

**รายงานการวิจัย**

**เรื่อง**

**การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย กรณีการใช้  
นโยบายด้านภาษีและราคา**

**Alcohol consumption in Thailand and Taxation and Pricing  
Policy on Consumption**

**โดย**

**นพ.ดร.วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร  
รศ.ดร.สุพล ลิ้มวัฒนานนท์  
นายสุรศักดิ์ ไชยสงค์**

**สนับสนุนโดย**

**ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา**

**พฤษภาคม 2551**

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ ได้รับเงินทุนสนับสนุนการดำเนินงานจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา โดย นพ.บัณฑิต ศรไพศาล ผู้อำนวยการ ขอขอบคุณสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข โดย นพ.ศิริวัฒน์ ทิพย์ธราดล ผู้อำนวยการในขณะนั้น ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลการสำรวจสภาวะสุขภาพอนามัยของประชาชนไทย โดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 3 พ.ศ. 2546-47 ขอขอบคุณ รศ.ดร.นิพนธ์ พัวพงศกร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สำหรับข้อมูลความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย และขอขอบคุณกรมสรรพสามิต สำหรับข้อมูลการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การศึกษานี้ได้รับข้อแนะนำเกี่ยวกับทฤษฎีอุปสงค์ของผู้บริโภคจาก รศ.ดร.อิสรา ศานติศาสน์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และข้อแนะนำเกี่ยวกับนโยบายแอลกอฮอล์จาก นพ.ทักษพล ธรรมรังสี สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ ผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การศึกษานี้ อธิบายรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทย โดยใช้หน่วยดื่มมาตรฐานเท่ากับ 10 กรัมของเอทานอล (สำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต, 2547) ในการจัดกลุ่มเชิงปริมาณ และประมาณการผลกระทบของการขึ้นราคาตามสถานการณ์แบบต่างๆ ต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวม ตามค่าที่แตกต่างกันของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

อาศัยข้อมูลการสำรวจสภาวะสุขภาพอนามัยของประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 3 พ.ศ. 2546-47 ที่สำรวจทั้งปริมาณและความถี่ของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 7 ประเภท ในช่วง 12 เดือน จากสมาชิกในครัวเรือนตัวอย่าง พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 4.6 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ ภาคเหนือ กรุงเทพฯ ภาคกลาง และภาคใต้ (3.4, 2.9, 2.8 และ 1.8 หน่วยดื่ม ตามลำดับ) ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 2,501 – 5,000 บาทต่อเดือน เป็นกลุ่มที่มีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อคนมากที่สุด (11.1 และ 6.3 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ ตามลำดับ)

สำหรับการบริโภคแบบเสี้ยว (ผู้ชาย ตั้งแต่ 5 หน่วยดื่มต่อวัน (binge drinking) และมากกว่า 14 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ (excessive drinking) และผู้หญิง ตั้งแต่ 4 หน่วยดื่มต่อวัน และมากกว่า 7 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์) พบว่า สัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี้ยว เท่ากับร้อยละ 23.7 ของประชากร และมีส่วนแบ่งการบริโภคเท่ากับ ร้อยละ 93.9 ของปริมาณการบริโภครวม และร้อยละ 93.6 ของค่าใช้จ่ายในการบริโภคโดยรวม สำหรับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี รายงานว่า เคยดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาเท่ากับร้อยละ 47.3 และเด็กกลุ่มนี้ที่บริโภคแบบเสี้ยว มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 18.9 หากสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กลง จะทำให้ปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคลดลง ร้อยละ 2.9 และ 3.2 ตามลำดับ

การประมาณการการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา อาศัยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก: (1) การศึกษาในประเทศโดยข้อมูลอนุกรมเวลา (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2548), หรือ ข้อมูลสำรวจรายบุคคล (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2550), และ (2) การศึกษาต่างประเทศ ที่ใช้ในการประเมินผลมาตรการลดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละภูมิภาคของโลก (Chisholm et al, 2004) ประมาณการภายใต้ข้อสมมติ การตอบสนองต่อการขึ้นราคาของผู้บริโภคแบบเสี้ยวที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์ เท่ากับ 2/3 ของกลุ่มผู้บริโภคที่ดื่มน้อยกว่า และ เมื่อราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 และ 50 ทำให้การบริโภคสุราเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และ 15 ตามลำดับ (Chisholm et al, 2004)

ภายใต้การขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบันจากการขึ้นภาษีสุราเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2550 (สุราขาว (ร้อยละ 12.5 และ 13.8 สำหรับเหล้าขาวฯ 40 ดีกรี และเหล้าโรง 28 ดีกรี, ตามลำดับ), สุราผสม ร้อยละ 9.5, และบรันดี ร้อยละ 4.8) ทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงตั้งแต่ร้อยละ 1.4 ถึง 7.6 และหากมีการขึ้นราคาสุราเข้าร่วมด้วย ร้อยละ 10 จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงตั้งแต่ร้อยละ 3.2 ถึง 9.9 โดยทั้งสองสถานการณ์การบริโภคโดยรวมจะลดลงน้อยที่สุด โดยข้อมูลของ Chisholm et al (2004) และลดลงมากที่สุด โดยข้อมูลของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) หากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 และ 50 จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลง ตั้งแต่ร้อยละ 8.8 (โดยข้อมูล

ของ Chisholm et al, 2004) ถึง 40.4 (โดยข้อมูลของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2548) และร้อยละ 17.7 ถึง 80.9 ตามลำดับ

เนื่องจากไม่มีข้อมูลการบริโภคสุราชาวเถื่อนที่น่าเชื่อถือ ทำการวิเคราะห์ความไวหากสัดส่วนของการบริโภคสุราชาวเถื่อนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 เป็น 40 พบว่า การบริโภคโดยรวมมีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก

การสัมภาษณ์ผู้บริโภคเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคา พบว่า ผลจากการขึ้นภาษีสุราในครั้งนี้ ในภาพรวมไม่ทำให้ผู้บริโภคสุราลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงมากนัก เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคาสุราเพียงเล็กน้อย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่รู้สึกรว่ามีปัญหาค่าใช้จ่าย อีกทั้งค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมของคนไทยที่ให้ความสำคัญกับการเลี้ยงสุราค่อนข้างสูง กลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มได้รับผลกระทบต่อการบริโภคจากการขึ้นราคาสุรา ได้แก่ ผู้มีรายได้น้อย และผู้ดื่มค่อนข้างบ่อย แต่ไม่ถึงขั้นติดสุรา ผลกระทบที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนยี่ห้อ หรือการเปลี่ยนประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การขึ้นราคาสุราในครั้งนี้ มีผลทำให้หันไปบริโภคสุราเถื่อนเพียงเล็กน้อย แม้ในพื้นที่ที่มีการผลิตสุราเถื่อน พบเพียงร้อยละ 6.6 ของผู้บริโภคที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์ สำหรับพื้นที่ที่ไม่มีการผลิตสุราเถื่อน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่หันไปบริโภคสุราเถื่อน เนื่องจากไม่มีจำหน่าย ผู้บริโภคไม่คุ้นเคยกับสุราเถื่อน และไม่มั่นใจในความปลอดภัย

## Executive Summary

This study described the pattern of alcohol drinking in the Thai population using the 10-gram ethanol as a standard drink (Department of Mental Health, 2004) as the unit for quantitative classification and estimated the effect of increasing prices under various scenarios on alcohol consumption in total using different estimates of price elasticity of the demand.

Based on the 2003-04 National Health Examination Survey (NHES) which elicited the quantity and frequency of drinking for 7 types of alcohol beverages in the past 12 months from household members, people living in the North East consumed 4.6 drinks per week, on average, followed by those in the North, Bangkok, Central, and South (3.4, 2.9, 2.8, and 1.2 drinks, respectively). People who completed at least the high school education and those with monthly income of 2,501-5,000 Bath had the highest drinks (11.1 and 6.3 drinks per week, respectively).

When the risky drinking was defined (for men  $\geq 5$  drinks per day as binge drinking and  $> 14$  drinks per week as excessive drinking and for women  $\geq 4$  drinks per day and  $> 7$  drinks per week, respectively), the risky drinkers was found in 23.7% of total population and shared 93.9% of total consumption and 93.6% of total expenditure. In the population aged less than 18 years (the legally drinking age), 47.3% drank in the past 12 months and 18.9% of the drinkers were beyond the risky level. If the underage consumption was eliminated, the total alcohol consumption and expenditure would be reduced by 2.9% and 3.2%, respectively.

The estimated alcohol consumption change as a response to price increases was based on the following estimates of price elasticity of the demand for alcohol beverages: (1) time-series data (Poapongsakorn et al, 2005) or individual-level survey data (Poapongsakorn et al, 2007) in Thailand; and (2) the international global burden of alcohol data (Chisholm et al, 2004). In addition, this study assumed a reduced price elasticity (by two-thirds) for the risky drinkers (Chisholm et al, 2004) and the 25% and 50% price increases would lead to the 10% and 15% increases in illegal (untaxed) alcohol consumption, respectively (Chisholm et al, 2004).

Under the current situation of increased prices (white spirit: 40-degree by 12.5% and 28-degree by 13.3%, mixed-spirit by 9.8%, and brandy by 4.8%), the alcohol consumption, in total would decrease by 1.4% to 7.6%, depending on the price elasticity estimates used and additional conditions assumed. If the price of fermented alcohol beverages increased by 10% additionally, the total consumption would decline further (i.e., by 3.2% to 9.9%). In these two scenarios, the lowest and highest percentage of change was based on Chisholm et

al (2004) and Poapongsakorn et al (2005), respectively. If all alcohol beverages were increased the prices by 25% and 50%, the total consumption would reduce by 8.8% (based on Chisholm et al, 2004) or 40.4% (based on Poapongsakorn et al, 2005), and 17.7% or 80.9%, respectively.

A sensitivity analysis was conducted for illegal alcohol consumption. Under the current situation of price increase, if the share of the illegal white spirits increased from 10% to 40%, the estimated total alcohol consumption would decrease only slightly.

An additional qualitative work in this study suggested that the alcohol consumption barely decreased because of the small price change as perceived by drinkers; therefore, the drinkers could afford the extra payment for the consumption. Alcohol beverages have long been used as a 'social lubricant' in the Thai culture. The price increase might affect the drinkers in the low income group and those who drank frequently but not addicted. The change pattern was observed as brand- or type-switching rather than reduced total consumption. A switch to the illegal (untaxed) alcohols was rare (only 4% of the weekly drinkers) even in an area where the illegal production was common. The regular drinkers who lived in the area without the illegal production were not found the switch-to-illegal alcohol consumption behavior.

# สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	i
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ii
Executive Summary	iv
สารบัญ	v
สารบัญตาราง	vi
สารบัญรูป	viii
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	4
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	29
4.1 - รูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	29
4.2 - ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา	46
4.3 - พฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคา	58
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	71
เอกสารอ้างอิง	74
ภาคผนวก	76
ก - ข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	77
ข - ข้อมูลความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	82
ค - วิธีคำนวณปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	85
ง - วิธีจัดกลุ่มผู้บริโภคแบบเสี่ยง	93
จ - วิธีประมาณการปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อคน ด้วยแบบจำลองสองส่วน	95
ฉ - การขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน	97
ช - วิธีคำนวณปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง	99

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2-1 ตัวอย่างชุดคำถามวัดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	6
ตารางที่ 2-2 เปรียบเทียบนโยบายและมาตรการแอลกอฮอล์	8
ตารางที่ 2-3 การเปรียบเทียบต้นทุนประสิทธิผลของมาตรการต่างๆ ในประเทศไทย	10
ตารางที่ 2-4 อัตราภาษีสรรพสามิตของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ระหว่างปี 2540-2550	13
ตารางที่ 2-5 การศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย	15
ตารางที่ 2-6 แนวโน้มการตอบสนองต่อการขึ้นราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ดื่มประจำ	16
ตารางที่ 3-1 กลุ่มของผู้บริโภคตามการบริโภคต่อวันและต่อสัปดาห์	22
ตารางที่ 3-2 ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามข้อมูลการสำรวจและระบบภาษี	23
ตารางที่ 3-3 การขึ้นราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามสถานการณ์ปัจจุบันและตามข้อเสนอแนะแบบอื่นๆ	24
ตารางที่ 3-4 ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท	25
ตารางที่ 3-5 ค่าความยืดหยุ่นและความยืดหยุ่นไขว้สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท	25
ตารางที่ 4-1 จำนวนของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทและความสมบูรณ์ของข้อมูล	31
ตารางที่ 4-2 สัดส่วนของผู้บริโภคตามเพศและอายุ	32
ตารางที่ 4-3 สัดส่วนของผู้บริโภคที่บริโภคเกินข้อแนะนำต่อวัน (binge drinking) และผู้บริโภคที่บริโภคเกินข้อแนะนำต่อสัปดาห์ (excessive drinking)	33
ตารางที่ 4-4 สัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยง เมื่อจัดกลุ่มการบริโภคแบบเสี่ยงที่ดื่มเกินข้อจำกัดในการบริโภคต่อวัน (binge drinking) และต่อสัปดาห์ (excessive drinking) ร่วมกัน	34
ตารางที่ 4-5 สัดส่วนของผู้บริโภคที่จำแนกตามการศึกษาครั้งนี้และจากรายงานการสำรวจฯ	35
ตารางที่ 4-6 สัดส่วนของผู้บริโภค ตามกลุ่มของผู้บริโภค	35
ตารางที่ 4-7 ส่วนแบ่งปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ของประเภทเครื่องดื่ม ในผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม	36
ตารางที่ 4-8 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามกลุ่มของผู้บริโภค	37
ตารางที่ 4-9 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามกลุ่มของผู้บริโภค	37
ตารางที่ 4-10 สัดส่วนของปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายโดยรวมตามกลุ่มของผู้บริโภค	37
ตารางที่ 4-11 สัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยง ตามลักษณะภูมิภาค เขตสาธารณสุข การศึกษา และรายได้	39
ตารางที่ 4-12 ปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามภูมิภาค เขตสาธารณสุข การศึกษา และรายได้	41
ตารางที่ 4-13 สัดส่วนของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (15-17 ปี)	42
ตารางที่ 4-14 สัดส่วนของผู้บริโภคและปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (15-17 ปี) ตามภูมิภาค และเขตสาธารณสุข	43
ตารางที่ 4-15 สัดส่วนของปริมาณและค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกินข้อจำกัดการบริโภคต่อวันและต่อสัปดาห์ของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป	44



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4-16 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปี 2546 ตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	46
ตารางที่ 4-17 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง จากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน	49
ตารางที่ 4-18 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง จากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบันและขึ้นราคากลุ่มสุราแช่ ร้อยละ 10	50
ตารางที่ 4-19 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาทุกประเภท ร้อยละ 25	51
ตารางที่ 4-20 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาทุกประเภท ร้อยละ 50	52
ตารางที่ 4-21 เปรียบเทียบการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาตามสถานการณ์ที่ 2 และสถานการณ์ปัจจุบัน	53
ตารางที่ 4-22 เปรียบเทียบการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาตามสถานการณ์ที่ 3 และสถานการณ์ปัจจุบัน	54
ตารางที่ 4-23 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในแต่ละพื้นที่	58
ตารางที่ 4-24 ลักษณะทางประชากรและรูปแบบการบริโภค	68
ตารางที่ 4-25 การบริโภคสุราเถื่อนหลังการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ในชุมชนที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน	69
ตารางที่ 4-26 เหตุผลที่ไม่บริโภคสุราเถื่อนหลังการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ในชุมชนที่ไม่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน	69

## สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 2-1 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างปี 2540-2549	14
รูปที่ 3-1 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ของราคากับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ	20
รูปที่ 4-1 แผนภาพแสดงการวิเคราะห์จำนวนผู้บริโภคและปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 12 เดือน	30
รูปที่ 4-2 สัดส่วนการบริโภคของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท ระหว่างปี 2546-2549	47
รูปที่ 4-3 การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการบริโภคโดยรวม ตามการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน และตามข้อเสนอแนะการขึ้นราคาแบบต่างๆ	52
รูปที่ 4-4 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง ตามสัดส่วนของการบริโภคสุราเถื่อน เมื่อมีการขึ้นราคา ตามสถานการณ์ปัจจุบัน	55
รูปที่ 4-5 ร้อยละของปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง จากการขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบัน (แบบที่ 1) และสถานการณ์จำลองแบบที่ 2 และ 3	57

# บทที่ 1 บทนำ

## 1.1 หลักการและเหตุผล

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดปัญหาและความเสียหายทั้งต่อผู้ดื่มและคนรอบข้าง รวมทั้งสังคม แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุให้มีผู้เสียชีวิตทั่วโลกปีละประมาณ 2.3 ล้านคน และก่อภาระโรคถึง ร้อยละ 4.4 ของปีชีพที่ปรับด้วยความทุพพลภาพ (Disability Adjusted Life Years-DALYs) (WHO, 2007) มูลค่าความสูญเสียจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งต้นทุนส่วนบุคคลและต้นทุนต่อสังคม คิดเป็นอัตราที่สูงถึงร้อยละ 1.1 – 6.0 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม (Gross Domestic Product-GDP) ภายในประเทศ (WHO, 2004)

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญในการก่อภาระโรคของคนไทย รองลงมาจากการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย (คณะทำงานศึกษาภาระโรคและการบาดเจ็บ, 2550) แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุสำคัญของโรคตับและตับแข็งเรื้อรัง ซึ่งพบอัตราการตายเพิ่มขึ้นจาก 8.6 รายต่อแสนประชากร ในปี 2541 เป็น 11.8 รายต่อแสนประชากร ในปี 2546 (สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ, 2548) ทั้งที่โรคตับแข็งจากการติดเชื้อไวรัสตับอักเสบบีมีแนวโน้มลดลง นอกจากนี้ การบาดเจ็บจากอุบัติเหตุก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 85.9 รายต่อแสนประชากร ในปี 2541 เป็น 110.8 รายต่อแสนประชากร ในปี 2545 ร้อยละ 42 ของผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุการขับขี่จักรยานยนต์ดื่มแอลกอฮอล์ก่อนการขับขี่ (สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ, 2548) และในปี 2549 ประเทศไทยมีมูลค่าความสูญเสียจากแอลกอฮอล์สูงถึง 197,576 ล้านบาท (มนตรีธน์ถาวรเจริญทรัพย์ และคณะ, 2550)

ในประเทศไทย ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อคิดเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์เพิ่มขึ้นจาก 7.71 ลิตรต่อคนต่อปี ในปี 2541 เป็น 8.47 ลิตรต่อคนต่อปี ในปี 2544 (WHO, 2006) ข้อมูลจากการสำรวจครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ในปี 2547 มีจำนวนนักดื่ม 16.2 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 32.7 ของประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปี เมื่อพิจารณาในระดับครัวเรือน พบว่า จากปี 2529 ถึง 2547 ค่าใช้จ่ายจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการเติบโตในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้หรือรายจ่ายรวมของครัวเรือน แสดงให้เห็นว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีลักษณะที่น่าจะเป็นการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยสำหรับครัวเรือนไทย (ทักษพล ธรรมรังสี, 2549)

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดหลายประการในการควบคุมการบริโภคถูกนำมาใช้ในการป้องกันและลดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการด้านภาษีและราคาถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการควบคุมการบริโภคทั้งในภาพรวมและในกลุ่มเสี่ยง มาตรการด้านภาษีและราคาเป็นมาตรการที่มีประสิทธิภาพในการลดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหลายประเทศ (Chisholm et al, 2004) ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า มาตรการภาษีมีประสิทธิภาพในการลดปริมาณการบริโภค โดยเฉพาะกับนักดื่มที่มีอายุน้อยและยังหารายได้เองไม่ได้ ราคามีผลลดปริมาณและความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การสูญเสียจากอุบัติเหตุจราจร เป็นต้น (Ruhm, 1996) จากการศึกษาในประเทศออสเตรเลีย พบว่า การขึ้นอัตราภาษีร้อยละ 20 จากฐานภาษีเดิมสามารถลดความสูญเสียได้ถึง 240 ล้านเหรียญสหรัฐ (Crowley and Richardson, 1997) แนวคิด

ของการใช้นโยบายภาษีสำหรับเครื่องตีแอลกอฮอล์ประการหนึ่ง คือ การตั้งอัตราภาษีที่คำนึงถึงการชดเชยความเสียหายภายนอกต่อสังคม (internalization of externalities) ภายใต้แนวคิดนี้ ระบบภาษีที่เหมาะสมจะต้องสามารถสร้างรายได้ให้รัฐเท่ากับมูลค่าความสูญเสียต่อสังคม

ประเทศที่ใช้นโยบายภาษีเป็นเครื่องมือในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดเจนมีเพียงไม่กี่ประเทศ เช่น แคมเบีย สวีเดน ในการบังคับใช้มาตรการภาษีให้มีประสิทธิภาพ รัฐต้องมีการไกล่เกลี่ยและศักยภาพในการควบคุมตลาดเครื่องดื่มได้ระดับหนึ่ง เพื่อป้องกันการลักลอบผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มนอกระบบภาษีที่อาจเพิ่มขึ้นหากมีการขึ้นภาษี จนอาจทำให้ถูกมองว่ามาตรการขึ้นภาษีไม่ประสบความสำเร็จในด้านการเพิ่มรายได้แก่รัฐ ตัวอย่างเช่น ในประเทศซิมบับเวที่มีการเพิ่มภาษีเบียร์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2538 แต่ต้องกลับมาปรับมาตรการนี้ในเดือนกรกฎาคมของปีเดียวกัน เนื่องจากผู้บริโภคหันไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมายแทน ส่งผลให้รายได้จากการเก็บภาษีสลดลงอย่างมาก (ยงยุทธ ขจรธรรม, 2547)

ระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในปัจจุบันถูกกำหนดไว้ภายใต้ พ.ร.บ.สุรา พ.ศ. 2493 โดยกำหนดอัตราภาษีตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า อัตราภาษีบังคับใช้ (enforced rate) สำหรับเครื่องดื่มประเภทที่คล้ายกันและที่มีปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์เท่ากันยังมีความแตกต่างกัน (taxation anomaly) ตัวอย่างเช่น ในปี 2548 สุราผสมถูกเรียกเก็บร้อยละ 60 จากเพดานภาษี (240 จาก 400 บาทต่อลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์) ในขณะที่สุราขาวถูกเรียกเก็บเพียงร้อยละ 17.5 ทำให้สุราขาวมีราคาถูกจนเป็นที่นิยม (บัณฑิต ศรีไพศาล, 2548) และถึงแม้จะมีการขึ้นภาษีสุราในปี 2550 (กระทรวงการคลัง, 2550) แต่สุราขาวยังคงถูกเก็บภาษีเพียงร้อยละ 27.5 เท่านั้น

จากการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548; 2550) พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity of demand) สูงกว่าเครื่องดื่มที่นำเข้าจากต่างประเทศ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศยังมีคุณสมบัติในการทดแทนกันได้สูง (substitutability) ดังนั้น การขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทใดประเภทหนึ่งจะทำให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นเพิ่มขึ้นเป็นการทดแทน หากต้องการให้ระบบภาษีสรรพสามิตมีประสิทธิภาพในการควบคุมการบริโภคโดยรวม จะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของอัตราภาษีและโอกาสในการทดแทนกันระหว่างเครื่องดื่มประเภทต่างๆ เพื่อไม่ให้ส่งผลต่อราคาสัมพัทธ์ รวมทั้งการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษี

แม้จะมีผลกระทบกับผู้บริโภคโดยรวมและที่เป็นกลุ่มเสี่ยง แต่มาตรการด้านภาษีและราคาในระดับระดับที่เหมาะสมจะช่วยลดความสูญเสียต่อสังคมโดยรวม เนื่องจากสามารถลดรายจ่ายครัวเรือนจากการซื้อหาบริการและค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพซึ่งเป็นผลเสียจากการบริโภค ในขณะที่เป็นการเพิ่มรายได้จากภาษีต่อรัฐ (Easton, 2002) ดังนั้นมาตรการด้านภาษีและราคาจึงเป็นอีกมาตรการหนึ่งสำหรับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรณีการใช้มาตรการด้านภาษีและราคาโดยอาศัยการวิเคราะห์แบบทฤษฎี และประมาณการปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบันและการขึ้นราคาแบบที่อาจเกิดขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

วัตถุประสงค์ทั่วไป

เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทย ตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และลักษณะของผู้บริโภค และการบริโภคกรณีการขึ้นนโยบายด้านภาษีและราคา

วัตถุประสงค์เฉพาะ

- 1) เพื่อหาปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อคิดเป็นหน่วยดีมาตรฐานและปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ที่บริโภค และค่าใช้จ่ายของการบริโภค จำแนกตามลักษณะทางประชากร ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ และการศึกษาของผู้บริโภค และลักษณะทางภูมิศาสตร์
- 2) เพื่อประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ที่เปลี่ยนแปลงกรณีการขึ้นนโยบายด้านภาษีและราคา
- 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นมาตรการด้านภาษีและราคา

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาลักษณะการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย และการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาในสถานการณ์ขึ้นภาษีเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2550 และการขึ้นราคาตามแบบอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้น อาศัยการวิเคราะห์แบบทฤษฎีจากข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับบุคคลและรายงานที่เกี่ยวข้อง และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหลังการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน

## 1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อการศึกษาสิ้นสุดลง จะมีผลลัพธ์ดังนี้

- 1) การตัดสินใจนโยบายภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีข้อมูลอ้างอิงเรื่องลักษณะการบริโภคและการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงหลังการขึ้นราคา
- 2) มีข้อเสนอแนะสำหรับมาตรการด้านภาษีและราคาเพื่อลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวม

## บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม

บทนี้ทบทวนวรรณกรรมและรายงานการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และนโยบายด้านภาษีและราคา เพื่อให้เห็นข้อมูลและขอบเขตการวิจัยสำหรับการศึกษารุ่นนี้ หัวข้อที่นำเสนอได้แก่ รูปแบบการบริโภคและปัญหาจากการบริโภค การวัดการบริโภค มาตรการควบคุมการบริโภคและประสิทธิผล มาตรการด้านภาษีและราคาในประเทศไทย การตอบสนองต่อการขึ้นราคา และการบริโภคสุราเถื่อน

### 2.1 รูปแบบการบริโภคและปัญหาจากการบริโภค

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดผลกระทบและปัญหาที่ตามมาทั้งต่อผู้ดื่มและสังคมรอบข้าง ปัญหาจากแอลกอฮอล์มีทั้งที่เกิดขึ้นในระยะสั้น โดยเฉพาะการเมาสุรา เช่น อุบัติเหตุ การทะเลาะวิวาท และทำร้ายร่างกาย และในระยะยาว เช่น การติดสุรา โรคพิษสุราเรื้อรัง ความแตกแยกในครอบครัว และปัญหาความยากจน เป็นต้น ผลกระทบและปัญหาเหล่านี้มาจากพฤติกรรมกรดื่มใน 2 ลักษณะ คือ รูปแบบการดื่ม (pattern of drinking) และปริมาณที่ดื่ม (volume of consumption)

หน่วยงานและสถาบันหลายแห่งได้จัดกลุ่มผู้บริโภคแบบเสี่ยง และให้คำแนะนำเพื่อจำกัดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในลักษณะของปริมาณและรูปแบบการบริโภค องค์การอนามัยโลกได้จัดกลุ่มผู้บริโภคแบบเสี่ยงโดยใช้ปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อวัน (WHO, 2000) เพื่อระบุว่ามีความเสี่ยงในระดับใด โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ความเสี่ยงต่ำ ตั้งแต่ 0-39.9 กรัม สำหรับเพศชาย (หรือ 0-19.9 กรัม สำหรับเพศหญิง), ความเสี่ยงระดับอันตราย ตั้งแต่ 40.0-59.9 กรัม สำหรับเพศชาย (หรือ 20.0-39.9 กรัม สำหรับเพศหญิง), และ ความเสี่ยงระดับอันตรายมาก ตั้งแต่ 60.0 กรัม ขึ้นไป สำหรับเพศชาย (หรือ ตั้งแต่ 40.0 ขึ้นไป สำหรับเพศหญิง) และระดับความเสี่ยงที่จัดมีความสัมพันธ์กับโรคเรื้อรังและปัญหาในระยะยาว แต่เนื่องจากมีผู้บริโภครวมกลุ่มที่ดื่มเป็นบางครั้งคราวและมีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่ำ แต่มีรูปแบบการดื่มปริมาณมากในครั้งเดียวหรือในวันเดียวซึ่งก่อให้เกิดอาการมึนเมาและเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุและปัญหาที่ตามมาในระยะสั้นได้ National Institute of Alcohol and Alcohol Abuse (2005) ได้ให้ข้อแนะนำแก่ผู้บริโภคเพื่อป้องกันปัญหาที่ตามมาในระยะสั้นและระยะยาว โดยแนะนำปริมาณการบริโภคทั้งต่อวันและต่อสัปดาห์ ได้แก่ ต่ำกว่า 5 หน่วยดื่มต่อวัน สำหรับเพศชาย (หรือ 4 หน่วยดื่ม สำหรับเพศหญิง) และไม่เกิน 14 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ สำหรับเพศชาย (หรือ 7 หน่วยดื่ม สำหรับเพศหญิง) ใช้หน่วยวัดเป็น หน่วยดื่มมาตรฐาน เพื่อให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทสามารถเปรียบเทียบกันได้ หน่วยดื่มมาตรฐานที่นิยมใช้กันอยู่ในช่วง 8 – 14 กรัมของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ (Dawson, 2003) สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกาใช้ 12 หรือ 14 กรัม ประเทศออสเตรเลียใช้ 10 กรัม และประเทศไทย สำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต (2547) ใช้ 10 กรัม สำหรับแนะนำผู้บริโภคในการจำกัดปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### 2.2 การวัดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมีแนวโน้มจะให้ข้อมูลปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะ เป็นในภาพรวมของประเทศหรือเฉลี่ยต่อรายบุคคลน้อยกว่าข้อมูลจากรายงานการขาย ประมาณร้อยละ 40

- 60 (WHO, 2004) ประเด็นหลัก ที่ควรพิจารณาสำหรับการวัดปริมาณการบริโภค คือ กรอบระยะเวลา อ้างอิง หน่วยวัดการดื่ม การออกแบบชุดคำถาม และวิธีการคำนวณ (ทักษพล ธรรมรังสี และสุรศักดิ์ ไชยสงค์, 2549)

### 2.2.1 กรอบระยะเวลาอ้างอิง

กรอบระยะเวลาอ้างอิงที่พบในการสำรวจข้อมูลการบริโภคมีตั้งแต่ 7 วัน ถึง 12 เดือน สำหรับการกำหนดระยะเวลาที่สั้นลงปัญหาเรื่องความจำ (recall error) ทำให้ผู้ตอบสามารถให้ข้อมูลได้แม่นยำมากกว่าการกำหนดระยะเวลายาว แต่ไม่ครอบคลุมพฤติกรรมการบริโภคแบบครั้งคราวหรือเฉพาะฤดูกาล (occasional/seasonal drinking) เช่น ผู้ที่ดื่มไม่ประจำ (infrequent drinker), ผู้ที่ดื่มตามเทศกาล, หรือนักดื่มประเภทดื่มหนักๆ เป็นบางครั้ง (occasional binge drinker) และความสัมพันธ์กับการเกิดผลกระทบ การกำหนดกรอบระยะเวลาอ้างอิงที่ 7 วัน ทำให้สัดส่วนผู้ตอบไม่ดื่ม (non-drinker) มากกว่า 12 เดือน ร้อยละ 3.4 -13.2 (Heed and Gmel, 2005) และทำให้ปริมาณการบริโภครวมน้อยกว่า 12 เดือน ร้อยละ 20 (Feunekes et al, 1999) ดังนั้นประเทศที่มีลักษณะการบริโภคแบบเป็นเทศกาลมากกว่าเป็นประจำ ควรกำหนดกรอบระยะเวลาอ้างอิงให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการบริโภคของประชากร

### 2.2.2 การแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามมาตรฐานที่นิยมใช้ทั่วไปแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ เบียร์ ไวน์ และสุรากลั่น การแบ่งมากกว่า 3 ประเภท เพื่อสามารถแยกตามระดับความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันจะทำให้การคำนวณปริมาณการบริโภคเหมาะสมมากขึ้น เช่น สุรากลั่น ได้แก่ สุราขาว สุราสี และบรันดี ซึ่งมีความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ตั้งแต่ร้อยละ 28 ถึง 43 นอกจากนี้ยังมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นๆ ที่อาจไม่เข้ากลุ่มควรแยกหรือยกตัวอย่างในการถาม เช่น สุราแช่พื้นเมือง ไวน์คูลเลอร์หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม (ready-to-drink) ที่มีความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ร้อยละ 5

### 2.2.3 หน่วยวัดปริมาณการดื่ม

หน่วยวัดปริมาณการดื่ม ในการสำรวจทั่วไปใช้หน่วยวัดการดื่ม 2 ลักษณะ คือ หน่วยดื่มมาตรฐาน และหน่วยดื่มตามภาชนะที่ใช้ดื่ม ในทางปฏิบัติแล้วการถามปริมาณการดื่มตามหน่วยภาชนะที่ใช้ดื่มทำให้ง่ายในการตอบ รวมทั้งมีอุปกรณ์หรือภาพช่วยขณะสัมภาษณ์จะทำให้ผู้ตอบสามารถจดจำและให้ข้อมูลได้แม่นยำมากขึ้น สำหรับหน่วยดื่มมาตรฐานที่นิยมใช้ในประเทศแถบตะวันตกซึ่งมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าประเทศแถบตะวันออก และใช้ในชั้นการวิเคราะห์ข้อมูลและการให้คำแนะนำเพื่อจำกัดปริมาณการบริโภค ประโยชน์ของหน่วยดื่มมาตรฐาน คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทสามารถเปรียบเทียบกันได้ ปริมาณแอลกอฮอล์ต่อหน่วยดื่มดังกล่าวแล้วในหัวข้อ 2.1

### 2.2.4 คำถามวัดปริมาณการดื่ม

คำถามวัดปริมาณการดื่มมีหลายแบบด้วยกัน ชุดคำถามพื้นฐานคือการถามปริมาณและความถี่ในการบริโภคโดยปกติ (quantity-frequency - QF) การออกแบบคำถามให้วัดการ

บริโภคตามประเภทเครื่องดื่ม (beverage-specific quantity frequency – BSQF) หรือตามสถานที่ดื่ม (location-specific quantity frequency - LSQF) ได้ข้อมูลการบริโภคที่ละเอียดมากขึ้น และมีปริมาณการบริโภคโดยรวมมากกว่าคำถามแบบ QF การถามแบบ BSQF ให้ปริมาณการบริโภครวมมากกว่าการถามแบบ QF ร้อยละ 20-30 (Feunekes et al, 1999; Gmel et al, 2006) และการถามแบบ LSQF ตามสถานที่ดื่ม 15 แห่งในประเทศนิวซีแลนด์ ให้ปริมาณการบริโภคโดยรวมเท่ากับร้อยละ 94 ของปริมาณการบริโภคจากรายงานการขาย (Caswell et al, 2005) นอกจากนี้การออกแบบคำถามตามระดับปริมาณการบริโภค (graduated-quantity frequency - GF) และการถามแบบ 7 วันย้อนหลัง (week recall - WR) สามารถวัดการบริโภคแบบเสี่ยงตามระดับปริมาณที่ดื่มต่อครั้งได้ แต่ GF มีข้อจำกัด คือ การถามตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องใช้เวลาาน และนิยมถามตามหน่วยวัดแบบดื่มมาตรฐาน ตัวอย่างชุดคำถามดังตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2-1 ตัวอย่างชุดคำถามวัดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Quantity-Frequency	Graduated Frequency	Week Recall	Beverage-specific QF	Location-specific QF
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ12เดือนที่ผ่านมาทานได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• โดยปกติท่านดื่มบ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปกติท่านมีปริมาณการดื่มเท่าไร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ12เดือนที่ผ่านมาทานได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• ท่านเคยดื่มในปริมาณมากที่สุดเท่าไร</li> <li>• ท่านได้ดื่มมากกว่า 8 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง</li> <li>• ท่านได้ดื่ม 5-7 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง</li> <li>• ท่านได้ดื่ม 3-4 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง</li> <li>• ท่านได้ดื่ม 1-2 แก้วมาตรฐานกี่ครั้ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ 7 วันที่ผ่านมาทานได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• ให้ท่านอธิบายพฤติกรรมการดื่มทั้งหมดในรอบสัปดาห์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ12เดือนที่ผ่านมาทานได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• โดยปกติท่านดื่มสุรากลั่นบ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปกติท่านมีปริมาณการดื่มสุรากลั่นเท่าไร</li> <li>• โดยปกติท่านดื่มเบียร์บ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปกติท่านมีปริมาณการดื่มเบียร์เท่าไร</li> <li>• และถามต่อไปจนครบเครื่องดื่มทุกประเภท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในรอบ12เดือนที่ผ่านมาทานได้ดื่มสุราหรือไม่</li> <li>• โดยปกติท่านดื่มที่บ้านตนเองบ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปกติท่านดื่มที่บ้านเพื่อนบ่อยเท่าใด</li> <li>• โดยปกติท่านมีปริมาณการดื่มที่บ้านเพื่อนเท่าไร</li> <li>• และถามต่อไปจนครบสถานที่ดื่มทุกประเภท</li> </ul>

ที่มา: ทักษพล ธรรมรังสี และสุรศักดิ์ ไชยสงค์ (2549)

### 2.2.5 วิธีการคำนวณ

การคำนวณหาปริมาณการบริโภคจะขึ้นกับลักษณะของชุดคำถาม สำหรับชุดคำถามแบบ QF ปริมาณการบริโภคจะเท่ากับผลคูณของ ปริมาณการบริโภคโดยปกติ (Q) กับ จำนวนครั้งที่บริโภคในรอบระยะเวลาอ้างอิง ซึ่งได้มาจากความถี่ในการบริโภค (F) สำหรับ WR BSQF หรือ LSQF คำนวณแยกตามประเภทเครื่องดื่ม หรือสถานที่ เช่นเดียวกับ QF ส่วนชุดคำถามแบบ GF เนื่องจากคำถามของปริมาณการบริโภคเป็นช่วง ในการคำนวณจึงใช้ค่ากลางในการคำนวณ ปัญหาที่พบในการคำนวณ คือ ค่าสูญหาย และค่าที่มากเกินไป เช่น ปริมาณการดื่มต่อครั้ง/ครั้ง จำนวนครั้งที่ดื่มต่อวัน ซึ่งจะต้องมีการกำหนดค่าสูงสุดที่เป็นไปได้ สำหรับคำถามแบบ BSQF ที่ถามตามหน่วยของภาชนะที่ใช้ดื่มจริง ควรปรับเป็นหน่วยดื่มมาตรฐานก่อนเพื่อความสะดวกใน



การกำหนดค่าสูงสุด สำหรับปริมาณที่ดื่มต่อวัน มีการกำหนดที่ 20 หน่วยดื่ม (เยาวรัตน์ ปรปักษ์ ขาม และ พรพันธ์ บุญรัตพันธ์, 2549) ถึง 50 หน่วยดื่ม (Foster et al, 2003) และจำนวนครั้งที่ ดื่มต่อวัน ยังไม่พบในรายงานการศึกษา แต่จากข้อคำถามใน Rehm (1998) จำนวนครั้งสูงสุดต่อ วันเท่ากับ 6 ครั้ง

### 2.3 นโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดหลายประการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ถูกนำมาใช้ในการป้องกันและลดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นโยบาย/ มาตรการควบคุมการบริโภคและผลกระทบจากการบริโภค แบ่งออกเป็น 8 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) มาตรการ ด้านภาษีและราคา, 2) การจำกัดการเข้าถึงและหาซื้อ เช่น การกำหนดอายุขั้นต่ำ การจำกัดวันและเวลาใน การซื้อขาย และการควบคุมสถานที่ขาย, 3) การควบคุมการโฆษณาและส่งเสริมการขาย, 4) การให้ ความรู้ ทัศนคติและโน้มน้าว, 5) การปรับเปลี่ยนบริบทและสภาพแวดล้อม, 6) การควบคุมพฤติกรรมและ ผลกระทบจากผู้บริโภค เช่น กำหนดระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือด การสุ่มตรวจแอลกอฮอล์จากลม หายใจ และมาตรการควบคุมและลงโทษที่เกี่ยวข้อง, 7) การบำบัดรักษาและให้ความช่วยเหลือแต่เนิ่น สำหรับผู้ติดสุราและผู้ที่มีบริโภคแบบเสี่ยง และ 8) การผูกขาดการผลิตและจำหน่าย เช่น รัฐเป็นเจ้าของ การผลิตหรือร้านค้าปลีก สำหรับประเทศไทยมีนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอยู่แล้วแต่ยังขาด ประสิทธิภาพในการบังคับใช้อย่างจริงจัง (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2548) ซึ่งตลอดทั้งปี 2549 และ 2550 องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน และประชาชน ได้ร่วมกันผลักดันให้มีกฎหมายที่รวบรวมมาตรการต่างๆ ไว้ด้วยกันเป็น พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ, 2550) เพื่อ ประสิทธิภาพในการลดปัญหาจากการบริโภคแอลกอฮอล์

#### 2.3.1 ประสิทธิภาพของนโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นโยบายแอลกอฮอล์ มีหลายมาตรการทั้งที่ส่งผลต่อประชากรโดยรวมและเฉพาะกลุ่มเสี่ยง การ เลือกใช้นโยบายหรือมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีหลายองค์ประเด็นที่ควร พิจารณา เช่น ประสิทธิภาพในการลดปัญหา ต้นทุนในการดำเนินการ กลุ่มเป้าหมาย กฎหมายและองค์กรที่ เกี่ยวข้อง รวมทั้งความเป็นไปได้ในการนำมาใช้ ตามข้อควรพิจารณาเหล่านี้ Rehm (2007) ได้นำเสนอ ประสิทธิภาพของมาตรการต่างๆ (ตารางที่ 2-2) และสรุป 10 มาตรการที่ดีที่สุดของนโยบายแอลกอฮอล์ ดังนี้

- การกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อ
- การที่รัฐเป็นเจ้าของร้านค้าปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- การจำกัดวันและเวลาในการขาย
- การจำกัดจำนวน (ความหนาแน่น) ของร้านค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- มาตรการด้านภาษีและราคา
- การสุ่มตรวจลมหายใจของผู้ขับขี่
- การลดเพดานระดับแอลกอฮอล์ในเลือด
- การยึดใบขับขี่
- การให้ใบอนุญาตขับขี่เป็นลำดับขั้นตอน
- การบำบัดรักษาแต่เนิ่นโดยให้คำแนะนำแบบสั้นๆ (brief intervention) สำหรับผู้มี ปัญหา/ความเสี่ยง

ตารางที่ 2-2 เปรียบเทียบนโยบายและมาตรการแอลกอฮอล์

มาตรการ	ประสิทธิผล	จ ำ น ว น ก ำ ร งานวิจัยที่ รองรับ	ก ำ ร นำไปใช้ใน บริบทอื่น	ต้นทุน	เป้าหมาย
<b>มาตรการด้านภาษีและราคา</b>					
ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	+++	+++	+++	ต่ำ	ประชากรทั่วไป
<b>มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อ</b>					
การห้ามซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	+++	+++	++	ต่ำ	ประชากรทั่วไป
การกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อ	+++	+++	++	ต่ำ	กลุ่มเสี่ยง
การกำหนดโควตาในการซื้อ	+++	+++	++	สูง	ประชากรทั่วไป
การที่รัฐเป็นเจ้าของร้านขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด	+++	+++	++	ต่ำ	ประชากรทั่วไป
การจำกัดวันและเวลาในการขาย	++	++	++	ต่ำ	ประชากรทั่วไป
การควบคุมจำนวน (ความหนาแน่น) ของร้านขายปลีก	++	+++	++	ต่ำ	ประชากรทั่วไป
ความรับผิดชอบทางกฎหมายของผู้ขาย (หากผู้ดื่มก่อปัญหา)	+++	+	+	ต่ำ	กลุ่มเสี่ยง
นโยบายที่ต่างกันตามระดับตึกกรีของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	++	++	+	ต่ำ	ประชากรทั่วไป
<b>มาตรการดัดแปลงสภาพแวดล้อมของการดื่ม</b>					
นโยบายของบาร์ที่ไม่ขายให้คนเมา	+	+++	++	กลาง	กลุ่มเสี่ยง
การฝึกสอนผู้ขายในการลดปัญหา	+	+	+	กลาง	กลุ่มเสี่ยง
การสร้างกฎระเบียบปฏิบัติของผู้ขายโดยสมัครใจ	0	+	+	ต่ำ	กลุ่มเสี่ยง
การบังคับใช้กฎหมายและการตรวจสอบสถานที่ดื่ม	++	+	++	สูง	กลุ่มเสี่ยง
มาตรการทางชุมชน	++	++	+	สูง	ประชากรทั่วไป
<b>มาตรการควบคุมการดื่มแล้วขับขี่ยานพาหนะ</b>					
การตั้งจุดตรวจประจำ	++	+++	+++	กลาง	ประชากรทั่วไป
การสุ่มตั้งจุดตรวจ	+++	++	+	กลาง	ประชากรทั่วไป
การลดเพดานระดับแอลกอฮอล์ในเลือด	+++	+++	++	ต่ำ	ประชากรทั่วไป
การยึดใบอนุญาตขับขี่	++	++	++	กลาง	กลุ่มมีปัญห
การกำหนดเพดานระดับแอลกอฮอล์สำหรับผู้ขับขี่ใหม่เท่ากับศูนย์	+++	++	+	ต่ำ	กลุ่มเสี่ยง
การออกใบอนุญาตขับขี่เป็นขั้นตอน โดยคำนึงถึงประวัติการเมาแล้วขับ	++	++	++	ต่ำ	กลุ่มเสี่ยง
การกำหนดตัวผู้ขับขี่ไว้ก่อนดื่ม และจัดหาบริการ	++	++	++	ต่ำ	กลุ่มเสี่ยง
<b>มาตรการให้ความรู้และโน้มน้าว</b>					
การให้สุขศึกษาในโรงเรียน	0	+++	++	สูง	กลุ่มเสี่ยง
การให้สุขศึกษาในมหาวิทยาลัย	0	+	+	สูง	กลุ่มเสี่ยง
การประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน	0	+++	++	กลาง	ประชากรทั่วไป
ค่าเตือนที่ฉลาด	0	+	+	ต่ำ	ประชากรทั่วไป
<b>มาตรการควบคุมการโฆษณา</b>					
การห้ามโฆษณา	+	+	++	ต่ำ	ประชากรทั่วไป
การควบคุมเนื้อหาโฆษณา	?	0	0	กลาง	ประชากรทั่วไป

หมายเหตุ: +++ มีประสิทธิผลสูงสุด, 0 ไม่มีประสิทธิผล, ? ไม่แน่ใจ/ยังไม่พบข้อมูล

ที่มา: Rehm (2007)

### 2.3.2 การศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนประสิทธิผลของนโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประสิทธิผลของมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่หรือบริบทที่แตกต่างกัน องค์การอนามัยโลกมีโครงการประเมินต้นทุนประสิทธิผลของมาตรการต่างๆ เพื่อลดปัญหาจากการใช้แอลกอฮอล์ (choosing interventions that are cost-effective – CHOICE) โดย Chisholm et al (2004) พัฒนาแบบจำลองเพื่อประเมินมาตรการต่างๆ สำหรับแต่ละภูมิภาคของโลก มาตรการที่ศึกษา ได้แก่ (1) มาตรการด้านภาษีและราคา, (2) การสุ่มตรวจปริมาณแอลกอฮอล์จากลมหายใจ, (3) การลดจำนวนชั่วโมงการขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ตามห้างร้านค้าปลีกต่างๆ, (4) การห้ามโฆษณา, และ (5) การให้คำแนะนำแบบสั้นๆ ที่หน่วยบริการปฐมภูมิ

ในการศึกษาของ Chisholm et al (2004) กำหนดอัตราภาษีที่ศึกษา 3 อัตรา คือ อัตราภาษี ณ ปัจจุบัน อัตราภาษีที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 และ 50 ในการศึกษาได้ปรับค่า price elasticity สำหรับผู้ที่ดื่มจัด (heavy drinker) ลดลง 1 ใน 3 เพื่อสะท้อนการตอบสนองต่อราคาของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยและคณะได้กล่าวไว้ว่าเป็นการศึกษาแบบ conservative approach สำหรับประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่ ไวน์ เบียร์ และสุรา กำหนดค่า price elasticity ตามความนิยมของแต่ละภูมิภาค ประเภทที่นิยมมากที่สุดเท่ากับ -0.3 และประเภทที่นิยมน้อยที่สุดเท่ากับ -1.5 โดยประเทศไทย กำหนดเท่ากับ -1.5, -1.0, และ -0.3 สำหรับไวน์ เบียร์ และสุรา ตามลำดับ สำหรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษีเนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูล จึงอาศัยข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดย กำหนดให้ในประเทศกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งรวมประเทศไทยมีสัดส่วนของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษีเท่ากับร้อยละ 36 ของปริมาณการบริโภค และกำหนดให้การบริโภคนอกระบบภาษีเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และ 15 เมื่ออัตราภาษีเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 และ 50 ตามลำดับ

นอกจากนี้มีการนำแบบจำลองดังกล่าวมาศึกษาในบริบทของประเทศไทย (Bundhamcharoen et al, 2005) โดยวิเคราะห์ทั้งการใช้มาตรการแบบเดี่ยวและหลายมาตรการร่วมกัน พบว่า สำหรับมาตรการแบบเดี่ยว พบว่าการขึ้นภาษียร้อยละ 50 เป็นมาตรการที่มีต้นทุนประสิทธิผลสูงสุด ตามมาด้วยการขึ้นภาษี ร้อยละ 25 การใช้ภาษีในอัตราปัจจุบัน การสุ่มตรวจปริมาณแอลกอฮอล์จากลมหายใจ การห้ามโฆษณา การลดจำนวนชั่วโมงการขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ตามห้างร้านค้าปลีกต่างๆ และการให้คำแนะนำแบบสั้นๆ ที่หน่วยบริการปฐมภูมิ สำหรับการขึ้นมาตรการหลายอย่างร่วมกันพบว่า การเพิ่มภาษีสรรพสามิตการขยายการสุ่มตรวจปริมาณแอลกอฮอล์จากลมหายใจ ถือเป็นมาตรการร่วมที่มีต้นทุนประสิทธิผลสูงสุด รองลงมาคือ การใช้ 4 มาตรการร่วมกัน คือ เพิ่มภาษี ขยายการสุ่มตรวจปริมาณแอลกอฮอล์จากลมหายใจ ห้ามโฆษณา และลดจำนวนชั่วโมงการขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ตามห้างร้านค้าปลีกต่างๆ (ตารางที่ 2-3)

ตารางที่ 2-3 การเปรียบเทียบต้นทุนประสิทธิผลของมาตรการต่างๆ ในประเทศไทย

มาตรการ	ค่าใช้จ่าย (บาทต่อปี, ล้าน)				ประสิทธิผล (DALYs ที่ป้องกันได้/ปี)	ACER (บาท/DALY ที่ป้องกันได้)	ICER (บาท/DALY ที่ป้องกันได้)
	ผู้ป่วย	โปรแกรม	การอบรม	ทั้งหมด			
<b>การใช้มาตรการแบบเดี่ยว</b>							
มาตรการที่ใช้ในปัจจุบัน(ภาษี และการสุ่มตรวจแอลกอฮอล์)	0.0	451.4	0.0	<b>451.4</b>	244,837	1,844	Dominated
ภาษีในอัตราปัจจุบัน	0.0	373.6	0.0	<b>373.6</b>	232,947	1,604	Dominated
ภาษีในอัตราเพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน ร้อยละ 25	0.0	373.6	0.0	<b>373.6</b>	260,809	1,432	Dominated
ภาษีในอัตราเพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน ร้อยละ 50	0.0	373.6	0.0	<b>373.6</b>	296,573	1,260	1,260
ลดชั่วโมงการขายแอลกอฮอล์ตามห้างร้านค้าปลีก	0.0	375.9	0.0	<b>375.9</b>	29,522	12,732	Dominated
การห้ามโฆษณา	0.0	375.9	0.0	<b>375.9</b>	31,239	12,032	Dominated
การให้คำแนะนำแบบสั้นๆ	973.7	62.4	15.4	<b>1,051.5</b>	33,512	31,376	Dominated
การสุ่มตรวจแอลกอฮอล์	0.0	233.4	0.0	<b>233.4</b>	35,624	6,552	Dominated
<b>การใช้มาตรการหลายอย่างร่วมกัน</b>							
เพิ่มภาษี + เพิ่มการสุ่มตรวจแอลกอฮอล์	0.0	576.6	0.0	<b>576.6</b>	325,554	1,771	7,007
เพิ่มภาษี + ห้ามโฆษณา	0.0	712.0	0.0	<b>712.0</b>	321,256	2,216	Dominated
เพิ่มภาษี + ให้คำแนะนำแบบสั้นๆ	954.2	427.3	15.0	<b>1,396.6</b>	323,484	4,317	Dominated
เพิ่มภาษี + เพิ่มการสุ่มตรวจแอลกอฮอล์ + ห้ามโฆษณา	876.3	730.7	13.8	<b>1,620.8</b>	350,485	4,625	Dominated
เพิ่มภาษี + เพิ่มการสุ่มตรวจแอลกอฮอล์ + ห้ามโฆษณา + ลดชั่วโมงการขายแอลกอฮอล์ตามห้างร้านค้าปลีก	0.0	1,222.9	0.0	<b>1,222.9</b>	373,310	3,276	13,532

ที่มา: Bundhamcharoen et al (2005)

## 2.4 มาตรการด้านภาษีและราคาของประเทศไทย

มาตรการด้านภาษีและราคาเป็นมาตรการที่ถูกใช้เพื่อสองวัตถุประสงค์ คือ การสร้างรายได้ให้แก่รัฐ และการควบคุมการบริโภค กฎหมายหลักเกี่ยวกับระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ได้แก่ พ.ร.บ. สุรา พ.ศ. 2493 และ พ.ร.บ. ศุลกากร พ.ศ. 2469 กฎหมายทั้งสองฉบับเกี่ยวข้องกับข้อบังคับต่างๆ ด้านการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงข้อยกเว้นและขอลดหย่อนเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี ตลอดจนการกำหนดอัตราภาษีและค่าธรรมเนียม

### 2.4.1 ประเภทของภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทของภาษีที่จัดเก็บสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมี 5 ประเภท ได้แก่ ภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต ภาษีท้องถิ่น ภาษีสุราและบุหรี่เพื่อสุขภาพ และ ภาษีมูลค่าเพิ่ม มีการจัดเก็บภาษีตามฐานวิธีคิดภาษี และอัตราภาษี ดังนี้

1.) ภาษีศุลกากร (customs tax) เป็นภาษีที่จัดเก็บกับสินค้าที่ส่งออก (export duty) หรือนำเข้า (import duty) สำหรับสินค้านำเข้าหรือที่เรียกว่า อากรขาเข้า มีหน้าที่หลักในการปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศ และนำมาซึ่งรายได้เข้าสู่รัฐ สำหรับการคำนวณภาษี คิดจาก

ฐานราคาการนำเข้า C.I.F. (Cost, Insurance and Freight) และคำนวณภาษีในอัตราร้อยละ 60 แต่มีข้อยกเว้นสำหรับประเทศที่มีข้อตกลงเขตการค้าเสรี ตัวอย่างเช่น ประเทศในเขตอาเซียน เก็บภานำเข้าสราร้อยละ 5

2.) ภาษีสรรพสามิต (excise tax) เป็นภาษีที่จัดเก็บจากสินค้าหรือบริการเฉพาะอย่างที่มีอันตรายต่อประชาชนหรือสิ่งแวดล้อม ทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้า ภาษีสรรพสามิตมีหน้าที่หลักในการหารายได้เข้ารัฐ และจำกัดหรือควบคุมการบริโภคสินค้าและบริการดังกล่าวให้สะท้อนต้นทุนภายนอก (externality) และมีการใช้ไม่มากเกินไป สำหรับฐานภาษีสรรพสามิต สรรานำเข้าคือ ราคา C.I.F ที่รวมภาษีศุลกากรแล้ว และสรราที่ผลิตภายในประเทศ คือ ราคาขายหน้าโรงงาน วิธีคิดภาษีเป็นแบบผสมผสานระหว่างการคิดอัตราภาษีตามมูลค่า (ad valorem rate) และตามสภาพหรือปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ (specific rate) โดยเลือกเก็บภาษีจากวิธีที่คำนวณเม็ดภาษีได้มากกว่า สำหรับอัตราภาษีจำแนกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 2-4)

3.) ภาษีท้องถิ่น (local tax) เป็นภาษีที่เก็บเพื่อเป็นรายได้ของท้องถิ่น เก็บในอัตราร้อยละ 10 ของภาษีสรรพสามิต

4.) ภาษีสรราและนุหรีเพื่อสุขภาพ (health tax) เป็นภาษีที่เก็บเข้ากองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อการดำเนินการป้องกันแก้ไขปัญหาสุขภาพที่เกิดจากสรราและนุหรี เก็บในอัตราร้อยละ 2 ของอัตราภาษีสรรพสามิต

5.) ภาษีมูลค่าเพิ่ม (value added tax - VAT) เป็นภาษีที่เก็บเมื่อมีการซื้อขายกันในตลาด เพื่อให้ประชาชนมีส่วนเสียภาษีเข้ารัฐ เก็บในอัตราร้อยละ 7 ของราคาขายที่คิดภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต ภาษีท้องถิ่น และภาษีเพื่อสุขภาพแล้ว

#### 2.4.2 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอัตราภาษีสรรพสามิต

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามประกาศของกฎกระทรวง ภายใต้พระราชบัญญัติสรรา พ.ศ.2493 แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ สรราแช่ และสรรากลิ่น ซึ่งแต่ละกลุ่มมีประเภทเครื่องดื่มดังนี้

1. สรราแช่ คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความแรงของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ไม่เกิน 15 ดีกรี (หรือร้อยละ 15 โดยปริมาตร) หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ยังไม่ได้กลั่น และรวมถึงสรราแช่ที่ได้ผสมกับสรรากลิ่นแล้วแต่ยังมีความแรงของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ไม่เกิน 15 ดีกรี โดยกำหนดอัตราภาษีแยกตามประเภทย่อยของสรราแช่ ซึ่งมี 4 ประเภท ได้แก่

- 1) เบียร์,
- 2) ไวน์หรือสปาร์กลิ่งไวน์ที่ทำจากองุ่น เช่น ไวน์ แชมเปญ เป็นต้น,
- 3) สรราแช่พื้นเมือง เช่น สาโท อุ และกระแช่ เป็นต้น, และ
- 4) อื่นๆ ได้แก่ ไวน์ที่ทำจากผลไม้ประเภทอื่นๆ เช่น ไวน์สับปะรด, ไวน์ผลไม้

รวม เป็นต้น, และ คูลเลอร์และสรราผสมน้ำผลไม้

2. สรรากลิ่น คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความแรงของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ตั้งแต่ 15 ดีกรี ขึ้นไป ซึ่งเป็นสรราที่กลั่นแล้ว หรือสรรากลิ่นที่ได้ผสมกับสรราแช่แล้วมีความแรงของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ตั้งแต่ 15 ดีกรี ขึ้นไป โดยตามประกาศกระทรวง ได้แบ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสรรากลิ่น เพื่อกำหนดอัตราภาษีออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

- 1) สุราขาว คือ สุรากลั่นที่ปราศจากการย้อมหรือผสมปรุงแต่ง และมีแรงของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่ำกว่า 80 ดีกรี โดยสุราขาวที่ต้มกลั่นโดยชุมชน กำหนดให้มีแรงของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ไม่เกิน 40 ดีกรี,
- 2) สุราผสม คือ สุราขาวที่มีการผสมหรือปรุงแต่ง และมีแรงของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่ำกว่า 80 ดีกรี เป็นต้น [เช่น หงษ์ทอง มังกรทอง เชียงขุน],
- 3) สุราปรุงพิเศษ คือ สุรากลั่นที่สร้างขึ้นโดยกรรมวิธีพิเศษ และมีแรงของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่ำกว่า 80 ดีกรี [เช่น แม่โขง],
- 4) สุราพิเศษประเภทวิสกี คือ สุราที่กลั่นจากธัญพืช เช่น ข้าว ข้าวมอลต์ ข้าวโพด และมีการเก็บบ่มนํ้าสุราอย่างน้อย 2 ปี [เช่น Johnnie Walker, 100 pipers, Spey royal, สิงหราช],
- 5) สุราพิเศษประเภทรันดี คือ สุราที่กลั่นจากไวน์องุ่น [เช่น ริเจนซี], และ
- 6) สุราพิเศษประเภทอื่นๆ เช่น รัม [เช่น แสงโสม]

ตารางที่ 2-4 แสดงอัตราภาษีสรรพสามิตของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างปี 2540-2550 ช่องแถบสีดา คือ อัตราภาษีที่เรียกเก็บสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท สุราแช่ถูกเก็บภาษีตามมูลค่า สุรากลั่นถูกเก็บภาษีตามปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ยกเว้น วิสกี้ราคาแพงและรันดีที่ถูกเก็บตามมูลค่า ในช่วงปี 2540-2549 ปีที่ผ่านมาสุรากลั่นถูกขึ้นภาษีทุกประเภทยกเว้นสุราขาว ซึ่งในปี 2546 สุราขาวถูกลดภาษีเนื่องจากนโยบายสนับสนุนสุรากลั่นชุมชน ลดลงจาก 100 บาทต่อลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ เป็น 70 บาท และในปี 2550 มีการขึ้นภาษีสุรากลั่น 3 ชนิด ซึ่งรวมสุราขาวด้วย ซึ่งอัตราภาษีเพิ่มขึ้นจาก 70 บาท เป็น 110 บาท ซึ่งสุราขาวก็ยังถูกเก็บภาษีต่ำกว่าสุรากลั่นประเภทอื่น สำหรับสุราแช่ยังไม่มีการขึ้นภาษีตั้งแต่ปี 2544 สำหรับการขึ้นภาษีในปี 2550 บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ (2550) ได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับมาตรการภาษีและราคาไว้ดังนี้

- ควรมีการขึ้นภาษีสุราขาวอีก เนื่องจากสุราขาวถูกเก็บภาษีต่ำกว่าสุรากลั่นประเภทอื่น และการขึ้นภาษีครั้งนี้เป็นอัตราที่ไม่ต่างจากอัตราภาษีช่วงก่อนปี 2546 มากนัก
- ควรมีการขึ้นภาษีเบียร์ซึ่งเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีส่วนแบ่งตลาดของผู้บริโภคสูงสุดร่วมด้วย

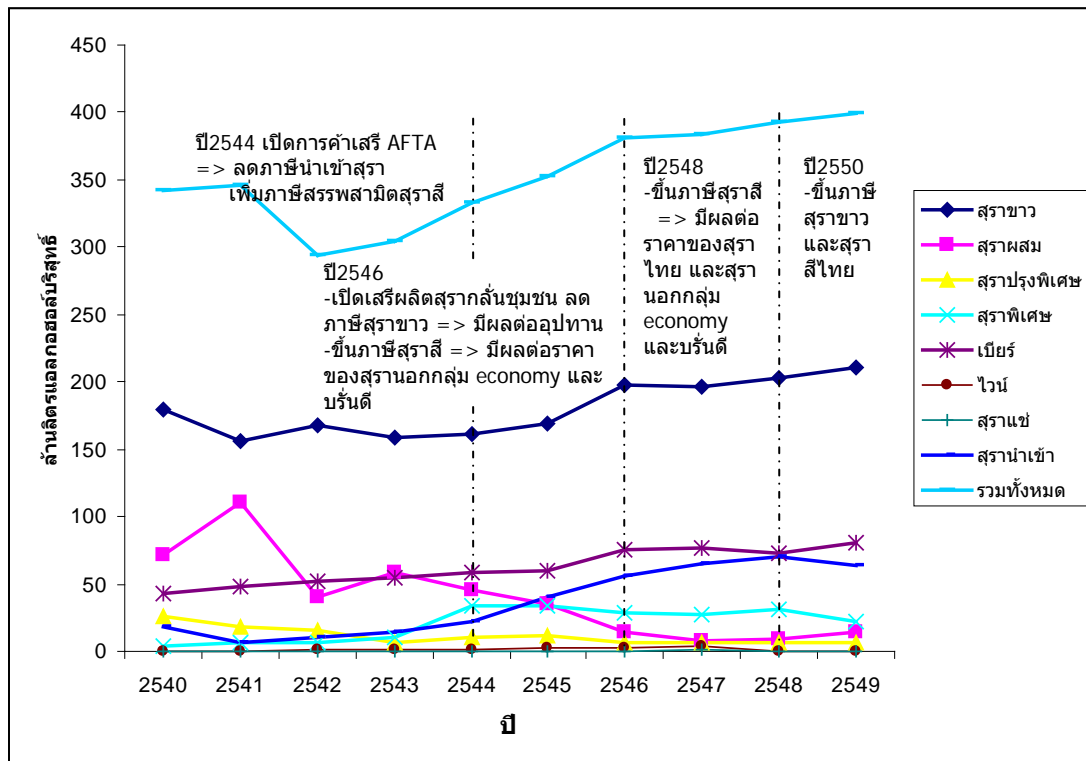
เมื่อพิจารณาร่วมกับปริมาณการบริโภคแล้ว พบว่า หลังวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 2-1) ถึงแม้จะมีการขึ้นอัตราภาษีสรรพสามิตแต่ละประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็ตาม การบริโภคโดยรวมไม่ลดลงทั้งนี้เพราะการขึ้นภาษีที่ผ่านมาเกิดขึ้นเฉพาะบางประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่มีการขึ้นภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทพร้อมกันหรือประเภทที่คูณสมบัติทดแทนกันได้

ตารางที่ 2-4 อัตราภาษีสรรพสามิตของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ระหว่างปี 2540 - 2550

ประเภท	วิธีคิดเพดานภาษีตามภาษี	ปีที่มีการปรับอัตราภาษี							
		15 ต.ค. 2540	25 ก.พ. 2541	29 มี.ค. 2543	28 มี.ค. 2544	22 มี.ค. 2546	6 ม.ค. 2548	28 ก.ย. 2550	
<b>สุราแช่</b>									
1. เบียร์	มูลค่า	60	50	53	53	55	55	55	55
	ปริมาณ	100	100	100	100	100	100	100	100
2. ไวน์และสปาร์กลิงไวน์ที่ทำจากองุ่น	มูลค่า	60	50	55	55	60	60	60	60
	ปริมาณ	100	100	100	100	100	100	100	100
3. สุราแช่พื้นเมือง	มูลค่า	60	25	25	25	25	25	25	25
	ปริมาณ	100	100	100	100	100	70	70	70
4. อื่นๆ	มูลค่า	60	25	25	25	25	25	25	25
	ปริมาณ	100	100	100	100	100	70	70	70
<b>สุรากลั่น</b>									
1. สุราขาว	มูลค่า	55	28	28	28	28	25	25	50
	ปริมาณ	400	100	100	100	100	70	70	110
2. สุราผสม	มูลค่า	55	28	28	35	45	50	50	55
	ปริมาณ	400	100	100	150	240	240	240	280
3. สุราปรุงพิเศษ	มูลค่า	55	28	28	35	45	50	50	50
	ปริมาณ	400	100	100	150	240	240	400	400
4. วิสกี้	มูลค่า*	55	35	35	35	45	50	50	50
	ปริมาณ	400	150	150	150	240	240	400	400
5. บรันดี	มูลค่า	55	25	25	25	30	35	40	45
	ปริมาณ	400	150	150	150	190	240	400	400
6. สุราพิเศษอื่นๆ	มูลค่า	55	35	35	35	35	45	50	50
	ปริมาณ	400	150	150	150	150	240	240	240

หมายเหตุ: วิธีคิดภาษีตามมูลค่า (ad valorem rate) เป็นร้อยละของราคานำโรงงานสำหรับสุราที่ผลิตในประเทศ หรือของราคานำเข้า C.I.F (cost, insurance and freight) และตามปริมาณ (specific rate) เป็นบาทต่อลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ช่องแถบสีดำ คือ วิธีคิดภาษีสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้น

รูปที่ 2-1 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างปี 2540-2549



ที่มา: กรมสรรพสามิต ใน บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ (2550)

## 2.5 การตอบสนองต่อการขึ้นราคา

เมื่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มสูงขึ้นจะมีผลทำให้ผู้บริโภคลดปริมาณการบริโภคลง และในทางกลับกันเมื่อราคาลดลงจะส่งผลให้ผู้บริโภคเพิ่มปริมาณการบริโภคขึ้น นักเศรษฐศาสตร์วัดการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ซึ่งหมายถึง ร้อยละของอุปสงค์ที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อราคามีการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 จากการทบทวน 15 การศึกษาในต่างประเทศ Leung and Phelps (1993) พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเบียร์ ไวน์ และ สุรา เท่ากับ -0.3, -1.0 และ -1.5 ตามลำดับ Richardson and Crowley (1992) ได้ให้คำอธิบายไว้ว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา มีความผันแปรขึ้นกับช่วงเวลา ข้อมูลในการศึกษา วิธีการวิเคราะห์ และประชากรและพื้นที่ที่ศึกษา โดยทั่วไปความยืดหยุ่นต่อราคาของแอลกอฮอล์มีค่าเป็นลบ ในภาพรวมความยืดหยุ่นต่อราคาของเบียร์จะต่ำกว่าไวน์และสุรา (Babor et al, 2003) และการขึ้นราคาส่งผลต่อผู้บริโภคทุกกลุ่ม ไม่เว้นแม้แต่ผู้ที่ดื่มจัด (heavy drinker) ซึ่งการตอบสนองจะเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มที่มีอายุน้อยและรายได้ต่ำ (Coate and Grossman, 1988)

ในประเทศไทย มีการศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท โดยมีข้อมูล ช่วงเวลา และวิธีการวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน (ตารางที่ 2-5) ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการศึกษา ได้แก่ สุราขาว สุราสี (ในประเทศและนำเข้า) เบียร์ และไวน์ (ในประเทศและนำเข้า) สำหรับ 3 การศึกษาแรก โดย Hunchangsith et al (1980), บุญชัย พิทักษ์ดำรงกิจ (2524), และ พรรณภา ช่างเพชร (2544) ศึกษาความยืดหยุ่นต่อราคาของ แม่โขง, สุราขาวและสุราผสม, และไวน์ตามลำดับ พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าวมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง และสุราขาวไม่มีคุณสมบัติทดแทนสุราผสม ซึ่งเป็นข้อมูลการตอบสนองเฉพาะบางประเภทเครื่องดื่มเท่านั้น ในการศึกษาที่ 4 โดย



อิศรา ศานติศาสน์ (2546) ศึกษาสำหรับเครื่องตีมแอลกอฮอล์โดยรวม พบว่า เครื่องตีมแอลกอฮอล์มีความยืดหยุ่นต่อราคาค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้สองการศึกษาสุดท้าย โดย นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548; 2550) ศึกษาสำหรับ สุราขาว สุราสีในประเทศและนำเข้า เบียร์ และไวน์ในประเทศและนำเข้า พบว่า สุราขาว สุราสีในประเทศ และไวน์ในประเทศ มีความยืดหยุ่นต่อราคา แต่สุราสีและไวน์นำเข้ามีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ สำหรับเบียร์ มีความยืดหยุ่นสูงในการศึกษาแรก แต่มีความยืดหยุ่นต่ำสำหรับการศึกษาที่สอง เนื่องจากข้อมูลและระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาแตกต่างกัน นอกจากนี้ผู้วิจัย พบว่า เครื่องตีมแอลกอฮอล์ในประเทศมีคุณสมบัติในการทดแทนกันสูง การศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548; 2550) เป็นการศึกษาที่ครอบคลุมประเภทเครื่องตีมแอลกอฮอล์หลายประเภท ดังนั้นจึงใช้ข้อมูลจากการศึกษานี้ ในการประมาณการปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 2-5 การศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

การศึกษา	ข้อมูล	แบบจำลอง/ วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	ประเภทเครื่องตีมแอลกอฮอล์			
			สุราขาว	สุราสี ในประเทศ/นำเข้า	เบียร์	ไวน์ ในประเทศ/นำเข้า
Hunchangsih et al (1980)	ภาคตัดขวาง และอนุกรมเวลา ปี 2507-20	Linear model with log-transformation / Ordinary Least Square (OLS)		-2.22 (แม่โขง)		
บุญชัย พิทักษ์ดำรงกิจ (2524)	อนุกรมเวลาปี 2512-21	Linear model with log-transformation / Ordinary Least Square (OLS)	-1.39	-3.26 (สุราผสม)		
พรรณภา ช่างเพชร (2544)	อนุกรมเวลาปี 2537-41	Cobb-Douglas model / Seemingly Unrelated Regressions (SURE)				-1.94 / -1.96
อิศรา ศานติศาสน์ (2546)	ภาคตัดขวางปี 2543	Linear Expenditure System (LES)	-0.54 (รวมทุกประเภท)			
นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548)	อนุกรมเวลาปี 2532-46	Linear model with log-log function/ Three Stages Least Square (3SLS)	-2.73	-1.56 / -0.61	-2.68	- / -0.60
นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550)	ภาคตัดขวางปี 2548	Two-part GLM / Quantile regression	-1.26	-0.92 / -0.40	-0.37	-1.32 / -

จากการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) ที่สำรวจแนวโน้มการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการขึ้นราคาของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคจำนวน 3,444 คน ระบุว่า หากเครื่องตีมแอลกอฮอล์ประเภทที่ดื่มประจำมีราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ผู้บริโภคจะลดการบริโภคเครื่องตีมประเภทดังกล่าวลงร้อยละ 45.3 (ตารางที่ 2-6) สำหรับผู้ลดการบริโภคลง พบว่า มีเพียงร้อยละ 15.8 ที่ไม่มีการบริโภคทดแทน แต่ร้อยละ 27.8 จะดื่มยี่ห้ออื่นทดแทน และร้อยละ 1.8 จะดื่มประเภทอื่นทดแทน ดังนั้นสัดส่วนของผู้ที่จะลดการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ประเภทที่ดื่มประจำลงเท่ากับร้อยละ 17.5

ตารางที่ 2-6 แนวโน้มการตอบสนองต่อการขึ้นราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ดื่มประจำ

แนวโน้มการตอบสนองต่อราคา	ร้อยละ		
	การเปลี่ยนแปลง โดยรวม	ลดการดื่มเครื่องดื่ม ประเภทนี้	ไม่ลดการดื่มเครื่องดื่ม ประเภทนี้
ไม่ลด	54.7		54.7
ลด	45.3		
ไม่มีการดื่มทดแทน	15.8	15.8	
ดื่มทดแทนด้วยยี่ห้ออื่น	27.8		27.8
ดื่มทดแทนด้วยประเภทอื่น	1.8	1.8	
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>17.5</b>	<b>82.5</b>

เรียบเรียงข้อมูลใหม่จากการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550)

สำหรับการประมาณการปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงในการศึกษานี้ อาศัยข้อมูลความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาจากการศึกษาที่ 4 และ 5 เนื่องจากมีข้อมูลแยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และข้อมูลจากการศึกษาในต่างประเทศร่วมด้วย

## 2.6 การบริโภคสุราเถื่อน

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษี หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ถูกบันทึกในระบบภาษี ได้แก่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบผลิตและนำเข้าหรือเรียกว่า สุราเถื่อน แบ่งเป็น ประเภทที่ลักลอบผลิต คือ สุราเถื่อนหรือเหล้าต้ม และสุราแช่พื้นเมือง ซึ่งชาวบ้านสามารถผลิตได้เอง และประเภทที่ลักลอบนำเข้า คือ สุราสีและไวน์ต่างประเทศ ซึ่งเป็นยี่ห้อที่ราคาแพงและเป็นที่ยอดนิยมในท้องตลาด นอกจากนี้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษียังรวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซื้อจากร้านปลอดภาษีด้วย

ข้อควรระวังที่สำคัญสำหรับนโยบายด้านภาษีและราคา คือ อาจทำให้มีการบริโภคสุราเถื่อนเพิ่มขึ้น แต่การศึกษาและข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคสุราเถื่อนมีอยู่อย่างจำกัด ประเด็นสำคัญเพื่อทราบสถานการณ์และแนวโน้มการบริโภคสุราเถื่อน คือ สัดส่วนของผู้บริโภค ส่วนแบ่งของปริมาณการบริโภค และการบริโภคสุราเถื่อนหลังการขึ้นภาษี

สัดส่วนของผู้บริโภคสุราเถื่อน จากการศึกษานี้ของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) ที่สำรวจข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษีจากผู้บริโภค 4 ภูมิภาค และกรุงเทพฯ จำนวน 3,452 คน พบว่า มีสัดส่วนของผู้ที่รายงานว่า เคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษีย้อยละ 3.3

สำหรับส่วนแบ่งของปริมาณการบริโภคสุราเถื่อน ในรายงานของ WHO Global Status Report on Alcohol 2004 ได้ประมาณการว่า ประเทศไทยมีการบริโภคนอกระบบภาษีหรือการบริโภคที่ไม่ได้บันทึกในระบบภาษีประมาณร้อยละ 28 ของปริมาณการบริโภคที่รายงาน และในการศึกษาของ Chisholm et al (2004) ได้ประมาณการการบริโภคนอกระบบภาษีสำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งรวมประเทศไทย ว่า การบริโภคนอกระบบภาษียังมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 36 ของปริมาณการบริโภคที่รายงาน ซึ่งข้อมูลจากทั้งสองแหล่งนี้ไม่ได้แยกแยะระหว่างประเภทที่ลักลอบผลิตและนำเข้า

ส่วนแบ่งของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลักลอบนำเข้า นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) ได้ประมาณการไว้ดังนี้ สุราสีที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศมีส่วนแบ่งเท่ากับร้อยละ 10-11 ของปริมาณการนำเข้าสุราสีทั้งหมด และไวน์ที่ลักลอบนำเข้าจากต่างประเทศ มีส่วนแบ่งเท่ากับ ร้อยละ 40-50 ของปริมาณการนำเข้าไวน์ต่างประเทศทั้งหมด

สำหรับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่ล้กลอบผลิต ถึงแม้มีการเปิดเสรีผลิตสุราพื้นเมือง เมื่อปี 2546 ซึ่ง รัฐอนุญาตให้ผู้ที่ล้กลอบผลิตเข้าจดทะเบียนและขายโดยเสียภาษี แม้ยังไม่ข้อมูลรายงานชัดเจนก็ตาม แต่ยังมีกำล้กลอบผลิตและจำหน่าย เช่น การศึกษาของ สรिता อีระวัฒน์สกุล และคณะ (2549) ระบุว่า ใน ชุมชนบพมีสุราพื้นบ้านหรือเหล้าเสรีขายทั่วไป ด้วยการตวงใส่ถุงพลาสติกใสขนาดเท่า 1 ขวดเบียร์ ราคา ฤงละ 20 บาท

สำหรับการบริโภคสุราเถื่อนหลังการขึ้นภาษี มีเพียงการศึกษาของ Chisholm et al (2004) ที่ กำหนดให้กำบริโภคคนอกระบบภาษีเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และ 15 เมื่ออัตราภาษีเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 และ 50 ตามลำดับ

## บทที่ 3 วิธีการศึกษา

บทนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ กรอบแนวคิด และวิธีการศึกษา โดยวิธีการศึกษาประกอบด้วย การศึกษารูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา และพฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคา

### 3.1 กรอบแนวคิด

การศึกษาในครั้งนี้ อธิบายรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาตามสถานการณ์ต่างๆ 3 แบบ ได้แก่ (1) สถานการณ์ปัจจุบันที่ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นจากการขึ้นภาษีของสุรากลั่น 3 ชนิด เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2550; (2) สถานการณ์จำลองเมื่อราคาสุรากลั่นเพิ่มขึ้นในอัตราตามสถานการณ์ปัจจุบันและร่วมกับการเพิ่มขึ้นของราคาสุราขั้วร้อยละ 10 (บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ, 2550); และ (3) เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 25 และ 50 ตาม Chisholm et al (2004)

รูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับการเกิดปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ขึ้นกับปริมาณและความถี่ในการดื่ม โดยการบริโภคปริมาณมากในครั้งเดียว (binge drinking) มีความสัมพันธ์กับปัญหาที่เกิดขึ้นในระยะสั้น เช่น การมึนเมา การเกิดอุบัติเหตุ การทะเลาะวิวาท และทำร้ายร่างกาย นอกจากนี้ การดื่มปริมาณมากเกินเป็นประจำ (excessive drinking) จะทำให้เกิดความเสี่ยงต่อปัญหาที่อาจเกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น การติดสุราเรื้อรัง มะเร็งตับ มะเร็งหลอดอาหาร และตับอักเสบเรื้อรัง เป็นต้น

ในการศึกษานี้ได้คำนึงถึงพฤติกรรมการดื่มแบบเสี่ยงที่ก่อให้เกิดปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยอาศัยเกณฑ์คำแนะนำในการจำกัดปริมาณการบริโภคต่อวันและต่อสัปดาห์ของ National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism<sup>1</sup> มาใช้เพื่อจัดกลุ่มของนักดื่มตามรูปแบบการบริโภค และใช้หน่วยวัดของดื่มมาตรฐานสำหรับคนไทยของสำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต ที่กำหนดให้ หนึ่งหน่วยดื่มมาตรฐานเท่ากับ 10 กรัมของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ จากเกณฑ์คำแนะนำข้างต้น การดื่มปริมาณมากต่อวัน (exceeding daily limit) หรือ binge drinking คือ การดื่มตั้งแต่ 5 หน่วยดื่มขึ้นไป ต่อวันที่ดื่มสำหรับเพศชาย (หรือ 4 หน่วยดื่ม สำหรับเพศหญิง) และการดื่มในหนึ่งสัปดาห์ หากดื่มมากกว่า 14 หน่วยดื่มขึ้นไป สำหรับเพศชาย (หรือ 7 หน่วยดื่ม สำหรับเพศหญิง) ถือเป็น การดื่มแบบ excessive drinking (exceeding weekly limit)

ดังนั้นการศึกษานี้จึงอธิบายรูปแบบการบริโภคของผู้บริโภคแบบเสี่ยงในประเทศไทย ตามลักษณะทางประชากร การศึกษา รายได้ ภูมิภาค และเขตสาธารณสุข และหาสัดส่วนของปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคแบบเสี่ยง

<sup>1</sup> National Institute of Alcoholism and Alcohol Abuse (NIAAA). Helping patients who drink too much: A clinician's guide. Bethesda, MD: National Institute of Alcoholism and Alcohol Abuse; 2005.

การเริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เด็กหรืออายุน้อยมีความสัมพันธ์กับการเกิดปัญหาที่ตามมา จากรายงานการศึกษา ผู้ที่เริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อายุต่ำกว่า 15 ปี จะมีโอกาสในการติดสุราเรื้อรังสูงกว่า ผู้ที่เริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อายุมากกว่า 21 ปี ถึง 4 เท่า (Grant and Dawson, 1997) การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กจึงเป็นพฤติกรรมที่ต้องป้องกัน และในประเทศไทย มีกฎหมายห้ามจำหน่ายสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ดังนั้นการศึกษานี้ได้อธิบายรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกลุ่มผู้บริโภคในเด็กที่อายุต่ำกว่า 18 ปี ร่วมด้วย ตามลักษณะทางประชากร ภูมิภาค และเขตสาธารณสุข และสัดส่วนของปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายที่สามารถป้องกันได้ของผู้บริโภคในกลุ่มนี้

รูปแบบการบริโภคทำการศึกษา โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบitudinal จากการศึกษาสุขภาพอนามัยของประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 3 พ.ศ. 2546-2547 (National Health Examination Survey 2003-04 – NHES 2003-04) ที่มีข้อมูลทั้งปริมาณและความถี่ของการบริโภคแยกตามเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถศึกษาพฤติกรรมการบริโภค และปริมาณและค่าใช้จ่ายจากการบริโภคตามลักษณะของผู้บริโภคและประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ และข้อมูลการบริโภคระดับบุคคลชุดนี้จะถูกใช้เพื่อประมาณการปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา

สำหรับการประมาณการ มีสมมติฐานให้การตอบสนองของปริมาณการบริโภคต่อราคาที่เปลี่ยนแปลงเป็นไปตามทฤษฎีอุปสงค์ของสินค้าปกติ คือ เมื่อราคาเพิ่มขึ้นจะทำให้อุปสงค์ลดลง โดยกำหนดให้ผู้บริโภคแบบเสี่ยงที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์ ตอบสนองต่อการขึ้นราคาเท่ากับ 2/3 ของกลุ่มผู้บริโภคที่ดื่มน้อยกว่า (Chisholm et al, 2004)<sup>2</sup> การประมาณการทำโดยอาศัย (1) ข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับบุคคลดังกล่าวข้างต้น (2) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ โดยข้อมูลอนุกรมเวลา (2548) และข้อมูลสำรวจรายบุคคล (2550) (3) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาตามเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3 ประเภท ได้แก่ สุรา, เบียร์, และไวน์ (-0.3, -1.0, และ -1.5 ตามลำดับ) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ในระบบจำลองเพื่อประเมินมาตรการลดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งรวมประเทศไทยด้วย (Chisholm et al, 2004) และ (4) การวิเคราะห์ความไว ข้อมูลความยืดหยุ่น และสัดส่วนของการบริโภคเหล้าเถื่อน

เนื่องจากไม่มีข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษีทดแทนเมื่อมีการขึ้นราคา (change to untaxed consumption) การศึกษานี้จึงกำหนดการหันไปบริโภคสุราเถื่อนเพื่อทดแทนให้มีความสัมพันธ์กับราคาที่สูงขึ้นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้น ดังนี้ ถ้าราคาเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 25 ให้มีการบริโภคนอกระบบภาษีคงที่ และถ้าราคาเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 และ 50 ให้มีการบริโภคนอกระบบภาษีเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และ 15 ตามลำดับ (Chisholm et al, 2004)

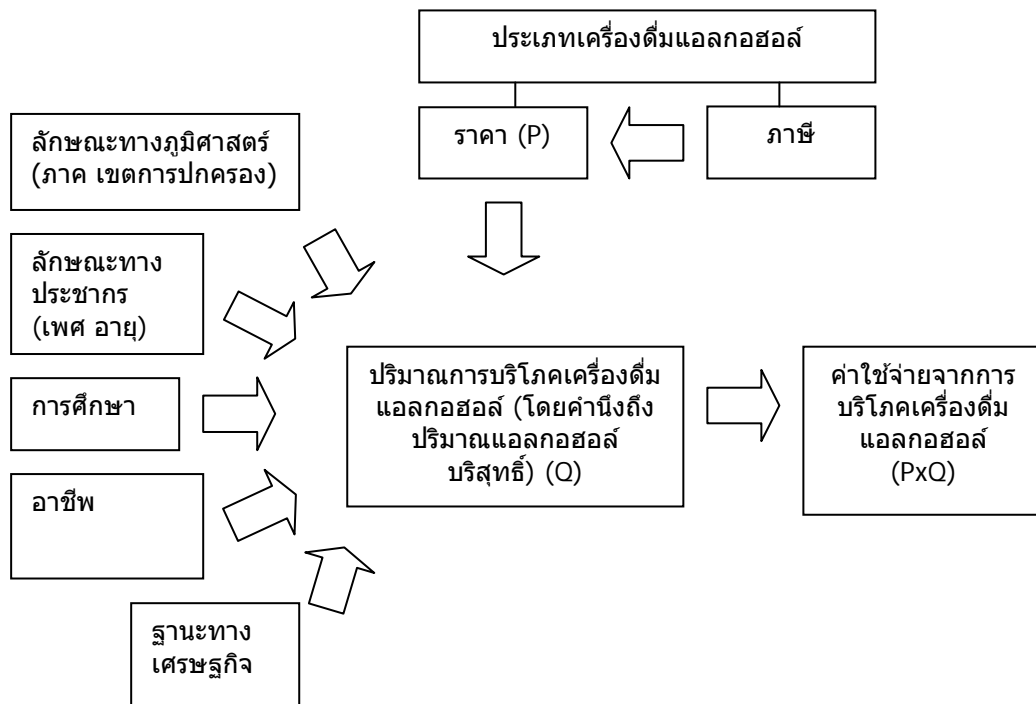
<sup>2</sup> Chisholm D, Rehm J, van Ommeren M, Monteiro M. Reducing the Global Burden of Hazardous Alcohol Use: A Comparative Cost-Effectiveness Analysis. *J Stud Alcohol* 2004; 65: 782-793.

นอกจากนี้ ทำการศึกษาข้อมูลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคหลังการขึ้นราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสถานการณ์ปัจจุบันของผู้บริโภค เพื่ออธิบายการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของผู้บริโภค การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นทดแทนรวมทั้งการบริโภคสุราเถื่อน เพื่อประกอบการประมาณการปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน

การศึกษาในครั้งนี้ มีคำถามการวิจัย ดังนี้

- 1) มีจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามรูปแบบการบริโภคที่จำแนกไว้ ดังข้างต้น และในเด็ก เป็นสัดส่วนเท่าไร, ปริมาณและค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคแต่ละประเภทเป็นเท่าไร, และผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มนี้มีความแตกต่างกันอย่างไรเมื่อพิจารณาตามลักษณะทางประชากร และเศรษฐกิจ
- 2) มีความแตกต่างกันอย่างไรสำหรับปริมาณและค่าใช้จ่ายของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาค และเศรษฐกิจ
- 3) การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเปลี่ยนแปลงเท่าไร เมื่อราคาเพิ่มขึ้นตามสถานการณ์ต่างๆ
- 4) ผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไร เมื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาเพิ่มขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน

การศึกษานี้ สรุปความสัมพันธ์ของราคากับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไว้ดังรูปที่ 3-1



รูปที่ 3-1 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ของราคากับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ

### 3.2 วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ รูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา และพฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน สำหรับแหล่งที่มาของข้อมูลและการคำนวณปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์เพื่อจัดกลุ่มผู้บริโภค รวมทั้งการประมาณการการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง อธิบายในรายละเอียดไว้ในภาคผนวก (ภาคผนวก ก - ข)

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ประกอบด้วย ข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับบุคคลจากการสำรวจ NHES 2003-04 ที่มีข้อมูลการบริโภคแยกตามประเภทเครื่องดื่ม และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการศึกษาของ นิพนธ์ พังพงศกร และคณะ (2548; 2550) ที่มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ทั้งของเครื่องดื่มประเภทนั้นและของเครื่องดื่มประเภทอื่น และความยืดหยุ่นที่ใช้ในแบบจำลองเพื่อประเมินมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการลดปัญหาจากการดื่มในภูมิภาคต่างๆ ของโลก Chisholm et al (2004) (รายละเอียดของข้อมูลแต่ละแหล่ง ในภาคผนวก ก และ ข)

#### 3.2.1 รูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

##### 3.2.1.1 ปริมาณและค่าใช้จ่ายของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

NHES 2003-04 สืบค้นข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา โดยใช้เครื่องมือในการถามปริมาณ (Q) และความถี่ (F) ที่บริโภคโดยปกติแยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (beverage-specific quantity-frequency - BSQF) จำนวน 7 ประเภท ได้แก่ สุราผสมโซดาหรือน้ำเปล่า, เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี, เหล้าโรง 28 ดีกรี, บรันดีหรือคอนยัค, เบียร์, ไวน์ แชมเปญ หรือสุราแช่พื้นเมือง, และคูลเลอร์หรือสุราผสมผลไม้ (ข้อความและรหัสคำตอบ ในภาคผนวก ก)

ปริมาณการบริโภค คำนวณเป็นหน่วยกรัมของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ (เอธานอล) จากข้อมูลการบริโภคในแต่ละประเภทเครื่องดื่ม โดยอาศัยข้อมูลปริมาณ และความถี่ในการบริโภค สำหรับค่าใช้จ่ายจากการบริโภค คำนวณโดยใช้ราคาต่อหน่วยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทที่ได้จากการสำรวจตลาด และปรับค่าเงินให้เป็นปี 2546 ด้วยค่าดัชนีผู้บริโภค (วิธีการคำนวณปริมาณและค่าใช้จ่ายของการบริโภค ในภาคผนวก ค)

##### 3.2.1.2 การจัดกลุ่มผู้บริโภครูปแบบเสี่ยง

การบริโภคแบบเสี่ยง คือ การดื่มปริมาณมากต่อวัน หรือ binge drinking คือ การดื่มตั้งแต่ 5 หน่วยดื่มขึ้นไป ต่อวันที่ดื่ม สำหรับเพศชาย (หรือ 4 หน่วยดื่ม สำหรับเพศหญิง) และการดื่มในหนึ่งสัปดาห์ หากดื่มมากกว่า 14 หน่วยดื่มขึ้นไป สำหรับเพศชาย (หรือ 7 หน่วยดื่ม สำหรับเพศหญิง) ถือเป็นกรดื่มแบบ excessive drinking ซึ่งจะพิจารณารูปแบบการบริโภคแบบเสี่ยงโดยใช้เกณฑ์การบริโภคต่อวันและการบริโภคต่อสัปดาห์ร่วมกัน และ 2) ผู้ที่บริโภคบางโอกาสหรือน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง (occasional drinking) พิจารณารูปแบบการบริโภคแบบเสี่ยงโดยใช้เกณฑ์การบริโภคต่อวัน ซึ่งจำแนกผู้บริโภครวมออกเป็น 6 กลุ่ม (ตารางที่ 3-1)

ผู้บริโภครวม 4 กลุ่มแรก เป็นผู้ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์ (regular drinking) ซึ่งจำแนกเป็น excessive และ non-excessive drinkers ร่วมกับ การดื่มแบบ binge ได้แก่ (1) regular excessive with binge, (2) regular excessive without binge, (3) regular non-excessive with binge, และ (4) regular non-excessive without binge drinkers ซึ่งกลุ่มที่ 4 มีรูปแบบการบริโภคไม่เกินทั้งต่อวันและต่อสัปดาห์ เรียกว่า “regular moderate drinker” สำหรับ 2 กลุ่มสุดท้าย คือ ผู้ที่ดื่มน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง (occasional drinking) จำแนกตามปริมาณการดื่มต่อวันแบบ binge drinking ได้เป็น (5) occasional binge drinker และ (6) occasional non-binge drinker ซึ่งกลุ่มที่ 6 มีรูปแบบการดื่มไม่เกินข้อแนะนำต่อวัน และดื่มเพียงบางครั้ง บางคราว เรียกว่า “social drinker” (การสร้างตัวแปรผู้บริโภครูปแบบเสี่ยง ในภาคผนวก ง)

ตารางที่ 3-1 กลุ่มของผู้บริโภคตามการบริโภคต่อวันและต่อสัปดาห์

ความถี่ในการบริโภค	การบริโภคปริมาณมาก		กลุ่มผู้บริโภค
	ต่อสัปดาห์	ต่อวัน	
ดื่มทุกสัปดาห์ หรือทุกวัน (regular drinking)	Excessive	Binge	Regular excessive with binge
		Non-binge	Regular excessive without binge
	Non-excessive	Binge	Regular non-excessive with binge
		Non-binge	Regular moderate
ดื่มน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง หรือนานๆ ครั้ง (occasional drinking)	-	Binge	Occasional binge
	-	Non-binge	Social

หมายเหตุ: binge drinking – ตั้งแต่ 5 หน่วยดื่มขึ้นไปต่อวัน สำหรับผู้ชาย หรือ 4 หน่วยดื่มต่อวัน สำหรับผู้หญิง, excessive drinking – การดื่มมากกว่า 14 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ สำหรับผู้ชาย หรือ 7 หน่วยดื่ม สำหรับผู้หญิง (NIAAA, 2005) โดยหนึ่งหน่วยดื่มมาตรฐานเท่ากับ 10 กรัมของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ (สำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต, 2547)

### 3.2.1.3 การวิเคราะห์ทางสถิติ

วิเคราะห์หาสัดส่วนของผู้บริโภคในประชากรทั้งหมด และหาปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามลักษณะของผู้บริโภค และประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวิเคราะห์แบบถ่วงน้ำหนักตามความน่าจะเป็นในการถูกสุ่มตัวอย่าง (weighted analysis) เพื่อแสดงผลของประชากรทั้งประเทศ วิเคราะห์หาปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภค โดยเฉลี่ยของประชากร ด้วยแบบจำลองสองส่วน (two-part model) (ภาคผนวก จ) ที่คำนึงถึงปัจจัยร่วมคือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ สถานภาพการทำงาน ภูมิภาค และเขตการปกครอง เปรียบเทียบปริมาณและค่าใช้จ่ายในการบริโภค ระหว่างภูมิภาค เขตสาธารณสุข ระดับการศึกษา และระดับรายได้ โดยใช้ค่าที่ได้จากการทำนาย (predicted value) ด้วยตัวแบบทางสถิติ และหาสัดส่วนของปริมาณและค่าใช้จ่ายของการบริโภคที่สามารถลดลงได้จากการลดการบริโภคในเด็กและการบริโภคแบบเสี่ยง การวิเคราะห์ทำโดยใช้โปรแกรม Stata 8



### 3.2.2 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา

การประมาณการครั้งนี้ ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนการขึ้นราคา การขึ้นราคา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ข้อสมมติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคเมื่อราคาเพิ่มขึ้น วิธีการคำนวณ และการวิเคราะห์ความไว

#### 3.2.2.1 ข้อมูลการบริโภคก่อนการขึ้นราคา

โดยอาศัยข้อมูลการบริโภคระดับบุคคลจากการสำรวจของ NHES 2003-04 ซึ่งมีปริมาณการบริโภคของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 7 ประเภท เมื่อจัดประเภทตามระบบภาษี ดังแสดงในตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามข้อมูลการสำรวจและระบบภาษี

การสำรวจ	ระบบภาษี
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	สุราขาว
เหล้าโรง 28 ดีกรี	
สุราผสมโชดาศ	สุราผสม*
	สุราปรุงพิเศษ
	สุราพิเศษประเภทวิสกี
	สุราพิเศษประเภทอื่นๆ เช่น รัม
บรันดี หรือคอนยัค	สุราพิเศษประเภทบรันดี
เบียร์	เบียร์
ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง	ไวน์ที่ทำจากองุ่น
	สุราแช่พื้นเมือง
	สุราแช่ประเภทอื่นๆ
คูลเลอร์หรือสุราผสมผลไม้	

หมายเหตุ: ในสถานการณ์ปัจจุบัน มีการขึ้นภาษีสุรากลั่น 3 ชนิด คือ สุราขาว สุราผสม และบรันดี ตามช่องแถบสีเทา

\*สุราผสม มีส่วนแบ่งการขายเป็นร้อยละ 51.9 ของสุราผสมโชดาศ (ภาคผนวก ฉ ตารางที่ ฉ-1)

ในการศึกษาครั้งนี้ ประมาณการปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา โดยคำนึงถึงการบริโภคสุราเถื่อนร่วมด้วย เนื่องจากข้อมูลการบริโภคใน NHES 2003-04 ไม่แยกการบริโภคนอกระบบภาษี/สุราเถื่อนไว้ ดังนั้นในการศึกษานี้จึงถือว่าปริมาณการบริโภคที่สำรวจเป็นข้อมูลการบริโภคโดยรวม และประมาณการปริมาณการบริโภคสุราเถื่อน

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีสุราเถื่อน มี 3 ประเภท คือ เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี (สุราขาวเถื่อน) ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง (ไวน์หรือสุราแช่เถื่อน) และสุราผสมโชดาศ (สุราสีล็กลอบนำเข้าในกลุ่มราคา standard - deluxe ซึ่งมีส่วนแบ่งการขายเป็นร้อยละ 12.8 ของสุราผสมโชดาศ ภาคผนวก ฉ ตารางที่ ฉ-1) เนื่องจากขาดข้อมูลการบริโภคสุราเถื่อนทั้ง 3 ประเภท จึงกำหนดให้การบริโภคสุราเถื่อนมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 10 ของการบริโภคในแต่ละประเภทเครื่องดื่ม และมีเฉพาะผู้ที่มีรายได้ไม่เกินสองหมื่นบาท

### 3.2.2.2 การขึ้นราคา

การศึกษานี้ ทำการประมาณการปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เปลี่ยนแปลง ตามการขึ้นราคาในปัจจุบัน (สถานการณ์ที่ 1) และการขึ้นราคาในสถานการณ์จำลองตามที่มีการแนะนำอีก 2 แบบ ได้แก่ การขึ้นราคาตามสถานการณ์พร้อมกับการขึ้นราคากลุ่มสุราเข้าร่วมด้วย (บัณฑิตศรีไพศาล และคณะ, 2550) ที่ร้อยละ 10 (สถานการณ์ที่ 2) และการขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทที่ร้อยละ 25 และ 50 (Chisholm et al, 2004) (สถานการณ์ที่ 3)

สำหรับราคาที่เพิ่มขึ้นของสุรากลั่น 3 ชนิด ในสถานการณ์ปัจจุบัน ได้จากการสำรวจตลาดในช่วงเดือนตุลาคม 2550 (หลังการประกาศขึ้นภาษี 2 เดือน) (รายละเอียดในภาคผนวก ก) และร้อยละของราคาที่เพิ่มขึ้นตามสถานการณ์ต่างๆ ดังสรุปไว้ในตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-3 การขึ้นราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามสถานการณ์ปัจจุบันและตามข้อเสนอแนะแบบอื่นๆ

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ร้อยละของราคาที่เพิ่มขึ้น			
	สถานการณ์ที่ 1: สถานการณ์ปัจจุบัน	สถานการณ์ที่ 2: ขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบัน พร้อมขึ้นราคาสุราที่ร้อยละ 10	สถานการณ์ที่ 3: ขึ้นราคาทุกประเภท*	
			ร้อยละ 25	ร้อยละ 50
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	12.5	12.5	25	50
เหล้าโรง 28 ดีกรี	13.3	13.3		
สุราผสมโซดา	9.5	9.5		
บรันดีหรือคอนยัค	4.8	4.8		
เบียร์	-	10		
ไวน์ แชมเปญ หรือสุราแช่พื้นเมือง	-	10		
คูลเลอร์หรือสุราผสมผลไม้	-	10		

หมายเหตุ: สถานการณ์ปัจจุบัน = ตามการขึ้นภาษีสุรากลั่น 3 ชนิด: สุราขาว สุราผสม และบรันดี  
 สถานการณ์ที่ 2 = จำลองการขึ้นราคาตามข้อเสนอแนะของ บัณฑิตศรีไพศาล และคณะ (2550)  
 สถานการณ์ที่ 3 = จำลองการขึ้นราคาตามการศึกษาของ Chisholm et al (2004)

### 3.2.2.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

การศึกษานี้อาศัยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากรายงานการศึกษา 3 ชุด โดย 2 ชุดแรกเป็นการศึกษาในประเทศ ของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548; 2550) ชุดที่ 1 โดยข้อมูลอนุกรมเวลาปี 2532-2546 และชุดที่ 2 โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคลปี 2550 ซึ่งทั้งสองชุดมีทั้งค่า own- และ cross-price elasticities สำหรับชุดที่ 3 เป็นค่าที่ใช้ในการศึกษาของ Chisholm et al (2004) สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งรวมประเทศไทยด้วย (รายละเอียดของข้อมูลแต่ละชุดแสดงไว้ในภาคผนวก ข ตารางที่ ข-1 และ ข-2)

ตารางที่ 3-4 แสดงค่า own-price elasticity แต่ละชุด ที่ใช้ในการประมาณการสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทในข้อมูลการบริโภคของ NHES 2003-04 สำหรับตารางที่ 3 แสดงทั้งค่า own- และ cross-price elasticities สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท

ตารางที่ 3-4 ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
	ข้อมูลอนุกรมเวลา (ชุดที่ 1)	ข้อมูลสำรวจรายบุคคล (ชุดที่ 2)	ข้อมูลจาก Chisholm et al ( 2004) (ชุดที่ 3)
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	-2.73	-1.26	-0.3
เหล้าโรง 28 ดีกรี	(สุราขาว)	(สุราขาว)	
สุราผสมโซดา	-1.56	-0.92	
บรันดี หรือคอนยัค	(สุราสีในประเทศ)	(สุราสีในประเทศ)	
เบียร์	-2.68	-0.37	-1.0
ไวน์ หรือสุราแช่พื้นบ้าน	-1.32		-1.5
คูลเลอร์ หรือเหล้าผสมผลไม้	(ไวน์ในประเทศ)		

<sup>a</sup> การศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548)

<sup>b</sup> การศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550)

<sup>c</sup> ที่ใช้ในการประเมินมาตรการลดปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภูมิภาคต่างๆ ของโลก (Chisholm et al, 2004)

ตารางที่ 3-5 ค่าความยืดหยุ่นและความยืดหยุ่นไขว้สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท

ปัจจัย	ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (ชุดที่ 1/ชุดที่ 2/ ชุดที่ 3)						
	เหล้าขาว 40 ดีกรี	เหล้าโรง 28 ดีกรี	สุราผสม โซดา	บรันดี	เบียร์	ไวน์หรือ สุราแช่	คูล เลอร์
ราคาเหล้าขาว 40 ดีกรี	-2.73/-1.26*/-0.3*		1.06* / - / -		1.25/ 1.04*/ -		- / - / -
ราคาเหล้าโรง 28 ดีกรี							
ราคาสุราผสมโซดา	3.77* / 0.89/ -		-1.56*/ -0.92*/-0.3*		0.32/ 1.33*/ -		- / - / -
ราคาบรันดี							
ราคาเบียร์	1.30* / - / -		-0.17*/ 0.22 / -		-2.68*/-0.32*/-1.0*		- / 1.95* / -
ราคาไวน์หรือสุราแช่	- / - / -		- / - / -		- / - / -		-1.32*/-1.32*/-1.5*
ราคาคูลเลอร์							

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ  $p < 0.05$  ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

หมายเหตุ: ชุดที่ 1 - การศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) โดยข้อมูลอนุกรมเวลา

ชุดที่ 2 - การศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล

ชุดที่ 3 - การศึกษาของ Chisholm et al (2004)

### 3.2.2.4 ข้อสมมติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อราคาเพิ่มขึ้น

อาศัยข้อมูลการบริโภคก่อนขึ้นราคาในระดับบุคคลของ NHES 2003-04 และการตอบสนองต่อราคาจากค่า elasticities ทำการประมาณการปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามการขึ้นราคาแบบต่างๆ โดยกำหนดการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามข้อสมมติดังนี้

- 1.) การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา
  - a. ให้ผู้บริโภคทุกคน เปลี่ยนแปลงการบริโภคตามค่าความยืดหยุ่น (own-price elasticity และ cross-price elasticity)
  - b. เพื่อสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในปริมาณมากและเป็นการประมาณการแบบ conservative approach ให้ผู้บริโภคแบบเสี่ยงที่ต่ำเป็นประจำทุก

สัปดาห์ (regular excessive drinkers) ตอบสนองต่อการขึ้นราคาเท่ากับ 2/3 ของกลุ่มผู้บริโภคที่ดื่มน้อยกว่า (Chisholm et al, 2004)

- c. ในกรณีที่มีการขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทในสัดส่วนเท่ากัน (ตามแบบที่ 3) ที่ร้อยละ 25 และ 50 ให้ไม่มีการบริโภคทดแทนกัน<sup>3</sup>
- 2.) การบริโภคสุราเถื่อน เมื่อมีการขึ้นราคา
    - a. หากราคาเพิ่มขึ้นในสัดส่วนตามสถานการณ์ปัจจุบัน ให้ไม่มีการบริโภคสุราเถื่อนทดแทน
    - b. หากราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 และ 50 ให้มีการบริโภคสุราเถื่อนทดแทน โดยให้ปริมาณการบริโภคสุราเถื่อนเดิมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และ 15 ตามลำดับ (Chisholm et al, 2004)
    - c. ให้ไม่มีการบริโภคสุราเถื่อนทดแทนข้ามประเภท เมื่อมีการขึ้นราคา เช่น การเพิ่มขึ้นของราคาสุราสี ไม่มีผลต่อการบริโภคสุราขาวเถื่อน

### 3.2.2.5 วิธีการคำนวณ และวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการคำนวณแยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนรวมเป็นปริมาณการบริโภคโดยรวม โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทจะมีความสัมพันธ์กันตามคุณสมบัติในการทดแทนกัน สำหรับประเภทที่มีการบริโภคสุราเถื่อนจะแบ่งการคำนวณเป็น 2 ส่วน คือ การบริโภคในระบบภาษี และการบริโภคสุราเถื่อน วิเคราะห์แบบถ่วงน้ำหนักตามความน่าจะเป็นในการถูกสุ่มตัวอย่าง (weighted analysis) เพื่อแสดงผลปริมาณการบริโภคของประชากรทั้งประเทศ การคำนวณและวิเคราะห์ทำโดยใช้โปรแกรม Stata 8 (ตัวอย่างวิธีการคำนวณ ในภาคผนวก ข)

### 3.2.2.6 การวิเคราะห์ความไว

- 1.) การผันแปรการบริโภคสุราขาวเถื่อน
  - 1.1) ทำการผันแปรส่วนแบ่งการบริโภคสุราเถื่อนในสุราขาว จากร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 20, 30 และ 40 (WHO, 2004; Chisholm et al, 2004)
  - 1.2) กรณีที่มีการบริโภคสุราเถื่อนทดแทนสุราขาว ให้การบริโภคสุราเถื่อนเดิมเพิ่มขึ้นร้อยละ 5
  - 1.3) กรณีที่มีการบริโภคสุราเถื่อนทดแทนสุราขาว ให้การบริโภคสุราเถื่อนเดิมเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และผันแปรส่วนแบ่งการบริโภคสุราเถื่อนในสุราขาว จากร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 20, 30 และ 40
- 2.) การผันแปรค่าความยืดหยุ่น โดยใช้เฉพาะค่าที่มีนัยสำคัญสถิติ สำหรับข้อมูลอนุกรมเวลาและสำรวจรายบุคคล

<sup>3</sup> กรณีที่มีการเพิ่มขึ้นของราคาในสัดส่วนเท่ากัน ทำให้ไม่มีความแตกต่างของราคาสัมพัทธ์ ซึ่งทำให้ไม่มีการบริโภคทดแทน จากการศึกษาผู้ทรงคุณวุฒิและตามคำแนะนำจากการนำเสนอผลการศึกษา ณ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2551

### 3.2.3 พฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน

การศึกษาส่วนนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) การศึกษาเชิงคุณภาพโดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภค เพื่ออธิบายผลของการขึ้นราคาสุราต่อพฤติกรรมการบริโภค และ 2) การศึกษาเชิงปริมาณโดยทำการสำรวจการบริโภคสุราเดือนในผู้บริโภคสุราเป็นประจำทุกสัปดาห์ เพื่ออธิบายพฤติกรรมการบริโภคสุราเดือนจากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน

#### 3.2.3.1 การสัมภาษณ์พฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคา

ทำการสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสุราขาวและสุราผสมเป็นส่วนใหญ่ เพื่ออธิบายผลการตอบสนองของการขึ้นราคาสุราตามสถานการณ์ปัจจุบัน กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมดื่มสุราขาว คือ กลุ่มเกษตรกร/ชาวบ้านในชนบท และกลุ่มผู้ใช้แรงงาน สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมดื่มสุราผสม คือ กลุ่มผู้มีรายได้ประจำ ดังนั้นจึงทำการศึกษาในผู้บริโภค 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร/ชาวบ้านในชนบท กลุ่มผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป และกลุ่มผู้ที่ทำงานมีรายได้ประจำ

ประเด็นที่ศึกษาคือ ผลของการขึ้นราคาต่อปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวม การเปลี่ยนยี่ห้อหรือประเภทของสุราที่เคยบริโภคเป็นประจำ และการบริโภคสุราเดือนที่ลดลงหรือจำหน่าย เพื่ออธิบายการบริโภคสุราเดือนซึ่งคาดว่าจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกันในพื้นที่ที่มีและไม่มีการผลิตสุราเดือน จึงเลือกพื้นที่ที่ทำการศึกษาเป็น 3 ลักษณะ คือ พื้นที่ที่มีแหล่งผลิตสุราเดือนมาก น้อย และไม่มี เลือกพื้นที่โดยอาศัยข้อมูลรายงานการตรวจจับสุราเดือน การบอกเล่าของเจ้าหน้าที่และประชาชนในพื้นที่ และการสำรวจเข้าสำรวจพื้นที่ก่อนเข้าทำการศึกษาโดยผู้วิจัย ซึ่งพบว่า พื้นที่ที่มีการผลิตสุราเดือนจะเป็นชุมชนที่ในอดีตเคยลักลอบผลิตเหล้าเดือนมาก่อน สำหรับพื้นที่ที่เลือกศึกษา ได้แก่ พื้นที่ที่มีสุราเดือนมาก คือ ชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา พื้นที่ที่มีสุราเดือนน้อย คือ ชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม และพื้นที่ที่ไม่มีสุราเดือน คือ ชุมชนในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดสกลนคร เก็บข้อมูลในเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม 2550

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ทำการสรุปประเด็นสำคัญและนำเสนอเนื้อหาตามลักษณะของผู้บริโภค ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับการบริโภคสุราขาวเดือน อธิบายตามชุมชนที่มีแหล่งผลิตแตกต่างกัน

#### 3.2.3.2 การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคสุราเดือนหลังการขึ้นราคา

ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสุราเดือนในผู้ที่ดื่มสุราเป็นประจำทุกสัปดาห์ โดยมีสมมติฐานว่า ผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มหันมาบริโภคสุราเดือนสูงกว่าผู้บริโภที่เป็นบางโอกาสหรือนานๆ ครั้ง โดยทำการสำรวจข้อมูลการบริโภคสุราเดือนและพฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 ชุมชน คือ ชุมชนที่มีและไม่มีแหล่งผลิตสุราเดือน เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากการจับกุมสุราเดือนของกรมสรรพสามิต พบว่า สุราเดือนส่วนใหญ่เป็นสุราที่ผลิตจากโรงกลั่นสุราชุมชนที่ลักลอบขายแบบไม่ติดแสตมป์ ดังนั้นการค้นหาแหล่งผลิตสุราเดือนในการศึกษานี้จึงค้นหาจากแหล่งที่มีการผลิตสุราเดือนชุมชน

การเลือกพื้นที่ในการศึกษา ทำโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกชุมชนที่มีจำนวนโรงงานผลิตสุราเดือนชุมชนมากที่สุด ตามข้อมูลรายงานการผลิตสุราเดือนชุมชนของกรมสรรพสามิต ซึ่ง

ได้แก่ ชุมชนลำโพง จังหวัดนครราชสีมา จากนั้นจึงทำการเลือกชุมชนที่ไม่มีแหล่งผลิตสุรากลั่นชุมชน ในอีกจังหวัดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับชุมชนแรก คือ มีจำนวนประชากรและระยะทางจากตัวจังหวัดถึงชุมชนใกล้เคียงกัน ซึ่งได้แก่ ชุมชนวังแสง จังหวัดมหาสารคาม (ห่างจากพื้นที่ที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อนขนาดเล็กในจังหวัดเดียวกันประมาณ 50 กิโลเมตร) สํารวจผู้บริโภคสุราเป็นประจำทุกสัปดาห์พื้นที่ละ 150 คน ระหว่างเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2551 ประเด็นคำถามประกอบด้วย ข้อมูลการบริโภค ช่วงเวลาที่ดื่มสุราเถื่อน และเหตุผลในการดื่มสุราเถื่อน ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจนำเสนอเป็นสัดส่วนและร้อยละของผู้บริโภค แยกตามพื้นที่ที่ศึกษา

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

ผลการศึกษา นำเสนอเป็น 3 ส่วน โดย 2 ส่วนแรกเป็นผลการศึกษาเชิงปริมาณ และส่วนสุดท้ายเป็นผลการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งทั้ง 4 ส่วน ได้แก่ 1) รูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2) ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงหลังการขึ้นราคา และ 3) พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการขึ้นราคา

### 4.1 รูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

#### 4.1.1 การเทียบเคียงผลการวิเคราะห์การแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคเพิ่มเติม

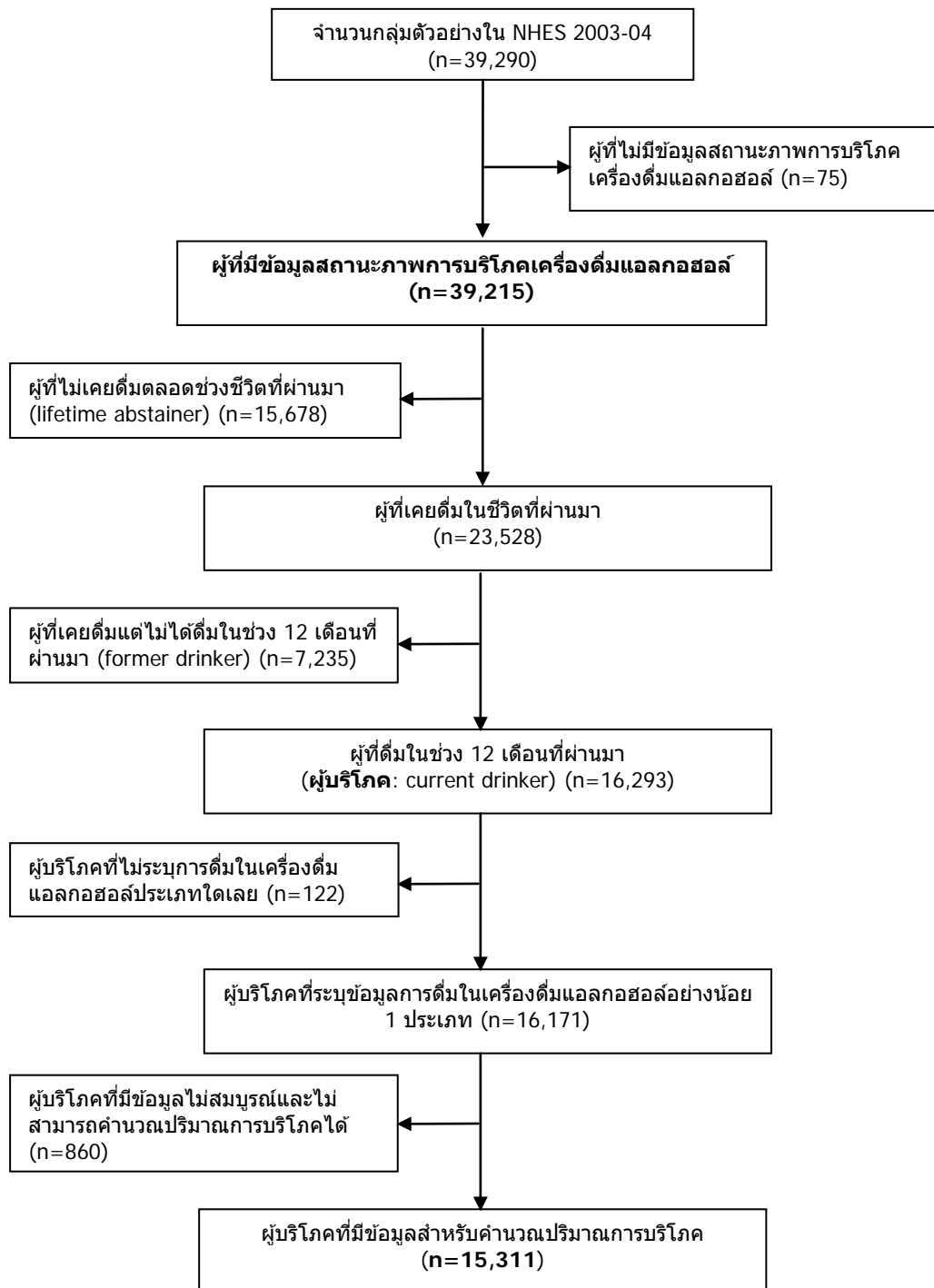
##### 4.1.1.1 การเทียบเคียงผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมในการศึกษานี้กับผลการวิเคราะห์หลัก ในรายงานการสำรวจฯ

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 39,290 คน เมื่อทำการวิเคราะห์แล้ว พบผู้ที่ไม่ใช่ข้อมูล (missing) สถานะภาพการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับคำถาม “การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงชีวิตที่ผ่านมา (lifetime drinking) และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน ก่อนวันสัมภาษณ์ (12-month or current drinking)” จำนวน 75 คน และที่เหลือ จำนวน 32,125 คน เป็นผู้ที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลสถานะภาพการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยวิเคราะห์หาผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน ( $n=16,293$ ) ซึ่งมีข้อมูลปริมาณการบริโภค ( $n=15,311$ ) ตามรูปที่ 4-1

การเปรียบเทียบจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างการวิเคราะห์หลักในรายงานการสำรวจสภาวะสุขภาพและอนามัยของประชาชนโดยการตรวจร่างกาย ครั้งที่ 3 พ.ศ. 2546-47 (National Health Examination Survey 2003-04) และการวิเคราะห์เพิ่มเติมในครั้งนี้ พบว่า มีจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วิเคราะห์ในครั้งนี้น้อยกว่าจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการวิเคราะห์หลักในทุกประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (คิดเป็นร้อยละ 98.3 สำหรับเหล้า 28 ดีกรี ถึง ร้อยละ 99.7 สำหรับเบียร์) และเมื่อเปรียบเทียบจำนวนของผู้บริโภคที่มีข้อมูลการบริโภคไม่สมบูรณ์ (incomplete data) สำหรับการคำนวณปริมาณการบริโภค พบว่า การวิเคราะห์ในครั้งนี้มีสัดส่วนของผู้บริโภคที่มี incomplete data น้อยกว่าร้อยละ 5.4 (ต่ำสุดร้อยละ 2.7 ในสุราผสมโซดา และสูงสุดร้อยละ 5.4 ในเหล้าโรง 28 ดีกรี) เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของผู้บริโภคที่มี incomplete data กับการวิเคราะห์หลักในรายงานการสำรวจฯ พบว่า ผลจากการวิเคราะห์ในครั้งนี้มีจำนวนและสัดส่วนของผู้บริโภคที่มี incomplete data น้อยกว่า (ตารางที่ 4-1) ทั้งนี้เนื่องมาจากการวิเคราะห์หลักในรายงานการสำรวจฯ แทนค่าปริมาณการบริโภคที่มากผิดปกติ (extreme value) ให้เป็นข้อมูลสูญหาย (missing) แต่การวิเคราะห์ในครั้งนี้แทนค่าดังกล่าวด้วยค่าสูงสุดที่เป็นไปได้ของปริมาณการบริโภค (อธิบายในภาคผนวก ค)

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของผู้บริโภคที่จำแนกตามปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อวันระหว่างการวิเคราะห์ในรายงานการสำรวจฯ และในการศึกษานี้ พบว่า สัดส่วนของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม เมื่ออธิบายตามลักษณะทางประชากร มีค่าใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 4-2)

รูปที่ 4-1 แผนภาพแสดงการวิเคราะห์จำนวนผู้บริโภคและปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน





ตารางที่ 4-1 จำนวนของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทและความสมบูรณ์ของข้อมูล

ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รายงานการสำรวจ <sup>a</sup> [n=39,210]			การศึกษานี้ <sup>b</sup> [n=39,215]		
	จำนวนของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้นๆ ในช่วง 12 เดือน ก่อนวันสัมภาษณ์ (n)	จำนวนผู้ที่มีข้อมูลการบริโภคไม่สมบูรณ์สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท (n)	ร้อยละของผู้ที่มีข้อมูลการบริโภคไม่สมบูรณ์สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท (%)	จำนวนของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้นๆ ในช่วง 12 เดือน ก่อนวันสัมภาษณ์ (n)	จำนวนผู้ที่มีข้อมูลการบริโภคไม่สมบูรณ์สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท (n)	ร้อยละของผู้ที่มีข้อมูลการบริโภคไม่สมบูรณ์สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท (%)
เหล้าขาว หรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	5,567	583	10.5	5,530	254	4.6
เหล้าโรง 28 ดีกรี	4,622	637	13.8	4,542	243	5.4
สุราผสมโซดา	8,295	542	6.5	8,224	221	2.7
บรันดี หรือคอนยัก	911	231	25.4	902	33	3.7
เบียร์	12,768	1,081	8.5	12,730	539	4.2
ไวน์ แชมเปญ หรือสุราแช่พื้นเมือง	2,688	240	8.9	2,667	96	3.6
คูลเลอร์ หรือสุรารสผลไม้	1,588	147	9.3	1,573	65	4.1

<sup>a</sup> ผลการวิเคราะห์ในรายงานการสำรวจสภาวะสุขภาพและอนามัยของประชากรโดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 3

<sup>b</sup> ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมในการศึกษานี้

ตารางที่ 4-2 สัดส่วนของผู้บริโภคตามเพศและอายุ

เพศชาย							
รายงานการสำรวจ <sup>a</sup> (n = 18,97)	อายุ (ปี)						
	15-29	30-44	45-59	60-69	70-79	80+	รวม
ผู้ที่ไม่บริโภค (nondrinker)	21.7	20.4	29.5	49.2	63.7	78.0	27.4
ผู้บริโภครวม (drinker) (กรัมของเอธานอลต่อวัน)							
0-39.9	54.3	57.9	55.5	43.0	31.2	18.4	53.4
40-59.9	6.1	6.9	4.3	2.0	1.0	0.9	5.4
ตั้งแต่ 60 ขึ้นไป	15.4	12.2	8.3	3.2	1.4	0.1	11.2
ข้อมูลการบริโภคไม่สมบูรณ์	2.5	2.7	2.4	2.6	2.8	2.6	2.6
การศึกษา <sup>b</sup> (n = 18,898)							
ผู้ที่ไม่บริโภค (nondrinker)	21.6	20.3	29.5	49.1	63.5	78.0	27.3
ผู้บริโภครวม (drinker) (กรัมของเอธานอลต่อวัน)							
0-39.9	55.0	58.6	55.5	42.7	30.8	17.3	53.9
40-59.9	6.2	6.7	4.0	1.7	0.8	1.0	5.3
ตั้งแต่ 60 ขึ้นไป	14.7	11.8	8.7	3.6	2.0	0.4	11.0
ข้อมูลการบริโภคไม่สมบูรณ์	2.6	2.6	2.3	2.8	2.9	3.3	2.6
เพศหญิง							
รายงานการสำรวจ <sup>a</sup> (n = 20,313)	อายุ (ปี)						
	15-29	30-44	45-59	60-69	70-79	80+	รวม
ผู้ที่ไม่บริโภค (nondrinker)	64.2	56.7	65.3	81.1	87.4	90.0	64.9
ผู้บริโภครวม (drinker) (กรัมของเอธานอลต่อวัน)							
0-19.9	30.6	37.8	29.6	16.0	10.5	8.8	30.2
20-39.9	0.7	1.0	1.2	0.5	0.4	0.3	0.9
ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	1.9	1.2	1.0	0.4	0.3	0.3	1.2
ข้อมูลการบริโภคไม่สมบูรณ์	2.7	3.3	3.0	1.9	1.4	0.6	2.8
การศึกษา <sup>b</sup> (n = 20,317)							
ผู้ที่ไม่บริโภค (nondrinker)	64.0	56.4	65.2	81.0	87.1	89.8	64.7
ผู้บริโภครวม (drinker) (กรัมของเอธานอลต่อวัน)							
0-19.9	31.2	38.2	29.7	15.9	10.5	8.7	30.5
20-39.9	0.7	0.8	1.1	0.5	0.5	0.3	0.8
ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	1.5	1.1	1.0	0.6	0.3	0.3	1.1
ข้อมูลการบริโภคไม่สมบูรณ์	2.6	3.6	3.0	2.0	1.5	0.8	2.9

<sup>a</sup> ผลการวิเคราะห์ในรายงานการสำรวจสภาวะสุขภาพและอนามัยของประชากรโดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 3

<sup>b</sup> ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมในการศึกษารุ่นนี้

หมายเหตุ: ในรายงานการสำรวจ NHES 2003-04 ได้จำแนกผู้บริโภครวมเป็น 3 กลุ่ม ตามปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อวัน (หน่วยเป็นกรัมของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์) ได้แก่ responsible หรือ low-risk ตั้งแต่ 0-39.9 สำหรับเพศชาย (หรือ 0-19.9 สำหรับเพศหญิง), hazardous ตั้งแต่ 40.0-59.9 สำหรับเพศชาย (หรือ 20.0-39.9 สำหรับเพศหญิง), และ harmful ตั้งแต่ 60.0 ขึ้นไป สำหรับเพศชาย (หรือ ตั้งแต่ 40.0 ขึ้นไป สำหรับเพศหญิง)

#### 4.1.1.2 การจัดกลุ่มของผู้บริโภคตามข้อแนะนำการบริโภคต่อวันและต่อสัปดาห์

จากข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้ง 7 ประเภท เมื่อคำนวณความถี่ในการบริโภคโดยรวมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง เท่ากับ 7,954 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 ของประชากร (ร้อยละ 8.2 สำหรับการดื่มทุกวัน และ 17.9 สำหรับการดื่มทุกสัปดาห์) (ตารางที่ 4-3)

เมื่อคำนวณหาผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเสี่ยงที่บริโภคเกินข้อแนะนำต่อวัน (binge drinking คือ มากกว่า 4 หน่วยดื่มมาตรฐานขึ้นไป สำหรับเพศชาย หรือ 3 หน่วยดื่มมาตรฐานขึ้นไป สำหรับเพศหญิง) และต่อสัปดาห์ (excessive drinking คือ มากกว่า 14 หน่วยดื่มมาตรฐาน สำหรับเพศชาย หรือ 7 หน่วยดื่มมาตรฐาน สำหรับเพศหญิง)โดยอาศัยข้อมูลจากรายงานปริมาณและความถี่ที่บริโภคโดยปกติ พบว่า มีผู้ที่บริโภคเกินข้อแนะนำต่อวัน จำนวน 5,115 คน (คิดเป็นร้อยละ 21.1 ของประชากร และร้อยละ 11.7 เป็นผู้ที่บริโภคเกินเป็นประจำทุกสัปดาห์) และผู้ที่บริโภคเกินข้อแนะนำต่อสัปดาห์ จำนวน 3,930 คน (คิดเป็นร้อยละ 14.6 ของประชากร)

ตารางที่ 4-3 สัดส่วนของผู้บริโภคที่บริโภคเกินข้อแนะนำต่อวัน (binge drinking) และผู้บริโภคที่บริโภคเกินข้อแนะนำต่อสัปดาห์ (excessive drinking)

ความถี่ในการบริโภคโดยรวม	การบริโภคในช่วง 12 เดือน		การบริโภคมากเกินไป			
			ต่อวัน (binge drinking)		ต่อสัปดาห์ (excessive drinking)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริโภค	16,293	53.5	5,115	21.1	3,930	14.6
ดื่มทุกวัน	3,134	8.2	1,669	5.3	2,080	6.0
ดื่มทุกสัปดาห์ ละ 3-6 วัน	2,162	8.2	965	4.6	1,218	5.6
ดื่มทุกสัปดาห์ ละ 1-2 วัน	2,658	9.7	982	4.7	571	2.7
ดื่มทุกเดือนๆ ละ 1-3 วัน	2,948	9.9	761	3.4	-	-
ดื่มนานๆครั้ง 3-11 วันต่อปี	2,779	9.2	555	2.3	-	-
ดื่มนานๆครั้ง 1-2 วันต่อปี	1,630	5.7	183	0.8	-	-

หมายเหตุ: n=39,215 มีผู้บริโภค จำนวน 982 คน (คิดเป็นร้อยละ 2.7 ของประชากร) ที่มีข้อมูลการบริโภคในช่วง 12 เดือนไม่สมบูรณ์

binge drinking คือ การบริโภคตั้งแต่ 5 หน่วยดื่มมาตรฐาน ขึ้นไปต่อวัน สำหรับเพศชาย (หรือ 4 หน่วยดื่มมาตรฐาน สำหรับเพศหญิง), excessive drinking คือ การบริโภคมากกว่า 14 หน่วยดื่มมาตรฐานต่อสัปดาห์ สำหรับเพศชาย (หรือ 7 หน่วยดื่มมาตรฐานสำหรับเพศหญิง)

เมื่ออาศัยเกณฑ์ข้อแนะนำในการบริโภคต่อวันและต่อสัปดาห์ในการจัดกลุ่มผู้บริโภคด้วยกัน การศึกษานี้แบ่งผู้บริโภคออกเป็น 6 กลุ่ม โดย 4 กลุ่ม เป็นผู้ที่บริโภคแบบเสี่ยง (เกินข้อแนะนำต่อวันหรือต่อสัปดาห์) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้บริโภคแบบเสี่ยงมีจำนวนผู้บริโภคนี้นี้ ผู้บริโภคแบบ regular excessive with binge จำนวน 2,935 คน (ร้อยละ 11.7), ผู้บริโภคแบบ regular excessive without binge จำนวน 934 คน (ร้อยละ 2.6), ผู้บริโภคแบบ regular non-excessive with binge จำนวน 681 คน (ร้อยละ 2.8) และผู้บริโภคแบบ occasional binge จำนวน 1,499 คน (ร้อยละ 6.6) (ตารางที่ 4-4)

ตารางที่ 4-4 สัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยง เมื่อจัดกลุ่มการบริโภคแบบเสี่ยงที่ดื่มเกินข้อจำกัดในการบริโภคต่อวัน (binge drinking) และต่อสัปดาห์ (excessive drinking) ร่วมกัน

ความถี่ของการบริโภค	ผู้ที่ดื่มทุกสัปดาห์หรือทุกวัน (regular drinking), จำนวน (ร้อยละ)				ผู้ที่ดื่มน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้งหรือนานๆ ครั้ง (occasional drinking), จำนวน (ร้อยละ)	
	Excessive		Non-excessive		Binge	Non-binge
	Binge	Non-binge	Binge	Non-binge		
ดื่มทุกวัน	1,526 (4.9)	554 (1.1)	143 (0.3)	911 (1.8)	-	-
ดื่มทุกสัปดาห์ ละ 3-6 วัน	885 (4.2)	333 (1.4)	80 (0.4)	864 (2.3)	-	-
ดื่มทุกสัปดาห์ ละ 1-2 วัน	524 (2.5)	47 (0.2)	458 (2.1)	1,629 (4.8)	-	-
ดื่มทุกเดือนๆ ละ 1-3 วัน	-	-	-	-	761 (3.4)	2,187 (6.4)
ดื่มนานๆครั้ง 3-11 วันต่อปี	-	-	-	-	555 (2.3)	2,224 (6.8)
ดื่มนานๆครั้ง 1-2 วันต่อปี	-	-	-	-	183 (0.8)	1,447 (4.9)
<b>รวม</b>	<b>2,935 (11.7)</b>	<b>934 (2.6)</b>	<b>681 (2.8)</b>	<b>3,404 (8.9)</b>	<b>1,499 (6.6)</b>	<b>5,858 (18.2)</b>

หมายเหตุ: binge drinking คือ การบริโภคตั้งแต่ 5 หน่วยดื่มมาตรฐาน ขึ้นไปต่อวัน สำหรับเพศชาย (หรือ 4 หน่วยดื่มมาตรฐาน สำหรับเพศหญิง), excessive drinking คือ การบริโภคนานกว่า 14 หน่วยดื่มมาตรฐานต่อสัปดาห์ สำหรับเพศชาย (หรือ 7 หน่วยดื่มมาตรฐานสำหรับเพศหญิง)

การวิเคราะห์แบบใหม่พบสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยง 4 กลุ่ม ร้อยละ 23.7 ของประชากร เพิ่มขึ้นจากการวิเคราะห์เดิมในรายงานการสำรวจฯ ที่อาศัยปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อวัน เท่ากับร้อยละ 14.8 ของประชากร ซึ่งพบว่า การวิเคราะห์แบบเดิมจัดเป็นผู้ดื่มแบบ responsible ซึ่งในรายงานการสำรวจฯ ถือว่ากลุ่ม responsible drinkers เป็นผู้ที่ดื่มแบบ โดยผู้บริโภคแบบเสี่ยงที่ถูกจัดเป็นกลุ่ม responsible คือ ผู้บริโภคในกลุ่ม regular excessive with binge จำนวน 775 คน (คิดเป็นร้อยละ 3.3 ของประชากร), กลุ่ม regular excessive without binge จำนวน 759 คน (คิดเป็นร้อยละ 2.2 ของประชากร), กลุ่ม regular non-excessive with binge จำนวน 681 คน (คิดเป็นร้อยละ 2.8 ของประชากร), และ occasional binge จำนวน 1,490 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.5 ของประชากร) เมื่อรวมแล้ว ผู้บริโภคแบบ binge ร้อยละ 12.6 ของประชากร ถูกจัดอยู่ในกลุ่ม responsible (ตารางที่ 4-5)

ตารางที่ 4-5 สัดส่วนของผู้บริโภคที่จำแนกตามการศึกษาครั้งนี้และจากรายงานการสำรวจฯ

กลุ่มของผู้บริโภค ในการศึกษา	จำนวน (ร้อยละ)	กลุ่มของผู้บริโภค ในรายงานการสำรวจฯ		
		Responsible	Hazardous	Harmful
Regular excessive with binge	2,935 (11.7)	775 (3.3)	630 (2.5)	1,530 (5.9)
Regular excessive without binge	934 (2.6)	759 (2.2)	173 (0.4)	2 (0.03)
Regular non-excessive with binge	681 (2.8)	681 (2.8)	-	-
Regular moderate	3,404 (8.9)	3,404 (8.9)	-	-
Occasional binge	1,499 (6.6)	1,490 (6.5)	6 (0.03)	3 (0.01)
Social (occasional non-binge)	5,858 (18.2)	5,858 (18.2)	-	-
<b>รวมผู้บริโภคแบบเสี่ยงทั้ง 4 กลุ่ม</b>	<b>6,049 (23.7)</b>	<b>3,685 (14.8)</b>	<b>809 (2.9)</b>	<b>1,535 (5.9)</b>

หมายเหตุ: มีผู้บริโภค จำนวน 982 คน (คิดเป็นร้อยละ 2.7 ของประชากร) ที่มีข้อมูลการบริโภคในช่วง 12 เดือนไม่สมบูรณ์

ในรายงานการสำรวจ NHES 2003-04 ได้จำแนกผู้บริโภคเป็น 3 กลุ่ม ตามปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อวัน (หน่วยเป็นกรัมของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์) ได้แก่ responsible ตั้งแต่ 0-39.9 สำหรับเพศชาย (หรือ 0-19.9 สำหรับเพศหญิง), hazardous ตั้งแต่ 40.0-59.9 สำหรับเพศชาย (หรือ 20.0-39.9 สำหรับเพศหญิง), และ harmful ตั้งแต่ 60.0 ขึ้นไป สำหรับเพศชาย (หรือ ตั้งแต่ 40.0 ขึ้นไป สำหรับเพศหญิง)

#### 4.1.2 รูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

##### 4.1.2.1 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน

ในกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีข้อมูลสถานะภาพการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีจำนวน 39,215 คน เป็นผู้ที่ไม่เคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในชีวิตนี้ (lifetime abstainer) ร้อยละ 34.6 (14.3 สำหรับเพศชาย และ 54.0 สำหรับเพศหญิง), และเป็นผู้ที่เคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน ก่อนการสัมภาษณ์ (current drinker) คิดเป็นร้อยละ 53.5 ของประชากรทั้งหมด (72.3 สำหรับเพศชาย และ 35.3 สำหรับเพศหญิง)

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มของผู้บริโภค พบว่า มีผู้บริโภคมแบบเสี่ยงในกลุ่ม regular excessive with binge เท่ากับร้อยละ 11.7, กลุ่ม regular excessive without binge ร้อยละ 2.6, กลุ่ม regular non-excessive with binge ร้อยละ 2.8, และกลุ่ม occasional binge ร้อยละ 6.6 และสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยงทั้ง 4 กลุ่ม เท่ากับร้อยละ 23.7 ของประชากรทั้งหมด (และร้อยละ 39.4 ในเพศชาย ซึ่งเป็นสูงกว่าสัดส่วนในเพศหญิง (ร้อยละ 8.7) ประมาณ 4.5 เท่า) (ตารางที่ 4-6)

ตารางที่ 4-6 สัดส่วนของผู้บริโภค ตามกลุ่มของผู้บริโภค

กลุ่มของผู้บริโภค	ชาย [N=18,898]		หญิง [N=20,317]		รวม [N=39,125]	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Regular excessive with binge	2,585	21.6	350	2.2	2,935	11.7
Regular excessive without binge	682	4.4	252	1.0	934	2.6
Regular non-excessive with binge	620	5.2	61	0.5	681	2.8
Regular moderate	2,706	14.6	698	3.5	3,404	8.9
Occasional binge	939	8.2	560	5.0	1,499	6.6

หมายเหตุ: ผู้บริโภคในกลุ่ม social drinker มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 18.2 (ร้อยละ 16.0 ในเพศชาย และร้อยละ 20.3 ในเพศหญิง)

ผลการวิเคราะห์ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมทั้งหมดของประชากร พบว่า สัดส่วนของปริมาณการบริโภคส่วนใหญ่ในกลุ่ม regular excessive with binge และ without binge และ regular moderate เป็นการบริโภคสุราขาว (เหล้าโรง 28 ดีกรี และเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี) คิดเป็นร้อยละ 47.5, 44.6 และ 41.6 ตามลำดับ แต่กลุ่ม regular excessive with binge และ occasional binge ปริมาณการบริโภคส่วนใหญ่เป็นเบียร์ คิดเป็นร้อยละ 39.3 และ 38.9 ตามลำดับ

สำหรับการบริโภคสุราสี (สุราผสมโซดาฯ และบรันดี้) มีส่วนแบ่งปริมาณการบริโภคในผู้บริโภค แต่ละกลุ่มตั้งแต่ร้อยละ 20 – 25 นอกจากนี้การบริโภคของไวน์หรือสุราแช่พื้นบ้าน และคูลเลอร์ฯ มี สัดส่วนรวมกันไม่เกินร้อยละ 3 ยกเว้นกลุ่ม occasional binge ที่มีสัดส่วนการบริโภคในเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์สองประเภทนี้เท่ากับร้อยละ 3.6 และ 1.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 4-7)

ตารางที่ 4-7 ส่วนแบ่งปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ของประเภทเครื่องดื่ม ในผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ส่วนแบ่งปริมาณการบริโภค (%)				
	Regular excessive with binge	Regular excessive without binge	Regular non-excessive with binge	Regular moderate	Occasional binge
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	29.9	31.9	27.3	27.5	22.2
เหล้าโรง 28 ดีกรี	17.6	12.8	9.0	14.1	11.0
สุราผสมโซดาฯ	23.5	20.0	21.0	19.9	22.8
บรันดี้ หรือคอนยัก	1.1	0.2	0.9	0.04	0.4
เบียร์	25.0	33.3	39.3	35.5	38.9
ไวน์ หรือสุราแช่พื้นบ้าน	2.7	1.4	1.8	1.9	3.6
คูลเลอร์ หรือสุราผสมไม	0.3	0.4	0.6	0.9	1.2
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ: ผู้บริโภคในกลุ่ม social มีส่วนแบ่งปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท เท่ากับร้อยละ 24.5; 6.0; 16.6; 0.1; 45.2; 4.2 และ 3.3 ตามลำดับในตาราง

เมื่อด้านปริมาณการบริโภค เป็นหน่วยดื่มมาตรฐานสำหรับกลุ่มที่ดื่มบ่อย อย่างน้อยสัปดาห์ละ ครั้ง (regular drinking) พบว่า กลุ่มที่บริโภคเกินทั้งข้อแนะนำแบบต่อวันและต่อสัปดาห์ (regular excessive with binge) มีสัดส่วนการบริโภคสูงกว่ากลุ่มที่บริโภคไม่เกินข้อแนะนำ (regular moderate) ประมาณ 9 เท่า (8.1 เท่าในเพศชาย และ 10.2 เท่าในเพศหญิง) และเมื่อด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภค ต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคในกลุ่ม regular excessive with binge มีสัดส่วนการบริโภคสูงกว่ากลุ่ม regular moderate ประมาณ 10 เท่า (9.2 เท่าในเพศชาย และ 10.8 เท่า ในเพศหญิง) (ตารางที่ 4-8 และ 4-9) นอกจากนี้เมื่อหาสัดส่วนในปริมาณการบริโภคโดยรวมของผู้บริโภคทั้งหมด พบว่า กลุ่ม regular excessive with binge มีสัดส่วนของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 23.0 (ร้อยละ 11.7 ของประชากร) มีแต่ สัดส่วนของปริมาณและค่าใช้จ่ายในการบริโภคโดยรวมทั้งหมด เท่ากับ ร้อยละ 83.0 และ 80.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 4-10)

ตารางที่ 4-8 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามกลุ่มของผู้บริโภค

กลุ่มของผู้บริโภค	ปริมาณการบริโภค (หน่วยดื่มมาตรฐาน/สัปดาห์)									
	ชาย			หญิง			รวม			
	[N=10,437]			[N=4,874]			[N=15,311]			
	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75
Regular excessive with binge	42.2	26.2	79.8	24.4	12.6	45.8	40.7	24.5	76.0	
Regular excessive without binge	19.9	16.5	23.6	11.1	8.7	14.7	18.6	15.1	23.4	
Regular non-excessive with binge	9.3	6.4	11.7	4.4	2.5	5.4	8.9	5.9	11.5	
Regular moderate	5.2	2.6	8.3	2.4	1.3	4.1	4.5	2.1	7.5	

หมายเหตุ: หนึ่งหน่วยดื่มมาตรฐาน เท่ากับ 10 กรัมของเอทานอล

ตารางที่ 4-9 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามกลุ่มของผู้บริโภค

กลุ่มของผู้บริโภค	ค่าใช้จ่ายในการบริโภค (บาท/เดือน)									
	ชาย			หญิง			รวม			
	[N=10,307]			[N=4,783]			[N=15,090]			
	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75
Regular excessive with binge	1,491	816	2,824	939	532	1,828	1,434	781	2,713	
Regular excessive without binge	759	317	1,188	408	208	870	664	278	1,106	
Regular non-excessive with binge	339	180	520	266	174	298	317	180	501	
Regular moderate	162	77	351	87	46	181	141	66	316	
Occasional binge	116	43	241	34	17	81	73	25	184	

ตารางที่ 4-10 สัดส่วนของปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายโดยรวมตามกลุ่มของผู้บริโภค

กลุ่มของผู้บริโภค	สัดส่วนของผู้บริโภค (%)	ปริมาณการบริโภค (%)	ค่าใช้จ่ายในการบริโภค (%)
Regular excessive with binge	23.0	83.0	80.1
Regular excessive without binge	5.2	5.8	6.4
Regular non-excessive with binge	5.5	2.7	3.2
Regular moderate	17.5	5.1	6.0
Occasional binge	13.0	2.4	2.9

หมายเหตุ: ผู้บริโภคในกลุ่ม social drinker มีสัดส่วนของผู้บริโภค ปริมาณการบริโภค และค่าใช้จ่ายในการบริโภค เท่ากับ ร้อยละ 35.8, 1.0 และ 1.4 ตามลำดับ

#### 4.2.2.2 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามลักษณะทางประชากร

เมื่อหาสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยงตามเขตพื้นที่ พบว่า ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยงทั้ง 4 กลุ่มมากที่สุด ร้อยละ 26.7 และ 25.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4-11) ภาคที่มีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบ regular excessive with binge มากที่สุด คือ ภาคเหนือ (ร้อยละ 13.6) และรองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 12.0)

เมื่อเปรียบเทียบตามเขตสาธารณสุข พบว่า เขตที่มีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยงทั้ง 4 กลุ่มมากที่สุด คือ เขต 7 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ร้อยละ 29.5 และรองลงมาคือ เขต 9 (ภาคเหนือ) ร้อยละ 28.6 และเขตที่มีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบ regular excessive with binge มากที่สุด คือ เขต 9 (ภาคเหนือ) ร้อยละ 15.6 และรองลงมาคือเขต 10 (ภาคเหนือ) และ 7 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ร้อยละ 13.1 เท่ากัน

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 15 – 24 ปี และ 25 – 44 ปี มีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยงทั้ง 4 กลุ่ม ร้อยละ 29.0 และ 29.1 และมีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบ regular excessive with binge ร้อยละ 14.7 และ 14.4 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษา มีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยงมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าและระดับอุดมศึกษา มีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยงทั้ง 4 กลุ่ม ร้อยละ 26.1 เท่ากัน และมีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบ regular excessive with binge ร้อยละ 16.1 และ 12.3 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบตามระดับรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 1,230 – 2,500 บาท และ 2,501 – 5,000 บาท มีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยงทั้ง 4 กลุ่ม ร้อยละ 30.5 และ 26.0 ตามลำดับ และมีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบ regular excessive with binge ร้อยละ 13.5 และ 13.8 ตามลำดับ



ตารางที่ 4-11 สัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยง ตามลักษณะภูมิภาค เขตสาธารณสุข การศึกษา และรายได้

	จำนวน รวม	กลุ่มของผู้บริโภค											
		Regular excessive binge		with excessive without binge		Regular excessive binge		non- with binge		Occasional		รวม 4 กลุ่ม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ภูมิภาค</b>													
<b>กรุงเทพฯ</b>	<b>2,338</b>	<b>175</b>	<b>10.6</b>	<b>61</b>	<b>2.1</b>	<b>32</b>	<b>2.1</b>	<b>90</b>	<b>7.0</b>	<b>358</b>	<b>21.9</b>		
<b>กลาง, เขตสาธารณสุข</b>	<b>12,843</b>	<b>1,042</b>	<b>11.4</b>	<b>345</b>	<b>2.8</b>	<b>224</b>	<b>2.3</b>	<b>412</b>	<b>5.4</b>	<b>2,023</b>	<b>22.0</b>		
1	3,199	276	11.0	79	2.4	55	2.2	106	5.5	516	21.2		
2	3,234	249	11.6	79	2.5	60	2.8	121	6.6	509	23.5		
3	3,214	271	12.2	125	4.3	63	2.7	82	4.2	541	23.4		
4	3,196	246	10.8	62	1.8	46	1.7	103	5.7	457	20.0		
<b>เหนือ, เขตสาธารณสุข</b>	<b>8,940</b>	<b>756</b>	<b>13.6</b>	<b>222</b>	<b>3.1</b>	<b>132</b>	<b>2.3</b>	<b>424</b>	<b>7.7</b>	<b>1,534</b>	<b>26.7</b>		
8	3,139	253	12.0	74	2.8	40	1.6	154	7.2	521	23.6		
9	2,831	256	15.6	66	2.5	42	2.3	133	8.3	497	28.6		
10	2,970	247	13.1	82	3.8	50	2.9	137	7.5	516	27.3		
<b>ตะวันออกเฉียงเหนือ, เขตสาธารณสุข</b>	<b>9,373</b>	<b>671</b>	<b>12.0</b>	<b>197</b>	<b>2.5</b>	<b>220</b>	<b>3.6</b>	<b>457</b>	<b>7.9</b>	<b>1,545</b>	<b>25.9</b>		
5	3,147	222	10.7	85	3.1	67	3.2	108	5.1	482	22.0		
6	3,115	219	12.4	56	2.3	76	4.2	193	10.6	544	29.5		
7	3,111	230	13.1	56	2.0	77	3.5	156	7.9	519	26.5		
<b>ใต้, เขตสาธารณสุข</b>	<b>5,721</b>	<b>291</b>	<b>8.9</b>	<b>109</b>	<b>2.5</b>	<b>73</b>	<b>2.3</b>	<b>116</b>	<b>3.6</b>	<b>589</b>	<b>17.4</b>		
11	2,878	133	8.0	62	2.6	39	2.7	61	4.2	295	17.5		
12	2,843	158	9.8	47	2.4	34	2.0	55	3.0	294	17.2		
<b>อายุ (ปี)</b>													
15-24	2,451	366	14.7	49	2.0	93	4.1	200	8.2	708	29.0		
25-44	9,453	1,315	14.4	278	3.0	286	3.2	719	8.4	2,598	29.1		
45-59	7,995	689	9.0	258	3.1	154	1.9	319	4.5	1,420	18.6		
ตั้งแต่ 60 ขึ้นไป	19,316	565	2.5	349	1.6	148	0.7	261	1.4	1,323	6.3		
<b>การศึกษา</b>													
ประถมศึกษา/ต่ำกว่า	29,905	1,785	9.7	700	2.9	408	2.3	892	5.6	3,785	19.3		
มัธยมศึกษา/เทียบเท่า	6,943	920	16.1	184	2.3	217	3.9	436	8.3	1,757	26.1		
อุดมศึกษา	2,135	210	12.3	46	1.9	50	2.4	153	9.4	459	26.1		
<b>รายได้ (บาท/เดือน)</b>													
ต่ำกว่า 1,230 (เส้นความยากจน)	8,470	427	8.3	170	2.2	115	2.8	252	5.9	964	20.5		
1,230 - 2,500	8,854	778	13.5	215	2.9	167	2.8	354	7.0	1,514	30.5		
2,501 - 5,000	8,478	788	13.8	237	3.2	171	2.9	357	6.2	1,553	26.0		
5,001 - 10,000	4,941	429	12.0	132	2.4	95	2.7	206	6.3	862	23.4		
มากกว่า 10,000	2,680	210	10.4	82	3.2	56	2.7	130	7.9	478	23.7		

หมายเหตุ: จังหวัดในเขตสาธารณสุข ดูปีกาณคผนวก ก ตารางที่ ก-4

เมื่อเปรียบเทียบปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภค ที่คำนึงถึงปัจจัยร่วม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ สถานภาพการทำงาน ภูมิภาค และเขตการปกครอง โดยค่าที่ทำนายจากแบบจำลองสองส่วน พบว่า ภูมิภาคที่มีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยมากที่สุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4.6 หน่วยตีมาตรฐานต่อคนต่อสัปดาห์ สำหรับเขตสาธารณสุขที่มีปริมาณการบริโภคมากที่สุด คือ เขต 9 (ภาคเหนือ) เท่ากับ 5.6 หน่วยตีมาตรฐานต่อคนต่อสัปดาห์) และภาคที่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคโดยเฉลี่ยมากที่สุด คือ กรุงเทพฯ เท่ากับ 180 บาทต่อคนต่อเดือน (ตารางที่ 4-12)

เมื่อเปรียบเทียบตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มีปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคมากที่สุด เท่ากับ 11.1 หน่วยตีมาตรฐานต่อคนต่อสัปดาห์ และ 443 บาทต่อคนต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบตามระดับรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ 2,501 – 5,000 บาทต่อเดือน มีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยสูงที่สุด (6.3 หน่วยตีมาตรฐานต่อคนต่อสัปดาห์) แต่ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคโดยเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 180 บาทต่อคนต่อเดือน ซึ่งมากกว่าผู้ที่มีรายได้ 2,501 – 5,000 บาทต่อเดือน และมากกว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจน ประมาณ 2.5 เท่า

ตารางที่ 4-12 ปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามภูมิภาค เขต สาธารณสุข การศึกษา และรายได้

	ปริมาณการบริโภค (หน่วยดื่มมาตรฐาน/สัปดาห์/คน)			ค่าใช้จ่ายในการบริโภค (บาท/เดือน/คน)		
	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ ไทลที่ 25	เปอร์เซ็นต์ ไทลที่ 75	ค่ามัธยฐาน	เปอร์เซ็นต์ ไทลที่ 25	เปอร์เซ็นต์ ไทลที่ 75
	<b>ภูมิภาค</b>					
<b>กรุงเทพฯ</b>	2.9	1.6	22.0	<b>180</b>	100	1,102
<b>กลาง, เขตสาธารณสุข</b>	2.8	1.6	19.9	147	75	737
1	2.7	1.5	19.3	149	72	808
2	2.8	1.7	19.3	138	73	727
3	3.0	1.8	20.1	147	83	737
4	2.9	1.7	20.1	147	75	727
<b>เหนือ, เขตสาธารณสุข</b>	3.4	2.1	20.2	142	69	607
8	3.6	2.0	19.8	142	69	607
9	<b>5.6</b>	2.2	20.5	142	69	607
10	3.2	2.1	19.7	141	69	604
<b>ตะวันออกเฉียงเหนือ, เขต สาธารณสุข</b>	<b>4.6</b>	1.5	13.0	105	52	427
5	4.7	1.4	12.8	105	50	427
6	4.7	1.5	13.0	105	53	428
7	4.0	1.4	13.0	105	50	428
<b>ใต้, เขตสาธารณสุข</b>	1.2	0.6	10.7	64	29	409
11	2.0	0.6	10.7	64	29	409
12	1.1	0.7	10.6	59	31	404
<b>การศึกษา</b>						
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	2.5	1.3	13.6	90	45	427
มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	<b>11.1</b>	2.0	19.3	<b>443</b>	91	771
อุดมศึกษา	3.1	1.5	15.2	161	80	711
<b>รายได้ (บาท/เดือน)</b>						
ต่ำกว่า 1,230 (เส้นความยากจน)	2.3	1.2	12.4	73	36	347
1,230 - 2,500	3.2	1.8	16.7	130	62	526
2,501 - 5,000	<b>6.3</b>	1.7	16.7	175	67	607
5,001 - 10,000	4.0	1.5	16.5	168	68	681
มากกว่า 10,000	3.7	1.3	14.5	<b>180</b>	80	730

หมายเหตุ: คำนวณปริมาณและค่าใช้จ่ายในการบริโภคที่ค้ำึงถึงปัจจัยร่วม (n=32,345) ใต้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ สถานภาพการทำงาน ภูมิภาค และเขตการปกครอง โดยใช้ค่าทำนาย (predicted value) รายบุคคลจากแบบจำลองสองส่วน (two-part model)

#### 4.2.2.3 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี

ผลจากการศึกษานี้ พบว่า เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี (ในการศึกษานี้คือผู้ที่มีอายุ 15-17 ปี) หรือ underage drinking เป็นกลุ่มอายุที่ห้ามจำหน่ายหรือให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตาม พ.ร.บ.คุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 มีสัดส่วนของผู้ที่เคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 52.4 และสำหรับในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เท่ากับ ร้อยละ 47.3 ของประชากรในกลุ่มนี้ (ร้อยละ 59.4 ในเพศชาย และ 34.9 ในเพศหญิง)

มีเด็กที่บริโภคแบบเสี่ยงที่เกินข้อแนะนำทั้งต่อวันและต่อสัปดาห์ (regular excessive with binge) เท่ากับร้อยละ 7.3 (ร้อยละ 11.2 ในเพศชาย และ 3.2 ในเพศหญิง) โดยมีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ย เท่ากับ 35.1 และ 20.1 หน่วยดื่มมาตรฐานต่อสัปดาห์ สำหรับเพศชายและหญิง ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายจากการบริโภคเท่ากับ 1,125 และ 693 บาทต่อเดือน สำหรับเพศชายและหญิง ตามลำดับ (ตารางที่ 4-13)

เมื่อวิเคราะห์หาส่วนแบ่งของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ในการบริโภคโดยรวมทั้งหมด พบว่า ปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคของเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 2.9 และ 3.2 ของปริมาณการบริโภคทั้งหมด และของค่าใช้จ่ายในการบริโภคทั้งหมด ตามลำดับ โดยผู้บริโภครวมนี้ มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 4.5 ของจำนวนผู้บริโภครวม

ตารางที่ 4-13 สัดส่วนของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (15-17 ปี)

กลุ่มของผู้บริโภค	ชาย [N=376], จำนวน (ร้อยละ)	หญิง [N=287], จำนวน (ร้อยละ)	รวม [N=663], จำนวน (ร้อยละ)
ผู้ที่ไม่เคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในชีวิตนี้ (lifetime abstainer)	145 (36.7)	176 (58.8)	321 (47.6)
ผู้ที่เคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ได้ดื่มในช่วง 12 เดือน ก่อนการสัมภาษณ์ (former drinker)	18 (4.0)	15 (6.3)	33 (5.1)
ผู้ที่เคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน ก่อนการสัมภาษณ์ (current drinker)	213 (59.4)	96 (34.9)	309 (47.3)
Regular excessive with binge	35 (11.2)	7 (3.2)	42 (7.3)
Regular excessive without binge	5 (1.6)	0	5 (0.8)
Regular non-excessive with binge	14 (4.8)	0	14 (2.4)
Regular moderate	31 (9.1)	0	31 (4.6)
Occasional binge	34 (10.1)	16 (6.4)	50 (8.3)
ปริมาณการบริโภคในกลุ่ม regular excessive with binge (หน่วยดื่มมาตรฐาน/สัปดาห์), Median (IQR)	35.1 (28.6; 97.0)	20.1 (9.7; 32.1)	32.9 (20.1; 80.4)
ค่าใช้จ่ายจากการบริโภคในกลุ่ม regular excessive with binge (หน่วยดื่มมาตรฐาน/สัปดาห์), Median (IQR)	1,125 (641; 3,396)	693 (634; 1,172)	928 (634; 3,118)

หมายเหตุ: ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองเด็ก มาตราที่ 26 (10) ห้ามจำหน่ายหรือให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี

IQR (interquartile range) - ช่วงของค่าที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75

เมื่อพิจารณาตามภูมิภาค พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนของเด็กที่รายงานว่าจะดื่มในช่วง 12 เดือน เท่ากับร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ ภาคเหนือ (ร้อยละ 50.3) และภาคกลาง (ร้อยละ 47.7) นอกจากนี้ ยังพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนของเด็กกลุ่มดังกล่าวที่บริโภคแบบ regular excessive with binge เท่ากับร้อยละ 11.1 เมื่อคำนวณปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยในเด็กพบว่า ในภาคใต้ เท่ากับ 1.9 หน่วยดื่มมาตรฐานต่อสัปดาห์ต่อคน รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (1.5 หน่วยดื่ม) และภาคเหนือ (0.8 หน่วยดื่ม)

สำหรับเขตสาธารณสุข พบว่า เขตที่มีสัดส่วนของผู้บริโภคเด็กมากที่สุด สามอันดับแรก ได้แก่ เขต 6 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ), 4 (ภาคกลาง), และ 9 (ภาคเหนือ) เท่ากับร้อยละ 65.7, 58.4, และ 54.9 ตามลำดับ, โดยเขตที่มีสัดส่วนของเด็กที่บริโภคแบบ regular excessive with binge มากที่สุด คือ เขต 6 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ร้อยละ 16.2 รองลงมาคือเขต 9 และเขต 10 (ภาคเหนือ), เมื่อคำนวณปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อคน พบว่า เขตที่มีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยสูงสุด สามอันดับแรก ได้แก่ เขต 7 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ), 12 (ภาคใต้), และ 8 มีปริมาณการดื่ม (หน่วยดื่มมาตรฐานต่อสัปดาห์ต่อคน) เท่ากับ 3.9, 2.9, และ 1.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 4-14)

ตารางที่ 4-14 สัดส่วนของผู้บริโภคและปริมาณในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (15-17 ปี) ตามภูมิภาค และเขตสาธารณสุข

ภูมิภาค	จำนวนรวม	การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี		
		จำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, n (%)	จำนวนผู้บริโภคแบบ regular excessive with binge, n (%)	ปริมาณการบริโภค (standard drink/week), Median (IQR)
<b>กรุงเทพฯ</b>	29	7 (28.0)	0	0.03 (0.02, 0.2)
<b>กลาง, เขตสาธารณสุข</b>	205	99 (47.7)	9 (2.8)	0.2 (0.05, 1.9)
1	60	31 (49.6)	6 (7.1)	0.2 (0.1, 2.3)
2	49	26 (45.6)	2 (3.3)	0.4 (0.1, 4.3)
3	62	25 (38.7)	1 (0.9)	0.6 (0.1, 2.0)
4	34	17 (58.4)	0	0.1 (0.04, 0.4)
<b>ตะวันออกเฉียงเหนือ, เขตสาธารณสุข</b>	184	99 (53.0)	20 (11.1)	1.5 (0.3, 12.0)
5	58	28 (43.6)	7 (8.4)	0.9 (0.1, 10.7)
6	67	44 (65.7)	10 (16.2)	1.5 (0.3, 12.2)
7	59	27 (47.3)	3 (7.6)	3.9 (0.3, 9.7)
<b>เหนือ, เขตสาธารณสุข</b>	147	67 (50.3)	9 (8.9)	0.8 (0.2, 9.4)
8	77	37 (50.9)	4 (8.2)	1.6 (0.1, 13.3)
9	34	13 (54.9)	2 (10.1)	0.9 (0.2, 9.4)
10	36	17 (45.9)	3 (8.4)	0.7 (0.3, 5.0)
<b>ใต้, เขตสาธารณสุข</b>	98	37 (33.0)	4 (4.2)	1.9 (0.7, 8.2)
11	41	15 (32.3)	2 (4.7)	1.5 (0.8, 17.4)
12	57	22 (33.4)	2 (4.0)	2.9 (0.7, 8.2)

หมายเหตุ: IQR (interquartile range) - ช่วงของค่าที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 และ 75

#### 4.2.2.4 สัดส่วนของการบริโภคเกินข้อแนะนำต่อวันและต่อสัปดาห์

เมื่อคำนวณปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคที่เกินข้อแนะนำต่อวันและต่อสัปดาห์ สำหรับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป พบว่า การบริโภคส่วนที่เกินข้อแนะนำ มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 66.6 ของปริมาณการบริโภคโดยรวมทั้งหมด และร้อยละ 62.9 ของค่าใช้จ่ายในการบริโภคโดยรวมทั้งหมด สัดส่วนของการบริโภคที่เกินส่วนใหญ่เป็นของผู้บริโภคในกลุ่ม regular excessive with binge ถึงแม้ว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้มีสัดส่วนของผู้บริโภค เพียงร้อยละ 22.3 ของผู้บริโภคทั้งหมด แต่มีสัดส่วนของการบริโภคที่เกินข้อแนะนำสูงถึงร้อยละ 63.6 ของปริมาณการบริโภคโดยรวมทั้งหมด และร้อยละ 59.9 ของค่าใช้จ่ายในการบริโภคโดยรวมทั้งหมด (ตารางที่ 4-15)

เมื่อรวมการบริโภคที่เกินข้อแนะนำต่อวันและต่อสัปดาห์ของผู้ใหญ่ (ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป) และการบริโภคของเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี (ร้อยละ 2.9 และ 3.2 สำหรับปริมาณการบริโภค และค่าใช้จ่ายในการบริโภค ตามลำดับ) พบว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กซึ่งผิดกฎหมายและในผู้ใหญ่ที่เกินข้อแนะนำต่อวันและต่อสัปดาห์ มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 69.6 ของปริมาณการบริโภคทั้งหมด และร้อยละ 66.1 ของค่าใช้จ่ายในการบริโภคทั้งหมด

ตารางที่ 4-15 สัดส่วนของปริมาณและค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกินข้อจำกัดการบริโภคต่อวันและต่อสัปดาห์ของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป

กลุ่มของผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป	สัดส่วนของผู้บริโภค (%)	สัดส่วนของการบริโภค (%)	สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการบริโภค (%)	สัดส่วนของการบริโภคในเด็กและในผู้ใหญ่ที่บริโภคเกินข้อแนะนำ (%)	
				ปริมาณการบริโภค	ค่าใช้จ่ายในการบริโภค
Regular excessive with binge	22.3	80.6	77.6	63.6	59.9
Regular excessive without binge	5.1	5.7	6.3	2.0	2.2
Regular non-excessive with binge	5.2	2.5	3.1	0.3	0.2
Occasional binge	12.1	2.4	2.8	0.7	0.5
<b>รวม</b>				<b>66.6</b>	<b>62.9</b>

หมายเหตุ: สัดส่วนของผู้บริโภคกลุ่ม social และ regular moderate drinker ที่เป็นผู้ใหญ่ เท่ากับ 50.8% ซึ่งมีสัดส่วนของปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภค เท่ากับ 5.9% และ 7.1% ตามลำดับ, สำหรับ regular excessive with binge และ regular excessive without binge drinker คำนวณการบริโภคส่วนเกินของ excessive drinking และ regular non-excessive with binge และ occasional binge drinker คำนวณการบริโภคส่วนเกินของ binge drinking

#### 4.1.3 สรุป ลักษณะการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การศึกษานี้ เป็นการวิเคราะห์รูปแบบการบริโภคเพิ่มเติมจากการวิเคราะห์หลักของการสำรวจสภาวะสุขภาพอนามัยของประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 3 ที่สำรวจการบริโภคในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา โดยอาศัยเกณฑ์คำแนะนำในการจำกัดปริมาณการบริโภคต่อวันและต่อสัปดาห์ (มากกว่า 4 หน่วยดื่มต่อวัน และ 14 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ สำหรับชาย และ 3 หน่วยดื่มต่อวัน และ 7 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ สำหรับหญิง) และใช้หน่วยดื่มมาตรฐานที่กำหนดสำหรับคนไทย (10 กรัมของเอทานอล) โดยสำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต การศึกษานี้ พบว่า สัดส่วนผู้บริโภคแบบเสี่ยงเท่ากับร้อยละ 23.7 มีส่วนแบ่งของปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคโดยรวมถึง ร้อยละ 93.9 และ 93.6 ตามลำดับ สำหรับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี รายงานว่า เคยดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาเท่ากับร้อยละ 47.3 และเด็กกลุ่มนี้ที่บริโภคแบบเสี่ยง มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 18.9 หากสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กกลง จะทำให้ปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายจากการบริโภคลดลง ร้อยละ 2.9 และ 3.2 ตามลำดับ สำหรับผู้ใหญ่ (อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป) มีสัดส่วนของการบริโภคที่เกินข้อแนะนำเท่ากับร้อยละ 66.6 ของปริมาณการบริโภคโดยรวม หรือร้อยละ 62.9 ของค่าใช้จ่ายในการบริโภค

เมื่อพิจารณาตามสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยง พบว่า ภาคเหนือมีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบ regular excessive with binge เท่ากับร้อยละ 13.6 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกลาง (ร้อยละ 12 และ 11 ตามลำดับ) เมื่อพิจารณาตามสัดส่วนของผู้บริโภคในเด็ก พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนของผู้บริโภคในเด็ก เท่ากับร้อยละ 53.0 รองลงมา คือ ภาคเหนือ และภาคกลาง (ร้อยละ 50.0 และ 47.7 ตามลำดับ)

เมื่อพิจารณาตามปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อประชากร พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีปริมาณการบริโภคกับ 4.6 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ ภาคเหนือ และกรุงเทพฯ (3.4 และ 2.9 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ ตามลำดับ) ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 2,501 – 5,000 บาทต่อเดือน เป็นกลุ่มที่มีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อคนมากที่สุด (11.1 และ 6.3 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ ตามลำดับ)

## 4.2 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา

นำเสนอผลการศึกษาเป็น 4 ส่วน ได้แก่ การเทียบเคียงข้อมูลการบริโภคจากการสำรวจและรายงานการขาย, ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง, การวิเคราะห์ความไว, และสรุปและวิจารณ์ผลการประมาณการ

### 4.2.1 การเทียบเคียงข้อมูลการบริโภคจากการสำรวจและรายงานการขาย

#### 4.2.1.1 เปรียบเทียบการบริโภคจากการสำรวจและรายงานการขาย

เมื่อเปรียบเทียบปริมาณการบริโภคโดยรวมของประชากร ระหว่างข้อมูลการสำรวจและข้อมูลรายงานการขายในปี 2546 (จากปริมาณการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศ การผลิตสุราแช่พื้นเมือง และการนำเข้าสุราจากต่างประเทศ ในภาคผนวก ค ตารางที่ ค-11) พบว่า ปริมาณการบริโภคที่คำนวณจากข้อมูลการสำรวจ เท่ากับ 271.9 ล้านลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 71.3 ของปริมาณการบริโภคที่คำนวณจากรายงานการขาย (381.4 ล้านลิตร)

เมื่อเปรียบเทียบตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เบียร์ มีปริมาณการบริโภคที่ใกล้เคียงกัน ระหว่างข้อมูลการสำรวจ (73.3 ล้านลิตร) และรายงานการขาย (75.3 ล้านลิตร) (ตารางที่ 4-16) แต่สำหรับสุราขาวและสุราสี ปริมาณการบริโภคจากข้อมูลการสำรวจน้อยกว่าจากรายงานการขาย (125.5 ล้านลิตร vs. 198.2 ล้านลิตร และ 65.2 ล้านลิตร vs. 100.7 ล้านลิตร) สำหรับกลุ่มไวน์ฯ ปริมาณการบริโภคจากข้อมูลการสำรวจเท่ากับ 8.1 ล้านลิตร (7.1 ของไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง และ 1.0 ของคูลเลอร์) ซึ่งสูงกว่าปริมาณการบริโภคจากรายงานการขาย (2.3 ของไวน์ และ 0.4 ของสุราแช่พื้นเมือง) ประมาณ 5.4 ล้านลิตร เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของการบริโภคตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ข้อมูลการสำรวจและรายงานการขาย มีสัดส่วนการบริโภคของสุราขาวมากที่สุด (ร้อยละ 46.2 และ 52.0) รองลงมาคือ สุราสี (ร้อยละ 24.0 และ 27.7) และเบียร์ (ร้อยละ 27.0 และ 19.8) สำหรับไวน์ฯ มีสัดส่วนการบริโภคน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.0 และ 0.7)

ตารางที่ 4-16 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปี 2546 ตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ข้อมูลจากรายงานการขาย *, ปริมาณ (ร้อยละ)	ข้อมูลจากการสำรวจผู้บริโภค, ปริมาณ (ร้อยละ)
สุราขาว	198.2 (52.0)	125.5 (46.2)
สุราสีในประเทศ	45.2 (12.9)	65.2 (24.0)
สุราสีนำเข้า	55.5 (14.6)	
เบียร์	75.3 (19.8)	73.3 (27.0)
ไวน์ฯ	2.7 (0.7)	8.1 (3.0)
<b>รวม</b>	<b>381.4 (100)</b>	<b>271.9 (100)</b>

หมายเหตุ: หน่วย เป็นล้านลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์

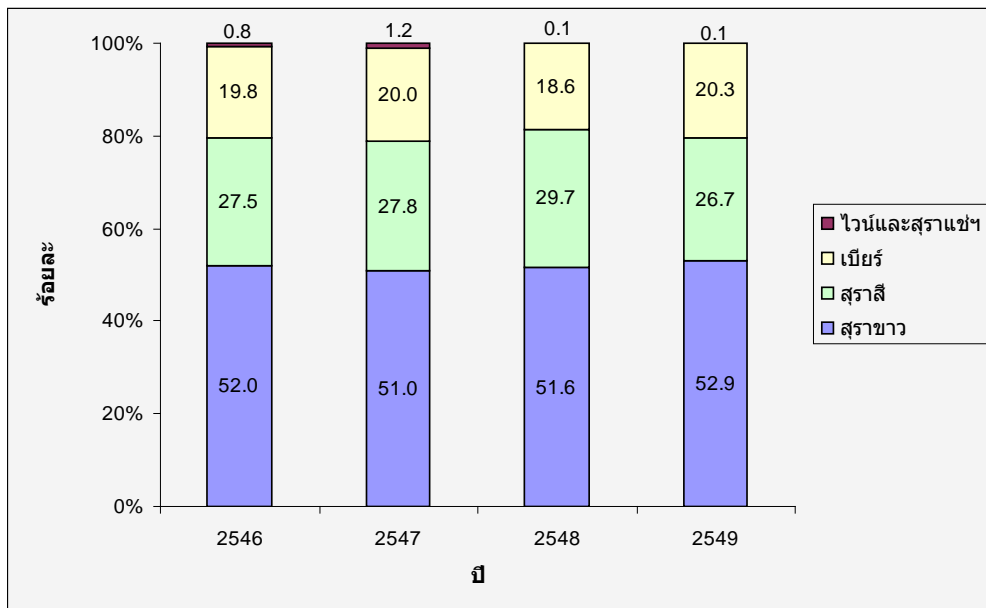
ที่มา: \* กรมสรรพสามิต ใน บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ (2550) จากข้อมูลรายงานการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศ (สุราขาว สุราสีในประเทศ เบียร์ และไวน์) การผลิตสุราแช่พื้นเมือง และการนำเข้าสุราต่างประเทศ



**4.2.1.2 เปรียบเทียบรูปแบบการบริโภค ระหว่างปีที่สำรวจข้อมูลผู้บริโภคและปีก่อนการขึ้นราคา**

จากข้อมูลรายงานการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ การผลิตสุราแช่พื้นเมือง และการนำเข้าสุราต่างประเทศ ที่รวบรวมไว้โดย นพ.บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ (2550) นำมาคำนวณปริมาณการบริโภคหน่วยเป็นลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ระหว่างปี 2546 – 2549 (ปีก่อนขึ้นภาษีในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีรายงาน) (ดูภาคผนวก ค ตารางที่ ค-11) พบว่า ในปี 2549 มีปริมาณการบริโภค 398.8 ล้านลิตร เพิ่มขึ้นจากปี 2546 (381.4 ล้านลิตร) ร้อยละ 4.6 เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนการบริโภคของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท พบว่า ปี 2549 และ ปี 2546 มีสัดส่วนการบริโภคของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทใกล้เคียงกัน โดยสุรามีสัดส่วนการบริโภคสูงสุด (ร้อยละ 52.9 และ 52.0 ตามลำดับ) รองลงมาคือ สุราสี (ร้อยละ 26.7 และ 27.4 ตามลำดับ) และเบียร์ (ร้อยละ 20.3 และ 19.8 ตามลำดับ) ส่วนไวน์และสุราแช่พื้นเมืองเป็นเครื่องดื่มที่มีสัดส่วนการบริโภคน้อยที่สุดทั้งสองปี (รูปที่ 4-2) จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าถึงแม้ว่า ปริมาณการบริโภคในปี 2549 จะเพิ่มสูงขึ้นจากปี 2546 เกือบร้อยละ 5 แต่รูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรยังคงมีลักษณะใกล้เคียงกัน

รูปที่ 4-2 สัดส่วนการบริโภคของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท ระหว่างปี 2546-2549



ที่มา: กรมสรรพสามิต ใน บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ (2550) รายละเอียดการคำนวณในภาคผนวก ค ตารางที่ ค-11

## 4.2.2 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา

### 4.2.2.1 สถานการณ์ที่ 1: การขึ้นราคาตาม สถานการณ์ปัจจุบัน

การขึ้นอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานการณ์ปัจจุบัน (สถานการณ์ที่ 1) ซึ่งทำให้ราคาของสุรากลั่น 3 ชนิด เพิ่มขึ้นด้วยอัตราต่างๆ ได้แก่ สุราขาว (เหล้าโรง 28 ดีกรี 13.3% เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี 12.5%) สุราผสม (9.5%) และบรันดี้ (4.8%) จะทำให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมลดลง (ตารางที่ 4-17)

ผลการคำนวณโดยใช้ค่า price elasticity จากข้อมูลอนุกรมเวลา พบว่า ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลง 20.77 ล้านลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์จากปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา (271.91 ล้านลิตร) หรือเท่ากับ ร้อยละ 7.6 เมื่อพิจารณาตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ปริมาณการบริโภคของสุราขาว ได้แก่ เหล้าโรง 28 ดีกรี และเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี ลดลงร้อยละ 15.3 (6.92 ล้านลิตร) และ 13.7 (11.02 ล้านลิตร) ตามลำดับ และของสุราสี ได้แก่ สุราผสมโซดาฯ และบรันดี้ฯ ลดลงร้อยละ 5.4 (3.37 ล้านลิตร) และ 5.1 (0.13 ล้านลิตร) ตามลำดับ สำหรับสุราแช่ พบว่า ปริมาณการบริโภคของเบียร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 (0.66 ล้านลิตร)

ผลการคำนวณโดยใช้ค่า price elasticity จากข้อมูลสำรวจรายบุคคล พบว่า ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลงร้อยละ 3.8 (10.20 ล้านลิตร) เมื่อพิจารณาตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ปริมาณการบริโภคของเหล้าโรง 28 ดีกรี และเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี ลดลงร้อยละ 9.5 (4.28 ล้านลิตร) และ 8.3 (6.63 ล้านลิตร) ตามลำดับ และของสุราผสมโซดาฯ และบรันดี้ฯ ลดลงร้อยละ 3.2 (1.99 ล้านลิตร) และ 3.0 (0.08 ล้านลิตร) ตามลำดับ สำหรับเบียร์มีปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 (2.77 ล้านลิตร)

ผลการคำนวณโดยใช้ค่า price elasticity จากข้อมูลของ Chisholm et al (2004) พบว่า ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลงร้อยละ 1.4 (3.82 ล้านลิตร) เมื่อพิจารณาตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ปริมาณการบริโภคของเหล้าโรง 28 ดีกรี และเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี ลดลงร้อยละ 2.8 (1.25 ล้านลิตร) และ 2.4 (1.90 ล้านลิตร) ตามลำดับ และของสุราผสมโซดาฯ และบรันดี้ฯ ลดลงร้อยละ 1.0 (0.65 ล้านลิตร) และ 1.0 (0.02 ล้านลิตร) ตามลำดับ

โดยสรุป การขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเงื่อนไขของสถานการณ์ปัจจุบัน จะทำให้ปริมาณการบริโภคโดยรวมลดลงได้ตั้งแต่ร้อยละ 1.4 ถึง 7.6 (หรือ 3.82 ถึง 20.77 ล้านลิตร) ขึ้นกับค่า price elasticity ที่ใช้ ทั้งนี้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่มีการขึ้นราคา ได้แก่ เหล้าโรง 28 ดีกรี เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี สุราผสมโซดาฯ และบรันดี้ฯ จะมีปริมาณการบริโภคลดลง ตั้งแต่ร้อยละ 2.8 – 15.3, 2.4 – 13.7, 1.0 – 5.4, และ 1.0 – 5.1 ตามลำดับ สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นคือ เบียร์ จะมีปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้น เนื่องจากการบริโภคทดแทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ถูกขึ้นราคา ซึ่งการเพิ่มขึ้นมีสัดส่วนตั้งแต่ร้อยละ 0.9 ถึง 3.8

ตารางที่ 4-17 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง จากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา*	ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง (ตามชุดค่า price elasticity)					
		ข้อมูลอนุกรมเวลา <sup>a</sup>		ข้อมูลสำรวจรายบุคคล <sup>b</sup>		ข้อมูลของ Chisholm et al (2004) <sup>c</sup>	
		ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	80.18	-11.02	-13.7	-6.63	-8.3	-1.90	-2.4
เหล้าโรง 28 ดีกรี	45.23	-6.92	-15.3	-4.28	-9.5	-1.25	-2.8
สุราผสมโซดา	62.63	-3.37	-5.4	-1.99	-3.2	-0.65	-1.0
บรันดี หรือคอนยัค	2.52	-0.13	-5.1	-0.08	-3.0	-0.02	-1.0
เบียร์	73.24	0.66	0.9	2.77	3.8	n/a	n/a
ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง	7.09	0	0	0	0	n/a	n/a
คูลเลอร์	1.01	0	0	0	0	n/a	n/a
<b>รวม</b>	<b>271.91</b>	<b>-20.77</b>	<b>-7.6</b>	<b>-10.20</b>	<b>-3.8</b>	<b>-3.82</b>	<b>-1.4</b>

\* ปริมาณ หน่วยเป็น ล้านลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์, n/a = not applicable

<sup>a</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) โดยข้อมูลอนุกรมเวลา

<sup>b</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล

<sup>c</sup> ค่า price elasticity ของ Chisholm et al (2004)

#### 4.2.2.2 สถานการณ์ที่ 2: การขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบัน พร้อมขึ้นราคาสุราแช่ ร้อยละ 10

ผลการคำนวณโดยใช้ค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา ชุดข้อมูลสำรวจรายบุคคล และชุดจาก Chisholm et al (2004) พบว่า หากมีการขึ้นราคากลุ่มสุราแช่ร่วมด้วย (สถานการณ์ที่ 2) จะทำให้ปริมาณการบริโภคโดยรวมลดลง ร้อยละ 9.9, 4.1, 3.6, และ 3.2 ตามลำดับ หรือคิดเป็น 8.82 – 26.88 ล้านลิตร (ตารางที่ 4-18)

เมื่อใช้ค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา พบว่า ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลงร้อยละ 9.9 หรือเท่ากับ 26.88 ล้านลิตร โดยเหล้าโรง 28 ดีกรี และเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี ลดลงร้อยละ 8.0 (3.64 ล้านลิตร) และ 7.2 (5.80 ล้านลิตร) ตามลำดับ สุราผสมโซดา และบรันดีฯ ลดลงร้อยละ 6.4 (4.02 ล้านลิตร) และ 6.2 (0.16 ล้านลิตร) ตามลำดับ เบียร์ลดลงร้อยละ 18.4 (13.46 ล้านลิตร) แต่ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง และคูลเลอร์ มีปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 (0.17 ล้านลิตร) และ 1.9 (0.02 ล้านลิตร) ตามลำดับ

เมื่อใช้ค่า price elasticity ชุดข้อมูลสำรวจรายบุคคล พบว่า ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลงใกล้เคียงกับสถานการณ์ปัจจุบัน คือ ร้อยละ 4.1 (11.10 ล้านลิตร) โดยเหล้าโรง 28 ดีกรี และเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี ลดลงเท่ากับสถานการณ์ปัจจุบัน สุราผสมโซดา และบรันดีฯ ลดลงร้อยละ 1.8 (1.16 ล้านลิตร) และ 1.7 (0.04 ล้านลิตร) ตามลำดับ แต่เบียร์มีปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.1 (0.82 ล้านลิตร) ซึ่งน้อยกว่าในสถานการณ์ปัจจุบัน และการขึ้นราคาแบบที่ 2.1 และไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง และคูลเลอร์ เพิ่มขึ้นเท่ากับเมื่อใช้ค่า price elasticity ชุดที่ 1

เมื่อใช้ค่า price elasticity จากข้อมูลของ Chisholm et al (2004) พบว่า ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลงร้อยละ 3.6 (9.89 ล้านบาท) โดยสุราขาวและสุราสีลดลงเท่ากับในสถานการณ์ปัจจุบัน (เนื่องจากไม่มีค่า cross-price elasticity ของราคาสุราแช่) สำหรับกลุ่มสุราแช่ มีปริมาณการบริโภคที่ลดลง ดังนี้ เบียร์ ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง และคูลเลอร์ ลดลงร้อยละ 7.2 (5.28 ล้านบาท) 9.5 (0.67 ล้านบาท) และ 11.7 (0.12 ล้านบาท) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-18 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง จากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบันและขึ้นราคากลุ่มสุราแช่ ร้อยละ 10

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา*	ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง (ตามชุดค่า price elasticity)					
		ข้อมูลอนุกรมเวลา <sup>a</sup>		ข้อมูลสำรวจรายบุคคล <sup>b</sup>		ข้อมูลของ Chisholm et al (2004) <sup>c</sup>	
		ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	80.18	-5.80	-7.2	-6.63	-8.3	-1.90	-2.4
เหล้าโรง 28 ดีกรี	45.23	-3.64	-8.0	-4.28	-9.5	-1.25	-2.8
สุราผสมโซดา	62.63	-4.02	-6.4	-1.16	-1.8	-0.65	-1.0
บรันดี หรือคอนยัก	2.52	-0.16	-6.2	-0.04	-1.7	-0.02	-1.0
เบียร์	73.24	-13.46	-18.4	0.82	1.1	-5.28	-7.2
ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง	7.09	0.17	2.3	0.17	2.3	-0.67	-9.5
คูลเลอร์	1.01	0.02	1.9	0.02	1.9	-0.12	-11.7
<b>รวม</b>	<b>271.91</b>	<b>-26.88</b>	<b>-9.9</b>	<b>-11.10</b>	<b>-4.1</b>	<b>-9.89</b>	<b>-3.6</b>

\* ปริมาณ หน่วยเป็น ล้านบาทของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์

<sup>a</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) โดยข้อมูลอนุกรมเวลา

<sup>b</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล

<sup>c</sup> ค่า price elasticity ของ Chisholm et al (2004)

#### 4.2.2.3 สถานการณ์ที่ 3: การขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท

##### 1) การขึ้นราคาทุกประเภท ร้อยละ 25

จากการคำนวณ พบว่า การขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมกันทุกประเภท ร้อยละ 25 (สถานการณ์ที่ 3 ร้อยละ 25 ซึ่งไม่มีการบริโภคทดแทนกัน) จะทำให้ปริมาณการบริโภคโดยรวมลดลงร้อยละ 40.5, 15.4 และ 8.8 เมื่อใช้ค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา ชุดข้อมูลสำรวจรายบุคคล และชุดจาก Chisholm et al (2004) ตามลำดับ (ตารางที่ 4-19)

เมื่อใช้ค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลงร้อยละ 40.4 (109.76 ล้านบาท) และปริมาณการบริโภคของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทลดลง โดยลดลงมากสำหรับเบียร์ ร้อยละ 48.2 (35.31 ล้านบาท) รองลงมา คือ เหล้าโรง 28 ดีกรี และเหล้าขาว 40 ดีกรี (ร้อยละ 47.3 (33.62 ล้านบาท) และร้อยละ 41.9 (21.37 ล้านบาท) ตามลำดับ และไวน์หรือสุราแช่พื้นเมืองลดลงน้อยที่สุด ร้อยละ 19.9 (1.41 ล้านบาท)

เมื่อใช้ค่า price elasticity ชุดข้อมูลสำรวจรายบุคคล ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลงร้อยละ 40.4 (109.76 ล้านบาท) และปริมาณการบริโภคของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุก

ประเภทลดลง โดยลดลงมากสำหรับकुलเลอร์ ร้อยละ 25.7 (0.26 ล้านลิตร) รองลงมา คือ เหล้าโรง 28 ดีกรี และเหล้าขาว 40 ดีกรี (ร้อยละ 21.8 (9.87 ล้านลิตร) และร้อยละ 18.8 (15.09 ล้านลิตร)) ตามลำดับ และเบียร์ลดลงน้อยที่สุด ร้อยละ 6.7 (4.88 ล้านลิตร)

เมื่อใช้ค่า price elasticity จากข้อมูลของ Chisholm et al (2004) ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลงร้อยละ 8.8 (23.85 ล้านลิตร) โดยเหล้าโรง 28 ดีกรี และเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี ลดลงร้อยละ 5.2 (2.35 ล้านลิตร) และ 3.7 (2.99 ล้านลิตร) ตามลำดับ สุราผสมโซดา และบรันดี้ ลดลงร้อยละ 5.3 (3.29 ล้านลิตร) และ 5.1 (0.13 ล้านลิตร) ตามลำดับ สำหรับเบียร์, ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง และकुलเลอร์ มีปริมาณการบริโภคลดลงร้อยละ 18.0 (13.18 ล้านลิตร) 22.8 (1.61 ล้านลิตร) และ 29.2 (0.29 ล้านลิตร) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-19 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาทุกประเภท ร้อยละ 25

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา*	ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง (ตามชุดค่า price elasticity)					
		ข้อมูลอนุกรมเวลา <sup>a</sup>		ข้อมูลสำรวจรายบุคคล <sup>b</sup>		ข้อมูลของ Chisholm et al (2004) <sup>c</sup>	
		ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	80.18	-33.62	-41.9	-15.09	-18.8	-2.99	-3.7
เหล้าโรง 28 ดีกรี	45.23	-21.37	-47.3	-9.87	-21.8	-2.35	-5.2
สุราผสมโซดา	62.63	-17.12	-27.3	-10.09	-16.1	-3.29	-5.3
บรันดี้ หรือคอนยัก	2.52	-0.67	-26.5	-0.39	-15.7	-0.13	-5.1
เบียร์	73.24	-35.31	-48.2	-4.88	-6.7	-13.18	-18.0
ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง	7.09	-1.41	-19.9	-1.41	-19.9	-1.61	-22.8
कुलเลอร์	1.01	-0.26	-25.7	-0.26	-25.7	-0.29	-29.2
<b>รวม</b>	<b>271.91</b>	<b>-109.76</b>	<b>-40.4</b>	<b>-41.99</b>	<b>-15.4</b>	<b>-23.85</b>	<b>-8.8</b>

\* ปริมาณ หน่วยเป็น ล้านลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์

<sup>a</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) โดยข้อมูลอนุกรมเวลา

<sup>b</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล

<sup>c</sup> ค่า price elasticity ของ Chisholm et al (2004)

## 2) การขึ้นราคาทุกประเภท ร้อยละ 50

การขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมกันทุกประเภท ร้อยละ 50 (สถานการณ์ที่ 3 ร้อยละ 50) จะทำให้ปริมาณการบริโภคโดยรวมลดลงประมาณ 2 เท่าของการขึ้นราคาร้อยละ 25 ผลการคำนวณโดยใช้ค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา ข้อมูลสำรวจรายบุคคล และข้อมูลของ Chisholm et al (2004) พบว่า หากมีการขึ้นราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบที่ 3 ร้อยละ 50 จะทำให้ปริมาณการบริโภคโดยรวมลดลง ร้อยละ 80.9, 31.0 และ 17.7 ตามลำดับ หรือคิดเป็น 219.96, 84.41 และ 61.41 ล้านลิตร ตามลำดับ (ตารางที่ 4-20)

ตารางที่ 4-20 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาทุกประเภท ร้อยละ 50

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา*	ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง (ตามชุดค่า price elasticity)					
		ข้อมูลอนุกรมเวลา <sup>a</sup>		ข้อมูลสำรวจรายบุคคล <sup>b</sup>		ข้อมูลของ Chisholm et al (2004) <sup>c</sup>	
		ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	80.18	-67.65	-84.4	-30.58	-38.1	-6.37	-7.9
เหล้าโรง 28 ดีกรี	45.23	-42.75	-94.5	-19.73	-43.6	-4.69	-10.4
สุราผสมโซดา	62.63	-34.24	-54.7	-20.19	-32.2	-6.58	-10.5
บรันดี หรือคอนยัค	2.52	-1.34	-53.1	-0.79	-31.3	-0.26	-10.2
เบียร์	73.24	-70.61	-96.4	-9.75	-13.3	-26.35	-36.0
ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง	7.09	-2.86	-40.3	-2.86	-40.3	-3.26	-46.0
คูลเลอร์	1.01	-0.52	-51.4	-0.52	-51.4	-0.59	-58.4
<b>รวม</b>	<b>271.91</b>	<b>-219.96</b>	<b>-80.9</b>	<b>-84.41</b>	<b>-31.0</b>	<b>-48.10</b>	<b>-17.7</b>

\* ปริมาณ หน่วยเป็น ล้านลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์

<sup>a</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) โดยข้อมูลอนุกรมเวลา

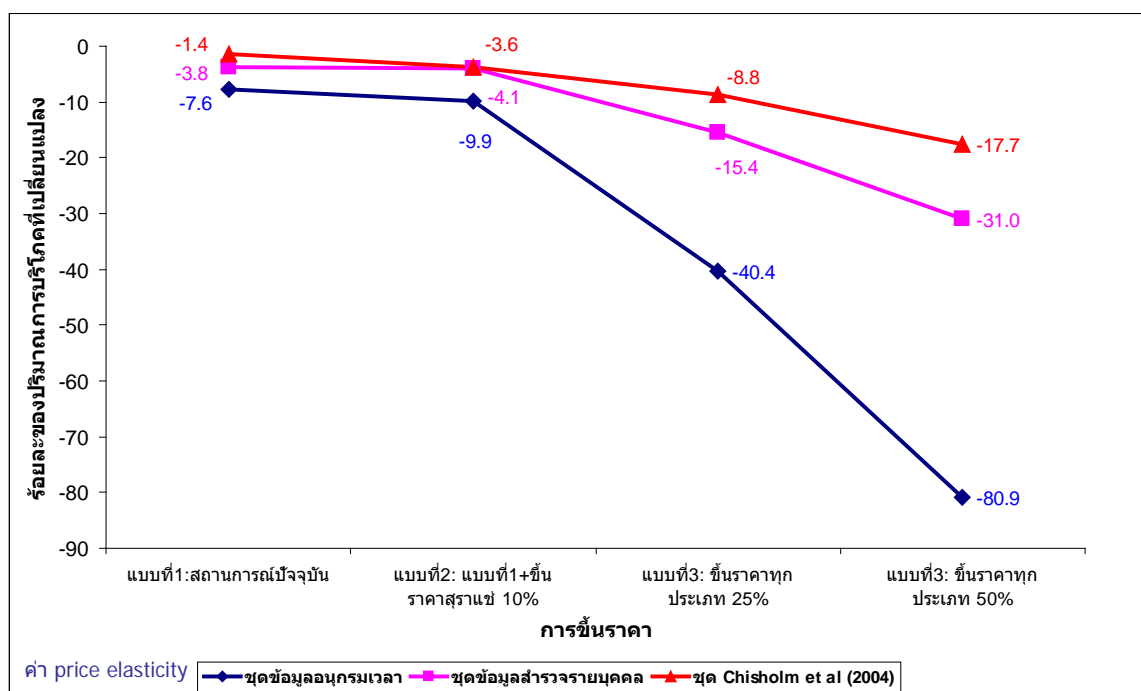
<sup>b</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล

<sup>c</sup> ค่า price elasticity ของ Chisholm et al (2004)

#### 4.2.2.4 เปรียบเทียบผลของการขึ้นราคาตามสถานการณ์ที่ 2 และ 3 กับสถานการณ์ปัจจุบัน

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการบริโภคโดยรวม ตามการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบันและตามข้อเสนอแนะต่างๆ เมื่อคำนวณโดยใช้ค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา ข้อมูลสำรวจรายบุคคล และข้อมูลของ Chisholm et al (2004) ดังรูปที่ 4-3

รูปที่ 4-3 การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการบริโภคโดยรวม ตามการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบันและตามข้อเสนอแนะการขึ้นราคาแบบต่างๆ



1) การขึ้นราคาตามสถานการณ์ที่ 2 เทียบกับสถานการณ์ปัจจุบัน

หากมีการขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบันและขึ้นราคาสุราเข้าร่วมด้วยร้อยละ 10 (สถานการณ์ที่ 2) จะทำให้ปริมาณการบริโภคโดยรวมลดลงมากกว่าผลจากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน คือ เฉพาะสุรากลั่น 3 ชนิด (สุราขาว สุราผสม และบรันดี) เท่ากับร้อยละ 2.3 และ 0.3 (หรือ 6.11 และ 1.10 ล้านลิตร) เมื่อคำนวณโดยค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา และข้อมูลสำรวจรายบุคคล ตามลำดับ (ตารางที่ 4-21)

เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการคำนวณด้วยค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา และข้อมูลสำรวจรายบุคคล พบว่าการขึ้นราคาสุราเข้าร่วมด้วย จะทำให้ปริมาณการบริโภคเบียร์ลดลงจากสถานการณ์ปัจจุบัน ร้อยละ 19.3 และ 2.6 ตามลำดับ

เนื่องจากเบียร์และสุรากลั่นสามารถทดแทนกันได้ เมื่อคำนวณโดยใช้ค่าความยืดหยุ่น ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา พบว่า การขึ้นราคาสุราเข้าร่วมด้วย จะทำให้ปริมาณการบริโภคสุราขาวลดลงน้อยกว่าสถานการณ์ปัจจุบัน ร้อยละ 7.2 และ 6.5 สำหรับเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นชุมชนและเหล้าโรง 28 ดีกรี ตามลำดับ

2) การขึ้นราคาตามสถานการณ์ที่ 3 เทียบกับสถานการณ์ปัจจุบัน

หากมีการขึ้นราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทพร้อมกัน (สถานการณ์ที่ 3) ร้อยละ 25 และ 50 จากการคำนวณด้วยค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา และข้อมูลสำรวจรายบุคคล ซึ่งไม่มีการบริโภคทดแทนกัน จะทำให้ปริมาณการบริโภคโดยรวมลดลงมากกว่าผลจากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ตั้งแต่ร้อยละ 11.7 – 32.7 (หรือ 31.8 – 89.0 ล้านลิตร) และตั้งแต่ร้อยละ 27.3 – 73.3 (หรือ 74.2 – 199.2 ล้านลิตร) ตามลำดับ (ตารางที่ 4-22)

ตารางที่ 4-21 เปรียบเทียบการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาตามสถานการณ์ที่ 2 และสถานการณ์ปัจจุบัน

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ร้อยละของการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา ตามสถานการณ์ที่ 2 กับ สถานการณ์ปัจจุบัน (ตามชุดค่า price elasticity)		
	ข้อมูลอนุกรมเวลา <sup>a</sup>	ข้อมูลสำรวจรายบุคคล <sup>b</sup>	ข้อมูลของ Chisholm et al (2004) <sup>c</sup>
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	7.24	0	-0.98
เหล้าโรง 28 ดีกรี	6.52	0	-0.62
สุราผสมโชดาก	-1.04	1.33	-1.00
บรันดี หรือคอนยัก	-1.08	1.39	-0.88
เบียร์	-19.28	-2.66	-4.10
ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง	2.33	2.33	-5.41
คูลเลอร์	1.87	1.87	-3.51
<b>รวม</b>	<b>-2.25</b>	<b>-0.33</b>	<b>-1.84</b>

<sup>a</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) โดยข้อมูลอนุกรมเวลา

<sup>b</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล

<sup>c</sup> ค่า price elasticity ของ Chisholm et al (2004)

ตารางที่ 4-22 เปรียบเทียบการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาตามสถานการณ์ที่ 3 และสถานการณ์ปัจจุบัน

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ร้อยละของการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา ตามสถานการณ์ที่ 3 กับสถานการณ์ปัจจุบัน (ตามชุดข้อมูล price elasticity)					
	การขึ้นราคา ร้อยละ 25			การขึ้นราคา ร้อยละ 50		
	ข้อมูลอนุกรมเวลา <sup>a</sup>	ข้อมูลสำรวจรายบุคคล <sup>b</sup>	ข้อมูลของ Chisholm et al (2004) <sup>c</sup>	ข้อมูลอนุกรมเวลา <sup>a</sup>	ข้อมูลสำรวจรายบุคคล <sup>b</sup>	ข้อมูลของ Chisholm et al (2004) <sup>c</sup>
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่น						
พื้นบ้าน 40 ดีกรี	-28.2	-10.6	-2.4	-70.6	-29.9	-7.6
เหล้าโรง 28 ดีกรี	-32.0	-12.4	-1.4	-79.2	-34.2	-5.6
สุราผสมโซดาฯ	-22.0	-12.9	-4.2	-49.3	-29.1	-9.5
บรันดี หรือคอนยัก	-21.4	-12.6	-4.1	-48.0	-28.3	-9.3
เบียร์	-49.1	-10.4	-18.0	-97.3	-17.1	-36.0
ไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง	-19.9	-19.9	-22.8	-40.3	-40.3	-46.0
คูลเลอร์	-25.7	-25.7	-29.2	-51.4	-51.4	-58.5
<b>รวม</b>	<b>-32.7</b>	<b>-11.7</b>	<b>-7.4</b>	<b>-73.3</b>	<b>-27.3</b>	<b>-16.3</b>

<sup>a</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พิวพงศกร และคณะ (2548) โดยข้อมูลอนุกรมเวลา

<sup>b</sup> ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พิวพงศกร และคณะ (2550) โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล

<sup>c</sup> ค่า price elasticity ของ Chisholm et al (2004)

#### 4.2.3 การวิเคราะห์ความไว

##### 4.2.3.1 การผันแปรการบริโภคสุราเถื่อน

##### 1) ให้ส่วนแบ่งการบริโภคสุราเถื่อน ของสุราขาว (จากที่กำหนดร้อยละ 10) เป็นร้อยละ 20, 30 และ 40

ผลจากการขึ้นราคาสุรากลั่น 3 ชนิดในสถานการณ์ปัจจุบัน พบว่า หากการบริโภคสุราขาวเถื่อนมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 20 ของการบริโภคเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี เมื่อคำนวณด้วยค่า price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา ข้อมูลสำรวจรายบุคคล และข้อมูลของ Chisholm et al (2004) จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงที่น้อยกว่ากรณีเดิม (เมื่อกำหนดส่วนแบ่งการบริโภคสุราเถื่อนเป็นร้อยละ 10 - reference) จากร้อยละ 7.6 เป็น 7.2, จากร้อยละ 3.8 เป็น 3.5, และจากร้อยละ 1.4 เป็น 1.3 ตามลำดับ (หรือการลดลงน้อยกว่ากรณีเดิมในอัตราร้อยละ 5.9, 7.1, และ 5.8 ตามลำดับ) (รูปที่ 4-4) และหากมีส่วนแบ่งของการบริโภคสุราเถื่อนเท่ากับร้อยละ 40 จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงในอัตราที่น้อยกว่ากรณีเดิมร้อยละ 17.6, 21.5, และ 16.7 ตามลำดับ

##### 2) ให้มีการบริโภคสุราเถื่อนในสุราขาว (จากที่กำหนดให้คงที่) เป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อมีการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน

เมื่อกำหนดปริมาณการบริโภคสุราขาวเถื่อนให้มีส่วนแบ่งเท่ากับร้อยละ 10 และเมื่อขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบัน แล้วทำให้มีการบริโภคสุราขาวเถื่อนดังกล่าวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 สำหรับการคำนวณโดยใช้ price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา

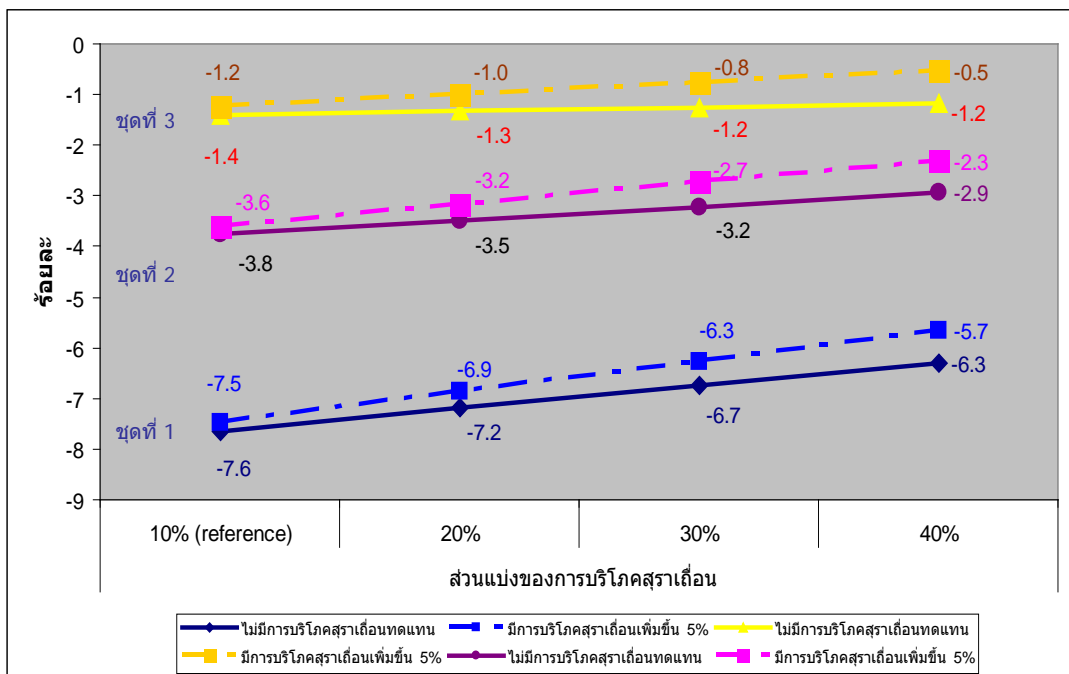


ข้อมูลสำรวจรายบุคคล และชุดของ Chisholm et al (2004) พบว่า จะทำให้การบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมลดลงน้อยกว่ากรณีเดิม (ที่ไม่มีผลต่อการบริโภคสุราขาว เกื้อน - reference) ลดลงจากร้อยละ 7.6 เป็น 7.5, จากร้อยละ 3.8 เป็น 3.6, และ จากร้อยละ 1.4 เป็น 1.2 ตามลำดับ (รูปที่ 4-4) หรือลดลงในอัตราที่น้อยกว่ากรณีเดิม ร้อยละ 2.1, 4.2, และ 11.5 ตามลำดับ

**3) ให้ส่วนแบ่งของการบริโภคสุราเกื้อนในสุราขาว (จากที่กำหนดร้อยละ 10) เป็นร้อยละ 20, 30 และ 40 และให้มีการบริโภคสุราเกื้อนทดแทน (จากที่กำหนดให้คงที่) เป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อมีการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน**

หากส่วนแบ่งของการบริโภคสุราขาวเกื้อนเท่ากับร้อยละ 20, 30 และ 40 และ มีการบริโภคสุราขาวเกื้อนดังกล่าวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 เมื่อขึ้นราคาตามสถานการณ์ ปัจจุบัน พบว่า จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงน้อยกว่ากรณีเดิม (reference) ซึ่ง หากมีส่วนแบ่งการบริโภคสุราขาวเกื้อนสูงถึงร้อยละ 40 จากการคำนวณโดยใช้ price elasticity ชุดข้อมูลอนุกรมเวลา ข้อมูลสำรวจรายบุคคล และชุดจาก Chisholm et al (2004) พบว่า จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงจากร้อยละ 7.6 เป็น 5.7, จากร้อยละ 3.8 เป็น 2.3, และจากร้อยละ 1.4 เป็น 0.5 ตามลำดับ หรือลดลงในอัตราที่น้อยกว่า กรณีเดิม ร้อยละ 26.0, 38.6, และ 62.2 ตามลำดับ

รูปที่ 4-4 ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง ตามสัดส่วนของการบริโภคสุราเกื้อน เมื่อมีการขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบัน



หมายเหตุ: เส้นประ คือผลการคำนวณ กรณีมีการบริโภคสุราเกื้อนทดแทน โดยทำให้สัดส่วนการบริโภคสุราเกื้อนเดิมเพิ่มขึ้นร้อยละ 5, ค่า price elasticity: ชุดที่ 1 จากการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) โดยข้อมูลอนุกรมเวลา  
ชุดที่ 2 จากการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล  
ชุดที่ 3 จาก Chisholm et al (2004)

#### 4.2.3.2 ใช้น้ำค่า price elasticity เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติจากตัวแบบของการศึกษาในประเทศ

เมื่อใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา พบว่า ค่า price elasticity ที่มีขนาดแตกต่างจากศูนย์ (0) แต่ไม่ถึงระดับนัยสำคัญสถิติ (ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%) ได้แก่ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์สุราขาวต่อราคาสุราขาว (-2.73) และความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์เบียร์ต่อราคาสุราสี (0.32) สำหรับข้อมูลการสำรวจรายบุคคล ความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์สุราสีต่อราคาเบียร์ (0.22) และความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์สุราขาวต่อราคาสุราสี (0.89) มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญสถิติ

ผลการคำนวณโดยใช้น้ำค่า price elasticity เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติจากข้อมูลชุดอนุกรมเวลา ภายใต้การขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะต่างๆ พบว่า ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะไม่ลดลงในทุกๆ แบบของการขึ้นราคา (รูปที่ 4-5) แต่เมื่อใช้ข้อมูลชุดสำรวจรายบุคคล พบว่า ปริมาณการบริโภคโดยรวมจะลดลงใกล้เคียงกับผลจากการคำนวณเดิม (ใช้น้ำค่า price elasticity ทุกตัวที่มีรายงาน) สำหรับลักษณะการขึ้นราคาแบบที่ 1 (เฉพาะสุรากลั่น 3 ชนิด) และ 2 (สุรากลั่น 3 ชนิด และสุราแช่) และจะลดลงมากเมื่อมีการขึ้นราคาแบบที่ 3 (สุราทุกประเภท) ซึ่งเป็นลักษณะที่มีขนาดและทิศทางที่ใกล้เคียงกับผลจากการใช้ข้อมูล price elasticity ชุดของ Chisholm et al (2004)

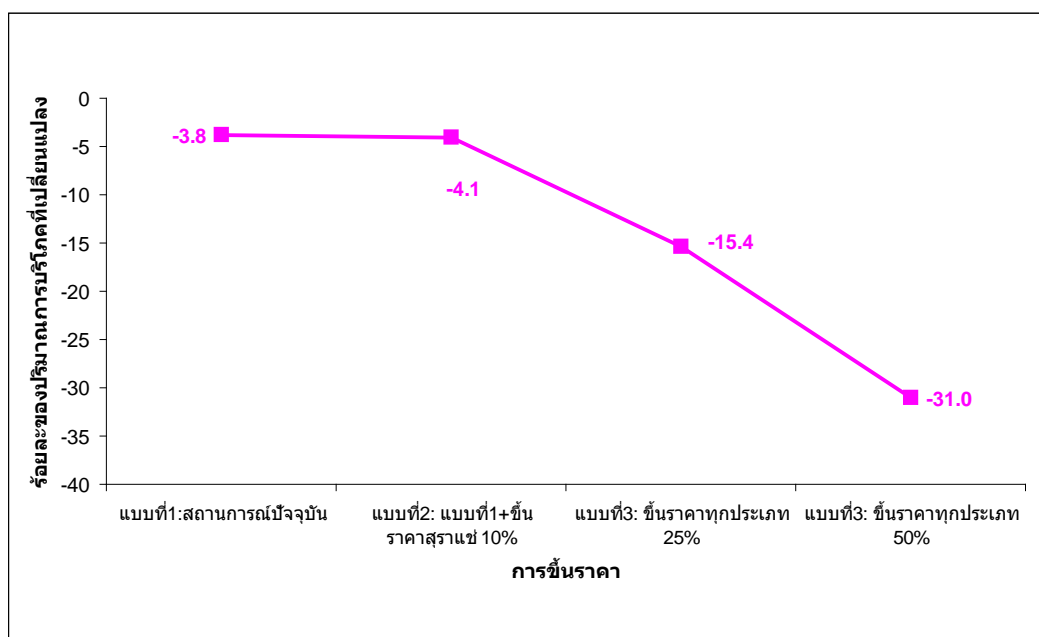
#### 4.2.4 สรุป ปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง

การศึกษาในครั้งนี้ อาศัยข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับบุคคลของ NHES2003-04 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity) จากการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ: โดยข้อมูลอนุกรมเวลา (2548) และข้อมูลสำรวจรายบุคคล (2550) และข้อมูลของ Chisholm et al (2004) ทำการประมาณการภายใต้ข้อสมมุติที่กำหนด ตามสถานการณ์การขึ้นราคาในปัจจุบันและสถานการณ์จำลองการขึ้นราคา 3 แบบ การขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน คือ สุราขาว (ร้อยละ 12.5 และ 13.8 สำหรับเหล้าขาว 40 ดีกรี และเหล้าโรง 28 ดีกรี) สุราผสม (ร้อยละ 9.5) และบรันดี (ร้อยละ 4.8) (สถานการณ์ที่ 1) จะทำให้ปริมาณการบริโภคโดยรวมลดลงตั้งแต่ร้อยละ 1.4 ถึง 7.6 และหากมีการเพิ่มขึ้นของราคาในกลุ่มสุราแช่ด้วยในอัตราร้อยละ 10 (สถานการณ์ที่ 2) จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงตั้งแต่ร้อยละ 3.6 ถึง 9.9 โดยการบริโภคลดลงน้อยสุด สำหรับความยืดหยุ่นชุดของ Chisholm et al (2004) และลดลงมากที่สุด สำหรับความยืดหยุ่นชุดอนุกรมเวลา หากมีการเพิ่มขึ้นของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท (สถานการณ์ที่ 3) ร้อยละ 25 และ 50 ซึ่งไม่ทำให้มีการบริโภคทดแทนกันระหว่างประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงตั้งแต่ร้อยละ 8.8 ถึง 40.4 และ 17.7 ถึง 80.9 ตามลำดับ โดยการบริโภคลดลงน้อยสุด สำหรับความยืดหยุ่นชุดของ Chisholm et al (2004) และลดลงมากที่สุด สำหรับความยืดหยุ่นชุดอนุกรมเวลา

โดยสรุปปริมาณการบริโภคโดยรวมที่เปลี่ยนแปลง กรณีการขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบันและตามสถานการณ์จำลองที่มีข้อเสนอแนะไว้ ได้สรุปแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเมื่อคำนวณโดยอาศัยค่า price elasticity โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล ดังแสดงในรูปที่ 4-5

สำหรับการบริโภคสุราเถื่อนทดแทนสุราขาวเมื่อมีการขึ้นราคา โดยกำหนดให้สุราเถื่อนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ของการบริโภคสุราเถื่อนเดิม พบว่า ปริมาณการบริโภคโดยรวมยังลดลง แต่ลดลงน้อยกว่ากรณีที่ไม่มีการบริโภคสุราเถื่อนทดแทน จากร้อยละ 7.6 เป็น 7.5 โดยข้อมูลอนุกรมเวลา, จากร้อยละ 3.8 เป็น 3.6 โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล, และจากร้อยละ 1.4 เป็น 1.2 โดยข้อมูลของ Chisholm et al, (2004)

รูปที่ 4-5 ร้อยละของปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง จากการขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบัน (แบบที่ 1) และสถานการณ์จำลองแบบที่ 2 และ 3



หมายเหตุ: ประเมินการโดยใช้ค่า price elasticity ของนิพนธ์ พิวพงศ์กร และคณะ (2550) โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล

### 4.3 พฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคา

#### 4.3.1 การสัมภาษณ์พฤติกรรมผู้บริโภคหลังการขึ้นราคา

##### 4.3.1.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างที่การศึกษา มีจำนวน 50 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ เกษตรกร/ชาวบ้านในชนบท, ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป, และผู้ที่ทำงานมีรายได้ประจำ จาก 4 จังหวัด ซึ่งได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดสกลนคร (ตารางที่ 4-23) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีลักษณะดังนี้ กลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในชนบท เพศชาย อายุ 30 - 60 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ไม่มีรายได้ประจำ แต่หากประมาณต่อเดือนอยู่ในช่วง 1,000 - 3,000 บาท, กลุ่มผู้รับจ้างทั่วไป ลักษณะงาน คือ ทำงานไม้-ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์ และทำงานปูน-หล่อศาลพระภูมิ รายได้ต่อเดือนประมาณ 3,000 - 6,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 24 - 50 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา-มัธยมศึกษา, และกลุ่มผู้ที่ทำงานมีรายได้ประจำ คือ ทำงานเป็นลูกจ้างในภาครัฐหรือบริษัทเอกชน เพศชาย อายุ 25 - 45 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา-ปริญญาตรี ซึ่งมีรายได้ประมาณเดือนละ 6,000 - 10,000 บาท

ตารางที่ 4-23 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในแต่ละพื้นที่

จังหวัด	เกษตรกรในชนบท	ผู้ทำงานรับจ้างทั่วไป	ผู้ทำงานมีรายได้ประจำ
นครราชสีมา	5	5	3
มหาสารคาม	5	5	6
ขอนแก่น	3	5	3
สกลนคร	3	2	5
<b>รวม</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>17</b>

##### 4.3.1.2 ประเภทของสรากรับลักษณะของการบริโภค

การบริโภคเครื่องตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ นั้น มักจะขึ้นอยู่กับฐานะทางสังคมและการเงินของผู้บริโภค โดย “สราขาว” เป็นเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่มีราคาถูก คือ ขวดเล็ก (330 ซีซี) ราคาประมาณ 45-50 บาท หรือ ขวดใหญ่ (625 ซีซี) 90-100 บาท จึงทำให้เครื่องตีชนิดนี้กลายเป็นเครื่องตีหลักของผู้มีรายได้น้อย สำหรับผู้ที่มีรายได้ปานกลางถึงมากนั้น ส่วนใหญ่มักจะได้ดื่มสราขาวเป็นเพียงบางโอกาส เช่น เจ้าหน้าที่รัฐที่มีรายได้ประจำ ปกติจะนิยมดื่มสราสี แต่เมื่อออกเยี่ยมหมู่บ้านชาวบ้านดื่มสราขาว หยิบยกสราขาวให้ก็จะได้ดื่มบ้างบางครั้ง หรือผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างดี ปกติดื่มสราสี แต่หากรวมดื่มกับกลุ่มที่ดื่มสราขาวก็จำเป็นต้องดื่มสราขาวตามเพื่อนในกลุ่ม เป็นต้น

สราขาวที่จำหน่ายในประเทศไทยนั้น สามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ สราขาวที่ผลิตจากโรงงาน และสราขาวที่ผลิตจากโรงกลั่นชุมชน โดยสรากลั่นชุมชนจะมีราคาถูกกว่าสราขาว ขวดใหญ่ละประมาณ 20-40 บาท เนื่องจากสรากลั่นชุมชนนั้นมีการดำเนินการโดยผู้ประกอบการรายเล็กๆ ไม่มีกำลังการผลิตและทำการตลาดมากพอที่จะแข่งขันกับสราโรงงานจึงต้องขายในราคาที่ถูกลง ซึ่งสราชนิดนี้ได้รับอนุญาตให้มีการผลิตอย่างถูกต้องตามกฎหมายหลังจากที่รัฐบาลได้ประกาศให้มีการเปิดเสรีสรากลั่นชุมชนเมื่อปี พ.ศ. 2546

จากการให้ข้อมูลของคนในชุมชน พบว่าในแหล่งที่มีการผลิตสุรากลั่นชุมชน มักพบการลักลอบขายสุราที่ผลิตขายให้กับนักดื่มในชุมชนโดยไม่ติดแสตมป์ ซึ่งรู้จักกันในนามของ “เหล้าบ้าน หรือ เหล้าหัวโล้น” จากเดิมที่เรียกกันในชื่อ “เหล้าป่า” เนื่องจากต้องลักลอบต้มในป่าให้ห่างไกลจากสายตาของเจ้าหน้าที่ แต่ปัจจุบันกลับพบกันได้ทั่วไปในหมู่บ้าน โดยเหล้าบ้านหรือสุรากลั่นชุมชนที่ขายโดยไม่ติดแสตมป์นั้นจะขายในราคาเพียงขวดใหญ่ละ 25-30 บาท ซึ่งถูกกว่าสุราขาวโรงงานถึง 4 เท่าตัว ด้วยเหตุนี้จึงทำให้คอสุราขาวมีทางเลือกในการบริโภคสุราที่มีราคาถูกมากยิ่งขึ้น

“สุราสี” นับเป็นเครื่องดื่มสำหรับผู้ที่มีฐานะทางการเงินสูงขึ้นมาอีกระดับหนึ่ง เป็นสุราที่มีราคาสูงกว่าสุราขาว เนื่องจากมีการปรุงแต่งหรือหมักบ่มให้มีรสชาติที่ดีขึ้นและไม่บาดคอเหมือนสุราขาว ดังนั้นราคาจึงค่อนข้างสูง ซึ่งแต่ละยี่ห้อจะมีราคาแตกต่างกัน โดยยี่ห้อที่มีราคาถูกที่สุด คือ ขวดแบน 330 ซีซี แบนละ 90 บาท หรือ ขวดกลม 700 ซีซี กลมละ 150 บาท จนถึง ยี่ห้อที่มีราคาแพงกลมละหนึ่งพันบาทหรือมากกว่า และสุราสีจะมีค่าใช้จ่ายในการดื่มเพิ่มจากสุราขาว คือ ค่าน้ำดื่ม-โซดาและน้ำแข็ง ดังนั้นการดื่มสุราสีจึงมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าสุราขาวพอสมควร

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นนอกจากจะขึ้นกับฐานะทางการเงินแล้ว ยังขึ้นอยู่กับสังคมและวัฒนธรรมร่วมด้วย โดยผู้ที่ดื่มสุราขาวถึงแม้จะไม่นิยมซื้อสุราสีมาดื่มเพราะราคาแพง แต่ก็จะมีโอกาสได้ดื่มสุราสีในบางโอกาส เช่น ในงานเลี้ยงต่างๆ หรือเทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ ที่ถือเป็นช่วงเวลาพิเศษที่บุตรหลาน และคนในครอบครัวมาอยู่รวมกัน สำหรับผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โอกาสเช่นนี้เป็นโอกาสดีที่จะได้ลิ้มลองหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้อที่โดยปกติตนเองจะไม่ซื้อดื่ม ทั้งจากการที่คนอื่นซื้อให้ดื่มหรือตนเองซื้อบ้าง แต่ส่วนใหญ่มักเป็นผู้ที่มีรายได้หรือกลับมาจากกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัดเป็นผู้ซื้อเลี้ยง

นอกจากสุราขาวและสุราสีแล้ว “เบียร์” นับเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกชนิดหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น เบียร์ถือว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกประเภทหนึ่งที่มีราคาถูก โดยราคาถูกสุด กระป๋อง 330 ซีซี กระป๋องละ 15 บาท หรือ ขวด 640 ซีซี ขวดละ 25 บาท ซึ่งราคาถูกกว่าสุราขาวมากกว่าครึ่ง ทำให้ผู้บริโภคหลายราย โดยเฉพาะผู้บริโภคหน้าใหม่ที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วงการค้าสามารถซื้อหามาดื่มได้ง่ายมากขึ้น และพบว่าผู้บริโภคสุราขาวหรือสุราสีหลายรายก็ดื่มเบียร์ด้วย แต่สำหรับผู้บริโภคสุราขาวเป็นประจำซึ่งติดสุราขาวแล้วหรือใกล้จะติด จะไม่นิยมดื่มเบียร์ เนื่องจากเบียร์มีเปอร์เซ็นต์ของแอลกอฮอล์ต่ำ ดื่มไม่ถึงสุราขาวที่เคยบริโภค ซึ่งหากต้องการดื่มจนเมา การซื้อสุราขาวจะประหยัดกว่าการซื้อเบียร์ เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบราคาต่อปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์แล้วสุราขาวจะมีราคาที่ถูกลง

#### **4.3.1.3 พฤติกรรมการบริโภค**

ลักษณะการดื่มของกลุ่มชาวบ้าน ชาวบ้านในชนบทประกอบอาชีพเกษตรกรรม คือ ดื่มหลังจากการทำงานแก่ปอดเมื่อย หรือดื่มตอนเข้าก่อนไปทำงาน วันละ 1-2 เป๊กหรือก๊ง เพื่อกระตุ้นให้ทำงานได้หรือดื่มหลังกลับมาจากทำงานในช่วงก่อนอาหารเย็น และดื่มกันมากในช่วงเทศกาล งานประเพณี เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ หรืองานเลี้ยง เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานศพ หรือช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวข้าว หรือกิจกรรมต่างๆ ที่ลงแรงช่วยเหลือกัน เช่น สร้างบ้าน/ซ่อมแซม/ต่อเติมบ้าน ผู้บริโภคจะได้ดื่มโดยเจ้าภาพนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเลี้ยงเพื่อเป็นน้ำใจตอบแทนการมาช่วยงาน กลุ่มชาวบ้านในชนบทส่วนใหญ่จะดื่ม

เหล่าชาว หรือเบียร์ เนื่องจากมีเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ราคาไม่แพง ชาวบ้านสามารถหาซื้อมาดื่มได้ เช่น เหล้าขาวขวดละ 90-100 บาท และสามารถแบ่งซื้อที่ร้านค้าได้ตามกำลังเงินที่มี เช่น 10 บาท ซื้อเหล้าขาวได้หนึ่งก๊ง ประมาณ 30-50 ซีซี ขึ้นกับการขายของแต่ละร้านค้า สำหรับเบียร์ราคาถูกมากเพียงขวดละ 25 บาท ซึ่งชาวบ้านสามารถหาซื้อดื่มได้

ลักษณะการดื่มของกลุ่มผู้ใช้แรงงานหรือรับจ้างทั่วไป จะดื่มหลังจากเลิกงานกับเพื่อนเพื่อสังสรรค์ และเพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อยจากการทำงาน ซึ่งจะดื่มเป็นเบีกก่อนรับประทานอาหารเย็น สำหรับผู้ใช้แรงงานบางกลุ่มจะดื่มในช่วงกลางวันหรือระหว่างการทำงานบ้างเล็กน้อยเพื่อกระตุ้นร่างกายให้มีแรงในการทำงาน นอกจากนี้ยังได้ดื่มเพราะหัวหน้างานซื้อมาเลี้ยงในตอนเย็นสำหรับวันทำงาน บางส่วนเสรีหรือวันที่เร่งงาน ส่วนการดื่มหนักมักเกิดขึ้นในช่วงวันหยุดหรือวันที่เงินค่าจ้างออก ซึ่งส่วนใหญ่จะดื่มกันบ่อยในช่วงเย็นวันศุกร์/เสาร์เพราะไม่ต้องไปทำงานในวันรุ่งขึ้น สุราขาวเป็นเครื่องดื่มหลักของกลุ่มผู้ใช้แรงงานเพราะมีราคาถูกและไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าโชดน้ำแข็งให้ยุ่งยาก และเมื่อหารเฉลี่ยค่าเหล้าและกับแถมต่อคนแล้วประมาณ 30-50 บาท ซึ่งบางครั้งจะสลับกันจ่ายหรือแบ่งกันซื้อคนละอย่าง สำหรับสุราสีนานๆครั้งจะมีการดื่ม เช่น วันที่ได้รับเงินค่าจ้างต้องการออกไปฉลองหรือเที่ยวกับเพื่อน หรือในช่วงเทศกาล

ลักษณะการดื่มของผู้ที่ทำงานมีรายได้ประจำ ส่วนใหญ่จะดื่มหลังเลิกงาน เพื่อสังสรรค์กับเพื่อนในที่ทำงานเดียวกัน หรือเพื่อนในกลุ่ม ดื่มในช่วงเย็นหรือวันหยุด เครื่องดื่มที่ดื่มส่วนใหญ่จะเป็นเบียร์ และสุราสี แต่ยี่ห้อหรือราคาจะแตกต่างกันไปตามระดับรายได้และโอกาสในการดื่ม เช่น หากดื่มกับเพื่อนสนิทในกลุ่มจะเลือกดื่มสุราสีที่ราคาแพงกว่าการดื่มกับลูกน้องหรือเพื่อนร่วมงานอีกระดับหนึ่ง

#### **4.3.1.4 ผลของการขึ้นภาษีสุราต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

##### **1) การขึ้นภาษีกับปริมาณ การบริโภคโดยรวม**

หลังจากมีการขึ้นภาษีสุรา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่า ยังบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณเท่าเดิมเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการขึ้นภาษี โดยให้เหตุผลว่า 1) ราคาเพิ่มขึ้นเพียงไม่กี่บาทยังสามารถซื้อได้ โดยแม้ว่าผู้ดื่มสุราขาวเป็นหลัก ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำ แต่จากการขึ้นราคาสุราขาวเพียง 5-10 บาท ต่อขวด ทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกรู้ว่ามีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายโดยรวมของตนมากนัก สำหรับผู้ดื่มสุราสีเป็นหลัก ส่วนใหญ่มักเป็นผู้มีรายได้หรือมีงานประจำทำ จึงไม่มีปัญหาเรื่องราคาที่เพิ่มขึ้น ทำให้การบริโภคไม่ลดลงเช่นกัน นอกจากนั้น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยส่วนใหญ่มักไม่ได้ดื่มคนเดียว การซื้อดื่มจะอยู่ในลักษณะของการร่วมกันจ่าย ดังนั้น การที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจึงไม่มีผลทำให้การดื่มลดลง 2) ส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อดื่มเอง/มีคนเลี้ยง ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่ได้รับผลกระทบจากการขึ้นภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มักเป็น ชาวบ้านหรือคนในชนบท ซึ่งมักจะดื่มตามงานเลี้ยง งานบุญ งานลงแขกเกี่ยวข้าว หรือหากเป็นช่วงที่ไม่มีงาน ก็สามารถซื้อดื่มแบบแบ่งขายตามร้านค้า ครั้งละ 5-10 บาท ซึ่งหลังการขึ้นภาษีร้านค้าก็ยังแบ่งขายเช่นเดิม โดยขายราคาเดิมแต่ลดปริมาณลง หรือบางร้านอาจดวงขายในปริมาณเท่าเดิมแต่ขึ้นราคาอีกแค่ 1-2 บาท 3) ซื้อดื่มไม่บ่อย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ดื่มเฉพาะโอกาสหรือช่วงเทศกาล ดังนั้นการขึ้นราคาจึงไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาซื้อมาดื่มในกลุ่มนี้ เพราะนานๆ ครั้งจึงจะซื้อ

ดื่ม เช่น ในโอกาสพิเศษ ในช่วงเทศกาล เป็นต้น ถึงแม้ว่าราคาสุราจะเพิ่มขึ้นก็ยินดีที่จะซื้อหามาดื่ม 4) ดื่มจนเคยชินแล้วหรือดื่มจนติดแล้ว ผู้บริโภคบางคนยอมรับว่า ตนเองเป็นผู้ที่ติดสุราหากไม่ดื่มสุราจะมีความอยากสุรา และเคยลดปริมาณการดื่มลง แต่ไม่สามารถลดได้เพราะจะทำให้ร่างกายรับไม่ได้ ต้องกลับมาดื่มเท่าเดิม ดังนั้นถึงแม้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีราคาเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคที่ติดสุราก็ต้องหามาดื่มเพื่อให้ได้รับสุราในระดับที่เคยดื่ม

อย่างไรก็ตามผู้บริโภคบางส่วน ให้ข้อมูลว่าการที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาเพิ่มขึ้น มีผลทำให้ลดปริมาณการบริโภคลง โดยเฉพาะการซื้อดื่มเอง โดยรูปแบบของการลดลงส่วนใหญ่ จะเป็นการลดความถี่ในการดื่มมากกว่าการลดปริมาณของการดื่มแต่ละครั้ง ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำ ส่วนประเภทของสุราที่ได้รับผลกระทบนั้น พบว่า สุราสี ได้รับผลกระทบมากกว่าสุราขาว

#### **ตัวอย่างการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง:**

##### *กลุ่มผู้ทำงานรับจ้างทั่วไป*

ทำงานรับจ้างที่โรงงาน ร้านเคาเสี ได้รับค่าจ้างรายวัน ดื่มสุราขาวทุกวัน ซื้อมาดื่มที่บ้าน ทำกับแกล้มเอง และเฉลี่ยค่าใช้จ่ายกัน (บางครั้งเป็นการเรียรายเงินกัน ไม่ได้เฉลี่ยกันเท่ากัน ขึ้นกับใครมีมากมีน้อยในแต่ละวัน) ดื่มประมาณ 3 ขวดเล็ก ต่อ 5-6 คน กลุ่มนี้จะดื่มเฉพาะสุราขาว ส่วนสุราสีจะซื้อดื่มเฉพาะในช่วงเทศกาลหรือโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น สงกรานต์ ปีใหม่ หรือบางครั้งดื่มเพราะมีคนเลี้ยงมากกว่าที่จะซื้อดื่มเอง โดยให้เหตุผลว่า เรื่องราคาที่แพงกว่าสุราขาว และรสชาติที่แตกต่างจากสุราขาว บางคนให้เหตุผลว่าถ้าดื่มสุราสีตื่นมาตอนเช้าจะปวดหัวไม่เหมือนสุราขาวที่ตื่นมาตอนเช้าไม่มีอาการและสามารถทำงานได้ตามปกติ

ราคาสุราขาวเพิ่มขึ้นไม่มีผล เพราะเพิ่มขึ้นเพียง 5 บาทต่อขวดเท่านั้น ไม่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคและผู้บริโภคให้เหตุผลว่า ดื่มกันไม่มากเฉลี่ยต่อคนประมาณคนละ 1/2 ขวดเล็ก ค่าใช้จ่ายประมาณ 30-50 บาทต่อคนเท่านั้น

##### *กลุ่มผู้ทำงานรับจ้างทั่วไป*

ส่วนใหญ่จะดื่มสุราขาว หลังเลิกงานเกือบทุกวัน การที่สุราขาวมีราคาเพิ่มสูงขึ้นไม่มีผลต่อการบริโภคของกลุ่มนี้ เพราะให้เหตุผลว่า ราคาเพิ่มขึ้นไม่มาก และส่วนใหญ่ดื่มหลายคนและหารค่าสุราขาวกัน ปริมาณที่ดื่มก็ประมาณ 1-2 ขวดเล็ก ต่อ 4 คน ดื่มที่บ้านดังนั้นจึงไม่มีค่าใช้จ่ายอะไรมาก ค่าอาหารหรือกับแกล้มก็ทำกันเอง

ส่วนสุราสี นานๆ ครั้งจะดื่มสุราสี เช่น วันหลังเงินออก ซึ่งจะออกเดือนละสองครั้ง จะไปเที่ยวในเมืองกับเพื่อน ประมาณเดือนละครั้ง ไปเที่ยวตามคาราโอเกะหรือสถานบันเทิง ส่วนใหญ่จะดื่มสุราสี ราคาจะแพงกว่าที่ซื้อตามปกติ ดังนั้นจึงไปไม่บ่อย เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง โดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะไม่ใช่แค่ค่าสุราสีแต่จะเป็นค่าอาหารกับแกล้ม ค่าสถานที่ ซึ่งเมื่อผู้บริโภคให้ข้อมูลว่า การมาเที่ยวอย่างนี้ราคาของสุราสีไม่มีผลเพราะราคาจะแพงกว่าร้านข้างนอกอยู่แล้ว แต่ค่าใช้จ่ายโดยรวมของการมาเที่ยวที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจ

### *กลุ่มผู้ทำงานรับจ้างทั่วไป*

ส่วนใหญ่จะดื่มสุราขาว หลังเลิกงานเกือบทุกวัน เพื่อให้หายเมื่อยจากการทำงาน หากวันไหนไม่ดื่มจะรู้สึกว่ามีแรง ไม่มีเรี่ยวแรง ไม่สามารถทำงานได้ การที่สุราขาวมีราคาเพิ่มขึ้นไม่มีผลต่อการบริโภค เพราะส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อดื่มเอง เวลาไปรับจ้างทำงาน ผู้ว่าจ้างก็มักจะเลี้ยงสุราเป็นการตอบแทน สุราที่เหลือจากการเลี้ยงในวันนั้นๆ ก็สามารถนำกลับไปเก็บไว้ดื่มที่บ้านในวันต่อไปได้อีก หากช่วงไหนไม่มีคนเลี้ยงก็สามารถซื้อดื่มได้ เพราะราคาไม่แพง แค่ 10 บาทก็สามารถซื้อได้แล้ว

### *กลุ่มผู้ทำงานรับราชการ*

ส่วนใหญ่จะดื่มสุราสี เพื่อสังสรรค์กับเพื่อน ประมาณเดือนละ 2-3 ครั้ง การที่สุราสีมีราคาเพิ่มขึ้น ไม่มีผลต่อปริมาณการดื่ม ยังคงดื่มเหล้าสียี่ห้อเดิมที่เคยดื่มประจำ เพราะดื่มไม่บ่อย การขึ้นราคาของเหล้าสีเพียงแค่ 20 บาท ไม่มีผลต่อค่าใช้จ่ายมากนัก สามารถซื้อได้

### *กลุ่มผู้ทำงานรับเหมา/ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์*

ผู้บริโภคนี้นิยมดื่มได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สูง แต่จะมีรายได้เป็นช่วงขึ้นกับงานที่เข้ามา การบริโภคส่วนใหญ่จะดื่มเหล้าสีและเบียร์เป็นหลัก ดังตัวอย่าง

สำหรับคนแรก ดื่มเหล้าสี/บรันดีและเบียร์ ส่วนใหญ่จะดื่มเบียร์เกือบทุกวัน สำหรับเหล้าสีและบรันดีดื่มประมาณสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง การที่สุราสีและบรันดีมีราคาเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคตอบว่ายังคงดื่มยี่ห้อเดิม โดยมีเหตุผลว่าชื่นชอบในรสชาติจึงไม่เปลี่ยนเป็นยี่ห้ออื่น แต่จะลดการดื่มลง โดยไม่ดื่มบ่อยเหมือนเดิมช่วงก่อนขึ้นราคา (ลดความถี่ในการดื่มลง) แต่สำหรับปริมาณการดื่มจะยังคงดื่มในปริมาณเท่าเดิม ไม่ได้ลดการดื่มลง เพราะว่าปริมาณการดื่มต่อครั้งขึ้นกับเพื่อนและโอกาสมากกว่าราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำหรับคนที่สอง ดื่มเกือบทุกวัน ประเภทที่ดื่มคือ เบียร์ เหล้าสีและบรันดี และเหล้าโรง ส่วนใหญ่จะดื่มเบียร์ประมาณสัปดาห์ละ 3-4 วัน และจะดื่มเหล้าสี/บรันดีประมาณสัปดาห์ละ 1-2 วัน และเหล้าโรงจะดื่มประมาณ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งการดื่มเหล้าสีหรือเหล้าโรงจะขึ้นกับกลุ่มเพื่อน หรือบางครั้งก็ดื่มกับลูกค้าซึ่งจะดื่มเหล้าสีเป็นส่วนใหญ่ หลังจากทีราคาเหล้าสีแพงขึ้น ผู้บริโภคบอกว่า มีผลทำให้ดื่มเหล้าสีไม่บ่อยเท่าเดิม ส่วนปริมาณในการดื่มแต่ละครั้งก็ขึ้นกับเพื่อนในกลุ่มมากกว่า ว่าวันไหนเจอเพื่อนมากน้อยแค่ไหน

### *กลุ่มเกษตรกร*

กลุ่มเกษตรกรหรือชาวบ้านในชนบท ส่วนใหญ่จะดื่มสุราขาวเป็นหลัก หรือตามโอกาสที่มีคนซื้อให้ดื่มในช่วงเทศกาล และมักจะดื่มตามงานเลี้ยง/งานบุญ ซึ่งโดยปกติก็มีงานกันเกือบทุกเดือน และหากซื้อดื่มเองจะซื้อเหล้าขาวดื่มเป็นเป๊ก ครั้งละ 1-2 เป๊ก เท่านั้น ราคาประมาณเป๊กละ 5-10 บาท ผู้บริโภคนี้นักกล่าวว่า การสุราขาวมี



ราคาเพิ่มขึ้น ไม่ใช่เหตุผลหลักที่ทำให้ตี๋มลดลง เพราะตี๋มไม่บ่อย และส่วนใหญ่มีคนเลี้ยง หากซื้อตี๋มเองก็ไม่บ่อยและซื้อแบบแบ่งขายแค่เป็กละไม่กี่บาทเท่านั้น ช่วงหลังจากที่สุราขาวขึ้นราคา ร้านค้าก็ยังคงแบ่งขายให้เหมือนเดิม

## **2) การขึ้นภาษีกับการเปลี่ยนยี่ห้อ/ประเภท**

สาเหตุสำคัญสาเหตุหนึ่ง ที่ทำให้การขึ้นภาษีสุราไม่มีผลต่อการลดลงของการบริโภคสุราในผู้บริโภคบางกลุ่ม อาจเนื่องมาจาก ผู้บริโภคเหล่านี้มีการหันไปตี๋มสุราที่มีราคาถูกกว่าทดแทน เช่น การเปลี่ยนยี่ห้อ หรือการเปลี่ยนประเภทสุรา เป็นต้น

จากการสำรวจข้อมูลทั้งจากร้านค้าและนักตี๋มใน 4 จังหวัดภาคอีสาน พบว่า สุราขาวที่มีจำหน่ายในท้องตลาดนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นสุราขาวโรงงาน ซึ่งลักษณะการตลาดของสุราขาวโรงงานคือ จะแบ่งเขตรับผิดชอบ ไม่มีการขายข้ามเขต เช่น สุราขาวโรงงานจังหวัดขอนแก่น จะจำหน่ายในเขตจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดข้างเคียง ส่วนสุราขาวโรงงานจังหวัดบุรีรัมย์จะผลิตขายในเขตจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดข้างเคียง ดังนั้นผู้บริโภคสุราขาวส่วนใหญ่จะไม่เปลี่ยนยี่ห้อ เพราะมีขายเพียงยี่ห้อเดียว

ดังนั้น การขึ้นภาษีสุราจึงมีผลต่อการเปลี่ยนยี่ห้อของสุราสีเป็นส่วนใหญ่ โดยผู้ตี๋มสุราสีบางส่วนจะเปลี่ยนยี่ห้อสุราที่เคยตี๋มไปเป็นยี่ห้อที่มีราคาถูกกว่า เช่น เปลี่ยนจาก blend 285 ซึ่งราคาขวดกลมละ 180 บาท ไปเป็น หงษ์ทอง ซึ่งราคาขวดละ 150 บาท แทน อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคสุราสีบางส่วนยังคงมีการบริโภคสุราสียี่ห้อเดิม เนื่องจากติดใจในรสชาติ หรือบางรายให้เหตุผลว่า เมื่อเปลี่ยนยี่ห้อจะทำให้ปวดศีรษะ เป็นต้น

สำหรับการเปลี่ยนประเภทสุรา พบว่า ผู้ที่ตี๋มสุราขาวเป็นประจำนั้นมักจะไม่เปลี่ยนไปตี๋มเบียร์แทน เนื่องจากดีกรีของสุราแตกต่างกันค่อนข้างมาก สำหรับผู้ที่ตี๋มสุราสี พบว่า มีบางส่วนหันไปตี๋มสุราขาว หรือเบียร์ทดแทนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคที่มีการหันไปบริโภคสุราประเภทอื่นทดแทนนั้นก็มักเป็นผู้ที่มีรายได้น้อย และตี๋มค่อนข้างบ่อย

### **ตัวอย่างการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง:**

#### **กลุ่มผู้ทำงานรับจ้างทั่วไป**

ตี๋มสุราสี เพราะตี๋มเหล้าขาวแล้วมีอาการปวดหัว จะตี๋มประมาณสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ประมาณครั้งละ 1 แบน ต่อ 3 คน ซื้อจากร้านค้าในหมู่บ้านมาตี๋ม ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะจ่ายหลังเงินค่าจ้างออกหรือจ่ายเป็นเดือนโดยขอร้านค้าติดไว้ก่อน การขึ้นราคาสุราสีไม่มีผลทำให้ตี๋มลดลง แต่จะเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้อที่ราคาถูกกว่า ปัจจุบันตี๋มก่อนหน้านี้นี้เคยซื้อแสงโสม แต่ในช่วงที่แสงโสมขึ้นราคา (ประมาณปี 2549) ก็หันมาซื้อหงษ์ทอง และหลังจากที่มีการขึ้นราคา (ในสถานการณ์ปัจจุบัน) หงษ์ทองก็มีราคาสูงขึ้นประมาณแบนละ 10 บาท ซึ่งยังซื้อตี๋มเพราะคิดว่ายังสามารถซื้อตี๋มได้ และที่สำคัญคือ ร้านค้าไม่ได้เอายี่ห้ออื่นที่ราคาถูกกว่ามาขาย ซึ่งหากมียี่ห้ออื่นที่ราคาถูกกว่าขายก็จะลองเปลี่ยนไปตี๋ม

### *กลุ่มผู้ทำงานประจำไปรษณีย์*

ผู้บริโภครุ่นนี้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท ทั้งเหล้าขาว เหล้าสี เบียร์ และยาดองเหล้า โดยดื่มกับเพื่อนร่วมงานตอนเย็นหลังเลิกงานเกือบทุกวัน ส่วนใหญ่จะดื่มเหล้าขาว ดื่มกับเพื่อนเฉลี่ยประมาณวันละ 1/2 ขวดเล็ก เหล้าสีจะดื่มประมาณสัปดาห์ละครั้ง หรือช่วงเงินเดือนออก

ผู้บริโภครุ่นนี้บอกว่า การที่สุรามีราคาสูงขึ้น ก็มีผลกระทบบ้าง คือ ค่าใช้จ่ายในการดื่มก็เพิ่มขึ้น แต่ก็ยังดื่มเหมือนเดิม โดยไม่ได้ลดการดื่มโดยรวมลง แต่บอกว่าลดการดื่มเหล้าสีลงแทน เพราะถ้าซื้อเหล้าสีจะทำให้ดื่มได้น้อยไม่เพียงพอกับเพื่อนในกลุ่ม ดังนั้นจึงยังคงดื่มเหมือนเดิมทุกวัน แต่จะแทนที่จะซื้อเหล้าสีดื่มก็เปลี่ยนเป็นซื้อเหล้าขาวแทน แต่ก็ไม่ได้เลิกดื่มเหล้าสีไปเลย ช่วงที่มีเงิน เช่น ช่วงเงินเดือนออกก็จะดื่มเหล้าสีกันเช่นเคย นอกจากนี้ยังให้ข้อมูลว่า ปัจจุบันเบียร์มีราคาถูกมากบางครั้งก็ซื้อเบียร์ดื่มบ้าง แต่ไม่บ่อย เพราะในกลุ่มนิยมดื่มเหล้ากันมากกว่า

### *กลุ่มผู้ทำงานประจำในมหาวิทยาลัย*

กลุ่มนี้จะดื่มเฉพาะสุราสี และเบียร์ โดยดื่มในสัดส่วนเท่าๆ กัน แต่จะไม่ดื่มสุราขาว เพราะไม่ชอบรสชาติ และเป็นกลุ่มที่มีฐานะทางการเงินดีกว่ากลุ่มรับจ้างทั่วไป อีกทั้งสังคมและเพื่อนๆ ส่วนใหญ่จะดื่มสุราสีหรือเบียร์มากกว่า โดยจะดื่มเมื่อพบเพื่อนแล้วก็จะพูดคุยกัน การดื่มสุราไปด้วยจะทำให้มีเรื่องพูดคุยกันมากขึ้น และทำให้บรรยากาศในการพูดคุยให้สนุกสนานมากขึ้น

การตอบสนองต่อราคาของกลุ่มนี้ พบว่า เมื่อสุราสีมีราคาเพิ่มสูงขึ้น จะเปลี่ยนไปดื่มยี่ห้ออื่นที่ราคาถูกกว่า แต่ก็ยังคงดื่มเท่าๆ เดิม ด้วยเหตุผลที่ว่าราคาไม่ใช่เรื่องสำคัญ การที่จะดื่มหรือไม่ขึ้นขึ้นกับว่า จะได้พบเพื่อนหรือเปล่า และพบมากน้อยแค่ไหน หากพบเพื่อนหลายคนก็อาจจะดื่มกันมากหรือดื่มกันนาน หรือขึ้นกับงาน หากช่วงไหนมีงานเยอะก็จะดื่มไม่มาก

### **3) การขึ้นภาษีกับการบริโภคสุราเถื่อน**

ในปัจจุบัน สุราเถื่อนที่พบเห็นส่วนใหญ่มักเป็นสุราที่ผลิตจากโรงงานสุรากลั่นชุมชนแต่ลักลอบนำออกจำหน่าย โดยไม่ติดแสตมป์หรือไม่เสียภาษี โดยการลักลอบจำหน่ายที่มีการรายงานกันมี 2 ลักษณะ คือ 1) ลักลอบจำหน่ายในราคาถูกแก่ผู้บริโภคในพื้นที่ และ 2) ลักลอบขนส่งไปจำหน่ายนอกเขตหรือส่งให้กับผู้สั่งซื้อนอกเขต เช่น ส่งไปยังแหล่งที่มีการก่อสร้างหรือมีผู้ใช้แรงงาน เพื่อจำหน่ายแก่กลุ่มผู้บริโภคในราคาถูก ดังนั้นเหล้าเถื่อนในสมัยปัจจุบันจึงปะปนไปกับเหล้ากลั่นชุมชน สำหรับการลักลอบจำหน่ายในปริมาณมากดังลักษณะที่ 2 ถือว่ามีความเสี่ยงค่อนข้างสูง เพราะหากถูกจับระหว่างการขนส่งสรรพสามิตสามารถดำเนินการปรับหรือปิดการขออนุญาตผลิตได้ แต่สำหรับการลักลอบจำหน่ายในพื้นที่ที่มีการผลิตสุรากลั่นชุมชนนั้นสามารถพบได้เป็นเรื่องปกติ เพราะผู้บริโภคและแหล่งผลิตอยู่ในชุมชนเดียวกัน จึงเป็นการยากที่เจ้าหน้าที่จะสามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา ดังนั้นการลักลอบจำหน่ายสุราเถื่อนในชุมชน จึงยังคงพบเห็นได้ตามพื้นที่ดังกล่าว

จากการศึกษาข้อมูลการบริโภคสุราเถื่อนในชุมชนที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อนมาก (คือชุมชนที่มีการผลิตสุรากลั่นชุมชนมาก) พบว่า คนในชุมชนมีการบริโภคสุราเถื่อนหรือสุรากลั่นชุมชนที่ขายโดยไม่ติดแสตมป์ ซึ่งเรียกกันว่า “เหล้าบ้าน” ตั้งแต่มีการเปิดเสรีสุราชุมชน ซึ่งถึงแม้ว่าการผลิตส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นเพื่อการส่งขายไปยังจังหวัดที่มีผู้ใช้แรงงานจำนวนมาก แต่จากการที่มีปริมาณการผลิตที่ค่อนข้างสูง ทำให้การจำหน่ายและการบริโภคสุราเถื่อนมีปริมาณที่สูงตามไปด้วย ผู้บริโภคในชุมชนจะไม่ซื้อสุรากลั่นชุมชนแบบที่ขายติดแสตมป์ เนื่องจากสามารถหาซื้อสุราเถื่อนได้ง่าย คนในชุมชนให้ข้อมูลว่า หลังจากที่มีการเปิดเสรีสุราชุมชน ทำให้มีการบริโภคสุราเถื่อนกันมากขึ้น เพราะสุราเถื่อนมีราคาถูก และสามารถเข้าถึงได้ง่าย สำหรับคนที่ไม่คุ้นเคยรสชาติของสุราขาวก็ดื่มในลักษณะเหล้าดองยาที่มีการดัดแปลงให้ดื่มง่ายขึ้น

สำหรับชุมชนที่มีแหล่งผลิตน้อย มักมีการผลิตเพื่อขายเฉพาะในชุมชนของตนเอง พบว่า มีการจำหน่ายสุราเถื่อนเช่นกัน แต่จะมีปริมาณการจำหน่ายอย่างจำกัดหรือน้อยกว่าในชุมชนแรก เนื่องจากมีผู้ผลิตน้อย ทำให้ไม่สามารถผลิตเพื่อจำหน่ายในปริมาณมากๆ อีกทั้งการที่มีแหล่งผลิตน้อยทำให้ทางสรรพสามิตสามารถดูแลควบคุมได้ง่าย ผู้บริโภคสุราในชุมชนนี้ ส่วนใหญ่จะบริโภคสุรากลั่นชุมชนที่ติดแสตมป์เพราะมีแบบไม่ติดแสตมป์มีจำหน่ายน้อย เมื่อสุราเถื่อนหมดแล้วผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องซื้อแบบติดแสตมป์

สำหรับชุมชนที่ไม่มีแหล่งผลิตสุรากลั่นชุมชน พบว่า ผู้บริโภคจะซื้อสุราขาวโรงงานดื่ม เพราะไม่มีสุรากลั่นชุมชนหรือสุราเถื่อนมาจำหน่าย ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากผู้บริโภคไม่คุ้นเคยกับสุรากลั่นชุมชน จึงทำให้สุรากลั่นชุมชนไม่สามารถแทรกแซงเข้ามาในตลาดสุราของชุมชนเหล่านี้ได้ ด้วยเหตุนี้สุราเถื่อนจึงไม่สามารถแทรกแซงเข้ามาได้เช่นกัน

ดังนั้น การบริโภคสุราเถื่อนหลังการขึ้นภาษี จะมีโอกาสเพิ่มขึ้นได้ในพื้นที่ที่มีแหล่งผลิตสุรากลั่นชุมชน โดยเฉพาะชุมชนที่มีแหล่งผลิตมาก เพราะมีอุปทานของสุราเถื่อนเพียงพอสำหรับผู้บริโภค แต่สำหรับชุมชนที่มีแหล่งผลิตน้อย หรือไม่มีแหล่งผลิตเลย จะมีอุปทานของสุราเถื่อนที่ค่อนข้างจำกัด ดังนั้นผู้บริโภคที่อยู่ในชุมชนที่มีแหล่งผลิตสุรากลั่นชุมชนมาก จึงเป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะมีการบริโภคสุราเถื่อนเพื่อทดแทนสุราขาว หรือสุราสีที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้น

จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคในพื้นที่ที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน พบว่าผู้ที่หันมาบริโภคสุราเถื่อน (เหล้าบ้าน) ทดแทน ส่วนใหญ่มักเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำ และเคยดื่มสุราเถื่อนอยู่เดิมแล้ว เมื่อมีการขึ้นราคาสุราจึงทำให้ผู้บริโภคเหล่านี้หันไปดื่มสุราเถื่อนเพิ่มมากขึ้น เพื่อทดแทนการดื่มสุราขาว หรือสุราสีที่ลดลง นอกจากนั้น ผู้ที่ดื่มสุราบ่อย หรือติดสุรา จะพบการบริโภคสุราเถื่อนมากกว่าผู้ที่ดื่มสุราเป็นบางครั้ง เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสำหรับสุราที่ค่อนข้างสูง จึงต้องเปลี่ยนไปดื่มสุราที่มีราคาถูกทดแทน ด้วยราคาที่ถูกลงกว่าสุราขาว โดยราคาของสุราเถื่อนในพื้นที่ที่มีการผลิตมากขายขวดใหญ่ละ 25-30 บาท เท่านั้น แต่สำหรับพื้นที่ที่มีการผลิตน้อยราคาของสุราเถื่อนเพิ่มขึ้นเป็นขวดละ 50 บาท จากเดิม 30-35 บาท

อย่างไรก็ตาม ในแหล่งที่มีการผลิตสุราเถื่อนนั้น ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมักมีการบริโภคสุราเถื่อนเพื่อทดแทนสุราสีหรือสุราขาวโรงงานมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว การขึ้นภาษีสุราของรัฐที่ได้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2550 จึงไม่ได้มีผลต่อการหันไปบริโภคสุราเถื่อนของผู้บริโภคมากนัก

### **ตัวอย่างการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง (แหล่งผลิตขนาดใหญ่):**

#### *กลุ่มผู้ทำงานรับจ้างทั่วไป*

ส่วนใหญ่จะดื่มเหล้าขาว ดื่มกับเพื่อนตอนเย็นหลังเลิกงานวันละประมาณ 1/2 ขวดเล็ก การที่สุราขาวมีราคาเพิ่มขึ้นไม่มีผลต่อการดื่มสุราขาว เพราะยังดื่มกับเพื่อนเท่าๆ เดิม แต่ก็มีคนหันมาซื้อเหล้าบ้านดื่มบ้าง จากเดิมที่ไม่ค่อยดื่ม หรือจะดื่มบ้างเฉพาะช่วงเทศกาลที่มีคนยกให้ แต่ประมาณ 4 เดือนที่ผ่านมา เพื่อนๆ ในกลุ่มเริ่มหันไปซื้อเหล้าบ้านมาดื่มบ้าง ช่วงแรกๆ รสชาติก็แตกต่างจากเหล้าโรงที่เคยดื่ม แต่เป็นเหล้าขาวเหนียวที่ผลิตเองในหมู่บ้านใกล้เคียง ก็คิดว่าน่าจะปลอดภัย และพอดื่มบ่อยๆ ก็รู้สึกชินกับรสชาติ

#### *กลุ่มเกษตรกร*

กลุ่มนี้จะทำนาและปลูกผัก และการดื่มสุราขาวเป็นส่วนใหญ่ บางรายดื่มเหล้าโรง บางรายดื่มทั้งเหล้าโรงและเหล้าบ้านสลับกันไป แต่บางรายมีรายได้น้อยก็จะซื้อเหล้าบ้านดื่ม จะดื่มเหล้าโรงบ้างตามโอกาสหรือมีคนเลี้ยงหรือมีคนยกให้ดื่ม ลักษณะการดื่มของกลุ่มนี้ คือ จะดื่มเพื่อแก้ปวดเมื่อยหรือให้สามารถทำงานได้ บางรายบอกว่าถ้าไม่มีช่วงงานก็จะไม่ดื่มเลย แต่หากมีงาน เช่น เกี่ยวข้าว ขนข้าว ต้องใช้แรงก็จะดื่มสุรา สำหรับการขึ้นราคาสุราขาวจะมีผลกับกลุ่มนี้เพียงเล็กน้อย เพราะจะซื้อมาดื่มแค่วันละ 1-2 เป๊กหรือก๊ง ราคาประมาณ 10 เท่านั้น และหากต้องการจะดื่มมากก็จะซื้อเหล้าบ้านดื่ม เพราะเหล้าบ้านมีราคาถูกกว่าเหล้าโรงถึงครึ่งหนึ่ง โดยเหล้าบ้านราคาขวดละ 30 บาท ในขณะที่เหล้าขาวโรงงานขวดละ 100 บาท ส่วนในช่วงฤดูเกี่ยวข้าว เจ้าของนาข้าวก็จะหาซื้อสุรามาวางไว้สำหรับผู้ไปรับจ้างหรือช่วยงานเพื่อเป็นน้ำใจและช่วยให้คนเหล่านี้ทำงานได้ ดังนั้นในช่วงฤดูเกี่ยวข้าวคนกลุ่มนี้แทบจะไม่ได้ซื้อสุราดื่มเองเพราะเจ้าภาพทุกรายจะหาซื้อสุราไว้ให้ดื่ม

### **ตัวอย่างการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง (แหล่งผลิตขนาดเล็ก):**

#### *กลุ่มเกษตรกร*

ผู้บริโภคมกลุ่มนี้จะดื่มสุราขาวเป็นหลัก โดยดื่มสุรากลั่นชุมชนที่ผลิตกันในชุมชน ซึ่งเป็นค่านิยมของคนในหมู่บ้านนี้ เพราะช่วงก่อนเปิดเสรีสุรากลั่นชุมชน หมู่บ้านนี้ผลิตสุราเถื่อนกันมาก และผู้ที่ผลิตในปัจจุบันเป็นกลุ่มที่เคยมีส่วนร่วมในการเรียกร้องให้รัฐเปิดเสรีสุรากลั่นชุมชน ดังนั้นชาวบ้านในชุมชนนี้ส่วนใหญ่จะดื่มสุรากลั่นชุมชนมากกว่าสุราขาวโรงงาน โดยแต่ละคนจะมีการรวมกลุ่มของตนเองเป็นกลุ่มสหกรณ์และจะซื้อสุราจากสหกรณ์ของตนเอง โดยผู้บริโภคมซื้อทั้งแบบติดแสดมปีและไม่ติดแสดมปี เนื่องจากผู้ผลิตในชุมชนให้เหตุผลว่าไม่สามารถอยู่ได้หากขายโดยติดแสดมปีเพียง

อย่างเดียวเพราะต้องใช้ต้นทุนสูงเพื่อซื้อแอสตมปีมาติดก่อนการขาย และไม่มีตลาดอื่นนอกจากการวางขายในหมู่บ้านตนเอง ส่วนสุราขาวโรงงานจะมีการซื้อมาดื่มในกรณีที่มีแขกมาเยือนและไม่คุ้นกับสุราชุมชน

การขึ้นราคาสุรา ไม่มีผลกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ เพราะดื่มในปริมาณไม่มาก อีกทั้งยังมีเทศกาลหรือโอกาสพิเศษต่างๆ ทำให้มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ดื่มอยู่เรื่อยๆ แต่หากต้องซื้อเอง เช่น ช่วงเกี่ยวข้าวของตนเอง ก็ต้องซื้อเหล้าเบียร์มาเลี้ยงผู้ที่มาเกี่ยวข้าว ชนชาว ผู้บริโภคบอกว่าปีไหนจะซื้ออะไรและปริมาณเท่าไรมาเลี้ยงขึ้นกับผู้มาช่วยงานว่าดื่มอะไรด้วย ไม่ใช่เฉพาะราคาเท่านั้น แต่ยังมีก็ต้องซื้อเพื่อเป็นน้ำใจ (โดยผู้บริโภคกล่าวว่า ถ้าปีไหนไม่เลี้ยงเหล้าเบียร์เลยปีถัดไปก็อาจทำให้หาคนมาเกี่ยวข้าวได้ยาก เพราะถ้าถึงเวลาเกี่ยวแล้วไม่มีคนก็จะทำให้ข้าวแห้งและร่วง ได้ผลผลิตน้อยกว่าที่ควรจะได้)

### 4.3.2 การสำรวจการบริโภคสุราเดือนหลังการขึ้นราคาในผู้ดื่มสุราเป็นประจำทุกสัปดาห์

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 315 คน เป็นผู้ที่อยู่ในชุมชนที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน 157 คน และชุมชนที่ไม่มีการผลิตสุราเถื่อน 158 คน ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 83.4 และ 97.5 สำหรับกลุ่มตัวอย่างในชุมชนที่มีการผลิต และไม่มีการผลิต) มีอายุเฉลี่ย เท่ากับ 39.8 (12.0) และ 41.4 (14.0) ปี เป็นผู้ที่เคยแต่งงานหรือมีครอบครัวแล้ว (ร้อยละ 76.4 และ 86.7) จบการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 64.3 และ 61.4) เป็นเกษตรกรหรือทำงานรับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 67.5 และ 79.1) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5000 บาท (ร้อยละ 55.4 และ 77.8) และเคยสูบบุหรี่ (ร้อยละ 68.8 และ 85.5) (ตารางที่ 4-24)

ผู้บริโภครวมทั้งสองพื้นที่มีลักษณะการบริโภคเหมือนกัน สำหรับประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม พบว่า ในชุมชนที่มีการผลิตสุราเถื่อน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ดื่มสุราเถื่อนเป็นหลัก (ร้อยละ 46.5) และในชุมชนที่ไม่มีการผลิตสุราเถื่อน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ดื่มสุราขาวเป็นหลัก (ร้อยละ 86.7) สำหรับการบริโภคสุราเถื่อน พบว่า ในชุมชนที่มีการผลิตสุราเถื่อน มีผู้ดื่มสุราเถื่อน ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาจำนวน 121 คน (ร้อยละ 77.1) และมีผู้เคยดื่มแต่เลิกดื่มแล้ว จำนวน 27 คน (ร้อยละ 17.2) สำหรับผู้บริโภครวมในชุมชนที่ไม่มีการผลิตสุราเถื่อน พบว่า มีผู้ดื่มเหล้าเถื่อนในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา 6 คน (ร้อยละ 3.8) ซึ่งเป็นการดื่มบางโอกาสเพียงครั้งเดียวเท่านั้น เพราะไปงานเลี้ยงที่ต่างจังหวัดและมีคนยกให้จึงมีได้โอกาสดื่ม

ตารางที่ 4-24 ลักษณะทางประชากรและรูปแบบการบริโภค

	ชุมชนที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน [N=157]		ชุมชนที่ไม่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน [N=158]	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<i>ลักษณะทางประชากร</i>				
เพศ, ชาย	131	83.4	154	97.5
อายุ (ปี), mean (SD)	39.8	(12.0)	41.4	(14.0)
สถานะภาพ, แต่งงาน	120	76.4	137	86.7
การศึกษา, ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	101	64.3	97	61.4
อาชีพ, เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป	106	67.5	125	79.1
รายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5000 บาท	87	55.4	123	77.8
เคยสูบบุหรี่	108	68.8	135	85.5
<i>รูปแบบการบริโภคในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา</i>				
อายุเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ปี), mean (SD)	20.3	(7.1)	18.8	(4.5)
ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน (5-7วัน/สัปดาห์)	82	52.2	41	26.0
ดื่มเพื่อเข้าสังคม/สังสรรค์	74	46.5	85	53.8
ดื่มกับเพื่อน	97	61.0	120	75.9
ดื่มที่บ้านตนเอง	83	52.9	61	38.6
ดื่มแบบเสีียง (มีคะแนน AUDIT 8 คะแนน ขึ้นไป)	144	91.1	148	93.7
งดเหล้าเข้าพรรษา	61	39.9	68	43.0

สำหรับชุมชนที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน พบว่า มีผู้ที่เริ่มดื่มสุราเถื่อนหลังการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน จำนวน 8 คน (ร้อยละ 5.1) โดย 6 คน (ร้อยละ 3.8) ให้เหตุผลเรื่องราคา และอีก 2 คน (ร้อยละ 1.3) เพราะมีคนยกให้ดื่มและอยากทดลองรสชาติ (ตารางที่ 4-25) สำหรับชุมชนที่ไม่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน พบว่า การขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่มีผลทำให้ผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์หันไปบริโภคสุราเถื่อน นอกจากนี้ไม่มีชายแล้ว ผู้บริโภคยังไม่มั่นใจเรื่องความปลอดภัย (ตารางที่ 4-26)

ตารางที่ 4-25 การบริโภคสุราเถื่อนหลังการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ในชุมชนที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน

	ชุมชนที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน [N=157]		ชุมชนที่ไม่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน [N=158]	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<i>สถานภาพการบริโภคสุราเถื่อน</i>				
ดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา	121	77.1	6	3.8
เคยดื่มแต่ไม่ดื่มแล้ว	27	17.2	105	66.5
ไม่เคยดื่ม	9	5.7	47	29.7
<i>ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มเป็นหลัก (บ่อยที่สุด)</i>				
เหล้าเถื่อน	73	46.5	0	0.0
เหล้าขาว	16	10.2	137	86.7
เหล้าสี	19	12.1	6	3.8
เบียร์	49	31.2	15	9.5
<i>ผู้ที่ดื่มเหล้าสี หรือเหล้าขาว</i>	<i>N=121</i>		<i>N=158</i>	
ผู้ที่หันไปดื่มเหล้าเถื่อนหลังการขึ้นราคา	8	6.6	0	0

ตารางที่ 4-26 เหตุผลที่ไม่บริโภคสุราเถื่อนหลังการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ในชุมชนที่ไม่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน

	ชุมชนที่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน		ชุมชนที่ไม่มีแหล่งผลิตสุราเถื่อน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<i>ผู้ที่เคยดื่มแต่เลิกแล้ว</i>	<i>N=27</i>		<i>N=105</i>	
ไม่ชอบรสชาติ	14	51.9	19	18.1
ดื่มแล้วมีอาการข้างเคียง	4	14.8	5	4.8
ดีกรีแรงเกินไป	5	18.5	19	18.1
กลัวไม่ปลอดภัย	4	14.8	10	9.5
ไม่มีชาย/ไม่รู้ที่ขาย	0	0	52	49.5
<i>ผู้ที่ไม่เคยดื่ม</i>	<i>N=9</i>		<i>N=46</i>	
ดีกรีแรงเกินไป	1	11.1	6	13.0
กลัวไม่ปลอดภัย	8	88.9	15	32.6
ไม่มีชาย/ไม่รู้ที่ขาย	0	0	25	54.3

ผลการสำรวจในครั้งนี้ เป็นข้อมูลเพื่อตรวจสอบผลกระทบของการขึ้นราคาต่อการบริโภคสุรากลั่น และข้อสมมติในการประมาณการการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน เมื่อสำรวจข้อมูลในผู้ที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะหันไปดื่มสุรากลั่นสูงกว่าผู้บริโภครวมเป็นบางครั้ง พบว่า การขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ทำให้ผู้บริโภคหันไปดื่มสุรากลั่นสำหรับผู้ที่อยู่ในชุมชนที่ไม่มีแหล่งผลิตสุรากลั่น และส่งผลให้ผู้บริโภคหันไปดื่มสุรากลั่นน้อยลงแม้ผู้บริโภครวมดังกล่าวจะอาศัยอยู่ในชุมชนที่มีการผลิตสุรากลั่น

#### 4.3.3 สรุป พฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคา

การขึ้นภาษีสุรากลั่นที่รัฐบาลได้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2550 มีผลทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้แก่ สุราขาว สุราสี และบรันดี มีราคาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 10-20 บาท ผลจากการขึ้นภาษีสุรากลั่นในครั้งนี้ ในภาพรวมไม่สามารถทำให้ผู้บริโภครวมลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงมากนัก เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคาสุรากลั่นเพียงเล็กน้อย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงไม่รู้สึกว่ามีความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่าย อีกทั้งค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมของคนไทยที่ยังคงให้ความสำคัญกับการเลี้ยงสุรากลั่นค่อนข้างสูง และผู้บริโภครวมยังสามารถดื่มสุรากลั่นได้ตามปกติแม้ว่าสุรากลั่นจะมีราคาแพงขึ้น เนื่องจากสุรากลั่นส่วนใหญ่ได้มาฟรี หรือมีค่าน้อย

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มจะได้รับผลกระทบจากการขึ้นภาษีสุรากลั่นได้แก่ กลุ่มผู้มีรายได้น้อย และดื่มค่อนข้างบ่อยแต่ยังไม่ถึงขั้นติดสุรากลั่น ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของการเปลี่ยนยี่ห้อ หรือการเปลี่ยนประเภทสุรากลั่น มากกว่าการลดปริมาณการบริโภคสุรากลั่นสำหรับผู้บริโภคสุรากลั่นที่หันไปบริโภคสุรากลั่นมีเพียงเล็กน้อย โดยการหันไปบริโภคสุรากลั่นในสถานที่ที่มีการผลิตสุรากลั่น มีเพียงร้อยละ 4 ของผู้บริโภคที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์ เนื่องจาก ผู้บริโภคในพื้นที่ดังกล่าวเริ่มมีการบริโภคสุรากลั่นกันมานานแล้วและเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่มีการเปิดเสรีสุรากลั่นชุมชน ใน พ.ศ. 2546 ดังนั้น การขึ้นภาษีสุรากลั่นของรัฐบาลในครั้งนี้ จึงไม่ได้มีผลทำให้ผู้บริโภคในชุมชนเหล่านี้หันไปบริโภคสุรากลั่นมากขึ้นเท่าใดนัก สำหรับในพื้นที่ที่ไม่มีแหล่งผลิตสุรากลั่น พบว่า แม้ราคาสุรากลั่นเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ไม่เลือกที่จะหันไปบริโภคสุรากลั่น ซึ่งสาเหตุหนึ่งเนื่องมาจาก ไม่มีจำหน่าย และอีกสาเหตุหนึ่งเป็นเพราะผู้บริโภคไม่คุ้นเคยกับสุรากลั่น ทำให้ไม่มั่นใจในเรื่องของความปลอดภัย

ผลจากการศึกษาส่วนนี้ เป็นข้อมูลสำหรับการตรวจสอบการประมาณการการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงในเชิงคุณภาพ โดยการบริโภคโดยรวมลดลงไม่มาก แต่อยู่ในลักษณะของการบริโภคทดแทนกัน และจากการสำรวจ การขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ส่งผลต่อการหันไปบริโภคสุรากลั่น



## บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้ อธิบายรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใช้หน่วยดื่มมาตรฐานเท่ากับ 10 กรัมของเอธานอล (สำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต, 2547) ในการจัดกลุ่มเชิงปริมาณของการบริโภคแบบเสี่ยง (สำหรับชาย ตั้งแต่ 5 หน่วยดื่มต่อวัน และมากกว่า 14 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ และสำหรับหญิง ตั้งแต่ 5 หน่วยดื่มต่อวัน และมากกว่า 7 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์) อาศัยข้อมูลการสำรวจสภาวะสุขภาพอนามัยของประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 3 พ.ศ. 2546-47 ที่สำรวจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 7 ประเภท ในช่วง 12 เดือน จากสมาชิกในครัวเรือนตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 4.6 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ ภาคเหนือ กรุงเทพฯ ภาคกลาง และภาคใต้ (3.4, 2.9, 2.8 และ 1.8 หน่วยดื่ม ตามลำดับ) ผู้บริโภคที่มีปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อคนมากที่สุด คือ ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และผู้มีรายได้ตั้งแต่ 2,501 – 5,000 บาทต่อเดือน (11.1 และ 6.3 หน่วยดื่มต่อสัปดาห์ ตามลำดับ) สำหรับการบริโภคแบบเสี่ยง สัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยง เท่ากับร้อยละ 23.7 ของประชากร และผู้บริโภคแบบเสี่ยงมีส่วนแบ่งการบริโภคสูงถึง ร้อยละ 93.9 ของปริมาณการบริโภครวม และร้อยละ 93.6 ของค่าใช้จ่ายในการบริโภคโดยรวม สำหรับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี รายงานว่า เคยดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาเท่ากับร้อยละ 47.3 และเด็กกลุ่มนี้ที่บริโภคแบบเสี่ยง มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 18.9 หากสามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กกลง จะทำให้ปริมาณการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคลดลง ร้อยละ 2.9 และ 3.2 ตามลำดับ จากผลการศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และผู้มีรายได้ในช่วง 2,501 – 5,000 บาทต่อเดือน เป็นกลุ่มที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยต่อคนมากที่สุด และเด็กที่มีอายุน้อยกว่า 18 มีสัดส่วนของผู้บริโภคแบบเสี่ยงค่อนข้างมากและใกล้เคียงกับประชากรทั่วไป จึงควรลดการบริโภคในกลุ่มผู้ดื่มลักษณะดังกล่าวและเร่งแก้ไขปัญหาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับเด็กที่มีอายุต่ำกว่ากฎหมายกำหนด

การประมาณการการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคา อาศัยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก: (1) การศึกษาในประเทศโดยข้อมูลอนุกรมเวลา (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2548), หรือ ข้อมูลสำรวจรายบุคคล (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2550), และ (2) การศึกษาต่างประเทศ ที่ใช้ในการประเมินผลมาตรการลดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละภูมิภาคของโลก (Chisholm et al, 2004) ภายใต้ข้อสมมติ การตอบสนองต่อการขึ้นราคาของผู้บริโภคแบบเสี่ยงที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์ เท่ากับ 2/3 ของกลุ่มผู้บริโภคที่ดื่มน้อยกว่า และเมื่อราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 และ 50 ทำให้การบริโภคสุราเถื่อนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และ 15 ตามลำดับ (Chisholm et al, 2004)

ภายใต้การขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบันจากการขึ้นภาษีสุราเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2550 (สุราขาว (ร้อยละ 12.5 และ 13.8 สำหรับเหล้าขาวฯ 40 ดีกรี และเหล้าโรง 28 ดีกรี, ตามลำดับ), สุราผสม ร้อยละ 9.5, และบรันดี ร้อยละ 4.8) ทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงตั้งแต่ร้อยละ 1.4 ถึง 7.6 และหากมีการขึ้นราคาสุราเข้าร่วมด้วย ร้อยละ 10 จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลงตั้งแต่ร้อยละ 3.2 ถึง 9.9 โดยทั้งสองสถานการณ์การบริโภคโดยรวมจะลดลงน้อยที่สุด โดยข้อมูลของ Chisholm et al (2004) และ

ลดลงมากที่สุด โดยข้อมูลของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) หากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 และ 50 จะทำให้การบริโภคโดยรวมลดลง ตั้งแต่ร้อยละ 8.8 (โดยข้อมูลของ Chisholm et al, 2004) ถึง 40.4 (โดยข้อมูลของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2548) และร้อยละ 17.7 ถึง 80.9 ตามลำดับ การวิเคราะห์ความไว เนื่องจากไม่มีข้อมูลการบริโภคสุราชาวเถื่อนที่น่าเชื่อถือ หากสัดส่วนของการบริโภคสุราชาวเถื่อนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 เป็น 40 พบว่า ทำให้ผลการประมาณการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก

สำหรับการสัมภาษณ์ผู้บริโภคเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคหลังการขึ้นราคา ในชุมชนที่มีและไม่มีแหล่งผลิต/จำหน่ายสุราเถื่อน พบว่า การขึ้นภาษีสุราในครั้งนี้ ในภาพรวมไม่ทำให้ผู้บริโภคลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงมากนัก เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคาสุราเพียงเล็กน้อย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่รู้สึกว่ามีความคุ้มค่าใช้จ่าย อีกทั้งค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมของคนไทยที่ให้ความสำคัญกับการเลี้ยงสุราค่อนข้างสูง กลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มได้รับผลกระทบต่อการบริโภคจากการขึ้นราคาสุรา ได้แก่ ผู้มีรายได้น้อย และผู้ดื่มค่อนข้างบ่อยแต่ไม่ถึงขั้นติดสุรา ผลกระทบที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนยี่ห้อ หรือการเปลี่ยนประเภทสุรา การขึ้นราคาสุราในครั้งนี้ มีผลทำให้หันไปบริโภคสุราเถื่อนเพียงเล็กน้อย แม้ในพื้นที่ที่มีการผลิตสุราเถื่อน พบเพียงร้อยละ 6.6 ของผู้บริโภคที่ดื่มเป็นประจำทุกสัปดาห์ ซึ่งผู้บริโภคในพื้นที่ดังกล่าวเริ่มบริโภคสุราเถื่อนนานแล้วและเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่มีการเปิดเสรีสุรากลั่นชุมชน ในปี 2546 สำหรับในพื้นที่ที่ไม่มีการผลิตสุราเถื่อน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่หันไปบริโภคสุราเถื่อน เนื่องจากไม่มีจำหน่าย ผู้บริโภคไม่คุ้นเคยกับสุราเถื่อน และไม่มั่นใจในความปลอดภัย

## 5.2 ข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษานี้ ศึกษาผลกระทบต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากการขึ้นราคาเท่านั้น ไม่ครอบคลุมถึงปัจจัยอื่น เช่น การดำเนินการหรือรณรงค์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การส่งเสริมการขายและการตลาดของผู้ผลิตและจำหน่าย และสถานะทางเศรษฐกิจ สำหรับวิธีประมาณการปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ยังไม่ได้ทดสอบความถูกต้อง (cross validation) กับผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบัน เนื่องจากไม่มีข้อมูล และขาดข้อมูลการบริโภคสุราชาวเถื่อนที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากสุราชาวเถื่อนส่วนใหญ่เป็นการลักลอบผลิตและจำหน่ายในชุมชน จึงกำหนดสัดส่วนของสุราเถื่อนเท่ากับร้อยละ 10 ของเหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี และวิเคราะห์ความไวโดยผันแปรปริมาณการบริโภคสุราเถื่อน ตั้งแต่ร้อยละ 20 ถึง 40 (WHO, 2004; Chisholm et al, 2004) ซึ่งมีผลทำให้ผลการประมาณเปลี่ยนแปลงไปน้อยมาก

### 5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในเด็กที่มีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด และการบริโภคแบบเสี่ยง ซึ่งเป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาตามมาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ควรมีการป้องกันและประเมินสถานการณ์การบริโภคของกลุ่มเสี่ยงนี้ การแก้ปัญหาในเด็ก ควรเริ่มจากการเข้าถึงก่อน เพื่อลดนักตีมหน้าใหม่ แล้วตามด้วยการลดการตีมแบบเสี่ยง เช่น การให้คำแนะนำแบบสั้นโดยแพทย์หรือบุคลากรสาธารณสุข และการสุ่มตรวจแอลกอฮอล์ในเลือดจากลมหายใจ สำหรับผู้บริโภคแบบเสี่ยง

สำหรับการขึ้นราคาสุราในสถานการณ์ปัจจุบัน มีผลทำให้การบริโภคโดยรวมลดลง แต่ไม่มีผลต่อการบริโภคสุราเถื่อน และหากมีการเพิ่มขึ้นของราคาสุราแข่งรวมด้วย มีผลทำให้มีการบริโภคโดยรวมลดลงมากกว่าการขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้นควรมีการพิจารณาขึ้นภาษีกลุ่มสุราแข่งรวมด้วย

### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

- 1) ควรมีการสำรวจข้อมูลผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องโดยใช้หน่วยวัดเชิงปริมาณที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้
- 2) ควรให้ความสำคัญกับการประเมินการบริโภคแบบเสี่ยงในเด็ก ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่ควรเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ เพื่อประเมินผลมาตรการลดการเข้าถึงและหาแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสม
- 3) การศึกษาถึงผลของราคาต่อปริมาณและความถี่ในการบริโภค และปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ รวมด้วย
- 4) การศึกษาแนวโน้มการบริโภคสุราเถื่อนหากมีการขึ้นราคาสุราขาวที่ร้อยละ 25 และ 50

## เอกสารอ้างอิง

- Bundhamcharoen K, Putthasri W, Thammarangsi T, Manosunthorn S, Bundngamchairat A, Suthiard A, Nacheewa C, et al. **Contextualisation of WHO-CHOICE for Thailand**. Under support from WHO-CHOICE Unit. 2005.
- Chisholm D, Rehm J, van Ommeren M, Monteiro M. Reducing the Global Burden of Hazardous Alcohol Use: A Comparative Cost-Effectiveness Analysis. **J Stud Alcohol** 2004; 65: 782-793.
- Crowley S, Richardson J. **Alcohol taxation to reduce the cost of alcohol induced ill health**. Victoria: Center For Health Program Evaluation. 1997.
- Dawson DA. Methodological issues in measuring alcohol use. **Alcohol Res and Health** 2003; 27: 18-29.
- Easton B. **Taxing Harm: Modernising Alcohol Excise Duties. A report commissioned by the Alcohol Advisory Council**. New Zealand. 2002.
- Feunekes et al. Alcohol intake assessment: The sober facts. **AJE** 1999; 150: 105-112.
- Foster SE, Vaughan RD, Foster WH, Califano JA. Alcohol consumption and expenditures for underage and adult excessive drinking. **JAMA** 2003; 289: 989-95.
- Gmel et al. Measuring alcohol consumption-should the GF approach become the norm in survey research? **Addiction** 2006; 101: 16-30.
- Grant BF, Dawson DA. Age at onset of alcohol use and its association with DSM-IV alcohol abuse and dependence: results from the National Longitudinal Alcohol Epidemiology Survey. **J Subst Abuse**. 1997; 9: 103-110.
- Heeb JL, Gmel G. Measuring alcohol consumption: A comparison of graduate frequency, quantity frequency, and weekly recall diary methods in a general population survey. **Addictive Behaviors** 2005; 30: 403-413.
- Hunchangsith B, Hongladarom C, Delehantly GE. **Demand for Alcoholic Beverage in Thailand:A Cross-Sectional and Time Series Study on Demand for Mekhong**. Master's Thesis. Faculty of Economics, Thammasat University. 1980.
- National Institute of Alcoholism and Alcohol Abuse (NIAAA). **Helping patients who drink too much: A clinician's guide**. Bethesda, MD: National Institute of Alcoholism and Alcohol Abuse; 2005.
- Rehm J. Measuring quantity, frequency, and volume of drinking. **Alcohol Clin Exp Res** 1998; 22: 4S-14S.
- Ruhm CJ. **Alcohol policies and highway vehicle fatalities**. J of Health Economics 1996; 15: 435-454. in Anonymous. Economic analysis aids alcohol research. **Alcohol Research & Health** 2000; 24: 62-71.
- US Preventive Service Task Force (USPSTF). Screening and behavioural counselling interventions in primary care to reduce alcohol misuse: Recommendation statement. **Ann Intern Med** 2004; 140: 554-556.
- World Health Organization. **International Guide for Monitoring Alcohol Consumption and Related Harm**. Geneva: WHO Department of Mental Health and Substance Dependence, Noncommunicable Diseases and Mental Health Cluster. 2000.
- World Health Organization. **Adult per capita alcohol consumption**. [online access on 8 September 2006]; source [http://www3.who.int/whosis/alcohol/alcohol\\_apc\\_data.cfm?path=whosis.alcohol,alcohol\\_apc,alcohol\\_apc\\_data&language=english](http://www3.who.int/whosis/alcohol/alcohol_apc_data.cfm?path=whosis.alcohol,alcohol_apc,alcohol_apc_data&language=english).
- World Health Organization. **Global Status Report on Alcohol 2004**. Geneva. World Health Organization. 2004.
- World Health Organization. **Sixtieth World Health Assembly A60/12 Add.1. Provisional agenda item 12.1. April 5, 2007**. Geneva. World Health Organization. 2007.

กระทรวงการคลัง. **ข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 78/2550 การปรับอัตราภาษีสุราและยาสูบ.** วันที่ 28 สิงหาคม 2550.

คณะทำงานศึกษาภาระโรคและการบาดเจ็บ. **ภาระโรคและภาระจากปัจจัยเสี่ยงของประชาชนไทย พ.ศ.2547.** คณะทำงานศึกษาภาระโรคและบาดเจ็บ 2550.

ทักษพล ธรรมรังสี. **ทำไมคนไทยถึงขี้เมา. วารสารวิชาการสาธารณสุข 2549; 15: 1-12.**

ทักษพล ธรรมรังสี, สุรศักดิ์ ไชยสงค์. **การสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบ. วารสารวิชาการสาธารณสุข 2549; 15: 839-54.**

เทอดศักดิ์ เดชคง, อุษา พึ่งธรรม, อภิสิทธิ์ ฤทธาพิทย. **คู่มือการให้การปรึกษาสำหรับผู้ประสบปัญหาแอลกอฮอล์.** นนทบุรี: สำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต. 2547.

นิพนธ์ พัวพงศกร, อัมมาร สยามเวลา, สมชาย สุขสิริเสรีกุล, สิทธิศักดิ์ ลีลหานนท์, เอื้อมพร ตสาริกา, เสก เมธาสุรารักษ์, สมเกียรติ เรืองจันทร์. **โครงการวิจัยพัฒนารูปแบบเพื่อป้องกันการดื่มสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.** กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2548.

นิพนธ์ พัวพงศกร, สิทธิศักดิ์ ลีลหานนท์, ดวงมณี เลาวกุล, เอื้อมพร ตสาริกา, ทิพาตรี จิตตรีพันธ์, พรรณนิภา รุ่งเรืองสาร, เสก เมธาสุรารักษ์. **โครงการวิจัยการประเมินผลกระทบของภาษีสุราต่อราคาและการบริโภคสุรา.** กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2550.

บัณฑิต ศรีไพศาล. **แนวทางการขึ้นภาษีสุราเพื่อลดการบริโภคโดยรวม.** กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. 2548.

บัณฑิต ศรีไพศาล. **อุปสงค์ อุปทาน และผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย. คลินิก 2549; 253(22)/1: 7-20.**

บัณฑิต ศรีไพศาล, จุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ, ดวงกมล ไชยพุทธ, กมลลา วัฒนพร, โศภิต นาสิม, ดารินทร์ กำแพงเพชร, พลিশ์ วินยางศ์กุล. **รายงานสถานการณ์สุราประจำปี พ.ศ. 2550.** กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. 2550.

บุญชัย พิทักษ์ดำรงกิจ. **ดีมานด์ของสุราขาว – ผสมในประเทศไทยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2512 - 2521.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2524.

พรรณนิภา ช่างเพชร. **ผลกระทบของภาษีต่ออุปสงค์สุราผลไม้ไทยและสุราผลไม้ต่างประเทศ.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2544.

พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546

มนตรีรัตน์ ถาวรเจริญทรัพย์, ยศ ตีระวัฒนานนท์, ชนิตา เลิศพิทักษ์พงศ์, จอมขวัญ โยธาสมุทร, กรรณิการ์ ลีดิบุญสุวรรณ, ประพัทธ์ เนตรนิมิตพิทักษ์กุล, อุษา ฉายเกล็ดแก้ว. **การศึกษาต้นทุนทางสังคมและเศรษฐกิจของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย.** นนทบุรี: โครงการประเมินเทคโนโลยีและนโยบายด้านสุขภาพ. 2550. [รายงานการวิจัยเบื้องต้นฉบับย่อ]

ยงยุทธ ขจรธรรม. **นโยบายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของโลก.** กรุงเทพฯ: มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. 2547.

เยาวรัตน์ ปรปักษ์ขาม, พรพันธ์ บุณยรัตพันธ์. **รายงานการสำรวจสภาวะสุขภาพอนามัยของประชาชนไทย โดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 3 พ.ศ. 2546-2547.** นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. 2549.

สิริดา ชีระวัฒน์สกุล, จิราพร สุวรรณธีรางกูร, วราภรณ์ ปัญญาสวัสดิ์. **การดื่มและมาตรการเพื่อลดการดื่มสุรา กรณีศึกษา 2 ชุมชนภาคเหนือ.** กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. 2549.

สุวิทย์ วิมลผลประเสริฐ. **การสาธารณสุขไทย พ.ศ.2544-2547.** นนทบุรี: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุ. 2548.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. **สรุปผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547.**

อีตรา ศานติศาสน. **การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจของการควบคุมบุหรี่ในประเทศไทย.** Washington DC.: The International Bank of Reconstruction and Development/ The World Bank. 2546.

## ภาคผนวก

- ก – ข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ข – ข้อมูลความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ค – วิธีคำนวณปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ง – วิธีจัดกลุ่มผู้บริโภคแบบเสี่ยง
- จ – วิธีประมาณการปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อคน ด้วยแบบจำลองสองส่วน (two-part model)
- ฉ – การขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน
- ช – วิธีคำนวณปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง

## ภาคผนวก ก

### ข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ฐานข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพรวมทั้งการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญ 2 แห่งในประเทศไทย ได้แก่ การสำรวจอนามัยและสวัสดิการ (Health and Welfare Survey - HWS) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และการสำรวจสภาวะสุขภาพและอนามัยของประชาชนโดยการตรวจร่างกาย (National Health Examination Survey - NHES) ของสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุขและสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข โดย HWS เป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการสุขภาพ การประกันสุขภาพ สภาวะสุขภาพและการเป็นอยู่ของประชากร ซึ่งทำการสำรวจอย่างต่อเนื่องมาแล้วหลายปี HWS ให้ข้อมูลความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่มีปริมาณการดื่มต่อครั้งซึ่งไม่สามารถใช้ในการคำนวณปริมาณการบริโภคได้ สำหรับ ฐานข้อมูล NHES เป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ สภาวะสุขภาพและการเป็นโรค โดยวิธีการสัมภาษณ์และตรวจร่างกาย ฐานข้อมูล NHES 2003-04 ให้ข้อมูลทั้งปริมาณและความถี่ในการบริโภคและแยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้จาก NHES 2003-04 เพื่อสามารถหารูปแบบการดื่มแบบเสี่ยงจากปริมาณในการดื่มร่วมด้วย

นอกจาก 2 ฐานข้อมูลดังกล่าวข้างต้นแล้ว มีฐานข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีก 3 ฐานที่ไม่ได้นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราของประชากร (Cigarette Smoking and Alcohol Drinking Behavior Survey – SCDB) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ, การสำรวจการใช้สารเสพติด (National Household Survey on Substance Use – NHSSU) ของเครือข่ายองค์การวิชาการสารเสพติด, และการสำรวจพฤติกรรมเสี่ยงโรคไม่ติดต่อและการบาดเจ็บของประชากร (Behavioral Risk Factors Surveillance System – BRFSS) ของกรมควบคุมโรค โดย BRFSS ทำการสำรวจข้อมูลในปี 2548 โดยสัมภาษณ์ปริมาณและความถี่ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่เป็นการถามการบริโภคโดยรวมไม่ได้แยกประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งไม่สามารถนำมาใช้เพื่อศึกษาการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงราคาแยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้, สำหรับ SCDB เป็นการโครงการสำรวจพิเศษของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่แยกออกมาจาก HWS เพื่อสำรวจพฤติกรรมเสี่ยงในการสูบบุหรี่และดื่มสุราในปีที่ไม่มีการสำรวจ HWS ซึ่ง SCDB ให้ข้อมูลเฉพาะความถี่ในการบริโภคเช่นเดียวกับ HWS แต่ในปี 2550 นี้ SCDB 2007 ได้เพิ่มข้อมูลปริมาณการดื่ม และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกระบบภาษีร่วมด้วย, และ NHSSU เป็นการสำรวจข้อมูลการใช้สารเสพติดซึ่งรวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และในปี 2550 นี้ NHSSU 2007 ได้สำรวจข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งปริมาณและความถี่ และการบริโภคนอกระบบภาษี ซึ่งระหว่างทำการศึกษาในครั้งนี้ ทั้งสองการสำรวจยังไม่ได้เผยแพร่รายงานข้อมูลการบริโภค

**ข้อมูลการบริโภคจากการสำรวจสภาวะสุขภาพและอนามัยของประชาชนโดยการตรวจร่างกาย พ.ศ.2546-47 (National Health Examination Survey 2003-04)**

ตัวแปรการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วิเคราะห์จาก NHES 2003-04 ได้แก่ ปริมาณการบริโภคโดยรวมและแยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, กลุ่มของผู้บริโภคตามรูปแบบการบริโภคแบบเสี่ยง, และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กที่อายุต่ำกว่า 18 ปี

NHES มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลสภาวะสุขภาพและอนามัยของประชากรไทยโดยการสัมภาษณ์และการตรวจร่างกาย, NHES ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข การสำรวจครั้งแรกของ NHES เริ่มเมื่อปี 2535-36 และมีการสำรวจซ้ำในทุกๆ 5-7 ปี (2539-40, 2546-47)

สำหรับ NHES 2003-04 ทำการสำรวจในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป (เยาวชนวัย ปรบักษขาม และ พรพันท์ นฤนรต์พันท์, 2549) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามเพศและอายุเป็น 4 กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับ ชาย-หญิงวัยแรงงาน (อายุ 15-59 ปี) และผู้สูงอายุ ชาย-หญิง (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) การสำรวจนี้ใช้วิธีการสุ่มแบบ stratified three-stage cluster sampling โดยแบ่งกลุ่มตามเขตสาธารณสุข และหน่วยสุดท้ายของการสุ่มคือบุคคลในหมู่บ้านที่ถูกสุ่มเลือก

สำหรับวิธีการสุ่ม แบ่งชั้นภูมิที่สำรวจ (stratified sampling) ตามเขตสาธารณสุข เขตการปกครอง และกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย โดยขั้นแรก แบ่งชั้นภูมิตามเขตสาธารณสุขออกเป็น 13 ชั้นภูมิ (12 เขต ใน 4 ภูมิภาค และ 1 เขต ในกรุงเทพฯ) โดยแต่ละชั้นภูมิสุ่มเลือกจังหวัดตัวอย่าง ตามขนาดของจังหวัด (probability proportional to size) จำนวน 3 จังหวัด, ขั้นที่สอง แต่ละจังหวัดที่ถูกสุ่มเลือก แบ่งชั้นภูมิตามเขตการปกครองเป็น 2 ชั้นภูมิย่อย ได้แก่ ในเขตและนอกเขตเทศบาล สำหรับกรุงเทพฯ มี 6 ชั้นภูมิย่อย ซึ่งทั้งหมดอยู่ในเขตเทศบาล โดยแต่ละชั้นภูมิย่อยสุ่มเลือกหมู่บ้านหรือชุมชนอาคารตัวอย่างตาม probability proportional to size จำนวน 3 หมู่บ้าน, และขั้นที่สาม แต่ละชั้นภูมิย่อยแบ่งกลุ่มประชากรตามกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเป็น 4 ชั้นภูมิสุดท้าย โดยทำการสุ่มเลือกอย่างเป็นระบบ จำนวน 15 คนต่อกลุ่มเป้าหมาย การสำรวจข้อมูลทำโดยการสัมภาษณ์ ตรวจร่างกาย และตรวจทางห้องปฏิบัติการ ช่วงเวลาการสำรวจระหว่างวันที่ 15 มกราคม – 15 เมษายน 2547 โดยบุคลากรทางการแพทย์ สำหรับจำนวนตัวอย่างทั้งหมด เท่ากับ 39,290 คน

ข้อมูลใน NHES 2003-04 ประกอบด้วย สภาวะสุขภาพ, การบริโภคอาหาร, การมีกิจกรรมทางกาย, การสูบบุหรี่, การดื่มสุรา, โรคและปัญหาด้านสุขภาพ, การบาดเจ็บและอุบัติเหตุ, พฤติกรรมทางเพศ, การตรวจร่างกายและตรวจทางห้องปฏิบัติการ และข้อมูลลักษณะทางประชากร สำหรับข้อมูลพฤติกรรมสุขภาพและโรคที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน NHES 2003-04 ได้แก่ การสูบบุหรี่, การทำกิจกรรมทางกาย, การบริโภคอาหาร, ดัชนีมวลกาย, โรคเบาหวาน, ความดันโลหิตสูง, ไขมันในเลือดสูง, และหอบหืด โดย NHES 2003-04 ได้รายงานข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน ดังนี้

- สัดส่วนของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามระดับการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อวัน เป็น ผู้บริโภคแบบ responsible, hazardous และ harmful อธิบายตาม เพศ และอายุ



- สัดส่วนของผู้บริโภคในกลุ่ม hazardous และ harmful อธิบายตามเพศ, เขตการปกครอง, ภูมิภาค, และเขตสาธารณสุข
- ปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อวันโดยใช้หน่วยเป็นกรัมของเอธานอล และหน่วยดื่มมาตรฐาน ตามเพศและอายุ
- ความถี่ของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณมากในครั้งเดียว ตามเพศและอายุ
- สัดส่วนของผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณมากในครั้งเดียว ตามเพศและอายุ
- สัดส่วนของผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณมากในครั้งเดียว ตามเพศ, เขตการปกครอง, ภูมิภาค, และเขตสาธารณสุข
- สัดส่วนของผู้บริโภค ตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม

การวิจัยครั้งนี้ได้วิเคราะห์รูปแบบการบริโภคเพิ่มเติมจากรายการงานสำรวจ NHES 2003-04 ในส่วนที่วิเคราะห์เพิ่มเติมได้แก่ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเสี่ยงจากการบริโภคเกินปริมาณที่จำกัดต่อวัน และต่อสัปดาห์, การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี, ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อปี, และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการบริโภค โดยในการศึกษานี้ นำเสนอรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้

- สัดส่วนของผู้บริโภคที่ดื่มเกินข้อแนะนำต่อวันหรือต่อสัปดาห์ ตามเพศ, อายุ, การศึกษา, รายได้ และภูมิภาค
- สัดส่วนของผู้บริโภคที่ดื่มเกินข้อแนะนำต่อวันหรือต่อสัปดาห์ ในเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี
- ปริมาณการบริโภคเป็นกรัมของเอธานอล และค่าใช้จ่ายจากการบริโภค ระหว่างภูมิภาค, รายได้, และ การศึกษา เมื่อคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ร่วมด้วย
- สัดส่วนของปริมาณการบริโภคของแต่ละประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

สำหรับแบบสอบถามข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน NHES 2003-04 แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ คำถามสถานะของผู้บริโภค, คำถามปริมาณและความถี่ที่บริโภคโดยปกติตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, และคำถามการดื่มปริมาณมากในครั้งเดียว

NHES 2003-04 สืบหาข้อมูลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน โดยใช้เครื่องมือในการถามปริมาณและความถี่แยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (beverage-specific quantity-frequency - BSQF) จำนวน 7 ประเภท ได้แก่ สุราผสมโซดาหรือน้ำเปล่า, เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นที่บ้าน 40 ดีกรี, เหล้าโรง 28 ดีกรี, บรันดีหรือคอนยัก, เบียร์, ไวน์ แชมเปญ หรือสุราแช่พื้นเมือง, และคูลเลอร์หรือสุราผสมผลไม้

โดยผู้ที่ระบุว่าเคยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน ก่อนวันสัมภาษณ์ จะถูกถามเกี่ยวกับปริมาณและความถี่ ดังสรุปในตารางที่ ก-1 โดยคำถามปริมาณ ถามเกี่ยวกับขนาดภาชนะที่ใช้ดื่ม และจำนวนดื่มที่ดื่มโดยปกติ โดยมีภาพประกอบสำหรับขนาดภาชนะที่ใช้ดื่ม ซึ่งแบ่งเป็น ภาชนะที่มีขนาดจำเพาะ ได้แก่ เป๊ก (30 มล.) และ กระป๋อง (330 มล.), และภาชนะที่มีหลายขนาด ได้แก่ แก้วในขนาดต่างๆ กัน จำนวน 15 ขนาด (ตารางที่ ก-2) สำหรับคำถามความถี่ ถามเกี่ยวกับช่วงของความถี่ และจำนวนครั้งที่ดื่มในแต่ละช่วงความถี่ นอกจากนี้การได้มาของข้อมูลปริมาณและความถี่ในการบริโภค ดังตัวอย่าง

ของสุราขาว 28 ดีกรี ผู้บริโภคจะถูกถามปริมาณการดื่มต่อครั้งในหน่วยของกระป๋อง หรือแก้ว สำหรับแก้ว ขนาดของแก้ว ที่ใช้ในการดื่มเป็นประจำจะถูกถาม ตามด้วยจำนวนแก้ว ที่ดื่มโดยปกติต่อครั้งที่ดื่ม สำหรับ เป๊กซึ่งมีขนาดจำเพาะ ผู้บริโภคจะถูกถามเฉพาะจำนวนเป๊กที่ดื่มโดยปกติ นอกจากนี้แล้วผู้บริโภคจะถูกถามความถี่ในการบริโภค และจำนวนครั้งที่ดื่ม

คำถามการดื่มปริมาณมากในครั้งเดียว ได้ถามจำนวนครั้งในการดื่มในช่วง 12 เดือน ก่อนวัน สัมภาษณ์ตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งแยกคำถามของสุราแช่พื้นเมืองออกจากไวน์ และไม่มี คำถามสำหรับบรันดีหรือคอนยัค โดยคำถามสำหรับแต่ละประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้กำหนดปริมาณ การดื่มตามขนาดภาชนะที่นิยมใช้ดื่ม เมื่อคำนวณเป็นหน่วยดื่มมาตรฐาน (โดยหนึ่งหน่วยดื่มมาตรฐาน เท่ากับ 10 กรัมของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์) ปริมาณการดื่มมีค่าเท่ากับ 3.0 ถึง 9.9 หน่วยดื่มมาตรฐาน (ตารางที่ ก-3)

ในการศึกษานี้ใช้ข้อมูลจากคำถามปริมาณและความถี่ในการคำนวณปริมาณการบริโภคโดยรวม และการจัดกลุ่มผู้บริโภคแบบเสี่ยงตามข้อเสนอแนะปริมาณการดื่มต่อวันและต่อสัปดาห์

ตารางที่ ก-1 ลักษณะคำถามปริมาณและความถี่ในการบริโภค และรหัสคำตอบ

คำถามสำหรับการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา	รหัสคำตอบ						
	สุราผสม โขดดา	เหล้าโรง 28 ดีกรี	เบียร์	บรันดี หรือ คอนยัค	เหล้าขาว หรือสุรา ต้มกลั่น พื้นบ้าน 40 ดีกรี	ไวน์ แชมเปญ หรือสุรา แช่พื้นเมือง	คูลเลอร์ หรือ สุราผสมน้ำผลไม้
<b>คำถามปริมาณการดื่ม</b>							
ขนาดของหน่วยดื่ม	N/A	0 - 19					
จำนวนหน่วยดื่ม ที่มีได้หลายขนาด (แก้ว) ที่ดื่มต่อครั้ง	N/A	0 - 19					
จำนวนหน่วยดื่ม ที่มีขนาดจำเพาะ (เป๊ก หรือ กระป๋อง) ที่ดื่มต่อครั้ง	0 - 99 (เป๊ก)	0 - 99 (เป๊ก)	0 - 99 (กระป๋อง)	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>คำถามความถี่ในการดื่ม</b>							
ระดับความถี่	1 - 4 (1=ทุกวัน, 2=ทุกสัปดาห์, 3=ทุกเดือน, และ 4=นานๆครั้ง)						
จำนวนครั้งที่ดื่ม ในช่วงความถี่	0 - 99						

หมายเหตุ: N/A = not applicable, ลำดับของประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เรียงตามในแบบสอบถาม

ตารางที่ ก-2 ขนาดของหน่วยดื่ม

หน่วยดื่ม	ขนาด (มิลลิลิตร)
แก้ว หมายเลข	
12	25
8, 9, 13	50
4, 10, 11	80
3, 7, 14	100
2	150
6	175
1	200
5	270
15	400
เบ็ก (สำหรับเหล้า)	30
กระป๋อง (สำหรับเบียร์)	330

ที่มา: ยิวาร์ตัน ปรบักษ์ขาม, พรพันธ์ บุณยรัตพันธ์ (2549)

ตารางที่ ก-3 จำนวนหน่วยดื่มมาตรฐานในข้อถามการดื่มปริมาณมากในครั้งเดียว ใน NHES 2003-04

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	% ethanol	จำนวนหน่วยดื่มที่ระบุ	หน่วยดื่ม	ขนาด (มล.)	จำนวนหน่วยดื่มมาตรฐาน (ตามกรัมต่อหน่วยดื่ม)		
					10g	12g	14g
เหล้าขาว หรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	40	0.5	ขวด	625	9.9	8.2	7.1
เหล้าโรง 28 ดีกรี	28	0.5	ขวด	625	6.9	5.8	4.9
สุราผสมโซดา	28	8	แก้ว	30	5.3	4.4	3.8
เบียร์	5	4	กระป๋อง	330	5.2	4.3	3.7
	5	2.5	ขวด	630	6.3	5.2	4.4
ไวน์	12	7	แก้ว	100	6.6	5.5	4.7
สุราแช่พื้นเมือง	12	0.5	ขวด	630	3.0	2.5	2.1
คูลเลอร์ หรือสุราผสมไม้ม	5	5	ขวด	275	5.4	4.5	3.9

หมายเหตุ: เอทานอลมีความถ่วงจำเพาะ เท่ากับ 0.79, สำหรับคำถามปริมาณมากในครั้งเดียวแยกข้อถามของสุราแช่พื้นเมืองออกจากไวน์ และไม่มีข้อถามสำหรับบรันดีหรือคอนยัก

ตารางที่ ก-4 รายชื่อจังหวัดและภูมิภาค ของแต่ละเขตสาธารณสุข ใน NHES 2003-04

เขตสาธารณสุข	ภูมิภาค	จังหวัด
1	กลาง	ปทุมธานี, นนทบุรี, สมุทรปราการ
2	กลาง	ชัยนาท, ลพบุรี, สุพรรณบุรี
3	กลาง	ปราจีนบุรี, ระยอง, ชลบุรี
4	กลาง	เพชรบุรี, สมุทรสาคร, ราชบุรี
5	ตะวันออกเฉียงเหนือ	มหาสารคาม, สุรินทร์, นครราชสีมา
6	ตะวันออกเฉียงเหนือ	เลย, สกลนคร, ขอนแก่น
7	ตะวันออกเฉียงเหนือ	อำนาจเจริญ, ร้อยเอ็ด, อุบลราชธานี
8	เหนือ	ตาก, กำแพงเพชร, นครสวรรค์
9	เหนือ	แพร่, พิษณุโลก, เพชรบูรณ์
10	เหนือ	พะเยา, เชียงราย, เชียงใหม่
11	ใต้	ภูเก็ต, สุราษฎร์ธานี, นครศรีธรรมราช
12	ใต้	พัทลุง, นราธิวาส, สงขลา
13	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ

## ภาคผนวก ข

### ข้อมูลความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในการศึกษาครั้งนี้มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity) จำนวน 3 ชุด โดย 2 ชุดแรกมาจากการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ โดยข้อมูลอนุกรมเวลา (2548) และข้อมูลสำรวจรายบุคคล (2550) และชุดที่ 3 จากการศึกษาในต่างประเทศที่ใช้ในการประเมินผลของมาตรการเพื่อลดปัญหาจากการบริโภคแอลกอฮอล์ในภูมิภาคต่างๆ ของโลก (Chisholm et al, 2004)

#### 1) ความยืดหยุ่นชุดที่ 1: ข้อมูลอนุกรมเวลา

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาชุดแรก มาจากการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) ที่วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองอนุกรมเวลา (time-series model) จากสมการอุปสงค์ของทฤษฎีการบริโภค ซึ่งจำแนกตามเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5 ประเภท ได้แก่ สุราขาว สุราสีในประเทศ สุราสีนำเข้า เบียร์ และไวน์นำเข้า ใช้ข้อมูลระหว่างปี 2532-2546

โดยตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ของการศึกษานี้ ได้แก่ ปริมาณอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประชากรผู้ใหญ่ ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท รายได้ประชากรผู้ใหญ่ และมูลค่าการโฆษณาต่อประชากรผู้ใหญ่ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้นๆ สำหรับค่าเงินถูกปรับด้วยค่า consumer price index โดยในปี 2531 เป็นปีฐาน

การประมาณค่า elasticity ทำโดยวิธี three-stage least squares (3SLS) เนื่องจากผู้วิจัยและคณะพบว่า การประมาณการด้วยวิธี ordinary least squares (OLS) ทำให้เกิด simultaneous bias ขึ้น เพราะปัจจัยภายใน (endogenous variable) ได้แก่ อุปสงค์ และราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดนั้น มีสหสัมพันธ์ (correlate) กับตัวรบกวน (disturbances -  $\epsilon$ ) ซึ่งมีผลให้ตัวประมาณค่าที่ได้มี bias และ inconsistent ซึ่งผู้วิจัยและคณะได้แก้ปัญหาดังกล่าว โดยใช้ instrument variables ในการประมาณการด้วยวิธี 3SLS ซึ่งได้ผลการประมาณค่าที่ consistent และดีกว่าวิธี OLS โดยตัวแปรที่ใช้เป็น instrument variables ได้แก่ อัตราภาษี ราคาสินค้าทดแทน ราคาสินค้าวัตถุดิบ อัตราแลกเปลี่ยน และสัดส่วนความหนาแน่นของประชากรในตัวเมือง ค่า price elasticity จากการศึกษาครั้งนี้ ดังสรุปในตารางที่ ก-2

#### 2) ความยืดหยุ่นชุดที่ 2: ข้อมูลสำรวจรายบุคคล

สำหรับค่าความยืดหยุ่นชุดนี้ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550) ได้วิเคราะห์โดยอาศัยการสำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคโดยตรง เพื่ออธิบายพฤติกรรมกรรมการบริโภคและการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงราคาในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5 ประเภท

ผู้วิจัยและคณะทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่ออกแบบการสุ่มใช้วิธีการสุ่มแบบ stratified two-stage cluster sampling เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งแบ่งพื้นที่สำรวจออกเป็น 4 ภาค และกรุงเทพฯ โดยแต่ละภาคจะสุ่มเลือกจังหวัดตัวอย่างจำนวน 2

จังหวัด เพื่อเป็นตัวแทนของจังหวัดขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ขนาดตัวอย่างที่ศึกษาจะถูกสุ่ม  
อย่างเป็นสัดส่วนกับขนาดประชากรของแต่ละภาค (probability proportional to size of the  
region) และแต่ละจังหวัดจะมีขนาดตัวอย่างประมาณ 350-450 คน ซึ่งกำหนดให้สัดส่วนของ  
จำนวนตัวอย่างในเมืองมากกว่าในชนบท แต่ละจังหวัดเลือกอำเภอตัวอย่างจำนวน 3-4 อำเภอ ที่  
มีพื้นที่ไม่ติดกัน โดยแต่ละอำเภอทำการเลือกหมู่บ้านหรือชุมชนอาคาร ทั้งในเขตและนอกเขต  
เทศบาล จำนวนเขตละ 1 หมู่บ้าน ในแต่ละหมู่บ้านทำการเลือกสถานที่ที่ผู้บริโภคเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์นิยม จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ 1) ร้านอาหาร-สถานบันเทิง, 2) ร้านค้าตามชุมชน-ร้าน  
สะดวกซื้อ, 3) สถานีบริการน้ำมัน, 4) ตลาดสด-แหล่งชุมชน, 5) ตามงานเทศกาล สำหรับกรณี  
วันสำรวจพบงานเทศกาลในพื้นที่, 6) บริเวณโรงงาน โดยสัมภาษณ์คนงานในเวลาพักกลางวัน,  
7) สถาบันการศึกษา, และ 8) สถานที่พักผ่อน

นอกจากนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มผู้บริโภค การ  
สำรวจนี้กำหนดให้มีสัดส่วนของผู้ที่ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่ากับร้อยละ 15 และเพื่อให้การ  
กระจายของกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับโครงสร้างประชากรที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม  
การสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างใน 5 ช่วงอายุไว้ดังนี้  
1) อายุไม่เกิน 20 ปี (ร้อยละ 8 - 10), 2) อายุ 21-25 ปี (ร้อยละ 15 - 20), 3) อายุ 26-40 ปี  
(ร้อยละ 30 - 35), 4) อายุ 41-60 ปี (ร้อยละ 30 - 35), และ 5) อายุมากกว่า 60 ปี (ร้อยละ 5 -  
10) เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายแล้ว ใช้วิธีสร้างค่าถ่วงน้ำหนักสำหรับตัวอย่างสำรวจเพื่อให้  
เป็นตัวแทนของประชากร ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 24 กรกฎาคม - 7 สิงหาคม 2548 มี  
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 4,046 คน

ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย ราคาเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์และค่าใช้จ่ายในการดื่ม, การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปลอดภัยและหนีภาษี,  
และ การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดื่มเมื่อราคาเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นหรือลดลง สำหรับ  
ข้อมูลปริมาณการบริโภค ใช้กรอบระยะเวลาอ้างอิง เท่ากับ 3 เดือน โดยสอบถามแยกตาม  
ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ เบียร์, สุราขาว, สุราผสม, วิสกี้ในประเทศ, วิสกี้นำเข้า,  
บรันดีในประเทศ, บรันดีนำเข้า, สุราสีอื่นๆ ในประเทศ, สุราพิเศษอื่นๆ นำเข้า, สุราแช่พื้นเมือง,  
ไวน์/สปาร์กลิงไวน์/ไวน์ผลไม้ในประเทศ, และไวน์/สปาร์กลิงไวน์/ไวน์ผลไม้นำเข้า

การศึกษานี้ได้วิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา สำหรับเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์ 5 กลุ่ม ได้แก่ สุราขาว สุราสีในประเทศ สุราสีนำเข้า เบียร์ และไวน์ในประเทศ โดย  
ใช้แบบจำลองสองส่วนในการประมาณการปริมาณการบริโภค ซึ่งส่วนแรกเป็นแบบจำลองของ  
สมการถดถอยโลจิสติก (logistic regression) และส่วนที่สองเป็นแบบจำลองสมการเชิงเส้น  
ทั่วไป (generalized linear model) ตัวแปรที่ใช้ในวิเคราะห์ ได้แก่ การบริโภคเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์ ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพศ การศึกษา อายุ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกใน  
ครัวเรือน และรายได้ ค่า price elasticity จากการศึกษา ดังสรุปในตารางที่ ก-3

ตารางที่ ก-2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยข้อมูลอนุกรมเวลา

ปัจจัย	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
	สุราขาว	สุราสีในประเทศ	สุราสีนำเข้า	ไวน์นำเข้า	เบียร์
ราคาสุราขาว	-2.73	1.06*	-	-	1.25
ราคาสุราสีในประเทศ	3.77*	-1.56*	-	-	0.32
ราคาสุราสีนำเข้า	-	-	-0.61*	-	-
ราคาไวน์นำเข้า	-	-	-	-0.60	-
ราคาเบียร์	1.30*	-0.17*	-	-	-2.68*

ที่มา: นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548)

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%, - ไม่มีข้อมูล

ตารางที่ ก-3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยข้อมูลสำรวจรายบุคคล

ปัจจัย	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์				
	สุราขาว	สุราสีในประเทศ	สุราสีนำเข้า	ไวน์ในประเทศ	เบียร์
ราคาสุราขาว	-1.26*	-	-	-	1.04*
ราคาสุราสีในประเทศ	0.89	-0.92*	4.47*	-	1.33*
ราคาสุราสีนำเข้า	-	-	-0.40	-	-
ราคาไวน์ในประเทศ	-	-	-	-1.32*	-
ราคาเบียร์	-	0.22	-	1.94*	-0.37*

ที่มา: นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550)

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%, - ไม่มีข้อมูล

### 3) ความยืดหยุ่นชุดที่ 3: ข้อมูลของ Chisholm et al (2004)

สำหรับความยืดหยุ่นชุดที่ 3 มาจากการศึกษาในต่างประเทศ โดย Chisholm et al (2004) ได้นำค่า price elasticity ที่ศึกษาจากหลายประเทศซึ่งได้รายงานไว้ใน Babor et al (2003) และ Levy and Ornstein (1983) มาใช้ประมาณการการเปลี่ยนแปลงการบริโภค เมื่อมีการเพิ่มขึ้นของราคาสำหรับแต่ละภูมิภาคของโลก โดยจำแนกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ สุรา, เบียร์, และไวน์ และกำหนดค่า price elasticity เท่ากับ -0.3, -1.0, และ -1.5 สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่มีปริมาณการบริโภคมากที่สุด, รองลงมา, และน้อยที่สุด ตามลำดับ โดยข้อมูลสำหรับประเทศไทยมีปริมาณการบริโภคเรียงจากมากที่สุดไปน้อยสุด คือ สุรา, เบียร์, และไวน์ จึงได้กำหนดค่า price elasticity สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละกลุ่ม เท่ากับ -0.3, -1.0, และ -1.5 ตามลำดับ

## ภาคผนวก ค

### วิธีคำนวณปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน คำนวณเป็นหน่วยกรัมของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ (เอธานอล) จากข้อมูลการบริโภคในแต่ละประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยอาศัยข้อมูลปริมาณ (Q) และความถี่ (F) ที่บริโภค

ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทมีปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ที่แตกต่างกัน (ตารางที่ ค-1) ดังนั้นจำนวนดื่มของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทจะถูกปรับเป็นหน่วยดื่มมาตรฐาน เพื่อสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ระหว่างประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยหนึ่งหน่วยดื่มมาตรฐานจะมีปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์เท่ากับ 10 กรัม (เทอดศักดิ์ เดชคง และคณะ, 2547) โดยแอลกอฮอล์มีความถ่วงจำเพาะเท่ากับ 0.79 โดยการศึกษาที่ใช้ค่าความแรง (ดีกรี) สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทตามที่รายงานไว้ใน ยิวาร์ตัน ปรบักซ์ชาม และ พรพันท์ บุญยรัตพันธุ์ (2549), ยกเว้นประเภทสุราผสมโซดา และไวน์หรือสุราแช่พื้นเมือง ซึ่งใช้ค่าใหม่เป็น 35 และ 12 ดีกรี เนื่องจากสุราผสมโซดาฯ ส่วนใหญ่ที่จำหน่ายมีดีกรีเท่ากับ 35 โดยมีช่วงตั้งแต่ 28-43 (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2550) ซึ่งในรายงานการสำรวจฯ ใช้ค่า 28 ดีกรี และไวน์ดีกรีที่ใช้เป็นค่ากลางของช่วงดีกรีที่มีจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ ตั้งแต่ 9-15 (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2550) ซึ่งจะแตกต่างจากในรายงานการสำรวจฯ ที่ใช้ค่า 11 ดีกรี

ตารางที่ ค-1 ปริมาณของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ปริมาณของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ (%)
เหล้าขาวหรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	40.0
เหล้าโรง	28.0
สุราผสมโซดาฯ	35.0
บรันดี้ หรือคอนยัค	40.0
เบียร์	
สิงห์ลาเกอร์	6.4
เบียร์ช้าง	6.4
สิงห์โกลด์	5.0
สิงห์ตราฟัท	6.0
เบียร์สด	5.0
ลีโอบีเยร์	6.0
ไทเบียร์	6.5
คลอสเตอร์เบียร์	5.2
เบียร์อื่นๆ	5.6
ไวน์ แชมเปญ หรือสุราแช่พื้นเมือง	12.0
คูลเลอร์ หรือสุราผสมรสผลไม้	5.0

ที่มา: ยิวาร์ตัน ปรบักซ์ชาม, พรพันท์ บุญยรัตพันธุ์ (2549), นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550)

ปริมาณการบริโภคในรอบ 1 ปี สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท คำนวณได้จากผลคูณของ ปริมาณการดื่มต่อวัน ( $Q_{day}$ ) และจำนวนวันที่ดื่มต่อปี ( $F_{day}$ ) โดยจำนวนวันที่ดื่มต่อปี คำนวณจากการคูณ ความถี่ในการดื่มทุกวัน, ทุกสัปดาห์, ทุกเดือน, และนานๆ ครั้ง ด้วยตัวคูณ 365, 52, 12, และ 1 ตามลำดับ และเพื่อเปรียบเทียบกันได้ระหว่างเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวนที่ดื่มต่อครั้งจะถูกคำนวณ สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$Q_{time} = (Q_{number} * Q_{size} * \%EBV * Density) / Drink_{gram}$$

เมื่อ,

$Q_{time}$  = จำนวนหน่วยดื่มมาตรฐานที่ดื่มต่อครั้ง

$Q_{number}$  = จำนวนหน่วยดื่มที่รายงานในการดื่มต่อครั้ง

$Q_{size}$  = ขนาดของหน่วยดื่มที่รายงาน (มล.)

$\%EBV$  = % ของเอธานอลโดยปริมาตร

Density = ค่าความถ่วงจำเพาะของเอธานอล

$Drink_{gram}$  = กรัมของเอธานอลสำหรับหนึ่งหน่วยดื่มมาตรฐาน

สำหรับผู้ที่รายงานหน่วยดื่มสองประเภท ทั้งหน่วยดื่มที่มีขนาดจำเพาะ และหน่วยดื่มที่มีหลายขนาด ในเหล้าโรง 28 ดีกรี (จำนวน 1,312 ร้อยละ 30.5) และเบียร์ (จำนวน 1,427 ร้อยละ 11.5) ค่า  $Q_{time}$  คำนวณจากหน่วยดื่มที่มีขนาดจำเพาะเป็นหลัก โดยค่าที่รายงานเป็นหน่วยดื่มที่มีขนาดจำเพาะ ต่างจากค่าที่รายงานเป็นหน่วยดื่มที่มีหลายขนาด เท่ากับ 0.77 และ 1.31 หน่วยดื่มมาตรฐาน ตามลำดับ (ตารางที่ ค-2)

ตารางที่ ค-2 จำนวนผู้บริโภคที่ตอบปริมาณการดื่มตามภาษาขณะที่ใช้ดื่มทั้งประเภทที่มีขนาดจำเพาะ และประเภทที่มีหลายขนาด สำหรับเหล้าโรง 28 ดีกรี และเบียร์

ผู้บริโภค	เหล้าโรง 28 ดีกรี	เบียร์
จำนวนผู้บริโภคทั้งหมด	4,304	12,411
จำนวนผู้บริโภคที่ตอบทั้ง 2 ประเภทของภาษา*, n (%)	1,312 (30.5)	1,427 (11.5)
ส่วนต่างของปริมาณที่ตอบโดยภาษาที่มีขนาดจำเพาะ และภาษาที่มีได้หลายขนาด เมื่อคำนวณเป็นหน่วยดื่มมาตรฐาน (เบียร์ หรือกระป๋อง – แก้ว), median (IQR)	0.77 (0.22 – 3.98)	1.31 (0.65 – 2.76)

หมายเหตุ: \*ไม่รวมผู้ที่ตอบศูนย์

เนื่องด้วยลักษณะของคำถาม เป็นการถามจำนวนดื่มต่อครั้ง การคำนวณจำนวนดื่มต่อวันจึงกำหนดดังนี้ โดย  $Q_{day}$  สำหรับการดื่มทุกวัน เท่ากับผลคูณของ  $Q_{time}$  และจำนวนครั้งที่ดื่มต่อวัน ( $F_{number}$ ) สำหรับผู้ที่ตอบดื่มน้อยกว่าวันละครั้ง  $Q_{day}$  มีค่าเท่ากับ  $Q_{time}$  และจำนวนวันที่สามารถดื่มได้ใน 1 ปี กำหนดให้เท่ากับ 365 วัน สำหรับปริมาณการดื่มต่อวันสูงสุดที่สามารถเป็นไปได้ (ตารางที่ ค-3)



ตารางที่ ค-3 การคำนวณค่า  $Q_{day}$  และ  $F_{day}$  สำหรับแต่ละช่วงความถี่ในการบริโภค

ระดับความถี่	การดื่มทุกวัน	การดื่มน้อยกว่าทุกวัน
$Q_{day}$	$Q_{time} * F_{number}$	$Q_{time}$
ค่าสูงสุดของ $Q_{day}$	20	20 (สำหรับ การดื่ม 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์), 50 (สำหรับการดื่มน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง)
$F_{day}$	$F_{period}$	$F_{period} * F_{number}$
ค่าสูงสุดของ $F_{day}$	365	365

สำหรับการบริโภคทุกวัน ในช่วง 12 เดือน ค่า  $Q_{day}$  เท่ากับผลคูณของ  $Q_{time}$  และ  $F_{number}$  โดยจำนวนครั้งในการดื่มสูงสุดสำหรับผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกวัน ให้เท่ากับ 6 (Rehm, 1998) โดยค่าที่มากกว่า 6 จะถูกบันทึกเป็น 6 (ตารางที่ ค-4) และจำนวนดื่มมาตรฐานสูงสุดต่อวัน สำหรับผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกวัน มีค่าเท่ากับ 20 (เยาว์วอร์ดน์ ปรบักซ์ชาม และ พรพันท์ บุญยรัตพันธ์, 2549) ซึ่งค่าที่มากกว่า 20 จะถูกบันทึกเป็น 20 (ตารางที่ ค-5) นอกจากนี้ ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง ขึ้นไป ถือว่า เป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ค่อนข้างบ่อย (จากการสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่และดื่มสุรา ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ) ดังนั้น ค่า  $Q_{day}$  สำหรับกลุ่มนี้ กำหนดให้ค่าสูงสุดเท่ากับ 20 และค่าที่มากกว่าจะถูกบันทึกเป็น 20 และผู้บริโภคร่างดื่มแอลกอฮอล์ทุกวันกำหนดให้มีค่า  $F_{day}$  เท่ากับ 365

สำหรับการบริโภคทุกสัปดาห์, ทุกเดือน, และนานๆ ครั้ง ค่า  $Q_{day}$  จะเท่ากับ  $Q_{time}$  และค่าสูงสุดของ  $Q_{day}$  ในกลุ่มนี้ (ที่ดื่มน้อยกว่าสัปดาห์ละ 3 ครั้ง) เท่ากับ 50 (Foster et al, 2003) สำหรับค่าที่มากกว่า 50 จะถูกบันทึกเป็น 50 (ตารางที่ ค-5) สัดส่วนของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่า 1 ประเภท ดังตารางที่ ค-6

ปริมาณการบริโภครวม สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท เท่ากับ ผลคูณของปริมาณที่ดื่มต่อวันและจำนวนวันที่ดื่มในช่วง 12 เดือน และจากนั้นคำนวณปริมาณการบริโภครวมทั้งหมดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท

สำหรับค่าใช้จ่ายจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประมาณการโดยใช้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำรวจจากร้านค้าปลีกในท้องตลาด โดยใช้ยี่ห้อตัวแทนของแต่ละประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการสำรวจเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2549 (ตารางที่ ค-7 - 10) จากนั้นคำนวณเป็นราคาต่อหน่วยดื่มมาตรฐาน และปรับค่าเงินให้เป็นปี 2546 ด้วยค่า consumer price index ซึ่งค่าเงินในปี 2549 คิดเป็น 1.073 เท่าของปี 2546

โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทมีหลายยี่ห้อ โดยเฉพาะสุราผสมโซดาฯ ที่รวมสุราสีในประเทศและสุราสีนำเข้าจากต่างประเทศด้วยกัน ซึ่งมีราคาที่แตกต่างกันมาก ดังนั้นสำหรับสุราผสมโซดาฯ จึงคำนวณราคาต่อหน่วยโดยการถ่วงน้ำหนักตามสัดส่วนของการบริโภคระหว่างสุราสีในประเทศและสุราสีนำเข้า นอกจากนี้สุราสีนำเข้ามีหลายระดับราคาตั้งแต่ราคาประหยัด ในกลุ่ม economy ถึงราคาแพง ในกลุ่ม super deluxe ดังนั้นการคำนวณราคาของสุราสีนำเข้า ทำโดยการถ่วงน้ำหนักตามสัดส่วนของการบริโภคแต่ละกลุ่มก่อนนำไปรวมกับสุราสีในประเทศ สำหรับสัดส่วนที่ใช้ในการถ่วงน้ำหนักระหว่างสุราสีใน

ประเทศและสุราสีน้ำเข้า ใช้ข้อมูลจากรายงานการขายในปี 2546 ที่ได้รวบรวมไว้โดย บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ (บัณฑิต ศรีไพศาล, 2549; บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ, 2549) สำหรับราคาที่ใช้ในการคำนวณ เป็นราคาของยี่ห้อตัวแทนที่ได้จากการสอบถามราคาขายปลีกในร้านสะดวกซื้อ โดยสุราสีในประเทศ ใช้ราคาของสุรายี่ห้อแสงโสม และสุราสีน้ำเข้าใช้ราคาของยี่ห้อต่างๆสำหรับแต่ละกลุ่มราคาดังนี้ กลุ่ม super deluxe คือ Johnnie Walker Gold Label/Swing, กลุ่ม deluxe คือ Johnnie Walker Black Label, กลุ่ม premium คือ Johnnie Walker Red Label, กลุ่ม standard คือ Spey Royal, และ กลุ่ม economy คือ Master Blend

สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทไวน์ แชมเปญ หรือสุราแช่พื้นเมือง เนื่องจากข้อมูลการบริโภคไม่ได้ระบุว่าเป็นการบริโภคของไวน์ หรือสุราแช่พื้นเมือง ซึ่งมีราคาที่แตกต่างกัน และด้วยข้อจำกัดในข้อมูลรายงานการขายของสุราแช่พื้นเมือง ในการศึกษาจึงกำหนดให้ราคาต่อหน่วยของการบริโภคประเภทไวน์ แชมเปญ หรือสุราแช่พื้นเมือง สำหรับผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน โดยใช้ราคาของไวน์องุ่นหรือแชมเปญสำหรับผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ห้าหมื่นบาทขึ้นไป, ราคาของไวน์ผลไม้ในประเทศ สำหรับผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่หนึ่งหมื่นห้าพันบาทขึ้นไปแต่ไม่เกินห้าหมื่นบาท, และราคาของสุราแช่พื้นเมืองสำหรับผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าหนึ่งหมื่นห้าพันบาท

เมื่อดำเนินการข้อมูลการบริโภคเสร็จแล้ว เปรียบเทียบผลการคำนวณในการศึกษานี้กับการวิเคราะห์ในรายงานการสำรวจของ NHES 2003-04 สำหรับปริมาณการบริโภคโดยรวมทั้งหมดของประชากรคำนวณโดยการถ่วงน้ำหนักด้วยความน่าจะเป็นในการถูกสุ่มและเปรียบเทียบผลกับข้อมูลที่คำนวณจากรายงานการขาย (ตารางที่ ค-11 - 12)

ตารางที่ ค-4 จำนวนผู้บริโภคที่ตอบจำนวนครั้งที่ดื่มต่อวันมากกว่า 6 และที่มีจำนวนครั้งที่ดื่มต่อปีมากกว่า 365 ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท

	เหล้าขาว หรือสุราต้ม กลั่นชุมชน 40 ดีกรี	เหล้าโรง 28 ดีกรี	สุราผสม โซดา	บรันดีหรือ คอนยัค	เบียร์	ไวน์ แชม เปญ หรือ สุราแช่ พื้นเมือง	คูลเลอร์ หรือสุราส ผลไม้
<b>F<sub>number</sub> &gt; 6</b>							
<b>ดื่มทุกวัน</b>							
ผู้บริโภคทั้งหมด	1,026	1,128	935	3	889	149	38
ผู้บริโภคที่มีค่า F <sub>number</sub> > 6, n (%)	12 (1.2)	20 (1.8)	35 (3.7)	0 (0)	5 (0.6)	1 (0.7)	1 (2.6)
ช่วงของค่า F <sub>number</sub> > 6	7 - 20	7 - 30	7 - 30	-	7 - 25	30	10
<b>F<sub>day</sub> &gt; 365</b>							
<b>ดื่มทุกสัปดาห์</b>							
ผู้บริโภคทั้งหมด	1,622	1,100	1,981	36	2,830	267	90
ผู้บริโภคที่มีค่า F <sub>day</sub> > 365, n (%)	8 (0.5)	0 (0)	19 (1.0)	2 (5.6)	18 (0.6)	1 (0.4)	0 (0)
ช่วงของค่า F <sub>day</sub> > 365	416 - 1,040	-	416 - 2,860	520 - 624	416 - 1,560	676	-
<b>ดื่มทุกเดือน</b>							
ผู้บริโภคทั้งหมด	1,187	820	2,102	78	3,529	401	321
ผู้บริโภคที่มีค่า F <sub>day</sub> > 365, n (%)	0 (0)	0 (0)	1 (0.05)	0 (0)	1 (0.03)	0 (0)	0 (0)

	เหล่าขาว หรือสุราตัม กลิ่นชุมชน 40 ดีกรี	เหล่าโรง 28 ดีกรี	สุราผสม โชดดา	บรันดีหรือ คอนยัค	เบียร์	ไวน์ แชม เปญ หรือ สุราแช่ พื้นเมือง	คูลเลอร์ หรือสุรารส ผลไม้
n (%)							
ช่วงของค่า $F_{day} > 365$	-	-	396	-	396	-	-
<b>ดื่มนานๆ ครั้ง</b>							
ผู้บริโภครวม	1,301	965	2,854	145	4,809	1,704	1,017
ผู้บริโภคที่มีค่า $F_{day} > 365$ ,	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
n (%)							
ช่วงของค่า $F_{day} > 365$	-	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ:  $F_{number}$  = จำนวนครั้งที่ดื่มในช่วงความถี่,  $F_{day}$  = จำนวนวันที่ดื่มในช่วง 12 เดือน

ตารางที่ ค-5 จำนวนผู้บริโภครวมที่มี  $Q_{day}$  มากกว่าค่าสูงสุดที่กำหนดสำหรับปริมาณการดื่มต่อวัน

	เหล่าขาวหรือ สุราตัมกลิ่น ชุมชน 40 ดีกรี	เหล่าโรง 28 ดีกรี	สุราผสม โชดดา	บรันดีหรือ คอนยัค	เบียร์	ไวน์ แชม เปญ หรือ สุราแช่ พื้นเมือง	คูลเลอร์ หรือสุรารส ผลไม้
<b>ดื่มทุกวัน</b>							
ผู้บริโภครวม	997	1,108	925	2	877	143	37
ผู้บริโภคที่มีค่า $Q_{day} > 20$ ,	85 (8.5)	55 (5.0)	45 (4.9)	0 (0)	22 (2.5)	5 (3.5)	0 (0)
n (%)							
ช่วงของค่า $Q_{day} > 20$	22.1 - 379.2	21.2 - 690.1	20.7 - 199.1	-	20.0 - 202.2	20.5 - 192.0	-
<b>ดื่มทุกสัปดาห์</b>							
ผู้บริโภครวม	1,602	1,094	1,962	95	2,795	262	89
ผู้บริโภคที่มีค่า $Q_{day} > 20$ ,	72 (4.5)	52 (4.8)	32 (1.6)	29 (30.5)	62 (2.2)	22 (8.4)	0 (0)
n (%)							
ช่วงของค่า $Q_{day} > 20$	20.2 - 165.9	21.2 - 119.4	20.7 - 99.5	20.2 - 170.6	20.0 - 40.4	23.0 - 51.2	-
<b>ดื่มทุกเดือน</b>							
ผู้บริโภครวม	1,170	820	2,102	187	3,495	393	318
ผู้บริโภคที่มีค่า $Q_{day} > 50$ ,	5 (0.4)	11 (1.3)	0 (0)	16 (8.6)	0 (0)	2 (0.5)	0 (0)
n (%)							
ช่วงของค่า $Q_{day} > 50$	50.6 - 110.9	58.1 - 119.4	-	50.6 - 158	-	61.4 - 102.4	-
<b>ดื่มนานๆ ครั้ง</b>							
ผู้บริโภครวม	1,298	938	2,839	388	4,746	1,675	1,009
ผู้บริโภคที่มีค่า $Q_{day} > 50$ ,	5 (0.4)	2 (0.2)	0 (0)	12 (3.1)	1 (0.02)	1 (0.06)	0 (0)
n (%)							
ช่วงของค่า $Q_{day} > 50$	59.7 - 110.9	59.7 - 116.1	-	50.6 - 170.6	135.1	76.8	-

หมายเหตุ:  $Q_{day}$  = จำนวนหน่วยดื่มมาตรฐานที่ดื่มต่อวัน

ตารางที่ ค-6 สัดส่วนของผู้บริโภคที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่า 1 ประเภท

จำนวนประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม	จำนวนผู้บริโภค	ร้อยละในกลุ่มผู้บริโภค	ร้อยละในประชากร
1	5,274	25.8	13.8
2	5,153	30.6	16.3
3	3,360	23.4	12.5
4	1,635	13.1	7.0
5	557	5.2	2.8
6	161	1.6	0.8
7	31	0.3	0.2
<b>รวม</b>	<b>16,171</b>	<b>100</b>	<b>53.3</b>

ตารางที่ ค-7 ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อใช้ในการคำนวณค่าใช้จ่ายในการบริโภค

ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ราคาต่อกรัมของเอธานอล (บาท)	ราคาต่อกรัมของเอธานอล ที่ปรับเป็นค่าเงินสำหรับปี 2546 (บาท)
เหล้าโรง 40 ดีกรี	0.268	0.250
เหล้าโรง 28 ดีกรี	0.289	0.270
สุราผสมโซดาฯ	1.044	0.973
บรันดี	2.070	1.929
เบียร์, ขวด	1.607	1.498
เบียร์, กระป๋อง	2.608	2.431
ไวน์องุ่น	7.535	7.022
ไวน์ผลไม้	2.712	2.528
สุราแช่พื้นเมือง	0.502	0.468
คูลเลอร์	3.498	3.260

หมายเหตุ: คำนวณค่าเงินในปี 2546 ด้วยค่า consumer price index โดยค่าเงินในปี 2549 เท่ากับ 1.073 เท่าของปี 2546

ตารางที่ ค-8 ราคาของสุราผสมโซดาฯ ที่ถ่วงน้ำหนักสำหรับสัดส่วนของสุราสีในประเทศและสุรานำเข้า

กลุ่มของสุราผสมโซดาฯ	สัดส่วนของสุราสีในประเทศและนำเข้า*	ราคาต่อกรัมของเอธานอล (บาท)	ราคาต่อกรัมของเอธานอลที่ถ่วงน้ำหนักแล้ว (บาท)
สุราสีในประเทศ	24	0.949	0.712
สุรานำเข้า	8	1.327	0.332
<b>รวม</b>			<b>1.044</b>

ที่มา: \*จากข้อมูลส่วนแบ่งตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใน บัณฑิต ศรีไพศาล (2549)

ตารางที่ ค-9 ราคาของสุราสีนาเข้า ที่ถ่วงน้ำหนักสำหรับสัดส่วนของสุราสีกลุ่มต่างๆ ตามระดับของราคา เพื่อใช้ในการคำนวณราคาของสุราผสมโซดาฯ

สุราสีนาเข้า	สัดส่วนของแต่ละกลุ่ม*	% แอลกอฮอล์ บริสุทธิ์ ตาม ปริมาตร	ขนาดหน่วย บรรจุ (มล.)	ราคาต่อ หน่วยบรรจุ (บาท)	ราคาต่อกรัม ของ เอธานอล (บาท)	ราคาต่อกรัม ของ เอธานอลที่ ถ่วงน้ำหนัก แล้ว (บาท)
กลุ่ม super deluxe (Gold label)	0.25	43	1,000	1,999	5.885	0.015
กลุ่ม deluxe (Black label)	4.75	43	750	999	3.921	0.186
กลุ่ม premium (Red label)	4	40	700	619	2.798	0.112
กลุ่ม standard (Spey royal)	42	40	700	269	1.216	0.511
กลุ่ม economy (Master blend)	49	35	700	199	1.028	0.504
<b>รวม</b>						<b>1.327</b>

ที่มา: \*บันทึก ศรไพศาล (2549), และราคาจากร้านสะดวกซื้อ สํารวจเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2549

ตารางที่ ค-10 ราคาของสุราสีในประเทศและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น

ประเภทของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	%แอลกอฮอล์ บริสุทธิ์ ตาม ปริมาตร	ขนาดหน่วยบรรจุ (มล.)	ราคาต่อหน่วยบรรจุ (บาท)	ราคาต่อกรัมของ เอธานอล (บาท)
เหล้าขาว 40 ดีกรี	40	625	53	0.268
เหล้าโรง 28 ดีกรี	28	625	40	0.289
สุราสีในประเทศ (แสงโสม)	40	750	225	0.949
บรันดี (รีเจนซี่)	38	700	435	2.070
เบียร์, ขวด (ลีโอ)	5	630	40	1.607
เบียร์, กระป๋อง (ลีโอ)	5	330	34	2.608
ไวน์องุ่น	12	700	500	7.535
ไวน์ผลไม้	12	700	180	2.712
สุราแช่พื้นเมือง (สาโท)	12	630	30	0.502
คูลเลอร์ (สปาย)	5	275	38	3.498

หมายเหตุ: ราคาในร้านสะดวกซื้อ สํารวจเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2549 ยกเว้นเหล้าโรง 28 ดีกรี ไวน์ และสุราแช่พื้นเมืองที่ใช้ราคาจากร้านสุราและร้านค้าทั่วไป

ตารางที่ ค-11 ข้อมูลการประมาณปริมาณการบริโภคระหว่างปี 2546-2549 จากรายงานการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศ และการผลิตสุราแช่พื้นเมือง และการนำเข้าสุราต่างประเทศ

**ปริมาณของเครื่องดื่ม (ล้านลิตร)**

ปี	สุราขาว	สุราผสม	สุราปรุงพิเศษ	สุราพิเศษ	เบียร์	ไวน์	สุราแช่พื้นเมือง	สุรานำเข้า
2546	495.5	39.3	19.9	71.3	1506.7	22.6	3.55	138.7
2547	489.5	21.7	19	69.2	1531.7	32.6	5.61	161.8
2548	507.1	24.2	17.6	78.6	1458.7	3.3	0.34	176.7
2549	527.1	39.9	18.9	55.2	1621.1	1.7	0.42	159.9

**ปริมาณของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ (ล้านลิตร)**

ปี	สุราขาว	สุราผสม	สุราปรุงพิเศษ	สุราพิเศษ	เบียร์	ไวน์	สุราแช่พื้นเมือง	สุรานำเข้า	รวม
%เอทานอล	0.4	0.35	0.35	0.4	0.05	0.12	0.12	0.4	
2546	198.2	13.8	7.0	28.5	75.3	2.7	0.4	55.5	381.4
2547	195.8	7.6	6.7	27.7	76.6	3.9	0.7	64.7	383.6
2548	202.8	8.5	6.2	31.4	72.9	0.4	0.04	70.7	393.0
2549	210.8	14.0	6.6	22.1	81.1	0.2	0.1	64.0	398.8

ที่มา: \*กรมสรรพสามิต ใน บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ (2550)

ตารางที่ ค-12 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปี 2546 จากข้อมูลการสำรวจและรายงานการขาย

ข้อมูล	ปริมาณการบริโภค (ล้านลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์)
<b>ข้อมูลจากรายงานการขาย</b>	
- ค่าประมาณการจากปริมาณการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศ การผลิตสุราแช่พื้นเมือง และการนำเข้าสุราต่างประเทศ*	381.4
- รายงานจากปริมาณการขายลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์**	305
<b>ข้อมูลจากการสำรวจ</b>	
- ค่าประมาณการสำหรับผู้ที่มีข้อมูลปริมาณการบริโภคสมบูรณ์	264.8
- ค่าประมาณการที่ปรับสำหรับผู้ที่มีข้อมูลปริมาณการบริโภคไม่สมบูรณ์	271.9
<b>สัดส่วนของปริมาณการบริโภคที่ประมาณการจากข้อมูลการสำรวจ (271.9) ต่อรายงานการขาย (381.4)</b>	<b>71.3%</b>

ที่มา: \*กรมสรรพสามิต ใน บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ (2550), \*\*บริษัทริชมอนด์ (กรุงเทพฯ) จำกัด ใน นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2550)

## ภาคผนวก ก วิธีการจัดกลุ่มผู้บริโภคแบบเสี่ยง

ผู้บริโภครูปร่างแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม (ดังกล่าวไว้ในกรอบแนวคิด ตารางที่ 3-1) ได้แก่ regular excessive with binge, regular excessive without binge, regular non-excessive with binge, regular moderate, occasional binge และ social drinker

สำหรับการสร้างตัวแปรผู้บริโภครูปร่างแต่ละกลุ่ม ทำโดยอาศัยข้อมูลปริมาณและความถี่ของการบริโภคจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้ง 7 ประเภท การสร้างตัวแปรการดื่มปริมาณมากต่อวัน (binge drinking) โดยใช้ข้อมูลค่าปริมาณการดื่ม เนื่องจากข้อมูลการดื่มปริมาณมากในรวดเดียวสำหรับผู้บริโภคแต่ละประเภทนั้น เมื่อคำนวณเป็นหน่วยดื่มมาตรฐานมีค่าที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ 3.0 ถึง 9.9 หน่วยดื่มมาตรฐาน (ภาคผนวก ก ตารางที่ ก-3) และไม่ได้แยกเกณฑ์ระหว่างเพศชายและหญิง ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้ข้อมูลจากข้อมูลปริมาณการบริโภคทั่วไป ถึงแม้ข้อมูลที่เลือกใช้ในการวิเคราะห์จะไม่ใช้ค่าปริมาณการดื่มปริมาณมากในครั้งเดียวโดยเฉพาะ แต่ผู้วิจัยมุ่งหวังเพื่อการจัดกลุ่มผู้บริโภคตามข้อแนะนำดังกล่าวข้างต้นได้ โดยในการศึกษาครั้งนี้ การบริโภคแบบเสี่ยงที่วิเคราะห์จึงเป็นรายงานขั้นต่ำสำหรับการบริโภคจากประชากรตัวอย่างใน NHES 2003-04

วิธีการจัดกลุ่มผู้บริโภค โดยอาศัยข้อมูลปริมาณ (Q) และความถี่ (F) ของการบริโภคจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้ง 7 ประเภท ซึ่งตัวแปรความถี่ประกอบด้วย ช่วงความถี่ ( $F_{\text{period}}$ ) ได้แก่ ทุกวัน ทุกสัปดาห์ ทุกเดือน และนานๆ ครั้ง, และจำนวนครั้งที่ดื่มต่อช่วงความถี่ ( $F_{\text{number}}$ ) โดยมีผู้ที่ตอบจำนวนครั้งที่ดื่มต่อช่วงความถี่สูงเท่ากับช่วงความถี่ในการดื่มที่ถี่กว่า เช่น การดื่มทุกสัปดาห์ ละ 10 ครั้ง ซึ่งเป็นการดื่มที่บ่อยเทียบเท่ากับการดื่มทุกวัน, หรือการดื่มทุกเดือนๆ ละ 6 ครั้งจะเป็นการบริโภคที่เสมือนกับการดื่มทุกสัปดาห์ เป็นต้น ดังนั้นในการสร้างตัวแปรเพื่อจัดกลุ่มผู้บริโภครูปร่างจึงกำหนดตัวแปรความถี่ ดังนี้

ดื่มทุกวัน (daily) หมายถึง ผู้ที่ตอบดื่มทุกวัน ( $F_{\text{period}}$  เท่ากับดื่มทุกวัน) หรือผู้ที่ดื่มตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ ( $F_{\text{period}}$  เท่ากับดื่มทุกสัปดาห์ และ  $F_{\text{number}}$  ตั้งแต่ 7 ครั้ง ขึ้นไป)

ดื่มทุกสัปดาห์ (weekly) หมายถึง ผู้ที่ตอบดื่มทุกสัปดาห์ หรือผู้ที่ดื่มตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน

ดื่มทุกเดือน (monthly) หมายถึง ผู้ที่ตอบดื่มทุกเดือน หรือผู้ที่ดื่มตั้งแต่ 12 ครั้งขึ้นไปต่อปี

ดื่มทุกนานๆ ครั้ง (infrequent) หมายถึง ผู้ที่ตอบดื่มนานๆ ครั้ง และจำนวนครั้งไม่เกิน 11 ครั้ง

ต่อปี

โดยผู้ที่ดื่มทุกวันหรือทุกสัปดาห์ จัดเป็น ผู้ที่มีการดื่มเป็นประจำ (regular drinking) และการดื่มเดือนละ 1-3 ครั้ง หรือนานๆ ครั้ง จัดเป็นผู้ที่มีการดื่มไม่บ่อยหรือดื่มเป็นครั้งคราว (occasional drinking)

การหาผู้ที่ดื่มแบบ binge drinking โดยอาศัยข้อมูลปริมาณการดื่ม (Q) โดยผู้ที่มีปริมาณการบริโภคต่อครั้ง Q แบบ binge drinking ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทใดประเภทหนึ่ง ถือเป็น binge drinker แต่สำหรับผู้ที่มีการดื่มเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวัน (5-6 วันต่อสัปดาห์) อาจมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลายประเภทพร้อมกันได้ โดยผู้ที่ตอบดื่มทุกวัน ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลายประเภท ปริมาณการดื่มต่อวันที่ดื่ม เท่ากับปริมาณจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้นๆ รวมกัน (มี

จำนวน 1,949 คน เป็นผู้ที่ดื่มปริมาณที่รวมแล้วทำให้เป็นผู้ที่ดื่มแบบ binge จำนวน 458 คน) และสำหรับผู้ที่ดื่อบดืม 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ อย่างน้อย 2 ประเภท ถือว่าปริมาณการดื่มต่อวันที่ดื่มได้ เท่ากับปริมาณจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นๆ รวมกัน (ผู้ที่ดื่มปริมาณที่รวมแล้วทำให้เป็นผู้ที่ดื่มแบบ binge จำนวน 15 คน ในทั้งหมด 109 คน)

การศึกษานี้ใช้ข้อแนะนำการบริโภคต่อวันและต่อสัปดาห์ร่วมกัน โดยแยกผู้บริโภครูปแบบการบริโภคโดยรวมเป็น ผู้ที่บริโภคทุกสัปดาห์หรือทุกวัน (regular drinking) ซึ่งจะพิจารณารูปแบบการบริโภคแบบเสี่ยงโดยใช้เกณฑ์การบริโภคต่อวันและการบริโภคต่อสัปดาห์ร่วมกัน และผู้ที่บริโภคน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้งหรือนานๆ ครั้ง (occasional drinking) พิจารณารูปแบบการบริโภคแบบเสี่ยงโดยใช้เกณฑ์การบริโภคต่อวัน ซึ่งจำแนกผู้บริโภครูปแบบทั้งหมดออกเป็น 6 กลุ่ม

ผู้บริโภครูปแบบแรก เป็นผู้ที่ดื่มอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง (regular drinking) ซึ่งจำแนกเป็น excessive และ non-excessive drinker ร่วมกับ การดื่มแบบ binge ได้แก่ regular excessive with binge, regular excessive without binge, regular non-excessive with binge, และ regular non-excessive without binge drinker ซึ่งกลุ่มที่ 4 มีรูปแบบการบริโภคไม่เกินทั้งต่อวันและต่อสัปดาห์ ถือเป็น regular moderate drinker สำหรับ 2 กลุ่มสุดท้าย คือ ผู้ที่ดื่มน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง (occasional drinking) จำแนกได้ binge และ non-binge drinker ได้แก่ occasional binge drinker และ occasional non-binge drinker ซึ่งมีรูปแบบการดื่มไม่เกินข้อแนะนำต่อวัน และดื่มเป็นครั้งคราว ถือเป็น social drinker



**ภาคผนวก จ**  
**วิธีประมาณการปริมาณการบริโภคโดยเฉลี่ยต่อคน**  
**ด้วยแบบจำลองสองส่วน (two-part model)**

เนื่องจากในกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสำรวจ มีจำนวนบุคคลในสัดส่วนค่อนข้างมากที่ไม่ได้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การศึกษาจึงใช้แบบจำลองสองส่วน (two-part model)<sup>1</sup> เพื่อประมาณการปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดจากปัจจัยระดับรายบุคคลซึ่งแตกต่างกัน โดยคำนึงถึงทั้งความน่าจะเป็นในการบริโภคของตัวอย่างทั้งหมด (ส่วนที่หนึ่ง) และความมากน้อยของการบริโภคในกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่เป็นผู้บริโภค (ส่วนที่สอง) แบบจำลองสองส่วนจึงประกอบด้วยตัวแบบทางสถิติ 2 สมการย่อย ดังนี้

$$E[Q] = P(Q>0) * E[(Q|Q>0)]$$

- เมื่อ  $Q$  คือ ปริมาณการบริโภคในตัวอย่างแต่ละราย ซึ่งมีค่าตั้งแต่ ศูนย์ (0)  
 $P(Q>0)$  คือ ความน่าจะเป็น (probability) ในการบริโภคสำหรับตัวอย่างทั้งหมด  
 $E[(Q|Q>0)]$  คือ ปริมาณการบริโภคในตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภค  
 $E[Q]$  คือ ปริมาณการบริโภคที่ประมาณการ (expected value) สำหรับตัวอย่างทั้งหมด

แบบจำลองส่วนแรกสำหรับวิเคราะห์ความน่าจะเป็นในการบริโภค เป็นสมการถดถอยโพรบิต (probit regression) การประมวลผลของสมการถดถอยโพรบิตใช้วิธีการประมาณค่าความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimation) โดยตัวแปรตามมีลักษณะเป็นสองทาง (binary variable) แสดงถึงสถานะของผู้บริโภค (1=ผู้ที่บริโภค หรือ 0=ผู้ที่ไม่บริโภค) ดังนี้

$$P(Q>0) = f(\beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \beta_8X_8)$$

เมื่อ  $f$  คือ probit function ของปัจจัยต่างๆ ได้แก่

- $X_1$  คือ เพศ
- $X_2$  คือ อายุ
- $X_3$  คือ การศึกษา
- $X_4$  คือ รายได้
- $X_5$  คือ สถานภาพการทำงาน
- $X_6$  คือ สถานภาพสมรส
- $X_7$  คือ เขตการปกครอง (ในเขต และนอกเขตเทศบาล)
- $X_8$  คือ ภูมิภาค (4 ภาค และกรุงเทพฯ)

$\beta$  คือ ขนาดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับความน่าจะเป็นในการบริโภค

<sup>1</sup> Manning WG, Blumberg L, Moulton LH. The demand for alcohol: The differential response to price. J of Health Economics. 1995; 14: 123-148.

แบบจำลองส่วนที่สอง เป็นแบบจำลองเชิงเส้นทั่วไป (generalized linear model – GLM) สำหรับประมาณการปริมาณการบริโภคในกลุ่มที่บริโภค พบว่า ข้อมูลปริมาณการบริโภคมีลักษณะการกระจายที่ไม่เป็นปกติ (non-normally distributed data) มีความเบ้ (skewness) มาก โดยความแปรปรวนไม่คงที่และขึ้นกับค่าเฉลี่ยในลักษณะที่ใกล้เคียงกับ gamma distribution  $Q \sim \text{Gamma}(\mu, \sigma)$

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบ GLM ที่อาศัยสมมติฐานการแจกแจงข้อมูลแบบ gamma กับ classical linear regression โดยใช้ ordinary least squares (OLS) ที่ตัวแปรตามอยู่ในรูปของ  $\log(\text{value})^2$  พบว่า ค่าประมาณการที่ได้จาก GLM ใกล้เคียงกับค่าที่ได้จากการสำรวจ (observed value) มากกว่า ดังนั้น ในการประมาณการส่วนที่สองจึงใช้ GLM ซึ่งมี สมการ ดังนี้

$$\ln[E(Q|Q>0)] = \gamma_0 + \gamma_1 X_1 + \gamma_2 X_2 + \gamma_3 X_3 + \gamma_4 X_4 + \gamma_5 X_5 + \gamma_6 X_6 + \gamma_7 X_7 + \gamma_8 X_8$$

เมื่อ  $X_1 - X_8$  คือ ตัวแปรที่แสดงลักษณะของผู้บริโภค เช่นเดียวกับที่ใช้ในแบบจำลองส่วนแรก  $\gamma$  คือ ขนาดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับปริมาณการบริโภค โดย  $\exp^{(\gamma)}$  หมายถึง ร้อยละการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคเมื่อ  $X$  ซึ่งเป็นตัวแปรแบบต่อเนื่องเปลี่ยนไป 1 หน่วย และ  $1 - \exp^{(\gamma)}$  หมายถึง ร้อยละการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคเมื่อ  $X$  ซึ่งเป็นตัวแปรแบบสองทาง มีค่าเปลี่ยนจาก 0 เป็น 1

---

<sup>2</sup> Dodd S, Bassi A, Bodger K, Williamson P. A comparison of multivariable regression models to analyse cost data. J Eval Clin Pract 2006; 12: 76–86.

## ภาคผนวก ฉ

### การขึ้นราคาในสถานการณ์ปัจจุบัน

การขึ้นราคาของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ หลังจากมีการขึ้นภาษีสุรากลั่น 3 ประเภท ได้แก่ สุราขาว สุราผสม และบรันดี เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2550 และมีการคาดการณ์ว่า ราคาของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์จะเพิ่มขึ้นประมาณ 9-12 บาท, 9-12 บาท, และ 0-91 บาท ตามลำดับ (ตารางที่ ฉ-1)

ตารางที่ ฉ-1 การขึ้นภาษีเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในสถานการณ์ปัจจุบัน

ประเภทเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์	อัตราภาษีเดิม		อัตราภาษีใหม่		ราคาขายปลีกที่เพิ่มขึ้น จากการคาดการณ์
	ตามปริมาณ*	ตามมูลค่า**	ตามปริมาณ	ตามมูลค่า	
สุราขาว	70	25	110	50	9-12 บาท (สุราขาว 28-40 ดีกรี ขนาด 0.625 ลิตร)
สุราผสม	240	50	280	50	9-12 บาท (สุราผสม 28-35 ดีกรี ขนาด 0.625 ลิตร)
สุราพิเศษ ประเภทบรันดี	400	40	400	45	0-91 บาท (บรันดี 38-40 ดีกรี ขนาด 0.640 ลิตร)

หมายเหตุ: \*บาท/ลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์, \*\*ร้อยละของราคาขายหน้าโรงงาน

ที่มา: ประกาศกระทรวงการคลัง เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2550, ราคาที่เพิ่มจากการคาดการณ์ในประกาศ

สำหรับราคาที่เปลี่ยนแปลงของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในสถานการณ์ปัจจุบัน ราคาที่ใช้ในการคำนวณครั้งนี้ เป็นราคาขายปลีกของยี่ห้อตัวแทนซึ่งเป็นยี่ห้อนิยมของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์แต่ละประเภทก่อนและหลังการประกาศขึ้นภาษี แต่อย่างไรก็ตามราคาที่เพิ่มขึ้นอาจมีความแตกต่างกันตามพื้นที่หรือร้านค้าปลีกซึ่งกำหนดราคาขายไว้แตกต่างกัน สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ใช้ราคาที่สำรวจจากร้านค้าในเดือนตุลาคม 2550 ดังแสดงในตารางที่ ฉ-2

ตารางที่ ฉ-2 ราคาที่เปลี่ยนแปลงหลังการประกาศขึ้นภาษีเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ วันที่ 28 สิงหาคม 2550 เพื่อใช้ในการประมาณการ

ประเภทเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์	ยี่ห้อ	ราคาก่อน (บาท)	ราคาหลัง (บาท)	ราคาที่เพิ่มขึ้น (บาท)	ร้อยละของราคาที่เปลี่ยนแปลง
- เหล้าขาว หรือสุราต้มกลั่นพื้นบ้าน 40 ดีกรี	สุราขาว 40 ดีกรีโรงงาน สุรา 625 มล.	80	90	10	12.5
- เหล้าโรง 28 ดีกรี	สุราขาว 28 ดีกรีโรงงาน สุรา 625 มล.	75	85	10	13.3
- สุราผสมโซดา	หงษ์ทอง 700 มล.	160	175	15	9.5
- บรันดี	ริเจนซี่ 700 มล.	420	440	20	4.8

สำหรับสุราผสมโซดา เมื่อจำแนกตามระบบภาษีจะประกอบด้วยสุรากลั่น 3 ประเภทด้วยกัน คือ สุราผสม, สุราปรุงพิเศษ, และสุราพิเศษประเภทวิสกี ในสถานการณ์ปัจจุบัน มีการขึ้นภาษีเฉพาะประเภทสุราผสม เท่านั้น เมื่อคำนวณสัดส่วนการบริโภคโดยใช้ข้อมูลจากรายงานการขายในปี 2546 ของกรม

สรรพสามิต (บันทึก ศรไพศาล, 2549; บันทึก ศรไพศาล และคณะ, 2549) (ตารางที่ ฉ-3 - 5) พบว่า สัดส่วนของสุราผสมในสุราผสมโชดาศ เทากับร้อยละ 51.9 ดังนั้นในกลุ่มสุราผสมโชดาศ จะแยกคำนวณระหว่างกลุ่มสุราผสมโชดาศ ที่ถูกขึ้นภาษี และกลุ่มสุราผสมโชดาศ ที่ไม่ถูกขึ้นภาษี

ตารางที่ ฉ-3 สัดส่วนของสุราสีในประเทศและสุรานำเข้า สำหรับการคำนวณของสุราผสมโชดาศ

สุราผสมโชดาศ	ร้อยละ
สุราสีในประเทศ (24 ส่วน)	
สุราผสม	51.9
สุราปรุงพิเศษ	21.3
สุราพิเศษ ประเภทวิสกี้	1.8
สุรานำเข้า (8 ส่วน)	
กลุ่ม super deluxe	0.1
กลุ่ม deluxe	1.2
กลุ่ม premium	1.0
กลุ่ม standard	10.5
กลุ่ม economy	12.3
<b>รวม</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ: คำนวณสัดส่วนการบริโภคของแต่ละประเภทสุรา มีข้อมูลประกอบจากตารางที่ ฉ-4 และ ฉ-5 ที่มา: บันทึก ศรไพศาล (2549) และบันทึก ศรไพศาล และคณะ (2549)

ตารางที่ ฉ-4 สัดส่วนของสุราสีในประเทศและสุรานำเข้าในปี 2546

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ร้อยละ
สุราขาว	43
สุราสีในประเทศ	24
เบียร์	25
สุรานำเข้า	8
<b>รวม</b>	<b>100</b>

ที่มา: ส่วนแบ่งตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใน บันทึก ศรไพศาล (2549)

ตารางที่ ฉ-5 สัดส่วนของสุราสีในประเทศ ที่คำนวณจากรายงานการผลิตปี 2546

สุราสีในประเทศ	ปริมาณการผลิต (ล้านลิตร)	ร้อยละ
สุราผสม	12.083	69.1
สุราปรุงพิเศษ	4.96	28.4
สุราพิเศษ ประเภทวิสกี้	0.431	2.5
<b>รวม</b>	<b>17.474</b>	<b>100</b>

ที่มา: กรมสรรพสามิต ใน บันทึก ศรไพศาล และคณะ (2549)

## ภาคผนวก ข

### วิธีคำนวณปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง

เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนสามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หลายประเภท ทำการคำนวณแยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนรวมเป็นปริมาณการบริโภคโดยรวม โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทจะมีความสัมพันธ์กันตามคุณสมบัติในการทดแทนกัน หลักการคำนวณประกอบด้วย 3 ส่วน คือ การคำนวณหลักสำหรับทุกประเภท การคำนวณสำหรับ 3 ประเภทที่มีการบริโภคสุราเลื่อน และการคำนวณสำหรับสุราผสมโซดาฯ ที่ถูกขึ้นภาษีเฉพาะบางประเภทย่อยสำหรับการขึ้นราคาตามสถานการณ์ปัจจุบัน

#### 1) การคำนวณหลัก

คำนวณหาปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมและแยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังการขึ้นราคา เมื่อมีการใช้มาตรการด้านภาษีและราคา (consumption after price increase -  $Q_{\text{after}}$ ) โดยวิธีหลักในการคำนวณเขียนออกมาได้ ดังตัวอย่างสำหรับการบริโภคเบียร์ (beer) ดังนี้

$$Q_{\text{beer-after}} = Q_{\text{beer-before}} * (1 + hf * [(E_{\text{beer-Pbeer}} * P_{\text{beer}} * D_{\text{beer}}) + (E_{\text{beer-Pspsoda}} * P_{\text{spsoda}} * D_{\text{spsoda}}) + (E_{\text{beer-Psp28}} * P_{\text{sp28}} * D_{\text{sp28}}) + (E_{\text{beer-Psp40}} * P_{\text{sp40}} * D_{\text{sp40}}) + (E_{\text{beer-Pbrandy}} * P_{\text{brandy}} * D_{\text{brandy}}) + (E_{\text{beer-Pwine}} * P_{\text{wine}} * D_{\text{wine}}) + (E_{\text{beer-Pcooler}} * P_{\text{cooler}} * D_{\text{cooler}})])$$

เมื่อ

$Q_{\text{beer-after}}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคหลังการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer

$Q_{\text{beer-before}}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer

$hf$  หมายถึง ระดับการตอบสนองต่อการเพิ่มขึ้นของราคา

$E_{\text{beer-Pspsoda}}$  หมายถึง ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของ beer

$P_{\text{beer}}$  หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงราคาของ beer จากราคาเดิม

$D_{\text{beer}}$  หมายถึง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer (1=ดื่ม, 0=ไม่ดื่ม)

$E_{\text{beer-Pspsoda}}$  หมายถึง ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของ spsoda

$P_{\text{spsoda}}$  หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงราคาของ spsoda จากราคาเดิม

$D_{\text{spsoda}}$  หมายถึง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท spsoda

$E_{\text{beer-Psp28}}$  หมายถึง ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของ sp28

$P_{sp28}$  หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงราคาของ sp28 จากราคาเดิม  
 $D_{sp28}$  หมายถึง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท sp28  
 $E_{beer-Psp40}$  หมายถึง ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของ sp40  
 $P_{sp40}$  หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงราคาของ sp40 จากราคาเดิม  
 $D_{sp40}$  หมายถึง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท sp40  
 $E_{beer-Pbrandy}$  หมายถึง ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของ brandy  
 $P_{brandy}$  หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงราคาของ brandy จากราคาเดิม  
 $D_{brandy}$  หมายถึง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท brandy  
 $E_{beer-Pwine}$  หมายถึง ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของ wine  
 $P_{wine}$  หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงราคาของ wine จากราคาเดิม  
 $D_{winer}$  หมายถึง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท wine  
 $E_{beer-PCooler}$  หมายถึง ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท beer ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของ cooler  
 $P_{cooler}$  หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงราคาของ cooler จากราคาเดิม  
 $D_{cooler}$  หมายถึง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท cooler

## 2) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการขึ้นภาษีเพียงบางประเภทย่อย

เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบัน กลุ่มสุราผสมโซดาฯ ถูกขึ้นภาษีเฉพาะสุราผสมเท่านั้น ดังนั้นกลุ่มสุราผสมโซดาฯ จึงแยกคำนวณเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ถูกขึ้นภาษี (spsoda\_A) ได้แก่ สุราผสม และกลุ่มที่ไม่ถูกขึ้นภาษี (spsoda\_B) ได้แก่ สุราปรุงพิเศษ และสุราพิเศษประเภทวิสกี้ และอื่นๆ โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มที่ขึ้นราคา ( $Fract_{spsoda\_A}$ ) เท่ากับร้อยละ 51.9 (ภาคผนวก ฉ ตารางที่ ฉ-3) และการคำนวณหาปริมาณการบริโภคหลังการขึ้นภาษีด้านแยกกันระหว่างสองกลุ่ม ดังนี้

$$\begin{aligned}
 Q_{spsoda-before} &= Q_{spsoda-A-before} + Q_{spsoda-B-before} \\
 Q_{spsoda-A-before} &= Q_{spsoda-before} * Fract_{spsoda\_A} \\
 Q_{spsoda-A-after} &= Q_{spsoda-A-before} * (1 + hf * [(E_{spsoda-Pspsoda} * P_{spsoda\_A} * D_{spsoda}) + (E_{spsoda-Psp28} * P_{sp28} * D_{sp28}) + (E_{spsoda-Psp40} * P_{sp40} * D_{sp40}) + \dots]) \\
 Q_{spsoda-B-after} &= Q_{spsoda-B-before} * (1 + hf * [(E_{spsoda-Pspsoda} * P_{spsoda\_B} * D_{spsoda}) + (E_{spsoda-Psp28} * P_{sp28} * D_{sp28}) + (E_{spsoda-Psp40} * P_{sp40} * D_{sp40}) + \dots]) \\
 Q_{spsoda-after} &= Q_{spsoda-A-after} + Q_{spsoda-B-after}
 \end{aligned}$$

เมื่อ

$Q_{spsoda-A-before}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท spsoda\_A

$Q_{\text{spsoda-B-before}}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท  $\text{spsoda\_B}$

$P_{\text{spsoda\_A}}$  หมายถึง ร้อยละของราคาที่เปลี่ยนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท  $\text{spsoda\_A}$

$P_{\text{spsoda\_B}}$  หมายถึง ร้อยละของราคาที่เปลี่ยนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท  $\text{spsoda\_B}$

$\text{Fract}_{\text{spsoda\_A}}$  หมายถึง สัดส่วนของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท  $\text{spsoda\_A}$  ในปริมาณการบริโภคทั้งหมดของ  $\text{spsoda}$

การคำนวณผลของการขึ้นราคาของสุราผสมโซดาฯ ต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น โดยแยกคำนวณผลจากการขึ้นราคาของกลุ่ม  $\text{spsoda\_A}$  และ  $\text{spsoda\_B}$  ด้วยเช่นกัน ดังตัวอย่าง

$$Q_{\text{beer-after}} = Q_{\text{beer-before}} * (1 + hf * [(E_{\text{beer-Pbeer}} * P_{\text{beer}} * D_{\text{beer}}) + (E_{\text{beer-Pspsoda}} * P_{\text{spsoda\_A}} * \text{Fract}_{\text{spsoda\_A}} * D_{\text{spsoda}}) + (E_{\text{beer-Pspsoda}} * P_{\text{spsoda\_B}} * (1 - \text{Fract}_{\text{spsoda\_A}}) * D_{\text{spsoda}}) + (E_{\text{beer-Psp28}} * P_{\text{sp28}} * D_{\text{sp28}}) + \dots])$$

### 3) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการบริโภคนอกระบบภาษี

สุราขาว และสุราแช่พื้นเมือง แบ่งคำนวณเป็น 2 ส่วน คือ การบริโภคในระบบภาษี ( $Q_{\text{taxed}}$ ) และการบริโภคนอกระบบภาษี ( $Q_{\text{untaxed}}$ ) โดยกำหนดให้สัดส่วนของปริมาณการบริโภคนอกระบบภาษี ( $\text{Fract}_{\text{untaxed}}$ ) เป็นร้อยละ 10 ของปริมาณการบริโภคทั้งหมด การเพิ่มขึ้นของราคาจะมีผลทำให้ปริมาณการบริโภคในระบบภาษี ( $Q_{\text{taxed}}$ ) ลดลง เท่ากับผลคูณของร้อยละของราคาที่เปลี่ยนแปลงและค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ และส่งผลทำให้ปริมาณการบริโภคนอกระบบภาษี ( $Q_{\text{untaxed}}$ ) เพิ่มขึ้น เท่ากับผลคูณของร้อยละของราคาที่เปลี่ยนแปลงและสัดส่วนการเปลี่ยนมาดื่มสุราเถื่อนทดแทน (% change in untaxed consumption -  $\text{UntX}_{\text{change}}$ ) ซึ่งกำหนดให้ การขึ้นราคาแบบที่ 1 และ 2 มีสัดส่วนการบริโภคนอกระบบภาษีเพื่อทดแทน ( $\text{UntX}_{\text{change}}$ ) คงที่ และการขึ้นราคาแบบที่ 3 ที่ราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 และร้อยละ 50 มีสัดส่วนการบริโภคนอกระบบภาษีเพื่อทดแทน ( $\text{UntX}_{\text{change}}$ ) เป็นร้อยละ 10 และร้อยละ 15 ตามลำดับ (Chisholm et al, 2004)

ดังนั้นวิธีการคำนวณปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท สามารถเขียนอธิบายได้ ดังตัวอย่างการคำนวณสำหรับสุราขาว 40 ดีกรี ดังนี้

$$Q_{\text{sp40-before}} = Q_{\text{sp40-taxed-before}} + Q_{\text{sp40-untaxed-before}}$$

$$Q_{\text{sp40-untaxed-before}} = Q_{\text{sp40-before}} * \text{Fract}_{\text{untaxed}}$$

$$Q_{\text{sp40-taxed-after}} = Q_{\text{sp40-taxed-before}} * (1 + hf * [(E_{\text{sp40-Psp40}} * P_{\text{sp40}} * D_{\text{sp40}}) + (E_{\text{sp40-Pspsoda}} * P_{\text{spsoda\_A}} * \text{Fract}_{\text{spsoda\_A}} * D_{\text{spsoda}}) + (E_{\text{sp40-}}$$

$$P_{\text{spsoda}} * P_{\text{spsoda}_B} * (1 - \text{Fract}_{\text{spsoda}_A}) * D_{\text{spsoda}} + (E_{\text{sp40}} - P_{\text{sp28}} * P_{\text{sp28}} * D_{\text{sp28}}) + \dots]$$

$$Q_{\text{sp40-untaxed-after}} = (1 + \text{Untx}_{\text{change}}) * Q_{\text{sp40-untaxed-before}} * P_{\text{sp40}}$$

$$Q_{\text{sp40-after}} = Q_{\text{sp40-taxed-after}} + Q_{\text{sp40-untaxed-after}}$$

เมื่อ

$Q_{\text{sp40-before}}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท sp40

$Q_{\text{sp40-taxed-before}}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท sp40 ในระบบภาษี

$Q_{\text{sp40-untaxed-before}}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคก่อนการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท sp40 นอกกระบบภาษี

$\text{Fract}_{\text{untaxed}}$  หมายถึง สัดส่วนของปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกกระบบภาษี

$Q_{\text{sp40-after}}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคหลังการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท sp40

$Q_{\text{sp40-taxed-after}}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคหลังการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท sp40 ในระบบภาษี

$Q_{\text{sp40-untaxed-after}}$  หมายถึง ปริมาณการบริโภคหลังการขึ้นราคา ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท sp40 นอกกระบบภาษี

$\text{Untx}_{\text{change}}$  หมายถึง สัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกกระบบภาษีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทนั้นในระบบภาษี

ปริมาณการบริโภครวมหลังการขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานการณ์ต่างๆ เท่ากับ ผลรวมของปริมาณการบริโภคในระบบภาษีและนอกกระบบภาษี

สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีก 6 ประเภท วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรตั้งตัวอย่างของ สุราขาว 40 ดีกรี กรณีประมาณการโดยใช้ค่า price elasticity ชุดที่ 3 (จากการศึกษาต่างประเทศ) เนื่องจากไม่มีค่า cross-price elasticity คำนวณปริมาณการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงจาก own-price elasticity เท่านั้น