

การประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

พงษ์เดช สารการ

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุน
การสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กรมสุขภาพจิต
สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)
และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

ปี พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

คำนำ

ปัจจุบันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และการบริโภคดีังกล่าวได้ก่อให้เกิดผลกระทบที่เป็นปัญหาต่างๆตามมามากมายทั้งด้านสุขภาพ ด้านการเกิดอุบัติเหตุและการบาดเจ็บ ด้านความรุนแรงและทะเลาะวิวาท ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน จึงได้มีการหาแนวทางในการลดปริมาณการดื่ม ด้วยการใช้มาตรการต่างๆ โดยเฉพาะการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งได้มีการประกาศใช้มาระยะหนึ่งและมีการติดตามประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้มาตรการต่างๆดังที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติฯดังกล่าวเป็นระยะ และรายงานการวิจัยนี้ก็เป็น การติดตามสถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 รวมถึงการศึกษาการรับรู้ของประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับมาตรการ ต่างๆที่ประกาศใช้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยใช้พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่มีการดำเนินกิจกรรมรณรงค์และมีมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ค่อนข้าง หลากหลาย และผู้ศึกษาหวังว่า ข้อมูลที่ได้จากการติดตามและประเมินผลครั้งนี้ คงจะเป็นประโยชน์แก่ หน่วยงานที่รับผิดชอบและเกี่ยวข้องในการใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย หรือผลักดัน มาตรการต่างๆให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ในการควบคุมและลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่ใน พื้นที่ต่อไป

และทางผู้วิจัยขอขอบคุณศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ที่สนับสนุนทุนการวิจัยครั้งนี้ ผศ.ดร.ภัทระ แสนไชยสุริยา ที่กรุณาตรวจทานบทความคัดย่อภาษาอังกฤษและคณะผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการของ ศวส.ทุกท่านที่ ให้คำชี้แนะในการให้ข้อคิดเห็นต่อโครงการ และสุดท้ายขอขอบคุณกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ให้ความร่วมมือใน การตอบแบบสอบถามด้วยดีตลอดมา

พงษ์เดช สารการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการรับรู้และผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-Stage Sampling) กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนอายุ 11 ปีขึ้นไป จำนวน 3,424 ราย ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณใกล้เคียงกับที่อยู่อาศัยของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 322 รายและเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพาสาและตำรวจที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ที่กลุ่มตัวอย่างอยู่อาศัย จำนวน 267 ราย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐานและค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ผลการศึกษา พบว่า

ประชาชนทั่วไป ส่วนใหญ่ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามและเคยเห็น/ได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้กฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่มอยู่ในระดับมาก ส่วนการห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย มาตรการทั่วไปในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการรับรู้ในระดับปานกลาง ในขณะที่การรับรู้เวลาที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับน้อย กรณีผู้จำหน่าย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชห่วย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขาย ได้แก่ เบียร์ เหล้าขาว ยังพบว่า มีการขายแบบไม่จำกัดเวลาและอายุ โดยรู้ว่า ผิดแต่ไม่คิดว่าถูกจับ อย่างไรก็ตามไม่พบว่า มีการขายในสถานที่ต้องห้าม ส่วนการรับรู้กฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่มและการห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขายพบว่า อยู่ในระดับมาก ในขณะที่การรับรู้เวลาที่ห้ามจำหน่ายและมาตรการทั่วไปในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง กรณีเจ้าพนักงานตามกฎหมาย พบว่า ส่วนใหญ่ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขและนายตำรวจชั้นประทวน และเคยพบเห็นการซื้อ การดื่มในสถานที่และเวลาต้องห้าม แต่ไม่มีการดำเนินการ เนื่องจากไม่มีความชัดเจนในบทบาทและมาตรการลงโทษทางกฎหมาย ทั้งนี้กลุ่มเจ้าพนักงานมีการรับรู้กฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขายและมาตรการทั่วไปในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมาก แต่การรับรู้ต่อเวลาที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับปานกลาง

ดังนั้นจากผลการศึกษา จึงควรพิจารณาบทลงโทษทางกฎหมายที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเกิดความสบายใจทั้งสองฝ่าย และควรมีหน่วยงานหรือองค์กรอิสระในการควบคุมหรือติดตามกำกับการทำงานของเจ้าพนักงานตามกฎหมาย

Abstract

The objectives of this quantitative research are to investigate the perception and assess the achievement of law enforcement of Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 in Ubolratchathanee province. Stratified Multi-Stage Sampling was performed to recruit 3 groups of respondents including 3424 general people aged 11 years old and over, 322 alcohol beverage retailers located where the respondents live and 267 alcohol enforcement officials, who work in this area. Data were collected by means of questionnaires and analyzed using descriptive statistics as frequencies, percentage, mean, standard deviation, median and maximum.

The results showed that majority of respondents had never drank alcohol in prohibited place and had ever seen and heard alcohol advertisement via television media. For overall, the respondents perceived alcohol controlled regulation or measures in term of prohibited alcohol sold place and prohibited alcohol drinking place at high level. But prohibited alcohol advertisement and promotion as well as general alcohol controlled measures were perceived at medium level. Whereas, perception of prohibited alcohol sold time was at low level. Majority of the retailers were groceries' owner. The alcohol beverage sold were beer, and rice whisky. They sold alcohol beverage with no limited time and no limited customer-aged even though they knew that it was illegal but they did not think they would be arrested. However, there was no alcohol sold in prohibited place. Regarding to alcohol controlled regulation and measure in term of prohibited place, prohibited drinking place and advertisement and promotion, the retailers perceived at high level whereas perception to prohibited selling time and general controlled measure was at medium level. The alcohol enforcement officials were mainly public health workers and police sergeant. They had ever seen alcohol sold and drinking at prohibited place and during prohibited time but there was no action because of unclear roles and law punishment. Anyway, they perceived regulation and measure on prohibited selling place, prohibited drinking place, advertisement and promotion and general measure for controlling alcohol beverage at high level but perception to prohibited time was at medium level..

In conclusion, the findings suggest that practical law punishment measures which are accepted by all stakeholders should be reviewed and considered. In addition, there should be organization or independent organization to control and monitor the function of alcohol enforcement officials.

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	(ก)
บทคัดย่อภาษาไทย	(ข)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(ค)
สารบัญ	(ง-ช)
บทที่ 1 บทนำ	1 – 3
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 คำจำกัดความที่เกี่ยวข้อง	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	3
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4 – 25
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้	4
2.2 กระบวนการรับรู้	5
2.3 หลักการบังคับใช้กฎหมาย	6
2.4 มาตรการทางกฎหมายที่สำคัญเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย	8
2.4.1 มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านใบอนุญาตจำหน่ายสุรา	8
2.4.2 ประเภทใบอนุญาต	9
2.4.3 บทกำหนดโทษ	10
2.5 สาระสำคัญตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551	16
2.6 แนวทางการบังคับใช้กฎหมายสุราของต่างประเทศ	21
2.6.1 การสร้างกลไกรับผิดชอบการบังคับใช้กฎหมาย	22
2.6.2 การปรับปรุงมาตรฐานการบังคับใช้กฎหมายสุรา	23
2.6.3 การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันในการบังคับใช้กฎหมาย	23
2.6.4 การกำหนดแนวทางการสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายสุราให้เกิดประสิทธิผล	23
2.7 กรอบแนวคิด	25

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	26 – 30
3.1 รูปแบบการวิจัย	26
3.2 ประชากรและตัวอย่าง	26
3.2.1 กลุ่มผู้บริโภคร	26
3.2.2 กลุ่มผู้จำหน่าย	26
3.2.3 กลุ่มผู้จำหน่าย	26
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	27
3.3.1 การสุ่มตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง	27
3.3.2 การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สอง	27
3.3.3 การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สาม	27
3.3.4 การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สี่	27
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
3.4.1 แบบสอบถามผู้บริโภครเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	29
3.4.2 แบบสอบถามผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	29
3.4.3 แบบสอบถามเจ้าพนักงานตามกฎหมาย	29
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.6 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4 ผลการศึกษาในกลุ่มประชาชนทั่วไป	31 – 64
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภครเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	35
4.3 ข้อมูลการเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มและการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	38
4.3.1 ข้อมูลการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	38
4.3.2 ข้อมูลการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	44
4.3.3 ข้อมูลการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	47
4.4 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	53
4.4.1 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)	53
4.4.2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)	56

4.4.3	ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม)	58
4.4.4	ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)	60
4.4.5	ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)	62
4.4.6	ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	64
บทที่ 5 ผลการศึกษาในกลุ่มผู้จำหน่าย		65 – 94
5.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
5.2	ข้อมูลการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	69
5.2.1	ประเภทร้านค้าและการมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	69
5.2.2	ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขาย	71
5.2.3	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	72
5.2.4	การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	76
5.2.5	รูปแบบการขาย หรือลักษณะการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	78
5.3	ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	83
5.4	ข้อมูลการสังเกตจากพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูล	84
5.5	ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	85
5.5.1	ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)	85
5.5.2	ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)	87
5.5.3	ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม)	89
5.5.4	ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)	91
5.5.5	ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)	93

บทที่ 6 ผลการศึกษาในกลุ่มเจ้าหน้าที่	95 – 137
6.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	96
6.2 ประสพการณ์เกี่ยวกับเครื่องตีมีแอลกอฮอล์และการจับกุมกรณีกระทำผิดระเบียบกฎหมาย	98
6.2.1 ข้อมูลการติดตามข่าวสารต่างๆ	98
6.2.2 ข้อมูลการพบเห็นการซื้อในสถานที่ต้องห้าม	103
6.2.3 ข้อมูลการพบเห็นการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้าม	108
6.2.4 ข้อมูลการพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้าม	113
6.2.5 ข้อมูลการพบเห็นการซื้อเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	115
6.2.6 ข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล	117
6.2.7 ข้อมูลการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	119
6.3 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์	126
6.3.1 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)	126
6.3.2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)	128
6.3.3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามตีมี)	130
6.3.4 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)	132
6.3.5 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)	134
6.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องตีมีแอลกอฮอล์	136
6.5 ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ	137

บทที่ 7 การสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	138 – 157
7.1 การสรุปผลการศึกษา	139
7.1.1 กลุ่มประชาชนทั่วไป	139
7.1.2 กลุ่มผู้จำหน่าย	142
7.1.3 กลุ่มเจ้าหน้าที่	144
7.2 การอภิปรายผลการศึกษา	147
7.2.1 สถานการณ์และผลการปฏิบัติบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551	147
7.2.2 การรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551	152
7.3 ข้อเสนอแนะ	156
7.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา	156
7.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	157

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

- แบบสอบถามกลุ่มประชาชนอายุ 11 ปีขึ้นไป
- แบบสอบถามกลุ่มผู้จำหน่าย
- แบบสอบถามกลุ่มเจ้าหน้าที่

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีปัญหาคารบิโรคสุราและผลกระทบจากการบริโภคสุรามากพอสมควร จากการศึกษาข้อมูลจาก WHO ซึ่งได้มีการสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2504 - 2547 พบว่าประชากรไทยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งในปี 2543, 2544 และ 2547 มีอัตราการบริโภคคือ ร้อยละ 8.4 และพบว่าประชากรไทยมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทเบียร์เพิ่มขึ้น โดยปี 2504 มีการบริโภคเบียร์อยู่ที่ร้อยละ 0.02 และในปี 2544 การบริโภคเบียร์มีอัตราเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 1.31 สำหรับอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสุรานั้นพบว่า ในปี 2536 มีการบริโภคสูงมากถึงร้อยละ 7.44 จากนั้นในปี 2539 การบริโภคสุราลดลงมาที่ร้อยละ 6.15 จากนั้นอัตราการบริโภคสุราเพิ่มขึ้น จนมาถึงปี 2543 อยู่ที่ร้อยละ 7.12 และในปี 2544 อยู่ในอัตราค่อนข้างเพิ่มขึ้น 0.01 อยู่ที่ร้อยละ 7.13 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของจากกรมสรรพสามิตที่มีการสำรวจพบว่าอัตราการบริโภคสุราในปี 2546 เพิ่มขึ้นจากปี 2532 เกือบ 3 เท่าตัว(http://www.who.int/whosis/alcohol_apcdata_process.cfm?Path=whosis,alcohol,alcohol,alcohol_apc,alcohol_apc_data&language=english)

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า เด็กรุ่นใหม่มีแนวโน้มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้นและเริ่มดื่มที่อายุน้อยลง ในช่วงเวลาเพียง 7 ปี (2539-2546) กลุ่มผู้หญิงวัย 15-19 ปี เป็นกลุ่มที่น่าจับตามากที่สุด เนื่องจากมีการเพิ่มจำนวนขึ้นเกือบ 6 เท่า คือ จากร้อยละ 1.0 เป็นร้อยละ 5.6 และในกลุ่มหญิงที่ดื่มวัย 15-19 ปี นี้ร้อยละ 14.1 เป็นกลุ่มที่ดื่มประจำ (ดื่ม 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ถึงดื่มทุกวัน) , วัยรุ่นเพศชายวัย 11-19 ปี ที่ดื่มมีจำนวนประมาณ 1.06 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 21.23 ของประชากรในกลุ่มอายุนี้ (ยังยุทธ ขจรธรรม, 2547) สำนักงานสถิติแห่งชาติสำรวจซ้ำในปี 2547 พบว่าประชากรชายเริ่มดื่มสุราครั้งแรกเมื่ออายุเฉลี่ย 19.4 ปี โดยร้อยละ 52.8 ของประชากรชายเริ่มดื่มครั้งแรกในช่วงอายุ 15-19 ปี ขณะที่หญิงเริ่มดื่มที่อายุเฉลี่ย 25.4 โดยร้อยละ 29.3 ของประชากรหญิงเริ่มดื่มครั้งแรกในช่วงอายุ 20-24 ปี (สาวิตรี อึ้งนางค์กรชัย, 2548)

ขณะที่ผลสำรวจจากนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดลพบุรี พบว่า นักเรียนชายและหญิงที่ดื่มสุราซึ่งมีอายุ 14-16 ปี ในปัจจุบัน ระบุว่าเริ่มดื่มตั้งแต่อายุระหว่าง 13-14 ปี ด้วยอัตราส่วนสูงที่สุดประมาณร้อยละ 44 และ 46 ตามลำดับ ส่วนนักเรียนชายและหญิงที่อายุปัจจุบัน 17-20 ปี ระบุว่าเริ่มดื่มเมื่ออายุ 15-16 ปี สูงสุดด้วยอัตราใกล้เคียงกันคือประมาณร้อยละ 43 และ 40 ตามลำดับ จึงมีแนวโน้มว่านักเรียนเริ่มหันมาดื่มแอลกอฮอล์เมื่ออายุน้อยลงเรื่อย ๆ (วิชัย โปษยะจินดาและอาภา ศิริวงศ์ ณ อยุธยา, 2545)

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งลักษณะการดื่ม (ดื่มบ่อย ๆ หรือดื่มนานๆ ครั้ง) และปริมาณการดื่ม (ดื่มครั้งละน้อยๆ หรือดื่มครั้งละมากๆ) ก่อให้เกิดการเมาสุรา การติดสุรา และผลของพิษจากแอลกอฮอล์ทำให้เกิดผลกระทบหลายประการ ได้แก่ โรคเรื้อรัง (มะเร็งตับ ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคเกี่ยวกับสมอง ฯลฯ) อุบัติเหตุ/การบาดเจ็บ ปัญหาสังคมระยะสั้น (อาชญากรรม ความรุนแรง ปัญหาการทำงาน ความรุนแรงในครอบครัว) และปัญหาสังคมระยะยาว (หนี้สิน สูญเสียหน้าที่การงาน ครอบครัวแตกแยก-สลาย จรจัด-ไร้ที่อยู่) (ยงยุทธ ขจรธรรมและคณะ, 2547)

รัฐบาลไทยตระหนักในปัญหาดังกล่าวจึงได้มีการกำหนดมาตรการสำคัญต่างๆ ไว้ใน พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเป้าหมายที่การลดนักดื่มหน้าใหม่ การลดปริมาณการบริโภคโดยรวมและการลดผลกระทบ ประกอบด้วย มาตรการลดอุปทาน มาตรการลดอุปสงค์และมาตรการลดผลกระทบควบคู่กันไป เพื่อประโยชน์ของชาวไทย อย่างไรก็ตามการดำเนินมาตรการต่างๆ ดังกล่าวจะได้ผลก็ต่อเมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีความตระหนักและยึดถือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ดังนั้นเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ จากมาตรการสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดื่มสุรา จึงสมควรที่จะดำเนินการวิจัยประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชน ผู้ปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อต้องการทราบผลในทางปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายต่างๆ และนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยอย่างเข้มงวดและจริงจังต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาสถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

1.2.2 ศึกษาการรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

1.2.3 ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหายาสุราของพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดอุบลราชธานีครั้งนี้ มีกลุ่มเป้าหมายของการวิจัยครอบคลุม 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) กลุ่มประชาชนที่เป็นผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 3) เจ้าพนักงานตามกฎหมายที่มีหน้าที่บังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เท่านั้น

1.4 คำจำกัดความที่เกี่ยวข้อง

1.4.1 การบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษ หมายถึง การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดมลพิษ พ.ศ.2551 ของเจ้าพนักงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้จำหน่ายและผู้บริโภค

1.4.2 การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมาย หมายถึง การวัดผลการปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดให้ต้องปฏิบัติ โดยนำผลที่ได้จากการศึกษามาเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์ข้อกำหนดของกฎหมาย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.5.1 ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การปฏิบัติและผลการประเมินการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดมลพิษ พ.ศ.2551 ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

1.5.2 ทำให้ทราบถึงการรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดมลพิษ พ.ศ.2551 ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

1.5.3 ผลของการศึกษานำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกำหนดมาตรการเพื่อควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหามลพิษในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีและประเทศไทยในอนาคตต่อไป

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายในด้านป้องกัน แก้ไข เพื่อลดผลกระทบจากปัญหาการดื่มสุรา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้

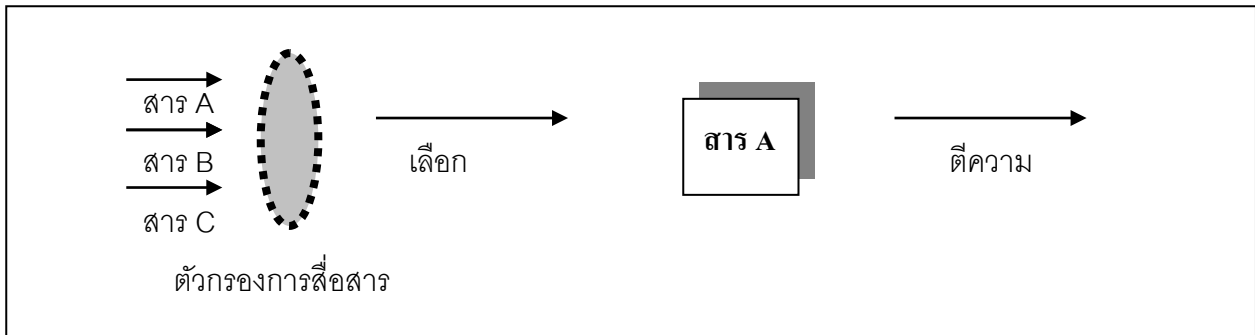
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้

การรับรู้เป็นทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาที่เชื่อว่าคนเรามีการรับรู้ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะส่งผลถึงความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ การรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การสื่อสาร ทศนคติและความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสรรเข้าด้วยกันและตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

บรูว์สวิก (Brunswick, 1956 อ้างใน Chet Ratchadapunnathikul, 2002 : 37) เสนอแนวคิดในการศึกษาการรับรู้ว่า กระบวนการทางข่าวสารนั้นบุคคลรับรู้ความถูกต้องสมบูรณ์เพียงบางส่วนในลักษณะน่าจะเป็น (Probabilistic) ไม่ได้มีความถูกต้องเสมอไป บุคคลเรียนรู้ความน่าจะเป็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและสะสมไว้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ ข่าวสารที่รับเข้ามาจะได้รับการตรวจสอบความถูกต้องกับประสบการณ์โดยผ่านการกระทำบางประการ การรับรู้จึงมีลักษณะน่าจะเป็นไปในลักษณะน่าจะเป็นด้วย และแต่ละบุคคลมีการรับรู้สภาพแวดล้อมเฉพาะบุคคลซึ่งน่าจะเป็นการตีความจากสัญญาณที่แนะที่รับเข้ามาจากสภาพแวดล้อม ในการรับรู้จึงเป็นไปในลักษณะน่าจะเป็นด้วย และแต่ละบุคคลมีการรับรู้สภาพแวดล้อมเฉพาะบุคคลซึ่งน่าจะสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด

อิมส์ (Ames, n.d. อ้างใน Chet Ratchadapunnathikul, 2002 : 37) ได้พัฒนาทฤษฎีการรับรู้ที่เน้นลักษณะน่าจะเป็นในการรับรู้ตามหลักของกระบวนการทางข่าวสาร โดยที่บุคคลมีการสุ่มเลือกสัญญาณที่แนะซึ่งมีเข้ามามากมายหลายทางจากสภาพแวดล้อม เพื่อให้การรับรู้มีความถูกต้องมากที่สุด ต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งหมด สภาพแวดล้อมในชีวิตประจำวันนั้น มีผลต่อการรับรู้เช่นเดียวกับข่าวสารที่บุคคลรับเข้ามา รวมถึงผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมด้วยอิทธิพลของสภาวะแวดล้อมนั้นมีทั้งทางกายภาพและทางสังคมที่อาจมีผลกระทบต่อรับรู้ของบุคคล

2.2 กระบวนการรับรู้



รูปที่ 1 แผนภาพกระบวนการเรียนรู้

โดยทั่วไปการรับรู้ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสังสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้หมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกันผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง คือ

1. **แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives)** เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
2. **ประสบการณ์เดิม (Past of Reference)** คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกันถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบสมาคมกับคนต่างกัน
3. **กรอบอ้างอิง (Frame of Reference)** ซึ่งเกิดจากการสังสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนที่มาจากต่างครอบครัว สภาพภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาต่างกัน จึงมีการรับรู้ในเรื่องต่าง ๆ ต่างกัน
4. **สิ่งแวดล้อม** คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะเปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารที่ได้รับต่างกัน
5. **สภาวะจิตใจและอารมณ์** ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักมองปัญหาของตนเองเป็นปัญหาใหญ่ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล (Individual Biology or Physical Ability) การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม (Cultural Training) และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล (Personal Psychology) นั่นเอง

2.3 หลักการบังคับใช้กฎหมาย

กฎหมาย คือ กฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ตราขึ้นโดยผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในรัฐเพื่อควบคุมพฤติกรรมของประชาชน ซึ่งผู้ใดฝ่าฝืนย่อมได้รับการลงโทษ (หยุด แสงอุทัย, 2538 : 41) ในการปกครองหรือบริหารประเทศของรัฐ กฎหมายถือว่าเป็นเครื่องมือของรัฐบาลที่ใช้จัดระเบียบการอยู่ร่วมกันของประชาชน เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยและเป็นหลักเกณฑ์ที่รัฐจะกระทำการใดๆ ในขอบเขตที่กฎหมายกำหนดเอาไว้ เพื่อทำนุบำรุงให้ราษฎรมีความสุขความเจริญ กฎหมายยังเป็นเครื่องมือสูงสุดของสังคมที่จะรักษาไว้ซึ่งอิสรภาพและความเป็นระเบียบของบุคคลทุกชนชั้น โดยได้กำหนดสิทธิ หน้าที่และเสรีภาพ ไว้เพื่อให้ประชาชนมีอิสรภาพตามสมควร และยังช่วยประสานความขัดแย้งหรือประสานประโยชน์ของทั้งเอกชนและส่วนรวมจากการที่กฎหมายมีวัตถุประสงค์มุ่งคุ้มครองความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสงบสุขของสังคมกฎหมายจึงต้องมีสภาพบังคับ (sanction) เป็นองค์ประกอบไม่ว่าจะเป็นสภาพบังคับทางอาญาในลักษณะของโทษทางอาญา (punishment) หรือเป็นสภาพบังคับในทางเยียวยาโดยการป้องกัน (prevention) ผลร้ายที่อาจจะเกิดขึ้นหรือเป็นสภาพบังคับในทางเยียวยาผลเสียหายโดยตรง (specific relief) (ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒน์, 2531 : 25-26) โดยมีองค์ประกอบของรัฐเป็นกลไกบังคับใช้ (enforcement) กฎหมายเหล่านี้

การบังคับใช้กฎหมาย (Law enforcement) มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการนำกฎหมายซึ่งมีเพียงลายลักษณ์อักษรไปสู่การบังคับใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ (ประเสริฐ สุขสบาย, 2542 : 22) และเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่จะส่งผลให้กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ของรัฐเกิดประสิทธิภาพ ถ้าหากว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการใช้กฎหมายข้างต้น บังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดและมีความเสมอภาค กล่าวคือ เมื่อพบว่ามีกรณีละเมิดข้อบัญญัติทางกฎหมายขึ้นเมื่อใด เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องไม่รอช้าต่อการเข้าดำเนินการกับผู้ฝ่าฝืนข้อกฎหมายหรือหลีกเลี่ยงกฎหมายอย่างเคร่งครัด ซึ่งจะทำให้เกิดความเกรงกลัวต่อการที่จะกระทำผิดกฎหมาย และเกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสังคมเกิดความสงบสุขในที่สุด (โกคิน พลกุล, 2531 : 137-140)

ข้อควรคำนึงอย่างยิ่ง เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดต่อการใช้อำนาจบังคับตามกฎหมายโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ คือเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงจุดมุ่งหมายของสภาพบังคับ (Sanction) ของกฎหมายแต่ละฉบับที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดเสียก่อน เพราะสภาพบังคับของกฎหมายแต่ละฉบับนั้นย่อมมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน (วิชญ์ เครื่องงาม, 2530 : 188) ดังจะเห็นได้ว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นเงื่อนไขสำคัญที่อาจจะทำให้การบังคับใช้กฎหมายสัมฤทธิ์ผลตามที่ตราไว้หรือไม่ กระบวนการของกฎหมายที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม จะมีผลคุ้มครองสาธารณชนเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับการใช้ “ดุลยพินิจ” ของเจ้าหน้าที่ของรัฐทุกฝ่ายตามบทบาทของตนอย่างเหมาะสม และสอดคล้องซึ่งกันและกัน หากเจ้าหน้าที่ของรัฐฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดแม้เพียงฝ่ายเดียวใช้อำนาจหรือดุลยพินิจของตน เพื่อการบังคับใช้กฎหมายนอกเหนือไปจากการใช้เจตนารมณ์ของกฎหมายแล้ว การปกป้องคุ้มครองสังคมให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสงบสุขก็ไม่อาจที่จะประสบผลตามความมุ่งหมายของกฎหมายได้ (ณัฐริกา วาญภาพ, 2536 : 34)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2535:488) ได้ให้ความหมายของการปฏิบัติไว้ว่า การปฏิบัติ คือ การกระทำ การดำเนินการไปตามระเบียบแบบแผน

อมร จันทรมบรรณ (2533 : 11) กล่าวว่า การบังคับใช้กฎหมาย หมายถึง การนำเอาตัวบทกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เป็นถ้อยคำอยู่ในหนังสือ ใช้บังคับแก่สมาชิกในสังคมให้เกิดผลบังคับตรงตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ถูกตราขึ้นโดยรัฐ

กล่าวโดยสรุป จากความหมายต่าง ๆ ของการบังคับใช้กฎหมายและการปฏิบัติการใช้กฎหมาย เป็นการกระทำ การดำเนินการ การนำตัวบทกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งมีเพียงลายลักษณ์อักษรอยู่ในหนังสือมาใช้บังคับแก่สมาชิกในสังคมให้เกิดผลในทางปฏิบัติตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ให้ความหมายของการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาสุรา หมายถึง การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของเจ้าพนักงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้จำหน่ายและผู้บริโภค

วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์ (2535) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของกฎหมายต้องมีลักษณะจำเพาะ ดังต่อไปนี้

- 1) ต้องชัดเจน ไม่คลุมเครือ
- 2) เป็นธรรมชาติและเข้ากันได้กับความรู้สึกของคนทั่วไป
- 3) เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าการใช้อำนาจในการบังคับให้ปฏิบัติตาม
- 4) ต้องตระหนักถึงกระบวนการและระบบวิธีการที่จะนำมาบังคับใช้
- 5) ต้องคำนึงถึงสภาวะแวดล้อมที่จะให้เชื่อฟังและการปฏิบัติตามในสังคม

การที่กฎหมายจะเกิดประสิทธิผลต้องขึ้นอยู่กับสิ่งต่อไปนี้ คือ

- 1) มีขั้นตอนของการออกกฎหมายหรือประกาศใช้กฎหมายโดยยึดหลักของความเสมอภาคและความยุติธรรม
- 2) มีวิธีการที่ต้องคำนึงถึงสิทธิและหน้าที่เมื่อมีการประกาศใช้กฎหมาย
- 3) มีการประกาศให้ประชาชนทั่วไปทราบถึงสิทธิและหน้าที่ที่มีในกฎหมาย
- 4) การบังคับใช้ต้องเป็นไปตามกระบวนการของกฎหมาย
- 5) การบริหารกฎหมายให้มีประสิทธิผลจะต้องมีความยุติธรรม

ในส่วนของแนวคิดที่จะนำกฎหมายไปสู่การปฏิบัติจนส่งผลให้เกิดประสิทธิผลตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ได้บัญญัติไว้คือ ความสงบสุขของประชาชน อาจประยุกต์โดยการนำเสนอตามแนวคิดการติดต่อสื่อสารคือ เนื้อสารเปรียบเหมือนสาระของกฎหมาย ผู้ส่งสารเปรียบเหมือนเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

ช่องทางการสื่อสารเปรียบเหมือนรูปแบบของกิจกรรม ผู้รับสารเปรียบเหมือนประชาชนผู้ได้รับความคุ้มครองจากการบังคับบัญชาใช้กฎหมาย (สุรชาติ ฦ หนองคาย, 2546)

จากแนวคิดที่ต้องการให้กฎหมายที่ออกมาบังคับใช้เกิดประสิทธิผลสมดังเจตนารมณ์ที่มุ่งหวังไว้ จึงมีผู้ให้คำนิยามความหมายของคำว่า “ประสิทธิผล” ไว้ต่าง ๆ เช่น

สเตียร์ส (Steers, 1977 : 34) กล่าวว่า “ประสิทธิผล” หมายถึง ความสามารถขององค์การในการได้มาและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

องค์การอนามัยโลก (WHO, 1981 : 17) ได้ให้นิยามความหมายคำว่าประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง สิ่ง que แสดงความปรารถนาของแผนงาน การบริการ หรือกิจกรรมสนับสนุนต่าง ๆ ที่มุ่งลดปัญหาด้านสาธารณสุขหรือแก้ไขสภาวะสุขภาพที่ไม่น่าพึงพอใจซึ่งจะวัดที่ระดับความสำเร็จเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

สุรชาติ ฦ หนองคาย (2547 : 8) กล่าวว่า “ประสิทธิผล” เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานมาเปรียบเทียบกับเป้าหมาย หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้

ดังนั้นการประเมินผลการบังคับใช้กฎหมาย หรือการประเมินประสิทธิผลการบังคับใช้กฎหมายตามงานวิจัยนี้จึงหมายถึง การวัดผลการปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดให้ต้องปฏิบัติ โดยนำผลที่ได้จากการศึกษา มาเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์ข้อกำหนดของกฎหมาย

2.4 มาตรการทางกฎหมายที่สำคัญเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

2.4.1 มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านใบอนุญาตจำหน่ายสุรา

การจำหน่ายสุราหรือนำสุรามาออกแสดงนั้น ผู้จำหน่ายต้องขอใบอนุญาตก่อนที่กรมสรรพสามิตจึงจะสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ตามมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 บัญญัติไว้ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดขายสุราหรือนำสุรามาออกแสดงเพื่อขาย เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต”

“การจำหน่าย” หมายถึง มีผู้ขาย ผู้ซื้อและสุรา ส่วนเงินนั้นอาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ ในกรณีที่ซื้อเงินเชื่อ

“การนำสุรามาออกแสดงเพื่อจำหน่าย” หมายถึง การนำสุรามาแสดงไว้ในตู้โชว์ที่เสนอขายโดยเจตนาที่จะขาย ไม่รวมถึงสุราที่ซุกซ่อนไว้หรือไว้หลังร้าน หรือสุราที่เก็บไว้ในโกดังเพื่อสำรองขาย

2.4.2 ประเภทใบอนุญาต

ใบอนุญาตจำหน่ายสุรามี 7 ประเภท (ตามมาตรา 19) และกรมสรรพสามิตได้กำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตแต่ละประเภทไว้ ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ประเภทใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ประเภทใบอนุญาต	ลักษณะการขาย	ค่าธรรมเนียมต่อปี
ประเภทที่ 1	สำหรับการขายสุราทูขนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่ 10 ลิตรขึ้นไป	ปีละ 8,250 บาท
ประเภทที่ 2	สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่ 10 ลิตรขึ้นไป	ปีละ 1,650 บาท
ประเภทที่ 3	สำหรับการขายสุราทูขนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตร	ปีละ 1,650 บาท
ประเภทที่ 4	สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตร	ปีละ 110 บาท
ประเภทที่ 5	สำหรับการขายสุราทูขนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน	ปีละ 110 บาท
ประเภทที่ 6	สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักรครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกิน 10 วัน	ปีละ 55 บาท
ประเภทที่ 7	สำหรับการขายสุราครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่า 10 ลิตร เพื่อดื่มภายใน สมาคมหรือสโมสร ก. ขายสุราทูขนิด ข. ขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร	ปีละ 220 บาท ปีละ 55 บาท

ที่มา : กรมสรรพสามิต

เมื่อผู้ใดได้รับใบอนุญาตจำหน่ายสุราจากเจ้าพนักงานสรรพสามิตแล้วต้องแสดงใบอนุญาตนั้นไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายตามมาตรา 26 วรรคแรก แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ใบอนุญาตซึ่งออกตามความในมาตรา 5 มาตรา 12 มาตรา 17 และมาตรา 24 ให้ใช้ได้เฉพาะในสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาต และผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงใบอนุญาตนั้นไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่าย”

สำหรับร้านค้าที่มีใบอนุญาตจำหน่ายประเภทที่ 3 จะเรียกว่า ร้านขายปลีกสุราทูขนิด กล่าวคือขายครั้งหนึ่งต่ำกว่า 10 ลิตร ทั้งสุราต่างประเทศและสุราในประเทศ ส่วนร้านค้าที่มีใบอนุญาตจำหน่ายประเภทที่ 4 จะขายสุราที่ทำในประเทศเท่านั้น การขายนั้นจะขายทั้งหมดให้นำไปดื่มที่อื่นหรือจะเปิดดื่มในร้านก็สามารถทำได้ ร้านขายสุราประเภทนี้มีความสำคัญมาก นอกจากจะเป็นร้านขายปลีกที่ขายถึงมือผู้บริโภคโดยตรงแล้ว ยังเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญมากในการที่จะรู้ว่า “สุราที่ขายนั้นถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่” และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของร้านค้าปลีกนั้นจะปฏิบัติตามกฎหมายหรือไม่”

2.4.3 บทกำหนดโทษ

ผู้ที่จำหน่ายสุราโดยไม่มีใบอนุญาตมีความผิดตามมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 17 ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่ทำขึ้นในราชอาณาจักรมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าร้อยบาท”

ผู้ใดได้รับใบอนุญาตแล้วแต่มีการขายไม่ตรงตามใบอนุญาตที่ได้รับมีความผิดตามมาตรา 40 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราทำการขายสุราไม่ตรงตามประเภทใบอนุญาตที่เจ้าพนักงานออกให้ตามมาตรา 19 หรือผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราซื้อสุราจากผู้ไม่มีสิทธิขายได้โดยชอบด้วยกฎหมาย มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองร้อยบาท”

ผู้ใดได้รับใบอนุญาตแล้วแต่ไม่แสดงใบอนุญาตไว้ในที่เปิดเผยมีความผิดตามมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 9 วรรคสองหรือมาตรา 26 วรรคแรก ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท”

(1) **มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการกำหนดเวลาจำหน่าย** การกำหนดเวลาในการจำหน่ายสุรา ตามมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 หรือประเภทที่ 4 จะขายสุราได้แต่เฉพาะภายในเวลาที่กำหนดในกฎกระทรวง”

รัฐจึงได้กำหนดเวลาจำหน่ายสุราไว้ในกฎกระทรวงฉบับที่ ๖๖ ด้วยการกำหนดเวลาขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 และประเภทที่ 4 พ.ศ.2548 ลงวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 ที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 และมาตรา 47 (4) แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 ให้ยกเลิกกฎกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 36 พ.ศ. 2504 (ข้อ 1) และให้ผู้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 และประเภทที่ 4 ขายสุราได้เฉพาะภายในเวลาตั้งแต่ 11.00 นาฬิกา ถึงเวลา 14.00 นาฬิกาและตั้งแต่เวลา 17.00 นาฬิกา ถึง 24.00 นาฬิกา (ข้อ 2) แต่ไม่ให้ใช้บังคับแก่ผู้ได้รับใบอนุญาตให้จำหน่ายสุราเกินเวลา 24.00 นาฬิกา ตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 253 ลงวันที่ 16 พฤศจิกายน 2515 และผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ ซึ่งขายสุราในสถานบริการภายในเวลาทำการของสถานบริการนั้นเกินเวลา 24.00 นาฬิกา

● **บทกำหนดโทษ** ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 20 (ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 หรือประเภทที่ 4 จะขายสุราได้แต่เฉพาะภายในเวลาที่กำหนดในกฎกระทรวง) จะมีโทษตามมาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ดังนี้

“ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 20 มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าสิบบาท” บทกำหนดโทษของมาตรานี้กำหนดโทษไว้เพียงปรับไม่เกิน 50 บาทเท่านั้น

● **ประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 253** ผู้ใดฝ่าฝืนจำหน่ายสุรานอกเวลาที่กำหนดในใบอนุญาต (ข้อ 3 (4)) จะถูกสั่งพักใบอนุญาตหรือเพิกถอนใบอนุญาต การสั่งพักใบอนุญาตจะสั่งพักได้ไม่เกิน 30 วัน (ข้อ 3 วรรค 3)

ผู้ใดฝ่าฝืนจำหน่ายสุราในเวลาที่ห้ามจำหน่ายสุรา (ข้อ 2 วรรค 1) ระหว่างถูกพักใช้ใบอนุญาตมีโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่พันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (ข้อ 4)

ผู้ใดฝ่าฝืนดื่มสุรา ณ สถานที่ขายสุราในเวลาที่ห้ามจำหน่ายสุรา (ข้อ 2 วรรค 2) มีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งพันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (ข้อ 5)

นอกจากนี้ตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับนี้ ยังมีข้อกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องปฏิบัติ ดังนี้

“ **ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาตยอมให้ผู้ที่มีอาการเมาสุราจนประพฤตินุญวายหรือครองสติไม่ได้เข้าไปหรืออยู่ในสถานที่ขายสุราระหว่างเวลาเปิดทำการ (ข้อ 3 (2)) ห้ามมิให้จำหน่ายสุราแก่ลูกค้าที่มีอาการเมาสุราจนประพฤตินุญวายหรือครองสติไม่ได้** ผู้ใดฝ่าฝืนให้ผู้มีอำนาจออกใบอนุญาตตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับนี้ มีอำนาจสั่งพักใช้ ใบอนุญาตหรือเพิกถอนใบอนุญาต การสั่งพักใช้ใบอนุญาตจะสั่งพักได้ครั้งละไม่เกิน 30 วัน”

(2) **มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดวันจำหน่าย** โดยทั่วไปการจำหน่ายสุราจะทำได้โดยอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ที่ปรากฏในพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 และประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 253 แต่ได้ปรากฏเป็นข้อยกเว้นตามมาตรา 112 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ.2541 และมาตรา 130 แห่งพระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ.2545 รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งทั้งหลายก็จะมีข้อห้ามในเรื่องดังกล่าวเช่นกัน ดังนี้

มาตรา 112 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ.2541 บัญญัติไว้ว่า

“ผู้ใดขาย จำหน่าย จ่าย แจก หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกาของวันก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งวันจนถึงวันเลือกตั้ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

มาตรา 130 แห่งพระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ.2545 บัญญัติไว้ว่า

“ผู้ใดขาย จำหน่าย จ่าย แจก หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกาของวันก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งวันจนถึงวันเลือกตั้ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

ถือได้ว่าเป็นการบัญญัติตามกฎหมายขึ้นเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยในการเลือกตั้ง

(3) **มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดสถานที่จำหน่าย** แนวความคิดที่ว่าควรมีการจัดตำแหน่งการขาย หรือการจำกัดเขตพื้นที่ในการจำหน่าย (โซนนิ่ง) รัฐจึงได้มีการออกกฎกระทรวงว่าด้วยข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 พ.ศ.2548 ออกโดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 47 (4) แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2510 ให้มีผลตั้งแต่วันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 เป็นต้นไป โดยกฎกระทรวงดังกล่าวได้ให้คำนิยามต่าง ๆ ไว้ (ข้อ 1) ดังนี้

“สถานศึกษา” หมายความว่า สถานศึกษาที่จัดการศึกษาในระบบที่เป็นการศึกษาขั้นพื้นฐานหรือการศึกษาระดับอุดมศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

“ศาสนสถาน” หมายความว่า วัดตามกฎหมายว่าด้วยคณะสงฆ์ มัสยิดตามกฎหมายว่าด้วยการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม วัดบาทหลวงตามกฎหมายว่าด้วยลักษณะฐานะของวัดบาทหลวงโรมันคาทอลิกในกรุงสยามตามกฎหมาย หรือสถานที่ประกอบศาสนกิจในนิกายหรือศาสนาอื่น

“สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง” หมายความว่า สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง

ได้มีข้อกำหนด (ข้อ 2) เกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 ตามมาตรา 17 มีดังต่อไปนี้

1) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานศึกษา หรือศาสนสถานรวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานศึกษา หรือศาสนสถาน

2) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงรวมทั้งบริเวณต่อเนื่องกับสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานที่ที่เคยถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตขายสุราเว้นแต่เวลาได้พ้นมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี

4) ผู้ขอรับใบอนุญาตขายสุราต้องไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตขายสุรา เว้นแต่เวลาได้ล่วงพ้นมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี ทั้งนี้ในกรณีที่ผู้ขอรับใบอนุญาตขายสุราเป็นห้างหุ้นส่วน หรือนิติบุคคล ผู้เป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ หรือผู้แทนของนิติบุคคลต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังกล่าวหรือไม่เคยเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ หรือผู้แทนของนิติบุคคลที่มีลักษณะต้องห้ามดังกล่าว

สำหรับผู้ที่ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 มีข้อกำหนด (ข้อ 3) เกี่ยวกับการขายสุราตามใบอนุญาตขายสุราตามมาตรา 19 ไว้ดังนี้

1) ต้องไม่ขายสุราในบริเวณสถานศึกษา หรือศาสนสถานรวมทั้งบริเวณต่อเนื่องกับสถานศึกษา หรือศาสนสถาน

2) ต้องไม่ขายสุราในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3) ต้องไม่ขายสุราในบริเวณที่ที่เคยถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตขายสุราเว้นแต่เวลาได้ล่วงพ้นมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี

● บทกำหนดโทษ

โทษตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 หากมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณสถานศึกษา หรือศาสนสถาน หรือสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานที่ข้างต้น ซึ่งกรณีดังกล่าวเป็นการจำหน่ายสุราโดยไม่ได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีความผิดตามมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 17 ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่ทำขึ้นในราชอาณาจักรมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าร้อยบาท”

(4) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ ได้กำหนดความหมายของคำว่า การจำกัดผู้ซื้อไว้ดังนี้

การจำกัดอายุผู้ซื้อ หมายถึง การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ที่สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาบริโภคได้ (ยงยุทธ ขจรธรรม และคณะ, 2547) ซึ่งได้มีบทบัญญัติของกฎหมายเพื่อเป็นการควบคุมเกี่ยวกับอายุขั้นต่ำในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และคุ้มครองไม่ให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจำหน่ายสุราให้แก่เด็ก ได้แก่

ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 ให้นิยามคำว่า “เด็ก” ไว้ว่า หมายถึง “บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์ แต่ไม่รวมถึงผู้ที่บรรลุนิติภาวะด้วยการสมรส” และตามมาตรา 26 (10) “ภายใต้บังคับบทบัญญัติแห่งกฎหมายอื่น ไม่ว่าเด็กจะยินยอมหรือไม่ ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการจำหน่าย แลกเปลี่ยน หรือให้สุราหรือบุหรี่แก่เด็ก เว้นแต่การปฏิบัติทางการแพทย์”

ตามกฎกระทรวงว่าด้วยข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 พ.ศ.2548 ที่ออกตามความในมาตรา 47 (4) แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2510 (รก2548/109 ก/8/17 พุทธศักราช พ.ศ.2548) กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาต “ต้องไม่ขายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์” ข้อ 3 (1)

● บทกำหนดโทษ

ผู้ใดทำผิดพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 ได้มีการกำหนดโทษเอาไว้ตามมาตรา 78 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

ส่วนผู้ประกอบการร้านค้าที่ได้รับใบอนุญาตแล้วมีการขายสุราให้แก่เด็กอายุต่ำกว่า สิบแปดปีบริบูรณ์จะไม่มีโทษในทางอาญาแต่จะได้รับโทษตามมาตรา 46 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 “ผู้ได้รับอนุญาตซึ่งกระทำผิดต่อพระราชบัญญัตินี้หรือข้อกำหนดในกฎกระทรวงหรือข้อกำหนดในใบอนุญาต เจ้าพนักงานสรรพสามิตหรืออธิบดีผู้ออกใบอนุญาตแล้วแต่กรณี มีอำนาจสั่งพักใช้ใบอนุญาตมีกำหนดไม่เกิน ครั้งละ 6 เดือน หรือจะสั่งเพิกถอนใบอนุญาตเสียก็ได้”

(5) **มาตรการควบคุมด้านอุบัติเหตุจราจร** เจตนารมณ์ของกฎหมายที่บัญญัติขึ้น เพื่อใช้ ควบคุมอุบัติเหตุอันเนื่องมาจากการดื่มสุราของผู้ขับขี่

- **พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522**

พ.ร.บ.ฉบับนี้เป็นกฎหมายหลักที่บัญญัติขึ้นเพื่อใช้ควบคุมอุบัติเหตุอันเนื่องมา จาก การดื่มสุราของผู้ขับขี่โดยห้ามมิให้ผู้ใดขับรถขณะเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น และให้อำนาจพนักงานจราจร ทำการตรวจสอบเมื่อมีพฤติการณ์ที่น่าสงสัยว่าผู้ขับขี่เมาสุราหรือไม่ มาตรการทางกฎหมายในลักษณะนี้ นับเป็นการป้องกันเบื้องต้นมิให้เกิดอันตรายขึ้นโดยถือความมีเมาเป็นความผิดตั้งแต่เริ่มต้น (inchoate crime) พ.ร.บ. จราจรทางบก พ.ศ. 2522 ที่เกี่ยวข้องกับผู้ขับขี่ที่เสพสุราจะอยู่ในมาตรา 43 (2) ดังนี้ ห้ามมิให้ ผู้ขับขี่ขับรถ...ในขณะเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น..อธิบายความหมายก็คือ

1) ห้ามมิให้ผู้ขับขี่รถ ความหมายของผู้ขับขี่รถตามพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 4 (28) หมายความว่า ผู้ขับรถ ผู้ประจำเครื่องอุปกรณ์การขนส่งตามกฎหมายว่าด้วย การขนส่ง ผู้ลากขึ้นยานพาหนะ สำหรับรถนั้นตามพระราชบัญญัตินี้ มาตรา 4 (15) หมายความว่ายานพาหนะ ทางบกทุกชนิด เว้นแต่รถไฟและรถราง

2) ในขณะเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น

“สุรา” ตามความหมายในมาตรา 4 พ.ร.บ.สุรา พ.ศ.2493 หมายความว่ารวมถึง วัตถุ ทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำหรือสุราซึ่งดื่มกินไม่ได้แต่เมื่อได้ผสม กับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราก็ถือว่าเป็นสุรา ทั้งสิ้น

นอกจากนี้ หากผู้ขับขี่รถในขณะที่เมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น ฝ่าฝืนคำสั่ง เจ้าพนักงาน ผู้มีอำนาจที่ให้ทดสอบว่า เมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นหรือไม่ (มาตรา 142 วรรค 2) จะมีโทษปรับ ครั้งละไม่เกินหนึ่งพันบาท (มาตรา 154 (3))

3) โดยเจตนา ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 59 บุคคลจะต้องรับผิดชอบในทาง อาญาต่อเมื่อได้กระทำโดยเจตนา ซึ่งได้แก่ การกระทำโดยรู้สำนึกในการที่กระทำ และขณะเดียวกันผู้กระทำ ต้องประสงค์ต่อผลหรือยอมถึงเห็นผลนั้น การกระทำความผิดนี้ ผู้กระทำต้องสมัครใจดื่มสุราหรือของเมาอย่าง อื่นเองโดยรู้แล้วว่าจะทำให้ตนเองเมา ซึ่งผู้ดื่มทราบหรือน่าจะทราบว่าดื่มเข้าไปแล้วอาจมีเมา ส่วนเมาหรือไม่ เมาที่เป็นผลมาจากการดื่มไม่จำเป็นต้องประสงค์ต่อผลหรืออาจถึงเห็นผล

ความรับผิดชอบทางอาญาจะครบองค์ประกอบความผิด ต่อเมื่อผู้ขับขี่เมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นแล้ว นำรถหรือยานพาหนะเคลื่อนที่จากจุดเดิมที่จอดอยู่แม้เพียงเล็กน้อยโดยเจตนา

มาตรการลงโทษทางอาญาตาม พ.ร.บ. จราจรทางบก พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดย พ.ร.บ. จราจรทางบก (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2535 ที่ลงโทษผู้ขับขี่ขณะเมาสุรา หรือของเมาอย่างอื่นมีดังนี้

- 1) ระวังโทษปรับและจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับตั้งแต่สองพันบาทถึงหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 160 วรรค 3)
- 2) โทษยึดใบอนุญาตขับขี่ มีกำหนดครั้งละไม่เกินหกสิบวัน โดยอาจบันทึกการยึดใบอนุญาตขับขี่และคะแนนไว้ด้านหลังของใบขับขี่ที่ถูกยึด มาตรา 161
- 3) การพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตขับขี่ (มาตรา 162)

- **พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522**

พ.ร.บ. ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมระบบการคมนาคมทางบกในลักษณะเดียวกับ พ.ร.บ. จราจรทางบก พ.ศ. 2522 ต่างกันตรงที่บุคคลที่กฎหมายประสงค์จะบังคับใช้ คือผู้ขับขี่รถยนต์พาหนะที่มีความเกี่ยวข้องกับสาธารณะ เช่น คนขับรถขนส่งทั้งประจำทางและไม่ประจำทาง เป็นต้น ซึ่งเรื่องของสุราที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ. ฉบับนี้มีดังนี้

ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถในขณะปฏิบัติหน้าที่ต้องไม่เสพหรือเมาสุรา หรือของมึนเมาอย่างอื่น (มาตรา 102(3))

ผู้ประจำรถ ได้แก่ (1) ผู้ขับรถ (2) ผู้เก็บค่าโดยสาร (3) นายตรวจ (4) ผู้บริการตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (มาตรา 92)

บทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำผู้ใดดื่มสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่นในขณะปฏิบัติหน้าที่ (ฝ่าฝืนมาตรา 102 (3)) ต้องระวังโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท แต่ถ้าผู้นั้นเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถต้องระวังโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับตั้งแต่สองพันบาทถึงหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ มาตรา 127 ทวิ

ความรับผิดชอบตาม พ.ร.บ. การขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 จะแยกเป็น 3 ประเด็นดังนี้ ได้แก่ 1) ในขณะปฏิบัติหน้าที่ ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ประจำรถต้อง 2) ไม่เสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่น และ 3) โดยเจตนา

1) ขณะปฏิบัติหน้าที่ผู้ได้รับอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถซึ่งตามความหมายในพระราชบัญญัตินี้ (มาตรา 92) ได้แก่ 1. ผู้ขับรถ 2. ผู้เก็บค่าโดยสาร 3. นายตรวจ และ 4. ผู้บริการตามที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถต้องได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียนซึ่งใบอนุญาตสำหรับผู้ประจำรถมี 4 ประเภท (มาตรา 94) คือ 1. ใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ 2. ใบอนุญาตเป็นผู้เก็บค่าโดยสาร 3. ใบอนุญาตเป็นนายตรวจ และ 4. ใบอนุญาตเป็นผู้บริการ ส่วนคำว่า “ขณะปฏิบัติหน้าที่” ไม่มีคำนิยามไว้ ซึ่งมีนักกฎหมายบางท่านเห็นว่า เจตนารมณ์ของกฎหมายแสดงให้เห็นว่า หมายถึง ช่วงเวลา

ที่ผู้ประจํารถดังกล่าวอยู่ในระหว่างปฏิบัติหน้าที่จะเห็นได้ว่า การปฏิบัติหน้าที่อาจจะเป็นผลัดหรือเข้าเวร หรือตามช่วงเวลาใดก็ตาม ไม่ว่าจะการปฏิบัติหน้าที่บนรถ หรืออยู่ระหว่างพักรอการขับเค็ลื่อนรถตามเวลาที่สถานีเริ่มต้นหรือสถานีปลายทาง

2) ไม่เสพสุราหรือของมีนเมาอย่างอื่น เจตนารมณ์ของกฎหมายเคร่งครัดและเข้มงวดมากโดยในขณะปฏิบัติหน้าที่ห้ามมิให้ผู้ประจํารถเสพสุราหรือของมีนเมาอย่างอื่น

3) โดยเจตนา การเสพสุราหรือของมีนเมาอย่างอื่นนั้นจะต้องกระทำโดยรู้สำนึกในการเสพ ตามประมวลกฎหมายอาญาตามมาตรา 59 ซึ่งจะใช้มาตรฐานเดียวกับที่ใช้ใน พ.ร.บ.จราจรทางบก พ.ศ.2522 แต่เจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนี้เคร่งครัดกว่า กล่าวคือในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่ห้ามเสพสุราหรือของมีนเมาอย่างอื่นโดยเด็ดขาด

● **บทลงโทษตาม พ.ร.บ.การขนส่งทางบก พ.ศ.2522 ที่เกี่ยวข้องกับสุรา ได้แก่**

1) โทษปรับและโทษจำคุก ตามมาตรา 127 ทวิ ดังนี้ ผู้ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจํารถผู้ใดฝ่าฝืน มาตรา 102 (3) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท แต่ถ้าผู้นั้นเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับตั้งแต่สองพันบาทถึงหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าถ้าผู้ประจํารถ เช่น ผู้เก็บค่าโดยสาร นายตรวจหรือผู้บริการ เสพหรือเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่จะรับโทษน้อยกว่าการเป็นผู้ขับรถ

นอกจากนี้ กฎหมายยังบัญญัติให้ผู้ประกอบการ (มาตรา 40 ทวิ) ร่วมรับผิดชอบหากใช้หรือยินยอมให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่ขับรถที่มีอาการเมาสุราหรือของมีนเมาอย่างอื่นปฏิบัติหน้าที่ขับรถ (มาตรา 127 จัตวา และมาตรา 138 ทวิ) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบการขนส่งผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 40 ทวิวรรคสองต้องระวางโทษปรับไม่เกินสี่หมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนรู้เห็นและได้ใช้ความระมัดระวังตามสมควรแล้วที่จะป้องกันมิให้ผู้ขับรถกระทำการดังกล่าว

2) การยึดใบอนุญาตและการเพิกถอนใบอนุญาตตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 108 มาตรา 109 และมาตรา 110 (เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุลและวรรณมา บุญศรีเมือง, 2548 : 12-46)

2.5 สารสำคัญตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

หมวด 4 การควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์

มาตรา 26 ให้ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ปฏิบัติดังต่อไปนี้

(1) จัดให้มีบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้า ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(2) การอื่นตามที่คณะกรรมการควบคุมกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 27 ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

- (1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา
- (2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา
- (3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร
- (4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก
- (5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
- (6) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- (7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
- (8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

มาตรา 28 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใด ๆ เท่าที่จำเป็นไว้ด้วยก็ได้

บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการขายของผู้ผลิตผู้นำเข้าหรือตัวแทนของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา

มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) บุคคลที่มีอาการเมึนเมาจนครองสติไม่ได้

มาตรา 30 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) ให้เครื่องขายอัตโนมัติ
- (2) การเร่ขาย
- (3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย
- (4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการการชิงโชคการชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อหรือสลาก หรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ

(5) โดยแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องตีมแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม

(6) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

(1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา

(2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล

(3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

(4) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคลหรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องตีมแอลกอฮอล์และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

(5) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(6) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

(7) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องตีมแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตีมแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นตีมโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีมแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร

หมวด 5 การบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรา 33 ผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือญาติ คณะบุคคล หรือองค์กรทั้งภาครัฐหรือเอกชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาจขอรับการสนับสนุนเพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพจากสำนักงานได้ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมกำหนด

หมวด 6 พนักงานเจ้าหน้าที่

มาตรา 34 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) เข้าไปในสถานที่ทำการของผู้ผลิต นำเข้า หรือขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สถานที่ผลิต นำเข้า หรือขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สถานที่เก็บเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเวลาทำการของสถานที่นั้น รวมถึงเข้าตรวจสอบยานพาหนะเพื่อตรวจสอบการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

(2) ยึดหรืออายัดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้ขายที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

(3) มีหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำหรือให้ส่งเอกสารหรือวัตถุใดมาเพื่อประกอบการพิจารณา

มาตรา 35 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวต่อผู้รับอนุญาตหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องของบัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

มาตรา 36 ในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 34 ให้บุคคลที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

มาตรา 37 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา

หมวด 7 บทกำหนดโทษ

มาตรา 38 ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 39 ผู้ใดขายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์โดยฝ่าฝืนมาตรา 27 หรือมาตรา 28 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

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

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

มาตรา 42 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 31 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 43 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 32 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ นอกจากนี้ต้องระวางโทษตามวรรคหนึ่งแล้ว ผู้ฝ่าฝืนยังต้องระวางโทษปรับอีกวันละไม่เกินห้าหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือจนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา 44 ผู้ใดต่อสู้หรือขัดขวางการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 34 (1) หรือ (2) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผู้ใดไม่ยอมมาให้ถ้อยคำหรือไม่ยอมให้ถ้อยคำโดยไม่มีเหตุอันสมควรต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 34 (3) หรือไม่ยอมส่งเอกสารหรือวัตถุอื่นใดมาเพื่อประกอบการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่เมื่อถูกเรียกให้ส่งตามมาตรา 34 (3) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท

ผู้ใดไม่อำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ อันเป็นการไม่ปฏิบัติตามมาตรา 36 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท

มาตรา 45 บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ให้คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจเปรียบเทียบได้ และในการนี้ให้คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจมอบหมายให้คณะอนุกรรมการพนักงานสอบสวน หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการเปรียบเทียบได้ โดยจะกำหนดหลักเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ หรือเงื่อนไขประการใด ๆ ให้แก่ผู้ได้รับมอบหมายตามความเห็นสมควรก็ได้

ในการสอบสวน ถ้าพนักงานสอบสวนพบว่าบุคคลใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องมายังคณะกรรมการควบคุมหรือผู้ซึ่งคณะกรรมการควบคุมมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบตามวรรคหนึ่งภายในเจ็ดวัน นับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบ

เมื่อผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบแล้วให้ถือว่าดีเล็กกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

2.6 แนวทางการบังคับใช้กฎหมายสุราของต่างประเทศ

การแก้ปัญหาสุราในสังคมต้องอาศัยการกำหนดนโยบายและมาตรการที่เหมาะสมในหลายประเทศมีการออกกฎหมายในหลายลักษณะเพื่อควบคุมการบริโภค ตลอดจนป้องกันอันตรายและผลเสียที่เกิดจากการดื่มสุรา โดยทั่วไปในกฎหมายเหล่านั้นมักมีการกำหนดรายละเอียดที่เป็นข้อปฏิบัติหรือข้อห้ามปฏิบัติเอาไว้ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดบทลงโทษกรณีที่มีการละเมิดข้อปฏิบัติต่างๆ รวมทั้งการกำหนดกลไกที่ทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายนั้นไว้ด้วย แม้ว่าจะตรากฎหมายเพื่อแก้ปัญหาสุราไว้ดีเพียงใดก็ตาม หากกลไกที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการบังคับใช้กฎหมายนั้นไม่มีประสิทธิภาพก็ย่อมทำให้กฎหมายเหล่านั้นไม่มีผลในการควบคุมหรือแก้ปัญหาสุราได้แต่อย่างใด

กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับสุราที่จำเป็นต้องมีการสร้างกลไกการบังคับใช้กฎหมายขึ้นรองรับนั้นประกอบด้วย

(1) กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดตั้งสถานจำหน่าย/บริการสุรา เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการขอใบอนุญาตจำหน่ายสุรา เป็นต้น

(2) กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการซื้อ-ขายสุรา เช่น กฎหมายกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อ/ผู้ดื่ม กฎหมายห้ามจำหน่ายสุราแก่คนเมา เป็นต้น

(3) กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับความปลอดภัย เช่น กฎหมายกำหนดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดของผู้ดื่ม ข้อกำหนดเมาไม่ขับ เป็นต้น

(4) กฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณา/การส่งเสริมการจำหน่ายสุรา เช่น การห้ามโฆษณาที่มีเนื้อหาจูงใจวัยรุ่น การห้ามโฆษณาสุราทางโทรทัศน์ การห้ามบริษัทสุราเป็นสปอนเซอร์การแข่งขันกีฬาหรือการแสดงดนตรี เป็นต้น

ทั้ง 4 ประการที่กล่าวมานั้นเป็นผลให้แต่ละประเทศจำเป็นต้องพัฒนากลไกที่ทำหน้าที่บังคับใช้กฎหมายและมาตรการสุราให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด

จากการทบทวนองค์ความรู้ว่าด้วยการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการสุราพบว่าประเทศที่มีแบบปฏิบัติที่เป็นเลิศในการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายนั้นมักเป็นประเทศที่มีปัญหาสุราค่อนข้างรุนแรง เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา และประเทศต่างๆ ในยุโรป ประเทศเหล่านี้มีกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวกับการควบคุมปัญหาสุราเป็นจำนวนมาก ทั้งในระดับรัฐบาลกลาง รัฐบาลมลรัฐ รวมทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่น ตัวอย่างแนวทางการดำเนินงานด้านการบังคับใช้กฎหมายสุราในประเทศดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

2.6.1 การสร้างกลไกรับผิดชอบการบังคับใช้กฎหมาย

ในที่นี้หมายถึงเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบให้มีการถือปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด เราพบว่าในสหรัฐอเมริกา มีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการบังคับใช้กฎหมายสุราอยู่หลายระดับ ทั้งในระดับรัฐบาลกลาง (Federal Agencies) เช่น

- Bureau of Alcohol, Tobacco, and Firearms
- National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism
- National Highway Traffic Safety Administration

เป็นต้น

ในระดับมลรัฐแทบทุกมลรัฐ (State Agencies) เช่น

- Alaska Alcoholic Control Board
- Maine Bureau of Liquor Enforcement
- Oklahoma Alcoholic Beverage Laws Enforcement Commission
- Pennsylvania State Police – Bureau of Liquor Control Enforcement
- Washington Liquor Control Board

เป็นต้น

รวมทั้งยังมีองค์กรที่ทำงานด้านการป้องกันปัญหาสุรา เช่น

- Center for Enforcing Underage Drinking Laws Training Center
- MADD (Mothers Against Drunk Driving)
- National Commission Against Drunk Driving

เป็นต้น

อย่างไรก็ตามกลไกที่ถือเป็นหลักในการบังคับใช้กฎหมายก็คือ เจ้าหน้าที่ตำรวจ (Police officers)

2.6.2 การปรับปรุงมาตรฐานการบังคับใช้กฎหมายสุรา

ซึ่งรวมถึงการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น การก่อตั้งสถาบันฝึกอบรมแห่งชาติ (National Training Academy) ของสหรัฐอเมริกาทำหน้าที่ให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ในเรื่องของการรับมือกับปัญหาในกลุ่มนักดื่มเยาวชน เช่น เทคนิคการตรวจสอบบัตรประชาชนปลอม การเข้าตรวจในสถานบริการรับอนุญาต การรับมือกับสถานการณ์ตั้งเครียด การใช้เทคโนโลยีต่างๆ (ได้แก่ กล้องบันทึกภาพกล้องวิดีโอวงจรปิด เป็นต้น) (NLLEA National Training Academy : 2007)

2.6.3 การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันในการบังคับใช้กฎหมาย

เราพบว่า ทั้งในสหรัฐอเมริกาและหลายประเทศในยุโรปถือว่า หน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมาย ไม่ได้เป็นหน้าที่เฉพาะของเจ้าหน้าที่ผู้รักษากฎหมายเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบที่ทุกฝ่ายที่ได้รับผลกระทบ (หรือผู้มีส่วนได้เสีย) จากปัญหาสุราควรเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน คนเหล่านี้ได้แก่ ตำรวจ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น ผู้นำชุมชนท้องถิ่น คณะกรรมการชุมชนท้องถิ่น โบสถ์ หัวหน้าสถานศึกษาทุกระดับในท้องถิ่น คณะกรรมการสถานศึกษา ตัวแทนนักศึกษา ตัวแทนภาคธุรกิจในท้องถิ่น เจ้าของร้านอาหาร/ภัตตาคาร/บาร์ องค์การประชาชน/กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนที่เกี่ยวข้อง และประชาชนผู้สนใจ การสร้างเครือข่ายในลักษณะนี้เป็นวิธีการที่นิยมกันมากเรียกว่า multi-agencies approach

2.6.4 การกำหนดแนวทางสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายสุราให้เกิดประสิทธิผล

เช่น ตัวอย่างในกรณีของกฎหมายเมาไม่ขับก็ได้แก่ การตั้งจุดตรวจระดับแอลกอฮอล์ (sobriety checkpoints) ซึ่งเป็นเทคนิคหนึ่งในการบังคับใช้กฎหมายเมาไม่ขับที่มีประสิทธิผลสูง ในสหรัฐอเมริกาเทคนิคดังกล่าวเป็นที่ยอมรับกันแทบทุกรัฐเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นเพียง 10 รัฐที่ยังไม่นำไปใช้ (ไอดาโฮ ไอโอวา มิชิแกน มินนิโซตา โอเรกอน โรดไออร์แลนด์ เท็กซัส วอชิงตัน วิสคอนซิน และไวโอมิง) (MAAD Sobriety Checkpoints-Issue Brief : 2007) นอกจากนี้จากรายงานของ European Transport Safety Council (ETSC) ในปี 1999 ระบุว่า การขับรถยนต์หลังจากการดื่มสุรามีผลทำให้เกิดอุบัติเหตุสูงมากในยุโรป มาตรการในการรับมือปัญหานี้เริ่มด้วยการกำหนดระดับของแอลกอฮอล์ในเลือด (BAC limit) ไว้ไม่ให้เกิน 50 ml โดยชี้แจงประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขับขี่ทุกคนทราบและถือปฏิบัติ ผู้ละเมิดมีบทลงโทษที่ชัดเจน ที่สำคัญต้องใช้แนวทางการบังคับใช้ให้เป็นไปตามกฎหมายดังกล่าวประกอบด้วย ซึ่งในที่นี้ได้แก่ (European Transport Safety Council 1999 : 7)

- A high numbers of person tested โดยกำหนดเป้าหมายว่า อย่างน้อย 1 ใน 10 ของผู้ขับขี่ต้องได้รับการสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ทุกปี หรืออย่างในกรณีของประเทศฟินแลนด์กำหนดไว้ที่ 1 ใน 3 ของผู้ขับขี่

- unpredictable in term of time and place ในกรณีของการตั้งจุดตรวจ (random breath testing) ที่ผู้ขับขี่ไม่สามารถหลบเลี่ยงได้

- highly visible police operations เพื่อให้สามารถจับกุมผู้กระทำผิดได้อย่างทั่วถึง และเพื่อลดการกระทำผิดซ้ำซาก

ในการบังคับใช้กฎหมายสุรา (กรณีเมาไม่ขับ) จากการสำรวจข้อมูลในหลายประเทศพบว่า จำเป็นต้องกระทำร่วมกับการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อกำหนดดังกล่าวไปยังผู้ขับขี่ทุกคนอย่างทั่วถึง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและยอมรับปฏิบัติ ซึ่งการดำเนินการลักษณะเช่นนี้ได้ผลดี อย่างเช่น ในฟินแลนด์จำนวนผู้ดื่มสุราเกินกำหนดแล้วขับรถยนต์ลดลงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจาก 33 คนใน 1,000 เหลือ 14 คน ใน 1,000 เป็นต้น

ตัวอย่างในประเทศอังกฤษก็มีการออกแนวทางในการจัดการกับปัญหาความไม่สงบที่เป็นผลมาจากการดื่มสุรา ในรายงานเรื่อง "Tackling Alcohol-Fuelled Disorder in Town and City Centres" ได้มี

การรวบรวมแบบปฏิบัติที่เป็นเลิศ (best practices) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นตัวอย่างแนวทางที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ทั้งที่เป็นแนวทางจัดการกับสถานบริการที่ก่อปัญหา เช่น การสุ่มซื้อสุราที่ผิดกฎหมาย การเฝ้าระวังสถานบริการที่มักละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ ตลอดจนแนวทางจัดการกับนักดื่มที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม เช่น การห้ามนำบรรจุภัณฑ์สุราทุกชนิดออกจากสถานบริการ เนื่องจากอาจใช้เป็นอาวุธในการก่อความวุ่นวายได้ เป็นต้น

บาเบอร์และคณะ (Babor et al, 2003) ได้ศึกษาประสิทธิผลของนโยบายและมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า

กลุ่มที่ได้ผลมาก ได้แก่ การจำกัดการเข้าถึงและซื้อหา (จำกัดอายุผู้ซื้อ และความรับผิดชอบทางกฎหมายและค่าเสียหายของผู้ขาย) มาตรการราคาและภาษี การสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ (RBT ; Random breath testing) และการลดระดับที่ไม่ผิดกฎหมายของแอลกอฮอล์ในลมหายใจและในเลือด (Lowered BAC limits)

กลุ่มที่ได้ผลปานกลาง ได้แก่ การจำกัดเวลาขาย ความหนาแน่นของแหล่งขาย การห้ามการโฆษณา การรักษาพยาบาลผู้ติดสุรา

กลุ่มที่ไม่ได้ผล ได้แก่ การควบคุมตนเองโดยสมัครใจของผู้ขายและผู้ผลิต การให้ความรู้และการรณรงค์ประชาสัมพันธ์

ศูนย์นโยบายแอลกอฮอล์ระหว่างประเทศ (ICAP; International Center of Alcohol policies, 2005) ได้สรุปว่า มาตรการที่สร้างอุปสรรคในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดนั้นจะขึ้นอยู่กับระดับของการบังคับใช้กฎหมาย (Level of Enforcement) ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว มาตรการที่มีระดับการบังคับใช้สูงจะมีประสิทธิภาพสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการที่มีระดับการบังคับใช้ต่ำ

สถาบันวิจัยแอลกอฮอล์ (IAS; Institute of Alcohol Studies, 2005) ได้ประเมินประสิทธิภาพของมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่าง ๆ ในประเทศอังกฤษ พบว่า มาตรการที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ

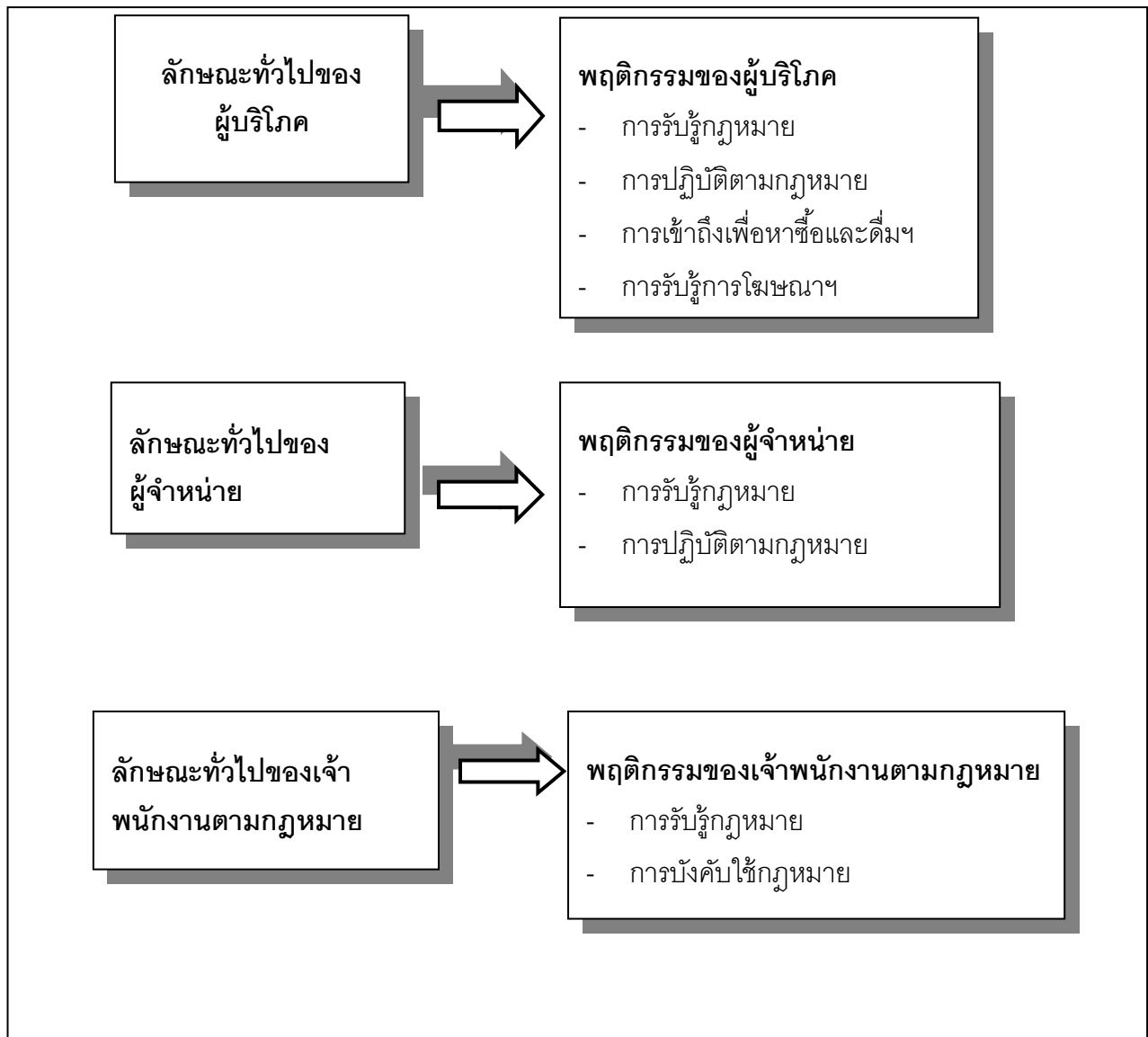
(1) มาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งประกอบด้วย การผูกขาดโดยรัฐบาลในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(2) มาตรการที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการใช้นโยบายการคลังที่ส่งผลกระทบต่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(3) มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสร้างมาตรการต่อต้านการขับชียานพาหนะภายหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.7 กรอบแนวคิด(Conceptual Framework)

การบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 นั้นมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่ พฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมผู้จำหน่าย และพฤติกรรมของเจ้าพนักงานตามกฎหมาย ดังนั้นในการประเมินจะพิจารณาทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ผู้จำหน่าย ตลอดจนประชาชนผู้บริโภคที่มีการปฏิบัติตามกฎหมายได้มากน้อยเพียงใด และทำไมจึงเป็นเช่นนั้น (ดังแผนภาพที่ 1)



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายด้านป้องกัน แก้ไข เพื่อลดผลกระทบจากปัญหาการดื่มสุรารั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวิธีการวิจัย จำแนกได้ดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบประเมินผลใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 กรณีศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บริโภค ผู้จำหน่ายและเจ้าพนักงานตามกฎหมาย

ดังนั้นในการศึกษารั้งนี้ จึงศึกษาในประชากรทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

3.2.1 กลุ่มผู้บริโภค

ได้แก่ ประชาชนผู้บริโภค ที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่ในครัวเรือนในพื้นที่เป้าหมายของการวิจัย มีจำนวนทั้งสิ้น 1800 ครัวเรือน (จากการคำนวณของศูนย์วิจัยเอแบคโพล)

3.2.2 กลุ่มผู้จำหน่าย

ได้แก่ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชน/บริเวณใกล้เคียงที่ผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่นั้นๆ ห่างจากชุมชน 500 เมตร

3.2.3 เจ้าพนักงานตามกฎหมาย

ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่ทำหน้าที่บังคับใช้กฎหมายในการควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุรา เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพสามิต ตำรวจ เป็นต้น โดยจะเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพสามิตและตำรวจที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่นั้นๆ

3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

แผนการสุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-stage Sampling) โดยในชั้นภูมิหลักมีระดับชั้นของการสุ่มตัวอย่าง จำแนกได้ดังนี้

3.3.1 การสุ่มตัวอย่างชั้นที่หนึ่ง

สุ่มตัวอย่างอำเภอของพื้นที่เป้าหมาย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบแบบกำหนดความน่าจะเป็น ให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปของพื้นที่นั้นในจังหวัด อุบลราชธานี (Systematic Sampling with Probability Proportional to Size)

3.3.2 การสุ่มตัวอย่างชั้นที่สอง

สุ่มตัวอย่างตำบล ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ของอำเภอตัวอย่างในแต่ละจังหวัด

3.3.3 การสุ่มตัวอย่างชั้นที่สาม

สุ่มตัวอย่างหมู่บ้าน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ของตำบลตัวอย่างในแต่ละจังหวัด

3.3.4 การสุ่มตัวอย่างชั้นที่สี่

สุ่มตัวอย่างครัวเรือน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ โดยเก็บข้อมูลจากสมาชิกในครัวเรือนทุกคนที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป โดยมีจำนวนครัวเรือนดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 แสดงขนาดตัวอย่างครัวเรือนที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่าง

พื้นที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	ขนาดตัวอย่างบ้าน(หลัง)
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	นากระแซง	หนองเงิน้อย	66
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	เมืองเดช	โนนสุขสันต์	27
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	เมืองเดช	ดอนเสาโฮง	18
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	ท่าโพธิ์ศรี	ท่าโพธิ์ศรี	17
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	คำครั่ง	นานวล	22
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	โพนงาม	อุดมพัฒนา	26
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	ป่าโมง	ป่าโมงน้อย	29
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	โนนสมบูรณ	ขนวน	22
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	นาเจริญ	นาเจริญน้อย	24
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	ทุ่งเท็ง	ทุ่งเจริญ	28
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	สมสะอาด	ม่วง	50
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	บัวงาม	โนนแฝก	19
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	ตบหุ	โพธิ์ไทร	29
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	ตบหุ	ไทยบุญมี	22
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	นาสว่าง	นาห้วยแคน	34
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	กุดประทาย	ค่านาแซง	51
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	กลาง	หมากมาย	31

พื้นที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	ขนาดตัวอย่างบ้าน(หลัง)
นอกเขตเทศบาล	เดชอุดม	กลาง	เม็กใหญ่	29
นอกเขตเทศบาล	โพธิ์ไทร	ม่วงใหญ่	ดอนพระ	26
นอกเขตเทศบาล	โพธิ์ไทร	สำโรง	ร่องคันแยงน้อย	45
นอกเขตเทศบาล	โพธิ์ไทร	สาวรีย์	โลกชั้น	34
นอกเขตเทศบาล	โพธิ์ไทร	เหล่างาม	เหล่างาม	29
นอกเขตเทศบาล	โพธิ์ไทร	โพธิ์ไทร	โนนทัน	9
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	หนองฮาง	ดอนประทาย	28
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	เตย	เตย	43
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	ยางโยภาพ	โนนสีมา	13
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	ไผ่ใหญ่	แสงไผ่	30
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	หนองเหล่า	ดอนแดงใหญ่	53
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	ยางลึกกระโพหลุ่ม	หนองแฝก	39
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	ดุมใหญ่	โพนพิ๊ก	13
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	โพนแพง	เปิด	30
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	หนองช้างใหญ่	หนองช้างใต้	26
นอกเขตเทศบาล	ม่วงสามสิบ	เหล่าบก	เหล่าบก	18
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	ไร่้อย	บาก	24
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	หนองซอน	จานไหล	23
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	ปะขาว	ปะขาว	51
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	ชีเหล็ก	ทุ่งคำไผ่	38
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	กุดลาด	กุดลาดใต้	21
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	ไร่้อย	แคนคำ	40
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	หัวเรือ	ค้อ	19
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	หนองบ่อ	ดงบัง	27
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	ขามใหญ่	โชคเมือง	22
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	ขามใหญ่	ขามใหญ่	56
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	ปทุม	หนองบก	32
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	หนองซอน	หนองซอน	15
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	แจระแม	คูเดื่อ	48
นอกเขตเทศบาล	เมืองอุบลราชธานี	กระโสบ	นาใต้	15
ในเขตเทศบาล	ตระการพืชผล	เทศบาลตำบลตระการพืชผล/ต.ขุหลุ		30
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลนครอุบลราชธานี/ต.ในเมือง		249
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลตำบลขามใหญ่/ต.ขามใหญ่		110

ที่มา : ศูนย์วิจัยเอแบคโพลล์

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ถูกพัฒนาขึ้นจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ประกอบด้วย 3 ชุด โดยจำแนกได้ดังนี้

3.4.1 แบบสอบถามผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย ข้อคำถามที่เป็นแบบเลือกตอบ และเติมคำตอบ 4 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตอนที่ 2 การเข้าถึง การหาซื้อ การดื่ม และการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตอนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 4 การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.4.2 แบบสอบถามผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย ข้อคำถามที่เป็นแบบเลือกตอบและเติมคำตอบ 3 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตอนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4.3 แบบสอบถามเจ้าพนักงานตามกฎหมาย ประกอบด้วย ข้อคำถามที่เป็นแบบเลือกตอบและเติมคำตอบ 3 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 ประสบการณ์ของท่านเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการจับกุมกรณีกระทำความผิดระเบียบกฎหมาย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตอนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจำแนกเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

- (1) การประสานกับพื้นที่ เพื่อขอความร่วมมือ
- (2) การประชุมชี้แจงเครื่องมือและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลกับอาสาสมัคร
- (3) การเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่และการติดตามควบคุมกำกับ
- (4) การตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วน
- (5) การลงรหัสข้อมูล

3.6 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่เรียบร้อยแล้ว ข้อมูลจะถูกส่งมาให้อาสาสมัครที่ผ่านการอบรม ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามและการลงรหัสอีกครั้ง จากนั้นจะนำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรม EpiData และเมื่อนำเข้าข้อมูลครบทุกชุดแบบสอบถามแล้ว ก็นำเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ อาสาสมัครจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยพิจารณาการแจกแจงของข้อมูล (distribution) การมีค่าข้อมูลนอกช่วง (out of range) การมีค่าข้อมูลสูงหรือต่ำผิดปกติ (outlier) และความตึงกัน (consistency) รวมถึงการมีค่าข้อมูลสูญหาย (missing value) และค่าข้อมูลที่ไม่จำเป็นต้องตอบ (not applicable) ซึ่งการดำเนินการทุกขั้นตอน จะถูกติดตาม ควบคุมและกำกับโดยคณะนักวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป STATA 10.1 และกำหนดแนวทางการวิเคราะห์เป็นดังนี้

- (1) กรณีข้อมูลของตัวแปรเป็นแบบแจกแจง (categorical data) จะใช้วิธีการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ แสดงจำนวนและร้อยละ
- (2) กรณีข้อมูลของตัวแปรเป็นแบบต่อเนื่อง (continuous data) จะทำการจัดกลุ่มข้อมูลและใช้วิธีการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ แสดงจำนวนและร้อยละ จากนั้นจะนำเสนอค่าสถิติเชิงพรรณนาเพิ่มเติม ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐานและค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด

บทที่ 4

ผลการศึกษาในกลุ่มประชาชนทั่วไป

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เพื่อควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราในกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า จำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 4,300 ชุด ได้รับคืน 3,424 ชุด คิดเป็นร้อยละ 79.6 และนำเสนอผลการศึกษาจำแนกเป็นรายประเด็นได้ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 4.3 การเข้าถึง การหาซื้อ การดื่ม และการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 4.3.1 ข้อมูลการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 4.3.2 ข้อมูลการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 4.3.3 ข้อมูลการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 4.4 การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - 4.4.1 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)
 - 4.4.2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)
 - 4.4.3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม)
 - 4.4.4 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)
 - 4.4.5 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)
 - 4.4.6 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n =3,424)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	1,876	54.8
หญิง	1,548	45.2
อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	709	20.7
18 – 24 ปี	631	18.4
25 – 29 ปี	374	10.9
30 – 34 ปี	304	8.9
35 – 39 ปี	334	9.7
40 – 44 ปี	382	11.2
45 – 49 ปี	290	8.5
50 – 54 ปี	167	4.9
55 – 59 ปี	106	3.1
60 ปีขึ้นไป	127	3.7
ค่าเฉลี่ย = 31.5 , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 14.0 ค่ามัธยฐาน = 29.0 , ค่าต่ำสุด = 12 , ค่าสูงสุด = 79		
สถานภาพสมรส		
โสด	1,533	44.8
สมรส	1,759	51.4
ม่าย / หย่า / แยกกันอยู่	132	3.8
การศึกษาที่สำเร็จสูงสุดหรือกำลังศึกษาอยู่		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	1,638	47.8
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	1,220	35.6
อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	248	7.2
ปริญญาตรี	296	8.6
สูงกว่าปริญญาตรี	22	0.6

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	190	5.6
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	144	4.2
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	22	0.6
นักเรียน / นักศึกษา	1,342	39.2
รับจ้างทั่วไป	1,129	32.9
แม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณ	39	1.1
เกษตรกร	558	16.3
ว่างงาน	-	-
รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ		
ระบุรายได้	441	12.9
- น้อยกว่า 5,000 บาท	63	14.3
- 5,000 – 10,000 บาท	254	57.6
- 10,001 – 15,000 บาท	58	13.2
- 15,001 – 20,000 บาท	34	7.7
- 20,001 – 25,000 บาท	14	3.2
- 25,001 – 30,000 บาท	9	2.0
- 30,000 บาทขึ้นไป	9	2.0
ค่าเฉลี่ย = 10,245.1 , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 8,346.4 ค่ามัธยฐาน = 7,500 , ค่าต่ำสุด = 1,000 , ค่าสูงสุด = 80,000		
ไม่ระบุรายได้	2,983	87.1
รายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือนโดยประมาณ		
ระบุรายได้	3,081	89.9
- น้อยกว่า 5,000 บาท	395	12.8
- 5,000 – 10,000 บาท	1,645	53.4
- 10,001 – 15,000 บาท	396	12.9
- 15,001 – 20,000 บาท	212	6.9
- 20,001 – 25,000 บาท	111	3.6
- 25,001 – 30,000 บาท	116	3.8
- 30,000 บาทขึ้นไป	206	6.7
ค่าเฉลี่ย = 12,640.0 , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 11,045.0 ค่ามัธยฐาน = 9,000 , ค่าต่ำสุด = 2,000 , ค่าสูงสุด = 80,000		
ไม่ระบุรายได้	343	10.1

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลทั่วไป ดังตารางที่ 4.1 พบว่า

สัดส่วนของเพศชายและเพศหญิงมีความใกล้เคียงกัน โดยเป็นเพศชายร้อยละ 54.8 เพศหญิงร้อยละ 45.2 มีช่วงอายุมากที่สุดได้แก่ ต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.7 รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.4 โดยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 31.5 ปี (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=14.0) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 29 ปี (ค่าต่ำสุด=12, ค่าสูงสุด=79) สถานภาพสมรสพบว่า โสดและสมรสใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 44.8 และ 51.4 ตามลำดับ การศึกษาที่สำเร็จสูงสุดหรือกำลังศึกษาอยู่ ส่วนใหญ่ได้แก่ มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ร้อยละ 47.8 และมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือปวช. ร้อยละ 35.6 โดยอาชีพที่พบส่วนใหญ่ ประกอบด้วย นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 39.2 และรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 32.9 มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน (n=441) ประมาณ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.6 โดยมีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 10,245.1 บาท (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=8,346.4) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 7,500 บาท (ค่าต่ำสุด=1,000, ค่าสูงสุด=80,000) และมีรายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือน (n=3,081) ประมาณ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.4 โดยมีรายได้ครอบครัวรวมกันเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 12,640.0 บาท (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=11,045.0) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 9,000 บาท (ค่าต่ำสุด=2,000, ค่าสูงสุด=80,000)

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n =3,424)

พฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งที่นึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อก้าวถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
เหล้า/สุรา	2,239	65.4
เบียร์	735	21.5
การมีเงินมา	93	2.7
สุขภาพ	71	2.1
เหล้า เบียร์	58	1.7
เหล้าขาว	47	1.4
สปาย	19	0.6
อุบัติเหตุ	19	0.6
โรคภัย	18	0.5
การขาดสติ	16	0.5
ไวน์	15	0.4
ครอบครัว	15	0.4
ความสิ้นเปลือง	15	0.4
สิ่งมีเงินมา	11	0.3
กับแก้ม	10	0.3
การทะเลาะ	8	0.2
ความสนุกสนาน	8	0.2
คนไม่ดี	5	0.2
การดื่มเหล้า	4	0.1
การตาย	3	0.1
ความปลอดภัย	3	0.1
ความเสื่อม/ความไม่ดี	3	0.1
ปัญหาครอบครัว	3	0.1
กล้าแสดงออก กล้าพูด	3	0.1
เพื่อนฝูง	3	0.1

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
เคย	2,072	60.5
ไม่เคย	1,352	39.5
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (n=2,072)		
ดื่ม	1,676	80.9
ไม่ดื่ม	396	19.1
กรณีดื่มครั้งสุดท้ายในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (n=1,676)		
เป็นการดื่มในรอบ 30 วันที่ผ่านมา	1,072	64.0
ไม่ได้ดื่มในรอบ 30 วันที่ผ่านมา	604	36.0
กรณีดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 30 วันที่ผ่านมา (n=1,072)		
ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน	81	7.6
ดื่ม 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์	231	21.6
ดื่ม 1 – 3 ครั้งต่อเดือน	760	70.8
สาเหตุของการเคยไม่อยากจะซื้อ หรือไม่อยากจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n=1,072)		
การรณรงค์เมาไม่ขับ	1,804	87.1
ไม่มีเงินซื้อ	969	46.8
เป็นไข้ / ปวดหัว / ตัวร้อน	605	29.2
คนในครอบครัวห้ามดื่ม	494	23.8
อยู่ในช่วงงดเหล้าเข้าพรรษา	434	21.0
เปิดยาก ดื่มน้ำมาก	370	17.9
ไม่มีเพื่อนร่วมดื่ม	286	13.8
ร้านที่ซื้อสะดวกปิด	258	12.5
หาสถานที่ดื่มลำบาก	192	9.3
ราคาแพง	158	7.6
คนรู้จักห้ามดื่ม	63	3.0
ไม่ระบุ	12	0.6
ไม่มีภานะสำหรับดื่ม	9	0.4
พฤติกรรมภายหลังการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (n=2,072)		
ในครั้งที่ดื่ม เคยติดลมดื่มมากกว่าที่ตั้งใจจะดื่มตอนเริ่มต้น	1,082	52.2
ในครั้งที่ดื่ม เคยดื่มต่อทั้งๆ ที่มีคนเตือนให้หยุดดื่ม	455	22.0
เคยดื่มแล้วขับ ทั้งๆ ที่มีคนเคยเตือนว่า ดื่มแล้วอย่าขับ	242	11.7
ไม่เคยมีพฤติกรรมดัง 3 ข้อข้างต้น	669	32.3

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังตารางที่ 4.2 พบว่า

เมื่อก้าวถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งแรกที่นึกถึงส่วนใหญ่ได้แก่ เหล้าและสุรา คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมาได้แก่ เบียร์ ร้อยละ 21.5 ส่วนการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ 60.5 เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเป็นการดื่มครั้งสุดท้ายในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 80.9 และในกลุ่มนี้ พบว่า เป็นการดื่มในรอบ 30 วันที่ผ่านมา ร้อยละ 64.0 และส่วนใหญ่ดื่ม 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 70.8 รองลงมาได้แก่ การดื่ม 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และเมื่อสอบถามถึงสาเหตุของการไม่ยากซื้อ หรือไม่ยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจาก การรณรงค์เมาไม่ขับ ร้อยละ 87.1 การไม่มีเงินซื้อ ร้อยละ 46.8 การมีอาการเป็นไข้/ปวดหัว/ตัวร้อน ร้อยละ 29.2 คนในครอบครัวห้ามดื่ม ร้อยละ 23.8 และอยู่ในช่วงการงดเหล้าเข้าพรรษา ร้อยละ 21.0 ส่วนพฤติกรรมภายหลังการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ 52.2 เคยติดลมดื่มมากกว่าที่ตั้งใจจะดื่มตอนเริ่มต้น ร้อยละ 22.0 เคยดื่มต่อทั้งๆที่มีคนเตือนให้หยุดดื่ม ร้อยละ 11.7 เคยดื่มแล้วขับ ทั้งๆที่มีคนเคยเตือนว่า ดื่มแล้วอย่าขับ ขณะที่ภายหลังการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 32.3 ไม่เคยมีพฤติกรรมดังกล่าว

4.3 ข้อมูลการเข้าถึง การหาซื้อ การดื่ม และการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มและการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี สามารถจำแนกประเด็นย่อยได้ดังนี้

4.3.1 ข้อมูลการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n=3,424)

การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
ไม่เคยซื้อ	2,296	67.1
เคยซื้อ	1,128	32.9
ระบุจำนวนครั้ง	947	83.9
1 ครั้ง	311	32.8
2 ครั้ง	197	20.8
3 ครั้ง	144	15.2
4 ครั้ง	67	7.1
5 ครั้ง	75	7.9
6 ครั้ง	23	2.4
7 ครั้ง	12	1.3
8 ครั้ง	14	1.5
9 ครั้ง	9	0.9
10 ครั้ง	48	5.1
มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป	47	5.0
ค่าเฉลี่ย = 3.8, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 4.5		
ค่ามัธยฐาน = 2 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 30		
ไม่ระบุจำนวนครั้ง	181	16.1

การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องตีแมลงกอล	จำนวน	ร้อยละ
เคยซื้อและซื้อได้ (n=947)**	943	99.6
1 ครั้ง	312	33.1
2 ครั้ง	202	21.4
3 ครั้ง	138	14.6
4 ครั้ง	66	7.0
5 ครั้ง	73	7.7
6 ครั้ง	25	2.7
7 ครั้ง	11	1.2
8 ครั้ง	16	1.7
9 ครั้ง	8	0.9
10 ครั้ง	45	4.8
มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป	47	5.0
ค่าเฉลี่ย= 3.8, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 4.9		
ค่ามัธยฐาน= 2 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 70		
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ (n=947)**	41	4.3
1 ครั้ง	23	56.2
2 ครั้ง	9	22.0
3 ครั้ง	4	9.8
4 ครั้ง	1	2.4
5 ครั้ง	2	4.8
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	2	4.8
สาเหตุที่ไม่ขายให้ (n=41)		
จำกัดเวลาขาย	8	19.5
อายุไม่ถึงเกณฑ์จำหน่าย	13	31.7
เมา	8	19.5
ไม่ชำระเงินสด	5	12.2
ไม่ระบุ	7	17.1
ค่าเฉลี่ย= 2.3, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 3.2		
ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 20		

** รวมกรณีที่มีจำนวนการซื้อมากกว่า 1 ครั้งและเกิดเหตุการณ์เคยซื้อและซื้อได้ กับเคยซื้อและผู้ขายไม่ขายให้ รวมอยู่ด้วยกัน

การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การเดินทางไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (n=1,128)		
สะดวกมาก สามารถเดินไปได้	119	10.6
สะดวก สามารถขับรถ / ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย	74	6.6
สะดวก สามารถแวะซื้อระหว่างทางได้	28	2.5
สะดวก ถึงแม้อยู่ไกล แต่ก็ไม่มีปัญหาในการหาซื้อ	6	0.5
ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกลเส้นทางที่ใช้ประจำ	4	0.3
ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ ต้องไปหาซื้อที่อื่น	2	0.2
ไม่ระบุ	895	79.3
ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์จากร้านที่สะดวกที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (n=1,128)		
น้อยกว่า 5 นาที	227	20.1
5 – 10 นาที	562	49.8
11 – 15 นาที	37	3.3
16 – 20 นาที	24	2.1
21 – 25 นาที	10	0.9
26 – 30 นาที	20	1.8
31 – 45 นาที	2	0.2
46 – 60 นาที	1	0.1
มากกว่า 60 นาทีขึ้นไป	-	-
ไม่ระบุ	245	21.7
ค่าเฉลี่ย= 7.2, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 6.2 ค่ามัธยฐาน= 5 ,ต่ำสุด= 0.5 ,ค่าสูงสุด= 60		
การหาซื้อเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (n=1,128)		
เคยซื้อ	139	12.3
วัด / ศาสนสถานต่างๆ	8	5.8
สถานบริการสาธารณสุข หรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	16	11.5
สถานที่ทางราชการต่างๆ	7	5.1
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	11	7.9
หอพัก	71	51.1
สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	44	31.7
สวนสาธารณะของทางราชการ	10	7.2
ไม่เคยไปซื้อในสถานที่ดังกล่าว	989	87.7

การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00 – 11.00 น. หรือ 14.00 – 17.00 น. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา (n=1,128)		
เคยซื้อและซื้อได้จาก** (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	292	25.9
ร้านขายของชำ / ซูเปอร์มาร์เก็ต	147	50.3
ร้านอาหาร	9	3.1
ผับ เคาท์ บาร์ คาราโอเกะ	119	40.8
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท	90	30.8
ร้านเครื่องดื่ม	61	20.9
ร้านเช่าขาย	2	0.7
ร้านเหล้าปั่น	90	30.8
ร้านมินิมาร์ท	4	1.4
ไม่ระบุ	89	30.5
เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ จากร้าน** (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	76	6.7
ร้านขายของชำ / ซูเปอร์มาร์เก็ต	20	26.3
ร้านอาหาร	14	18.4
ผับ เคาท์ บาร์ คาราโอเกะ	8	10.5
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท	29	38.2
ร้านเครื่องดื่ม	13	17.1
ร้านเช่าขาย	2	2.6
ร้านเหล้าปั่น	6	7.9
ร้านมินิมาร์ท	-	-
อื่นๆ	-	-
สาเหตุเพราะ		
เกินเวলাกำหนดขายและผิดกฎหมาย	52	68.4
อายุต่ำกว่า 18 ปี	18	23.7
ผู้ซื้ออยู่ในอาคารเมา	6	7.9
ไม่เคยซื้อในช่วงเวลาดังกล่าว	835	74.0

** รวมกรณีที่มีจำนวนการซื้อมากกว่า 1 ครั้งและเกิดเหตุการณ์เคยซื้อและซื้อได้ กับเคยซื้อและผู้ขายไม่ขายให้ รวมอยู่ด้วยกัน

การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การปฏิบัติ กรณีร้านที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สะดวกที่สุด ไม่เปิดขายหรือไม่มีสินค้าที่ต้องการ (n=2,072)		
เลิกดื่มความตั้งใจ ไม่ดื่ม	690	33.3
ไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน	994	48.0
ไปร่วมวงดื่มสุรากับคนอื่นแทน	257	12.4
เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างอื่นทดแทน โดยซื้อ	30	1.5
เหล้า แทน เบียร์	3	10.0
เบียร์ แทน เหล้า	5	16.7
สปาย แทน เบียร์	1	3.3
เอ็ม 100 แทน เหล้า	2	6.7
เบียร์ แทน เหล้าขาว	1	3.3
เหล้า แทน เหล้าขาว	2	6.7
ไม่ระบุ	16	53.3
ไม่ระบุ	101	4.8

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังตารางที่ 4.3 พบว่า

ร้อยละ 32.9 เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา โดยมีจำนวนครั้งเฉลี่ยของการซื้อประมาณ 4 ครั้ง (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=4.5, ค่ามัธยฐาน=2, ค่าต่ำสุด=1, ค่าสูงสุด=30) และในกลุ่มดังกล่าวเคยซื้อและซื้อได้ คิดเป็นร้อยละ 99.6 ขณะที่พบว่า เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ ร้อยละ 4.3 โดยสาเหตุที่ไม่ขายให้เนื่องจาก อายุไม่ถึงเกณฑ์จำหน่าย จำกัดเวลาขายและเมา คิดเป็นร้อยละ 31.7 และ 19.5 ตามลำดับ และเมื่อสอบถามถึงการเดินทางไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ระบุ ร้อยละ 79.3 และสะดวกมากโดยสามารถเดินไปได้ ร้อยละ 10.6 และสะดวก สามารถขับรถโดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย ร้อยละ 6.6 ส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านที่สะดวกที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 7 นาที (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=6.2, ค่ามัธยฐาน=5, ค่าต่ำสุด=0.5, ค่าสูงสุด=60) และพบว่าในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามหอพัก ร้อยละ 51.1 สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 31.7 สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ร้อยละ 11.5 ส่วนการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. หรือ 14.00-17.00 น. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เคยซื้อและซื้อได้ คิดเป็นร้อยละ 25.9 โดยเป็นการซื้อจากร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 50.3 ผับ เคาท์ บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 40.8 ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 แฟมิลี่มาร์ทและร้านเหล้าปั่น ร้อยละ 30.8 ขณะที่เป็นการเคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้ พบร้อยละ 6.7 โดยเกิดขึ้นในร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 แฟมิลี่มาร์ท ร้อยละ 38.2 ร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 26.3 และ

ร้านอาหารและร้านเครื่องดื่ม ร้อยละ 18.4 และ 17.1 ตามลำดับ ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่ที่มีขายเนื่องจากเกินเวลา กำหนดขายและผิดกฎหมาย ร้อยละ 68.4 อายุต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 23.7 และผู้ซื้ออยู่ในอาการเมา ร้อยละ 7.9 ส่วนกรณีร้านที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สะดวกที่สุด ไม่เปิดขายหรือไม่มีสินค้าที่ต้องการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.0 เลือกลงไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน และร้อยละ 33.3 เลิกดื่มความตั้งใจไม่ดื่ม และร้อยละ 12.4 ไปร่วมวงดื่มสุรากับคนอื่นแทน ส่วนอีกร้อยละ 1.5 ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างอื่นทดแทน เช่น การซื้อเบียร์แทนเหล้า หรือการซื้อเหล้าแทนเบียร์ เป็นต้น

4.3.2 ข้อมูลการเติมเครื่องเติมแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการเติมเครื่องเติมแอลกอฮอล์ในกลุ่มประชาชน เฉพาะผู้ที่มีการเติมแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 2,072 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการเติมเครื่องเติมแอลกอฮอล์ในกลุ่มประชาชน เฉพาะผู้ที่มีการเติมแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาของจังหวัดอุบลราชธานี (n =2,072)

การเติมเครื่องเติมแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การเคยนั่งเติมเครื่องเติมแอลกอฮอล์ที่ร้านประเภทต่างๆ ด้วยตัวเอง ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
ไม่เคยไป	1,240	59.9
เคยเติม	832	40.1
ระบุจำนวนครั้ง	818	98.3
1 ครั้ง	465	56.9
2 ครั้ง	136	16.6
3 ครั้ง	64	7.8
4 ครั้ง	27	3.3
5 ครั้ง	38	4.7
มากกว่า 5 ครั้ง	88	10.7
ค่าเฉลี่ย= 2.9, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 4.3		
ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 45		
ไม่ระบุจำนวนครั้ง	14	1.7
นั่งเติม แล้วได้เติม (n=832)	815	98.0
1 ครั้ง	486	59.6
2 ครั้ง	129	15.8
3 ครั้ง	57	7.0
4 ครั้ง	25	3.1
5 ครั้ง	36	4.4
มากกว่า 5 ครั้ง	82	10.1
ค่าเฉลี่ย= 2.8, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 4.3		
ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 45		
ไม่ระบุจำนวนครั้ง	17	2.0

การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
เคยพยายามจะไปนั่งตีพิมพ์ แต่คนขายไม่ขายให้ (n=832)	46	5.5
1 ครั้ง	29	63.0
2 ครั้ง	11	23.9
3 ครั้ง	3	6.5
4 ครั้ง	2	4.4
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	1	2.2
ค่าเฉลี่ย = 1.7, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.3		
ค่ามัธยฐาน = 1, ต่ำสุด = 1, ค่าสูงสุด = 8		
สาเหตุเพราะ (n=46)		
อายุต่ำกว่า 18 ปี	1	2.2
เลยเวลาขายที่กฎหมายกำหนด	2	4.3
อยู่ในสภาพเมา	5	10.9
ไม่ระบุสาเหตุ	38	82.6
การเดินทางไปร้านค้าเพื่อนั่งตีพิมพ์ เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
สะดวกมาก สามารถเดินไปได้	333	40.0
สะดวก สามารถขับรถ / ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย	367	44.1
สะดวก สามารถแวะตีพิมพ์ระหว่างทางได้	40	4.8
สะดวก ถึงแม้จะไกล แต่ก็ไม่เป็นปัญหาในการนั่งตีพิมพ์	40	4.8
ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกลเส้นทางที่ใช้ประจำ	7	0.8
ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ ต้องไปหานั่งตีพิมพ์ที่อื่น	36	4.3
ไม่ระบุ	9	1.2
ระยะเวลาเดินทางไปที่ร้านนั่งตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ที่สะดวกที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
น้อยกว่า 5 นาที	122	14.7
5 – 10 นาที	305	36.7
11 – 15 นาที	49	5.9
16 – 20 นาที	34	4.1
21 – 25 นาที	3	0.4
26 – 30 นาที	35	4.2
31 – 45 นาที	9	1.1
46 – 60 นาที	18	2.2
60 นาทีขึ้นไป	1	0.1
ไม่ระบุ	256	30.8
ค่าเฉลี่ย = 11.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 12.3		
ค่ามัธยฐาน = 5, ต่ำสุด = 1, ค่าสูงสุด = 88		

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
วัด / ศาสนสถานต่างๆ	16	1.9
สถานี่บริการสาธารณสุข หรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	-	-
สถานที่ทางราชการต่างๆ	16	1.9
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	15	1.8
สถานี่บริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่างๆ	19	2.3
สวนสาธารณะของราชการ	15	1.8
ไม่เคยดื่มในสถานที่ดังกล่าว	788	94.7

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปเฉพาะผู้ที่มีการดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 2,072 รายในประเด็นข้อมูลการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังตารางที่ 4.4 พบว่า

ร้อยละ 40.1 เคยไปนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประเภทต่างๆด้วยตนเองในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=4.3, ค่ามัธยฐาน=1, ค่าต่ำสุด=1, ค่าสูงสุด=45) และในกลุ่มดังกล่าวไปนั่งดื่มแล้วได้ดื่ม คิดเป็นร้อยละ 98.0 ขณะที่พบว่า เคยพยายามจะไปนั่งดื่ม แต่คนขายไม่ขายให้ ร้อยละ 5.5 โดยสาเหตุที่ไม่ขายให้เนื่องจาก อยู่ในสภาพเมา เลยเวลาขายที่กฎหมายกำหนดและอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.9 ร้อยละ 4.3 และร้อยละ 2.2 ตามลำดับ ส่วนความสะดวกในการเดินทางไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ 44.1 สะดวก สามารถขับรถ / ขี่รถ โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อยและร้อยละ 40.0 สะดวกมาก สามารถเดินไปได้ และระยะเวลาเดินทางไปที่ร้านนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สะดวกที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า โดยเฉลี่ยประมาณ 11 นาที (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=12.3, ค่ามัธยฐาน=5 ค่าต่ำสุด=1, ค่าสูงสุด=88) ส่วนการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามต่างๆในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 94.7 ไม่เคยดื่มในสถานที่ต้องห้าม ส่วนที่เคยดื่มพบในบางสถานที่ เช่น สถานี่บริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่างๆ ร้อยละ 2.3 วัด/ศาสนสถานต่างๆ และสถานที่ราชการต่างๆ ร้อยละ 1.9 สวนสาธารณะของราชการและโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ ร้อยละ 1.8

4.3.3 ข้อมูลการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในประเด็นข้อมูลการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n = 3,424)

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อ		
ในรอบวันที่ผ่านมา		
โทรทัศน์		
ได้รับ	1,084	31.7
1 ครั้ง	849	78.3
2 ครั้ง	99	9.1
3 ครั้ง	33	3.0
4 ครั้ง	11	1.0
5 ครั้ง	52	4.8
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	40	3.8
ไม่ได้รับ	2,340	68.3
ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง)		
ได้รับ	314	9.2
1 ครั้ง	162	51.6
2 ครั้ง	75	23.9
3 ครั้ง	18	5.7
4 ครั้ง	18	5.7
5 ครั้ง	31	9.9
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	10	3.2
ไม่ได้รับ	3,110	90.8
สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)		
ได้รับ	97	2.8
1 ครั้ง	21	21.7
2 ครั้ง	23	23.7
3 ครั้ง	27	27.8
4 ครั้ง	3	3.1
5 ครั้ง	13	13.4
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	10	10.3
ไม่ได้รับสื่อ	3,327	97.2

การรับรู้การโฆษณาเครื่องเติมแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ		
ได้รับ	221	6.5
1 ครั้ง	155	70.1
2 ครั้ง	26	11.8
3 ครั้ง	11	5.0
4 ครั้ง	13	5.9
5 ครั้ง	12	5.4
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	4	1.8
ไม่ได้รับ	3,203	93.6
อินเทอร์เน็ต		
ได้รับ	129	3.8
1 ครั้ง	56	43.3
2 ครั้ง	31	24.0
3 ครั้ง	9	7.0
4 ครั้ง	6	4.7
5 ครั้ง	14	10.9
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	13	10.1
ไม่ได้รับ	3,295	96.2
สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง)		
ได้รับ	131	3.8
1 ครั้ง	102	77.9
2 ครั้ง	10	7.6
3 ครั้ง	9	6.9
4 ครั้ง	1	0.8
5 ครั้ง	5	3.8
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	4	3.1
ไม่ได้รับ	3,293	96.2
ร้านค้า		
ได้รับ	500	14.6
1 ครั้ง	291	58.2
2 ครั้ง	67	13.4
3 ครั้ง	48	9.6
4 ครั้ง	19	3.8
5 ครั้ง	37	7.4
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	38	7.6
ไม่ได้รับสื่อ	2,924	85.4

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์		
ได้รับ	227	6.6
1 ครั้ง	127	55.9
2 ครั้ง	47	20.7
3 ครั้ง	17	7.5
4 ครั้ง	9	4.0
5 ครั้ง	14	6.2
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	13	5.7
ไม่ได้รับ	3,197	93.4
ไม่เคยพบเห็น / ได้ยินในรอบวันที่ผ่านมา	1870	54.6
ความถี่ในการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เบียร์ ในร้านอาหาร / ผับ / เคา / บาร์ / คาราโอเกะ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
พบเห็นทุกครั้งที่ไป	1,692	49.4
พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ไป	125	3.7
พบเห็นบ่อยๆ ที่ไป	65	1.9
พบบ้างนานๆ ครั้ง ที่ไป	81	2.4
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	167	4.9
ไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	1,260	36.8
ไม่ตอบ	34	0.9
ความถี่ในการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฟรีในห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวก ซื้อในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
พบเห็นทุกครั้งที่ไป	129	3.8
พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ไป	271	7.9
พบเห็นบ่อยๆ ที่ไป	178	5.2
พบบ้างนานๆ ครั้ง ที่ไป	340	10.0
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	717	20.9
ไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา	1,750	51.1
ไม่ตอบ	39	1.1

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การเคยพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
เคยพบเห็น โดยเป็นการส่งเสริมการขายแบบ	861	25.2
ลดราคา	409	47.5
แจก - แจก - แถม	277	32.2
ขายตรง	260	30.2
ขายผ่านการเป็นสมาชิก	83	9.6
ให้ลองชิม / ลองดื่ม	132	15.3
จับฉลาก / ชิงรางวัล	134	15.6
ให้สิทธิประโยชน์อื่นตอบแทนผู้ซื้อ เช่น แจกบัตรชมคอนเสิร์ต	136	15.8
ไม่เคยพบเห็น	2,563	74.8
การเคยพบเห็นการขายในลักษณะต่างๆในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
การเร่ขาย	569	16.6
ขายพ่วง	839	24.5
การขายแก่ผู้ที่มีเงินมา	1,929	56.3
ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซื้อได้ถูกที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
เคยซื้อ	2,031	59.3
น้อยกว่า 10 บาท	516	25.4
11 - 20 บาท	284	13.9
21 - 30 บาท	218	10.7
31 - 40 บาท	175	8.6
41 - 50 บาท	526	25.9
51 - 60 บาท	26	1.3
61 - 70 บาท	7	0.3
71 - 80 บาท	11	0.5
81 - 90 บาท	27	1.3
91 - 100 บาท	71	3.5
100 บาทขึ้นไป	170	8.5
ค่าเฉลี่ย = 49.8, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 75.7		
ค่ามัธยฐาน = 30, ต่ำสุด = 10, ค่าสูงสุด = 1,200		
ไม่เคยซื้อ	1,393	40.7

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
โดยมีภาชนะบรรจุภัณฑ์ คือ		
ฝา	4	0.2
เบ้า	449	22.1
กัก	93	4.6
กึ่ง	20	1.0
แก้ว	55	2.7
ขวดลิโพ	168	8.3
กระป๋อง	228	11.2
ขวดแบน	79	3.9
ขวดเล็ก	545	26.8
ขวดกลม	390	19.2
การเคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา		
เคยพบเห็น	1,795	52.4
ไม่เคยพบเห็น	283	8.3
ไม่แน่ใจ	870	25.4
ไม่ตอบ	476	13.9

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังตารางที่ 4.5 พบว่า

ร้อยละ 31.7 เคยได้พบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์ในรอบวันที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่พบเห็นหรือได้ยิน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 78.3 และป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) ร้อยละ 9.2 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 51.6 และสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ) ร้อยละ 2.8 โดยพบเห็น 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.8 และวิทยุ ร้อยละ 6.5 โดยส่วนใหญ่ได้ยิน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 70.1 และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 3.8 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.3 และสื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง) ร้อยละ 3.8 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 77.9 และร้านค้า ร้อยละ 14.6 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.2 และสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์ ร้อยละ 6.6 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.9 ส่วนความถี่ในการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฟรีในห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวกซื้อในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ 49.4 ระบุว่า พบเห็นทุกครั้งที่ไป ขณะที่ร้อยละ 36.8 ระบุว่า ไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ส่วนความถี่ในการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฟรีในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้านสะดวกซื้อในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ 20.9 ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป ขณะที่ร้อยละ 51.1 ระบุว่า

ไม่ได้ไปเที่ยวสถานที่เหล่านี้ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาและร้อยละ 10.0 ระบุว่า พบเห็นนานๆครั้งๆไป ส่วนการเคยพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ 25.2 ระบุว่า เคยพบเห็น โดยส่วนใหญ่ได้แก่ การลดราคา การแจก-แจก-แถมและการขายตรง ส่วนการพบเห็นการขายในลักษณะต่างๆในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ 56.3 เป็นการขายให้แก่ผู้ที่มีเงินมา และร้อยละ 24.5 เป็นการขายพ่วงและร้อยละ 16.6 เป็นการเร่ขาย ส่วนราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซื้อได้ถูกที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 50 บาท (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=75.7, ค่ามัธยฐาน=30, ค่าต่ำสุด=10, ค่าสูงสุด=1,200) โดยมีภาชนะบรรจุภัณฑ์ได้แก่ แบบขวดเล็ก ร้อยละ 26.8 แบบเบ็ก ร้อยละ 22.1 แบบกลม ร้อยละ 19.2 และแบบกระป๋อง ร้อยละ 11.2

4.4 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี สามารถจำแนกประเด็นย่อยได้ดังนี้

4.4.1 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.6 และตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n =3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	3,249 (94.9)	38 (1.1)	137 (4.0)
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	3,087 (90.2)	58 (1.7)	279 (8.1)
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาล	2,656 (77.6)	150 (4.4)	618 (18.0)
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	3,053 (89.2)	80 (2.3)	291 (8.5)
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	3,022 (88.3)	78 (2.3)	324 (9.4)
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	2,462 (71.9)	225 (6.6)	737 (21.5)
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	3,008 (87.9)	79 (2.3)	337 (9.8)
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	2,351 (68.7)	346 (10.1)	727 (21.2)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	2,356 (68.8)	330 (9.6)	738 (21.6)
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	2,847 (83.2)	168 (4.9)	409 (11.9)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n = 3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (7 – 10 คะแนน)	2,759	80.6
ระดับปานกลาง (4 – 6 คะแนน)	401	11.7
ระดับน้อย (0 – 3 คะแนน)	264	7.7

(ค่าเฉลี่ย = 8.2 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 2.4 , ค่ามัธยฐาน = 9 , ค่าต่ำสุด = 0 , ค่าสูงสุด = 10)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ดังตารางที่ 4.6 และ 4.7 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท (ร้อยละ 94.9)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ (ร้อยละ 90.2)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน (ร้อยละ 89.2)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ (ร้อยละ 88.3)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ (ร้อยละ 87.9)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ (ร้อยละ 83.2)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ (ร้อยละ 77.6)

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ร้อยละ 71.9)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (ร้อยละ 68.8)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก (ร้อยละ 68.7)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมากร้อยละ 80.6 ระดับปานกลางร้อยละ 11.7 และระดับน้อยร้อยละ 7.7 (ค่าเฉลี่ย = 8.2 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 2.4, ค่ามัธยฐาน = 9 , ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 10)

4.4.2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.8 และ ตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n =3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	3,369 (98.4)	16 (0.5)	39 (1.1)
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	991 (28.9)	1,065 (31.1)	1,368 (40.0)
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	1,400 (40.9)	497 (14.5)	1,527 (44.6)
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	1,078 (31.5)	854 (25.0)	1,492 (43.5)
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	1,674 (48.9)	395 (11.5)	1,355 (39.6)

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n =3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (4 – 5 คะแนน)	562	16.4
ระดับปานกลาง (2 – 3 คะแนน)	1,190	34.8
ระดับน้อย (0 – 1 คะแนน)	1,672	48.8
รวม	3,424	100.0

(ค่าเฉลี่ย= 2.5, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.4, ค่ามัธยฐาน= 2, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 5)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ดังตารางที่ 4.8 และ 4.9 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา (ร้อยละ 98.4)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 48.9)
- เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 40.9)
- เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 31.5)
- เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 28.9)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับน้อยร้อยละ 48.8 ระดับปานกลางร้อยละ 34.8 และระดับมากร้อยละ 16.4 (ค่าเฉลี่ย = 2.5, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 1.4, ค่ามัธยฐาน = 2, ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 5)

4.4.3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.10 และตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n = 3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	3,227 (94.3)	41 (1.2)	156 (4.5)
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	3,161 (92.3)	65 (1.9)	198 (5.8)
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	2,707 (79.1)	160 (4.7)	557 (16.2)
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	3,047 (89.0)	88 (2.6)	289 (8.4)
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ราชการต่างๆ	2,969 (86.7)	88 (2.6)	367 (10.7)
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	2,540 (74.2)	224 (6.5)	660 (19.3)
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	2,953 (86.2)	134 (4.0)	337 (9.8)
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	2,399 (70.1)	336 (9.8)	689 (20.1)
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	2,479 (72.4)	276 (8.1)	669 (19.5)
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของทางราชการ	2,972 (86.8)	78 (2.3)	374 (10.9)

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n = 3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (7 – 10 คะแนน)	2,812	82.0
ระดับปานกลาง (4 – 6 คะแนน)	408	12.0
ระดับน้อย (0 – 3 คะแนน)	204	6.0

(ค่าเฉลี่ย = 8.3, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 2.3, ค่ามัธยฐาน = 9, ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 10)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ดังตารางที่ 4.10 และ 4.11 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท (ร้อยละ 94.3)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ (ร้อยละ 92.3)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน (ร้อยละ 89.0)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ (ร้อยละ 86.8)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ (ร้อยละ 86.7)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ (ร้อยละ 86.2)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์ (ร้อยละ 79.1)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน (ร้อยละ 74.2)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (ร้อยละ 72.4)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก (ร้อยละ 70.1)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมากร้อยละ 82.0 ระดับปานกลางร้อยละ 12.0 และระดับน้อยร้อยละ 6.0 (ค่าเฉลี่ย = 8.3, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 2.3, ค่ามัธยฐาน = 9, ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 10)

4.4.4 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.12 และตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n =3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	3,306 (96.6)	43 (1.2)	75 (2.2)
2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	2,271 (66.3)	237 (6.9)	916 (26.8)
3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	2,191 (64.0)	237 (6.9)	996 (29.1)
4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	2,114 (61.7)	259 (7.6)	1,051 (30.7)
5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง	1,832 (53.5)	201 (5.9)	1,391 (40.6)
6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	3,194 (93.3)	25 (0.7)	205 (6.0)

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n =3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (5 – 6 คะแนน)	285	8.3
ระดับปานกลาง (2 – 4 คะแนน)	2,120	61.9
ระดับน้อย (0 – 1 คะแนน)	1,019	29.8

(ค่าเฉลี่ย= 4.3, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.6, ค่ามัธยฐาน= 5, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ดังตารางที่ 4.12 และ 4.13 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 96.6)
- การมีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ (ร้อยละ 93.3)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม (ร้อยละ 66.3)
- การมีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 64.0)
- การมีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น (ร้อยละ 61.7)
- การมีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพวง (ร้อยละ 53.5)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 61.9 ระดับน้อยร้อยละ 29.8 และระดับมากร้อยละ 8.3 (ค่าเฉลี่ย= 4.3, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.6, ค่ามัธยฐาน= 5, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

4.4.5 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.14 และตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n =3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	3,179 (92.8)	145 (4.2)	100 (3.0)
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	2,082 (60.8)	906 (26.5)	436 (12.7)
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่คนเมา	1,790 (52.3)	668 (19.5)	966 (28.2)
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะ เร่ขาย	1,736 (50.7)	536 (15.7)	1,152 (33.6)
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	2,662 (77.8)	100 (2.9)	662 (19.3)
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2,263 (66.1)	102 (3.0)	1,059 (30.9)

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n=3,424)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (25 – 37 คะแนน)	1,389	40.6
ระดับปานกลาง (13 – 24 คะแนน)	1,757	51.3
ระดับน้อย (0 – 12 คะแนน)	278	8.1

(ค่าเฉลี่ย= 4.0, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.7, ค่ามัธยฐาน= 4, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

จากผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ดังตารางที่ 4.14 และ 4.15 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (ร้อยละ 92.8) และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้
 - การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ (ร้อยละ 77.8)
 - มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 66.1)
 - ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 60.8)
 - มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่คนเมา (ร้อยละ 52.3)
 - มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะ เร่ขาย (ร้อยละ 50.7)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 51.3 ระดับมากร้อยละ 40.6 และระดับน้อยร้อยละ 8.1 (ค่าเฉลี่ย= 4.0, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.6, ค่ามัธยฐาน= 4, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

4.4.6 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี (n =3,424)

การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์หรือโทษต่อสังคมไทยโดยส่วนรวมมากกว่ากัน		
- มีประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า	93	2.7
- มีโทษต่อสังคมมากกว่า	2,547	74.4
- พอกๆ กัน	693	20.3
- ไม่ระบุ	91	2.6
จำเป็นหรือไม่ ที่ควรจะมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
- จำเป็น	2,381	69.5
- ไม่จำเป็น	351	10.3
- ไม่มีความเห็น	557	16.3
- ไม่ระบุ	135	3.9

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ราย ในประเด็นข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังตารางที่ 4.16 พบว่า

ร้อยละ 74.4 ระบุว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสังคมไทยมากกว่าจะมีประโยชน์ ส่วนอีกร้อยละ 20.3 ระบุว่า มีโทษและประโยชน์พอกๆ กัน ขณะที่ร้อยละ 2.7 ระบุว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสังคมไทย และอีกร้อยละ 2.6 ไม่ระบุ และเมื่อมีการสอบถามถึงความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ 69.5 ระบุว่า จำเป็น และร้อยละ 16.3 ไม่มีความคิดเห็นและร้อยละ 10.3 ระบุว่า ไม่จำเป็น

บทที่ 5

ผลการศึกษาในกลุ่มผู้จำหน่าย

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ พ.ศ.2551 เพื่อควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษในกลุ่มผู้จำหน่ายของจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า จำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ได้รับคืน 322 ชุด คิดเป็นร้อยละ 80.5 และสามารถนำเสนอผลการศึกษาดังนี้เป็นรายประเด็นได้ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.2 ข้อมูลการซื้อขายเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์

5.2.1 ประเภทร้านค้าและการมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์

5.2.2 ประเภทเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ที่ขาย

5.2.3 การขายเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

5.2.4 การขายเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ในสถานที่ต่างๆในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

5.2.5 รูปแบบการขาย หรือลักษณะการส่งเสริมการขายเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

5.3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์

5.4 ข้อมูลการสังเกตจากพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูล

5.5 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์

5.5.1 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)

5.5.2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)

5.5.3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดัด)

5.5.4 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)

5.5.5 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดมัลลอกฮอลล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายที่ตอบแบบสอบถามในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n=322)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (n=322)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	148	46.0
หญิง	174	54.0
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	2	0.6
20 – 24 ปี	23	7.1
25 – 29 ปี	25	7.8
30 – 34 ปี	24	7.5
35 – 39 ปี	51	15.8
40 – 44 ปี	63	19.6
45 – 49 ปี	62	19.3
50 – 54 ปี	38	11.8
55 – 59 ปี	10	3.1
60 ปีขึ้นไป	24	7.5
ค่าเฉลี่ย= 41.6 , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 11.3 ค่ามัธยฐาน= 42 ,ต่ำสุด= 15 ,ค่าสูงสุด= 72		
สถานภาพสมรส		
โสด	57	17.7
สมรส	235	73.0
ม่าย / หย่า / แยกกันอยู่	30	9.3
การศึกษาที่สำเร็จมาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	119	37.0
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	110	34.2
อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	50	15.5
ปริญญาตรี	37	11.5
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
ไม่ได้เรียน	6	1.9

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (n=322)	ร้อยละ
อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	6	1.9
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	42	13.0
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	3	77.3
นักเรียน / นักศึกษา	-	-
รับจ้างทั่วไป	3	0.9
แม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณ	10	3.1
เกษตรกร	12	3.8
ว่างงาน	-	-
อื่นๆ	-	-
รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ		
น้อยกว่า 5,000 บาท	118	36.7
5,000 – 10,000 บาท	130	40.4
10,001 – 15,000 บาท	34	10.6
15,001 – 20,000 บาท	18	5.6
20,001 – 25,000 บาท	5	1.6
25,001 – 30,000 บาท	6	1.9
30,000 บาทขึ้นไป	11	3.4
ค่าเฉลี่ย = 10,037.6 , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 10,631.0 ค่ามัธยฐาน = 7,000 , ต่ำสุด = 0 , ค่าสูงสุด = 80,000		
รายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือนโดยประมาณ		
น้อยกว่า 5,000 บาท	29	9.0
5,000 – 10,000 บาท	124	38.5
10,001 – 15,000 บาท	69	21.4
15,001 – 20,000 บาท	33	10.3
20,001 – 25,000 บาท	16	5.0
25,001 – 30,000 บาท	13	4.0
30,000 บาทขึ้นไป	38	11.8
ค่าเฉลี่ย = 19,509.0 , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 23,578.5 ค่ามัธยฐาน = 12,000 , ต่ำสุด = 1,000 , ค่าสูงสุด = 220,000		
สถานภาพในร้านจำหน่าย		
เจ้าของร้าน	279	86.7
ลูกจ้างที่ขายของในร้าน	43	13.3

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลทั่วไปดังตารางที่ 5.1 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 54.0 มีช่วงอายุมากที่สุดได้แก่ 40-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.6 รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 45-49 ปี คิดเป็น ร้อยละ 19.3 โดยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 41.6 ปี (SD=11.3) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 42 ปี (min=15, max=72) สถานภาพสมรสพบว่า ส่วนใหญ่สมรส ร้อยละ 73.0 และโสด ร้อยละ 17.7 การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด ส่วนใหญ่ได้แก่ มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ร้อยละ 37.0 และมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือปวช. ร้อยละ 34.2 โดยอาชีพที่พบส่วนใหญ่คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 77.3 และเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 13.0 มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ประมาณ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.4 โดยมีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 10,037.6 บาท (SD=10,631.0) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 7,000 บาท (min=0, max=80,000) และมีรายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือน ประมาณ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.5 โดยมีรายได้ครอบครัวรวมกันเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 19,509.0 บาท (SD=23,578.5) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 12,000 บาท (min=1,000, max=220,000) และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามในร้านจำหน่าย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของร้าน ร้อยละ 86.7

5.2 ข้อมูลการซื้อขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการซื้อขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของกลุ่มผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถจำแนกประเด็นย่อยได้ดังนี้

5.2.1 ประเภทร้านค้าและการมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลประเภทร้านค้าและการมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 จำนวนและร้อยละของประเภทร้านค้าและการมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของกลุ่มผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n = 322)

ประเภทร้านค้าและใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
ประเภทของร้าน		
ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	242	75.2
ผับ เคาท์ บาร์ คาราโอเกะ	10	3.1
ร้านอาหาร	25	7.8
ร้านสะดวกซื้อ	11	3.4
ร้านเครื่องตีม	10	3.1
ร้านเช่าขาย	2	0.6
ร้านเหล้าปั่น	8	2.5
ร้านมินิมาร์ท	10	3.1
อื่นๆ	4	1.2
การมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์		
ไม่มี	35	10.9
มี	287	89.1
ประเภทที่ 1	20	7.0
ประเภทที่ 2	11	3.8
ประเภทที่ 3	7	2.4
ประเภทที่ 4	187	65.2
ประเภทที่ 5	9	3.1
ประเภทที่ 6	5	1.7
ประเภทที่ 7	1	0.4
ไม่ระบุประเภท	47	16.4

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลประเภทร้านค้าและการมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังตารางที่ 5.2 พบว่า

ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชห่วย คิดเป็นร้อยละ 75.2 รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และร้านเครื่องดื่ม/ร้านมินิมาร์ท/ปั๊มน้ำมัน/เคาน์เตอร์บาร์ คิดเป็นร้อยละ 7.8 , 3.4 และ 3.1 ตามลำดับ ส่วนการมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่มีใบอนุญาตจำหน่าย ร้อยละ 89.1 โดยพบใบอนุญาตจำหน่ายประเภทที่ 4 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.2

5.2 ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขาย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขายของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 จำนวนและร้อยละของประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขายของกลุ่มผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ขาย		ไม่ได้ขาย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เบียร์	318	98.8	4	1.2
เหล้าขาว	273	84.8	49	15.2
สปาย / ไวน์คูลเลอร์	254	78.9	68	21.1
สุราไทย	202	62.7	120	37.3
สุราต่างประเทศ	74	23.0	248	77.0
บรันดี	63	19.6	259	80.4
เหล้าผสมพร้อมดื่ม	39	12.1	283	87.9
ไวน์	31	9.6	291	90.4
เหล้าผสมน้ำผลไม้	21	6.5	301	93.5
สุรากลั่นชุมชน	7	2.2	315	97.8
เชียงซุน / เหมาโต / สุราจีน	4	1.2	318	98.8
อุ / กระแช่ / สาโท	4	1.2	318	98.8
เหล้าเถื่อน	2	0.6	320	99.4

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขายดังตารางที่ 5.3 พบว่า

ส่วนใหญ่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ ร้อยละ 98.8 รองลงมาได้แก่ เหล้าขาว ร้อยละ 84.8 สปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 78.9 สุราไทย ร้อยละ 62.7 สุราต่างประเทศ ร้อยละ 23.0 บรันดี ร้อยละ 19.6 และเหล้าผสมพร้อมดื่ม ร้อยละ 12.1

5.2.3 การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 จำนวนและร้อยละการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n=322)

ลักษณะการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
การขายแบบไม่จำกัดเวลาขาย		
ไม่ได้ขาย	147	45.7
ขาย	175	54.3
เหตุผลที่ขาย (n=175)		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	47	26.9
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	85	48.6
ไม่ระบุ	43	24.5
ผลที่ตามมา (n=175)		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	110	62.9
เคยถูกตักเตือน	20	11.4
เคยถูกจับกุม	2	1.1
ไม่ระบุ	43	24.6
การขายในระหว่างเวลา 11.00 น. – 14.00 น. (ห้าโมงเช้าถึงบ่ายสอง)		
ไม่ได้ขาย	215	66.8
ขาย	107	33.2
การขายในระหว่างเวลา 14.00 น. – 17.00 น. (บ่ายสองถึงห้าโมงเย็น)		
ไม่ได้ขาย	253	78.6
ขาย	69	21.4
เหตุผลที่ขาย (n=69)		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	12	68.1
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	10	17.4
ไม่ระบุ	47	14.5
ผลที่ตามมา (n=69)		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	16	23.2
เคยถูกตักเตือน	1	1.5
เคยถูกจับกุม	-	-
ไม่ระบุ	52	75.3

ลักษณะการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
การขายในระหว่างเวลา 17.00 น. – 24.00 น. (ห้ามองเห็นถึงเตียงคืน)		
ไม่ได้ขาย	199	61.8
ขาย	123	38.2
การขายหลังเวลา 24.00 น. – ก่อนเวลา 11.00 น. (หลังเวลาเตียงคืนถึงก่อนห้ามองเช้า)		
ไม่ได้ขาย	309	96.0
ขาย	13	4.0
เหตุผลที่ขาย (n=13)		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	4	30.8
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	5	38.4
ไม่ระบุ	4	30.8
ผลที่ตามมา (n=13)		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	8	61.5
เคยถูกตักเตือน	1	7.7
เคยถูกจับกุม	-	-
ไม่ระบุ	4	30.8
กลุ่มอายุน้อยที่สุดที่มาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		
ต่ำกว่า 18 ปี	67	20.8
18 – 24 ปี	216	67.1
25 – 29 ปี	24	7.4
30 – 34 ปี	9	2.8
35 – 39 ปี	5	1.6
40 – 44 ปี	1	0.3
45 – 49 ปี	-	-
50 – 54 ปี	-	-
55 – 59 ปี	-	-
60 ปีขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย= 19.4 , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 4.5		
ค่ามัธยฐาน= 19 , ต่ำสุด= 6 , ค่าสูงสุด= 40		

ลักษณะการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
กลุ่มอายุมากที่สุดที่มาซื้อเครื่องตีมแอลกอฮอล์		
ต่ำกว่า 18 ปี	-	-
18 – 24 ปี	1	0.3
25 – 29 ปี	5	1.6
30 – 34 ปี	4	1.2
35 – 39 ปี	5	1.5
40 – 44 ปี	10	3.1
45 – 49 ปี	13	4.0
50 – 54 ปี	52	16.2
55 – 59 ปี	32	10.0
60 ปีขึ้นไป	200	62.1
ค่าเฉลี่ย= 58.8 , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 10.5 ค่ามัธยฐาน= 60 ,ต่ำสุด= 20 ,ค่าสูงสุด= 90		
กรณีที่เคยขายให้กับคนอายุต่ำกว่า 20 ปี ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (n=188)		
เหตุผลที่ขาย		
ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	64	34.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	124	66.0
ผลที่ตามมา		
ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	161	85.6
เคยถูกตักเตือน	21	11.2
เคยถูกจับกุม	6	3.2
ราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายถูกที่สุด ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา		
น้อยกว่า 25 บาท	217	67.4
26 – 50 บาท	70	21.7
51 – 75 บาท	5	1.6
76 – 100 บาท	8	2.5
101 – 125 บาท	5	1.6
126 – 150 บาท	5	1.6
151 – 175 บาท	-	-
176 – 200 บาท	3	0.9
200 บาทขึ้นไป	9	2.9
ค่าเฉลี่ย= 39.2 , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 63.9 ค่ามัธยฐาน= 23.5 ,ต่ำสุด= 2 ,ค่าสูงสุด= 530		

ลักษณะการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ขาย		
ฝา	2	0.6
เปิด	89	27.6
กึ่ง	12	3.7
กึ่ง	2	0.6
แก้ว	10	3.1
ขวดลิโพ	10	3.1
กระป๋อง	105	32.6
ขวดแบน	5	1.6
ขวดเล็ก	55	17.1
ขวดกลม	32	10.0

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาดังตารางที่ 5.4 พบว่า

ร้อยละ 54.3 มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาแบบไม่จำกัดเวลา โดยเหตุผลที่ขายส่วนใหญ่รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ ร้อยละ 48.6 และผลที่ตามมาคือพบว่า ไม่มีอะไรเกิดขึ้นเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 62.9 ส่วนการขายในระหว่างเวลา 11.00 น. – 14.00 น. (ห้าโมงเช้าถึงบ่ายสอง) พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 66.8 ไม่ได้ขาย ส่วนการขายในระหว่างเวลา 14.00 น. – 17.00 น. (บ่ายสองโมงถึงห้าโมงเย็น) พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้ขายร้อยละ 78.6 และในส่วนที่ขาย ร้อยละ 21.4 ระบุเหตุผลที่ขายส่วนใหญ่ว่า 'ไม่รู้ว่าจะผิดระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 68.1 และผลที่ตามมาไม่ระบุ ร้อยละ 75.3 ขณะที่กลุ่มระบุชี้แจงว่า 'ไม่เกิดอะไรขึ้น ร้อยละ 23.2 ส่วนการขายในระหว่างเวลา 17.00 น. – 24.00 น. (ห้าโมงเย็นถึงเที่ยงคืน) พบว่าส่วนใหญ่ไม่ได้ขาย ร้อยละ 61.8 ส่วนการขายหลังเวลา 24.00 น. – ก่อนเวลา 11.00 น. (หลังเวลาเที่ยงคืนถึงก่อนห้าโมงเช้า) พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้ขายร้อยละ 96.0 และในส่วนที่ขาย ร้อยละ 4.0 ระบุเหตุผลที่ขายส่วนใหญ่ว่า 'รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ คิดเป็นร้อยละ 38.4 และผลที่ตามมาพบว่า ส่วนใหญ่ไม่เกิดอะไรขึ้น ร้อยละ 61.5 และการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ผู้ซื้อที่มีอายุน้อยที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี ร้อยละ 67.1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 19.4 ปี (SD=4.5) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 19 ปี (min=6, max=40) และการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ผู้ซื้อที่มีอายุมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 62.1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 58.8 ปี (SD=10.5) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 60 ปี (min=20, max=90) ส่วนกรณีกลุ่มตัวอย่างที่เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับคนอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (n=188) พบว่าส่วนใหญ่รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ ร้อยละ 66.0 และผลที่ตามมาพบว่า ส่วนใหญ่ไม่เกิดอะไรขึ้นร้อยละ 85.6 ส่วนราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายถูกที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 40 บาท (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=63.9, ค่ามัธยฐาน=23.5, ค่าต่ำสุด=2, ค่าสูงสุด=530) โดยมีภาชนะบรรจุภัณฑ์ได้แก่ แบบกระป๋อง ร้อยละ 32.6 แบบเปิด ร้อยละ 27.6 และแบบขวดเล็ก ร้อยละ 17.1

5.2.4 การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 จำนวนและร้อยละการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n = 322)

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
วัด / ศาสนสถานต่างๆ		
ไม่ได้ขาย	322	100.0
ขาย	-	-
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ		
ไม่ได้ขาย	322	100.0
ขาย	-	-
สถานบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี		
ไม่ได้ขาย	320	99.4
ขาย	2	0.6
เหตุผลที่ขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	2	100.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-
ไม่ระบุ	-	-
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	2	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
ไม่ระบุ	-	-
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลเอกชนของรัฐและเอกชน		
ไม่ได้ขาย	322	100.0
ขาย	-	-
สถานที่ทางราชการต่างๆ		
ไม่ได้ขาย	322	100.0
ขาย	-	-

การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
หอพัก		
ไม่ได้ขาย	320	99.4
ขาย	2	0.6
เหตุผลที่ขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	2	100.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-
ไม่ระบุ	-	-
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	2	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
ไม่ระบุ	-	-
สวนสาธารณะของทางราชการ		
ไม่ได้ขาย	320	99.4
ขาย	2	0.6
เหตุผลที่ขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	2	100.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-
ไม่ระบุ	-	-
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	2	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
ไม่ระบุ	-	-

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ดังตารางที่ 5.5 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดระบุว่า ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ไม่ได้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ดังนี้ วัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาล เอกชนของรัฐและเอกชนและสถานที่ทางราชการต่างๆ ขณะที่พบว่า มีการขายในสถานบริการเชื้อเพลิง ปิมน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี ร้อยละ 0.6 โดยเหตุผลที่ขายเนื่องจากไม่รู้ว่ามีระเบียบ และผลที่ตามมา ก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น มีการขายในหอพัก ร้อยละ 0.6 โดยเหตุผลที่ขายเนื่องจากไม่รู้ว่ามีระเบียบ และผลที่ตามมา ก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น และมีการขายในสวนสาธารณะของทางราชการ ร้อยละ 0.6 โดยเหตุผลที่ขายเนื่องจากไม่รู้ว่ามีระเบียบ และผลที่ตามมา ก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น

5.2.5 รูปแบบการขาย หรือลักษณะการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลรูปแบบการขาย หรือลักษณะการส่งเสริมการขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 จำนวนและร้อยละรูปแบบการขาย หรือลักษณะการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

รูปแบบการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
การลดราคา		
ไม่เคย	312	96.9
เคย	10	3.1
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	9	90.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	1	10.0
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	10	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
การแลก – แจก – แถม		
ไม่เคย	319	99.1
เคย	3	0.9
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	3	100.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	3	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
การลงซีม ลงดื่ม		
ไม่เคย	317	98.4
เคย	5	1.6
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	5	100.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-

รูปแบบการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	5	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
การให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน		
ไม่เคย	232	72.1
เคย	90	27.9
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	82	91.1
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	5	5.6
ไม่ระบุ	3	3.3
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	87	96.7
เคยถูกตักเตือน	1	1.1
เคยถูกจับกุม	-	-
ไม่ระบุ	2	2.2
การจับฉลาก / ชิงรางวัล		
ไม่เคย	318	98.8
เคย	4	1.2
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	4	100.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	4	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
การขายตรง		
ไม่เคย	294	91.3
เคย	28	8.7
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	20	71.4
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	4	14.3
ไม่ระบุ	4	14.3

รูปแบบการขายเครื่องตีเมล็ดกลอสส์	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	27	96.4
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
ไม่ระบุ	1	3.6
การขายผ่านการเป็นสมาชิก		
ไม่เคย	320	99.4
เคย	2	0.6
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	1	50.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	1	50.0
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	2	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
การขายพ่วง		
ไม่เคย	314	97.5
เคย	8	2.5
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	2	25.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	4	50.0
ไม่ระบุ	2	25.0
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	7	87.5
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
ไม่ระบุ	1	12.5
การขาย		
ไม่เคย	321	99.7
เคย	1	0.3
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	1	100.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-
ไม่ระบุ	-	-

รูปแบบการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	1	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
ไม่ระบุ	-	-
การให้สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ตอบแทนผู้ซื้อ		
ไม่เคย	321	99.7
เคย	1	0.3
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	1	100.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	1	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-
การจูงใจให้ซื้อ / ดื่มด้วยสาวเชียร์เบียร์ เหล้า		
ไม่เคย	317	98.4
เคย	5	1.6
เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย		
ไม่รู้ว่ามีระเบียบ	5	100.0
รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-
ผลที่ตามมา		
ไม่เกิดอะไรขึ้น	5	100.0
เคยถูกตักเตือน	-	-
เคยถูกจับกุม	-	-

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลรูปแบบการขาย หรือลักษณะการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาดังตารางที่ 5.6 พบว่า

ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาร้อยละ 3.1 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการลดราคา โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีระเบียบ และผลที่ตามมาก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น และร้อยละ 0.9 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการแลก - แจก - แถม โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีระเบียบ และผลที่ตามมาก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น และร้อยละ 1.6 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการลงซีม ลงดื่ม โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีระเบียบ และผลที่ตามมาก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น และ

ร้อยละ 27.9 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีอะไรเกิดขึ้น และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น และร้อยละ 1.2 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการจับฉลาก / ซิงรางวัล โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีอะไรเกิดขึ้น และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น และร้อยละ 8.7 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายตรง โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีอะไรเกิดขึ้น และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น และร้อยละ 0.6 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายผ่านการเป็นสมาชิก โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีอะไรเกิดขึ้น และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น และร้อยละ 2.5 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากรู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่า จะถูกจับ และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น และร้อยละ 0.3 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการเร่งขาย โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีอะไรเกิดขึ้น และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น และร้อยละ 0.3 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีอะไรเกิดขึ้น และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น และร้อยละ 1.6 เคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการจูงใจให้ซื้อ / ดื่มด้วยสาวเชียร์เบียร์ เหล้า โดยเหตุผลที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากไม่รู้ว่ามีอะไรเกิดขึ้น และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น

5.3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายที่ตอบแบบสอบถามในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 จำนวนและร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n=322)

ความคิดเห็น	จำนวน (n = 322)	ร้อยละ
เครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์เป็นเครื่องตีที่มีประโยชน์หรือโทษต่อสังคมไทยโดยส่วนรวมมากกว่ากัน		
มีประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า	2	0.6
มีโทษต่อสังคมมากกว่า	231	71.7
พอๆ กัน	89	27.7
ความจำเป็นในการมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์		
จำเป็น	199	61.8
ไม่จำเป็น	25	7.8
ไม่มีความเห็น	98	30.4

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาดังตารางที่ 5.7 พบว่า

ร้อยละ 71.7 ระบุว่า เครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์เป็นเครื่องตีที่มีโทษต่อสังคมไทยมากกว่าจะมีประโยชน์ ส่วนอีกร้อยละ 27.7 ระบุว่า มีโทษและประโยชน์พอๆ กัน ขณะที่ร้อยละ 0.6 ระบุว่า เครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์เป็นเครื่องตีที่มีประโยชน์ต่อสังคมไทย และเมื่อมีการสอบถามถึงความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ 61.8 ระบุว่า จำเป็น และร้อยละ 30.4 ไม่มีความคิดเห็นและร้อยละ 7.8 ระบุว่า ไม่จำเป็น

5.4 ข้อมูลการสังเกตของพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตของพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูลจากร้านที่จำหน่ายของผู้จำหน่ายที่ตอบแบบสอบถามในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.8

ตารางที่ 5.8 จำนวนและร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n = 322)

สิ่งที่พบเห็นได้ ณ จุดขาย	มี		ไม่มี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	44	13.7	278	86.3
2. คนที่ชวนให้ดื่ม	27	8.4	295	91.6
3. ป้ายคำเตือน ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี	119	37.0	203	63.0
4. ป้ายคำเตือน ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น.	74	23.0	248	77.0
5. ป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ไม่ซื้อน้าขายคนเมา เป็นต้น	59	18.3	263	81.7
6. การโฆษณาให้ซื้อเครื่องดื่ม ลด – แลก – แจก – แถม ชิงรางวัล	8	2.5	314	97.5

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตของพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูลจากร้านที่จำหน่ายของผู้จำหน่ายที่ตอบแบบสอบถามในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ดังตารางที่ 5.8 พบว่า

สิ่งที่พบเห็นได้ ณ จุดขาย ได้แก่ ป้ายคำเตือน ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 37.0 ป้ายคำเตือน ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น. ร้อยละ 23.0 ป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ไม่ซื้อน้าขายคนเมา เป็นต้น ร้อยละ 18.3 ป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 13.7 คนที่ชวนให้ดื่ม ร้อยละ 8.4 และการโฆษณาให้ซื้อเครื่องดื่ม ลด – แลก – แจก – แถม ชิงรางวัล ร้อยละ 2.5

5.5 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถจำแนกประเด็นย่อยได้ดังนี้

5.5.1 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.9 และตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.9 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	278 (86.3)	9 (2.8)	35 (10.9)
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	312 (96.9)	4 (1.2)	6 (1.9)
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์	243 (75.5)	10 (3.1)	69 (21.4)
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	305 (94.7)	2 (0.6)	15 (4.7)
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	283 (87.9)	-	39 (12.1)
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	247 (76.7)	17 (5.3)	58 (18.0)
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	312 (96.9)	2 (0.6)	8 (2.5)
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	220 (68.3)	12 (3.7)	90 (28.0)
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	232 (72.1)	9 (2.8)	81 (25.1)
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	276 (85.7)	2 (0.6)	44 (13.7)

ตารางที่ 5.10 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n = 322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (7 – 10 คะแนน)	271	84.1
ระดับปานกลาง (4 – 6 คะแนน)	17	5.3
ระดับน้อย (0 – 3 คะแนน)	34	10.6

(ค่าเฉลี่ย = 8.4, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 2.4, ค่ามัธยฐาน = 10, ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 10)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ดังตารางที่ 5.9 และ 5.10 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท (ร้อยละ 86.3)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ (ร้อยละ 96.9)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน (ร้อยละ 94.7)

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ (ร้อยละ 87.9)
 - การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ (ร้อยละ 96.9)
 - การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ (ร้อยละ 85.7)
- และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาล (ร้อยละ 75.5)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ร้อยละ 76.7)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (ร้อยละ 68.8)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก (ร้อยละ 68.3)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมากร้อยละ 84.1 รองลงมาได้แก่ระดับน้อยร้อยละ 10.6 และระดับปานกลางร้อยละ 5.3 (ค่าเฉลี่ย = 8.4 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 2.4, ค่ามัธยฐาน = 10 , ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 10)

5.5.2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.11 และตารางที่ 5.12

ตารางที่ 5.11 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	303 (94.1)	5 (1.6)	14 (4.3)
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	63 (19.6)	197 (61.2)	62 (19.2)
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	164 (50.9)	92 (28.6)	66 (20.5)
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	104 (32.3)	175 (54.4)	43 (13.3)
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	177 (55.0)	70 (21.7)	75 (23.3)

ตารางที่ 5.12 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (4 – 5 คะแนน)	20	6.2
ระดับปานกลาง (2 – 3 คะแนน)	254	78.9
ระดับน้อย (0 – 1 คะแนน)	48	14.5

(ค่าเฉลี่ย= 2.5, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 0.9, ค่ามัธยฐาน= 3, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 5)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ดังตารางที่ 5.11 และ 5.12 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายช้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา (ร้อยละ 94.1)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายช้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 55.0)
- เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 50.9)
- เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 32.3)
- เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 19.6)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 78.9 รองลงมาได้แก่ ระดับน้อยร้อยละ 14.5 และระดับมากร้อยละ 6.2 (ค่าเฉลี่ย = 2.5, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 0.9, ค่ามัธยฐาน = 3, ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 5)

5.5.3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.13 และตารางที่ 5.14

ตารางที่ 5.13 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n = 322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	307 (95.3)	5 (1.6)	10 (3.1)
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	289 (89.8)	3 (0.9)	30 (9.3)
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงพยาบาล	245 (76.1)	36 (11.2)	41 (12.7)
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	285 (88.5)	1 (0.3)	36 (11.2)
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	287 (89.1)	1 (0.3)	34 (10.6)
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	241 (74.8)	47 (14.6)	34 (10.6)
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	292 (90.7)	-	30 (9.3)
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	221 (68.6)	40 (12.4)	61 (19.0)
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	229 (71.1)	36 (11.2)	57 (17.7)
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	278 (86.4)	3 (0.9)	41 (12.7)

ตารางที่ 5.14 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (7 – 10 คะแนน)	243	75.5
ระดับปานกลาง (4 – 6 คะแนน)	48	14.9
ระดับน้อย (0 – 3 คะแนน)	31	9.6

(ค่าเฉลี่ย= 8.3, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 2.4, ค่ามัธยฐาน= 10, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 10)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ดังตารางที่ 5.13 และ 5.14 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท (ร้อยละ 95.3)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ (ร้อยละ 89.8)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน (ร้อยละ 88.5)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ (ร้อยละ 86.4)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ (ร้อยละ 89.1)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ (ร้อยละ 90.7)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์ (ร้อยละ 76.1)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน (ร้อยละ 74.8)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (ร้อยละ 71.1)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก (ร้อยละ 68.6)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมากร้อยละ 75.5 รองลงมาได้แก่ ระดับปานกลางร้อยละ 14.9 และระดับน้อยร้อยละ 9.6 (ค่าเฉลี่ย= 8.3 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 2.4, ค่ามัธยฐาน= 10 , ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 10)

5.5.4 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.15 และตารางที่ 5.16

ตารางที่ 5.15 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในลักษณะดืมแล้วดืมมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	267 (82.9)	26 (8.1)	29 (9.0)
2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดืมแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	267 (82.9)	15 (4.7)	40 (12.4)
3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดืมแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	248 (77.0)	24 (7.5)	50 (15.5)
4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	217 (67.4)	55 (17.1)	50 (15.5)
5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง	236 (73.3)	21 (6.5)	65 (20.2)
6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	202 (62.7)	48 (15.0)	72 (22.3)

ตารางที่ 5.16 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (5 – 6 คะแนน)	186	57.7
ระดับปานกลาง (2 – 4 คะแนน)	91	28.3
ระดับน้อย (0 – 1 คะแนน)	45	14.0

(ค่าเฉลี่ย= 4.5, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.9, ค่ามัธยฐาน= 6, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ดังตารางที่ 5.15 และ 5.16 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดื่มมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 82.9)
- การมีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำเฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม (ร้อยละ 82.9)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 77.0)
- การมีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น (ร้อยละ 67.4)
- การมีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพวง (ร้อยละ 73.3)
- การมีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ (ร้อยละ 62.7)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมากร้อยละ 57.7 รองลงมาได้แก่ ระดับปานกลางร้อยละ 28.3 และระดับน้อยร้อยละ 14.0 (ค่าเฉลี่ย= 4.5, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.9, ค่ามัธยฐาน= 6, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

5.5.5 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 5.17 และตารางที่ 5.18

ตารางที่ 5.17 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	208 (64.6)	74 (23.0)	40 (12.4)
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	234 (72.7)	38 (11.8)	50 (15.5)
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่คนเมา	151 (46.9)	32 (10.0)	139 (43.1)
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเวชาย	169 (52.5)	46 (14.3)	107 (33.2)
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	297 (92.2)	3 (0.9)	22 (6.9)
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	213 (66.2)	2 (0.6)	107 (33.2)

ตารางที่ 5.18 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ของผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี (n =322)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (5 – 6 คะแนน)	138	42.9
ระดับปานกลาง (2 – 4 คะแนน)	144	44.7
ระดับน้อย (0 – 1 คะแนน)	40	12.4

(ค่าเฉลี่ย= 3.9, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.5, ค่ามัธยฐาน= 4, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ดังตารางที่ 5.17 และ 5.18 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ (ร้อยละ 92.2)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (ร้อยละ 64.6)
- มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 66.2)

- ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 72.7)

- มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่คนเมา (ร้อยละ 46.9)

- มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะ เร่ขาย (ร้อยละ 52.5)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 44.7 รองลงมาได้แก่ระดับมากร้อยละ 42.9 และระดับน้อยร้อยละ 12.4 (ค่าเฉลี่ย = 3.9, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 1.5, ค่ามัธยฐาน = 4, ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 6)

บทที่ 6

ผลการศึกษาในกลุ่มเจ้าหน้าที่

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เพื่อควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหารั่วไหลในกลุ่มเจ้าหน้าที่ของจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า จำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 300 ชุด ได้รับคืน 267 ชุด คิดเป็นร้อยละ 89.0 และนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

6.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

6.2 ประสิทธิภาพเกี่ยวกับเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์และการจับกุมกรณีกระทำผิดระเบียบกฎหมาย

6.2.1 ข้อมูลการติดตามข่าวสารต่างๆ

6.2.2 ข้อมูลการพบเห็นการซื้อในสถานที่ต้องห้าม

6.2.3 ข้อมูลการพบเห็นการดัดแปลงเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้าม

6.2.4 ข้อมูลการพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้าม

6.2.5 ข้อมูลการพบเห็นการซื้อเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

6.2.6 ข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล

6.2.7 ข้อมูลการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

6.3 การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์

6.3.1 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)

6.3.2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)

6.3.3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม)

6.3.4 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)

6.3.5 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ หรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)

6.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์

6.5 ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ที่ตอบแบบสอบถามในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	159	59.6
หญิง	108	40.4
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
20 – 24 ปี	30	11.2
25 – 29 ปี	41	15.4
30 – 34 ปี	34	12.7
35 – 39 ปี	49	18.4
40 – 44 ปี	51	19.1
45 – 49 ปี	38	14.2
50 – 54 ปี	17	6.4
55 – 59 ปี	7	2.6
ค่าเฉลี่ย= 36.7, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 9.3 ค่ามัธยฐาน= 38 ,ต่ำสุด= 21 ,ค่าสูงสุด= 59		
สถานภาพ		
โสด	76	28.5
สมรส	174	65.2
ม่าย / หย่า / แยกกันอยู่	17	6.3
การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	7	2.6
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	41	15.4
อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	47	17.6
ปริญญาตรี	167	62.6
สูงกว่าปริญญาตรี	5	1.8

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
บทบาทการเป็นเจ้าหน้าที่		
สาธารณสุข	175	65.5
สรรพสามิต	12	4.5
นายตำรวจชั้นประทวน	72	27.0
นายตำรวจชั้นสัญญาบัตร	8	3.0
สถานที่พักอาศัย		
ในเขตเทศบาล	140	52.4
นอกเขตเทศบาล	127	47.6

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลทั่วไป ดังตารางที่ 6.1 พบว่า

ร้อยละ 59.6 เป็นเพศชาย มีช่วงอายุมากที่สุดได้แก่ ระหว่าง 40-44 ปีคิดเป็นร้อยละ 19.1 รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 35-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.4 โดยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 36.7 ปี (SD=9.3) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 38 ปี (min=21, max=59) สถานภาพสมรสพบว่า ส่วนใหญ่สมรสร้อยละ 65.2 และสถานภาพสมรสโสด ร้อยละ 28.5 การศึกษาที่สำเร็จสูงสุดส่วนใหญ่จบระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.6 รองลงมาได้แก่ อนุปริญญา หรือเทียบเท่าหรือ ปวส. ร้อยละ 17.6 และมีมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือปวช. ร้อยละ 15.4 โดยบทบาทการเป็นเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่สาธารณสุข คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาได้แก่นายตำรวจชั้นประทวน ร้อยละ 27.0 และมีที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล ร้อยละ 52.4

6.2 ข้อมูลประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องดีมแอลกอฮอล์และการจับกุมกรณีกระทำผิดระเบียบกฎหมาย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องดีมแอลกอฮอล์และการจับกุมกรณีกระทำผิดระเบียบกฎหมายของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถจำแนกประเด็นย่อยได้ดังนี้

6.2.1 ข้อมูลการติดตามข่าวสารต่างๆ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการติดตามข่าวสารต่างๆของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.2

ตารางที่ 6.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการติดตามข่าวสารต่างๆของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

การติดตามข่าวสารต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
การติดตามข่าวสารโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา		
ทุกวัน	129	48.3
5 – 6 วัน	36	13.5
3 – 4 วัน	38	14.2
1 – 2 วัน	15	5.6
ติดตามเป็นบางสัปดาห์	44	16.5
ไม่ได้ติดตามเลย	5	1.9
ประเภทของสื่อที่ใช้ติดตามข่าวสารต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
โทรทัศน์	240	89.9
วิทยุ	72	27.0
หนังสือพิมพ์	159	59.6
อินเทอร์เน็ต	64	23.9
นิตยสาร / วารสาร	69	25.8
ป้ายประกาศในโรงพยาบาล	5	1.9
การพบเห็น หรือได้ยินโฆษณาเครื่องดีมแอลกอฮอล์ทางสื่อต่างๆในรอบวันที่ผ่านมา		
เคยพบเห็น / ได้ยิน	159	59.6
ไม่พบเห็น / ไม่ได้ยิน	81	30.3
ไม่ตอบ	27	10.1

การติดตามข่าวสารต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
<p>การพบเห็น/ได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์</p> <p>ได้รับ</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>2 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>4 ครั้ง</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป</p> <p>ค่าเฉลี่ย= 1.2, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 0.5</p> <p>ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 4</p> <p>ไม่ได้รับ</p>	<p>108</p> <p>98</p> <p>5</p> <p>4</p> <p>1</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>159</p>	<p>40.5</p> <p>90.7</p> <p>4.6</p> <p>3.8</p> <p>0.9</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>59.5</p>
<p>ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง)</p> <p>ได้รับ</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>2 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>4 ครั้ง</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป</p> <p>ค่าเฉลี่ย= 1.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 0.3</p> <p>ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 3</p> <p>ไม่ได้รับ</p>	<p>54</p> <p>51</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>213</p>	<p>20.2</p> <p>94.4</p> <p>3.7</p> <p>1.9</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>79.8</p>
<p>สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)</p> <p>ได้รับ</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>2 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>4 ครั้ง</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป</p> <p>ค่าเฉลี่ย= 1.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 0.2</p> <p>ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 3</p> <p>ไม่ได้รับ</p>	<p>56</p> <p>54</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>211</p>	<p>21.0</p> <p>96.4</p> <p>1.8</p> <p>1.8</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>79.0</p>

การติดตามข่าวสารต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ ได้รับ 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้ง 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป ค่าเฉลี่ย= 1.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 0.5 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 4 ไม่ได้รับ	29 28 - - 1 - -	10.9 96.6 - - 3.4 - -
อินเทอร์เน็ต ไม่ได้รับ 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้ง 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป ค่าเฉลี่ย= 1.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 0.2 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 2 ไม่ได้รับ	31 29 2 - - - -	11.6 93.6 6.4 - - - -
สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง) ได้รับ 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้ง 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป ค่าเฉลี่ย= 1.7, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 1.2 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 3 ไม่ได้รับ	3 2 1 - - - -	1.1 66.7 33.3 - - - -
	238	89.1
	236	88.39
	264	98.9

การติดตามข่าวสารต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
ในร้านค้า		
ได้รับ	96	36.0
1 ครั้ง	92	95.8
2 ครั้ง	2	2.0
3 ครั้ง	1	1.1
4 ครั้ง	-	-
5 ครั้ง	1	1.1
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย= 1.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 0.5		
ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 5		
ไม่ได้รับสื่อในร้านค้า	171	64.0
สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์		
ได้รับ	32	12.0
1 ครั้ง	31	96.9
2 ครั้ง	1	3.1
3 ครั้ง	-	-
4 ครั้ง	-	-
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย= 1.0, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 0.2		
ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 2		
ไม่ได้รับ	235	88.0
การไม่เคยพบเห็นหรือได้ยินในรอบวันที่ผ่านมา		
ไม่เคยพบเห็น	2	0.8
เคยพบเห็น	265	99.2

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลการติดตามข่าวสารต่างๆ ดังตารางที่ 6.2 พบว่า

ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 48.3 มีการติดตามข่าวสารโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ทุกวัน รองลงมาได้แก่ติดตามเป็นบางสัปดาห์ ติดตาม 3-4 วัน และติดตาม 5-6 วัน คิดเป็นร้อยละ 16.5, 14.2 และ 13.5 ตามลำดับ โดยประเภทของสื่อที่ใช้ติดตามข่าวสารต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ ร้อยละ 89.9 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 59.6 วิทยุ ร้อยละ 27.0 และนิตยสาร/วารสาร ร้อยละ 25.8 ส่วนการพบเห็น หรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อต่างๆ ในรอบวันที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 59.6 เคยพบเห็น/ได้ยิน ขณะที่ร้อยละ 30.3 ระบุว่า ไม่เคยพบเห็น/ไม่ได้ยิน

ส่วนการพบเห็น/ได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อ พบว่า ร้อยละ 40.5 เคยได้พบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์ในรอบวันที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่พบเห็นหรือได้ยิน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 90.7 และป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) ร้อยละ 20.2 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 94.4 และสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ) ร้อยละ 21.0 โดยพบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 96.4 และวิทยุ ร้อยละ 10.9 โดยส่วนใหญ่ได้ยิน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 96.6 และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 11.6 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 93.6 และสื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง) ร้อยละ 1.1 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.7 และร้านค้า ร้อยละ 36.0 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 95.8 และสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์ ร้อยละ 12.0 โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 96.9 และเมื่อสอบถามถึงการไม่เคยพบเห็นหรือได้ยินในรอบวันที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 99.2 เคยพบเห็น

6.2.2 ข้อมูลการพบเห็นการซื้อในสถานที่ต้องห้าม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการพบเห็นการซื้อในสถานที่ต้องห้ามของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.3

ตารางที่ 6.3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการพบเห็นการซื้อในสถานที่ต้องห้ามของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n = 267)

สถานที่	จำนวน (n = 267)	ร้อยละ
วัด / ศาสนสถานต่างๆ		
ไม่เคยพบเห็น	248	92.9
เคยพบเห็น	19	7.1
1 ครั้ง	10	52.7
2 ครั้ง	3	15.8
3 ครั้ง	2	10.5
4 ครั้ง	2	10.5
5 ครั้ง	2	10.5
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย = 2.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.4		
ค่ามัธยฐาน = 1 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 5		
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	11	57.9
ไม่ระบุ		100.0
ตักเตือน	3	15.8
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	5	26.3
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ		
ไม่เคยพบเห็น	256	95.9
เคยพบเห็น	11	4.1
1 ครั้ง	8	72.7
2 ครั้ง	1	9.1
3 ครั้ง	2	18.2
4 ครั้ง	-	-
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย = 1.5, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.8		
ค่ามัธยฐาน = 1 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 3		

สถานที่	จำนวน (n = 267)	ร้อยละ
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	2	18.2
ไม่ระบุ	2	100.0
ตักเตือน	2	18.2
จับกุม	1	9.1
ไม่ระบุ	6	54.5
สถานบริการเชื้อเพลิง ปิมน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี		
ไม่เคยพบเห็น	239	89.5
เคยพบเห็น	28	10.5
1 ครั้ง	8	28.6
2 ครั้ง	8	28.6
3 ครั้ง	4	14.3
4 ครั้ง	3	10.7
5 ครั้ง	1	3.5
มากกว่า 5 ครั้ง	4	14.3
ค่าเฉลี่ย = 3.6, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 3.9		
ค่ามัธยฐาน = 2 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 16		
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	15	53.6
ไม่ระบุ	12	80.2
ขาดในเวลาที่กำหนด	1	6.6
ไม่ชัดเจนในข้อกฎหมาย	1	6.6
ไม่มีอำนาจ	1	6.6
ตักเตือน	4	14.3
จับกุม	1	3.5
ไม่ระบุ	8	28.6
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลเอกชนของรัฐและเอกชน		
ไม่เคยพบเห็น	261	97.8
เคยพบเห็น	6	2.2
1 ครั้ง	5	83.3
2 ครั้ง	-	-
3 ครั้ง	-	-
4 ครั้ง	1	16.7
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-

สถานที่	จำนวน (n = 267)	ร้อยละ
<p>ค่าเฉลี่ย= 1.5, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 1.2 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 4</p> <p>การดำเนินการ</p> <p>ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ</p> <p>ไม่ระบุ</p> <p>ตักเตือน</p> <p>จับกุม</p> <p>ไม่ระบุ</p>	<p>2</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>4</p>	<p>33.3</p> <p>100.0</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>66.7</p>
<p>สถานที่ทางราชการต่างๆ</p> <p>ไม่เคยพบเห็น</p> <p>เคยพบเห็น</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>2 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>4 ครั้ง</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป</p> <p>ค่าเฉลี่ย= 2.2, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 1.4 ค่ามัธยฐาน= 2 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 5</p> <p>การดำเนินการ</p> <p>ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ</p> <p>ไม่ระบุ</p> <p>ตักเตือน</p> <p>จับกุม</p> <p>ไม่ระบุ</p>	<p>255</p> <p>12</p> <p>5</p> <p>4</p> <p>-</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>-</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>-</p> <p>1</p> <p>4</p>	<p>95.6</p> <p>4.4</p> <p>41.7</p> <p>33.3</p> <p>-</p> <p>16.7</p> <p>8.3</p> <p>-</p> <p>58.3</p> <p>100.0</p> <p>-</p> <p>8.4</p> <p>33.3</p>
<p>หอพัก</p> <p>ไม่เคยพบเห็น</p> <p>เคยพบเห็น</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>2 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>4 ครั้ง</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป</p>	<p>212</p> <p>55</p> <p>17</p> <p>14</p> <p>2</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>14</p>	<p>79.4</p> <p>20.6</p> <p>30.9</p> <p>25.5</p> <p>3.5</p> <p>7.3</p> <p>7.3</p> <p>25.5</p>

สถานที่	จำนวน (n = 267)	ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย= 5.6, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 7.0 ค่ามัธยฐาน= 2 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 30 การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	28	50.9
ไม่ระบุ	27	96.4
ไม่มีอำนาจ	1	3.6
ตักเตือน	13	23.6
จับกุม	1	1.9
ไม่ระบุ	13	23.6
สวนสาธารณะของทางราชการ		
ไม่เคยพบเห็น	236	88.4
เคยพบเห็น	31	11.6
1 ครั้ง	11	35.6
2 ครั้ง	-	-
3 ครั้ง	1	3.2
4 ครั้ง	1	3.2
5 ครั้ง	5	16.1
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	13	41.9
ค่าเฉลี่ย= 7.9, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 9.1 ค่ามัธยฐาน= 5 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 40 การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	21	67.7
ไม่ระบุ	21	100.0
ตักเตือน	2	6.5
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	8	25.8

จากผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลการพบเห็นการซื้อในสถานที่ต้องห้าม ดังตารางที่ 6.3 พบว่า

ร้อยละ 7.1 เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัด/ศาสนสถานต่างๆ โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 52.7 และส่วนใหญ่ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ร้อยละ 57.9 ขณะที่มีการตักเตือน ร้อยละ 15.8 และร้อยละ 4.1 เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.7 และไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ / กล่าวตักเตือน คิดเป็นร้อยละ 18.2 เช่นเดียวกันและมีการจับกุม 1 รายคิดเป็นร้อยละ 9.1 และร้อยละ 10.5 เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ในสถานบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้เคียงสถานี้ โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.6 และไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ร้อยละ 53.6 โดยระบุสาเหตุเนื่องจากขายในเวลากำหนด ไม่ชัดเจนในข้อกำหนดและไม่มีอำนาจ ขณะที่มีการกล่าวตักเตือน ร้อยละ 14.3 และมีการจับกุม 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 และร้อยละ 2.2 เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลเอกชนของรัฐและเอกชน โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 83.3 และไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และไม่ระบุสาเหตุของการไม่ดำเนินการ ขณะที่ร้อยละ 4.4 เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ทางราชการต่างๆ โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.7 และไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ คิดเป็นร้อยละ 58.3 และมีการจับกุม 1 รายคิดเป็นร้อยละ 8.4 และร้อยละ 20.6 เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.9 และไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ คิดเป็นร้อยละ 50.9 ขณะที่มีการว่ากล่าวตักเตือน ร้อยละ 23.6 และจับกุม 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.9 และร้อยละ 11.6 เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของทางราชการ โดยส่วนใหญ่พบเห็นมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไปและส่วนใหญ่ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ คิดเป็นร้อยละ 67.7 และมีการว่ากล่าวตักเตือน ร้อยละ 6.5

6.2.3 ข้อมูลการพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้าม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.4

ตารางที่ 6.4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

สถานที่	จำนวน (n = 267)	ร้อยละ
วัด / ศาสนสถานต่างๆ		
ไม่เคยพบเห็น	246	92.1
เคยพบเห็น	21	7.9
1 ครั้ง	17	81.0
2 ครั้ง	2	9.5
3 ครั้ง	-	-
4 ครั้ง	2	9.5
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย = 1.4, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.9		
ค่ามัธยฐาน = 1 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 4		
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	6	28.6
ไม่ระบุ	3	50.2
งานบุญ	1	16.6
สิทธิส่วนบุคคล	1	16.6
ไม่ปลอดภัยต่อตนเอง	1	16.6
ตักเตือน	7	33.3
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	8	38.1

สถานที่	จำนวน (n = 267)	ร้อยละ
โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ		
ไม่เคยพบเห็น	254	95.1
เคยพบเห็น	13	4.9
1 ครั้ง	12	92.3
2 ครั้ง	1	7.7
3 ครั้ง	-	-
4 ครั้ง	-	-
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย = 1.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.3		
ค่ามัธยฐาน = 1 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 2		
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	3	23.1
ไม่ระบุ	3	100.0
ตกเดือน	2	15.4
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	8	61.5
สถานบริการเชื้อเพลิง ปิมน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี		
ไม่เคยพบเห็น	246	92.1
เคยพบเห็น	21	7.9
1 ครั้ง	11	52.4
2 ครั้ง	4	19.2
3 ครั้ง	2	9.5
4 ครั้ง	1	4.7
5 ครั้ง	2	9.5
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	1	4.7
ค่าเฉลี่ย = 2.3, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 2.2		
ค่ามัธยฐาน = 1 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 10		
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	8	38.1
ไม่ระบุ	8	100.0
ตกเดือน	4	19.0
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	9	42.9

สถานที่	จำนวน (n = 267)	ร้อยละ
สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลเอกชนของรัฐและเอกชน		
ไม่เคยพบเห็น	257	96.3
เคยพบเห็น	10	3.7
1 ครั้ง	10	100.0
2 ครั้ง	-	-
3 ครั้ง	-	-
4 ครั้ง	-	-
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย = 1.0, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0		
ค่ามัธยฐาน = 1 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 1		
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	3	30.0
ไม่ระบุ	2	66.7
มีความสัมพันธ์เป็นเครือข่าย	1	33.3
ตักเตือน	1	10.0
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	6	60.0
สถานที่ทางราชการต่างๆ		
ไม่เคยพบเห็น	249	93.3
เคยพบเห็น	18	6.7
1 ครั้ง	16	88.9
2 ครั้ง	2	11.1
3 ครั้ง	-	-
4 ครั้ง	-	-
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย = 1.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.3		
ค่ามัธยฐาน = 1 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 2		

สถานที่	จำนวน (n = 267)	ร้อยละ
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	6	33.3
ไม่ระบุ	1	16.7
จัดงานแต่งงาน	1	16.7
จัดเลี้ยงสังสรรค์	1	16.7
ร่วมงานด้วย	1	16.7
อยู่นอกอาคารที่ทำการ	1	16.7
คิดว่าไม่ใช่หน้าที่	1	16.7
ตักเตือน	3	16.7
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	9	50.0
สวนสาธารณะของทางราชการ		
ไม่เคยพบเห็น	247	92.5
เคยพบเห็น	20	7.5
1 ครั้ง	16	80.0
2 ครั้ง	3	15.0
3 ครั้ง	1	5.0
4 ครั้ง	-	-
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	-	-
ค่าเฉลี่ย = 1.3, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.5		
ค่ามัธยฐาน = 1 ,ต่ำสุด = 1 ,ค่าสูงสุด = 3		
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	6	30.0
ไม่ระบุ	2	33.6
กลัวถูกทำร้าย	1	16.6
ไม่ชัดเจนในข้อกฎหมาย	1	16.6
คิดว่า ไม่ใช่หน้าที่	1	16.6
คิดว่า ไม่ควรเข้าไปเกี่ยวข้อง	1	16.6
ตักเตือน	3	15.0
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	11	55.0

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลการพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้าม ดังตารางที่ 6.4 พบว่า

ร้อยละ 7.9 เคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัด/ศาสนสถานต่างๆ โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 81.0 และร้อยละ 33.3 มีการว่ากล่าวตักเตือน ขณะที่ร้อยละ 28.6 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า เป็นการดื่มในงานบุญเทศกาล เป็นสิทธิส่วนบุคคลและเกรงความปลอดภัยของตนเอง และร้อยละ 4.9 เคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 92.3 และร้อยละ 15.4 มีการว่ากล่าวตักเตือน ขณะที่ร้อยละ 23.1 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ และไม่ระบุเหตุผลที่ไม่ดำเนินการนั้น และร้อยละ 7.9 เคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 52.4 และร้อยละ 19.0 มีการว่ากล่าวตักเตือน ขณะที่ร้อยละ 38.1 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ และไม่ระบุเหตุผลที่ไม่ดำเนินการนั้น และร้อยละ 3.7 เคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลเอกชนของรัฐและเอกชน โดยทั้งหมดพบเห็น 1 ครั้ง และร้อยละ 10.0 มีการว่ากล่าวตักเตือน ขณะที่ร้อยละ 30.0 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า ผู้ดื่มมีความสัมพันธ์เป็นเครือญาติกัน ขณะที่ร้อยละ 6.7 เคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ทางราชการต่างๆ โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 88.9 และร้อยละ 16.7 มีการว่ากล่าวตักเตือน ขณะที่ร้อยละ 33.3 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า เป็นการจัดงานแต่งงาน จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ และมีการจัดอยู่นอกอาคารที่ทำการ และร้อยละ 7.5 เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของทางราชการ โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งและร้อยละ 15.0 มีการว่ากล่าวตักเตือน ขณะที่ร้อยละ 30.0 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า ไม่ชัดเจนในข้อกฎหมาย กลัวถูกทำร้าย คิดว่าไม่ใช่หน้าที่และไม่ควรเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย

6.2.4 ข้อมูลการพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้าม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้ามของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.5

ตารางที่ 6.5 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้ามของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

การพบเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยพบเห็น	163	61.1
เคยพบเห็น	104	38.9
ร้านขายของชำ / โซว์หน่วย	86	82.7
ร้านอาหาร	50	48.1
ผับ เคค บาร์ คาราโอเกะ	32	30.8
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท	25	24.0
ร้านเครื่องดื่ม	53	50.9
ร้านเช่าขาย	23	22.1
ร้านเหล้าปั่น	14	13.5
ร้านมินิมาร์ท	25	24.0
การดำเนินการเมื่อพบเห็น		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	44	42.3
ไม่ระบุ	16	36.4
ไม่มีอำนาจ	4	9.0
ไม่ชัดเจนในข้อกฎหมาย	9	20.5
ไม่อยากยุ่งเกี่ยว	9	20.5
ไม่อยู่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบโดยตรง	3	6.8
กลัวความปลอดภัยของตนเอง	3	6.8
ตักเตือน	20	19.2
จับกุมดำเนินคดี	3	2.9
ไม่ระบุ	37	35.6

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูล การพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้าม ดังตารางที่ 6.5 พบว่า

ร้อยละ 38.9 เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้าม โดยพบในร้านขายของชำ/โชห่วยเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 82.7 รองลงมาได้แก่ ร้านเครื่องดื่ม ร้อยละ 50.9 ร้านอาหาร ร้อยละ 48.1 ผับ เคาท์ บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 30.8 และร้านมินิมาร์ท/ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 24.0 โดยการดำเนินการ เมื่อพบเห็น พบว่า ร้อยละ 42.3 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า ไม่ชัดเจนในข้อกำหนด ไม่มีอำนาจ ไม่อยู่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ ไม่อยากยุ่งเกี่ยวและกลัวความปลอดภัยของตนเอง ขณะที่มีการกล่าว ตักเตือน ร้อยละ 19.2 และมีการจับกุมดำเนินคดีจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 2.9

6.2.5 ข้อมูลการพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.6

ตารางที่ 6.6 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

การพบเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยพบเห็น	127	47.6
เคยพบเห็น ที่ร้าน	132	49.4
ร้านขายของชำ / ไซท์ห่วย	116	87.9
ร้านอาหาร	36	27.3
ผับ เคค บาร์ คาราโอเกะ	25	18.9
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลีมาร์ท	23	17.4
ร้านเครื่องดื่ม	69	52.3
ร้านเร่ขาย	21	15.9
ร้านเหล้าปั่น	18	13.6
ร้านมินิมาร์ท	20	15.2
การดำเนินการเมื่อพบเห็น		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	32	24.2
ไม่ระบุ	15	46.9
ไม่มีอำนาจหน้าที่	4	12.5
ไม่ชัดเจนในข้อกฎหมาย	6	18.8
ไม่อยากเกี่ยวข้องกับ	2	6.2
ไม่อยู่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ	3	9.4
กลัวความปลอดภัยของตนเอง	2	6.2
ตักเตือน	24	18.2
จับกุมดำเนินคดี	3	2.3
ไม่ระบุ	73	55.3
ไม่แน่ใจ	8	3.00

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลการพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาดังตารางที่ 6.6 พบว่า

ร้อยละ 49.4 เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา โดยพบในร้านขายของชำ/โชร่วยเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 87.9 รองลงมาได้แก่ ร้านเครื่องดื่ม ร้อยละ 52.3 ร้านอาหาร ร้อยละ 27.3 ผับ เคาท์ บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 18.9 และร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 17.4 โดยการดำเนินการเมื่อพบเห็น พบว่า ร้อยละ 24.2 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า ไม่ชัดเจนในข้อกฎหมาย ไม่มีอำนาจหน้าที่ ไม่อยู่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ ไม่อยากยุ่งเกี่ยวและกลัวความปลอดภัยของตนเอง ขณะที่มีการกล่าวตักเตือน ร้อยละ 18.2 และมีการจับกุมดำเนินคดีจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 2.3

6.2.6 ข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกได้ดังนี้

(1) ร้านอาหาร / ผับ / เคค / บาร์ / คาราโอเกะ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในร้านอาหาร / ผับ / เคค / บาร์ / คาราโอเกะ ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.7

ตารางที่ 6.7 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในร้านอาหาร / ผับ / เคค / บาร์ / คาราโอเกะ ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

การพบเห็น	จำนวน	ร้อยละ
การพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในร้านอาหาร / ผับ / เคค / บาร์ / คาราโอเกะ ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา		
พบเห็นทุกครั้งที่ได้ไป	65	24.3
พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ได้ไป	30	11.2
พบเห็นบ่อยๆ ที่ได้ไป	33	12.4
พบเห็นนานๆ ครั้งที่ได้ไป	25	9.4
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	8	3.0
ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านั้นในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	93	34.8
ไม่ตอบ	13	4.9

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในร้านอาหาร / ผับ / เคค / บาร์ / คาราโอเกะ ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาดังตารางที่ 6.7 พบว่า

ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา มีการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในร้านอาหาร / ผับ / เคค / บาร์ / คาราโอเกะทุกครั้งที่ได้ไป คิดเป็นร้อยละ 24.3 และพบเห็นบ่อยๆที่ได้ไป พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ได้ไป คิดเป็นร้อยละ 12.4 และ 11.2 ตามลำดับ

(2) ห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวกซื้อ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวกซื้อ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.8

ตารางที่ 6.8 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวกซื้อ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

การพบเห็น	จำนวน	ร้อยละ
การพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวกซื้อ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา		
พบเห็นทุกครั้งที่ได้ไป	11	4.1
พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ได้ไป	18	6.7
พบเห็นบ่อยๆ ที่ได้ไป	19	7.1
พบเห็นนานๆ ครั้งที่ได้ไป	25	9.4
ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	93	34.8
ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านั้นในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	91	34.1
ไม่ตอบ	10	3.8

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวกซื้อ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาดังตารางที่ 6.8 พบว่า

ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวกซื้อ ทุกครั้งที่ได้ไป คิดเป็นร้อยละ 34.8 และพบเห็นนานๆ ครั้งที่ได้ไป พบเห็นบ่อยๆ ที่ได้ไป คิดเป็นร้อยละ 9.4 และ 7.1 ตามลำดับ

6.2.7 ข้อมูลการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.9

ตารางที่ 6.9 จำนวนและร้อยละของข้อมูลการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

รูปแบบการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคา		
ไม่เคยพบเห็น	249	93.3
เคยพบเห็น	18	6.7
1 ครั้ง	10	55.5
2 ครั้ง	5	27.7
3 ครั้ง	1	5.6
4 ครั้ง	1	5.6
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	1	5.6
ค่าเฉลี่ย = 2.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 2.2 ค่ามัธยฐาน = 1, ต่ำสุด = 1, ค่าสูงสุด = 10		
การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	6	33.3
ไม่ระบุ	6	100.0
ตักเตือน	2	11.1
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	10	55.6
การแลก – แจก – แถม		
ไม่เคยพบเห็น	253	94.8
เคยพบเห็น	14	5.2
1 ครั้ง	9	64.3
2 ครั้ง	3	21.5
3 ครั้ง	1	7.1
4 ครั้ง	-	-
5 ครั้ง	-	-
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	1	7.1

รูปแบบการขายเครื่องตีเมล็ดกลอสส์	จำนวน	ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย= 2.0, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 2.3 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 10 การดำเนินการ ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ ไม่ระบุ ไม่เข้าใจในบทบาทการปฏิบัติ ตกเดือน จับกุม ไม่ระบุ	6 5 1 - - 8	42.9 83.3 16.7 - - 57.1
การลงxim ลงตี ไม่เคยพบเห็น เคยพบเห็น 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้ง 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป ค่าเฉลี่ย= 2.7, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 3.6 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 11 การดำเนินการ ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ ไม่ระบุ ตกเดือน จับกุม ไม่ระบุ	255 12 9 1 - - - - 2 2 - - 10	95.5 4.5 75.0 8.3 - - - - 26.7 16.7 100.0 - - 83.3
การให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน ไม่เคยพบเห็น เคยพบเห็น 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้ง 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	245 22 14 2 3 1 - 2	91.8 8.2 63.6 9.1 13.6 4.6 - 9.1

รูปแบบการขายเครื่องตีเมล็ดกลอสส์	จำนวน	ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย= 2.3, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 2.6 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 10 การดำเนินการ ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ ไม่ระบุ ตักเตือน จับกุม ไม่ระบุ	5	22.7 100.0 18.2 - 59.1
การจับฉลาก / ชิงรางวัล ไม่เคยพบเห็น เคยพบเห็น 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้ง 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป ค่าเฉลี่ย= 1.5, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 0.8 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 3 การดำเนินการ ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ ไม่ระบุ ไม่รู้จะดำเนินการกับใคร ตักเตือน จับกุม ไม่ระบุ	250 17 12 2 3 - - - - 3 2 1 3 - 11	93.6 6.4 70.6 11.8 17.6 - - - - 17.6 66.7 33.3 17.6 - 64.8
การขายตรง ไม่เคยพบเห็น เคยพบเห็น 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้ง 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	251 16 13 - - - 2 1	94.0 6.0 81.3 - - - 12.5 6.2

รูปแบบการขายเครื่องตีเมล็ดกลอสส์	จำนวน	ร้อยละ
<p>ค่าเฉลี่ย= 2.1, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 2.5 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 10</p> <p>การดำเนินการ</p> <p>ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ</p> <p>ไม่ระบุ</p> <p>ไม่เข้าใจในบทบาทว่าจะทำได้อย่างไร</p> <p>ตกเดือน</p> <p>จับกุม</p> <p>ไม่ระบุ</p>	<p>4</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>-</p> <p>11</p>	<p>25.0</p> <p>75.0</p> <p>25.0</p> <p>6.2</p> <p>-</p> <p>68.8</p>
<p>การขายผ่านการเป็นสมาชิก</p> <p>ไม่เคยพบเห็น</p> <p>เคยพบเห็น</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>2 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>4 ครั้ง</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป</p> <p>ค่าเฉลี่ย= 1.0, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 0 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 1</p> <p>การดำเนินการ</p> <p>ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ</p> <p>ตกเดือน</p> <p>จับกุม</p> <p>ไม่ระบุ</p>	<p>260</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>7</p>	<p>97.4</p> <p>2.6</p> <p>100.0</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>100.0</p>
<p>การขายฟุ้ง</p> <p>ไม่เคยพบเห็น</p> <p>เคยพบเห็น</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>2 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>4 ครั้ง</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป</p>	<p>258</p> <p>9</p> <p>8</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>1</p>	<p>96.6</p> <p>3.4</p> <p>88.9</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>11.1</p>

รูปแบบการขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
<p>ค่าเฉลี่ย= 2.0, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 3</p> <p>ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 10</p> <p>การดำเนินการ</p> <p>ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ</p> <p>ไม่ระบุ</p> <p>ตักเตือน</p> <p>จับกุม</p> <p>ไม่ระบุ</p>	2	22.2
<p>การรื้อขาย</p> <p>ไม่เคยพบเห็น</p> <p>เคยพบเห็น</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>2 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>4 ครั้ง</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป</p> <p>ค่าเฉลี่ย= 1.7, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 2.1</p> <p>ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 10</p> <p>การดำเนินการ</p> <p>ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ</p> <p>ไม่ระบุ</p> <p>ตักเตือน</p> <p>จับกุม</p> <p>ไม่ระบุ</p>	249	93.3
	18	6.7
	13	72.2
	4	22.2
	-	-
	-	-
	-	-
	1	5.6
	6	33.3
	6	100.0
	-	-
	-	-
	12	66.7
<p>การให้สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ตอบแทนผู้ซื้อ</p> <p>ไม่เคยพบเห็น</p> <p>เคยพบเห็น</p> <p>1 ครั้ง</p> <p>2 ครั้ง</p> <p>3 ครั้ง</p> <p>4 ครั้ง</p> <p>5 ครั้ง</p> <p>มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป</p>	257	96.3
	10	3.7
	8	80.0
	1	10.0
	-	-
	-	-
	-	-
	1	10.0

รูปแบบการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย= 2.0, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน= 2.8 ค่ามัธยฐาน= 1 ,ต่ำสุด= 1 ,ค่าสูงสุด= 10 การดำเนินการ		
ไม่ได้ดำเนินการ เพราะ	3	30.0
ไม่ระบุ	2	66.7
ไม่รู้บทบาทว่าจะทำอย่างไรได้บ้าง	1	33.3
ตกเดือน	-	-
จับกุม	-	-
ไม่ระบุ	7	70.0

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาดังตารางที่ 6.9 พบว่า

ร้อยละ 6.7 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการลดราคา โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 55.5 และร้อยละ 33.3 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ และไม่ระบุเหตุผลที่ไม่ดำเนินการนั้น ขณะที่มีการว่ากล่าวตกเดือน ร้อยละ 11.1 และร้อยละ 5.2 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการแลก-แจก-แถม โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 64.3 และร้อยละ 42.9 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า ไม่เข้าใจในบทบาทการปฏิบัติ และร้อยละ 4.5 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการลงชิม ลองดื่ม โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 75.0 และร้อยละ 16.7 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ และไม่ระบุเหตุผลที่ไม่ดำเนินการนั้น และร้อยละ 8.2 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 63.6 และร้อยละ 22.7 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ และไม่ระบุเหตุผลที่ไม่ดำเนินการนั้น ขณะที่มีการว่ากล่าวตกเดือน ร้อยละ 18.2 และร้อยละ 6.4 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการจับฉลาก/ชิงรางวัล โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 70.6 และร้อยละ 17.6 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า ไม่รู้จะดำเนินการกับใคร ขณะที่มีการว่ากล่าวตกเดือน ร้อยละ 17.6 เช่นเดียวกัน และร้อยละ 6.0 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายตรง โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 81.3 และร้อยละ 25.0 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า ไม่เข้าใจในบทบาทว่า จะทำอย่างไร ขณะที่มีการว่ากล่าวตกเดือน ร้อยละ 6.2 และร้อยละ 2.6 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายผ่านการเป็นสมาชิก โดยทั้งหมดพบเห็น 1 ครั้งและไม่ระบุผลการดำเนินการ และร้อยละ 3.4 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 88.9 และร้อยละ 22.2 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ และไม่ระบุเหตุผลที่ไม่ดำเนินการนั้น และร้อยละ 6.7 เคยพบเห็น

การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการเร่งขาย โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 72.2 และร้อยละ 33.3 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ และไม่ระบุเหตุผลที่ไม่ดำเนินการนั้น และร้อยละ 3.7 เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการให้สิทธิประโยชน์อื่นๆตอบแทนผู้ซื้อ โดยส่วนใหญ่พบเห็น 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 80.0 และร้อยละ 30.0 ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ โดยให้เหตุผลว่า ไม่รู้บทบาทว่าจะทำอย่างไรได้บ้าง

6.3 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถจำแนกประเด็นย่อยได้ดังนี้

6.3.1 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.10 และตารางที่ 6.11

ตารางที่ 6.10 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	262 (98.1)	4 (1.5)	1 (0.4)
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	266 (99.6)	1 (0.4)	-
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์	222 (83.2)	11 (4.1)	34 (12.7)
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	265 (99.2)	1 (0.4)	1 (0.4)
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	266 (99.6)	-	1 (0.4)
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	204 (76.4)	48 (17.9)	15 (5.7)
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	266 (99.6)	-	1 (0.4)
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	242 (90.6)	7 (2.6)	18 (6.8)
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	225 (84.3)	7 (2.6)	35 (13.1)
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	261 (97.8)	3 (1.1)	3 (1.1)

ตารางที่ 6.11 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (7 – 10 คะแนน)	259	97.0
ระดับปานกลาง (4 – 6 คะแนน)	8	3.0
ระดับน้อย (0 – 3 คะแนน)	-	-

(ค่าเฉลี่ย= 9.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.1, ค่ามัธยฐาน= 10, ค่าต่ำสุด= 6, ค่าสูงสุด= 10)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ดังตารางที่ 6.10 และ 6.11 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท (ร้อยละ 98.1)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ (ร้อยละ 99.6)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ (ร้อยละ 83.2)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน (ร้อยละ 99.2)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ (ร้อยละ 99.6)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ (ร้อยละ 99.6)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก (ร้อยละ 90.6)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (ร้อยละ 84.3)
- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ (ร้อยละ 97.8)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ร้อยละ 76.4)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมากร้อยละ 97.0 รองลงมาได้แก่ระดับปานกลางร้อยละ 3.0 (ค่าเฉลี่ย= 9.2 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.1, ค่ามัธยฐาน= 10 , ค่าต่ำสุด= 6, ค่าสูงสุด= 10)

6.3.2 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.12 และตารางที่ 6.13

ตารางที่ 6.12 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	249 (93.3)	13 (4.9)	5 (1.8)
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	127 (47.6)	128 (47.9)	12 (4.5)
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	186 (69.7)	69 (25.8)	12 (4.5)
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	79 (29.6)	173 (64.8)	15 (5.6)
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	215 (80.5)	39 (14.6)	13 (4.9)

ตารางที่ 6.13 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (4 – 5 คะแนน)	65	24.3
ระดับปานกลาง (2 – 3 คะแนน)	189	70.8
ระดับน้อย (0 – 1 คะแนน)	13	4.9

(ค่าเฉลี่ย= 3.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.1, ค่ามัธยฐาน= 3, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 5)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ดังตารางที่ 6.12 และ 6.13 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายช้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา (ร้อยละ 93.3)
- เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 80.5)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายช้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 69.7)
- เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 29.6)
- เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย (ร้อยละ 47.6)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 70.8 รองลงมาได้แก่ ระดับมากร้อยละ 24.3 และระดับน้อยร้อยละ 4.9 (ค่าเฉลี่ย = 3.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 1.1, ค่ามัธยฐาน = 3, ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 5)

6.3.3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.14 และตารางที่ 6.15

ตารางที่ 6.14 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	258 (96.6)	6 (2.3)	3 (1.1)
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	262 (98.1)	2 (0.8)	3 (1.1)
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงพยาบาล	240 (89.9)	8 (3.0)	19 (7.1)
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	265 (99.3)	-	2 (0.7)
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ราชการต่างๆ	265 (99.3)	-	2 (0.7)
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	201 (75.3)	35 (13.1)	31 (11.6)
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	263 (98.5)	1 (0.4)	3 (1.1)
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	215 (80.5)	5 (1.9)	47 (17.6)
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	224 (83.9)	3 (1.1)	40 (15.0)
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของทางราชการ	259 (97.0)	3 (1.1)	5 (1.9)

ตารางที่ 6.15 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (7 – 10 คะแนน)	260	97.4
ระดับปานกลาง (4 – 6 คะแนน)	5	1.9
ระดับน้อย (0 – 3 คะแนน)	2	0.7

(ค่าเฉลี่ย= 9.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.4, ค่ามัธยฐาน= 10, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 10)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ดังตารางที่ 6.14 และ 6.15 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท (ร้อยละ 96.6)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ (ร้อยละ 98.1)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์ (ร้อยละ 89.9)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน (ร้อยละ 99.3)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ (ร้อยละ 99.3)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ (ร้อยละ 98.5)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก (ร้อยละ 80.5)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (ร้อยละ 83.9)
- การมีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ (ร้อยละ 97.0)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน (ร้อยละ 75.3)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมากร้อยละ 97.4 รองลงมาได้แก่ ระดับปานกลางร้อยละ 1.9 และระดับน้อยร้อยละ 0.7 (ค่าเฉลี่ย= 9.2 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.4, ค่ามัธยฐาน= 10 , ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 10)

6.3.4 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.16 และตารางที่ 6.17

ตารางที่ 6.16 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะตีพิมพ์แล้วตีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	220 (82.4)	26 (9.7)	21 (7.9)
2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม	235 (88.0)	10 (3.8)	22 (8.2)
3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง	218 (81.7)	28 (10.5)	21 (7.8)
4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น	240 (89.9)	8 (3.0)	19 (7.1)
5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง	235 (88.0)	9 (3.4)	23 (8.6)
6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ	238 (89.1)	6 (2.3)	23 (8.6)

ตารางที่ 6.17 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (5-6 คะแนน)	214	80.1
ระดับปานกลาง (2-4 คะแนน)	37	13.9
ระดับน้อย (0-1 คะแนน)	16	6.0

(ค่าเฉลี่ย= 5.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.6, ค่ามัธยฐาน= 6, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ดังตารางที่ 6.16 และ 6.17 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การมีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 82.4)
- การมีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำเฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม (ร้อยละ 88.0)
- การมีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง (ร้อยละ 81.7)
- การมีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น (ร้อยละ 89.9)
- การมีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพวง (ร้อยละ 88.0)
- การมีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ (ร้อยละ 89.1)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมากร้อยละ 80.1 รองลงมาได้แก่ ระดับปานกลางร้อยละ 13.9 และระดับน้อยร้อยละ 6.0 (ค่าเฉลี่ย= 5.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.6, ค่ามัธยฐาน= 6, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

6.3.5 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.18 และตารางที่ 6.19

ตารางที่ 6.18 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ถูก จำนวน (ร้อยละ)	ผิด จำนวน (ร้อยละ)	ไม่รู้ จำนวน (ร้อยละ)
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	210 (78.7)	50 (18.7)	7 (2.6)
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	199 (74.5)	56 (20.9)	12 (4.6)
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่คนเมา	172 (64.4)	68 (25.5)	27 (10.1)
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะ เร่ขาย	241 (90.3)	11 (4.1)	15 (5.6)
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	250 (93.6)	7 (2.6)	10 (3.8)
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	249 (93.3)	2 (0.7)	16 (6.0)

ตารางที่ 6.19 จำนวนและร้อยละของระดับความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

กฎระเบียบหรือมาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก (5 – 6 คะแนน)	198	74.1
ระดับปานกลาง (2 – 4 คะแนน)	61	22.9
ระดับน้อย (0 – 1 คะแนน)	8	3.0

(ค่าเฉลี่ย= 4.9, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.3, ค่ามัธยฐาน= 5, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6)

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ดังตารางที่ 6.18 และ 6.19 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป ในประเด็นดังต่อไปนี้

- การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ (ร้อยละ 93.6)

- การมีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 93.3)

- การมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะ เร่ขาย (ร้อยละ 90.3)

และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้รายข้อถูกต้องเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในประเด็นดังต่อไปนี้

- ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (ร้อยละ 78.7)

- ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 74.5)

- มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่คนเมา (ร้อยละ 64.4)

และระดับความรู้ภาพรวมเกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป) พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมากร้อยละ 74.1 รองลงมาได้แก่ ระดับปานกลางร้อยละ 22.9 และระดับน้อยร้อยละ 3.0 (ค่าเฉลี่ย = 4.9, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 1.3, ค่ามัธยฐาน = 5, ค่าต่ำสุด = 0, ค่าสูงสุด = 6)

6.4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดีมแอลกอฮอล์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดีมแอลกอฮอล์ของเจ้าหน้าที่ที่ตอบแบบสอบถามในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.20

ตารางที่ 6.20 จำนวนและร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดีมแอลกอฮอล์ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องดีมแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดีมที่มีประโยชน์หรือโทษต่อสังคมไทยโดยส่วนรวมมากกว่ากัน		
มีประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า	11	6.0
มีโทษต่อสังคมมากกว่า	223	13.9
พอๆ กัน	33	80.1
ความจำเป็นในการมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องดีมแอลกอฮอล์		
จำเป็น	235	88.0
ไม่จำเป็น	18	6.7
ไม่มีความเห็น	14	5.3

จากผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดีมแอลกอฮอล์ ดังตารางที่ 6.20 พบว่า

ร้อยละ 80.1 ระบุว่า เครื่องดีมแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดีมที่มีโทษและประโยชน์พอๆกันต่อสังคมไทย ส่วนอีกร้อยละ 13.9 ระบุว่า มีโทษต่อสังคมมากกว่า ขณะที่ร้อยละ 6.0 ระบุว่า เครื่องดีมแอลกอฮอล์มีประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า และเมื่อมีการสอบถามถึงความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องดีมแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ 88.0 ระบุว่า จำเป็น และร้อยละ 6.7 ระบุ ไม่จำเป็น และไม่มีความคิดเห็นร้อยละ 5.3

6.5 ข้อมูลความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นข้อมูลความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะของเจ้าหน้าที่ที่ตอบแบบสอบถามในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังตารางที่ 6.21

ตารางที่ 6.21 จำนวนและร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี (n =267)

ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาหรืออุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎระเบียบต่างๆ ที่มีอยู่ในช่วงที่ผ่านมา		
ไม่ระบุ	184	68.8
อำนาจหน้าที่และบทบาทในทางปฏิบัติไม่ชัดเจน	25	9.4
ไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้ขาย หรือผู้ประกอบการ	22	8.2
ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ทราบกฎระเบียบที่มีอยู่	11	4.1
ประชาชนไม่ให้ความร่วมมือ	10	3.8
กฎระเบียบที่มียังเป็นมาตรการลงโทษที่ไม่เข้มงวดพอ	8	3.0
ผู้ขายขาดความตระหนัก	5	1.9
การจำหน่ายส่วนใหญ่เกิดในร้านโชห่วยในหมู่บ้าน	2	0.8
ความเหมาะสมของกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงที่ผ่านมา		
เหมาะสมดีแล้ว	170	63.7
ยังไม่เหมาะสม เพราะ	48	17.9
ยังไม่มีบทลงโทษหรือผลบังคับที่ชัดเจน	14	29.2
มาตรการลงโทษไม่เข้มงวด	29	60.4
ประชาชนยังทราบข้อมูลไม่ทั่วถึง	2	4.2
ไม่มีผู้ตรวจสอบการใช้กฎหมาย	3	6.2
ไม่ระบุ	49	18.6

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย ในประเด็นข้อมูลความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะดังตารางที่ 6.21 พบว่า

ปัญหาหรืออุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎระเบียบต่างๆ ที่มีอยู่ในช่วงที่ผ่านมา ร้อยละ 68.8 ไม่ระบุ และร้อยละ 9.4 ระบุว่า อำนาจหน้าที่และบทบาทในทางปฏิบัติไม่ชัดเจน และไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้ขาย หรือผู้ประกอบการ ร้อยละ 8.2 ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ทราบกฎระเบียบที่มีอยู่ ร้อยละ 4.1 ประชาชนไม่ให้ความร่วมมือ ร้อยละ 3.8 กฎระเบียบที่มียังเป็นมาตรการลงโทษที่ไม่เข้มงวดพอ ร้อยละ 3.0 และผู้ขายขาดความตระหนัก ร้อยละ 1.9 และเมื่อสอบถามถึงความเหมาะสมของกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 63.7 มีความเห็นว่า เหมาะสมดีแล้ว ขณะที่ร้อยละ 17.9 ระบุว่า ยังไม่เหมาะสม โดยให้เหตุผลประกอบว่า มาตรการลงโทษไม่เข้มงวด ยังไม่มีบทลงโทษหรือผลบังคับที่ชัดเจน ไม่มีผู้ตรวจสอบการใช้กฎหมายและประชาชนยังทราบข้อมูลไม่ทั่วถึง

บทที่ 7

การสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เพื่อควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราในกลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มผู้จำหน่ายและกลุ่มเจ้าหน้าที่ของจังหวัดอุบลราชธานี สามารถนำเสนอสรุปผลการศึกษาคำแนะนำเป็นรายประเด็นได้ดังนี้

7.1 การสรุปผลการศึกษา

7.1.1 กลุ่มประชาชนทั่วไป

7.1.2 กลุ่มผู้จำหน่าย

7.1.3 กลุ่มเจ้าหน้าที่

7.2 การอภิปรายผลการศึกษา

7.3 ข้อเสนอแนะ

7.1.4 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

7.1.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

7.1 การสรุปผลการศึกษา

การประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 และศึกษาการรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 รวมถึงการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราของพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย (1) ผู้บริโภค ได้แก่ ประชาชนผู้บริโภคที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป จำนวน 3,424 ราย และ (2) ผู้จำหน่าย ได้แก่ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในชุมชน/บริเวณใกล้เคียงกับผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 322 รายและ (3) เจ้าพนักงานตามกฎหมาย ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพสามิตและตำรวจที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 267 ราย การคัดเลือกตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-Stage Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง เป็นการสุ่มตัวอย่างอำเภอของพื้นที่เป้าหมาย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบแบบกำหนดความน่าจะเป็น ให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปของพื้นที่นั้นในจังหวัดอุบลราชธานี (Systematic Sampling with Probability Proportional to Size) การสุ่มตัวอย่างขั้นตอนที่สอง เป็นการสุ่มตัวอย่างตำบล ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ของอำเภอตัวอย่างในแต่ละจังหวัด การสุ่มตัวอย่างขั้นตอนที่สาม เป็นการสุ่มตัวอย่างหมู่บ้าน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปของตำบลตัวอย่างในแต่ละจังหวัดและการสุ่มตัวอย่างขั้นตอนที่สี่ เป็นการสุ่มตัวอย่างครัวเรือน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ โดยเก็บข้อมูลจากสมาชิกในครัวเรือนทุกคนที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ แบบสอบถาม ที่คณะผู้วิจัยและศูนย์วิจัยปัญหาสุรา ร่วมกันพัฒนาขึ้น และนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมาย โดยอาสาสมัครเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม STATA เวอร์ชัน 10.0 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐานและค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ซึ่งมีผลการศึกษาที่สรุปจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

7.1.1 กลุ่มประชาชนทั่วไป

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3,424 ชุด พบว่า

(1) **ข้อมูลทั่วไป** ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.8 อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 20.7 ช่วงอายุ 18-24 ปี ร้อยละ 18.4 โดยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 31.5 ปี (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=14.0) สถานภาพสมรสคู่ ร้อยละ 51.4 มีการศึกษาสูงสุดหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าร้อยละ 47.8

อาชีพส่วนใหญ่ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 39.2 และรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 32.9 มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ประมาณ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 57.6 และมีรายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือน ประมาณ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 53.4

(2) **ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** พบว่า เมื่อกล่าวถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งแรกที่นึกถึงส่วนใหญ่ได้แก่ เหล้าและสุรา ร้อยละ 65.4 รองลงมาได้แก่ เบียร์ ร้อยละ 21.5 ส่วนการเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 60.5 และเป็นการดื่มครั้งสุดท้ายในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 80.9 โดยกลุ่มที่เคยดื่มในรอบ 12 เดือนนี้พบว่า เป็นการดื่มในรอบ 30 วันที่ผ่านมา ร้อยละ 64.0 และกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ดื่ม 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 70.8 รองลงมาได้แก่ การดื่ม 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 21.6 และในกรณีสาเหตุของการไม่อยากจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจาก การรณรงค์มาไม่ขับ ร้อยละ 87.1 และการไม่มีเงินซื้อ ร้อยละ 46.8 ส่วนพฤติกรรมภายหลังการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เคยติดลมดื่มมากกว่าที่ตั้งใจจะดื่มตอนเริ่มต้น ร้อยละ 52.2 และเคยดื่มต่อๆกันที่มีคนเตือนให้หยุดดื่ม ร้อยละ 22.0

(3) **ข้อมูลการเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มและการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** พบว่า

- **ข้อมูลการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** พบว่า เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 32.9 โดยมีจำนวนครั้งเฉลี่ยของการซื้อประมาณ 4 ครั้ง และกลุ่มดังกล่าวเคยซื้อและซื้อได้ ร้อยละ 99.6 และการเดินทางไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เดินทางสะดวกมากโดยสามารถเดินไปได้ ร้อยละ 10.6 เดินทางสะดวกโดยสามารถขับรถ/ขี่รถด้วยเวลาเพียงเล็กน้อย ร้อยละ 6.6 ส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านที่สะดวกที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า มีค่าเฉลี่ยประมาณ 7 นาที และในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามหอพัก ร้อยละ 51.1 สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 31.7 สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ร้อยละ 11.5 ส่วนการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. หรือ 14.00-17.00 น. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เคยซื้อและซื้อได้ ร้อยละ 25.9 โดยเป็นการซื้อจากร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 50.3 ผับ เคาท์ บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 40.8 ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 แฟมิลี่มาร์ท เป็นต้นและร้านเหล้าปั่น ร้อยละ 30.8 หากกรณีร้านที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สะดวกที่สุด ไม่เปิดขายหรือไม่มีสินค้าที่ต้องการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียง ร้อยละ 48.0 และเลิกดื่มความตั้งใจไม่ดื่ม ร้อยละ 33.3

- **ข้อมูลการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** พบว่า เคยไปนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านประเภทต่างๆด้วยตนเองในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 40.1 โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้งและในกลุ่มดังกล่าวไปนั่งดื่มแล้วได้ดื่ม ร้อยละ 98.0 ส่วนความสะดวกในการเดินทางไปร้านค้านั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า สะดวกโดยสามารถขับรถ/ขี่รถด้วยเวลาเพียงเล็กน้อย ร้อยละ 44.1 และสะดวก

มาก สามารถเดินไปได้ ร้อยละ 40.0 และระยะเวลาเดินทางไปที่ร้านนั่งตมเครื่องตมแอลกอฮอล์ที่สะดวกที่สุดในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า โดยเฉลี่ยประมาณ 11 นาที ส่วนการเคยตมเครื่องตมแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามต่างๆในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยตมในสถานที่ต้องห้าม ร้อยละ 94.7 ส่วนที่เคยตมพบในบางสถานที่ เช่น สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่างๆ ร้อยละ 2.3 วัด/ศาสนสถานต่างๆ และสถานที่ราชการต่างๆ ร้อยละ 1.9 ส่วนสาธารณะของราชการและโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ ร้อยละ 1.8

- **ข้อมูลการรับรู้การโฆษณาเครื่องตมแอลกอฮอล์** พบว่า เคยได้พบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องตมแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์ในรอบวันที่ผ่านมา ร้อยละ 31.7 ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) ร้อยละ 9.2 สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ) ร้อยละ 2.8 และพบเห็นโดยเฉลี่ย 3 ครั้ง วิทยุร้อยละ 6.5 อินเทอร์เน็ตร้อยละ 3.8 และสื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง) ร้อยละ 3.8 ร้านค้า ร้อยละ 14.6 และสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์ ร้อยละ 6.6 ส่วนความถี่ในการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เบียร์ ในร้านอาหาร / ผับ / เชน / บาร์ / คาราโอเกะ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เห็นทุกครั้งที่ไป ร้อยละ 49.4 ส่วนความถี่ในการพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิมเครื่องตมแอลกอฮอล์ฟรีในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้านสะดวกซื้อในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป ร้อยละ 20.9 การเคยพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องตมแอลกอฮอล์ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เคยพบเห็น ร้อยละ 25.2 โดยส่วนใหญ่ได้แก่ การลดราคา การแจก-แจก-แถมและการขายตรง ส่วนการพบเห็นการขายในลักษณะต่างๆในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า การขายให้แก่ผู้ที่มึนเมา ร้อยละ 56.3 การขายพ่วง ร้อยละ 24.5 และการเร่งขาย ร้อยละ 16.6

(4) ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องตมแอลกอฮอล์ พบว่า

- **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องตมแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 80.6 ระดับปานกลาง ร้อยละ 11.7 และระดับน้อย ร้อยละ 7.7

(ค่าเฉลี่ย = 8.2 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 2.4, ค่ามัธยฐาน = 9 , ค่าต่ำสุด = 0 , ค่าสูงสุด = 10, คะแนนเต็ม 10)

- **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องตมแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 48.8 ระดับปานกลาง ร้อยละ 34.8 และระดับน้อย ร้อยละ 16.4

(ค่าเฉลี่ย = 2.5 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 1.4, ค่ามัธยฐาน = 2 , ค่าต่ำสุด = 0 , ค่าสูงสุด = 5, คะแนนเต็ม 5)

- **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องตมแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามตม)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 82.0 ระดับปานกลาง ร้อยละ 12.0 และระดับน้อย ร้อยละ 6.0

(ค่าเฉลี่ย = 8.3 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน = 2.3, ค่ามัธยฐาน = 9 , ค่าต่ำสุด = 0 , ค่าสูงสุด = 10, คะแนนเต็ม 10)

- **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 61.9 ระดับน้อยร้อยละ 29.8 และระดับมากร้อยละ 8.3 (ค่าเฉลี่ย= 4.3 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.6, ค่ามัธยฐาน= 5 , ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6, คะแนนเต็ม 6)

- **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 51.3 ระดับมาก ร้อยละ 40.6 และระดับน้อย ร้อยละ 8.1 (ค่าเฉลี่ย= 4.0 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.7, ค่ามัธยฐาน= 4 , ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6, คะแนนเต็ม 6)

7.1.2 กลุ่มผู้จำหน่าย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 322 ราย พบว่า

(1) **ข้อมูลทั่วไป** ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.0 อยู่ในช่วงอายุ 40-44 ปี ร้อยละ 19.6 โดยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 41.6 ปี (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=11.3) สถานภาพสมรสคู่ ร้อยละ 73.0 มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ร้อยละ 37.0 อาชีพส่วนใหญ่ได้แก่ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 77.3 และลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 13.0 มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ประมาณ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 40.4 และมีรายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือน ประมาณ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 38.5

(2) **ข้อมูลการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** พบว่า

- **ประเภทร้านค้าและการมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** พบว่า ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชรฟ์หน่วย ร้อยละ 75.2 รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อและร้านเครื่องดื่ม/ร้านมินิมาร์ท/ผับ เคค บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 7.8 , 3.4 และ 3.1 ตามลำดับ ส่วนการมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่มีใบอนุญาตจำหน่าย ร้อยละ 89.1 โดยพบใบอนุญาตจำหน่ายประเภทที่ 4 มากที่สุด ร้อยละ 65.2

- **ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** พบว่า ส่วนใหญ่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท เบียร์ ร้อยละ 98.8 รองลงมาได้แก่ เหล้าขาว ร้อยละ 84.8 และสปาย/ไวน์คูลเลอร์ ร้อยละ 78.9

- **ข้อมูลการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา** พบว่า มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาแบบไม่จำกัดเวลา ร้อยละ 54.3 และไม่มีการขายในระหว่างเวลา 11.00 น. – 14.00 น. , เวลา 14.00 น. – 17.00 น., เวลา 17.00 น. – 24.00 น. และเวลา 24.00 น. – ก่อนเวลา 11.00 น. ร้อยละ 66.8, 78.6, 61.8 และ 96.0 ตามลำดับ โดยพบว่า มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ผู้ซื้อที่มีอายุน้อยที่สุดในช่วงอายุ 18-24 ปี ร้อยละ 67.1 (อายุต่ำสุด 6 ปี) และมีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ผู้ซื้อที่มีอายุมากที่สุด ในช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 62.1 (อายุสูงสุด 90 ปี) กรณีกลุ่มตัวอย่างที่เคยขายเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ให้กับคนอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (n=188) พบว่า ส่วนใหญ่รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่า จะถูกจับ ร้อยละ 66.0 และผลที่ตามมาพบว่า ส่วนใหญ่ไม่เกิดอะไรขึ้น ร้อยละ 85.6

● **ข้อมูลการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา** พบว่า ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาไม่มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลเอกชนของรัฐและเอกชน และสถานที่ทางราชการต่างๆ

ขณะที่พบว่า มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการเชื้อเพลิงป้มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี , หอพักและสวนสาธารณะของทางราชการ ร้อยละ 0.6 เท่ากัน

● **ข้อมูลรูปแบบการขาย หรือลักษณะการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา** พบว่า เคยมีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้ การลดราคา ร้อยละ 3.1 การแจก/แจก/แถม ร้อยละ 0.9 การลงชิม ลงดื่ม ร้อยละ 1.6 การให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงิน ร้อยละ 27.9 การจับฉลาก/ชิงรางวัล ร้อยละ 1.2 การขายตรง ร้อยละ 8.7 การขายผ่านการเป็นสมาชิก ร้อยละ 0.6 การขายพ่วง ร้อยละ 2.5 การเร่ขาย ร้อยละ 0.3 การให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ ร้อยละ 0.3 และการจูงใจให้ซื้อ/ดื่มด้วยสาวเชียร์เบียร์ เหล้า ร้อยละ 1.6

(3) **ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา** พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่มีโทษต่อสังคมไทยมากกว่าจะมีประโยชน์ ร้อยละ 71.7 และระบุว่า มีโทษและประโยชน์พอกๆกัน ร้อยละ 27.7 และส่วนใหญ่เห็นว่า มีความจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 61.8 และไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 30.4 และไม่จำเป็น ร้อยละ 7.8

(4) **สิ่งที่พบเห็นได้ ณ จุดขาย** พบว่า มีสิ่งที่พบเห็น ณ จุดขาย ดังนี้ ป้ายคำเตือน ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 37.0 ป้ายคำเตือน ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น.และ 17.00 – 24.00 น. ร้อยละ 23.0 ป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ไม่ซื้อน้าขายคนเมา เป็นต้น ร้อยละ 18.3 ป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 13.7 คนที่ชวนให้ดื่ม ร้อยละ 8.4 และการโฆษณาให้ซื้อเครื่องดื่ม ดด/แจก/แจก/แถม ชิงรางวัล ร้อยละ 2.5

(5) **ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** พบว่า

● **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 84.1 ระดับน้อย ร้อยละ 10.6 และระดับปานกลาง ร้อยละ 5.3

(ค่าเฉลี่ย= 8.4 , ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 2.4, ค่ามัธยฐาน= 10, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 10, คะแนนเต็ม 10)

- **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 78.9 ระดับน้อย ร้อยละ 14.5 และระดับมาก ร้อยละ 6.2

(ค่าเฉลี่ย= 2.5, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 0.9, ค่ามัธยฐาน= 3, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 5, คะแนนเต็ม 5)

- **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 75.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 14.9 และระดับน้อย ร้อยละ 9.6

(ค่าเฉลี่ย= 8.3, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 2.4, ค่ามัธยฐาน= 10, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 10, คะแนนเต็ม 10)

- **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 57.7 ระดับปานกลาง ร้อยละ 28.3 และระดับน้อย ร้อยละ 14.0

(ค่าเฉลี่ย= 4.5, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.9, ค่ามัธยฐาน= 6, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6, คะแนนเต็ม 6)

- **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 44.7 ระดับมาก ร้อยละ 42.9 และระดับน้อย ร้อยละ 12.4

(ค่าเฉลี่ย= 3.9, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.5, ค่ามัธยฐาน= 4, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6, คะแนนเต็ม 6)

7.1.3 กลุ่มเจ้าหน้าที่

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้จำหน่ายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 267 ราย พบว่า

(1) **ข้อมูลทั่วไป** ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.6 อยู่ในช่วงอายุ 40-44 ปี ร้อยละ 19.1 โดยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 36.7 ปี (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=9.3) สถานภาพสมรสคู่ ร้อยละ 65.2 มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.6 โดยบทบาทการเป็นเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 65.5 และนายตำรวจชั้นประทวน ร้อยละ 27.0 และมีที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล ร้อยละ 52.4

(2) **ข้อมูลประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการจับกุมกรณีกระทำความผิดระเบียบกฎหมาย** พบว่า

- **ข้อมูลการติดตามข่าวสารต่างๆ** พบว่า ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา มีการติดตามข่าวสารโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ทุกวัน ร้อยละ 48.3 และติดตามเป็นบางสัปดาห์ ร้อยละ 16.5 โดยประเภทของสื่อที่ใช้ติดตามข่าวสารต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ ร้อยละ 89.9 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 59.6 วิทยุ ร้อยละ 27.0 และนิตยสาร/วารสาร ร้อยละ 25.8 ส่วนการพบเห็น หรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อต่างๆ ในรอบวันที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่เคยพบเห็น/ได้ยิน ร้อยละ 59.6 ส่วนการพบเห็น/ได้ยินโฆษณาเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อในรอบวันที่ผ่านมา พบว่า ผ่านสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 40.5 ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) ร้อยละ 20.2 สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ) ร้อยละ 21.0 วิทยุ ร้อยละ 10.9 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 11.6 สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง) ร้อยละ 1.1 ร้านค้า ร้อยละ 36.0 และสื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล่า เบียร์ ไวน์ ร้อยละ 12.0

● **ข้อมูลการพบเห็นการซื้อในสถานที่ต้องห้าม** พบว่า มีการเคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามต่างๆ ดังนี้

- วัด/ศาสนสถานต่างๆ ร้อยละ 7.1 และไม่ได้ดำเนินการใดๆ ร้อยละ 57.9
- โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ ร้อยละ 4.1 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 54.5
- สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี ร้อยละ 10.5 และไม่ได้ดำเนินการใดๆ ร้อยละ 53.6
- สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลเอกชนของรัฐและเอกชน ร้อยละ 2.2 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 66.7
- สถานที่ทางราชการต่างๆ ร้อยละ 4.4 และไม่ได้ดำเนินการใดๆ ร้อยละ 58.3
- หอพัก ร้อยละ 20.6 และไม่ได้ดำเนินการใดๆ ร้อยละ 50.9
- สวนสาธารณะของทางราชการ ร้อยละ 11.6 และไม่ได้ดำเนินการใดๆ ร้อยละ 67.7

● **ข้อมูลการพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้าม** พบว่า มีการเคยพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามต่างๆ ดังนี้

- วัด/ศาสนสถานต่างๆ ร้อยละ 7.9 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 38.1
- โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ ร้อยละ 4.9 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 61.5
- สถานีบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี ร้อยละ 7.9 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 42.9
- สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลเอกชนของรัฐและเอกชน ร้อยละ 3.7 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 60.0
- สถานที่ทางราชการต่างๆ ร้อยละ 6.7 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 50.0
- สวนสาธารณะของทางราชการ ร้อยละ 7.5 และพบว่า ไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 55.0

● **ข้อมูลการพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้าม** พบว่า เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้าม ร้อยละ 38.9 โดยพบในร้านขายของชำ/โชร่วยเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 82.7 รองลงมาได้แก่ ร้านเครื่องดื่ม ร้อยละ 50.9 ร้านอาหาร ร้อยละ 48.1

ฝับ เคค บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 30.8 และร้านมินิมาร์ท/ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 24.0 ส่วนการดำเนินการเมื่อพบเห็น พบว่า ไม่มีการดำเนินการใดๆ ร้อยละ 42.3 ไม่ระบุ ร้อยละ 35.6 และตักเตือน ร้อยละ 19.2

● ข้อมูลการพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เคยพบเห็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 49.4 โดยพบในร้านขายของชำ/โชวห่วยเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 87.9 รองลงมาได้แก่ ร้านเครื่องดื่ม ร้อยละ 52.3 ร้านอาหาร ร้อยละ 27.3 ฝับ เคค บาร์ คาราโอเกะ ร้อยละ 18.9 และร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 17.4 ส่วนการดำเนินการเมื่อพบเห็น พบว่า ไม่ระบุ ร้อยละ 55.3 ไม่มีการดำเนินการใดๆ ร้อยละ 24.2 และตักเตือน ร้อยละ 18.2

● ข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล พบว่า

- ประเด็นข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในร้านอาหาร / ฝับ / เคค / บาร์ / คาราโอเกะ ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า มีการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในร้านอาหาร / ฝับ / เคค / บาร์ / คาราโอเกะทุกครั้งี่ไป ร้อยละ 24.3 และพบเห็นบ่อยๆที่ไป ร้อยละ 12.4 และพบเห็นเกือบทุกครั้งี่ไป ร้อยละ 11.2

- ประเด็นข้อมูลการพบเห็นโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคลในห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้านสะดวกซื้อ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ไม่เคยพบเห็นทุกครั้งี่ไป ร้อยละ 34.8 และเคยพบเห็นนานๆครั้งี่ไป ร้อยละ 9.4 และพบเห็นบ่อยๆที่ไป ร้อยละ 7.1

● ข้อมูลการพบเห็นการส่งเสริมการขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายในรูปแบบการลดราคา ร้อยละ 6.7 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 55.6 รูปแบบการแลก-แจก-แถม ร้อยละ 5.2 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 57.1 รูปแบบการลงชิม ลองดื่ม ร้อยละ 4.5 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 83.3 รูปแบบการให้เครดิตให้เชื่อไว้ก่อน แต่ยังไม่ต้องจ่ายเงิน ร้อยละ 8.2 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 59.1 รูปแบบการจับฉลาก/ชิงรางวัล ร้อยละ 6.4 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 64.8 รูปแบบการขายตรง ร้อยละ 6.0 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 68.8 รูปแบบการขายผ่านการเป็นสมาชิก ร้อยละ 2.6 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 100.0 รูปแบบการขายพ่วง ร้อยละ 3.4 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 77.8 รูปแบบการเช่าขาย ร้อยละ 6.7 และไม่ระบุผลการดำเนินการ ร้อยละ 66.7 และการให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ ร้อยละ 3.7

(3) ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า

● ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามจำหน่าย) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 97.0 และระดับปานกลาง ร้อยละ 3.0

(ค่าเฉลี่ย= 9.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.1, ค่ามัธยฐาน= 10, ค่าต่ำสุด= 6, ค่าสูงสุด= 10, คะแนนเต็ม 10)

● **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (เวลาที่ห้ามจำหน่าย)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 70.8 ระดับมาก ร้อยละ 24.3 และระดับน้อย ร้อยละ 4.9

(ค่าเฉลี่ย= 3.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.1, ค่ามัธยฐาน= 3, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 5, คะแนนเต็ม 5)

● **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (สถานที่ห้ามดื่ม)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 97.4 ระดับปานกลาง ร้อยละ 1.9 และระดับน้อย ร้อยละ 0.7

(ค่าเฉลี่ย= 9.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.4, ค่ามัธยฐาน= 10, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 10, คะแนนเต็ม 10)

● **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (การห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 80.1 ระดับปานกลาง ร้อยละ 13.9 และระดับน้อย ร้อยละ 6.0

(ค่าเฉลี่ย= 5.2, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.6, ค่ามัธยฐาน= 6, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6, คะแนนเต็ม 6)

● **ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบหรือมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (มาตรการทั่วไป)** พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 74.1 ระดับปานกลาง ร้อยละ 22.9 และระดับน้อย ร้อยละ 3.0

(ค่าเฉลี่ย= 4.9, ค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน= 1.3, ค่ามัธยฐาน= 5, ค่าต่ำสุด= 0, ค่าสูงสุด= 6, คะแนนเต็ม 6)

7.2 การอภิปรายผลการศึกษา

ในการอภิปรายผลการศึกษา เพื่อให้สอดคล้องและตอบรับกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ จึงนำเสนอประเด็นการอภิปรายผล จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

7.2.1 สถานการณ์และผลการปฏิบัติบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

จำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

(1) **ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป** จากผลการศึกษา พบว่า ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างเคยมีประสบการณ์ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ร้อยละ 51.1 และสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 31.7 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์และคณะ (2552) ที่ศึกษาการประเมินผลการบังคับใช้มาตรการจำกัดการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประชากรไทยอายุระหว่าง 15 - 60 ปี โดยพบว่า ยังมีการซื้อสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านค้าในสถานบริการน้ำมัน ร้อยละ 0.4 แม้ว่า ร้านค้าในสถานบริการน้ำมันเป็นสถานที่ห้ามจำหน่ายสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจากผลการศึกษาดังกล่าวอาจเป็นเพราะสถานที่ที่เป็นหอพัก ส่วนใหญ่เป็นบ้านแบ่งให้เช่า หรือหอพักเอกชน

ที่มีร้านค้าประเภทร้านขายของชำ/ร้านโชห่วยและร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven เปิดให้บริการอยู่โดยรอบบริเวณ หรือไม่ห่างไกลจากหอพักมากนัก หรือบางแห่งอาจอยู่ในอาณาบริเวณเดียวกับหอพัก ซึ่งกว่าร้อยละ 90.0 ของหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนท์และแมนชั่นที่มีนักศึกษาเช่าพัก จะมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะไม่เกิน 100 เมตร และ 1 ใน 4 ของหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนท์และแมนชั่นที่มีนักศึกษาเช่าพัก จะมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขายอยู่ภายใน (บัณฑิต ศรไพศาลและจุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ, 2552) ขณะที่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่ ได้แก่ กลุ่มคนทำงานที่ต้องเดินทางและแวะมาพักเติมน้ำมัน หรือพักผ่อนอิริยาบถก่อนเดินทางต่อไป ดังนั้นจึงมีการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อกระตุ้น หรือผ่อนคลาย นอกจากนี้ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงบางแห่งที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล หรือใกล้สถาบันการศึกษา ก็จะมีพบนักเรียนและนักศึกษาทั้งหญิงและชายเข้ามาใช้บริการในร้านสะดวกซื้อที่เปิดให้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงกันอย่างคึกคัก ส่งผลทำให้การหาซื้อ หรือการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นไปได้ง่ายขึ้น ส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านที่สะดวกที่สุดในรอบ 3 เดือนผ่านมา พบว่า อยู่ระหว่าง 5 – 10 นาทีเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 36.7 ซึ่งถือว่า มีระยะเวลาของการเข้าถึงนานขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของบัณฑิต ศรไพศาล (2551) ที่ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ภายหลังจากพระราชบัญญัติฯ มีผลบังคับใช้ 7 เดือน โดยพบว่า มีระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านที่สะดวกที่สุดอยู่ระหว่าง 1 – 5 นาทีเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 72.8 ส่วนการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้าม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อและซื้อได้ ร้อยละ 25.9 ซึ่งถือว่า มีร้อยละของการเคยซื้อและซื้อได้เพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาของชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์และคณะ (2552) ซึ่งพบการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้ามเพียงร้อยละ 10.4 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความแตกต่างของแหล่งซื้อ โดยในการศึกษารั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อและซื้อได้ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อจากร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 50.3 ซึ่งช่วงเวลาของการเปิด/ปิดร้านประเภทนี้ มักขึ้นกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นหลัก ขณะที่ผลการศึกษาของชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์และคณะ พบว่า สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อสุรา หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาที่ผิดกฎหมายมากที่สุด ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 21.0 ซึ่งร้านประเภทดังกล่าวเป็นร้านค้าใหญ่ที่ค่อนข้างมีชื่อและมีช่วงเวลาของการเปิด/ปิดร้านชัดเจน ดังนั้นจึงพบผลการศึกษาทั้งสองกรณีแตกต่างกัน และมีประเด็นที่น่าสนใจต่อไปว่า ช่วงเวลาของการเปิด/ปิดร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาที่ผิดกฎหมายหรือไม่ แม้ในงานศึกษาเดียวกันของชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์และคณะ จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่นอกเขตเทศบาลมีโอกาสซื้อสุราในเวลาที่ยกกฎหมายไม่อนุญาตมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล 1.4 เท่า และผลการศึกษาของทักษพล ธรรมรังสี (2549) จะระบุว่า มาตรการจำกัดการเข้าถึงด้านเวลายังไม่มีผลในทางปฏิบัติในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาแล้วก็ตาม แต่ก็ควรพิจารณาหรือหาข้อมูลเชิงวิชาการยืนยันให้ชัดเจนมากขึ้น อันจะมีผลทางปฏิบัติในการออกมาตรการเพื่อควบคุมและจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านเวลาต่อไป ส่วนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้าม ยังพบว่า

มีการดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 2.3 วัด/ศาสนสถาน และสถานเฝ้าระวังการ ร้อยละ 1.9 แต่ถือว่าพบในสัดส่วนน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาของบัณฑิต ศรไพศาล (2551) ที่พบการดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 5.7 วัด/ศาสนสถาน ร้อยละ 3.7 และสถานเฝ้าระวังการ ร้อยละ 4.1 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ได้มีการดำเนินโครงการและกิจกรรมต่างๆ ค่อนข้างมาก อาทิเช่น โครงการเครือข่ายภาคประชาสังคมจังหวัดอุบลราชธานี และภาคีความร่วมมือ “อุบลสร้างสุขพันทุกซ์จากเหล่า” เพื่อผลักดันให้ชาวจังหวัดอุบลราชธานี ลด ละ เลิกการดื่มเหล้า โดยได้มีการกำหนดวันงดดื่มสุรา เช่น “วันพระชาวพุทธควรหยุดเหล้า” และการสนับสนุนให้คนอุบลทั้งจังหวัดร่วมกัน “งดเหล้าเข้าพรรษา ทำความดีถวายในหลวง” และ “หมู่บ้านงดเหล้าเข้าพรรษาถาวร” และการประกาศนโยบาย “วัดเป็นสถานที่ปลอดเหล้า” โดยให้วัดทุกวัดในจังหวัดอุบลราชธานีเป็นสถานที่ปลอดเหล้าอย่างถาวรห้ามขายและห้ามดื่ม ซึ่งในการดำเนินงานโครงการและกิจกรรมของจังหวัดดังกล่าว ได้มีการสนับสนุนและผลักดันอย่างจริงจังจากผู้ว่าราชการจังหวัดอุบลราชธานีคนปัจจุบัน (นายชวน ศิรินันท์พร) ส่วนการเคยพบหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่มีสัดส่วนที่ลดน้อยลงเมื่อเทียบกับผลการติดตามและประเมินพระราชบัญญัติของบัณฑิต ศรไพศาล (2551) แต่มีประเด็นที่น่าสังเกตในสื่อส่วนบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้าหรือเบียร์ ซึ่งพบว่า มีสัดส่วนของการพบเห็นระหว่างสองช่วงเวลาในการประเมินไม่แตกต่างกันมากนัก โดยจากผลการศึกษาในปี 2551 พบเห็นสื่อบุคคลประเภทดังกล่าว ร้อยละ 7.0 ขณะที่ในการศึกษารั้งนี้พบเห็นสื่อบุคคลประเภทเดียวกัน ร้อยละ 6.6 นั้นแสดงว่า มาตรการทางกฎหมายในประเด็นดังกล่าวที่ผ่านมายังไม่เห็นผลแสดงในเชิงปฏิบัติได้อย่างชัดเจนมากนัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสื่อบุคคล ได้แก่ สาวเชียร์เหล้าและเบียร์ในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนรูปแบบและกลวิธีในการทำงานกับสถานบริการบันเทิง หรือร้านอาหารที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นั่นคือ เมื่อบริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สาวเชียร์เหล้า หรือเบียร์ ทำงานในสถานบริการต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาเครื่องดื่มของตนเอง ก็มักจะให้ทำงานช่วยเป็นพนักงานต้อนรับ หรือพนักงานเสิร์ฟ ในร้านควบคู่ไปด้วย ทำให้การมองจากภายนอกจึงเหมือนไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ หรือการโฆษณาโดยตรง แต่สิ่งที่แสดงได้อย่างชัดเจนคือ การแต่งกายซึ่งสาวเชียร์เหล้า หรือเบียร์ในแต่ละยี่ห้อ มักมีสัญลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ในการแต่งกายที่แตกต่างกันและสามารถสื่อถึงยี่ห้อของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นๆได้อย่างชัดเจนและเป็นที่ยึดกันเ็นดวงนักรดื่ม ดังนั้นจากผลการศึกษาทั้งสองช่วงเวลา จึงมีข้อมูลที่สะท้อนตัวเลขไม่แตกต่างกันมากนัก

(2) **ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 75.2 ทั้งนี้อาจเนื่องจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้มีการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างนอกเขตเทศบาลมากกว่าในเขตเทศบาล และพื้นที่นอกเขตเทศบาลดังกล่าว มักเป็นพื้นที่ที่มีร้านประเภทขายของชำ/โชห่วย เป็นส่วนใหญ่อยู่แล้ว ดังนั้นเมื่อมีการสำรวจ จึงพบกลุ่มผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่ไปด้วย แต่ก็สอดคล้องไปกับการศึกษาของชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์และคณะ (2552) ที่พบว่า ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ซื้อที่ร้านขายของชำ

ร้อยละ 71.1 และการศึกษาของภัทรรพ พลพนาธรรม (2550) ที่ระบุว่า ลักษณะร้านค้าที่แสดงถึงความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งซื้อของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มนักศึกษา ได้แก่ ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อและร้านค้าในหอพัก ขณะที่กนิษฐา ไทยกล้าและคณะ (2550) พบว่า สถานที่จำหน่ายที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ร้านขายของชำ ร้านค้าปลีกและร้านสะดวกซื้อ และเมื่อพิจารณาประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่าย พบว่า ส่วนใหญ่ได้แก่ เบียร์และเหล้าขาว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาสถานภาพการบริโภคสุรา พ.ศ. 2550 จากการสำรวจครัวเรือนตัวแทนทั่วประเทศของคณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสารเสพติด ที่พบว่า ประชากรชายไทยและหญิงไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่นิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์และเหล้าขาว (คณะกรรมการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสารเสพติด, 2550) และจากการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวยังพบว่า มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบไม่จำกัดเวลาถึงร้อยละ 54.3 ซึ่งสอดคล้องไปกับข้อมูลลักษณะสถานที่จำหน่าย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเภทร้านขายของชำ/โชห่วย ที่มีรูปแบบการเปิด/ปิดร้านขึ้นกับจำนวนและช่วงเวลาของผู้ซื้อเป็นหลัก ส่วนการขายในช่วงเวลาต้องห้าม พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ขายในช่วงเวลา 14.00 – 17.00 น. ร้อยละ 78.6 ขณะที่ไม่ขายในช่วงเวลา 24.00 – ก่อนเวลา 11.00 น. พบร้อยละ 96.0 จากข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ยังมีการขายในช่วงเวลาต้องห้ามอยู่ โดยเฉพาะในช่วงเวลา 14.00 – 17.00 น. นั้นแสดงถึงมาตรการทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติฯ เกี่ยวกับการจำกัดเวลา ยังไม่ได้มีการปฏิบัติอย่างเข้มงวดและจริงจัง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้จำหน่ายขาดความตระหนักถึงตัวบทกฎหมายและหวังผลกำไรเป็นสำคัญ ส่วนในแง่ของภาคบังคับใช้กฎหมาย นอกจากยังมีการปฏิบัติที่ไม่เคร่งครัดแล้ว ยังอาจขาดบุคลากรในการตรวจจับตลอด 24 ชั่วโมงในทุกๆ จุดจำหน่ายทั่วประเทศ (ชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์และคณะ, 2552) และเมื่อพิจารณาข้อมูลในประเด็นรูปแบบการขาย หรือลักษณะการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่พบมาก ได้แก่ การให้เครดิต โดยให้เชื่อไว้ก่อน แต่ยังไม่ต้องจ่ายเงิน ร้อยละ 27.9 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากแหล่งจำหน่ายในการศึกษารั้วนี้ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชห่วยที่เปิดให้บริการในพื้นที่ และมีความคุ้นเคยกันเป็นอย่างดีกับลูกค้าที่มาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะลูกค้าเหล่านี้ ก็เป็นกลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกันในชุมชน ทำให้มีความไว้วางใจและยอมให้เกิดการใช้เครดิต โดยเชื่อไว้ก่อน แต่ยังไม่ต้องจ่ายเงินได้ ซึ่งรูปแบบดังกล่าวอาจถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าจับตามองมากขึ้นในพื้นที่นอกเขตเทศบาล หรือในพื้นที่ที่มีร้านค้าขายของชำหรือโชห่วย เพราะการมีรูปแบบดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ย่อมเป็นการเปิดโอกาส หรือช่องทางในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายและไม่จำกัดเวลามากขึ้น เนื่องจากผู้ดื่มสามารถใช้เครดิตกับร้านค้าประเภทดังกล่าวได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการอยากดื่ม แม้ผู้ดื่มจะไม่มีความพร้อมในด้านกำลังซื้อ หรืองบประมาณในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็ตาม

(3) **เจ้าหน้าที่** จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเคยพบเห็น/ได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 40.5 ซึ่งจากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่า ถึงแม้จะมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ผ่านมาเกือบ 2 ปี ก็ยังพบว่า มี

การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์อยู่ และการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากๆ โดยเฉพาะผ่านสื่อที่มีอิทธิพลสูง เช่น โทรทัศน์ ทำให้สังคมให้การยอมรับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเป็นผลให้ยอมรับมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยลง (WHO, 1994; อ่างในบัณฑิต ศรไพศาลและคณะ, 2549) เช่นเดียวกับการศึกษาของกษิตินทร์ ไตรทิพย์ (2551) ที่ศึกษาอิทธิพลของสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นตอนต้น ในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ ที่พบว่า สื่อโฆษณาในทีวี มีผลทำให้วัยรุ่นเกิดความต้องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าสื่อประเภทอื่น ร้อยละ 26.4 ขณะที่จากการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเคยพบเห็นการซื้อและการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้าม โดยเฉพาะตามหอพัก สถานบริการเชื้อเพลิง ปั้มน้ำมัน/ร้านค้าบริเวณใกล้เคียงและสวนสาธารณะของทางราชการ ซึ่งหลังจากพบเห็นแล้วส่วนใหญ่มักไม่มีการดำเนินการใดๆ จะมีการว่ากล่าวตักเตือนบ้างเพียงเล็กน้อย ส่วนการเคยพบเห็นการซื้อและการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามอื่น เช่น วัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ และสถานที่ราชการต่างๆ มักเป็นการพบเห็นที่แอบแฝงมากับงานจัดเลี้ยงสังสรรค์เนื่องในวาระโอกาสต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานเลี้ยงส่งหัวหน้าส่วนราชการ งานเกษียณอายุราชการ ฯลฯ และตามสโมสร หรือร้านอาหารในสถานที่ราชการ หรือในงานบุญประจำปีของชุมชน ซึ่งการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกรณีดังกล่าวได้ถูกระบุเป็นข้อยกเว้นไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 อยู่แล้วว่า สามารถกระทำได้ แต่การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในประเด็นดังกล่าว มักเกิดข้อสงสัยในการจำแนกว่า อย่่างไรคือผิดกฎหมาย อย่่างไรคือ ไม่ผิดกฎหมาย เช่น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการ ตามมาตรา 31 ได้ระบุส่วนหนึ่งไว้ว่า “...ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี...” จากข้อความดังกล่าว นิยาม หรือความชัดเจนเกี่ยวกับที่พักส่วนบุคคลมีอย่่างไร กรณีหอพัก บ้านพัก หรืออาคารที่พักที่มีลักษณะคล้ายโรงแรมที่มีอยู่ในบริเวณสถานที่ราชการ ถือว่า เข้าข่ายห้าม หรือยกเว้น งานเลี้ยงตามประเพณี ขอบเขตมากน้อยแค่ไหน ประเพณีของใคร ของประเทศ ของพื้นที่ หรือของหน่วยงาน ที่หากมีใครย้ายเข้า หรือย้ายออก ก็จำเป็นต้องจัดงานเลี้ยงส่ง หรือต้อนรับตามประเพณีที่เคยปฏิบัติต่อกันมา ลักษณะอย่่างนี้ครอบคลุมประเด็นยกเว้นหรือไม่ ซึ่งประเด็นข้อสงสัยเหล่านี้ ควรมีความชัดเจนและสามารถสื่อสารให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและตรงกันมากขึ้น ทั้งผู้ที่ปฏิบัติภายใต้กฎหมาย (ประชาชนทั่วไปและผู้จำหน่าย) และผู้ที่มีหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เจ้าหน้าที่) เพราะจากข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ สะท้อนค่อนข้างชัดเจนว่า ทั้งสองฝ่ายยังคงเข้าใจและรับรู้ข้อมูลในรายละเอียดต่างๆ ไม่ตรงกัน ส่งผลทำให้ยังมีกรณีการฝ่าฝืน หรือละเมิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 อยู่ ขณะที่ผลจากการฝ่าฝืนหรือละเมิดของประชาชน หรือผู้จำหน่าย ก็สร้างความอึดอัดใจให้แก่ผู้ที่มีหน้าที่บังคับใช้กฎหมายในการปฏิบัติตามบทลงโทษที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 สอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า มีการพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 แต่เจ้าหน้าที่

ส่วนใหญ่ก็ไม่มี การดำเนินการใดๆ หรือมีการว่ากล่าวตักเตือนบ้างเพียงเล็กน้อย ดังนั้นหากทั้งสองฝ่ายรับรู้ และเข้าใจข้อกำหนดตรงกันได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ก็จะสามารถคัดกรองกลุ่มคนที่ปฏิบัติตามกฎหมาย ออกได้ส่วนหนึ่ง และหากยังมีกลุ่มบุคคลที่ฝ่าฝืน หรือละเมิดกฎหมายอยู่ ก็แสดงว่า กลุ่มบุคคลเหล่านั้น มีเจตนาอย่างชัดเจนในการฝ่าฝืน หรือละเมิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ซึ่งเจ้าหน้าที่ก็สามารถดำเนินการจับกุม หรือปฏิบัติตามบทลงโทษที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ได้อย่างตรงไปตรงมา

7.2.2 การรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

สามารถจำแนกย่อยตามกลุ่มศึกษา ได้ดังนี้

(1) ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป จากการศึกษาการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นสถานที่ห้ามจำหน่าย พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ใน ระดับมาก แต่ยังมีประเด็นที่ตอบถูกต่ำกว่าร้อยละ 80.0 ได้แก่ การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ สวนสาธารณะของเอกชน สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และหอพัก นั้นแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างยังมีการรับรู้ที่ ผิดว่า สถานที่ดังกล่าว สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยเฉพาะในหอพัก กลุ่มตัวอย่างตอบถูก เพียงร้อยละ 68.7 ซึ่งถือว่าค่อนข้างต่ำ และขณะเดียวกันก็สอดคล้องกับผลการศึกษาคั้งนี้ที่ว่า ร้อยละ 51.1 เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามหอพัก ดังนั้นประเด็นมาตรการดังกล่าว จึงควรถูกนำมาหารูปแบบและวิธีการ ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจได้ถูกต้องมากขึ้น ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นเวลาที่ห้ามจำหน่าย พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนน การรับรู้ในระดับน้อย เพราะจากข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้สะท้อนได้ค่อนข้างชัดเจนว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความ เข้าใจเกี่ยวกับเวลาที่ห้ามจำหน่ายไม่ชัดเจน โดยเฉพาะเวลาที่ห้ามจำหน่ายในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และช่วงเวลา 14.00 – 17.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาต้องห้ามของ การศึกษาคั้งนี้ที่พบร้อยละ 25.9 ดังนั้นประเด็นเวลาที่ห้ามจำหน่าย จึงควรถูกนำไปหารูปแบบและวิธีการ ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจให้ชัดเจนและถูกต้องมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นสถานที่ห้ามดื่ม พบว่า ภาพรวม ส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับมาก แต่มีประเด็นที่ตอบถูกต่ำกว่าร้อยละ 80.0 ได้แก่ การมีมาตรการห้าม จำหน่ายในโรงภาพยนตร์ สวนสาธารณะของเอกชน สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และหอพัก นั้นสะท้อนให้เห็น ว่า กลุ่มตัวอย่างยังคงมีการรับรู้ไม่ชัดเจนเช่นเดียวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย โดยเฉพาะในหอพัก ซึ่งกลุ่ม ตัวอย่างตอบถูกเพียงร้อยละ 70.1 ดังนั้นการรณรงค์และการสื่อสารในประเด็นเหล่านี้ จึงยังจำเป็นต้องเร่งรีบ ดำเนินการให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจได้อย่างถูกต้องมากขึ้น ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นการห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนน การรับรู้ในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ตอบถูกต่ำกว่าร้อยละ 80.0 ได้แก่ การมีมาตรการควบคุมเนื้อหา การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและ

ความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม, การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง, การห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น และการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง ซึ่งมาตรการดังกล่าวถือเป็นมาตรการสำคัญที่หากการรับรู้ของประชาชนมีความเข้าใจที่ไม่ชัดเจนหรือคลาดเคลื่อน อาจเป็นสาเหตุสำคัญที่นำไปสู่การเพิ่มจำนวนนักดื่มหน้าใหม่ เพราะการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวนมากมุ่งตอบสนองความใฝ่ฝันของเยาวชน ได้แก่ ความเป็นชายเสน่ห์ทางเพศ เป็นต้น (บัณฑิต ศรไพศาลและคณะ, 2549) ดังนั้นการรณรงค์และการสื่อสารในประเด็นเหล่านี้จึงยังมีความจำเป็นและควรหารูปแบบวิธีการกระชับเนื้อหาและสรุปข้อความที่สื่อเข้าใจง่ายและเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้มากขึ้น ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นมาตรการทั่วไป พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ตอบถูกต่ำกว่าร้อยละ 80.0 ได้แก่ การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ , การมีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี, การมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา, การมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย ทั้งนี้อาจเนื่องจากเนื้อหาในมาตรการทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง หรือเป็นประเด็นในเชิงข้อกฎหมาย และมีการประชาสัมพันธ์หรือรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ น้อย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างตอบถูกน้อย เนื่องจากไม่ได้รับรู้ข้อมูลและไม่ได้มีการให้ความสำคัญในรายละเอียดของมาตรการทางกฎหมายดังกล่าวมากนัก ดังนั้นหากต้องการให้ประชาชนเข้าใจในประเด็นดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น จึงควรเพิ่มเนื้อหาที่เกี่ยวข้องในเชิงกฎหมายให้ครอบคลุมมากขึ้น

(2) **ผู้จำหน่าย** จากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นสถานที่ห้ามจำหน่าย ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับมาก แต่มีประเด็นที่ตอบถูกต่ำกว่าร้อยละ 80.0 ได้แก่ การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ สวนสาธารณะของเอกชน สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงและหอพัก นั้นแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างยังมีการรับรู้ที่ผิดว่า สถานที่ดังกล่าว สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยเฉพาะในหอพักพบกลุ่มตัวอย่างตอบถูกเพียงร้อยละ 68.3 ซึ่งถือว่าค่อนข้างต่ำ ถึงแม้ว่าการศึกษานี้จะพบการเคยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักเพียงร้อยละ 0.6 ทั้งนี้ อาจเนื่องจากผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ในการศึกษานี้เป็นร้านขายของชำ/โชห่วยที่ส่วนใหญ่กระจายอยู่ตามชุมชนไม่ติดกับสถานศึกษา ทำให้ตัวเลขที่พบมีจำนวนน้อย ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของภัทรภร พลพนาธรรม ที่ระบุว่า 1 ใน 4 ของหอพัก/คอนโด/อพาร์ทเมนท์และแมนชั่นที่มีนักศึกษาเช่าพัก จะมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขายอยู่ภายใน (ภัทรภร พลพนาธรรม, 2550 อ้างใน บัณฑิต ศรไพศาลและจุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ, 2552) ดังนั้นประเด็นข้อกฎหมายเหล่านี้ จึงยังควรต้องถูกนำมาหารูปแบบและวิธีการในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้ผู้จำหน่ายได้รับรู้และเข้าใจให้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุม

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นเวลาที่ห้ามจำหน่าย พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับปานกลาง และในผลการศึกษานี้ก็พบว่า มีการขายโดยไม่จำกัดเวลาถึงร้อยละ 54.3 และเมื่อพิจารณาถึงสาเหตุในกลุ่มที่ขายพร้อยละ 48.6 ระบุว่า รู้ว่า ผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ และไม่รู้ว่าผิดระเบียบ ร้อยละ 26.9 นั้นแสดงว่า ยังมีกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่ายที่สับสนและโดยเฉพาะเวลาที่ห้ามจำหน่ายในช่วง 14.00 – 17.00 น. และช่วง 24.00 – 11.00 น. ขณะที่ผู้จำหน่ายส่วนหนึ่งรู้ว่า ผิด แต่ก็ยังมีการจำหน่ายอยู่ โดยอาศัยช่องว่างของการไม่เคร่งครัดในการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อีกทั้งผู้จำหน่ายขาดความตระหนักถึงตัวบทกฎหมายและหวังผลกำไรเป็นสำคัญ (ชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์และคณะ, 2552) ดังนั้นประเด็นช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย จึงควรถูกนำมาทบทวนมาตรการให้สามารถนำไปสู่ผลในทางปฏิบัติมากยิ่งขึ้น ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นสถานที่ห้ามดื่ม พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับมาก และมีประเด็นที่ตอบถูกต้องกว่าร้อยละ 80.0 ได้แก่ การมีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ สวนสาธารณะของเอกชน สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และหอพัก เช่นเดียวกับประเด็นสถานที่ห้ามจำหน่าย นั้นแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายยังคงมีความเข้าใจที่ผิดเกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย และห้ามดื่ม โดยเฉพาะในหอพัก ดังนั้นการรณรงค์และการสื่อสารในประเด็นเหล่านี้ จึงยังคงมีความจำเป็นและสำคัญในการประชาสัมพันธ์ให้มีความต่อเนื่องต่อไป เพื่อให้ผู้จำหน่ายได้รับรู้และเข้าใจอย่างถูกต้องมากขึ้น

ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นการห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้จำหน่ายจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของตนเองให้มากที่สุด ส่งผลให้มีระดับการรับรู้ที่สูงขึ้นตามไปด้วย ขณะเดียวกันก็พบว่า มีประเด็นที่ตอบถูกต้องกว่าร้อยละ 80.0 ได้แก่ การมีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง, การมีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น, การมีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง, การมีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ ทั้งนี้อาจเนื่องจากมาตรการในประเด็นต่างๆ ดังกล่าว มีรายละเอียดค่อนข้างมาก และที่ผ่านมายังขาดการประชาสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวอย่างเพียงพอ และครอบคลุม ทำให้การรับรู้ของผู้จำหน่ายมีน้อยและอาจมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนได้ ดังนั้นในการรณรงค์และการสื่อสารประเด็นดังกล่าว ก็ยังคงต้องดำเนินการต่อไป โดยหาวิธีการและรูปแบบที่กระชับเนื้อหาและสรุปข้อความที่สื่อสารได้ง่ายและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้จำหน่ายมากขึ้น ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นมาตรการทั่วไป พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับปานกลาง และมีประเด็นที่ตอบถูกต้องกว่าร้อยละ 80.0 ได้แก่ ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี, การมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา, การมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย ทั้งนี้อาจเนื่องจากเนื้อหาในมาตรการทั่วไป ส่วนใหญ่เป็น

ประเด็นที่ใหม่ และจำแนกได้ค่อนข้างยากจากความคุ้นเคยเดิมที่มีอยู่ของผู้จำหน่าย เช่น การห้ามจำหน่ายแก่คนเมา ซึ่งประเมินได้ค่อนข้างลำบากว่า ใครเมาหรือไม่เมา หรือการจำกัดสัดส่วนและซ้ำซ้อนกับอายุที่ห้ามจำหน่าย กับอายุที่ห้ามในข้อกฎหมายอื่น เช่น ห้ามเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปีเข้าไปเที่ยวในสถานบริการ เป็นต้น แม้แต่การห้ามจำหน่ายแบบเร่ขาย ก็เป็นประเด็นที่อาจสร้างความไม่ชัดเจนแก่กลุ่มตัวอย่างได้ เพราะกรณีที่พบเห็นตามรถเข็น ก็มีการเปิดขายแก่กลุ่มผู้ใช้แรงงาน รถรับจ้าง แต่จอดขายเป็นจุดแน่นอน และมีการเคลื่อนที่ไปแหล่งอื่นบ้างในบางโอกาส อย่างนี้ถือเป็นการเร่ขายหรือไม่ ดังนั้นประเด็นมาตรการทั่วไปยังพบว่า มีความจำเป็นต้องการรายละเอียดและความชัดเจนทางข้อกฎหมายอีกมาก ดังนั้นจึงควรมีการทบทวนและยกกรณีจริงที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ มาตีความให้ชัดเจนและครอบคลุม พร้อมคืนข้อมูลกลับสู่ประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติให้ได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนทุกฝ่าย ด้วยวิธีการและรูปแบบนำเสนอที่ง่ายและเข้าถึงได้สะดวกมากขึ้น

(3) เจ้าหน้าที่ จากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นสถานที่ห้ามจำหน่าย และห้ามดื่ม ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับมาก ส่วนประเด็นเวลาที่ห้ามจำหน่าย พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับปานกลาง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มเจ้าหน้าที่ยังมีความเข้าใจสับสนเกี่ยวกับช่วงเวลาในการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับมาตรการทางกฎหมายอื่น เช่น ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ห้ามจำหน่ายในช่วงเวลา 14.00 – 17.00 น. และเวลา 24.00 – 11.00 น. โดยเฉพาะเวลา 24.00 – 11.00 น. จะพบว่า ยังมีสถานบริการ หรือร้านอาหารบางแห่งที่สามารถเปิดให้บริการได้ถึงตีหนึ่ง (01.00 น.) หรือตีสอง (02.00 น.) และสถานที่ดังกล่าว ก็มักมีนักดื่มหรือนักท่องเที่ยวไปใช้บริการกันอย่างคึกคัก จึงค่อนข้างอดัดใจในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการเปิดให้บริการของสถานบันเทิงจนถึงเวลาดังกล่าวถือว่า ยังอยู่ในข้อกฎหมายที่กำหนด หรือข้อยกเว้นในบางกรณีเฉพาะพื้นที่ เช่น เมืองท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้นในการปฏิบัติหน้าที่ของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพบเห็นการฝ่าฝืน หรือละเมิดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาดังกล่าว จึงมักเป็นการปฏิบัติงานด้วยความอะลุ่มอล่วยมากกว่าการเข้มงวดและเคร่งครัดตามบทลงโทษที่มี ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นการห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีคะแนนการรับรู้ในระดับมาก และตอบถูกร้อยละ 80.0 ขึ้นไปทุกประเด็น นั้นแสดงว่า เจ้าหน้าที่มีการรับรู้เกี่ยวกับประเด็นการห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขาย เป็นอย่างดี และครอบคลุมทุกประเด็น ส่วนการรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเด็นมาตรการทั่วไป พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่ มีคะแนนการรับรู้ในระดับมาก และมีประเด็นที่ตอบถูกต่ำกว่าร้อยละ 80.0 ได้แก่ ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี และอายุต่ำกว่า 20 ปี โดยเฉพาะการมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา ซึ่งส่วนใหญ่ยังมองว่า เป็นการปฏิบัติที่ค่อนข้างยาก เพราะหากจะดำเนินการได้ แสดงว่า เจ้าหน้าที่จะต้องไปเฝ้าสังเกต หรือต้องเฝ้าตรวจจับร้านค้า หรือสถานที่ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า มีการจำหน่ายแก่คนเมาหรือไม่ ทั้งนี้ยังไม่รวมถึงนิยาม หรือ

อาการแสดงที่ระบุว่า เมานั้น มีขอบเขตมากขึ้นแค่นั้น เพราะสภาพอาการที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มขึ้นอยู่กับปัจจัยและสภาพแวดล้อมต่างๆที่แตกต่างกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์และคณะ (2552) ที่ระบุว่า การบังคับใช้กฎหมายในมาตรการจำกัดเวลาขึ้นนอกจากยังมีการปฏิบัติที่ไม่เคร่งครัดแล้วยังอาจขาดบุคลากรในการตรวจจับตลอด 24 ชั่วโมงในทุกๆจุดจำหน่ายทั่วประเทศ ดังนั้นหากต้องการให้การบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีประสิทธิภาพและมีผลในทางปฏิบัติจริง ประเด็นมาตรการต่างๆในการรับรู้ของเจ้าหน้าที่ที่ยังสับสนและไม่ชัดเจนข้างต้น ควรถูกนำมาพิจารณาและกำหนดรายละเอียด และวิธีการสื่อสารและให้ข้อมูลแก่เจ้าหน้าที่ในประเด็นต่างๆให้ถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

7.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานวิจัยและผลของการวิจัย โดยจำแนกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

7.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาดังนี้

(1) ประเด็นสถานการณ์และผลการปฏิบัติบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ยังพบเห็นว่า มีการฝ่าฝืนและละเมิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 อยู่ทั้งในกลุ่มประชาชนทั่วไปและผู้จำหน่าย และผลการบังคับใช้กฎหมายโดยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ พบว่า ยังเป็นไปด้วยความอะลุ่มอลวย และไม่เคร่งครัดเท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อให้มาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมได้ชัดเจนมากขึ้น บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับต่างๆ ควรมีการประชุมหารือ เพื่อพิจารณาและทบทวนรายละเอียดของเนื้อหาของมาตรการต่างๆให้ประชาชนทั่วไป ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงเจ้าหน้าที่ผู้บังคับใช้กฎหมาย ได้เข้าใจสาระของข้อกฎหมายอย่างชัดเจนและตรงกันมากขึ้น เพราะจากผลการศึกษาสะท้อนว่า ประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในประเด็นต่างๆของกฎหมายตามพระราชบัญญัติแตกต่างกัน ทำให้การบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่เป็นไปด้วยความยากลำบาก เมื่อถูกผู้ฝ่าฝืน หรือละเมิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติ กล่าวอ้างว่า ไม่ทราบข้อกฎหมายของมาตรการต่างๆ โดยรูปแบบและวิธีการ อาจใช้โครงสร้างที่มีอยู่ในระดับจังหวัดเป็นแกนในการขับเคลื่อน มีคณะทำงานในการตีความข้อกฎหมายให้เป็นรูปธรรมและสอดคล้องไปกับบริบทที่เป็นอยู่ของพื้นที่ จากนั้นควรมีการประชุมพิจารณาและรับฟังเสียงสะท้อนจากตัวแทนผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาคประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติในพื้นที่ว่า มีความชัดเจนและมีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติมากน้อยเพียงใด และนำข้อคิดเห็นมาปรับเปลี่ยนเพิ่มเติม พร้อมกำหนดออกมาเป็นเอกสารประกอบเพื่อชี้แจงและดำเนินการประชาสัมพันธ์ต่อไป

(2) การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับมาตรการตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ยังมีความจำเป็นต้องดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง และควรมีการจัดระดับการประชาสัมพันธ์ตามความมุ่งเน้นที่แตกต่างกันดังนี้

2.1) การประชาสัมพันธ์ในระดับประเทศ ควรเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของภาครัฐที่มีอยู่ โดยเฉพาะโทรทัศน์ และควรมีเจ้าภาพในการเป็นผู้รับผิดชอบการผลิตสื่ออย่างชัดเจน ส่วนเนื้อหาควรเป็นเกี่ยวกับมาตรการสำคัญๆต่างๆ ได้แก่ สถานที่ห้ามจำหน่ายและห้ามดื่ม ช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย เป็นต้น

2.2) การประชาสัมพันธ์ในระดับจังหวัด ควรเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของจังหวัดที่สร้างขึ้น โดยมีเนื้อหาสาระที่มุ่งเน้นรายละเอียดของมาตรการต่างๆมากขึ้น หรือจำเพาะในพื้นที่มากขึ้น นั่นก็คือ นำเอาผลที่ได้จากข้อเสนอแนะข้อที่ 1 มาเป็นเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ต่อไป และควรเป็นช่องทางของสื่อให้มากและครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัด เช่น โทรทัศน์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เว็บไซต์ ป้ายประชาสัมพันธ์ และเสียงตามสายในชุมชน เป็นต้น

(3) การพัฒนาสื่อบุคคลขึ้นในระดับจังหวัด เช่น การอบรมพระสงฆ์ ผู้นำชุมชน อสม. แกนนำร้านค้า ครูและเจ้าหน้าที่ทุกสังกัดเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เพื่อนำไปขยายผลแก่กลุ่มเป้าหมายอื่นต่อไป

(4) เพื่อให้การรับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ขยายผลและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ผู้ที่เกี่ยวข้องทางการศึกษาอาจต้องพิจารณาถึงความจำเป็นในการผลักดันมาตรการต่างๆให้เข้าไปอยู่เป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งในการจัดการเรียนการสอนในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า

7.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

(1) จากการศึกษาครั้งนี้ ไม่ได้มุ่งเน้นการแสวงหาแนวทางในการใช้มาตรการทางกฎหมายอย่างครอบคลุม ดังนั้นหากจะมีการศึกษาในประเด็นนี้ในอนาคต ควรมีการศึกษาถึงแนวทางการนำมาตรการทางกฎหมายแต่ละข้อไปใช้ในทางปฏิบัติว่า มีปัญหาและข้อจำกัดอะไรบ้างในการบังคับใช้ โดยเฉพาะในกลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นข้อมูลสะท้อนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในระดับนโยบายได้นำไปพิจารณาและตัดสินใจต่อไป

(2) มาตรการต่างๆในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 นี้ ยังมีความจำเป็นต้องการองค์ความรู้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบและวิธีการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือรณรงค์ให้ประชาชน ผู้จำหน่ายและเจ้าหน้าที่ได้รับรู้อย่างถูกต้องและครอบคลุม ดังนั้นจึงควรมีการทำวิจัยโดยจำแนกออกเป็นแต่ละมาตรการโดยเฉพาะ เช่น การศึกษามาตรการด้านสถานที่ห้ามจำหน่าย การศึกษามาตรการด้านจำกัดเวลาซื้อ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ชัดเจนและครอบคลุมในประเด็นมาตรการนั้นๆ อันจะนำไปสู่การเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมสรรพสามิต. (2546). **รายงานประจำปี กรมสรรพสามิต**. กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง.
- _____. (2547). **ประเภทใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2551 ใน <http://www.excise.go.th/stat2b5/rev0207.htm> accessed 21-7-2547
- กนิษฐา ไทยกกล้า, สุโข เสมมหาศักดิ์และอภิรักษ์ อร่ามรัตน์. (2550). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่จำหน่ายและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภค**. เอกสารประชุมวิชาการสูรระดับชาติ ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.).
- กษิตินทร์ ไตรทิพย์. (2551). **อิทธิพลของสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นตอนต้น ในอำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ**. **วารสารชัยภูมิเวชสาร**, 29 (2).
- คณะกรรมการการบริหารเครือข่ายองค์กรวิชาการสารเสพติด. (2551). **สถานภาพการบริโภคสุรา พ.ศ. 2550 จากการสำรวจครัวเรือนทั่วประเทศ**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ชนิดา เลิศพิทักษ์พงศ์และคณะ.(255/). **การประเมินผลการบังคับใช้มาตรการจำกัดการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**. **วารสารวิชาการสาธารณสุข**, 18(4).
- ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศาสตร์. (2531). **การร่างกฎหมาย**. **วารสารกฎหมายปกครอง**. ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2531.
- เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล และ วรณา บุญศรีเมือง. (2548). **การทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรการป้องกันแก้ไขเพื่อลดผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.), กรมสุขภาพจิต สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.).
- ณัฐริกา วายุภาพ. (2536). **การศึกษาการบังคับใช้กฎหมายควบคุมการทิ้งมูลฝอยจากชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทักษพล ธรรมรังสี. (2549). **ทำไมคนไทยถึงขี้เมา**. **วารสารวิชาการสาธารณสุข**, 15(1).
- บัณฑิต ศรีไพศาลและคณะ. (2549). **ทำไมต้องควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง**. เอกสารวิชาการประกอบการพิจารณากำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.).
- บัณฑิต ศรีไพศาลและคณะ. (2551). **รายงานสถานการณ์สุรา ประจำปี พ.ศ. 2551**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.).

- บัณฑิต ศรีไพศาลและจุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ. (2552). **เหตุผล ความจำเป็นและข้อเสนอเชิงนโยบาย ประกอบการพิจารณา มาตรการควบคุมการห้ามจำหน่ายเหล้าปั่นและร้านขายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา.** (เอกสารประกอบ) : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.).
- ประเสริฐ สุขสบาย. (2542). **ทัศนะของผู้บังคับใช้กฎหมายต่อปัญหาการบังคับใช้กฎหมายด้าน สวัสดิการสังคม.** สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โกติน พลกุล. (2531). **เอกสารเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญไทย : LA 203 = Documents on Thai constitution.** กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภัทรพร พลพนาธรรม. (2552). **การกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรอบ มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- มาณี ไชยธีรานูวัฒน์ศิริ. (2550). **พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย.** นครปฐม : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ยงยุทธ ขจรธรรม และคณะ. (2547). **ประสิทธิผลของนโยบายและมาตรการการควบคุมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย.** กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- ยงยุทธ ขจรธรรม. (2547). **การลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. หมอชาวบ้าน.** 26, 307 (พ.ย. 47).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2535). **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.** กรุงเทพมหานคร : อักษรเจริญทัศน์.
- วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์. (2535). **สิทธิผู้ป่วย.** กรุงเทพมหานคร : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- วิชณุ เครื่องาม. (2530). **กฎหมายธรรมนูญ.** กรุงเทพมหานคร : แสงสุทธิการพิมพ์.
- สาวิตรี อัจฉนางค์กรชัย. (2548). **สถานการณ์ด้านอุปสงค์ระดับมหภาคของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใน เอกสารการประชุมวิชาการสูาระดับชาติ ครั้งที่ 1.** กรุงเทพมหานคร : สำนักงาน คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด.
- สุรชาติ ณ หนองคาย. (2546). **กลยุทธ์การอยู่รอดในทุกสถานการณ์.** กรุงเทพมหานคร : เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- _____. (2547). **การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาองค์การให้เป็น องค์การแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ. วารสารดำรงราชานุภาพ.** 26, (ม.ค. – มี.ค. 51), 28-43.
- เสกสรรค์ วิทย์ปรีชากุล. (2551). **พฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความคิดเห็นต่อ มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (ม.ป.ป.). **ห้องสมุดกฎหมาย.** สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2551 ใน <http://www.krisdika.go.th>
- หยุด แสงอุทัย. (2538). **หลักรัฐธรรมนูญทั่วไป.** กรุงเทพมหานคร : วิญญูชน.
- อมร จันทรสมนบูรณ์. (2533). **นิติศาสตร์หลงทางหรือ?. วารสารกฎหมายปกครอง.** 9, 1 (เม.ย. 33).

- Babor T, Caetano R, Casswell S, et al. (2003). **Alcohol: no ordinary commodity, research and public policy**. Oxford Medical Publications.
- Chet Ratchadapunnathikul (2002). **The perceptions of job security of employees in the electronics industry in Bangkok**. Bangkok : Mahidol University.
- European Transport Safety Council. (1999). **Safety of pedestrians and Cyclists in Urban Areas**. Brussels : European Transport Safety Council.
- International Center for Alcohol Policies. (2005). **International Center for Alcohol Policies: The First Ten Years**. Washington, DC: International Center for Alcohol Policies.
- Institute of Alcohol Studies. (2005). **Women and Alcohol**. Fact sheet. Available online at <http://www.ias.org.uk>. Accessed July 2005.
- NLLEA National Training Academy. (2007). **Chester**. WV. JUNE 3 – 8.
- Steers, R.M. (1977). **Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment**. Administrative Science Quarterly. 22 (March 1977): 46-56.
- World Health Organization. (1981). **Global Strategy for Health for All by the Year 2000. Health for All**. Series No.30. Geneva : WHO.
- _____. (2002). **The World health report : Reducing risks, promoting healthy life**. Geneva : WHO.
- _____. (2008). การสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยสืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2551 ใน <http://www.who.int/whosis/alcoholapcdataprocess.cfm>.

ภาคผนวก

- แบบสอบถามกลุ่มประชาชนอายุ 11 ปีขึ้นไป
- แบบสอบถามกลุ่มผู้จำหน่าย
- แบบสอบถามกลุ่มเจ้าหน้าที่