

# วิจัยถอดรหัสวิถีขายและการกระตุ้นยอดขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่องทางออนไลน์

## : การเพิ่มโอกาสให้เด็กและเยาวชนเข้าถึงเหล้าได้ง่ายขึ้นในยุคดิจิทัล

เรียบเรียงโดย กนกอร งามนั้ สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
และ ดร.ภญ.อรทัย วลีวงศ์ สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ

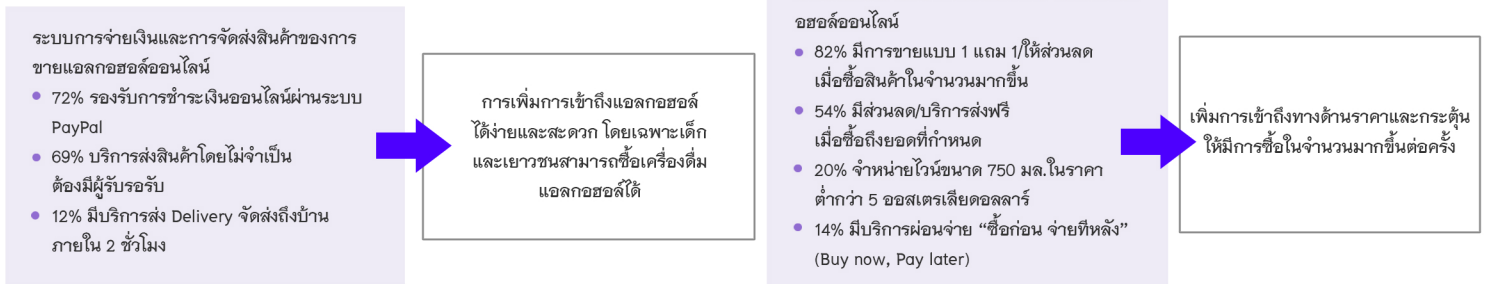


ในยุคดิจิทัล การซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็ไม่ได้ต่างกับธุรกิจสินค้าอุปโภคและบริโภคอื่นที่มีการเปิดตลาดช่องทางการขายออนไลน์เพื่อขายเหล้าเปียร์แก่กลุ่มลูกค้าที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

ในประเทศออสเตรเลีย การขายแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางออนไลน์มีการเติบโตสูง หรือประมาณ 14% ต่อปีในรอบห้าปีที่ผ่านมา โดยมูลค่าการขายผ่านช่องทางออนไลน์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.6 ของการขายทั้งหมด (ประมาณ 569.4 ล้านดอลลาร์ ในปี 2019)

จากการศึกษาวิธีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) ตลอดจนการโฆษณาและส่งเสริมการขายของเว็บไซต์ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศออสเตรเลีย โดยศึกษาจาก 65 เว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดของประเทศในเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม ปี 2562 พบว่า ระบบซื้อขาย

ออนไลน์ทำให้คนเข้าถึงแอลกอฮอล์ได้สะดวกและง่ายขึ้น ได้แก่ ร้านค้าประเภทค้าส่งสามารถจำหน่ายแอลกอฮอล์ได้ในราคาถูกกว่าท้องตลาด, มีบริการจัดส่งด่วนถึงบ้านภายใน 2 ชั่วโมง, การมีลดราคาและการส่งเสริมการขายทางด้านราคา (Price promotion) เพื่อการกระตุ้นให้มีการซื้อในจำนวนที่มากขึ้น, การซื้อแบบผ่อนจ่ายแบบไม่มีดอกเบี้ย เช่น บริการ “ซื้อก่อน จ่ายทีหลัง” (Buy now, Pay later) หรือการซื้อแบบผ่อน ดอกเบี้ย 0% แบ่งจ่าย 4 เดือนในภายหลัง, ระบบที่ใช้จ่ายเงินมีช่องว่างที่ทำให้เด็กและเยาวชนสามารถซื้อได้ เช่น การจ่ายเงินด้วยระบบ PayPal ที่ใครก็สามารถเปิดบัญชีออนไลน์ได้โดยใช้ข้อมูลเพียงแค่อีเมลล์ โดยไม่จำกัดอายุ ตลอดจนไม่มีการตรวจสอบอายุผู้ซื้อตอนส่งสินค้าที่บ้านหรือส่งสินค้าโดยไม่ต้องมีผู้รับรับสินค้า, และการมีระบบสมาชิกที่รักษาสถานะลูกค้าระยะยาว เป็นต้น



- การโฆษณาและกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ
- 89% เปิดให้ลูกค้าลงทะเบียนเพื่อรับข้อมูลโปรโมชั่นและคูปองส่วนลดทางอีเมลล์จากบริษัท
  - 46% การจ่ายด้วยคูปอง/บัตรกำนัล (Gift Voucher)
  - 39% มีส่วนลดให้กับสมาชิก
  - 21% เว็บไซต์โฆษณาว่าเป็นร้านจำหน่ายที่ขายสินค้าได้ในราคาถูก
  - 20% จัดการแข่งขันชิงรางวัล
  - 15% ให้ส่วนลด/ของขวัญ เมื่อมีการแนะนำเว็บไซต์ต่อให้เพื่อน
  - 8% จัดโปรโมชั่นเฉพาะการซื้อในช่องทางออนไลน์
  - 8% การให้ของแถมและของขวัญเมื่อซื้อสินค้า
  - 9% มีการซื้อเพื่อสะสมแต้ม

นักวิจัยยังได้วิพากษ์ว่านโยบายและกฎระเบียบเพื่อควบคุมการขายแอลกอฮอล์ในช่องทางออนไลน์ของออสเตรเลียถือว่าตามหลังภาคธุรกิจอยู่มาก กฎหมายควรได้รับการพัฒนาให้เข้มงวดไม่แตกต่างกับการขายช่องทางร้านค้าปกติเพราะการขายแอลกอฮอล์ออนไลน์ทำให้การเข้าถึงแอลกอฮอล์ได้สะดวกและง่ายขึ้นไป ซึ่งอาจสร้างผลกระทบต่อไม่พึงประสงค์ตามมามากขึ้น โดยเฉพาะการซื้อของกลุ่มเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่าอายุ 18 ปี (กำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อแอลกอฮอล์ของออสเตรเลีย) ที่หลายบริษัทยังไม่มีการตรวจสอบอายุผู้ซื้อหรือไม่ตรวจสอบตอนจัดส่งสินค้าที่บ้าน, กลุ่มคนรายได้ต่ำที่สามารถซื้อแอลกอฮอล์ได้มากขึ้นและยังผ่อนจ่ายได้, กลุ่มผู้ติดสุราหรือผู้เมาสุรา เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่องทางออนไลน์ก็มีการเติบโตมากขึ้น และมีรูปแบบการโฆษณาและการส่งเสริมการขายไม่ต่างกับประเทศออสเตรเลีย กฎหมายที่ควบคุมการจำหน่ายแอลกอฮอล์และลดการเข้าถึงแอลกอฮอล์ของเยาวชนของไทย ได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่ควบคุมวัน เวลา สถานที่ และบุคคลในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่ควบคุมใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะที่ควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางออนไลน์ กฎหมายที่บังคับใช้ในปัจจุบันถือว่ามีความเข้มงวดและกลไกการบังคับใช้ที่ยังไม่เข้มแข็งและเพียงพอต่อในควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่องทางออนไลน์ที่สามารถขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยากต่อการตรวจสอบผู้ซื้อและการสืบสวนผู้กระทำความผิด

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยควรพัฒนากฎหมายเฉพาะที่ใช้ในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ อย่างครอบคลุม ตั้งแต่ วิธีการจำหน่าย ระบบการชำระเงิน ระบบการส่งสินค้าที่บ้าน ตลอดจนการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ง่ายและสะดวกเกินไปของผู้บริโภค และลดการได้รับสื่อโฆษณาชวนเชื่อ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน

### เอกสารอ้างอิง

Stephanie, C., Louise, T. & Robyn, Richmond (2020) Content analysis of websites selling alcohol online in Australia. Drug and Alcohol Review. 39(2): 162.