเจ้าหน้าที่ จำนวน 533 ราย พบว่าเป็นเพศชาย ร้อยละ 61.5 เพศหญิง ร้อยละ 38.5 สถานภาพสมรสพบว่า ส่วนใหญ่สมรส ร้อยละ 66 และโสด ร้อยละ 28.1 การศึกษา สำเร็จสูงสุดส่วนใหญ่จบระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.9 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช. ร้อยละ 13.9 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.2 โดยบทบาทการเป็น เจ้าหน้าที่ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 33.1 รองลงมาใกล้เคียงกัน นายตำรวจ ชั้นประทวน ร้อยละ 31.8 นายตำรวจชั้นสัญญาบัตร ร้อยละ 17.3 สรรพสามิต ร้อยละ 14.8 และอื่น ๆ ร้อยละ 3 ซึ่งประกอบด้วย ครูฝ่ายปกครอง ผู้ใหญ่บ้าน และผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน

ตาราง 34 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(ร้อยละ)
ชาย	328(61.5)
หญิง	205(38.5)
รวม	533(100.0)

ตาราง 35 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน(ร้อยละ)
โสด	153(28.9)
สมรส	349(66)
ม่าย/หย่า/แยกกันอยู่	27(5.1)
รวม	529(100.0)

ตาราง 36 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการศึกษาที่สำเร็จสูงสุด

การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด	จำนวน(ร้อยละ)
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	6(1.1)
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	74(13.9)
อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	37(6.9)
ปริญญาตรี	367(68.9)
สูงกว่าปริญญาตรี	49(9.2)
รวม	533(100.0)

ตาราง 37 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	จำนวน(ร้อยละ)
สาธารณสุข	176(33.1)
สรรพสามิต	79(14.8)
นายตำรวจชั้นประทวน	169(31.8)
นายตำรวจชั้นสัญญาบัตร	92(17.3)
อื่น ๆ	16(3)
รวม	532(100.0)

ประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ และการดำเนินการ กรณีกระทำผิดระเบียบกฎหมาย

การพบเห็น หรือได้ยินรูปแบบโฆษณาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อ พบว่าในรอบวัน
ที่ผ่านมาเคยพบเห็น หรือได้ยินผ่านทางสื่อ ร้อยละ 48.6 โดยสื่อที่พบเห็น หรือได้ยิน คือ โทรทัศน์
ร้อยละ 61.6 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 41.1 และในร้านค้า ร้อยละ 40.3

การพบเห็นการซื้อ การตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้าม

ประเด็นการเคยพบเห็นการซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามตามมาตรา 27
ส่วนใหญ่เคยพบเห็นการซื้อในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือหอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา
ร้อยละ 16.1 ทำการตักเตือน ร้อยละ 48.8 ณะที่ไม่ได้ดำเนินการ ร้อยละ 39.5 และมีการจับกุม
ร้อยละ 11.6 เคยพบเห็นการซื้อในหอพัก ร้อยละ 11.1 ส่วนใหญ่มีการตักเตือน ร้อยละ 56.9
ณะที่ไม่ได้ดำเนินการ 43.1 และเคยพบเห็นการซื้อในสถานี่ขนส่ง หรือบนรถโดยสาร ร้อยละ 7.9
ส่วนใหญ่มีการตักเตือน ร้อยละ 51.2 ณะที่ไม่ได้ดำเนินการ ร้อยละ 36.6 และมีการจับกุม
ร้อยละ 12.2

ส่วนประเด็นการเคยพบเห็นการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามตามมาตรา
31 ส่วนใหญ่เคยพบเห็นการตี๋มบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือหอพักบริเวณใกล้เคียง
สถานศึกษา ร้อยละ 13.7 ทำการตักเตือน ร้อยละ 52.8 ณะที่ไม่ได้ดำเนินการ ร้อยละ 41.7 และ
มีการจับกุม ร้อยละ 5.6 พบเห็นการตี๋มในวัด/ศาสนสถานต่าง ๆ ร้อยละ 11.1 ทำการตักเตือน
ร้อยละ 53.4 ณะที่ไม่ได้ดำเนินการ ร้อยละ 44.8 และมีการจับกุม ร้อยละ 1.7 และพบเห็น
การตี๋มในสถานี่ขนส่งหรือบนรถโดยสาร และสถานี่บริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน/ร้านค้าบริเวณใกล้
สถานี่เท่ากัน คือร้อยละ 6.9

การพบเห็นการซื้อขายที่ผิดระเบียบกฎหมาย

การพบเห็นการซื้อขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่ายตามมาตรา 28 พบว่า
การควบคุมยังไม่ได้ผลดีมากนัก เจ้าหน้าที่เคยพบเห็นถึงร้อยละ 31 สถานที่ที่พบมากคือ ร้านของ

ชำ/โชว์ห่วย ร้อยละ 83.6 ร้านอาหาร ร้อยละ 39.4 และร้านเครื่องดื่ม ร้อยละ 29.1 กรณีที่พบเห็น
เจ้าหน้าที่ได้ทำการตักเตือน ร้อยละ 46.8 ไม่ได้ดำเนินการ ร้อยละ 41.6 และมีการจับกุมดำเนินคดี
ร้อยละ 11.7 ซึ่งเจ้าหน้าที่ ให้เหตุผลที่ไม่ได้ดำเนินการว่า ไม่มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการ
อยู่ในสถานการณ์ที่ไม่เอื้อในการดำเนินการ อยู่นอกเวลาราชการ และอยู่นอกเขตรับผิดชอบ

ตามมาตรา 29 ว่าด้วยการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20
ปี เจ้าหน้าที่ระบุว่าเคยพบเห็น ร้อยละ 19.7 สถานที่ที่พบเห็น คือ ร้านของชำ/โชว์ห่วย ร้อยละ
83.8 ร้านอาหาร ร้อยละ 22.9 และร้านเครื่องดื่ม ร้อยละ 18.1 เมื่อสอบถามต่อถึงการดำเนินการ
เจ้าหน้าที่ระบุว่าทำการตักเตือน ร้อยละ 59.3 ไม่ได้ดำเนินการ ร้อยละ 32.6 มีการจับกุมดำเนินคดี
ร้อยละ 8.1 ซึ่งเจ้าหน้าที่ให้เหตุผลที่ไม่ได้ดำเนินการว่า ไม่มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการอยู่นอก
เวลาราชการ และอยู่นอกเขตรับผิดชอบ

การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เชียร์ในร้านอาหาร/ผับ/
เรค/บาร์/คาราโอเกะ เจ้าหน้าที่ระบุว่าไม่ได้ไปสถานที่เหล่านี้ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 41.5
พบเห็นนาน ๆ ครั้งทีไป ร้อยละ 20.6 และพบเห็นบ่อย ๆ ทีไป ร้อยละ 12.2

การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิมแอลกอฮอล์ฟรี
ในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้านสะดวกซื้อ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ไม่เคยพบเห็น
เลยเวลาไป ร้อยละ 54 ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านี้ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 28.3 และพบเห็น
นาน ๆ ครั้งทีไป ร้อยละ 9.4

การพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ ตามมาตรา 30
ออกประกาศห้าม ซึ่งในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ที่พบเห็นมากที่สุดคือ ส่งเสริมการขายในรูปแบบลด
ราคา ร้อยละ 10.3 เจ้าหน้าที่ได้ทำการตักเตือน ร้อยละ 58.2 ไม่ได้ดำเนินการ ร้อยละ 36.4 และมี
การจับกุมดำเนินคดี ร้อยละ 5.5 ส่งเสริมการขายในรูปแบบแลก-แจก-แถม ร้อยละ 7.3 เจ้าหน้าที่
ได้ทำการตักเตือน ร้อยละ 59 ไม่ได้ดำเนินการ ร้อยละ 30.8 และมีการจับกุมดำเนินคดี ร้อยละ
10.3 และส่งเสริมการขายในรูปแบบจับฉลาก/ชิงรางวัล ร้อยละ 7.3 เจ้าหน้าที่ได้ทำการตักเตือน
ร้อยละ 53.6 ไม่ได้ดำเนินการ ร้อยละ 35.7 และมีการจับกุมดำเนินคดี ร้อยละ 10.7

ตาราง 38 แสดงจำนวนและร้อยละการเคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์

การเคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ	จำนวน (ร้อยละ)
เคยพบเห็น/ได้ยิน	259(48.6)
โทรทัศน์ ซึ่งพบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.76 ครั้งต่อวัน	159(61.6)
ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) ซึ่งพบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 2.06 ครั้งต่อวัน	97(37.6)
สื่อสิ่งพิมพ์ (นสพ. นิตยสาร แผ่นพับ) ซึ่งพบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.74 ครั้งต่อวัน	40(15.5)
วิทยุ ซึ่งพบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.19 ครั้งต่อวัน	18(7)
อินเทอร์เน็ต ซึ่งพบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 2.17 ครั้งต่อวัน	106(41.1)
สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง) ซึ่งพบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.50 ครั้งต่อวัน	8(3.1)
ในร้านค้า ซึ่งพบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 2.17 ครั้งต่อวัน	104(40.3)
สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์ ซึ่งพบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 1.85 ครั้งต่อวัน	48(18.6)
สื่ออื่นๆ ซึ่งพบเห็นหรือได้ยินโดยเฉลี่ย 4.0 ครั้งต่อวัน	3(1.2)
ไม่พบเห็น/ไม่ได้ยิน	274(51.4)
รวม	533(100.0)

ตาราง 39 แสดงจำนวนและร้อยละการเคยพบเห็นการซื้อ/จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน
สถานที่ต่าง ๆ และการดำเนินการในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

สถานที่ที่เคยพบเห็นการซื้อ/จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การเคยพบเห็น		การดำเนินการ		
	เคย	ไม่เคย	ไม่ได้ ดำเนินการ	ตักเตือน	จับกุม
วัด/ศาสนสถานต่างๆ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.35 ครั้ง	34 (6.4)	499 (93.6)	10 (30.3)	20 (60.6)	3 (9.1)
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/ สถาบันการศึกษาต่างๆ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.46 ครั้ง	14 (2.6)	519 (97.4)	1 (7.1)	12 (85.7)	1 (7.1)
สถานบริการเชื้อเพลิง ปั่นน้ำมัน/ ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 3.58 ครั้ง	37 (6.9)	496 (93.1)	20 (54.1)	14 (37.8)	3 (8.1)
สถานบริการสาธารณสุขหรือ โรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.50 ครั้ง	11 (2.1)	522 (97.9)	4 (36.4)	6 (54.5)	1 (9.1)
สถานที่ทางราชการต่างๆ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.57 ครั้ง	16 (3)	517 (97)	2 (12.5)	12 (75)	2 (12.5)
หอพัก ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.80 ครั้ง	59 (11.1)	474 (88.9)	25 (43.1)	33 (56.9)	0 (0)
สวนสาธารณะของทางราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.73 ครั้ง	26 (4.9)	507 (95.1)	9 (34.6)	13 (50)	4 (15.4)
สถานีขนส่ง หรือบนรถโดยสาร ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.62 ครั้ง	42 (7.9)	491 (92.1)	15 (36.6)	21 (51.2)	5 (12.2)
บนทางหรือในรถ บนรถ หรือขณะขับขี่ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.19 ครั้ง	28 (5.3)	505 (94.7)	9 (32.1)	12 (42.9)	7 (25)

ตาราง 40 (ต่อ)

สถานที่ที่เคยพบเห็นการซื้อ/จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การเคยพบเห็น		การดำเนินการ		
	เคย	ไม่เคย	ไม่ได้ ดำเนินการ	ตักเตือน	จับกุม
สถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่อยู่บน ทางรถไฟ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 3.44 ครั้ง	11 (2.1)	522 (97.9)	3 (27.3)	7 (63.6)	1 (9.1)
ในท่าเรือ หรือบนเรือ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.00 ครั้ง	5 (0.9)	528 (99.1)	3 (60)	2 (40)	0 (0)
ในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือ หอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.54 ครั้ง	86 (16.1)	447 (83.9)	34 (39.5)	42 (48.8)	10 (11.6)
ในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.48 ครั้ง	31 (5.8)	502 (94.2)	12 (41.4)	16 (55.2)	1 (3.4)

ตาราง 41 แสดงจำนวนและร้อยละการเคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ
และการดำเนินการในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

สถานที่ที่เคยพบเห็นการซื้อ/จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การเคยพบเห็น		การดำเนินการ		
	เคย	ไม่เคย	ไม่ได้ ดำเนินการ	ตักเตือน	จับกุม
วัด/ศาสนสถานต่างๆ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.79 ครั้ง	59 (11.1)	474 (88.9)	26 (44.8)	31 (53.4)	1 (1.7)
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/ สถาบันการศึกษาต่างๆ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.30 ครั้ง	24 (4.5)	509 (95.5)	9 (37.5)	13 (54.2)	2 (8.3)

ตาราง 41 (ต่อ)

สถานที่ที่เคยพบเห็นการซื้อ/จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การเคยพบเห็น		การดำเนินการ		
	เคย	ไม่เคย	ไม่ได้ ดำเนินการ	ตักเตือน	จับกุม
สถานบริการเชื้อเพลิง ปั่นน้ำมัน/ ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.52 ครั้ง	37 (6.9)	496 (93.1)	15 (40.5)	19 (51.4)	3 (8.1)
สถานบริการสาธารณสุขหรือ โรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.27 ครั้ง	13 (2.4)	520 (97.6)	6 (46.2)	6 (46.2)	1 (7.7)
สถานที่ทางราชการต่างๆ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.38 ครั้ง	23 (4.3)	510 (95.7)	7 (30.4)	13 (56.5)	3 (13)
หอพัก ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.69 ครั้ง	57 (10.7)	476 (89.3)	29 (50.9)	28 (49.1)	0 (0)
สวนสาธารณะของทางราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.29 ครั้ง	25 (4.7)	508 (95.3)	11 (44)	10 (40)	4 (16)
สถานีขนส่ง หรือบนรถโดยสาร ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.28 ครั้ง	37 (6.9)	496 (93.1)	15 (40.5)	18 (48.6)	4 (10.8)
บนทางหรือในรถ บนรถ หรือขณะ ขับขี่ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.04 ครั้ง	26 (4.9)	507 (95.1)	7 (26.9)	11 (42.3)	8 (30.8)
สถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่อยู่บน ทางรถไฟ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.13 ครั้ง	10 (1.9)	523 (98.1)	3 (30)	5 (50)	2 (20)
ท่าเรือ หรือบนเรือ ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.17 ครั้ง	7 (1.3)	526 (98.7)	1 (14.3)	6 (85.7)	0 (0)

ตาราง 41 (ต่อ)

สถานที่ที่เคยพบเห็นการซื้อ/จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การเคยพบเห็น		การดำเนินการ		
	เคย	ไม่เคย	ไม่ได้ ดำเนินการ	ตักเตือน	จับกุม
บริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือ หอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.21 ครั้ง	73 (13.7)	460 (86.3)	30 (41.7)	38 (52.8)	4 (5.6)
พื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.65 ครั้ง	19 (3.6)	514 (96.4)	8 (42.1)	11 (57.9)	0 (0)

ตาราง 42 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่าย

ประสบการณ์ในการพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกเวลาจำหน่าย	จำนวน(ร้อยละ)
เคยพบเห็น	165(31)
ร้านของชำ/โช้วห่วย	138(83.6)
ร้านอาหาร	65(39.4)
ผับ เชน บาร์ คาราโอเกะ	43(26.1)
ร้านสะดวกซื้อ (7-11 แฟมิลีมาร์ท)	22(13.3)
ร้านเครื่องดื่ม	48(29.1)
ร้านเร่ขาย	18(10.9)
ร้านเหล้าปั่น	15(9.1)
ร้านมินิมาร์ท	22(13.3)
ไม่เคยพบเห็น	368(69)
รวม	533(100.0)

ตาราง 43 แสดงจำนวนและร้อยละการดำเนินการกรณีที่เคยพบเห็นการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่าย

การดำเนินการกรณีที่เคยพบเห็น	จำนวน(ร้อยละ)
ไม่ได้ดำเนินการ	64(41.6)
ตักเตือน	72(46.8)
จับกุมดำเนินคดี	18(11.7)
รวม	154(100.0)

ตาราง 44 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เบียร์ในร้านอาหาร/ผับ/เชค/บาร์/คาราโอเกะ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

ระดับการพบเห็นการโฆษณา เช่น สาวเชียร์เบียร์	จำนวน(ร้อยละ)
พบเห็นทุกครั้งที่ไป	38(7.1)
พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ไป	42(7.9)
พบเห็นบ่อย ๆ ที่ไป	65(12.2)
พบเห็นนาน ๆ ครั้งกันไป	110(20.6)
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	57(10.7)
ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านี้ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	221(41.5)
รวม	533(100.0)

ตาราง 45 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิม ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

ระดับการพบเห็นการโฆษณา เช่น สาวชวนให้ชิม	จำนวน(ร้อยละ)
พบเห็นทุกครั้งที่ได้ไป	13(2.4)
พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ได้ไป	17(3.2)
พบเห็นบ่อย ๆ ที่ได้ไป	14(2.6)
พบเห็นนาน ๆ ครั้งที่ได้ไป	50(9.4)
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	288(54)
ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านี้ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	151(28.3)
รวม	533(100.0)

ตาราง 46 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคล อายุต่ำกว่า 20 ปี

ประสบการณ์ในการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคล อายุต่ำกว่า 20 ปี	จำนวน(ร้อยละ)
เคยพบเห็น	105(19.7)
ร้านของชำ/โช้วห่วย	88(83.8)
ร้านอาหาร	24(22.9)
ผับ เชน บาร์ คาราโอเกะ	14(13.3)
ร้านสะดวกซื้อ (7-11 แฟมิลีมาร์ท)	15(14.3)
ร้านเครื่องดื่ม	19(18.1)
ร้านเร่ขาย	5(4.8)
ร้านเหล้าปั่น	12(11.4)
ร้านมินิมาร์ท	15(14.3)
ไม่เคยพบเห็น	377(70.7)
ไม่แน่ใจ	51(9.6)
รวม	533(100.0)

ตาราง 47 แสดงจำนวนและร้อยละการดำเนินการกรณีที่เคยพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี

การดำเนินการกรณีที่เคยพบเห็น	จำนวน(ร้อยละ)
ไม่ได้ดำเนินการ	28(32.6)
ตักเตือน	51(59.3)
จับกุมดำเนินคดี	7(8.1)
รวม	86(100.0)

ตาราง 48 แสดงจำนวนและร้อยละการพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

สถานที่ที่เคยพบเห็นการซื้อ/จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การเคยพบเห็น		การดำเนินการ		
	เคย	ไม่เคย	ไม่ได้ ดำเนินการ	ตักเตือน	จับกุม
ลดราคา ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.33 ครั้ง	55 (10.3)	478 (89.7)	20 (36.4)	32 (58.2)	3 (5.5)
แลก-แจก-แถม ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 2.05 ครั้ง	39 (7.3)	494 (92.7)	12 (30.8)	23 (59)	4 (10.3)
ลองชิม ลองดื่ม ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.35 ครั้ง	24 (4.5)	509 (95.5)	7 (30.4)	16 (69.6)	0 (0)
ให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้อง จ่ายเงิน ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.39 ครั้ง	19 (3.6)	514 (96.4)	7 (36.8)	12 (63.2)	0 (0)
จับฉลาก/ชิงรางวัล ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.36 ครั้ง	28 (5.3)	505 (94.7)	10 (35.7)	15 (53.6)	3 (10.7)
ขายตรง ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.38 ครั้ง	14 (2.6)	519 (97.4)	1 (7.1)	11 (78.6)	2 (14.3)

ตาราง 48 (ต่อ)

สถานที่ที่เคยพบเห็นการซื้อ/จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การเคยพบเห็น		การดำเนินการ		
	เคย	ไม่เคย	ไม่ได้ ดำเนินการ	ตักเตือน	จับกุม
ขายผ่านการเป็นสมาชิก ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.25 ครั้ง	4 (0.8)	529 (99.2)	0 (0)	4 (100)	0 (0)
ขายพ่วงกับสินค้าอื่น ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.20 ครั้ง	11 (2.1)	522 (97.9)	3 (27.3)	6 (54.5)	2 (18.2)
เร่ขาย ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.33 ครั้ง	18 (3.4)	515 (96.6)	4 (22.2)	13 (72.2)	1 (5.6)
ให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ เช่น แจกบัตรชมดนตรี เป็นต้น ซึ่งเคยพบเห็นโดยเฉลี่ย 1.43 ครั้ง	17 (3.2)	516 (96.8)	9 (56.3)	7 (43.8)	0 (0)

การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ด้านการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการสำคัญเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่รับรู้การห้ามจำหน่าย และห้ามดื่มในบางสถานที่ โดยมาตรการที่รับรู้มากที่สุดคือห้ามจำหน่ายในวัด/ศาสนสถานต่าง ๆ ร้อยละ 98.7 รองลงมาคือ ห้ามจำหน่ายในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ร้อยละ 98.5 เมื่อสอบถามต่อถึงมาตรการเกี่ยวกับช่วงเวลาห้ามจำหน่าย พบว่า ส่วนใหญ่ทราบถึงช่วงเวลาห้ามจำหน่ายคือ ทราบว่าเวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย ร้อยละ 80.4 และ ทราบว่าเวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย ร้อยละ 80.5

ด้านการรับรู้มาตรการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด มาตรการที่รับรู้มากที่สุดคือ ห้ามการใช้ข้อความหรือภาพที่มีนักกีฬา ดารา ภาพการ์ตูน และห้ามการใช้ข้อความที่ชักจูง หรือ

โน้มน้าวให้ซื้อ หรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล หรือให้เข้าร่วมทางดนตรี กีฬา การประกวด หรือนันทนาการอื่น ๆ ร้อยละ 90.2

ตาราง 49 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมการดื่มและการจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ (เฉพาะผู้ที่ตอบว่า ถูก)

การรับรู้มาตรการควบคุมการดื่มและการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (ร้อยละ)
มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	521(97.7)
มาตรการห้ามจำหน่ายในวัด/ศาสนสถานต่าง ๆ	526(98.7)
มาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์	482(90.4)
มาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	523(98.1)
มาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่าง ๆ	524(98.3)
มาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	435(81.6)
มาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ	525(98.5)
มาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	469(88)
มาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	496(93.1)
มาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ/รัฐวิสาหกิจ	515(96.6)
มาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีขนส่ง หรือบนรถโดยสาร	516(96.8)
มาตรการห้ามจำหน่ายบนทางหรือในรถ บนรถ หรือขณะขับขี่	516(96.8)
มาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่อยู่บนทางรถไฟ	503(94.4)
มาตรการห้ามจำหน่ายในท่าเรือ หรือบนเรือ	487(91.4)
มาตรการห้ามจำหน่ายในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือหอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา	513(96.2)
มาตรการห้ามจำหน่ายในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน	460(86.3)
มาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	520(97.6)

ตาราง 49 (ต่อ)

การรับรู้มาตรการควบคุมการดื่มและการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (ร้อยละ)
มาตรการห้ามดื่มในวัด/ศาสนสถานต่างๆ	521(97.7)
มาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	491(92.1)
มาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	519(97.4)
มาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	518(97.2)
มาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	437(82)
มาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ	522(97.9)
มาตรการการห้ามดื่มในหอพัก	454(85.2)
มาตรการการห้ามดื่มในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	486(91.2)
มาตรการการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ/รัฐวิสาหกิจ	508(95.3)
มาตรการการห้ามดื่มในสถานีขนส่ง หรือบนรถโดยสาร	511(95.9)
มาตรการการห้ามดื่มบนทางหรือในรถ บนรถ หรือขณะขับขี่	518(97.2)
มาตรการการห้ามดื่มในสถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่อยู่บนทางรถไฟ	504(94.6)
มาตรการการห้ามดื่มในท่าเรือ หรือบนเรือ	489(91.7)
มาตรการการห้ามดื่มในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือหอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา	492(92.3)
มาตรการการห้ามดื่มในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน	471(88.4)

ตาราง 50 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้ต่อกฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เฉพาะผู้ที่ตอบว่า ถูก)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (ร้อยละ)
มาตรการการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์บางเวลา	500(94)
เวลา 11.00-14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	186(35)
เวลา 14.00-17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	427(80.4)
เวลา 17.00-24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	134(25.2)
เวลา 24.00-11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	428(80.5)
ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	290(54.6)
ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	435(81.9)
มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ “แก่คนเมา”	371(70)
มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะ “เร่ขาย”	456(85.9)
การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมตาม พ.ร.บ.ควบคุม พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ	482(90.8)
มาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัด ควบคุมปัญหาการบริโภค	462(87)
มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดี โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ	448(84.1)
มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณา กระทำได้เฉพาะให้ข้อมูลและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	476(89.3)
มาตรการห้ามโฆษณาโดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ	462(86.7)
มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเช่น การลด แลก แจก แถม	477(89.5)
มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายในรูปแบบการขายพ่วงกับสินค้าอื่น	461(86.5)
มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	455(85.4)
มาตรการห้ามการใช้ข้อความหรือภาพที่มีนัยกึ่งิฬา ดารา ภาพการ์ตูน	481(90.2)
มาตรการห้ามการใช้ข้อความที่ชักจูงให้ซื้อเพื่อนำรายได้ไปบริจาคหรือให้เข้าร่วมกิจกรรม	481(90.2)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์

เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์มีโทษต่อสังคมถึงร้อยละ 83.3 มีประโยชน์ และโทษต่อสังคมพอ ๆ กัน ร้อยละ 13.9 เจ้าหน้าที่บางกลุ่มมีมุมมองว่าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์มีประโยชน์ต่อสังคม ร้อยละ 2.8 ผลสำรวจยังพบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เห็นว่ามีความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบ หรือมาตรการควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่เข้มงวด ร้อยละ 88.2

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของกฎหมายควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่ระบุว่าเหมาะสมแล้ว ร้อยละ 81.6 ส่วนเจ้าหน้าที่ระบุว่ายังไม่เหมาะสม ร้อยละ 18.4 ให้เหตุผลว่า ไม่มีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวด ควรเพิ่มบทลงโทษแก่ผู้กระทำความผิด และเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโดยตรงต้องเข้มงวด (ตารางที่ 53-55)

ตาราง 51 แสดงจำนวนและร้อยละประโยชน์หรือโทษของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่มีต่อสังคมไทย โดยส่วนรวม

ประโยชน์หรือโทษของแอลกอฮอล์	จำนวน(ร้อยละ)
มีประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า	15(2.8)
มีโทษต่อสังคมมากกว่า	444(83.3)
พอๆ กัน	74(13.9)
รวม	533(100.0)

ตาราง 52 แสดงจำนวน และ ร้อยละความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดเพียงพอ

ความจำเป็นที่ควรจะมีการควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์	จำนวน(ร้อยละ)
จำเป็น	470(88.2)
ไม่จำเป็น	34(6.4)
ไม่มีความเห็น	29(5.4)
รวม	533(100.0)

ตาราง 53 แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นต่อกฎหมายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์
ในช่วงที่ผ่านมา

ความคิดเห็นต่อกฎหมายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในช่วงที่ผ่านมา	จำนวน(ร้อยละ)
เหมาะสมแล้ว	435(81.6)
ยังไม่เหมาะสม	98(18.4)
รวม	533(100.0)

ผลการประเมินการเปรียบเทียบผลการรับรู้ระหว่างปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2561

ผลการประเมินการเปรียบเทียบผลการรับรู้ระหว่างปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2561 จากผลการสำรวจในปี พ.ศ.2551 ทำการเก็บข้อมูลจากประชาชน และเจ้าหน้าที่ 16 จังหวัด จำนวนตัวอย่างประชาชน 4,324 คน และจำนวนตัวอย่างเจ้าหน้าที่ 844 คน ดำเนินการเก็บข้อมูลในเดือนกันยายน พ.ศ. 2551(มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 2551) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการสำรวจครั้งนี้พบว่า หลังจากประกาศพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 สามารถสร้างการรับรู้ต่อประชาชนได้ดีโดยเฉพาะข้อกำหนดที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ห้ามจำหน่ายและห้ามตี้ม ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย เกณฑ์อายุในการซื้อ การส่งเสริมการขาย ด้านพฤติกรรมพบว่า ประชาชนตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ลดลง การซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่ายลดลง การเคยซื้อแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่ายลดลง รวมไปถึงการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ลดลง

ด้านผลสำรวจจากเจ้าหน้าที่พบว่าพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังสร้างการรับรู้ได้ไม่ตึ๊ง โดยเฉพาะข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณาจากร้านค้า หรือผู้ประกอบการ จากผลสำรวจเจ้าหน้าที่พบเห็น/ได้ยินโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในรอบวันที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งพบเห็นผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างมาก การพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องตี้มที่มีแอลกอฮอล์ลดลง

ตาราง 54 แสดงร้อยละการรับรู้ของประชาชนเปรียบเทียบกับผลการสำรวจก่อน หลัง พ.ร.บ.

การรับรู้ประชาชนทั่วไป	ก.ย. 2551	ก.ย. 2561	เพิ่มขึ้น/ ลดลง
จำนวนจังหวัด	16	13	
จำนวนตัวอย่าง	4,324	5,335	
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,560(59.2)	3,102(58.1)	-1.79
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมา	1,764(40.8)	1,990(37.3)	-8.57
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 30 วันที่ผ่านมา	1,180(27.3)	763(14.3)	-47.59
ประสบการณ์ที่มีต่อพฤติกรรมของตนเองเกี่ยวกับการดื่ม			
คุณเคยติดลมตึ่มมากกว่าที่ตั้งใจจะดื่มตอนเริ่มต้นดื่ม	1,124(26)	791(14.8)	-42.96
คุณเคยดื่มต่อทั้งๆที่มีคนเตือนคุณให้หยุดดื่ม	547(12.7)	269(5)	-60.14
คุณเคยดื่มแล้วขับ ทั้งๆที่มีคนเตือนว่า ดื่มแล้วอย่าขับ	474(11)	220(4.1)	-62.38
ไม่เคยมีพฤติกรรมในลักษณะดังกล่าว	1,179(27.3)	1,089(20.4)	-25.14
การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง ใน 3 เดือนที่ผ่านมา			
เคยซื้อแอลกอฮอล์ เคยซื้อและซื้อได้	1,672(38.7)	1,689(31.7)	-18.13
เคยซื้อแอลกอฮอล์ เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้	147(3.4)	35(0.7)	-80.70
ความสะดวกในการไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง			
สะดวกมาก สามารถเดินไปได้	956(22.1)	714(13.4)	-39.47
สะดวก สามารถขับรถ/ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย	340(7.9)	845(15.8)	101.43
สะดวก สามารถแวะซื้อระหว่างทางได้	136(3.1)	65(1.2)	-61.26
สะดวก ถึงแม้อยู่ไกล แต่ก็ไม่เป็นปัญหาในการหาซื้อ	61(1.4)	26(0.5)	-65.45
ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกลเส้นทางที่ใช้ประจำ	37(0.9)	9(0.2)	-80.29
ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ ต้องไปหาซื้อที่อื่น	29(0.7)	8(0.1)	-77.64
ระยะเวลาในการเดินทางไปร้านค้าที่สะดวกที่สุดเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
1-5 นาทีต่อครั้ง	1,143(26.4)	973(18.2)	-31.00
6-10 นาทีต่อครั้ง	285(6.6)	514(9.6)	46.17
11-20 นาทีต่อครั้ง	103(2.4)	129(2.4)	1.51
21-30 นาทีต่อครั้ง	27(0.6)	19(0.4)	-42.97
มากกว่า 30 นาทีต่อครั้ง	11(0.3)	4(0.1)	-70.53

ตาราง 54 (ต่อ)

การรับรู้ประชาชนทั่วไป	ก.ย. 2551	ก.ย. 2561	เพิ่มขึ้น/ ลดลง
สถานที่ที่สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ใน 3 เดือนที่ผ่านมา			
วัด/ศาสนสถานต่างๆ	42(1)	17(0.3)	-67.19
สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ เอกชนและร้านขายยา	29(0.7)	6(0.1)	-83.23
สถานที่ทางราชการ/รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ	34(0.8)	2(0)	-95.23
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ	38(0.9)	5(0.1)	-89.34
หอพัก	174(4)	118(2.2)	-45.04
สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	152(3.5)	9(0.2)	-95.20
สวนสาธารณะของราชการ	20(0.5)	3(0.1)	-87.84
ประสบการณ์ในการหาซื้อแอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่าย			
3 เดือนที่ผ่านมา เคยซื้อแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย เคยซื้อและซื้อได้			
เคยซื้อและซื้อได้ ที่ร้านของชำ/โชรฟ์่วย	1,345(31.1)	990(18.6)	-40.34
เคยซื้อและซื้อได้ ที่ร้านอาหาร	887(20.5)	918(17.2)	-16.12
เคยซื้อและซื้อได้ ที่ปั๊มน้ำมัน เคา บาร์ คาราโอเกะ	248(5.7)	87(1.6)	-71.57
เคยซื้อและซื้อได้ ที่ปั๊มน้ำมัน เคา บาร์ คาราโอเกะ	230(5.3)	95(1.8)	-66.52
เคยซื้อและซื้อได้ ที่ร้านสะดวกซื้อ (7-11 แฟมิลี่มาร์ท)	395(9.1)	46(0.9)	-90.56
3 เดือนที่ผ่านมา เคยซื้อแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้			
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ ที่ร้านของชำ/โชรฟ์่วย	26.2	1.7	-93.51
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ ที่ร้านอาหาร	449(10.4)	89(1.7)	-83.93
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ ที่ร้านอาหาร	123(2.8)	21(0.4)	-86.16
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ ที่ปั๊มน้ำมัน เคา บาร์ คาราโอเกะ	45(1)	8(0.1)	-85.59
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ ที่ร้านสะดวกซื้อ (7-11 แฟมิลี่มาร์ท)	34(0.8)	7(0.1)	-83.31
3 เดือนที่ผ่านมา ไม่เคยซื้อแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย			
ไม่เคยซื้อ	224(5.2)	66(1.2)	-76.12
การนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านประเภทต่างๆ ด้วยตนเอง ใน 3 เดือนที่ผ่านมา			
เคยไปนั่งดื่ม	961(22.2)	878(16.5)	-25.95
เคยจะไปนั่งดื่ม แต่คนขายไม่ให้	76(1.8)	11(0.2)	-88.27
ไม่เคยไปนั่งดื่ม	3,307(76.5)	1,107(20.7)	-72.87

ตาราง 54 (ต่อ)

การรับรู้ประชาชนทั่วไป	ก.ย. 2551	ก.ย. 2561	เพิ่มขึ้น/ ลดลง
ความสะดวกในการไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง			
สะดวกมาก สามารถเดินไปได้	377(8.7)	111(2.1)	-76.14
สะดวก สามารถขับรถ/ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย	324(7.5)	540(10.1)	35.08
สะดวก สามารถแวะดื่มระหว่างทางได้	78(1.8)	114(2.1)	18.46
สะดวก ถึงแม้อยู่ไกล แต่ก็ไม่เป็นปัญหาในการหาที่นั่งดื่ม	72(1.7)	95(1.8)	6.94
ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกลเส้นทางที่ใช้ประจำ	53(1.2)	13(0.2)	-80.12
ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ ต้องไปหานั่งดื่มที่อื่น	42(1)	6(0.1)	-88.42
ระยะเวลาในการเดินทางไปร้านค้าที่สะดวกที่สุดเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
1-5 นาทีต่อครั้ง	370(8.6)	164(3.1)	-64.08
6-10 นาทีต่อครั้ง	188(4.3)	233(4.4)	0.45
11-20 นาทีต่อครั้ง	159(3.7)	285(5.3)	45.28
21-30 นาทีต่อครั้ง	112(2.6)	138(2.6)	-0.14
มากกว่า 30 นาทีต่อครั้ง	78(1.8)	58(1.1)	-39.73
สถานที่ที่เคยไปนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
วัด/ศาสนสถานต่างๆ	38(0.9)	16(0.3)	-65.87
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐ เอกชนและร้านขายยา	30(0.7)	0(0)	-100.00
สถานที่ทางราชการ/รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ	42(1)	4(0.1)	-92.28
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ	51(1.2)	5(0.1)	-92.05
สวนสาธารณะของราชการ	52(1.2)	9(0.2)	-85.97
สื่อที่เคยพบเห็นหรือได้ยินหรือเชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
โฆษณาแอลกอฮอล์ โทรทัศน์	2,430(56.2)	913(17.1)	-69.55
ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง)	701(16.2)	280(5.2)	-67.63
สื่อสิ่งพิมพ์ (นสพ. นิตยสาร แผ่นพับ)	615(14.2)	35(0.7)	-95.39
วิทยุ	325(7.5)	15(0.3)	-96.26
อินเทอร์เน็ต	232(5.4)	197(3.7)	-31.18
สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง)	115(2.7)	18(0.3)	-87.31
ในร้านค้า	872(20.2)	317(5.9)	-70.54
สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์	303(7)	35(0.7)	-90.64

ตาราง 54 (ต่อ)

การรับรู้ประชาชนทั่วไป	ก.ย. 2551	ก.ย. 2561	เพิ่มขึ้น/ ลดลง
ระดับการพบเห็น สาวเชียร์เบียร์			
พบเห็นทุกครั้งที่ได้ไป	532(12.3)	167(3.1)	-74.56
พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ได้ไป	326(7.5)	125(2.3)	-68.92
พบเห็นบ่อยๆ ที่ได้ไป	231(5.3)	268(5)	-5.97
พบเห็นนานๆ ครั้งที่ได้ไป	317(7.3)	356(6.7)	-8.98
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	300(6.9)	476(8.9)	28.60
ไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	2,567(59.4)	3,943(73.9)	24.50
การพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
เคยพบเห็น	2,045(47.3)	1,796(33.7)	-28.82
การพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			
เคยพบเห็น	1,446(33.4)	604(11.3)	-66.15
ส่งเสริมการขายแบบ ลดราคา	538(12.4)	309(5.8)	-53.45
ส่งเสริมการขายแบบ แลก-แจก-แถม	373(8.6)	219(4.1)	-52.41
ส่งเสริมการขายแบบ ขายตรง	414(9.6)	29(0.5)	-94.32
ส่งเสริมการขายแบบ ขายผ่านการเป็นสมาชิก	65(1.5)	6(0.1)	-92.52
ส่งเสริมการขายแบบ ให้ลองชิม/ลองดื่ม	226(5.2)	109(2)	-60.91
ส่งเสริมการขายแบบ จับฉลาก/ชิงรางวัล	237(5.5)	44(0.8)	-84.95
ส่งเสริมการขายแบบ ให้สิทธิประโยชน์อื่นตอบแทนผู้ซื้อ เช่น แจกบัตร ชมคอนเสิร์ต	120(2.8)	35(0.7)	-76.36

ตาราง 55 แสดงร้อยละการรับรู้ของเจ้าหน้าที่ เปรียบเทียบกับผลการสำรวจก่อน หลัง พ.ร.บ.

การรับรู้เจ้าหน้าที่	ก.ย. 2551	ก.ย. 2561	เพิ่มขึ้น/ ลดลง
จำนวน	844	533	
การพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบวันที่ผ่านมา			
ไม่พบเห็น/ไม่ได้ยิน	141(16.7)	274(51.4)	207.71
ประเภทสื่อ			
โทรทัศน์	557(66)	159(29.8)	-54.80
ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง)	331(39.2)	97(18.2)	-53.60
สื่อสิ่งพิมพ์ (นสพ. นิตยสาร แผ่นพับ)	298(35.3)	40(7.5)	-78.75
วิทยุ	73(8.6)	18(3.4)	-60.96
อินเทอร์เน็ต	96(11.4)	106(19.9)	74.84
สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง)	81(9.6)	8(1.5)	-84.36
ในร้านค้า	345(40.9)	104(19.5)	-52.27
สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เปียร์ ไวน์	193(22.9)	48(9)	-60.62
ระดับการพบเห็น สาวเชียร์เปียร์ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา			
พบเห็นทุกครั้งไป	197(23.3)	38(7.1)	-69.46
พบเห็นเกือบทุกครั้งไป	94(11.1)	42(7.9)	-29.25
พบเห็นบ่อยๆ ที่ไป	58(6.9)	65(12.2)	77.46
พบเห็นนานๆ ครั้งไป	96(11.4)	110(20.6)	81.44
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	57(6.8)	57(10.7)	58.35
ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านี้ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	329(39)	221(41.5)	6.37
ระดับการพบเห็น สาวชวนให้ชิม ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา			
พบเห็นทุกครั้งไป	26(3.1)	13(2.4)	-20.83
พบเห็นเกือบทุกครั้งไป	34(4)	17(3.2)	-20.83
พบเห็นบ่อยๆ ที่ไป	34(4)	14(2.6)	-34.80
พบเห็นนานๆ ครั้งไป	97(11.5)	50(9.4)	-18.38
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	386(45.7)	288(54)	18.15
ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านี้ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	258(30.6)	151(28.3)	-7.32

ตาราง 55 (ต่อ)

การรับรู้เจ้าหน้าที่	ก.ย. 2551	ก.ย. 2561	เพิ่มขึ้น/ ลดลง
การพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา			
เคยพบเห็น	518(61.4)	105(19.7)	-67.90
ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงที่ผ่านมา			
เหมาะสมแล้ว	558(66.1)	435(81.6)	23.44
ยังไม่เหมาะสม	227(26.9)	98(18.4)	-31.64
การเคยพบเห็นการซื้อ/ขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ และการดำเนินการ			
วัด/ศาสนสถานต่างๆ	69(8.2)	34(6.4)	-21.97
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ	50(5.9)	14(2.6)	-55.66
สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี	214(25.4)	37(6.9)	-72.62
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	30(3.6)	11(2.1)	-41.94
สถานที่ทางราชการต่างๆ	59(7)	16(3)	-57.06
หอพัก	173(20.5)	59(11.1)	-46.00
สวนสาธารณะของทางราชการ/รัฐวิสาหกิจ	118(14)	26(4.9)	-65.11
การเคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่าง ๆ และการดำเนินการ			
วัด/ศาสนสถานต่างๆ	109(12.9)	59(11.1)	-14.29
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ	70(8.3)	24(4.5)	-45.71
สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี	170(20.1)	37(6.9)	-65.54
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	40(4.7)	13(2.4)	-48.54
สถานที่ทางราชการต่างๆ	95(11.3)	23(4.3)	-61.66
สวนสาธารณะของทางราชการ/รัฐวิสาหกิจ	146(17.3)	25(4.7)	-72.89
การเคยพบเห็นการซื้อ ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามขาย และการดำเนินการ			
เคยพบเห็น	370(43.8)	165(31)	-29.38
ร้านของชำ/โช้วห่วย	273(32.3)	138(25.9)	-19.96
ร้านสะดวกซื้อ (7-11 แฟมิลีมาร์ท,มินิมาร์ท)	102(12.1)	44(8.3)	-31.69
ร้านอาหาร	200(23.7)	65(12.2)	-48.54

ตาราง 55 (ต่อ)

การรับรู้เจ้าหนี้ที่	ก.ย. 2551	ก.ย. 2561	เพิ่มขึ้น/ ลดลง
ผับ เคน บาร์ คาราโอเกะ	123(14.6)	43(8.1)	-44.64
ร้านเครื่องดื่ม	177(21)	48(9)	-57.06
ร้านเร่ขาย	66(7.8)	18(3.4)	-56.81
ร้านเหล้าปั่น	62(7.3)	15(2.8)	-61.69
อื่น ๆ	10(1.2)	0(0)	-100.00

บทที่ 4

สรุปผลการศึกษา

การประเมินการรับรู้ ความคิดเห็น การปฏิบัติ ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย และการรณรงค์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ดังนี้

ผลการประเมินจากประชาชนทั่วไป

- ตามมาตรา 27 ว่าด้วยการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณที่ประกาศกำหนด จากผลการสำรวจพบว่า พ.ร.บ.ควบคุมแอลกอฮอล์ สามารถควบคุมสถานที่ห้ามจำหน่ายได้ดี ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย ร้อยละ 88.0 มีเพียงบางส่วนเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ร้อยละ 7.0 ซึ่งพบในกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 10.3 รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 8.6

- ตามมาตรา 31 ว่าด้วยการห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณที่ประกาศกำหนด ซึ่งในการควบคุมสถานที่ห้ามดื่ม สามารถควบคุมได้ดีเช่นกัน พบว่าไม่เคยไปดื่มในสถานที่ห้ามดื่ม ร้อยละ 82.3 โดยพบว่าเคยดื่มในวัด/ศาสนสถานต่าง ๆ ร้อยละ 1.8 พบมากในกลุ่มอายุระหว่าง 40 - 59 ปี ร้อยละ 4

- ด้านการควบคุมเวลาจำหน่ายตามมาตรา 28 ที่ว่าด้วยการห้ามผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเวลาที่กำหนด พบว่าได้ผลมาก ประชาชนเคยซื้อในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย และสามารถซื้อได้ มีเพียงร้อยละ 18.6 เมื่อพิจารณาต่อไปถึงสถานที่ที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่ายพบมาก คือ ร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 92.7

- ประเภทของภาชนะบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เคยซื้อได้ในราคาถูกที่สุด คือ ขวดกลม ร้อยละ 13.5 ขวดลิโพร ร้อยละ 9.9 ซึ่งราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ถูกที่สุด ที่ประชาชนเคยซื้อ ราคาเฉลี่ย 82.7 บาท

- แนวทางปฏิบัติ กรณีไม่สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้าน หรือสถานที่ที่สะดวก หากร้านประจำไม่เปิดขาย หรือไม่มีที่ต้องการ ส่วนใหญ่จะไม่ดื่ม เลิกดื่มความตั้งใจ ร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ ไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน ร้อยละ 35.7

- การพบเห็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ในรอบวันที่ผ่านมา พบมากที่สุดคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 17.1 ร้านค้า ร้อยละ 5.9 และป้ายกลางแจ้ง เฟสบุ๊ก ร้อยละ 5.2 โดยความถี่ในการพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ช่องทางข้างต้น เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1 - 2 ครั้ง การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เชียร์ ในร้านอาหาร/ผับ/เชค/บาร์/คาราโอเกะในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ ร้อยละ 73.9 ด้านการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิมแอลกอฮอล์ฟรีในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้านสะดวกซื้อ ระบุว่าไม่เคยพบเห็นเลยเวลาที่ไป ร้อยละ 63.6

- ตามมาตรา 31 ว่าด้วยการห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการ หรือในลักษณะที่กำหนด ซึ่งการควบคุมได้ผลดี เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเพียงร้อยละ 11.3 การส่งเสริมการขายที่พบมากที่สุด คือ ลดราคา ร้อยละ 51.2 แลก-แจก-แถม ร้อยละ 36.3 และ ให้เงินเชื่อ(ติดเงินไว้ก่อนวันหลังมาจ่าย) ร้อยละ 22.5

- ด้านประสบการณ์การพบเห็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่อยู่ในอาการมึนเมา ร้อยละ 8.3 พบมากในกลุ่มอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ร้อยละ 10.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 89.9 ระบุว่าไม่เคยพบเห็นการขายในลักษณะดังกล่าว ซึ่งเป็นไปตามมาตรา 29 ที่ว่าด้วยการห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

- ด้านมาตรา 29 ที่ว่าด้วยการห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ยังควบคุมได้ไม่ดีมากนัก ประชาชนระบุว่าเคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 43.9

- ด้านการรับรู้มาตรการช่วงเวลาห้ามจำหน่าย พบว่าทราบว่ามีมาตรการช่วงเวลาห้ามจำหน่ายบางเวลา ร้อยละ 98.1 แต่กลับพบว่าประชาชนไม่รับรู้ช่วงเวลาที่แน่นอน ซึ่งทราบว่ามี

จำหน่าย เวลา 14.00 - 17.00 น. เพียงร้อยละ 54.8 และทราบว่าห้ามจำหน่าย เวลา 24.00 - 11.00 น. ร้อยละ 66.1

- ด้านการรับรู้มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าส่วนใหญ่ทราบว่าห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท ถึงร้อยละ 95.8 โดยมาตรการที่มีการรับรู้มากที่สุดคือ ห้ามจำหน่ายในวัด/สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา ร้อยละ 96.6 มาตรการที่มีรู้น้อยที่สุดคือ ห้ามจำหน่ายในหอพัก ร้อยละ 54.9

- ส่วนการรับรู้มาตรการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าส่วนใหญ่ทราบว่าห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท ร้อยละ 95.8 รับรู้มากที่สุดคือ ห้ามดื่มในวัด/สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา และห้ามดื่มในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา ต่างๆ ร้อยละ 95 รับรู้น้อยที่สุดคือ ห้ามดื่มในท่าเรือ หรือบนเรือ ร้อยละ 56.6

ผลการประเมินการรับรู้จากเจ้าหน้าที่

เจ้าหน้าที่เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามตามมาตรา 27 ส่วนใหญ่เคยพบเห็นการซื้อในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือหอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา ร้อยละ 16.1 ทำการตักเตือน ร้อยละ 48.8 มีการจับกุมเพียง ร้อยละ 11.6 เคยพบเห็นการซื้อในหอพัก ร้อยละ 11.1 ส่วนใหญ่มีการตักเตือน ร้อยละ 56.9 และเคยพบเห็นการซื้อในสถานี่ขนส่งหรือบนรถโดยสาร ร้อยละ 7.9 ส่วนใหญ่มีการตักเตือน ร้อยละ 51.2 มีการจับกุม ร้อยละ 12.2

การเคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามตามมาตรา 31 ส่วนใหญ่เคยพบเห็นการดื่มบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา หรือหอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา ร้อยละ 13.7 ทำการตักเตือนร้อยละ 52.8 มีการจับกุมร้อยละ 5.6 พบเห็นการดื่มในวัด/ศาสนสถานต่าง ๆ ร้อยละ 11.1 ทำการตักเตือน ร้อยละ 53.4 มีการจับกุม ร้อยละ 1.7 และพบเห็นการดื่มในสถานี่ขนส่งหรือบนรถโดยสาร และสถานี่บริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน/ร้านค้าบริเวณใกล้เคียงสถานี่เท่ากันคือ ร้อยละ 6.9

การพบเห็นการซื้อขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นอกเวลาจำหน่ายตามมาตรา 28 พบว่า การควบคุมยังไม่ได้ผลดีมากนัก เจ้าหน้าที่ที่เคยพบเห็นถึงร้อยละ 31 สถานที่ที่พบมาก คือ ร้านของชำ/โช้วห่วย ร้อยละ 83.6 ร้านอาหาร ร้อยละ 39.4 และร้านเครื่องตี้ม ร้อยละ 29.1 กรณีที่พบเห็นเจ้าหน้าที่ได้ทำการตักเตือน ร้อยละ 46.8 มีการจับกุมดำเนินคดี ร้อยละ 11.7 ซึ่งเจ้าหน้าที่ให้เหตุผลที่ไม่ได้ดำเนินการว่า ไม่มีอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการ อยู่ในสถานการณ์ที่ไม่เอื้อในการดำเนินการ อยู่นอกเวลาราชการ และอยู่นอกเขตรับผิดชอบ

ตามมาตรา 29 ว่าด้วยการห้ามจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี เจ้าหน้าที่ระบุว่าเคยพบเห็น ร้อยละ 19.7 สถานที่ที่พบเห็น คือ ร้านของชำ/โช้วห่วย ร้อยละ 83.8 เจ้าหน้าที่ ทำการตักเตือน ร้อยละ 59.3 มีการจับกุมดำเนินคดี ร้อยละ 8.1

การพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ ตามมาตรา 30 ออกประกาศห้าม ซึ่งในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ที่พบเห็นมากที่สุดคือ ส่งเสริมการขายในรูปแบบลดราคา ร้อยละ 10.3 เจ้าหน้าที่ได้ทำการตักเตือน ร้อยละ 58.2 และมีการจับกุมดำเนินคดี ร้อยละ 5.5 ส่งเสริมการขายในรูปแบบแลก-แจก-แถม ร้อยละ 7.3 เจ้าหน้าที่ได้ทำการตักเตือน ร้อยละ 59 และมีการจับกุมดำเนินคดี ร้อยละ 10.3 และส่งเสริมการขายในรูปแบบจับฉลาก/ชิงรางวัล ร้อยละ 7.3 เจ้าหน้าที่ได้ทำการตักเตือน ร้อยละ 53.6 และมีการจับกุมดำเนินคดี ร้อยละ 10.7

การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์พบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่รับรู้การห้ามจำหน่ายและห้ามตี้มในบางสถานที่ โดยมาตรการที่รับรู้มากที่สุดคือ ห้ามจำหน่ายในวัด/ศาสนสถานต่าง ๆ ร้อยละ 98.7 รองลงมาคือ ห้ามจำหน่ายในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ร้อยละ 98.5 มาตรการเกี่ยวกับช่วงเวลาห้ามจำหน่ายพบว่า ส่วนใหญ่ทราบถึงช่วงเวลาห้ามจำหน่ายคือ ทราบว่าเวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย ร้อยละ 80.4 และ ทราบว่าเวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย ร้อยละ 80.5

ด้านการรับรู้มาตรการเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด มาตรการที่รับรู้มากที่สุดคือ ห้ามการใช้ข้อความ หรือภาพที่มีนักกีฬา ดารา ภาพการ์ตูน และห้ามการใช้ข้อความที่ชักจูง หรือ

โน้มน้าวให้ซื้อ หรือบริโภคนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล หรือให้เข้าร่วมทางดนตรี กีฬา การประกวด หรือนันทนาการอื่น ๆ ร้อยละ 90.2

เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโทษต่อสังคมถึงร้อยละ 83.3 มีประโยชน์และโทษต่อสังคมพอ ๆ กัน ร้อยละ 13.9 เจ้าหน้าที่บางกลุ่มมีมุมมองว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประโยชน์ต่อสังคม ร้อยละ 2.8 ผลสำรวจยังพบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เห็นว่ามีความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบ หรือมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวด ร้อยละ 88.2

สรุปผลการประเมินการเปรียบเทียบผลการรับรู้ระหว่างปี

พ.ศ. 2551 และ ปี พ.ศ. 2561

ผลการประเมินการเปรียบเทียบผลการรับรู้ระหว่างปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2561 หลังจากประกาศพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 สามารถสร้างการรับรู้ต่อประชาชนได้ดีโดยเฉพาะข้อกฎหมายที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ห้ามจำหน่ายและห้ามดื่ม ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย เกณฑ์อายุในการซื้อ การส่งเสริมการขาย ด้านพฤติกรรมพบว่าประชาชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่ายลดลง การเคยซื้อแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่ายลดลง รวมไปถึงการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง

ด้านเจ้าหน้าที่พบว่าพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังสร้างการรับรู้ได้ไม่เต็มที่ โดยเฉพาะข้อกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาจากร้านค้า หรือผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ยังคงพบเห็น ได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบวันที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างมาก การพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ลดลง แต่ก็ยังคงพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 19.7 ส่วนใหญ่จะเป็นร้านของชำ/โชห่วยที่ขายให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

ข้อเสนอแนะ

แม้ว่าผลการบังคับใช้ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมามีการรับรู้ ความคิดเห็น การปฏิบัติ ต่อนโยบาย กฎระเบียบ กฎหมาย และการรณรงค์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของทั้งประชาชนทั่วไป และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจะประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง แล้วก็ตาม แต่ผลการประเมินในครั้งนี้ก็ยังสะท้อนให้เห็นว่า บางมาตรการประชาชน ผู้ประกอบการ บางรายยังไม่ตระหนักถึงเจตนารมณ์ของกฎระเบียบ กฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังคงไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ดังนั้นควรเพิ่มมาตรการบังคับใช้กฎหมาย สร้างให้ประชาชน ผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงความสำคัญ และปฏิบัติตามมาตราในกฎหมายต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ควรเพิ่มความเข้มงวดในเรื่องของการจับกุม ผู้กระทำความผิด

เอกสารอ้างอิง

Anselm L. Strauss, Juliet M. Corbin. Basic of qualitative research : Grounded Theory Procedures and Techniques.1998.

Stufflebeam, D.L. (2004). *The 21st century CIPP model*. In Alkin, M.C. (Ed.).

Evaluation roots: Tracing theorists, views and influences.London: SAGE.

กนกพร พิณจิลิก, บุญทนากร พรหมภักดี, วรางคณา คุ่มโกคา, นิภาพร ห่องบุตรศรี และนันทัน วิรุฬหเดช. (2556). *การประเมินผลมาตรการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ตามแนวทางของแบบจำลอง CIPP ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น*. (รายงานการวิจัย). นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

กรมการปกครอง ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2560). *ข้อมูลรายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านประจำปี พ.ศ.2560*. กระทรวงมหาดไทย. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2561, ค้นจากกรมการปกครอง เว็บไซต์ <http://stat.bora.dopa.go.th>

กนิษฐา ไทยกล้า. (2559). *การนำร่องเพื่อพัฒนาวิธีการสำรวจความคิดเห็นและการรับรู้ของประชาชนต่อปัญหาสารเสพติด*. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กรมควบคุมโรค. (2561). กรมควบคุมโรค เปิดตัวนวัตกรรมโปรแกรมประยุกต์ (Application) “TAS”. เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 11 พฤษภาคม 2561 จาก https://pr.moph.go.th/iprg/include/admin_hotnew/show_hotnew.php?idHot_new=106607

เครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัยแอลกอฮอล์. (ม.ป.ป.) *รู้จักเครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัย แอลกอฮอล์*. เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 11 พฤษภาคม 2561 จาก http://www.alcoholwatch.in.th/index.php?option=com_content&id=1

ชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์, ยศ ตีรพัฒนานนท์, มนตรีตัน ถาวรเจริญทรัพย์, อุษา ฉายเกตุแก้ว, จอมขวัญ โยธาสมุทร และกรรณิการ์ ฐิติบุญสุวรรณ. (2552). *การประเมินผลการบังคับใช้มาตรการจำกัดการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*, 18(4): 537-549.

- ชยภรณ์ บุญเรืองศักดิ์ และมณฑา เก่งการพานิช. (2007). ผลของการใช้มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมพฤติกรรมกรรมการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในจังหวัดลพบุรี. *Journal of Health Education*, 30(105), 61-74.
- เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล และชษณะ รุ่งปัจฉิม. (2554). การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในเขตจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี. *วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย*, 7(2), 40-51.
- เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล และชษณะ รุ่งปัจฉิม. (2553). การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 2(3), 7-21.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2533). *เทคโนโลยีการศึกษา: ทฤษฎีและการวิจัย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ดุขฎี อายุวัฒน์ และวณิชชา ณรงค์ชัย. (2553). *ประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดขอนแก่น)*. ขอนแก่น: คณมนุชยศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นิษฐา หรุ่นเกษม และคณะ. 2560. การนำมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติเรื่องการกำกับดูแลสื่อและการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ไปปฏิบัติอย่างเป็นทางการ. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.).
- นิษฐา หรุ่นเกษม. (2555). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- บริษัท กลุ่มแอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด. (2559). *ผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประจำปี 2559*. กรุงเทพฯ: บริษัท.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2554). การสื่อสารณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์: เหลียวหลัง แลหน้า ลงมือ และเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- พงษ์เดช สารการ. (2552). *การประเมินการรับรู้และผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี*. ขอนแก่น: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา(ศวส.)

- มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. (2552). การศึกษาสถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หลังพระราชบัญญัติเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้ครบ 1 ปี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย.
- สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ. (2556). อึ้ง! คนไทยตี้มสุราอันดับ 5 ของโลก. ค้นจาก http://thaiemsinfo.com/autopagev4/show_page.php?topic_id=232&auto_id=9&TopicPk=
- สาวิตรี อัจฉนวงศ์กรชัยและคณะ. (2552). การสำรวจการรับรู้และการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องตี้มสุราตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของประชาชนในจังหวัดสงขลา นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี. สงขลา: เครือข่ายวิชาการวิจัยและข้อมูลด้านสารเสพติดในภาคใต้.
- ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2560). การสำรวจการรับรู้ ความคิดเห็นต่อฉลากเครื่องตี้มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์: กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนใน 16 จังหวัดทุกภูมิภาคทั่วประเทศ. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.2560
- สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์. (2559). พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551. สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.
- สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์. (2553). ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ พ.ศ.2551. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). บทสรุปผู้บริหารสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการตี้มสุราของประชากร พ.ศ.2560. ค้นจาก: http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาสุขาภาพ/พฤติกรรมการสูบบุหรี่และการตี้มสุรา/2560/บทสรุปผู้บริหาร_smoke60.pdf (สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2562)
- อารีกุล พวงสุวรรณ, กัณณพนธ์ ภักดีเศรษฐกุล และทักษพล ธรรมรังสี. (2555). การปฏิบัติตามกฎหมายของร้านจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับการจำกัดอายุของผู้ซื้อ. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. 2555
- อุดมศักดิ์ แซ่โจ้ว, พลเทพ วิจิตรคุณากร และสาวิตรี อัจฉนวงศ์กรชัย (2559). ข้อเท็จจริงและตัวเลข: เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย. สงขลา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

อุดมศักดิ์ แซ่โจ้ว. (ไม่ปรากฏปีพิมพ์). สถิติแสดงแนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ
ประชากรไทย. ค้นจาก: [http://cas.or.th/wp-content/uploads/2016/04/Alc-
consumption-statistics-Thailand-10y.pdf](http://cas.or.th/wp-content/uploads/2016/04/Alc-consumption-statistics-Thailand-10y.pdf)

เอกชัย จันทอง. (2560, 16 กรกฎาคม). ม.44 คมเข้ม "ร้านเหล้า" 3 ปีปิดแล้ว 300แห่ง
ป้องกันเยาวชนมั่วสุม. สืบค้นจาก โพสต์ทูเดย์ออนไลน์ เว็บไซต์:
<https://www.posttoday.com/analysis/report/503555>

