

## ทำไมจึงควรห้ามขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์แบบออนไลน์

ในปัจจุบัน การใช้งานอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย จำนวนผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้น การสื่อสาร การตลาดออนไลน์ จึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่สุดของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ เพื่อให้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้บริโภคเป้าหมาย ทะลุมิติด้านเวลาและมิติด้านสถานที่ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างกระแสความนิยมต่อตัวสินค้า สร้างการรับรู้ตราสินค้า แบ่งปันข้อมูลความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น ประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ ตลอดจนสร้างความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ จนเกิดเป็นกระแสการบอกต่อแบบปากต่อปาก และการสื่อสารแบบไวรัล

สถานการณ์การตลาดและการขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในช่วงครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2563 มีการเปลี่ยนแปลงมาก<sup>1</sup> โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากการขายแบบดั้งเดิมที่ต้องเดินทางไปซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์จากร้านค้าในช่วงเวลาที่อนุญาตให้จำหน่ายเท่านั้น มาเป็นร้านค้าบนโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้กันอย่างเช่น Facebook, Instagram, Twitter, Line และ Website

จากการสำรวจเพื่อเฝ้าระวังสถานการณ์การตลาดและการขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์บนโลกออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม ถึง 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ติดตามทั้งสิ้น 277 บัญชี (แบ่งเป็นสถาบันบันเทิง 31.4% ผู้ขายออนไลน์ 26.7% บล็อกเกอร์ นักรีวิวสินค้า 22% บริษัทเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์แบบเป็นทางการ 19.5% ออแกไนเซอร์ 0.4%) สื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ Facebook 62.5% Instagram 16.2% Twitter 13% Web 7.9% และ Line ตามลำดับ รูปแบบที่นำเสนอที่พบมากที่สุด เป็นการแสดงภาพลักษณะของบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ชนิดต่าง ๆ รองมาคือ การนำเสนอขายด้วยการแสดงเมนูเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์พร้อมแสดงราคา การจัดชุดวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตเบียร์ด้วยตัวเองที่บ้าน และการลดแลกแจกแถม

วิธีการสั่งซื้อทำได้โดยเพียงส่งข้อความ (Inbox Message) ประเภทเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ที่ต้องการซื้อ ทางผู้ขายจะสรุปยอดพร้อมแจ้งบัญชีธนาคารสำหรับโอนเงิน ผู้ขายจึงสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง และผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อได้สะดวกรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนการจัดส่งเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์นั้น ถ้าผู้ซื้ออยู่ภายในพื้นที่เดียวกันที่ระยะทางไม่ไกลมากก็สามารถรับเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ได้ภายในวันเดียวกัน ถ้าอยู่ต่างพื้นที่ก็จะจัดส่งโดยบริษัทขนส่งเอกชน หรือผู้ขายจัดส่งด้วยตนเอง แม้กระทั่งในช่วงประกาศพระราชบัญญัติ

<sup>1</sup> รายงานสถานการณ์ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 สรุปข้อมูลจากโครงการติดตามสถานการณ์การตลาดและการขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์บนโลกออนไลน์ โดยกนิษฐา ไทยกล้า สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สนับสนุนทุนโดยศูนย์วิจัยปัญหาสุรา, พฤษภาคม 2563.

สถานการณ์ฉุกเฉิน ช่วงการปิดสถานบันเทิง และการห้ามดื่มที่ร้าน รวมทั้งการกำหนดเวลาห้ามออกจากที่พักอาศัย กฎระเบียบเหล่านี้ไม่ได้เป็นอุปสรรคสำหรับผู้ขายและผู้บริโภคเลย

นอกจากนี้ ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังได้จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการรับรู้ตราสินค้า และการขายอีกหลายรูปแบบ เช่น การแสดงดนตรีทั้งแบบเต็มวงหรือเล่นเดี่ยว มีดีเจเปิดเพลงเพื่อสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมในช่วงเย็นค่ำสำหรับการดื่มที่บ้าน และการชวนปาร์ตี้ เต้นรำพร้อมกันทางแอปพลิเคชันประชุมออนไลน์ เป็นต้น

oooooooooooooooooooooooooooooooo

การแพร่ระบาดของโควิด-19 อาจจะเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาสู่การตลาดออนไลน์วิถีชีวิตใหม่ ที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมโปรโมชั่นพิเศษและจัดส่งให้ถึงหน้าบ้าน โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านอายุ เวลา และสถานที่ เหมือนอย่างการตลาดแบบดั้งเดิม ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่าย แม้แต่เด็กหรือเยาวชน เพราะไม่มีการตรวจบัตรประชาชน หรือผู้ซื้อที่อยู่ในภาวะมีเมามากแล้ว สามารถสั่งซื้อได้ทุกวันตลอดเวลา 24 ชั่วโมง แม้ในวันพระใหญ่ที่ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งอาจจะสั่งซื้อจากสถานที่ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เช่น ศาสนสถาน โรงเรียน หรือสถานบริการน้ำมัน เป็นต้น จึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดการดื่มสุราเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาทางสุขภาพ เศรษฐกิจ และสังคมของผู้ดื่ม และต่อสังคมโดยรวมตามมาอีกมากมาย นอกจากนี้ เนื่องจากการขายทางช่องทางออนไลน์มักเป็นการขายตรงจากผู้ขายถึงผู้ซื้อ การตรวจสอบยอดขายเพื่อการจัดเก็บภาษีการค้าจึงอาจทำได้ยาก ทำให้รัฐขาดรายได้จากภาษีเหล่านี้นิ่งไปด้วย ในประเทศรัสเซียซึ่งมีกฎหมายห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางอินเทอร์เน็ตมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 แต่ก็พบว่ามีการลักลอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปลอมทางออนไลน์เกิดขึ้น ซึ่งยิ่งทำให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งในด้านอันตรายต่อผู้ดื่มที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่จะซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างถูกกฎหมาย การเป็นพิษจากสารปนเปื้อนหรือเมธิลแอลกอฮอล์ แต่ที่สำคัญที่สุดคืออันตรายจากการดื่มหนักเกินขนาด เพราะเครื่องดื่มที่ซื้อจากแหล่งออนไลน์ที่ผิดกฎหมายนี้มักมีราคาถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขายแบบถูกต้องตามกฎหมายถึงประมาณ 15 เท่า ทำให้ผู้ดื่มจึงเข้าถึงได้ง่ายกว่า<sup>2</sup>

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบออนไลน์ จึงเป็นรูปแบบการขายที่ทำให้การบังคับใช้กฎหมาย ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในมาตรา 28 (การจำกัด วันและเวลาขาย) มาตรา 29 (ห้ามขายให้แก่เยาวชน) มาตรา 30 (การขายด้วยการลดแลกแจกแถม) มาตรา 32 (การห้ามโฆษณา) เป็นไปได้อย่างยาก ทำให้การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามกฎหมายดังกล่าว

<sup>2</sup> Neufeld M, Lachenmeier DW, Walch SG, Rehm J. The internet trade of counterfeit spirits in Russia – an emerging problem undermining alcohol, public health and youth protection policies? Version2. F1000Res. 2017; 6:520.

การจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทางกายภาพ โดยการจำกัด เวลา สถานที่ในการขายและตี๋ม วิธีการขาย และอายุของผู้ซื้อ การเพิ่มภาษีและราคาของเครื่องตี๋มฯ และการห้ามโฆษณาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ เป็นสามมาตรการหลัก ที่องค์การอนามัยโลกแนะนำว่ามีประสิทธิภาพและคุ้มค่าที่สุด ในการควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ การควบคุมการขายและการตลาดหรือโฆษณาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ออนไลน์และการจัดส่งถึงบ้าน จึงเป็นมาตรการควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ที่ประเทศควรจะใช้ เพื่อประโยชน์ทางสุขภาพของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลานี้ ที่ประเทศเพิ่งเปลี่ยนผ่านจากช่วงการล็อกดาวน์เพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 มาสู่สังคมที่มีฐานวิถีชีวิตใหม่ และเพื่อป้องกันการเกิดการระบาดรอบสอง