รายงานฉบับสมบูรณ์

การพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

(สัญญาเลขที่ 60-A1-0001)

โดย

ดร.พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ธันวาคม 2560

Final Report

The Developmental of Measures to Restrict the Sale of Alcohol to Adolescents by Retailers in the Vicinity of Educational Institutions in Uttaradit Province

(Contract no 60-A1-0001)

By

Pongsak Onmoy

Faculty of Science and Technology

Uttaradit Rajabhat University

This project was supported by

Center for Alcohol Studies

Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth)

December, 2016

กิตติกรรมประกาศ

การทำงานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีด้วยการสนับสนุนทุนวิจัยของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งทีมผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนามาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนโดยรอบสถานศึกษา โดยเฉพาะร้านที่อยู่ในเขตโซนนิ่งซึ่งข้อมูลในระบบจะเป็นข้อมูลประกอบสำหรับการควบคุมติดตามของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเป็นข้อมูลประกอบการขับเคลื่อนนโยบายของภาครัฐเพื่อลดการเข้าถึงร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำไปสู่การลดปริมาณการดื่มและลดปริมาณนักดื่มหน้าใหม่ที่เป็นเยาวชนในสถานศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ต้องขอขอบคุณบุคคลที่เกี่ยวข้องที่ให้ข้อมูลในการดำเนินการจัดทำวิจัยดังกล่าวให้สำเร็จได้ด้วยดี ได้แก่ คุณขจรศักดิ์ อิ่มเต็ม รองนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์ (เลขานุการคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัดอุตรดิตถ์) คุณนิรันดร์ คงยอด นักวิชาการสาธารณสุข (เลขานุการประจำชุดปฏิบัติการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบจังหวัดอุตรดิตถ์) เจ้าหน้าที่จากสำนักงานสรรพสามิต เจ้าหน้าที่ตำรวจของสถานีตำรวจภูธรจังหวัดอุตรดิตถ์ อำเภอพิชัย อำเภอตรอน อำเภอน้ำปาดและอำเภอท่าปลา ผู้อำนวยการสถานศึกษาและครูอาจารย์จากสถาบันการศึกษาระดับมัธยมศึกษา อาชีวศึกษาและอุดมศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ให้เก็บข้อมูล นักเรียนและนักศึกษาในสถานศึกษาที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและขอขอบคุณอาจารย์จากหลักสูตรเทคโนโลยีสำรวจและภูมิสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลในส่วนของระบบภูมิสารสนเทศทางภูมิศาสตร์และนักศึกษาจากหลักสูตรเทคโนโลยีสำรวจและภูมิสารสนเทศและหลักสูตรสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้

ขอขอบคุณคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ หน่วยงานต้นสังกัดของผู้วิจัยที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนในการทำวิจัยฉบับนี้

สุดท้ายนี้ขอให้งานวิจัยฉบับนี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการวางแผนและเป็นแนวทางในการเฝ้าระวัง ควบคุมและติดตามการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของร้านจำหน่ายใกล้สถานศึกษาสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในจังหวัดและประเทศต่อไป

ดร.พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

1. ชื่อโครงการวิจัย

การพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์
4. เพื่อพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

3. ผลการศึกษา

1. ความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

1.1 ความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษามีความหนาแน่นในระดับน้อย โดยมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 3.04 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โดยพบสถานศึกษาที่มีความหนาแน่นในระดับมาก 2 พื้นที่ คือ โรงเรียนอุตรดิตถ์มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 6.6 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตรและวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 6.0 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ที่มีความหนาแน่นระดับปานกลาง คือ โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 3.2 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร และพื้นที่ที่มีความหนาแน่นระดับน้อยที่สุด คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 1.52 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 0.6 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตรและโรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 0.8 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร

1.2 ระยะทางเฉลี่ยจากจุดจำหน่ายไปยังรั้วมหาวิทยาลัย

จุดจำหน่ายโดยรอบสถานศึกษามีระยะทางไปยังรั้วสถานศึกษาเฉลี่ย 490.08 เมตร โดยระยะทางที่ใกล้ที่สุด คือ วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ 232.68 เมตร รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 432.67 เมตร และโรงเรียนอุตรดิตถ์ 435.35 เมตร

1.3 จำนวนรวมของจุดจำหน่าย

สถานศึกษาที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะ 1,000 เมตร 500 เมตร และ 300 เมตร มากที่สุดคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จำนวน 38 ร้าน ร้อยละ 25.7 รองลงมาคือโรงเรียนอุตรดิตถ์ จำนวน 37 ร้าน ร้อยละ 25.0 วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ จำนวน 23 ร้าน ร้อยละ 15.5 และสถานศึกษาที่มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะ 1,000 เมตร 500 เมตร และ 300 เมตร น้อยที่สุดคือ โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์ จำนวน 10 ร้าน ร้อยละ 6.8

2. ผลการศึกษาของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน ร้อยละ 80.4 และเป็นลูกจ้าง ร้อยละ 19.6 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.6 และเพศชาย ร้อยละ 28.4 มีอายุเฉลี่ย 46.81 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30.4 มีรายได้เฉลี่ย 24,790.54 บาท/เดือน รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ร้อยละ 34.5

ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีระยะเวลาที่ขายเฉลี่ย 8.79 ปี เป็นร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 66.2 รองลงมาเป็นร้านสะดวกซื้อ (7–11, แฟมิลี่มาร์ท) ร้อยละ 12.2 ร้านอาหาร ร้อยละ 8.1 และร้านมินิมาร์ท ร้อยละ 6.8 จำหน่ายเบียร์ ร้อยละ 96.6 รองลงมาจำหน่ายสปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 54.1 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไทย ร้อยละ 50.7 เหล้าขาวร้อยละ 41.2 และไวน์ ร้อยละ 15.5 มีป้ายหรือสติ๊กเกอร์ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้กับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 57.4 6 อยู่ห่างจากโรงเรียนหรือสถานศึกษาระยะทางเฉลี่ย 582.77 เมตร

ในรอบปีที่ผ่านมาผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เคยถูกสุ่มตรวจสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 55.4 เคยถูกตรวจจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 53.4 รองลงมาคือสรรพสามิต ร้อยละ 52.0 และเจ้าหน้าที่ตำรวจ ร้อยละ 22.3

ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้จำหน่ายตอบถูกมากที่สุดในเรื่องมีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 71.6 รองลงมาไม่สามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 65.5 ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้ ร้อยละ 64.9 เรื่องการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกจากเวลา 11.00–14.00 น. และเวลา 17.00 น.–24.00 น. ผิดกฎหมาย ร้อยละ 61.5 ข้อที่ตอบผิดมากที่สุดในเรื่องไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลกแจกแถม ร้อยละ 60.1 รองลงมาเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในร้านค้าถือว่าผิดกฎหมาย ร้อยละ 51.4 รองลงมาเรื่องสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักได้ ร้อยละ 49.3 และสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้นน้ำมันได้ ร้อยละ 44.6

ผู้ประกอบการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน ร้อยละ 69.6 มีการติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 70.2 แบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 45.3 ไม่สอบถามอายุของผู้ซื้อ ร้อยละ 46.6 ไม่ตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อ ร้อยละ 51.4 และมีการวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขาย ร้อยละ 54.1 และพบว่ามีตัวแปรที่ทำนายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ (OR_{Adjust}=7.73, 95% CI: 1.32-45.12) การแสดงป้ายไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน (OR_{Adjust}=15.26, 95% CI: 2.75-84.49) การถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายในรอบปีที่ผ่านมา (OR_{Adjust}=6.99, 95% CI: 1.47-33.20) การขาย

แบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง (OR_{Adjust}=15.25, 95%CI: 1.97-117.98) การสอบถามอายุของผู้ซื้อ (OR_{Adjus}=7.32, 95% CI: 1.74-30.81) การตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อ (OR_{Adjust}=13.51,95% CI: 3.16-30.81) และวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjus}=54.11, 95% CI: 7.49-390.82) โดยตัวแปรทั้ง 7 ตัวแปรสามารถร่วมกันทำนายการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนได้ร้อยละ 73.7 (Pseudo R^2=0.737) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษา

เยาวชนกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.8 เพศชาย ร้อยละ 49.3 มีอายุเฉลี่ย 18.39 ปี มีรายได้เฉลี่ย 3,712.75 บาท/เดือน พักอาศัยที่บ้านของตนเองในขณะที่กำลังศึกษา ร้อยละ 43.0 รองลงมาพักอาศัยที่หอพักนอกมหาวิทยาลัย ร้อยละ 26.8 มีสมาชิกในบ้านที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นพ่อ ร้อยละ 61.0 มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 80.5 พบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา ร้อยละ 55.8 ระยะห่างเฉลี่ยของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษา 521.08 เมตร ระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษาต่ำกว่า 300 เมตร ร้อยละ 21.0

ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาเยาวชนกลุ่มตัวอย่างเคยพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 63.6 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ร้อยละ 83.8 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ร้อยละ 56.6 พบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 55.8 และพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการรณรงค์ห้ามดื่ม ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 87.1

เยาวชนเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 84.3 เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่อมีอายุเฉลี่ย 16.37 ปี (อายุต่ำสุด 11 ปี อายุสูงสุด 21 ปี) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มครั้งแรกคือ เบียร์ ร้อยละ 36.5 รองลงมาดื่มเหล้า ร้อยละ 20.3 สปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 16.0 และเหล้าขาว ร้อยละ 7.0 เหตุผลในการดื่มครั้งแรกคือ อยากลองรสชาติ ร้อยละ 44.0 รองลงกลุ่มเพื่อนที่ดื่มชักชวน ร้อยละ 26.3 เพื่อเข้าสังคม ร้อยละ 6.0 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มเป็นประจำคือ เบียร์ ร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 48.0 สปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 17.5 และเหล้าปั่น ร้อยละ 14.8 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน ร้อยละ 15.8 รองลงมาทุกสัปดาห์ ร้อยละ 14.3 และวันเว้นวัน ร้อยละ 14.0 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 100–200 บาท/ครั้ง ร้อยละ 45.3 รองลงมาต่ำกว่า 100 บาท ร้อยละ 18.0

เยาวชนได้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาโดยการรวมเงินซื้อกับเพื่อน ร้อยละ 67.8 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสดื่มกับเพื่อน/ดื่มในวงเหล้าของเพื่อน ร้อยละ 58.8 รองลงมาร่วมงานเลี้ยงหรืองานสังสรรค์ ร้อยละ 12.3 บุคคลที่เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยเป็นเพื่อน ร้อยละ 86.9 รองลงมากับแฟน/คนรัก ร้อยละ 7.2 ช่วงเวลาที่เยาวชนส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือช่วงเย็น (17.00–23.59 น.) ร้อยละ 77.4 รองลงมาคือช่วงดึก (24.00–05.59 น.) ร้อยละ 12.3 สถานที่ที่เยาวชนนิยมดื่มคือที่พักของเพื่อน ร้อยละ 45.8 รองลงมาดื่มที่สถานบันเทิง ร้อยละ 31.8 บ้านของตนเอง ร้อยละ 26.5 และหอพัก ร้อยละ 23.0 เหตุผลในการดื่มคือดื่มเพื่อความสนุกสนาน ร้อยละ 59.0 รองลงมาคือสร้างโอกาสในการเข้าสังคม/ดื่มเพื่อเข้าสังคม ร้อยละ 47.3

เยาวชนเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 69.8 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 66.7 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 78.8 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 73.3 ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกสัปดาห์ ร้อยละ 17.8 รองลงมาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน ร้อยละ 13.5

เยาวชนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประจำเนื่องจากเดินทางสะดวก ร้อยละ 64.5 รองลงมาใกล้ที่พัก ร้อยละ 55.6 และมีราคาถูก ร้อยละ 34.4 ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายเครื่องดื่ม ร้อยละ 55.6 รองลงมาซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 50.5 และซื้อที่ร้านโชวห่วย/ขายของชำ/ร้านค้าในหมู่บ้าน ร้อยละ 49.8 เดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรถจักรยานยนต์ร้อยละ 77.1 รองลงมาใช้วิธีการเดิน ร้อยละ 50.5 ใช้เวลาเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 6–10 นาที ร้อยละ 45.5 รองลงมาใช้เวลาประมาณ 1–5 นาที ร้อยละ 27.2 ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 17.01 น.– 21.00 น. ร้อยละ 32.2 รองลงมาซื้อในเวลา 21.01 น.–24.00 น. ร้อยละ 29.4 เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในช่วงเวลาตั้งแต่ 24.00-11.00 น. หรือ 14.00-17.00 น. เคยซื้อและซื้อได้ ร้อยละ 21.5 และ 16.8

ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 58.3 พบว่าการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบถูกมากที่สุดเรื่อง ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้ ร้อยละ 92.3 รองลงมาเรื่องการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วัด สถานที่ราชการผิดกฎหมาย ร้อยละ 87.8 ห้ามมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนรถทั้งคนขับและคนโดยสาร ร้อยละ 84.0 ส่วนการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบผิดมากที่สุดเรื่องสามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 85.8 รองลงมาเรื่องสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้มน้ำมันได้ ร้อยละ 78.8 สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สวนสาธารณะได้ ร้อยละ 74.8 และการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันมาฆบูชาผิดกฎหมาย ร้อยละ 52.5

จากการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3 ตัวแปร คือ ระดับการศึกษา การมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทัศนคติ และพบว่ามี 2 ตัวแปรที่ทำนายการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.46, 95% CI: 1.34-8.92) และการมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=2.46, 95% CI: 1.22-4.95) โดยทั้ง 2 ตัวแปรนี้สามารถร่วมกันทำนายการเข้าถึงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ร้อยละ 25.10 (Pseudo R^2=0.251) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติพบว่ามีตัวแปรที่ทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 7 ตัวแปรคือ เพศ (OR_{Adjust}=2.01, 95% CI: 1.15-3.52) ระดับการศึกษามัธยมศึกษา (OR_{Adjust}=2.50, 95% CI: 1.12-3.51) ระดับการศึกษาอุดมศึกษา (OR_{Adjust}=1.69, 95% CI: 1.05-2.50) คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=1.88, 95% CI: 1.07-3.31) เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=4.20, 95% CI: 2.10-8.38) การ

พบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.22, 95% CI: 1.85-5.60) การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.56, 95% CI: 1.85-6.83) และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.46, 95% CI: 1.34-8.92) ทั้ง 7 ตัวแปรอิสระนี้สามารถร่วมกันทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ร้อยละ 32.70 (Pseudo R^2=0.327) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษามาตรการการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

ผลจากการจัดเวทีประชุมเชิงปฏิบัติ (Workshop) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาการจำหน่ายและการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับผู้เข้าร่วมเวทีรับทราบและผู้เข้าร่วมเวทีการประชุมได้แสดงความคิดเห็นและมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามาตรการในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา ดังนี้

1. สถานศึกษา

1.1 การสร้างค่านิยมใหม่และความตระหนักให้กับเยาวชน เนื่องจากเป็นแนวทางที่ดีเพราะเป็นวิธีที่สร้างความตระหนักให้เยาวชนทรายถึงพิษภัยและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.2 สถานศึกษาควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักเรียน นักศึกษาในสถานศึกษาเกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อสุขภาพ ร่างกาย สติปัญญาและผลกระทบของด้านอื่นๆ รวมถึงการสอดแทรกความรู้ในเรื่องของกฎหมายควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าในหลักสูตรการศึกษาด้วย

1.3 สถานศึกษาควรจัดกิจกรรมสร้างแรงจูงใจให้รางวัลแก่นักเรียน นักศึกษาที่มีพฤติกรรมและเป็นแบบอย่างที่ดีในการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการสร้างวัฒนธรรมภายในสถานศึกษาให้ถูกต้องเกี่ยวกับการเข้าสังคมโดยไม่จำเป็นต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.4 สถานศึกษาต้องมีส่วนช่วยเจ้าหน้าที่ในการสอดส่องดูแลร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาที่ทำผิดกฎหมายและการออกกฎระเบียบและบทลงโทษนักศึกษาที่มีพฤติกรรมในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.5 การสร้างเครือข่ายแกนนำเยาวชนในระดับจังหวัดในการเข้ามาร่วมกันจัดกิจกรรมการรณรงค์การแก้ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาและในชุมชน

2. ผู้จำหน่าย

2.1 การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเรื่องบุคคล เวลาและสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกออฮล์การโฆษณาส่งเสริมการขาย

2.2 การเพิ่มเงื่อนไขบทลงโทษทางกฎหมายให้มากขึ้นกับผู้จำหน่ายที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน รวมถึงการยึดหรือการไม่ออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับร้านจำหน่ายที่ฝ่าฝืนหรือทำผิดกฎหมาย

2.3 การปฏิบัติตามกฎหมายที่ตั้งไว้อย่างเคร่งครัด เช่น การไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุยังไม่ถึง 20 ปี และให้ความร่วมมือในการติดป้าย “ไม่จำหน่าย

แอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี” และการติดป้ายเวลาที่ห้ามจำหน่ายสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด

2.4 การช่วยเจ้าหน้าในการสอดส่องดูแลและแจ้งเจ้าหน้าที่ทราบกับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุยังไม่ถึง 20 ปี

2.5 การสร้างต้นแบบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน

3. เจ้าหน้าที่ของรัฐและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.1 การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเด็นบุคคล เวลาและสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกออฮล์และการห้ามโฆษณาให้กับเจ้าหน้าที่ ผู้จำหน่าย สถานศึกษา นักเรียน นักศึกษาและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกคนและกรณีมีมาตรการใหม่ๆ เกี่ยวกับกฎหมายการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรมีการเชิญผู้จำหน่ายมาประชุมสร้างความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง

3.2 การควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องมีมาตรการในการควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวด รัดกุม เช่น การปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการออกใบอนุญาตที่ลดความสะดวกของผู้ขอ เช่น การเพิ่มเงื่อนไขการออกใบอนุญาต การเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาต การลงพื้นที่ตรวจสอบสถานที่ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าอยู่ในสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายหรือไม่ เป็นต้น เพื่อควบคุมจำนวนร้านค้าและสถานบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.3 การให้เจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องได้รับทราบบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการตามกฎหมายกับเยาวชนและผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้สามารถดำเนินการบังคับใช้มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นไปอย่างครอบคลุม จริงจังและทั่วถึงไม่มีการละเว้น แก่ผู้มีอำนาจหรือผู้มีอิทธิพลโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ที่พบว่ามีการละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ เช่น หอพัก สวนสาธารณะ เป็นต้น

3.4 การเพิ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐในการดำเนินการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการสุ่มตรวจสอบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริเวณรอบๆ สถานศึกษาให้มากขึ้น

3.5 การจัดเขตโซนนิ่งร้านจำหน้ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันไม่ให้มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสถานบันเทิงใกล้กับสถานศึกษาในรัศมี 500 เมตร

3.6 การสร้างความร่วมมือกับชุมชนรอบสถานศึกษา เช่น การให้ประชาชนในชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงกับสถานศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมเป็นกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แลมีะบทบาทในการช่วยแก้ไขและป้องกันให้มากขึ้นในการช่วยดูแลนักเรียน นักศึกษาและการมีส่วนร่วมในการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง

3.7 การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยอาจกำหนดให้มีรางวัลหรือโบนัสสำหรับการทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมายเพื่อให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิผล เช่น การแบ่งรางวัลจากเงินค่าปรับกรณีจับกุมการละเมิดกฎหมายและมีการเปรียบเทียบปรับ

6. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้และเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ประเด็นปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรมีการทบทวนผลการวิจัยในครั้งนี้และศึกษาเพิ่มเติมถึงความเป็นไปได้ของการจัดโซน (Zoning) ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้มีมาตรการในการควบคุมจำนวนหรือความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนและการจำกัดทำเลที่ตั้งหรือระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมของเยาวชน เช่น สถานศึกษา สนามกีฬา โดยการกำหนดจำนวนโควตาและกำหนดขอบเขตพื้นที่ควบคุมพิเศษของร้านค้าปลีกจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยการงดการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายใหม่

2. เนื่องจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าส่วนใหญ่ยังมีพฤติกรรมจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ถูกต้องตาม พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้แก่ การไม่สอบถามอายุของผู้ซื้อก่อนจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน ดังนั้นจึงเสนอให้หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สาธารณสุข ตำรวจและสรรพสามิต เร่งรัดพัฒนามาตรการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องพร้อมๆ กับดำเนินการตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายเพื่อลงโทษผู้กระทำผิดอย่างเคร่งครัด

3. เนื่องจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าเยาวชนทั้ง 3 ระดับการศึกษายังมีอัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ค่อนข้างสูง ในขณะที่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับความรู้เรื่องพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากกิจกรรมในสถานศึกษาทำให้ยังมีความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นจึงเสนอให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานสาธารณสุขจึงควรเร่งพัฒนามาตรการหรือโปรแกรมเสริมสร้างความรู้และทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

4. มาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้แม้จะยังมิได้นำไปทดลองใช้แต่ก็น่าจะมีประสิทธิผลสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าได้ ทั้งนี้ต้องอาศัยการผสมผสานกับมาตรการการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นรูปธรรม ดังนั้นจึงเสนอให้หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สาธารณสุข ตำรวจและสรรพสามิต ควรมีการพัฒนาและศึกษาผลของมาตรการหรือโปรแกรมการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนที่มีลักษณะผสมผสานทั้งการให้ความรู้ การบังคับใช้กฎหมายการใช้สื่อสาธารณะ การเสริมแรงบวกและการเตือนความจำและการมีส่วนร่วมโดยคำนึงถึงความแตกต่างด้านสภาพปัญหาและสภาพบริบททางสังคมในแต่ละพื้นที่เป็นสำคัญ

บทคัดย่อ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุของปัญหาด้านสุขภาพและสังคม จึงมีการกำหนดมาตรการในการควบคุมอย่างเข้มงวด แม้ว่าจะมีกฎหมายเป็นมาตรการสำคัญที่ใช้ป้องกันและแก้ไขปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากไม่มีการบังคับใช้อย่างจริงจัง ย่อมไม่เกิดผลสัมฤทธิ์ได้ ฉะนั้นการศึกษาเพื่อค้นหาข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนถึงการรับรู้และปฏิบัติตามกฎหมายในพื้นที่และการมีส่วนร่วมจึงนับว่ามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง การวิจัยเชิงสำรวจภาคตัดขวางครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ 2) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ 3) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ และ 4) เพื่อพัฒนามาตรการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 148 คน เยาวชนในสถานศึกษา จำนวน 400 คนและตัวแทนหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 40 คน ทำการสุ่มอย่างเป็นระบบ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม 2560 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานโดยใช้สถิติ Chi-square และ Binary logistic regression analysis

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความหนาแน่นเฉลี่ยของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาในระยะทาง 500 เมตร มีความหนาแน่น 3.04 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตรและพบจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษามีระยะทางไปยังรั้วสถานศึกษาเฉลี่ย 490.08 เมตร พบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หนาแน่นมากที่สุดบริเวณรอบโรงเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา โดยมีรูปแบบการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาส่วนใหญ่เป็นแบบกระจายตัว โดยที่ร้านมีการตั้งกระจายตัวทั่วพื้นที่รอบสถานศึกษา ส่วนร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่รอบสถานศึกษา 500 เมตร มีการกระจายตัวแบบกระจุกตัว 2) พบผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนร้อยละ 69.6 การติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 70.2 ไม่สอบถามอายุของผู้ซื้อ ร้อยละ 46.6 ไม่ตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อ ร้อยละ 51.4 และมีการวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 54.1 และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ เพศ การแสดงป้ายร้านค้านี้ไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน การถูกตรวจสอบตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง การสอบถามอายุของผู้ซื้อ การตรวจสอบบัตรประชาชนและวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขาย ตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนได้ ร้อยละ 73.7 (Pseudo R^2=0.737) 3) เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 84.3 อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มครั้งแรกคือ 16.37 ปี เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เยาวชนนิยมดื่มคือ เบียร์ เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 69.8 นิยมซื้อจากร้านขายเครื่องดื่ม ร้านสะดวกซื้อและร้านโชวห่วย/ของชำ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ของเยาวชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถติที่ระดับ 0.05 คือ ทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตัวแปรทั้งหมดนี้สามารถร่วมกันทำนายการเข้าถึงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ร้อยละ 25.10 และปัจจัยที่มีอิทธิพลผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนคือ เพศ ระดับการศึกษา คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตัวแปรทั้งหมดนี้สามารถร่วมกันทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ ร้อยละ 32.70 4) มาตรการจำกัดและการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้ารอบบริเวณสถานศึกษา โดยการจัดระเบียบพื้นที่ตั้งร้านขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการจัดโซนนิ่งร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยห้ามขายแอลกอฮอล์ในบริเวณ 500 เมตรรอบสถานศึกษา รวมทั้งมาตรการเพิ่มเติมเพื่อเอื้อต่อมาตรการโซนนิ่ง คือ มาตรการที่จะปฏิเสธการออกใบอนุญาตให้ร้านค้าปลีกที่จะเปิดร้านขายแอลกอฮอล์ใกล้กับสถานศึกษาและมาตรการป้องกันด้วยการลบล้างค่านิยมในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาและการส่งเสริมให้สถานบันการศึกษาและครอบครัวมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา

คำสำคัญ : เยาวชน, ผู้ประกอบการร้านค้า, การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Abstract

Alcohol is a cause of health and social problems, so the restrict control measure were established. Although there is a law that is a major measure to prevent and solve problems of alcohol, but no serious causes the failure achievement. Therefore, the study to find empirical evidence that supports the recognition and compliance of local law and participation is essential. The Cross-sectional study aimed (1) to study the density and distribution of alcohol retailers surrounding educational institutions in Uttaradit Province, (2) to study the behavior of alcohol selling by entrepreneurs and the factors influencing alcohol selling by alcohol retailers surrounding educational institutions in Uttaradit Province, (3) to study alcohol drinking behavior and the factors influencing the alcohol buying behavior of adolescents in Uttaradit Province, and (4) to develop of measures restrict the sale of alcohol to adolescents by alcohol retailers in the vicinity of educational institutions in Uttaradit Province. The simple random sampling technique was performed to recruit 3 groups of respondents including 148 alcohol retailers, 400 students in educational institutions, and 30 in the government sector. Data was collected by questionnaires and in-depth interviews during January–December 2017. Data was analyzed by descriptive and inferential statistics by using Chi-square and Binary logistic regression analysis.

The results found that (1) The average density of retailers around educational institutions within 500 meters is 3.04 stores per square kilometer and retailers around educational institutions have an average distance of 490.08 meters to the school fence. Most density of retailers around educational institutions were found around high schools and vocational schools. The distribution pattern of retailers around the institutes is mostly dispersed. The location of retailers around educational institutions within 500 meters are distributed in clustered patterns. (2) The most alcohol retailers selling to adolescents was 69.6%. Alcohol advertising 70.2%, Did not check the age of the buyer before selling 46.6%, Did not check the identity card of the buyer before selling 51.4%, and alcohol showcased at the point of sale 54.1%. Factors influencing alcohol selling to adolescents was statistically significant at 0.05 level were gender, sign does not sell alcohol to youth, checked by law, self-service, check the buyer's age, check the identity card, and point of sale. These factors could help to predict the alcohol retailers selling to adolescents at 73.3%. These seven factors can explain the variation of alcohol retailers selling to adolescents at a percentage of 73.3 % (Pseudo R^2=0.737). (3) The adolescents who drink alcohol beverages was

84.3%. Mean age of their first exposure to alcohol was 16.37 years old. The most popular type of alcohol was beer; the popular shops for alcohol sales were beverage whole shops, grocery, and convenience stores. The factors influencing alcohol accessibility was statistically significant at 0.05 level were positive attitudes toward alcohol drinking, and peer drinking. These two factors can explain the variation of alcohol accessibility among adolescents at a percentage of 25.10% (Pseudo R^2=0.251). And the factors influencing alcohol drinking among adolescents was statistically significant at 0.05 level were gender, grad, family member drinking, peer drinking, had seen advertising and public relations media, had seen advertising to reduce alcohol consumption, and positive attitudes toward alcohol drinking. These seven factors can explain the variation of alcohol drinking among adolescents at a percentage of 32.70% (Pseudo R^2=0.327). The measures to restrict the sale of alcohol to adolescents by alcohol retailers in the vicinity of educational institutions were the zoning outlets selling alcohol. By prohibiting the sale of alcohol within of 500 meters around educational institutions. A Campaign should focus on building up the correct attitude of students towards alcohol consumption. And use the family and educational institutions to help control alcohol consumption among students.

Keyword: adolescents, alcohol retailers, alcohol accessibility, measures to restrict the sale of alcohol

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	ฑ
สารบัญ	ต
สารบัญภาพ	ท
สารบัญตาราง	ธ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหาวิจัย	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	4
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น	7
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น	9
มาตรการทางกฎหมายที่สำคัญเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	19
นโยบายและมาตรการระดับชาติในการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	46
การศึกษาความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์	46
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางจากร้านค้าถึงสถานศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์	50
การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์	53
การพัฒนามาตรการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในเขตเมืองอุตรดิตถ์	58

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	60
ผลการศึกษาความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์	60
ผลการศึกษาของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกออฮล์	73
ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระยะทางจากร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสถานศึกษากับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	91
ผลการศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน	97
ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน	119
ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน	122
ผลการศึกษามาตรการการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์	125
บทที่ 5 สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ	132
สรุปผลการวิจัย	132
อภิปรายผลการวิจัย	138
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	152
บรรณานุกรม	156
ภาคผนวก	165

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 1	กรอบแนวคิดการวิจัย	44
ภาพที่ 2	กรอบแนวคิดการวิจัยระยะที่ 2.1	47
ภาพที่ 3	กรอบแนวคิดการวิจัยระยะที่ 2.2	48
ภาพที่ 4	กรอบแนวคิดการวิจัยในระยะที่ 3	53
ภาพที่ 5	แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300 500 และ 1,000 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	68
ภาพที่ 6	แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300 500 และ 1,000 ของโรงเรียนอุตรดิตถ์	69
ภาพที่ 7	แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300 500 และ 1,000 ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	69
ภาพที่ 8	แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300 500 และ 1,000 ของวิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	70
ภาพที่ 9	แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300 500 และ 1,000 ของโรงเรียนพิชัย	70
ภาพที่ 10	แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300 500 และ 1,000 ของโรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	71
ภาพที่ 11	แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300 500 และ 1,000 ของโรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	71
ภาพที่ 12	แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300 500 และ 1,000 ของโรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์	72
ภาพที่ 13	มาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์	131

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
ตาราง 1	รายชื่อสถานศึกษากลุ่มตัวอย่างแยกรายอำเภอ	46
ตาราง 2	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับสถานศึกษา	54
ตาราง 3	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานศึกษา	55
ตาราง 4	แสดงจำนวนร้านค้าที่ขอใบอนุญาตจากสรรพสามิตจังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2560	61
ตาราง 5	แสดงพื้นที่มหาวิทยาลัยและขนาดพื้นที่โดยรอบ 500 เมตรไม่รวมพื้นที่มหาวิทยาลัย (Buffer area)	63
ตาราง 6	แสดงประเภทจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จำแนกตามพื้นที่	64
ตาราง 7	แสดงการกระจุกตัวหรือกระจายตัวจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	64
ตาราง 8	แสดงการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	65
ตาราง 9	แสดงความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 500 เมตร	66
ตาราง 10	แสดงระยะห่างจุดจำหน่ายจากรั้วสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุด (เมตร)	67
ตาราง 11	แสดงจุดจำหน่ายที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามระยะรอบสถานศึกษา	67
ตาราง 12	จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลร้านค้าของกลุ่มตัวอย่าง	73
ตาราง 13	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการได้ยินหรือรู้จักพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	75
ตาราง 14	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	76
ตาราง 15	จำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	76
ตาราง 16	จำนวนและร้อยละของทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	78
ตาราง 17	จำนวนและร้อยละของการตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	80
ตาราง 18	จำนวนและร้อยละของการตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	81
ตาราง 19	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	82
ตาราง 20	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แยกรายด้าน	84
ตาราง 21	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	85
ตาราง 22	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	86
ตาราง 23	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมเกี่ยวกับการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	88
ตาราง 24	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมเกี่ยวกับการแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	89
ตาราง 25	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมเกี่ยวกับการตรวจสอบอายุผู้ซื้อ	90
ตาราง 26	แสดงความสัมพันธ์ระยะทางจากร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสถานศึกษากับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	91

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
ตาราง 27	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน	93
ตาราง 28	แสดงผลการทดสอบปัจจัยทำนายพฤติกรรมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน	95
ตาราง 29	จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้นักเรียน นักศึกษา	97
ตาราง 30	จำนวนและร้อยละของการเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ	99
ตาราง 31	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	101
ตาราง 32	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	107
ตาราง 33	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการซื้อครื่องดื่มแอลกอฮอล์	111
ตาราง 34	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดื่มครื่องดื่มแอลกอฮอล์	112
ตาราง 35	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการพบเห็นการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	112
ตาราง 36	จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการตรวจสอบอายุ	113
ตาราง 37	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	113
ตาราง 38	จำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	114
ตาราง 39	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาและรูปลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	115
ตาราง 40	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	116
ตาราง 41	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาและการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	117
ตาราง 42	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน	119
ตาราง 43	ผลการทดสอบปัจจัยทำนายการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน	121
ตาราง 44	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน	122
ตาราง 45	ผลการทดสอบปัจจัยทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน	124

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อปัญหาต่อสุขภาวะทางกาย จิต สังคมและปัญญาของประชากรไทย ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงตัวผู้บริโภคเท่านั้น ครอบครัว บุคคลรอบข้าง ชุมชน สังคมและประเทศล้วนมีส่วนแบกรับภาระจากผลกระทบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งก่อให้เกิดโรคภัยกว่า 60 โรคและยังเป็นปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ อันดับหนึ่ง โดยทำให้เกิดโรคและการบาดเจ็บที่เป็นต้นเหตุสำคัญของความสญูเสียทางสุขภาพเกือบทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดเจนซึ่งทำให้รัฐต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาและจะยิ่งทวีความรนุแรงมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2559)

จากผลการสำรวจของรายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศไทยปี 2556 พบว่าอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ 20.4 ปี ประชากรชายที่อายุ 15 ปีขึ้นไปเริ่มดื่มที่อายุเฉลี่ย 19.4 ปี สำหรับประชากรหญิงเริ่มดื่มเฉลี่ยที่อายุ 24.5 ปี อายุเฉลี่ยประชากรที่เริ่มดื่มนั้นไม่แตกต่างกันมากนักในแต่ละภูมิภาค นอกจากนี้ยังพบว่าคนไทยที่อายุ 15 ปีขึ้นไปเป็นนักดื่มในปัจจุบัน (Current drinker) หรือผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือนที่ผ่านมาจำนวน 16,992,017 คนหรือคิดเป็น ร้อยละ 31.5 ของประชากรผู้ใหญ่ สำหรับการดื่มหนักแบบหัวราน้ำ (Binge drinking) ของเยาวชนอายุ 12-22 ปี พบว่านักดื่มเยาวชน ร้อยละ 53 เคยดื่มหนักแบบหัวราน้ำในระยะเวลา 30 วันที่ผ่านมา โดยดื่มอย่างหนัก 1-2 ครั้ง และนักดื่ม ร้อยละ 6 ดื่มอย่างหนักเกิน 6 ครั้งต่อเดือนและยังพบว่ากลุ่มประชากรที่มีความชุกของนักดื่มสูงที่สุดดื่มใน 12 เดือนที่ผ่านมาคือกลุ่มเยาวชนผู้ที่อายุ 15-24 ปี ดื่มร้อยละ 23.7 นอกจากนี้พบว่าในช่วงประมาณ 5 ปีที่ผ่านมานักดื่มไทยมีสัดส่วนผู้ดื่มหนักเพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 33.8 ของนักดื่มในปี 2550 เป็น ร้อยละ 35.3 ของนักดื่มในปี 2554 นอกจากนี้ยังพบว่านักดื่มเยาวชนเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนของการดื่มหนักมากกว่านักดื่มในวัยอื่นกล่าวได้ว่า 2 ใน 5 ของนักดื่มเยาวชนเคยดื่มหนักจากการดื่มใน 12 เดือนที่ผ่านมาและเมื่อเปรียบเทียบปี 2550 และ 2554 พบว่านักดื่มเยาวชนและนักดื่มผู้ใหญ่มีสัดส่วนของผู้ที่ดื่มหนักเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.5 และ 6.1 ตามลำดับ โดยสำหรับการดื่มในแต่ละภูมิภาคนั้นพบว่าภาคเหนือมีความชุกการดื่มสูงที่สุด (ร้อยละ 39.4) สำหรับภูมิภาคอื่นนั้นมีความชุกการดื่มน้อยกว่าความชุกการดื่มในภาพรวมของประเทศ (ร้อยละ 31.5) (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2556) และจากการสำรวจในปี 2555 พบว่าจังหวัดอุตรดิตถ์มีความชุกของนักดื่มหน้าใหม่ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ร้อยละ 39.4 และมีความชุกของนักดื่มในประชากรวัยรุ่น (อายุ 15-19 ปี) ร้อยละ 9.8 (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2556) โดยจากสถิติการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทยที่สูงขึ้นนี้ส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ง่ายและสะดวก เด็กและเยาวชนสามารถซื้อหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในเวลาที่รวดเร็วเพียงไม่กี่นาทีจากร้านค้าหรือสถานที่จำหน่ายที่มีอยู่มากมายและยังไม่มีอุปสรรคใดขัดขวางหรือทำให้เกิดความลำบากในการซื้อด้วย

ปัจจัยและสาเหตุของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนพบว่ามีปัจจัยและสาเหตุจากหลายประการ เช่น ปัจจัยที่เกิดจากตัวของเยาวชนเองที่เป็นผลมาจากพัฒนาการด้านร่างกายและจิตใจซึ่งวัยนี้จะมีความคึกคะนอง อยากรู้อยากเห็น อยากทดลอง ขาดความมั่นใจในตนเองเนื่องจากปัญหาการปรับตัวและมีความเข้าใจว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้มีคนยอมรับ นอกจากปัจจัยที่มาจากตัวเยาวชนแล้วปัจจัยที่มาจากสังคมและสิ่งแวดล้อมภายนอกก็เป็นสาเหตุที่สำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนโดยพบว่าในปี 2560 มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมทุกประเภทรอบสถานศึกษา จำนวน 289 ร้าน (สรรพสามิตจังหวัดอุตรดิตถ์) และจากการศึกษาของพงษ์ศักดิ์ อ้นมอย (2554) ที่พบว่าเยาวชนในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์เคยซื้อและซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 68.2 สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวกมาก ร้อยละ 41.5 และสะดวกสามารถขับรถ/ขี่รถโดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย ร้อยละ 37.3 ใช้เวลาเดินทางไปซื้อเพียง 5–10 นาที การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาตั้งแต่ 24.00–11.00 น. หรือ 14.00–17.00 น. เคยซื้อและซื้อได้ ร้อยละ 38.4 หาซื้อได้จากร้านขายเครื่องดื่มร้อยละ 93.8 และร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้อยละ 90.7 ถ้าร้านที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สะดวกที่สุดไม่เปิดขายหรือไม่มีสินค้าที่ต้องการเยาวชนจะไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน ร้อยละ 71.5 และเยาวชนเคยพบเห็นอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 64.2 และจากการศึกษาของสาวิตรี อัษณางค์กรชัย และคณะ (2551) ที่พบว่าปัจจัยเสี่ยงด้านชุมชนในการเข้าถึงเครื่องแอลกอฮอล์ ได้แก่ การขาดความเข้มงวดของกฎหมายและบรรทัดฐานทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการใช้แอลกอฮอล์ ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งซื้อขายแอลกอฮอล์

จากสถานการณ์แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการเข้าถึงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากสถานการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนและวัยรุ่นในปัจจุบันนี้จำเป็นจะต้องมีการเฝ้าระวังและป้องกันอย่างจริงจังเพราะอายุของการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ดังนั้นทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนมากขึ้นเนื่องจากวัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคมที่ทำให้มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการดื่มได้ง่ายกว่ากลุ่มอายุอื่น การแสวงหาแนวทางเพื่อการควบคุมการขยายตัวของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และลดความสูญเสียทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในเยาวชนซึ่งเสี่ยงต่อการดื่มและการได้รับผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากเป็นอันดับสองรองจากกลุ่มที่อยู่ในวัยทำงาน (บัณฑิต ศรไพศาล, 2551) ดังนั้นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนซึ่งเมื่อวิเคราะห์แล้วกลุ่มอายุดังกล่าวส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาซึ่งการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาที่มีมาอย่างยาวนานแม้จะมีการออกกฎหมายมาบังคับใช้บทบัญญัติของกฎหมายก็ยังมีปัญหารวมทั้งหน่วยงานของรัฐที่เป็นผู้ดูแลและนำมาตรการทางกฎหมายดังกล่าวมาใช้บังคับยังขาดความต่อเนื่องและจริงจังผู้ประกอบการเองซึ่งเห็นช่องว่างของกฎหมายและการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ดังกล่าวจึงเปิดร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เอาใจเยาวชนที่นิยมดื่ม

การจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงเป็นกลุ่มมาตรการสำคัญที่จะช่วยลดปริมาณการบริโภคและอันตรายที่เกี่ยวข้องซึ่งในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่มีผลบังคับใช้มาจนถึงปัจจุบันเป็นเวลาประมาณ 9 ปีกว่า จึงมีบทบัญญัติสำคัญที่กำหนดอายุขั้นต่ำของ

เยาวชนในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการกำหนดสถานที่จำหน่ายด้วย โดยหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องได้มีความพยายามที่จะสนับสนุนให้ความรู้เรื่องกฎหมายและรณรงค์สนับสนุนการบังคับใช้กฎหมาย ส่วนองค์กรภาคประชาสังคมได้มีบทบาทสำคัญในการรณรงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเหนือไปจากโครงการรณรงค์ขนาดใหญ่ขั้นพื้นฐานเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนและชักชวนประชาชนให้ลดละเลิกการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตามมีการสำรวจที่ชี้ให้เห็นว่าเยาวชนที่อายุน้อยกว่า 20 ปี ซึ่งเป็นอายุขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนดให้สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้และสามารถซื้อหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาดื่มได้เอง โดยมีรายงานการพบเห็นเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ถึงร้อยละ 52 ข้อมูลเหล่านี้จึงสะท้อนถึงระดับการบังคับใช้กฎหมายในประเทศไทยว่าอาจยังไม่มีความเข้มแข็งเพียงพอ (สาวิตรี อัษณางค์กรชัยและคณะ, 2551) และการศึกษาของเพ็ญพักตร์ มุงคุณคำซาว (2552) ที่พบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถซื้อได้ง่าย นักเรียนเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาเรียน โดยซื้อจากร้านขายของชำใกล้โรงเรียนและในหมู่บ้านที่พักอาศัย โดยผู้ขายส่วนใหญ่ไม่เคยถามว่าซื้อไปให้ใครและเมื่อไม่มีเงินผู้ขายยอมให้นักเรียนติดหนี้ได้ ทำให้พบว่าการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยสะดวกและที่สำคัญก็อยู่ใกล้บ้านและสถานศึกษา จะเห็นได้ว่าแนวโน้มของการเข้าถึงและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี มีอัตราที่สูงขึ้นและที่น่าสังเกต คือ อายุการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนจะมีแนวโน้มว่าอายุจะน้อยลงและผลกระทบที่จะตามมา ได้แก่ ปัญหาด้านสุขภาพและทางด้านสังคม ดังนั้นนโยบายและมาตรการระดับชาติในการควบคุมและจัดการกับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการกำหนดแบ่งตามกลุ่มขอบเขตเป้าหมายซึ่งไว้ดังนี้ ความเป็นผู้นำ จิตสำนึกและความมุ่งมั่น บทบาทของระบบบริการสุขภาพ มาตรการระดับชุมชน นโยบายการจัดการปัญหาการดื่มแล้วขับ การควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การควบคุมกิจการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นโยบายด้านภาษีและราคา การจัดการผลกระทบจากการดื่มและอาการเมาการจัดการกับผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมายและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตไม่ได้มาตรฐานและการติดตามและการเฝ้าระวัง (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2552)

ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะได้มีการมอบหมายให้คณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติและคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้กำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ก็ยังพบปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ซึ่งจากผลกระทบเชิงลบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งปัญหาเหล่านี้สามารถป้องกันและหลีกเลี่ยงได้ด้วยการมีนโยบายแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิผลและการนำไปปฏิบัติที่จริงจังประเด็นสำคัญสำหรับการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน คือ การป้องกันไม่ให้เยาวชนเข้ามาสู่การเป็นนักดื่มหรือการชะลอการเริ่มดื่มให้ช้าที่สุด โดยสัดส่วนของผู้ที่มีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วในกลุ่มเยาวชนจึงเป็นดัชนีชี้วัดปัญหาที่สำคัญและบุคคลที่สำคัญในการไม่ให้เยาวชนเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่าย ได้แก่ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทเพราะจากผลงานวิจัยหลายฉบับมีผลการวิจัยเหมือนกัน คือ เด็กเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จากร้านขายของชำใกล้บ้านโดยสะดวกและตลอดเวลาที่ร้านเปิดจำหน่ายสอดคล้องกับดุษฎี อายุวัฒน์และวณิชชา ณรงค์ชัย (2553) ได้ประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์พบว่าแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรมีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ให้กับผู้จำหน่าย เนื่องจากพบว่าผู้จำหน่ายมีการรับรู้ในระดับที่ต่ำเป็นสัดส่วนที่สูงมากตลอดจนควรมีการพัฒนากระบวนการให้เจ้าพนักงานตามกฎหมายมีความมั่นใจในการกำกับควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการศึกษาของวุธิพงศ์ ภักดีกุล (2553) พบว่าลักษณะการละเมิดกฎหมายและสัดส่วนของผู้ละเมิดกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มี 7 ลักษณะ คือ การละเมิดด้านเวลา การโฆษณา ด้านอายุผู้ซื้อ ด้านการส่งเสริมการขายด้วยการลดและแลก แจก แถม เร่ขาย

จากปัญหาและผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าวผู้วิจัยได้วิเคราะห์แล้วเห็นว่าร้านค้าและผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นจุดเริ่มแห่งการก่อเกิดปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐบาลได้กำหนดมาตรการการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การกำหนดอายุผู้ซื้อต้องมีอายุ 20 ปีขึ้นไป การไม่ขายให้คนเมาสุราจนครองสติไม่ได้และการกำหนดเวลาในการจำหน่าย แต่จากการศึกษาในเบื้องต้นพบว่ามีการละเมิดกฎหมายกันเป็นอย่างมากจึงเป็นจุดเริ่มต้นแห่งผลกระทบและปัญหาหลายประการดังที่ได้กล่าวมาแต่ในทางตรงกันข้ามหากร้านค้าหรือผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปฏิบัติตามมาตรการอย่างเคร่งครัดก็จะทำให้การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปีเป็นไปได้ยาก การจำหน่ายเป็นไปตามเวลาที่กำหนดก็จะสามารถลดปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์ได้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคให้อยู่ในกรอบที่เหมาะสมและการที่ไม่ขายให้เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีก็จะเป็นการลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุหรือความรุนแรงที่อาจจะเกิดขึ้นได้เป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์เพื่อนำเอาสาเหตุหรือปัจจัยที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาเป็นแนวทางเพื่อที่จะส่งเสริมให้ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีประสิทธิผลในระดับนโยบายและสำหรับผู้ปฏิบัติงานในระดับพื้นที่นอกจากนี้ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมให้ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเคร่งครัดเพื่อที่จะลดปัญหาและผลกระทบที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นต้นเหตุต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

4. เพื่อศึกษามาตรการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษาความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์เป็นการสำรวจโดยการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) ในการหาพิกัดจำแนกตามระดับสถานศึกษา 3 ระดับ ได้แก่ ระดับมัธยมศึกษา ระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษาและหาพิกัดจุดของร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่โดยรอบสถานศึกษาในรัศมี 300, 500 และ 1,000 เมตร

2. ขอบเขตการศึกษาพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์เป็นการศึกษาในประเด็น การวางโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สามารถสังเกตได้ง่าย การแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การตรวจสอบอายุของผู้ซื้อและพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน

3. ขอบเขตการศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนประกอบด้วยการศึกษาใน 7 ประเด็น คือ 1) คุณลักษณะทั่วไปของเยาวชน 2) แหล่งเข้าถึงหรือซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3) ทัศนคติต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4) การรับรู้ความยากในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5) การรับรู้สื่อโฆษณาหรือการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบชุมชน 6) พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 7) พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4. ขอบเขตการพัฒนามาตรการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ศึกษาถึงระบบและกลไกการทำงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับจังหวัดและพื้นที่และการนำผลการศึกษาที่ได้มานำเสนอที่ประชุมเชิงปฏิบัติการโดยเน้นกับกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อร่วมกันหามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในเขตเมืองอุตรดิตถ์ โดยการประชุมกลุ่มย่อย (Focus groups) และการระดมสมอง (Brain storming) และนำผลการเสนอแนะมาปรับปรุงเป็นมาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในเขตเมืองอุตรดิตถ์

นิยามศัพท์

เยาวชน หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

สถานศึกษา หมายถึง สถาบันการศึกษาที่เยาวชนกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง การที่เยาวชนในสถานศึกษาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทรวมทั้งการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาและความถี่ในการดื่มรวมทั้งความตั้งใจในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง ความยากง่ายที่เยาวชนสามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จากร้านค้าบริเวณใกล้กับสถานศึกษาและบ้าน ในการวิจัยครั้งนี้รวมถึงระยะทางของร้านจำหน่าย วิธีการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ซื้อจากผู้จำหน่าย ราคาและลักษณะการจำหน่าย เวลาจำหน่าย รวมถึงการโฆษณาเผยแพร่ในรูปแบบต่างๆ ที่เยาวชนได้รับ

มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง ข้อกำหนดในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ดังนี้ 1) มาตรการในการควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) มาตรการจำกัดการเข้าถึงและการหาซื้อ และ 3) มาตรการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

ผู้จำหน่าย หมายถึง ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์ที่อยู่ในจังหวัดอุตรดิตถ์ที่จำหน่ายเครื่องดื่ม ได้แก่ เบียร์ ไวน์ เหล้าปั่น สาโท อุ/กระแช่ น้ำตาลเมา เหล้าขาว แชมเปญ บรั่นดี วิสกี้ค็อกเทล พั๊นซ์ รัม วอดก้า สุราไทยทุกชนิดรวมทั้งสุราต่างประเทศทุกชนิด ตามบัญชีรายชื่อของสำนักงานสรรพสามิตเขตพื้นที่ในจังหวัดอุตรดิตถ์

การปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง การที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตเมืองจังหวัดอุตรดิตถ์ได้มีการปฏิบัติตามมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ มาตรการจำกัดการเข้าถึงและการหาซื้อและมาตรการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่ได้กำหนดไว้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนามาตรการเชิงนโยบายเกี่ยวกับการจัดโซน (Zoning) เพื่อควบคุมจำนวนหรือความหนาแน่นของร้านค้าปลีกและการจำกัดทำเลที่ตั้ง (Location) หรือระยะห่าง (Proximity) ของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ต่อไป

2. ได้ข้อมูลพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษา พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาและมาตรการที่มีประสิทธิผลในการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในเขตเมืองอุตรดิตถ์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนานโยบายทั้งในลักษณะการประเมินผลการดำเนินนโยบายและการวางแผนเพื่อปรับปรุงและพัฒนานโยบายด้านการจัดการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร บทความและงานวิจัยต่างๆ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น
2. การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น
3. มาตรการทางกฎหมายที่สำคัญเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
4. นโยบายและมาตรการระดับชาติในการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

ความหมายของวัยรุ่น

วัยรุ่น (Adolescent) มีรากศัพท์มาจากภาษาลาตินว่า Adolescere หมายถึง การเจริญสู่วุฒิภาวะ (Grow into maturity) หรือการพัฒนาสู่การเจริญเติบโตไปเป็นวัยผู้ใหญ่ตามปกติมักถือว่าวัยรุ่นคือผู้ที่มีอายุระหว่าง 13-20 ปี (สุชา จันทน์เอม, 2540)

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2540) กล่าวถึงวัยรุ่นว่าเป็นวัยที่อยู่ในช่วงระยะคาบเกี่ยวระหว่างความเป็นเด็กต่อเนื่องกับความเป็นผู้ใหญ่มีความอ่อนไหวทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ได้ง่ายเรียกได้ว่าเป็นวัยวิกฤตเนื่องจากวัยนี้มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและสติปัญญา จากวัยเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่

องค์การอนามัยโลก (WHO อ้างในสุจิตรา อินทะวงษ์, 2548) ได้ให้ความหมายของวัยรุ่น (Adolescent) หมายถึงบุคคลที่มีอายุระหว่าง 10-19 ปี ซึ่งถือว่าเป็นระยะวิกฤตของชีวิตเนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มีความสับสนทางด้านจิตใจมากกว่าวัยอื่นๆ เป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิตระหว่างความเป็นเด็กและความเป็นผู้ใหญ่

วัยรุ่น ถือว่าเป็นระยะของช่วงหนึ่งของชีวิตที่คั่นกลางระหว่างความเป็นเด็กกับความเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งไม่สามารถแบ่งขีดขั้นได้อย่างแน่นอนว่าควรกำหนดเมื่ออายุเท่าใด มีนักจิตวิทยามากมายที่กำหนดอายุวัยรุ่นที่แบ่งวัยรุ่นออกเป็น 3 ระยะ คือ (สุชา จันทร์เอม, 2540)

1. วัยรุ่นตอนต้น (Early adolescence) เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 13-15 ปี เด็กชายจะมีอายุระหว่าง 15-17 ปี

2. วัยรุ่นตอนกลาง (Middle adolescence) เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 15-18 ปี เด็กชายจะมีอายุระหว่าง 17-19 ปี

3. วัยรุ่นตอนปลาย (Late adolescence) เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 18-21 ปี เด็กชายจะมีอายุระหว่าง 19-21 ปี

พัฒนาการของวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นช่วงเปลี่ยนวัยเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อที่เปลี่ยนจากความเป็นเด็กสู่ความเป็นผู้ใหญ่มีความอ่อนไหวทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ได้ง่ายช่วงวัยรุ่นมีความแตกต่างจากวัยอื่นๆ เพราะมีการเปลี่ยนแปลงมากและรวดเร็วในทุกด้านของพัฒนาการการเริ่มต้นของความเป็นวัยรุ่นตามลักษณะพัฒนาการสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนว่าช่วงวัยรุ่นเริ่มต้นแล้ว คือ การเปลี่ยนแปลงทั้งทางภายนอกและภายในร่างกายพร้อมๆกับการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายก็มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะพัฒนาการด้านอื่นๆ ด้วยพัฒนาการต่างๆ ของเด็กวัยรุ่นนี้มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อกันและกันเหมือนในวัยอื่นๆ การเปลี่ยนแปลงบางอย่างกะทันหันรวดเร็วไม่แน่นอนเข้าใจค่อนข้างยากและละเอียดซับซ้อนทำให้พัฒนาการในระยะวัยรุ่นเป็นช่วงที่น่าสนใจและควรศึกษาช่วงหนึ่งเพราะจะทำให้สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมต่างๆ ของวัยรุ่นได้ดีขึ้นซึ่งพัฒนาการที่สำคัญๆ ของวัยรุ่นมีดังนี้ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2540)

1. พัฒนาการทางด้านร่างกายจะเป็นในด้านของความงอกงามเจริญเติบโตถึงขีดสมบูรณ์เพื่อทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ การเจริญเติบโตมีทั้งส่วนภายนอกที่มองเห็น เช่น ส่วนสูง น้ำหนัก ส่วนสัดของร่างกาย เป็นต้น ส่วนการเจริญเติบโตภายใน เช่น โครงกระดูกแข็งแรงขึ้นการทำงานของต่อมบางชนิดจะมีฮอร์โมนที่ทำหน้าที่ควบคุมการเจริญเติบโตของรังไข่และอัณฑะและควบคุมการตกไข่ของเพศหญิงซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นช่วยทำให้เกิดความรู้สึกของการเป็นผู้ชายหรือผู้หญิง บางครั้งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจเป็นสาเหตุของความวิตกกังวลใจหรือความลำบากในการปรับตัวของวัยรุ่นได้

2. พัฒนาการทางด้านอารมณ์ การเปลี่ยนแปลงและการเจริญเติบโตทางร่างกายทั้งภายในและภายนอกกระทบกระเทือนแบบแผนอารมณ์ของวัยรุ่นทำให้มีอารมณ์เปลี่ยนแปลงง่ายสับสนอ่อนไหวมีความเข้มของอารมณ์สูงไม่มั่นคงลักษณะอารมณ์เช่นนี้ เรียกว่า พายุบุแคม (Storm and stress) บุคคลต่างวัยจึงต้องใช้ความอดทนเพื่อจะเข้าใจและสร้างสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากวัยรุ่นเข้ากับบุคคลต่างวัยได้ยาก วัยรุ่นจึงเกาะกลุ่มกันได้ดีมากเป็นพิเศษกว่าวัยอื่นๆ เพราะเข้าใจและยอมรับกันและกันได้ง่าย โดยลักษณะอารมณ์และจิตใจวัยรุ่นมีลักษณะดังนี้

2.1 วัยรุ่นจะสนใจตัวเองมากขึ้น รักสวยรักงาม สนใจเกี่ยวกับเรื่องเสื้อผ้าการแต่งตัวให้สวยงามทันสมัยและสะดุดตาโดยเฉพาะให้เพศตรงข้ามสนใจ ดังนั้นวัยรุ่นจะใช้เวลาค่อนข้างมากกับการแต่งตัว

2.2 การยอมรับนับถือผู้ใหญ่วัยรุ่นจะให้ความสำคัญต่อผู้ใหญ่น้อยลงและมักคิดว่าผู้ใหญ่มีความคิดที่ล้าหลังไม่ทันสมัยคิดว่าความคิดเห็นของตนเองถูกต้องซึ่งถ้าผู้ใหญ่ไม่เข้าใจธรรมชาติของเด็กวัยรุ่นก็อาจโกรธหรือเกิดเป็นความขัดแย้งได้

2.3 ความเป็นตัวของตัวเองวัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเจริญเติบโตของสมองเต็มที่จึงสามารถคิดได้ในทุกๆ แบบถ้าหากได้รับการศึกษามาตามขั้นตอนด้วยดีระยะนี้จะเป็นระยะที่เด็กแสดงความปราดเปรื่องอย่างชัดเจนและเห็นความแตกต่างของเด็กวัยนี้กับเด็กวัยอื่นอย่างเห็นได้ชัดการเรียนรู้เรื่องยากๆ หรือเรื่องที่ซับซ้อนก็สามารถเข้าใจได้รู้จักคิดอย่างมีแบบแผนต้องการคิดด้วยตัวเองไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ทำให้เด็กจะรู้สึกไม่ชอบกับคำสั่งบังคับให้เชื่อหรือคล้อยตาม

2.4 การค้นหาตัวเองเพื่อเตรียมเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้าวัยรุ่นจะเริ่มมองว่าตนเองต้องการเป็นคนอย่างไรในอนาคตจะมีอาชีพอะไรและอาจจะประสบปัญหาเกี่ยวกับการค้นหาตนเองได้วัยรุ่นที่สามารถค้นหาและค้นพบตนเองได้มักใช้เหตุผลมากกว่าใช้อารมณ์ในการเผชิญเหตุการณ์ต่างๆ ของชีวิตมีการสู้ปัญหามากกว่าหลีกหนีปัญหาสามารถรู้เท่าทันธรรมชาติของตนและเห็นว่าตนยังมีผู้ใหญ่เป็นที่ปรึกษาพึ่งพิงได้

3. พัฒนาการทางด้านสังคมวัยรุ่นจะมีการเปลี่ยนแปลงตนเองเกี่ยวกับสถานะความเป็นอยู่ในครอบครัว ต้องการเป็นอิสระและการเป็นตัวของตัวเองชอบอยู่ตามลำพังให้ความสำคัญและผูกพันกับเพื่อนร่วมวัยและมีความต้องการอย่างรุนแรงที่จะทำให้ตนเองเป็นที่ยอมรับนับถือของเพื่อนเพื่อนจะมีอิทธิพลมากกว่าครอบครัวเวลามีปัญหามักจะปรึกษาเพื่อนมากกว่าพ่อแม่เด็กวัยรุ่นมักจะชอบทำตามกลุ่มเพื่อน แม้ตนเองจะรู้ว่าไม่ดีดังนั้นถ้าวัยรุ่นคบเพื่อนที่ดีก็จะเป็นผลดีต่อวัยรุ่นและสังคมนอกจากนี้วัยรุ่นยังมีความสนใจเรื่องเพศสนใจเพศตรงข้ามทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายและอารมณ์ซึ่งความเชื่อและค่านิยมเกี่ยวกับเรื่องเพศของวัยรุ่นจะได้รับอิทธิพลมาจากครอบครัว

4. พัฒนาการทางด้านสติปัญญาเนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มากมายซึ่งทางร่างกายทำให้วัยรุ่นมีพลังมากมีความกระตือรือร้นและมีความสามารถต่างๆ เพิ่มขึ้นทำให้วัยรุ่นรู้จักใช้ความคิดพิจารณาเหตุผลต่างๆ รู้จักคิดเป็นวิทยาศาสตร์คิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์สามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกับคนอื่น พัฒนาการด้านนี้เป็นไปอย่างรวดเร็วมากและพัฒนาจะเจริญถึงขีดสุดเมื่ออายุประมาณ 16 ปี แล้วค่อยๆ ลดลงหลังจากอายุ 19-20 ปี

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นหลายประการในวัยรุ่นทั้งด้านร่างกายและอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดและความสัมพันธ์กับผู้อื่นและสังคมทำให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมที่เป็นไปเพื่อการแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ที่จะช่วยสร้างความเข้าใจตนเองและสถานการณ์ต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น

ความหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศไทยมีการใช้คำว่าสุราเช่นเดียวกับคำว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังเช่นพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 “สุรา” หมายความรวมถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ที่ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือซึ่งกินไม่ได้แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุรา

เหล้า หมายถึง น้ำเมาที่กลั่นหรือหมักแล้ว (ราชบัณฑิตสถาน, 2525)

สุรา หมายถึง เหล้าหรือน้ำเมาที่ได้จากการกลั่น (มักใช้เป็นทางการ) เช่น ร้านนี้ขายแต่สุราต่างประเทศ (ราชบัณฑิตสถาน, 2525)

สุรามาจากภาษาบาลีและสันสกฤตแปลว่าเหล้าหรือน้ำเมาที่กลั่นแล้วในทางวิทยาศาสตร์หมายถึง เครื่องดื่มชนิดหนึ่งที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl alcohol) เป็นส่วนผสมแอลกอฮอล์ได้มาจากการหมักข้าว ข้าวโพดและผลไม้ชนิดต่างๆ ด้วยยีสต์ซึ่งจะทำหน้าที่เปลี่ยนน้ำตาลที่มีอยู่ในผลไม้ให้กลายเป็นแอลกอฮอล์ปริมาณของแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในสุราแต่ละชนิดแตกต่างกันสังเกตได้จากจำนวนดีกรีของสุราชนิดนั้นๆ ถ้าดีกรีสูงแสดงว่ามีปริมาณแอลกอฮอล์อยู่ในระดับที่สูง (ราชบัณฑิตสถาน, 2525)

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข (2549) ให้ความหมายของสุราว่า หมายถึง เครื่องดื่มที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl alcohol) ผสมอยู่ในปริมาณไม่เกินร้อยละ 60 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่คนสามารถใช้ดื่มได้เอทิลแอลกอฮอล์เป็นสารที่เสพติดได้

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2551) ได้ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า หมายถึง สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุราทั้งนี้ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

บุณฑริกา บุญไชยแสนและคณะ (2555) ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าเป็นของเหลวที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ชนิดดื่มหรือเอทานอลใช้เพื่อการดื่มส่วนใหญ่ได้มาจากการหมัก (Fermentation) เช่น เบียร์ที่ได้มาจากการหมักเมล็ดข้าว เช่น ข้าวมอลต์ ข้าวบาเล่ย์ ไวน์ได้มาจากการหมักผลไม้ เช่น ผลองุ่น ลูกเบอร์รี่ ไซเดอร์ได้มาจากการหมักผลแอปเปิ้ล สาเกได้มาจากการหมักข้าวส่วนเครื่องดื่มที่ได้มาจากการหมักแล้วกลั่น เช่น วอดก้าได้มาจากวัตถุดิบเมล็ดข้าวหรือมันฝรั่ง วิสกี้ได้มาจากวัตถุดิบข้าวเรย์หรือข้าวโพด รัมได้มาจากวัตถุดิบอ้อย บรั่นดีได้มาจากวัตถุดิบผลองุ่น

สรุปได้ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของสาร เอธานอล (Ethanol) หรือ เอธิลแอลกอฮอล์ (Ethyl alcohol) ไม่น้อยกว่า 0.5 เปอร์เซ็นต์ แต่ไม่เกิน 60 เปอร์เซ็นต์โดยปริมาตร และสามารถบริโภคได้ ทั้งที่ได้จากการหมัก หรือการกลั่น” ได้แก่ สุรา เหล้า ไวน์ เบียร์ แชมเปญ บรั่นดี วิสกี้ รัม ยิน ริเคอร์ สาโท และอื่น ๆ ที่มีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์ ในปริมาณไม่เกินร้อยละ 60

ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จุฑาทิพย์ ศรีสรรงาม (2552) ได้แบ่งสุราแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. สุราประเภทที่กลั่นแล้ว (Distilled liquors) คือ สุราที่เกิดจากการเอาน้ำส่า (แป้ง) หรือน้ำตาลหมักด้วยยีสต์จนเกิดมีแอลกอฮอล์มากลั่นอาจจะตามด้วยการเติมสีปรุงแต่งกลิ่นรสด้วยสารปรุงแต่งอื่นๆ สุรากลั่นของไทยส่วนมากที่มีจำหน่าย คือ สุราขาว (เหล้าโรง) สุราผสม สุราพิเศษ สุราปรุงพิเศษ สุราไทยนิยมใช้สารปรุงแต่ง เช่น น้ำเชื้อ น้ำยาสกัดสีผสมลงไปด้วย สุรา ต่างประเทศ เช่น บรั่นดี วิสกี้

2. สุราหมัก (Fermented liquors) หรือสุราแช่ คือ สุราที่ได้จากการหมักส่าให้เกิดเป็นน้ำเมาแต่ไม่มีการกลั่นมักจะหมักส่าจากเมล็ดธัญพืช แป้งจากพืช ผลไม้และน้ำตาลจากพืช เช่น เบียร์ กระแช้ น้ำขาว น้ำตาลเมา สาโท อุ เป็นต้น สุราไม่กลั่นของไทยที่มีจำหน่ายส่วนใหญ่ คือ เบียร์ ไวน์ โดยเบียร์ไทยจะมีปริมาณแอลกอฮอล์สูงและแรงกว่าต่างประเทศ ส่วนน้ำขาว กระแช่ น้ำตาลเมา อุ สาโท ชาวบ้านมักจะทำเองซึ่งเมื่อก่อนจะผิดกฎหมายแต่ในปัจจุบันรัฐบาลได้สนับสนุนให้เป็นหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถผลิตจำหน่ายได้โดยไม่ผิดกฎหมาย

ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เทพนิทร์ พัชรานุรักษ์ (2541) ได้แบ่งชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นดังนี้

1. เหล้าตระกูลไวน์ (Wine) ได้จากการหมักผลไม้ชนิดต่างๆ เช่น องุ่น ผัก พืชไร่ ทั่วไป เหล้าในตระกูลไวน์หรือที่เรียกว่า เหล้าองุ่น ที่เป็นที่นิยมกันแพร่หลาย แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 Table wine still หรือ Wine คือ ไวน์ที่หมักจากองุ่นโดยไม่ต้องเพิ่มเติมสิ่งหนึ่งสิ่งใดลงไปไม่มีแก๊สมีปริมาณแอลกอฮอล์10-13 ดีกรี นิยมดื่มในทุกโอกาสแต่ส่วนใหญ่ดื่มประกอบอาหารเพื่อเจริญอาหารและชูรสชาติของอาหาร มี 3 สี

1.1.1 ไวน์แดงจะมีตั้งแต่สีแดงอ่อนถึงแดงเข้มขึ้นอยู่กับชนิดขององุ่นที่นำมาหมักและระยะเวลาในการหมักส่วนใหญ่ไวน์แดงจะมีรสฝาดและให้รสหวานน้อยมากเรียกว่า Dry นิยมดื่มโดยไม่แช่เย็น

1.1.2 ไวน์ขาวจะมีตั้งแต่สีเหลืองซีดจนถึงสีเหลืองทองมีรสอ่อนกลิ่นน้อยความหวานมีตั้งแต่หวานน้อยจนถึงหวานมากไม่มีรสฝาดนิยมดื่มโดยแช่เย็น

1.1.3 ไวน์สีชมพูจะมีตั้งแต่สีชมพูอ่อนจนถึงเกือบแดง ไวน์สีชมพูจะมีลักษณะระหว่างไวน์ขาวกับไวน์แดง คือ มีรสฝาดเล็กน้อยและมีรสเปรี้ยวอมหวานจึงเป็นที่นิยมเพราะดื่มง่าย นิยมแช่เย็นก่อนดื่ม

1.2 Sparking wine คือ ไวน์ที่มีแก๊สจึงทำให้มีรสซ่ามีสีขาวชมพูแดงใช้กรรมวิธีในการหมักไวน์ซ้ำเป็นครั้งที่สองภายในขวดและเก็บรักษาแก๊สนี้ไว้จึงทำให้เกิดรสซ่าเป็นที่นิยมกันมากจึงมีการจดลิขสิทธิ์ไว้ในชื่อ Champagne ของฝรั่งเศส ส่วนไวน์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีคล้ายคลึงกันจะใช้คำว่า Sparking wine นิยมดื่มเพื่อแสดงความยินดีต่อกัน เสิร์ฟโดยแช่เย็น

1.3 Fortified Wine คือ ไวน์ที่เพิ่มแอลกอฮอล์ให้ส่งประมาณ 18-19 ดีกรีจะมีกลิ่นรสและแอลกอฮอล์มากกว่าไวน์ธรรมดาแช่เย็นเพียงเล็กน้อยก่อนดื่ม

2. เบียร์ (Beer) เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปริมาณการดื่มสูงที่สุดมีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี เบียร์ทำจากข้าวบาร์เลย์หมัก อบ บด ต้มให้สุกแล้วใส่ถังหมักเมื่อหมักได้ที่แล้วจึงใส่ดอกฮอฟเพื่อทำให้รสขมจากนั้นจึงใส่เชื้อยีสต์คนไทยนิยมดื่มเบียร์มากสำหรับเครื่องดื่มที่จัดอยู่ในกลุ่มเบียร์ คือ กระแช่ น้ำตาลเมา อุ สาโท

3. เหล้าวิสกี้ (Whisky) วิสกี้ คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลั่นที่ทำจากข้าวชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลายชนิดก็ได้ โดยนำมาหมักแล้วกลั่นให้มีดีกรีสูงขึ้นจากนั้นนำไปเก็บบ่มในถังไม้โอ๊กเพื่อให้ได้สี กลิ่นรสที่ดีขึ้นแต่ก่อนจะนำมาบรรจุขวดบางชนิดยังนำไปปรุงแต่งสีกลิ่นรสอีกครั้งเพื่อให้ได้มาตรฐานตามความนิยมของผู้ดื่ม นอกจากวิสกี้ของท้องถิ่นแล้ววิสกี้จากต่างประเทศที่นิยมกันมากก็มี เช่น Scotch whisky, American whisky ซึ่งจะมีเอกลักษณ์ในด้านกลิ่นและรสชาติที่แตกต่างกันออกไป

4. เหล่าบรั่นดี (Brandy) บรั่นดีเป็นเหล้าที่นิยมกันมากได้จากการหมักองุ่นให้เป็นไวน์แล้วจึงนำกลับมากลั่นเป็นบรั่นดีจากนั้นนำไปเก็บบ่มให้ได้สีกลิ่นรสที่ดี

5. เหล้าบรั่นดีผลไม้ (Fruit Brandy) บรั่นดีผลไม้ คือ บรั่นดีที่ทำมาจากผลไม้อื่นๆ ที่ไม่ใช่ผลองุ่นซึ่งจะทำให้กลิ่น รส แตกต่างกันไป แบ่งเป็น 2 ชนิด

5.1 บรั่นดีผลไม้สีขาว (White fruit brandy) ผลิตจากการกลั่นผลไม้โดยไม่ต้องบ่มในถังไม้จะได้กลิ่นหอมและรสของผลไม้นั้นๆ นิยมแช่ให้เย็นแล้วดื่มโดยไม่ต้องผสมหรือจะนำไปผสมในค็อกเทลต่างๆ

5.2 บรั่นดีผลไม้ที่มีสี (Color fruit brandy) ผลิตจากการกลั่นผลไม้แล้วนำไปเก็บบ่มในถังไม้โอ็กผลไม้ที่นำมากลั่น เช่น แอปเปิ้ล เชอร์รี่ พลัม แพร์ ราสเบอร์รี่

6. เหล้าตากีลา (Tequila) เป็นเหล้าสีขาวกลิ่นแรงหมักจากพืชที่เรียกว่า Mescal ผลิตในประเทศเม็กซิโกซึ่งปกติตากีลาจะมีสีขาวแต่บางชนิดจะมีสีเหลืองทองจากการเก็บบ่มในถังไม้ปกติชาวพื้นเมืองเม็กซิโกดื่มเหล้าตากีลาโดยไม่ผสม หากแต่ก่อนดื่มจะหยิบเกลือใส่ปากบีบมะนาวตามแล้วจึงยกเหล้าขึ้นดื่มเพื่อให้รู้รสชาติของเหล้าคลุกเคล้ากับเกลือกับมะนาวในปากปัจจุบันนิยมนำตากีลามาเป็นเครื่องดื่มผสม

7. เหล้าวอดก้า (Vodka) วอดก้าเป็นเหล้าสีขาวใสมีกลิ่นเพียงเล็กน้อยจนแทบไม่มีความรู้สึกมีปริมาณแอลกอฮอล์ 40-50 ดีกรี ต้นกำเนิดอยู่ในรัสเซียและโปแลนด์สมัยก่อนไม่เป็นที่รู้จักแต่ในปัจจุบันเป็นที่นิยมกันมากเป็นเหล้าที่หมักจากข้าวหรือมันฝรั่ง ผ่านการกรองและดูดกลิ่นจนเหลือสีเจือปนและกลิ่นน้อยที่สุด

8. เหล้าตระกลูจิน (Gin) มีลักษณะการผลิตคล้ายวิสกี้และนำไปหมักกับสมุนไพรชนิดต่างๆ แล้วนำไปกลั่นซ้ำเหล้าตระกูลจินเป็นเหล้าสีขาวมีกลิ่นหอมของผลจูนิเปอร์ทำมาจากการกลั่นข้าวและผลมกลิ่นรสชาติของสมุนไพรและผลจูนิเปอร์เป็นที่นิยมมากในฮอลนัดา

9. เหล้าแอพเพอริทิฟ (Aperitif) แอพเพอริทิฟ คือ เหล้าที่นิยมดื่มก่อนอาหารเป็นเครื่องดื่มเก่าแก่จัดอยู่ในประเภทเหล้ายานิยมมากในฝรั่งเศส อิตาลีทำจากเหล้าองุ่น สมุนไพรและเครื่องเทศ

10. เหล้าหวาน (Liqueur or Cordial) Liqueur และ Cordial มีความหมายคล้ายกัน ส่วนใหญ่คำว่า Liqueur หมายถึง เหล้าหวานของประเทศแถบยุโรป ส่วน Cordial หมายถึง เหล้าหวานของประเทศสหรัฐอเมริกา เหล้าหวานเป็นการผสมสุราชนิดใดก็ได้กับความหวานและเพิ่มสีกลิ่นและรสลงไปด้วยจะใช้สีกลิ่นรสของผลไม้สมุนไพรเครื่องเทศจะเห็นว่าเหล้าหวานมีสีต่างๆ มากมาย

11. เหล้ารัม (Rum) รัมเป็นเหล้าที่กลั่นจากอ้อยหรือกากน้ำตาลผลิตมากตามหมู่เกาะฝั่งทะเลคาริเบียนซึ่งปลูกอ้อยกันมาก

12. เหล้าขาว (Arrack) เป็นเหล้าที่ผลิตมากในเอเชีย เหล้าจีนที่เรียกว่าสาเกก็รวมอยู่ในกลุ่มเหล้านี้ด้วยเหล้าขาวเป็นเหล้าที่ทำจากกากน้ำตาล ข้าว น้ำตาลมะพร้าวตาลโตนดหรือกากน้ำตาลเป็นวัตถุดิบโดยสุราที่กลั่นออกมาได้จะปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งปรุงแต่งอย่างใดจะมีปริมาณแอลกอฮอล์ 28, 30.35, 40 ดีกรี เป็นที่นิยมของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเกษตรกร

13. แชมเปญ เป็นเหล้าหมัก คือไม่ผ่านกระบวนการกลั่นเป็นเหล้าที่ทำจากองุ่นแต่มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นสุราองุ่น คือ มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เจือปนอยู่คล้ายเบียร์กระบวนการผลิตและขั้นตอนการเก็บรักษาเหล้าแชมเปญซับซ้อนทำให้มีราคาแพง

14. สาโท เป็นสุราแชชนิดหนึ่งที่ทำจากการนำข้าวมาผานกรรมวิธีการผลิตสาโทโดยการหมักข้าวตางๆ ด้วยเชื้อราและยีสตหรือลูกแปง (เชื้อสุราแปงเชื้อสุราแปงข้าวหมักหรือเชื้อใดๆ เมื่อนำมาหมักกับวัตถุหรือของเหลวอื่นๆ แล้วสามารถทำให้เกิดแอลกอฮอลที่ใช้ทำสุรา) เพื่อเปลี่ยนแปงให้เปนแอลกอฮอลซึ่งหมักไว้ระยะหนึ่งจากนั้นเติมน้ำสะอาดในอัตราสวนที่เหมาะสมและอาจมีการเติมน้ำตาลทรายขาวให้เหมาะสมกับการหมักสาโทหมักตออีกระยะหนึ่งเพื่อให้ได้แรงแอลกอฮอลตามตองการ

จากการศึกษาจะพบว่าเบียร์ ไทย์และเหล้าปั้นเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เยาวชนนิยมดื่มเนื่องจากมีส่วนผสมของแอลกอฮอล์น้อย และสามารถหาซื้อได้ง่ายกว่าเครื่องดื่มชนิดอื่น

สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทยประจำ ปี พ.ศ. 2558 ของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา พบพฤตกิรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปซึ่งพบว่าเป็นนักดื่มปัจจุบัน (Current drinker) หรือผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 17,705,006 คน หรือคิดเป็น ร้อยละ 32.29 ของประชากรวัยผู้ใหญ่สำหรับผู้ไม่เคยดื่มเลยนั้นมีจำนวน 29,888,507 คน หรือ ร้อยละ 54.51 และประชากรที่เหลือ จำนวน 7,237,723 คน หรือร้อยละ 13.2 เป็นผู้เคยดื่มแต่เลิกแล้ว (เป็นผู้เคยดื่มแต่ไม่ได้ดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา) เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างเพศ พบว่าร้อยละ 52.97 ของประชากรชายเป็นนักดื่มปัจจุบันหรือมีจำนวน 14,049,804 คน และประชากรหญิง ร้อยละ 12.92 เท่านั้นที่เป็นนักดื่มปัจจุบันหรือมีจำนวน 3,657,285 คน เมื่อเปรียบเทียบกับสถิติการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปีที่ผ่านๆ มาพบว่าสัดส่วนของนักดื่มปัจจุบันอยู่ในระดับที่ค่อนข้างคงที่โดยร้อยละ 25.84 ของประชากรชายเป็นนักดื่มประจำ (บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์) ส่วนนักดื่มประจำหญิง ร้อยละ 2.32 ความถี่ในการดื่มของนักดื่มปัจจุบันซึ่งพบว่าสัดส่วนของนักดื่มนานๆ ครั้ง ร้อยละ 57.6 ของนักดื่มปัจจุบันทั้งหมดแต่ถ้าจำแนกตามเพศแล้วจะพบว่านักดื่มเพศหญิงส่วนใหญ่เป็นนักดื่มนานๆ ครั้ง ร้อยละ 82.04 ของนักดื่มเพศหญิงทั้งหมด ส่วนนักดื่มเพศชายนั้นมีเพียงร้อยละ 51.22 ที่เป็นนักดื่มนานๆ ครั้ง โดยที่เหลือคือร้อยละ 48.78 เป็นนักดื่มประจำ (เนื้อแพรเล็กเฟื่องฟูและคณะ, 2559)

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากร 3 กลุ่มอายุ ได้แก่ กลุ่มเยาวชน (อายุ 15-24 ปี) กลุ่มวัยทำงาน (อายุ 25-59 ปี) และกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) พบว่านักดื่มปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มวัยทำงาน โดยกลุ่มเยาวชนนั้นเกือบร้อยละ 70 เป็นผู้ไม่เคยดื่มเลยและร้อยละ 7.3 เป็นนักดื่มประจำ ร้อยละ 17.89 เป็นนักดื่มนานๆ ครั้ง พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่าภาคเหนือมีนักดื่มปัจจุบันในสัดส่วนสูงที่สุด ร้อยละ 39.19 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 37.02 พฤติกรรมการดื่มนั้นมีความใกล้เคียงกันกล่าวคือนักดื่มเพศชายส่วนใหญ่เป็นนักดื่มประจำแต่นักดื่มเพศหญิงส่วนใหญ่เป็นนักดื่มนานๆ ครั้ง พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าผู้จบการศึกษาระดับสายอาชีพมีสัดส่วนของนักดื่มสูงที่สุด ร้อยละ 37.91 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 34.25 ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ31.02 และระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าร้อยละ 29.3

ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นักดื่มปัจจุบันดื่มบ่อยที่สุดใน 12 เดือนที่ผ่านมาเรียงลำดับได้ดังนี้ สุรา ร้อยละ 51.82 เบียร์ ร้อยละ 44.24 และไวน์คูลเลอร์/สุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่น ร้อยละ 1.95 เมื่อจำแนกตามเพศพบว่านักดื่มเพศชายนิยมดื่มสุรามากที่สุด ร้อยละ 57.77 และนิยมดื่มเบียร์รองลงมา ร้อยละ 40.84 สำหรับนักดื่มเพศหญิงพบว่านิยมดื่มเบียร์มากที่สุด ร้อยละ 57.31 รองลงมา คือ สุรา ร้อยละ 29.01 และไวน์คูลเลอร์/สุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่น ร้อยละ 8.46 โดยสังเกตได้ว่าสัดส่วนของความนิยมในการดื่มเบียร์และไวน์โดยเฉพาะของนักดื่มเพศหญิงมีการปรับเพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมากลุ่ม เยาวชน (อายุ 15-24 ปี) ดื่มเบียร์บ่อยที่สุด ร้อยละ 58.17 กลุ่มวัยทำงาน (อายุ 25-59 ปี) นิยมดื่มสุรามากที่สุด ร้อยละ 52.01 ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) นิยมดื่มสุราโดยเฉพาะสุราขาว/สุรากลั่นชุมชนมากที่สุด ร้อยละ 53.89 เมื่อจำแนกตามเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ประเภทย่อยพบว่าเบียร์ได้รับความนิยมในสัดส่วนสูงที่สุด ร้อยละ 44.24 รองมาคือ สุราขาว/สุรากลั่นชุมชน ร้อยละ 28.82 สุราสี/สุราแดงราคาถูก ร้อยละ 18.29 สุราสี/สุราแดงราคาแพง ร้อยละ 4.39 ไวน์คูลเลอร์/สุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่น ร้อยละ 1.95 ยาดองเหล้า/สุราจีน/วอดก้า/อื่นๆ ร้อยละ 1.05 ไวน์องุ่น/แชมเปญ/ไวน์ผลไม้ ร้อยละ 0.93 และอันดับท้ายสุดคือสุราแช่พื้นบ้าน ร้อยละ 0.32 นอกจากผลการสำรวจในปี พ.ศ. 2557 จะชี้ให้เห็นว่าการดื่มเบียร์เริ่มเป็นที่นิยมสูงสุดในกลุ่มนักดื่มเพศหญิงและนักดื่มเยาวชนแล้วนั้น สถิติยังแสดงว่านักดื่มทั้งสองกลุ่มนี้มีความนิยมดื่มเครื่องดื่มผสมได้แก่ ไวน์คูลเลอร์/สุราผสมน้ำผลไม้/เหล้าปั่นเช่นกัน โดยนับเป็นสัดส่วนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มบ่อยที่สุด ร้อยละ 8.46 ในกลุ่มนักดื่มเพศหญิงและร้อยละ 3.99 ในกลุ่มนักดื่มเยาวชน

การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากจุดจำหน่ายแต่ละประเภท โดยพบว่าร้านขายของชำเป็นจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมที่สุด ร้อยละ 78.32 รองลงมา คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 8.12 ร้านอาหารร้อยละ 5.92 และผับ/บาร์/คาราโอเกะ ร้อยละ 1.13 ส่วนแบ่งตลาดของร้านขายของชำนั้นมีสัดส่วนสูงกว่าเมื่อเป็นพื้นที่นอกเขตเทศบาลในทางกลับกันพบว่าร้านสะดวกซื้อมีสัดส่วนในการเป็นจุดจำหน่ายสูงกว่าสำหรับพื้นที่ในเขตเทศบาลน่าจะเนื่องมาจากว่านักดื่มในเขตเทศบาลน่าจะมีโอกาสเข้าถึงร้านสะดวกซื้อได้มากกว่าสำหรับนักดื่มเยาวชน (อายุ 15-24 ปี) และนักดื่มวัยทำงาน (อายุ 25-59 ปี) นิยมที่จะหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านขายของชำในสัดส่วนที่สูงแต่นักดื่มวัยสูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) จะมีโอกาสซื้อจากที่อื่นๆ (ไม่ได้ระบุว่าจากที่ใด) สูงกว่าเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ซื้อในกลุ่มที่มีระดับรายได้สูงที่สุดมีความนิยมที่จะซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านอาหารมากกว่าผู้ซื้อกลุ่มอื่นๆ ร้อยละ 14.78 รวมทั้งนิยมซื้อจากร้านสะดวกซื้อมากกว่าเช่นกัน ร้อยละ 16.31 78.32% 8.12% 5.92% 1.13% จุดจำหน่ายร้านขายของชำร้านสะดวกซื้อร้านอาหาร ผับ บาร์ คาราโอเกะ

สถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ่อยที่สุดโดยสัดส่วนของสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมที่สุด คือ บ้านของตนเอง ร้อยละ 39.12 รองลงมา คือ บ้านคนอื่น ร้อยละ 31.72 สโมสร/ในงานเลี้ยง ร้อยละ 16.19 ร้านอาหาร ร้อยละ 8.34 และผับ/บาร์/คาราโอเกะเป็นอันดับท้ายสุด ร้อยละ 1.81 นอกจากนั้นข้อมูลสถานที่ดื่มของกลุ่มนักดื่มเยาวชน (อายุ 15-24 ปี) แสดงให้เห็นว่านักดื่มเยาวชนเกือบครึ่งหนึ่งของทั้งหมด (ร้อยละ 49.24) นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้านคนอื่น รองลงมาคือบ้านตนเอง ร้อยละ 23.45 ซึ่งถือว่าเป็นพฤติกรรมการบริโภคแบบเฉพาะของกลุ่มวัยนี้ โดยกลุ่มวัยทำงาน (อายุ 25-59 ปี) และวัยสูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) นั้นจะนิยมดื่มที่บ้านตนเองเป็นส่วนใหญ่และมีบางส่วนที่ดื่มที่สโมสร/ในงานเลี้ยง

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน (อายุ 15-24 ปี) หรือกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ ร้อยละ 69.38 ของเยาวชนทั้งหมดเป็นผู้ที่ยังไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย และมีเยาวชนร้อยละ25.19 หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของเยาวชนทั้งหมดที่ระบุว่าดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา เมื่อจำแนกเยาวชนตามเพศแล้วพบว่ามีเพียงร้อยละ 9.6 ของเยาวชนหญิงเท่านั้นที่เป็นเยาวชนนักดื่มปัจจุบันในทางกลับกันมีเยาวชนชายที่เป็นเยาวชนนักดื่มปัจจุบันสูงถึงร้อยละ 40.55 นอกจากนั้นผลสำรวจยังชี้ให้เห็นว่านักดื่มปัจจุบันที่เป็นเยาวชนหญิงเกือบทั้งหมดเป็นนักดื่มนานๆ ครั้ง ต่างจากนักดื่มปัจจุบันที่เป็นเยาวชนชายที่มีสัดส่วนของนักดื่มประจำอยู่ไม่น้อย โดยพบว่าในกลุ่มเยาวชนผู้ดื่มหนักนั้น พบว่าเยาวชนผู้ดื่มหนักปัจจุบันเป็นเยาวชนชาย ร้อยละ 85.92 โดยเมื่อ

พิจารณาในกลุ่มผู้ดื่มหนักประจำพบว่าสัดส่วนของเยาวชนชายมีค่าสูงขึ้นเป็น ร้อยละ 90.89 หรือกล่าวได้ว่าในเยาวชนผู้ดื่มหนักประจำทุกๆ 10 คนในประเทศจะเป็นเยาวชนชายอยู่ถึง 9 คน พบว่านักดื่มเยาวชนทั่วไปส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ดื่มนานๆ ครั้ง ร้อยละ 71.01 ดังนั้น ร้อยละ 34.07 ของนักดื่มเยาวชนชาย คือ นักดื่มประจำ สำหรับภายในกลุ่มนักดื่มเยาวชนที่จัดว่าดื่มหนักนั้น ในนักดื่มหนักกลุ่มเยาวชนหญิงมีเพียงร้อยละ 16.3 ที่ดื่มหนักประจำ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนเกิดจากสาเหตุหลายๆ ด้านสามารถจำแนกปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในรายงานผลการศึกษาที่มีผู้ศึกษาไว้โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล

การศึกษาเกี่ยวกับปัญหาด้านปัจเจกบุคคลอันจะนำไปสู่พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนที่ยังคงเป็นปัญหาต่อเนื่องในสังคม เช่น การศึกษาของจินตนา วงศ์วาน (2548) พบว่านักเรียนชายมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิงเป็น 1.58 เท่า (95%CI = 0.25–0.70) นักเรียนที่ดื่มแอลกอฮอล์มีการใช้จ่ายสูงมากกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ 1.84 เท่า (95% CI=1.03–3.29) และนักเรียนที่เที่ยวกลางคืนมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มแอลกอฮอล์มากกว่านักเรียนที่ไม่เที่ยวกลางคืน 1.84 เท่า (95% CI=0.07–0.22) เช่นเดียวกับการศึกษาของพนิดา นามจันดี (2550) ที่พบว่านักเรียนชายดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 39.30 นักเรียนหญิงดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 29.28 สาเหตุที่ดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเนื่องจากอยากลอง โดยนักเรียนชายอยากลอง ร้อยละ 88.18 นักเรียนหญิงอยากลอง ร้อยละ 80.49 และการศึกษาของสุภาพร สุขเวช (2552) พบว่าเพศชายมีโอกาสดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง 3.2 เท่า (95% CI=1.4–6.1) สถานภาพสมรสคู่มีโอกาสดื่มแอลกอฮอล์มากว่าสถานภาพโสด 2.3 เท่า (95% CI=1.3–4.1) และการมีพฤติกรรมสูบบุหรี่จะมีโอกาสดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าคนที่ไม่สูบบุหรี่ 2.9 เท่า (95% CI=1.8–4.5)

การศึกษาของอัมมันดา ไชยกาญจน์ (2549) พบว่าเยาวชนที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มฯ มากกว่าเยาวชนที่มีทัศนคติเชิงลบต่อการดื่มแอลกอฮอล์ 5.96 เท่า (95% CI=2.64–13.44) นอกจากนี้การศึกษาของเพ็ญพักตร์ มุงคุณคำซาว (2552) ยังพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($p<0.05$) การศึกษาของสุภาพร สุขเวช (2552) พบว่าผู้ที่มีการรับรู้ผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มากกว่าผู้ที่รับรู้ผลกระทบในระดับสูง 2.2 เท่า (95% CI=1.2–3.8) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูงจะมีโอกาสดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าผู้ที่มีทัศนคติไม่ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2.2 เท่า (95% CI=1.2–3.8) และการศึกษาของ Watkins, et al. (2006) เรื่องการรับรู้ความสามารถในการปฏิเสธการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนเกรด 9 และ 11 ในรัฐฟลอริดา พบว่านักเรียนที่การรับรู้ความสามารถของตนเองในการปฏิเสธการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอลต่ำมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในเขตพื้นที่เครือข่ายบริการที่ 9 ของทิพยรัตน์ ธรรมกุลและคณะ (2557) พบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในเยาวชนโดยเฉลี่ยเริ่มต้นที่อายุ 14 ปี เคยดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ ร้อยละ 34.5 และเยาวชนที่ยังมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ ร้อยละ 17.2 ซึ่งมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิระชัย รุ่งรวยศรี (2553) พบว่าการรับรู้ความรุนแรงต่อการดื่มแอลกอฮอล์ การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการดื่มแอลกอฮอล์ ความคาดหวังในความสามารถของตนเองในการป้องกันการดื่ม ความตั้งใจในการปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ความคาดหวังในประสิทธิผลของการป้องกันการดื่มในระดับดีแต่พบว่ามี 2 ตัวแปรตามทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกันโรคของโรเจอร์ (Roger R.W.,1975) ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านความคาดหวังในความสามารถของตนเองในการป้องกันการดื่มเครื่องดื่มและความตั้งใจในการปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์หลังจากควบคุมตัวแปรที่มีอิทธิพลอื่นแล้ว (ทิพยรัตน์ ธรรมกุลและคณะ, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพนิดา นามจันดี (2550) พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วเยาวชนเริ่มดื่มแอลกอฮอล์เมื่ออายุ 14.2 ปี โดยอายุน้อยที่สุดที่ดื่มคือ 10 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเยาวชนสุราเริ่มดื่มสุราตั้งแต่อายุที่น้อยมาก เครื่องดื่มที่ทดลองดื่มครั้งแรกมักจะเป็นเบียร์ โดยสาเหตุการดื่มครั้งแรกมากกว่า ร้อยละ 70 คือเริ่มจากการอยากลองและร้อยละ 81.7 นิยมดื่มเบียร์และจากการศึกษาของทิพยรัตน์ ธรรมกุลและคณะ (2557) พบว่าสาเหตุการดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของนักเรียนทั้งเพศชายและเพศหญิงเนื่องจากอยากลองและผลการศึกษานี้พบว่าการดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนพบสัดส่วนมากที่สุดโอกาสที่ช่วงเทศกาลงานต่างๆ เช่น งานปีใหม่ สงกรานต์ ออกพรรษาจะมีการดื่มกินกันมากที่สุด รองมาคืองานเลี้ยงสังสรรค์ระหว่างเพื่อนและกว่า 1 ใน 3 มีการสูบบุหรี่ร่วมกับการดื่มแอลกอฮอล์ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร สุขเวช (2552) พบว่าเยาวชนที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่จะมีโอกาสดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าคนที่ไม่สูบบุหรี่

2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

การศึกษาของอัมมันดา ไชยกาญจน์ (2549) พบว่าเยาวชนที่มีเพื่อนดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มฯ มากกว่ากลุ่มเยาวชนที่ไม่มีเพื่อนดื่มแอลกอฮอล์ 6.43 เท่า (95% CI=3.23–12.43) ซึ่งมีความสอดคล้องเช่นเดียวกับการศึกษาของจินตนา วงศ์วาน (2548) พบว่านักเรียนที่มีเพื่อนดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มแอลกอฮอล์มากว่านักเรียนที่ไม่มีเพื่อนดื่มแอลกอฮอล์เป็น 7.7 เท่า (95% CI=4.30–14.04) และยังพบว่าชุมชนที่มีสถานที่เที่ยวกลางคืนจะทำให้นักเรียนมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าชุมชนที่ไม่มีสถานที่เที่ยวกลางคืนนั่นคือ ผับ 7.22 เท่า (95%CI=3.48–15.02) บาร์ 1.75 เท่า (95% CI=3.40–76.73) ดิสโก้เธค 9.33 เท่า (95% CI=4.11–21.16) และคาราโอเกะ 4.23 เท่า (95% CI=2.30–7.97) และการศึกษาของสุภาพร สุขเวช (2552) พบว่าผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนในระดับสูงจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าระดับต่ำ 5.3 เท่า (95%CI=3.1–9.3) และสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2555) พบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการซื้อขายมากที่สุดในร้านค้าทั่วไปของชุมชนหรือร้านขายของชำทั่วไปร้อยละ 65.76 รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท ร้อยละ 39.77 และร้านอาหารหรือห้องอาหาร ร้อยละ 3 นอกจากนี้ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (2556) พบว่าสถานที่เยาวชนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยที่สุดได้แก่ ร้านขายของชำ ร้อยละ 76.57 ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 5.31 และร้านอาหาร ร้อยละ 4.92

จากการศึกษาของทิพยรัตน์ ธรรมกุล (2557) แสดงให้เห็นว่าร้านค้าที่เยาวชนไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าครึ่งเป็นร้านขายของชำสอดคล้องกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (2556) ที่พบว่าสถานที่เยาวชนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ ร้านขายของชำ และจากการที่มาตรการทางกฎหมายไม่สามารถใช้ได้กับสังคมเยาวชนเขตชนบทอย่างแท้จริงทำให้ปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงของเยาวชนและสิ่งแวดล้อมยังเอื้อต่อการดื่มอยู่ค่อนข้างมากสอดคล้องกับการศึกษาของวิระชัย รุ่งรวยศรี (2553) ที่พบว่าร้านค้าในชุมชนจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี โดยร้านค้ามากกว่าครึ่งได้จำหน่ายให้คนที่รู้จักกันและร้านค้าไม่จำกัดอายุในการขาย

3. การสนับสนุนการดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัวและชุมชน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนบ่งบอกว่าประมาณครึ่งหนึ่งของเยาวชนมีการควบคุมของบิดามารดา ผู้ปกครองเพื่อป้องกันไม่ให้บุตรหลานเกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่ำนั้นสะท้อนให้เห็นปัญหาจากการดูแล บุตรหลานของผู้ปกครองถึงแม้ว่าในทางสถิติจะไม่ใช่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลก็ตาม (ทิพยรัตน์ ธรรมกุล และคณะ, 2557) ซึ่งในทางตรงกันข้ามการศึกษาของจินตนา วงศ์วาน (2548) พบว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองสนับสนุนให้ ดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสเสี่ยงในการดื่มมากกว่านักเรียนที่มีผู้ปกครองควบคุมเป็น 1.45 เท่า (95%CI=0.33–0.93) ดังนั้นการให้ผู้ปกครองมารับทราบปัญหาเพื่อให้เกิดความตระหนักและพัฒนาทักษะในการดูแลบุตร หลานให้ห่างไกลจากอบายมุข จึงยังเป็นสิ่งที่ควรทำเช่นกัน

สำหรับประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพ่อแม่กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนมีการศึกษาวิจัยในมิติต่างๆ เช่น การดื่มประจำหรือดื่มหนักของเยาวชน การเริ่มต้นดื่มของเยาวชนพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพ่อแม่ผู้ปกครอง เช่น การดื่มต่อหน้าลูก การสอนให้ลูกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น (Zhang, 1999) ข้อมูลพบวาครอบครัวที่มีบิดามารดาไมดูแลและตักเตือนวากลาวในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอลของวัยรุนทำใหวัยรุนมีโอกาสเสี่ยงตอการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอลถึง 1.69 เทาเมื่อเปรียบเทียบกับครอบครัวดูแลเอาใจใสในการตักเตือนวัยรุนในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล (Collins, et al. 2007) จะพบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพ่อแม่เพิ่มความเสี่ยงในการเริ่มต้นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการดื่มหนักของลูกในวัยรุ่น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเป็นปัญหาของพ่อแม่กับการดื่มของวัยรุ่น พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพ่อแม่และการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพ่อแม่ เป็นปัจจัยสำคัญในการทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของลูกโดยสามารถอธิบายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นได้ว่าส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการลอกเลียนแบบพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพ่อแม่ผู้ปกครอง (Yu, 2003) สำหรับประเทศไทยงานวิจัยของกรมพินิจและคุ้มครองเด็กรายงานว่า ร้อยละ 79.0 ของเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดมีสมาชิกในครอบครัวบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีเด็กและเยาวชนจำนวนไม่น้อยที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพฤติกรรมการบริโภคของสมาชิกในครอบครัว เยาวชนจำนวนหนึ่งบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อประชดสมาชิกในครอบครัวและญาติพี่น้อง (กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2550)

4. การสนับสนุนการดื่มแอลกอฮอล์จากสื่อโฆษณา

การโฆษณาและการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค การโฆษณาจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ในปัจจุบันซึ่งรวมไปถึงในธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการนำโฆษณามาเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นการบริโภคจากการศึกษาของสาวิตรี อัษณางค์กรชัยและคณะ (2551) ได้ศึกษาพบปัจจัยที่สำคัญอีกด้านหนึ่งที่สัมพันธ์กับการดื่มสุราของนักเรียนจากผลการศึกษานี้ ได้แก่ การสัมผัสกับโฆษณาสุรานักเรียนที่ดื่มสุรามีอัตราการสัมผัสโฆษณาสุราบ่อยครั้งกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มและสามารถจดจำรวมทั้งมีความรู้สึกอยากลองดื่มมากกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มสุราอย่างชัดเจนโดยนักเรียนที่ดื่มสุรามีอัตราการสัมผัสกับสื่อโฆษณาสุราทุกชนิดบ่อยครั้งกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มสุราประมาณหนึ่งเท่าครึ่งและมีอัตราการจำชื่อยี่ห้อสุราได้มากกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มถึงเกือบสองเท่ารวมทั้งยังมีความรู้สึกอยากลองดื่มสุรามากกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มประมาณสองเท่าเช่นกัน สอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ เทพหนู (2540) ที่พบว่าการได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนสูงและปานกลางมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 4.11, 2.40 เท่า และการศึกษาของศรีรัช ลาภใหญ่ (2550) พบว่าโฆษณามีผลในเรื่องการจดจำและความนิยมในตราสินค้าเพราะทุกกล่มุมีความภักดีต่อตราสินค้าสูงมาก ผลสรุประบุว่าทุกกล่มมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ไม่สูงมากและมีความรู้เท่าทันกลยทุธ์ทางการสื่อสารและการตลาดของบริษัทสรา/เบียร์ ไม่สูงเช่นกันซึ่งส่งผลต่อพฤตกิรรมการเปิดรับสารที่ขาดการตระหนักและขาดการพิเคราะห์สาร

5. การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แม้จะมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่โดยทั่วไปเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เป็นสินค้าที่มีการวางจำหน่ายในหลายๆ สถานที่ทั้งในซุปเปอร์มาเก็ต มินิมาร์ทตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้สามารถหาซื้อได้ง่ายทุกที่ทุกเวลา อีกทั้งการดื่มสามารถกระทำได้ไม่ว่าจะเป็นริมทางเท้าหรือแม้แต่สถานที่ท่องเที่ยว (หนึ่งฤทัย มีสะอาด, 2551) การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายจึงเปิดโอกาสให้บุคคลสามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาดื่มได้ง่ายขึ้นสอดคล้องกับการศึกษาของบุญเสริม หุตะแพทย์และคณะ (2547) พบว่าการเข้าถึงแหล่งซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการศึกษาของมัณฑนา ขอนดอกและคณะ (2554) ที่พบว่านักเรียนที่เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 1.90 เท่าของนักเรียนที่เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ยาก (95%CI=1.17-3.08) และการศึกษาของภัทรภร พลพนาธรรม (2550) พบวาการจำหนายเครื่องดื่มแอลกอฮอลใกลพื้นที่สถานศึกษามีผลตอการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอลของนักศึกษาเนื่องจากความสะดวกในการบริโภคไดสะดวกและรวดเร็วสอดคล้องกับการศึกษาของ Kuntsche and Kuending (2005) ที่พบว่า 1 ใน 3 ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดขึ้นที่ร้านค้ารอบๆ โรงเรียนจึงสะท้อนให้เห็นได้ว่าการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายขึ้นของวัยรุ่นทำให้พวกเขามีโอกาสเสี่ยงสูงที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการทบทวนปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาในปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการดื่มเครื่องแอลกอฮอล์ของเนยาวชน ดังนี้ เพศ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพบเห็นสื่อรณรงค์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลักษณะและระดับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น

การดื่มสุราจะมีลักษณะต่อเนื่องโดยเริ่มต้นจากการไม่ดื่มเลยหรือดื่มน้อยไปจนถึงดื่มหนักและปัญหาที่เกิดขึ้นก็จะมีตั้งแต่ไม่มีปัญหาเลยไปจนถึงปัญหามากและปัญหารุนแรงเช่นกันซึ่งสามารถแบ่งการดื่มออกได้เป็น 3 แบบ ตามปริมาณแอลกอฮอล์ที่ดื่มเข้าไปและความเสี่ยงต่อปัญหาที่เกิดขึ้นดังนี้ (ทรงเกียรติ ปิยะกะ, 2545)

1. การดื่มแบบความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายน้อย (Low risk drinking) หมายถึง การดื่มไม่เกิน 2 ดื่มมาตรฐานต่อวันในผู้หญิง ซึ่งเทียบเท่ากับเบียร์ชนิดแรง 1.5 กระป๋องหรือเหล้า 40 ดีกรี 1 เป็ก (1 เป็กปริมาตรเท่ากับ 50 cc.) หรือไม่เกิน 4 ดื่มมาตรฐานต่อวันในผู้ชายซึ่งเทียบเท่ากับเบียร์ชนิดแรง 3 กระป๋องหรือเหล้า 40 ดีกรี 2 เป็ก การดื่มในลักษณะเช่นนี้อาจเรียกว่า Responsible drinking หรือ Self-limit drinking

2. การดื่มแบบเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายสูง (Hazardous drinking) หมายถึง การดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณและลักษณะที่ทำให้ผู้ดื่มเพิ่มความเสี่ยงที่จะเกิดผลเสียต่อสุขภาพโดยที่องค์การอนามัยโลกได้จัดว่าเป็นความผิดปกติชนิดหนึ่งซึ่งการดื่มแบบเสี่ยงนี้เป็นการดื่มที่มากกว่า 2 ดื่มมาตรฐานแต่ไม่เกิน 4 ดื่มมาตรฐานต่อวันในผู้หญิงเทียบเท่ากับเบียร์ชนิดแรง 3 กระป๋องหรือเหล้า 40 ดีกรี 2 เป็กหรือการดื่มมากกว่า 4 ดื่มมาตรฐานแต่ไม่เกิน 6 ดื่มมาตรฐานต่อวันในผู้ชาย เทียบเท่ากับเบียร์ชนิดแรง 4.5 กระป๋องหรือเหล้า 40 ดีกรี 3 เป็ก นอกจากนี้การดื่มมากแบบเมาหัวรา้น้ำ (Binge drinking) ซึ่งหมายถึงการดื่มสุราในปริมาณที่มากติดต่อกันในระยะเวลาอันสั้น(ภายใน 2-3 ชั่วโมง) ในโอกาสหรือเหตุการณ์หรือครั้งเดียวกัน โดยเพศชายดื่ม 4 แก้วหรือมากกว่าต่อครั้งและเพศหญิงดื่ม 3 แก้วหรือมากกว่าต่อครั้งก็ถือว่าเป็นการดื่มแบบเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายสูงด้วย

3. การดื่มแบบอันตราย (Harmful drinking) หมายถึง การดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกายหรือจิตใจเป็นการดื่มมากกว่า 4 ดื่มมาตรฐานต่อวันในผู้หญิงซึ่งเทียบเท่ากับเบียร์ชนิดแรง 3 กระป๋องหรือเหล้า 40 ดีกรี 2 เป็กขึ้นไปหรือมากกว่า 6 ดื่มมาตรฐานต่อวันในผู้ชายเทียบเท่ากับเบียร์ชนิดแรง 4.5 กระป๋องหรือเหล้า 40 ดีกรี 3 เป็กขึ้นไป

มาตรการทางกฎหมายที่สำคัญเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านใบอนุญาตจำหน่ายสุรา

การจำหน่ายสุราหรือนำสุราออกมาแสดงนั้นผู้จำหน่ายต้องขอใบอนุญาตก่อนที่กรมสรรพสามิตจึงจะสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 บัญญัติไว้ว่าห้ามมิให้ผู้ใดขายสุราหรือนำสุราออกแสดงเพื่อขายเว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต โดยมีการระบุรายละเอียด ดังนี้

การจำหน่าย หมายถึง มีผู้ขาย ผู้ซื้อและสุราส่วนเงินนั้นอาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ในกรณีที่ซื้อเงินเชื่อ

การนำสุราออกมาแสดงเพื่อจำหน่าย หมายถึง การนำสุรามาแสดงไว้ในตู้โชว์ที่เสนอขายโดยเจตนาที่จะขายไม่รวมถึงสุราที่ซุกซ่อนไว้หรือไว้หลังร้านหรือสุราที่เก็บไว้ในโกดังเพื่อสำรองขาย

ปัจจุบันได้มีการออกพระราชบัญญัติภาษีสรรพสมิต พ.ศ. 2560 และกฎกระทรวงการอนุญาตขายสุรา พ.ศ. 2560 ที่มีสาระสำคัญ คือ

ผู้ใดประสงค์จะขายสุราให้ยื่นคำขออนุญาตต่อเจ้าพนักงานสรรพสามิตตามแบบที่อธิบดีประกาศกำหนดพร้อมด้วยเอกสารหรือหลักฐาน ณ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่หรือสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สาขาแห่งท้องที่ที่สถานประกอบการตั้งอยู่หรือสถานที่อื่นที่อธิบดีประกาศกำหนดหรือทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

ผู้ได้รับใบอนุญาตต้องควบคุมดูแลให้ลูกจ้างหรือบุคคลใดซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินการตามใบอนุญาตปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิตในส่วนที่เกี่ยวกับสุราและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตและต้องไม่ยินยอมให้บุคคลใดกระทำการอันเป็นความผิดตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิตในส่วนที่เกี่ยวกับสุราและกระทำการที่ขัดต่อเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต ณ สถานประกอบการขายสุราที่ได้รับใบอนุญาต

2. ประเภทใบอนุญาต

ใบอนุญาตจำหน่ายสุรามี 7 ประเภท ดังนี้ (กรมสรรสามิต, 2552)

ประเภทที่ 1 สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่ 10 ลิตรขึ้นไป

ประเภทที่ 2 สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่ 10 ลิตรขึ้นไป

ประเภทที่ 3 สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตร

ประเภทที่ 4 สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตร

ประเภทที่ 5 สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน

ประเภทที่ 6 สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน

ประเภทที่ 7 สำหรับการขายสุราครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตร เพื่อดื่มภายในสมาคมหรือสโมสร

เมื่อผู้ใดได้รับใบอนุญาตจำหน่ายสุราจากเจ้าพนักงานสรรพสามิตแล้วต้องแสดงใบอนุญาตนั้นไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายตามที่พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 บัญญัติไว้ว่าใบอนุญาตซึ่งออกให้ใช้ได้เฉพาะในสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาตและผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงใบอนุญาตนั้นไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่าย

สำหรับร้านค้าที่มีใบอนุญาตจำหน่ายประเภทที่ 3 จะเรียกว่าร้านขายปลีกสุราทุกชนิด กล่าวคือขายครั้งหนึ่งต่ำกว่า 10 ลิตร ทั้งสุราต่างประเทศและสุราในประเทศส่วนร้านค้าที่มีใบอนุญาตจำหน่ายประเภทที่ 4 จะขายสุราที่ทำในประเทศเท่านั้น การขายนั้นจะขายทั้งขวดให้นำไปดื่มที่อื่นหรือจะเปิดดื่มในร้านก็สามารถทำได้ร้านขายสุราประเภทนี้มีความสำคัญมากนอกจากจะเป็นร้านขายปลีกที่ขายถึงมือผู้บริโภคโดยตรงแล้วยังเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญมากในการที่จะรู้ว่าสุราที่ขายนั้นถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของร้านค้าปลีกจะปฏิบัติตามกฎหมายหรือไม่

ปัจจุบันได้มีการออกพระราชบัญญัติภาษีสรรพสมิต พ.ศ. 2560 และกฎกระทรวงการอนุญาตขายสุรา พ.ศ. 2560 ที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับใบอนุญาตขายสุรา คือ

มาตรา 156 ระบุไว้ว่าใบอนุญาตขายสุรามี 2 ประเภท คือ

1. ใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 1 สำหรับการขายสุราทุกชนิดครั้งหนึ่งจำนวนตั้งแต่สิบลิตร ขึ้นไป

2. ใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 2 สำหรับการขายสุราทุกชนิดครั้งหนึ่งจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร

3. **มาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2014) ได้เสนอมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสามารถจำแนกประเภทออกได้เป็น 2 มาตรการหลัก ได้แก่ มาตรการทางสังคม (Social measures) และมาตรการทางกฎหมาย (Legal measures) แยกพิจารณาได้ ดังนี้

3.1 มาตรการทางสังคม (Social measures)

การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้มาตรการทางสังคมเป็นการดำเนินงานภายใต้บริบททางสังคมของแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม ทั้งนี้โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยอำนาจทางกฎหมายบังคับกับประชาชนที่อยู่ในสังคมนั้นซึ่งมีมาตรการที่สำคัญดังต่อไปนี้

3.1.1 การสร้างภาวะการนำ ความตระหนักและข้อตกลงร่วมกัน (Leadership, awareness and commitment)

มาตรการสร้างภาวะการนำ (Leadership) ความตระหนัก (Awareness) และข้อตกลงร่วมกัน (Commitment) เป็นกลยุทธ์สำคัญในการลดความสูญเสียของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเป็นการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีข้อเรียกร้องต่อการสร้างภาวะการนำในระดับชาติที่จะแก้ไขปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมทั้งการสร้างความตระหนักในประเด็นปัญหาและสร้างข้อตกลงร่วมในการแก้ไขปัญหา โดยหน่วยงานภาครัฐจะต้องตัดสินใจดำเนินมาตรการบนพื้นฐานของข้อมูลทางวิชาการพร้อมกับการขับเคลื่อนภายใต้ภาวะการนำในพื้นที่เสี่ยงต่อปัญหาดังกล่าวการสร้างความตระหนักของปัญหาให้เห็นถึงผลกระทบทางการเมือง สังคมและเศรษฐกิจโดยรวมซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศสมาชิกขององค์การอนามัยโลกต่างได้พยายามสร้างภาวะการนำและข้อตกลงร่วมในการลดผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้กลยุทธ์ระดับโลก (Global strategy) ในการลดความสูญเสียจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงาน 2 เรื่องหลักๆ ได้แก่การพัฒนานโยบายระดับชาติด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการดำเนินกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเพิ่มความตระหนักของประชาชน

3.1.2 การให้บริการสุขภาพ (Health services response)

การบริการสุขภาพเพื่อการลดความสูญเสียจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นดำเนินงานเชิงรุกในด้านการให้บริการป้องกันและรักษาพยาบาล โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือการมีนโยบายหรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปรับปรุงบริการและการให้บริการเชิงรุกในด้านการป้องกันและบำบัดรักษาผู้ป่วยจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการพัฒนา

เพิ่มศักยภาพการให้บริการสุขภาพที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับขนาดของปัญหาสาธารณสุขและความเสียหายจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีแนวทางดังนี้

(1) การเพิ่มศักยภาพของระบบสุขภาพและระบบสังคมสงเคราะห์ทางการแพทย์ในการป้องกันการรักษาและการดูแลเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การชักจูงใจให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยผิดปกติรวมถึงสภาวะที่ผิดปกติอื่นๆ ประกอบด้วยการสนับสนุนและเยียวยาครอบครัวของผู้ได้รับผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสนับสนุนให้เกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมถึงการจัดให้มีแนวทางกิจกรรมเพื่อการช่วยเหลือตนเอง

(2) สนับสนุนให้เกิดการริเริ่มในเรื่องการคัดกรองและมาตรการระยะสั้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีลักษณะดื่มเสี่ยง (Hazardous) และดื่มแล้วเกิดอันตราย (Harmful drinking) ณ สถานบริการสาธารณสุขชั้นปฐมภูมิ (Primary health care) และสถานบริการสาธารณสุขอื่นๆ

3.1.3 การดำเนินงานชุมชน (Community action)

การดำเนินงานชุมชนเป็นมาตรการที่หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถช่วยสนับสนุนและให้อำนาจเต็มแก่ชุมชนในการใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นในการประยุกต์ใช้วิธีที่มีประสิทธิผลในการป้องกันและลดความเสียหายจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดจนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในระดับประชากร การลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทางกายภาพ ส่งเสริมให้เกิดการบังคับใช้กฎหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีการขายให้กับบุคคลอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดและการเมาแล้วขับซึ่งยุทธศาสตร์โลก (Global strategy) ในการลดความสูญเสียจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางเลือกสำหรับการดำเนินงานชุมชน ดังนี้

1) สนับสนุนการประเมินแบบเร่งด่วน เพื่อค้นหาและระบุพื้นที่เสี่ยงสำคัญต่อปัญหาซึ่งจะต้องดำเนินมาตรการในระดับชุมชนในการแก้ไขปัญหา

2) ส่งเสริมให้เกิดการยอมรับที่เพิ่มขึ้นของชุมชนในระดับท้องที่เกี่ยวกับผลกระทบความเสียหายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และส่งเสริมมาตรการที่มีประสิทธิผลมีความเหมาะสมและคุ้มค่าในการตอบโต้ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงปัญหาอื่นๆจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3) พัฒนาศักยภาพของผู้นำชุมชนในการกระตุ้นและประสานงานให้เกิดการดำเนินงานร่วมกันของคนในชุมชนโดยการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนานโยบายท้องถิ่นเพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพัฒนาศักยภาพรวมถึงยกระดับความมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย

4) จัดให้มีข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับมาตรการชุมชนที่มีประสิทธิผลและสร้างศักยภาพในระดับชุมชนเพื่อการนำมาตรการดังกล่าวไปปฏิบัติ

5) การระดมทรัพยากรในชุมชนเพื่อป้องกันการขายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็ก เยาวชนและประชากรกลุ่มเสี่ยงอื่นรวมถึงการพัฒนาและสนับสนุนให้เกิดการจัดสิ่งแวดล้อมที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol free environment) ในชุมชน

(6) จัดให้มีบริการชุมชน (Community care) และการให้ความช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงครอบครัวของบุคคลดังกล่าว

(7) พัฒนาและสนับสนุนโครงการชุมชนรวมถึงนโยบายในการคุ้มครองประชากรกลุ่มเสี่ยง เช่น กลุ่มเด็กเยาวชน กลุ่มคนว่างงานและกลุ่มชนพื้นเมืองรวมถึงประเด็นที่มีความเฉพาะเจาะจงในเรื่องการผลิตและการกระจายสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมายหรือสุราเถื่อนตลอดจนการจัดกิจกรรมพิเศษ (Events) ในระดับชุมชน เช่น การแข่งขันกีฬาและงานเทศกาลเมือง เป็นต้น

3.2 มาตรการทางกฎหมาย (Legal measures)

การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้มาตรการทางกฎหมายเป็นการดำเนินการโดยภาครัฐในการบัญญัติกฎหมายและบังคับใช้กฎหมายให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ซึ่งมาตรการทางกฎหมายนี้ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐที่ใช้ดำเนินการปกป้องและคุ้มครองประชาชนจากโรคและภัยคุกคามสุขภาพอันเนื่องมาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อบรรลุสู่การเป็นสังคมสุขภาวะโดยประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้มีการใช้มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลายมาตรการซึ่งจะได้นำเสนอเพื่อเป็นตัวอย่างดังต่อไปนี้

1. มาตรการควบคุมการเมาแล้วขับ (Drink driving counter measures)

มาตรการควบคุมการเมาแล้วขับเป็นมาตรการทางยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิผลเชิงต้นทุน (Cost-effective strategies) ในการลดความสูญเสียจากการเกิดอุบัติเหตุทางท้องถนนโดยการจำกัดปริมาณแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดของผู้ขับขี่ยานพาหนะบนท้องถนนให้อยู่ในระดับไม่เกินที่กฎหมายกำหนดซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ

2. มาตรการควบคุมการผลิตและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (National control of production and sale of alcohol)

มาตรการควบคุมการผลิตและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญที่รัฐบาลนำมาใช้ในการควบคุมการกระจายและการขายสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยมีรูปแบบพื้นฐานที่ประเทศต่างๆ ใช้ในการควบคุม 2 รูปแบบ คือ การผูกขาดการผลิตโดยรัฐแต่เพียงผู้เดียว (Monopoly) และการควบคุมโดยระบบใบอนุญาต (Licensing)

3. มาตรการจำกัดสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Restrictions on on-premise and off-premise sales of alcoholic beverages)

มาตรการจำกัดสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหนึ่งในมาตรการสำคัญในการลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนเป็นการควบคุมและลดความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการกำหนดสถานที่อนุญาตให้มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทมีที่นั่งดื่ม (On-premise) เช่น บาร์หรือภัตตาคาร เป็นต้น และกำหนดสถานที่อนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทไม่มีที่นั่งดื่ม (Off-premise) นอกจากนี้ยังรวมถึงการกำหนดวันและเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย

4. มาตรการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค (National minimum purchase or consumption age)

การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นมาตรการที่มีประสิทธิผลในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยจากข้อมูลขององค์การอนามัยโลกพบว่าประเทศต่างๆ ทั่วโลก ได้มีการตรากฎหมายจำกัดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ โดยมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลในช่วงอายุตั้งแต่ 10–25 ปี แต่ส่วนใหญ่จะกำหนดอายุขั้นต่ำอยู่ที่ 18 ปี ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 115 ประเทศ กำหนดอายุ 16 ปี จำนวน 15 ประเทศกำหนดอายุ 20 ปี จำนวน 7 ประเทศและกำหนดอายุ 21 ปี จำนวน 14 ประเทศ

5. มาตรการควบคุมการดื่มในพื้นที่สาธารณะ (Restriction on drinking in public)

การดำเนินงานเพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางประเทศมีการออกมาตรการจำกัดสถานที่ดื่มในพื้นที่สาธารณะ (Public places) โดยจากข้อมูลขององค์การอนามัยโลกพบว่าประเทศต่างๆ มีการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาคารสถานศึกษาจำนวน 129 ประเทศ ห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขจำนวน 119 ประเทศห้ามดื่มในสถานที่ทำงานของรัฐ สถานีขนส่งสาธารณะ สวนสาธารณะ ถนน งานกิจกรรมกีฬา กิจกรรมพักผ่อน สถานที่ทำงานและสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เป็นต้น

6. มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (Restrictions on purchase of alcohol at petrol station)

เป็นมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยกำหนดห้ามการขายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่หลายประเทศใช้ในการลดจำนวนผู้เมาแล้วขับ จากรายงานขององค์การอนามัยโลกพบว่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008 – 2012 มีประเทศที่ออกมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

7. มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Regulation on alcohol advertising)

การควบคุมการโฆษณาเป็นมาตรการสำคัญในการควบคุมการทำการตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งพบว่าหลายประเทศได้มีการใช้มาตรการนี้ในการป้องกันการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน โดยหลายประเทศได้มีการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อต่างๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์แห่งชาติ โทรทัศน์ภาคเอกชน วิทยุกระจายเสียงแห่งชาติ วิทยุท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง การโฆษณา ณ จุดขาย โรงภาพยนตร์ สื่ออินเตอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ เป็นต้น โดยเป็นการจำกัดเครื่องมือทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งประเทศสมาชิกแห่งองค์การอนามัยโลกได้มีการใช้มาตรการนี้เป็นเครื่องมือในการลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนเริ่มตั้งแต่ไม่มีการห้ามโฆษณาไปจนถึงห้ามโฆษณาโดยเด็ดขาด

8. มาตรการควบคุมการขายในลักษณะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Regulation on alcohol sales promotions)

เป็นมาตรการควบคุมการทำการตลาดด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotions)เพื่อประโยชน์ในการค้าขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การขายโดยลดราคาให้ต่ำกว่าราคาต้นทุน เป็นต้น

9. มาตรการทางภาษีสรรพสามิต (Excise tax)

จากข้อมูลผลการศึกษาของประเทศต่างๆ ทั่วโลกพบว่ามาตรการขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นมาตรการที่มีประสิทธิผลในการลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนและมีส่วนในการลดการเจ็บป่วยและเสียชีวิตซึ่งประเทศต่างๆ ได้ใช้ภาษีสรรพสามิตเป็นเครื่องมือในการขึ้นราคาสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงการกำหนดราคาขายขั้นต่ำและการห้ามขายต่ำกว่าราคาต้นทุน เป็นต้น

10. มาตรการควบคุมฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Labels on alcohols containers)

การควบคุมฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นมาตรการที่สำคัญอีกมาตรการหนึ่งในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งพบว่าประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้มีการใช้มาตรการนี้ โดยจากข้อมูลขององค์การอนามัยโลกพบว่ามีประเทศสมาชิกจำนวน 116 ประเทศที่มีมาตรการกำหนดเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ปริมาณแอลกอฮอล์ (Percentage of pure alcohol) เป็นต้น การกำหนดให้มีคำเตือนประกอบการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Warning labels on advertisements for alcohol) จำนวน 41 ประเทศ การกำหนดให้มีฉลากคำเตือนเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย (Health and safety warning labels) บนขวดหรือภาชนะบรรจุ จำนวน 31 ประเทศ สำหรับข้อความคำเตือน เช่น การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณมากเป็นอันตรายต่อสุขภาพ (Excessive consumption of alcohol is harmful to health) เป็นต้นและข้อความห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด เช่น “ห้ามจำหน่ายให้กับบุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปี” (Not for sale to persons under the age of 18 years) เป็นต้น

11. มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดกฎหมาย (Inclusion of informal or Illicit production in national alcohol policies)

เป็นมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดำเนินการไม่ถูกต้องตามแบบพิธี(Informal) ในการผลิตและการขาย รวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดกฎหมาย (illicit)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่ามาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 มาตรการหลักๆ คือมาตรการทางสังคมและมาตรการทางกฎหมายสำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะมาตรการทางกฎหมายเท่านั้นโดยเป็นการศึกษาการยอมรับมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

4. มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การศึกษาเรื่องการพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์นี้มีขอบเขตของการศึกษาตามมาตรการทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ตราขึ้นโดยมีเจตนารมณ์ที่สำคัญคือเนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพครอบครัว อุบัติเหตุและอาชญากรรมซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสมควรกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมทั้งการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนโดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่ายและภายใต้เจตนารมณ์ของกฎหมายดังกล่าวได้มีการบัญญัติมาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทางการขับเคลื่อนให้บรรลุผลตามเจตนารมณ์แห่งกฎหมายซึ่งกำหนดมาตรการไว้ 6 มาตรการ ได้แก่ มาตรการควบคุมฉลากและบรรจุภัณฑ์ มาตรการควบคุมสถานที่จำหน่าย มาตรการควบคุมวันและเวลาจำหน่าย มาตรการควบคุมบุคคลต้องห้ามจำหน่าย มาตรการควบคุมวิธีการที่ใช้ในการจำหน่ายมาตรการควบคุมสถานที่บริโภคและมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แยกพิจารณาได้ ดังนี้ (สำนักคณะกรรมการการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2551)

4.1 มาตรการควบคุมฉลากและบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการป้องกันการใช้ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสื่อโฆษณาหรือทำให้ฉลากและบรรจุภัณฑ์มีลักษณะดึงดูดใจเชิญชวนให้เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไปตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปบริโภคมากขึ้นโดยบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ กล่าวคือให้ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปฏิบัติดังต่อไปนี้ (1) จัดให้มีบรรจุภัณฑ์ฉลากพร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้าทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษาและ (2) การอื่นตามที่คณะกรรมการควบคุมกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษาภายใต้บทบัญญัติดังกล่าวเป็นการกำหนดหน้าที่ของผู้ผลิตและผู้นำเข้าให้ต้องปฏิบัติตาม

เงื่อนไขของกฎหมายในเรื่องบรรจุภัณฑ์ฉลากและข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้ามาภายในราชอาณาจักรไทย โดยที่หลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขในเรื่องดังกล่าวให้อำนาจคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้ออกประกาศกำหนดโดยต้องผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ

ปัจจุบันได้มีการออกประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เรื่องหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558 บัญญัติไว้ว่าฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช้ข้อความที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสภาพคุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการตลอดจนการส่งมอบการจัดหาหรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

1.1 ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

1.2 ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการสถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

1.3 ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

1.4 ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีกันในหมู่ประชาชน

2. ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณคุณประโยชน์หรือคุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทางตรงหรือทางอ้อม

3. การกระทำที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ให้ถือว่าเป็นข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่าจะทำให้ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศหรือทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น

3.1 ข้อความหรือภาพที่มีนักกีฬา

3.2 ข้อความหรือภาพที่มีดารา ศิลปิน นักร้องหรือนักแสดง

3.3 ข้อความที่ใช้ภาพการ์ตูน เว้นแต่เป็นภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้โดยถูกต้องแล้วก่อนประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ

3.4 ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล

3.5 ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวดหรือนันทนาการอื่นๆ

4. ประกาศฉบับนี้มิให้ใช้บังคับแก่สุราสามทับรวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้าเพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักรหรือผลิตหรือนำเข้าเพื่อเป็นตัวอย่างในการทดสอบวิเคราะห์หรือวิจัยโดยมีรายละเอียดในการผลิตหรือนำเข้าเพื่อการดังกล่าวอย่างชัดเจนและมิได้กระทำเพื่อประโยชน์ในทางการค้าในราชอาณาจักร

5. ฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้าที่ได้จัดทำขึ้นไว้ก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับให้ยังคงใช้ฉลากเดิมต่อไปได้แต่ต้องไม่เกินหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

กล่าวโดยสรุปได้ว่าปัจจุบันมาตรการควบคุมในด้านฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กำหนดห้ามใช้ฉลากเป็นสื่อโฆษณาเชิญชวนให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะเป็นการใช้ข้อความที่เป็นการชักจูงใจเชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณคุณประโยชน์หรือคุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น การใช้ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่าจะทำให้

ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศหรือข้อความที่เป็นภาพนักกีฬา ศิลปิน ดารานักร้อง นักแสดงหรือการ์ตูน เป็นต้น

4.2 มาตรการควบคุมสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การควบคุมสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นมาตรการจำกัดความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเพื่อลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนโดยบัญญัติไว้ในมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ กล่าวคือ

ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้ที่ มีผลบังคับใช้ในปัจจุบันมี 17 สถานที่ ดังนี้

1. วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา
2. สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ
3. สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล
4. ร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา
5. สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร
6. หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก
7. สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
8. สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
9. สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
10. รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร
11. พื้นที่ประกอบกิจการโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน
12. สวนสาธารณะของรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
13. สถานีรถไฟและในขบวนรถไฟที่อยู่บนทางรถไฟ
14. ท่าเรือโดยสารสาธารณะและบนเรือโดยสารสาธารณะประจำทาง
15. สถานีขนส่ง
16. บนทาง
17. พื้นที่ที่อยู่ในกำกับดูแลและใช้ประโยชน์ของราชการ รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานอื่นของรัฐ

เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2558 พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติได้ประกาศคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 22/2558 มีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นร้านเหล้ารอบสถานศึกษา ดังนี้ห้ามมิให้มีสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาหรือหอพักในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา (คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 22/2558, 2558)

4.3 มาตรการควบคุมวันและเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมิติด้านวันและเวลามีการบัญญัติไว้ในมาตรา 28 กล่าวไว้ คือ ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันหรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดย

คำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใดๆ เท่าที่จำเป็นไว้ด้วยก็ได้ บทบัญญัตินี้มิให้ใช้บังคับกับการขายของผู้ผลิตผู้นำเข้าหรือตัวแทนของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา

บทบัญญัติดังกล่าวเป็นการกำหนดหลักเกณฑ์ในเรื่องการจำกัดวันและเวลาในการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้อย่างกว้างๆ โดยให้อำนาจนายกรัฐมนตรีเป็นผู้ออกประกาศกำหนดว่าจะห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันและเวลาใดบ้าง ทั้งนี้โดยมีการกำหนดข้อยกเว้นไว้ในกรณีการขายของผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือตัวแทนของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ซึ่งภายใต้บทบัญญัตินี้นายกรัฐมนตรีได้ประกาศกำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

1. การกำหนดวันห้ามขาย

การกำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการตราขึ้นเป็นประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2552 โดยมีบทบัญญัติที่วางข้อกำหนดในเรื่องวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวไว้คือ

ห้ามผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษา

2 การกำหนดเวลาห้ามขาย

การกำหนดเวลาห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการตราขึ้นเป็นประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดเวลาห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558 โดยมีบทบัญญัติที่วางข้อกำหนดในเรื่องเวลาห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวไว้คือ

ห้ามผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากเวลาตั้งแต่ 11.00 นาฬิกา ถึงเวลา 14.00 นาฬิกา และตั้งแต่เวลา 17.00 นาฬิกา ถึงเวลา 24.00 นาฬิกา

3. มาตรการควบคุมการขายให้กับบุคคลบางประเภท

การควบคุมการขายให้กับบุคคลบางประเภทเป็นมาตรการทางกฎหมายที่ควบคุมมิให้มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลบางประเภทที่กฎหมายมุ่งประสงค์จะคุ้มครองเป็นพิเศษ ซึ่งระบุไว้ว่าห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

1. บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
2. บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

4. มาตรการควบคุมวิธีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การควบคุมวิธีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นมาตรการควบคุมการตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ให้มีการลด แลก แจก แถมให้เด็กเยาวชนและประชาชนทั่วไปเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่ายกล่าวคือห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะดังต่อไปนี้

1. ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ
2. การเร่ขาย
3. การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย

4. ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการ การชิงโชค การชิงรางวัลหรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแก่ผู้นำหีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ

5. โดยแจกแถมให้หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือกับสินค้าอื่นหรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณีหรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทางตรงหรือทางอ้อม

5. มาตรการควบคุมสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การควบคุมสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นมาตรการสำคัญที่มุ่งลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การคุ้มครองผลกระทบทางจิตใจของประชาชนในเรื่องความเหมาะสมทางบริบทของสังคมเกี่ยวกับสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ การก่อเหตุเดือดร้อนรำคาญและภัยคุกคามสุขภาพอื่นๆ จากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ได้กำหนดสถานที่ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวไว้คือ

ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

1. วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนาเว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา

2. สถานบริการสาธารณสุขของรัฐสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล

3. สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคลหรือสโมสรหรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

4. สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคลหรือสโมสรหรือการจัดเลี้ยงตามประเพณีหรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

5. สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

6. สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

7. รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคลหรือสโมสรหรือการจัดเลี้ยงตามประเพณีและองค์การสุรา

8. พื้นที่ประกอบกิจการโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน ยกเว้นโรงงานสุราและเป็นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นขั้นตอนของการผลิตหรือรักษามาตรฐานการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

9. บนทางในขณะขับขี่หรือในขณะโดยสารอยู่ในรถหรือบนรถ

10. สวนสาธารณะของรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

11. สถานีรถไฟและในขบวนรถไฟที่อยู่บนทางรถไฟ

12. ท่าเรือโดยสารสาธารณะและบนเรือโดยสารสาธารณะประจำทาง

13. สถานีขนส่ง

14. พื้นที่ที่อยู่ในกำกับดูแลและใช้ประโยชน์ของราชการ รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานอื่นของรัฐ

6. มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นมาตรการสำคัญอย่างยิ่งในการลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนเนื่องจากการโฆษณามีอิทธิพลต่อจิตใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชนที่ยังไม่มีความพร้อมในการตัดสินใจเทียบเท่าวัยผู้ใหญ่เป็นการโน้มน้าวชักจูงใจให้เด็กเยาวชนและประชาชนทั่วไป บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น กระตุ้นให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่กฎหมายจึงเข้ามาแทรกแซงโดยกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ โดยมีเจตนารมณ์มุ่งลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และป้องกันการเกิดนักดื่มหน้าใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กและเยาวชนซึ่งตามมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์ควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวไว้คือ

1. ห้ามผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมโดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ภายใต้บทบัญญัติดังกล่าวเป็นการกำหนดห้ามบุคคลใดๆ ก็ตามทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อมซึ่งคำว่าโฆษณานั้นมีการให้คำจำกัดความไว้ในมาตรา 3 กล่าวคือ

โฆษณา หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นได้ยินหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้าและให้หมายความรวมถึงการสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาด หมายความว่า การกระทำกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้าบริการหรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขายการแสดงสินค้าการจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษและการตลาดแบบตรง

ข้อความ หมายความรวมถึง การกระทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษรภาพ ภาพยนตร์แสงเสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใดๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

จากบทบัญญัติที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 32 วรรคแรกตอนต้นที่บัญญัติว่าห้ามผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงมีความหมายสมบูรณ์ในตัวเองตามมาตรา 3 กล่าวคือเป็นการที่บุคคลใดๆ ก็ตามกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดให้ประชาชนเห็นได้ยินหรือทราบข้อความ โดยมีเจตนาเพื่อประโยชน์ในทางการค้า การกระทำดังกล่าวเข้าข่ายเป็นความผิดฐานโฆษณาตามกฎหมายนี้แล้วนอกจากนี้คำว่าโฆษณา ตามมาตรา 3 ยังได้กำหนดนิยามที่มี

ความทันสมัย โดยการกำหนดนิยามให้ครอบคลุมถึงการสื่อสารการตลาดด้วย ส่งผลให้การกระทำใดๆ ที่เป็นการสื่อสารการตลาดสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเข้าข่ายความผิดตามกฎหมายนี้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงว่าได้มีการอวดอ้างสรรพคุณหรือมีข้อความชักจูงใจให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ ส่วนบทบัญญัติในมาตรา 32 วรรคแรก ตอนท้ายที่บัญญัติว่าหรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม หมายถึง กรณีที่ผู้กระทำมิได้มีเจตนาที่จะทำเพื่อประโยชน์ในทางการค้ากรณีนี้จะมีความผิดก็ต่อเมื่อมีพฤติการณ์ประกอบคือ มีการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 32 วรรคแรกนั้นเป็นการห้ามโฆษณาโดยเด็ดขาดสำหรับบุคคลทุกคนแต่อย่างไรก็ตามในมาตรา 32 วรรคสอง ได้กำหนดข้อยกเว้นให้กับผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้สามารถทำการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ ได้ทั้งนี้ภายใต้หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดซึ่งปัจจุบันได้มีกฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการแสดงภาพสัญลักษณ์เพื่อประกอบการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553 มีสาระสำคัญดังนี้

ภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายความว่าภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้า

ภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายความว่า ภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จดทะเบียนบริษัทตามกฎหมายและไม่ซ้ำหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อ 2 การแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องใช้ร่วมกับการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมและต้องไม่มีลักษณะเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือชักจูงใจให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม

การให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมตามวรรคหนึ่งต้องสื่อความหมายโดยมีการนำเสนอข้อมูลหรือข้อเท็จจริงใดๆ ที่เป็นความรู้อย่างชัดเจนในลักษณะส่งเสริมคุณธรรม วัฒนธรรมหรือเป็นวิทยาการความรู้ที่สร้างค่านิยมที่ดีของสังคมโดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อ 3 ภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1) ไม่เป็นภาพเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือบรรจุภัณฑ์หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2) ไม่มีข้อความอันเป็นการอวดอ้าวสรรพคุณคุณประโยชน์คุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3) ไม่เป็นการชักจูงใจให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม

4) ไม่แสดงให้ปรากฏในรูปแบบลักษณะหรือภาพใดๆ ที่สามารถสื่อให้เห็นหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อ 4 การแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์สำหรับสื่อแต่ละประเภท ดังต่อไปนี้

1) กรณีใช้สื่อทางกิจการโทรทัศน์ การฉายภาพ ภาพยนตร์ วีดิทัศน์ การแสดงภาพโดยผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่ออื่นใดในทำนองเดียวกันภาพสัญลักษณ์ต้องมีขนาดไม่เกินร้อยละห้าของพื้นที่โฆษณาทั้งหมดและใช้เวลาแสดงภาพสัญลักษณ์ไม่เกินร้อยละห้าของเวลาโฆษณาทั้งหมดแต่ต้องไม่เกินสองวินาที โดยให้โฆษณาได้ตั้งแต่เวลา 22.00 นาฬิกา ถึง 05.00 นาฬิกา และให้แสดงภาพสัญลักษณ์ดังกล่าวเฉพาะในตอนท้ายของการโฆษณาเท่านั้น

2) กรณีสื่อสิ่งพิมพ์ภาพสัญลักษณ์ต้องมีขนาดไม่เกินร้อยละห้าของพื้นที่โฆษณาทั้งหมดโดยห้ามแสดงที่หน้าปก ปกหลัง คู่หน้ากลางหรือที่สิ่งห่อหุ้มสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าว

3) กรณีสื่ออื่นใดนอกจากนี้ภาพสัญลักษณ์ต้องมีขนาดไม่เกินร้อยละสามของพื้นที่ในโฆษณาในสื่อนั้น

ทั้งนี้ให้มีการแสดงข้อความคำเตือนทุกครั้งและตลอดเวลาขณะที่มีการแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรูปแบบของข้อความคำเตือนนั้นให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนด

นอกจากนี้ภายใต้บทบัญญัติ ของกฎกระทรวงดังกล่าวคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ออกประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่องรูปแบบของข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2557 ดังนี้ การแสดงข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

1. กรณีใช้สื่อทางกิจการโทรทัศน์ การฉายภาพ ภาพยนตร์ วีดิทัศน์ การแสดงภาพโดยผ่านเครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์หรือสื่ออื่นใดในทำนองเดียวกันให้แสดงข้อความคำเตือนแบบเสียงและตัวอักษร โดย

1.1 การแสดงข้อความคำเตือนแบบเสียงต้องรับฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์และสามารถเข้าใจความหมายได้โดยมีระดับเสียงเทียบเท่ากับข้อความหลักของโฆษณาและให้แสดงเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 วินาที

1.2 การแสดงข้อความคำเตือนแบบตัวอักษรต้องใช้ต้นแบบที่ขอรับจากสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรคตามแบบแนบท้ายประกาศนี้โดยให้แสดงในตำแหน่งบนสุดและมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของพื้นที่โฆษณา ทั้งนี้ต้องแสดงข้อความคำเตือนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 วินาที

2. กรณีสื่อสิ่งพิมพ์ ให้แสดงข้อความคำเตือนแบบตัวอักษรจากต้นแบบที่ขอรับจากสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรคตามแบบท้ายประกาศนี้ โดยให้แสดงในตำแหน่งบนสุดและมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของพื้นที่โฆษณา

3. กรณีสื่ออื่นใดให้แสดงข้อความคำเตือนแบบตัวอักษรจากต้นแบบที่ขอรับจากสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรคตามแบบท้ายประกาศนี้ โดยให้แสดงในตำแหน่งบนสุดและมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของพื้นที่โฆษณา

นโยบายและมาตรการระดับชาติในการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Availability of alcohol)

ยุทธศาสตร์ทางสาธารณสุขที่พยายามควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในด้านการควบคุมการค้าและควบคุมสาธารณะผ่านกฎหมาย นโยบายและโปรแกรมต่างๆ เป็นวิธีการสำคัญที่จะลดการดื่มสุราแบบอันตราย ในภาพรวมยุทธศาสตร์เหล่านี้มีวิธีการสำคัญที่จะป้องกันการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย ในกลุ่มที่อ่อนไหวและกลุ่มเสี่ยงสูงการที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีจำหน่ายหรือหาได้ในชุมชนนั้นมีผลให้สังคมนั้นมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้าถึงได้ง่ายและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยมทางสังคมวัฒนธรรม ส่งเสริมพฤติกรรมการดื่มแบบอันตราย ระดับความเข้มงวดของการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นรวมทั้งบริบททางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจตลอดจนข้อตกลงระหว่างประเทศที่มีอยู่ ในประเทศกำลังพัฒนาที่มีรายได้ต่ำและปานกลาง การค้านอกระบบเป็นแหล่งที่มาที่สำคัญของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ถูกกฎหมายควรได้รับการพิจารณาร่วมกับการจัดการการค้านอกระบบและการผลิตเองในชุมชน ยิ่งไปกว่านั้นการควบคุมการจำหน่ายที่เข้มงวดเกินไปอาจเกิดตลาดมืดคู่ขนานขึ้นได้ นอกจากนี้ควรมีการพิจารณาถึงมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผู้จัดหาให้ เช่น พ่อแม่หรือเพื่อนทางเลือกนโยบายและมาตรการจัดการในประเด็นนี้ประกอบด้วย (แผนงานการพัฒนาระบบการดูแลผู้มีปัญหาการดื่มสุรา, 2554)

1. จัดตั้งดำเนินการและบังคับใช้ระบบที่เหมาะสมเพื่อควบคุมการผลิต การขายส่งและขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนข้อจำกัดที่เหมาะสมในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการจัดการสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สอดคล้องตามบรรทัดฐานของวัฒนธรรมด้วยมาตรการต่อไปนี้

1.1 กำหนดให้มีระบบการขอใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามร้านค้าหรือให้มีระบบผูกขาดที่รัฐบาลเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียวเพื่อประโยชน์ทางสาธารณสุขแล้วแต่เหมาะสม

1.2 ควบคุมจำนวนและสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งร้านค้าที่มีที่นั่งดื่มหรือไม่มีที่นั่งดื่ม

1.3 ควบคุมจำนวนวันและเวลาจำหน่ายปลีกของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.4 ควบคุมวิธีการจำหน่ายปลีกของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.5 ควบคุมการจำหน่ายปลีกของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางแห่งหรือในช่วงเทศกาลพิเศษ

2. กำหนดอายุขั้นต่ำที่เหมาะสมที่อนุญาตให้ซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และนโยบายอื่นๆ เพื่อกีดกันการจำหน่ายและการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กวัยรุ่น;

3. จัดทำนโยบายป้องกันการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่เมาสุราและบุคคลที่มีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนดและพิจารณาใช้กลไกการรับผิดของผู้ขายหรือผู้ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายของประเทศ

4. กำหนดนโยบายควบคุมการดื่มในที่สาธารณะหรือในกิจกรรมหรือการดำเนินงานของหน่วยงานราชการ

5. จัดทำนโยบายลดและจำกัดการผลิตการจำหน่ายและการกระจายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมาย ตลอดจนควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผลิตเอง

2. มาตรการทางกฎหมายในการแก้ปัญหาและจัดระเบียบร้านเหล้ารอบสถานศึกษา

ตามที่ในขณะนี้สถานศึกษาต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมหาวิทยาลัยได้มีร้านเหล้าไปตั้งอยู่โดยรอบมากขึ้นเรื่อยๆ จนกลายเป็นปัญหาที่คุกคามสถานศึกษาและก่อให้เกิดปัญหาต่อเยาวชนในวัยเรียนมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการเรียน อุบัติเหตุ เพศสัมพันธ์ในวัยเรียน การทำแท้ง การพนัน การทะเลาะวิวาท ยาเสพติด นั้นเพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว คณะทำงานแก้ปัญหาร้านเหล้ารอบสถานศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการโดยความร่วมมือกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติจึงขอสรุปปัญหาและเสนอมาตรการทางกฎหมายในการแก้ปัญหาต่อสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพื่อดำเนินการจัดระเบียบร้านเหล้า (ปริญญา เทวานฤมิตรกุล, 2558)

1. ปัญหาการไม่มีกฎหมายห้ามจำหน่ายเหล้ารอบๆ สถานศึกษาและปัญหาการออกใบอนุญาตของกรมสรรพสามิต โดยในปัจจุบันยังไม่มีข้อห้ามการจำหน่ายเหล้าในพื้นที่ใกล้สถานศึกษา พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ห้ามแต่เพียงการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณสถานศึกษาเท่านั้นไม่ได้ห้ามจำหน่ายใกล้หรือรอบๆ สถานศึกษาแต่ประการใด

2. ปัญหาการจำหน่ายเหล้าโดยกระทำผิดพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

2.1 การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่อายุไม่ถึง 20 ปีบริบูรณ์ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้เพิ่มอายุของผู้ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้จากห้ามจำหน่ายแก่ผู้ที่อายุยังไม่ครบ 18 ปีบริบูรณ์ เพิ่มห้ามจำหน่ายแก่ผู้อายุยังไม่ครบ 20 ปีบริบูรณ์ โดยผู้ฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกสูงสุดถึง 1 ปี ปรับสูงสุดถึงสองหมื่นบาทแต่ยังไม่มีการบังคับใช้กฎหมายนี้อย่างจริงจังทำให้มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองเยาวชนจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายนี้ยังไม่มีผลในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง

2.2 การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้มาตรการจูงใจด้วยการลดราคาหรือแถม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยลดราคาหรือแลกแจกแถม ผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกสูงสุดหกเดือนปรับสูงสุดถึงหนึ่งหมื่นบาทแต่บทบัญญัติแห่งกฎหมายที่มุ่งคุ้มครองเยาวชนจากการจูงใจของผู้ประกอบการก็ยังไม่ได้มีการบังคับใช้อย่างจริงจังเช่นกัน

2.3 ปัญหาร้านเหล้ารอบสถานศึกษาประกอบการเป็นสถานบริการโดยผิดกฎหมาย ร้านเหล้าส่วนใหญ่ที่อยู่รอบสถานศึกษาจะดำเนินการเป็นสถานบริการตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 มาตรา 3 (4) คือ มีดนตรี การแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิงและยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้นักร้องนักแสดงหรือพนักงานอื่นใดนั่งกับลูกค้าหรือมีการเต้นหรือยินยอมให้มีการเต้นและมาตรา 3 (5) คือ สถานที่ที่มีอาหาร สุราหรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่ายโดยจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิงซึ่งปิดทำการหลังเวลา 24.00 นาฬิกาซึ่งเข้าลักษณะเป็นสถานบริการตามกฎหมายที่ต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงมหาดไทยจึงจะดำเนินการได้ ผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกสูงสุดถึงหนึ่งปีและปรับสูงสุดถึงหกหมื่นบาทแต่ในทางปฏิบัติยังไม่มีการบังคับใช้กฎหมายสถานบริการอย่างให้มีร้านเหล้าจำนวนมากมีการแสดงดนตรีและเปิดเกิน 24

นาฬิกาและมีการเต้นหรือยินยอมให้มีการเต้นซึ่งผิดพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 และถึงแม้จะมีการดำเนินการจับกุมก็แทบไม่เคยมีการนำตัวเจ้าของมาเป็นผู้ต้องหาเลย

3. มาตรการทางกฎหมายในการแก้ไขปัญหาและจัดระเบียบร้านเหล้ารอบสถานศึกษา

3.1 มาตรการบังคับใช้กฎหมายที่มีโทษจำคุก

การจับกุมร้านเหล้าที่ไม่มีใบอนุญาตนั้นมีโทษปรับเพียงไม่เกินสองพันบาทซึ่งไม่ได้ผลในการแก้ปัญหาจึงต้องใช้พระราชบัญญัติที่มีโทษจำคุกดังต่อไปนี้

(1) พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ร้านเหล้าที่มีการแสดงดนตรีหรือการแสดงเพื่อการบันเทิงอื่นและเปิดเกิน 24 นาฬิกาหรือมีการเต้นหรือยินยอมให้มีการเต้นซึ่งเป็นความผิดฐานเปิดสถานบริการโดยไม่ได้รับอนุญาตซึ่งมีโทษจำคุกสูงสุดถึงหนึ่งปี

(2) พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตราที่สำคัญที่สุดคือมาตรา 29 ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่อายุไม่ถึง 20 ปีบริบูรณ์ ซึ่งมีโทษจำคุกสูงสุดถึงหนึ่งปี และมาตรา 30 ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา หรือมีการแจกแถม ซึ่งมีโทษจำคุกสูงสุดถึงหกเดือน นอกจากนี้ร้านเหล้าร้านใดตั้งอยู่ในบริเวณหอพักยังผิดมาตรา 27 ซึ่งมีโทษจำคุกสูงสุดถึงหกเดือน

3.2 มาตรการเพิกถอนใบอนุญาตและปิดร้านเหล้า

(1) เพิกถอนใบอนุญาตผู้ที่ละเมิดกฎหมายถ้าร้านใดประกอบการเป็นสถานบริการผิดกฎหมายหรือละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือเปิดจำหน่ายเกินเวลาหรือผิดกฎหมายในข้อหาอื่นใดเมื่อถูกจับกุมและดำเนินคดี ควรต้องมีการประสานกับสรรพสามิตในพื้นที่ให้มีการเพิกถอนใบอนุญาตจำหน่ายสุราทันที

(2) ปิดร้านเหล้าที่สร้างปัญหามากๆ ร้านเหล้าใดที่ทำผิดกฎหมายซ้ำแล้วซ้ำอีกอาจต้องใช้มาตรการขั้นเด็ดขาดคือขอให้ผู้ว่าราชการจังหวัดสั่งปิดร้านนั้นซึ่งเป็นอำนาจตามประกาศคณะปฏิวัติ พ.ศ. 2515

3.3 มาตรการจัดโซนนิ่งโดยการประสานความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย เจ้าหน้าที่ตำรวจ ฝ่ายปกครอง สรรพสามิตและการตกลงกับผู้ประกอบการขณะนี้มหาวิทยาลัยต่างๆ 15 แห่งทั่วประเทศได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกันกับรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการในการจัดโซนนิ่ง 300 เมตรรอบสถานศึกษาในการควบคุมและจัดระเบียบร้านเหล้ารอบสถานศึกษาโดยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์รวมถึงมหาวิทยาลัยรังสิตได้มีการดำเนินการแล้วโดยความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย เจ้าหน้าที่ตำรวจ ฝ่ายปกครอง สรรพสามิตและโดยการตกลงกับผู้ประกอบการซึ่งสามารถใช้เป็นต้นแบบในการดำเนินการกับมหาวิทยาลัยทั้ง 15 แห่ง และมหาวิทยาลัยอื่นๆ ได้ดังต่อไปนี้

(1) ยกเลิกการให้ใบอนุญาตแก่ร้านเหล้าที่อยู่ใกล้ชิดมหาวิทยาลัยขอให้สรรพสามิตยกเลิกการให้ใบอนุญาตขายเหล้าแก่ร้านที่อยู่ใกล้ชิดมหาวิทยาลัยถึงแม้จะไม่ติดกับรั้วมหาวิทยาลัยแต่ถ้าอยู่ใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัยก็ต้องถือว่าต่อเนื่องติดกับสถานศึกษาที่ต้องห้ามจำหน่ายเหล้าซึ่งโดยความร่วมมือกับสรรพสามิตจังหวัด

(2) จัดโซนนิ่ง 300 เมตร ให้ปลอดสถานบริการและร้านเหล้ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และสถานีตำรวจภูธรคลองหลวงได้จัดประชุมผู้ประกอบการและได้ตกลงกับผู้ประกอบการร้านเหล้าที่

มีการแสดงดนตรี หรือมีการเต้น หรือร้านเหล้าที่จำหน่ายเหล้าเป็นหลัก ให้ย้ายออกไปให้พ้นรัศมี 300 เมตรจากรั้วมหาวิทยาลัย ทั้งนี้โดยให้เวลาประมาณ 2 เดือนในการดำเนินการ (คือในช่วงปิดเทอมช่วงนี้) ถ้าจะมีร้านใดขายเหล้าในเขต 300 เมตร ให้เป็นร้านอาหารที่มีการจำหน่ายเหล้าเป็นส่วนประกอบเท่านั้น และต้องไม่ทำผิดพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือต้องไม่จำหน่ายแก่ผู้อายุไม่ถึง 20 ปี ไม่ลดแลกแจกแถมและไม่เปิดเกิน 24 นาฬิกา

(3) ร้านนอกโซนนิ่ง 300 เมตร ก็ต้องไม่ทำผิดกฎหมายร้านเหล้าที่ถึงแม้จะอยู่นอกเขต 300 เมตร ก็ต้องไม่ทำผิดพระราชบัญญัติสถานบริการ คือต้องไม่เปิดเกิน 24 นาฬิกา และต้องไม่ทำผิดพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือต้องไม่จำหน่ายแก่ผู้อายุไม่ถึง 20 ปี และไม่จำหน่ายโดยมีการลดแลกแจกแถม

(4) ถ้าครบระยะเวลาแล้วร้านใดไม่ปฏิบัติตามจะใช้มาตรการขั้นเด็ดขาดหากครบระยะเวลาแล้วไม่มีการดำเนินการตามที่ตกลงกันจะมีการดำเนินการจับกุมโดยใช้กฎหมายที่มีโทษจำคุก โดยตั้งข้อหากับเจ้าของร้านตัวจริงและจะมีการใช้มาตรการขั้นเด็ดขาดคือ มหาวิทยาลัยจะประกาศห้ามนักศึกษามิให้เข้าร้านนั้นและจะดำเนินการทางวินัยนักศึกษากับนักศึกษาที่ไปใช้บริการและอาจพิจารณาดำเนินการถึงขั้นขอให้ผู้ว่าราชการจังหวัดสั่งปิดร้านนั้นต่อไป

4. แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ พ.ศ. 2560-2563

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบตามแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ 10 ปี (พ.ศ. 2554-2563) โดยยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติเป็นยุทธศาสตร์เพื่อจัดการปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการควบคุมขนาดและความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย โดยมีเป้าหมายเชิงกลไกของนโยบาย 4 ประการ คือ (อุดมศักดิ์ แซ่โง้ว, พลเทพ วิจิตรคุณากร และสาวิตรี อัษณางค์กรชัย, 2559)

1. ควบคุมและลดปริมาณการบริโภคของสังคม
2. ป้องกันนักดื่มหน้าใหม่และควบคุมความชุกของผู้บริโภค
3. ลดความเสี่ยงจากการบริโภคทั้งมิติของปริมาณการบริโภครูปแบบการบริโภคและพฤติกรรมหลังการบริโภค
4. จำกัดและควบคุมความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภค

แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ พ.ศ.2560-2563 แบ่งเป็น 5 ยุทธศาสตร์ รายละเอียดดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ควบคุมการเข้าถึงทางเศรษฐศาสตร์และทางกายภาพ

เป้าหมายเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนโดยรวมและประชาชนกลุ่มเสี่ยงผ่านกลไกการควบคุมให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ราคาแพงและหาซื้อยาก ประกอบด้วยมาตรการ 2 มาตรการ ได้แก่

1. มาตรการด้านภาษีและราคา ประกอบด้วย 4 ยุทธวิธี ได้แก่

1.1 ใช้ระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เหมาะสมต่อการควบคุมปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยคิดทั้งตามราคาและสภาพและการปรับขึ้นอัตราภาษีสุราให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ

1.2 ผลักดันให้มีการกำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าควบคุมหรือกำหนดราคาขายปลีกขั้นต่ำต่อหนึ่งหน่วยจำหน่าย

1.3 ผลักดันให้หน่วยงานระดับท้องถิ่นจัดเก็บหรือใช้ภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อจัดการปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่

1.4 ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษี (สุราเถื่อน/สุราที่ลักลอบผลิตจำหน่ายและนำเข้า)

2. มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย 5 ยุทธวิธี ได้แก่

2.1 ปรับปรุงระบบใบอนุญาตผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นระบบที่เหมาะสมต่อการควบคุมปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.2 ทบทวนมาตรการ การดำเนินการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดสถานที่ และวันเวลาห้ามขายและห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ในบริบท/สถานที่ที่มีความเสี่ยงสูงและพื้นที่ที่มีเยาวชนหนาแน่นหรือเข้าถึงได้ง่าย)

2.3 ส่งเสริมหน่วยงานระดับท้องถิ่นในการควบคุมการออกใบอนุญาตและการจัดเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเสนอให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการออกใบอนุญาต/มีกระบวนการชุมชนหรือการทำประชามติก่อนออกใบอนุญาตขายสุราในชุมชน

2.4 ทบทวนและปรับเพิ่มบทลงโทษสำหรับผู้กระทำความผิดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีความแรงพอที่จะทำให้เกิดความเกรงกลัวต่อการกระทำผิดกฎหมายเช่น เพิ่มบทลงโทษและการยึดของกลางในกรณีขายโดยไม่มีใบอนุญาต

2.5 พัฒนาระบบการบังคับใช้กฎหมายที่มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ปรับเปลี่ยนค่านิยมและลดแรงสนับสนุนการดื่ม

เป้าหมายเพื่อสร้างค่านิยม ปรับเปลี่ยนบรรยากาศทางสังคมไปสู่ทัศนคติที่เห็นว่าสุราไม่ใช่สินค้าธรรมดาและลดความน่าสนใจในการบริโภคโดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน ประกอบด้วยยุทธวิธี 6 ยุทธวิธี ได้แก่

1. ขยายการควบคุมการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ครอบคลุมทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์

2. พัฒนามาตรการในการควบคุมการสนับสนุนกิจกรรม การทำการสื่อสารการตลาดรูปแบบต่างๆ (การเป็นสปอนเซอร์)

3. ส่งเสริมให้สื่อมวลชนปลอดจากโฆษณาแฝงในรูปแบบต่างๆ และไม่นำเสนอข้อมูลให้เกิดการรับรู้ว่าการดื่มสุราเป็นเรื่องปกติและถูกต้อง

4. เสริมพลัง สร้างการรับรู้ การให้ความรู้กับเยาวชนในสถานศึกษา กลุ่มเยาวชนนอกระบบการศึกษาให้ความรู้และทัศนคติทางสื่อมวลชน (การรณรงค์สาธารณะ) และมาตรการฉลากคำเตือน

5. ส่งเสริมให้หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รู้เท่าทัน กลยุทธการโฆษณาและสื่อสารการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนมีนโยบายไม่รับทุนสนับสนุนจากธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

6. จัดกิจกรรมและเทศกาลปลอดเหล้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ลดอันตรายของการบริโภค

เป้าหมายเพื่อลดความเสี่ยงต่อปัญหาในกลุ่มผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และจำกัดขนาดความรุนแรงของปัญหาในกลุ่มผู้ที่มีปัญหาและผู้ได้รับผลกระทบจากการบริโภคและเพื่อจัดการให้ผู้มีปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รับการดูแลรักษาที่มีคุณภาพสามารถ ลด ละ เลิก การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมีสุขภาวะดีทั้งกายและใจอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณภาพ ประกอบด้วยมาตรการ 3 มาตรการ ได้แก่

1. มาตรการลดอันตรายจากการบริโภคบนท้องถนน ประกอบด้วย 1 ยุทธวิธี ได้แก่ สร้างมาตรการควบคุมพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะขณะมึนเมา

2. มาตรการลดความรุนแรงของปัญหาและผู้ได้รับผลกระทบจากการบริโภค ประกอบด้วย 1 ยุทธวิธี ได้แก่ สร้างความตระหนักต่อสังคมเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. มาตรการป้องกันและบำบัดรักษาฟื้นฟูผู้มีปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย 7 ยุทธวิธี ได้แก่

3.1 พัฒนาหลักเกณฑ์การบำบัดและฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสถานพยาบาล

3.2 จัดบริการบำบัดรักษาฟื้นฟูสำหรับผู้มีปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.3 พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการจัดบริการสำหรับผู้มีปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.4 ประเมินติดตามคุณภาพผลลัพธ์และพัฒนาต่อยอดการจัดบริการสำหรับผู้มีปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศด้านการจัดบริการสำหรับผู้มีปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.6 พัฒนาและสนับสนุนการจัดบริการสำหรับผู้มีปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบบริการสุขภาพ

3.7 พัฒนาระบบการเฝ้าระวังและการจัดบริการสำหรับภาวะโรคร่วมทางกายและทางจิตเวชในผู้มีปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 จัดการปัญหาแอลกอฮอล์ในระดับพื้นที่

เป้าหมายเพื่อพัฒนาพื้นที่ให้มีความเข้มแข็งที่สามารถจัดการปัญหาแอลกอฮอล์และขยายผลได้ประกอบด้วยยุทธวิธี 3 ยุทธวิธี ได้แก่

1. จัดการปัญหาในพื้นที่หมู่บ้าน ชุมชน ตำบล

2. จัดการปัญหาในองค์กร

3. จัดการปัญหาในกลุ่มเฉพาะ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนากลไกการจัดการและสนับสนุนที่เข้มแข็ง

เป้าหมายเพื่อสร้างกลไกสนับสนุนกระบวนการจัดการปัญหาแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพประกอบด้วยยุทธวิธี 4 ยุทธวิธี ได้แก่

1. สนับสนุนเชิงนโยบาย กฎหมายระเบียบข้อบังคับที่เอื้อต่อการดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงการปกป้องการแทรกแซงเชิงนโยบายทั้งจากภายในและต่างประเทศ โดยเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์อื่นๆ

2. พัฒนากลไกระบบการทำงานในระดับต่างๆ และขับเคลื่อนติดตามการดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. สื่อสารสาธารณะเพื่อสนับสนุนนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4. ติดตามประเมินผลเชิงระบบการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนิษฐา ไทยกล้า (2550) ศึกษาเปรียบเทียบความชุกและพฤติกรรมการดื่มของนักเรียนนักศึกษากับความหนาแน่นของสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 500 เมตรรอบสถานศึกษา ผลการสำรวจพื้นที่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีสถานศึกษา จำนวน 17 แห่ง จำนวนจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีทั้งสิ้น 1,083 แห่ง เมื่อทำการวิเคราะห์ทางภูมิศาสตร์จุดจำหน่ายแอลกอฮอล์ทั้งหมดมีการกระจายตัวแบบเกาะกลุ่ม (Clustered distribution) มีจุดจำหน่ายที่อยู่ในระยะ 500 เมตรจากสถานศึกษา ร้อยละ 67.0 ลักษณะจุดจำหน่ายในพื้นที่จุดจำหน่ายหนาแน่น ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ ค้าปลีกและสถานบันเทิงเกือบร้อยละ 97.0 มีใบอนุญาตจำหน่าย สุราประเภทต่างๆ โดยจำหน่ายตามช่วงเวลาที่กฎหมายกำหนดไว้ร้อยละ 70.0 จำหน่ายสุรานำเข้าร้อยละ 78.7 สุราที่ผลิตในประเทศมากกว่าร้อยละ 60.0 จำหน่ายเบียร์มากกว่าร้อยละ 96.0 ในพื้นที่จุดจำหน่ายไม่หนาแน่นส่วนใหญ่เป็นร้านอาหาร/เครื่องดื่ม หมูกระทะและร้านขายของชำค้าปลีกจำหน่ายตามช่วงเวลาที่กฎหมายกำหนดไว้ ร้อยละ 38.1 จำหน่ายสุรานำเข้าร้อยละ 52.4 สุราผลิตในประเทศร้อยละ 23.8 ทุกจุดจำหน่ายเบียร์ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่จุดจำหน่ายหนาแน่นมีอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม 15.8 ปี จุดจำหน่ายไม่หนาแน่นอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม 15.4 ปี การดื่มใน 30 วันที่ผ่านมาของเยาวชนที่ศึกษาในพื้นที่จุดจำหน่ายหนาแน่นมากกว่าจุดจำหน่ายไม่หนาแน่นอยู่ 1.13 เท่า จุดจำหน่ายรอบสถานศึกษาในระยะ 500 เมตรทั้ง 2 พื้นที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาหรือการดื่มหนักเนื่องจากจุดจำหน่ายกระจายอยู่ทั่วไปและมีจำนวนมาก เยาวชนสามารถเดินทางไปดื่มยังจุดจำหน่ายที่อื่นได้ง่ายอัตราการดื่มหนักต่อครั้งภายใน 1 ปีที่ผ่านมาของจุดจำหน่ายหนาแน่นมากกว่าการดื่มหนักของเยาวชนในจุดจำหน่ายไม่หนาแน่นเกือบเท่าตัวโดยเฉพาะเยาวชนในและการศึกษาของภัทรภร พลพนาธรรม (2552) ศึกษาการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบมหาวิทยาลัยในกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ด้านความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หนาแน่นมากที่สุด 4 พื้นที่ หนาแน่นมาก 4 พื้นที่ หนาแน่นปานกลาง 4 พื้นที่ หนาแน่นน้อย 2 พื้นที่และหนาแน่นน้อยมาก 1 ด้านการกระจายตัวของจุดจำหน่ายจำแนกตามประเภทร้านพบว่าร้านขายของชำและสถานบันเทิงเกาะกลุ่มมากที่สุด,สวนอาหาร/ภัตตาคารเกาะกลุ่มมาก, ร้านในหอพักเกาะกลุ่มปัจจัยด้านกายภาพ ด้านใบอนุญาตและเวลาจำหน่ายพบว่าร้านขายของชำ ร้านอาหารตามสั่ง สวนอาหาร ภัตตาคาร ร้านในหอพัก สถานบันเทิง ร้านขายยาและสนุ๊กเกอร์ ไม่บอกว่ามีหรือไม่มีใบอนุญาตและจำหน่ายตลอดเวลาทำการถ้าพิจารณาปัจจัยแวดล้อมทางสังคม ทำเลที่เป็นจุดเสี่ยง

สำหรับนักศึกษามากที่สุด คือ ทำเลหอพักที่มีความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดถึงปานกลาง ทำเลที่เป็นจุดเสี่ยงสำหรับนักศึกษามาก ได้แก่ ทำเลหอพักที่มีความหนาแน่นของร้านจำหน่ายน้อย

วีรนุช ว่องวรรธนะกุลและคณะ (2553) ศึกษาความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการบริโภคและผลกระทบของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดมหาสารคามมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อประชากร 100,000 คน เท่ากับ 12.6 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง สถานที่ที่ดื่มบ่อยที่สุด คือ บ้านตนเอง ร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ บ้านคนอื่น ร้อยละ 21.0 และร้านอาหาร/คาราโอเกะ ร้อยละ 9.0 ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการดื่มสามอันดับแรก คือ เหล้า ร้อยละ 52.0 เบียร์ ร้อยละ 46.0 และไวน์ ร้อยละ 2.0 จุดจำหน่ายที่ใกล้ที่พักมากที่สุด คือ ร้านขายของชำ ร้อยละ 88.0 รองลงมา คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 6.3 และร้านอาหาร/คาราโอเกะ ร้อยละ 1.3 การเข้าถึงจุดจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ใกล้ที่พักมากที่สุด คือ น้อยกว่า 5 นาที ร้อยละ 83.0 ใช้เวลามากกว่า 10 นาที ร้อยละ 4.0 วิธีการเดินทางไปยังจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใกล้ที่พักมากที่สุด คือ เดิน ร้อยละ 51.0 จักรยานยนต์ ร้อยละ 7.0 และการศึกษาของกนิษฐา ไทยกล้า (2557) ได้ศึกษาจุดจำหน่ายและการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มของเยาวชนกรณีศึกษาพื้นที่เมืองเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่าจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีรูปแบบการกระจายตัวแบบเกาะกลุ่ม ความหนาแน่นของประชากรในเขตเมืองเชียงใหม่เทียบกับจุดจำหน่ายโดยปี พ.ศ. 2552 จุดจำหน่าย 1,056 แห่ง ประชากร 135 คนต่อจุดจำหน่าย 1 แห่งระยะห่างเฉลี่ย 276.94 ปี พ.ศ. 2554 จุดจำหน่าย 1,008 แห่ง ประชากร 137 คนต่อจุดจำหน่าย 1 แห่ง ระยะห่างเฉลี่ย 282.43 ปี พ.ศ. 2557 จุดจำหน่าย 1,244 แห่ง ประชากร 108 คนต่อจุดจำหน่าย 1 แห่ง ระยะห่างเฉลี่ย 249.40 ลักษณะแบบนั่งดื่มมากกว่าร้อยละ 58 จุดจำหน่ายมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ดื่มหนักมากขึ้น เช่น การจัดโปรโมชั่น ซื้อ 1 ลัง แถม 1 ลัง การจัดช่วงเวลาบุฟเฟ่เบียร์หรือบุฟเฟ่ไวน์ (18.00-22.00น) รวมถึงการจำหน่ายเครื่องดื่มผสมเสร็จที่หลากหลายในชื่อว่าเหล้าถังหรือบัคเก็ตเป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ผสมตามสูตรเฉพาะของแต่ละร้าน ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มเยาวชน จุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาเป็นสิ่งเร้าที่เพิ่มโอกาสในการรับรู้ของเยาวชนที่ยังไม่ดื่มเข้าสู่การเป็นนักดื่มหน้าใหม่และช่วยในการกระตุ้นให้เกิดความต้องการดื่มและดื่มหนักขึ้นในกลุ่มเยาวชนที่มีพฤติกรรมดื่มจนอาจจะทำให้สุราสินค้าไม่ธรรมดา กลายเป็นสินค้าธรรมดาที่สามารถหาได้ตามร้านค้าทั่วไปรอบสถานศึกษา

ดุษฎี อายุวัฒน์และวณิชชา ณรงค์ชัย (2555) ได้ศึกษาการประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือจังหวัดอุดรธานีและจังหวัดขอนแก่นกรณีผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผลการศึกษาพบว่าพบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอุดรธานี ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่าย ถึงร้อยละ 80 และ 3 ใน 4 ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของทั้งสองพื้นที่ไม่รู้ว่าผิดระเบียบเรื่องเวลาจำหน่ายและใช้เหตุผลนี้ขายให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สำหรับการรับรู้ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณร้อยละ 75 ในสองพื้นที่มีการรับรู้ในมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภทในระดับมาก ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบาง

เวลาผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับต่ำจากผลการศึกษาครั้งนี้ ควรมีมาตรการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ตลอดจนพัฒนากระบวนการบังคับใช้กฎหมายให้มีความเข้มงวดในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

กฤษณ์ ขุนลึก (2555) ศึกษารูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในจังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่าแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรเชิงสาเหตุส่งผลโดยตรงต่อตัวแปรการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ได้แก่ ปัจจัยด้านความต้องการขายสินค้า ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อปัจจัยด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปัจจัยด้านค่านิยมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเทศกาลบุญต่างๆ ผลการประชุมปฏิบัติการและการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญทำให้ได้รูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายประกอบด้วยกิจกรรม ได้แก่ 1) การแต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดนโยบายระดับอำเภอ/ตำบล 2) การประกาศเป็นนโยบายสาธารณะ 3) การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาบทบาทของผู้จำหน่ายเพื่อสังคมอยู่เย็นเป็นสุข 4) ร้านค้าตัวอย่าง 5) การประชาสัมพันธ์ประเด็นสำคัญๆ ของมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ประชาชนได้รับทราบ 6) การสร้างแกนนำในการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหมู่บ้าน 7) การรณรงค์ให้ความรู้เรื่องมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโรงเรียน 8) หมู่บ้านงานบุญปลอดเหล้า 9) การตรวจเยี่ยมร้านค้าโดยคณะเจ้าหน้าที่ผลการทดลองรูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีผลทำให้การปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการศึกษาของธงศักดิ์ ดอกจันทร์ (2558) มาตรการในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่นักศึกษาของร้านค้ารอบบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ พบว่าการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่นักศึกษาของร้านค้ารอบมหาวิทยาลัยเกิดจากความต้อการของทั้งสองฝ่ายทั้งจากผู้ขายและผู้ซื้อการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายของผู้ประกอบการร้านค้ารอบมหาวิทยาลัยเนื่องจากบทบัญญัติของกฎหมายไม่เข้มแข็ง ขาดเจ้าหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังค่านิยมการดื่มของนักศึกษาเองที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามเพื่อน การรับสื่อโดยขาดการไตร่ตรองทำให้นักศึกษามีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนั้นมาตรการในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้ารอบบริเวณมหาวิทยาลัย โดยการจัดระเบียบพื้นที่ตั้งร้านขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการจัดโซนนิ่งร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยห้ามขายแอลกอฮอล์ในบริเวณ 500 เมตรรอบสถานศึกษารวมทั้งมาตรการเพิ่มเติมต่อมาตรการโซนนิ่ง คือ มาตรการที่จะปฏิเสธการออกใบอนุญาตให้ร้านค้าปลีกที่จะเปิดร้านขายแอลกอฮอล์ใกล้กับสถานศึกษาหรือการเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราพิเศษรวมทั้งการทำบันทึกข้อตกลงกับผู้ประกอบการร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาเกี่ยวกับการไม่ควรจำหน่ายให้แก่นักศึกษาและมาตรการป้องกัน ด้วยการลบล้างค่านิยมในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาและการส่งเสริมให้ครอบครัวมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และการศึกษาของธงศักดิ์ ดอกจันทร์ (2558) ศึกษามาตรการในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่นักศึกษาของร้านค้ารอบบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ผลการศึกษาพบว่าการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่นักศึกษาของร้านค้ารอบมหาวิทยาลัยเกิดจากความต้องการของทั้งสองฝ่ายทั้งจากผู้ขายและผู้ซื้อการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายของผู้ประกอบการร้านค้ารอบมหาวิทยาลัยเนื่องจากบทบัญญัติของกฎหมายไม่เข้มแข็ง ขาดเจ้าหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ค่านิยมการดื่มของนักศึกษาเองที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามเพื่อน การรับสื่อโดยขาดการไตร่ตรองทำให้นักศึกษามีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนั้นมาตรการในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้ารอบบริเวณมหาวิทยาลัย โดยการจัดระเบียบพื้นที่ตั้งร้านขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการจัดโซนนิ่งร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยห้ามขายแอลกอฮอล์ในบริเวณ 500 เมตรรอบสถานศึกษา รวมทั้งมาตรการเพิ่มเติมเพื่อเอื้อต่อมาตรการโซนนิ่ง คือ มาตรการที่จะปฏิเสธการออกใบอนุญาตให้ร้านค้าปลีกที่จะเปิดร้านขายแอลกอฮอล์ใกล้กับสถานศึกษาหรือการเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราพิเศษ รวมทั้งการทำบันทึกข้อตกลงกับผู้ประกอบการ/ร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาเกี่ยวกับการไม่ควรจำหน่ายให้แก่นักศึกษา และมาตรการป้องกันด้วยการลบล้างค่านิยมในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาและการส่งเสริมให้ครอบครัวมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา

Kypros Kypri, et al. (2010) ทำการศึกษาด้วยการสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาเรียนแบบเต็มเวลาที่มีอายุระหว่าง 17-24 ปี จาก 5 มหาวิทยาลัยที่ตอบรับการเข้าร่วมการศึกษาและให้ข้อมูลผ่านการทำแบบสอบถามด้วย Web-based จากมหาวิทยาลัยทั้งหมดจำนวน 8 มหาวิทยาลัยของประเทศ เก็บข้อมูลในปี 2005 จำนวน 2,548 คน ใช้การวิเคราะห์แบบ Multilevel regression เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของจุดจำหน่ายสุราที่มีต่อการดื่มสุราต่อครั้ง สรุปได้ว่าพบความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและพบมากในนักศึกษาผู้ชาย รายงานนี้แสดงให้เห็นว่าเยาวชนนิยมดื่มสุราในที่พักอาศัยมากที่สุด ร้อยละ 45 รองลงมาคือ ดื่มที่ร้านจำหน่ายที่มีที่นั่ง ได้แก่ ผับ บาร์และคลับ เป็นต้น ซึ่งหากยิ่งมีจุดจำหน่ายสุราใกล้สถานศึกษายิ่งสร้างโอกาสในการเข้าถึงจุดจำหน่ายสุราและเพิ่มความถี่ในการดื่มสุราของเยาวชน และการศึกษาของ Kypri K, Bell ML, Hay GC, Baxter J. (2012) ศึกษาจำนวนร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะ 3 กิโลเมตร ห่างจากรอบรั้วมหาวิทยาลัยแต่ละแห่งเพื่อหาความสัมพันธ์กับระดับการดื่มในแต่ละมหาวิทยาลัยและปัญหาที่ตามมาภายหลังทั้งนี้ได้ใช้สมการประมาณค่าเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างร้านจำหน่ายในรัศมี 1 กิโลเมตร, ที่พักอาศัยของนักศึกษาในรัศมี 3 กิโลเมตร ระดับการดื่มโดยควบคุมตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติและระดับการศึกษาความถี่ในการดื่มหนักผลการวิจัยพบว่าการดื่มสุรามีค่าสหสัมพันธ์กับปัญหาต่อผู้ดื่ม เท่ากับ 0.77 การดื่มมีค่าสหสัมพันธ์กับการสร้างปัญหาต่อผู้อื่นมีค่าเท่ากับ 0.31 อีกทั้งมีความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักศึกษาผู้ดื่มสุรากับความหนาแน่นของร้านจำหน่ายทั้งที่ได้รับใบอนุญาตและไม่ได้รับใบอนุญาตกล่าวโดยสรุปคือมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความหนาแน่นของร้านจำหน่ายสุรากับการดื่มของบุคคลและสัมพันธ์กับปัญหาที่ตามมา โดยควบคุมตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ตัวแปรประวัติการดื่มก่อนเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยการเพิ่มขึ้นของความหนาแน่นของร้านจำหน่ายสุรา โดยเฉพาะร้านที่ไม่ได้รับใบอนุญาตจะเพิ่มปัญหาภายหลังการดื่มของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

กรอบแนวคิด

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจภาคตัดขวาง (Cross-sectional survey research) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) พื้นที่ที่ทำการศึกษา คือ สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา อาชีวศึกษาและอุดมศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์โดยมีรายละเอียดการวิจัย ดังนี้

การศึกษาความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

ประชากร ร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดอุตรดิตถ์ทุกร้านที่อยู่ในรัศมี 1,000 เมตรจากสถานศึกษาทุกแห่ง ใน 3 ระดับ คือโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา สถาบันอาชีวศึกษาและสถาบันอุดมศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง ทำการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดอุตรดิตถ์ที่ตั้งอยู่ในรัศมี 1,000 เมตร จากสถานศึกษาจำนวน 9 อำเภอ โดยทำการสุ่มตัวอย่างของสถานศึกษาโดยแบ่งเป็นระดับมัธยมศึกษา ระดับอาชีวศึกษา ระดับอุดมศึกษา โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) ด้วยวิธีการจับสลากได้ตัวแทนของสถานศึกษาแต่ละระดับในแต่ละอำเภอ ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาทำการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากจังหวัดอุตรดิตถ์มีสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

2. การสุ่มตัวอย่างระดับอาชีวศึกษาทำการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ มีตั้งอยู่เฉพาะในพื้นที่อำเภอเมืองจำนวน 4 แห่ง ผู้วิจัยทำการเลือกสถานศึกษาโดยการจับฉลากเลือก 2 แห่ง ได้ตัวอย่างคือ วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์และวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์

3. การสุ่มตัวอย่างสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage random sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มเลือกอำเภอโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลากร้อยละ 50 ของอำเภอในจังหวัดอุตรดิตถ์จำนวน 9 อำเภอ ได้อำเภอตัวอย่างจำนวน 5 อำเภอ

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มเลือกสถานศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลากสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากอำเภอที่สุ่มได้จากขั้นตอนที่ 1 อำเภอละ 1 แห่ง ได้สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา 5 แห่ง ดังนี้

ตาราง 1 รายชื่อสถานศึกษากลุ่มตัวอย่างแยกรายอำเภอ

อำเภอ	สถานศึกษาตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา	สถานศึกษาตัวอย่างระดับอาชีวศึกษา	สถานศึกษาตัวอย่างระดับอุดมศึกษา
เมือง	โรงเรียนอุตรดิตถ์	วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ตรอน	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	-	-
พิชัย	โรงเรียนพิชัย	-	-
ท่าปลา	โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	-	-
น้ำปาด	โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์	-	-

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลพิกัดร้านค้าและสถานศึกษาดำเนินการโดยนักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรเทคโนโลยีสำรวจและภูมิสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและสาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จำนวน 20 คน และผ่านการอบรมความรู้และทักษะการใช้เครื่อง GPS โดยวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญจากหลักสูตรเทคโนโลยีสำรวจและภูมิสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภักอุตรดิตถ์

2. ดำเนินการเก็บพิกัดที่ตั้งของสถานศึกษาทุกแห่งและพิกัดร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาทั้ง 8 แห่ง ด้วยเครื่องระบบระบุตำแหน่งหรือพิกัด (Global Positioning System: GPS) โดยตรวจสอบกับทะเบียนร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่อุตรดิตถ์และพื้นที่อำเภอน้ำปาด

3. รวบรวมข้อมูลพิกัดที่ได้มาจัดทำแผนที่สารสนเทศทางภูมิศาสตร์สถานศึกษาและร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดอุตรดิตถ์ โดยใช้โปรแกรม Map Window GIS (Map Marker) กำหนดขอบเขตศึกษาความหนาแน่นของร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในรัศมี 300, 500 และ 1,000 เมตร และวิเคราะห์ระยะห่างจากร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุดโดยคำนวณจากระยะทางตามเส้นทางถนนจริง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ

เครื่องระบบระบุตำแหน่งหรือพิกัด (Global Positioning System: GIS) และโปรแกรม (Map Window GIS) โดยของความอนุเคราะห์ใช้เครื่องมือทั้ง 2 ชิ้นจากหลักสูตรเทคโนโลยีสำรวจและภูมิสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านสารสนเทศภูมิศาสตร์

1.1 ขนาดพื้นที่ที่ทำการศึกษาและจำนวนปัจจัยแวดล้อมทางสังคม

1.2 การกระจุกตัว (Clustered) หรือการกระจายตัว (Dispersed) ของจุดจำหน่าย

1.3 ความหนาแน่นของจุดจำหน่าย

1.4 ระยะทางเฉลี่ยจากจุดจำหน่ายไปยังรั้วสถานศึกษา

1.5 จำนวนรวมของจุดจำหน่าย

1.6 ประเภทร้าน แบ่งตามลักษณะร้านค้าและแบ่งตามการนั่งดื่ม

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเพื่อคำนวณจำนวนร้านค้าต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร โดยใช้สูตร ดังนี้ ความหนาแน่นของจุดจำหน่าย = จำนวนจุดจำหน่ายในพื้นที่ทั้งหมด/ขนาดพื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)

2.2 การวัดระยะห่างของร้านค้าแต่ละร้านกับสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุดเพื่อคำนวณหาค่าดัชนีความใกล้เคียง (Nearest neighbor analysis) ตามสูตรดังนี้

$$R = 2\,\bar{D}ob\,\sqrt{N}/A$$

R คือ ค่าดัชนี Nearest Neighbor

$\bar{D}obs$ คือ ระยะห่างโดยเฉลี่ยของระยะห่างระหว่างจุดต่างกับจุดอื่นข้างเคียงใกล้ที่สุด

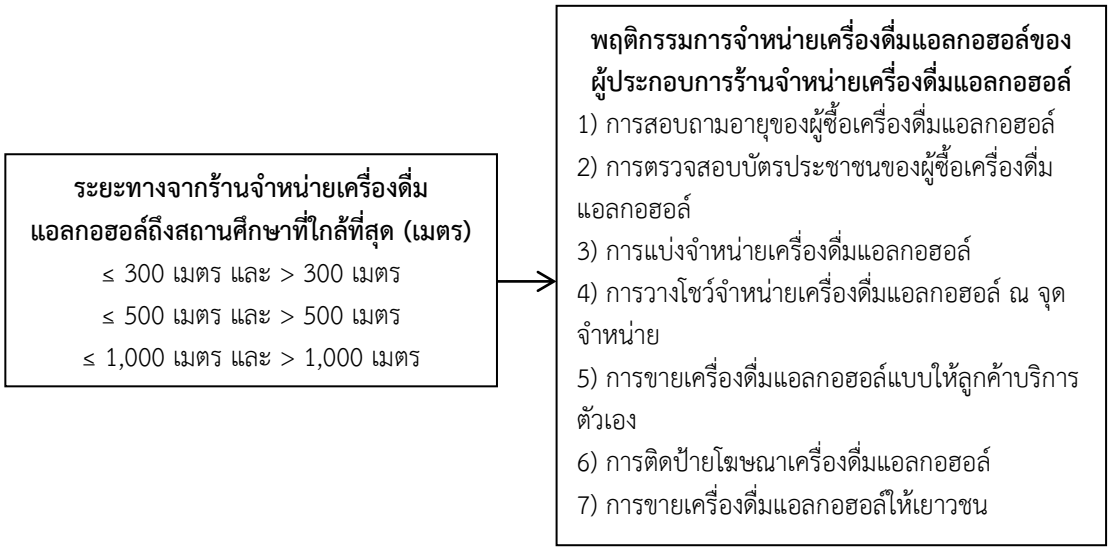
N คือ จำนวนของสถานที่เป้าหมายภายในขอบเขตที่ศึกษา

A คือ จำนวนพื้นที่สถานที่เป้าหมายภายในขอบเขตที่ศึกษา

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางจากร้านค้าถึงสถานศึกษากับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

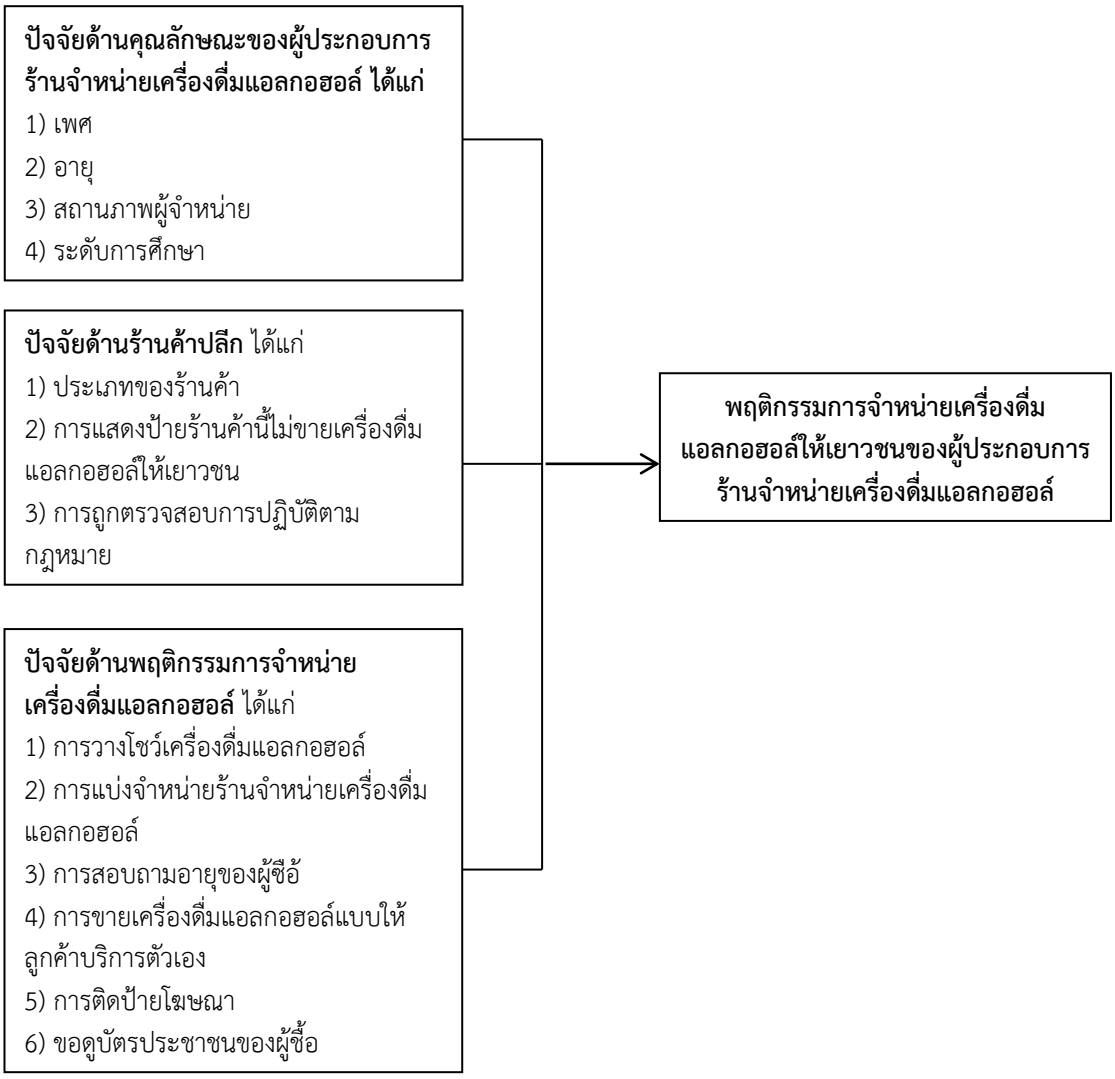
การศึกษาในระยะนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจภาคตัดขวาง แบ่งกรอบแนวคิดการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางจากร้านค้าถึงสถานศึกษากับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัยระยะที่ 2.1

2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัยระยะที่ 2.2

ประชากร ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดอุตรดิตถ์ที่ตั้งอยู่ในรัศมี 1,000 เมตร โดยรอบสถานศึกษาที่สุ่มได้จากการศึกษาในระยะที่ 1

กลุ่มตัวอย่าง ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่ในรัศมี 1,000 เมตร โดยรอบสถานศึกษาจำนวน 8 แห่ง ที่คำนวณได้จากโปรแกรม G*power 3 โดยกำหนดค่าอิทธิพล (Effect size) เท่ากับ 0.3 (ขนาดอิทธิพลในระดับกลาง) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 ค่าอำนาจการทดสอบ (Power of test) เท่ากับ 0.80 และเพื่อป้องกันการไม่ตอบกลับและความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์จะเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่

คำนวณได้จำนวน 148 ตัวอย่างและดำเนินการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ

1. แบบสอบถามผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นแบบตรวจสอบรายการและแบบตอบอย่างสั้น มีเนื้อหา 6 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการร้านค้า ได้แก่ การเป็นเจ้าของร้านหรือลูกจ้าง เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่ค้าขาย ประเภทของร้าน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่าย ประเภทของใบอนุญาต การแสดงป้าย ระบุเวลาที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระยะห่างของร้านค้าจากสถานศึกษา

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 15 ข้อ เป็นคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ คือ ใช่ และไม่ใช่ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
ใช่	1	0
ไม่ใช่	0	1

การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ ใช้เกณฑ์การตัดสินแบ่งระดับคะแนนแบบอิงเกณฑ์ของ Bloom (1986) ดังนี้

มีความรู้อยู่ในระดับสูง	คะแนนเท่ากับหรือมากกว่า	80	คะแนน
มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง	คะแนน	60 – 79	คะแนน
มีความรู้อยู่ในระดับน้อย	คะแนนน้อยกว่า	60	คะแนน

ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 12 ข้อ เป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) แบ่ง 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับทัศนคติ	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติใช้เกณฑ์การแปลผลโดยการแบ่งคะแนนตามช่วง (Interval) ดังสูตร (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540)

$$\text{ช่วงของคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาค}}$$

$$= \frac{5 - 1}{3}$$

$$= 1.33$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.67–5.00 หมายถึง มีทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.34–3.66 หมายถึง มีทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูงปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00–2.33 หมายถึง มีทัศนคติมีทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 4 การตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 4 ข้อ เป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) แบ่ง 4 ระดับ คือ มากกว่า 3 ครั้ง 2-3 ครั้ง 1 ครั้งและไม่เคยโดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 3 ครั้ง	ได้	4
2-3 ครั้ง	ได้	3
1 ครั้ง	ได้	2
ไม่เคย	ได้	1

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นใช้เกณฑ์การแปลผลโดยการแบ่งคะแนนตามช่วง (Interval) ดังสูตร (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540)

$$\text{ช่วงของคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาค}}$$

$$= \frac{4 - 1}{3}$$

$$= 1.33$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01–4.00 หมายถึง มีการตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01–3.00 หมายถึง มีการตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูงปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00–2.00 หมายถึง มีการตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 20 ข้อ เป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) แบ่ง 4 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4	1
เห็นด้วย	3	2
ไม่เห็นด้วย	2	3
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	4

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นใช้เกณฑ์การแปลผลโดยการแบ่งคะแนนตามช่วง (Interval) ดังสูตร (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540)

$$\text{ช่วงของคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาค}}$$

$$= \frac{4 - 1}{3}$$

$$= 1.33$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01–4.00 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01–3.00 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูงปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00–2.00 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 22 ข้อ จำแนกเป็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 8 ข้อ การโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 5 ข้อ การแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 3 ข้อ และการตรวจสอบอายุผู้ซื้อ จำนวน 6 ข้อ เป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) แบ่ง 4 ระดับ คือ เป็นประจำ บ่อยครั้ง นานๆ ครั้งและไม่เคย โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
เป็นประจำ	4	1
บ่อยครั้ง	3	2
นานๆ ครั้ง	2	3
ไม่เคย	1	4

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใช้เกณฑ์การแปลผลโดยการแบ่งคะแนนตามช่วง (Interval) ดังสูตร (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540)

$$\text{ช่วงของคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาค}}$$

$$= \frac{4 - 1}{3}$$

$$= 1.33$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01–4.00 หมายถึง การจำหน่าย/การโชว์ผลิตภัณฑ์/การแบ่งจำหน่าย การตรวจสอบอายุผู้ซื้อมีผลต่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01–3.00 หมายถึง การจำหน่าย/การโชว์ผลิตภัณฑ์/การแบ่งจำหน่าย การตรวจสอบอายุผู้ซื้อมีผลต่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00–2.00 หมายถึง การจำหน่าย/การโชว์ผลิตภัณฑ์/การแบ่งจำหน่าย การตรวจสอบอายุผู้ซื้อมีผลต่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แนวคำถามมีเนื้อหา 4 ส่วนคือ 1) ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการร้านค้า 2) การรับรู้ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติและอุปสรรคในการปฏิบัติตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และ 4) ประสบการณ์การถูกตรวจสอบตามมาตรการบังคับ

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.952 และนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการร้านค้าอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbrach's alpha Co-efficient) เท่ากับ 0.93 และแบบสอบถามในส่วนของความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยมีค่าความเชื่อมั่น (KR-20) เท่ากับ 0.83

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลระยะทางจากร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุดได้จากผลการศึกษาในระยะที่ 1

2. ข้อมูลพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

2.1 จัดอบรมเรื่องการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามให้กับพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์จำนวน 20 คน ให้มีความเข้าใจวัตถุประสงค์และขั้นตอนการเก็บข้อมูลการวิจัยและแบ่งโซนการเก็บข้อมูล ตามแนวถนนโดยใช้แผนที่ทางภูมิศาสตร์จากการศึกษาระยะที่ 1 เป็นตัวกำหนดขอบเขตเพื่อป้องกันการเก็บข้อมูลที่ซ้ำซ้อนกัน

2.2 พนักงานเก็บข้อมูลชี้แจงวัตถุประสงค์และการตอบแบบสอบถามให้ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รับรู้และแจกแบบสอบถามให้ผู้ประกอบการร้านค้าเป็นผู้ตอบคำถามด้วยตนเอง ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างอ่านและเขียนหนังสือไม่ได้ พนักงานเก็บข้อมูลจะเป็นผู้อ่านข้อคำถามให้กลุ่มตัวอย่างฟังแล้วให้เลือกตอบด้วยตนเองพร้อมทั้งนัดหมายช่วงเวลาเก็บแบบสอบถามคืนในวันเดียวกันและขอแบบสัมภาษณ์เชิงลึกร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สมัครใจ

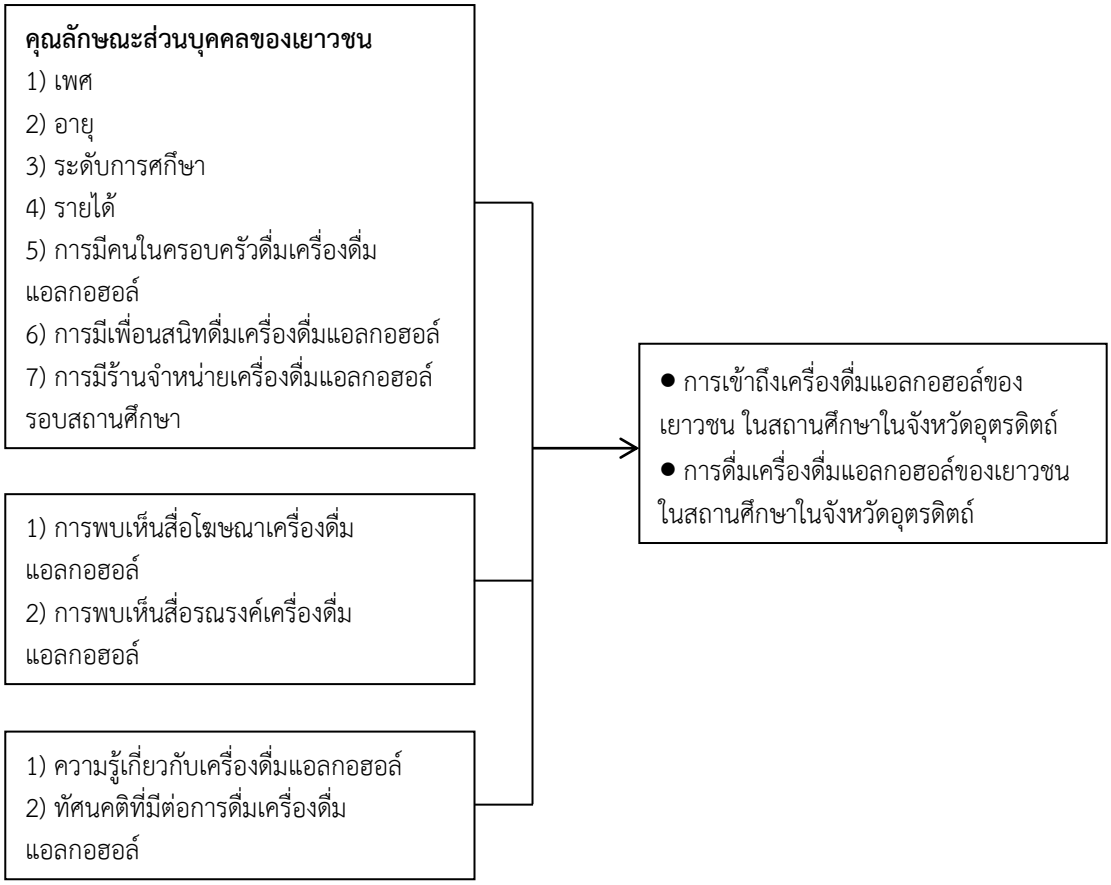
2.3 เมื่อถึงกำหนดเวลานัดหมายพนักงานเก็บข้อมูลจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่ามีแบบสอบถามที่ตอบข้อคำถามครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 148 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) และใช้สถิตเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square) และใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติคทวิ (Binary logistic regression analysis) เพื่อทดสอบโอกาสทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนและทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

การศึกษาในระยะที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจภาคตัดขวาง (Cross-sectional survey research) มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัยในระยะที่ 3

ประชากร คือ เยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ ปีการศึกษา 2558 จำนวน 31,890 คน แบ่งเป็น

ระดับมัธยมศึกษา 15,245 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 39)

ระดับอาชีวศึกษา 6,964 คน (สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา)

ระดับอุดมศึกษา 9,681 คน (กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์)

กลุ่มตัวอย่าง การคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตรประมาณการค่าสัดส่วน โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

จากสูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{Z^2_{\alpha} NP(1-P)}{Z^2_{\alpha} P(1-P) + (N-1)d^2}$$

โดยกำหนดให้ n แทน กลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร คือ เยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในสถานศึกษาใน จังหวัดอุตรดิตถ์ ปีการศึกษา 2558 จำนวน 31,890 คน

Z แทน ค่ามาตรฐานภายใต้โค้งปกติ เท่ากับ 1.96

P แทน ค่าสัดส่วนการดื่มแอลกอฮอล์ เท่ากับ ร้อยละ 50

d แทน ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ในประมาณสัดส่วน เท่ากับร้อยละ 5

เพื่อความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์จึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 10 % ดังนั้นจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นตามสัดส่วนกับระดับของสถานศึกษาและจำนวนนักเรียน/นักศึกษา (Probability proportional to the size) การสุ่มเป็นแบบสัดส่วนกับขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร $n_1=N_1(n)/N$ โดยกำหนให้ n_1=จำนวนกลุ่มตัวอย่าง N_1= จำนวนนักเรียน/นักศึกษาของแต่ละระดับสถานศึกษา n=จำนวนขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 400 คน N=จำนวนนักเรียน/นักศึกษาในทุกระดับ 31,890 คน

ตาราง 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับสถานศึกษา

ระดับสถานศึกษา	จำนวนนักเรียน/นักศึกษา (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
มัธยมศึกษา	15,245	191
อาชีวศึกษา	6,964	87
อุดมศึกษา	9,681	122
รวม	**31,890**	**400**

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นตามสัดส่วนกับจำนวนนักเรียน/นักศึกษา (Probability proportional to the size) การสุ่มเป็นแบบสัดส่วนกับขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร $n_1=N_1(n)/N$ โดยกำหนให้ n_1=จำนวนกลุ่มตัวอย่าง N_1= จำนวนนักเรียน/นักศึกษาของแต่ละสถานศึกษาที่สุ่มได้ n=จำนวนขนาดตัวอย่างแต่ละระดับสถานศึกษาที่คำนวณได้จากขั้นตอนที่ 1 N= จำนวนนักเรียน/นักศึกษาทั้งหมดในแต่ละสถานศึกษาที่สุ่มได้ในระยะที่ 1

ขั้นที่ 3 ในแต่ละสถานศึกษาจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการจับฉลาก โดยใช้วิธีการจับฉลากรหัสประจำตัวนักเรียน/นักศึกษาเป็นเลขที่สุ่มให้ได้ตามจำนวนที่กำหนดไว้ในแต่ละสถานศึกษาในทุกระดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานศึกษา

ระดับสถานศึกษา	อำเภอ	สถานศึกษาตัวอย่าง	จำนวนนักเรียน/นักศึกษา (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
มัธยมศึกษา	เมือง	โรงเรียนอุตรดิตถ์	2,600	71
	ตรอน	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	726	20
	พิชัย	โรงเรียนพิชัย	2,065	55
	ท่าปลา	โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	792	22
	น้ำปาด	โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์	847	23
รวม			**7,030**	**191**
อาชีวศึกษา	เมือง	วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	2,905	48
		วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	2,397	39
รวม			**5,301**	**87**
อุดมศึกษา	เมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	9,681	122
รวม			**9,681**	**122**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ

1. แบบสอบถามพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนเป็นแบบเป็นแบบตรวจสอบรายการและบันทึกข้อมูลแบบสั้น มี 7 ประเด็นหลัก

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทั่วไปของเยาวชน ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา เกรดเฉลี่ย สถานที่พักอาศัย การดื่มของสมาชิกในครอบครัว ระยะห่างของโรงเรียนการร้านจำหน่าย การพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการโฆษณาหรือการส่งเสริมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 22 ข้อ เป็นลักษณะข้อคำถามปลายปิด ได้แก่ การดื่มครั้งแรก ชนิดที่ดื่ม เหตุผลในการดื่ม การดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายในการดื่ม การได้มาของเครื่องดื่ม โอกาสที่ดื่ม บุคคลที่ดื่มร่วมด้วย เวลาที่ดื่ม สถานที่ดื่ม การซื้อเครื่องดื่ม สถานที่ซื้อ การเดินทางไปซื้อ การถูกปฏิเสธในการซื้อ

ส่วนที่ 3 การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 23 ข้อ จำแนกเป็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 9 ข้อ การดื่มเครื่องแอลกอฮอล์ จำนวน 5 ข้อ การพบเห็นการวางโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 5 ข้อและการตรวจสอบอายุผู้ซื้อ จำนวน 4 ข้อ เป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) แบ่ง 4 ระดับ คือ เป็นประจำ บ่อยครั้ง นานๆ ครั้งและไม่เคย โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
เป็นประจำ	4	1
บ่อยครั้ง	3	2
นานๆ ครั้ง	2	3
ไม่เคย	1	4

การวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใช้เกณฑ์การแปลผลโดยการแบ่งคะแนนตามช่วง (Interval) ดังสูตร (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540)

$$\text{ช่วงของคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาค}}$$

$$= \frac{4 - 1}{3}$$

$$= 1.33$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.01–4.00 หมายถึงมีการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01–3.00 หมายถึงมีการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00–2.00 หมายถึงมีการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 15 ข้อ เป็นคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ คือ ใช่ และไม่ใช่ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
ใช่	1	0
ไม่ใช่	0	1

การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ใช้เกณฑ์การตัดสินแบ่งระดับคะแนนแบบอิงเกณฑ์ของ Bloom (1986) ดังนี้

มีความรู้อยู่ในระดับสูง	คะแนนเท่ากับหรือมากกว่า	80	คะแนน
มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง	คะแนน	60 – 79	คะแนน
มีความรู้อยู่ในระดับน้อย	คะแนนน้อยกว่า	60	คะแนน

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 25 ข้อ จำแนกเป็นราคาและรูปลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 8 ข้อ การเข้าถึงแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 7 ข้อและการโฆษณาและการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 9 ข้อ เป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) แบ่ง 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับทัศนคติ	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใช้เกณฑ์การแปลผลโดยการแบ่งคะแนนตามช่วง (Interval) ดังสูตร (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540)

$$\text{ช่วงของคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาค}}$$

$$= \frac{5 - 1}{3}$$

$$= 1.33$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.67–5.00 หมายถึงได้รับอิทธิพลจากราคาและรูปลักษณ์/การเข้าถึงแหล่งจำหน่าย/การโฆษณาและการพบเห็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.34–3.66 หมายถึงได้รับอิทธิพลจากราคาและรูปลักษณ์/การเข้าถึงแหล่งจำหน่าย/การโฆษณาและการพบเห็นมีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00–2.33 หมายถึงได้รับอิทธิพลจากราคาและรูปลักษณ์/การเข้าถึงแหล่งจำหน่าย/การโฆษณาและการพบเห็นมีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน เป็นแนวคำถามมีเนื้อหามี 7 ประเด็นหลัก 1) คุณลักษณะทั่วไปของเยาวชน 2) แหล่งเข้าถึงหรือซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3) ทัศนคติต่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4) การรับรู้ความยากในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5) การรับรู้สื่อโฆษณาหรือการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบชุมชน 6) พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 7) พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.876 และเมื่อนำไปทดลองใช้กับเยาวชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbrach's alpha Coefficient) เท่ากับ 0.87 ในส่วนของความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่า KR-20 มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.82

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ทำหนังสือชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยและขออนุญาตเก็บข้อมูลถึงผู้อำนวยการสถานศึกษา ทั้ง 8 แห่ง

2. หลังจากได้รับอนุญาตจากผู้อำนวยการสถานศึกษาแล้วผู้วิจัยจะชี้แจงวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และชี้แจงขั้นตอนการเก็บข้อมูล

3. ภายหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างยินยอมให้ข้อมูลและลงนามในใบยินยอมให้ข้อมูลทั้งด้วยตนเองและทั้งจากผู้ปกครอง (ในกรณีที่เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี) แล้วผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเองพร้อมทั้งนัดหมายช่วงเวลาเก็บแบบสอบถามคืนในวันเดียวกัน

4. เมื่อถึงกำหนดเวลานัดหมาย ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยพบว่ามีแบบสอบถามที่ตอบข้อคำถามครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 400 ฉบับ

5. ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มพฤติกรรมการเข้าถึงและการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ จำนวน (Number) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) และใช้สถิตเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมการเข้าถึงและการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square) และใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติคทวิ (Binary logistic regression analysis) เพื่อทดสอบโอกาสทำนายพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนและทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

การพัฒนามาตรการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

กลุ่มเป้าหมาย คือ เจ้าหน้าที่ของภาครัฐ เช่น นายอำเภอ ปลัดอำเภอ ผู้บริหารโรงเรียน ครูประจำชั้น เจ้าหน้าที่ตำรวจ เจ้าหน้าที่สรรพาสามิต เจ้าหน้าที่สาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ เทศบาล องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักวิชาการ ภาคีเครือข่าย องค์กรเอกชน นักเรียน นักศึกษาและผู้ประกอบการร้านค้าที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ของผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่นั้นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 40 คน ใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกของเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ นักวิชาการและภาคีเครือข่ายที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ของผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่นั้นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์เป็นแนวคำถามมีเนื้อหาเกี่ยวกับ 1) ระบบและกลไกการทำงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับจังหวัดและพื้นที่ 2) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา 3) มาตรการในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษาควรเป็นอย่างไร/รูปแบบใด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยการนำผลการศึกษาที่ได้มานำเสนอที่ประชุมเชิงปฏิบัติการโดยเน้นกับกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อร่วมกันหาแนวทางของมาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในเขตเมืองอุตรดิตถ์ โดยการประชุมกลุ่มย่อย (Focus groups) และการระดมสมอง (Brain storming) และนำผลการเสนอแนะมาปรับปรุงเป็นมาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามเสร็จสิ้นในแต่ละวัน ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เพื่อสังเคราะห์เป็นองค์ประกอบ (Components) กระบวนการ (Process) และมาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษา

การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในคนจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่ายภูมิภาค มหาวิทยาลัยนเรศวร เลขที่ 003/60 นอกจากนี้นักวิจัยยังได้มีการให้คำยินยอมในเอกสารแสดงความยินยอมของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ศึกษาจะชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้กลุ่มตัวอย่างได้ทราบ กลุ่มตัวอย่างมีสิทธิ์ที่จะร่วมตอบรับหรือปฏิเสธการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือในระหว่างการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถยกเลิกได้ตามต้องการและข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจะไม่ถูกเปิดเผยจะนำมาใช้เฉพาะการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องการพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

1.1 ความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

ลักษณะทั่วไปของพื้นที่

จังหวัดอุตรดิตถ์มีพื้นที่โดยประมาณ 7,838 ตารางกิโลเมตร มีจำนวนประชากรปี พ.ศ. 2559 มีทั้งสิ้น 458,873 คน แยกเป็นชาย 225,362 คน หญิง 233,511 คน มีสถานศึกษาในพื้นที่รวมทั้งหมด 318 แห่ง แยกเป็นสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน 299 แห่ง แบ่งเป็นประถมศึกษา 276 แห่งและมัธยมศึกษา 23 แห่ง สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน 12 แห่ง สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา 4 แห่ง สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 1 แห่งและอื่นๆ 2 แห่ง โดยสถานศึกษาส่วนมากจะอยู่ในเขตอำเภอเมือง มีสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา 7 แห่ง อาชีวศึกษา 4 แห่งและอุดมศึกษา 1 แห่งทำให้ผู้ปกครองต้องส่งบุตรหลานให้เข้ามาเรียนในเขตอำเภอเมืองและจากลักษณะที่ตั้งของสถานศึกษาที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองจะพบว่าสถานศึกษาในระดับมัธยมศึกษา คือ โรงเรียนอุตรดิตถ์ โรงเรียนอุตรดิตถ์ดรุณี สถานศึกษาในระดับอาชีวศึกษา คือ วิทยายาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์และวิทยาลัยสารพัดช่างอุตรดิตถ์และสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาคือมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ตั้งอยู่ใกล้กัน ประกอบกับมีนักเรียนนักศึกษาที่มาจากต่างอำเภอที่เดินทางเข้ามาเรียนและนักศึกษาจากต่างจังหวัดที่มาศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ทำให้รอบๆ สถานศึกษามีร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร สถานบันเทิง ร้านเหล้าปั่น ผับ บาร์ ร้านหมูกระทะและร้านสะดวกซื้อที่เกิดตามมาหลายร้าน

จากข้อมูลของสรรพสามิตจังหวัดอุตรดิตถ์พบว่ามีร้านที่ขอรับอนุญาตจากสรรพสามิตจังหวัดอุตรดิตถ์ โดยจำแนกตามพื้นที่ที่อยู่ในเขตพื้นที่ทำการศึกษาในครั้งนี้พบว่ามีร้านค้าที่ขอขอใบอนุญาตจากสรรพสามิตจังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2560 จำนวน 665 ร้าน แบ่งเป็นอำเภอเมือง 326 ร้าน อำเภอพิชัย 100 ร้าน อำเภอท่าปลา 105 ร้าน อำเภอตรอน 53 ร้านและอำเภอน้ำปาด 81 ร้าน

ตาราง 4 แสดงจำนวนร้านค้าที่ขอใบอนุญาตจากสรรพสามิตจังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2560

อำเภอ	ประเภทของใบอนุญาต	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
เมือง	ป.1	3	0.9
	ป.2	14	4.3
	ป.3	137	42.0
	ป.4	172	52.8
รวม		**326**	**100**
พิชัย	ป.1	1	1.0
	ป.2	5	5.0
	ป.3	18	18.0
	ป.4	76	76.0
รวม		100	**100**
ท่าปลา	ป.1	1	1.0
	ป.2	20	19.0
	ป.3	17	16.2
	ป.4	67	63.8
รวม		105	**100**
ตรอน	ป.2	4	7.5
	ป.3	9	17.0
	ป.4	40	75.5
รวม		53	**100**
น้ำปาด	ป.2	9	11.1
	ป.3	18	22.2
	ป.4	54	66.7
รวม		81	**100**
รวมทั้งหมด		**665**	**100**

ที่มา : สรรพสามิตจังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2560

ลักษณะจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา

จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของอำเภอเมือง

จุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์รอบๆ สถานศึกษาทั้งในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และมัธยมศึกษา โดยสถานศึกษาทั้ง 3 ระดับ คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ และโรงเรียนอุตรดิตถ์เป็นสถานศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตตัวเมืองรอบๆ สถานศึกษาเป็นพื้นที่อาศัยและสถานที่ชุมชน ดังนั้นจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่จะเป็นประเภทร้านค้าปลีกหรือร้านขายของชำ รองลงมาคือร้านสะดวกซื้อและสถานบันเทิงตามลำดับ โดยร้านค้าปลีกและร้าน

สะดวกซื้อจะอยู่ในลักษณะของตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ รวมกับร้านค้าประเภทต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ลักษณะของร้านสะดวกซื้อจะอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้พักอาศัยหนาแน่น ตามถนนสายหลักหรือใกล้กับตลาด ลักษณะของร้านมักจะอยู่ในชั้นล่างของตึกแถวหรือหอพักมีขนาด 1-2 คูหาแล้วแต่พื้นที่ ซึ่งมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการตลอดเวลา ร้านค้าปลีกและค้าส่งบางแห่งเป็นบ้านที่ดัดแปลงชั้นล่างให้เป็นร้านขายของที่เป็นอาคารชั้นเดียวจะใช้พื้นที่ด้านหน้าเป็นร้านขายของส่วนพื้นที่ด้านหลังใช้เป็นที่พักอาศัยหรือบางแห่งสร้างอาคารเฉพาะ ในการใช้เป็นร้านขายของที่มีการปรับปรุงรูปแบบให้เหมือนร้านสะดวกซื้อมีชั้นเรียงสินค้าหลายชั้นมีตู้แช่เย็น โดยสาเหตุที่เยาวชนไปซื้อที่ร้านร้านค้าปลีกหรือของชำและร้านสะดวกซื้อเหตุผลมาจากทั้งการจัดวางรูปแบบร้านที่น่าใช้บริการมากกว่าของในร้านสะดวกซื้อมีการจัดวางที่เป็นระเบียบหยิบจับง่ายบางร้านเปิดตลอด 24 ชั่วโมง ต่างกับร้านของชำที่จะปิดร้านไม่เกินเที่ยงคืนมีร้านของชำส่วนน้อยที่จะประคองตัวให้อยู่ในสภาพความเป็นอยู่เหมือนในปัจจุบัน ซึ่งมักจะอยู่ลึกเข้าไปในซอยหรือตั้งอยู่ในชุมชนที่ผู้อาศัยยังเป็นคนพื้นเพเดิมมากกว่าเด็กนักศึกษาหรือผู้อาศัยสมัยใหม่ที่นิยมใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

รอบสถานศึกษามีสถานบันเทิงขนาดเล็กโดยจะพบได้รอบมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ โดยสถานบันเทิงที่เป็นร้านสำหรับวัยรุ่นจะเน้นการจัดตกแต่งร้านที่ความสวยงาม ทันสมัยไม่เป็นทางการใช้ของตกแต่งร้านที่เข้ากับช่วงวัยรุ่นประดับด้วยไฟสีต่างๆ ร้านมักเปิดโล่งหรือบางร้านอาจมีการแบ่งโซนเป็นด้านในกับด้านนอกซึ่งบริเวณด้านนอกมักเปิดโล่งมีโต๊ะและเก้าอี้จัดไว้ให้ทั้งภายในและภายนอกร้าน ส่วนภายในมักเป็นลักษณะของห้องโล่งใช้ไฟสีต่างๆ เป็นตัวให้แสงสว่าง บางร้านผนังเป็นผนังทึบและบางร้านปิดด้วยกระจกใส โดยร้านบางแห่งมีการให้ความบันเทิงด้วยวงดนตรีหรือเปิดแผ่นเสียงควบคู่กันเกือบทุกร้านในพื้นที่นี้จะมีการติดตั้งเคเบิลทีวีเพื่อถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลของลีกต่างประเทศซึ่งในคืนที่มีการแข่งขันของทีมฟุตบอลชั้นนำทุกร้านจะมีลูกค้าอย่างหนาแน่น นอกจากนั้นร้านแต่ละร้านจะมีการชักจูงลูกค้าด้วยวิธีการต่างๆ ทั้งการจัดโปรโมชั่นของเครื่องดื่มแต่ละชนิด การใช้พนักงานบริการที่เป็นหญิงสาวหรือการจับรางวัลโดยของรางวัลที่ได้จะเป็นเครื่องดื่มที่เป็นสินค้าหลักของร้านบางร้านจะมีการนำนักร้องมาแสดงในโอกาสต่างๆ แต่ผู้ที่จะเข้าไปเที่ยวในคืนที่มีนักร้องมาแสดงต้องทำการสำรองโต๊ะไว้ล่วงหน้า (รวมค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์) สำหรับร้านเหล้าปั่นมีลักษณะเป็นร้านเล็กๆ อยู่ไม่ไกลจากรั้วสถานศึกษามากนักเพียงแค่ข้ามถนน ร้านสะดวกซื้อมักจะมีอยู่ตามจุดชุมนุมชนหรือแหล่งที่มีที่พักอาศัยหนาแน่นซึ่งบริเวณดังกล่าวจะเป็นที่จับจ่ายซื้อของที่มีทั้งอาหาร เสื้อผ้าและของใช้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยและยังเป็นแหล่งหอพักขนาดต่างๆ ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากโดยส่วนใหญ่อยู่ติดกับเส้นทางคมนาคมที่มีการสัญจรผ่านไปมาคับคั่ง ร้านค้าปลีกหรือของชำจะมีอยู่เพียงไม่กี่ร้านเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะนิยมไปใช้บริการของร้านสะดวกซื้อมากกว่าเข้าร้านของชำ

จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของอำเภอตรอน พิชัย ท่าปลาและน้ำปาด

ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำและร้านสะดวกซื้อจะอยู่ในลักษณะของตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์รวมกับร้านค้าประเภทต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่เดียวกันไม่มีสถานบันเทิง เช่น ผับหรือบาร์ แต่จะเป็นร้านอาหารที่เปิดให้บริการตอนกลางคืนและบางร้านจะมีคาราโอเกะด้วย โดยทุกร้านจะมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่าย โดยสาเหตุที่ไม่มีสถานบันเทิงหรือร้านเหล้าปั่นตามอำเภออาจเนื่องมาจากสถานศึกษาที่อยู่ตามอำเภอจะเป็นโรงเรียนมัธยมศึกษาทั้งหมดซึ่งมีอยู่อำเภอละ 1 แห่ง

และจะมีร้านสะดวกซื้ออยู่บ้างในบางอำเภอ เช่น อำเภอน้ำปาด อำเภอตรอนและอำเภอพิชัย โดยลักษณะของร้านจะมีความคล้ายคลึงกับร้านจำหน่ายในเขตอำเภอเมือง คือร้านค้าปลีกและร้านสะดวกซื้อจะอยู่ในลักษณะของตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ รวมกับร้านค้าประเภทต่างๆที่อยู่ในพื้นที่เดียวกันลักษณะของร้านประเภทสะดวกซื้อจะอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้พักอาศัยหนาแน่น ตามถนนสายหลักหรือใกล้กับตลาด ลักษณะของร้านมักจะอยู่ในชั้นล่างของตึกแถวหรือหอพัก มีขนาด 1-2 คูหาแล้วแต่พื้นที่ซึ่งมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการตลอดเวลา ร้านค้าปลีกและค้าส่งบางแห่งเป็นบ้านที่ดัดแปลงชั้นล่างให้เป็นร้านขายของที่เป็นอาคารชั้นเดียวจะใช้พื้นที่ด้านหน้าเป็นร้านขายของส่วนพื้นที่ด้านหลังใช้เป็นที่พักอาศัยหรือบางแห่งสร้างอาคารเฉพาะในการใช้เป็นร้านขายของที่มีการปรับปรุงรูปแบบให้เหมือนร้านสะดวกซื้อมีชั้นเรียงสินค้าหลายชั้นมีตู้แช่เย็น โดยสาเหตุที่เยาวชนไปซื้อที่ร้านค้าปลีกหรือของชำและร้านสะดวกซื้อเหตุผลมาจากทั้งการจัดวางรูปแบบร้านที่น่าใช้บริการมากกว่าของในร้านสะดวกซื้อมีการจัดวางที่เป็นระเบียบหยิบจับง่ายบางร้านเปิดตลอด 24 ชั่วโมง

ขนาดพื้นที่ที่ทำการศึกษา

ขนาดพื้นที่ที่ทำการศึกษาโดยรวมของพื้นที่ตัวอย่าง 8 พื้นที่ ตามตาราง 5 แสดงขนาดพื้นที่ระยะห่าง 500 เมตรรวมพื้นที่สถานศึกษาและขนาดพื้นที่สถานศึกษาโดยรอบ 500 เมตร ไม่นับรวมพื้นที่สถานศึกษา (Buffer zone) หน่วยเป็นตารางกิโลเมตร

ตาราง 5 แสดงพื้นที่สถานศึกษาและพื้นที่โดยรอบ 500 เมตรไม่รวมพื้นที่มหาวิทยาลัย (Buffer area)

ลำดับ	ชื่อสถานศึกษา	พื้นที่ (ตรกม.)	500 เมตร รวมพื้นที่	Buffer area (ตรกม)
1	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	0.30472	3.58673	3.28201
2	วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	0.02704	1.14148	1.11444
3	วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	0.22490	2.22425	1.99935
4	โรงเรียนอุตรดิตถ์	0.03187	1.23089	1.19902
5	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	0.13920	1.67023	1.53103
6	โรงเรียนพิชัย	0.10644	1.58269	1.47625
7	โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	0.03470	1.27101	1.23631
8	โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์	0.13856	1.66098	1.52224
รวม (ตารางกิโลเมตร)		1.00743	14.36808	13.36065

จากตาราง 5 สรุปพื้นที่ตัวอย่าง 8 พื้นที่มีพื้นที่รวม 1.00743 ตารางกิโลเมตร ระยะห่าง 500 เมตร รวมพื้นที่สถานศึกษารวม 14.36808 ตารางกิโลเมตรและโดยรอบ 500 เมตรไม่นับรวมพื้นที่สถานศึกษา (Buffer zone) รวม 13.36065 ตารางกิโลเมตร

ตาราง 6 แสดงประเภทจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จำแนกตามพื้นที่

ชื่อสถานศึกษา	ร้านขายของชำ/ค้าปลีก	สถานบันเทิง	ร้านขายส่งเหล้า	ร้านอาหารหมูกระทะ	ผับบาร์	ร้านสะดวกซื้อ	คาราโอเกะ	ร้านเหล้าปั่น	รวม
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	33	2	2	3	2	2	2	2	**48**
วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	6	0	1	0	0	0	0	0	**6**
วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	17	0	4	0	0	1	0	0	**23**
โรงเรียนอุตรดิตถ์	23	0	2	0	0	1	1	1	**28**
โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	7	0	0	2	0	1	0	0	**10**
โรงเรียนพิชัย	7	0	1	1	0	1	1	0	**11**
โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	8	0	1	1	0	1	0	0	**11**
โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์	6	0	1	0	0	3	1	0	**11**
รวม	**107**	**2**	**12**	**7**	**2**	**10**	**5**	**3**	**148**

การกระจายตัวของจุดจำหน่ายรอบสถานศึกษา

การกระจายตัวของจุดจำหน่ายเป็นการวิเคราะห์ระยะห่างระหว่างจุดว่ามีลักษณะการกระจุกตัว (Clustered) หรือกระจายตัว (Dispersed) โดยรอบพื้นที่โดยใช้สถิติเชิงปริมาณทางภูมิศาสตร์สารสนเทศ ค่าดัชนีระยะห่างเฉลี่ยที่สั้นที่สุด (Nearest Neighbor Index (NNI)) ใช้ในการคำนวณระหว่างจุดจำหน่ายระยะห่างเฉลี่ยที่สั้นที่สุด โดยพิจารณาค่าวิกฤต Z Score ระหว่าง -2.58 กับ 2.58 เพื่อระบุว่าจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีลักษณะแบบการกระจุกตัวหรือกระจายตัวมีรายละเอียดตามตาราง 7

ตาราง 7 แสดงการกระจุกตัวหรือกระจายตัวจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ค่า Z Score	การกระจายตัว
Z Score <= -2.58	การกระจายตัวของจุดจำหน่ายมีการกระจุกตัวมากที่สุด
Z Score <= -1.96	การกระจายตัวของจุดจำหน่ายมีการกระจุกตัวมาก
Z Score <= -1.65	การกระจายตัวของจุดจำหน่ายมีการกระจุกตัว
Z Score > -1.65 และ< -0.55	การกระจายตัวของจุดจำหน่ายไม่เป็นระเบียบ
Z Score >-0.56 และ < 0.55	การกระจายตัวจุดจำหน่ายไม่เป็นระเบียบอย่างมาก
Z Score >0.56 และ < 1.65	การกระจายตัวจุดจำหน่ายไม่เป็นระเบียบอย่างมากที่สุด
Z Score => 1.65	การกระจายตัวของจุดจำหน่ายมีลักษณะกระจายตัว
Z Score => 1.96	การกระจายตัวของจุดจำหน่ายมีลักษณะกระจายตัวมาก
Z Score => 2.58	การกระจายตัวของจุดจำหน่ายมีลักษณะกระจายตัวมากที่สุด

ตาราง 8 แสดงการกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ลำดับ	ชื่อสถานศึกษา	Z Score	การกระจายตัว
1	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	- 1.8824	กระจุกตัว
2	วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	1.4585	กระจายตัว
3	วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	- 1.7348	กระจุกตัว
4	โรงเรียนอุตรดิตถ์	1.5643	กระจายตัว
5	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	1.7550	กระจายตัว
6	โรงเรียนพิชัย	- 1.7231	กระจุกตัว
7	โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	0.5743	ไม่เป็นระเบียบ
8	โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์	-1.6745	กระจุกตัว

จากตาราง 8 พบว่าจากการพิจารณาสถานศึกษาทั้ง 8 พบค่าวิกฤต Z Score ที่มีค่าต่ำสุด คือ -1.8824 รอบมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ รองลงมา คือ -1.7348 รอบวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ หมายถึงจุดจำหน่ายโดยรอบพื้นที่มีการกระจุกตัว (Clustered)

ความหนาแน่นของจุดจำหน่าย

การวัดความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เปรียบได้กับการวัดขนาดและความหนาแน่นของประชากร (Population size and density) เนื่องจากบริเวณพื้นที่มีความแตกต่างกันจะมีประชากร สิ่งมีชีวิตหรือหน่วยธุรกิจเข้ามาอยู่อาศัยมากน้อยแตกต่างกัน ดังนั้นบริเวณที่มีจำนวนประชากรต่อหน่วยพื้นที่ที่มากแสดงว่ามีค่าความหนาแน่น (Density) สูงในที่นี้ประเภทความหนาแน่นของประชากรที่ใช้ในการคำนวณเรียกว่า Absolute density คือ ความหนาแน่นของประชากรทั้งหมดซึ่งเราอาจนับได้ทั้งหมดหรืออาจใช้วิธีทางสถิติสุ่มแล้วคำนวณออกมาได้ทั้งหมดในพื้นที่นั้นวิธีการวัด Absolute density จะวัดด้วยการนับโดยตรงทั้งหมด (Total count) เป็นวิธีหาจำนวนประชากรที่ดีที่สุดและถูกต้องที่สุดหรือเรียกตามวิธีคำนวณว่าค่าความหนาแน่นทางคณิตศาสตร์ (Arithmetic density) มีสูตรคำนวณ Population density ดังนี้

$$\text{ขนาดและความหนาแน่นของร้านค้า} = \frac{\text{จำนวนร้านค้าในพื้นที่ทั้งหมด}}{\text{ขนาดพื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)}}$$

การคำนวณค่าช่วงชั้น 5 ระดับโดยใช้สูตรคำนวณช่วงชั้น คือ (ค่าสูงสุด-ค่าต่ำสุด)/5 (6.67–0.65)/5 = 1.20 แปลผลค่าความหนาแน่นจำนวนจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อพื้นที่ตารางกิโลเมตร ดังนี้

0.65 – 1.85	หมายความว่า ความหนาแน่นน้อยที่สุดต่อพื้นที่ตารางกิโลเมตร
1.86 – 3.06	หมายความว่า ความหนาแน่นน้อยต่อพื้นที่ตารางกิโลเมตร
3.07 – 4.27	หมายความว่า ความหนาแน่นปานกลางต่อพื้นที่ตารางกิโลเมตร
4.28 – 5.48	หมายความว่า ความหนาแน่นมากต่อพื้นที่ตารางกิโลเมตร
5.49 – 6.69 ขึ้นไป	หมายความว่า ความหนาแน่นมากที่สุดต่อพื้นที่ตารางกิโลเมตร

ตาราง 9 แสดงความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 500 เมตร

ลำดับ	ชื่อสถานศึกษา	Buffer area (ตร.กม.)	จำนวนร้าน	ความหนาแน่น	ระดับความหนาแน่น
1	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	3.28	5	1.52	น้อยที่สุด
2	วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	1.11	3	2.69	น้อย
3	วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	2.00	12	6.00	มากที่สุด
4	โรงเรียนอุตรดิตถ์	1.20	8	6.67	มากที่สุด
5	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	1.53	1	0.65	น้อยที่สุด
6	โรงเรียนพิชัย	1.48	4	2.71	น้อย
7	โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	1.24	1	0.81	น้อยที่สุด
8	โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์	1.52	5	3.28	ปานกลาง
ความหนาแน่นเฉลี่ย				**3.04**	**น้อย**

จากตาราง 9 พบว่าสถานศึกษามีระดับความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับน้อยโดยมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 3.04 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โดยพบสถานศึกษาที่มีความหนาแน่นในระดับมากที่สุด 2 พื้นที่ คือ โรงเรียนอุตรดิตถ์ มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 6.67 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตรและวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 6.00 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โดยพื้นที่ที่มีความหนาแน่นระดับปานกลาง คือ โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์ มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 3.28 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตรและพื้นที่ที่มีความหนาแน่นระดับน้อยที่สุด คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 1.52 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 0.65 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตรและโรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 0.81 ร้านต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร

ระยะทางเฉลี่ยจากจุดจำหน่ายไปยังรั้วมหาวิทยาลัย

ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษามีระยะทางไปยังรั้วสถานศึกษาเฉลี่ย 490.08 เมตร โดยระยะทางที่ใกล้ที่สุด คือ วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ 232.68 เมตร รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 432.67 เมตร โรงเรียนพิชัย 434.45 เมตร และโรงเรียนอุตรดิตถ์ 435.35 เมตร ดังตาราง 10

ตาราง 10 แสดงระยะห่างจุดจำหน่ายจากรั้วสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุด (เมตร)

ลำดับ	ชื่อสถานศึกษา	จำนวน	Min	Max	SD.	Mean
1	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	38	143.45	995.34	168.76	432.67
2	วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	7	113.42	758.25	144.67	521.68
3	วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	23	53.78	984.32	267.13	232.68
4	โรงเรียนอุตรดิตถ์	37	241.56	963.86	342.44	435.35
5	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	10	87.32	853.81	184.45	624.82
6	โรงเรียนพิชัย	11	53.31	759.35	218.32	434.45
7	โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	11	67.34	753.24	339.56	653.56
8	โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์	11	432.45	735.56	294.48	585.43
ความหนาแน่นเฉลี่ย						**490.08**

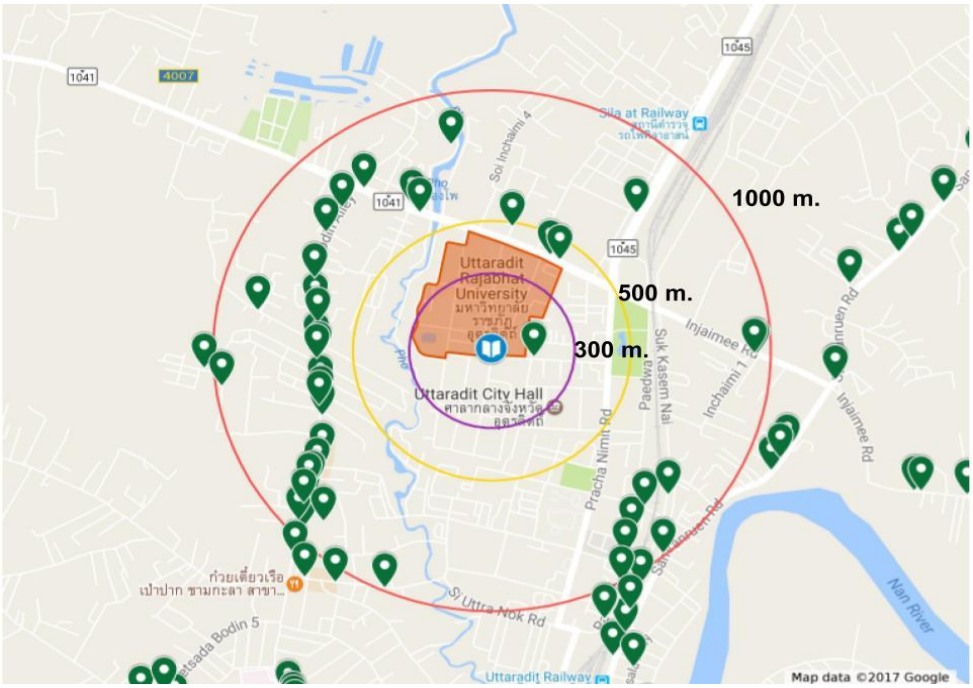
จำนวนรวมของจุดจำหน่าย

จากการเก็บข้อมูลภูมิศาสตร์สารสนเทศ (Global Positioning System: GPS) ของพื้นที่ที่ศึกษาทั้ง 5 อำเภอจากสถานศึกษาในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 5 แห่ง อาชีวศึกษา จำนวน 2 แห่ง และอุดมศึกษา จำนวน 1 แห่ง พบจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามระยะต่างๆ ดังนี้

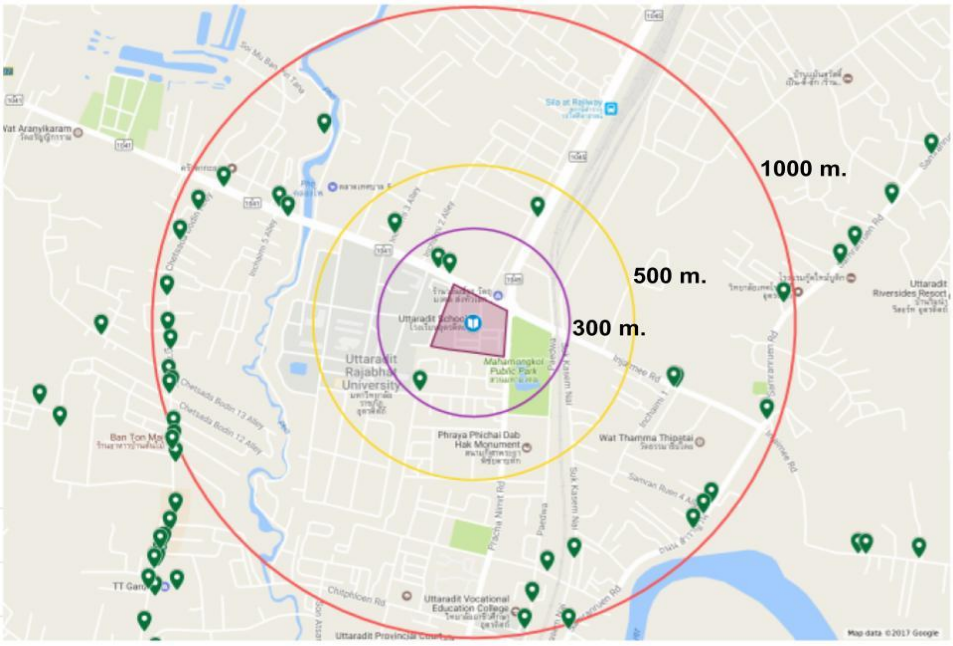
ตาราง 11 แสดงจุดจำหน่ายที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามระยะรอบสถานศึกษา

อำเภอ	สถานศึกษา	ระยะจากสถานศึกษา						รวม	
		1000 เมตร		500 เมตร		300 เมตร			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	33	86.8	4	10.5	1	2.6	38	25.7
	วิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์	4	57.1	1	14.3	2	28.6	7	4.7
	วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์	11	47.8	4	17.4	8	34.8	23	15.5
	โรงเรียนอุตรดิตถ์	29	78.4	5	13.5	3	8.1	37	25.0
ตรอน	โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์	9	90.0	0	0.0	1	10.0	10	6.8
พิชัย	โรงเรียนพิชัย	7	63.6	3	27.3	1	9.1	11	7.4
ท่าปลา	โรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ	10	90.9	0	0.0	1	9.1	11	7.4
น้ำปาด	โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์	6	54.5	2	18.2	3	27.3	11	7.4

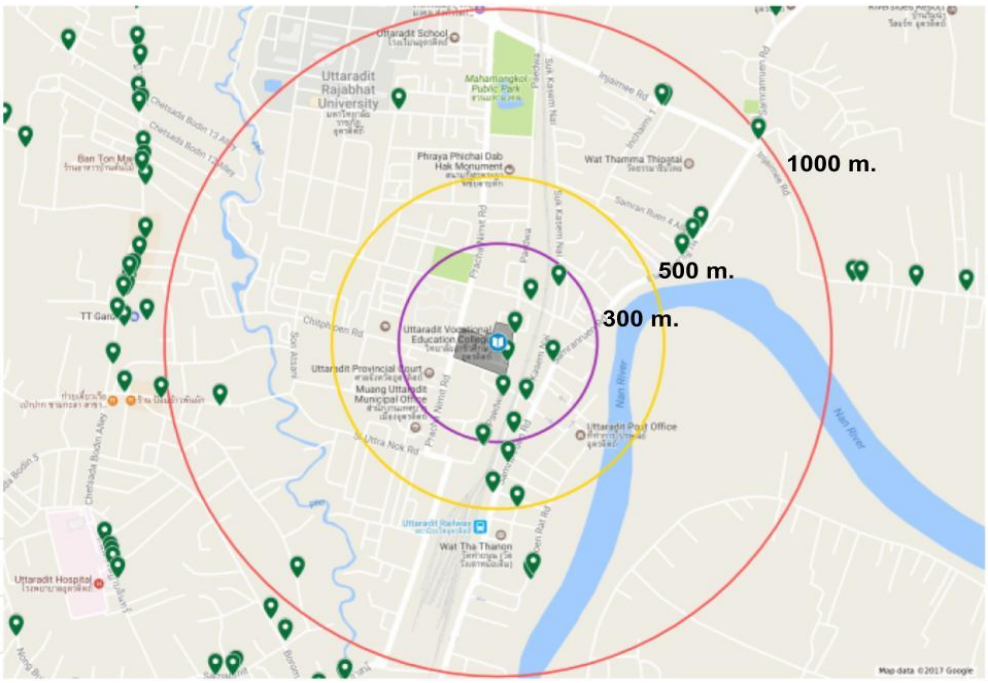
จากตาราง 11 พบว่าอัตราส่วนระหว่างจำนวนสถานศึกษาทั้งหมดต่อจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 300 เมตร, 500 เมตร และ 1,000 เมตร เท่ากับ 1:2.5, 1:2.37 และ 1:13.6 โดยสถานศึกษาที่มีร้านจำหน่ายที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะ 1,000 เมตร 500 เมตร และ 300 เมตร มากที่สุดคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์จำนวน 38 ร้าน ร้อยละ 25.7 รองลงมาคือ โรงเรียนอุตรดิตถ์จำนวน 37 ร้าน ร้อยละ 25.0 วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์จำนวน 23 ร้าน ร้อยละ 15.5 และสถานศึกษาที่มีร้านจำหน่ายที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะ 1,000 เมตร 500 เมตร และ 300 เมตร น้อยที่สุดคือ โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์จำนวน 10 ร้าน ร้อยละ 6.8 (ภาพที่ 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12)



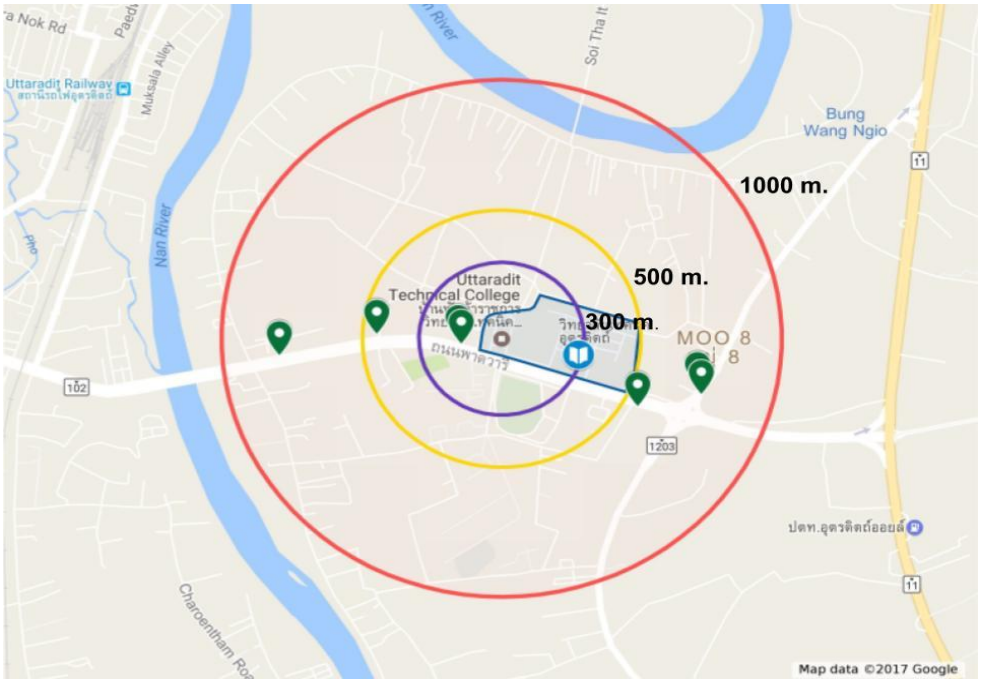
ภาพที่ 5 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300, 500 และ 1,000 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์



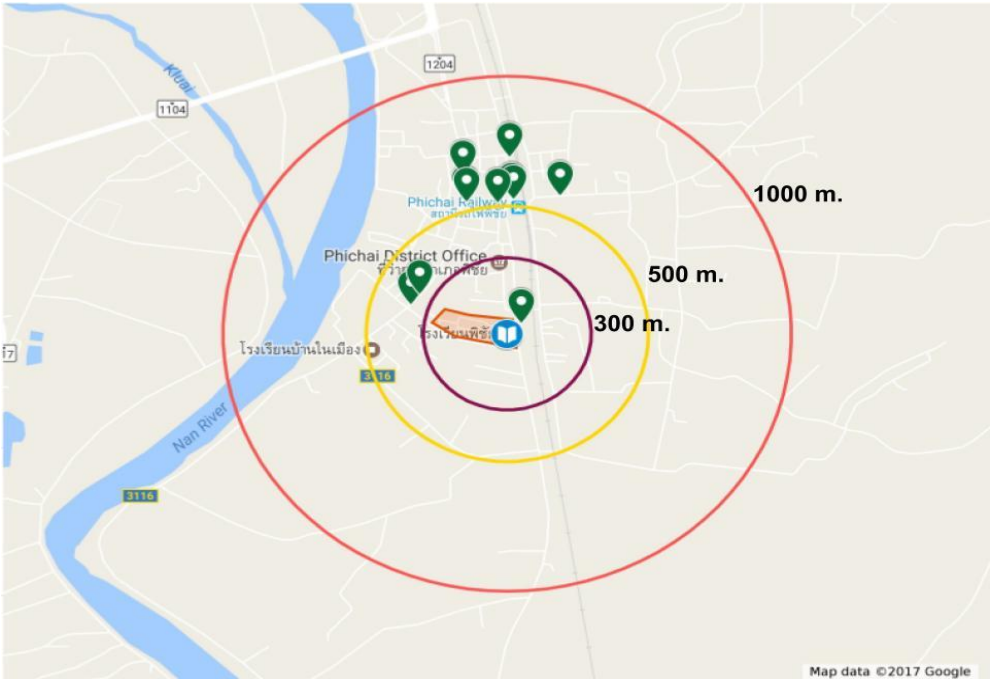
ภาพที่ 6 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300, 500 และ 1,000 ของโรงเรียนอุตรดิตถ์



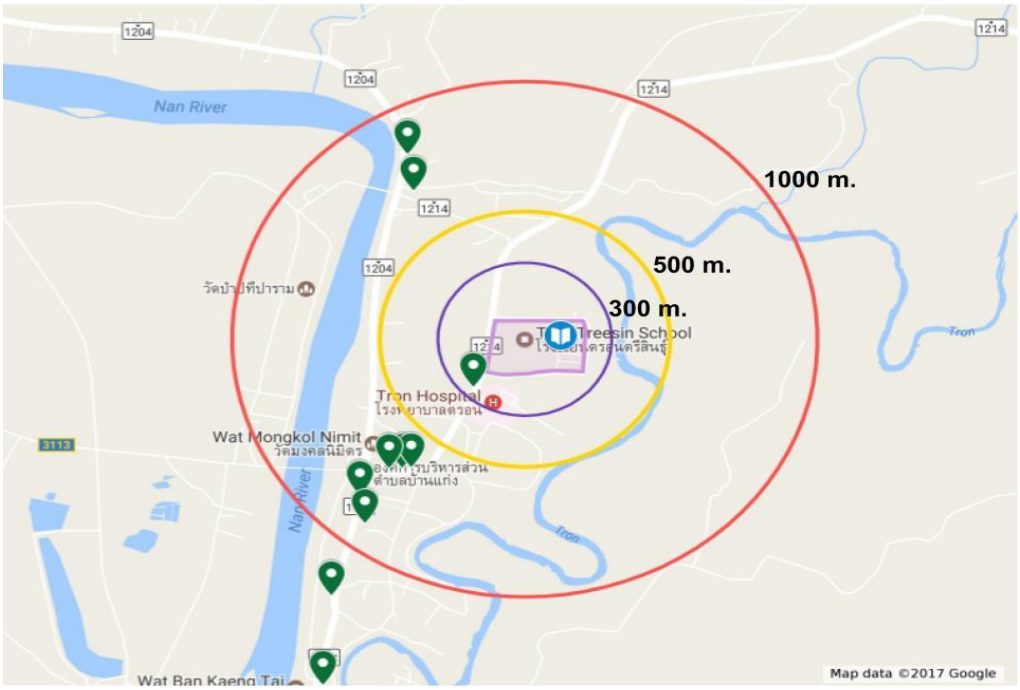
ภาพที่ 7 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300, 500 และ 1,000 ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์



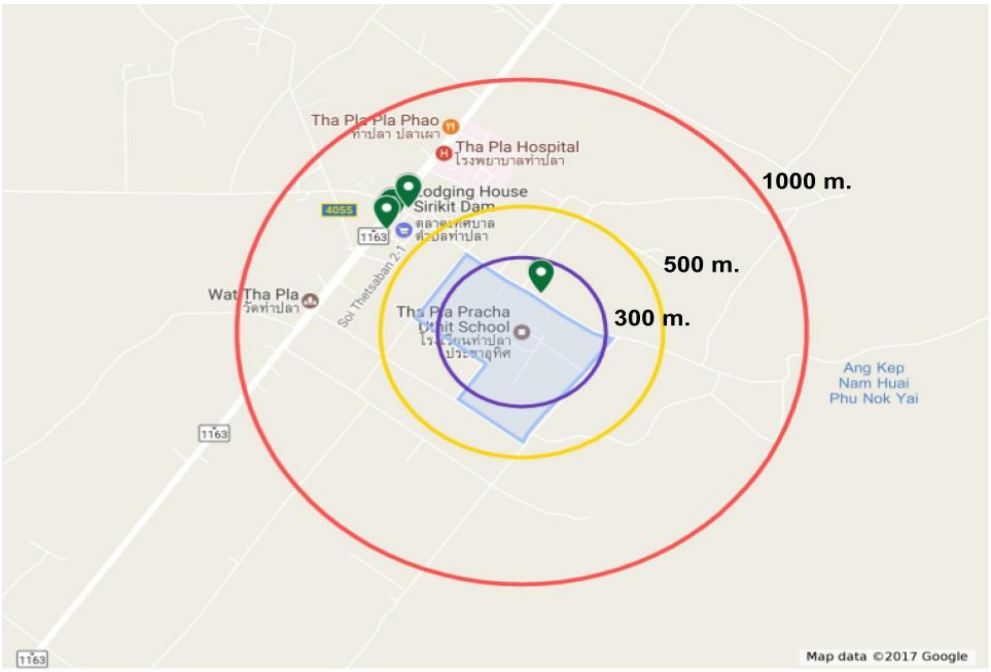
ภาพที่ 8 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300, 500 และ 1,000 ของวิทยาลัยเทคนิคอุตรดิตถ์



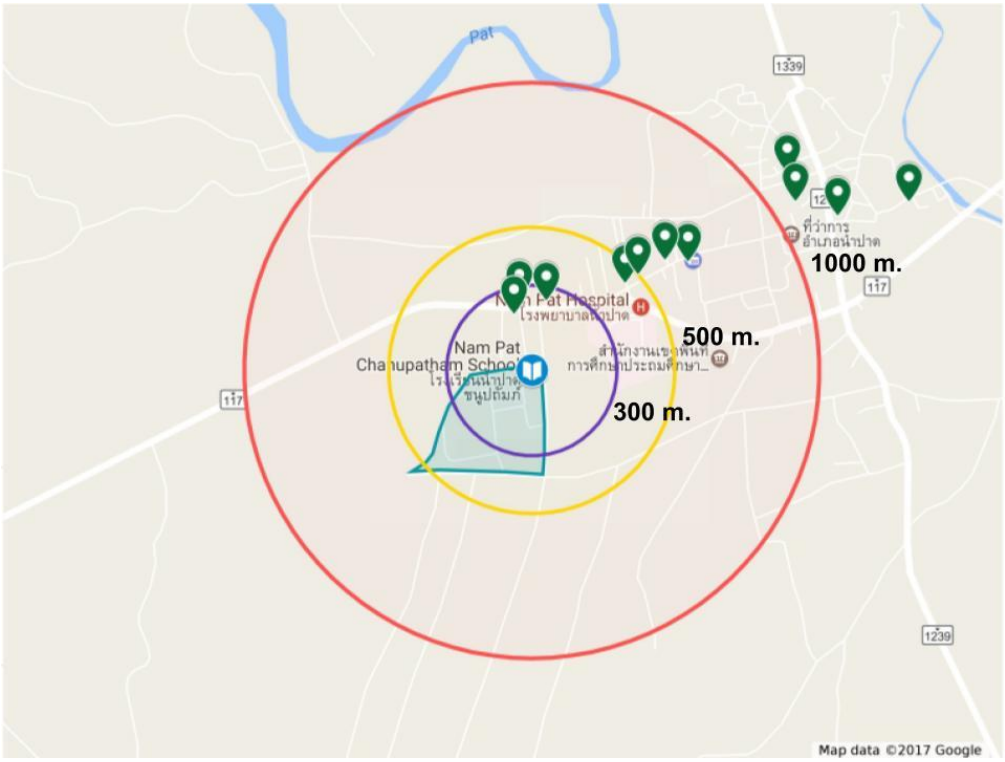
ภาพที่ 9 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300, 500 และ 1,000 ของโรงเรียนพิชัย



ภาพที่ 10 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300, 500 และ 1,000 ของโรงเรียนตรอนตรีสินธุ์



ภาพที่ 11 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300, 500 และ 1,000 ของโรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ



ภาพที่ 12 แผนที่แสดงการกระจายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในระยะ 300, 500 และ 1,000 ของโรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์

ผลการศึกษาของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลร้านค้า

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลร้านค้าของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n=148)	ร้อยละ
สถานภาพของผู้ตอบ		
เจ้าของร้าน	119	80.4
ลูกจ้างที่ขายของในร้าน	29	19.6
เพศ		
ชาย	42	28.4
หญิง	106	71.6
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 25 ปี	9	6.1
26 – 60 ปี	109	73.6
มากกว่า 60 ปี	30	20.3
อายุต่ำสุด 17 ปี อายุสูงสุด 78 ปี อายุเฉลี่ย 46.81 ปี		
การศึกษา		
ไม่ได้เรียน	5	3.4
ประถมศึกษาปีที่ 4 (ป.4)	21	14.3
ประถมศึกษาปีที่ 6 (ป.6)	10	6.8
มัธยมศึกษาปีที่ 3 (ม.3)	12	8.1
มัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6)	38	25.6
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช)	10	6.7
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรืออนุปริญญา	7	4.7
ปริญญาตรี	45	30.4
รายได้ (บาท/เดือน)		
ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	51	34.5
10,001 – 20,000 บาท/เดือน	47	31.8
20,001 – 30,000 บาท/เดือน	16	10.8
30,001 – 40,000 บาท/เดือน	7	4.7
40,001 บาท/เดือนขึ้นไป	27	18.2
ต่ำสุด 4,000 บาท/เดือน สูงสุด 100,000 บาท/เดือน เฉลี่ย 24,790.54 บาท/เดือน		

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลร้านค้าของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n=148)	ร้อยละ
ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพ		
ต่ำกว่า 10 ปี	101	68.2
11 – 20 ปี	42	28.4
มากกว่า 20 ปี	5	3.4
ต่ำสุด 2 ปี สูงสุด 23 ปี เฉลี่ย 8.79 ปี		
ประเภทร้าน		
ร้านขายของชำ /โชห่วย	98	66.2
ร้านอาหาร	12	8.1
ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะ	5	3.4
ร้านสะดวกซื้อ(7 –11,แฟมิลี่มาร์ท)	18	12.2
ร้านเครื่องดื่ม	2	1.4
ร้านเหล้าปั่น	3	2.0
ร้านมินิมาร์ท	10	6.8
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่าย		
เบียร์	143	96.6
สปาย/ไวน์คูลเลอร์	80	54.1
เหล้าขาว	61	41.2
สุราไทย	75	50.7
เหล้าผสมน้ำผลไม้	17	11.5
เหล้าผสมพร้อมดื่ม	8	5.4
สุรากลั่นชุมชน	4	2.7
ไวน์	23	15.5
สุราต่างประเทศ	19	12.8
บรั่นดี	11	7.4
ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
ประเภท 1	5	3.4
ประเภท 2	1	0.7
ประเภท 3	17	11.5
ประเภท 4	125	84.5
การติดป้ายหรือสติ๊กเกอร์ห้ามจำหน่าย		
มี	85	57.4
ไม่มี	63	42.6

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลร้านค้าของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n=148)	ร้อยละ
ระยะห่างจากโรงเรียน/สถานศึกษา (เมตร)		
ต่ำกว่า 300 เมตร	29	19.6
300 – 500 เมตร	59	39.9
มากกว่า 500 เมตร	60	40.5
ต่ำสุด 100 เมตร สูงสุด 1,500 เมตร เฉลี่ย 582.77 เมตร		

จากตาราง 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน ร้อยละ 80.4 และเป็นลูกจ้าง ร้อยละ 19.6 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.6 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 71.6 อายุเฉลี่ย 46.81 ปี มีอายุระหว่าง 26–60 ปี ร้อยละ 73.6 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30.4 รองลงมาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 25.7 มีรายได้เฉลี่ย 24,790.54 บาท/เดือน มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ร้อยละ 34.5 รองลงมามีรายได้ 10,001–20,000 บาท/เดือน และ 40,001 บาท/เดือนขึ้นไป ร้อยละ 18.2

ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพที่ขายเครื่องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ย 8.79 ปี โดยมีระยะเวลาขายต่ำกว่า 10 ปี ร้อยละ 68.2 ประเภทร้านเป็นร้านร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 66.2 รองลงมาเป็นร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 12.2 ร้านอาหาร ร้อยละ 8.1 และร้านมินิมาร์ท ร้อยละ 6.8 ส่วนใหญ่จำหน่ายเบียร์ ร้อยละ 96.6 รองลงมาจำหน่ายสปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 54.1 สุราไทย ร้อยละ 50.7 และเหล้าขาวร้อยละ 41.2 มีป้ายหรือสติ๊กเกอร์ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้กับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 57.4 และไม่มี ร้อยละ 42.6 ร้านค้าอยู่ห่างจากโรงเรียนหรือสถานศึกษาระยะทางเฉลี่ย 582.77 เมตร ระยะทางมากกว่า 500 เมตร ร้อยละ 40.5 รองลงมา 300–500 เมตร ร้อยละ 39.9

ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการได้ยินหรือรู้จักพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n=148)	ร้อยละ
การเคยได้ยินหรือรู้จักพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
เคย	144	97.3
ไม่เคย	4	2.7
การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องขอใบอนุญาตและต่ออายุใบอนุญาตเป็นประจำทุกปี		
ทราบ	148	100.0
ไม่ทราบ	0	0.0

จากตาราง 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เคยได้ยินหรือรู้จักพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 97.3 และไม่เคย ร้อยละ 2.7 ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทราบว่าการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องขอใบอนุญาตและต่ออายุใบอนุญาตเป็นประจำทุกปี 100 %

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้อยู่ในระดับสูง (12 – 15 คะแนน)	53	35.8
ความรู้อยู่ในระดับปานกลาง (9 – 11 คะแนน)	80	54.1
ความรู้อยู่ในระดับต่ำ (1 – 8 คะแนน)	15	10.1
รวม	**148**	**100.0**

จากตาราง 14 พบว่าการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 54.1 รองลงมาอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 35.8 และระดับต่ำ ร้อยละ 10.1

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละความรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	ความรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกจากเวลา 11.00 – 14 น. และ เวลา 17.00 น. – 24.00 น. ผิดกฎหมาย	91	61.5	57	38.5
2	สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้	85	57.4	63	42.6
3	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้	91	61.5	57	38.5
4	การเร่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเทศกาลงานต่างๆ ถือว่าผิดกฎหมาย	83	56.1	65	43.9
5	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วัด สถานที่ราชการ ผิดกฎหมาย	89	60.1	59	39.9
6	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้	96	64.9	52	35.1
7	สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สวนสาธารณะได้	85	57.4	63	42.6
8	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้นน้ำมันได้	82	55.4	66	44.6
9	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักได้	75	50.7	73	49.3
10	ห้ามมีการดื่มสุราบนรถ ทั้งคนขับและคนโดยสาร	87	58.8	61	41.2

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ต่อ)

ข้อที่	การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
11	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันมาฆบูชา ผิดกฎหมาย	89	60.1	59	39.9
12	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม	59	39.9	89	60.1
13	การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายในร้านค้าถือว่าผิดกฎหมาย	72	48.6	76	51.4
14	สามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้	97	65.5	51	34.5
15	มีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	106	71.6	42	28.4

จากตาราง 15 พบว่าการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบถูกมากที่สุดเรื่องมีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 71.6 รองลงมาเรื่องไม่สามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 65.5 รองลงมาเรื่องไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้ ร้อยละ 64.9 รองลงมาเรื่องการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกจากเวลา 11.00–14.00 น. และ เวลา 17.00 น.–24.00 น. ผิดกฎหมาย ร้อยละ 61.5

ในส่วนการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบผิดมากที่สุดในเรื่องไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม ร้อยละ 60.1 รองลงมาในเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในร้านค้าถือว่าผิดกฎหมาย ร้อยละ 51.4 รองลงมาในเรื่องสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักได้ ร้อยละ 49.3 รองลงมาในเรื่อง สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้นน้ำมันได้ ร้อยละ 44.6

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มในเรื่องการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าพบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่จะเคยได้ยินหรือรู้จักพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่จะทราบช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย การห้ามจำหน่ายให้กับผู้ที่มีอาหารมึนเมา รวมถึงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญทางศาสนาและการห้ามไม่ให้มีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ก็ยังพบว่ามีผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ยังไม่ทราบว่ามีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบลดแลก แจก แถมและการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักและในปั้มน้ำมัน ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...รู้ครับเพราะเวลาที่ไปต่อใบอนุญาตขายเหล้า เจ้าหน้าเขาก็จะอธิบายให้ฟังว่าห้ามขายตอนไหนบ้าง ห้ามขายให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี...”

(ผู้จำหน่ายอำเภอเมือง)

“...รู้ครับว่าขายเหล้าได้ช่วงห้าโมงเช้าถึงบ่ายสอง กับ ห้าโมงเย็นถึงเที่ยงคืน...”

(ผู้จำหน่ายอำเภอเมือง)

“...ทราบดีว่าให้ขายได้ช่วงไหนได้บ้างเพราะสรรพสามิตเขาจะแจกป้ายให้เอามาติดไว้ที่ตู้แช่ที่ร้าน...”

(ผู้จำหน่ายอำเภอน้ำปาด)

“...รู้ครับว่าห้ามขายให้กับเด็กที่อายุต่ำกว่า 20 ปี...”

(ผู้จำหน่ายอำเภอตรอน)

“...รู้ว่าห้ามขายเหล้าในวันสำคัญทางศาสนา บางทีก็จะมีคนมาขอซื้ออยู่บ้างนะ...”

(ผู้จำหน่ายอำเภอพิชัย)

ข้อมูลทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	ทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
1	กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนไม่ให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย	3.87	0.92	สูง
2	การเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้น ไม่สามารถทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง	3.65	0.98	ปานกลาง
3	การควบคุมร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละพื้นที่จะทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง	3.66	0.96	ปานกลาง
4	การกำหนดให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น. นั้นไม่สามารถลดการดื่มได้	4.13	0.81	สูง
5	การห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง	3.17	1.03	ปานกลาง
6	การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา นั้นไม่สามารถลดการดื่มได้	3.91	0.90	สูง

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ต่อ)

ข้อที่	ทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
7	การห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา นั้นไม่สามารถลดการดื่มได้	3.53	0.99	ปานกลาง
8	การลดราคา แจก แถม ให้หรือแลกเปลี่ยนในการซื้อ – ขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น	3.20	1.02	ปานกลาง
9	การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้มีผลทำให้คนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น	3.30	1.06	ปานกลาง
10	การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อทุกประเภทเป็นเรื่องที่รัฐสมควรดำเนินการอย่างจริงจัง	3.64	0.98	ปานกลาง
11	การกำหนดให้มีคำเตือน ‘‘การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง’’ทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง	3.26	1.03	ปานกลาง
12	การมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้สถานศึกษาไม่ได้มีผลทำให้การดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น	3.38	0.89	ปานกลาง
	ภาพรวม	**3.56**	**0.96**	**ปานกลาง**

จากตาราง 16 พบว่าทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =3.56, S.D.=0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูงคือการกำหนดให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะเวลา 11.00–14.00 น. และ 17.00–24.00 น. นั้นไม่สามารถลดการดื่มได้ ($\bar{x}$ =4.13, S.D.=0.81) รองลงมาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษานั้นไม่สามารถลดการดื่มได้ ($\bar{x}$ =3.91, S.D.=0.90)

สำหรับเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง คือ การควบคุมร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละพื้นที่จะทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง ($\bar{x}$ =3.66, S.D.=0.96) รองลงมาการเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้นไม่สามารถทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง ($\bar{x}$ =3.65, S.D.=0.98) รองลงมาการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อทุกประเภทเป็นเรื่องที่รัฐสมควรดำเนินการอย่างจริงจัง ($\bar{x}$ =3.64, S.D.=0.98)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มในเรื่องของทัศนคติมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าพบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าหลายๆ มาตรการที่มีในกฎหมายนั้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องเวลาที่

ห้ามจำหน่าย การห้ามดื่มในสถานที่ต่างๆ นั้นอาจจะไม่สามารถที่จะป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กและเยาวชนได้ ดังคำกล่าวต่อไปนี้

"...การมีกฎหมายห้ามขายเหล้าให้กับเด็กก็ดีนะ แต่บ้างครั้งก็ต้องอาศัยความร่วมมือจากคนขายด้วย บางครั้งเราไม่ขายแต่ร้านอื่นขาย เด็กก็ไปซื้อร้านอื่นหมด ทำให้เราก็ต้องขายบ้าง..."

(ผู้จำหน่ายอำเภอเมือง)

"...ห้ามไม่ให้เด็กนักเรียนมาซื้อ ห้ามไม่ได้หรอก เพราะถ้าไม่ขายให้เขา เขาก็ไปซื้อร้านอื่น.."

(ผู้จำหน่าย อำเภอลับแล)

"...ถ้าเป็นพวกเด็กๆ ในหมู่บ้านเราจะรู้จักนะ รู้ว่าเด็กคนไหนซื้อกินเองคนไหนที่มาซื่อให้คนที่บ้าน..."

(ผู้จำหน่าย อำเภอท่าปลา)

ข้อมูลการตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 17 จำนวนและร้อยละของการตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	การตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	มากกว่า 3 ครั้ง	2 – 3 ครั้ง	1 ครั้ง	ไม่เคย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการถูกตรวจสอบ
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ในรอบปีที่ผ่านมาเคยถูกสุ่มตรวจสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	7 (4.7)	44 (29.7)	32 (21.6)	65 (43.9)	1.95	0.96	ต่ำ
2	ในรอบปีที่ผ่านมาเคยได้ยินข่าวว่ามีการสุ่มตรวจการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนกับร้านค้าปลีกอื่นๆ ในชุมชน	6 (4.1)	48 (32.4)	43 (29.1)	51 (34.5)	2.06	0.91	ปานกลาง
3	ในรอบปีที่ผ่านมาเคยได้ยินข่าวการดำเนินคดีกับคนที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี	23 (15.5)	48 (32.4)	25 (16.9)	52 (35.1)	2.28	1.10	ปานกลาง
4	ในรอบปีที่ผ่านมาเคยได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เกี่ยวกับกฎหมายห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน	32 (21.6)	59 (39.9)	39 (26.4)	18 (12.2)	2.71	0.94	ปานกลาง

จากตาราง 17 พบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เคยถูกสุ่มตรวจสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ ($\bar{x}$ =1.95, S.D.=0.96)

ในรอบปีที่ผ่านมาผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เคยได้ยินข่าวว่ามีการสุ่มตรวจการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนกับร้านค้าปลีกอื่นๆ ในชุมชนหรือไม่อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.06, S.D.=0.91)

ในรอบปีที่ผ่านมาผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เคยได้ยินข่าวการดำเนินคดีกับคนที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.28, S.D.=1.10)

ในรอบปีที่ผ่านมาผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เคยได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เกี่ยวกับกฎหมายห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน อยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.71, S.D.=0.94)

ตาราง 18 จำนวนและร้อยละของการตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	การตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1	ถูกสุ่มตรวจสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
	เคย	82	55.4
	ไม่เคย	66	44.6
2	ในรอบปีที่ผ่านมาเคยถูกสุ่มตรวจสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก		
	สรรพสามิต	77	52.0
	เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	79	53.4
	ตำรวจ	33	22.3
3	ในรอบปีที่ผ่านมาเคยได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เกี่ยวกับกฎหมายห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนจาก		
	โทรทัศน์	117	79.1
	วิทยุ	58	39.2
	หนังสือพิมพ์	62	41.9
	เอกสารแผ่นพับ	36	24.3
	หอกระจ่ายข่าวในชุมชน	13	8.8
	การอบรม/ประชุมให้ความรู้	12	8.1
	ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกรายอื่นๆในชุมชน	51	34.5

จากตาราง 18 พบว่าในรอบปีที่ผ่านมาผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เคยถูกสุ่มตรวจสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 55.4 โดยเคยถูกตรวจจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 53.4 จากสรรพสามิต ร้อยละ 52.0 และเจ้าหน้าที่ตำรวจ ร้อยละ 22.3

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 19 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	การแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ได้ผลกำไรมากกว่าการขายแบบยกขวด	17 (11.5)	65 (43.9)	51 (34.5)	15 (10.1)	2.57	0.83	ปานกลาง
2	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าได้ผลกำไรดี	18 (12.2)	81 (54.7)	45 (30.4)	4 (2.7)	2.76	0.69	ปานกลาง
3	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ขายสินค้าอื่นๆ ในร้านได้ด้วย เช่น บุหรี่	4 (2.7)	115 (77.7)	29 (19.6)	0 (0.0)	2.83	0.44	ปานกลาง
4	ถ้าไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนร้านค้าก็จะสูญเสียรายได้	2 (1.4)	25 (16.9)	89 (60.1)	32 (21.6)	1.99	0.66	ต่ำ
5	เราสามารถตัดสินว่าบุคคลใดเป็นเยาวชนหรือไม่โดยพิจารณาจากหน้าตา	2 (1.4)	76 (51.4)	70 (47.3)	0 (0.0)	2.54	0.53	ปานกลาง
6	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียนมัธยมศึกษาที่ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่แล้วไม่ควรถือว่ามีความผิดตามกฎหมาย	7 (4.7)	36 (24.3)	86 (58.1)	19 (12.8)	2.21	0.72	ปานกลาง
7	การไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียนจะทำให้เสียลูกค้าในระยะยาว	2 (1.4)	28 (18.9)	85 (57.4)	33 (22.3)	1.97	0.68	ต่ำ
8	ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนเป็นเรื่องเล็กน้อยเกินกว่าจะมีหน่วยงานใดมาตรวจจับผู้กระทำผิดแบบจริงๆ จังๆ	3 (2.0)	50 (33.8)	73 (49.3)	22 (14.9)	2.23	0.72	ปานกลาง
9	การแจ้งเตือนว่าจะมีการสุ่มตรวจพ่อค้าแม่ค้าที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เด็กเป็นเพียงคำขู่เท่านั้น	4 (2.7)	44 (29.7)	82 (55.4)	18 (12.2)	2.23	0.69	ปานกลาง

ตาราง 19 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ต่อ)

ข้อที่	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
10	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนเป็นข้อหาที่มีโทษไม่ร้ายแรง	16 (10.8)	48 (32.4)	84 (56.8)	0 (0.0)	2.54	0.68	ปานกลาง
11	การตามใจลูกค้าทำให้ได้ลูกค้าประจำมากขึ้น	3 (2.0)	68 (45.9)	69 (46.6)	8 (5.4)	2.45	0.63	ปานกลาง
12	การที่นักเรียนถูกพ่อแม่ใช้ให้มาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่ยอมรับได้	2 (1.4)	46 (31.1)	77 (52.0)	23 (15.5)	2.18	0.70	ปานกลาง
13	คนในชุมชนมักต่อว่าพ่อค้าแม่ค้าที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน	5 (3.4)	56 (37.8)	71 (48.0)	16 (10.8)	2.34	0.71	ปานกลาง
14	การแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่ร้านค้าอื่นๆ ในชุมชนก็ทำกัน	3 (2.0)	83 (56.1)	51 (34.5)	11 (7.4)	2.53	0.66	ปานกลาง
15	ร้านค้าอื่นๆก็ไม่เคยถามอายุของคนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนขายเหมือนกัน	3 (2.0)	2 (1.4)	98 (66.2)	45 (30.4)	2.75	0.58	ปานกลาง
16	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนเป็นเรื่องที่ร้านไหนก็ทำกัน	22 (14.9)	73 (49.3)	52 (35.1)	1 (0.7)	2.78	0.70	ปานกลาง
17	ไม่สามารถปฏิเสธนักเรียนที่มาขอซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้	3 (2.0)	16 (10.8)	94 (63.5)	35 (23.6)	1.98	0.63	ต่ำ
18	มักใจอ่อนเมื่อมีนักเรียนมาขอร้องให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้	0 (0.0)	13 (8.8)	111 (75.0)	24 (16.2)	1.98	0.50	ต่ำ
19	การสอบถามอายุของลูกค้าที่มาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องยุ่งยากและเสียเวลา	20 (13.5)	54 (36.5)	61 (41.2)	13 (8.8)	2.55	0.84	ปานกลาง
20	การปฏิเสธไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนอาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจได้	16 (10.8)	57 (38.5)	63 (42.6)	12 (8.1)	2.52	0.80	ปานกลาง
		รวม				**2.40**	**0.67**	**ปานกลาง**

จากตาราง 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.40, S.D.=0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ขายสินค้าอื่นๆ ในร้านได้ด้วย เช่น บุหรี่ ($\bar{x}$ =2.83, S.D.=0.44) รองลงมาในเรื่องการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนเป็นเรื่องที่ร้านไหนก็ทำกัน ($\bar{x}$ = 2.78, S.D.=0.70) รองลงมาในเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าได้ผลกำไรดี ($\bar{x}$ =2.76, S.D.=0.69) รองลงมาในเรื่องร้านค้าอื่นๆก็ไม่เคยถามอายุของคนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนขายเหมือนกัน ($\bar{x}$ =2.75, S.D.=0.58) และการแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ได้ผลกำไรมากกว่าการขายแบบยกขวด ($\bar{x}$ =2.57, S.D.=0.83)

สำหรับเรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ ในเรื่องถ้าไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนร้านค้าก็จะสูญเสียรายได้ ($\bar{x}$ =1.99, S.D.=0.66) รองลงมาในเรื่องไม่สามารถปฏิเสธนักเรียนที่มาขอซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ($\bar{x}$ =1.98,S.D.=0.63) รองลงมาในเรื่องมักใจอ่อนเมื่อมีนักเรียนมาขอร้องให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ ($\bar{x}$ =1.98, S.D.=0.50) และการไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียนจะทำให้เสียลูกค้าในระยะยาว ($\bar{x}$ =1.97, S.D.=0.68)

ตาราง 20 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แยกรายด้าน

พฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.72	0.80	ต่ำ
การโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2.26	1.04	ปานกลาง
การแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.59	0.83	ต่ำ
การตรวจสอบอายุผู้ซื้อ	1.74	0.79	ต่ำ
รวม	**1.82**	**0.86**	**ต่ำ**

จากตาราง 20 พบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{x}$ =2.57, S.D.=0.83) โดยพบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.26, S.D.=1.04) รองลงมาการตรวจสอบอายุผู้ซื้อ ($\bar{x}$ =1.74,S.D.=0.79) รองลงมาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน ($\bar{x}$ =1.72, S.D.=0.80) และการแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($\bar{x}$ =1.59, S.D.=0.83)

ข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 21 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n=148)	จำนวน	ร้อยละ
ขายให้เยาวชน		
ขาย	103	69.6
ไม่ขาย	45	30.4
การติดป้ายโฆษณา		
ไม่ติด	44	29.8
ติด	104	70.2
แบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
ไม่แบ่งขาย	81	54.7
แบ่งขาย	67	45.3
ขายแบบให้บริการตัวเอง		
ไม่ทำ	26	17.6
ทำ	122	82.4
สอบถามอายุของผู้ซื้อก่อนขาย		
ไม่สอบถาม	69	46.6
สอบถาม	79	53.4
ขอดูบัตรของผู้ซื้อ		
ไม่ขอดูบัตร	76	51.4
ขอดูบัตร	72	48.6
วางโชว์ ณ จุดขาย		
ไม่วางโชว์	68	45.9
วางโชว์	80	54.1

จากตาราง 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน ร้อยละ 69.6 มีการติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 70.2 แบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 45.3 ไม่สอบถามอายุของผู้ซื้อก่อนขาย ร้อยละ 46.6 ไม่ขอตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อก่อนจำหน่าย ร้อยละ 51.4 และมีการวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขาย ร้อยละ 54.1

ตาราง 22 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	พฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียนจะให้ความรู้เกี่ยวกับโรคและอันตรายที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	33 (22.3)	33 (22.3)	41 (27.7)	69 (46.6)	1.82	0.89	ต่ำ
2	ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เปิดจนถึงปิดร้าน	38 (25.7)	33 (22.3)	45 (30.4)	32 (21.6)	2.52	1.10	ปานกลาง
3	ยอมให้ลูกค้าบางคนค้างจ่ายค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้	0 (0.0)	20 (13.5)	43 (29.1)	85 (57.4)	1.56	0.72	ต่ำ
4	ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียน นักศึกษา	2 (1.4)	35 (23.6)	66 (44.6)	45 (30.4)	1.96	0.77	ต่ำ
5	ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเด็กที่ถูกพ่อแม่ใช้ให้มาซื้อ	0 (0.0)	15 (10.1)	80 (54.1)	53 (35.8)	1.74	0.63	ต่ำ
6	มักเปิดร้านค้ากลางดึกเพื่อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าขาประจำ	3 (2.0)	20 (13.5)	28 (18.9)	97 (65.5)	1.52	0.80	ต่ำ
7	ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับคนที่มีอาการมึนเมาหรือครองสติไม่ได้	11 (7.4)	28 (18.9)	39 (26.4)	70 (47.3)	1.86	0.97	ต่ำ
8	มีที่นั่งไว้ให้ลูกค้านั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้าน	4 (2.7)	21 (14.2)	26 (17.6)	97 (65.5)	1.54	0.84	ต่ำ
		รวม				**1.72**	**0.80**	**ต่ำ**

จากตาราง 22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{x}$ =2.57, S.D.=0.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง คือร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เปิดจนถึงปิดร้าน ($\bar{x}$ =2.52, S.D.=1.10) เรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ คือ ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียน นักศึกษา ($\bar{x}$ =1.96, S.D.=0.77) รองลงมาในเรื่องขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับคนที่มีอาการมึนเมาหรือครองสติ

ไม่ได้ ($\bar{x}$ =1.86,S.D.=0.97) รองลงมาในเรื่องก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้จะให้ความรู้เกี่ยวกับโรคและอันตรายที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($\bar{x}$ =1.82, S.D.=0.89) รองลงมาในเรื่องขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเด็กที่ถูกพ่อแม่ใช้ให้มาซื้อ ($\bar{x}$ =1.74, S.D.=0.63)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มในเรื่องของพฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เปิดร้านจนปิดร้านและยังมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเด็กนักเรียน นักศึกษาหรือกับผู้ที่เมาเหล้าแล้วหรือเด็กที่ผู้ปกครองใช้ให้มาซื้อ โดยผู้ขายส่วนใหญ่ไม่เคยให้ความรู้หรืออันตรายที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...ก็ขายตลอดเลยนะ ตั้งแต่เปิดจนปิดร้าน แต่จะไม่ขายให้กับเด็กที่ใส่ชุดนักเรียนมาซื้อ...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอเมือง)

“...ไม่ได้จำกัดเวลาขายอะไร ใครมาขอซื้อตอนไหนก็ขายให้นะ เพราะเราจะรู้จักกันอยู่ กลัวเสียลูกค้า...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอเมือง)

“...ก่อนจะขายให้กับเด็กก็จะถามดูก่อนว่าใครใช้ให้มาซื้อ...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอท่าปลา)

“...ถ้าเป็นพวกเด็กๆ ในหมู่บ้านเราจะรู้จักนะ รู้ว่าเด็กคนไหนซื้อกินเองคนไหนที่มาซื่อให้คนที่บ้าน บางทีก็มีพวกเด็กๆ เมามาเลยก็มีมาขอซื้อ ฉันก็ให้ขายให้นะ...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอตรอน)

“...แรกๆ ตอนที่ยังไม่มีกฎหมายห้ามขายให้กับเด็กก็ขายให้อยู่ แต่ตอนนี้ก็เลือกขายให้นะถ้าเป็นเด็กๆ ในหมู่บ้านเรารู้จักอยู่ ก็ไม่ขายให้ บางที่ถ้าเจอพ่อแม่ของเด็กคนนั้นก็จะเล่าให้ฟังนะ...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอพิชัย)

“...ปกติก็ขายให้นะเพราะว่ารู้ว่าเด็กคนนี้เป็นใคร เป็นคนในหมู่บ้าน เราก็จะรู้จักเพราะบางทีอาจมาซื่อให้พ่อแม่นะ...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอน้ำปาด)

“...ไม่เคยบอกนะว่าถ้ากินเหล้ามากๆ แล้วจะเป็นอันตราย จะมีบอกบ้างกับคนที่เมาจนเดินไม่ไหวแล้วมาซื้อนะ ก็จะบอกว่าเมาจนเดินไม่ไหวแล้ว ระวังจะขี่รถล้มนะ...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอน้ำปาด)

ตาราง 23 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมเกี่ยวกับการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	พฤติกรรมเกี่ยวกับการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ในร้านมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดวางจำหน่ายโดยตลอด	37 (25.0)	28 (18.9)	54 (36.5)	29 (19.6)	2.49	1.07	ปานกลาง
2	วางเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้บนโต๊ะวางสินค้าที่มองเห็นได้สะดวก	10 (6.8)	43 (29.1)	27 (18.2)	68 (45.9)	1.97	1.01	ต่ำ
3	อนุญาตให้ลูกค้าเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จุดขายได้ด้วยตนเอง	13 (8.8)	56 (37.8)	53 (35.8)	26 (17.6)	2.38	0.88	ปานกลาง
4	ร้านมีป้ายโฆษณาเหล้าเบียร์ ติดโชว์ไว้ที่ร้าน	23 (15.5)	37 (25.0)	44 (29.7)	44 (29.7)	2.26	1.05	ปานกบาง
5	วางขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ปนๆ กับสินค้าอื่นๆ ในร้าน	38 (25.7)	10 (6.8)	43 (29.1)	57 (38.5)	2.20	1.21	ปานกลาง
		รวม				**2.26**	**1.04**	**ปานกลาง**

จากตาราง 23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.26, S.D.=1.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง คือในร้านมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดวางจำหน่ายโดยตลอด ($\bar{x}$ =2.49, S.D.=1.07) รองลงมาในเรื่องอนุญาตให้ลูกค้าเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จุดขายได้ด้วยตนเอง ($\bar{x}$ =2.38,S.D.=0.88) รองลงมาในเรื่องร้านมีป้ายโฆษณาเหล้าเบียร์ติดโชว์ไว้ที่ร้าน ($\bar{x}$ =2.26, S.D.=1.05)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มในเรื่องของการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มีการวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สามารถมองเห็นได้ชัด มีป้ายโฆษณาว่าร้านนี้จำหน่ายเหล้าและบุหรี่ รวมถึงลูกค้าสามารถที่จะเดินเข้าไปเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ด้วยตนเอง ดังคำกล่าวต่อไปนี้

"..ปกติก็วางขายในตู้แช่นะ ใครอยากซื้อแบบไหนก็หยิบเลือกเองแล้วก็มาจ่ายเงิน..."

(ผู้จำหน่าย อำเภอเมือง)

"...ก็ขายให้ไม่ได้คิดอะไร เพราะคิดว่าพ่อแม่ใช้ให้มาซื้อให้..."

(ผู้จำหน่าย อำเภอเมือง)

ตาราง 24 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมเกี่ยวกับการแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	พฤติกรรมเกี่ยวกับการแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	แบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	17 (11.5)	16 (10.8)	34 (23.0)	81 (54.7)	1.79	1.04	ต่ำ
2	มีภาชนะแบ่งขาย เช่น แก้วเป๊กหรือก๊ก สำหรับใส่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าดื่มที่ร้าน	0 (0.0)	17 (11.5)	34 (23.0)	97 (65.5)	1.46	0.69	ต่ำ
3	มีภาชนะแบ่งขาย เช่น ขวดลิโพ สำหรับใส่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าซื้อกลับ	2 (1.4)	19 (12.8)	32 (21.6)	95 (64.2)	1.51	0.77	ต่ำ
		รวม				**1.59**	**0.83**	**ต่ำ**

จากตาราง 24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{x}$ =1.59, S.D.=0.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ คือแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($\bar{x}$ =1.79, S.D.=1.04) รองลงมาในเรื่องมีภาชนะแบ่งขาย เช่น ขวด ลิโพสำหรับใส่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าซื้อกลับ ($\bar{x}$ =1.51, S.D.=0.77) รองลงมาในเรื่องร้านมีมีภาชนะแบ่งขาย เช่น แก้วเป๊กหรือก๊ก สำหรับใส่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าดื่มที่ร้าน ($\bar{x}$ =1.51, S.D.=0.77)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มในเรื่องของการแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มีการแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภาชนะแบ่งขาย เช่น ขวด ลิโพสำหรับใส่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าซื้อกลับและบางร้านมีการจัดโต๊ะ เก้าอี้สำหรับให้ลูกค้านั่งดื่มที่ร้าน ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...ก็มีบ้าง บางครั้งครับที่มีคนมาขอแบ่งซื้อเหล้า...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอเมือง)

“...บางคนมีเงินไม่พอซื้อก็จะมาขอแบ่งซื้อ...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอน้ำปาด)

“...ตอนเย็นๆ คนที่กลับจากทำงานก็จะมานั่งกินเหล้าที่โต๊ะหน้าร้านเกือบทุกวัน...”

(ผู้จำหน่าย อำเภอตรอน)

ตาราง 25 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมเกี่ยวกับการตรวจสอบอายุผู้ซื้อ

ข้อที่	พฤติกรรมเกี่ยวกับการการตรวจสอบอายุผู้ซื้อ	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับพฤติกรรม
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ยินดีขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับทุกคนที่มาซื้อ	22 (14.9)	34 (23.0)	45 (30.4)	47 (31.8)	2.21	1.05	ปานกลาง
2	ตรวจสอบบัตรประจำตัวประชาชนของลูกค้าก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1 (0.7)	13 (8.8)	58 (39.2)	76 (51.4)	1.59	0.68	ต่ำ
3	ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี	3 (2.0)	18 (12.2)	69 (46.6)	58 (39.2)	1.77	0.74	ต่ำ
4	สอบถามอายุของลูกค้าก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกครั้ง	1 (0.7)	28 (18.9)	40 (27.0)	79 (53.4)	1.67	0.80	ต่ำ
5	หากมีนักเรียนมาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต่อว่าก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ด้วยความรำคาญ	2 (1.4)	27 (18.2)	49 (33.1)	70 (47.3)	1.74	0.80	ต่ำ
6	ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนที่ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว	2 (1.4)	9 (6.1)	43 (29.1)	94 (63.5)	1.45	0.67	ต่ำ
		รวม				**1.74**	**0.79**	**ต่ำ**

จากตาราง 25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการตรวจสอบอายุผู้ซื้อโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{x}$ =1.74, S.D.=0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการตรวจสอบอายุผู้ซื้ออยู่ในระดับปานกลางคือ ยินดีขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับทุกคนที่มาซื้อ ($\bar{x}$ =2.21, S.D.=1.05) เรื่องที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการตรวจสอบอายุผู้ซื้ออยู่ในระดับต่ำคือขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ($\bar{x}$ =1.77, S.D.=0.74) รองลงมาในเรื่องหากมีนักเรียนมาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต่อว่าก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ด้วยความรำคาญ ($\bar{x}$ =1.74, S.D.=0.80) รองลงมาในเรื่องสอบถามอายุของลูกค้าก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกครั้ง ($\bar{x}$ =1.76, S.D.=0.80)

ความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางจากร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสถานศึกษากับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางจากร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสถานศึกษากับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตัวแปร	รัศมีโดยรอบสถานศึกษา 300 เมตร					รัศมีโดยรอบสถานศึกษา 500 เมตร					รัศมีโดยรอบสถานศึกษา 1,000 เมตร				
	> 300		≤ 300		X^2 (p-value)	> 500		≤ 500		X^2 (p-value)	> 1,000		≤ 1,000		X^2 (p-value)
	n	%	n	%		n	%	n	%		n	%	n	%	
ขายให้เยาวชน					4.704					28.846					12.273
ขาย	25	24.3	78	75.7	(0.030)*	76	73.8	27	26.2	(<0.001)*	100	97.1	3	2.9	(<0.001)*
ไม่ขาย	4	8.9	41	91.1		12	26.7	33	73.3		36	80.0	9	20.0	
แบ่งขาย					5.968					0.003					0.899
แบ่งขาย	19	28.4	48	71.6	(0.015)*	40	59.7	27	40.3	(0.957)	60	89.6	7	10.4	(0.343)
ไม่แบ่งขาย	10	12.3	71	87.7		48	59.3	33	40.7		76	93.8	5	6.2	
วางโชว์					0.018					0.021					0.086
วางโชว์	16	20.0	64	80.0	(0.893)	48	60.0	32	40.0	(0.884)	74	92.5	6	7.5	(0.769)
ไม่วางโชว์	13	19.1	55	80.9		40	58.8	28	41.2		62	91.2	6	8.8	
ติดป้ายโฆษณา					11.925					2.324					0.140
ติด	28	26.9	76	73.1	(0.001)*	66	63.5	38	36.5	(0.127)	95	91.3	9	8.7	(0.708)
ไม่ติด	1	2.3	43	97.7		22	50.0	22	50.0		41	93.2	3	6.8	
ผู้ซื้อเลือกเอง					2.836					5.769					5.237
ทำ	27	22.1	95	77.9	(0.092)	78	63.9	44	36.1	(0.016)*	115	94.3	7	5.7	(0.022)*
ไม่ทำ	2	7.7	24	92.3		10	38.5	16	61.5		21	90.8	5	19.2	
ขอดูบัตร					0.211					4.036					1.697
ขอดูบัตร	16	21.1	60	78.9	(0.646)	48	63.2	28	36.8	(0.045)*	72	94.7	4	5.3	(0.193)
ไม่ขอดูบัตร	13	18.1	59	81.9		40	55.6	32	44.4		64	88.9	8	11.1	
สอบถามอายุ					2.136					2.846					0.720
สอบถาม	19	24.1	60	75.9	(0.144)	52	65.8	27	34.2	(0.092)	74	93.7	5	6.3	(0.396)
ไม่สอบถาม	10	14.5	59	85.5		36	52.2	33	47.8		62	89.9	7	10.1	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยระยะทางจากร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสถานศึกษากับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนในจังหวัดอุตรดิตถ์ สามารถจำแนกได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาคือระยะทางจากร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุดกำหนดตามรัศมีรอบสถานศึกษาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ระยะ 300 เมตร (≤300 - >300) 500 เมตร (≤500 - >500) และ 1,000 เมตร (≤1,000 - >1,000) และนำมาทดสอบ

กับตัวแปรตามซึ่ง ได้แก่ พฤติกรรมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งจำแนกออกเป็น 9 แบบ การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน (ขาย-ไม่ขาย) การแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (แบ่งขาย-ไม่แบ่งขาย) การวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (วางโชว์-ไม่วางโชว์) การติดป้ายโฆษณา (ติด-ไม่ติด) การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง (ทำ-ไม่ทำ) การขอดูบัตรประชาชนก่อนขาย (ขอดู-ไม่ขอดู) การสอบถามอายุของผู้ซื้อ (สอบถาม-ไม่สอบถาม) และการติดป้ายเตือน (ติด-ไม่ติด)

ในรัศมี 300 เมตร ระยะทางจากร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใกล้ที่สุดมีความสัมพันธ์กับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน (p-value=0.030) การแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p-value=0.015) และการติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p-value=0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 300 เมตร ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 75.5) มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 300 เมตร (ร้อยละ 24.5) ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 300 เมตร แบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 71.6) มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 300 เมตร (ร้อยละ 28.4) และร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 300 เมตร มีการติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 73.1) มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 300 เมตร (ร้อยละ 26.9)

ในรัศมี 500 เมตร พบว่าระยะทางจากร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใกล้ที่สุดมีความสัมพันธ์กับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน (p-value<0.001) การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง (P-value=0.016) และการขอดูบัตรประชาชนก่อนขาย (p-value=0.045) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 500 เมตร ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 73.8) มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 500 เมตร (ร้อยละ 26.2) ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 500 เมตร ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง(ร้อยละ 63.9) มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 500 เมตร (ร้อยละ 36.1) และร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 500 เมตร ที่ไม่การขอดูบัตรประชาชน ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 55.6) มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 500 เมตร (ร้อยละ 44.1)

ในรัศมี 1,000 เมตร พบว่าระยะทางจากร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใกล้ที่สุดมีความสัมพันธ์กับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน (p-value<0.001) การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง (P-value=0.022) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 1,000 เมตร ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 97.3) มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 1,000 เมตร (ร้อยละ 2.9) และร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 1,000 เมตร ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง (ร้อยละ 94.3) มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 1,000 เมตร (ร้อยละ 5.7)

ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน

ตัวแปร	ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน				Chi-square	p-value
	ขาย		ไม่ขาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพศ					8.212	0.004*
ชาย	22	52.4	20	47.6		
หญิง	81	76.4	25	23.6		
สถานภาพผู้จำหน่าย					5.443	0.020*
ลูกจ้าง	15	51.7	14	8.8		
เจ้าของร้าน	88	73.9	31	26.1		
อายุ					1.399	0.497
ต่ำกว่า 25 ปี	6	66.7	3	33.3		
26 – 59 ปี	78	72.5	30	32.8		
มากกว่า 60 ปี	19	61.3	12	38.7		
การศึกษา					0.005	0.944
มัธยมศึกษาและต่ำกว่า	67	69.8	29	30.2		
สูงกว่ามัธยมศึกษา	36	69.2	16	30.8		
ประเภทร้าน					8.859	0.012*
ร้านโชห่วย	13	46.4	15	53.6		
ร้านสะดวกซื้อ	88	75.2	29	24.8		
ร้านเหล้า	2	66.7	1	33.3		
ป้ายเตือน “ไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี”					10.948	0.001*
มี	50	58.8	35	41.2		
ไม่มี	53	84.1	10	15.9		
ถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย					4.306	0.038*
เคย	51	62.7	31	37.3		
ไม่เคย	52	78.5	14	21.5		
การติดป้ายโฆษณา					11.361	0.001*
ไม่ติด	22	50.0	22	50.0		
ติด	81	77.9	23	22.1		
แบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					0.725	0.395
ไม่แบ่งขาย	54	66.7	27	33.3		
แบ่งขาย	49	73.1	18	26.9		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน (ต่อ)

ตัวแปร	ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน				Chi-square	p-value
	ขาย		ไม่ขาย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ขายแบบให้บริการตัวเอง					14.447	0.001*
ไม่ทำ	10	38.5	16	61.5		
ทำ	93	76.2	29	23.8		
สอบถามอายุของผู้ซื้อก่อนขาย					18.539	0.001*
สอบถาม	67	84.8	12	15.2		
ไม่สอบถาม	36	52.2	33	47.8		
ขอดูบัตรของผู้ซื้อ					21.962	0.001*
ขอดูบัตร	37	51.4	35	48.6		
ไม่ขอดูบัตร	66	86.8	10	13.2		
วางโชว์ ณ จุดขาย					16.488	0.001*
ไม่วางโชว์	36	52.9	32	47.1		
วางโชว์	67	83.7	13	16.3		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 พบว่าปัจจัยทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษา จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งมีจำนวน 13 ตัวแปร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มปัจจัยคือ 1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แก่ เพศ สถานภาพผู้จำหน่าย อายุ ระดับการศึกษาและประเภทร้าน 2) ปัจจัยด้านร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ การแสดงป้ายร้านค้านี้ไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน การถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายและการติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการขายบุหรี่ ได้แก่ การสอบถามอายุของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขายและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบให้ลูกค้าบริการตัวเองและตัวแปรตาม คือ การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน

ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมี 10 ตัวแปร คือ เพศ (p=0.004) สถานภาพผู้จำหน่าย (p=0.020) ประเภทร้าน (p=0.016) การแสดงป้ายร้านค้านี้ไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน (p=0.001) การถูกตรวจสอบตามกฎหมายในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (p=0.038) การติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p=0.001) การสอบถามอายุของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p=0.001) การตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p =0.001) วางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขาย (p=0.001) และการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง (p=0.001)

ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบปัจจัยทำนายพฤติกรรมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน

ตัวแปร	OR_{Adj}	95% CI		p-value
		upper	lower	
เพศ				
ชาย	1			
หญิง	7.73	1.32	45.12	0.023*
สถานภาพผู้จำหน่าย				
ลูกจ้าง	1			
เจ้าของร้าน	2.64	1.14	6.11	0.399
ประเภทร้าน				
ร้านสะดวกซื้อ	1			
ร้านโชห่วย	3.50	1.49	8.21	0.841
ร้านเหล้า	2.30	1.18	8.47	0.819
ป้ายเตือน “ไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี”				
มี	1			
ไม่มี	15.26	2.75	84.49	0.002*
ถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย				
เคย	1			
ไม่เคย	6.99	1.47	33.20	0.014*
การติดป้ายโฆษณา				
ไม่ติด	1			
ติด	3.52	1.66	7.46	0.612
ขายแบบให้บริการตัวเอง				
ไม่ทำ	1			
ทำ	15.25	1.97	117.98	0.009*
สอบถามอายุของผู้ซื้อก่อนขาย				
สอบถาม	1			
ไม่สอบถาม	7.32	1.74	30.81	0.007*
ขอดูบัตรของผู้ซื้อ				
ขอดูบัตร	1			
ไม่ขอดูบัตร	13.51	3.16	57.70	0.001*
วางโชว์ ณ จุดขาย				
ไม่วางโชว์	1			
วางโชว์	54.11	7.49	390.82	0.001*

Constant value = 10.715, Pseudo R^2 (Nagelkerke R^2) =0.737

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 พบว่าผลจากการวิเคราะห์มีตัวแปรอิสระจำนวน 11 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนและเมื่อนำมาวิเคราะห์พบว่ามี 7 ตัวแปรที่ทำนายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ (OR_{Adjust}=7.73, 95% CI: 1.32-45.12, p-value=0.023) การแสดงป้ายร้านค้านี้ไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน (OR_{Adjust}=15.26, 95% CI: 2.75-84.49, p-value=0.002) การถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย (OR_{Adjust}=6.99, 95% CI:1.47-33.20, p-value=0.014) การขายแบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง (OR_{Adjust}=15.25, 95% CI: 1.97-117.98, p-value=0.009) การสอบถามอายุของผู้ซื้อ (OR_{Adjus}=7.32, 95% CI: 1.74-30.81, p-value=0.007) การตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อ (OR_{Adjus}=13.51, 95% CI: 3.16-30.81,p-value=57.70) และวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขาย (OR_{Adjus}=54.11, 95% CI:7.49-390.82, p-value=0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยพบว่าผู้จำหน่ายเพศหญิงมีโอกาสขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าผู้จำหน่ายเพศชายคิดเป็น 7.73 เท่า ร้านที่ไม่มีป้ายเตือนไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี มีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านที่มีป้ายเตือนไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็น 15.26 เท่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่ไม่เคยถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายมีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่เคยถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายคิดเป็น 6.99 เท่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่ขายแบบให้ลูกค้าบริการตัวเองมีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่ขายแบบไม่ให้ลูกค้าบริการตัวเองคิดเป็น 15.25 เท่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่ไม่สอบถามอายุของผู้ซื้อมีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สอบถามอายุของผู้ซื้อคิดเป็น 7.32 เท่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่ไม่ขอดูบัตรประชาชนของผู้ซื้อมีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขอดูบัตรประชาชนของผู้ซื้อคิดเป็น 13.51 เท่า และร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขายมีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่วางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขายคิดเป็น 54.11 เท่า ทั้ง 7 ตัวแปรอิสระนี้สามารถร่วมกันทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ร้อยละ 73.7 (Pseudo R^2=0.737) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้นักเรียน นักศึกษา

ตาราง 29 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียน นักศึกษา

ข้อมูลทั่วไป	ภาพรวม (n=400)		มัธยมศึกษา (n=191)		อาชีวศึกษา (n=87)		อุดมศึกษา (n=122)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ **(n=400)**								
ชาย	197	49.3	79	41.4	60	69.0	58	47.5
หญิง	203	50.8	112	58.6	27	31.0	64	52.5
อายุ (ปี) **(n=400)**								
16	59	14.8	51	26.7	6	6.9	0	0.0
17	93	23.3	77	40.3	12	13.8	0	0.0
18	88	22.0	53	27.7	8	9.2	27	22.1
19	46	11.5	10	5.2	23	26.4	13	10.7
20	59	14.8	0	0.0	33	37.9	26	21.3
21	22	5.5	0	0.0	3	3.4	19	15.6
22	27	6.8	0	0.0	2	2.3	25	20.5
23	6	1.5	0	0.0	0	0.0	12	9.8
อายุต่ำสุด 16 ปี อายุสูงสุด 23 ปี อายุเฉลี่ย 18.39 ปี								
รายได้ที่ได้รับต่อเดือน								
น้อยกว่า 2,000 บาท	63	15.8	34	17.8	14	16.1	15	12.3
2,001 – 3,000 บาท	125	31.2	53	27.7	30	34.5	32	26.2
3,001 – 4,000 บาท	105	26.2	53	27.7	27	31.0	35	28.7
มากกว่า 4,000 บาท	107	26.8	51	26.7	16	18.4	40	32.8
การดื่มของสมาชิกในบ้าน (ตอบได้หลายข้อ)								
พ่อ	244	61.0	107	43.9	60	24.6	77	31.6
ญาติ	134	33.5	67	50.0	22	16.4	45	33.6
พี่	109	27.3	53	48.6	24	22.0	32	29.4
แม่	95	23.8	48	50.5	17	17.9	30	31.6
น้อง	70	17.5	28	40.0	19	27.1	23	32.9
การดื่มของเพื่อนสนิท								
ดื่ม	322	80.5	153	80.1	74	85.1	95	77.9
ไม่ดื่ม	78	19.5	38	19.9	13	14.9	27	22.1

ตาราง 29 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียน นักศึกษา (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ภาพรวม (n=400)		มัธยมศึกษา (n=191)		อาชีวศึกษา (n=87)		อุดมศึกษา (n=122)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พักอาศัยขณะกำลังศึกษา								
บ้านของตนเอง	172	43.0	133	69.6	14	16.1	25	20.5
บ้านญาติ	67	16.8	53	27.7	13	14.9	1	0.8
บ้านเช่า/ห้องเช่า	44	11.0	5	2.6	21	24.1	18	14.8
หอพักในมหาวิทยาลัย	10	2.5	0	0.0	1	1.1	9	7.4
หอพักนอกมหาวิทยาลัย	107	26.8	0	0.0	38	43.7	69	56.9
ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา								
มี	223	55.8	115	60.2	43	49.4	65	53.3
ไม่มี	177	44.3	76	39.5	44	50.6	57	46.7
ระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษา (n = 223)								
ต่ำกว่า 300 เมตร	84	21.0	39	33.9	23	53.5	22	33.8
300 – 500 เมตร	78	19.5	41	35.7	8	18.6	29	44.6
มากกว่า 500 เมตร	61	15.3	35	30.4	12	27.9	14	21.5
ระยะห่างต่ำสุด 50 เมตร ระยะห่างสูงสุด 2,000 เมตร ระยะห่างเฉลี่ย 521.08 เมตร								

จากตาราง 29 ในภาพรวมพบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 50.8 เพศชายร้อยละ 49.3 อายุเฉลี่ย 18.39 ปี มีอายุ 17 ปี ร้อยละ 23.3 รองลงมามีอายุ 18 ปี ร้อยละ 22.0 กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 47.8 รองลงมากำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30.5 มีรายได้เฉลี่ย 3,712.75 บาท/เดือน มีรายได้ 2,001–3,000 บาท ร้อยละ 31.2 รองลงมามีรายได้มากกว่า 4,000 บาท ร้อยละ 26.8 พักอาศัยที่บ้านของตนเองในขณะที่กำลังศึกษา ร้อยละ 43.0 รองลงมาพักอาศัยที่หอพักนอกมหาวิทยาลัย ร้อยละ 26.8 สมาชิกในบ้านที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นพ่อ ร้อยละ 61.0 รองลงมาคือญาติ ร้อยละ 33.5 มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 80.5 มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา ร้อยละ 55.8 ระยะห่างเฉลี่ยของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษา 521.08 เมตร มีระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษาต่ำกว่า 300 เมตร ร้อยละ 21.0 และเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ตามระดับการศึกษา พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาจำนวน 191 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.6 เพศชาย ร้อยละ 41.4 มีอายุ 17 ปี ร้อยละ 40.3 มีรายได้ 2,001–3,000 บาท และ 3,001–4,000 บาท ร้อยละ 27.7 พักอาศัยที่บ้านของตนเองในขณะที่กำลังศึกษา ร้อยละ 69.6 สมาชิกในบ้านที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นพ่อ ร้อยละ 43.9 มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 80.1 พบ

ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา ร้อยละ 60.2 มีระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษา 300–500 เมตร ร้อยละ 35.7

กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับอาชีวศึกษาจำนวน 87 คน เป็นเพศชาย ร้อยละ 69.0 เพศหญิง ร้อยละ 31.0 มีอายุ 20 ปี ร้อยละ 37.9 มีรายได้ 2,001–3,000 บาท ร้อยละ 34.5 พักอาศัยที่หอพักนอกวิทยาลัยในขณะที่กำลังศึกษา ร้อยละ 43.7 สมาชิกในบ้านที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นพ่อ ร้อยละ 24.6 มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 85.1 พบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา ร้อยละ 49.4 มีระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษาต่ำกว่า 300 เมตร ร้อยละ 53.5

กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาจำนวน 122 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.5 เพศหญิง ร้อยละ 47.5 มีอายุ 18 ปี ร้อยละ 22.1 มีรายได้มากกว่า 4,000 บาท ร้อยละ 32.8 พักอาศัยที่หอพักนอกมหาวิทยาลัยในขณะที่กำลังศึกษา ร้อยละ 56.9 สมาชิกในบ้านที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นพ่อ ร้อยละ 33.6 มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 77.9 พบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา ร้อยละ 53.3 มีระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษาต่ำกว่า 300–500 เมตร ร้อยละ 44.6

ตาราง 30 จำนวนและร้อยละของการพบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ

ข้อมูลทั่วไป	ภาพรวม (n=400)		มัธยมศึกษา (n=191)		อาชีวศึกษา (n=87)		อุดมศึกษา (n=122)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ								
พบมาก	87	21.8	56	29.3	13	14.9	18	14.8
พบน้อย	167	41.8	78	40.8	33	37.9	56	45.9
ไม่พบเลย	146	36.5	57	29.8	41	47.1	48	39.3
ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย ในสถานบันเทิง								
ไม่เคยพบเลย	65	16.3	33	17.3	11	12.6	21	17.2
พบเห็นนานๆ ครั้ง	203	50.8	95	49.7	43	49.4	65	53.3
พบเห็นบ่อยๆ	100	25.0	50	26.2	27	31.0	23	18.9
พบเห็นทุกครั้ง	32	8.0	13	6.8	6	6.9	13	10.7
ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย ในห้างสรรพสินค้า								
ไม่เคยพบเลย	174	43.5	92	48.2	36	41.4	46	37.7
พบเห็นนานๆ ครั้ง	116	29.0	65	34.0	24	27.6	27	22.1
พบเห็นบ่อยๆ	59	14.8	13	6.8	22	25.3	24	19.7
พบเห็นทุกครั้ง	51	12.8	21	11.0	5	5.7	25	20.5

ตาราง 30 จำนวนและร้อยละของการพบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ภาพรวม (n=400)		มัธยมศึกษา (n=191)		อาชีวศึกษา (n=87)		อุดมศึกษา (n=122)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาเคยพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์								
ไม่เคยพบเลย	177	44.3	83	43.5	40	46.0	54	44.3
พบเห็นนานๆ ครั้ง	149	37.3	71	37.2	33	37.9	45	36.9
พบเห็นบ่อยๆ	26	6.5	21	11.0	3	3.4	2	1.6
พบเห็นทุกครั้ง	48	12.0	16	8.4	11	12.6	21	17.2
ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการรณรงค์ห้ามดื่ม ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ								
พบมาก	147	36.8	70	36.6	23	26.4	54	44.3
พบน้อย	201	50.3	94	49.2	53	60.9	54	44.3
ไม่พบเลย	52	13.0	27	14.1	11	12.6	14	11.5

จากตาราง 30 ในภาพรวมพบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 63.6 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ร้อยละ 83.8 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฟรีในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 56.6 พบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 55.8 และพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการรณรงค์ห้ามดื่ม ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 87.1 และเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ตามระดับการศึกษา พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 70.1 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ร้อยละ 82.7 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ร้อยละ 51.8 พบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 56.6 และพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการรณรงค์ห้ามดื่ม ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 85.8

กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับอาชีวศึกษาพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 85.0 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ร้อยละ 87.3 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย ร้อยละ 58.6 พบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 53.9 และพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการรณรงค์ห้ามดื่ม ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 87.3

กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 85.2 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ร้อยละ 82.9 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย ร้อยละ 62.3 พบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ ร้อยละ 55.7 และพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการรณรงค์ห้ามดื่ม ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 88.6

ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 31 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ภาพรวม (n=337)		มัธยมศึกษา (n=166)		อาชีวศึกษา (n=81)		อุดมศึกษา (n=90)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n=400)								
ดื่ม	337	84.3	166	86.9	81	93.1	90	73.8
ไม่ดื่ม	63	15.8	25	13.1	6	6.9	32	26.2
อายุที่ดื่มครั้งแรก (ปี)								
10 – 15 ปี	132	33.0	44	26.5	39	48.1	49	54.4
16 – 20 ปี	203	50.8	120	72.3	42	51.9	41	45.6
มากกว่า 20 ปี	2	0.5	2	1.2	0	0.0	0	0.0
อายุต่ำสุด 11 ปี อายุสูงสุด 21 ปี อายุเฉลี่ย 16.37 ปี								
ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มครั้งแรก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
เบียร์	146	36.5	62	36.3	42	49.4	42	47.2
เหล้า	81	20.3	40	23.4	19	22.4	22	24.7
สปาย/ไวน์คูลเลอร์	64	16.0	41	24.0	7	8.2	16	18.0
เหล้าขาว	28	7.0	13	7.6	11	12.9	4	4.5
เหล้าปั่น	18	4.5	14	8.2	1	1.2	3	3.4
ไวท์	5	1.3	0	0.0	3	3.5	2	2.2
ยาดองเหล้า	3	0.8	1	0.6	2	2.4	0	0.0
เหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก								
อยากลองรสชาติ	176	44.0	88	53.0	40	49.4	48	53.3
กลุ่มเพื่อนที่ดื่มชักชวน	105	26.3	51	30.7	29	35.8	25	27.8
เพื่อเข้าสังคม	24	6.0	9	5.4	7	8.6	8	8.9
มีทุกข์หนัก	13	3.3	6	3.6	3	3.7	4	4.4
ผ่อนคลายจากการเรียน	10	2.5	4	2.4	2	2.5	4	4.4
เข้าร่วมกิจกรรมรับน้อง	8	2.0	7	4.2	0	0.0	1	1.1
ผู้ใหญ่/พ่อแม่ให้ทดลอง	1	0.3	1	0.6	0	0.0	0	0.0

ตาราง 31 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ต่อ)

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ภาพรวม (n=337)		มัธยมศึกษา (n=166)		อาชีวศึกษา (n=81)		อุดมศึกษา (n=90)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มเป็นประจำในรอบ 1 ปี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
เบียร์	205	51.3	98	35.1	54	33.8	53	28.6
เหล้า	192	48.0	95	34.1	45	28.1	52	28.1
สปาย/ไวน์คูลเลอร์	70	17.5	36	12.9	9	5.6	25	13.5
เหล้าปั่น	59	14.8	27	9.7	14	8.8	18	9.7
เหล้าขาว	47	11.8	16	5.7	15	9.4	16	8.6
ยาดองเหล้า	39	9.8	4	1.4	19	11.9	16	8.6
ไวท์	12	3.0	3	1.1	4	2.5	5	2.7
ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 1 ปี								
ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)	28	7.0	4	2.4	4	4.9	20	22.2
เกือบทุกวัน (5-6 วัน/สัปดาห์)	21	5.3	9	5.4	9	11.1	3	3.3
วันเว้นวัน (3-4 วัน/สัปดาห์)	56	14.0	8	4.8	4	4.9	3	3.3
ทุกสัปดาห์ (1-2 วัน/สัปดาห์)	57	14.3	22	11.3	9	11.1	11	12.2
ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน)	63	15.8	40	24.1	14	17.3	9	10.0
นานๆ ครั้ง 8-11 วัน/ปี	42	10.5	25	15.1	14	17.3	16	17.8
นานๆ ครั้ง 4-7 วัน/ปี	15	3.8	25	15.1	13	16.0	18	20.0
นานๆ ครั้ง 1-3 วัน/ปี	55	13.8	33	19.9	14	17.3	10	11.1
ค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์/ครั้ง								
ต่ำกว่า 100 บาท	72	18.0	29	17.5	19	23.5	24	26.7
100 – 200 บาท	181	45.3	91	54.8	44	54.3	46	51.1
201 – 300 บาท	38	9.5	22	13.3	7	8.6	9	10.0
301 – 400 บาท	20	5.0	10	6.0	4	4.9	6	6.7
401 – 500 บาท	11	2.8	4	2.4	5	6.2	2	2.2
มากกว่า 500 บาท	15	3.8	10	6.0	2	2.5	3	3.3

ตาราง 31 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ต่อ)

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ภาพรวม (n=337)		มัธยมศึกษา (n=166)		อาชีวศึกษา (n=81)		อุดมศึกษา (n=90)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิธีการได้มาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
รวมเงินกับเพื่อนๆ	271	50.1	137	52.1	61	46.6	73	49.7
ซื้อด้วยเงินส่วนตัว	132	24.4	62	23.6	35	26.7	35	23.8
ดื่มฟรีในงานเลี้ยง	85	15.7	39	14.8	20	15.3	26	17.7
ขอเพื่อน/คนรู้จัก	53	9.8	25	9.5	15	11.5	13	8.8
โอกาสในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n=327)								
ดื่มในวงเหล้าของเพื่อน	235	58.8	120	73.2	52	69.3	63	71.6
งานเลี้ยงสังสรรค์ทั่วไป	49	12.3	26	15.9	15	20.0	8	9.1
ดื่มกับคนในครอบครัว	28	7.0	7	4.3	6	8.0	15	17.0
ดื่มในงานบุญประเพณี	6	1.5	4	2.4	1	1.3	1	1.1
ดื่มคนเดียว	9	2.3	7	4.3	1	1.1	1	2.8
บุคคลที่มักดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกับท่าน (n=327)								
เพื่อน	293	89.6	144	87.3	70	87.5	79	85.9
แฟน / คนรัก	24	7.2	16	9.7	3	3.8	5	5.4
ดื่มคนเดียว	15	4.5	4	2.4	5	6.3	6	6.5
คนในครอบครัว	5	1.4	1	0.6	2	2.5	2	2.2
ช่วงเวลาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์								
ช่วงเช้า (06.00–11.59)	16	4.7	7	4.3	2	2.5	7	7.4
ช่วงกลางวัน (12.00–16.59)	19	5.6	2	1.2	8	10.0	9	9.6
ช่วงเย็น (17.00–23.59)	261	77.4	132	81.0	58	72.5	71	75.5
ช่วงดึก (24.00–05.59)	41	12.3	22	13.5	12	15.0	7	7.4
สถานที่ที่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
ที่พักของเพื่อน	183	45.8	67	19.5	53	29.0	63	27.9
สถานบันเทิง	127	31.8	68	19.8	24	13.1	35	15.5
บ้านตนเอง	106	26.5	55	16.0	24	13.1	27	11.9
หอพัก	92	23.0	36	10.5	25	13.7	31	13.7
สถานที่ท่องเที่ยว	57	14.3	31	9.0	12	6.6	14	6.2
ร้านอาหาร	51	12.8	28	8.1	5	2.7	18	8.0
ร้านจำหน่ายอาหาร	45	11.3	10	2.9	16	8.7	19	8.4
สวนสาธารณะ	25	6.3	18	5.2	6	3.3	1	0.4
บนยานพาหนะ	24	6.0	9	2.6	2	1.1	13	5.8
สนามกีฬา	35	8.8	19	5.5	14	7.7	2	0.9
ที่พักของแฟน / คนรัก	11	2.8	3	0.9	2	1.1	3	1.3

ตาราง 31 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ต่อ)

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ภาพรวม (n=337)		มัธยมศึกษา (n=166)		อาชีวศึกษา (n=81)		อุดมศึกษา (n=90)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
ดื่มเพื่อความสนุกสนาน	236	59.0	116	32.1	55	27.6	65	27.9
เข้าสังคม	189	47.3	91	25.2	48	24.1	50	21.5
บรรเทาความทุกข์	143	35.8	70	19.4	33	16.6	40	17.2
เครื่องดื่มใหม่ๆให้เลือก	85	21.3	39	10.8	20	10.1	26	11.2
ราคาเหมาะสมที่ซื้อได้	69	17.3	21	5.8	22	11.1	26	11.2
รสชาติและส่วนผสม	54	13.5	21	5.8	17	8.5	16	6.9
เกิดอาการผิดปกติ	17	4.3	3	0.8	4	2.0	10	4.3

ข้อมูลพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากตาราง 31 พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 84.3 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 86.9 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 93.1 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 73.8

อายุที่เริ่มดื่มครั้งแรก พบว่าในภาพรวมเยาวชนเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่อมีอายุเฉลี่ย 16.37 ปี อายุต่ำสุด 11 ปี อายุสูงสุด 21 ปี เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่อมีเฉลี่ย 15.24 ปี อายุต่ำสุด 11 ปี อายุสูงสุด 17 ปี นักเรียนระดับอาชีวศึกษาเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่อมีเฉลี่ย 16.79 ปี อายุต่ำสุด 13 ปี อายุสูงสุด 18 ปี นักศึกษาระดับอุดมศึกษาดื่มเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่อมีอายุเฉลี่ย 16.37 ปี อายุต่ำสุด 11 ปี อายุสูงสุด 17 ปี

ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มครั้งแรก พบว่าในภาพรวมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เยาวชนดื่มครั้งแรกคือ เบียร์ ร้อยละ 36.5 รองลงมาเหล้า ร้อยละ 20.3 สปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 16.0 และเหล้าขาว ร้อยละ 7.0 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาดื่มครั้งแรก คือ เบียร์ ร้อยละ 36.3 รองลงมาดื่มสปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 24.0 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาดื่มครั้งแรก คือ เบียร์ ร้อยละ 49.4 รองลงมาดื่มเหล้า ร้อยละ 22.4 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาดื่มครั้งแรก คือ เบียร์ ร้อยละ 47.2 รองลงมาดื่มเหล้า ร้อยละ 24.7

เหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก พบว่าในภาพรวมส่วนใหญ่มีเหตุผลในการดื่มครั้งแรกคือ อยากลองรสชาติ ร้อยละ 44.0 รองลงกลุ่มเพื่อนที่ดื่มชักชวน ร้อยละ 26.3 เพื่อเข้าสังคม ร้อยละ 6.0 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษามีเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก คือ อยากลองรสชาติ ร้อยละ 53.0 รองลงกลุ่มเพื่อนที่ดื่มชักชวน

ร้อยละ 30.7 นักเรียนระดับอาชีวศึกษามีเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก คือ อยากลองรสชาติ ร้อยละ 49.4 รองลงกลุ่มเพื่อนที่ดื่มชักชวน ร้อยละ 35.8 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก คือ อยากลองรสชาติ ร้อยละ 53.3 รองลงกลุ่มเพื่อนที่ดื่มชักชวน ร้อยละ 27.8

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เยาวชนดื่มเป็นประจำ พบว่าในภาพรวมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เยาวชนดื่มเป็นประจำคือ เบียร์ ร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 48.0 สปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 17.5 และเหล้าปั่น ร้อยละ 14.8 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาดื่มเป็นประจำ คือ เบียร์ ร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 34.1 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาดื่มเป็นประจำ คือ เบียร์ ร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 28.1 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาดื่มเป็นประจำ คือ เบียร์ ร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 28.1

ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) ร้อยละ 15.8 รองลงมาทุกสัปดาห์ (1 -2 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 14.3 และวันเว้นวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 14.0 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) ร้อยละ 24.1 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) ร้อยละ 17.3 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 22.2

ค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 100–200 บาท/ครั้ง ร้อยละ 45.3 รองลงมาต่ำกว่า 100 บาท ร้อยละ 18.0 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษามีค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 100–200 บาท/ครั้ง ร้อยละ 54.8 นักเรียนระดับอาชีวศึกษามีค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 100–200 บาท/ครั้ง ร้อยละ 54.3 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามีค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 100–200 บาท/ครั้ง ร้อยละ 51.1

วิธีการได้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนได้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาโดยการรวมเงินกับเพื่อนๆ ร้อยละ 67.8 รองลงมาซื้อด้วยเงินส่วนตัว ร้อยละ 33 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาได้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาโดยการรวมเงินกับเพื่อนๆ ร้อยละ 52.1 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาได้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาโดยการรวมเงินกับเพื่อนๆ ร้อยละ 46.6 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาได้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาโดยการรวมเงินกับเพื่อนๆ ร้อยละ 49.7

โอกาสในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสดื่มกับเพื่อน/ดื่มในวงเหล้าของเพื่อนร้อยละ 58.8 รองลงมาร่วมงานเลี้ยงหรืองานสังสรรค์ ร้อยละ 12.3 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสดื่มกับเพื่อน/ดื่มในวงเหล้าของเพื่อนร้อยละ 73.2 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาดื่มในโอกาสดื่มกับเพื่อน/ดื่มในวงเหล้าของเพื่อนร้อยละ 69.3 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาดื่มในโอกาสดื่มกับเพื่อน/ดื่มในวงเหล้าของเพื่อนร้อยละ 71.6

บุคคลที่เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย พบว่าในภาพรวมบุคคลที่เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยเป็นเพื่อน ร้อยละ 86.9 รองลงมากับแฟน/คนรัก ร้อยละ 7.2 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษามีบุคคลที่มักดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยเป็น

เพื่อน ร้อยละ 87.3 นักเรียนระดับอาชีวศึกษามักดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยเป็นเพื่อน ร้อยละ 87.5 นักศึกษาระดับอุดมศึกษามักดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยเป็นเพื่อน ร้อยละ 85.9

ช่วงเวลาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมช่วงเวลาที่เยาวชนส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ช่วงเย็น (17.00 – 23.59 น.) ร้อยละ 77.4 รองลงมาช่วงดึก (24.00–05.59 น.) ร้อยละ 12.3 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาดื่มช่วงเย็น (17.00–23.59 น.) ร้อยละ 81.0 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาดื่มช่วงเย็น (17.00–23.59 น.) ร้อละ 72.5 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาดื่มช่วงเย็น (17.00–23.59 น.) ร้อยละ 72.5

สถานที่ที่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมสถานที่ที่เยาวชนนิยมดื่มคือที่พักของเพื่อน ร้อยละ 45.8 รองลงมาดื่มที่สถานบันเทิง ร้อยละ 31.8 บ้านของตนเอง ร้อยละ 26.5 และหอพัก ร้อยละ 23.0 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าสถานที่ที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษานิยมไปดื่มคือสถานบันเทิง ร้อยละ 19.8 สถานที่ที่นักเรียนระดับอาชีวศึกษานิยมไปดื่มคือที่พักของเพื่อน ร้อยละ 29.0 สถานที่ที่นักศึกษาระดับอุดมศึกษานิยมไปดื่มคือที่พักของเพื่อน ร้อยละ 27.9

เหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนดื่มคือดื่มเพื่อความสนุกสนาน ร้อยละ 59.0 รองลงมาคือสร้างโอกาสในการเข้าสังคม/ดื่มเพื่อเข้าสังคม ร้อยละ 47.3 และบรรเทาความทุกข์ ความเครียดต่างๆ ร้อยละ 35.8 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษามีเหตุผลในการดื่มคือเพื่อความสนุกสนาน ร้อยละ 32.1 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาดื่มเพื่อความสนุกสนาน ร้อยละ 27.6 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาดื่มเพื่อความสนุกสนาน ร้อยละ 27.9

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มพบว่าเยาวชนมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณทั้งเรื่องชนิด ปริมาณ เหตุผล โอกาส บุคคลที่ดื่มด้วยและสถานที่ได้ผลดังนี้

“...ไม่แน่ใจนะครับว่าดื่มครั้งแรกตอนอายุเท่าไหร่ แต่น่าจะประมาณ 11-12 นี้แหละ ครั้งแรกลองดื่มเบียร์กับเพื่อนๆ ครับ...”

(เยาวชนชาย อำเภอเมือง)

“...ตอนนั้นกินกับเพื่อนๆ ก็ชวนๆ กัน ส่วนใหญ่ก็จะเน้นที่เหล้ากับเบียร์ ส่วนใหญ่กินกันที่บ้านของเพื่อน...”

(เยาวชนชาย อำเภอพิชัย)

“...ตอนนั้นเพื่อนลองให้กินสปาย เพราะว่ามันไม่ค่อยขม ก็เลยลองกินดู...”

(เยาวชนหญิง อำเภอท่าปลา)

“...ส่วนใหญ่ก็จะกินเหล้ากับเบียร์ครับ เพราะมันถูกดีหาซื้อได้ง่าย บ้างทีก็กินบ้านเพื่อน บางทีก็ชวนเพื่อนๆ มากินที่บ้าน...”

(เยาวชนชาย อำเภอเมือง)

ตาราง 32 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ภาพรวม (n=337)		มัธยมศึกษา (n=166)		อาชีวศึกษา (n=81)		อุดมศึกษา (n=90)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์								
เคยซื้อและซื้อได้	239	59.8	110	66.7	63	78.8	66	73.3
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้	40	10.0	18	10.9	7	8.5	15	16.7
ไม่เคยซื้อ	58	14.5	37	22.4	12	14.6	9	10.0
ความถี่ในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 1 ปี (n=279)								
ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)	12	3.0	1	0.8	4	5.7	7	8.6
เกือบทุกวัน(5-6วัน/สัปดาห์)	13	3.3	2	1.6	4	5.7	7	8.6
วันเว้นวัน (3-4 วัน/สัปดาห์)	11	2.8	2	1.6	5	7.1	4	4.9
ทุกสัปดาห์(1-2วัน/สัปดาห์)	47	11.8	16	12.5	11	15.7	20	24.7
ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน)	71	17.8	40	31.3	17	24.3	14	17.3
นานๆครั้ง 8-11 วัน/ปี	54	13.5	28	21.9	11	15.7	15	18.5
นานๆครั้ง 4-7 วัน/ปี	31	7.8	18	14.1	7	10.0	6	7.4
นานๆ ครั้ง 1-3 วัน/ปี	40	10.0	21	16.4	11	15.7	8	9.9
สาเหตุที่ไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประจำบ่อยๆ (n=279) ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ								
เดินทางสะดวก	180	64.5	89	27.8	44	26.8	47	25.4
ใกล้ที่พัก	155	55.6	69	21.6	38	23.2	50	27.0
ราคาถูก	96	34.4	38	11.9	29	17.7	29	15.7
เป็นร้านประจำ	99	35.5	47	14.7	23	14.0	29	15.7
การโฆษณาการขาย	46	16.5	22	6.9	12	7.3	12	6.5
มีสินค้าจำหน่ายตลอดเวลา	57	20.4	35	10.9	12	7.3	10	5.4
มีคนแนะนำ	34	12.2	20	6.3	6	3.7	8	4.3
ในช่วง 12 เดือนสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จาก (n=279) ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ								
ร้านขายเครื่องดื่ม	155	55.6	74	21.2	39	23.8	42	18.8
ร้านสะดวกซื้อ (7–eleven)	141	50.5	73	20.9	29	17.7	39	17.5
โชวห่วย/ขายของชำ/ร้านค้าในหมู่บ้าน	139	49.8	70	20.1	32	19.5	37	16.6
สถานบันเทิง ผับ	85	30.5	43	12.3	17	10.4	25	11.2
ร้านเหล้าปั่น	71	25.4	27	7.7	12	7.3	32	14.3
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	63	22.6	30	8.6	14	8.5	19	8.5
ร้านค้าในปั้มน้ำมัน	46	16.5	23	6.6	11	6.7	12	5.4
สวนสาธารณะ	25	9.0	5	1.4	8	4.9	12	5.4
ร้านอาหารและภัตตาคาร	11	3.9	4	1.1	2	1.2	5	2.2

ตาราง 32 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ต่อ)

พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ภาพรวม (n=337)		มัธยมศึกษา (n=166)		อาชีวศึกษา (n=81)		อุดมศึกษา (n=90)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n=279) ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ								
เดิน	141	50.5	45	29.0	35	36.8	61	46.9
รถจักรยานยนต์	215	77.1	105	67.7	53	55.8	57	43.8
รถยนต์	24	8.6	5	3.2	7	7.4	12	9.2
เวลาที่ใช้เดินทางจากที่พักไปร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์								
1 – 5 นาที	76	27.2	38	30.2	20	30.3	18	20.7
6 – 10 นาที	127	45.5	53	42.1	33	50.0	41	47.1
11 – 15 นาที	41	14.7	21	16.7	7	10.6	13	14.9
16 – 20 นาที	17	6.1	9	7.1	4	6.1	4	4.6
21 – 25 นาที	8	2.9	2	1.6	1	1.5	5	5.7
26 – 30 นาที	6	2.2	2	1.6	1	1.5	3	3.4
มากกว่า 30 นาที	4	1.4	1	0.8	0	0.0	3	3.4
ในช่วง 12 เดือนเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา								
06.01 น. – 11.00 น.	23	8.2	8	6.7	4	6.0	11	12.0
11.01 น. – 14 .00 น.	32	11.5	5	4.2	5	7.5	22	23.9
14.01 น. – 17.00 น.	47	16.8	23	19.2	10	14.9	14	15.2
17.01 น. – 21.00 น.	90	32.3	45	37.5	19	28.4	26	28.3
21.01 น. – 24.00 น.	82	29.4	38	31.7	27	40.3	17	18.5
24.01 น. – 03.00 น.	4	1.4	0	0.0	2	3.0	2	2.2
03.01 น. – 06.00 น.	1	0.4	1	0.8	0	0.0	0	0.0
ในช่วง 30 วันที่ผ่านมามีผู้จำหน่ายปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื่องจากอายุไม่ถึงเกณฑ์								
ไม่เคยซื้อ	42	15.1	12.0	14.1	12.0	13.8	18.0	16.8
ใช่ ทุกครั้ง	34	12.2	13.0	15.3	9.0	10.3	12.0	11.2
ใช่ บางครั้ง	97	34.8	29.0	34.1	33.0	37.9	35.0	32.7
ไม่ใช่	106	38.0	31.0	36.5	33.0	37.9	42.0	39.3

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากตาราง 32 พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 69.8 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ

66.7 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 78.8 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 73.3

ความถี่ในการซื้อ พบว่าในภาพรวมเยาวชนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกสัปดาห์ (1-2 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 17.8 รองลงมาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) ร้อยละ 13.5 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) ร้อยละ 31.3 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) ร้อยละ 24.3 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกสัปดาห์ (1-2 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 24.7

สาเหตุที่ไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประจำ พบว่าในภาพรวมเยาวชนส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประจำเนื่องจากเดินทางสะดวก ร้อยละ 64.5 รองลงมาใกล้ที่พัก ร้อยละ 55.6 และมีราคาถูก ร้อยละ 34.4 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประจำเนื่องจากเดินทางสะดวก ร้อยละ 27.8 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประจำเนื่องจากเดินทางสะดวก ร้อยละ 26.8 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประจำเนื่องจากใกล้ที่พัก ร้อยละ 27.0

สถานที่ซื้อเครื่องดื่มแลกอฮอล์ของเยาวชน พบว่าในภาพรวมเยาวชนส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายเครื่องดื่ม ร้อยละ 55.6 รองลงมาซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ (7–eleven)/แฟมมิลี่มาร์ท ร้อยละ 50.5 และซื้อที่โซวห่วย/ขายของชำ/ร้านค้าในหมู่บ้านร้อยละ 49.8 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายเครื่องดื่ม ร้อยละ 21.2 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายเครื่องดื่ม ร้อยละ 23.8 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายเครื่องดื่ม ร้อยละ 18.8

การเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้รถจักรยานยนต์ร้อยละ 77.1 รองลงมาใช้วิธีการเดิน ร้อยละ 50.5 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาไปซื้อโดยรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 67.7 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาไปซื้อโดยรถจักรยานยนต์ร้อยละ 55.8 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาไปซื้อโดยการเดินร้อยละ 46.9

เวลาที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนส่วนใหญ่ใช้เวลาเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 6–10 นาที ร้อยละ 45.5 รองลงมาใช้เวลาประมาณ 1–5 นาที ร้อยละ 27.2 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาใช้เวลาเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 6–10 นาที ร้อยละ 42.1 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาใช้เวลาเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 6–10 นาที ร้อยละ 50.0 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาใช้เวลาเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 6–10 นาที ร้อยละ 47.1

เวลาที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 17.01 น.– 21.00 น. ร้อยละ 32.2 รองลงมาซื้อในเวลา 21.01 น.–24.00 น. ร้อยละ 29.4 ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาตั้งแต่ 24.00-11.00 น. หรือ 14.00-17.00 น. เคยซื้อและซื้อได้ ร้อยละ 21.5 และ 16.8 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 17.01 น.–21.00 น. ร้อยละ 37.5 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาซื้อ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 21.01 น.–24.00 น. ร้อยละ 40.3 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 17.01 น.–21.00 น. ร้อยละ 28.3

การปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าในภาพรวมเยาวชนพบผู้จำหน่ายจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนโดยไม่สนใจว่าอายุถึงเกณฑ์ ร้อยละ 38.0 รองลงมาผู้จำหน่ายปฏิเสธไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนบางครั้งเนื่องจากอายุยังไม่ถึงเกณฑ์ ร้อยละ 34.8 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาเวลาไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้โดยไม่สนใจว่าไม่ถึงเกณฑ์กำหนด ร้อยละ 36.5 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาศึกษาเวลาไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้โดยไม่สนใจว่าไม่ถึงเกณฑ์กำหนด ร้อยละ 37.9 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาเวลาไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้โดยไม่สนใจว่าไม่ถึงเกณฑ์กำหนดร้อยละ39.3

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มพบว่าการเข้าถึงหรือการหาซื้อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเยาวชนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณทั้งในเรื่องของการเคยซื้อ ความสามารถในการเดินทางไปร้านค้า เวลาที่ใช้ในการเดินทาง สถานที่ที่สามารถหาซื้อได้และการเคยพบเห็นเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้ผลการดังนี้

“เคยไปซื้อได้ครับ 2-3 ครั้งครับ ไปซื้อที่ร้านขายของชำใกล้ๆ บ้านครับ”

(เยาวชนชาย อำเภอเมือง)

“ก็เคยไปซื้อครับ 1-2 ครั้ง ซื้อร้านขายของแถวๆ บ้าน หรือไม่ก็ใน 7 ครับ หาซื้อไม่ยาก”

(เยาวชนชาย อำเภอเมือง)

“ในหมู่บ้านก็มีร้านขายเหล้า ขายเบียร์อยู่หลายร้านครับ ใกล้ๆ นี้เองหาซื่อได้ง่าย”

(เยาวชนชาย อำเภอท่าปลา)

“ปกติก็ถ้าไปซื้อคนขายก็ขายให้ไม่ได้ถามอะไร เพราะเขารู้จักเรา”

(เยาวชนชาย อำเภอท่าปลา)

“หน้าหอพักก็มีร้านขายเหล้า หลายร้านอยู่ครับเดินไปใกล้นี้เอง”

(เยาวชนชาย อำเภอเมือง)

“หน้า ม. ก็มี 7 (เซเว่น อีเลฟเว่น) ครับ เดินข้ามถนนไปก็ซื้อได้แล้วครับ”

(เยาวชนชาย อำเภอเมือง)

ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 33 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	$\bar{x}$	S.D.	การเข้าถึงและหาซื้อ
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้จะบอกถึงพิษภัยและอันตรายที่เกิดจากการดื่มก่อนขาย	39 9.8	50 12.3	49 12.3	129 32.3	2.00	1.12	ต่ำ
2	สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตั้งแต่ร้านเปิดจนถึงร้านปิด	46 11.5	90 22.5	1.7 26.8	24 6.0	2.59	0.87	ปานกลาง
3	สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แม้จะใส่เครื่องแบบนักเรียนนักศึกษา	25 6.3	35 8.8	41 10.3	166 41.5	1.70	1.01	ต่ำ
4	เคยถูกปฏิเสธการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผู้จำหน่าย	19 4.8	44 11.0	78 19.5	126 31.5	1.84	0.94	ต่ำ
5	สามารถค้างจ่ายค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ถ้ามีเงินไม่พอ	15 3.8	29 7.3	51 12.8	172 43.0	1.58	0.89	ต่ำ
6	สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ที่หอพักหรือร้านค้ารอบๆ หอพักได้	40 10.0	74 18.5	91 22.8	62 15.5	2.34	0.99	ปานกลาง
7	สามารถเรียกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หลังจากที่ร้านปิดหรือกลางดึกได้	15 3.8	40 10.0	70 17.5	142 35.5	1.73	0.91	ต่ำ
8	สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แม้จะมีอาการมึนเมาหรือครองสติไม่ได้	23 5.8	44 11.0	79 19.8	121 30.3	1.88	0.97	ต่ำ
9	มีเงินไม่พอซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้จำหน่ายจะเสนอแบ่งขายให้	19 4.8	33 8.3	40 10.0	175 43.8	1.61	0.95	ต่ำ
	รวม					**1.92**	**0.96**	**ต่ำ**

จากตาราง 33 พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{x}$ =1.92, S.D.=0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเรื่องที่เยาวชนสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตั้งแต่ร้านเปิดจนถึงร้านปิด ($\bar{x}$ =2.59, S.D.=0.87) และสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ที่หอพักหรือร้านค้ารอบๆหอพักได้ ($\bar{x}$ =2.34, S.D.=0.99)

ตาราง 34 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	$\bar{x}$	S.D.	การเข้าถึงและหาซื้อ
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ดื่มในงานสังสรรค์ของโรงเรียน/มหาวิทยาลัย	15 3.8	19 14.8	59 14.8	174 43.5	1.53	0.85	ต่ำ
2	ดื่มที่ร้านขายอาหารใกล้ๆโรงเรียน/มหาวิทยาลัย	15 3.8	35 8.8	56 14.0	161 40.3	1.64	0.91	ต่ำ
3	ดื่มที่ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้ๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	14 3.5	32 8.0	69 17.3	152 38.0	1.66	0.88	ต่ำ
4	ดื่มในที่พัก/หอพัก	23 5.8	74 18.5	122 30.5	48 12.0	2.27	0.85	ปานกลาง
5	รู้สึกอยากดื่มถ้าระหว่างทางไปเรียนผ่านร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	20 5.0	22 5.5	35 8.8	190 47.5	1.52	0.93	ต่ำ
	รวม					1.72	0.88	ต่ำ

จากตาราง 34 พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อดื่มโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{x}$ =1.72, S.D.=0.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเรื่องที่เยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง คือ ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่พัก/หอพัก ($\bar{x}$ =2.27, S.D.=0.85) และเรื่องที่อยู่ในระดับต่ำ คือ ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้ๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย ($\bar{x}$ =1.66, S.D.=0.88) และดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายอาหารใกล้ๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย ($\bar{x}$ =1.64, S.D.=0.91)

ตาราง 35 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการพบเห็นการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	การพบเห็นการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	$\bar{x}$	S.D.	การเข้าถึงและหาซื้อ
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ร้านที่ไปซื้อมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดวางจำหน่ายโดยตลอด	57 14.3	83 20.8	87 21.8	40 10.0	2.59	0.98	ปานกลาง
2	ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักวางไว้บนโต๊ะวางสินค้าที่มองเห็นได้	47 11.8	74 18.5	90 22.5	56 14.0	2.42	1.00	ปานกลาง
3	สามารถเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จุดขายได้ด้วยตนเอง	49 12.3	105 26.3	79 19.8	34 8.5	2.64	0.93	ปานกลาง
4	ร้านที่ไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีป้ายโฆษณาเหล้าเบียร์ ติดโชว์ที่ร้าน	55 13.8	75 18.8	94 23.5	43 10.8	2.53	0.99	ปานกลาง
5	ร้านที่ไปซื้อมักวางเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ปนๆ กับสินค้าอื่นๆ	32 8.0	50 12.5	111 27.8	74 18.5	2.15	0.96	ปานกลาง
	รวม					2.47	0.97	ปานกลาง

จากตาราง 35 พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างพบเห็นการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 2.47, S.D.=0.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการพบเห็นการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จุดขายได้ด้วยตนเอง ($\bar{x}$ =2.64, S.D.=0.93) รองลงมาคือร้านที่ไปซื้อจะมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดวางจำหน่ายโดยตลอด ($\bar{x}$ =2.59, S.D.=0.98) และร้านที่ไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีป้ายโฆษณาเหล้า เบียร์ติดโชว์ไว้ที่ร้าน ($\bar{x}$ =2.53, S.D.=0.99)

ตาราง 36 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการตรวจสอบอายุ

ข้อที่	การตรวจสอบอายุ	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	$\bar{x}$	S.D.	การเข้าถึงและหาซื้อ
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ถูกสอบถามอายุก่อนซื้อ	34	61	74	98	2.12	1.04	ปานกลาง
		8.5	15.3	18.5	24.5			
2	ถูกตรวจสอบบัตรประจำตัวประชาชนก่อนซื้อ	38	53	73	103	2.10	1.07	ปานกลาง
		9.5	13.3	18.3	25.8			
3	ถูกต่อว่าก่อนซื้อแต่ขายให้ด้วยความรำคาญ	16	38	48	165	1.64	1.93	ต่ำ
		4.0	9.5	12.0	41.3			
4	พบร้านที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป	74	84	69	40	2.72	1.03	ปานกลาง
		66.8	21.0	17.3	10.0			
	รวม					2.14	1.26	ปานกลาง

จากตาราง 36 พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างถูกตรวจสอบอายุโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.14, S.D.=1.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีการตรวจสอบอายุอยู่ในระดับปานกลาง คือ เห็นพบเห็นร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป ($\bar{x}$ =2.72, S.D.=1.03) รองลงมาคือถูกสอบถามอายุก่อนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($\bar{x}$ =2.12, S.D.=1.04) และถูกตรวจสอบบัตรประจำตัวประชาชนก่อนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($\bar{x}$ =2.10, S.D.=1.07)

ตาราง 37 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การรับรู้อยู่ในระดับสูง (12 – 15 คะแนน)	31	7.8
การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง (9 – 11 คะแนน)	136	34.0
การรับรู้อยู่ในระดับต่ำ (1 – 8 คะแนน)	233	58.3
รวม	**400**	**100**

จากตาราง 37 พบว่าการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 58.3 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 34.0 และระดับสูง ร้อยละ 7.8

ตาราง 38 จำนวนและร้อยละการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก		ตอบผิด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกจากเวลา11.00 – 14.00 น.และเวลา 17.00 น. – 24.00 น. ผิดกฎหมาย	191	47.8	209	52.3
2	สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้	332	83.0	68	17.0
3	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้	241	60.3	159	39.8
4	การเร่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเทศกาลงานต่างๆ ถือว่าผิดกฎหมาย	257	64.3	143	35.8
5	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วัด สถานที่ราชการ ผิดกฎหมาย	351	87.8	49	12.3
6	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้	369	92.3	31	7.8
7	สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สวนสาธารณะได้	101	25.3	299	74.8
8	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้นน้ำมันได้	85	21.3	315	78.8
9	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักได้	211	52.8	188	47.3
10	ห้ามมีการดื่มสุราบนรถ ทั้งคนขับและคนโดยสาร	336	84.0	64	16.0
11	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม	242	60.5	158	39.5
12	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันมาฆบูชา ผิดกฎหมาย	190	47.5	210	52.5
13	การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายในร้านค้าถือว่าผิดกฎหมาย	214	53.5	186	46.5
14	สามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้	57	14.3	343	85.8
15	มีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	319	79.8	81	20.3

จากตาราง 38 พบว่าการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนตอบถูกมากที่สุดในเรื่องไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้ ร้อยละ 92.3 รองลงมาการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วัด สถานที่ราชการ ผิดกฎหมาย ร้อยละ 87.8 ห้ามมีการดื่ม

สุราบนรถ ทั้งคนขับและคนโดยสาร ร้อยละ 84.0 และสามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้ ร้อยละ 83.0 ในส่วนการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนที่ตอบผิดมากที่สุด ในเรื่องสามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 85.8 รองลงมาในเรื่องสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้นน้ำมันได้ ร้อยละ 78.8 และในเรื่องสามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สวนสาธารณะได้ ร้อยละ 74.8

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาราง 39 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาและรูปลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	ราคาและรูปลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันเป็นราคาที่สามารถจะซื้อดื่มได้	23 5.8	147 36.8	164 41.0	54 13.5	12 3.0	3.29	0.87	ปานกลาง
2	แม้ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะปรับราคาขึ้นก็ยังคงที่จะซื้อดื่มต่อไป	23 5.8	107 26.8	164 41.0	53 13.3	53 13.3	2.99	1.07	ปานกลาง
3	ถ้ามีเงินมากขึ้นก็จะซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาดื่มในปริมาณมากขึ้น	28 7.0	68 17.0	120 30.0	118 29.5	66 16.5	2.69	1.14	ปานกลาง
4	เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้นจะดื่มในปริมาณที่น้อยลง	58 14.5	147 36.8	119 29.8	56 14.0	20 5.0	3.42	1.05	ปานกลาง
5	ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันเป็นราคาที่ท่านพึงพอใจ	22 5.5	84 21.0	157 39.3	91 22.8	46 11.5	2.86	1.04	ปานกลาง
6	ไม่เดือดร้อนที่จะต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	34 8.5	88 22.0	133 33.3	88 22.0	57 14.3	2.89	1.15	ปานกลาง
7	เหตุผลที่เลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดต่างๆ เพราะว่าภาชนะที่บรรจุสวยงาม แปลกและดึงดูด	11 2.8	92 23.0	156 39.0	88 22.0	53 13.3	2.80	1.02	ปานกลาง
8	เหตุผลที่เลือกดื่มเนื่องจากติดใจในรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	19 4.8	103 25.8	143 35.8	84 21.0	54 12.8	2.89	1.07	ปานกลาง
	รวม						2.97	1.05	ปานกลาง

จากตาราง 39 พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาและรูปลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.97, S.D.=1.05) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเยาวชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาและรูปลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ในเรื่องเมื่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้นจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่น้อยลง ($\bar{x}$ =3.42, S.D.=1.05) รองลงมาในเรื่องราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันเป็นราคาที่สามารถที่จะซื้อดื่มได้ ($\bar{x}$ =3.29, S.D.=0.87) และถึงแม้ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีการปรับราคาขึ้นเท่าใดก็ตามก็ยังคงที่จะซื้อดื่มต่อไป ($\bar{x}$ =2.99, S.D.=1.07)

ตาราง 40 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	การเข้าถึงแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในทุกสถานที่ เช่น ร้านสะดวกซื้อต่างๆ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น	44 11.0	171 42.8	130 32.5	39 9.8	16 4.0	3.47	0.95	ปานกลาง
2	สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตลอดเวลา โดยไม่มีการจำกัดเวลา โดยเฉพาะในร้านสะดวกซื้อต่างๆ ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	21 5.3	174 18.8	147 36.8	107 26.8	50 12.5	2.78	1.05	ปานกลาง
3	มักที่จะเห็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถที่จะซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้	32 8.0	118 29.5	116 29.0	86 21.5	48 12.0	3.00	1.14	ปานกลาง
4	สถานศึกษาอยู่ใกล้กับแหล่งสถานบันเทิงที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	35 8.8	105 26.3	133 33.3	72 18.0	55 13.8	2.98	1.16	ปานกลาง
5	สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านค้าได้ในระยะ 500 เมตรจากสถานศึกษา	28 7.0	89 22.3	134 33.5	102 25.5	47 11.8	2.87	1.10	ปานกลาง
6	ร้านจำหน่ายอาหารทุกแห่งรอบสถานศึกษามีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	21 5.3	73 18.3	147 36.8	94 23.5	65 16.3	2.73	1.09	ปานกลาง
7	เคยถูกปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านค้า	17 4.3	71 17.8	143 35.8	104 26.0	65 16.3	2.68	1.07	ปานกลาง
	รวม						2.93	1.08	ปานกลาง

จากตาราง 40 พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.93, S.D.=1.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเยาวชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ในเรื่องสามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในทุกสถานที่ เช่น ร้านสะดวกซื้อต่างๆ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ($\bar{x}$ =3.47, S.D.=0.95) รองลงมาในเรื่องมักที่จะเห็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถที่จะซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ($\bar{x}$ =3.00, S.D.=1.14) และสถานศึกษาอยู่ใกล้กับแหล่งสถานบันเทิงที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ($\bar{x}$ =2.98, S.D.=1.16)

ตาราง 41 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาและการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	การโฆษณาและการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	การตัดสินใจเลือกชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนหนึ่งมาจากการดูโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น	26 6.5	101 25.3	153 38.3	89 22.3	31 7.8	3.01	1.02	ปานกลาง
2	เมื่อได้ดูโฆษณาที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักจะมีความรู้สึกอยากลองดื่มตามโฆษณา	20 5.0	81 20.3	130 32.5	113 28.3	56 14.0	2.74	1.08	ปานกลาง
3	การเห็นป้ายโฆษณาที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักจะมีความรู้สึกอยากดื่มมากขึ้น	16 4.0	64 16.0	125 31.3	135 33.8	60 15.0	2.60	1.05	ปานกลาง
4	การนำเสนอของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แสดงภาพที่สวยงามและมีความแปลกใหม่เป็นการชี้ชวนให้อยากลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมากขึ้น	18 4.5	81 20.3	128 32.0	120 30.0	53 13.3	2.73	1.06	ปานกลาง
5	การรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านทางสื่อต่างๆ ทำให้สามารถจดจำยี่ห้อของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากขึ้น	23 5.8	117 29.3	121 30.3	101 25.3	38 9.5	2.97	1.07	ปานกลาง

ตาราง 41 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาและการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ต่อ)

ข้อที่	การโฆษณาและการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
6	ป้ายโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แสดงถึงความสุขจากการที่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ทำให้เกิดความรู้สึกอยากลองดื่ม	26 6.5	85 21.3	139 34.8	110 27.5	40 10.0	2.87	1.06	ปานกลาง
7	การเห็นโฆษณาในที่ต่างๆ เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีความรู้สึกอยากเลียนแบบตามโฆษณานั้น	14 3.5	58 14.5	107 26.8	154 38.5	67 16.8	2.50	1.04	ปานกลาง
8	จากโฆษณาทำให้รู้จักเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดใหม่และทำให้นึกอยากลอง	17 4.3	90 22.5	116 29.0	126 31.5	51 12.8	2.74	1.07	ปานกลาง
9	การจัดรายการลดแลกแจกแถมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชวนให้อยากซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	19 4.8	80 2.0	114 28.5	114 28.5	73 18.3	2.65	1.13	ปานกลาง
	รวม						**2.75**	**1.07**	**ปานกลาง**

จากตาราง 41 พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาและการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.75, S.D.=1.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเยาวชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาและการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ในเรื่องการตัดสินใจเลือกชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนหนึ่งมาจากการดูโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ($\bar{x}$ =3.01, S.D.=1.02) รองลงมาในเรื่องการรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านทางสื่อต่างๆ ทำให้สามารถจดจำยี่ห้อของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากขึ้น ($\bar{x}$ =2.97, S.D.=1.07) และป้ายโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แสดงถึงความสุขจากการที่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ทำให้เกิดความรู้สึกอยากลองดื่ม ($\bar{x}$ =2.87, S.D.=1.06)

ปัจจัยทำนายการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาชน

ตาราง 42 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ตัวแปร	การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				Chi-square	P-value
	เข้าถึง		ไม่เข้าถึง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพศ					0.438	0.508
ชาย	148	84.1	28	15.9		
หญิง	131	81.4	30	18.6		
ระดับการศึกษา						
มัธยมศึกษา	128	77.6	37	22.4	6.814	0.033*
อาชีวศึกษา	70	85.4	12	14.6		
อุดมศึกษา	81	90.0	9	10.0		
รายได้					0.855	0.355
≤ 3,000	121	80.7	29	19.3		
> 3,000	158	84.5	29	15.5		
คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					0.001	0.970
มี	211	82.7	44	17.3		
ไม่มี	68	82.9	15	17.1		
เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					8.459	0.004*
มี	35	68.8	16	31.4		
ไม่มี	244	85.3	42	14.7		
ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา					0.126	0.723
มี	161	83.4	32	16.6		
ไม่มี	118	81.9	26	18.1		
การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					0.241	0.623
เห็น	188	82.1	41	17.9		
ไม่เห็น	91	84.3	17	15.7		
การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์					0.005	0.943
เห็น	251	82.8	52	17.2		
ไม่เห็น	28	82.4	6	17.6		

ตาราง 42 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน (ต่อ)

ตัวแปร	การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				Chi-square	P-value
	เข้าถึง		ไม่เข้าถึง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					2.215	0.330
สูง	20	74.1	7	25.9		
ปานกลาง	91	81.3	21	18.8		
ต่ำ	168	84.8	30	15.2		
ทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					10.173	0.006*
สูง	87	92.6	7	7.4		
ปานกลาง	129	81.1	30	18.9		
ต่ำ	63	75.0	21	25.0		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 พบว่าจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 10 ตัวแปร ได้แก่ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และตัวแปรตามคือการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลจากการวิเคราะห์ด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมี 3 ตัวแปร คือ ระดับการศึกษา (p=0.033) การมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p=0.004) และทัศนคติ (p=0.006)

ตาราง 43 ผลการทดสอบปัจจัยทำนายการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ตัวแปร	OR_{Adj}	95% CI		p-value
		upper	lower	
ระดับการศึกษา				
มัธยมศึกษา	1			
อาชีวศึกษา	1.954	0.871	4.383	0.104
อุดมศึกษา	1.440	0.565	3.673	0.445
เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
ไม่มี	1			
มี	2.462	1.224	4.954	0.012*
ทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
ต่ำ	1			
ปานกลาง	3.465	1.345	8.929	0.010*
สูง	2.549	1.056	6.154	0.037*

Constant value = 3.043, Pseudo R2 (Nagelkerke R2) =0.251

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ผลจากการวิเคราะห์ด้วยสถิติไคสแควร์ในตารางที่ 37 มีตัวแปรอิสระจำนวน 3 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนและเมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติการถดถอยโลจิสติคทวิพบว่ามี 2 ตัวแปรที่ทำนายการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดีปานกลาง (OR_{Adjust}=3.46, 95% CI: 1.34-8.92, p-value=0.010) ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดี (OR_{Adjust}= 2.59,95% CI: 1.05-6.15,p-value=0.037) และการมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}= 2.46, 95% CI: 1.22-4.95, p-value=0.012) โดยพบว่าเยาวชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับปานกลางและสูงจะมีโอกาสเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่ำคิดเป็น 3.46 และ 2.54 เท่าและเยาวชนที่มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีโอกาสเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากกว่าเยาวชนที่ไม่มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คิดเป็น 2.32 เท่า ทั้ง 2 ตัวแปรสามารถร่วมกันทำนายการเข้าถึงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ร้อยละ 25.10 (Pseudo R^2=0.251) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาชน

ตาราง 44 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ตัวแปร	การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				Chi-square	P-value
	ดื่ม		ไม่ดื่ม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพศ					6.143	0.013*
ชาย	175	88.8	22	11.2		
หญิง	171	79.8	41	20.2		
ระดับการศึกษา					16.255	0.001*
มัธยมศึกษา	166	86.9	25	13.1		
อาชีวศึกษา	81	93.1	6	6.9		
อุดมศึกษา	90	73.8	32	26.2		
รายได้					0.082	0.775
≤ 3,000	151	84.8	27	15.2		
> 3,000	186	83.8	36	16.2		
คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					4.912	0.027*
มี	254	86.7	39	13.3		
ไม่มี	83	77.6	24	22.4		
เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					22.576	0.001*
มี	285	88.5	37	11.5		
ไม่มี	52	66.7	26	33.3		
ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา					2.004	0.157
มี	193	86.5	30	13.5		
ไม่มี	144	81.4	33	18.6		
การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					18.302	0.001*
เห็น	229	90.2	25	9.8		
ไม่เห็น	108	74.0	38	26.0		
การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์					16.031	0.001*
เห็น	303	87.1	45	12.9		
ไม่เห็น	34	65.4	18	34.6		

ตาราง 44 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน (ต่อ)

ตัวแปร	การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				Chi-square	P-value
	เข้าถึง		ไม่เข้าถึง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					1.135	0.567
สูง	27	87.1	4	12.9		
ปานกลาง	111	81.6	25	18.4		
ต่ำ	199	85.4	34	14.6		
ทัศนคติทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					16.030	0.001*
สูง	94	91.3	9	8.7		
ปานกลาง	159	87.4	23	12.6		
ต่ำ	84	73.0	31	27.0		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 10 ตัวแปร ได้แก่ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และตัวแปรตามคือการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลจากการวิเคราะห์ด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมี 7 ตัวแปร คือเพศ (p=0.013) ระดับการศึกษา (p=0.001) คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p=0.027) เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p=0.001) การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p=0.001) การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p=0.001) และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (p=0.001)

ตาราง 45 ผลการทดสอบปัจจัยทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ตัวแปร	OR_{Adj}	95% CI		p-value
		upper	lower	
เพศ				
หญิง	1			
ชาย	2.013	1.150	3.526	0.017*
ระดับการศึกษา				
มัธยมศึกษา	1			
อาชีวศึกษา	2.501	1.122	3.516	0.001*
อุดมศึกษา	1.694	1.057	2.506	0.001*
คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
ไม่มี	1			
มี	1.883	1.070	3.316	0.026*
เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
ไม่มี	1			
มี	4.205	2.109	8.383	0.001*
การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
ไม่เห็น	1			
เห็น	3.223	1.852	5.609	0.001*
การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
เห็น	1			
ไม่เห็น	3.565	1.858	6.839	0.001*
ทัศนคติทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
ต่ำ	1			
ปานกลาง	2.200	0.849	5.701	0.105
สูง	7.574	2.829	20.279	0.001*

Constant value = 1.889, Pseudo R2 (Nagelkerke R2) =0.327

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนพบว่ามี 7 ตัวแปรที่ทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ (OR_{Adjust}=2.01, 95% CI:1.15-3.52, p-value=0.017) ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา (OR_{Adjust}=2.50, 95% CI: 1.12-3.51,p-value=0.001) ระดับการศึกษาระดับอุดมศึกษา (OR_{Adjust}=1.69, 95% CI: 1.05-2.50, p-value=0.001) คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=1.88, 95% CI: 1.07-3.31, p-value=0.026) เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(OR_{Adjust}=4.20, 95% CI: 2.10-8.38, p-value=0.001) การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.22, 95% CI: 1.85-5.60, p-value=0.001) การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.56,95% CI: 1.85-6.83, p-value=0.000) และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.46, 95% CI: 1.34-8.92, p-value=0.010) โดยพบว่าเยาวชนเพศชายมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวเพศหญิงคิดเป็น 2.01 เท่า เยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษามีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาคิดเป็น 2.50 และ 1.69 เท่า เยาวชนที่มีคนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวที่ไม่มีคนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คิดเป็น 1.88 เท่า เยาวชนที่มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวที่ไม่มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คิดเป็น 4.20 เท่า เยาวชนที่เคยพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวที่ไม่เคยพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คิดเป็น 3.22 เท่า เยาวชนที่ไม่เคยพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวที่เคยพบเห็นเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์คิดเป็น 3.56 เท่า และเยาวชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูงจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่ำคิดเป็น 3.46 เท่า โดยทั้ง 7 ตัวแปรอิสระสามารถร่วมกันทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ร้อยละ 32.70 (Pseudo R^2=0.327) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ผลการศึกษามาตรการการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

การศึกษาในขั้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนามาตรการการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกของเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ นักวิชาการและภาคีเครือข่ายที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่นั้นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์เป็นแนวคำถามมีเนื้อหาเกี่ยวกับ

1. ระบบและกลไกการทำงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับจังหวัดและพื้นที่

การสัมภาษณ์เชิงลึกของเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ ได้แก่ รองนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์ สรรพสามิตพื้นที่อุตรดิตถ์ ตำรวจภูธรจังหวัดอุตรดิตถ์ สาธารณสุขอำเภอ นักวิชาการสาธารณสุข บุคลากรทางการศึกษา นักวิชาการ พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์และภาคีเครือข่ายพบว่าจังหวัดอุตรดิตถ์มีการดำเนินควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จังหวัดอุตรดิตถ์ พ.ศ. 2559 จำนวน 20 คน โดยมีการจัดประชุมคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปีละประมาณ 2–3 ครั้ง ซึ่งคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จังหวัดอุตรดิตถ์ประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัดอุตรดิตถ์เป็นประธานกรรมการ รองผู้ว่าราชการจังหวัดอุตรดิตถ์ (กลุ่มภารกิจด้านสังคม) นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด

อุตรดิตถ์เป็นเลขานุการ ผู้อำนวยการสำนักงานป้องกันและควบคุมโรคเขต 2 จังหวัดพิษณุโลก อัยการจังหวัดอุตรดิตถ์ (ผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมาย) ผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัดอุตรดิตถ์ สรรพสามิตพื้นที่อุตรดิตถ์ หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดอุตรดิตถ์ ศึกษาธิการจังหวัดอุตรดิตถ์ ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุตรดิตถ์ พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุตรดิตถ์ สวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดอุตรดิตถ์ นายแพทย์เชี่ยวชาญ (ด้านเวชกรรมป้องกัน) หัวหน้ากลุ่มงานจิตเวช โรงพยาบาลอุตรดิตถ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดอุตรดิตถ์ นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองอุตรดิตถ์ นายกเทศมนตรีตำบลน้ำปาด นายกเทศมนตรีตำบลงิ้วงาม หัวหน้ากลุ่มงานควบคุมโรคไม่ติดต่อ และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำนักงานสาธารณสุขจุงหวัดอุตรดิตถ์ โดยคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัดอุตรดิตถ์มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1. เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อคณะกรรมการควบคุม

2. ให้คำปรึกษาและประสานงานแก่หน่วยงานของรัฐและเอกชนเกี่ยวกับการควบคุม การผลิต การนำเข้า การขาย การโฆษณาและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการเสนอมาตรการในการป้องกันผลกระทบจากการบริโรคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดจนการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. กำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อเฝ้าระวังและป้องกันมิให้เด็กและเยาวชนไปเกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4. กำหนดแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการในการลดและเลิกการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5. ติดตาม ประเมินผลและตรวจสอบการดำเนินงานเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายเพื่อลดและเลิกการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และรายงานผลต่อคณะกรรมการการควบคุม

นอกจากนี้จังหวัดอุตรดิตถ์ยังมีการแต่งตั้งชุดปฏิบัติการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสูบจังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 23 คน ประกอบด้วยนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นหัวหน้าชุด ผู้บัญชาการมณฑลทหารบกที่ 35 ผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัดอุตรดิตถ์ สรรพสามิตรพื้นที่อุตรดิตถ์ ป้องกันจังหวัดอุตรดิตถ์ กองร้อยอาสาสมัครรักษาดินแดนจังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้บังคับการกองร้อยอาสาสมัครรักษาดินแดนจังหวัดอุตรดิตถ์ สาธารณสุขอำเภอเมืองอุตรดิตถ์ นักวิชาการสาธารณสุขและนิติกรประจำสาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์ โดยคดปฏิบัติการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสูบจังหวัดอุตรดิตถ์มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1. ปฏิบัติงานรับเรื่องร้องเรียน รับแจ้งความนำจับ ตรวจสอบข้อเท็จจริง การกระทำฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ในเขตพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์

2. ปฏิบัติงานตรวจเฝ้าระวัง บังคับใช้กฎหมาย ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 และกฎหมายที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์

3. ปฏิบัติงานสืบสวน สอบสวน รวบรวมพยานหลักฐานกล่าวโทษและดำเนิคดี การกระทำฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 และกฎหมายที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์

4. ปฏิบัติการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 และกฎหมายที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ ได้แก่ รองนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์ สรรพสามิตพื้นที่อุตรดิตถ์ ตำรวจภูธรจังหวัดอุตรดิตถ์ สาธารณสุขอำเภอ นักวิชาการสาธารณสุข บุคลากรทางการศึกษา นักวิชาการ พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์และภาคีเครือข่ายพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา โดยแยกตามกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. เยาวชน

1.1 เยาวชนยังขาดความรู้ ความเข้าใจในกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยยังมีการไปซื้อในเวลาที่ห้ามซื้อและดื่มในสถานที่ที่ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.2 เยาวชนยังขาดความตระหนักถึงพิษภัยและอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.3 ค่านิยมและความเชื่อที่ผิดๆ ของเยาวชนในการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสื่อในการแสดงความยินดีและการเชื่อมความสัพพันธ์ เช่น การเลี้ยงฉลองสอบเสร็จ การเลี้ยงฉลองสอบจบ และการเลี้ยงต้อนรับน้องใหม่ของรุ่นพี่

1.4 การถูกผู้ปกครองและเพื่อนที่สนิทใช้ให้ไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.5 การเลียนแบบตามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต ป้ายโฆษณา เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.1 ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังไม่ให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้ายังมีการละเมิดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน

2.2 ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่ได้ขอใบอนุญาติจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสรรพสามิต

2.3 ผู้ประกอบร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังไม่ให้ความร่วมมือในการติดป้าย “ไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี” และการติดป้ายเวลาที่ห้ามจำหน่ายสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด

2.4 ร้านอาหารรอบๆ สถานศึกษายังมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับนักเรียน นักศึกษาที่ไปซื้ออาหาร

2.5 ผู้ประกอบการและสถานบันเทิงยังมีการแอบแฝงการจำหน่ายมารูปแบบของการให้การสนับสนุนกิจกรรมในสถานศึกษา

2.6 สถานบันเทิงรอบๆ สถานศึกษายังมีการให้เยาวนอายุต่ำกว่าที่กำหนดเข้าไปในสถานบันเทิงและมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กัยเยาวชนด้วย

2.7 สถานบันเทิงรอบๆ สถานศึกษามีการจัดการแสดงคอนเสิร์ตจากนักร้องที่กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มเยาวชนโดยมีการแอบแฝงจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านบัตรเข้าสถานบันเทิง

2.8 ผู้ประกอบการร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสถานบันเทิงรอบๆ สถานศึกษาไม่กลัวความผิดจากการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนเนื่องจากกฎหมายที่ลงโทษความผิดยังไม่รุนแรง

3. เจ้าหน้าที่ของรัฐ

3.1 เจ้าหน้าที่บางส่วนที่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ทั้งในกรณีของสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย บุคคลที่ห้ามจำหน่าย การโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ไม่ได้รับอนุญาติ

3.2 เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอในการปฏิบัติและมีภาระงานอื่นๆ ที่ต้องรับผิดชอบในหน่วยงานต้นสังกัดอีกมากมาย เช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจมีภารกิจหน้าที่ด้านปราบปรามอาชญากรรมอื่นๆ มากทำให้การดูแลไม่ถั่วถึง

3.3 เจ้าหน้าที่ผู้บังคับใช้กฎหมาย เช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจ สรรพสามิต เจ้าหน้าที่สาธารณสุขไม่มีเวลาลงพื้นที่ทำความเข้าใจกฎหมายกับผู้ประกอบการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเยาวชน

3.4 หน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานยังขาดการประสานงานและการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำงานตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.5 การดำเนินงานในพื้นที่ทำได้น้อยเพราะนโยบายระดับสูงยังไม่ชัดเจนในการบังคับใช้กฎหมายจึงทำให้หนวยงานระดับพื้นที่ปฏิบัติงานได้ลำบากเนื่องจากความรู้ความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ยังมีน้อยการให้ความรู้แก่เจ้าพนักงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังไม่ทั่วถึงปญหาเจ้าหน้าที่และประชาชนมีความสัมพันธ์ที่ดีตอกัน (เกรงใจกัน) จึงมีการอนุโลมไม่เกิดการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายอย่างเครงคัด

4. ปัญหาของ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

4.1 ปัญหาเกี่ยวการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อการจำหายเครื่องดื่มแอลกอฮอลแกผู้ที่อายุไม่ถึง 20 ปบริบูรณ ที่พบว่าในด้านกฎหมายมีบทลงโทษที่ไม่รุนแรงเลยไม่เกรงกลัว ขาดการติดตามและตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง โดยผู้ฝ่าฝนต้องระวางโทษจำคุกสูงสุดถึง 1 ป ปรับสูงสุดถึง 20,000 บาท ซึ่งถือว่าโทษเบาเกินไป ทำให้ผู้จำหน่ายโดยเฉพาะตามร้านจำหน่ายที่อยู่นอกเมืองหรือเขตชนบท โดยจะพบว่ายังไม่มีการบังคับใช้กฎหมายนี้อย่างจริงจังทำให้มาตรการทางกฎหมายในการคุมครองเยาวชนจากเครื่องดื่มแอลกอฮอลตามกฎหมายนี้ยังไม่มีผลในทางปฏิบัติอย่างแทจริง

4.2 ปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมการขายเหล้ารอบสถานศึกษาเฉพาะภายในสถานศึกษาเท่านั้นโดยตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ระบุแต่เพียงว่าว่าห้ามมิให้

ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติและห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติทำให้ปัจจุบันยังมีร้านเหล้าจำนวนมากเปิดอยู่รอบสถานศึกษาเนื่องจากอาศัยช่องว่างของกฎหมาย

4.3 ปัญหาการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่ได้รับใบอนุญาติแต่กฎหมายดังกล่าวยังมีจุดออนคือโทษของผู้จำหน่ายสรุาโดยไม่มีใบอนุญาติมีโทษปรับเพียง 500 บาท เท่านั้นซึ่งน้อยเกินไปทำให้เมื่อตรวจจับร้านค้าที่ทำผิดกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซ้ำซากจนถอนใบอนญาตแล้วร้านค้าก็ยังคงจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ต่อไปเพราะโทษเบาคือปรับเพียง 500 บาท แต่กำไรจากการขายมีมากกว่าโทษที่ได้รับผู้ประกอบการ/ร้านค้าจึงไม่กลัวทำให้มีการฝ่าฝืนกฎหมายกันอยู่อย่างต่อเนื่อง

3. มาตรการในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้มีการนำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา พฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาชนในสถานศึกษาให้คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของจังหวัดอุตรดิตถ์ ประกอบด้วยรองนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์ อัยการจังหวัด ศาลจังหวัดอุตรดิตถ์ สรรพสามิตพื้นที่อุตรดิตถ์ ตำรวจภูธรจังหวัดอุตรดิตถ์ สาธารณสุขอำเภอ จิตแพทย์ นักวิชาการสาธารณสุข บุคลากรทางการศึกษา นักวิชาการ พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เทศบาลเมืองอุตรดิตถ์ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่าปัญหาเกี่ยวกับร้านเหล้ารอบสถานศึกษามีผู้ที่เกี่ยวข้องที่สำคัญจำนวน 3 ฝ่าย คือ นักเรียน/นักศึกษา ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมาย โดยจากการประชุมระดมสมอง (Brain storming) ได้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามาตรการในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา

1. สถานศึกษา

1.1 การสร้างค่านิยมใหม่และความตระหนักให้กับเยาวชน เนื่องจากเป็นแนวทางที่ดีเพราะเป็นวิธีที่สร้างความตระหนักให้เยาวชนทรายถึงพิษภัยและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.2 สถานศึกษาควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักเรียน นักศึกษาในสถานศึกษาเกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อสุขภาพ ร่างกาย สติปัญญาและผลกระทบของด้านอื่นๆ รวมถึงการสอดแทรกความรู้ในเรื่องของกฎหมายควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าในหลักสูตรการศึกษาด้วย

1.3 สถานศึกษาควรจัดกิจกรรมสร้างแรงจูงใจให้รางวัลแก่นักเรียนนักศึกษาที่ทำประโยชน์ในการแก้ปัญหาร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสร้างวัฒนธรรมภายในสถานศึกษาให้ถูกต้องเกี่ยวกับการเข้าสังคมโดยไม่จำเป็นต้องดื่มแอลกอฮอล์

1.4 สถานศึกษาต้องมีส่วนช่วยเจ้าหน้าที่ในการสอดส่องดูแลร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาที่ทำผิดกฎหมายและการออกกฎระเบียบและบทลงโทษนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์

1.5 การสร้างเครือข่ายแกนนำเยาวชนในระดับจังหวัดในการเข้ามาร่วมกันจัดกิจกรรมการรณรงค์การแก้ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาและในชุมชน

2. ผู้จำหน่าย

2.1 การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเรื่องบุคคล เวลาและสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอออฮล์ การโฆษณาส่งเสริมการขาย

2.2 การเพิ่มเงื่อนไขบทลงโทษทางกฎหมายให้มากขึ้นกับผู้จำหน่ายที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนรวมถึงการยึดหรือการไม่ออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับร้านจำหน่ายที่ฝ่าฝืน

2.3 การปฏิบัติตามกฎหมายที่ตั้งไว้อย่างเคร่งครัด เช่น การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุยังไม่ถึง 20 ปี และให้ความร่วมมือในการติดป้าย “ไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี” และการติดป้ายเวลาที่ห้ามจำหน่ายสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด

2.4 การช่วยเจ้าหน้าในการสอดส่องดูแลและแจ้งเจ้าที่ทราบกับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุยังไม่ถึง 20 ปี

2.5 การสร้างต้นแบบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน

3. เจ้าหน้าที่ของรัฐและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.1 การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเด็นบุคคล เวลาและสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอออฮล์และการห้ามโฆษณาให้กับเจ้าหน้าที่ ผู้จำหน่าย สถานศึกษา นักเรียน นักศึกษาและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกคนและกรณีมีมาตรการใหม่ๆ เกี่ยวกับกฎหมายการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรมีการเชิญผู้จำหน่ายมาประชุมสร้างความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง

3.2 การควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องมีมาตรการในการควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวด รัดกุม เช่น การปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการออกใบอนุญาตที่ลดความสะดวกของผู้ขอ เช่น การเพิ่มเงื่อนไขการออกใบอนุญาต การเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาต การลงพื้นที่ตรวจสอบสถานที่ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าอยู่ในสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายหรือไม่ เป็นต้น เพื่อควบคุมจำนวนร้านค้าและสถานบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.3 การให้เจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องได้รับทราบบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการตามกฎหมายกับเยาวชนและผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้สามารถดำเนินการบังคับใช้มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นไปอย่างครอบคลุม จริงจังและทั่วถึงไม่มีการละเว้น แก่ผู้มีอำนาจหรือผู้มีอิทธิพลโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ที่พบว่ามีการละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ เช่น หอพัก สวนสาธารณะ เป็นต้น

3.4 การเพิ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐในการดำเนินการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการสุ่มตรวจสอบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริเวณรอบๆ สถานศึกษาให้มากขึ้น

3.5 การจัดเขตโซนนิ่งร้านจำหน้ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันไม่ให้มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสถานบันเทิงใกล้กับสถานศึกษาในรัศมี 500 เมตร

3.6 การสร้างความร่วมมือกับชุมชนรอบสถานศึกษา เช่น การให้ประชาชนในชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงกับสถานศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมเป็นกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แลมีะบทบาทในการช่วยแก้ไขป้องกันการให้มากขึ้นในการช่วยดูแลนักศึกษาและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษารอบสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง

3.7 การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยอาจกำหนดให้มีรางวัลหรือโบนัสสำหรับการทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมายเพื่อให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิผล เช่น การแบ่งรางวัลจากเงินค่าปรับกรณีจับกุมการละเมิดกฎหมายและมีการเปรียบเทียบปรับ

ภายหลังจากการถอดบทเรียนผู้วิจัยได้มาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยนำเสนอมาตรการฯ ดังภาพที่ 13

ภาพที่ 13 มาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยรูปแบบการวิจัย (Research Design) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจภาคตัดขวาง (Cross-sectional survey research) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์และเพื่อพัฒนามาตรการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะตามลำดับดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

1. ความหนาแน่นและการกระจายตัวของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

1.1 ความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษา

พบว่าสถานศึกษาที่มีระดับความหนาแน่นของสถานศึกษาทั้ง 8 พื้นที่มีความหนาแน่นในระดับน้อยโดยมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 3.04 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โดยพบสถานศึกษาที่มีความหนาแน่นในระดับมากที่สุด 2 พื้นที่ คือ โรงเรียนอุตรดิตถ์ โดยมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 6.67 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตรและวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ โดยมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 6.00 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โดยพื้นที่ที่มีความหนาแน่นระดับปานกลางคือ โรงเรียนน้ำปาดชนูปถัมภ์ มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 3.28 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตรและพื้นที่ที่มีความหนาแน่นระดับน้อยที่สุด คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 1.52 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์ มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 0.65 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร และโรงเรียนท่าปลาประชาอุทิศ มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 0.81 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร

1.2 ระยะทางเฉลี่ยจากจุดจำหน่ายไปยังรั้วมหาวิทยาลัย

พบจุดจำหน่ายโดยรอบสถานศึกษาระยะทางไปยังรั้วสถานศึกษาเฉลี่ย 490.08 เมตร โดยระยะทางที่ใกล้ที่สุดคือวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ 232.68 เมตร รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 432.67 เมตร โรงเรียนพิชัย 434.45 เมตร และ โรงเรียนอุตรดิตถ์ 435.35 เมตร

1.3 จำนวนรวมของจุดจำหน่าย

พบว่าสถานศึกษาที่มีร้านจำหน่ายที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะ 1,000 เมตร 500 เมตร และ 300 เมตร มากที่สุดคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จำนวน 38 ร้าน ร้อยละ 25.7 รองลงมา คือ โรงเรียนอุตรดิตถ์ จำนวน 37 ร้าน ร้อยละ 25.0 วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์ จำนวน 23 ร้าน ร้อยละ 15.5 และสถานศึกษาที่มีร้านจำหน่ายที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะ 1,000 เมตร 500 เมตร และ 300 เมตร น้อยที่สุด คือ โรงเรียนตรอนตรีสินธุ์ จำนวน 10 ร้าน ร้อยละ 6.8

2. ผลการศึกษาของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกออฮล์

ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้านร้อยละ 80.4 และ เป็นลูกจ้าง ร้อยละ 19.6 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.6 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 28.4 มีอายุเฉลี่ย 46.81 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30.4 มีรายได้เฉลี่ย 24,790.54 บาท/เดือน รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ร้อยละ 34.5

ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีระยะเวลาที่ขายเฉลี่ย 8.79 ปี ประเภทร้านเป็นร้านร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 66.2 รองลงมาเป็นร้านสะดวกซื้อ (7–11, แฟมิลี่มาร์ท) ร้อยละ 12.2 ร้านอาหาร ร้อยละ 8.1 และร้านมินิมาร์ท ร้อยละ 6.8 ส่วนใหญ่จำหน่ายเบียร์ ร้อยละ 96.6 รองลงมาจำหน่ายสปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 54.1 สุราไทย ร้อยละ 50.7 เหล้าขาว ร้อยละ 41.2 และไวน์ ร้อยละ 15.5 มีป้ายหรือสติ๊กเกอร์ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้กับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 57.4 6 อยู่ห่างจากโรงเรียนหรือสถานศึกษาเฉลี่ย 582.77 เมตร

ในรอบปีที่ผ่านมาผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เคยถูกตรวจสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 55.4 โดยเคยถูกตรวจจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 53.4 สรรพสามิต ร้อยละ 52.0 และเจ้าหน้าที่ตำรวจร้อยละ 22.3 การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบถูกมากที่สุดในเรื่องมีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 71.6 รองลงมาในเรื่องไม่สามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 65.5 รองลงมาในเรื่องไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้ ร้อยละ 64.9 ส่วนข้อที่ตอบผิดมากที่สุดในเรื่องไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม ร้อยละ 60.1 รองลงมาในเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในร้านค้าถือว่าผิดกฎหมาย ร้อยละ 51.4 และเรื่องสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักได้ ร้อยละ 49.3

ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน ร้อยละ 69.6 มีการติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 70.2 แบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 45.3 ไม่สอบถามอายุของผู้ซื้อ ร้อยละ 46.6 ไม่ขอตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อ ร้อยละ 51.4 และมีการวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขาย ร้อยละ 54.1 และผลจากการวิเคราะห์ด้วยสถิติพบว่ามีตัวแปรที่ทำนายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ (OR_{Adjust}=7.73, 95% CI: 1.32-45.12) การแสดงป้ายร้านค้านี้ไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน (OR_{Adjust}=15.26, 95% CI: 2.75-84.49) การถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย (OR_{Adjust}=6.99, 95%CI:1.47-33.20) การขายแบบให้ลูกค้าบริการตัวเอง (OR_{Adjust}=15.25, 95% CI: 1.97-117.98) การสอบถามอายุของผู้ซื้อ (OR_{Adjus}=7.32, 95% CI: 1.74-30.81) การ

ตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อ (OR_{Adjus}=13.51, 95% CI: 3.16-30.81) และวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขาย (OR_{Adjus}=54.11, 95%CI:7.49-390.82) โดยทั้ง 7 ตัวแปรอิสระนี้สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนได้ร้อยละ 73.7 (Pseudo R^2=0.737) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน นักศึกษา

เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 50.8 เพศชาย ร้อยละ 49.3 อายุเฉลี่ย 18.39 ปี มีรายได้เฉลี่ย 3,712.75 บาท/เดือน พักอาศัยที่บ้านของตนเองในขณะที่กำลังศึกษา ร้อยละ 43.0 รองลงมาพักอาศัยที่หอพักนอกมหาวิทยาลัย ร้อยละ 26.8 สมาชิกในบ้านที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นพ่อ ร้อยละ 61.0 รองลงมาคือญาติ ร้อยละ 33.5 มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 80.5 พบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา ร้อยละ 55.8 มีระยะห่างเฉลี่ยของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษา 521.08 เมตร มีระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษา ต่ำกว่า 300 เมตร ร้อยละ 21.0

นักเรียนระดับมัธยมศึกษามีสมาชิกในบ้านที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 43.9 มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 80.1 นักเรียนระดับอาชีวศึกษามีสมาชิกในบ้านที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 24.6 มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 85.1 และนักศึกษาระดับอุดมศึกษามีสมาชิกในบ้านที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 33.6 มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 77.9

ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาเยาวชนกลุ่มตัวอย่างพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 63.6 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ร้อยละ 83.8 พบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล ร้อยละ 56.6 พบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 55.8 และพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการรณรงค์ห้ามดื่ม ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ ร้อยละ 87.1

เยาวชนเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 84.3 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษาดื่มร้อยละ 86.9 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาดื่ม ร้อยละ 93.1 นักศึกษาระดับอุดมศึกษา ร้อยละ 73.8 เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออายุเฉลี่ย 16.37 ปี อายุต่ำสุด 11 ปี เครื่องดื่มที่เยาวชนดื่มครั้งแรกคือ เบียร์ ร้อยละ 36.5 รองลงมาดื่มเหล้า ร้อยละ 20.3 สปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 16.0 และเหล้าขาว ร้อยละ 7.0 เหตุผลในการดื่มครั้งแรกคือ อยากลองรสชาติ ร้อยละ 44.0 รองลงมาเพื่อนชักชวน ร้อยละ 26.3 เพื่อเข้าสังคม ร้อยละ 6.0 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เยาวชนดื่มเป็นประจำคือ เบียร์ ร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 48.0 สปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 17.5 และเหล้าปั่น ร้อยละ 14.8 เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน ร้อยละ 15.8 รองลงมาทุกสัปดาห์ ร้อยละ 14.3 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 100–200 บาท/ครั้ง ร้อยละ 45.3 รองลงมาต่ำกว่า 100 บาท ร้อยละ 18.0

เยาชนได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาโดยการรวมเงินกับเพื่อนๆ ร้อยละ 67.8 รองลงมาซื้อด้วยเงินส่วนตัว ร้อยละ 33 ดื่มในโอกาสดื่มกับเพื่อน/ดื่มในวงเหล้าของเพื่อน ร้อยละ 58.8 รองลงมาร่วมงานเลี้ยงหรืองานสังสรรค์ ร้อยละ 12.3 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อน ร้อยละ 86.9 รองลงมากับแฟน/คนรัก ร้อยละ 7.2 ช่วงเวลาที่เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ ช่วงเย็น (17.00–23.59

น.) ร้อยละ 77.4 รองลงมาคือ ช่วงดึก (24.00–05.59 น.) ร้อยละ 12.3 นิยมดื่มที่ที่พักของเพื่อน ร้อยละ 45.8 รองลงมาดื่มที่สถานบันเทิง ร้อยละ 31.8 บ้านของตนเอง ร้อยละ 26.5 และ หอพัก ร้อยละ 23.0 ดื่มเพื่อความสนุกสนาน ร้อยละ 59.0 รองลงมาคือสร้างโอกาสในการเข้าสังคม/ดื่มเพื่อเข้าสังคม ร้อยละ 47.3 และบรรเทาความทุกข์ ความเครียดต่างๆ ร้อยละ 35.8

เยาวชนเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 69.8 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 66.7 นักเรียนระดับอาชีวศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 78.8 นักศึกษาระดับอุดมศึกษาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 73.3 ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกสัปดาห์ (1-2 วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 17.8 รองลงมาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) ร้อยละ 13.5

เยาวชนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประจำเนื่องจากเดินทางสะดวก ร้อยละ 64.5 รองลงมาใกล้ที่พัก ร้อยละ 55.6 และมีราคาถูก ร้อยละ 34.4 ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายเครื่องดื่ม ร้อยละ 55.6 รองลงมาซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 50.5 และซื้อที่โชวห่วย/ขายของชำ/ร้านค้าในหมู่บ้าน ร้อยละ 49.8 เยาวชนไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้รถจักรยานยนต์ร้อยละ 77.1 รองลงมาใช้วิธีการเดิน ร้อยละ 50.5 ส่วนใหญ่ใช้เวลาเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 6–10 นาที ร้อยละ 45.5 รองลงมาใช้เวลาประมาณ 1–5 นาที ร้อยละ 27.2 ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 17.01 น.– 21.00 น. ร้อยละ 32.2 รองลงมาซื้อในเวลา 21.01 น.–24.00 น. ร้อยละ 29.4 โดยพบว่าผู้จำหน่ายขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนโดยไม่สนใจว่าอายุถึงเกณฑ์ ร้อยละ 38.0

การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้อยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 58.3 พบว่าการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนที่ตอบถูกมากที่สุด ในเรื่องไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้ ร้อยละ 92.3 รองลงมาเรื่องการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วัด สถานที่ราชการผิดกฎหมาย ร้อยละ 87.8 ห้ามมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนรถทั้งคนขับและคนโดยสาร ร้อยละ 84.0 ในส่วนการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบผิดมากที่สุดในเรื่องสามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 85.8 รองลงมาเรื่องสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้นน้ำมันได้ ร้อยละ 78.8 สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สวนสาธารณะได้ ร้อยละ 74.8 และการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันมาฆบูชา ผิดกฎหมาย ร้อยละ 52.5

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดีและการมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดีปานกลาง (OR_{Adjust}=3.46, 95% CI: 1.34-8.92) ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดี (OR_{Adjust}=2.59,95% CI: 1.05-6.15) และการมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=2.46, 95% CI: 1.22-4.95) โดยทั้ง 2 ตัวแปรอิสระนี้สามารถร่วมกันทำนายการเข้าถึงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ร้อยละ 25.10 (Pseudo R^2=0.251) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิเคราะห์ด้วยสถิติพบว่ามี 7 ตัวแปรที่ทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ (OR_{Adjust}=2.01, 95% CI:1.15-3.52) ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา (OR_{Adjust}=2.50, 95% CI: 1.12-3.51) ระดับการศึกษาระดับอุดมศึกษา (OR_{Adjust}= 1.69, 95% CI: 1.05-2.50) คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=1.88, 95% CI: 1.07-3.31) เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=4.20, 95% CI: 2.10-8.38การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.22, 95% CI: 1.85-5.60) การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.56, 95% CI: 1.85-6.83) และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (OR_{Adjust}=3.46, 95% CI: 1.34-8.92) โดยทั้ง 7 ตัวแปรนี้สามารถร่วมกันทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้ร้อยละ 32.70 (Pseudo R^2=0.327)

4. ผลการศึกษามาตรการการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

แนวทางในการพัฒนามาตรการในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา โดยแยกตามกลุ่มที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. สถานศึกษา

1.1 การสร้างค่านิยมใหม่และความตระหนักให้กับเยาวชน เนื่องจากเป็นแนวทางที่ดีเพราะเป็นวิธีที่สร้างความตระหนักให้เยาวชนทรายถึงพิษภัยและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.2 สถานศึกษาควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักเรียน นักศึกษาในสถานศึกษาเกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อสุขภาพ ร่างกาย สติปัญญาและผลกระทบของด้านอื่นๆ รวมถึงการสอดแทรกความรู้ในเรื่องของกฎหมายควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าในหลักสูตรการศึกษาด้วย

1.3 สถานศึกษาควรจัดกิจกรรมสร้างแรงจูงใจให้รางวัลแก่นักเรียนนักศึกษาที่ทำประโยชน์ในการแก้ปัญหาร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสร้างวัฒนธรรมภายในสถานศึกษาให้ถูกต้องเกี่ยวกับการเข้าสังคมโดยไม่จำเป็นต้องดื่มแอลกอฮอล์

1.4 สถานศึกษาต้องมีส่วนช่วยเจ้าหน้าที่ในการสอดส่องดูแลร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาที่ทำผิดกฎหมายและการออกกฎระเบียบและบทลงโทษนักศึกษาที่มีพฤติกรรมในการดื่มแอลกอฮอล์

1.5 การสร้างเครือข่ายแกนนำเยาวชนในระดับจังหวัดในการเข้ามาร่วมกันจัดกิจกรรมการรณรงค์การแก้ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาและในชุมชน

2. ผู้จำหน่าย

2.1 การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเรื่องบุคคล เวลาและสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกออฮล์การโฆษณาส่งเสริมการขาย

2.2 การเพิ่มเงื่อนไขบทลงโทษทางกฎหมายให้มากขึ้นกับผู้จำหน่ายที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนรวมถึงการยึดหรือการไม่ออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับร้านจำหน่ายที่ฝ่าฝืน

2.3 การปฏิบัติตามกฎหมายที่ตั้งไว้อย่างเคร่งครัด เช่น การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุยังไม่ถึง 20 ปี และให้ความร่วมมือในการติดป้าย “ไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี” และการติดป้ายเวลาที่ห้ามจำหน่ายสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด

2.4 การช่วยเจ้าหน้าในการสอดส่องดูแลและแจ้งเจ้าที่ทราบกับร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุยังไม่ถึง 20 ปี

2.5 การสร้างต้นแบบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน

3. เจ้าหน้าที่ของรัฐและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.1 การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเด็นบุคคล เวลาและสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกออฮล์และการห้ามโฆษณาให้กับเจ้าหน้าที่ ผู้จำหน่าย สถานศึกษา นักเรียน นักศึกษาและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกคนและกรณีมีมาตรการใหม่ๆ เกี่ยวกับกฎหมายการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรมีการเชิญผู้จำหน่ายมาประชุมสร้างความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง

3.2 การควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องมีมาตรการในการควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวด รัดกุม เช่น การปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการออกใบอนุญาตที่ลดความสะดวกของผู้ขอ เช่น การเพิ่มเงื่อนไขการออกใบอนุญาต การเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาต การลงพื้นที่ตรวจสอบสถานที่ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าอยู่ในสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายหรือไม่ เป็นต้น เพื่อควบคุมจำนวนร้านค้าและสถานบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.3 การให้เจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องได้รับทราบบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการตามกฎหมายกับเยาวชนและผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้สามารถดำเนินการบังคับใช้มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นไปอย่างครอบคลุม จริงจังและทั่วถึงไม่มีการละเว้น แก่ผู้มีอำนาจหรือผู้มีอิทธิพลโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ที่พบว่ามีการละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ เช่น หอพัก สวนสาธารณะ เป็นต้น

3.4 การเพิ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐในการดำเนินการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการสุ่มตรวจสอบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริเวณรอบๆ สถานศึกษาให้มากขึ้น

3.5 การจัดเขตโซนนิ่งร้านจำหน้ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันไม่ให้มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสถานบันเทิงใกล้กับสถานศึกษาในรัศมี 500 เมตร

3.6 การสร้างความร่วมมือกับชุมชนรอบสถานศึกษา เช่น การให้ประชาชนในชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงกับสถานศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมเป็นกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แลมีะบทบาทในการช่วยแก้ไขป้องกันการให้มากขึ้นในการช่วยดูแลนักศึกษาและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษารอบสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง

3.7 การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยอาจกำหนดให้มีรางวัลหรือโบนัสสำหรับการทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมายเพื่อให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิผล เช่น การแบ่งรางวัลจากเงินค่าปรับกรณีจับกุมการละเมิดกฎหมายและมีการเปรียบเทียบปรับ

อภิปรายผลการศึกษา

1. ความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบมากในสถาบันการศึกษาเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ทั้งระดับมัธยมศึกษา อาชีวศึกษาและอุดมศึกษา โดยร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการกระจายตัวไปตามแนวถนนสายหลักมีการกระจุกตัวอยู่ในบริเวณย่านการค้าและสถานศึกษา โดยมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 3.04 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร โดยสถานศึกษาที่มีระดับความหนาแน่นของสถานศึกษาทั้ง 8 พื้นที่มีความหนาแน่นในระดับปานกลาง โดยมีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 3.04 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร พบสถานศึกษาที่มีความหนาแน่นในระดับมากที่สุด 2 พื้นที่ คือ โรงเรียนอุตรดิตถ์มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 6.67 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตรและวิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเฉลี่ย 6.00 ร้าน ต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร สอดคล้องกับการศึกษาของพวงรัตน์ จินพลและมานิตา เจือบุญ (2560) พบว่าจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้สถานศึกษาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชพบในระดับอาชีวศึกษามีความหนาแน่นมากที่สุดที่และการศึกษาของกนิษฐา ไทยกล้า (2550) ที่พบว่าร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตเมืองของจังหวัดเชียงใหม่มีรูปแบบแบบเกาะกลุ่มและมีแนวโน้มเข้าใกล้สถานศึกษามากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้มีงานวิจัยที่พบว่าเมื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถเข้าถึงง่ายปริมาณการบริโภคและปัญหาที่เกี่ยวข้องจะเพิ่มขึ้น จากการศึกษาของวีรนุช ว่องวรรธนะกุลและคณะ (2553) พบว่าความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับการดื่มแบบความเสี่ยงสูงโดยพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงมีอัตราการดื่มแบบความเสี่ยงสูงเป็น 1.22 เท่าของพื้นที่ที่มีจุดจำหน่ายน้อยกว่าและพบว่ามีผลงานวิจัยจำนวนมากแสดงให้เห็นว่าการควบคุมความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาสามารถลดปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนลงได้ (Kypri, K. et. al., 2010)

ดังนั้นมาตรการควบคุมความหนาแน่นเฉลี่ยของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงเป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการควบคุมการเข้าถึง การลดปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และลดผลกระทบอันเกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย การดำเนินการมีหลายมาตรการ ได้แก่ ใช้กฎหมายการออกใบอนุญาตเปิดร้าน ใบอนุญาตควบคุมการจำหน่ายประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การกำหนดเขตโซนนิ่งปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Zoning) ของร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการวางแผนการใช้พื้นที่ผังเมือง (กรมสรรพสามิต, 2559) โดยที่รัฐบาลต้องมีการกำหนดกฎหมายเพื่อควบคุมการขยายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้ระดับชุมชนนำไปบังคับใช้ (Campbell, Carla Alexia et.al, 2009) และการดำเนินการของชุมชนเพื่อให้เกิดการเฝ้าระวังจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อาจเกิดขึ้นใหม่โดยคนในชุมชนเองในการพัฒนาตัวแบบในการแก้ไขปัญหา โดยการบูรณาการแบบมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในพื้นที่ คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรภาครัฐ แกนนำชุมชนและภาคประชาชน (วุธิพงศ์ ภักดีกุล, 2553)

ระยะทางจากจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบสถานศึกษา

ระยะทางเฉลี่ยจากจุดจำหน่ายไปยังรั้วสถานศึกษา 490.08 เมตร พบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาในรัศมี 300 เมตร จำนวน 20 ร้าน 500 เมตร จำนวน 19 ร้าน และ

1,000 เมตร จำนวน 109 ร้าน โดยมีอัตราส่วนระหว่างจำนวนสถานศึกษาทั้งหมดต่อจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 300 เมตร, 500 เมตร และ 1,000 เมตร เท่ากับ 1:2.5, 1:2.37 และ 1:13.6 โดยพบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในระยะที่ใกล้กับโรงเรียนมัธยมศึกษาและสถาบันอาชีวศึกษาและร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งห่างจากสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุดเป็นระยะทางน้อยกว่า 500 เมตร คิดเป็นร้อยละ 26.35 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถซื้อและดื่มสุราได้ง่ายและเปิดเผย อาจเป็นเพราะความอ่อนด้อยของการบังคับใช้กฎหมายในการเอาผิดผู้ประกอบการและการละเลยหน้าที่รับผิดชอบของสถาบันการศึกษาในการป้องกันการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา โดยพบว่ามีงานวิจัยมากมายที่บ่งชี้ว่าระยะทางการเข้าถึงจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีระยะทางที่สั้นใช้เวลาในการเข้าถึงน้อยส่งผลต่อการการดื่มและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กนิษฐา ไทยกล้า, 2550; วีรนุช ว่องวรรธนะกุลและคณะ, 2553; บุญฑริกา บุญไชยแสนและคณะ, 2555; Ayuka et al., 2014) ดังนั้นจึงควรกำหนดขอบเขตรัศมีรอบสถานศึกษาในระยะที่กว้างออกไปเพื่อให้สามารถควบคุมการเข้าถึงจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่สรุปว่าประเภทของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณใกล้เคียงส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้น (วีรนุช ว่องวรรธนะกุลและคณะ, 2553; Young et al., 2013) จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้สถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์พบว่าส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ รองลงมาคือร้านขายส่ง ร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้านแฟมิลี่มาร์ท เป็นต้น ซึ่งจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสองประเภทที่พบเป็นส่วนใหญ่นั้นจัดอยู่ในประเภทจุดจำหน่ายแบบซื้อแล้วนำไปดื่มที่อื่น (Off-Premise) จากงานวิจัยที่ผ่านมายืนยันว่าจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทร้านขายของชำส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้นของนักเรียนนักศึกษาเนื่องจากเข้าถึงได้สะดวกและสามารถซื้อไปดื่มที่อื่นได้ (Chen, M. J., Grube, J. W., & Gruenewald, P. J., 2010)

2. พฤติกรรมการจำหน่ายและปัจจัยที่มีผลต่อการการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้า

ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน เป็นร้านร้านขายของชำ/โชห่วย รองลงมาเป็นร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหารและร้านมินิมาร์ท ส่วนใหญ่จำหน่ายเบียร์ รองลงมาจำหน่ายสปาย/ไวน์คูลเลอร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไทยและเหล้าขาวสอดคล้องกับการศึกษาของพงษ์เดช สารการ (2552) พบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชว์ห่วย รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อและร้าน เครื่องดื่ม/ร้านมินิมาร์ท/ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะและส่วนใหญ่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ รองลงมาได้แก่ เหล้าขาวและสปาย/ไวน์คลูเลอร์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขายมากที่สุดคือ เบียร์ รองลงมาขายสุราไทย ขายเหล้าขาว ขายสปาย/ไวน์คูลเลอร์และขายสุราต่างประเทศ จากผลการศึกษายังพบว่ามีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่มีป้ายหรือสติ๊กเกอร์ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้กับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 42.6 สอดคล้องกับการศึกษาของอารีกุล พวงสุวรรณและคณะ (2555) พบว่าร้านค้าส่วนใหญ่ไม่มีป้ายคำเตือนเกี่ยวกับกฎหมายใดๆ ดังนั้นหากยังไม่มีการดำเนินการให้ร้านจำหน่ายจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดำเนินการติดป้ายหรือสติ๊กเกอร์ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มี

แอลกอฮอล์ให้กับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อาจจะยังทำให้เยาวชนกล้าที่จะเข้าไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเพื่อป้องกันผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สับสนกับอายุขั้นต่ำที่สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ได้โดยเฉพาะกับผู้ที่เป็นเจ้าของร้านขายของชำและร้านจำหน่ายอาหารซึ่งเป็นสถานที่ที่เยาวชนมักจะไปเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในรอบปีที่ผ่านมาผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เคยถูกสุ่มตรวจสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สอดคล้องกับการศึกษาของวรวุฒิ สันติมัค (2551) พบว่าผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตอำเภอศรีราชาเคยได้รับการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 51.4 และสอดคล้องกับการศึกษาของนิตยา โควสุวรรณ (2548) ซึ่งกล่าวถึงมาตรการในการควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันผลกระทบต่อสังคมและความสงบสุขโดยส่วนรวม โดยต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ดังนั้นหากรัฐบาลได้กำหนดให้มีมาตรการหรือกฎหมายต่างๆ ขึ้นมาแล้วต้องมีการดำเนินการบังคับใช้อย่างจริงจังและต่อเนื่องซึ่งจะส่งผลทำให้มีการกระทำผิดตามกฎหมายน้อยลง กล่าวคือผู้ประกอบการจะมีการกระทำตามกฎหมายมากขึ้นเนื่องจากการที่เจ้าหน้าที่ของรัฐได้เข้าไปตรวจสอบจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีความระมัดระวังในการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ส่งผลให้มีการกระทำผิดกฎหมายลดน้อยลง

การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 54.1 สอดคล้องกับการศึกษาของวรวุฒิ สันติมัค (2551) พบว่าด้านความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของผู้ประกอบการร้านชำในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 49.2 ซึ่งอาจเนื่องมากจากผลการศึกษาที่พบว่าในรอบปีที่ผ่านมาผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เคยได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่ายังมีผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 12.2 และ เคย 1 ครั้ง/ปี ร้อยละ 26.4 ซึ่งผู้ประกอบการร้ายจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากการไปต่อใบอนุญาติจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องควรมีช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างจริงจัง โดยการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบผิดมากที่สุดในสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้นน้ำมันได้ ซึ่งผู้จำหน่ายอาจเข้าใจผิดว่าเฉพาะร้านสะดวกซื้อที่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเท่านั้นที่ไม่สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แต่ในความเป็นจริงนั้นร้านค้าทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารหรือแผงลอยที่เข้าไปจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ไม่สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด

พบว่าผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนมีการติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่สอบถามอายุของผู้ซื้อก่อนขาย ไม่ขอตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อก่อนจำหน่ายและมีการวางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขาย พฤติกรรมของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการกระทำที่เปิดโอกาสให้

เยาชนสามรถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตั้งแต่อายุน้อยและดื่มมากขึ้นด้วย และจากการศึกษาที่พบว่าผู้จำหน่ายมีความรู้เรื่องการไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้เพียงร้อยละ 57.4 เท่านั้น สอดคล้องกับการศึกษาของพงษ์ศักดิ์ อ้นมอย (2554) พบว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนมีการขายให้กับคนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 56.8 และการศึกษาของอารีกุล พวงสุวรรณและคณะ (2555) พบว่าเยาวชนสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้สำเร็จมากถึงร้อยละ 98.7 โดยร้อยละ 94 ของการเข้าซื้อเป็นไปโดยปราศจากอุปสรรค ซึ่งการเข้าซื้อของเยาวชนส่วนใหญ่ร้อยละ 99.1 ไม่พบว่ามีการถามถึงอายุของผู้ซื้อและร้อยละ 99.9 ไม่มีการขอดูบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ซื้อ ในจำนวนครั้งที่เข้าซื้อส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 80.7 ผู้ซื้อเป็นผู้หยิบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เอง โดยใช้เวลาในการเข้าซื้อเฉลี่ยเพียง 2.73 นาที ต่อการซื้อ 1 ครั้ง และเวลาที่ใช้ในการน้อยที่สุดใช้เพียง 1 นาที ซึ่งการสอบถามอายุของผู้ซื้อช่วยลดความสำเร็จในการซื้อได้ถึงประมาณ 1 ใน 3 และการขอดูบัตรประจำตัวประชาชนจะทำให้ ความสำเร็จในการซื้อเป็นศูนย์หรือไม่เกิดการซื้อขึ้นได้อย่างสิ้นเชิง ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าหากสามารถทำให้ผู้จำหน่ายขอดูบัตรประจำตัวประชาชนจากเยาวชนได้มากเท่าไร ความสำเร็จในการซื้อก็จะยิ่งน้อยลงและป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้มากเท่านั้น (อารีกุล พวงสุวรรณและคณะ, 2555) ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สรรพสามิตซึ่งเป็นหน่วยงานที่ออกใบอนุญาตและมีสิทธิ์ในการระงับใบอนุญาตจำหน่ายได้และตำรวจซึ่งเป็นผู้รักษากฎหมายต้องมีการออกตรวตสอบและการให้ผู้จำหน่ายปฏิบัติตามกฎหมาย โดยใช้วิจารณญาณที่มีหากสงสัยเรื่องอายุควรสอบถามและขอดูบัตรทันทีและควรทำเป็นประจำสม่ำเสมอกับเยาวชนทุกคนที่คาดว่าอายุยังไม่ถึงตามที่กฎหมายกำหนดอีกทั้งไม่ควรคิดว่าร้านอื่นๆ ก็ขายหรือคิดว่าถ้าตนไม่ขายเยาวชนก็สามารถซื้อจากร้านอื่นได้และทั้งนี้จากข้อมูลเชิงคุณภาพทำให้ทราบว่าร้านประเภทสะดวกซื้อและห้างค้าปลีกจะมีระบบคอมพิวเตอร์ช่วยจำกัดเวลาการจำหน่ายตามกฎหมายไว้โดยเครื่องคิดเงินจะไม่สามารถยิงบาร์โค้ดคิดเงินและบันทึกการจำหน่ายได้ ดังนั้นจึงควรมีมาตรการการตรวจสอบและลงโทษร้านที่ไม่มีใบอนุญาตและไม่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งขัด รุนแรงและกำหนดจำนวนร้านค้าตามเขตพื้นที่ เช่น หนึ่งหมู่บ้านควรจะมีร้านค้าได้กี่ร้านเพราะในชุมชนมีร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มากเกินไปส่งผลให้การเข้าถึงเครื่องดื่มเป็นไปได้ง่ายขึ้น

ในส่วนของความสัมพันธ์ของปัจจัยระหว่างระยะทางจากร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสถานศึกษากับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนพบว่าในรัศมี 300 เมตร พบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 300 เมตร มีการติดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 300 เมตรอาจเนื่องมาจากร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนได้ทราบว่าที่ร้านมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่ายไม่ต้องเดินทางไปซื้อไกลมาก พบว่าในรัศมี 500 และ 1,000 เมตร พบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 500 เมตร ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนมากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 500 และ 1,000 เมตร และร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 500 เมตร ที่ไม่มีการขอดูบัตรประชาชนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ห่างจากสถานศึกษาไม่เกิน 500 เมตร จะเห็นได้ว่าผู้จำหน่ายเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์จะมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อยู่ห่างจากสถานศึกษามากกว่า 500 และ 1,000 เมตร อาจเนื่องมาจากมีการตรวจของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้รัศมี 500 เมตร จากสถานศึกษาทำให้ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ที่อยู่ในรัศมีน้อยกว่า 500 เมตรจะไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน แต่ร้านที่อยู่ในรัศมีที่ไกลจากสถานศึกษามากกว่า 500 เมตรจะจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนรวมถึงไม่มีการขอดูบัตรประชาชนของผู้ซื้อแต่ก็ยังถือว่าทำผิดตามกฎหมายที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และจากการมีประกาศคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ห้ามมิให้ผู้ประกอบกิจการสถานบริการหรือสถานประกอบการใดที่เปิดให้บริการในลักษณะที่คล้ายกับสถานบริการ ห้ามมิให้มีสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาหรือหอพักในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาซึ่งการบังคับใช้กฎหมายนั้นอาจจะช่วยแก้ปัญหาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน นักศึกษาได้ในระดับหนึ่ง (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2560) สอดคล้องกับการศึกษาของนิตยา โควสุวรรณ (2548) ซึ่งกล่าวถึงมาตรการในการควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันผลกระทบต่อสังคมและความสงบสุขโดยส่วนรวม โดยต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ดังนั้นหากรัฐบาลได้กำหนดให้มีมาตรการหรือกฎหมายต่างๆ ขึ้นมาแล้วต้องมีการดำเนินการบังคับใช้อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลทำให้มีการกระทำผิดตามกฎหมายน้อยลง กล่าวคือ ผู้ประกอบการจะมีการกระทำตามกฎหมายมากขึ้น เนื่องจากการที่เจ้าหน้าที่ของรัฐได้เข้าไปตรวจสอบจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีความระมัดระวังในการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องมากขึ้นส่งผลให้มีการกระทำผิดกฎหมายลดน้อยลง

ผลการศึกษาความสัมพันธ์พบว่ามีปัจจัยที่ทำนายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน คือ 1) เพศ พบว่าผู้จำหน่ายเพศหญิงมีโอกาสขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าผู้จำหน่ายเพศชายคิดเป็น 7.73 เท่า ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของอารีกุล พวงสุวรรณและคณะ (2555) ที่พบว่าเพศของผู้จำหน่ายไม่มีผลต่อความสำเร็จในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนเนื่องจากจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.6 2) การแสดงป้ายร้านค้านี้ไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนพบว่าร้านที่ไม่มีป้ายเตือน “ไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี” มีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านที่ไม่มีป้ายเตือน “ไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี” คิดเป็น 15.26 เท่า ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของอารีกุล พวงสุวรรณและคณะ (2555) ที่พบว่าการติดป้ายคำเตือนเกี่ยวกับกฎหมายไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการซื้อสำหรับการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านที่มีและไม่มีการติดป้ายโฆษณา แสดงให้เห็นว่าการติดป้ายโฆษณาไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการซื้อเช่นเดียวกัน 3) การถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่ไม่เคยถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายมีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่เคยถูกตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายคิดเป็น 6.99 เท่า 4) การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบให้ลูกค้าบริการตัวเองพบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่ขายแบบให้ลูกค้าบริการตัวเองมีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่ขายแบบไม่ให้ลูกค้าบริการตัวเองคิดเป็น 15.25 เท่า 5) การสอบถามอายุของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่ไม่สอบถามอายุของผู้ซื้อก่อนขายเครื่องดื่มแอกอฮอล์มีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอกอฮอล์ที่สอบถามอายุของผู้ซื้อก่อนขายเครื่องดื่มแอกอฮอล์คิดเป็น 7.32 เท่า 6) การตรวจสอบบัตรประชาชนของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ขอดูบัตรประชาชนของผู้ซื้อมีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขอดูบัตรประชาชนของผู้ซื้อคิดเป็น 13.51 เท่า สอดคล้องกับการศึกศึกษาของอารีกุล พวงสุวรรณและคณะ (2555) ที่พบว่าการสอบถามถึงอายุและบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ซื้อจึงมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการซื้อโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 7) วางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขาย พบว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขายมีโอกาสจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่วางโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดขายคิดเป็น 54.11 เท่า สอดคล้องกับการศึกษาของวุฒิพงศ์ ภักดีกุล (2553) พบว่าลักษณะการละเมิดกฎหมายและสัดส่วนของผู้ละเมิดกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มี 7 ลักษณะ คือ การละเมิดด้านเวลา การโฆษณา อายุผู้ซื้อ สถานที่ในเขตวัด สถานศึกษาและสถานที่ราชการ ปั้มน้ำมันและด้านการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม เร่ขายและสอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่พบว่าผู้จำหน่ายส่วนหนึ่งยอมรับว่าทราบเกี่ยวกับกฎหมายแต่ขายให้เยาวชน โดยให้เหตุผลหลายประการ เช่น ขายให้เพราะไม่มีผลกระทบอะไรตามมา ขายเมื่อมีลูกค้าจำนวนมาก ยากที่สอบถามอายุหรือขอดูบัตรประจำตัวประชาชนจากทุกคน ขายเพราะเห็นว่ามาแล้วแต่จะเตือนว่าครั้งต่อไปจะไม่ขายให้แม้จะไม่ขายให้แต่เยาวชนก็สามารถไปซื้อร้านอื่นได้ขายเพราะคิดว่าหรือทราบว่าเด็กไม่ได้ดื่มเองแต่ซื้อไปให้ผู้ปกครองหรือผู้ใหญ่ผู้จำหน่ายส่วนหนึ่งยอมรับว่า การตัดสินใจขายหรือไม่ขายอยู่ที่จิตสำนึกของผู้จำหน่ายเองแม้จะไม่มีกฎหมายมากำหนด ดังนั้นจึงควรมีมาตรการการตรวจสอบและลงโทษร้านที่ไม่มี ใบอนุญาตและไม่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งขัด รุนแรงและกำหนดจำนวนร้านค้าตามเขตพื้นที่

3. พฤติกรรมการดื่มและปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกฮอล์ของเยาวชน

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

เยาวชนเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยนักเรียนระดับอาชีวศึกษาดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด อายุที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเฉลี่ย 16.37 ปี อายุต่ำสุด 11 ปี ซึ่งเป็นอายุที่ต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ที่ 20 ปี เหตุผลในการดื่มครั้งแรกคือ อยากลองรสชาติ รองลงกลุ่มเพื่อนที่ดื่มชักชวน เพื่อเข้าสังคม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เยาวชนดื่มเป็นประจำคือเบียร์ รองลงมาคือ เหล้าสปาย/ไวน์คูลเลอร์ และเหล้าปั่น มีค่าใช้จ่ายในการดื่ม 100–200 บาท/ครั้ง ดื่มเพื่อความสนุกสนาน รองลงมาคือสร้างโอกาสในการเข้าสังคม/ดื่มเพื่อเข้าสังคมและบรรเทาความทุกข์ ความเครียดต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาหลายๆ งาน เช่น การศึกษาของทิฆัมพร หอสิริและคณะ (2553) ศึกษาความชุกของพฤติกรรมการดื่มสุราและปัจจัยที่สัมพันธ์กับการดื่มสุราในนักเรียนมัธยมศึกษา พบว่าอายุเฉลี่ยเมื่อดื่มสุราครั้งแรกคือ 14.5 ปี อายุต่ำสุดคือ 9 ปี สาเหตุการดื่มครั้งแรกคืออยากทดลอง เพื่อเข้าสังคมและตามแบบเพื่อน นิยมดื่มเบียร์มากที่สุดและการศึกษาของบรรจง พลไชย (2553) พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานเลี้ยงสังสรรค์ ดื่มเพื่อความสนุกสนานส่วนมากดื่มกับเพื่อน ดื่มที่บ้านหรือที่พักของเพื่อน ดื่มในวันหยุด โดยดื่ม 1 ครั้งต่อเดือน ได้เครื่องดื่มมาโดยมีผู้อื่นซื้อให้หรือได้ดื่มฟรี ค่าใช้จ่ายต่อการดื่มแต่ละครั้งประมาณ 51-100 บาท และสอดคล้องกับการศึกษาของจักรพันธ์ กิตตินรรัตน์และนิพิฐพนธ์ สนิทเครือ (2554) พบว่านักศึกษาดื่มเครื่องดื่ม

แอลกอฮอลครั้งแรกเมื่ออายุประมาณ 17 ป เปนการดื่มกับเพื่อน เหตุผลที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอลครั้งแรก คือ การชักชวนหรือไปสังสรรคกับเพื่อนฝูง โดยการดื่มครังแรกนั้นเริ่มต้นจากเบียรโดยนิยมดื่มครั้งแรกที่บ้าน/ที่พักอาศัยของเพื่อนเช่นเดียวกับการศึกษาอัมมันดา ไชยกาญจน์ (2549) พบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นักเรียนส่วนใหญ่ดื่มในปัจจุบันคือ เบียร์ทั้งนี้เป็นเพราะเบียร์มีดีกรีของแอลกอฮอล์ต่ำกลิ่นไม่แรงทำให้ดื่มได้ง่ายและมีรสชาติอ่อนกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นๆ ซึ่งเบียร์มีปริมาณของเอทิลแอลกอฮอล์อยู่ที่ประมาณ 4– 8 ดีกรี ซึ่งต่ำกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นๆ และการหาซื้อเบียร์สามารถหาซื้อได้ง่ายและตามร้านค้าที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักจะมีโปรโมชั่นในการซื้อเบียร์ ยิ่งซื้อมากราคายิ่งถูก เป็นต้น

เยาวชนนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสดื่มกับเพื่อน/ดื่มในวงเหล้าของเพื่อนร่วมงานเลี้ยงหรืองานสังสรรค์และบุคคลที่เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยเป็นเพื่อน สถานที่ที่เยาวชนนิยมดื่มคือที่พักของเพื่อน ดื่มที่สถานบันเทิง บ้านของตนเองและหอพักและพบว่าเยาวชนมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับการศึกษาของไชยพร โอภาวัฒนาและคณะ (2553) ที่ศึกษาความชุกและแบบแผนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนักเรียนมธัยมศึกษาตอนปลายผลการศึกษาพบว่าด้านสถานที่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะเกิดขึ้นในที่พักอาศัยส่วนตัวมากกว่าสถานที่ภายนอกโดยส่วนใหญ่แล้วผู้ร่วมดื่มในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษามักจะเป็นกลุ่มเพื่อนกันเองทั้งจากในโรงเรียนเดียวกันและจากต่างโรงเรียน

เยาวชนเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยซื้อที่ร้านขายเครื่องดื่ม รองลงมาซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ ร้านโชวห่วย/ขายของชำ/ร้านค้าในหมู่บ้าน ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกสัปดาห์ ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 17.01–21.00 น. ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเย็น เยาวชนไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้รถจักรยานยนต์และการเดิน ใช้เวลาเดินทางไปซื้อประมาณ 6–10 นาที โดยเยาวชนซื้อที่ร้านประจำเนื่องจากเดินทางสะดวกและอยู่ใกล้ที่พักแสดงให้เห็นว่าระยะทาง ระหว่างร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเขตสถานศึกษาและหอพักของนักเรียนนักศึกษาเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่ามีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีระยะห่างเฉลี่ยของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษา 521.08 เมตร จากผลการศึกษาทำให้สะท้อนข้อมูลได้ว่ามีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ใกล้กับที่พักของเยาวชนทำให้สามารถเข้าถึงได้สะดวกจึงเป็นเหตุจูงใจในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากขึ้นซึ่งจากผลการศึกษาที่พบว่าที่พักของนักเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่มีระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานศึกษาต่ำกว่า 300 เมตร ถึงร้อยละ 21.0 สอดคล้องกับการศึกษาของบุณฑริกา บุญไชยแสน (2555) พบนิสิตร้อยละ 63.3 ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน โดยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อยเดือนละครั้ง เดินทางไปซื้อด้วยจักรยานยนต์ สามารถเดินทางจากที่พักไปแหล่งขายไม่เกิน 10 นาที แหล่งขายที่ไปซื้อบ่อยที่สุด คือ ร้านมินิมาร์ท/ร้านสะดวกซื้อ เวลาที่ไปซื้อบ่อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 21.01-24.00 น. เวลาที่ใช้ในการเดินทางไปร้านที่นั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สะดวกที่สุดส่วนใหญ่ใช้เวลา 5–10 นาที ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเร่งหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยห้ามมิให้ผู้ประกอบกิจการสถานบริการหรือสถานประกอบการใดที่เปิดให้บริการในลักษณะที่คล้ายกับสถานบริการ ห้ามมิให้มีสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาหรือหอพักในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2560)

เยาวชนกลุ่มตัวอย่างพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ จากข้อมูลทำให้ทราบว่าปัจจุบันยังคงมีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อต่างๆอยู่ถึงแม้ว่าในปัจจุบันทางภาครัฐจะมีมาตรการให้การจำกัดเวลาการโฆษณาหรือการห้ามโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ แต่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายก็จะหาแนวทางในการหาวิธีการรูปแบบอื่นๆ ที่จะสื่อถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่นรูปภาพ คำบรรยาย ต่างๆ หรือน้ำดื่มยี่ห้อต่างๆ ที่สื่อถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีการศึกษาที่พบว่าการพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการโฆษณามีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน เช่น การศึกษาของนงนุช ใจชื่นและคณะ (2556) พบว่าการรับรู้ การจดจำ การครอบครองและทัศนคติที่มีต่อสิ่งของที่มีตราสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนและการศึกษาของบำรุง สุขพรรณ์และคณะ (2551) เรื่องการศึกษาผลกระทบของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทโฆษณาส่งเสริมสังคมที่มีต่อเยาวชนพบว่าการเปิดรับสื่อและการเคยเห็นชื่อสินค้า/ตราสินค้า/ผลิตภัณฑ์สินค้าผ่านสื่อประเภทต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ ในปริมาณความถี่ที่บ่อยครั้งจะเป็นการตอกย้ำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักสินค้าและสามารถจดจำชื่อสินค้าและ/หรือรูปลักษณะผลิตภัณฑ์สินค้า หรือแม้แต่การจดจำชื่อบริษัทที่เชื่อมโยงกับตราสินค้าได้และการศึกษาของ Collins, Rebecca L., Ellickson, Phyllis, et,al. (2007) พบว่าการเปิดรับการโฆษณาแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับการดื่มของเด็กวัยรุ่นที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะพบว่าการเปิดรับชมโฆษณาอันได้แก่ การโฆษณาเบียร์ของรายการกีฬาในโทรทัศน์ การโฆษณาเบียร์ของรายการอื่นๆ ในโทรทัศน์ การฟังวิทยุและการเป็นเจ้าของสินค้าที่ใช้ในการส่งเสริมการขายเป็นตัวแปรทำนายเชิงบวกที่มีผลต่อการดื่มเบียร์และความตั้งใจในการดื่มอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนควรมีการดำเนินการและร่วมผลักดันห้ามไม่ให้มีการโฆษณาหรือการส่งเสริมการขายด้วยสิ่งของที่มีตราสัญลักษณ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกพื้นที่และทุกช่องทางการสื่อสารที่แอบแฝงมากับยังกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา เช่น การให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬา การออกค่ายอาสาฯ เป็นต้น รวมถึงการรณรงค์และให้ความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่เยาวชนและผู้ปกครองเกี่ยวกับผลกระทบจากการทำการโฆษณาของธุรกิจและอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ครอบคลุมทุกช่องทางการสื่อสารและทุกสถานที่

การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่าการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนที่ตอบถูกมากที่สุดในเรื่องไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้ สอดคล้องกับการศึกษาของนฤพนธ ทรงพระ (2558) พบว่ากลุ่มตัวอย่างสวนใหญมีการรับรูกฎหมายอยูในระดับปานกลาง คิดเปนรอยละ 78.0 โดยขอกฎหมายที่รับรูสูงที่สุดคือ การหามขายและหามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอลในสถานศึกษากลุมตัวอยางตอบถูกคิดเปนรอยละ 83.6 และการศึกษาของบุณฑริกา บุญไชยแสนและคณะ (2555) พบว่านักศึกษาเคยได้ยินหรือรู้จักพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยข้อที่มีการรับรู้มากที่สุด คือ มีมาตรการห้ามดื่มฯ ในโรงเรียน/ สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 95.0 ในส่วนการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบผิดมากที่สุดในเรื่องสามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ซึ่งมาตรการดังกล่าวถือเป็นมาตรการสำคัญที่หากการรับรู้ของ

เยาวชนมีความเข้าใจที่ไม่ชัดเจนหรือคลาดเคลื่อนอาจเป็นสาเหตสำคัญที่นำไปสู่การเพิ่มจำนวนนักดื่มหน้าใหม่เพราะการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวนมากมุ่งตอบสนองความใฝ่ฝันของเยาวชน ได้แก่ ความเป็นชาย เสน่ห์ทางเพศ เป็นต้น (บัณฑิต ศรไพศาลและคณะ, 2549) ดังนั้นการรณรงค์และการสื่อสารในประเด็นเหล่านี้จึงยังมีความจำเป็นและควรหารูปแบบวิธีการกระชับเนื้อหาและสรุปข้อความที่สื่อเข้าใจง่ายและเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีเรื่องที่เยาวชนยังมีการรับรู้ที่ยังน้อยคือสามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้นน้ำมันได้สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สวนสาธารณะได้ นั้นแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างยังมีการรับรู้ที่ผิดหรือเป็นเรื่องไกลตัวทำให้เยาวชนยังไม่ทราบว่าสถานที่ดังกล่าวไม่สามารถจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จึงควรมีการประชาสัมพันธ์มาตรการข้อดังกล่าวให้มากขึ้นสอดคล้องกับการศึกษาของพงษ์เดช สารการ (2552) ที่พบว่าความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในเรื่องการห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย มาตรการทั่วไปในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการรับรู้ในระดับปานกลางในขณะที่การรับรู้เวลาที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับน้อยและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันมาฆบูชา ผิดกฎหมายจึงควรถูกนำไปหารูปแบบและวิธีการในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจให้ชัดเจนและถูกต้องมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกันส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นสถานที่และเวลาห้ามดื่มและซื้อเครื่องดื่มแอลกฮอล์

ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกฮอล์ของเยาวชน

พบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน คือ การมีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยผลการศึกษาความสัมพันธ์พบว่ามีปัจจัยทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ทำนายการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ ระดับการศึกษา คนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพบเห็นสื่อรณรงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยปัจจัยเหล่านี้จะไปมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มคนอีกด้วย (Lemke, 2008; Reis, 2000) ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อและดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนักวิชาการจำนวนหนึ่ง (กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล,2542; จิราภรณ์ เทพหนู, 2540; สายใจ ชื่นคำ,2542)

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้าน เพศ พบว่าเยาวชนเพศชายมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวเพศหญิง สอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาที่พบว่าเยาวชนเพศชายมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มมากกว่าเยาวชนเพศหญิง (จิราภรณ์ เทพหนู, 2540; อัปสร เตียวตระกูลวัฒนา, 2552; จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์และนิพิฐพนธ์ สนิทเครือ, 2554; ฑิฆัมพร หอสิริและคณะ,2559; Roberts, 2006) ซึ่งการที่เยาวชนเพศชายมีความเสี่ยงในการดื่มมากกว่าเยาวชนหญิงกว่าอาจเนื่องมาจากการยอมรับการดื่มของสังคมระหว่างเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกันทำให้เป็นส่วนหนึ่งที่เห็นได้ชัดในการดื่มของเพศชายที่มากกว่าเพศหญิงนอกจากนี้ยังมีอายุ ระดับชั้นเรียน รายได้ ผลการเรียน ด้านปัจจัยนำ เช่น ค่านิยมเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นโดยที่ค่านิยมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลในการกระทำสิ่งต่างๆ โดยบุคคลจะเลือกปฏิบัติตามสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับตน ตามความเชื่อ

และรสนิยมของชีวิต ดังเช่น ค่านิยมของสังคมไทยเคยเห็นว่าผู้หญิงไม่ควรดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ปัจจุบันผู้หญิงกลับได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้นเมื่อผู้หญิงดื่มเบียร์โดยมีความเชื่อว่าเบียร์มีปริมาณแอลกอฮอล์น้อย หรือค่านิยมในวัยรุ่นส่วนใหญ่มีคิดว่าการดื่มเป็นการแสดงให้เห็นว่าทันสมัย เท่ โก้เก๋หรือค่านิยมในสังคมไทยที่แบ่งวัยและเพศของผู้ดื่มด้วยชนิดของเครื่องดื่ม เช่นไวน์ เบียร์ สำหรับวัยรุ่นเพศหญิงและเหล้าสีสำหรับวัยรุ่นเพศชายหรือวัยกลางคนขึ้นไป เป็นต้น และด้านสถานะสุขภาพ เช่น ปัญหาความเครียดซึ่งความเครียดของวัยรุ่นอาจเกิดจากสาเหตุต่างๆ เช่น การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของร่างกายและจิตใจ หากปรับตัวไม่ได้ก็จะเครียดหรือสับสน เครียดเนื่องจากความขัดแย้งกับพ่อแม่กับเพื่อนหรือบุคคลอื่น เครียดเรื่องการเรียน เป็นต้น จึงหาทางออกด้วยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คิดว่าเป็นเครื่องผ่อนคลายความเครียดและระงับความกดดัน (อดิศวร์ หลายชูไทยและคณะ, 2545) ดังการศึกษาของเชษฐ รัชดาพรรณาธิกุล (2555) พบว่าเพศชายมีสัดส่วนของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูงมากกว่าเพศหญิงทั้งนี้อธิบายได้ว่าเป็นผลจากความคาดหวังเกี่ยวกับบทบาททางสังคมที่แตกต่างกันระหว่างเพศ เช่น เพศชายถูกคาดหวังจากสังคมทั้งในเรื่องของความเป็นผู้นาความอดทน โดยเฉพาะในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษามีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ซึ่งอาจเป็นเพราะมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่รอบสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษามากกว่าสถานศึกษาระดับอื่นๆ ดังผลการศึกษาที่พบว่าพบจุดจำหน่ายโดยรอบสถานศึกษาระยะทางไปยังรั้วสถานศึกษาเฉลี่ย 490.08 เมตร โดยระยะทางที่ใกล้ที่สุดคือ สถานศึกษาระดับอาชีวศึกษา (232.68 เมตร) รองลงมาคือ สถานศึกษาระดับอุดมศึกษา 432.67 เมตร สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา 434.45 เมตร โดยสอดคล้องกับข้อมูลจากสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศไทยปี พ.ศ. 2556 พบว่าผู้ที่จบการศึกษาในสายอาชีพ (ปวช. ปวส. และอนุปริญญา) มีความชุกของการดื่มใน 12 เดือนที่ผ่านมาสูงที่สุด (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2556) แต่จากผลการศึกษาพบว่าเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาดื่มเครื่องแอลกอฮอล์น้อยกว่านักเรียนระดับอาชีวศึกษาอาจจะเนื่องมาจากการเวลาที่นักเรียนไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้จำหน่ายอาจจะไม่ขายให้เนื่องจากรู้จักกับนักเรียนและที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านเดียวกันแต่นักเรียนระดับอาชีวศึกษาส่วนใหญ่จะมาจากพื้นที่อื่นเข้ามาเรียนอยู่ในจังหวัดพักอาศัยอยู่ที่หอพักทำให้ผู้จำหน่ายขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เนื่องจากไม่รู้จักและนักเรียนระดับอาชีวศึกษาจะดูมีอายุมากกว่านักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในส่วนของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีความเสี่ยงในการดื่มน้อยกว่านักเรียนระดับอาชีวศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของหนึ่งฤทัย มีสะอาด (2551) ที่พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่าเมื่อมีการศึกษาอยู่ในระดับที่สูงขึ้นเปอร์เซ็นต์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอออฮอล์จะน้อยลงทั้งนี้อาจเนื่องมาจากวุฒิภาวะและความรู้ที่เพิ่มมากขึ้นทำให้มีการยับยั้งชั่งใจเพิ่มมากขึ้น

สำหรับประเด็นคนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มพบว่าเยาวชนที่มีคนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวที่ไม่มีคนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับสอดคล้องกับชัยยุทธ ดายา (2534) พบว่าการสนับสนุนของครอบครัวสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นซึ่งชี้ให้เห็นว่าครอบครัว และสภาพของครอบครัว เป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น รวมทั้งผล

การศึกษาของนักวิชาการอีกจำนวนหนึ่ง (กัญญณัช ธรรมสอน, 2553; จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์และนิพิฐพนธ์ สนิทเครือ 2554; ฑิฆัมพร หอสิริและคณะ, 2559, Forthun, Pidcock, & Dowd, 2007; Lemke, Schutte, Brennan, & Moos,2008) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากครอบครัวเป็นสถาบันแรกที่มีหน้าที่ให้คำแนะนำ การอบรมสั่งสอนและให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่บุตรหลาน ดังนั้นหากนักศึกษามีคนในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้นักศึกษามองเห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้มีโทษหรือปัจจัยเสี่ยงใดๆ กับชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2556 ที่พบว่าเยาวชนที่อยู่ในครอบครัวที่พ่อและ/หรือแม่เป็นนักดื่มสุราจะมีโอกาสที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มมากขึ้นซึ่งจะส่งผลทำให้เด็กทดลองดื่มเร็วขึ้นและกลายเป็นนักดื่มในที่สุด (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, 2556) ดังนั้นผู้ปกครองควรให้ความใส่ใจกลุ่มเยาวชนซึ่งอยู่ในช่วงวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงของพัฒนาการในทุกๆ ด้านเป็นวัยที่ควรได้รับการดูแลให้ความสนใจเป็นพิเศษ การได้รับการสนับสนุนทางอารมณ์ ทางวัตถุและทางด้านข้อมูลข่าวสารจึงเป็นสิ่งที่ทำให้วันรุ่นสามารถปรับตัวอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุขและป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอออล์

ในส่วนของเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่าเยาวชนที่มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวที่ไม่มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คิดเป็น 4.20 เท่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาที่พบความสัมพันธ์ว่าเยาวชนที่มีเพื่อนดื่มเครื่องดื่มแอลกฮอฮอล์จะมีพฤติกรรมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กัญญณัช ธรรมสอน, 2553; จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์และนิพิฐพนธ์ สนิทเครือ,2554; ช่อแก้ว ร่มสุขและขจรวรรณ อิฐรัตน์, 2555; Fossos, & Larimer, 2007; Schultz & Neighbors, 2007) และการศึกษาของวัฒนา เพ็ชร์สำราญและคณะ (2552) พบว่าเพื่อนมีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่นเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงวัยรุ่นซึ่งมีพัฒนาการอย่างรวดเร็วในทุกด้านโดยเฉพาะการพัฒนาทางด้านสังคม เรียนรู้การเข้าร่วมสังคมกับกลุ่มเพื่อนเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทำให้เพื่อนมีอิทธิพลในช่วงวัยรุ่นมาก (สุชา จันทน์เอม, 2543) วัยรุ่นมีความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ชอบให้ผู้ใหญ่เข้ามาดูแลหรือออกคำสั่ง ให้ความสนใจกลุ่มเพื่อนมากและฟังความคิดเห็นส่วนใหญ่ของกลุ่มจึงทำตามกลุ่มเพื่อน (วินัดดา ปิยะศิลป์ และพนม เกตุมาน, 2545) เพื่อนมีอิทธิพลต่อชีวิตของวัยรุ่นการมีเพื่อนทำให้วัยรุ่นรู้สึกว่าตนมีพรรคพวกมีที่อยู่รวมกันทำให้เกิดความรู้สึกว่าเขาสำคัญในกลุ่มนั้นสร้างความเข้มแข็งความมั่นใจและอำนาจได้วัยรุ่นจึงถือว่าการยอมรับของเพื่อนเป็นสิ่งสำคัญเขาจะทำตามเพื่อนและปฏิบัติตัวคล้ายกลุ่มเพื่อนตลอดจนรับค่านิยมและทัศนคติมาจากกลุ่มเพื่อนและเลือกกลุ่มเพื่อนที่มีนิสัยและความชอบคล้ายๆ กัน (พัฒน์ มหาโชคเลิศวัฒนาและคณะ, 2547) วัยรุ่นต้องการการยอมรับจากบุคคลภายนอกหรือการประเมินจากบุคคลอื่น โดยเฉพาะจากกลุ่มเพื่อนๆ บทบาทของกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมากวัยรุ่นมีกลุ่มเพื่อนหลายกลุ่มที่เขาจะเลียนแบบเอาเป็นตัวอย่างวัยรุ่นจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับเพื่อนทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อน มีเพื่อนที่สนิทถ้าได้เพื่อนดีชักชวนทำกิจกรรมต่างๆ ในทางสร้างสรรค์ วัยรุ่นก็จะมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อปัญหาต่างๆ ค่อนข้างน้อยแต่ในทางตรงกันข้ามถ้ามีเพื่อนกลุ่มเกเรไม่รับผิดชอบไม่สนใจการเรียนมีพฤติกรรมก้าวร้าว ดื่มเหล้า สูบบุหรี่ก็จะชักนำให้เพื่อนกลุ่มเดียวกันมีพฤติกรรมเสี่ยงและมีปัญหาต่างๆ ตามมา (วิโรจน์ อารีย์กุล, 2554)

เมื่อพิจรณาประเด็นการพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มพบว่าเยาวชนที่เคยพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวที่ไม่เคยพบเห็นสื่อโฆษณา

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์คิดเป็น 3.22 เท่า อาจเนื่องจากปัจจุบันระบบเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นข่าวสารข้อมูลต่างๆ สามารถเข้าถึงง่าย ผลสำรวจล่าสุดของสำนักวิจัยเอแบคโพลยังยืนยันได้ว่าการโฆษณามีผลต่อการสร้างทัศนคติของวัยรุ่น เช่น การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกครั้งที่ผ่านมาที่บริษัทเบียร์เป็นเจ้าภาพทำให้เด็กและเยาวชนรู้สึกขอบคุณและยืนยันให้การสนับสนุนเบียร์ตอบแทนร้อยละ 71.4 (กัลยาณมิตรเพื่อนแท้สำหรับคุณ, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ เทพหนู (2540) ที่พบว่าการได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนสูงและปานกลางมีโอกาสเสี่ยงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 4.11, 2.40 เท่าและยังมีการศึกษาที่พบว่าการพบเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ระหว่างกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน (ลักขณา เติมศิริกุลชัยและคณะ, 2542; วชิระ พุกเจริญ, 2559) และการศึกษาของสาวิตรี อัษณางค์กรชัยและคณะ (2551) พบว่าปัจจัยที่สำคัญอีกด้านหนึ่งที่สัมพันธ์กับการดื่มสุราของนักเรียนจากผลการศึกษานี้ ได้แก่ การสัมผัสกับโฆษณาสุรา นักเรียนที่ดื่มสุรามีอัตราการสัมผัสโฆษณาสุราบ่อยครั้งกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มและสามารถจดจำรวมทั้งมีความรู้สึกอยากลองดื่มมากกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มสุราอย่างชัดเจน โดยนักเรียนที่ดื่มสุรามีอัตราการสัมผัสกับสื่อโฆษณาสุราทุกชนิดบ่อยครั้งกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มสุราประมาณหนึ่งเท่าครึ่งและมีอัตราการจำชื่อยี่ห้อสุราได้มากกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มถึงเกือบสองเท่ารวมทั้งยังมีความรู้สึกอยากลองดื่มสุรามากกว่านักเรียนที่ไม่ดื่มประมาณสองเท่าเช่นกัน รวมทั้งการศึกษาของ McClure Auden C., Stoolmiller Mike et,al. (2009) ที่ศึกษาเกี่ยวกับสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลที่มีต่อวัยรุ่นในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าการมีหรือการเป็นเจ้าของสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถคาดการณ์ได้ว่าวัยรุ่นจะมีความไวต่อการเริ่มต้นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และกลายเป็นคนดื่มอย่างหนัก

สำหรับประเด็นทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่าเยาวชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูงจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเยาวชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่ำ 3.46 เท่า มีการศึกษาที่พบว่าเยาวชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่านักศึกษาที่มีทัศนคติไม่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื่องจากทัศนคติเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจและการแสดงออก หากนักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้สนุก คุยตลกหรือการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้รู้สึกสงบ เป็นต้น นักศึกษาเหล่านั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ถ้าในทางกลับกันนักศึกษาที่มีทัศนคติไม่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น เป็นสาเหตุของการทะเลาะวิวาท เป็นสารที่ทำให้เสพติดได้ เป็นต้น นักศึกษาเหล่านั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับการศึกษาของสุริยัน อ้นทองทิม (2550) พบว่ากลุ่มวัยรุ่นชายตัดสินใจดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะต้องการบ่งบอกถึงความเป็นผู้ชายและความเป็นผู้ใหญ่ โดยมีทัศนคติและค่านิยมทางบวกกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าเป็นสิ่งที่วัยรุ่นให้การยอมรับเป็นการเข้าสังคมและสอดคล้องกับการศึกษาของสาวิตรี อัษณางค์กรชัยและคณะ (2551) พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาของประเทศไทยที่มีทัศนคติที่ดีเชิงบวกต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น คิดว่าการดื่มจะช่วยทำให้เข้าสังคมได้ดีขึ้นลดความประหม่าเขินอายจัดการกับความเครียดได้เป็นสิ่งสำคัญที่ชักนำนักเรียนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้นและการศึกษา

ของรัตติยา บัวสอนและเชษฐ รัชดาพรรณาธิกุล (2555) พบว่านักศึกษาที่มีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีสัดส่วนของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูง ทั้งนี้อธิบายได้ว่านักศึกษาที่มีความคิดเห็นเชิงบวกเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มองว่าเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่ใช่สิ่งเสพติดหรือเป็นเครื่องดื่มที่มีอันตรายร้ายแรงอะไรจึงมีแนวโน้มที่จะบริโภคเครื่องดื่มนั้นและยังมีการศึกษาที่พบว่าการมีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์การการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (จิราภรณ์ เทพหนู, 2540; จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์และนิพิฐพนธ์ สนิทเครือ, 2554; มัณฑนา ขอนดอก, 2544, เกรียงไกร พึ่งเชื้อ, 2555)

4. มาตรการในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา

จากการระดมสมอง (Brain storming) ได้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามาตรการในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา โดยแยกตามกลุ่มที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. สถานศึกษา

การสร้างค่านิยมใหม่และความตระหนักให้กับเยาวชน เนื่องจากเป็นแนวทางที่ดีเพราะเป็นวิธีที่สร้างความตระหนักให้เยาวชนทรายถึงพิษภัยและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการสร้างค่านิยมใหม่ๆ รวมถึงการสอดแทรกความรู้ในเรื่องของกฎหมายควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกี่ยวกับเยาวชน การจัดกิจกรรมสร้างแรงจูงใจให้รางวัลแก่นักศึกษาที่ทำประโยชน์ในการแก้ปัญหาร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสร้างวัฒนธรรมภายในสถานศึกษาให้ถูกต้องเกี่ยวกับการเข้าสังคมโดยไม่จำเป็นต้องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้สถานศึกษาและมหาวิทยาลัยต้องมีหน้าที่ช่วยเจ้าหน้าที่ในการสอดส่องดูแลร้านเหล้ารอบมหาวิทยาลัยที่ทำผิดกฎหมายและร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ในการดำเนินการปราบปราม ผู้กระทำผิดอย่างจริงจัง พร้อมทั้งออกกฎระเบียบและบทลงโทษนักศึกษาที่มีพฤติกรรมในการดื่มแอลกอฮอล์และการสร้างเครือข่ายแกนนำเยาวชนในระดับจังหวัดในการเข้ามาร่วมกันจัดกิจกรรมการรณรงค์การแก้ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในสถานศึกษาและในชุมชนสอดคล้องกับการศึกษาของธงศักดิ์ ดอกจันทร (2558) พบว่าการมีมาตรการปองกันด่วยการลบล่างคานิยมในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอลของนักศึกษาและการสงเสริมใหครอบครัวมีสวนรวมในการแกไขปญหาและการศึกษาของกฤษณ ขุนลึก (2555) พบว่าการสงเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอลของผูจำหนายในจังหวัดหนองคายประกอบด้วยกิจกรรมการรณรงคใหความรูเรื่องมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอลในโรงเรียน ประสานงานขอความร่วมจากผู้บริหารโรงเรียนในการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ ประกาศให้โรงเรียนเป็นเขตห้ามดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท และให้ความรู้เรื่องและสร้างความตระหนักเรื่องพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักเรียน

2. ผู้จำหน่าย

การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบมาตรการควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเรื่องเวลาที่ห้ามขาย บุคคลที่ห้ามขาย สถานที่ห้ามขาย การโฆษณาส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผู้จำหน่ายได้รับทราบและมีความเข้าใจถึงมาตรการและบทลงโทษ รวมไปถึงการเพิ่มเงื่อนไขบทลงโทษทางกฎหมายให้มากขึ้นกับผู้จำหน่ายที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน

รวมถึงการยึดหรือการไม่ออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับร้านจำหน่ายที่ฝ่าฝืน การขอความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมายที่ตั้งไว้อย่างเคร่งครัด เช่น การไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุยังไม่ถึง 20 ปี การให้ความร่วมมือในการติดป้ายไม่จำหน่ายแอลกอฮอล์ให้เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี การติดป้ายเวลาที่ห้ามจำหน่ายสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด และการช่วยเจ้าหน้าในการสอดส่องดูแลร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่อายุยังไม่ถึง 20 ปี

นอกจากนี้ควรมีการสร้างต้นแบบร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนโดยการไม่อาศัยช่องว่างของกฎหมายในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับนักเรียนสอดคล้องกับการศึกษาของธงศักดิ์ ดอกจันทร (2558) พบว่ามาตรการในการควบคุมการจำหนายเครื่องดื่มแอลกอฮอลของผูประกอบการร้านค่ารอบบริเวณมหาวิทยาลัยโดยการทำบันทึกข้อตกลงกับผู้ประกอบการร้านค่าที่จำหนายเครื่องดื่มแอลกอฮอลรอบสถานศึกษาเกี่ยวกับการไมควรจำหนายใหแกนักศึกษา

3. เจ้าหน้าที่ของรัฐและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกี่ยวกับการจำหน่ายและสถานที่ห้ามจำหน่าย การโฆษณา โดยอาจจะต้องมีการอบรมให้ความรู้กับเจ้าหน้าอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมเข้าถึงผู้จำหน่ายทุกร้านและทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ต้องมีมาตรการในการควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดรัดกุมและมุ่งปกป้องคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น การปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการออกใบอนุญาตที่ลดความสะดวกของผู้ขอเพิ่มความสำคัญของผู้ได้รับผลกระทบ (การเพิ่มเงื่อนไขการออกใบอนุญาต การเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาต การลงพื้นที่ตรวจสอบสถานที่ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าอยู่ในสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายหรือไม่ เป็นต้น เพื่อควบคุมจำนวนร้านค้าและสถานบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การให้เจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องได้รับทราบบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการกับเยาวชนและผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้สามารถดำเนินการบังคับใช้มาตรการควบคุมการจำหน่ายและการเพิ่มเจ้าหนาที่ของรัฐในการดำเนินการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และควรให้เจ้าหน้าที่พยายามมาสุ่มตรวจสอบบริเวณตามร้านแถวรอบๆ สถานศึกษาให้มากขึ้นและควรให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างครอบคลุมจริงจังและทั่วถึงไม่มีการละเว้นแก่ผู้มีอำนาจหรือผู้มีอิทธิพลโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ที่พบว่ามีการละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ เช่น หอพัก สถานีบริการน้ำมัน สวนสาธารณะ เป็นต้น การจัดเขตโซนนิ่งร้านจำหน้ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันไม่ให้มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสถานบันเทิงใกล้กับสถานศึกษาในบริเวณ 500 เมตรและควรมีการการสร้างความร่วมมือกับชุมชนรอบสถานศึกษา เช่น การให้ประชาชนในชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงกับสถานศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมเป็นกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แลมีะบทบาทในการช่วยแก้ไขป้องกันการให้มากขึ้นในการช่วยดูแลนักศึกษาและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษารอบสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของธงศักดิ์ ดอกจันทร (2558) พบว่ามาตรการในการควบคุมการจำหนายเครื่องดื่มแอลกอฮอลของผู

ประกอบการร้านค้ารอบบริเวณมหาวิทยาลัย โดยการจัดระเบียบพื้นที่ตั้งร้านขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอลหรือการจัดโซนนิ่งร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล โดยห้ามขายแอลกอฮอลในบริเวณ 500 เมตรรอบ สถานศึกษารวมทั้งมาตรการเพิ่มเติมเพื่อเอื้อตอมาตรการโซนนิ่ง คือ มาตรการที่จะปฏิเสธการออกใบอนุญาตให้ร้านค้าปลีกที่จะเปดร้านขายแอลกอฮอลใกลกับสถานศึกษาหรือการเก็บคาธรรมเนียมในอัตราพิเศษและการศึกษาของกฤษณ ขุนลึก (2555) พบวาการติดตามและตรวจเยี่ยมร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเป็นรูปแบบในการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอลข์องผู้จำหน่ายซึ่งการออกติดตามตรวจเยี่ยมและให้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่จะทำให้ผู้จำหน่ายปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอย่างดีซึ่งที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพผู้วิจัยได้สรุปมาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

1. มาตรการด้านการพัฒนาความรู้ความเข้าใจถึงพิษภัยและอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.1 กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงสาธารณสุขควรมีการกำหนดให้มีการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มของเยาวชนเป็นนโยบายระดับชาติ เพราะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนเป็นปัญหาที่นับวันจะเพิ่มความรุนแรงมากขึ้นและนำไปสู่ปัญหาอื่นหรือก่อให้เกิดผลกระทบต่างๆ ในทางลบหรือสร้างความเสียหายแก่ประเทศชาติได้อย่างมาก โดยสถานศึกษาควรให้ความรูความเขาใจแกนักเรียน นักศึกษาในสถานศึกษาเกี่ยวกับเกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อสุขภาพ ร่างกาย สติปัญญาและผลกระทบของด้านอื่นๆ เข้าในหลักสูตรการศึกษารวมถึงการสอดแทรกความรู้ในเรื่องของกฎหมายควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกี่ยวกับเยาวชน

1.2 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ควรดำเนินนโยบายด้านการพัฒนาครอบครัวให้อบอุ่นมั่นคงอย่างจริงจังเพื่อให้ครอบครัวเป็นเกราะป้องกันหรือภูมิคุ้มกันไม่ให้เยาวชนไปมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. มาตรการด้านการควบคุมการโฆษณา

2.1 การควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้อยู่ภายในกรอบที่เหมาะสมไม่ให้การโฆษณากลายเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เยาวชนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะเดียวกันรัฐควรทำการรณรงค์เพื่อลดพฤติกรรมการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนในสังคมอย่างสม่ำเสมอแทนที่จะปล่อยให้เป็นการรณรงค์ของหน่วยงานของรัฐบางหน่วยหรือองค์การภาคเอกชนเนื้อหาของการโฆษณาเพื่อรณรงค์นอกจากจะเน้นเรื่องความรุนแรงที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรมีเนื้อหาด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับโทษของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะผลกระทบต่อสุขภาพทางกายและจิตใจทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมที่จะส่งผลต่อความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

2.2 การควบคุมเวลาเปิดและปิดร้านจำหน่ายแอลกอฮอล์รวมถึงสถานบันเทิงรอบสถานศึกษาให้เร็วขึ้น นอกจากนั้นควรห้ามการโฆษณาและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ในสื่อต่างๆ ที่นักเรียนนักศึกษาเข้าถึงได้ง่าย เช่น อินเตอร์เน็ต ทีวี หนังสือพิมพ์ที่แจกฟรี หรือนิตยสารที่ได้รับความนิยมของวัยรุ่นนักศึกษา เป็นต้น

3. มาตรการด้านการกฎหมาย

3.1 การแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและการบังคับใช้กฎหมายในประเด็นดังต่อไปนี้

1) กำหนดระยะห่างหรือรัศมี 500 เมตร ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา

2) การกำหนดเขตปลอดร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (โซนนิ่ง) บริเวณรอบสถานศึกษา

3) การขอใบอนุญาตในการจำหน่ายแอลกอฮอล์ต้องมีกฎเกณฑ์เคร่งครัดหากฝ่าฝืนต้องถูกยึดใบอนุญาต

3.2 การออกกฎหมายหรือนโยบายมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิง (Total ban) การโฆษณาทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะโทรทัศน์และป้ายโฆษณาในบริเวณต่างๆ ยังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคพบเห็นได้ตลอดเวลาและมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐควรพิจารณาที่จะห้ามไม่ให้มีการโฆษณาเรื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิงเพื่อลดปัญหาการบิดเบือนข้อกฎหมายควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ

3.3 การห้ามให้ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ควรเป็นผู้สนับสนุนโครงการดเกี่ยวกับกิจกรรมของเยาวชนเพื่อป้องกันไม่ให้เยาวชนจดจำในแบรนด์สินค้าและบริการ จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการทำ CSR ของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันในการจดจำกิจกรรมที่ทางบริษัทธุรกิจแอลกอฮอล์สร้างขึ้น

4. มาตรการด้านการขอและต่อใบอนุญาติจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4.1 การควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ต้องมีมาตรการในการควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดรัดกุมและมุ่งปกป้องคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น การปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการออกใบอนุญาตที่ลดความสะดวกของผู้ขอเพิ่มความสำคัญของผู้ได้รับผลกระทบ (การเพิ่มเงื่อนไขการออกใบอนุญาต การเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาต เป็นต้น เพื่อควบคุมจำนวนร้านค้าและสถานบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4.2 การควบคุมการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อาจส่งเสริมหรือเพิ่มจำนวนผู้บริโภคที่เป็นเยาวชนในอนาคตได้รวมถึงการเพิ่มอัตราภาษีของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าเยาวชนจะเริ่มต้นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากเครื่องดื่มชนิดที่มีแอลกอฮอล์ต่ำ เช่น เบียร์หรือไวน์คูลเลอร์และพบว่าเยาวชนสามารถเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย จะเห็นได้จากการแพร่กระจายของเบียร์เข้าไปในชุมชนซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดใหม่ๆ มากเกินไปก็อาจเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้นได้

4.3 การมอบรางวัลให้กับร้านค้าที่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่เคยถูกจับ เช่น การมอบใบประกาศ การลดค่าธรรมเนียมการต่อใบอนุญาติจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5. มาตรการด้านการจัดโซนนิ่งและการควบคุมร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้สถานศึกษา

5.1 การควบคุมเข้าถึงแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ให้เยาวชนสามารถเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ง่ายเกินไป เช่น ร้านขายของชำ/โชว์ห่วย ร้านสะดวกซื้อและร้านอาหาร ที่ผ่านมารัฐได้กำหนดนโยบายมาควบคุมในกรณีนี้หลายประการ เช่น การห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่เด็กและเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กำหนดเวลาซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5.2 การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณที่ใกล้กับสถานศึกษาหรือสถานประกอบกิจกรรมทางศาสนาโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับสภาพชุมชนและสังคมไทย

5.3 การควบคุมให้มีสถานที่จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสถานที่จัดเฉพาะไม่ควรเปิดเสรีให้มีการจำหน่ายได้ทั่วไปทั้งนี้พบว่าในปัจจุบันร้านค้าสะดวกซื้อหรือแม้แต่ร้านขายของชำในหมู่บ้านก็มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วไปและความมีการเข้มงวดกวดขันควรมีอย่างต่อเนื่อง

5.4 การควบคุมสถานที่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรัฐควรออกกฎเกณฑ์ควบคุมสถานที่ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ควรปล่อยให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กันอย่างเสรี เช่น ควรกำหนดโซนนิ่ง (Zoning) โดยแบ่งพื้นที่สถานประกอบการที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ชัดเจน

6. มาตรการด้านการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่

6.1 การสนับสนุนนโยบายมาตรการในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยอาจกำหนดให้มีรางวัลหรือโบนัสสำหรับการทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อให้เจ้าหน้าที่ ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิผล เช่น การแบ่งรางวัลจากเงินค่าปรับกรณีจับกุมการละเมิดกฎหมายและมีการเปรียบเทียบปรับ เป็นต้น

6.2 การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ เช่น เครื่องตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในการออกตรวจตามร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสถานบันเทิงให้มีความเพียงพอ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ประเด็นปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรมีการทบทวนผลการวิจัยในครั้งนี้และศึกษาเพิ่มเติมถึงความเป็นไปได้ของการจัดโซน (Zoning) ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้มีมาตรการในการควบคุมจำนวนหรือความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนและการจำกัดทำเลที่ตั้งหรือระยะห่างของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมของเยาวชน เช่น สถานศึกษา สถานศึกษา สนามกีฬา โดยการกำหนดจำนวนโควตาและกำหนดขอบเขตพื้นที่ควบคุมพิเศษของร้านค้าปลีกจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยการงดการออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายใหม่หรือไม่ออกทดแทนในกรณีรายเก่าเลิกกิจการ

2. เนื่องจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าส่วนใหญ่ยังมีพฤติกรรมจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ถูกต้องตาม พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้แก่ การไม่สอบถามอายุของผู้ซื้อก่อนจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน ดังนั้นจึงเสนอให้หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สาธารณสุข ตำรวจและสรรพสามิต เร่งรัดพัฒนามาตรการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง พร้อมๆ กับดำเนินการตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายเพื่อลงโทษผู้กระทำผิดอย่างเคร่งครัด

3. เนื่องจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าเยาวชนทั้ง 3 ระดับการศึกษายังมีอัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ค่อนข้างสูง ในขณะที่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการสอนเรื่องพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากกิจกรรมในสถานศึกษาทำให้ยังมีความรู้เกี่ยวกับอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นจึงเสนอให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานสาธารณสุขจึงควรเร่งพัฒนามาตรการหรือโปรแกรมเสริมสร้างความรู้และทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

4. มาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้น่าจะมีประสิทธิผลสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการร้านค้าได้ ทั้งนี้ต้องอาศัยการผสมผสานกับมาตรการการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นรูปธรรม ดังนั้นจึงเสนอให้หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สาธารณสุข ตำรวจและ สรรพสามิต ควรมีการพัฒนาและศึกษาผลของมาตรการหรือโปรแกรมการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนที่มีลักษณะผสมผสานทั้งการให้ความรู้ การบังคับใช้กฎหมายการใช้สื่อสาธารณะ การเสริมแรงทางบวกและการเตือนความจำและการมีส่วนร่วมโดยคำนึงถึงความแตกต่างด้านสภาพปัญหาและสภาพบริบททางสังคมในแต่ละพื้นที่เป็นสำคัญ

บรรณานุกรม

กฎกระทรวง การอนุญาตขายสุรา พ.ศ. 2560. **ราชกิจจานุเบกษาเลมที่ 134 ตอนที่ 95 ก**, 16 กันยายน 2560.

กนิษฐา ไทยกล้า. (2550). **การเปรียบเทียบความชุกและพฤติกรรมการดื่มของนักเรียนนักศึกษากับความหนาแน่นของสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัศมี 500 เมตรรอบสถานศึกษา**. นนทบุรี: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

กนิษฐา ไทยกล้า. (2557). **จุดจำหน่ายและการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มของเยาวชน กรณีศึกษาพื้นที่เมืองเชียงใหม่**. นนทบุรี : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล. (2542). **ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. (2550). **ยุทธศาสตร์ลดการกระทำผิดของเด็กและเยาวชนจากการดื่มแอลกอฮอล์โครงการการคุ้มครองเด็กไทยให้สังคม : ควบคุมเหล้าบุหรี่เพื่อลดการกระทำผิดของเด็กและเยาวชน**. กรุงเทพฯ : จรัลสนิทวงศ์การพิมพ์.

กรมสรรพสามิต. (2559). **เขตพื้นที่ (Zoning) ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา**. สืบค้น 22 มีนาคม 2560, จาก https://www.excise.go.th/cs/groups/public/documents/document/dwnt/mjcy/~edisp/uatucm272028.pdf

กรมสรรสามิต. (2552). **คู่มือประชาชนเรื่องการขอใบอนุญาตขายสุรายาสูบและไพ่**. กรุงเทพฯ: ละม่อมการพิมพ์.

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2549). **รายงานประจำปีกรมสุขภาพจิต ปีงบประมาณ 2549**.กรุงเทพฯ : ไอเดียร์สแควร์.

กฤษณ์ ขุนลึก. (2555). **รูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในจังหวัดหนองคาย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

กัญญณัช ธรรมสอน. (2553). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในจังหวัดเชียงใหม่**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กัลยาณมิตเพื่อนแท้สำหรับคุณ. (2558). **โฆษณาเหล้าเบียร์เพิ่มนักดื่มหน้าใหม่**. วันที่สืบค้น 30 มิถุนายน 2560, จาก http://www2.kalyanamitra.org/th/article_detail.php?i=831

เกรียงไกร พึ่งเชื้อ. (2555). **ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในจังหวัดนครปฐม**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฆัมพร หอสิริ, ชุรีกร วิทธิสันต์, และกนกวรรณ ลิ้มศรีเจริญ. (2559). ความชุกของพฤติกรรมการดื่มสุราและปัจจัยที่สัมพันธ์กับการดื่มสุราในนักเรียนมัธยมศึกษา. **วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย**, 61(1), 3-14.

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์และนิพิฐพนธ์ สนิทเครือ. (2554). **ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. นนทบุรี: ศูนยวิจัยปญหาสุรา.

จินตนา วงศ์วาน. (2548). **ความชุกและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสังกัดกรมสามัญศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

จิราภรณ์ หนูเทพ. (2540). **ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญศึกษาในจังหวัดพัทลุง**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.

จุฑาทิพย์ ศรีสรรงาม. (2552). **การรับรู้และการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของประชาชนในเขตเทศบาลบรบือ อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม**. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชนิกา ตู้จินดา. (2547). **กลยุทธ์การดูแลและสร้างเสริมสุขภาพวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : ชัยเจริญ.

ชยกรณ บุญเรืองศักดิ์. (2550). **ผลของการใช้มาตรการทางกฎหมายควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในจังหวัดลพบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

ช่อแก้ว ร่มสุข และขจรวรรณ อิฐรัตน์. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นเขตเทศบาลเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร. **วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง**, 5(1), 50-62.

ชัยยุทธ ดายา. (2534). **ปัจจัยของการขัดเกลาสังคมของพ่อแม่ที่กระทบต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์วัยรุ่น: กรณีศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของกรมสามัญ**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาสัมคมศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เชษฐ รัชดาพรรณาธิกุล. (2555). **พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร**. นนทบุรี : ศูนย์วิจัยปัญหาสรุา.

ไชยพร โอภาสวัฒนา. (2553). ความชุกและแบบแผนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี. **สรรพสิทธิเวชสาร**, 31(1-3), 49-59.

ดุษฎี อายุวัฒน์ และวณิชชา ณรงค์ชัย. (2555). การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดขอนแก่น). **วารสารสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, 5(1), 55-68.

ทรงเกียรติ ปิยะกะ, ชาญวิทย์ เงินศรีตระกูล, และสาวิตรี อัษณางค์กรชัย. (2545). **เวชศาสตร์โรคติดยา คู่มือสำหรับบุคลากรทางการแพทย์**. สงขลา : ลิมบราเดอร์การพิมพ์.

ทิพยรัตน์ ธรรมกุล, ธีระวุธ ธรรมกุล, ไพโรจน์ พรหมพันใจ, นิยมไกรปุย, อรณิ ชาเบลล์, และพรรณรัตน์ เป็นสุข. (2557). **การประยุกต์ Logic Model ในการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานป้องกันและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในเขตพื้นที่เครือข่ายบริการที่ 9 ระยะที่ 1**. นครราชสีมา: สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 5.

เทพินทร์ พัชรานุรักษณ์. (2541). **พฤติกรรมการบริโภคสุรา**. กรุงเทพฯ: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

ธงศักดิ์ ดอกจันทร์. (2558). มาตรการในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่นักศึกษาของร้านค้ารอบบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. **วารสารสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7**,13(3), 9 -18.

นงนุช ใจชื่น, โศภิต นาสืบ, สุรศักดิ์ ไชยสงค์, และทักษพล ธรรมรังสี. (2556). **การรับรู้การจดจำการครอบครองและการให้ความหมายที่มีต่อสิ่งของที่มีตราสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย**. นนทบุรี : ศูนยวิจัยปญหาสุรา.

นฤพนธ ทรงพระ. (2558). **การยอมรับมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอลตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล พ.ศ. 2551**. นนทบุรี : สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.

นิตยา โควสุวรรณ. (2548). **มาตรการสังคมและกฎหมายในประเทศไทย**.กรุงเทพฯ : สำนักคุมประพฤติประจำศาลแขวงพระนครเหนือ.

เนื้อแพร เล็กเฟื่องฟู, ณัฐ ธารพิชน, กิจวัตร ทาเจริญ, สุขใจ ว่องไวศิริวัฒน์, และนพพล วิทย์วรพงษ์. (2559). **รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทยประจำปี พ.ศ. 2558**. กรุงเทพฯ : เดือนตุลา.

บรรจง พลไชย. (2553). **พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 ในโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตเทศบาลเมืองนครพนม**. นครพนม : มหาวิทยาลัยนครพนม.

บัณฑิต พรไพศาล. (2551). **รายงานสถานการณ์สุราประจำปี พ.ศ. 2551**. กรุงเทพ : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

บัณฑิต ศรไพศาล. (2549). **ทำไมต้องควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง**. กรุงเทพฯ : ศนูย์วิจัยปัญหาสรุา.

บำรุง สุขพรรณ์, ศรีรัช ลาภใหญ่, และณัฐพงษ์ หริรักษาพิทักษ์. (2551). **ผลกระทบของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทโฆษณาส่งเสริมสังคมที่มีต่อเยาวชนในพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือกรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่และขอนแก่น**. นนทบุรี : ศูนยวิจัยปญหาสุรา.

บุญเสริม หุตะแพทย์, ชินรัตน์ สมสืบ, ประกายรัตน์ ภัทรธิติ, สุรพร เสี้ยนสลาย,และกุลกานต์ อภิวัฒนลังการ. (2547). **พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย:การสำรวจองค์ความรู้ สถานการณ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**.กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

บุณฑริกา บุญไชยแสน, ศิริพร หงษ์ทะนี, ศิรินันท์ ปะนะภูเต, และนันทนัช ตั้งจาตุรโสภณ. (2555). **การเข้าถึงแอลกอฮอล์ การรับรู้ และการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคามและผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบเขตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. (ปริญญาเภสัชศาสตรบัณฑิต). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ประนอม กาญจนวณิชย์. (2548). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมป้องกันการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิวิทยาเขตสุพรรณบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต). นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปกร.

ปริญญา เทวานฤมิตรกุล. (2558). **มาตรการทางกฎหมายในการแกปญหาและจัดระเบียบรานเหลารอบสถานศึกษา**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

แผนงานการพัฒนาระบบการดูแลผู้มีปัญหาการดื่มสุรา. (2554). **ยุทธศาสตร์ระดับโลกเพื่อลดการดื่มสุราแบบอันตราย**. กรุงเทพฯ : วนิดาการพิมพ์.

พงษ์เดช สารการ. (2552). **การประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี**. นนทบุรี : ศูนยวิจัยปญหาสุรา.

พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย. (2554). **การประเมินผลมาตรการการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในจังหวัดอุตรดิตถ์**. นนทบุรี : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

พนิดา นามจันดี, สุวลี โล่วิรกรณ์, และภัทรแสนไชยสุริยา. (2550). **ความชุกและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายอำเภอสีชมพูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่นเขต 5 จังหวัดขอนแก่น**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาญาสาธารณสุขศาสตร มหาบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พนิดา นามจันดี. (2549). **ความชุกและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอสีชมพู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดขอนแก่น**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พรพรรณ ไชยมนตรี. (2552). **การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุมครองสุขภาพของผูไมสูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 ของรานจำหนายอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่แหลงทองเที่ยว อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม**. (วิทยานิพนธปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม : มหาวิทยาลัยเชียงใหม.

พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560. **ราชกิจจานุเบกษาเลมที่134 ตอนที่ 32 ก**, 20 มีนาคม 2560.

พวงรัตน์ จินพล และมานิตา เจือบุญ. (2560). **ระบบสารสนเทศเพื่อการแสดงความหนาแน่นของจุดจำหน่ายสุราใกล้สถานศึกษาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช**. นครศรีธรรมราช : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.

พัฒน์ มหาโชคเลิศวัฒนา, สุวรรณา เรืองกาญจนเศรษฐ์, วิฐารณ บุญสิทธิ, และวิโรจน์ อารีย์กุล. (2547). **กลยุทธ์การดูแลและสร้างเสริมสุขภาพวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : ชัยเจริญ.

เพ็ญพักตร์ มุงคุณคำชาว. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในจังหวัดชัยภูมิ**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ภัทรภร พลพนาธรรม. (2550). **การกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์รอบมหาวิทยาลัยในกรุงเทพฯ**. นนทบุรี : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

ภูษณิศา บริหาร. (2549). **พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของกลุ่มวัยรุ่นหญิง**. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มัณฑนา ขอนดอก. (2544). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะแรกของนักเรียนชายมัธยมศึกษาต้นต้น อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต). นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

รัตติยา บัวสอนและเชษฐ รัชดาพรรณาธิกุล. (2555). พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. **Rama Nurs J**, 18(2), 259-271.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525**. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.

ลักขณา เติมศิริกุลชัย. (2542). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทย. **วารสารนโยบายและแผนสาธารณสุข**, 2(4), 54.

วชิระ พุกเจริญ. (2559). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเบียร์ในกลุ่มนักศึกษา. **วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข**, 2 (2), 161-172.

วรวุฒิ สันติมัค. (2551). **การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของผู้ประกอบการร้านชำในเขตอำเภอศรีราชาจังหวัดชลบุรี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

วัฒนา เพ็ชร์สำราญ, วันทนา อองกุลนะ, และสิริพร สังข์ทอง. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วินัดดา ปิยะศิลป์ และพนม เกตุมาน, (2545). **ตำราจิตเวชเด็กและวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ: บียอนด์ เอ็นเทอร์ไพรซ์.

วิระชัย รุ่งรวยศรี.(2553). **ผลของมาตรการควบคุมเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในกลุ่มวัยแรงงานอำเภอพนมจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วิโรจน์ อารีย์กุล. (2554). ความรุนแรงในเด็กวัยรุนและสื่อ. **วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย**, 54 (3), 1-5.

วีรนุช ว่องวรรธนะกุล, สุรศักดิ์ ไชยสงค์, และทักษพล ธรรมรังสี. (2553). **ความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการบริโภคและผลกระทบของประเทศไทย**. นนทบุรี : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

วุฒิพงษ์ ลิขิตชีวัน. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วุธิพงศ์ ภักดีกุล. (2553). **การพัฒนาตัวแบบแก้ไขปัญหาการละเมิดกฎหมายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชน**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศรีรัช ลาภใหญ่. (2550). **การศึกษางานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อความรู้สึกอยากทดลองดื่มและการจดจำตราสินค้าในกลุ่มเยาวชนและวัยรุ่น**. นนทบุรี : ศูนย์วิจัยปัญหาสรุา.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). **จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศูนย์วิจัยปัญญาสุรา. (2560). **ร้านเหล้ารอบสถานศึกษา สถานการณ์ ปัญหาสู่แนวทางแก้ไขที่เหมาะสม**. นนทบุรี : ศูนยวิจัยปญหาสุรา.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2552). **ยุทธศาสตร์โลกในการแก้ปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**. กรุงเทพฯ : เดอะกราฟิโกซิสเต็มส์.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2556). **รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศไทย ปี 2556**. นนทบุรี : เดอะกราฟิโกซิสเต็มส์.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2556). **รายงานสถานการณ์สุราประจำปี พ.ศ.2556**. นนทบุรี : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2558). **ความหนาแน่นของจุดจำหน่ายสุราสัมพันธ์กับการดื่มและเมาสุราของวัยรุ่น**. สืบค้น 24 มีนาคม 2560, จาก http://cas.or.th/knowledge/ความหนาแน่นของจุดจาหน่ายสุราสัมพันธ์กับการดื่มและเมาสุราของวัยรุ่น

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2558). **รานเหลารอบสถานศึกษา สถานการณ ปญหา สูแนวทางแกไขที่เหมาะสม**. นนทบุรี : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

สำนักงานสรรพสามิตจังหวัดอุตรดิตถ์. (2560). **รายงานประจำปี 2560**. อุตรดิตถ์ : สำนักงานสรรพสามิตจังหวัดอุตรดิตถ์.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2558). **ถึงเวลาจัดระเบียบร้านเหล้าใกล้สถานศึกษา**. สืบค้น 20 มีนาคม 2559, จาก http://www.thaihealth.or.th/Content/28508-ถึงเวลาจัดระเบียบร้านเหล้าใกล้สถานศึกษา.html

สายใจ ชื่นคำ. (2542). **พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นไทย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

สาวิตรี อัษณางค์กรชัย, อโนชา หมึกทอง, และถนอมศรี อินทนนท์. (2551). **รายงานผลการศึกษาเรื่องการเฝ้าระวังพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดีการพิมพ์จำกัด.

สำนักคณะกรรมการการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. **พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551**. สืบค้น 15มีนาคม 2560.จาก http://www.thaiantialcohol.com/ uploads/ files/content/download/50977a95e3c8c.pdf.

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. (2559). **รายงานประเมินผลครึ่งแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ พ.ศ.2554 – 2558**. กรุงเทพฯ : อักษรกราฟฟิคแอนด์ดีไซน์.

สุจิตรา อินทะวงษ์. (2548). **ความคาดหวังจากการดื่มแอลกอฮอล์และแบบแผนการดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุชา จันทน์เอม. (2538). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

สุชา จันทน์เอม. (2540). **จิตวิทยาพัฒนากา**ร. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

สุชา จันทร์เอม. (2543). **จิตวิทยาเด็ก**.กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพาณิช.

สุภาพร สุขเวช. (2552). **การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของประชาชนวัยทำงานในอำเภอพนมจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุริยัน อ้นทองทิม. (2550). **พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ : กรณีศึกษากลุ่มวัยรุ่นชาย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุวรรณี แสงอาทิตย์. (2550). ปัจจัยทำนายพฤติกรรมเสี่ยงด้านการสูบบุหรี่ดื่มสุราและสารเสพติดในวัยรุ่น. **วารสารคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, 30(2), 12-19.

หนึ่งฤทัย มีสะอาด. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเบียร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลา**ย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

อดิศวร หลายชูไทย, อาภาศิริวงศ ณ อยุธยา, และวิชัย โปษยะจินดา. (2545). **สุราในสังคมไท**ย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนุชิต จูฑะพุทธิ.(2550). **โรคตับจากการดื่มแอลกอฮอล์**. กรุงเทพฯ : หมอชาวบ้าน.

อัปสร เตียวตระกูลวิวัฒนา. (2522). **ทัศนคติที่มีต่อยาเสพติดและปกติเชิงอัตนัยของนักศึกษาวิทยาลัยครู**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุรุศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัมมันดา ไชยกาญจน์. (2549). **ปัญหาและแนวทางการป้องกันแก้ไขปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อารีกุล พวงสุวรรณ, กัณณพนต์ ภักดีเศรษฐกุล, และทักษพล ธรรมรังสี. (2555). **การปฏิบัติตามกฎหมายของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับการจำกัดอายุของผู้ซื้อ**. นนทบุรี : ศูนยวิจัยปญหาสุรา.

อุดมศักดิ์ แซ่โง้ว, พลเทพ วิจิตรคุณากร, และสาวิตรี อัษณางค์กรชัย. (2559). **ข้อเท็จจริงและตัวเลข: เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย**. สงขลา : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

Auden C. McClure, Mike Stoolmiller, Susanne E. Tanski, Keilah A. Worth, & James D. Sargent. (2009). Alcohol-branded merchandise and its association with drinking attitudes and outcomes in US adolescents. **Archives of Pediatrics Adolescent Medicine**,163 (3). 211-217.

Ayuka, F., Barnett, R., & Pearce, J. (2014). Neighbourhood availability of alcohol outlets and hazardous alcohol consumption in New Zealand. **Health and Place**, 29, 186-199.

Chen, M. J., Grube, J. W., & Gruenewald, P. J. (2010). Community alcohol outlet density and underage drinking. **Addiction**, 105(2), 270–278.

Collins, R. L., Ellickson, P. L., McCaffrey, D., & Hambarsoomians, K. (2007). Early adolescent exposure to alcohol advertising and its relationship to underage drinking. **Journal of Adolescent Health**, 40(6), 527–534.

Dick, D. M., &Agrawal, A. (2008).The genetics of alcohol and other drug dependence. **Alcohol Research and Health**, 31(2),111-118.

Epstein, J. A., Bang, H. &Botvin, G. J. (2007). Which psychosocial moderate or directly affect substance use among inner-city adolescents?. **Addictive Behaviors**, 32(4), 700-713.

Fischer, J. L., Forthun, L. F., Pidcock, B. W., & Dowd D.A. (2007). Parent relationships, Emotion regulation, Psychosocial maturity and college student alcohol use problems. **Journal of Youth and Adolescence**, 36(7), 912-926.

Karam, E., Kypri, K., &Salamoun, M. (2007). Alcohol use among college student: An international perspective. **Current Opinion in Psychiatry**, 20(3), 213-221.

Kuntsche, E. N., & Kuendig, H. (2005). Do school surroundings matter? Alcohol outlet density, perception of adolescent drinking in public, and adolescent alcohol use. **Addictive Behaviors**, 30, 151-158.

Kypri K, Bell ML, Hay GC, & Baxter J.(2012). **Alcohol outlet density and university student drinking: a national study**. Retrieved May 6, 2017, from www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18554346.

Kypri, K., Paschall, M. J., Langley, J. D., Baxter, J., & Bourdeau, B. (2010). The role of drinking locations in university student drinking: Findings from a national web-based survey. **Drug and Alcohol Dependence**, 111(1-2), 38-43.

KyprosKypri, M.L.B., Geoff C Hay, & Joanne Baxter. (2008). Alcohol outlet density and university student drinking: a national study. **Addiction**, 103(7), 1131-1138.

Lemke, S., K. K. Schutte, P.L. Brennan, & R H. Moos (2008). Gender differences in social influences and stressors linked to increased drinking. **Journal of Studies on Alcohol and Drugs**, 69(5), 695–702.

Livingston, M. (2008). A longitudinal analysis of alcohol outlet density and assault. **Alcoholism: Clinical and Experimental Research**, 32(6), 1074-1079.

Neighbors, C., Lee, C. M., Lewis, M. A., Fossos, N., & Larimer, M. E. (2007). Are social norms the best predictor of outcomes among heavy-drinking college students. **Journal Studies on Alcohol and Drugs**, 68(4), 556-565.

Rebecca L. Collins, Phyllis L. Ellickson, Daniel McCaffrey, & Katrin Hambarsoomians. (2007). Early adolescent exposure to alcohol advertising and Its relationship to underage drinking. **J Adoslesc Haelth**, 40(6), 527-534.

Reis, J. & W. L. Riley. (2000). Predictors of college student alcohol consumption: Implications for student education. **Journal of Genetic Psychology**, 161(3), 282-291.

Roger, R.W. 1975. A Protection motivation of fear appeal and attitude change. The health. **Australian and New Zealand Journal of Public Health**, 24(2), 185-191.

Schultz, C. G., & Neighbors, C. (2007). Perceived norms and alcohol consumption: Differences between college students from rural and urban high schools. **Journal of American College Health**, 56(3), 261-265.

Watkins, J. A., Howard-Barr, E. M., Moore, M. J., & Werch, C. C. (2006). The mediating role of adolescent self-efficacy in the relationship between parental practices and adolescent alcohol use. **Journal of Adolescent Health**, 38(4), 448-50.

World Health Organization. (2014). **Global status report on alcohol and health 2014**. Retrieved May 3, 2017, from http://www.who.int /iris/bitstream/10665/112736/1/9789240692763_eng.pdf

Young, R., Macdonald, L., & Ellaway, A. (2013). Associations between proximity and density of local alcohol outlets and alcohol use among Scottish adolescents. **Health and Place**, 19(100), 124-130.

Yu, J. (2003). The association between parental alcohol-related behaviors and children's drinking. **Drug Alcohol Depend** 2003, 69(3), 253-62.

Zamboanga, L. B. (2005). Alcohol expectancy and drinking behaviors in Mexican college students. **Addictive Behaviors**, 30(4), 673-684.

Zhang, L., Welte, J. W., & Wieczorek, W. G. (1999). The influence of parental drinking and closeness on adolescent drinking. **Journal of Study Alcohol**, 60(2), 245-51.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามสำหรับนักเรียน/นักศึกษา

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือสำหรับใช้เก็บข้อมูลเพื่อศึกษาสำหรับการวิจัยเรื่อง **การพัฒนามาตรการการกำจัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์** ซึ่งข้อเท็จจริงที่ได้การตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนามาตรการควบคุมและป้องกันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนต่อไป

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ให้ตรงความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุดและตอบให้ครบทุกข้อ **<u>ข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับและไม่มีผลกระทบใดๆต่อท่าน</u>**

<u>คำชี้แจง</u> โปรดเติมคำลงในช่องว่างและเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

<u>ส่วนที่ 1</u> แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

1. ปัจจุบันท่านอายุ.....ปีเต็ม
2. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
3. ท่านกำลังศึกษาอยู่ในระดับใด
   - ☐ 1. มัธยมศึกษาปีที่..... ☐ 2. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ปีที่.....
   - ☐ 3. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่..... ☐ 4. ปริญญาตรีปีที่.....
4. เกรดเฉลี่ยเทอมที่ผ่านมา.....
5. ท่านมีรายได้เฉลี่ยประมาณเดือนละ .....บาท
6. สถานที่พักอาศัยในขณะที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน
   - ☐ 1. บ้านตนเอง (บ้านบิดา – มารดา) ☐ 2. บ้านญาติ
   - ☐ 3. บ้านเช่า/ห้องเช่า ☐ 4. หอพักในมหาวิทยาลัย
   - ☐ 5. หอพักนอกมหาวิทยาลัย ☐ 6. อื่นๆ (ระบุ).....
7. ปัจจุบันในครอบครัวของท่านมีผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่และมีใครบ้าง
   - ☐ 1. ไม่มีใครดื่ม
   - ☐ 2. มี จำนวน.....คน ใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
     - ☐ 1. พ่อ ☐ 2. แม่ ☐ 3. พี่ ☐ 4. น้อง ☐ 5. ญาติ (ลุงป้า/น้าอา/ปู่ย่า/ตายาย)
     - ☐ 6. อื่นๆ (ระบุ).....
8. เพื่อนสนิทของท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่
   - ☐ 1. ไม่ดื่ม ☐ 2. ดื่ม
9. สถานศึกษาของท่านมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาหรือไม่
   - ☐ 1. ไม่มี ☐ 2. มี (ระบุ) ระยะห่างประมาณ.....เมตร
10. ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาท่านพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ มากน้อยเพียงใด (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นป้ายโปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ เป็นต้น)
    - ☐ 1. พบมาก ☐ 2. พบน้อย ☐ 3. ไม่พบเลย
11. ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาคุณพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านอาหาร/ผับ/เธค/บาร์/คาราโอเกะ บ่อยครั้งเพียงใด
    - ☐ 1. ไม่เคยพบเห็นเลย ☐ 2. พบเห็นนาน ๆ ครั้ง
    - ☐ 3. พบเห็นบ่อย ๆ ครั้ง ☐ 4. พบเห็นทุกครั้งที่ไป

12. ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาท่านพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฟรีในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้านสะดวกซื้อบ่อยครั้งเพียงใด

☐ 1. ไม่เคยพบเห็นเลย ☐ 2. พบเห็นนาน ๆ ครั้ง
☐ 3. พบเห็นบ่อยๆ ครั้ง ☐ 4. พบเห็นทุกครั้งที่ไป

13. ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาท่านเคยพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งเพียงใด (เช่น ลด แลกแจกแถมของสมนาคุณต่างๆ)

☐ 1. ไม่เคยพบเห็นเลย ☐ 2. พบเห็นนาน ๆ ครั้ง
☐ 3. พบเห็นบ่อย ๆ ครั้ง ☐ 4. พบเห็นทุกครั้งที่ไป

14. ในช่วง 30 วันที่ผ่านมาท่านพบเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับการรณรงค์ห้ามดื่ม ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ มากน้อยเพียงใด (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นป้ายโปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ เป็นต้น)

☐1. พบมาก ☐ 2. พบน้อย ☐ 3. ไม่พบเลย

<u>ส่วนที่ 2</u> พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. ท่านเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

☐ 1. เคย ☐ 2. ไม่เคย **(ข้ามไปตอบส่วนที่ 4 หน้า 6)**

2. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**<u>ครั้งแรก</u>** อายุ.....ปี (อายุเต็ม)

3. ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม**ครั้งแรก**

☐ 1. เหล้า ☐ 2. เบียร์ ☐ 3. สปาย/ไวน์คูลเอลร์ ☐ 4. เหล้าปั่น
☐ 5. ไวน์ ☐ 6. ยาดองเหล้า ☐ 7. เหล้าขาว ☐ 8. อื่นๆ (ระบุ).....

4. เหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**<u>ครั้งแรก</u>** ของท่าน (ตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

☐ 1. อยากลองรสชาติ ☐ 2. กลุ่มเพื่อนที่ดื่มชักชวน☐ 3. ผู้ใหญ่/พ่อแม่ให้ทดลอง
☐ 4. อยากดูเทห์ ☐ 5. อยากเป็นผู้ใหญ่ ☐ 6. เพื่อเข้าสังคม
☐ 7. ผ่อนคลายจากการเรียน ☐ 8. มีทุกข์หนัก ☐ 9. พบเห็นการโฆษณา
☐10. เข้าร่วมกิจกรรมกับโรงเรียน ☐ 11. อื่นๆ (ระบุ).....

5. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

☐ 1. เคย (ระบุ ความถี่ในการดื่ม)
☐1. ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) ☐ 2. เกือบทุกวัน (5-6 วัน/สัปดาห์)
☐ 3. วันเว้นวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) ☐ 4. ทุกสัปดาห์ (1 -2 วัน/สัปดาห์)
☐ 5. ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) ☐ 6. นานๆครั้ง 8-11 วัน/ปี
☐ 7. นานๆครั้ง 4-7 วัน/ปี ☐ 8. นานๆ ครั้ง 1-3 วัน/ปี

☐ 2. ไม่เคย **(ข้ามไปตอบส่วนที่ 4 หน้า 6)**

6. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดใดที่ท่านดื่มเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. เหล้า ☐ 2. เบียร์ ☐ 3. สปาย/ไวน์คูลเอลร์ ☐ 4. เหล้าปั่น
☐ 5. ไวน์ ☐ 6. ยาดองเหล้า ☐ 7. เหล้าขาว ☐ 8. อื่นๆ(ระบุ).....

7. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละครั้งประมาณเท่าไหร่

☐ 1. ต่ำกว่า 100 บาท ☐ 2. 100 – 200 บาท ☐ 3. 201 – 300 บาท
☐ 4. 301 – 400 บาท ☐ 5. 401 – 500 บาท ☐ 6. มากกว่า 500 บาท

8. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ท่านดื่มได้มาจากวิธีการใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. ซื้อด้วยเงินส่วนตัว ☐ 2. รวมเงินกับเพื่อนๆ ซื้อ ☐ 3. ขอเพื่อน/คนรู้จัก
☐ 4. ดื่มฟรีในงานเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อนๆ ☐ 5. อื่นๆ (ระบุ).....

9. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในโอกาสใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อเท่านั้น)

☐ 1. ดื่มกับคนในครอบครัว ☐ 2. ดื่มกับเพื่อน/ดื่มในวงเหล้าของเพื่อน
☐ 3. งานเลี้ยงหรืองานสังสรรค์ทั่วไป ☐ 4. ดื่มในงานบุญประเพณีวัฒนธรรม
☐ 5. ดื่มคนเดียว ☐ 6. อื่นๆ(ระบุ).....

10. บุคคลที่ท่านมักร่วมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยบ่อยที่สุด

☐ 1. ดื่มคนเดียว ☐ 2. เพื่อน ☐ 3. แฟน/คนรัก
☐ 4. คนในครอบครัว ☐ 5. อื่นๆ(ระบุ).....

11. ช่วงเวลาในการดื่ม (ส่วนใหญ่)

☐ 1. ช่วงเช้า (06.00 – 11.59 น) ☐ 2. ช่วงกลางวัน (12.00 – 16.59 น.)
☐ 3. ช่วงเย็น (17.00 – 23.59 น.) ☐ 4. ช่วงดึก (24.00 – 05.59 น.)

12. สถานที่ที่ท่านนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. บ้านตนเอง ☐ 2. ที่พักของเพื่อน ☐ 3. ที่พักของแฟน / คนรัก
☐ 4. หอพัก ☐ 5. ร้านอาหาร ☐ 6. บนยานพาหนะ
☐ 7. สถานที่ท่องเที่ยว ☐ 8. สถานบันเทิง ☐ 9. สวนสาธารณะ
☐ 10. โรงเรียน/มหาวิทยาลัย ☐ 11. ร้านจำหน่ายอาหาร ☐ 12. สนามกีฬา
☐ 13. อื่นๆ(ระบุ).....

13. เหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. สร้างโอกาสในการเข้าสังคม/ดื่มเพื่อเข้าสังคม
☐ 2. มีชนิดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใหม่ๆให้เลือกดื่ม
☐ 3. ชอบรสชาติและส่วนผสมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่หลากหลาย
☐ 4. เชื่อว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ / เครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ไม่มีอันตรายต่อสุขภาพ
☐ 5. ราคาเหมาะสมที่จะซื้อได้
☐ 6. การดื่มช่วยบรรเทาความทุกข์ ความเครียดต่างๆ
☐ 7. หากไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเกิดอาการผิดปกติกับร่างกาย เช่น หงุดหงิด มือสั่น
☐ 8. ดื่มเพื่อความสนุกสนาน ☐ 9. อื่นๆ (ระบุ).....

14. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคย**ซื้อ**เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตัวท่านเองหรือไม่

☐ 1. เคยซื้อและซื้อได้ ☐ 2. เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ ☐ 3. ไม่เคยซื้อ **(ข้ามไปตอบส่วนที่ 4 หน้า 6)**

15. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาท่านเคย**ซื้อ**เครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยเพียงใด

☐ 1. เคย (ระบุ ความถี่ในการซื้อ)
- ☐ 1. ทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) ☐ 2. เกือบทุกวัน (5 -6 วัน/สัปดาห์)
- ☐ 3. วันเว้นวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) ☐ 4. ทุกสัปดาห์ (1-2 วัน/สัปดาห์)
- ☐ 5. ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) ☐ 6. นานๆครั้ง 8 -11 วัน/ ปี
- ☐ 7. นานๆ ครั้ง 4-7 วัน/ปี ☐ 8. นานๆ ครั้ง 1 -3 วัน/ปี

☐ 2. ไม่เคย

16. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาท่านสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จากสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. ร้านสะดวกซื้อ (7–eleven)/แฟมมิลี่มาร์ท ☐ 2. โชวห่วย/ขายของชำ/ร้านค้าในหมู่บ้าน
☐ 3. ไฮเปอร์มาร์เก็ต / ซุปเปอร์มาร์เก็ต ☐ 4. ร้านค้าในปั๊มน้ำมัน
☐ 5. ร้านอาหารและภัตตาคารที่ไปทานอาหาร ☐ 6. สถานบันเทิง ผับ & คาราโอเกะ
☐ 7. ร้านขายเครื่องดื่ม ☐ 8. ร้านเหล้าปั่น
☐ 9. เครื่องขายอัตโนมัติ ☐ 10. สวนสาธารณะ
☐ 11. โรงเรียน / มหาวิทยาลัย/สถานศึกษา ☐ 12 . อื่นๆ (ระบุ).....

17. ทำไมท่านถึงเลือกไปซื้อที่แหล่งขายนี้บ่อย ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. เดินทางสะดวก ☐ 2. ใกล้ที่พัก ☐ 3. ราคาถูก ☐ 4. เป็นร้านประจำ
☐ 5. มีการโฆษณาการขาย ☐ 6. มีผู้รู้จักแนะนำ ☐ 7. มีสินค้าจำหน่ายตลอดเวลา
☐ 8. อื่น ๆ (ระบุ).....

18. ท่านเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แหล่งขายโดยวิธีใดบ่อยที่สุด

☐ 1. เดิน ☐ 2. รถจักรยานยนต์ ☐ 3. รถยนต์
☐ 4. รถโดยสารประจำทาง ☐ 5. อื่น ๆ (ระบุ).....

19. ท่านใช้เวลาเท่าใดในการเดินทางจากที่พักไปแหล่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

☐ 1. 1 – 5 นาที ☐ 2. 6 -10 นาที ☐ 3. 11 – 15 นาที ☐ 4. 16 – 20 นาที
☐ 5. 21 – 25 นาที ☐ 6. 26 – 30 นาที ☐ 7. มากกว่า 30 นาที

20. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคย**ซื้อ**เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาใด

☐ 1. เคยซื้อเวลาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ 1. 06.01 น. – 11.00 น. ☐ 2. 11.01 น. – 14 .00 น.
- ☐ 3. 14.01 น. – 17.00 น. ☐ 4. 17.01 น. – 21.00 น.
- ☐ 5. 21.01 น. – 24.00 น. ☐ 6. 24.01 น. – 03.00 น.
- ☐ 7. 03.01 น. – 06.00 น.

☐ 2. ไม่เคยซื้อ

21. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใด

☐ 1. เคยดื่มที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ 1. บ้านตนเอง / หอพักตัวเอง ☐ 2. บ้านเพื่อน / หอพักเพื่อน
- ☐ 3. สถานบันเทิง ผับ/บาร์/ดิสโก้ ☐ 4. ร้านอาหารตามสั่ง
- ☐ 5. ร้านคาราโอเกะ ☐ 6. ซุ้มยาดอง ซุ้มขายเหล้า
- ☐ 7. สถานที่จัดงานบุญประเพณี ☐ 8. วัด ศาสนสถาน
- ☐ 9. โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือคณะ ☐ 10. โรงพยาบาล สถานพยาบาล สถานีอนามัย
- ☐ 11. สถานที่ราชการอื่นๆ ☐ 12. สวนสาธารณะ
- ☐ 13 โรงแรม รีสอร์ท ☐ 14 ปั้มน้ำมัน
- ☐ 15. ลานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ☐ 16. อื่นๆ (ระบุ).....

☐ 2. ไม่เคยซื้อ

22. ในช่วง 30 วันที่ผ่านมามีผู้จำหน่ายปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับท่านเนื่องจากอายุของท่านไม่ถึงเกณฑ์ใช่หรือไม่

☐ 1. ไม่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เองในช่วง 30 วัน
☐ 2. ใช่ มีผู้ปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เนื่องจากอายุไม่ถึงเกณฑ์กำหนดทุกครั้ง
☐ 3. ใช่ มีผู้ปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เนื่องจากอายุไม่ถึงเกณฑ์กำหนดบางครั้ง
☐ 4. ไม่ใช่ มีผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้โดยไม่สนใจว่าไม่ถึงเกณฑ์กำหนด

<u>ส่วนที่ 3</u> การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท่านมากที่สุด

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับการปฏิบัติ			
		เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆครั้ง	ไม่เคย
การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
1	ก่อนที่ผู้จำหน่ายจะขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับท่านจะบอกถึงพิษภัยและอันตรายที่เกิดจากการดื่ม				
2	ท่านสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตั้งแต่ร้านเปิดจนถึงร้านปิด				
3	ท่านสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แม้จะใส่เครื่องแบบนักเรียนนักศึกษา				
4	ท่านเคยถูกปฏิเสธการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผู้จำหน่าย				
5	ท่านสามารถค้างจ่ายค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ถ้ามีเงินไม่พอ				
6	ท่านสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ที่หอพักหรือร้านค้ารอบๆ หอพักได้				
7	ท่านสามารถเรียกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หลังจากที่ร้านปิดได้				
8	ท่านสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แม้จะมีอาการมึนเมาหรือครองสติไม่ได้				
9	หากท่านมีเงินไม่พอซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้จำหน่ายจะเสนอแบ่งขายให้				
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
1	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานสังสรรค์ของโรงเรียน/มหาวิทยาลัย				
2	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายอาหารใกล้ๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย				
3	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้ๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย				
4	ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่พัก/หอพัก				
5	ท่านจะรู้สึกอยากดื่มถ้าระหว่างทางไปเรียนผ่านร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
การพบเห็นการโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
1	ร้านที่ท่านไปซื้อจะมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดวางจำหน่ายโดยตลอด				
2	ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักวางไว้บนโต๊ะวางสินค้าที่มองเห็นได้สะดวก				
3	ท่านสามารถเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จุดขายได้ด้วยตนเอง				
4	ร้านที่ท่านไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีป้ายโฆษณาเหล้า เบียร์ ติดโชว์ที่ร้าน				
5	ร้านที่ท่านไปซื้อมักวางเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ปนๆ กับสินค้าอื่นๆ ในร้าน				
การตรวจสอบอายุผู้ซื้อ					
1	ท่านถูกสอบถามอายุก่อนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
2	ท่านถูกตรวจสอบบัตรประจำตัวประชาชนก่อนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
3	ท่านถูกต่อว่าก่อนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ด้วยความรำคาญแต่ผู้จำหน่ายก็ขายให้				
4	เห็นพบเห็นร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป				

<u>ส่วนที่ 4</u> การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับการรับรู้ของท่านมากที่สุด

ข้อที่	การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ใช่	ไม่ใช่
1	การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกจากเวลา11.00–14.00 น. และเวลา17.00 น.–24.00น. ผิดกฎหมาย		
2	สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้		
3	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลที่มีอาการมึนเมาจนคลองสติไม่ได้		
4	การเร่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเทศกาลงานต่างๆ ถือว่าผิดกฎหมาย		
5	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วัด สถานที่ราชการ ผิดกฎหมาย		
6	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา		
7	สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สวนสาธารณะได้		
8	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้มน้ำมันได้		
9	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักได้		
10	ห้ามมีการดื่มสุราบนรถ ทั้งคนขับและคนโดยสาร		
11	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม		
12	การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันมาฆบูชา ผิดกฎหมาย		
13	การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ภายในร้านค้าถือว่าผิดกฎหมาย		
14	สามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
15	มีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		

<u>ส่วนที่ 5</u> ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โปรดตอบคำถามโดยขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ราคาและรูปลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์						
1	ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันเป็นราคาที่สามารถที่จะซื้อดื่มได้					
2	ถึงแม้ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีการปรับราคาขึ้นเท่าใดก็ตาม ท่านก็ยังคงที่จะซื้อดื่มต่อไป					
3	ถ้ามีเงินมากขึ้นก็จะซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาดื่มในมากขึ้น					
4	เมื่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้นท่านจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่น้อยลง					
5	ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันเป็นราคาที่ท่านพึงพอใจ					
6	ท่านไม่เดือดร้อนที่จะต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
7	เหตุผลที่เลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดต่างๆเพราะว่าภาชนะที่บรรจุสวยงาม แปลกและดึงดูดความสนใจ					
8	เหตุผลที่เลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดต่างๆเนื่องจากติดใจในรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชนิด					
การเข้าถึงแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์						
1	ท่านสามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในทุกสถานที่ เช่น ร้านสะดวกซื้อต่างๆ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น					
2	ท่านสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตลอดเวลาโดยไม่มีการจำกัดเวลาโดยเฉพาะในร้านสะดวกซื้อต่างๆที่เปิดให้บริการ24ชม					
3	ท่านมักที่จะเห็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถที่จะซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้					
4	สถานศึกษาของท่านอยู่ใกล้กับแหล่งสถานบันเทิงที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
5	ท่านสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านค้าได้ในระยะ 500 เมตรจากสถานศึกษา					
6	ร้านจำหน่ายอาหารทุกแห่งรอบสถานศึกษามีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
7	ท่านเคยถูกปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านค้า					
การโฆษณาและการพบเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์						
1	การตัดสินใจเลือกชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนหนึ่งมาจากการดูโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น					
2	เมื่อได้ดูโฆษณาที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท่านมักจะมีความรู้สึกอยากลองดื่มตามโฆษณา					
3	การเห็นป้ายโฆษณาที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท่านมักจะมีความรู้สึกอยากดื่มมากขึ้น					
4	การนำเสนอของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แสดงภาพที่สวยงามและมีความแปลกใหม่เป็นการชี้ชวนให้ท่านอยากลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมากขึ้น					
5	การรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านทางสื่อต่างๆทำให้ท่านสามารถจดจำยี่ห้อของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากขึ้น					
6	ป้ายโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แสดงถึงความสุขจากการที่ได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ทำให้อยากลองดื่ม					
7	การเห็นโฆษณาในที่ต่างๆเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ท่านมีความรู้สึกอยากเลียนแบบตามโฆษณานั้น					
8	จากโฆษณาทำให้ท่านรู้จักเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดใหม่และทำให้นึกอยากลอง					
9	การจัดรายการลดแลกแจกแถมชวนให้ท่านอยากซื้อเครื่องดื่มฯ					

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการร้านค้า

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือสำหรับให้เก็บข้อมูลเพื่อศึกษาสำหรับการวิจัยเรื่อง**การพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์** ซึ่งข้อเท็จจริงที่ได้การตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนามาตรการ ควบคุมและป้องกันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนต่อไป

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ให้ตรงตามความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุดและตอบให้ครบทุกข้อ **<u>ข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับและไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่าน</u>**

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลร้านค้า

<u>คำชี้แจง</u> โปรดเติมคำลงในช่องว่างและเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่าน คือ

☐ 1. เจ้าของร้าน ☐ 2. ลูกจ้างที่ขายของในร้าน ☐ 3. อื่น ๆ (ระบุ).....

2. ปัจจุบันท่านอายุ.....ปีเต็ม

3. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ไม่ได้เรียน ☐ 2. ประถมศึกษาปีที่ 4 (ป.4)
☐ 3. ประถมศึกษาปีที่ 6 (ป.6) ☐ 4. มัธยมศึกษาปีที่ 3 (ม.3)
☐ 5. มัธยมศึกษาปีที่ 6 (ม.6) ☐ 6. ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช)
☐ 7. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรืออนุปริญญา
☐ 8. ปริญญาตรี ☐ 9. ปริญญาโทหรือสูงกว่าปริญญาโท

5. รายได้ส่วนตัวต่อเดือนประมาณ .....บาท/เดือน

6. ระยะเวลาที่ท่านประกอบอาชีพค้าขาย (เปิดร้านขายของชำ) จนถึงปัจจุบัน รวม .....ปีเต็ม

7. ประเภทร้านค้าของท่าน

☐ 1. ร้านขายของชำ /โชว์หวย ☐ 2. ร้านอาหาร ☐ 3. ผับ เธค บาร์ คาราโอเกะ
☐ 4. ร้านสะดวกซื้อ(7 –11,แฟมิลี่มาร์ท) ☐ 5. ร้านเครื่องดื่ม
☐ 6. ร้านเร่ขาย ☐ 7. ร้านเหล้าปั่น ☐ 8. ร้านมินิมาร์ท
☐ 9. อื่นๆ (ระบุ).....

8. ร้านคุณขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทใดบ้าง **(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

☐ 1. เบียร์ ☐ 2. สปาย / ไวน์คูลเลอร์ ☐ 3. เหล้าขาว ☐ 4. สุราไทย
☐ 5. เหล้าผสมน้ำผลไม้ ☐ 6. เหล้าผสมพร้อมดื่ม ☐ 7. เหล้าเถื่อน ☐ 8. สุรากลั่นชุมชน
☐ 9. ไวน์ ☐ 10. สุราต่างประเทศ ☐ 11.บรั่นดี ☐ 12. อื่น ๆ (ระบุ)...

9. ร้านค้าของท่านมีใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสำนักงานสรรพสามิตหรือไม่

☐ 1. ไม่มี ☐ 2. มี (ระบุประเภท.....(ใบอนุญาตจำหน่ายมี 7 ประเภท คือ 1 – 7)

10. ที่ร้านค้ามีการแสดงป้ายหรือสติ๊กเกอร์ที่ระบุเวลาที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หรือห้ามขายให้กับผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปีหรือไม่

☐1. มี ☐ 2. ไม่มี

11.ร้านค้าของท่านอยู่ห่างจากโรงเรียน /สถานศึกษาที่ใกล้ที่สุด ระยะทางประมาณ .....เมตร

<u>ส่วนที่ 2</u> การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. ท่านเคยได้ยินหรือรู้จักพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

☐ 1. เคย ☐ 2. ไม่เคย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อที่	การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ใช่	ไม่ใช่
1	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกจากเวลา11.00 – 14 น. และ 17.00 น.–24.00 น. ผิดกฎหมาย		
2	สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้		
3	ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้		
4	การเร่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเทศกาลงานต่างๆ ถือว่าผิดกฎหมาย		
5	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วัด สถานที่ราชการ ผิดกฎหมาย		
6	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาได้		
7	สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สวนสาธารณะได้		
8	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปั้นน้ำมันได้		
9	สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักได้		
10	ห้ามมีการดื่มสุราบนรถ ทั้งคนขับและคนโดยสาร		
11	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันมาฆบูชา ผิดกฎหมาย		
12	ไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม		
13	การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในร้านค้าถือว่าผิดกฎหมาย		
14	สามารถใช้รูปของนักกีฬาที่มีชื่อเสียงบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้		
15	มีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		

<u>ส่วนที่ 3</u> ทัศนคติต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โปรดตอบคำถาม โดยขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบเกี่ยวกับทัศนคติของท่านมากที่สุด

ข้อที่	ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1	กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนไม่ให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย					
2	การเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้นไม่สามารถทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง					
3	การควบคุมร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละพื้นที่จะทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง					
4	การกำหนดให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะเวลานั้นไม่สามารถลดการดื่มได้					
5	การห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง					

ข้อที่	ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6	การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษานั้นไม่สามารถลดการดื่มได้					
7	การห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา นั้นไม่สามารถลดการดื่มได้					
8	การลดราคา แจก แถม ให้หรือแลกเปลี่ยนในการซื้อ – ขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น					
9	การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้มีผลทำให้คนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น					
10	การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อทุกประเภทเป็นเรื่องที่รัฐสมควรดำเนินการอย่างจริงจัง					
11	การกำหนดให้มีคำเตือน ‘‘การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง’’ทำให้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง					
12	การมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ใกล้สถานศึกษาไม่ได้มีผลทำให้การดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น					

<u>ส่วนที่ 4</u> การตรวจสอบตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับการปฏิบัติ			
		มากกว่า 3 ครั้ง	2 – 3 ครั้ง	1 ครั้ง	ไม่เคย
1	ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยถูกสุ่มตรวจสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่				
	(ถ้าตอบว่าเคย) ระบุหน่วยงานที่มาตรวจสอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ 1. สรรพสามิต ☐2. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ☐ 3. ตำรวจ ☐ 4. อื่นๆ ระบุ.....				
2	ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาท่านเคยได้ยินข่าวว่ามีการสุ่มตรวจการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนกับร้านค้าปลีกอื่นๆ ในชุมชนหรือไม่				
3	ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาท่านเคยได้ยินข่าวการดำเนินคดีกับคนที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีหรือไม่				
4	ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาท่านเคยได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เกี่ยวกับกฎหมายห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนหรือไม่				
	(ถ้าตอบว่าเคย)โปรดระบุแหล่งข้อมูลข่าวสาร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ 1. โทรทัศน์ ☐ 2. วิทยุ ☐ 3. หนังสือพิมพ์ ☐ 4. เอกสารแผ่นพับ ☐ 5. หอกระจ่ายข่าวในชุมชน ☐ 6. การอบรม/ประชุมให้ความรู้ ☐ 7. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกรายอื่นๆในชุมชน ☐ 8. อื่นๆ ระบุ.....				

<u>ส่วนที่ 5</u> ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย✓ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท่านมากที่สุด

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น			
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1	การแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ได้ผลกำไรมากกว่าการขายแบบยกขวด				
2	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าได้ผลกำไรดี				
3	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ขายสินค้าอื่นๆในร้านได้ด้วย เช่น บุหรี่				
4	ถ้าไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนร้านค้าก็จะสูญเสียรายได้				
5	เราสามารถตัดสินว่าบุคคลใดเป็นเยาวชนหรือไม่โดยพิจารณาจากหน้าตา				
6	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียนมัธยมศึกษาที่ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่แล้วไม่ควรถือว่ามีความผิดตามกฎหมาย				
7	การไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียนจะทำให้เสียลูกค้าในระยะยาว				
8	ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนเป็นเรื่องเล็กน้อยเกินกว่าจะมีหน่วยงานใดมาตรวจจับผู้กระทำผิดแบบจริงๆ จังๆ				
9	การแจ้งเตือนว่าจะมีการสุ่มตรวจพ่อค้าแม่ค้าที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เด็กเป็นเพียงคำขู่เท่านั้น				
10	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนเป็นข้อหาที่มีโทษไม่ร้ายแรง				
11	การตามใจลูกค้าทำให้ได้ลูกค้าประจำมากขึ้น				
12	การที่นักเรียนถูกพ่อแม่ใช้ให้มาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่ยอมรับได้				
13	คนในชุมชนมักต่อว่าพ่อค้าแม่ค้าที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน				
14	การแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่ร้านค้าอื่นๆ ในชุมชนก็ทำกัน				
15	ร้านค้าอื่นๆก็ไม่เคยถามอายุของคนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนขายเหมือนกัน				
16	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนเป็นเรื่องที่ร้านไหนก็ทำกั				
17	ท่านไม่สามารถปฏิเสธนักเรียนที่มาขอซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้				
18	ท่านมักใจอ่อนเมื่อมีนักเรียนมาขอร้องให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้				
19	การสอบถามอายุของลูกค้าที่มาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องยุ่งยากและเสียเวลา				
20	การปฏิเสธไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนอาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจได้				

<u>ส่วนที่ 5</u> พฤติกรรมเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับพฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท่านมากที่สุด

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับการปฏิบัติ			
		เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย
การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
1	ก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียนท่านจะให้ความรู้เกี่ยวกับโรคและอันตรายที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
2	ร้านของท่านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เปิดจนถึงปิดร้าน				
3	ท่านยอมให้ลูกค้าบางคนค้างจ่ายค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้				
4	ท่านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียน นักศึกษา				
5	ท่านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเด็กที่ถูกพ่อแม่ใช้ให้มาซื้อ				
6	ท่านมักเปิดร้านค้ากลางดึกเพื่อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าขาประจำ				
7	ท่านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับคนที่มีอาการมึนเมาหรือครองสติไม่ได้				
8	ท่านมีที่นั่งไว้ให้ลูกค้านั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้าน				
การโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
1	ในร้านของท่านมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดวางจำหน่ายโดยตลอด				
2	ท่านวางเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้บนโต๊ะวางสินค้าที่มองเห็นได้สะดวก				
3	ท่านอนุญาตให้ลูกค้าที่เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จุดขายได้ด้วยตนเอง				
4	ร้านของท่านมีป้ายโฆษณาเหล้า เบียร์ ติดโชว์ไว้ที่ร้าน				
5	ท่านวางขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ปนๆ กับสินค้าอื่นๆ ในร้าน				
การแบ่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
1	ท่านแบ่งขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
2	ท่านมีภาชนะแบ่งขาย เช่น แก้วเป๊กหรือก๊ก สำหรับใส่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าดื่มที่ร้าน				
3	ท่านมีภาชนะแบ่งขาย เช่น ขวดลิโพ สำหรับใส่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าซื้อกลับบ้าน				
การตรวจสอบอายุผู้ซื้อ					
1	ท่านยินดีขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับทุกคนที่มาซื้อ				
2	ท่านตรวจสอบบัตรประจำตัวประชาชนของลูกค้าก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
3	ท่านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี				
4	ท่านสอบถามอายุของลูกค้าก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกครั้ง				
5	หากมีนักเรียนมาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท่านจะต่อว่าก่อนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ด้วยความรำคาญ				
6	ท่านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนที่ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว				

ภาคผนวก ค
แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม
เรื่อง การพัฒนามาตรการการกำจัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

สำหรับ นักเรียน/นักศึกษา

1. ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่พักอาศัยในปัจจุบัน การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนในครอบครัว เพื่อนสนิท ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา การพบเห็นหรือการได้ยินเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การส่งเสริมการขายและการรณรงค์เกี่ยวกับการซื้อ ขาย และโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
    2.1 การดื่มครั้งแรกตอนอายุ ปริมาณที่ดื่ม เหตุผลในการดื่ม เครื่องดื่มที่ดื่ม สถานที่ดื่ม
    2.2 การดื่มในปัจจุบัน ลักษณะการซื้อสุราที่ผ่านมา ท่านเคยปฏิบัติอย่างไร (ซื้อด้วยตนเอง ให้คนอื่นซื้อ(ใครบ้าง) การเดินทางไปซื้อ ปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง เวลาหรือโอกาสที่ไปซื้อ สถานที่ที่ชอบไปซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง เป็นต้น)
3. การเข้าถึงการหาซื้อ การดื่มและการรับรู้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
    3.1 เคยไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัยหรือไม่ ไปซื้อแถวไหน ที่ไหน เวลาที่ไปซื้อส่วนใหญ่ ซื้อช่วงเวลาใด
    3.2 ไปซื้อให้ใคร ใช้เวลาประมาณเท่าไหร่
    3.3 เคยเห็นเด็กที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่
    3.4 คนขายหรือผู้จำหน่ายขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้หรือไม่
    3.5 เคยไปนั่งดื่มตามร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัยหรือไม่
    3.6 เคยพบเห็นลักษณะการขายสุราของร้านค้าต่างๆ อย่างไรบ้าง (ในด้านชนิดของสุรา ปริมาณที่ขาย เวลาหรือโอกาสที่เปิดขาย การจัดสถานที่วางขาย วิธีการดึงดูดการขาย บุคคลที่เป็นผู้ขาย ลักษณะหารแบ่งขาย เป็นต้น)
    3.7 เคยเห็นการโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ เห็นทางสื่อใดบ้าง
4. การรับรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบและมาตรการบังคับใช้ควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
    4.1 ทราบหรือไม่ว่าตอนนี้มีมาตรการเกี่ยวกับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อะไรบ้าง เช่น เวลาและสถานที่ในการห้ามซื้อ ห้ามขาย ห้ามดื่ม การโฆษณา การลด แลก แจก แถม
5. ความคิดเห็นต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน
    5.1 คิดว่ามาตรการเกี่ยวกับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันสามารถแก้ไขปัญหาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หรือไม่อย่างไร
    5.2 หากจะให้มีการเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย รัฐ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐควรทำอย่างไร มีวิธีการใดที่จะช่วยสนับสนุนได้บ้าง

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม
เรื่อง การพัฒนามาตรการการกำจัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของ
ผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

สำหรับ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แนวทางคำถามสำหรับการสนทนากลุ่มสัมภาษณ์เชิงลึก

1. ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาที่ค้าขาย ประเภทของร้าน ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขาย ระยะห่างของร้านค้ากับสถานศึกษา เวลาที่เปิดขาย
2. การรับรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบและมาตรการบังคับใช้ควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
    2.1 ทราบหรือไม่ว่าตอนนี้มีมาตรการเกี่ยวกับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อะไรบ้าง เช่น เวลาและสถานที่ในการห้ามซื้อ ห้ามขาย ห้ามดื่ม การโฆษณา การลด แลก แจก แถม
3. การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
    3.1 ผู้จำหน่ายมองหรือคิดเห็นต่อการดื่มของเด็กและเยาวชนอย่างไร (ทัศนคติ)
    3.2 ปกติมีเด็กหรือเยาวชนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ บ่อยแค่ไหน ช่วงเวลาใด มาซื้อกับใคร แต่งกายอย่างไร (อยู่ในชุดนักเรียน นักศึกษาหรือไม่)
    3.3 นักเรียน/นักศึกษาที่มาซื้อ ส่วนใหญ่ซื้อจำนวนเท่าไหร่ ประเภทไหน ยี่ห้ออะไร
    3.4 ในจำนวนเยาวชนที่มาซื้อ ผู้จำหน่ายรู้จักหรือคุ้นเคยกับเยาวชน บิดามารดา หรือญาติของเยาวชนเหล่านั้นหรือไม่ เยาวชนส่วนใหญ่อยู่ในชุมชนนั้นหรือไม่ หรือเป็นคนนอกชุมชน
    3.5 ผู้จำหน่ายขายให้หรือไม่ การตัดสินใจขาย/ไม่ขาย เพราะเหตุใด มีปัจจัยใดบ้างเข้ามาเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจ
    3.6 มีการสอบถามพูดคุยก่อน/หลังการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่
    3.7 ผู้จำหน่ายทำอย่างไร หากพบว่าผู้ซื้อดูเหมือนมีอายุไม่ถึงเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด
    3.8 ผู้จำหน่ายเคยได้รับปัญหาจากการขายของเยาวชนหรือไม่ (เช่น การได้รับการร้องเรียน การได้รับคำเตือนจากเจ้าหน้าที่ หรือการที่เยาวชนไม่ยอมเมื่อไม่ขายให้ ถูกข่มขู่หรือสร้างปัญหาให้ เป็นต้น)
4. ความคิดเห็นต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน
    4.1 คิดว่ามาตรการเกี่ยวกับการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันสามารถแก้ไขปัญหาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หรือไม่อย่างไร
    4.2 หากจะให้มีการเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย รัฐ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐควรทำอย่างไร มีวิธีการใดที่จะช่วยสนับสนุนได้บ้าง

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม
เรื่อง การพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์

สำหรับ เจ้าหน้าที่ของภาครัฐ

1. ระบบและกลไกการทำงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับจังหวัดและพื้นที่

1.1 รูปแบบการวางระบบและกลไกในการทำงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับจังหวัดและพื้นที่เป็นอย่างไร เริ่มต้นอย่างไร ประกอบด้วยใครบ้าง

1.2 กลไกในการทำงานหรือขับเคลื่อนการทำงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับจังหวัดและพื้นที่เป็นอย่างไร

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษา

2.1 พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษาบ้างหรือไม่ ถ้าพบ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาในเรื่องใด ลักษณะของปัญหาเป็นแบบใด

2.2 มีวิธีการในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษาบ้างอย่างไรบ้าง

3. มาตรการในการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษาควรเป็นอย่างไร/รูปแบบใด

3.1 รูปแบบการวางระบบและกลไกในการทำงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับจังหวัดและพื้นที่ ที่ใช้ในการดำเนินการปัจจุบันเป็นอย่างไร สามารถแก้ไขปัญหาได้หรือไม่

3.2 รูปที่เหมาะสมกับการดำเนินงานการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนรอบสถานศึกษาควรเป็นอย่างไร

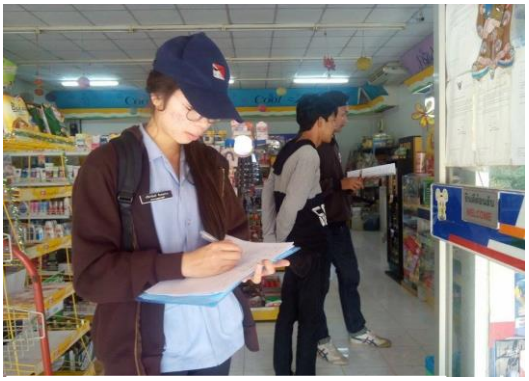
ภาคผนวก ง
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. รองศาสตราจารย์จักรกฤษณ์	พิญญาพงษ์	หลักสูตรสาธารณสุขศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
2. นางสุพัชรา	บุญเกิดรัมย์	สรรพสามิตพื้นที่อุตรดิตถ์ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่อุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์
3. นายขจรศักดิ์	อิ่มเต็ม	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์

ภาคผนวก จ
ภาพการดำเนินการวิจัย

อบรมการเก็บข้อมูล GIS

ลงพื้นที่การเก็บข้อมูล GIS



เก็บรวบรวมข้อมูลร้านจำหน่าย

อบรมการเก็บข้อมูล GIS

การเก็บรวบรวมข้อมูลร้านจำหน่าย

คืนข้อมูลและจัดเวทีการพัฒนามาตรการฯ

ประวัติผู้วิจัย

1. **ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย)** นายพงษ์ศักดิ์ อ้นมอย
2. **หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก** คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มือถือ 089-7057016e-mail: o.pongsak@hotmail.com
3. **ประวัติการศึกษาต้องระบุสถาบันการศึกษา สาขาวิชาและปีที่จบการศึกษา**

วุฒิ/วิชาเอก	สถานศึกษา	ปีที่จบการศึกษา
สาธารณสุขศาสตรดุษฎีบัณฑิต (ส.ด.) สาธารณสุขศาสตร์	มหาวิทยาลัยนเรศวร	2559
สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต (ส.ม.) สาธารณสุขศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2551
วิทยาศาสตรบัณฑิต (วท.บ.) สาธารณสุขชุมชน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	2547

4. **ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย**

1. พ.ศ. 2560 การพัฒนามาตรการการจำกัดการจาหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุตรดิตถ์ (ทุนศูนย์วิจัยปัญหาสุรา)

2. พ.ศ. 2559 การพัฒนารูปแบบการป้องกันผลกระทบทางสุขภาพจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืชในการปลูกหอมแดงโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่สอดคล้องกับบริบทและวิถีชีวิตของชุมชน: กรณีศึกษาตำบลชัยจุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ (ทุนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร)

3. พ.ศ. 2554 การประเมินผลมาตรการบังคับใช้ควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในจังหวัดอุตรดิตถ์ (ทุนศูนย์วิจัยปัญหาสุรา)

4. พ.ศ. 2554 การเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนในการกำหนดขอบเขตและแนวทางการประเมินผลกระทบทางสุขภาพจากการใช้สารเคมีในการเกษตรกรณีศึกษาตำบลชัยจุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ (ทุน วช.งบประมาณแผ่นดิน)

5. พ.ศ. 2553 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก การดื่มแบบเมาหัวราน้ำและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ (ทุนศูนย์วิจัยปัญหาสุรา)

6. พ.ศ. 2551 โครงการสร้างเสริมสุขภาวะเพื่อความอยู่ดีมีสุขของชุมชนโดยองค์กรท้องถิ่นจังหวัดอุตรดิตถ์ กรณีตำบลผักขวง อำเภอทองแสนขัน จังหวัดอุตรดิตถ์ (ทุน สสส.)

5. การตีพิมพ์เผยแพร่งานวิจัยและการนำเสนอในที่ประชุมวิชาการ

1. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย กิตติวรรณ จันทร์ฤทธิ์ จงรัก ดวงทอง ศศิธร สุขจิตติ์และธนากร ธนวัฒน์. (2560). การประเมินผลมาตรการบังคับใช้ควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารวิชาการสาธารณสุข. 26 (2) กันยายน-ตุลาคม, 299-308.

2. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย ฐาปนีย์ อุ้มทอง พรนลัท ลินนา วรุฒ อุตยะราช ศุภโชค พรมจันทร์ สมฤทัย เงินทองและอุกฤษณ์ เตียวตระกูล. (2559). รูปแบบ การเข้าถึงและการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. Processing การประชุมวิชาการสุราระดับชาติ ครั้งที่ 9.

3. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย และพีรญา อึ้งอุดรภักดี. (2560). การพัฒนารูปแบบการป้องกันผลกระทบทางสุขภาพจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืชในการปลูกหอมแดงโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและบริบทของชุมชน : กรณีศึกษาตำบลชัยจุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. Processing การประชุมวิชาการระดับชาตินเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13 มหาวิทยาลัยนเรศวร หน้า 543-553.

4. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย และพีรญา อึ้งอุดรภักดี. (2559). การใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการป้องกันผลกระทบทางสุขภาพจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงในตำบลชัยจุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารวิชาการสาธารณสุข. 25(4), 593-603.

5. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย และพีรญา อึ้งอุดรภักดี. (2559). การประเมินผลกระทบทางสุขภาพและพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการใช้สารเคมีกาจัดศัตรูพืชในเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงตาบลชัยจุมพล อาเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต. 4(3): 416 – 428.

6. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย กิตติวรรณ จันทร์ฤทธิ์ จงรัก ดวงทอง ศศิธร สุขจิตติ์และธนากร ธนวัฒน์. (2559). การประเมินผลกระทบทางสุขภาพและพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืชในเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงตำบลชัยจุมพลอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. Processing การประชุมวิชาการสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ครั้งที่ 1 สหสาขาสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หน้า 23-29.

7. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย ชยาภรณ์ สุทธเขต,ชุลีพร วรนุช,รัชนีกร วงศ์คำ,ศุภรัตน์ สอาดอ่ำ, อริย์ธัช สายสิงห์, และอรุณรัตน์ บุญเสือ. (2558). ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากสารเคมีทางการเกษตรของเกษตรกรในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลฝายหลวง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. Processing การประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระดับชาติ ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

8. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย. (2554). การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกและการดื่มแบบเมาหัวรา น้ำของเยาวชนอำเภอเมืองจังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารสาธารณสุขศาสตร์. 41(3), 250-261.

9. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย. (2554). ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในจังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารวิชาการสาธารณสุข. 20 (4), 684-692.

10. พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย. (2553). การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก การดื่มแบบเมาหัวราน้ำ และผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์. Proceedings การประชุมวิชาการสุราระดับ ครั้งที่ 6, นนทบุรี.