

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์  
การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมาย  
ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551  
ในเขตจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี

โดย  
ดร.เชษฐ รัชดาพรรณธากุล  
รศ.ชอุษา รุ่งปัจฉิม

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุน  
การสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กรมสุขภาพจิต  
สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข  
และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา  
พ.ศ.2552  
ลิขสิทธิ์ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

จากสถานการณ์การดื่มน้ำและการจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในสังคมไทย ทั้งๆ ที่การดื่มน้ำเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์นั้น จะนำมาซึ่งปัญหาต่างๆ ทั้งปวง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านสุขภาพ สังคมและเศรษฐกิจ รัฐบาลไทยตระหนักในปัญหาดังกล่าวจึงได้ผลักดันให้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และในพระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้มีการกำหนดมาตรการสำคัญต่างๆ ไว้ทั้งการดื่มน้ำ การจำหน่าย การโฆษณา เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเป้าหมายที่การลดนักดื่มน้ำใหม่ การลดปริมาณการบริโภคโดยรวม และการลดผลกระทบ ซึ่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้มีผลการบังคับใช้มาในระยะเวลาหนึ่งแล้ว ดังนั้นเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบจากมาตรการสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงได้ศึกษาเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติดังกล่าวของประชาชนผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และเจ้าหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวข้องและปฏิบัติตามกฎหมายเพียงใด เพื่อจะได้ทราบผลในการปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลของการศึกษานี้จะนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาราชาของประเทศไทยในอนาคตต่อไป

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ภูมิภาค ๆ ละ 3 จังหวัด โดยเป็นจังหวัดนำร่องที่กรมควบคุมโรคและเครือข่ายคณาจารย์ดำเนินโครงการพัฒนาความเข้มแข็งของการบังคับใช้กฎหมายไว้ภูมิภาคละ 2 จังหวัด และเป็นจังหวัดที่ไม่มีโครงการดังกล่าว 1 จังหวัด เพื่อเป็นจังหวัดควบคุม สำหรับการวิจัยนี้เป็นผลการศึกษาเฉพาะในพื้นที่ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 7,011 คน ได้แก่

1. ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปในแต่ละครัวเรือนที่อยู่ ณ วันที่มีการสำรวจ ซึ่งเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการศึกษาครั้งนี้ถือว่าเป็นผู้บริโภคซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายขั้น (Stratified Multi-stage Sampling) จากอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน และครัวเรือน ได้จำนวนตัวอย่างผู้บริโภค 6,438 คน
2. ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่ในชุมชนเดียวกันกับประชาชนผู้บริโภคในรัศมีระยะ 500 เมตร ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง จากกลุ่มเป้าหมายที่พบในวันเวลาที่เก็บข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค ได้จำนวนตัวอย่างผู้จำหน่าย 362 คน

3. เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อ การควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุรา ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่งานสรรพาสาமிต และตำรวจ ที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงจาก กลุ่มเป้าหมาย ได้จำนวนตัวอย่างเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย 211 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุราพัฒนาขึ้น การเก็บ รวบรวมข้อมูลใช้พนักงานสัมภาษณ์ที่ผ่านการฝึกอบรมให้เข้าใจแบบสอบถามมาแล้ว นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้เดินทางไปติดตามและนิเทศงานตลอดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระยะเวลาในการ เก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมีนาคม-กลางเดือนมิถุนายน 2552

การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการ วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิง พรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และใช้การ วิเคราะห์ตารางไขว้ นำเสนอข้อมูลโดยใช้การบรรยายประกอบตาราง

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. สถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากแต่ละกลุ่มเป้าหมาย พบว่า

### ● ผู้บริโภค

1. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อกล่าวถึง “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ผู้บริโภคมักนึกถึงสุรา ร้อยละ 29.42 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 29.02 และเบียร์ ร้อยละ 25.29 ผู้บริโภคที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในระยะ 30 วันก่อนการสำรวจคิด เป็นร้อยละ 61.26 และในการดื่มในระยะ 30 วันดังกล่าวนั้นเป็นการดื่ม 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 32.01 สำหรับเหตุผลของผู้บริโภคที่เคยดื่มแต่ไม่ยอมซื้อหรือไม่อยากดื่ม เนื่องจากไม่สบาย (เป็น ไข้/ปวดหัว/ตัวร้อน) ร้อยละ 14.16 รองลงมาร้อยละ 13.00 คนในครอบครัวห้ามดื่ม

2. การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคร้อยละ 38.17 เคยซื้อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา ทั้งนี้ในกลุ่มผู้บริโภคร้อยละ 38.17 เคยซื้อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองและซื้อได้ระหว่าง 1-4 ครั้งต่อเดือน และผู้บริโภคร้อยละ 46.10 มีความสะดวกสามารถเดินไปซื้อได้ สำหรับสถานที่ห้ามจำหน่ายแต่ผู้บริโภคเคยซื้อได้ในสถานที่ ห้ามจำหน่าย ได้แก่ หอพัก สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และสวนสาธารณะของทางราชการ

ส่วนคนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. (ซึ่งเป็น เวลาห้ามจำหน่าย) ผู้บริโภคร้อยละ 72.09 ยังซื้อได้ในเวลาดังกล่าว โดยซื้อได้จากร้านขายของชำ/ โชห่วย ราคาที่ซื้อได้ถูกสุดส่วนใหญ่ร้อยละ 42 เป็นราคาที่ไม่เกิน 50 บาท โดยซื้อเป็นขวดกลม

มากที่สุด นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 38.68 ที่เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 33.49 สามารถขับรถ/ขี่รถ หรือเดินไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มได้สะดวก และใช้เวลาไม่ถึง 30 นาที

3. สถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 89.78 ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม ซึ่งได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ทางราชการต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่างๆ และสวนสาธารณะของทางราชการ อย่างไรก็ตามพบว่ามีผู้บริโภคประมาณร้อยละ 1 ที่มีการดื่มอยู่ในสถานที่ห้ามดื่มดังกล่าว

#### ● ผู้จำหน่าย

พฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 74.31 ส่วนใหญ่ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ 4 และประเภทที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 60.26 และ 33.97 ตามลำดับ ร้านค้าเหล่านี้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำพวกเบียร์มากที่สุด รองลงมาคือ เหล้าขาว สุราไทย และสเปย์/ไวน์คูลเลอร์ ตามลำดับ ร้านค้าผู้จำหน่ายที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 14.00-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 42.86 เนื่องจากไม่รู้ว่าผิดระเบียบ และผลที่ตามมาจากการจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณร้อยละ 30 ให้เหตุผลของการขายให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับรวมทั้งผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น

ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ไม่ได้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย แต่ที่พบว่าสถานที่ที่มีการละเมิดสูงสุดก็คือ หอพัก เพราะไม่รู้ว่าผิดระเบียบ และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายร้อยละ 53.87 จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุดน้อยกว่า 25 บาท โดยส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ ประเภท กระป๋อง และเป็ก ตามลำดับ ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ใช้รูปแบบของการส่งเสริมการขายด้วยการให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงินมากที่สุด

#### ● เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย

1. การพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี ร้อยละ 57.58 และ 77.78 ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. ในขณะที่ในจังหวัดนครปฐมร้อยละ 52.44 เคยพบเห็น โดยพบเห็นมากที่สุดในร้านขายของชำ/โชห่วย รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ผับ/เชค/บาร์/คาราโอเกะ และร้านมินิมาร์ท ตามลำดับ

ในการดำเนินการของเจ้าพนักงานเมื่อพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. พบว่าร้อยละ 20 ไม่ได้ดำเนินการเพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้อยู่ในหน้าที่ ไม่พบตำรวจ นอกเวลาราชการ ไม่อยากมีเรื่อง เกรงใจ

2. การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล ในร้านอาหาร/ผับ/เชค/บาร์/คาราโอเกะ มีเพียงร้อยละ 13.74 กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบเห็นนานๆ ครั้งๆ ไป

3. การพบเห็นพฤติกรรมการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายกว่าร้อยละ 84 ขึ้นไป ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐ และเอกชน สถานที่ราชการต่างๆ หอพัก สวนสาธารณะของทางราชการ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 27.01 ซึ่งพบเห็นมากที่สุดที่ร้านขายของชำ/โชห่วย และที่ร้านอาหาร ทั้งนี้ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายใช้วิธีการตักเตือน ร้อยละ 62.07 นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการลดราคา จับสลาก/ชิงรางวัล และการแจก-แจก-แถม ซึ่งก็ได้ดำเนินการตักเตือนเป็นส่วนใหญ่

## 2. การรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

### ● ผู้บริโภค

1. การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 60 เคยพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพบเห็นหรือได้ยินผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) และสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)

2. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีมาตรการเกี่ยวกับการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท มีการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง และปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่มีผู้บริโภคประมาณ 1 ใน 3 ที่ไม่รู้เกี่ยวกับมาตรการเรื่องเวลาจำหน่าย เช่นเดียวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่ และมีผู้บริโภคประมาณ 1 ใน 4 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ในบางสถานที่ เช่น ในโรงภาพยนตร์ ในสวนสาธารณะของเอกชน ในหอพัก และในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น

3. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในภาพรวม พบว่าผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท และมีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 62-76) ขณะที่สัดส่วนของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมาก มีเพียงร้อยละ 50 ส่วนผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลบางประเภทในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมากเพียงร้อยละ 22-33 เท่านั้น

#### ● ผู้จำหน่าย

1. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้จำหน่ายร้อยละ 92 รับรู้ว่ามีมาตรการเกี่ยวกับการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่ แต่ผู้จำหน่ายร้อยละ 40 ไม่รู้ว่าเวลา 14.00-17.00 น. และ เวลา 24.00-11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เช่นเดียวกับการส่งเสริมการขายที่ผู้จำหน่ายประมาณ 1 ใน 3 ที่ไม่รู้ว่า มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง มาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น และมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเครื่องขายอัตโนมัติ

2. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในภาพรวม พบว่าผู้จำหน่ายประมาณร้อยละ 65 มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท อยู่ในระดับมาก ขณะที่สัดส่วนของผู้จำหน่ายประมาณครึ่งหนึ่งที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผู้จำหน่ายมีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมากมีเพียง 1 ใน 3 เท่านั้น

#### ● เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย

1. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายของจังหวัดนครปฐมและจังหวัดสิงห์บุรี ประมาณร้อยละ 20 ที่ไม่รู้ว่า มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 14.00-17.00 น. และประมาณร้อยละ 17 ที่ไม่รู้ว่า มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายของทั้ง 3 จังหวัด ที่ตอบไม่รู้ว่า มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของเอกชนร้อยละ 11 และในประเด็นที่มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของ

เอกชน มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก และมาตรการห้ามดื่มในโรงพยาบาลนคร มีผู้ตอบว่าไม่รู้เป็นร้อยละ 18-27 ส่วนในมาตรการควบคุมเนื้อหาคาสิโนหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายรับรู้ว่ามีมาตรการดังกล่าวร้อยละ 80.95 สำหรับมาตรการเพื่อควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 57 ระบุว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

2. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 88-91) สำหรับความรู้เกี่ยวกับมาตรการการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมาก มีเพียงร้อยละ 70 เท่านั้น นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเวลาในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมากประมาณครึ่งหนึ่งเท่านั้น

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้างต้นนำมาสู่ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในการควบคุมป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทย

#### ● กรณีผู้บริโภค

การกำหนดนโยบายสำหรับผู้บริโภคควรต้องคำนึงถึงสถานะและบทบาทของผู้บริโภคในปัญหาที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ผู้บริโภคดำรงสถานะและบทบาทอยู่ในด้านอุปสงค์หรือความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นนโยบายมาตรการที่จะใช้กับผู้บริโภคจะต้องมุ่งไปในเรื่องของการลดอุปสงค์เป็นสำคัญ ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การสร้างชุมชนปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรณรงค์และมุ่งส่งเสริมแนวคิด Alcohol-Free Zone ให้เกิดขึ้นในแต่ละชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนจัดตั้งกลไกในการป้องกันสมาชิกของชุมชนในการหาซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีกลไกการเฝ้าระวังสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง ตลอดจนงดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกกิจกรรมที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการในข้อที่ 1 โดยกำหนดให้ชุมชนมีส่วนในการให้ความเห็นเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตแก่ร้านค้าจำหน่ายหรือให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณใกล้เคียง ทั้งนี้ในลักษณะของประชาพิจารณ์ เพื่อให้ชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจในการจัดตั้งสถานบริการหรือร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผู้เกี่ยวข้องจะต้องนำความเห็นของชุมชนประกอบการพิจารณา

3. การสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการต่อสู้กับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยต้องมีการพัฒนาผู้นำชุมชน (หรือคณะกรรมการชุมชน) ให้มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับปัญหาและโทษที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนประโยชน์ที่จะได้จากการลดปัญหาดังกล่าวในชุมชน โดยชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสมาชิกในชุมชน ในครอบครัว และในชุมชนส่วนรวม

4. การสร้างเครือข่ายผู้นำและชุมชนในการแก้ปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เน้นการทำงานและเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในภาพรวมในการต่อสู้กับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทั้งนี้ นโยบายมาตรการดังกล่าว รัฐต้องให้การสนับสนุนในทุกมิติของความต้องการจำเป็นของชุมชน และจะต้องดำเนินการอย่างจริงจังต่อเนื่องในระยะยาว

#### ● กรณีผู้จำหน่าย

ผู้จำหน่ายมีสถานภาพและบทบาทอยู่ในฝ่ายของอุปทาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดหาจัดจำหน่าย และให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีกฎระเบียบต่างๆ ที่ออกมาเพื่อการควบคุมอุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น ดังนั้น นโยบายมาตรการที่จะใช้กับผู้จำหน่ายจะต้องมุ่งไปในเรื่องของการลดอุปทานเป็นสำคัญ รวมทั้งมาตรการที่เกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมาย ดังนั้น นโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการจำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎระเบียบที่เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย/ให้บริการ ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย/ให้บริการ บุคคลที่ห้ามจำหน่าย/ให้บริการ การส่งเสริมการขายที่ไม่ได้รับอนุญาต ทั้งนี้เพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้จำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. การควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐต้องมีมาตรการในการควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดรัดกุม และมุ่งปกป้องคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคเป็นหลัก หลักการสำคัญคือ การปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการออกใบอนุญาตที่ลดความสะดวกของผู้ขอ เพิ่มความสำคัญของผู้ได้รับผลกระทบ (การทำประชาพิจารณ์จากชุมชน) การเพิ่มเงื่อนไขการออกใบอนุญาต การเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาต เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อควบคุมจำนวนร้านค้าและสถานบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนมุ่งลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. การเพิ่มมาตรการบังคับใช้กฎหมาย โดยการตั้งหน่วยเฉพาะกิจของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการออกตรวจตราตามสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม ร้านค้าและสถานบริการต่างๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดกฎระเบียบต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ที่พบว่ามีการละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ เช่น หอพัก สถานบริการน้ำมัน สวนสาธารณะ เป็นต้น



4. การเพิ่มบทลงโทษเมื่อมีการกระทำผิดกฎหมาย ทั้งนี้เพื่อให้เห็นความสำคัญของกฎหมายที่มีการบังคับใช้ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการละเมิดข้อกำหนดต่างๆ ในกฎหมาย

5. นโยบายมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิง (Total Ban) การโฆษณาทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะโทรทัศน์และป้ายโฆษณาในบริเวณต่างๆ ยังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคพบเห็นได้ตลอดเวลาและมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐควรพิจารณาที่จะห้ามไม่ให้มีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิง เพื่อลดปัญหาการบิดเบือนข้อมูลกฎหมายควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ

ปัจจัยสำคัญในด้านนโยบายมาตรการสำหรับผู้จำหน่ายก็คือ ประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นชัดเจนว่า การละเมิดข้อกำหนดของกฎหมายส่วนใหญ่เกิดจากการที่ผู้กระทำผิดไม่ได้รับการลงโทษแต่อย่างใด รวมทั้งกรณีของการโฆษณา หากรัฐไม่ใช้นโยบายห้ามโฆษณาอย่างสิ้นเชิง ปัญหาการบิดเบือน การตีความข้อกำหนด และการอาศัยช่องว่างของกฎหมายควบคุมการโฆษณายังคงมีต่อไป

- **กรณีเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีสถานภาพและบทบาทในฝ่ายรัฐ ที่จะต้องกำกับดูแล ควบคุมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นนโยบายมาตรการในส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายต้องมุ่งเน้นการพัฒนากลไกภาครัฐให้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี่จึงได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการจำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้เนื่องจากพบว่ามีเจ้าหน้าที่บางส่วนที่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ทั้งในกรณีของสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย บุคคลที่ห้ามจำหน่าย การโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น โดยจะต้องจัดอบรมให้ความรู้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

2. การกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย ปัญหาสำคัญที่พบจากงานวิจัยคือมีการพบเห็นการละเมิดข้อกำหนดของกฎหมาย แต่ไม่มีการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด เนื่องจากเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายไม่มีอำนาจในการจับกุม เป็นต้น ดังนั้นรัฐอาจจำเป็นต้องมีการทบทวนบทบาทและอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใหม่ เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างเต็มที่

3. นโยบายมาตรการในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยอาจกำหนดให้มีรางวัลหรือ โบนัสสำหรับการทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแบ่งรางวัลจากเงินค่าปรับกรณีจับกุมการละเมิดกฎหมายและมีการเปรียบเทียบปรับ เป็นต้น

ประเด็นสำคัญในนโยบายและมาตรการส่วนนี้ก็คือ การให้ความรู้ การให้อำนาจหน้าที่ และการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่จะมีส่วนช่วยให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต**

1. ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยในเรื่องของการบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อหาแนวทางในการบังคับใช้กฎหมายให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยอาจกำหนดให้มีการวิจัยในแต่ละประเด็นของข้อกำหนดในกฎหมาย

2. ส่งเสริมการวิจัยด้านพฤติกรรมการณ์เครื่องดืมแอลกอฮอล์ของกลุ่มเสี่ยงต่างๆ ในเชิงลึก เช่น เยาวชน ผู้ใช้แรงงาน เพื่อสร้างแนวทางและมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกัน คุ้มครอง และลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มบุคคลดังกล่าว

3. ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยเพื่อประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการปรับปรุงนโยบายและมาตรการต่างๆ ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

## **Executive Summary**

The situation of alcohol consumption and alcohol selling is now very serious since it is widespread throughout the country. Even alcohol consumption generates various harmful problems to the society including health and socioeconomic problems, but alcohol consumption level among Thai people has still been in high rate. Thai government had realized on seriousness of the problem and launched Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 aimed to control alcohol beverage and reduce the number of new consumers as well as decrease the total volume of alcohol beverage drinking and its possible harmful effect. This Act had been applied for a while and a study aimed to evaluate the Act enforcement is needed. Thus, this research has been occurred intended to evaluate the act enforcement and actions of all relevant stakeholders such as alcohol drinker, seller, as well as concerned government officers who are in charge to enforce the law. Finding from this research would be valuable policy recommendations which are beneficial for alcohol consumption control of our society in the nearest future.

This study is a survey research aimed to evaluate the law enforcement owing to Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551. The Act is applied in 4 regions for 3 provinces of each region. These provinces are pilot area in which Department of Disease Control and StopDrink Network launched a project for law enforcement strengthening. Among 3 provinces in each region, two provinces are enforced by the Act while the one left is reserved to be a controlled province. For this research, there are 3 provinces; Nonthaburi, Nakornpathom and Singburi are included as the study areas composing of 7,011 samples as follows:

1. General people aged 11 years and over who live in the resident on the date of the survey and consume alcohol beverage. These 6,438 samples are got through Stratified Multi-Stage Sampling from district, sub-district, village and household respectively.

2. Alcohol sellers who their shops locate on the same areas of the samples within 500 of radius. The Purposive Random Sampling was employed for data collection with 362 samples of alcohol sellers.

3. Concerned government officers who are in charge of the Act enforcement including public health officer, tax collector and policeman working in the research area are included as the samples. Totally, there were 211 samples gained through the Purposive Random Sampling.

A questionnaire developed by Alcohol Problem Research Center was employed for data collection. Data through the questionnaire were collected by interviewers under close supervision of the researcher. Data collection was done from March-June 2009.

Data analysis was done through SPSS for windows program with Descriptive Statistics covering frequency, percentage, mean and Cross Tabulation, then data are presented through tables and description.

### **Research result**

The research results are provided according to the research objectives as follows:

#### **1. Situation and the Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 enforcement.**

Research results are identified owing to the target that:

- *Alcohol consumer*

1. Alcohol drinking behavior: When we mention about “alcohol beverage”, 29.42 percent of consumers think of “alcohol” followed by 29.02 percent thinking of “whisky” and 25.29 percent thinking of beer. About 61.26 percent drank alcohol within 30 days prior the survey date and 32.01 percent of them normally drink alcohol 1-3 times a month. About 14.16 percent of alcohol consumers said that they don’t want to drink alcohol because of getting sick (fever, headache, getting cold) while 13.0 percent of alcohol consumers are prohibited to drink from their family members.

2. Alcohol accessibility and alcohol purchasing: About 38.17 percent of consumer had ever brought alcohol by themselves within 3 months prior. These consumers normally buy alcohol themselves 1-4 times a month and 46.10 percent of consumers are convenient to buy alcohol. Interestingly, there are some consumers could ever buy alcohol in prohibited alcohol selling places such as dormitory, petrol station and public park.

For prohibited time period of selling, there are two periods of alcohol prohibition selling as 24.00-11.00 a.m. and 14.00-17.00 p.m. But in fact, 72.09 percent of consumers can buy alcohol at any convenient stores for the minimum price of 42 baht and maximum price of 50 baht. Besides, 38.68 percent of consumers ever find children and youth aged below 20 years buying alcohol while 33.49 percent can drive or ride car/motorcycle to drink alcohol at small shop within 30 minute of traveling.

3. Place of alcohol drinking: Most consumers (89.78%) never drink alcohol in prohibited places such as temples, public health station, governmental and private hospitals, governmental officers, university, school, petrol station and public park. However, there is about 1 percent had ever drunk alcohol in the above prohibited places.

- *Alcohol seller*

The finding shows that 74.31 percent of alcohol sellers sell alcohol in shop or convenient store and almost all of sellers have license to sell alcohol beverage type IV and type III by 60.26 percent and 33.97 percent respectively. Beer is the most available in shop/convenient store, followed by alcohol distilled from sorghum or maize, Thai whisky and soft drink name “Spy Wine Cooler”, etc. About 42.86 percent of shops and convenient store sell alcohol at the prohibited time of 14.00-17.00 p.m. since they do not know about prohibition time of selling and there is no punishment to them. About 30 percent of sellers know that selling alcohol for children aged below 20 years is not allowed but they have never been charged by the police and being sure that it will not occur.

Anyway, most sellers have not sold alcohol at prohibited areas but somehow there is a violation normally occurring in dormitory. Even the seller knows that selling alcohol in dormitory is not allowed but there is nothing happened to them. About 53.87 percent of sellers selling alcohol at the least price less than 25 baht contained in can, and a small box respectively. Alcohol selling promotion is normally done through purchasing credit.

- *Concerned government officer*

1. Finding alcohol sold in prohibited time period of 24.00-11.00 a.m. and 14.00-17.00 p.m.: The study reveals that 57.58 percent and 77.78 percent of concerned government officers in Nonthaburi and Singburi have never found of selling alcohol in prohibited time, while 52.44 percent of officers in Nakornpathom said that they found alcohol selling in shop/convenient store followed by restaurant, drinking shop, pub, discotheque, bar, karaoke shop and mini-mart respectively.

The finding also shows that there is no action of policeman when they found alcohol selling in prohibited time as 20 percent of policemen said that they do nothing because they have no power, out of working hours, out of office hour and feeling over- considered with those who do violence against the law.

2. Finding personal promotion at alcohol selling spot: The finding reveals that the concerned government officers have never met the personal promotion of alcohol at selling spots such as restaurant, pub, discotheque, bar, karaoke shop. Only 13.74 percent of them found that but for sometime.

3. Finding for alcohol selling in prohibited places: 84 percent of government officers have never met alcohol selling in temple, school, university, petrol station and nearby shop, public health station, private and governmental hospitals, governmental office, dormitory and public park.

Interestingly, 27.01 percent of the concerned government officers found alcohol buying among children and youth aged 20 and below at shop, convenient store and restaurant. 62.07 percent of concerned government officers took action by warning these children. Besides, they also found alcohol selling promotion done through price decrease, reward promotion, free promotion, etc. while warning is an action taken by the concerned government officers.

## **2. Perception of public and concerned government officers on the Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551.**

- *Alcohol consumer*

1. Alcohol advertisement perception: The finding shows that 60 percent of consumers have ever seen / heard about alcohol advertisement through television followed by billboard (shown in front of shops or roads) and publications (i.e. newspaper, magazine, and pamphlet).

2. Perception on control measurement: The study reveals that almost all of consumers realize that alcohol selling is prohibited for specific periods of time, for some restricted places, for advertisement broadcasted in all types of media for all 24 hours and for children aged 20 and below. However, there are about one-third of consumers having not known the prohibited selling time and restricted places. Also, there is about one-fourth having not known that alcohol is prohibited to drink in some places such as theatre, private park, dormitory and petrol station, etc.

3. Knowledge related to alcohol beverage control: In overall, it is found that 62-76 percent of consumers have high level of knowledge relating to prohibited places for alcohol selling and drinking. Consequently, there is about 50 percent of consumers having high level of knowledge relating to alcohol promotion advertisement, and only 22 to 23 percent having high level of knowledge relating to alcohol selling prohibition among children.

- *Alcohol seller*

1. Perception on alcohol control measurement: About 92 percent of sellers know that alcohol is prohibited to sell in some restricted places while 40 percent have not known yet about prohibited time period of selling. In addition, one-third of sellers have not known that sale promotion through free promotion and automatic machine selling are prohibited.

2. Knowledge related to alcohol beverage control: In overall, it is found that 65 percent of sellers have high level of knowledge relating to prohibited places of alcohol selling while half of them have high level of knowledge relating to alcohol advertisement control. However, there are only one-third of sellers knowing that alcohol is prohibited to sell for some groups of people.

- *Concerned government officer*

1. Perception on alcohol control measurement: About 20 percent of concerned government officers in Nakornpathom and Singburi provinces do not know about prohibited time of 14.00-17.00 p.m. of alcohol selling while 17 percent do not know about prohibited time of 24.00-11.00 a.m. Besides, there is 11 percent of the officer in three mentioned provinces revealing that they do not know yet that private park is prohibited place for alcohol selling. About 18 to 27 percent officers have not known on alcohol prohibition for drinking in private park, dormitory and theatre. About

80.95 percent of the officers know that alcohol details of advertisement are controlled while 57 percent of them percept that alcohol is prohibited for selling to children aged below 20 years.

2. Knowledge related to alcohol beverage control: A finding reveals that 88 to 91 percent of officers have high level of knowledge relating to alcohol selling place control. In addition, about 70 percent have high level of knowledge relating to alcohol advertisement control method and about half of them having high level of knowledge relating to restricted time and groups of people on alcohol selling.

### **Recommendation**

Finding from the research leads to beneficial recommendations aimed to increase the efficiency of law enforcement owing to Alcohol Beverage Control Act B.E. 2551 as follows:

- *Alcohol consumer*

Policy formulation for consumer should pay attention on status and role of consumer since the consumers significantly generate demand for alcohol consumption. Thus, any concerned policy should focus on demand reduction as follows:

1. Alcohol-Free Zone or Alcohol-Free community is needed through supportive campaigns. The campaigns should support all communities to provide mechanisms preventing alcohol buying and drinking among community's members. A surveillance system is also needed to deal with risky groups of people while alcohol-free activity should be promoted in any community ceremonies.

2. In order to serve the first mentioned policy, community participation is needed by allowing community people having rights to give/refuse the license for alcohol selling in community shop. Public hearing might be an important method pulling community members to join their hands for controlling alcohol sold in shop or any other stores in community.

3. A change maker is needed by supporting community leaders (or community committee) to understand vividly on alcoholic-related problem and its harmful effect as well as benefit gained to all community members if alcohol reduction is reduced.



4. Leader and community network provision is a smart way for alcohol-related problem control since community strengthening is one main condition for fighting with alcohol in the long run. However, all mentioned recommendations must be supported by the government in all dimension of community needs seriously and continuously.

- *Alcohol seller*

Theoretically, alcohol sellers act in terms of supply side for providing and selling alcohol. Thus, policy and measurement for seller must directly deal with supply reduction.

1. Public relation on alcohol control law and measurement, especially prohibited time, places and some groups of people for buying alcohol is important since this measurement is aimed to generate the true understanding on alcohol control practice and enforcement among sellers.

2. Alcohol selling license control might be a possible way for alcohol selling reduction. The restricted process of license provision is needed through many practical ways such as inconvenient process of getting license, public hearing needed, condition increased for getting license, and license fee increasing, etc. This recommendation is aimed to control the increased number of alcohol selling places and alcohol related problem which might occur in the nearest future.

3. Increase in law enforcement through a specific unit setting might be a possible way. The new unit will serve law enforcement as its officers can help officers-in-charge of the present concerned agencies on investigating alcohol selling in shops and other places. Also, the new unit officer can act to prevent law violation on alcohol selling in prohibited places such as dormitory, petrol station, and public park, etc.

4. Punishment rate must be leveled up in order to strengthen law enforcement.

5. Alcohol total ban policy is needed, especially alcohol advertisement in media such as television and billboards. As we all know, media advertisement is very powerful for motivating and persuading people drinking alcohol. Thus, alcohol advertisement should be totally prohibited in order to reduce law-distorted problem of some entrepreneurs.

Furthermore, effectiveness on law enforcement is very important factor. If a violator has not got any punishment, it means the law violation is directly supported. Similarly, if alcohol product advertisement is allowed, related problems such as law distortion and law violation by using the loop-hole might occur unavoidably.

- *Concerned governmental officer*

Theoretically, concerned government officers are in charge to monitor and control people to comply by law. Thus, governmental mechanism development is needed since it can serve the effectiveness of alcohol control policy. Recommendations for the officers are as follows:

1. Public relation on concerned rules and laws related to alcohol distribution and services should be provided for all the officers. Finding from this research shows that there are some officers do not know about alcohol control law in many aspects such as prohibited time for selling, prohibited places and consumer groups. Moreover, a training course provided for serving the needy knowledge is important for strengthening the role of the officers.

2. Authority strengthening for concerned government officers: A finding found from the research is that the officers met many cases of alcohol violation but doing nothing to solve since some have no authority assigned to charge the violator. Thus, authority and action of the officers must be reviewed in order to serve them taking action powerfully on the alcohol-related problems.

3. Motivation for concerned officers on law enforcement: reward and special bonus might be a motivation for concerned officers to strongly monitor owing to the law. The reward might be provided by dividing sum from charge fee.

The most important point for this recommendation focuses on knowledge support, authority assignment and strengthening as well as motivation support which are believed to help concerned officers taking their action effectively.

**Recommendation for further research**

1. Research on practical law enforcement should be promoted in order to find proper and efficient way on law enforcement. In addition, specific law issues should be done through research analysis.

2. Research on alcohol drinking behavior among risk people such as youth and labor force aged people should be supported since proper policy guideline for protecting these risky groups is strongly needed.

3. Performance evaluation research on Alcohol Beverage Control Act is needed since output of the research is strongly beneficial for concerned policy makers to develop the present Act to be more powerful.

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเพราะได้รับการสนับสนุน ความเอื้อเฟื้อและความกรุณาจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณนายแพทย์บัณฑิต ศรีไพศาล ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยปัญหาสุรา และร.ท.หญิงจุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ ที่ได้คัดเลือกและมอบหมายให้คณะผู้วิจัยรับผิดชอบในโครงการวิจัยนี้

ขอขอบคุณบรรดากัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้ความเมตตาและกรุณาแก่คณะผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) กรมสุขภาพจิต สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) เป็นอย่างสูงที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

คณะผู้วิจัย

มกราคม 2553

## คำนำ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมายทั้งทางด้านสาธารณสุข และสังคมของประเทศ ในแต่ละประเทศจึงได้มีการกำหนดนโยบายมาตรการต่างๆ ในการป้องกัน แก้ไขปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับประเทศไทยนั้นก็ได้ตระหนักใน ปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการกำหนดมาตรการสำคัญต่างๆ ไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ โดยมุ่งเป้าหมายที่การลดนักดื่มหน้าใหม่ การลดปริมาณการบริโภคโดยรวมและการ ลดผลกระทบโดยประกอบด้วย มาตรการลดอุปทาน มาตรการลดอุปสงค์และมาตรการลด ผลกระทบควบคู่กันไปเพื่อประโยชน์ของชาวไทย อย่างไรก็ตามการดำเนินมาตรการต่างๆ ดังกล่าว จะได้ผลก็ต่อเมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีความตระหนักและยึดถือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชน ผู้ปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อต้องการทราบผลในทางปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายและ มาตรการทางกฎหมายต่างๆ และนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหา การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยอย่างเข้มงวดและจริงจังต่อไป

คณะผู้วิจัย

มกราคม 2553

# สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
Executive Summary	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	27
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	36
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	78
บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	119
บทที่ 7 สรุปและข้อเสนอแนะ	163
บรรณานุกรม	172

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีปัญหาคาการบริโภคสุราและผลกระทบจากการบริโภคสุรามากพอสมควร จากการศึกษาข้อมูลจาก WHO ซึ่งได้มีการสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2504-2547 พบว่าประชากรไทยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งในปี 2543,2544 และ 2547 มีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้อยละ 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\\_apc\\_data\\_process.cfm?path=whosis,alcohol,alcohol,alcohol\\_apc,alcohol\\_apc\\_data&language=english](http://www.who.int/whosis/alcohol_apc_data_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 เนื่องจากการเพิ่มจำนวนขึ้นเกือบ 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 (ยงยุทธ 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 อัยณรงค์กรชัย ,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 สูงสุดด้วยอัตราใกล้เคียงกันคือ ประมาณร้อยละ 43 และ 40 ตามลำดับ จึงมีแนวโน้มว่านักเรียนเริ่มหัดดื่มแอลกอฮอล์เมื่ออายุน้อยลงเรื่อย ๆ (วิชัย โปษยะจินดาและอาภาศิริวงษ์ ณ อรุณยา , 2545)

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งลักษณะการดื่ม (ดื่มบ่อย ๆ หรือดื่มนาน ๆ 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 ขจรธรรม และคณะ , 2547)

รัฐบาลไทยตระหนักในปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการกำหนดมาตรการสำคัญต่างๆ ไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเป้าหมายที่การลดนักดื่มหน้าใหม่ การลดปริมาณการบริโภคโดยรวมและการลดผลกระทบโดยประกอบด้วย มาตรการลดอุปทาน มาตรการลดอุปสงค์และมาตรการลดผลกระทบควบคู่กันไป เพื่อประโยชน์ของชาวไทย อย่างไรก็ตามการดำเนินมาตรการต่างๆ ดังกล่าวจะได้ผลก็ต่อเมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีความตระหนักและยึดถือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชน ผู้ปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อต้องการทราบผลในทางปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายต่างๆ และนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยอย่างเข้มงวดและจริงจังต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551
- 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551
- 3) เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทย



## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การปฏิบัติและผลการประเมินการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551
- 2) ทำให้ทราบถึงการรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551
- 3) ผลของการศึกษาจะนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกำหนดมาตรการเพื่อควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาสุรา ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

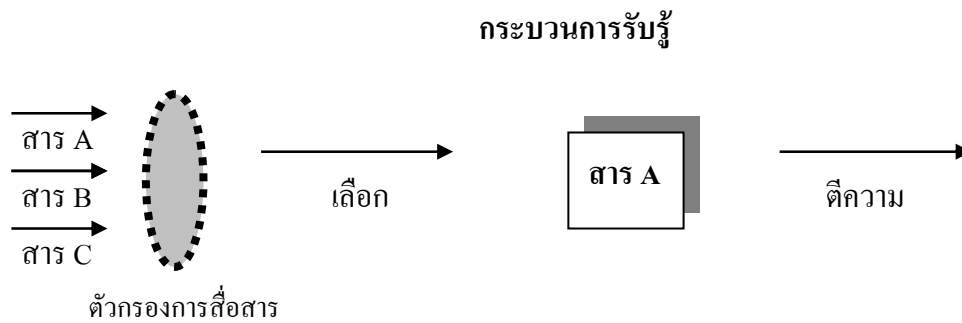
ในการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายในด้านป้องกัน แก้วใจ เพื่อลดผลกระทบจากปัญหาการดื่มสุรา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากเอกสาร บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้

#### แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้

การรับรู้เป็นทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาที่เชื่อว่าคนเรามีการรับรู้ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะส่งผลถึงความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ การรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิดและความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าเป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสรรเข้าด้วยกันและตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

บรูนสวิก (Brunswik,1956 อ้างใน Chet Ratchadapunnathikul,2002 : 37) เสนอแนวคิดในการศึกษาการรับรู้ว่า กระบวนการทางข่าวสารนั้นบุคคลรับรู้ความถูกต้องสมบูรณ์เพียงบางส่วน ในลักษณะน่าจะเป็น (Probabilistic) ไม่ได้มีความถูกต้องเสมอไป บุคคลเรียนรู้ความน่าจะเป็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และสะสมไว้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ ข่าวสารที่รับเข้ามาจะได้รับ การตรวจสอบความถูกต้องกับประสบการณ์โดยผ่านการกระทำบางประการ การรับรู้จึงมีลักษณะน่าจะเป็นไปในลักษณะน่าจะเป็นด้วย และแต่ละบุคคลมีการรับรู้สภาพแวดล้อมเฉพาะบุคคลซึ่งน่าจะเป็นการตีความจากสัญญาณชี้แนะที่รับเข้ามาจากสภาพแวดล้อม ในการรับรู้จึงเป็นไปในลักษณะน่าจะเป็นด้วย และแต่ละบุคคลมีการรับรู้สภาพแวดล้อมเฉพาะบุคคลซึ่งน่าจะสอดคล้องกับความ เป็นจริงมากที่สุด

อิมส์ (Ames,n.d. อ้างใน Chet Ratchadapunnathikul,2002 : 37) ได้พัฒนาทฤษฎีการรับรู้ที่เน้นลักษณะน่าจะเป็นในการรับรู้ตามหลักของกระบวนการทางข่าวสาร โดยที่บุคคลมีการสุ่มเลือกสัญญาณชี้แนะ ซึ่งมีเข้ามามากมายหลายทางจากสภาพแวดล้อม เพื่อให้การรับรู้มีความถูกต้องมากที่สุด ต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งหมด สภาพแวดล้อมในชีวิตประจำวันนั้นมีผลต่อการรับรู้เช่นเดียวกับข่าวสารที่บุคคลรับเข้ามา รวมถึงผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมด้วย อิทธิพลของสภาวะแวดล้อมนั้นมีทั้งทางกายภาพและทางสังคมที่อาจมีผลกระทบต่อการรับรู้ของบุคคล



โดยทั่วไปการรับรู้ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้น โดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม

คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้หมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกันผู้รับสารสองคน อาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง คือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
2. ประสบการณ์เดิม (Past of Reference) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบสมาคมกับคนต่างกัน
3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนที่มาจากต่างครอบครัว สถานภาพทางสังคมต่างกัน 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

## หลักการบังคับใช้กฎหมาย

กฎหมาย คือ กฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ตราขึ้นโดยผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในรัฐเพื่อควบคุมพฤติกรรมของประชาชน ซึ่งผู้ใดฝ่าฝืนย่อมได้รับการลงโทษ (หยุด แสงอุทัย, 2538 : 41) ในการปกครองหรือบริหารประเทศของรัฐ กฎหมายถือว่าเป็นเครื่องมือของรัฐบาลที่ใช้จัดระเบียบการอยู่ร่วมกันของประชาชน เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยและเป็นหลักเกณฑ์ที่รัฐจะกระทำการใดๆ ในขอบเขตที่กฎหมายกำหนดเอาไว้ เพื่อทำนุบำรุงให้ราษฎรมีความสุขความเจริญ กฎหมายยังเป็นเครื่องมือสูงสุดของสังคมที่จะรักษาไว้ซึ่งอิสรภาพและความเป็นระเบียบของบุคคลทุกคนขึ้น โดยได้กำหนดสิทธิ หน้าที่และเสรีภาพ ไว้เพื่อให้ประชาชนมีอิสรภาพตามสมควรและยังช่วยประสานความขัดแย้งหรือประสานประโยชน์ของทั้งเอกชนและส่วนรวม จากการที่กฎหมายมีวัตถุประสงค์มุ่งคุ้มครองความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสงบสุขของสังคมกฎหมายจึงต้องมีสภาพบังคับ (sanction) เป็นองค์ประกอบไม่ว่าจะเป็นสภาพบังคับทางอาญาในลักษณะของโทษทางอาญา (punishment) หรือเป็นสภาพบังคับในทางแพ่งหรือทางอาญาโดยการป้องกัน (prevention) ผลร้ายที่อาจจะเกิดขึ้นหรือเป็นสภาพบังคับในทางแพ่งหรือทางอาญาโดยตรง (specific relief) (ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒน์, 2531 : 25-26) โดยมีองค์กรของรัฐเป็นกลไกบังคับใช้ (enforcement) กฎหมายเหล่านี้

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

ข้อควรคำนึงอย่างยิ่ง เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดต่อการใช้อำนาจบังคับตามกฎหมายโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ คือเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงจุดมุ่งหมายของสภาพบังคับ (Sanction) ของกฎหมายแต่ละฉบับที่จะนำมาใช้อย่างละเอียดเสียก่อน เพราะสภาพบังคับของกฎหมายแต่ละฉบับนั้นย่อมมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน (วิษณุ เครืองาม, 2530 : 188) ดังจะเห็นได้ว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นเงื่อนไขสำคัญที่อาจจะทำให้การบังคับใช้กฎหมายสัมฤทธิ์ผลตามที่ตราไว้หรือไม่ กระบวนการของกฎหมายที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม จะมีผลคุ้มครองสาธารณชนเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับการใช้ “ดุลยพินิจ” ของเจ้าหน้าที่ของรัฐทุกฝ่ายตามบทบาทของตนอย่างเหมาะสม และสอดคล้องซึ่งกันและกัน หากเจ้าหน้าที่ของรัฐฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดแม้เพียงฝ่าย

เดียวใช้อำนาจหรือดุลยพินิจของตน เพื่อการบังคับใช้กฎหมายนอกเหนือไปจากการใช้เจตนารมณ์ของกฎหมายแล้ว การปกป้องคุ้มครองสังคมให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสงบสุขที่ไม่อาจที่จะประสบผลตามความมุ่งหมายของกฎหมายได้ (ณัฐริกา วายภาพ, 2536 :34)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2535 : 488) ได้ให้ความหมายของการปฏิบัติไว้ว่าการปฏิบัติคือการกระทำ การดำเนินการไปตามระเบียบแบบแผน

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

กล่าวโดยสรุป จากความหมายต่าง ๆ ของการบังคับใช้กฎหมายและการปฏิบัติการบังคับใช้กฎหมาย เป็นการกระทำ การดำเนินการ การนำตัวบทกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งมีเพียงลายลักษณ์อักษรอยู่ในหนังสือ มาใช้บังคับแก่สมาชิกในสังคมให้เกิดผลในทางปฏิบัติตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ให้ความหมายของการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาสุราว่าหมายถึง การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของเจ้าพนักงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้จำหน่ายและผู้บริโภค

วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์ (2535) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของกฎหมายต้องมีลักษณะจำเพาะดังต่อไปนี้

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

การที่กฎหมายจะเกิดประสิทธิผลต้องขึ้นอยู่กับสิ่งต่อไปนี้ คือ

1) มีขั้นตอนของการออกกฎหมายหรือประกาศใช้กฎหมายโดยยึดหลักของความเสมอภาคและความยุติธรรม

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

ในส่วนของแนวคิดที่จะนำกฎหมายไปสู่การปฏิบัติจนส่งผลให้เกิดประสิทธิผลตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ได้บัญญัติไว้คือ ความสงบสุขของประชาชน อาจประยุกต์โดยการนำเสนอตามแนวคิดการติดต่อสื่อสารคือ เนื้อสารเปรียบเหมือนสารของกฎหมาย ผู้ส่งสารเปรียบเหมือนเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ช่องทางการสื่อสารเปรียบเหมือนรูปแบบของกิจกรรม ผู้รับสารเปรียบเหมือนประชาชนผู้ได้รับความคุ้มครองจากการบังคับบัญชาใช้กฎหมาย (สุรชาติ ฅ หนองคาย,2546)

จากแนวคิดที่ต้องการให้กฎหมายที่ออกมาบังคับใช้เกิดประสิทธิผลสมดังเจตนารมณ์ที่มุ่งหวังไว้ จึงมีผู้ให้นิยามความหมายของคำว่า “ประสิทธิผล” ไว้ต่าง ๆ เช่น

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

องค์การอนามัยโลก (WHO,1981 : 17) ได้ให้นิยามความหมายคำว่าประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง สิ่งที่แสดงความสำเร็จของแผนงาน การบริการ หรือกิจกรรมสนับสนุนต่าง ๆ ที่มุ่งลดปัญหาด้านสาธารณสุขหรือแก้ไขสภาวะสุขภาพที่ไม่น่าพึงพอใจซึ่งจะวัดที่ระดับความสำเร็จเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

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

ดังนั้น การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมาย หรือการประเมินประสิทธิผลการบังคับใช้กฎหมายตามงานวิจัยนี้จึงหมายถึง การวัดผลการปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดให้ต้องปฏิบัติ โดยนำผลที่ได้จากการศึกษามาเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์ข้อกำหนดของกฎหมาย

## มาตรการทางกฎหมายที่สำคัญเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

### 1) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านใบอนุญาตจำหน่ายสุรา

การจำหน่ายสุราหรือนำสุราออกมาแสดงนั้น ผู้จำหน่ายต้องขอใบอนุญาตก่อนที่กรมสรรพสามิตจึงจะสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ตามมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 บัญญัติไว้ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดขายสุราหรือนำสุราออกมาแสดงเพื่อขาย เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต”

“การจำหน่าย” หมายถึง มีผู้ขาย ผู้ซื้อและสุรา ส่วนเงินนั้นอาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ ในกรณีนี้ที่ซื้อเงินเชื่อ

“การนำสุราออกมาแสดงเพื่อจำหน่าย” หมายถึง การนำสุรามาแสดงไว้ในตู้โชว์ที่เสนอขายโดยเจตนาที่จะขาย ไม่รวมถึงสุราที่ซุกซ่อนไว้หรือไว้หลังร้าน หรือสุราที่เก็บไว้ในโกดังเพื่อสำรองขาย”

### ประเภทใบอนุญาต

ใบอนุญาตจำหน่ายสุรามี 7 ประเภท (ตามมาตรา 19) และกรมสรรพสามิตได้กำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตแต่ละประเภทไว้ ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ประเภทใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ประเภทใบอนุญาต	ลักษณะการขาย	ค่าธรรมเนียมต่อปี
ประเภทที่ 1	สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป	ปีละ 8,250 บาท
ประเภทที่ 2	สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป	ปีละ 1,650 บาท
ประเภทที่ 3	สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร	ปีละ 1,650 บาท
ประเภทที่ 4	สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร	ปีละ 110 บาท
ประเภทที่ 5	สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกินสิบวัน	ปีละ 110 บาท
ประเภทที่ 6	สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร เพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกินสิบวัน	ปีละ 55 บาท
ประเภทที่ 7	สำหรับการขายสุราครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร เพื่อดื่มภายในสมาคมหรือสโมสร	
	ก. ขายสุราทุกชนิด	ปีละ 220 บาท
	ข. ขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร	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 ร้านขายปลีกสุราทุกชนิด กล่าวคือ ขายครั้งหนึ่งต่ำกว่า 10 ลิตร ทั้งสุราต่างประเทศและสุราในประเทศ ส่วนร้านค้าที่มีใบอนุญาตจำหน่ายประเภทที่ 4 จะขายสุราที่ทำในประเทศเท่านั้น การขายนั้นจะขายทั้งขวดให้นำไปดื่มที่อื่นหรือจะเปิดดื่มในร้านก็สามารถทำได้ ร้านขายสุราประเภทนี้มีความสำคัญมาก นอกจากจะเป็นร้านขายปลีกที่ขายถึงมือผู้บริโภคโดยตรงแล้ว ยังเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญมากในการที่จะรู้ว่า “สุราที่ขายนั้นถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ และผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของร้านค้าปลีกนั้นจะปฏิบัติตามกฎหมายหรือไม่”

#### **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”

#### **2) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการกำหนดเวลาจำหน่าย**

การกำหนดเวลาในการจำหน่ายสุรา ตามมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 หรือประเภทที่ 4 จะขายสุราได้แต่เฉพาะภายในเวลาที่กำหนดในกฎกระทรวง”



รัฐจึงได้กำหนดเวลาจำหน่ายสุราไว้ในกฎกระทรวงฉบับที่ 4 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 นาฬิกา และตั้งแต่เวลา 17.00 นาฬิกา ถึง 24.00 นาฬิกา (ข้อ 2) แต่ไม่ทำให้บังคับแก่ผู้ได้รับใบอนุญาตให้จำหน่ายสุราเกินเวลา 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

ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาตยอมให้ผู้ที่มีอาการเมาสุราจนประพฤตินุнайหรือครองสติไม่ได้เข้าไปหรืออยู่ในสถานที่ขายสุราระหว่างเวลาเปิดทำการ (ข้อ 3 (2))

ห้ามมิให้จำหน่ายสุราแก่ลูกค้าที่มีอาการเมาสุราจนประพฤตินุнайหรือครองสติไม่ได้

ผู้ใดฝ่าฝืนให้ผู้มีอำนาจออกใบอนุญาตตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับนี้ มีอำนาจสั่งพักใช้ใบอนุญาตหรือเพิกถอนใบอนุญาต การสั่งพักใช้ใบอนุญาตจะสั่งพักได้ครั้งละไม่เกิน 30 วัน

### 3) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดวันจำหน่าย

โดยทั่วไปการจำหน่ายสุราก็ทำได้โดยอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ที่ปรากฏในพระราชบัญญัติสุรา 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 แจกหรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกาของวันก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งวันจนถึงวันเลือกตั้ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

มาตรา 130 แห่งพระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ.2545 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดขาย จำหน่าย จ่าย แจก หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกาของวันก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งวันจนถึงวันเลือกตั้ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

ถือได้ว่าเป็นการบัญญัติตามกฎหมายขึ้นเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยในการเลือกตั้ง

### 4) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดสถานที่จำหน่าย

แนวความคิดที่ว่าควรมีการจัดตำแหน่งการขายหรือการจำกัดเขตพื้นที่ในการจำหน่าย (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 วัดบาทหลวงตามกฎหมายว่าด้วยลักษณะฐานะของวัดบาทหลวง โรมันคาทอลิกในกรุงสยามตามกฎหมาย หรือสถานที่ประกอบศาสนกิจในนิกายหรือศาสนาอื่น

“สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง” หมายความว่า สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง

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

- 1) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานศึกษาหรือศาสนสถานรวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานศึกษาหรือศาสนสถาน
- 2) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- 3) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานที่ที่เคยถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตขายสุรา เว้นแต่เวลาได้ฟื้นมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี
- 4) ผู้ขอรับใบอนุญาตขายสุราต้องไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตขายสุรา เว้นแต่เวลาได้ล่วงฟื้นมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี ทั้งนี้ในกรณีที่ผู้ขอรับใบอนุญาตขายสุราเป็นห้างหุ้นส่วนหรือนิติบุคคล ผู้เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการหรือผู้แทนของนิติบุคคลต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังกล่าวหรือไม่เคยเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ หรือผู้แทนของนิติบุคคลที่มีลักษณะต้องห้ามดังกล่าว

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

- 1) ต้องไม่ขายสุราในบริเวณสถานศึกษาหรือศาสนสถาน รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องกับสถานศึกษาหรือศาสนสถาน
- 2) ต้องไม่ขายสุราในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- 3) ต้องไม่ขายสุราในบริเวณที่ที่เคยถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตขายสุรา เว้นแต่เวลาได้ล่วงฟื้นมาแล้วไม่น้อยกว่าห้าปี

#### บทกำหนดโทษ

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

### 5) มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดอายุผู้ซื้อ

การจำกัดอายุผู้ซื้อ หมายถึง การกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ที่สามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาบริโภคได้ (ยงยุทธ จจรธรรม 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”

ตามกฎกระทรวงว่าด้วยข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุรา สำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 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”

ส่วนผู้ประกอบการร้านค้าที่ได้รับใบอนุญาตแล้วมีการขายสุราให้แก่เด็กอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์จะไม่มีโทษในทางอาญาแต่จะได้รับโทษตามมาตรา 46 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 “ผู้ได้รับอนุญาตซึ่งกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัตินี้หรือข้อกำหนดในกฎกระทรวงหรือข้อกำหนดในใบอนุญาต เจ้าพนักงานสรรพสามิตหรืออธิบดีผู้ออกใบอนุญาตแล้วแต่กรณี มีอำนาจสั่งพักใช้ใบอนุญาตมีกำหนดไม่เกินครั้งละ 6 เดือน หรือจะสั่งเพิกถอนใบอนุญาตเสียก็ได้”

### 6) มาตรการควบคุมด้านอุบัติเหตุจราจร

เจตนารมณ์ของกฎหมายที่บัญญัติขึ้น เพื่อใช้ควบคุมอุบัติเหตุอันเนื่องมาจากการดื่มสุราของผู้ขับขี่

#### • พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522

พ.ร.บ.ฉบับนี้เป็นกฎหมายหลักที่บัญญัติขึ้นเพื่อใช้ควบคุมอุบัติเหตุอันเนื่องมาจากการดื่มสุราของผู้ขับขี่โดยห้ามมิให้ผู้ใดขับรถขณะเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น และให้อำนาจพนักงาน

จรรยาทำการตรวจสอบเมื่อมีพฤติการณ์ที่น่าสงสัยว่าผู้ขี้เมาสุราหรือไม่ มาตรการทางกฎหมายในลักษณะนี้นับเป็นการป้องกันเบื้องต้นมิให้เกิดอันตรายขึ้น โดยถือความมีเมาเป็นความผิดตั้งแต่เริ่มต้น (inchoate crime) พ.ร.บ.จรรยาทางบก พ.ศ. 2522 ที่เกี่ยวข้องกับผู้ขี้เมาสุราจะอยู่ในมาตรา 43 (2) ดังนี้ ห้ามมิให้ผู้ขี้เมาขี้ขลาด..ในขณะที่เมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น..อธิบายความหมายก็คือ

1. ห้ามมิให้ผู้ขี้เมาขี้ขลาด ความหมายของผู้ขี้เมาขี้ขลาดตามพระราชบัญญัติจรรยาทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 4 (28) หมายความว่า ผู้ขี้เมาขี้ขลาด ผู้ประจำเครื่องอุปกรณ์การขนส่งตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่ง ผู้ลากขึ้นยานพาหนะ สำหรับรถนั้นตามพระราชบัญญัตินี้ มาตรา 4 (15) หมายความว่า ยานพาหนะทางบกทุกชนิด เว้นแต่รถไฟและรถราง

2. ในขณะที่เมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น

“สุรา” ตามความหมายในมาตรา 4 พ.ร.บ.สุรา พ.ศ.2493 หมายความว่ารวมถึงวัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำหรือสุราซึ่งดื่มกินไม่ได้แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราก็ถือว่าเป็นสุราทั้งสิ้น

นอกจากนี้ หากผู้ขี้เมาขี้ขลาดในขณะที่เมาสุราหรือของเมาอย่างอื่น ฝ่าฝืนคำสั่งเจ้าพนักงานผู้มีอำนาจที่ให้ทดสอบว่าเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นหรือไม่ (มาตรา 142 วรรค 2) จะมีโทษปรับครั้งละไม่เกินหนึ่งพันบาท (มาตรา 154 (3))

3. โดยเจตนา ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 59 บุคคลจะต้องรับผิดชอบในทางอาญาต่อเมื่อได้กระทำโดยเจตนา ซึ่งได้แก่ การกระทำโดยรู้สำนึกในการที่กระทำ และขณะเดียวกันผู้กระทำต้องประสงค์ต่อผลหรือยอมเล็งเห็นผลนั้น การกระทำความผิดนี้ ผู้กระทำต้องสมัครใจดื่มสุราหรือของเมาอย่างอื่นเองโดยรู้แล้วว่าจะทำให้ตนเองเมา ซึ่งผู้ดื่มทราบหรือน่าจะทราบว่าดื่มเข้าไปแล้วอาจมีเมา ส่วนเมาหรือไม่เมาที่เป็นผลมาจากการดื่มไม่จำเป็นต้องประสงค์ต่อผลหรืออาจเล็งเห็นผล

ความรับผิดชอบทางอาญาจะครบองค์ประกอบความผิด ต่อเมื่อผู้ขี้เมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นแล้ว นำรถหรือยานพาหนะเคลื่อนที่จากจุดเดิมที่จอดอยู่แม้เพียงเล็กน้อยโดยเจตนา

มาตรการลงโทษทางอาญาตาม พ.ร.บ.จรรยาทางบก พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดย พ.ร.บ.จรรยาทางบก (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2535 ที่ลงโทษผู้ขี้เมาขี้ขลาดเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นมีดังนี้

1. ระวังโทษปรับและจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับตั้งแต่สองพันบาทถึงหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 160 วรรค 3)

2. โทษยึดใบอนุญาตขับขี่ มีกำหนดครั้งละไม่เกินหกสิบวัน โดยอาจบันทึกการยึดใบอนุญาตขับขี่และคะแนนไว้ด้านหลังของใบขับขี่ที่ถูกยึด มาตรา 161

3. การพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตขับขี่ (มาตรา 162)

• พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522

พ.ร.บ.ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ประสงค์ในการควบคุมระบบการคมนาคมทางบกในลักษณะเดียวกับ พ.ร.บ.จราจรทางบก พ.ศ. 2522 ต่างกันตรงที่บุคคลที่กฎหมายประสงค์จะบังคับใช้ คือ ผู้ขับขี่ยานพาหนะที่มีความเกี่ยวข้องกับสาธารณะ เช่น คนขับรถขนส่งทั้งประจำทางและไม่ประจำทาง เป็นต้น ซึ่งเรื่องของสุราที่เกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.ฉบับนี้มีดังนี้

ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่ต้องไม่เสพหรือเมาสุรา หรือของมึนเมาอย่างอื่น (มาตรา 102(3))

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

บทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำผู้ใดดื่มสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่นในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่ (ฝ่าฝืนมาตรา 102 (3) ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท แต่ถ้าผู้นั้นเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับตั้งแต่สองพันบาทถึงหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ มาตรา 127 ทวิ

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

1) ขณะปฏิบัติหน้าที่ผู้ได้รับอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถซึ่งตามความหมายในพระราชบัญญัตินี้ (มาตรา 92) ได้แก่ 1.ผู้ขับรถ 2. ผู้เก็บค่าโดยสาร 3.นายตรวจ และ 4.ผู้บริการตามที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำรถต้องได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียนซึ่ง ใบอนุญาตสำหรับผู้ประจำรถมี 4 ประเภท (มาตรา 94) คือ 1.ใบอนุญาตเป็นผู้ขับรถ 2.ใบอนุญาตเป็นผู้เก็บค่าโดยสาร 3.ใบอนุญาตเป็นนายตรวจ และ 4.ใบอนุญาตเป็นผู้บริการ ส่วนคำว่า “ขณะปฏิบัติหน้าที่” ไม่มีคำนิยามไว้ซึ่งมีนักกฎหมายบางท่านเห็นว่า เจตนารมณ์ของกฎหมายแสดงให้เห็นว่า หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้ประจำรถดังกล่าวอยู่ในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ที่จะเห็นได้ว่าการปฏิบัติหน้าที่อาจจะเป็นผลัดหรือเข้าเวร หรือตามช่วงเวลาใดก็ตาม ไม่ว่าจะการปฏิบัติหน้าที่บนรถหรืออยู่ระหว่างพักรอการขับเคลื่อนรถตามเวลาที่สถานีเริ่มต้นหรือสถานีปลายทาง

2) ไม่เสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่น เจตนารมณ์ของกฎหมายเคร่งครัดและเข้มงวดมาก โดยในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่ห้ามมิให้ผู้ประจำรถเสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่น

3) โดยเจตนา การเสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่นนั้นจะต้องกระทำโดยรู้สำนึกในการเสพตามประมวลกฎหมายอาญาตามมาตรา 59 ซึ่งจะใช้มาตรฐานเดียวกับที่ใช้ใน พ.ร.บ.จราจรทางบก พ.ศ.2522 แต่เจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนี้เคร่งครัดกว่า กล่าวคือในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่ห้ามเสพสุราหรือของมึนเมาอย่างอื่นโดยเด็ดขาด

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 นายตรวจ หรือผู้บริการเสพหรือเมาสุราหรือของเมาอย่างอื่นในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่จะรับโทษน้อยกว่าการเป็นผู้ขับรถ

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

ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบการขนส่งผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 40 ทวิ วรรคสองต้องระวางโทษปรับไม่เกินสี่หมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนรู้เห็นและได้ใช้ความระมัดระวังตามสมควรแล้วที่จะป้องกัน ไม่ให้ผู้ขับรถกระทำการดังกล่าว

2. การยึดใบอนุญาตและการเพิกถอนใบอนุญาตตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 108 มาตรา 109 และมาตรา 110 (เชษฐ รัชดาพรธรรมาธิกุลและวรรณ บัญศรีเมือง, 2548 : 12-46)

## สาระสำคัญตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

### หมวด 4 การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรา 26 ให้ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปฏิบัติดังต่อไปนี้

(1) จัดให้มีบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้า ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(2) การอื่นตามที่คณะกรรมการควบคุมกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 27 ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

- (1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา
- (2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา
- (3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร

- (4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก
  - (5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
  - (6) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
  - (7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
  - (8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ
- มาตรา 28** ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใด ๆ เท่าที่จำเป็นไว้ด้วยก็ได้

บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการขายของผู้ผลิตผู้นำเข้าหรือตัวแทนของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา

**มาตรา 29** ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

**มาตรา 30** ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ
- (2) การเร่งขาย
- (3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย
- (4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการการชิง

โชคการชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ

(5) โดยแจก แคม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่นหรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม

(6) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

**มาตรา 31** ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้



- (1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา
  - (2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล
  - (3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี
  - (4) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคลหรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
  - (5) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
  - (6) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
  - (7) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ
- มาตรา 32** ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท ให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร

### หมวด 5 การบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

**มาตรา 33** ผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือยาเสพติด คณะบุคคล หรือองค์กรทั้งภาครัฐหรือเอกชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาจขอรับการสนับสนุนเพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพจากสำนักงานได้ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมกำหนด

## หมวด 6 พนักงานเจ้าหน้าที่

**มาตรา 34** ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) เข้าไปในสถานที่ทำการของผู้ผลิต นำเข้า หรือขายเครื่องดื่มน้ำอัดลม สถาน ที่ผลิตนำเข้า หรือขายเครื่องดื่มน้ำอัดลม สถานที่เก็บเครื่องดื่มน้ำอัดลม ในเวลาทำการของสถานที่นั้น รวมถึงเข้าตรวจสอบยานพาหนะเพื่อตรวจสอบการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

(2) ยึดหรืออายัดเครื่องดื่มน้ำอัดลมของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้ขายที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

(3) มีหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำหรือให้ส่งเอกสารหรือวัตถุใดมาเพื่อประกอบการพิจารณา

**มาตรา 35** ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวต่อผู้รับอนุญาตหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องบัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

**มาตรา 36** ในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 34 ให้บุคคลที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

**มาตรา 37** ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา

## หมวด 7 บทกำหนดโทษ

**มาตรา 38** ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องดื่มน้ำอัดลมผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

**มาตรา 39** ผู้ใดขายเครื่องดื่มน้ำอัดลมโดยฝ่าฝืนมาตรา 27 หรือมาตรา 28 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

**มาตรา 40** ผู้ใดขายเครื่องดื่มน้ำอัดลมโดยฝ่าฝืนมาตรา 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

นอกจากต้องระวางโทษตามวรรคหนึ่งแล้ว 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 ให้แก่ผู้ได้รับมอบหมายตามที่เห็นสมควรก็ได้

ในการสอบสวน ถ้าพนักงานสอบสวนพบว่าบุคคลใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องมายังคณะกรรมการควบคุมหรือผู้ซึ่งคณะกรรมการควบคุมมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบตามวรรคหนึ่งภายในเจ็ดวัน นับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบ

เมื่อผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบแล้วให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

## แนวทางการบังคับใช้กฎหมายสุราของต่างประเทศ

การแก้ปัญหาสุราในสังคมต้องอาศัยการกำหนดนโยบายและมาตรการที่เหมาะสม ในหลายประเทศมีการออกกฎหมายในหลายลักษณะเพื่อควบคุมการบริโภค 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

**1. การสร้างกลไกรับผิดชอบการบังคับใช้กฎหมาย** ในที่นี้หมายถึงเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบให้มีการถือปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด เราพบว่าในสหรัฐอเมริกามีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการบังคับใช้กฎหมายสุราอยู่หลายระดับ

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. การปรับปรุงมาตรฐานการบังคับใช้กฎหมายสุรา** ซึ่งรวมถึงการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น การก่อตั้งสถาบันฝึกอบรมแห่งชาติ (National Training Academy) ของสหรัฐอเมริกาทำหน้าที่ให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ในเรื่องของการรับมือกับปัญหาในกลุ่มนักดื่มเยาวชน เช่น เทคนิคการตรวจสอบบัตรประชาชนปลอม การเข้าตรวจในสถานบริการรับอนุญาต การรับมือกับสถานการณ์ตั้งเครียด การใช้เทคโนโลยีต่างๆ (ได้แก่ กล้องบันทึกภาพ กล้องวิดีโอวงจรปิด เป็นต้น) (NLLEA National Training Academy : 2007)

**3. การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันในการบังคับใช้กฎหมาย** เราพบว่าทั้งในสหรัฐอเมริกาและหลายประเทศในยุโรปถือว่า หน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายไม่ได้เป็นหน้าที่เฉพาะของเจ้าหน้าที่ผู้รักษากฎหมายเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบที่ทุกฝ่ายที่ได้รับผลกระทบ (หรือผู้มีส่วนได้เสีย) จากปัญหาสุราควรเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน คนเหล่านี้ได้แก่ ตำรวจ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น ผู้นำชุมชนท้องถิ่น คณะกรรมการชุมชนท้องถิ่น โบสถ์ หัวหน้าสถานศึกษาทุกระดับในท้องถิ่น คณะกรรมการสถานศึกษา ตัวแทนนักศึกษา ตัวแทนภาคธุรกิจในพื้นที่ เจ้าของร้านอาหาร/ภัตตาคาร/บาร์ องค์กรประชาชน/กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนที่เกี่ยวข้อง และประชาชนผู้สนใจ การสร้างเครือข่ายในลักษณะนี้เป็นวิธีการที่นิยมกันมากเรียกว่า multi-agencies approach

**4. การกำหนดแนวทางสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายสุราให้เกิดประสิทธิผล** เช่น ตัวอย่างในกรณีของกฎหมายเมาไม่ขับก็ได้แก่ การตั้งจุดตรวจระดับแอลกอฮอล์ (sobriety checkpoints) ซึ่งเป็นเทคนิคหนึ่งในการบังคับใช้กฎหมายเมาไม่ขับที่มีประสิทธิผลสูง ในสหรัฐอเมริกาเทคนิคดังกล่าวเป็นที่ยอมรับกันแทบทุกรัฐเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นเพียง 10 รัฐที่ยังไม่นำไปใช้ (ไอดาโฮ ไอโอวา มิชิแกน มินนิโซต้า โอเรกอน โรดไออร์แลนด์ เท็กซัส วอชิงตัน วิสคอนซิน และไวโอมิง) (MAAD Sobriety Checkpoints-Issue Brief : 2007) นอกจากนี้จากรายงานของ European Transport Safety Council (ETSC) ในปี 1999 ระบุว่า การขับรถยนต์หลังจากการดื่มสุราทำให้เกิดอุบัติเหตุสูงมากในยุโรป มาตรการในการรับมือปัญหานี้เริ่มด้วยการกำหนดระดับของแอลกอฮอล์ในเลือด (BAC limit) ไว้ไม่ให้เกิน 50 ml โดยชี้แจงประชาสัมพันธ์ให้

ผู้ขับขี่ทุกคนทราบและถือปฏิบัติ ผู้ละเมิดมีบทลงโทษที่ชัดเจน ที่สำคัญต้องใช้แนวทางการบังคับใช้ให้เป็นไปตามกฎหมายดังกล่าวประกอบด้วย ซึ่งในที่นี้ได้แก่ (European Transport Safety Council 1999 : 7)

- A high numbers of person tested โดยกำหนดเป้าหมายว่า อย่างน้อย 1 ใน 10 ของผู้ขับขี่ ต้องได้รับการสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ทุกปี หรืออย่างน้อยในกรณีของประเทศฟินแลนด์กำหนดไว้ที่ 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 อย่างเช่นในฟินแลนด์จำนวนผู้ดื่มสุราเกินกำหนดแล้วขับรถชนตลกลงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจาก 33 คนใน 1,000 เหลือ 14 คน ใน 1,000 เป็นต้น

ตัวอย่างในประเทศอังกฤษก็มีการออกแนวทางในการจัดการกับปัญหาความไม่สงบที่เป็นผลมาจากการดื่มสุรา ในรายงานเรื่อง “Tackling Alcohol-Fuelled Disorder in Town and City Centres” ได้มีการรวบรวมแบบปฏิบัติที่เป็นเลิศ (best practices) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นตัวอย่างแนวทางที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ทั้งที่เป็นแนวทางจัดการกับสถานบริการที่ก่อปัญหา เช่น การสุ่มซื้อสุราที่ผิดกฎหมาย การเฝ้าระวังสถานบริการที่มีกละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ ตลอดจนแนวทางจัดการกับนักดื่มที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม เช่น การห้ามนำบรรจุภัณฑ์สุราทุกชนิดออกจากสถานบริการเนื่องจากอาจใช้เป็นอาวุธในการก่อความวุ่นวายได้ เป็นต้น

บาเบอร์ และคณะ (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

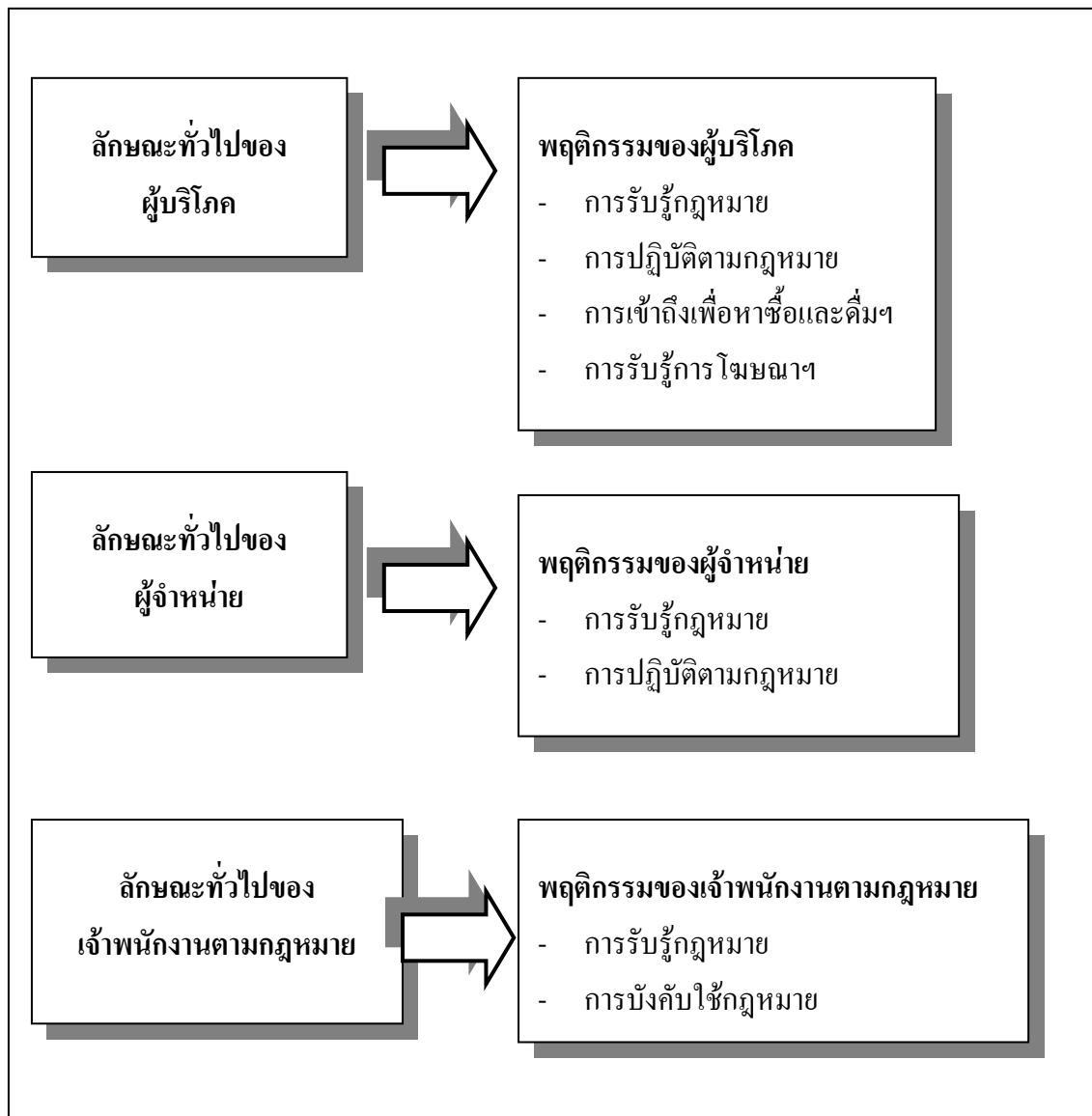
กลุ่มที่ไม่ได้ผล ได้แก่ การควบคุมตนเองโดยสมัครใจของผู้ขายและผู้ผลิต การให้ความรู้ และการรณรงค์ประชาสัมพันธ์

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 และ (3) มาตรการที่ใช้ในการป้องกันผลเสียที่เป็นผลสืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสร้างมาตรการต่อต้านการขับขี่ยานพาหนะภายหลังจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

**กรอบแนวคิด**

การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 จะประเมินทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ผู้จำหน่าย ตลอดจนประชาชนผู้บริโภคว่าการปฏิบัติตามกฎหมายจริงหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น





## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบประเมินผล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

#### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด ซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ภูมิภาคๆ ละ 3 จังหวัด โดยเป็นจังหวัดนำร่องที่กรมควบคุมโรคและเครือข่ายงดเหล้าดำเนินโครงการพัฒนาความเข้มแข็งของการบังคับใช้กฎหมายไว้ภูมิภาคๆ ละ 2 จังหวัด และเป็นจังหวัดที่ไม่มีโครงการดังกล่าว 1 จังหวัด เพื่อเป็นจังหวัดควบคุม แต่การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาและเก็บข้อมูลในระดับจังหวัดภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุม ป้องกันและแก้ไขปัญหาราษฎรของประเทศไทยตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 จะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงศึกษาในประชากรทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้บริโภค จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนผู้บริโภค ที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปอาศัยอยู่ในครัวเรือน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-Stage Sampling)
2. กลุ่มผู้จำหน่าย จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จำหน่ายในชุมชน/บริเวณใกล้เคียงกับผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่นั้นๆ ห่างจากชุมชน 500 เมตร
3. เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพาสาไมต์ ตำรวจ เป็นต้น โดยจะเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าพนักงานสรรพาสาไมต์และตำรวจที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ของผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่นั้นๆ

## การสุ่มตัวอย่าง

แผนการสุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-stage Sampling) ในชั้นภูมิหลักมีระดับชั้นของการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ในแต่ละจังหวัดแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 พื้นที่ย่อย คือ ในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง คือ สุ่มตัวอย่างเทศบาล(ในเขตเทศบาล)/อำเภอ (นอกเขตเทศบาล) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ของพื้นที่นั้นในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี (Systematic Sampling With Probability Proportional to Size)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สอง คือ สุ่มตัวอย่างตำบล ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ของอำเภอนั้นในแต่ละจังหวัด (Systematic Sampling With Probability Proportional to Size)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สาม คือ สุ่มตัวอย่างหมู่บ้าน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของจำนวนประชากรที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป ของตำบลนั้นในแต่ละจังหวัด (Systematic Sampling With Probability Proportional to Size)

การสุ่มตัวอย่างขั้นที่สี่ คือ สุ่มตัวอย่างครัวเรือน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบเก็บข้อมูลจากสมาชิกในครัวเรือนทุกคนที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไป โดยมีจำนวนครัวเรือนดังนี้

จังหวัดนนทบุรี	1,800 ครัวเรือน
จังหวัดนครปฐม	1,800 ครัวเรือน
จังหวัดสิงห์บุรี	1,800 ครัวเรือน
รวมทั้งสิ้น	5,400 ครัวเรือน รายละเอียดดังตารางที่ 1

● จังหวัดนนทบุรี

เขตพื้นที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	ขนาดตัวอย่าง (ครัวเรือน)	สมาชิกใน ครัวเรือน (คน)
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางบัวทอง	โสนลอย	54	60
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	ลำโพ	ศาลเจ้า	13	20
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	พิมลราช	ฝั่งเหนือ	19	31
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	ละหาร	คลองลำรี	71	90
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	ละหาร	เกาะคอน	28	35
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางคูรัด	คลองตาชม	12	20
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางคูรัด	หนองกระดี่	15	25
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางรักใหญ่	บางแพรกน้อย	5	10
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางรักใหญ่	คลองบางพลู	6	10
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางรักพัฒนา	รุ่งเรือง	20	31
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางบัวทอง	ปลายคลองลำรี	9	15
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางรักพัฒนา	บัวทอง	137	160
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	พิมลราช	โรงระโจม	25	35
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางรักพัฒนา	คลองบางไผ่	25	37
นอกเขตเทศบาล	บางบัวทอง	บางรักใหญ่	คลองบางไผ่	11	30
นอกเขตเทศบาล	บางใหญ่	บ้านใหม่	หนองไผ่ขาด	7	12
นอกเขตเทศบาล	บางใหญ่	บางม่วง	บางม่วง	15	24
นอกเขตเทศบาล	บางใหญ่	ตำบลบางใหญ่	อาสาร่วมใจ	36	45
นอกเขตเทศบาล	บางใหญ่	เสาธงหิน	คลองบางพุทรา	117	140
นอกเขตเทศบาล	บางใหญ่	บางเลน	บางมะฆาง	32	43
นอกเขตเทศบาล	บางใหญ่	บางแม่นาง	คลองบางคูตัด	10	20
นอกเขตเทศบาล	บางใหญ่	ตำบลบางม่วง	ชอยออมสิน	4	10
นอกเขตเทศบาล	ปากเกร็ด	ท่าอิฐ	คลองขวาง	36	48
นอกเขตเทศบาล	ปากเกร็ด	อ้อมเกร็ด	บางปะกุน	11	25
นอกเขตเทศบาล	ปากเกร็ด	บางพลับ	บางพลับใหญ่	30	50

เขตพื้นที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	ขนาดตัวอย่าง (ครัวเรือน)	สมาชิกใน ครัวเรือน (คน)
ในเขตเทศบาล	บางบัวทอง	เทศบาลเมืองบางบัวทอง/ ต.บางรักพัฒนา		100	140
ในเขตเทศบาล	ปากเกร็ด	เทศบาลนครปากเกร็ด/ ต.บางพูด		293	321
ในเขตเทศบาล	ปากเกร็ด	เทศบาลนครปากเกร็ด/ ต.บางตลาด		137	154
ในเขตเทศบาล	ปากเกร็ด	เทศบาลนครปากเกร็ด/ ต.คลองเกลือ		30	39
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลนครนนทบุรี/ ต.ตลาดขวัญ		180	186
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลนครนนทบุรี/ ต.ท่าทราย		217	229
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลนครนนทบุรี/ ต.สวนใหญ่		95	105
<b>รวมจังหวัดนนทบุรี</b>					<b>2,200</b>

● จังหวัดนครปฐม

เขตพื้นที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	ขนาดตัวอย่าง (ครัวเรือน)	สมาชิกใน ครัวเรือน (คน)
นอกเขตเทศบาล	กำแพงแสน	รางพิบูล	คอนกำแพง	35	40
นอกเขตเทศบาล	กำแพงแสน	วังน้ำเขียว	หังปลาชุก	26	31
นอกเขตเทศบาล	กำแพงแสน	ห้วยม่วง	ห้วยม่วง	32	40
นอกเขตเทศบาล	กำแพงแสน	สระพัฒนา	สระ	39	44
นอกเขตเทศบาล	กำแพงแสน	ทุ่งบัว	ทุ่งควายหาย	31	38
นอกเขตเทศบาล	กำแพงแสน	สระสี่มุม	โคก	25	32
นอกเขตเทศบาล	กำแพงแสน	ห้วยขวาง	สองห้อง	28	35
นอกเขตเทศบาล	กำแพงแสน	ทุ่งลูกนก	ดงมะม่วง	32	35
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	ทุ่งน้อย	รางทอง	26	33
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	วังตะกู	ศาลเจ้าปิ่นเกลียว	39	48
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	หนองงูเห่าล้อม	หนองงูเห่าล้อม	45	55
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	ทัพหลวง	ม่วงตารส	32	40
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	สวนป่า	สวนป่า	35	42
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	สระกะเทียม	บ่อน้ำเค็ม	12	18
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	วังเย็น	ไผ่แหลม	16	21
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	หนองปากโลง	ทุ่งสีสุก	11	17
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	บ้านยาง	ห้วยหนองกร่าง	23	30
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	ตาก้อง	นอก	31	39
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	ถนนขาด	ถนนขาด	72	81
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	พระประโทน	หนองบอน	19	25
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	มาบแค	สวนใหญ่	45	51
นอกเขตเทศบาล	เมืองนครปฐม	โพรงมะเดื่อ	ทุ่งคร้อ	13	21
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	บางช้าง	บางม่วง	27	36
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	ท่าข้าม	คลองตัน	72	81
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	ทรงคนอง	คลองประคู้	21	30
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	หอมเกร็ด	บ่อทราย	22	33
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	บางกระทิก	คลองวัฒนา	53	61
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	บางเดย	บางเดย	6	10

รายงานฉบับสมบูรณ์ผลการประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

ในเขตจังหวัดนครปฐม นครปฐม และสิงห์บุรี

เขตพื้นที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	ขนาดตัวอย่าง (ครัวเรือน)	สมาชิกใน ครัวเรือน (คน)
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	ยายชา	โรงหีบ	30	38
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	สามพราน	ศรีษะย่าน	13	20
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	บ้านใหม่	บางประแดง	24	30
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	ไร่จิง	คลองมะนาว	7	16
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	ไร่จิง	คลองบางซื่อ	16	25
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	ท่าตลาด	คลองบางหลวง	74	85
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	ท่าตลาด	คลองลัดนางแท่น	22	30
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	กระทุ่มล้ม	หนองตาน้อย	63	70
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	คลองใหม่	คลองใหม่	36	41
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	ตลาดจินดา	ตลาดจินดา	22	34
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	คลองจินดา	วัดปรีดาราม	47	53
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	คลองจินดา	พาดหมอน	15	24
นอกเขตเทศบาล	สามพราน	บางช้าง	บางช้างเหนือ	21	30
ในเขตเทศบาล	พุทธมณฑล	เทศบาลตำบลศาลายา/ ต.ศาลายา		38	44
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลนครนครปฐม/ ต.ลำพญา		35	42
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลนครนครปฐม/ ต.ห้วยจรเข้		63	70
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลนครนครปฐม/ ต.พระปฐมเจดีย์		219	234
ในเขตเทศบาล	สามพราน	เทศบาลตำบลอ้อม ใหญ่/ต.บ้านใหม่		27	38
ในเขตเทศบาล	สามพราน	เทศบาลตำบลอ้อม ใหญ่/ต.อ้อมใหญ่		138	149
<b>รวมจังหวัดนครปฐม</b>					<b>2,140</b>

● จังหวัดสิงห์บุรี

เขตพื้นที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	ขนาดตัวอย่าง (ครัวเรือน)	สมาชิกใน ครัวเรือน (คน)
นอกเขตเทศบาล	พรหมบุรี	พระงาม	พลู	29	32
นอกเขตเทศบาล	พรหมบุรี	โรงช้าง	ไผ่ดำ	30	35
นอกเขตเทศบาล	พรหมบุรี	โรงช้าง	ป่าหวาย	23	30
นอกเขตเทศบาล	พรหมบุรี	บ้านหม้อ	ตาเถร	36	40
นอกเขตเทศบาล	พรหมบุรี	บ้านหม้อ	ตราขู	48	52
นอกเขตเทศบาล	พรหมบุรี	บ้านแปง	แปง	18	23
นอกเขตเทศบาล	พรหมบุรี	หัวป่า	จวนเก่า	27	30
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	บางกระบือ	บางกระบือเหนือ	24	28
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	จักรสีห์	จักรสีห์	33	36
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	จักรสีห์	วัดหัวเมือง	45	50
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	บางกระบือ	แม่ลา	39	50
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	ต้นโพธิ์	บางต้นโพธิ์	18	24
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	หัวไผ่	วัดข่อย	29	32
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	บางมัญ	หลังถนน	10	15
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	บางมัญ	บางตาเพชร	35	40
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	โคกกรวม	โคกพระ	13	20
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	ม่วงหมู่	เกาะวิวัฒนา	67	75
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	หัวไผ่	คลองบางกระเหรียง	35	40
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	หัวไผ่	วัดข่อยเหนือ	31	36
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	หัวไผ่	โพธิ์ชัย	30	38
นอกเขตเทศบาล	เมืองสิงห์บุรี	ต้นโพธิ์	บางหมื่นหาร	22	30
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ประศุก	ม้า	30	35
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ท่างาม	ท่างาม	31	35
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	อินทร์บุรี	ท่างาม	24	30
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ประศุก	ประโมง	23	30
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ทองเอน	กลาง	46	52
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	โพธิ์ชัย	แปง	18	24
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	โพธิ์ชัย	ลำไต้	21	28

รายงานฉบับสมบูรณ์ผลการประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

ในเขตจังหวัดคนนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี

เขตพื้นที่	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	ขนาดตัวอย่าง (ครัวเรือน)	สมาชิกใน ครัวเรือน (คน)
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ห้วยชัน	หนองส้ม	23	30
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ห้วยชัน	การ้อง	15	20
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ชีน้ำร้าย	สวนมะปราง	39	45
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ทองเอน	ล่องกระเบา	18	24
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ทับยา	บางพระนอน	68	75
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	น้ำตาล	ตาขาว	15	20
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	น้ำตาล	น้ำตาล	44	50
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ทับยา	ดงทอง	13	18
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ทองเอน	ดงยาง	30	34
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ทับยา	ทับยา	50	54
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	จิวราย	ไผ่ขาด	41	45
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	จิวราย	แหลมไผ่	33	38
นอกเขตเทศบาล	อินทร์บุรี	ท่างาม	โคกขาม	18	25
ในเขตเทศบาล	บางระจัน	เทศบาลตำบลสิงห์/ ต.ไม้ดัด		128	135
ในเขตเทศบาล	บางระจัน	เทศบาลตำบลสิงห์/ ต.สิงห์		82	90
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลเมือง สิงห์บุรี/ต.ต้นโพธิ์		50	69
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลเมือง สิงห์บุรี/ต.ม่วงหมู่		15	25
ในเขตเทศบาล	เมือง	เทศบาลเมือง สิงห์บุรี/ต.บางพุทรา		283	311
<b>รวมจังหวัดสิงห์บุรี</b>					<b>2,098</b>



### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows โดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

### แผนการดำเนินงานวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย 7 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2551 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2552

- 1) ทบทวนวรรณกรรมและงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 2) สร้างเครื่องมือ สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4) วิเคราะห์ข้อมูล
- 5) สรุปผล เขียนรายงาน จัดพิมพ์และนำเสนอผล

ตารางแผนการดำเนินงานวิจัย

กิจกรรม	ระยะเวลา (เดือน)						
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. ทบทวนวรรณกรรม	████████						
2. สร้างเครื่องมือ	████████						
3. เก็บรวบรวมข้อมูล	████████████████████						
4. วิเคราะห์ข้อมูล				████████████████████			
5. สรุปและเสนอผล							████████

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประชาชนผู้บริโภครีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภครีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่ครอบคลุมถึงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การเข้าถึงและการหาซื้อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการรับรู้มาตรการการ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### ข้อมูลทั่วไปของประชาชนผู้บริโภครีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประชาชนทั่วไปที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย ราว 32 ปี ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 39 ปี มีสถานภาพสมรสแล้วยกเว้นประชาชนใน จังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่เป็นโสด สำหรับด้านการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ตอนต้นหรือต่ำกว่า มีอาชีพรับจ้างจ้างทั่วไปเป็นส่วนใหญ่ยกเว้นประชาชนในจังหวัดสิงห์บุรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ส่วนตัวประมาณ 5,000 – 10,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	หนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>เพศ</b>				
● ชาย	58.77	57.24	52.86	<b>56.34</b>
● หญิง	41.23	42.76	47.14	<b>43.66</b>
<b>อายุ</b>				
● ต่ำกว่า 20 ปี	12.27	5.51	11.87	<b>9.89</b>
● 20 – 24 ปี	16.64	17.38	13.68	<b>15.92</b>
● 25 – 29 ปี	19.50	15.89	13.54	<b>16.36</b>
● 30 – 34 ปี	11.09	16.12	14.01	<b>13.72</b>
● 35 – 39 ปี	12.91	13.41	13.06	<b>13.13</b>
● 40 – 44 ปี	9.09	10.61	11.77	<b>10.47</b>
● 45 – 49 ปี	7.59	8.74	9.20	<b>8.50</b>
● 50 – 54 ปี	4.82	6.36	7.05	<b>6.06</b>
● 55 – 59 ปี	3.18	3.36	3.72	<b>3.42</b>
● 60 ปีขึ้นไป	2.73	2.43	1.95	<b>2.38</b>
● ไม่ระบุ	0.18	0.19	0.14	<b>0.17</b>
<b>อายุเฉลี่ย</b>	<b>32</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>32.67</b>
<b>อายุต่ำสุด</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>11</b>
<b>อายุสูงสุด</b>	<b>90</b>	<b>85</b>	<b>70</b>	<b>90</b>
<b>สถานภาพ</b>				
● โสด	51.77	40.09	48.09	<b>46.69</b>
● สมรส	42.41	55.98	47.52	<b>48.59</b>
● ม่าย / หย่า / แยกกันอยู่	5.09	3.41	3.86	<b>4.13</b>
● ไม่ระบุ	0.73	0.52	0.53	<b>0.59</b>

ข้อมูลทั่วไป	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด</b>				
● มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	31.14	34.58	49.71	<b>38.33</b>
● มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	25.41	27.62	22.31	<b>25.13</b>
● อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	17.23	17.29	19.78	<b>18.08</b>
● ปริญญาตรี	23.50	18.32	6.91	<b>16.37</b>
● สูงกว่าปริญญาตรี	2.18	1.45	0.86	<b>1.51</b>
● ไม่ระบุ	0.54	0.75	0.43	<b>0.57</b>
<b>อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก</b>				
● รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4.36	3.93	1.48	<b>3.28</b>
● ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	25.14	21.87	13.73	<b>20.33</b>
● ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	11.50	15.33	9.20	<b>12.02</b>
● นักเรียน / นักศึกษา	23.68	13.41	32.03	<b>22.99</b>
● รับจ้างทั่วไป	24.77	35.79	17.49	<b>26.06</b>
● แม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณ	4.73	1.78	1.81	<b>2.80</b>
● เกษตรกร	2.68	4.95	20.88	<b>9.37</b>
● ว่างงาน	2.27	2.15	3.00	<b>2.47</b>
● อื่นๆ				
● ลูกจ้างของรัฐ ลูกจ้างนอกงบประมาณ เชียร์เบียร์ อาชีพอิสระ ร้องเพลง	0.50	-	-	<b>0.17</b>
● ทันตแพทย์ พนักงานมหาวิทยาลัย เล่นดนตรี	-	0.42	-	<b>0.14</b>
● ตกปลา	-	-	0.10	<b>0.03</b>
● ไม่ระบุ	0.36	0.37	0.28	<b>0.34</b>

ข้อมูลทั่วไป	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ</b>				
● น้อยกว่า 5,000 บาท	8.23	9.11	19.83	<b>12.30</b>
● 5,000 – 10,000 บาท	44.27	45.70	47.38	<b>45.76</b>
● 10,001 – 15,000 บาท	17.50	20.47	15.82	<b>17.94</b>
● 15,001 – 20,000 บาท	11.27	8.79	7.10	<b>9.09</b>
● 20,001 – 25,000 บาท	6.41	5.51	3.81	<b>5.27</b>
● 25,001 – 30,000 บาท	3.95	3.83	2.38	<b>3.40</b>
● 30,001 บาทขึ้นไป	3.59	3.13	1.33	<b>2.70</b>
● ไม่ระบุ	4.77	3.46	2.34	<b>3.54</b>
<b>รายได้เฉลี่ย</b>	<b>14,858</b>	<b>11,560</b>	<b>7,670</b>	<b>11,362.67</b>
<b>รายได้ต่ำสุด</b>	<b>1,200</b>	<b>900</b>	<b>800</b>	<b>800</b>
<b>รายได้สูงสุด</b>	<b>100,000</b>	<b>100,000</b>	<b>90,000</b>	<b>100,000</b>
<b>รายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือนโดยประมาณ</b>				
● น้อยกว่า 10,000 บาท	0.59	0.89	0.57	<b>0.68</b>
● 10,000 – 20,000 บาท	12.82	13.83	21.26	<b>15.91</b>
● 20,001 – 30,000 บาท	18.23	21.96	19.07	<b>19.74</b>
● 30,001 – 40,000 บาท	18.82	22.24	12.58	<b>17.92</b>
● 40,001 – 50,000 บาท	10.77	7.10	7.05	<b>8.34</b>
● 50,001 – 60,000 บาท	12.86	6.59	4.48	<b>8.05</b>
● 60,001 – 70,000 บาท	5.18	4.95	4.10	<b>4.75</b>
● 70,001 – 80,000 บาท	3.05	2.90	2.57	<b>2.84</b>
● 80,001 บาทขึ้นไป	2.68	2.43	2.14	<b>2.42</b>
● ไม่ระบุ	15.00	17.10	26.17	<b>19.34</b>
<b>รายได้รวมกันเฉลี่ย</b>	<b>30,024</b>	<b>27,880</b>	<b>22,860</b>	<b>26,921.33</b>
<b>รายได้รวมกันต่ำสุด</b>	<b>4,900</b>	<b>4,000</b>	<b>2,000</b>	<b>2,000</b>
<b>รายได้รวมกันสูงสุด</b>	<b>270,000</b>	<b>260,000</b>	<b>130,000</b>	<b>270,000</b>

## 1. พฤติกรรมการซื้อรถยนต์มือสอง

การให้คำนิยามของคำว่า “รถยนต์มือสอง” พบว่าผู้บริโภค (ซึ่งในที่นี้คือประชาชนทั่วไป) ของทั้ง 3 จังหวัดคือ นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี เห็นว่าเมื่อกล่าวถึง “รถยนต์มือสอง” มักนึกถึงสุรา เหล้า และเบียร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.42, 29.02 และ 25.29 ตามลำดับ มีเพียงร้อยละ 1-5 ที่นึกถึงสปาย ขาดอง เหล้าขาว และไวน์ อย่างไรก็ตามพบว่าสิ่งที่ผู้บริโภคนึกถึงเป็นส่วนใหญ่นั้นคือของมีค่า มีเพียงส่วนน้อยที่นึกถึงสถานการณ์หรือสิ่งอื่นที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์มือสอง ได้แก่ อุบัติเหตุ (ร้อยละ 0.92) คนเมา (ร้อยละ 0.48) และอาชญากรรม (ร้อยละ 0.30) เป็นต้น (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการให้คำนิยามของ "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์"

การให้คำนิยามของ "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์"	นทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
เมื่อกล่าวถึง "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์" นึกถึงสิ่งใดเป็นอันดับแรก				
● สุรา	29.91	33.74	27.50	29.42
● เหล้า	29.32	31.64	28.98	29.02
● เบียร์	27.41	23.60	27.36	25.29
● สเปย์	2.27	1.31	2.67	5.02
● ไวน์	0.73	1.40	0.86	0.96
● ขาดอง	0.82	1.78	3.43	1.92
● เหล้าขาว	2.77	0.37	2.67	1.88
● สาโท	0.14	0.19	1.00	0.42
● เหล้าปั่น	1.09	0.56	-	0.54
● อุบัติเหตุ	1.00	1.36	0.48	0.92
● อาชญากรรม	0.91	-	-	0.30
● งานเลี้ยง สังสรรค์	0.27	0.65	-	0.30
● ของมีนเมา	0.36	0.70	0.28	0.44
● ความสุข สนุกสนาน	0.36	0.19	0.28	0.27
● เงิน	0.27	-	-	0.09
● สิ่งเสพติด	0.18	-	-	0.06
● คนเมา	1.04	0.19	0.24	0.48
● โชคดี	0.09	0.37	0.28	0.24
● บรั่นดี	0.27	-	0.19	0.15
● สถานบันเทิง	0.41	-	-	0.14
● ของขวัญ	0.14	-	-	0.05
● เพื่อน , เพื่อนฝูง	0.09	0.28	-	0.12
● ปัญหาครอบครัว - ออกหัก	0.14	-	-	0.05
● วิสกี้	-	0.19	0.28	0.15
● สุขภาพ	-	0.47	-	0.15

การให้คำนิยามของ "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์"	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
● ความเมา , การเมา	-	0.42	0.67	<b>0.35</b>
● เชื่องซุน	-	0.19	0.33	<b>0.17</b>
● เด็กเสิร์ฟ	-	0.28	-	<b>0.09</b>
● ผับ	-	0.37	-	<b>0.12</b>
● ความตาย	-	0.37	-	<b>0.12</b>
● กระแจะ	-	-	1.29	<b>0.41</b>
● การไม่มีสติ	-	-	0.09	<b>0.03</b>
● อุ	-	-	0.19	<b>0.06</b>
● สาเก	-	-	0.19	<b>0.06</b>
● เหล้าดื่ม	-	-	0.52	<b>0.17</b>
● ม้ากระทืบโรง	-	-	0.19	<b>0.06</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

สำหรับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภค กรณีประเด็นเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ้างหรือไม่ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้ง 3 จังหวัดเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 57.30 โดยเฉพาะอย่างยิ่งสัดส่วนของผู้บริโภคที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดนนทบุรีมีสูงถึงร้อยละ 63.00 ตลอดจนพบว่าผู้บริโภคของทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่มีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในรอบ 12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 77.85 โดยสัดส่วนของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีสูงถึงร้อยละ 80.30 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในระยะ 30 วันก่อนการสำรวจมีถึงร้อยละ 61.26 และในการดื่มในระยะ 30 วันดังกล่าวนั้น เป็นการดื่ม 1-3 ครั้งต่อเดือน และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 32.01 และ 25.73 ตามลำดับ

สำหรับเหตุผลของผู้บริโภคที่เคยดื่มแต่ไม่อยากจะซื้อหรือไม่อยากดื่ม พบว่าส่วนมากเนื่องมาจากไม่สบาย (เป็นไข้/ปวดหัว/ตัวร้อน) คนในครอบครัวห้ามดื่ม และไม่มีเพื่อนร่วมดื่ม คิดเป็นร้อยละ 14.16, 13.00 และ 12.49 ตามลำดับ ส่วนเหตุผลทางเศรษฐกิจคือ ไม่มีเงินซื้อและราคาแพง เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้บริโภคที่ดื่มแล้วมักติดลม ดื่มมากกว่าที่ตั้งใจไว้ในตอนแรก มีถึงร้อยละ 32.62 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดนนทบุรี มีถึงร้อยละ 59.59 สูงที่สุดใน 3 จังหวัด (ตารางที่ 4.2)



ตารางที่ 4.2 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>1. เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ้างหรือไม่</b>				
• เคย	63.00	55.61	53.05	<b>57.30</b>
• ไม่เคย	37.00	44.39	46.95	<b>42.70</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>
<b>2. ครั้งสุดท้ายที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดื่มใน 12 เดือน</b>				
• ไร่	80.30	73.45	79.51	<b>77.85</b>
• ไม่ไร่	19.70	26.55	20.49	<b>22.15</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>
<b>3. ครั้งสุดท้ายที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 12 เดือน เป็นการดื่ม</b>				
• ดื่มใน 30 วัน	60.82	63.03	59.93	<b>61.26</b>
• ไม่ได้ดื่มใน 30 วัน	39.18	36.97	40.07	<b>38.74</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>
<b>4. การดื่มแอลกอฮอล์ใน 30 วัน ดื่มถี่</b>				
• ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน	15.44	20.42	14.82	<b>16.86</b>
• ดื่ม 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์	24.89	29.83	22.37	<b>25.73</b>
• ดื่ม 1 – 3 ครั้งต่อเดือน	34.92	24.03	36.93	<b>32.01</b>
• อื่นๆ ..	19.34	19.50	23.54	<b>20.66</b>
• ไม่ระบุ	5.41	6.22	2.34	<b>4.74</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>5. สาเหตุไม่ยอมซื้อหรือไม่อยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</b>				
● ราคาแพง	16.45	28.32	31.18	<b>11.16</b>
● ไม่มีเงินซื้อ	26.48	23.36	30.73	<b>12.08</b>
● ร้านที่ซื้อสะดวกปิด	11.90	3.53	3.86	<b>3.06</b>
● เป็นไข้ / ปวดหัว / ตัวร้อน	30.45	24.20	40.16	<b>14.16</b>
● คนรู้จักห้ามดื่ม	6.06	4.71	8.18	<b>12.13</b>
● เบียดยาก ดื่มลำบาก	1.80	4.03	1.26	<b>1.06</b>
● หาสถานที่ดื่มลำบาก	5.84	2.61	3.05	<b>1.78</b>
● การรณรงค์เมาไม่ขับ	11.76	13.28	18.87	<b>6.50</b>
● ไม่มีภานชนะสำหรับดื่ม	0.51	0.92	0.36	<b>0.27</b>
● ไม่มีเพื่อนร่วมดื่ม	39.54	19.08	22.01	<b>12.49</b>
● คนในครอบครัวห้ามดื่ม	35.57	22.18	27.40	<b>13.00</b>
● อยู่ในช่วงงดเหล้าเข้าพรรษา	13.06	10.92	33.42	<b>8.36</b>
● อื่นๆ	13.83	9.24	5.57	<b>3.94</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>
<b>6. เคยมีพฤติกรรมเหล่านี้หรือไม่</b>				
● ในครั้งที่ดื่ม เคยติดลมดื่มมากกว่าที่ตั้งใจจะดื่มตอนเริ่มต้น	59.59	22.52	39.26	<b>32.62</b>
● ในครั้งที่ดื่ม เคยดื่มต่อทั้งๆ ที่มีคนเตือนให้หยุดดื่ม	32.60	14.12	18.69	<b>17.64</b>
● เคยดื่มแล้วขับ ทั้งๆ ที่มีคนเคยเตือนว่าดื่มแล้วอย่าขับ	19.62	14.54	12.04	<b>12.33</b>
● ไม่เคยมีพฤติกรรมดัง 3 ข้อข้างต้น	46.89	48.82	47.17	<b>37.41</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

## 2. การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และซื้อได้ด้วยตนเองในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมาเท่ากับร้อยละ 38.17 โดยในจังหวัดสิงห์บุรีมีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.80 ในกลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และซื้อได้ด้วยตนเองในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า รวร้อยละ 52 เคยซื้อและซื้อได้ระหว่าง 1-4 ครั้ง และที่ซื้อได้มากกว่า 10 ครั้งมีร้อยละ 12.08 อย่างไรก็ตามผู้บริโภคที่ตอบว่าเคยซื้อแต่ผู้ขายไม่ขายให้ เนื่องจากไม่ใช้เวลาขายมีถึงร้อยละ 42.20 รองลงมา กล่าวว่าจะถูกจับ ร้อยละ 22.94

สำหรับความสะดวกในการเดินทางไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าผู้บริโภคส่วนมากมีความสะดวกสามารถเดินทางไปซื้อได้ รวมทั้งสามารถขับรถ/จักรยานยนต์ไปซื้อได้โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 46.10 และ 28.83 ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แหล่งจำหน่ายตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเข้าถึงได้โดยง่าย ทั้งนี้กว่าร้อยละ 62 ตอบว่าสามารถใช้เวลาไม่เกิน 10 นาที ในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านที่สะดวกที่สุด

อย่างไรก็ตามเมื่อถามถึงการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย (วัด/ศาสนสถานต่างๆ สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาล สถานข้าราชการ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา หอพัก สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และสวนสาธารณะของทางราชการ) ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี คิดเป็นร้อยละ 83.35 เคยซื้อในสถานที่ห้ามจำหน่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งซื้อได้ในหอพักถึงร้อยละ 47.33 รองลงมาได้แก่ ที่สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และสวนสาธารณะของราชการ คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ 10.00 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในจังหวัดนครปฐมและสิงห์บุรีไม่เคยไปซื้อในสถานที่ห้ามจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 82.40 และ 96.38 ตามลำดับ แต่ที่น่าสนใจพบว่า ผู้บริโภคทั้ง 2 จังหวัดที่เคยซื้อในสถานที่ห้ามจำหน่าย ส่วนมากรวร้อยละ 32-48 ซื้อได้ในหอพักและสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งสะท้อนให้เห็นชัดเจนว่าหอพักและสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสถานที่ที่มีการละเมิดกฎหมายห้ามจำหน่ายสุรามากที่สุด

ส่วนกรณีเวลาและสถานที่ที่เคยหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่เวลา 24.00 – 11.00 น. หรือ 14.00 – 17.00 น. (ซึ่งเป็นเวลาห้ามจำหน่าย) ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ของทั้ง 3 จังหวัดเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และซื้อได้ในช่วงเวลาดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 72.09 โดยมีสัดส่วนในจังหวัดนนทบุรีสูงที่สุด ร้อยละ 73.25 รองลงมาคือจังหวัดสิงห์บุรี ร้อยละ 62.45 โดยร้านค้าที่ผู้บริโภคทั้ง 3 จังหวัดเคยซื้อและซื้อได้ในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่ก็คือ ร้านขายของชำ/โชห่วย คิดเป็นร้อยละ 51.17 รองลงมาคือร้านสะดวกซื้อ (7-11 แฟมิลีมาร์ท) คิดเป็นร้อยละ 12.91 และมีเพียงร้อยละ 5.99 ที่เคยซื้อแต่ผู้ขายไม่ขายให้ เป็นที่น่าสนใจว่าจังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดที่ผู้บริโภคเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และซื้อได้ในช่วงเวลาดังกล่าวมีสัดส่วนสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับอีก 2 จังหวัด (นครปฐมและสิงห์บุรี) คิดเป็นร้อยละ 73.25

ในด้านราคาของเครื่องดื่มนมแอลกอฮอล์ที่ซื้อในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าส่วนมากประมาณร้อยละ 42 ซื้อได้ในราคาที่ถูกที่สุดคือ ไม่เกิน 50 บาท โดยบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มนมแอลกอฮอล์ส่วนมาก ได้แก่ ขวดกลม กระป๋อง เป๊ก และก๊ัก คิดเป็นร้อยละ 16.99, 13.17, 5.63 และ 4.95 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคของทั้ง 3 จังหวัดที่เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีสามารถซื้อเครื่องดื่มนมแอลกอฮอล์ มีถึงร้อยละ 38.68 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มนมแอลกอฮอล์

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มนมแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>1. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาเคยซื้อเครื่องดื่มนมแอลกอฮอล์ด้วยตนเอง</b>				
● ไม่เคยซื้อในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	58.00	62.52	55.20	<b>54.38</b>
● เคยซื้อและซื้อได้	40.95	36.64	44.80	<b>38.17</b>
● 1 ครั้ง	18.87	10.20	10.85	<b>13.29</b>
● 2 ครั้ง	18.20	16.07	20.32	<b>18.16</b>
● 3 ครั้ง	12.43	13.90	14.04	<b>13.33</b>
● 4 ครั้ง	7.88	7.78	8.62	<b>8.04</b>
● 5 ครั้ง	8.99	5.74	6.28	<b>6.99</b>
● 6 ครั้ง	4.11	2.42	2.77	<b>3.10</b>
● 7 ครั้ง	1.66	1.79	2.77	<b>2.08</b>
● 8 ครั้ง	1.11	1.40	2.55	<b>1.70</b>
● 9 ครั้ง	1.00	0.64	0.85	<b>0.83</b>
● 10 ครั้ง	8.44	4.59	4.15	<b>5.70</b>
● มากกว่า 10 ครั้ง	17.31	14.54	5.32	<b>12.08</b>
● ไม่ได้ระบุจำนวนครั้ง	1.05	20.92	21.49	<b>14.69</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
● เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้	1.59	22.06	0.48	7.45
● 1 ครั้ง	54.29	8.04	50.00	10.49
● 2 ครั้ง	17.14	13.01	20.00	13.27
● 3 ครั้ง	-	10.84	10.00	10.37
● 4 ครั้ง	8.57	7.40	-	7.36
● 5 ครั้ง	5.71	4.34	20.00	4.58
● มากกว่า 5 ครั้ง	14.29	16.58	-	16.28
● ไม่ระบุจำนวนครั้ง	-	39.80	-	37.64
ค่าต่ำสุด	1	1	1	1
ค่าสูงสุด	10	10	5	10
ค่าเฉลี่ย	2	3	1	2
เพราะสาเหตุ				
● อายุไม่ถึง , อายุไม่ถึง 20 ปี	11.43	1.06	10.00	9.17
● กลัวถูกจับ	11.43	4.45	-	22.94
● ไม่ใช่เวลาขาย	54.28	5.30	20.00	42.20
● พุดไม่รู้เรื่อง , เม้า , พุดจาไม่ดี	8.57	0.85	-	6.42
● ร้านปิด	-	-	20.00	1.83
● ไม่ระบุสาเหตุ	14.29	1.91	40.00	16.51
● ไม่มีเงินจ่าย	-	-	10.00	0.92

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>2. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาสามารถเดินทางไปร้านค้าเพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยสะดวก</b>				
• สะดวกมาก สามารถเดินไปได้	54.83	49.87	34.79	<b>46.10</b>
• สะดวก สามารถขับรถ / จักรด โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย	26.53	27.17	32.55	<b>28.83</b>
• สะดวก สามารถแวะซื้อระหว่างทางได้	8.21	10.84	9.36	<b>9.40</b>
• สะดวก ถึงแม้อยู่ไกล แต่ก็ไม่เป็นปัญหาในการหาซื้อ	4.22	5.99	9.57	<b>6.66</b>
• ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกลเส้นทางที่ใช้ประจำ	0.89	2.42	4.36	<b>2.59</b>
• ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ ต้องไปหาซื้อที่อื่น	0.78	1.15	6.60	<b>2.97</b>
• อื่นๆ	1.55	0.77	0.43	<b>0.91</b>
• ไม่ระบุ	3.00	2.30	2.34	<b>2.55</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>
<b>3. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาใช้เวลาในการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านที่สะดวกที่สุด</b>				
• น้อยกว่า 5 นาที	28.63	14.29	9.89	<b>17.64</b>
• 5 – 10 นาที	36.29	45.79	52.45	<b>44.91</b>
• 11 – 15 นาที	4.77	3.57	4.79	<b>4.42</b>
• 16 – 20 นาที	4.55	1.91	3.72	<b>3.47</b>
• 21 – 25 นาที	0.67	0.13	0.53	<b>0.46</b>
• 26 – 30 นาที	5.22	3.06	4.04	<b>4.15</b>
• 31 – 45 นาที	2.00	0.26	3.19	<b>1.90</b>
• 46 – 60 นาที	0.22	-	0.53	<b>0.27</b>
• 60 นาทีขึ้นไป	-	-	-	<b>-</b>
• ไม่ระบุ	17.65	30.99	20.85	<b>22.78</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>60</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>7</b>

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>4. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาสามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จากสถานที่เหล่านี้ที่ใดบ้าง</b>				
• <b>เคย์ซ้อ</b>	16.65	17.60	3.62	<b>12.27</b>
• วัด / ศาสนสถานต่างๆ	8.67	6.52	5.88	<b>7.59</b>
• สถานบริการสาธารณสุข หรือ โรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	3.33	2.90	11.76	<b>4.11</b>
• สถานที่ทางราชการต่างๆ	0.67	0.72	5.88	<b>1.27</b>
• โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	8.00	2.17	2.94	<b>5.06</b>
• หอพัก	47.33	48.55	26.47	<b>46.52</b>
• สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	18.00	32.61	35.29	<b>26.58</b>
• สวนสาธารณะของทางราชการ	10.00	6.52	11.76	<b>8.86</b>
• ไม่เคยไปซื้อในสถานที่ดังกล่าว	83.35	82.40	96.38	<b>87.73</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>5. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา คุณเคยหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาตั้งแต่ 24.00 – 11.00 น. หรือ 14.00 – 17.00 น. หรือไม่</b>				
● เคยซื้อและซื้อได้จาก	73.25	44.77	62.45	<b>72.09</b>
● ร้านของชำ / โชว์ห่วย	89.24	85.19	95.23	<b>51.17</b>
● ร้านอาหาร	13.48	12.25	12.27	<b>7.21</b>
● ผับ / เทรค / บาร์ / คาราโอเกะ	11.97	9.97	8.01	<b>5.69</b>
● ร้านสะดวกซื้อ (7 – 11 แฟมิลีมาร์ท)	34.70	19.66	11.41	<b>12.91</b>
● ร้านเครื่องดื่ม	22.27	14.53	17.89	<b>10.71</b>
● ร้านเร่ขาย	2.73	1.99	1.36	<b>1.17</b>
● ร้านเหล้าปั่น	6.36	4.27	1.19	<b>2.26</b>
● ร้านมินิมาร์ท	23.94	15.38	4.94	<b>8.52</b>
● อื่น ๆ	1.52	-	-	<b>0.35</b>
● เคยซื้อแต่คนขายไม่ขายให้จากร้าน	7.66	4.85	6.38	<b>5.99</b>
● ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	31.88	23.68	45.00	<b>34.73</b>
● ร้านอาหาร	7.25	-	1.67	<b>3.60</b>
● ผับ เทรค บาร์ คาราโอเกะ	4.34	2.63	3.33	<b>3.60</b>
● ร้านสะดวกซื้อ (7 – 11 แฟมิลีมาร์ท)	23.19	55.26	36.67	<b>34.73</b>
● ร้านเครื่องดื่ม	7.25	2.63	1.67	<b>4.19</b>
● ร้านเร่ขาย	-	-	-	<b>-</b>
● ร้านเหล้าปั่น	5.80	2.63	1.67	<b>3.60</b>
● ร้านมินิมาร์ท	11.60	15.79	1.67	<b>8.98</b>
● อื่น ๆ	8.70	-	-	<b>3.60</b>
● ไม่เคยซื้อในช่วงเวลาตั้งแต่ 24.00–11.00 น. หรือ 14.00 -17.00 น. ใน 3 เดือนที่ผ่านมา	19.09	50.38	31.17	<b>21.92</b>
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>



การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>6. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุดได้ในราคา</b>				
• น้อยกว่า 10 บาท	5.09	7.62	33.41	15.16
• 11 - 20 บาท	3.18	4.58	5.24	4.32
• 21 - 30 บาท	15.36	14.39	8.91	12.94
• 31 - 40 บาท	7.32	8.22	5.67	7.08
• 41 - 50 บาท	4.05	1.92	0.95	2.33
• 51 - 60 บาท	1.05	0.56	0.81	0.81
• 61 - 70 บาท	0.41	0.93	0.67	0.67
• 71 - 80 บาท	0.45	0.42	1.00	0.62
• 81 - 90 บาท	0.91	1.36	0.24	0.84
• 91 - 100 บาท	2.73	2.99	0.52	2.10
• 100 บาทขึ้นไป	14.05	11.21	11.25	12.19
• ไม่ระบุราคา	45.41	45.79	31.32	40.94
ต่ำสุด	5	5	5	5
สูงสุด	1,000	1,000	1,000	1,000
ค่าเฉลี่ย	84	83	75	80.67
<b>โดยมีภาชนะบรรจุภัณฑ์ คือ</b>				
• ฝา	0.59	0.47	0.24	0.43
• เป็ก	4.00	5.23	7.72	5.63
• กึ่ง	2.91	5.28	6.77	4.95
• กิ่ง	0.59	0.42	1.10	0.70
• แก้ว	0.73	1.26	1.19	1.06
• ขวดลิโ	1.41	2.15	2.53	2.02
• ครอบ	16.36	15.93	7.01	13.17
• ขวดแบน	4.41	4.95	4.86	3.74
• ขวดเล็ก	4.64	4.35	2.57	3.87
• ขวดกลม	21.77	15.51	13.49	16.99
• อื่นๆ (เหยือก , หลอด , ถุง , ขวดเบียร์ , ไห)	1.45	1.03	3.24	1.89
• ไม่เคยซื้อ	38.50	40.09	46.57	41.66
• ไม่ระบุ	2.64	3.32	2.72	2.89

การเข้าถึง การหาซื้อเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
7. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องยนต์ที่มีแอลกอฮอล์				
● เคยพบเห็น	44.23	29.72	41.99	38.68
● ไม่เคยพบเห็น	21.91	24.58	16.02	20.88
● ไม่แน่ใจ	26.82	38.04	28.84	31.21
● ไม่ระบุ	7.05	7.66	13.16	9.24
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ผู้บริโภคทั้ง 3 จังหวัดเห็นว่าเมื่อร้านค้าที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เปิดขาย หรือไม่มีสินค้าที่ต้องการ ส่วนมากจะไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 44.35 ขณะที่ร้อยละ 34.86 เลิกดื่มความตั้งใจไม่ดื่ม (ตารางที่ 4.4)

สำหรับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการไปนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามร้านประเภทต่างๆ ด้วยตนเองในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 64.43 ไม่เคยไปนั่งดื่มในร้านประเภทต่างๆ ในกรณีที่เคยไปนั่งดื่ม พบว่าไปนั่งดื่มเฉลี่ย 3-5 ครั้ง และมีเพียงในจังหวัดนครปฐมที่ เคยพยายามไปนั่งดื่ม แต่คนขายไม่ขายให้ (ตารางที่ 4.4)

ในส่วนของการเดินทางไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าโดยส่วนมาก ผู้บริโภคของทั้ง 3 จังหวัดมีความสะดวกสามารถขับรถ/ขี่รถโดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย และสามารถเดินไปได้ คิดเป็นร้อยละ 33.49 และ 26.35 ตามลำดับ โดยใช้เวลาเดินทางไปร้านนั่งดื่มที่สะดวกที่สุดเฉลี่ยเพียง 17.67 นาที และในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม คิดเป็นร้อยละ 89.78 ขณะที่ร้อยละ 3.51 เคยดื่มในสถานที่ห้ามดื่ม (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การเข้าถึง การหาซื้อ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
1. สมมติว่า ร้านที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สะดวกที่สุดไม่เปิดขายหรือไม่มีสินค้าที่ต้องการ จะทำอย่างไร				
● เลิกดื่มความตั้งใจไม่ดื่ม	32.27	42.52	29.74	34.86
● ไปหาซื้อร้านอื่นในละแวกใกล้เคียงกัน	46.18	39.95	46.90	44.35
● ไปร่วมวงดื่มสุรากับคนอื่นแทน	4.95	3.32	7.34	5.19
● เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างอื่น	2.09	0.89	1.05	1.35
ทดแทน โดยซื้อ				
● เบียร์ แทน เหล้า	43.48	78.94	63.63	56.32
● สุรา แทน เบียร์	21.74	10.53	22.72	19.54
● ซื้อมี้อื่นที่มีขายแทนกัน	34.78	10.53	13.66	24.14
● อื่นๆ	10.32	8.69	13.30	10.75
● ไม่ระบุ	4.18	4.63	1.67	3.51

การเข้าถึง การหาซื้อ การดัดมเครื่องดัดมแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
2. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เคยนั่งดัดมเครื่องดัดมแอลกอฮอล์ที่ร้านประเภทต่างๆ ด้วยตนเองหรือไม่				
• ไม่เคยไปนั่งดัดมในร้านประเภทต่างๆ	66.59	18.04	79.69	<b>63.43</b>
ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา				
• เคยไปนั่งดัดม	30.55	76.45	20.31	<b>36.29</b>
• 1 ครั้ง	21.58	18.13	21.83	<b>20.75</b>
• 2 ครั้ง	22.92	22.02	24.18	<b>23.05</b>
• 3 ครั้ง	13.10	10.88	11.50	<b>12.06</b>
• 4 ครั้ง	5.06	7.51	3.29	<b>5.19</b>
• 5 ครั้ง	9.08	5.44	4.46	<b>6.81</b>
• มากกว่า 5 ครั้ง	28.27	13.47	34.74	<b>26.28</b>
• ไม่ระบุ	-	22.54	-	<b>5.86</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>50</b>	<b>10</b>	<b>65</b>	<b>65</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>
• เคยพยายามจะไปนั่งดัดมแต่คนขายไม่ขายให้	0.59	100.00	0.94	<b>0.29</b>
• 1 ครั้ง	53.85	100.00	25.00	<b>50.00</b>
• 2 ครั้ง	38.46	-	50.00	<b>38.89</b>
• 3 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
• 4 ครั้ง	7.69	-	-	<b>5.56</b>
• 5 ครั้ง	-	-	25.00	<b>5.56</b>
• มากกว่า 5 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.67</b>

การเข้าถึง การหาซื้อ การดัดมเครื่องดัดมแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>3. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา สามารถเดินทางไปร้านค้าเพื่อนั่งดัดมเครื่องดัดมแอลกอฮอล์ได้โดยสะดวกหรือไม่</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>● สะดวกมาก สามารถเดินทางไปได้</li> <li>● สะดวก สามารถขับรถ / จักรด โดยใช้เวลาเพียงเล็กน้อย</li> <li>● สะดวก สามารถแวะดัดมระหว่างทางได้</li> <li>● สะดวก ถึงแม้อยู่ไกล แต่ก็ไม่เป็นปัญหาในการนั่งดัดม</li> <li>● ไม่ค่อยสะดวก เพราะร้านค้าอยู่ไกลเส้นทางที่ใช้ประจำ</li> <li>● ไม่สะดวก เพราะไม่มีร้านค้าในละแวกนี้ ต้องไปหานั่งดัดมที่อื่น</li> <li>● ไม่ระบุ</li> </ul>	<p>29.32</p> <p>42.71</p> <p>6.85</p> <p>10.27</p> <p>2.38</p> <p>2.08</p> <p>6.40</p>	<p>32.12</p> <p>29.02</p> <p>11.40</p> <p>14.25</p> <p>1.81</p> <p>5.96</p> <p>5.44</p>	<p>16.43</p> <p>23.00</p> <p>10.56</p> <p>23.94</p> <p>5.63</p> <p>16.43</p> <p>3.99</p>	<p><b>26.35</b></p> <p><b>33.49</b></p> <p><b>9.10</b></p> <p><b>15.23</b></p> <p><b>3.17</b></p> <p><b>7.21</b></p> <p><b>5.46</b></p>
<b>4. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ใช้เวลาเดินทางไปร้านนั่งดัดมเครื่องดัดมแอลกอฮอล์ที่สะดวกที่สุด ใช้เวลา</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>● น้อยกว่า 5 นาที</li> <li>● 5 – 10 นาที</li> <li>● 11 – 15 นาที</li> <li>● 16 – 20 นาที</li> <li>● 21 – 25 นาที</li> <li>● 26 – 30 นาที</li> <li>● 31 – 45 นาที</li> <li>● 46 – 60 นาที</li> <li>● 60 นาทีขึ้นไป</li> <li>● ไม่ระบุ</li> </ul>	<p>12.05</p> <p>19.05</p> <p>10.42</p> <p>10.71</p> <p>2.68</p> <p>18.15</p> <p>6.85</p> <p>3.13</p> <p>1.34</p> <p>15.63</p>	<p>2.85</p> <p>19.17</p> <p>3.37</p> <p>10.36</p> <p>-</p> <p>17.36</p> <p>7.77</p> <p>3.11</p> <p>0.52</p> <p>35.49</p>	<p>9.39</p> <p>13.85</p> <p>9.39</p> <p>8.69</p> <p>0.47</p> <p>11.74</p> <p>8.45</p> <p>3.99</p> <p>0.94</p> <p>33.10</p>	<p><b>8.89</b></p> <p><b>17.59</b></p> <p><b>8.29</b></p> <p><b>10.04</b></p> <p><b>1.35</b></p> <p><b>16.11</b></p> <p><b>7.55</b></p> <p><b>3.37</b></p> <p><b>1.01</b></p> <p><b>25.81</b></p>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>23</b>	<b>17.67</b>

การเข้าถึง การหาซื้อ เครื่องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>5. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ใดบ้าง</b>				
• วัด / ศาสนสถานต่างๆ	1.14	0.33	0.38	<b>0.62</b>
• สถานบริการสาธารณสุขหรือ โรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	0.64	0.14	0.38	<b>0.39</b>
• สถานที่ทางราชการต่างๆ	0.09	0.05	0.48	<b>0.20</b>
• โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	0.41	0.19	0.33	<b>0.31</b>
• สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่างๆ	1.45	0.70	0.81	<b>0.99</b>
• สวนสาธารณะของทางราชการ	1.00	0.19	0.29	<b>0.50</b>
• ไม่เคยดื่มในสถานที่ดังกล่าว	90.86	82.06	96.52	<b>89.78</b>
• ไม่ระบุ	4.41	16.36	0.81	<b>7.21</b>

### 3. การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในด้านการพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ในรอบวันที่ผ่านมา พบว่าผู้บริโภคทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.57 เคยพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพบเห็นหรือได้ยินผ่านสื่อโทรทัศน์เฉลี่ยวันละ 2.33 ครั้ง ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) เฉลี่ยวันละ 1.67 ครั้ง สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ) เฉลี่ยวันละ 1 ครั้ง วิทยุเฉลี่ยวันละ 1 ครั้ง อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 1 ครั้ง สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง) เฉลี่ยวันละ 1.33 ครั้ง ในร้านค้าเฉลี่ยวันละ 2 ครั้ง สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์ เฉลี่ยวันละ 1 ครั้ง และสื่ออื่นๆ เฉลี่ยวันละ 1 ครั้ง (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>1. ในรอบวันที่ผ่านมา พบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อใดบ้าง</b>				
● โทรทัศน์				
● 1 ครั้ง	16.86	31.60	16.54	<b>20.55</b>
● 2 ครั้ง	8.68	18.51	11.73	<b>12.33</b>
● 3 ครั้ง	3.68	8.33	2.81	<b>4.53</b>
● 4 ครั้ง	1.95	2.90	0.62	<b>1.71</b>
● 5 ครั้ง	1.50	2.16	1.00	<b>1.49</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	2.45	7.51	2.00	<b>3.54</b>
● ไม่ได้รับสื่อโทรทัศน์	64.86	29.00	65.30	<b>55.84</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2.33</b>
● ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง)				
● 1 ครั้ง	9.05	10.56	5.62	<b>8.13</b>
● 2 ครั้ง	5.36	6.32	0.62	<b>3.83</b>
● 3 ครั้ง	1.59	2.75	0.52	<b>1.47</b>
● 4 ครั้ง	1.00	1.64	0.19	<b>0.85</b>
● 5 ครั้ง	0.27	0.22	0.05	<b>0.18</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	0.50	1.78	0.62	<b>0.85</b>
● ไม่ได้รับสื่อป้ายกลางแจ้ง	82.23	76.73	92.37	<b>84.69</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1.67</b>

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
● สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)				
● 1 ครั้ง	9.73	10.33	6.20	<b>8.31</b>
● 2 ครั้ง	1.18	1.93	1.24	<b>1.34</b>
● 3 ครั้ง	0.41	0.22	0.33	<b>0.33</b>
● 4 ครั้ง	0.09	0.15	0.10	<b>0.10</b>
● 5 ครั้ง	0.36	0.07	0.05	<b>0.17</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	0.68	0.74	0.38	<b>0.57</b>
● ไม่ได้รับสื่อสิ่งพิมพ์	87.55	86.54	99.62	<b>89.17</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>15</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
● วิทยู				
● 1 ครั้ง	2.27	2.90	3.00	<b>2.69</b>
● 2 ครั้ง	1.09	2.45	0.67	<b>1.26</b>
● 3 ครั้ง	1.36	0.82	0.19	<b>0.80</b>
● 4 ครั้ง	1.05	3.94	0.10	<b>1.38</b>
● 5 ครั้ง	0.18	0.07	0.10	<b>0.12</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	0.09	1.12	0.29	<b>0.41</b>
● ไม่ได้รับสื่อวิทยู	93.95	88.70	95.66	<b>93.34</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>



การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● อินเทอร์เน็ต                             <ul style="list-style-type: none"> <li>● 1 ครั้ง</li> <li>● 2 ครั้ง</li> <li>● 3 ครั้ง</li> <li>● 4 ครั้ง</li> <li>● 5 ครั้ง</li> <li>● มากกว่า 5 ครั้ง</li> <li>● ไม่ได้รับสื่ออินเทอร์เน็ต</li> </ul> </li> </ul>				
	1.64	5.13	2.05	<b>2.62</b>
	0.50	0.22	0.67	<b>1.26</b>
	0.09	0.15	0.33	<b>0.80</b>
	0.09	0.15	0.05	<b>1.38</b>
	0.14	0.22	-	<b>0.12</b>
	0.32	0.37	0.19	<b>0.41</b>
	97.23	93.75	96.71	<b>93.34</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>● 1 ครั้ง</li> <li>● 2 ครั้ง</li> <li>● 3 ครั้ง</li> <li>● 4 ครั้ง</li> <li>● 5 ครั้ง</li> <li>● มากกว่า 5 ครั้ง</li> <li>● ไม่ได้รับสื่อเคลื่อนที่</li> </ul> </li> </ul>				
	1.14	1.12	0.62	<b>0.94</b>
	0.18	0.67	0.05	<b>0.25</b>
	0.05	0.74	0.05	<b>0.21</b>
	-	0.15	-	<b>0.04</b>
	0.23	0.22	-	<b>0.14</b>
	-	0.74	0.24	<b>0.27</b>
	98.41	96.36	99.05	<b>98.16</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>8</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1.33</b>

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ในร้านค้า                             <ul style="list-style-type: none"> <li>● 1 ครั้ง</li> <li>● 2 ครั้ง</li> <li>● 3 ครั้ง</li> <li>● 4 ครั้ง</li> <li>● 5 ครั้ง</li> <li>● มากกว่า 5 ครั้ง</li> <li>● ไม่ได้ระบุชื่อในร้านค้า</li> </ul> </li> </ul>				
	10.05	14.20	12.96	<b>12.12</b>
	4.41	2.90	3.19	<b>3.60</b>
	2.09	0.74	0.71	<b>1.26</b>
	0.82	0.07	0.24	<b>0.43</b>
	0.55	0.30	0.76	<b>0.57</b>
	2.23	1.49	0.81	<b>1.52</b>
	79.86	80.30	81.32	<b>80.51</b>
ต่ำสุด	1	1	1	1
สูงสุด	30	10	20	30
ค่าเฉลี่ย	2	2	2	2
<ul style="list-style-type: none"> <li>● สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์                             <ul style="list-style-type: none"> <li>● 1 ครั้ง</li> <li>● 2 ครั้ง</li> <li>● 3 ครั้ง</li> <li>● 4 ครั้ง</li> <li>● 5 ครั้ง</li> <li>● มากกว่า 5 ครั้ง</li> <li>● ไม่ได้ระบุสื่อบุคคล</li> </ul> </li> </ul>				
	2.95	5.80	1.14	<b>2.96</b>
	0.68	0.22	0.52	<b>0.51</b>
	0.45	0.22	0.14	<b>0.28</b>
	0.14	0.45	0.10	<b>0.19</b>
	0.05	0.07	0.29	<b>0.14</b>
	0.36	0.30	0.29	<b>0.32</b>
	95.36	92.94	97.52	<b>95.59</b>
ต่ำสุด	1	1	1	1
สูงสุด	6	6	5	6
ค่าเฉลี่ย	1	1	1	1

การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● สื่ออื่น ๆ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>● 1 ครั้ง</li> <li>● 2 ครั้ง</li> <li>● 3 ครั้ง</li> <li>● 4 ครั้ง</li> <li>● 5 ครั้ง</li> <li>● มากกว่า 5 ครั้ง</li> <li>● ไม่ได้ระบุสื่ออื่นๆ</li> </ul> </li> </ul>				
	0.05	0.74	0.33	<b>0.32</b>
	0.09	-	-	<b>0.04</b>
	0.09	-	0.19	<b>0.11</b>
	-	-	0.05	<b>0.02</b>
	0.09	-	0.05	<b>0.05</b>
	-	-	-	-
	99.68	99.26	99.38	<b>99.47</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	-	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>5</b>	-	<b>5</b>	<b>5</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>1</b>	-	<b>1</b>	<b>1</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ไม่เคยพบเห็นหรือได้ยินในรอบวันที่ผ่านมา</li> </ul>	32.23	37.15	52.38	<b>40.43</b>

#### 4. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องยนต์ดีเซล

##### 4.1 การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องยนต์ดีเซล

- มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่ายเครื่องยนต์ดีเซล

ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ร้อยละ 89.50, 85.19 และ 89.99 ตามลำดับ ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์ดีเซลในบางเวลา แต่เมื่อสอบถามในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ที่ตอบถูกว่าเวลา 14.00-17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์ดีเซล มีร้อยละ 45.95, 45.79 และ 52.43 ตามลำดับ ที่เหลือตอบผิดและไม่รู้ และที่ตอบถูกว่าเวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์ดีเซล มีร้อยละ 61.27, 47.66 และ 56.33 ตามลำดับ ที่เหลือตอบผิดและไม่รู้ (ตารางที่ 4.6)

- มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายเครื่องยนต์ดีเซล

ผู้บริโภคทั้ง 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) ส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์ดีเซลในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 93.59, 91.03 และ 90.99 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้บริโภคร้อยละ 23.23 ในจังหวัดนนทบุรี ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน ร้อยละ 21.32 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก และร้อยละ 20.68 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาล (ตารางที่ 4.6)

- มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ห้ามเครื่องยนต์ดีเซล

ผู้บริโภคทั้ง 3 จังหวัดคือ (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) ส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามเครื่องยนต์ดีเซลในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 91.23, 87.90 และ 90.66 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้บริโภคร้อยละ 22.95 ในจังหวัดนนทบุรี ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามเครื่องยนต์ดีเซลในสวนสาธารณะของเอกชน ร้อยละ 22.86 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามเครื่องยนต์ดีเซลในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 22.77 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามเครื่องยนต์ดีเซลในหอพัก และร้อยละ 21.77 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามเครื่องยนต์ดีเซลในโรงพยาบาล (ตารางที่ 4.6)

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้ง 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) ตอบถูกว่า มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำเฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ ตั้งแต่ร้อยละ 52 – 75

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย (ควบคุมบุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์)**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้ง 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) ตอบถูกว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 90.09, 78.69 และ 89.51 รวมทั้งร้อยละ 55 – 67 ตอบถูกว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ และมีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนมาตรการในปัจจุบันที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ของจังหวัดนนทบุรีและนครปฐมเท่านั้นที่ตอบถูกว่ามีมาตรการดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 62.09 และ 60.19 ตามลำดับ ขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 58.77 ในจังหวัดสิงห์บุรี ตอบผิดและไม่รู้ ที่เป็นปัญหาก็คือมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา ซึ่งผู้บริโภคที่ตอบผิดและไม่รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว มีสัดส่วนมากกว่าโดยเฉพาะในจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 51.73 และ 53.23 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภครถยนต์เครื่องดีเซล

ตารางที่ 4.6 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องยนต์ดีเซล

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องยนต์ดีเซล	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
● <b>มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย</b>												
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ ในบางเวลา	89.50	85.19	89.99	<b>88.23</b>	1.86	2.85	2.10	<b>2.27</b>	8.64	11.96	7.91	<b>9.50</b>
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	39.73	42.20	13.49	<b>31.81</b>	25.32	26.26	48.90	<b>33.49</b>	34.95	31.54	37.61	<b>34.70</b>
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	45.95	45.79	52.43	<b>48.06</b>	19.91	20.75	7.67	<b>16.11</b>	34.14	33.46	39.90	<b>35.83</b>
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	28.27	32.57	13.92	<b>24.92</b>	37.95	32.85	45.95	<b>38.92</b>	33.77	34.58	40.13	<b>36.16</b>
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	61.27	47.66	56.53	<b>55.15</b>	11.23	18.97	5.77	<b>11.99</b>	27.50	33.36	37.70	<b>32.85</b>

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภครถยนต์เครื่องยนต์แอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
● มาตรการเกี่ยวกับ <u>สถานที่จำหน่าย</u>												
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์แอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	93.59	91.03	90.99	<b>31.88</b>	0.95	1.73	1.10	<b>1.26</b>	5.45	7.24	7.91	<b>6.87</b>
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	93.77	89.63	89.51	<b>31.95</b>	1.09	2.43	1.00	<b>1.51</b>	5.41	7.94	9.49	<b>7.61</b>
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาล	74.05	77.48	79.27	<b>27.79</b>	5.27	8.45	4.05	<b>5.92</b>	20.68	14.07	16.68	<b>17.14</b>
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	80.32	80.75	82.17	<b>29.15</b>	5.00	8.41	2.14	<b>5.18</b>	14.68	10.84	15.68	<b>13.73</b>
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	83.36	79.63	83.37	<b>30.28</b>	5.23	8.69	2.24	<b>5.39</b>	11.41	11.68	14.39	<b>12.49</b>
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	68.95	70.23	78.31	<b>26.99</b>	8.82	11.13	3.19	<b>7.71</b>	23.23	18.64	18.49	<b>20.12</b>
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	85.32	80.42	86.61	<b>30.29</b>	4.45	8.08	1.10	<b>4.54</b>	10.23	11.50	12.30	<b>11.34</b>
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	68.36	68.51	76.12	<b>27.75</b>	10.32	13.08	4.58	<b>9.33</b>	21.32	18.41	19.30	<b>19.68</b>
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	71.73	68.04	75.12	<b>29.15</b>	7.77	13.08	7.96	<b>9.60</b>	20.50	18.88	16.92	<b>18.77</b>
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	79.32	75.51	81.70	<b>28.90</b>	5.23	8.18	2.14	<b>5.18</b>	15.45	16.31	16.16	<b>15.97</b>

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภครถยนต์เครื่องยนต์แอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
● มาตรการเกี่ยวกับ <u>สถานที่ดื่ม</u>												
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	91.23	87.90	90.66	<b>89.93</b>	0.95	3.50	1.10	<b>1.85</b>	7.82	8.60	8.25	<b>8.22</b>
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	90.82	87.10	87.61	<b>88.51</b>	1.36	4.25	1.14	<b>2.25</b>	7.82	8.64	11.25	<b>9.24</b>
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	72.55	76.96	77.84	<b>75.78</b>	5.68	8.93	3.29	<b>5.95</b>	21.77	14.11	18.88	<b>18.25</b>
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	78.32	79.30	81.55	<b>79.72</b>	5.23	9.07	1.86	<b>5.39</b>	16.45	11.64	16.59	<b>14.89</b>
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	81.59	78.41	81.65	<b>80.55</b>	5.00	8.88	1.53	<b>5.14</b>	13.41	12.71	16.83	<b>14.32</b>
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	68.95	71.12	78.27	<b>72.78</b>	8.09	10.33	2.43	<b>6.95</b>	22.95	18.55	19.30	<b>20.27</b>
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	84.32	79.39	84.56	<b>82.76</b>	4.00	7.80	1.76	<b>4.52</b>	11.68	12.80	13.68	<b>12.72</b>
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	67.05	68.32	74.83	<b>70.07</b>	10.18	12.76	3.86	<b>8.93</b>	22.77	18.93	21.31	<b>21.00</b>
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	69.73	71.07	73.74	<b>71.51</b>	7.41	10.09	7.58	<b>8.36</b>	22.86	18.83	18.68	<b>20.12</b>
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	76.73	77.43	80.27	<b>78.14</b>	5.36	5.89	1.91	<b>4.39</b>	17.91	16.68	17.83	<b>17.47</b>



บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภครถยนต์เครื่องยนต์แอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<p>● <b>มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัย</b></p> <p>1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องยนต์แอลกอฮอล์ในลักษณะดัดแปลงแล้วแต่มีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เครื่องยนต์แอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม</p> <p>3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องยนต์แอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องยนต์แอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องยนต์แอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น</p> <p>5. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องยนต์แอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง</p> <p>6. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องยนต์แอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ</p>	74.55	76.07	69.83	<b>73.48</b>	5.95	6.07	2.96	<b>4.99</b>	19.50	17.85	27.22	<b>21.52</b>
	73.45	72.43	63.25	<b>69.71</b>	5.27	8.79	3.62	<b>5.89</b>	21.27	18.79	33.13	<b>24.40</b>
	62.91	64.63	56.72	<b>61.42</b>	11.95	14.16	5.34	<b>10.48</b>	25.14	21.21	37.94	<b>28.10</b>
	54.05	61.82	52.05	<b>55.97</b>	13.32	13.64	6.53	<b>11.16</b>	32.64	24.53	41.42	<b>32.86</b>
	46.45	59.72	53.19	<b>53.12</b>	15.50	13.22	7.24	<b>11.99</b>	35.05	27.06	39.56	<b>33.89</b>
	55.18	62.90	63.39	<b>60.49</b>	9.50	10.93	2.76	<b>7.73</b>	35.32	26.17	33.84	<b>31.78</b>

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภครถยนต์เครื่องยนต์แอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<p>● มาตรการเกี่ยวกับ<i>การควบคุมการจำหน่าย</i></p> <p>1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์แอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี</p> <p>2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์แอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี</p> <p>3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์แอลกอฮอล์แก่คนเมา</p> <p>4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์แอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย</p> <p>5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องยนต์แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ</p> <p>6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องยนต์แอลกอฮอล์</p>	90.09	78.69	89.51	<b>86.10</b>	4.45	13.41	4.15	<b>7.34</b>	5.45	7.90	6.34	<b>6.56</b>
	62.09	60.19	41.23	<b>54.50</b>	22.09	24.86	37.37	<b>28.11</b>	15.82	14.95	21.40	<b>17.39</b>
	48.27	56.26	46.76	<b>50.43</b>	18.14	17.10	9.91	<b>15.05</b>	33.59	26.64	43.33	<b>34.52</b>
	50.00	51.78	46.66	<b>49.48</b>	15.64	14.07	8.72	<b>12.81</b>	34.36	34.16	44.61	<b>37.71</b>
	66.68	62.01	60.96	<b>63.22</b>	7.36	8.93	5.53	<b>7.27</b>	25.95	29.07	33.51	<b>29.51</b>
	55.27	58.27	59.39	<b>57.64</b>	7.14	7.80	2.43	<b>5.79</b>	37.59	33.93	38.18	<b>36.57</b>

## 4.2 ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### ● ความรู้เกี่ยวกับมาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้บริโภคร้อยละ 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา คิดเป็นร้อยละ 89.50, 85.19 และ 89.99 ตามลำดับ แต่เมื่อสอบถามถึงในแต่ละช่วงเวลา ปรากฏว่าผู้บริโภคร้อยละของจังหวัดนนทบุรีและนครปฐม ในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 74.68 และ 73.74 ตามลำดับ ไม่รู้ว่าเวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย และร้อยละ 54.05 และ 54.21 ไม่รู้ว่าเวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายที่น่าสังเกตก็คือผู้บริโภคร้อยละของทั้ง 3 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 62.05, 67.15 และ 54.05 ตามลำดับ ต่างไม่รู้ว่าเวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย

### ● ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่จำหน่าย

ผู้บริโภคร้อยละ 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 93.59, 91.03 และ 90.99 ตามลำดับ แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้บริโภคร้อยละของทั้ง 3 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 91 – 96 ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ และร้อยละ 89 - 97 ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน

### ● ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่ดื่ม

ผู้บริโภคร้อยละ 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 91.23, 87.90 และ 90.66 ตามลำดับ แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้บริโภคร้อยละของทั้ง 3 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 91 – 97 ไม่รู้ว่ามีการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 89 - 97 ไม่รู้ว่ามีการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน และร้อยละ 87 - 96 ไม่รู้ว่ามีการห้ามดื่มในหอพัก

### ● ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการโฆษณา

ผู้บริโภคร้อยละ 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) ร้อยละ 52 -76 รู้ว่ามีมาตรการควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ ได้แก่ มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำเฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลดแลก แจก แถม เป็นต้น และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมบุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรีและนครปฐม คิดเป็นร้อยละ 62.09 และ 60.19 ตามลำดับ รู้ว่าปัจจุบันมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในจังหวัดสิงห์บุรีร้อยละ 58.77 ไม่รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา พบว่าผู้บริโภคทั้ง 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 48.27, 56.26 และ 46.76 ตามลำดับ

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย พบว่าผู้บริโภคส่วนมากในจังหวัดนครปฐม ร้อยละ 51.78 รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนมากในจังหวัดสิงห์บุรี ร้อยละ 53.34 ไม่รู้

ผู้บริโภคส่วนมากทั้ง 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) คิดเป็นร้อยละ 55 - 67 รู้ว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ และรู้ว่ามีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการทราบถึงมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องยนต์แอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	รู้				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>เวลาจำหน่าย</u></li> </ul>								
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	89.50	85.19	89.99	<b>88.23</b>	10.50	14.81	10.01	<b>11.77</b>
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	25.32	26.26	48.90	<b>33.49</b>	74.68	73.74	51.10	<b>66.51</b>
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	45.95	45.79	52.43	<b>48.06</b>	54.05	54.21	47.57	<b>51.94</b>
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	37.95	32.85	45.95	<b>38.92</b>	62.05	67.15	54.05	<b>61.08</b>
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	61.27	47.66	56.53	<b>55.15</b>	38.73	52.34	43.47	<b>44.85</b>

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภครถยนต์เครื่องยนต์แอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	ใช่				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<b>สถานที่จำหน่าย</b></li> </ul>								
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องยนต์แอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	93.59	91.03	90.99	<b>91.87</b>	6.41	8.97	9.01	<b>8.13</b>
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	93.77	89.63	89.51	<b>90.97</b>	6.23	10.37	10.49	<b>9.03</b>
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาล	5.27	8.60	4.05	<b>5.97</b>	94.73	91.40	95.95	<b>94.03</b>
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	80.32	80.75	82.17	<b>81.08</b>	19.68	19.25	17.83	<b>18.92</b>
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	83.36	79.63	83.37	<b>82.12</b>	16.64	20.37	16.63	<b>17.88</b>
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	8.82	11.12	3.19	<b>7.71</b>	91.18	88.88	96.81	<b>92.29</b>
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	85.32	80.42	86.61	<b>84.12</b>	14.68	19.58	13.39	<b>15.88</b>
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	68.36	68.50	76.12	<b>70.99</b>	31.64	31.50	23.88	<b>29.01</b>
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	71.73	68.04	75.12	<b>71.63</b>	28.27	31.96	24.88	<b>28.37</b>
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	79.32	75.51	81.70	<b>78.84</b>	20.68	24.49	18.30	<b>21.16</b>

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภครีเคื่องคีมแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องคีมแอลกอฮอล์	ใช่				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>สถานที่คีม</u></li> </ul>								
1. มีมาตรการห้ามคีมเครื่องคีมแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	91.23	87.90	90.66	<b>89.93</b>	8.77	12.10	9.34	<b>10.07</b>
2. มีมาตรการห้ามคีมในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	90.82	87.10	87.61	<b>88.51</b>	9.18	12.90	12.39	<b>11.49</b>
3. มีมาตรการห้ามคีมในโรงภาพยนตร์	5.68	8.93	3.29	<b>5.97</b>	94.32	91.07	96.71	<b>94.03</b>
4. มีมาตรการห้ามคีมในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	78.32	79.30	81.55	<b>79.72</b>	21.68	20.70	18.45	<b>20.28</b>
5. มีมาตรการห้ามคีมในสถานที่ทางราชการต่างๆ	81.59	78.41	81.65	<b>80.55</b>	18.41	21.59	18.35	<b>19.45</b>
6. มีมาตรการห้ามคีมในสวนสาธารณะของเอกชน	8.09	10.33	2.43	<b>6.95</b>	91.91	89.67	97.57	<b>93.05</b>
7. มีมาตรการห้ามคีมในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	84.32	79.39	84.56	<b>82.76</b>	15.68	20.61	15.44	<b>17.24</b>
8. มีมาตรการห้ามคีมในหอพัก	10.18	12.76	3.86	<b>8.93</b>	89.82	87.24	96.14	<b>91.07</b>
9. มีมาตรการห้ามคีมในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	69.73	71.07	73.74	<b>71.51</b>	30.27	28.93	26.26	<b>28.49</b>
10. มีมาตรการห้ามคีมในสวนสาธารณะของราชการ	76.73	77.43	80.27	<b>78.14</b>	23.27	22.57	19.73	<b>21.86</b>

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภคเครื่องคั้มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องคั้มแอลกอฮอล์	รู้				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<p>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<b>การควบคุมการโฆษณา</b></p> <p>1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในลักษณะคั้มแล้วคั้มมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องคั้มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม</p> <p>3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องคั้มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น</p> <p>5. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง</p> <p>6. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ</p>	74.55	76.07	69.83	<b>73.48</b>	25.45	23.93	30.17	<b>26.52</b>
	73.45	72.43	63.25	<b>69.71</b>	26.55	27.57	36.75	<b>30.29</b>
	62.91	64.63	56.72	<b>61.42</b>	37.09	35.37	43.28	<b>38.58</b>
	54.05	61.82	52.05	<b>55.97</b>	45.95	38.18	47.95	<b>44.03</b>
	50.55	59.72	53.19	<b>54.49</b>	49.45	40.28	46.81	<b>45.51</b>
	55.18	62.90	63.39	<b>60.49</b>	44.82	37.10	36.61	<b>39.51</b>



บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชาชนผู้บริโภครีเครื่องดืมแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์	รู้				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<i>การควบคุมการจำหน่าย</i></li> </ul>								
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดืมแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	4.45	13.41	4.15	<b>7.34</b>	95.55	86.59	95.85	<b>92.33</b>
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดืมแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	62.09	60.19	41.23	<b>54.50</b>	37.91	39.81	58.77	<b>45.50</b>
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดืมแอลกอฮอล์ แก่คนเมา	48.27	56.26	46.76	<b>50.43</b>	51.73	43.74	53.24	<b>49.57</b>
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในลักษณะ เร่ขาย	50.00	51.78	46.66	<b>49.48</b>	50.00	48.22	53.34	<b>50.52</b>
5. การฝ่าฝืน ไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุม เครื่องดืมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	66.68	62.01	60.96	<b>63.22</b>	33.32	37.99	39.04	<b>36.78</b>
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับ จังหวัดเพื่ดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภครีเครื่องดืม แอลกอฮอล์	55.27	58.27	59.39	<b>57.64</b>	44.73	41.73	40.61	<b>42.36</b>

### 4.3 ระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคส่วนมากทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับปานกลางถึงน้อย คิดเป็นร้อยละ 38.79 และ 31.92 ตามลำดับ

- มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 71.37 โดยจังหวัดสิงห์บุรีมีสัดส่วนของผู้มีความรู้ระดับมากที่สุด ร้อยละ 76.12

- มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ของทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 66.53 โดยจังหวัดสิงห์บุรีมีสัดส่วนของผู้มีความรู้ระดับมากที่สุด ร้อยละ 71.21

- มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา พบว่าผู้บริโภคส่วนมากทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับปานกลางถึงน้อย คิดเป็นร้อยละ 24.42 และ 25.71 ตามลำดับ

- มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคส่วนมากทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับปานกลางถึงน้อย คิดเป็นร้อยละ 42.89 และ 29.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับความรู้มาตรการ เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์		นนทบุรี (n = 2,200)	นครปฐม (n = 2,140)	สิงห์บุรี (n = 2,098)	รวม (n = 6,438)
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย</b>					
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 - 1)	26.04	34.44	35.51	<b>31.92</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 3)	48.73	45.00	22.02	<b>38.79</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(4 - 5)	25.23	20.56	42.47	<b>29.29</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย</b>					
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 - 3)	8.73	11.03	13.06	<b>10.90</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(4 - 6)	21.77	20.33	10.82	<b>17.72</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(7 - 10)	69.50	68.64	76.12	<b>71.37</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม</b>					
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 - 3)	10.77	11.78	14.63	<b>12.36</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(4 - 6)	26.59	22.29	14.16	<b>21.11</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(7 - 10)	62.64	65.93	71.21	<b>66.53</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุม การโฆษณา</b>					
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 - 1)	21.50	24.16	31.70	<b>25.71</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 4)	32.50	19.16	21.31	<b>24.42</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(5 - 6)	46.00	56.68	47.00	<b>49.88</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุม การจำหน่าย</b>					
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย	(0 - 1)	26.86	26.59	33.70	<b>29.00</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง	(2 - 4)	44.95	39.72	43.95	<b>42.89</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก	(5 - 6)	28.18	33.69	22.35	<b>28.11</b>

## บทที่ 5

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ จะประกอบด้วย พฤติกรรมการจำหน่ายของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ การรับรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ และการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

ผู้จำหน่ายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยประมาณ 42 ปี ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 35 – 54 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือปวช. มีอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ส่วนตัวประมาณ 5,000 -10,000 บาท และผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเจ้าของร้าน (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	หนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>เพศ</b>				
● ชาย	47.33	43.28	38.46	<b>43.92</b>
● หญิง	52.67	56.72	61.54	<b>56.08</b>
<b>อายุ</b>				
● ต่ำกว่า 20 ปี	3.33	0.75	1.28	<b>1.93</b>
● 20 – 24 ปี	3.33	10.45	5.13	<b>6.35</b>
● 25 – 29 ปี	14.67	8.96	2.56	<b>9.94</b>
● 30 – 34 ปี	10.67	8.21	3.85	<b>8.29</b>
● 35 – 39 ปี	13.33	11.94	19.23	<b>14.09</b>
● 40 – 44 ปี	20.67	18.66	21.79	<b>20.17</b>
● 45 – 49 ปี	12.67	19.41	24.36	<b>17.68</b>
● 50 – 54 ปี	13.33	8.96	15.38	<b>12.15</b>
● 55 – 59 ปี	6.67	8.96	5.13	<b>7.18</b>
● 60 ปีขึ้นไป	1.33	3.73	1.28	<b>2.21</b>
อายุเฉลี่ย	<b>43</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>42</b>
อายุน้อยสุด	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>15</b>
อายุสูงสุด	<b>82</b>	<b>70</b>	<b>66</b>	<b>82</b>
<b>สถานภาพ</b>				
● โสด	21.33	19.40	16.67	<b>19.61</b>
● สมรส	68.67	76.87	78.20	<b>73.76</b>
● หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	10.00	3.74	5.13	<b>6.63</b>
<b>การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด</b>				
● ไม่ได้เรียน	3.33	0.75	7.69	<b>3.31</b>
● มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	37.34	31.34	38.46	<b>35.36</b>
● มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	35.33	50.00	37.18	<b>41.16</b>
● อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	14.00	9.70	10.26	<b>11.60</b>
● ปริญญาตรี	10.00	8.21	5.13	<b>8.29</b>
● สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	1.28	<b>0.28</b>

ข้อมูลทั่วไป	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>อาชีพประจำที่เป็นรายได้หลัก</b>				
● รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1.33	0.75	2.56	<b>1.38</b>
● ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	9.33	12.69	8.97	<b>10.50</b>
● ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	68.00	78.36	84.62	<b>75.41</b>
● นักเรียน / นักศึกษา	3.33	-	1.28	<b>1.66</b>
● รับจ้างทั่วไป	17.33	8.21	2.56	<b>10.77</b>
● แม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณ	0.67	-	-	<b>0.28</b>
● เกษตรกร	-	-	-	-
● ว่างาน	-	-	-	-
● อื่นๆ (ลูกน้องในร้าน)	-	-	-	-
<b>รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณ</b>				
● น้อยกว่า 5,000 บาท	3.33	6.72	20.51	<b>8.29</b>
● 5,000 – 10,000 บาท	58.00	49.25	43.59	<b>51.66</b>
● 10,001 – 15,000 บาท	20.67	11.19	5.13	<b>13.81</b>
● 15,001 – 20,000 บาท	5.33	2.99	3.85	<b>4.14</b>
● 20,001 – 25,000 บาท	3.33	1.49	1.28	<b>2.21</b>
● 25,001 – 30,000 บาท	2.00	2.24	1.28	<b>1.93</b>
● 30,001 บาทขึ้นไป	1.33	3.73	1.28	<b>2.21</b>
● ไม่ระบุ	6.00	22.39	23.08	<b>15.75</b>
<b>รายได้เฉลี่ย</b>	<b>13,468</b>	<b>12,966</b>	<b>8,967</b>	<b>11,800.33</b>
<b>รายได้ต่ำสุด</b>	<b>1,000</b>	<b>2,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>
<b>รายได้สูงสุด</b>	<b>100,000</b>	<b>100,000</b>	<b>50,000</b>	<b>100,000</b>

ข้อมูลทั่วไป	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>รายได้ครอบครัวรวมกันต่อเดือนโดยประมาณ</b>				
● น้อยกว่า 5,000 บาท	-	-	-	-
● 5,000 – 10,000 บาท	9.33	8.96	6.41	<b>8.56</b>
● 10,001 – 15,000 บาท	21.33	5.97	1.28	<b>11.33</b>
● 15,001 – 20,000 บาท	19.33	11.94	20.51	<b>16.85</b>
● 20,001 – 25,000 บาท	10.00	6.72	3.85	<b>7.46</b>
● 25,001 – 30,000 บาท	8.00	5.22	2.56	<b>5.80</b>
● 30,001 บาทขึ้นไป	21.33	10.45	7.69	<b>14.36</b>
● ไม่ระบุ	10.67	50.75	57.69	<b>35.64</b>
รายได้รวมกันเฉลี่ย	<b>24,312</b>	<b>26,317</b>	<b>29,212</b>	<b>26,613.67</b>
รายได้รวมกันต่ำสุด	<b>6,200</b>	<b>6,000</b>	<b>9,800</b>	<b>6,000</b>
รายได้รวมกันสูงสุด	<b>160,000</b>	<b>150,000</b>	<b>180,000</b>	<b>180,000</b>
<b>ผู้ให้ข้อมูลเป็น</b>				
● เจ้าของร้าน	74.67	74.63	87.18	<b>77.35</b>
● ลูกจ้างที่ขายของในร้าน	25.33	25.37	12.82	<b>22.65</b>

## 1. พฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์

ผลการศึกษาพบว่า โดยส่วนใหญ่ประเภทร้านจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี เป็นร้านขายของชำ/โชว์ห่วย คิดเป็นร้อยละ 74.67, 67.16 และ 85.90 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่าในจังหวัดนครปฐมและสิงห์บุรีไม่มีร้านประเภทผับ เชน บาร์ และคาราโอเกะ รวมทั้งในจังหวัดสิงห์บุรีไม่มีทั้งร้านเหล้าป่นและร้านมินิมาร์ท

สำหรับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ พบว่าส่วนใหญ่ของผู้จำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ทั้ง 3 จังหวัดมีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 86.43 โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนใหญ่เป็นใบอนุญาตประเภทที่ 4 และประเภทที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 60.26 และ 33.97 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามประเภทของร้านขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์

ประเภทของร้านขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>ประเภทของร้าน</b>				
• ร้านขายของชำ/ โชว์ห่วย	74.67	67.16	85.90	74.31
• ผับ เชน บาร์ คาราโอเกะ	0.67	-	-	0.28
• ร้านอาหาร	11.33	3.73	2.56	6.63
• ร้านสะดวกซื้อ	4.00	9.70	5.13	6.35
• ร้านเครื่องคั้ม	2.00	8.96	2.56	4.70
• ร้านเร่ขาย	-	2.99	1.28	1.38
• ร้านเหล้าป่น	4.00	2.99	-	2.76
• ร้านมินิมาร์ท	2.67	2.99	-	2.21
• อื่นๆ (ยาสูบ,ร้านขายส่งเหล้า,ร้านค้าในห้าง)	0.67	1.49	2.56	1.38
<b>ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์</b>				
• ไม่มี	16.00	15.67	6.41	15.37
• มี	84.00	84.33	93.59	86.43
• ประเภทที่ 1	0.80	2.65	-	1.28
• ประเภทที่ 2	-	7.07	-	2.56
• ประเภทที่ 3	37.30	40.71	17.81	33.97
• ประเภทที่ 4	61.10	45.13	82.19	60.26
• ประเภทที่ 5	0.80	2.65	-	1.28
• ประเภทที่ 6	-	0.88	-	0.32
• ประเภทที่ 7	-	0.88	-	0.32



**ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายในร้าน** พบว่าผู้จำหน่ายในจังหวัดนนทบุรีจำหน่าย เบียร์ สุราไทย เหล้าขาว และสปาย/ไวน์คูลเลอร์เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 95.33, 85.33, 75.33 และ 68.67 ตามลำดับ ในจังหวัดนครปฐมจำหน่ายเบียร์ เหล้าขาว สปาย/ไวน์คูลเลอร์ และสุราไทย เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 84.67, 76.67, 70.00 และ 61.33 ตามลำดับ และในจังหวัดสิงห์บุรีจำหน่าย เบียร์ เหล้าขาว สุราไทย และเจียงซุน/เหมาโต/สุราจีน เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 93.59, 89.74, 88.46 และ 73.08 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.2)

**สำหรับเวลาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** พบว่าผู้จำหน่ายในจังหวัดนนทบุรีที่ขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 14.00 – 17.00 น. และหลังเวลา 24.00 – ก่อน 11.00 น. ซึ่งเป็นเวลา ห้ามจำหน่าย เท่ากับ 33.66 และ 17.82 ตามลำดับ ในขณะที่จังหวัดนครปฐม เท่ากับร้อยละ 21.35 และ 19.10 ตามลำดับ และในจังหวัดสิงห์บุรี เท่ากับร้อยละ 23.26 และ 13.96 ตามลำดับ ที่น่าสังเกต ก็คือ ผู้จำหน่ายที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่จำกัดเวลาขายของจังหวัดสิงห์บุรี มีถึงร้อยละ 55.13 (ตารางที่ 5.3)

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มนมแอลกอฮอล์

ตารางที่ 5.2 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามประเภทของเครื่องดื่มนมแอลกอฮอล์

ประเภทเครื่องดื่มนมแอลกอฮอล์	ขาย				ไม่ได้ขาย			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
1. เบียร์	95.33	84.67	93.59	<b>91.20</b>	4.67	15.33	6.41	<b>8.80</b>
2. สเปย์ / ไวน์คูลเลอร์	68.67	70.00	44.87	<b>61.18</b>	31.33	30.00	55.13	<b>38.82</b>
3. เหล้าผสมน้ำผลไม้	12.67	8.00	12.82	<b>11.16</b>	87.33	92.00	87.18	<b>88.84</b>
4. เหล้าผสมพร้อมดื่ม	9.33	8.67	10.26	<b>9.42</b>	90.67	91.33	89.74	<b>90.58</b>
5. เหล้าขาว	75.33	76.67	89.74	<b>80.58</b>	24.67	23.33	10.26	<b>19.42</b>
6. สุราไทย	85.33	61.33	88.46	<b>78.37</b>	14.67	38.67	11.54	<b>21.63</b>
7. บรั่นดี	37.33	25.33	7.69	<b>23.45</b>	62.67	74.67	92.31	<b>76.55</b>
8. สุรากลั่นชุมชน	4.00	11.33	3.85	<b>6.39</b>	96.00	88.67	96.15	<b>93.61</b>
9. ไวน์	12.67	25.33	5.13	<b>14.38</b>	87.33	74.67	94.87	<b>85.62</b>
10. สุราต่างประเทศ	46.00	34.67	29.49	<b>36.72</b>	54.00	65.33	70.51	<b>63.28</b>
11. เหล้าเถื่อน	4.00	2.00	2.56	<b>2.85</b>	96.00	98.00	97.44	<b>97.15</b>
12. เชียงขุน / หม่าโต / สุราจีน	17.33	18.67	73.08	<b>36.36</b>	82.67	81.33	26.92	<b>63.64</b>
13. อุ / กระแช่ / สาโท	8.67	2.67	16.67	<b>9.34</b>	91.33	97.33	83.33	<b>90.66</b>
14. อื่นๆ	2.00	2.00	-	<b>1.33</b>	98.00	98.00	100.00	<b>98.67</b>

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

ตารางที่ 5.3 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามช่วงเวลาขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

ช่วงเวลาขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์	ขาย				ไม่ได้ขาย			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
1. ไม่จำกัดเวลาขาย	32.67	33.58	55.13	<b>40.46</b>	67.33	41.04	44.87	<b>59.54</b>
2. เวลา 11.00 – 14.00 น.	36.63	41.57	93.02	<b>57.07</b>	63.37	58.43	6.98	<b>42.93</b>
3. เวลา 14.00 – 17.00 น.	33.66	21.35	23.26	<b>26.09</b>	66.34	78.65	76.74	<b>73.91</b>
4. เวลา 17.00 – 24.00 น.	100.00	56.18	93.02	<b>83.07</b>	-	43.82	6.98	<b>16.93</b>
5. หลัง 24.00 – ก่อน 11.00 น.	17.82	19.10	13.96	<b>16.96</b>	82.18	80.90	86.04	<b>83.04</b>

เหตุผลในการจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายของทั้ง 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) ที่ไม่จำกัดเวลาจำหน่าย ตอบว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ คิดเป็นร้อยละ 50.36 และตอบว่าไม่รู้ว่าผิดระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 23.36 ทั้งนี้ผลที่ตามมาจากการจำหน่ายในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 63.50 ถูกตัดเดือนเพียงร้อยละ 13.87 ในขณะที่ถูกจับกุมไม่ถึงร้อยละ 1

ส่วนผู้จำหน่ายที่ขายในเวลา 14.00 – 17 00 น. ตอบว่าไม่รู้ว่าผิดระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 42.86 ตอบว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ คิดเป็นร้อยละ 23.81 ทั้งนี้ผลที่ตามมาจากการจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 66.67 ถูกตัดเดือนเพียงร้อยละ 4.76 เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม ผู้จำหน่ายที่ขายในเวลา หลัง 24.00 – ก่อน 11.00 น. ตอบว่าไม่รู้ว่าผิดระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 31.71 รู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ ร้อยละ 19.51 ทั้งนี้ผลที่ตามมาจากการจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 56.10 ถูกตัดเดือนเพียงร้อยละ 4.88 และที่สำคัญไม่เคยมีใครถูกจับกุมแม้แต่รายเดียว (ตารางที่ 5.4)

ตารางที่ 5.4 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามเหตุผลที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่าย และผลที่ตามมา

เหตุผลที่ขายและผลที่ตามมา	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>1. ไม่จำกัดเวลาขาย แล้วแต่มีใครมาซื้อตอนไหนก็ขายตอนนั้น</b>				
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	26.53	20.00	23.25	<b>23.36</b>
● รู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	51.02	33.33	67.44	<b>50.36</b>
● ไม่ระบุ	22.45	46.67	9.30	<b>26.28</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	53.06	62.22	76.74	<b>63.50</b>
● เคยถูกตักเตือน	26.53	-	13.96	<b>13.87</b>
● เคยถูกจับกุม	-	2.22	-	<b>0.73</b>
● ไม่ระบุ	20.41	35.56	9.30	<b>21.90</b>
<b>2. เวลา 14.00 น. –17.00 น. (บ่ายสองถึงห้าโมงเย็น)</b>				
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	38.24	42.10	60.00	<b>42.86</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	35.29	15.80	-	<b>23.81</b>
● ไม่ระบุ	26.47	42.10	40.00	<b>33.33</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	67.65	63.15	70.00	<b>66.67</b>
● เคยถูกตักเตือน	8.82	-	-	<b>4.76</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	23.53	36.85	30.00	<b>28.57</b>

เหตุผลที่ขายและผลที่ตามมา	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>3. หลังเวลา 24.00 น.– ก่อนเวลา 11.00 น. (หลังเวลาเที่ยงคืน ถึงก่อนห้าโมงเช้า)</b>				
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	27.78	29.41	50.00	<b>31.71</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	5.56	23.53	50.00	<b>19.51</b>
● ไม่ระบุน	66.67	47.06	-	<b>48.78</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	27.78	70.59	100.00	<b>56.10</b>
● เคยถูกตักเตือน	-	11.76	-	<b>4.88</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุน	72.22	17.65	-	<b>39.02</b>

กรณี กลุ่มลูกค้า พบว่าผู้จำหน่ายทั้ง 3 จังหวัดจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 30.94 โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดสิงห์บุรีมีสัดส่วนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.69 และเมื่อสอบถามถึงเหตุผลที่จำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าผู้จำหน่ายทั้ง 3 จังหวัดตอบว่ารู้ว่ามีผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ คิดเป็นร้อยละ 33.98 รวมทั้งผลที่ตามมาก็ไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 54.97 โดยเฉพาะจังหวัดสิงห์บุรีมีสัดส่วนของผู้จำหน่ายที่ตอบว่ารู้ว่ามีผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้นสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.97 และ 67.95 ตามลำดับ ที่สำคัญไม่เคยมีใครถูกจับกุมแม้แต่รายเดียว (ตารางที่ 5.5)

ตารางที่ 5.5 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามการขายให้กับบุคคลในช่วงอายุต่างๆ

การขายให้กับบุคคลในช่วงอายุ	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>1. อายุที่น้อยที่สุดที่ขายให้</b>				
● ต่ำกว่า 20 ปี	20.00	27.61	57.69	<b>30.94</b>
● 20 – 24 ปี	72.00	61.19	24.36	<b>57.73</b>
● 25 – 29 ปี	4.67	5.22	6.41	<b>5.25</b>
● 30 – 34 ปี	0.67	4.48	5.13	<b>3.04</b>
● 35 – 39 ปี	1.33	1.49	1.28	<b>1.38</b>
● 40 – 44 ปี	-	-	-	-
● 45 – 49 ปี	-	-	-	-
● 50 – 54 ปี	-	-	-	-
● 55 – 59 ปี	0.67	-	-	<b>0.28</b>
● 60 ปีขึ้นไป	0.67	-	-	<b>0.28</b>
● ไม่ระบุ	-	-	5.13	<b>1.10</b>
ต่ำสุด	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
สูงสุด	<b>60</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>60</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>22.74</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>19.58</b>
<b>2. กรณีที่เคยขายให้กับคนอายุต่ำกว่า 20 ปี ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา</b>				
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	28.67	41.79	8.97	<b>29.28</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	41.33	11.19	58.97	<b>33.98</b>
● ไม่ระบุ	30.00	47.01	32.05	<b>36.74</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	51.33	51.49	67.95	<b>54.97</b>
● เคยถูกตักเตือน	16.00	4.48	2.56	<b>8.84</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
● ไม่ระบุ	32.67	44.03	29.49	<b>36.19</b>

ผู้จำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ตามสถานที่ต่างๆ พบว่าส่วนใหญ่ของผู้จำหน่ายทั้ง 3 จังหวัดร้อยละ 91-99 ไม่ได้จำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย แต่ที่พบว่าสถานที่ที่มีการละเมิดสูงที่สุดก็คือ หอพัก คิดเป็นร้อยละ 8.01 ทั้งนี้เหตุผลสำคัญก็คือไม่รู้ว่ามีผิดระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 72.41 และรู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ คิดเป็นร้อยละ 24.14 โดยผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 55.17 เคยถูกตักเตือน ร้อยละ 34.48 และเคยถูกจับกุม ร้อยละ 6.90 (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามสถานที่จำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์

สถานที่จำหน่าย	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>1. วัด / ศาสนสถานต่างๆ</b>				
● ไม่ได้ขาย	100.00	97.76	100.00	<b>99.17</b>
● ขาย	-	2.24	-	<b>0.83</b>
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	-	-	-	-
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-	-	-
● ไม่ระบุน	-	100.00	-	<b>100.00</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	-	-	-	-
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	-
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
● ไม่ระบุน	-	100.00	-	<b>100.00</b>
<b>2. โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ</b>				
● ไม่ได้ขาย	85.33	97.01	100.00	<b>92.82</b>
● ขาย	14.67	2.99	-	<b>7.18</b>
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	68.18	-	-	<b>57.69</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	31.82	-	-	<b>26.92</b>
● ไม่ระบุน	-	100.00	-	<b>15.38</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	72.73	-	-	<b>61.54</b>
● เคยถูกตักเตือน	27.27	-	-	<b>28.08</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
● ไม่ระบุน	-	100.00	-	<b>15.38</b>



สถานที่จำหน่าย	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>3. สถานีบริการเชื้อเพลิง ปิมน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้ สถานี</b>				
● ไม่ได้ขาย	94.67	97.01	100.00	<b>96.69</b>
● ขาย	5.33	2.99	-	<b>3.31</b>
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	50.00	-	-	<b>33.33</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	50.00	-	-	<b>33.33</b>
● ไม่ระบุน	-	100.00	-	<b>33.33</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	100.00	-	-	<b>66.67</b>
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	-
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
● ไม่ระบุน	-	100.00	-	<b>33.33</b>
<b>4. สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐ และเอกชน</b>				
● ไม่ได้ขาย	92.00	97.01	100.00	<b>98.30</b>
● ขาย	8.00	2.99	-	<b>1.70</b>
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	25.00	-	-	<b>18.75</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	75.00	-	-	<b>56.25</b>
● ไม่ระบุน	-	100.00	-	<b>25.00</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	33.33	-	-	<b>25.00</b>
● เคยถูกตักเตือน	66.67	-	-	<b>50.00</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
● ไม่ระบุน	-	100.00	-	<b>25.00</b>

สถานที่จำหน่าย	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>5. สถานที่ทางราชการต่างๆ</b>				
● ไม่ได้ขาย	94.00	97.01	100.00	<b>96.41</b>
● ขาย	6.00	2.99	-	<b>3.59</b>
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	44.44	-	-	<b>30.77</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	55.56	-	-	<b>38.46</b>
● ไม่ระบุนุ	-	100.00	-	<b>30.77</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	44.44	-	-	<b>30.77</b>
● เคยถูกตักเตือน	55.56	-	-	<b>38.46</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
● ไม่ระบุนุ	-	100.00	-	<b>30.77</b>
<b>6. หอพัก</b>				
● ไม่ได้ขาย	84.00	96.27	100.00	<b>91.99</b>
● ขาย	16.00	3.73	-	<b>8.01</b>
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	70.83	80.00	-	<b>72.41</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	29.17	-	-	<b>24.14</b>
● ไม่ระบุนุ	-	20.00	-	<b>3.45</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	50.00	80.00	-	<b>55.17</b>
● เคยถูกตักเตือน	41.66	-	-	<b>34.48</b>
● เคยถูกจับกุม	8.34	-	-	<b>6.90</b>
● ไม่ระบุนุ	-	20.00	-	<b>3.45</b>

สถานที่จำหน่าย	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>7. ส่วนสาธารณะของทางราชการ</b>				
● ไม่ได้ขาย	95.33	96.27	100.00	<b>96.69</b>
● ขาย	4.67	3.73	-	<b>3.31</b>
<b>เหตุผลที่ขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	71.42	-	-	<b>41.67</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	28.58	20.00	-	<b>25.00</b>
● ไม่ระบุน	-	80.00	-	<b>33.33</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่มีอะไรเกิดขึ้น	57.14	-	-	<b>33.33</b>
● เคยถูกตักเตือน	28.58	20.00	-	<b>25.00</b>
● เคยถูกจับกุม	14.28	-	-	<b>8.33</b>
● ไม่ระบุน	-	80.00	-	<b>33.33</b>

สำหรับ ราคาจำหน่ายที่ถูกที่สุด พบว่า ผู้จำหน่ายทั้ง 3 จังหวัดจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุด น้อยกว่า 25 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.87 รองลงมาคือ 26-50 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.83 โดยส่วนมากใช้ **บรรจุภัณฑ์** ได้แก่ กระป๋อง เป๊ก ขวดกลม และขวดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 31.77, 21.27, 15.19 และ 14.92 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.7)

ตารางที่ 5.7 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามราคาและลักษณะบรรจุภัณฑ์

ราคาและลักษณะบรรจุภัณฑ์	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>1. การขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุด ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา</b>				
● น้อยกว่า 25 บาท	40.67	55.22	76.92	53.87
● 26 – 50 บาท	40.00	31.34	7.69	29.83
● 51 – 75 บาท	4.00	1.49	2.56	2.76
● 76 - 100 บาท	7.33	5.97	2.56	5.80
● 101 – 125 บาท	1.33	0.75	1.28	1.10
● 126 – 150 บาท	2.00	2.24	-	1.66
● 151 – 175 บาท	0.67	-	-	0.28
● 176 – 200 บาท	1.33	1.49	1.28	1.38
● 200 บาทขึ้นไป	2.67	-	1.28	1.38
● ไม่ระบุ	-	1.49	6.41	1.93
ค่าต่ำสุด	5	5	10	5
ค่าสูงสุด	259	190	250	259
ค่าเฉลี่ย	46	35	24	35
<b>2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ขาย</b>				
● ฝา	1.33	0.75	2.56	1.38
● เป็ก	7.33	19.40	51.28	21.27
● กั๊ก	4.67	0.75	5.13	3.31
● กั๊ง	4.67	1.49	3.85	3.31
● แก้ว	2.00	2.24	1.28	1.93
● ขวดลิโ	0.67	3.73	6.41	3.04
● กระจป่อง	28.67	44.78	15.38	31.77
● ขวดแบน	1.33	0.75	2.56	1.38
● ขวดเล็ก	28.67	6.72	2.56	14.92
● ขวดกลม	17.33	17.91	6.41	15.19
● อื่นๆ (เหยือก ,หลอด)	3.33	0.75	2.56	2.21
● ไม่ระบุ	-	0.75	-	0.28

การส่งเสริมการขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ พบว่าผู้จำหน่ายทั้ง 3 จังหวัดส่วนใหญ่ ร้อยละ 66-99 ไม่เคยส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การลดราคา การแลก/แจก/แถม การลงชื่อ/ลงคั้ม การให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงิน การจับฉลากชิงรางวัล การขายตรง การขายผ่าน การเป็นสมาชิก การขายพ่วง การเร่งขาย การให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ การจูงใจให้ซื้อ/คั้มด้วยสาวเชียร์เบียร์เชียร์เหล้า อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารูปแบบของการส่งเสริมการขายที่เคยใช้ พบว่าผู้จำหน่ายทั้ง 3 จังหวัดนิยมใช้ การให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงิน การลดราคา และการขายตรง คิดเป็นร้อยละ 33.25, 17.96 และ 17.13 โดยเฉพาะในจังหวัดนครปฐม มีสัดส่วนของการให้เครดิตฯ สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.76 สำหรับเหตุผลที่ผู้จำหน่ายใช้การส่งเสริมการขายดังกล่าว พบว่าส่วนใหญ่ตอบว่าไม่รู้ว่ามีระเบียบ และมีส่วนน้อยที่ตอบว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ ที่สำคัญไม่มีผู้จำหน่ายที่เคยถูกจับกุมแม้แต่รายเดียว (ตารางที่ 5.8)

ตารางที่ 5.8 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามรูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องคั้นแอลกอฮอล์

รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องคั้นแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>1. ลดราคา</b>				
● ไม่เคย	73.33	84.33	94.87	<b>82.04</b>
● เคย	26.67	15.67	5.13	<b>17.96</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	85.00	61.90	-	<b>72.30</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	15.00	9.52	25.00	<b>13.85</b>
● ไม่ระบุ		28.57	75.00	<b>13.85</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	97.50	76.19	25.00	<b>86.15</b>
● เคยถูกตักเตือน	2.50	-	-	<b>1.54</b>
● เคยถูกจับ	-	4.76	-	<b>1.54</b>
● ไม่ระบุ	-	19.05	75.00	<b>10.77</b>
<b>2. แลก – แจก - แถม</b>				
● ไม่เคย	84.00	91.04	97.44	<b>89.50</b>
● เคย	16.00	8.96	2.56	<b>10.50</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	58.33	58.33	100.00	<b>60.53</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	16.67	16.67	-	<b>15.79</b>
● ไม่ระบุ	25.00	25.00		<b>23.68</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	62.50	75.00	100.00	<b>68.42</b>
● เคยถูกตักเตือน	12.50	-	-	<b>7.89</b>
● เคยถูกจับกุม	-	8.33	-	<b>2.63</b>
● ไม่ระบุ	25.00	16.67	-	<b>21.06</b>

รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>3. ลองชิม ลองคั้ม</b>				
● ไม่เคย	90.67	92.54	98.72	<b>93.09</b>
● เคย	9.33	7.46	1.28	<b>6.91</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	78.57	50.00	100.00	<b>68.00</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	7.14	20.00	-	<b>12.00</b>
● ไม่ระบุน	14.29	30.00	-	<b>20.00</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	64.29	80.00	100.00	<b>72.00</b>
● เคยถูกตักเตือน	7.14	-	-	<b>4.00</b>
● เคยถูกจับกุม	14.29	10.00	-	<b>12.00</b>
● ไม่ระบุน	14.29	10.00	-	<b>12.00</b>
<b>4. ให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน</b>				
● ไม่เคย	66.67	52.24	70.51	<b>66.75</b>
● เคย	33.33	47.76	29.49	<b>33.25</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	78.00	96.88	82.61	<b>87.59</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	4.00	1.56	-	<b>2.19</b>
● ไม่ระบุน	18.00	1.56	17.39	<b>10.22</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	80.00	98.44	82.61	<b>89.05</b>
● เคยถูกตักเตือน	4.00	-	-	<b>1.46</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุน	16.00	1.56	17.39	<b>9.49</b>

รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>5. จับฉลาก / ชิงรางวัล</b>				
● ไม่เคย	96.00	100.00	97.44	<b>97.79</b>
● เคย	4.00	-	2.56	<b>2.21</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	33.33	-	100.00	<b>50.00</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	16.67	-	-	<b>12.50</b>
● ไม่ระบุน	50.00	-	-	<b>37.50</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	50.00	-	100.00	<b>62.50</b>
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	-
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
● ไม่ระบุน	50.00	-	-	<b>37.50</b>
<b>6. ขายตรง</b>				
● ไม่เคย	89.33	68.66	94.87	<b>82.87</b>
● เคย	10.67	31.34	5.13	<b>17.13</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	100.00	83.33	75.00	<b>87.10</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-	-	-
● ไม่ระบุน	-	16.67	25.00	<b>12.90</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	93.75	85.71	75.00	<b>87.10</b>
● เคยถูกตักเตือน	6.25	-	-	<b>1.61</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
● ไม่ระบุน	-	14.29	25.00	<b>11.29</b>



รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>7. ขายผ่านการเป็นสมาชิก</b>				
● ไม่เคย	95.33	94.03	98.72	<b>95.58</b>
● เคย	4.67	5.97	1.28	<b>4.42</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	100.00	87.50	100.00	<b>93.75</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	-	12.50	-	<b>6.25</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	71.43	87.50	100.00	<b>81.25</b>
● เคยถูกตักเตือน	28.57	-	-	<b>12.50</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	-	12.50	-	<b>6.25</b>
<b>8. ขายพ่วง</b>				
● ไม่เคย	96.00	97.76	98.72	<b>97.24</b>
● เคย	4.00	2.24	1.28	<b>2.76</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	100.00	-	100.00	<b>70.00</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	33.33	-	<b>10.00</b>
● ไม่ระบุ	-	66.67	-	<b>20.00</b>
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	100.00	33.33	100.00	<b>80.00</b>
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	<b>-</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	-	66.67	-	<b>20.00</b>

รูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>9. เร่ขาย</b>				
● ไม่เคย	93.33	100.00	98.72	<b>99.45</b>
● เคย	0.67	-	1.28	<b>0.55</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	100.00	-	100.00	<b>100.00</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-	-	-
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	-	-	100.00	<b>50.00</b>
● เคยถูกตักเตือน	100.00	-	-	<b>50.00</b>
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
<b>10. ให้อุปกรณ์ประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ</b>				
● ไม่เคย	96.00	100.00	98.72	<b>98.07</b>
● เคย	4.00	-	1.28	<b>1.93</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	100.00	-	100.00	<b>100.00</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-	-	-
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	100.00	-	100.00	<b>100.00</b>
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	-
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-
<b>11. จูงใจให้ซื้อ / ดื่มด้วยสาวเชียร์เบียร์ เหล้า</b>				
● ไม่เคย	97.33	98.51	98.72	<b>98.07</b>
● เคย	2.67	1.49	1.28	<b>1.93</b>
<b>เหตุผลที่ส่งเสริมการขาย</b>				
● ไม่รู้ว่าผิดระเบียบ	100.00	100.00	100.00	<b>100.00</b>
● รู้ว่าผิด แต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ	-	-	-	-
<b>ผลที่ตามมา</b>				
● ไม่เกิดอะไรขึ้น	100.00	100.00	100.00	<b>100.00</b>
● เคยถูกตักเตือน	-	-	-	-
● เคยถูกจับกุม	-	-	-	-

## 2. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **มาตรการเพื่อควบคุมเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายทั้งในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา คิดเป็นร้อยละ 95.33, 91.79 และ 79.49 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายในจังหวัดนนทบุรี และนครปฐม ที่ตอบถูกว่าเวลา 14.00-17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เท่ากับร้อยละ 58.67 และ 67.16 ตามลำดับ ในขณะที่จังหวัดสิงห์บุรีมีเพียงร้อยละ 43.59 และผู้จำหน่ายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ที่ตอบถูกว่าเวลา 24.00 – 11.00 เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เท่ากับร้อยละ 66.00, 68.66 และ 50.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.9)

- **มาตรการเพื่อควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายทั้งในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 98.67, 96.27 และ 82.05 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้จำหน่ายในจังหวัดสิงห์บุรี ถึงร้อยละ 34.62 ที่ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาลศูนย์และในสวนสาธารณะของเอกชน ร้อยละ 29.49 ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของทางราชการ ร้อยละ 24.36 ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ร้อยละ 23.08 ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในสถานที่ราชการต่างๆ และร้อยละ 20.51 ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในโรงเรียนต่าง/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ (ตารางที่ 5.9)

- **มาตรการเพื่อควบคุมสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายทั้งในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 99.33, 96.27 และ 80.77 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้จำหน่ายในจังหวัดสิงห์บุรี ถึงร้อยละ 33.33 ไม่รู้ว่ามีการห้ามดื่มในโรงพยาบาลศูนย์ ร้อยละ 32.05 ไม่รู้ว่ามีการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน ร้อยละ 29.49 ไม่รู้ว่ามีการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของทางราชการ ร้อยละ 24.36 ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ร้อยละ 23.08 ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในสถานที่ราชการต่างๆ และร้อยละ 20.51 ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายในโรงเรียนต่าง/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ (ตารางที่ 5.9)

- **มาตรการเพื่อควบคุมการโฆษณา การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายทั้งในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ ร้อยละ 58-89 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง ร้อยละ 61-74 ตอบถูกว่ามีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม ร้อยละ 61-76 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง และร้อยละ 58-78 ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม พบว่ามีเพียงผู้จำหน่ายในจังหวัดนนทบุรีและนครปฐมราวร้อยละ 51-78 ที่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง ในขณะที่ผู้จำหน่ายในจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบถูกมีเพียงร้อยละ 46.15 (ตารางที่ 5.9)

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมบุคคลในการซื้อเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรีและนครปฐม ร้อยละ 62.67 และ 76.87 ตามลำดับ ตอบถูกว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ขณะที่จังหวัดสิงห์บุรีมีเพียงร้อยละ 48.72 โดยเฉพาะอย่างยิ่งพบว่า มีเพียงผู้จำหน่ายในจังหวัดนครปฐมเท่านั้นที่ตอบถูกว่า มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์แก่คนเมา และห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย คิดเป็นร้อยละ 76.87 และ 71.64 ตามลำดับ ในขณะที่จังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรีมีเพียงร้อยละ 29-46 ทั้งนี้ผู้จำหน่ายทั้ง 3 จังหวัดราวร้อยละ 51 – 61 ตอบถูกว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ และมีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 5.9)

ตารางที่ 5.9 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● มาตรการเกี่ยวกับ<i>เวลาจำหน่าย</i></li> <li>● มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ ในบางเวลา</li> </ul>	95.33	91.79	79.49	<b>88.87</b>	0.00	0.75	1.28	<b>0.68</b>	4.67	7.46	19.23	<b>10.45</b>
● เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	49.33	44.78	26.92	<b>40.34</b>	33.33	33.58	46.15	<b>37.69</b>	17.33	21.64	26.92	<b>21.96</b>
● เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	58.67	67.16	43.59	<b>56.47</b>	18.67	11.94	29.49	<b>20.03</b>	22.67	20.90	26.92	<b>23.50</b>
● เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	31.33	44.03	28.21	<b>34.52</b>	54.67	32.09	44.87	<b>43.88</b>	14.00	23.88	26.92	<b>21.60</b>
● เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	66.00	68.66	50.00	<b>61.55</b>	22.00	8.96	24.36	<b>18.44</b>	12.00	22.39	25.64	<b>20.01</b>

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
● <b>มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย</b>												
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	98.67	96.27	82.05	<b>92.33</b>	0.00	0.00	17.95	<b>5.98</b>	1.33	3.73	0.00	<b>1.69</b>
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	88.67	95.52	80.77	<b>88.32</b>	7.33	0.75	19.23	<b>9.10</b>	4.00	3.73	0.00	<b>2.58</b>
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาลศูนย์	75.33	84.33	65.38	<b>75.01</b>	14.00	5.97	34.62	<b>18.20</b>	10.67	9.70	0.00	<b>6.79</b>
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	75.33	88.06	75.64	<b>79.68</b>	19.33	5.22	24.36	<b>16.30</b>	5.33	6.72	0.00	<b>4.02</b>
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	81.33	86.57	76.92	<b>81.61</b>	11.33	5.22	23.08	<b>13.21</b>	7.33	8.21	0.00	<b>5.18</b>
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	71.33	82.84	65.38	<b>73.18</b>	12.67	6.72	34.62	<b>18.00</b>	16.00	10.45	0.00	<b>8.82</b>
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	86.67	88.81	79.49	<b>84.99</b>	8.00	5.22	20.51	<b>11.24</b>	5.33	5.97	0.00	<b>3.77</b>
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	76.67	78.36	66.67	<b>73.90</b>	14.00	7.46	1.28	<b>7.58</b>	9.33	14.18	32.05	<b>18.52</b>
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	77.33	79.10	66.67	<b>74.37</b>	10.67	5.97	2.56	<b>6.40</b>	12.00	14.93	30.77	<b>19.23</b>
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	80.00	85.07	70.51	<b>78.53</b>	9.33	4.48	29.49	<b>14.43</b>	10.67	10.45	0.00	<b>7.04</b>

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
● มาตรการเกี่ยวกับ <u>สถานที่ดื่ม</u>												
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	99.33	96.27	80.77	<b>92.12</b>	0.00	0.75	19.23	<b>6.66</b>	0.67	2.99	0.00	<b>1.22</b>
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	90.67	96.27	80.77	<b>89.24</b>	6.00	0.75	19.23	<b>8.66</b>	3.33	2.99	0.00	<b>2.11</b>
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	74.00	87.31	66.67	<b>75.99</b>	13.33	5.22	33.33	<b>17.29</b>	12.67	7.46	0.00	<b>6.71</b>
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	78.00	88.81	75.64	<b>80.82</b>	16.00	5.22	24.36	<b>15.19</b>	6.00	5.97	0.00	<b>3.99</b>
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	76.67	86.57	76.92	<b>80.05</b>	16.67	5.22	23.08	<b>14.99</b>	6.67	8.21	0.00	<b>4.96</b>
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	74.00	74.00	67.95	<b>71.98</b>	13.33	13.33	32.05	<b>19.57</b>	12.67	12.67	0.00	<b>8.45</b>
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	81.33	93.28	79.49	<b>84.70</b>	12.67	3.73	20.51	<b>12.30</b>	6.00	2.99	0.00	<b>3.00</b>
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	76.00	82.84	69.23	<b>76.02</b>	14.00	5.97	2.56	<b>7.51</b>	10.00	11.19	28.21	<b>16.47</b>
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	74.00	84.33	65.38	<b>74.57</b>	14.67	3.73	5.13	<b>7.84</b>	11.33	11.94	29.49	<b>17.59</b>
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	77.33	88.06	70.51	<b>78.63</b>	11.33	3.73	29.49	<b>14.85</b>	11.33	8.21	0.00	<b>6.51</b>

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<p>● <b>มาตรการเกี่ยวกับควบคุมการโฆษณา</b></p> <p>1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มน้ำแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม</p> <p>3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น</p> <p>5. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง</p> <p>6. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ</p>	83.33	89.55	58.97	<b>77.28</b>	2.67	2.99	0.00	<b>1.89</b>	14.00	7.46	41.03	<b>20.83</b>
	74.00	82.84	61.54	<b>72.79</b>	7.33	5.97	0.00	<b>4.43</b>	18.67	11.19	38.46	<b>22.77</b>
	71.33	76.87	61.54	<b>69.91</b>	8.00	8.96	0.00	<b>5.65</b>	20.67	14.18	38.46	<b>24.44</b>
	62.00	77.61	46.15	<b>61.92</b>	10.00	5.22	3.85	<b>6.36</b>	28.00	17.16	50.00	<b>31.72</b>
	51.33	78.36	46.15	<b>58.61</b>	22.67	5.97	3.85	<b>10.83</b>	26.00	15.67	50.00	<b>30.56</b>
	58.00	78.36	58.97	<b>65.11</b>	14.00	5.22	2.56	<b>7.26</b>	28.00	16.42	38.46	<b>27.63</b>



บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<p>● <u>มาตรการเกี่ยวกับควบคุมการจำหน่าย</u></p> <p>1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี</p> <p>2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี</p> <p>3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา</p> <p>4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย</p> <p>5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ</p> <p>6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p>	94.67	77.61	64.10	<b>78.79</b>	4.00	16.42	14.10	<b>11.51</b>	1.33	5.97	21.79	<b>9.70</b>
	62.67	76.87	48.72	<b>62.75</b>	25.33	17.91	16.67	<b>19.97</b>	12.00	5.22	34.62	<b>17.28</b>
	38.67	76.87	37.18	<b>50.91</b>	16.67	11.19	10.26	<b>12.71</b>	44.67	11.94	52.56	<b>36.39</b>
	46.67	71.64	29.49	<b>49.27</b>	14.00	10.45	8.97	<b>11.14</b>	39.33	17.91	61.54	<b>39.59</b>
	61.33	61.94	52.56	<b>58.61</b>	21.33	10.45	46.15	<b>25.98</b>	17.33	27.61	1.28	<b>15.41</b>
	50.67	60.45	52.56	<b>54.56</b>	15.33	10.45	46.15	<b>23.98</b>	34.00	29.10	1.28	<b>21.46</b>

### 3. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **ความรู้ด้านมาตรการเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่รู้มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา คิดเป็นร้อยละ 95.33, 91.79 และ 79.49 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในช่วงเวลาที่ห้ามจำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายในจังหวัดนนทบุรี และนครปฐม ที่ตอบถูกว่าเวลา 14.00-17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เท่ากับร้อยละ 58.67 และ 67.16 ตามลำดับ ในขณะที่จังหวัดสิงห์บุรี มีเพียงร้อยละ 43.59 และผู้จำหน่ายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ที่ตอบถูกว่าเวลา 24.00 – 11.00 เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เท่ากับร้อยละ 66.00, 68.66 และ 50.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.10)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 98.67, 96.27 และ 82.05 ตามลำดับ แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ของทั้ง 3 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 65 – 94 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ และร้อยละ 65-93 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 5.10)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่ดื่ม**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 99.33, 96.27 และ 80.77 ตามลำดับ แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่ พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ของทั้ง 3 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 66-94 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 67-93 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน และร้อยละ 86-97 ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก (ตารางที่ 5.10)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขาย**

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ร้อยละ 58-89 รู้ว่ามีมาตรการควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ ได้แก่ มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายในรูปแบบการขายพ่วง และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขาย

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ ยกเว้นผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.85 ในจังหวัดสิงห์บุรี ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายในรูปแบบการขายพ่วง (ตารางที่ 5.10)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมบุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรีและนครปฐม คิดเป็นร้อยละ 62.67 และ 76.87 ตามลำดับ รู้ว่าปัจจุบันมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ในขณะที่ในจังหวัดสิงห์บุรีมีเพียงร้อยละ 48.72

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ในจังหวัดนครปฐม ร้อยละ 76.87 รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว ในขณะที่ในจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี มีเพียงร้อยละ 38.67 และ 37.18 ตามลำดับเท่านั้น

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่งขาย พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ในจังหวัดนครปฐม ร้อยละ 71.64 รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว ในขณะที่ในจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี มีเพียงร้อยละ 46.67 และ 29.49 ตามลำดับเท่านั้น

ทั้งนี้ผู้บริโภคส่วนมากทั้ง 3 จังหวัดราวร้อยละ 51 – 62 รู้ว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ และรู้ว่ามีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 5.10)

ตารางที่ 5.10 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามการทราบถึงมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์	ชาย				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>เวลาจำหน่าย</u></li> </ul>								
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	95.33	91.79	79.49	<b>88.87</b>	4.67	8.21	20.51	<b>11.13</b>
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	33.33	33.58	46.15	<b>37.69</b>	66.67	66.42	53.85	<b>62.31</b>
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	58.67	67.16	43.59	<b>56.47</b>	41.33	32.84	56.41	<b>43.53</b>
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	54.67	32.09	44.87	<b>43.88</b>	45.33	67.91	55.13	<b>56.12</b>
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	66.00	68.66	50.00	<b>61.55</b>	34.00	31.34	50.00	<b>38.45</b>

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ใช่				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>สถานที่จำหน่าย</u></li> </ul>								
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	98.67	96.27	82.05	<b>92.33</b>	1.33	3.73	17.95	<b>7.67</b>
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	88.67	95.52	80.77	<b>88.32</b>	11.33	4.48	19.23	<b>11.68</b>
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาล	14.00	5.97	34.62	<b>18.20</b>	86.00	94.03	65.38	<b>81.80</b>
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	75.33	88.06	75.64	<b>79.68</b>	24.67	11.94	24.36	<b>20.32</b>
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	81.33	86.57	76.92	<b>81.61</b>	18.67	13.43	23.08	<b>18.39</b>
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	12.67	6.72	34.62	<b>18.00</b>	(87.33)	(93.28)	65.38	<b>82.00</b>
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	86.67	88.81	79.49	<b>84.99</b>	13.33	11.19	20.51	<b>15.01</b>
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	76.67	78.36	66.67	<b>73.90</b>	23.33	21.64	33.33	<b>26.10</b>
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	77.33	79.10	66.67	<b>74.37</b>	22.67	20.90	33.33	<b>25.63</b>
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	80.00	85.07	70.51	<b>78.53</b>	20.00	14.93	29.49	<b>21.47</b>

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์	ใช่				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>สถานที่ดัด</u></li> </ul>								
1. มีมาตรการห้ามดัดเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	99.33	96.27	80.77	<b>92.12</b>	0.67	3.73	19.23	<b>7.88</b>
2. มีมาตรการห้ามดัดในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	90.67	96.27	80.77	<b>89.24</b>	9.33	3.73	19.23	<b>10.76</b>
3. มีมาตรการห้ามดัดในโรงพยาบาล	13.33	5.22	33.33	<b>17.29</b>	86.67	94.78	66.67	<b>82.71</b>
4. มีมาตรการห้ามดัดในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	78.00	88.81	75.64	<b>80.82</b>	22.00	11.19	24.36	<b>19.18</b>
5. มีมาตรการห้ามดัดในสถานที่ทางราชการต่างๆ	76.67	86.57	76.92	<b>80.05</b>	23.33	13.43	23.08	<b>19.95</b>
6. มีมาตรการห้ามดัดในสวนสาธารณะของเอกชน	13.33	6.72	32.05	<b>17.37</b>	86.67	93.28	67.95	<b>82.63</b>
7. มีมาตรการห้ามดัดในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	81.33	93.28	79.49	<b>84.70</b>	18.67	6.72	20.51	<b>15.30</b>
8. มีมาตรการห้ามดัดในหอพัก	14.00	5.97	2.56	<b>7.51</b>	86.00	94.03	97.44	<b>92.49</b>
9. มีมาตรการห้ามดัดในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	74.00	84.33	65.38	<b>74.57</b>	26.00	15.67	34.62	<b>25.43</b>
10. มีมาตรการห้ามดัดในสวนสาธารณะของราชการ	77.33	88.06	70.51	<b>78.63</b>	22.67	11.94	29.49	<b>19.70</b>

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์	ใช่				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<p>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>การควบคุมการโฆษณา</u></p> <p>1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม</p> <p>3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น</p> <p>5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง</p> <p>6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ</p>	83.33	89.55	58.97	<b>77.28</b>	16.67	10.45	41.03	<b>22.72</b>
	74.00	82.84	61.54	<b>72.79</b>	26.00	17.16	38.46	<b>27.21</b>
	71.33	76.87	61.54	<b>69.91</b>	28.67	23.13	38.46	<b>30.09</b>
	62.00	77.61	46.15	<b>61.92</b>	38.00	22.39	53.85	<b>38.08</b>
	51.33	78.36	46.15	<b>58.61</b>	48.67	21.64	53.85	<b>41.39</b>
	58.00	78.36	58.97	<b>65.11</b>	42.00	21.64	41.03	<b>34.89</b>

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์	รู้				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>การควบคุมการจำหน่าย</u></li> </ul>								
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	4.00	16.42	14.10	<b>11.51</b>	96.00	83.58	85.90	<b>88.49</b>
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	62.67	76.87	48.72	<b>62.75</b>	37.33	23.13	51.28	<b>37.25</b>
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ แก่คนเมา	38.67	76.87	37.18	<b>50.91</b>	61.33	23.13	62.82	<b>49.09</b>
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ในลักษณะ เร่ขาย	46.67	71.64	29.49	<b>49.27</b>	53.33	28.36	70.51	<b>50.73</b>
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุม เครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	61.33	61.94	52.56	<b>58.61</b>	38.67	38.06	47.44	<b>41.39</b>
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับ จังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มน แอลกอฮอล์	50.67	60.45	52.56	<b>54.56</b>	49.33	39.55	47.44	<b>45.44</b>



#### 4. ระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 39.78 และ 35.64 ตามลำดับ น่าสังเกตว่าผู้จำหน่ายของจังหวัดสิงห์บุรีที่มีความรู้ระดับน้อยมีมากถึงร้อยละ 47.44

- มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับมากถึงปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 65.00 และ 20.00 ตามลำดับ

- มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม พบว่าผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ของทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 74.86 โดยจังหวัดนครปฐมมีสัดส่วนของผู้มีความรู้ระดับมากที่สุด ร้อยละ 85.82

- มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา พบว่าผู้จำหน่ายส่วนมากทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับมากถึงปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 58.01 และ 21.55 ตามลำดับ น่าสังเกตว่าผู้จำหน่ายของจังหวัดสิงห์บุรีที่มีความรู้ระดับน้อยมีถึงร้อยละ 38.46

- มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย พบว่าผู้จำหน่ายส่วนมากทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 45.86 และ 28.18 ตามลำดับ และผู้จำหน่ายของจังหวัดสิงห์บุรีที่มีความรู้ระดับน้อยมีถึงร้อยละ 39.74 (ตารางที่ 5.11)

ตารางที่ 5.11 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับความรู้มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 150)	นครปฐม (n = 134)	สิงห์บุรี (n = 78)	รวม (n = 362)
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 1)	15.33	21.64	47.44	<b>24.59</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (2 - 3)	46.67	50.00	8.97	<b>39.78</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (4 - 5)	38.00	28.36	43.59	<b>35.64</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 3)	8.00	7.46	21.79	<b>15.00</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (4 - 6)	16.67	13.43	11.54	<b>20.00</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (7 - 10)	75.33	79.10	66.67	<b>65.00</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 3)	7.33	8.96	23.08	<b>11.33</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (4 - 6)	23.33	5.22	10.26	<b>13.81</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (7 - 10)	69.33	85.82	66.67	<b>74.86</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 1)	14.00	17.16	38.46	<b>20.44</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (2 - 4)	38.67	5.97	15.38	<b>21.55</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (5 - 6)	47.33	76.87	46.15	<b>58.01</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 1)	28.00	15.67	39.74	<b>25.97</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (2 - 4)	55.33	40.30	37.18	<b>45.86</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (5 - 6)	16.67	44.03	23.08	<b>28.18</b>

## 5. ข้อสังเกต สิ่งที่พบเห็นได้ ณ จุดขาย

- ป้ายโฆษณาเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบป้ายโฆษณา ณ จุดขาย ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 86.67, 84.33 และ 85.90 ตามลำดับ
- คนชื้อชวนให้คั้ม พบว่าส่วนใหญ่ไม่พบคนชื้อชวนให้คั้ม ณ จุดขายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 97.33, 97.76 และ 100.00 ตามลำดับ
- ป้ายคำเตือนห้ามขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบป้ายคำเตือนห้ามขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ให้คนอายุต่ำกว่า 20 ปี ณ จุดขายในจังหวัดนนทบุรี และนครปฐม คิดเป็นร้อยละ 62.67 และ 82.09 ตามลำดับ แต่จะพบในจังหวัดสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 53.85
- ป้ายคำเตือน ขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น. พบว่าส่วนใหญ่ไม่พบป้ายคำเตือนดังกล่าว ณ จุดขายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 92.67, 84.33 และ 57.69 ตามลำดับ
- ป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ไม่ชื้อนท้ายคนเมา พบว่าส่วนใหญ่ไม่พบป้ายคำเตือนดังกล่าว ณ จุดขายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 80.67, 89.55 และ 94.87 ตามลำดับ
- การโฆษณาให้ชื้อเครื่องคั้ม ลด-แลก-แจก-แถม-ชิงรางวัล พบว่าส่วนใหญ่ไม่พบป้ายโฆษณาดังกล่าว ณ จุดขายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 98.67, 98.27 และ 100.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.12)

บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

ตารางที่ 5.12 ร้อยละของผู้จำหน่าย จำแนกตามข้อสังเกต สิ่งที่พบเห็นได้ ณ จุดขาย

ข้อสังเกต สิ่งที่พบเห็นได้ ณ จุดขาย	มี				ไม่มี			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
1. ป้ายโฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์	13.33	15.67	14.10	<b>14.37</b>	86.67	84.33	85.90	<b>85.63</b>
2. คนชี้ชวนให้ดื่มน้ำ	2.67	2.24	-	<b>1.64</b>	97.33	97.76	100.00	<b>98.36</b>
3. ป้ายคำเตือน ห้ามขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ให้ คนอายุต่ำกว่า 20 ปี	37.33	17.91	53.85	<b>36.36</b>	62.67	82.09	46.15	<b>63.64</b>
4. ป้ายคำเตือน ขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น.	7.33	15.67	42.31	<b>21.77</b>	92.67	84.33	57.69	<b>78.23</b>
5. ป้ายคำเตือนสติ เช่น เมาไม่ขับ ไม่ซ้อนท้ายคนเมา	19.33	10.45	5.13	<b>11.64</b>	80.67	89.55	94.87	<b>88.36</b>
6. การโฆษณาให้ซื้อเครื่องดื่มน้ำ ลด-แลก-แจก-แถม-ชิงรางวัล	1.33	3.73	-	<b>1.69</b>	98.67	96.27	100.00	<b>98.31</b>

## บทที่ 6

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่สรรพสามิต เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และตำรวจผู้ปฏิบัติงานรับผิดชอบในพื้นที่ที่ศึกษา ในการวิเคราะห์นี้จะครอบคลุมถึงพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ และการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ยประมาณ 40 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่ตำรวจ สาธารณสุข และสรรพสามิต ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>เพศ</b>				
● ชาย	84.85	71.95	79.36	<b>78.20</b>
● หญิง	15.15	28.05	20.64	<b>21.80</b>
<b>อายุ</b>				
● ต่ำกว่า 20 ปี	-	-	-	-
● 20 – 24 ปี	4.55	2.44	-	<b>2.37</b>
● 25 – 29 ปี	33.33	9.76	3.18	<b>15.17</b>
● 30 – 34 ปี	18.18	10.98	4.76	<b>11.37</b>
● 35 – 39 ปี	19.70	10.98	17.46	<b>15.64</b>
● 40 – 44 ปี	10.61	20.73	31.75	<b>20.85</b>
● 45 – 49 ปี	6.06	14.63	17.46	<b>12.80</b>
● 50 – 54 ปี	1.52	13.41	23.81	<b>12.80</b>
● 55 – 59 ปี	3.03	6.10	1.59	<b>3.79</b>
● ไม่ระบุ	3.03	10.98	-	<b>5.21</b>
<b>อายุเฉลี่ย</b>	<b>34</b>	<b>40</b>	<b>44</b>	<b>39.33</b>
<b>อายุต่ำสุด</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>20</b>
<b>อายุสูงสุด</b>	<b>57</b>	<b>59</b>	<b>56</b>	<b>59</b>
<b>สถานภาพ</b>				
● โสด	54.55	36.59	11.11	<b>34.60</b>
● สมรส	40.91	54.87	82.54	<b>58.77</b>
● หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	4.55	8.54	6.35	<b>6.64</b>
● ไม่ระบุ	-	-	-	-

ข้อมูลทั่วไป	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด</b>				
● มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	-	-	-	-
● มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าหรือ ปวช.	12.12	26.83	9.52	<b>17.06</b>
● อนุปริญญาหรือเทียบเท่าหรือ ปวส.	4.55	20.73	4.76	<b>10.90</b>
● ปริญญาตรี	80.30	46.34	77.78	<b>66.35</b>
● สูงกว่าปริญญาตรี	3.03	6.10	7.94	<b>5.69</b>
<b>ท่านเป็นเจ้าหน้าที่</b>				
● สาธารณสุข	12.12	29.27	14.29	<b>19.43</b>
● สรรพสามิต	12.12	21.95	11.11	<b>15.64</b>
● นายตำรวจชั้นประทวน	72.73	42.58	69.84	<b>60.19</b>
● นายตำรวจชั้นสัญญาบัตร	3.03	6.10	4.76	<b>4.74</b>
<b>ท่านปฏิบัติงานใน</b>				
● สถานีตำรวจ	75.76	48.68	74.60	<b>64.93</b>
● สำนักงานสรรพสามิต	12.12	21.95	11.11	<b>15.64</b>
● กระทรวงสาธารณสุข	12.12	29.27	14.29	<b>19.43</b>

### 1. พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายของทั้ง 3 จังหวัด (นนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี) ร้อยละ 56.40 ติดตามข่าวสารต่างๆ โดยเฉลี่ยในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา (ก่อนการสำรวจ) ทุกวันต่อสัปดาห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดสิงห์บุรีมีสัดส่วนสูงที่สุดถึงร้อยละ 76.16 โดยสื่อที่เป็นหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ของทั้ง 3 จังหวัด ร้อยละ 76.30 เคยพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อต่างๆ ในรอบวันที่ผ่านมา โดยพบเห็นหรือได้ยินในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อทุกประเภท ประมาณ 1-2 ครั้ง (ตารางที่ 6.1)

ตารางที่ 6.1 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการติดตามข่าวสารต่างๆ

การติดตามข่าวสารต่างๆ	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>1. การติดตามข่าวสารต่างๆ โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา</b>				
● ทุกวัน	43.94	51.22	76.19	<b>56.40</b>
● 5-6 วัน	16.67	13.41	1.59	<b>10.90</b>
● 3-4 วัน	21.21	19.51	9.52	<b>17.06</b>
● 1-2 วัน	6.06	2.44	7.94	<b>5.21</b>
● ติดตามเป็นบางสัปดาห์	10.61	12.20	3.17	<b>9.00</b>
● ไม่ได้ติดตามเลย	1.52	1.22	1.59	<b>1.42</b>
<b>2. การติดตามข่าวสารต่างๆ ผ่านทางสื่อประเภทใดบ้าง ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา</b>				
● โทรทัศน์	90.91	96.34	95.24	<b>41.98</b>
● วิทยุ	19.70	29.27	12.70	<b>9.49</b>
● หนังสือพิมพ์	69.70	73.17	79.37	<b>32.91</b>
● อินเทอร์เน็ต	27.27	25.61	19.05	<b>10.76</b>
● นิตยสาร / วารสาร	7.58	10.98	9.52	<b>4.22</b>
● อื่นๆ (เห็นประกาศ , การพูดคุยทุกช่องทาง)	-	1.22	3.17	<b>0.63</b>
<b>3. ในรอบวันที่ผ่านมาพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้าย กลางแจ้ง ฯลฯ บ้างหรือไม่</b>				
● เคยพบเห็น / ได้ยิน	72.73	74.39	82.54	<b>76.30</b>
● ไม่เคยพบเห็น / ไม่ได้ยิน	27.27	25.61	17.46	<b>23.70</b>



การติดตามข่าวสารต่างๆ	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>4. การพบเห็นหรือได้ยินโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อ</b>				
<b>โทรทัศน์</b>				
● 1 ครั้ง	14.58	47.37	66.67	<b>43.59</b>
● 2 ครั้ง	8.33	1.75	17.65	<b>8.97</b>
● 3 ครั้ง	10.42	10.53	-	<b>7.05</b>
● 4 ครั้ง	4.17	3.51	1.96	<b>3.21</b>
● 5 ครั้ง	16.67	7.02	-	<b>7.69</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	29.17	3.51	9.80	<b>13.46</b>
● ไม่ได้รับสื่อโทรทัศน์	16.67	26.32	3.92	<b>16.03</b>
<b>ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง)</b>				
● 1 ครั้ง	22.92	28.07	21.57	<b>24.36</b>
● 2 ครั้ง	10.42	3.51	5.88	<b>6.41</b>
● 3 ครั้ง	6.25	3.51	-	<b>3.21</b>
● 4 ครั้ง	2.08	1.75	-	<b>1.28</b>
● 5 ครั้ง	2.08	-	1.96	<b>1.28</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	6.25	-	1.96	<b>2.56</b>
● ไม่ได้รับสื่อป้ายกลางแจ้ง	50.00	63.16	68.63	<b>60.90</b>
<b>สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)</b>				
● 1 ครั้ง	12.50	28.07	7.84	<b>16.67</b>
● 2 ครั้ง	8.33	-	-	<b>2.56</b>
● 3 ครั้ง	4.17	-	1.96	<b>1.92</b>
● 4 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
● 5 ครั้ง	10.42	3.51	-	<b>4.49</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	10.42	3.51	7.84	<b>7.05</b>
● ไม่ได้รับสื่อสิ่งพิมพ์	54.17	64.91	82.35	<b>67.31</b>

การติดตามข่าวสารต่างๆ	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>วิทยุ</b>				
● 1 ครั้ง	6.25	8.77	3.92	<b>6.37</b>
● 2 ครั้ง	4.17	5.26	-	<b>3.18</b>
● 3 ครั้ง	-	1.75	-	<b>0.64</b>
● 4 ครั้ง	2.08	-	-	<b>0.64</b>
● 5 ครั้ง	-	-	1.96	<b>1.27</b>
● ไม่ได้รับสื่อวิทยุ	87.50	84.21	94.12	<b>87.90</b>
<b>อินเทอร์เน็ต</b>				
● 1 ครั้ง	-	10.53	1.96	<b>4.49</b>
● 2 ครั้ง	4.17	1.75	-	<b>1.92</b>
● 3 ครั้ง	2.08	-	-	<b>0.64</b>
● 4 ครั้ง	2.08	-	1.96	<b>1.28</b>
● 5 ครั้ง	2.08	-	-	<b>0.64</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	4.17	-	1.96	<b>1.92</b>
● ไม่ได้รับสื่ออินเทอร์เน็ต	85.42	87.72	94.12	<b>89.10</b>
<b>สื่อเคลื่อนที่ (รถไฟฟ้า แท็กซี่ รถไฟ รถขนส่ง)</b>				
● 1 ครั้ง	8.33	3.51	-	<b>3.85</b>
● 2 ครั้ง	4.17	1.75	-	<b>1.92</b>
● 3 ครั้ง	2.08	-	1.96	<b>1.28</b>
● ไม่ได้รับสื่อเคลื่อนที่	85.42	94.74	98.04	<b>92.95</b>
<b>ในร้านค้า</b>				
● 1 ครั้ง	6.25	28.07	7.84	<b>14.74</b>
● 2 ครั้ง	8.33	1.75	1.96	<b>3.85</b>
● 3 ครั้ง	4.17	-	-	<b>1.28</b>
● 4 ครั้ง	-	-	1.96	<b>0.64</b>
● 5 ครั้ง	6.25	-	-	<b>1.92</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	2.08	-	-	<b>0.64</b>
● ไม่ได้รับสื่อในร้านค้า	72.92	70.18	88.24	<b>76.92</b>

การติดตามข่าวสารต่างๆ	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
สื่อบุคคล เช่น สาวเชียร์เหล้า เบียร์ ไวน์				
● 1 ครั้ง	16.67	5.26	9.80	<b>10.26</b>
● 2 ครั้ง	4.17	1.75	-	<b>1.92</b>
● 3 ครั้ง	4.17	-	1.96	<b>1.92</b>
● ไม่ได้รับสื่อบุคคล	74.99	92.98	88.24	<b>85.90</b>
สื่ออื่นๆ				
● 1 ครั้ง	-	1.75	-	<b>0.93</b>
● ไม่ได้รับสื่ออื่นๆ	-	98.25	100.00	<b>99.07</b>
ไม่เคยพบเห็นหรือได้ยินในรอบวันที่ผ่านมา				
● ไม่เคยพบเห็น	-	6.56	1.96	<b>3.11</b>
● เคยพบเห็น	100.00	93.44	98.04	<b>96.89</b>

## 2. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- **มาตรการเพื่อควบคุมเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายทั้งในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ตอบดูว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา คิดเป็นร้อยละ 89.39, 86.58 และ 90.48 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละช่วงเวลา พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ราวร้อยละ 65-89 ตอบดูว่า เวลา 14.00 – 17.00 น. และ เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนครปฐมที่ไม่รู้ว่า เวลา 14.00 – 17.00 น. และ เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีสัดส่วนสูงกว่าจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี (ตารางที่ 6.2)

- **มาตรการเพื่อควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ตอบดูว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 98.48, 95.12 และ 98.41 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละสถานที่ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนครปฐมราวร้อยละ 14-18 ที่ไม่รู้ว่า มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงภาพยนตร์ ในสวนสาธารณะของเอกชน และในหอพัก (ตารางที่ 6.2)

- **มาตรการเพื่อควบคุมสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ตอบดูว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 98.48, 92.68 และ 98.41 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละสถานที่ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนครปฐมที่ไม่รู้ว่า มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ต่างๆ มีสัดส่วนสูงกว่าจังหวัดในจังหวัดนนทบุรี และสิงห์บุรีทั้งสิ้น (ตารางที่ 6.2)

- **มาตรการเพื่อควบคุมการโฆษณา การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ส่วนใหญ่ราวร้อยละ 71-92 ตอบดูว่ามีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการ

ส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม สักส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนครปฐม และสิงห์บุรี ที่ตอบถูกว่ามีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มีสัดส่วนน้อยกว่าจังหวัดนนทบุรี คิดเป็นร้อยละ 65.86 และ 66.67 ตามลำดับ ที่สำคัญเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบว่าไม่รู้ว่ามีมาตรการควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะต่างๆ มีสัดส่วนสูงกว่าจังหวัดนนทบุรีและนครปฐม (ตารางที่ 6.2)

- **มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมบุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

กรณีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ที่ตอบถูกว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี เท่ากับร้อยละ 51.52, 53.66 และ 66.67 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าไม่สูงมาก

กรณีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี ร้อยละ 65.15 และ 85.71 ตามลำดับ ตอบถูกว่ามีมาตรการดังกล่าว ในขณะที่ในจังหวัดนครปฐมมีเพียงร้อยละ 45.12 เท่านั้น

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ตอบถูกว่ามีมาตรการดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 77.27, 69.51 และ 95.24 ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้จำหน่ายทั้ง 3 จังหวัดราวร้อยละ 69 – 98 ตอบถูกว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ รวมทั้งมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อย่างไรก็ตาม พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนครปฐมที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการต่างๆ ในการควบคุมบุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีสัดส่วนมากกว่าจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี (ตารางที่ 6.2)

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตารางที่ 6.2 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● มาตรการเกี่ยวกับ<i>เวลาจำหน่าย</i></li> <li>● มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์</li> </ul> ในบางเวลา	89.39	86.58	90.48	<b>88.82</b>	4.55	3.66	3.17	<b>3.79</b>	6.06	9.76	6.35	<b>7.39</b>
● เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	30.30	45.12	26.98	<b>34.13</b>	62.12	45.12	68.26	<b>58.50</b>	7.58	9.76	4.76	<b>7.37</b>
● เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	87.87	65.85	84.12	<b>79.28</b>	10.61	19.51	14.29	<b>14.80</b>	1.52	14.63	1.59	<b>5.91</b>
● เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	22.72	37.81	22.22	<b>27.58</b>	69.70	46.34	74.61	<b>63.55</b>	7.58	15.85	3.17	<b>8.87</b>
● เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	89.39	70.74	88.89	<b>83.01</b>	7.58	15.85	7.94	<b>10.46</b>	3.03	13.41	3.17	<b>6.54</b>

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
● มาตรการเกี่ยวกับ <u>สถานที่จำหน่าย</u>												
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	98.48	95.12	98.41	<b>97.34</b>	1.52	0.00	0.00	<b>0.51</b>	0.00	4.88	1.59	<b>2.16</b>
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	100.00	93.90	100.00	<b>97.97</b>	0.00	2.44	0.00	<b>0.81</b>	0.00	3.66	0.00	<b>1.22</b>
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาลศูนย์	84.85	78.05	87.30	<b>83.40</b>	9.09	7.32	9.53	<b>8.65</b>	6.06	14.63	3.17	<b>7.95</b>
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	93.93	91.46	96.83	<b>94.07</b>	1.52	1.22	3.17	<b>1.97</b>	4.55	7.32	0.00	<b>3.96</b>
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	93.94	90.24	100.00	<b>94.73</b>	3.03	3.66	0.00	<b>2.23</b>	3.03	6.10	0.00	<b>3.04</b>
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	75.76	71.95	80.95	<b>76.22</b>	12.12	9.76	15.88	<b>12.59</b>	12.12	18.29	3.17	<b>11.19</b>
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	100.00	95.12	100.00	<b>98.37</b>	0.00	0.00	0.00	-	0.00	4.88	0.00	<b>1.63</b>
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	86.36	73.17	98.41	<b>85.98</b>	3.03	8.54	1.59	<b>4.39</b>	10.61	18.29	0.00	<b>9.63</b>
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	95.45	90.24	100.00	<b>95.23</b>	1.52	2.44	0.00	<b>1.32</b>	3.03	7.32	0.00	<b>3.45</b>
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	96.96	90.24	96.82	<b>94.67</b>	1.52	3.66	1.59	<b>2.26</b>	1.52)	6.10	1.59	<b>3.07</b>

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
● มาตรการเกี่ยวกับ <u>สถานที่ดื่ม</u>												
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	98.48	92.68	98.41	<b>96.52</b>	0.00	1.22	1.59	<b>0.94</b>	1.52	6.10	0.00	<b>2.54</b>
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	100.00	91.46	100.00	<b>97.15</b>	0.00	1.22	0.00	<b>0.41</b>	0.00	7.32	0.00	<b>2.44</b>
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงภาพยนตร์	83.33	75.61	85.72	<b>81.55</b>	9.09	8.54	11.11	<b>9.58</b>	7.58	15.85	3.17	<b>8.87</b>
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	96.97	85.36	96.83	<b>93.05</b>	0.00	2.44	3.17	<b>1.87</b>	3.03	12.20	0.00	<b>5.08</b>
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	96.96	90.24	98.41	<b>95.20</b>	1.52	1.22	1.59	<b>1.44</b>	1.52	8.54	0.00	<b>3.35</b>
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	65.15	67.07	85.71	<b>72.64</b>	18.18	10.98	12.70	<b>13.95</b>	16.67	21.95	1.59	<b>13.40</b>
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	98.48	89.02	100.00	<b>95.83</b>	1.52	2.44	0.00	<b>1.32</b>	0.00	8.54	0.00	<b>2.85</b>
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	80.30	70.73	93.65	<b>81.56</b>	10.61	9.76	6.35	<b>8.91</b>	9.09	19.51	0.00	<b>9.53</b>
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	90.91	87.80	93.65	<b>90.79</b>	4.55	1.22	6.35	<b>4.04</b>	4.55	10.98	0.00	<b>5.18</b>
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	89.39	84.15	96.82	<b>90.12</b>	6.06	2.44	1.59	<b>3.36</b>	4.55	13.41	1.59	<b>6.52</b>



บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<p>● <b>มาตรการเกี่ยวกับควบคุมการโฆษณา</b></p> <p>1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มน้ำแล้วดื่มมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม</p> <p>3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น</p> <p>5. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง</p> <p>6. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ</p>	80.30	73.17	71.43	<b>75.40</b>	15.15	18.29	7.94	<b>13.79</b>	4.55	8.54	20.63	<b>11.24</b>
	87.88	75.61	79.37	<b>74.52</b>	6.06	14.63	0.00	<b>6.90</b>	6.06	9.76	20.63	<b>12.15</b>
	81.82	65.86	66.67	<b>67.72</b>	12.12	17.07	12.70	<b>13.96</b>	6.06	17.07	20.63	<b>14.59</b>
	92.42	84.14	74.60	<b>68.76</b>	1.52	8.54	3.17	<b>4.41</b>	6.06	7.32	22.22	<b>11.87</b>
	83.33	73.18	73.02	<b>65.41</b>	7.58	13.41	4.76	<b>8.58</b>	9.09	13.41	22.22	<b>14.91</b>
	89.39	76.82	82.54	<b>71.89</b>	3.03	12.20	1.59	<b>5.61</b>	7.58	10.98	15.87	<b>11.48</b>

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ตอบถูก				ตอบผิด				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<p>● <u>มาตรการเกี่ยวกับควบคุมการจำหน่าย</u></p> <p>1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี</p> <p>2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี</p> <p>3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่คนเมา</p> <p>4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเร่ขาย</p> <p>5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ</p> <p>6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p>	83.33	87.80	63.49	<b>78.21</b>	13.64	7.32	36.51	<b>19.16</b>	3.03	4.88	0.00	<b>2.64</b>
	51.52	53.66	66.67	<b>57.28</b>	37.88	35.36	28.57	<b>33.94</b>	10.61	10.98	4.76	<b>8.78</b>
	65.15	45.12	85.71	<b>65.33</b>	24.24	35.37	11.11	<b>23.57</b>	10.61	19.51	3.17	<b>11.10</b>
	77.27	69.51	95.24	<b>80.67</b>	15.15	10.98	3.17	<b>9.77</b>	7.58	19.51	1.59	<b>9.56</b>
	92.42	81.71	95.24	<b>89.79</b>	1.52	2.44	1.59	<b>1.85</b>	6.06	15.85	3.17	<b>8.36</b>
	92.42	69.51	98.41	<b>86.78</b>	0.00	1.22	1.59	<b>0.94</b>	7.58	29.27	0.00	<b>12.28</b>

### 3. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์

- **ความรู้ด้านมาตรการเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ในบางเวลา คิดเป็นร้อยละ 89.39, 86.59 และ 90.48 ตามลำดับ รวมทั้งเมื่อสอบถามถึงในแต่ละช่วงเวลา พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ราวร้อยละ 65-89 ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี รู้ว่าเวลา 14.00 – 17.00 น. และเวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี ที่เข้าใจว่าเวลา 11.00 – 14.00 น. และเวลา 17.00 – 24.00 น. มีถึงร้อยละ 62-74 (ตารางที่ 6.3)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 98.48, 95.12 และ 98.41 ตามลำดับ แต่เมื่อสอบถามในแต่ละสถานที่ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ของจังหวัดนนทบุรีและนครปฐม ในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 90.91 และ 92.68 ตามลำดับ ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาลนอร์ และร้อยละ 87.88 และ 90.24 ตามลำดับ ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน (ตารางที่ 6.3)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการสถานที่ดื่ม**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท คิดเป็นร้อยละ 98.48, 92.68 และ 98.41 ตามลำดับ แต่เมื่อสอบถามในรายละเอียดแต่ละสถานที่ พบปัญหาว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ในจังหวัดนครปฐมและสิงห์บุรี ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในโรงพยาบาลนอร์ สูงถึงร้อยละ 91.46 และ 88.89 ตามลำดับ และที่สำคัญมากพบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ต่างไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน สูงถึงร้อยละ 81.82, 89.02 และ 87.30 ตามลำดับ รวมทั้งไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก สูงถึงร้อยละ 89.39, 90.24 และ 93.65 ตามลำดับ

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมการโฆษณา**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี ร้อยละ 65-92 รู้ว่ามีมาตรการควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ ได้แก่ มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมโดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้

เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดัดมัลเลอร์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดัดมัลเลอร์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดัดมัลเลอร์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลดแลก แจก แคม เป็นต้น มาตรการห้ามการส่งเสริมการขายในรูปแบบการขายพ่วง และมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดัดมัลเลอร์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ

อย่างไรก็ตามเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนครปฐมและสิงห์บุรี ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดัดมัลเลอร์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดัดมัลเลอร์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง มีสัดส่วนถึงร้อยละ 34.15 และ 33.33 ตามลำดับ (ตารางที่ 6.3)

- **ความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมบุคคลในการซื้อเครื่องดัดมัลเลอร์**

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 51.52, 53.66 และ 66.67 ตามลำดับ รู้ว่าปัจจุบันมีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดัดมัลเลอร์แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี น่าสังเกตว่าสัดส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรีและนครปฐม ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าวมีถึงร้อยละ 48.48 และ 46.34 ตามลำดับ

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดัดมัลเลอร์แก่คนเมา พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 65.15 และ 85.71 ตามลำดับ รู้ว่ามีมาตรการดังกล่าว ในขณะที่ในจังหวัดนครปฐม มีเพียงร้อยละ 45.12 เท่านั้น

มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดัดมัลเลอร์ในลักษณะเร่งขาย พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี คิดเป็นร้อยละ 77.27, 69.51 และ 95.24 ตามลำดับ

ทั้งนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ทั้ง 3 จังหวัดราวร้อยละ 69 – 98 รู้ว่าการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดัดมัลเลอร์ พ.ศ.2551 มีโทษจำหรือปรับ และรู้ว่ามีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติและระดับจังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดัดมัลเลอร์ (ตารางที่ 6.3)

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์

ตารางที่ 6.3 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการทราบถึงมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดืมแอลกอฮอล์	ใช่				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>เวลาจำหน่าย</u></li> </ul>								
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในบางเวลา	89.39	86.59	90.48	<b>88.82</b>	10.61	13.41	9.5	<b>11.18</b>
2. เวลา 11.00 – 14.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	62.12	45.12	68.25	<b>58.50</b>	37.88	54.88	31.75	<b>41.50</b>
3. เวลา 14.00 – 17.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	87.88	65.85	84.13	<b>79.29</b>	12.12	34.15	15.87	<b>20.71</b>
4. เวลา 17.00 – 24.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	69.70	46.34	74.60	<b>63.55</b>	30.30	53.66	25.40	<b>36.45</b>
5. เวลา 24.00 – 11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย	89.39	70.73	88.89	<b>83.00</b>	10.61	29.27	11.11	<b>17.00</b>

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ใช่				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>สถานที่จำหน่าย</u></li> </ul>								
1. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	98.48	95.12	98.41	<b>97.34</b>	1.52	4.88	1.59	<b>2.66</b>
2. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	100.00	93.90	100.00	<b>97.97</b>	0.00	6.10	0.00	<b>2.03</b>
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงพยาบาล	84.85	78.05	87.30	<b>83.40</b>	15.15	21.95	12.70	<b>16.60</b>
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	93.94	91.46	96.83	<b>94.08</b>	6.06	8.54	3.17	<b>5.92</b>
5. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานที่ทางราชการต่างๆ	93.94	90.24	100.00	<b>94.73</b>	6.06	9.76	0.00	<b>5.27</b>
6. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของเอกชน	75.76	71.95	80.95	<b>76.22</b>	24.24	28.05	19.05	<b>23.78</b>
7. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	100.00	95.12	100.00	<b>98.37</b>	0.00	4.88	0.00	<b>1.63</b>
8. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในหอพัก	86.36	73.17	98.41	<b>85.98</b>	13.64	26.83	1.59	<b>14.02</b>
9. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	95.45	90.24	100.00	<b>95.23</b>	4.55	9.76	0.00	<b>4.77</b>
10. มีมาตรการห้ามจำหน่ายในสวนสาธารณะของราชการ	96.97	90.24	96.83	<b>94.68</b>	3.03	9.76	3.17	<b>5.32</b>

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ใช่				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>สถานที่ดื่ม</u></li> </ul>								
1. มีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท	98.48	92.68	98.41	<b>96.52</b>	1.52	7.32	1.59	<b>3.48</b>
2. มีมาตรการห้ามดื่มในวัด / ศาสนสถานต่างๆ	100.00	91.46	100.00	<b>97.15</b>	0.00	8.54	0.00	<b>2.85</b>
3. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงพยาบาล	83.33	75.61	85.72	<b>81.55</b>	16.67	24.39	14.28	<b>18.44</b>
4. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	96.97	85.37	96.83	<b>93.06</b>	3.03	14.63	3.17	<b>6.94</b>
5. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานที่ทางราชการต่างๆ	96.97	90.24	98.41	<b>95.21</b>	3.03	9.76	1.59	<b>4.79</b>
6. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของเอกชน	65.15	67.07	85.71	<b>72.64</b>	34.85	32.93	14.29	<b>27.35</b>
7. มีมาตรการห้ามดื่มในโรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ	98.48	89.02	100.00	<b>95.83</b>	1.52	10.98	0.00	<b>4.17</b>
8. มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก	80.30	70.73	93.65	<b>81.56</b>	19.70	29.27	6.35	<b>18.44</b>
9. มีมาตรการห้ามดื่มในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	90.91	87.80	93.65	<b>90.79</b>	9.09	12.20	6.35	<b>9.21</b>
10. มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของราชการ	89.39	84.15	96.83	<b>90.12</b>	10.61	15.85	3.17	<b>9.88</b>

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดัดแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดัดแอลกอฮอล์	ใช่				ไม่รู้			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<p>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<u>การควบคุมการโฆษณา</u></p> <p>1. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดัดแอลกอฮอล์ในลักษณะดัดแล้วดัดมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>2. มีมาตรการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดัดแอลกอฮอล์ โดยให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม</p> <p>3. มีมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดัดแอลกอฮอล์โดยการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดัดแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง</p> <p>4. มีมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดัดแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น</p> <p>5. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดัดแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง</p> <p>6. มีมาตรการห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดัดแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ</p>	80.30	73.17	71.43	<b>74.97</b>	19.70	26.83	28.57	<b>25.03</b>
	87.88	75.61	79.37	<b>80.95</b>	12.12	24.39	20.63	<b>19.05</b>
	81.82	65.85	66.67	<b>71.45</b>	18.18	34.15	33.33	<b>28.55</b>
	92.42	84.15	74.60	<b>83.72</b>	7.58	15.85	25.40	<b>16.28</b>
	83.33	73.17	73.02	<b>76.51</b>	16.67	26.83	26.98	<b>23.49</b>
	89.39	76.83	82.54	<b>82.92</b>	10.61	23.17	17.46	<b>17.08</b>



บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์

มาตรการที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์	บุรีรัมย์				บุรีรัมย์			
	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การทราบถึงมาตรการเกี่ยวกับ<i>การควบคุมการจำหน่าย</i></li> </ul>								
1. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี	13.64	92.68	36.51	<b>47.61</b>	86.36	7.32	63.49	<b>52.39</b>
2. ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี	51.52	53.66	66.67	<b>57.28</b>	48.48	46.34	33.33	<b>42.72</b>
3. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ แก่คนเมา	65.15	45.12	85.71	<b>65.33</b>	34.85	54.88	14.29	<b>34.67</b>
4. มีมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ในลักษณะ เร่ขาย	77.27	69.51	95.24	<b>80.67</b>	22.73	30.49	4.76	<b>19.33</b>
5. การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามมาตรการควบคุม พ.ร.บ. ควบคุม เครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีโทษจำหรือปรับ	92.42	81.71	95.24	<b>89.79</b>	7.58	18.29	4.76	<b>10.21</b>
6. มีมาตรการให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติ และระดับ จังหวัดเพื่อดำเนินการควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มน แอลกอฮอล์	92.42	69.51	98.41	<b>86.78</b>	7.58	30.49	1.59	<b>13.22</b>

#### 4. ระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 38.39 และ 52.13 ตามลำดับ
- มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ของทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 91.00
- มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ของทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 88.63
- มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนมากทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 17.06 และ 70.62 ตามลำดับ น่าสังเกตว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดสิงห์บุรีที่มีความรู้ระดับน้อยมีถึงร้อยละ 20.63
- มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายทั้ง 3 จังหวัดมีความรู้ระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 47.87 และ 44.55 ตามลำดับ (ตารางที่ 6.4)

ตารางที่ 6.4 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์

ระดับความรู้มาตรการเกี่ยวกับเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับเวลาจำหน่าย</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 1)	4.55	17.07	4.76	<b>9.48</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (2 - 3)	34.85	47.56	30.16	<b>38.39</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (4 - 5)	60.61	35.37	65.08	<b>52.13</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 3)	-	4	-	<b>1.42</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (4 - 6)	9.09	11	1.59	<b>7.58</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (7 - 10)	90.91	85	98.41	<b>91.00</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับสถานที่ดื่ม</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 3)	1.52	8.54	-	<b>3.79</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (4 - 6)	9.09	9.76	3.17	<b>7.58</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (7 - 10)	89.39	81.70	96.83	<b>88.63</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณา</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 1)	3.03	13.41	20.63	<b>12.32</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (2 - 4)	19.70	20.73	9.52	<b>17.06</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (5 - 6)	77.27	65.85	69.84	<b>70.62</b>
<b>● ความรู้มาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย</b>				
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้น้อย (0 - 1)	6.06	13.41	1.59	<b>7.58</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้ปานกลาง (2 - 4)	56.06	53.66	31.75	<b>47.87</b>
มีความรู้อยู่ในระดับความรู้มาก (5 - 6)	37.88	32.93	66.67	<b>44.55</b>

## 5. การบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### 5.1 การพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาเฉพาะ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนครปฐมและสิงห์บุรี ร้อยละ 57.58 และ 77.78 ตามลำดับไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. ในขณะที่ในจังหวัดนครปฐมร้อยละ 52.44 เคยพบเห็น โดยพบเห็นมากที่สุดในร้านขายของชำ/โชห่วย รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ผับ/เชค/บาร์/คาราโอเกะ และร้านมินิมาร์ท

ในการดำเนินการของเจ้าหน้าที่เมื่อพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. โดยเฉพาะในจังหวัดนครปฐม พบว่าร้อยละ 46.52 ไม่ได้ดำเนินการเพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้อยู่ในหน้าที่ ไม่พบตำรวจ นอกเวลาราชการ ไม่อยากมีเรื่องเกรงใจ ในขณะที่ร้อยละ 25.58 ตอบว่ามีการตักเตือน และมีการจับกุมเพียงร้อยละ 4.65 นอกจากนั้นที่น่าสังเกตคือในจังหวัดสิงห์บุรี ไม่มีการจับกุมแต่อย่างใด (ตารางที่ 6.5)

### 5.2 การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล ในร้านอาหาร/ผับ/เชค/บาร์/คาราโอเกะ มีเพียงร้อยละ 13.74 กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบเห็นนานๆ ครั้งๆ ี่ไป รองลงมาคือ พบเห็นทุกครั้งที่ไป พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ไป และพบเห็นบ่อยๆ ี่ไป

ส่วนเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล ในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่/ร้านสะดวกซื้อ เท่ากับร้อยละ 42.18 กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบเห็นนานๆ ครั้งๆ ี่ไป รองลงมาคือ พบเห็นทุกครั้งที่ไป พบเห็นบ่อยๆ ี่ไป และพบเห็นเกือบทุกครั้งที่ไป (ตารางที่ 6.5)

ตารางที่ 6.5 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการพบเห็น

การพบเห็น	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>1. การซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00 – 11.00 น. หรือ 14.00 – 17.00 น.</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	57.58	47.56	77.78	<b>59.72</b>
● เคยพบเห็น	42.42	52.44	22.22	<b>40.28</b>
● ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	34.85	45.12	19.05	<b>26.97</b>
● ร้านอาหาร	25.76	26.83	12.70	<b>17.60</b>
● ผับ เซค บาร์ คาราโอเกะ	19.70	17.07	7.94	<b>11.99</b>
● ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท	16.67	15.85	7.94	<b>10.86</b>
● ร้านเครื่องดื่ม	15.15	18.29	12.70	<b>12.36</b>
● ร้านเร่ขาย	12.12	6.10	4.76	<b>5.99</b>
● ร้านเหล้าปั่น	9.10	7.32	6.35	<b>5.99</b>
● ร้านมินิมาร์ท	10.61	12.20	4.76	<b>7.49</b>
● อื่นๆ (ร้านยาทอง)	-	-	3.17	<b>0.75</b>
<b>การดำเนินการเมื่อพบเห็น</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการเพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้อยู่ในหน้าที่ ไม่พบตำรวจ นอกเวลาราชการ ไม่อยากมีเรื่อง เกรงใจ	15.15	46.52	6.34	<b>19.77</b>
● ตักเตือน	15.15	25.58	14.29	<b>17.44</b>
● จับกุมดำเนินคดี	7.58	4.65	-	<b>4.07</b>
● ไม่ระบุ	62.12	23.25	79.37	<b>58.72</b>

การพบเห็น	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>2. การพบเห็นโฆษณา งด จูดขาย โดยสื่อบุคคล ใน ร้านอาหาร / ผับ / เชน / บาร์ / คาราโอเกะ</b>				
● พบเห็นทุกครั้งที่ได้ไป	24.24	9.76	4.76	<b>12.80</b>
● พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ได้ไป	19.70	10.98	7.94	<b>12.80</b>
● พบเห็นบ่อยๆ ที่ได้ไป	10.61	18.29	1.59	<b>10.90</b>
● พบเห็นนานๆ ครั้งที่ได้ไป	18.18	13.41	7.94	<b>13.27</b>
● ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	7.58	8.54	26.98	<b>13.74</b>
● ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านั้นในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	19.70	39.03	50.79	<b>36.49</b>
<b>3. การพบเห็นโฆษณา งด จูดขาย โดยสื่อบุคคล ใน ห้างสรรพสินค้า / ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ / ร้าน สะดวกซื้อ</b>				
● พบเห็นทุกครั้งที่ได้ไป	19.70	2.44	3.17	<b>8.06</b>
● พบเห็นเกือบทุกครั้งที่ได้ไป	3.03	-	1.59	<b>1.42</b>
● พบเห็นบ่อยๆ ที่ได้ไป	10.61	8.54	1.59	<b>7.11</b>
● พบเห็นนานๆ ครั้งที่ได้ไป	19.70	12.20	3.17	<b>11.85</b>
● ไม่เคยพบเห็นเลยเวลาไป	28.79	47.56	49.21	<b>42.18</b>
● ไม่ได้ไปสถานที่เหล่านั้นในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	18.18	29.26	41.27	<b>29.38</b>

### 5.3 การพบเห็นพฤติกรรมการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายกว่าร้อยละ 84 ขึ้นไป ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ ได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ราชการต่างๆ หอพัก สวนสาธารณะของทางราชการ

กรณีที่พบเห็นในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าพบเห็นในหอพักมากที่สุด เฉลี่ย 3 ครั้ง ในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ เฉลี่ย 2.33 ครั้ง ในวัด/ศาสนสถานต่างๆ และในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี เฉลี่ย 2 ครั้งเท่ากัน ทั้งนี้บางส่วนเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายไม่ได้ดำเนินการอะไร ขณะที่บางส่วนมีการตักเตือน แต่มีการจับกุมน้อยมากจนถึงไม่มีการจับกุมเลยแต่อย่างใด (ตารางที่ 6.6)

สำหรับการพบเห็นบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ไม่เคยพบเห็นพฤติกรรมดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 63.51 ที่เคยพบเห็นคิดเป็นร้อยละ 27.01 ซึ่งพบเห็นมากที่สุดที่ร้านขายของชำ/โช้วห่วย และที่ร้านอาหาร รองลงมาได้แก่ ที่ร้านเหล้าปับ ร้านเครื่องดื่มและร้านมินิมาร์ท และร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 แฟมิลีมาร์ท เป็นต้น ทั้งนี้ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายใช้วิธีการตักเตือน คิดเป็นร้อยละ 62.07 ไม่ได้ดำเนินการอะไร ร้อยละ 31.03 และมีการจับกุม ร้อยละ 3.45 (ตารางที่ 6.6)

ตารางที่ 6.6 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการพบเห็นการซื้อขายเครื่องดัดมัลติเพลกอสอลล์ในสถานที่ต่างๆ

สถานที่	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>วัด / ศาสนสถานต่างๆ</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	98.48	96.34	84.13	<b>93.36</b>
● เคยพบเห็น	1.52	3.66	15.87	<b>6.64</b>
● 1 ครั้ง	-	100.00	70.00	<b>71.43</b>
● 2 ครั้ง	-	-	10.00	<b>7.14</b>
● 3 ครั้ง	100.00	-	-	<b>7.14</b>
● 4 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
● 5 ครั้ง	-	-	10.00	<b>7.14</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	-	-	10.00	<b>7.14</b>
ต่ำสุด	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ	100.00	66.67	20.00	<b>35.71</b>
● ตักเตือน	-	33.33	80.00	<b>64.29</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
<b>โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	95.45	97.56	98.41	<b>97.16</b>
● เคยพบเห็น	4.55	2.44	1.59	<b>2.84</b>
● 1 ครั้ง	33.33	50.00	-	<b>33.33</b>
● 2 ครั้ง	33.33	50.00	-	<b>33.33</b>
● 3 ครั้ง	-	-	100.00	<b>16.67</b>
● 4 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
● 5 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	33.33	-	-	<b>16.67</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>9</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2.33</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ	66.67	100.00	-	<b>66.67</b>
● ตักเตือน	33.33	-	100.00	<b>33.33</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>



สถานที่	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>สถานีบริการเชื้อเพลิง ปิมน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	87.88	89.02	80.95	<b>86.26</b>
● เคยพบเห็น	12.12	10.98	19.05	<b>13.74</b>
● 1 ครั้ง	12.50	66.67	83.33	<b>58.62</b>
● 2 ครั้ง	25.00	11.11	16.67	<b>17.24</b>
● 3 ครั้ง	50.00	-	-	<b>13.79</b>
● 4 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
● 5 ครั้ง	-	22.22	-	<b>6.90</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	12.50	-	-	<b>3.45</b>
<b>ต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>สูงสุด</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>10</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่	25.00	55.56	8.33	<b>27.59</b>
● ตักเตือน	37.50	22.22	91.67	<b>55.17</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	37.50	22.22	-	<b>17.24</b>
<b>สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	98.48	97.56	98.41	<b>98.10</b>
● เคยพบเห็น	1.52	2.44	1.59	<b>1.90</b>
● 1 ครั้ง	-	100.00	-	<b>50.00</b>
● 2 ครั้ง	100.00	-	100.00	<b>50.00</b>
● 3 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
<b>ต่ำสุด</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>สูงสุด</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ	-	50.00	-	<b>25.00</b>
● ตักเตือน	100.00	50.00	100.00	<b>75.00</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>

สถานที่	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>สถานที่ทางราชการต่างๆ</b>				
• ไม่เคยพบเห็น	95.45	100.00	98.41	<b>98.10</b>
• เคยพบเห็น	4.55	-	1.59	<b>1.90</b>
• 1 ครั้ง	33.33	-	-	<b>25.00</b>
• 2 ครั้ง	33.33	-	-	<b>25.00</b>
• 3 ครั้ง	33.33	-	100.00	<b>50.00</b>
<b>ต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>สูงสุด</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
• ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	66.67	-	-	<b>50.00</b>
• ตักเตือน	33.33	-	100.00	<b>50.00</b>
• จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
<b>หอพัก</b>				
• ไม่เคยพบเห็น	69.70	89.02	95.24	<b>84.83</b>
• เคยพบเห็น	30.30	10.98	4.76	<b>15.17</b>
• 1 ครั้ง	30.00	55.56	66.67	<b>40.63</b>
• 2 ครั้ง	20.00	-	-	<b>12.50</b>
• 3 ครั้ง	5.00	22.22	-	<b>9.38</b>
• 4 ครั้ง	10.00	-	-	<b>6.25</b>
• 5 ครั้ง	10.00	22.22	-	<b>12.50</b>
• มากกว่า 5 ครั้ง	25.00	-	33.33	<b>18.75</b>
<b>ต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>สูงสุด</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>10</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
• ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ ไม่รู้ว่าผิด	25.00	22.22	33.33	<b>25.00</b>
• ตักเตือน	40.00	-	66.67	<b>13.25</b>
• จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
• ไม่ระบุ	35.00	77.78	-	<b>43.75</b>

สถานที่	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>สวนสาธารณะของทางราชการ</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	98.41	96.34	92.06	<b>94.31</b>
● เคยพบเห็น	6.35	3.66	7.94	<b>5.69</b>
● 1 ครั้ง	25.00	66.67	40.00	<b>41.67</b>
● 2 ครั้ง	25.00	33.33	20.00	<b>25.00</b>
● 3 ครั้ง	25.00	-	20.00	<b>16.67</b>
● 4 ครั้ง	25.00	-	20.00	<b>16.67</b>
ค่าต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
ค่าสูงสุด	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่	75.00	33.33	40.00	<b>50.00</b>
● ตักเตือน	-	66.67	60.00	<b>41.67</b>
● จับกุม	25.00	-	-	<b>8.33</b>

สถานที่	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>การพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	56.06	57.32	79.37	<b>63.51</b>
● เคยพบเห็น	25.76	34.15	19.05	<b>27.01</b>
● ร้านขายของชำ / โชว์ห่วย	22.73	3.66	19.05	<b>20.13</b>
● ร้านอาหาร	10.61	9.76	7.93	<b>20.13</b>
● ผับ เชน บาร์ คาราโอเกะ	3.03	8.54	3.17	<b>7.38</b>
● ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7 – 11 แฟมิลี่มาร์ท	4.55	12.20	4.76	<b>10.74</b>
● ร้านเครื่องดื่ม	6.06	10.98	6.35	<b>11.41</b>
● ร้านเร่ขาย	4.55	4.88	4.76	<b>6.71</b>
● ร้านเหล้าป่น	6.06	12.20	6.35	<b>12.08</b>
● ร้านมินิมาร์ท	12.12	8.54	3.17	<b>11.41</b>
● อื่นๆ	-	-	-	-
<b>การดำเนินการเมื่อพบเห็น</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ ไม่อยากรุง รู้จักกัน	23.52	28.57	50.00	<b>31.03</b>
● ตักเตือน	70.58	71.43	33.33	<b>62.07</b>
● จับกุมดำเนินคดี	5.90	-	-	<b>3.45</b>
● ไม่ระบุ	-	-	16.67	<b>3.45</b>
● ไม่แน่ใจ	24.24	8.53	1.59	<b>9.48</b>

#### 5.4 การพบเห็นรูปแบบส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 86 ขึ้นไป ไม่เคยพบเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การลดราคา การแลก-แจก-แถม การลองชิม ลองดืม การให้เครดิตให้เชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงิน การจับฉลากชิงรางวัล การขายตรงการขายผ่านการเป็นสมาชิก การขายพ่วง การเร่ขาย การให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ อย่างไรก็ตามที่พบเห็นในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาเฉลี่ยไม่ถึง 2 ครั้ง ทั้งนี้โดยส่วนมากเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายก็ไม่ได้ดำเนินการอะไร กรณีการจับกumnับว่าน้อยมากจนถึงไม่มีการจับกุมแต่อย่างใด (ตารางที่ 6.7)

ตารางที่ 6.7 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการพบเห็นรูปแบบการส่งเสริมการขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์

การพบเห็นรูปแบบ การส่งเสริมการขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์	หนทบุรื (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงหนบุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>ลดราคา</b>				
• ไม่เคยพบเห็น	86.36	84.15	90.48	<b>86.73</b>
• เคยพบเห็น	13.64	15.85	9.52	<b>13.27</b>
• 1 ครั้ง	66.67	92.31	83.33	<b>82.14</b>
• 2 ครั้ง	11.11	7.69	-	<b>7.14</b>
• 3 ครั้ง	11.11	-	-	<b>3.57</b>
• 4 ครั้ง	11.11	-	16.67	<b>7.14</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
• ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	55.56	61.54	66.67	<b>60.71</b>
• ตักเตือน	-	-	-	<b>-</b>
• จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
• ไม่ระบุ	44.44	38.46	33.33	<b>39.29</b>
<b>แลก - แจก - แดม</b>				
• ไม่เคยพบเห็น	83.33	85.37	93.65	<b>87.20</b>
• เคยพบเห็น	16.67	14.63	6.35	<b>12.80</b>
• 1 ครั้ง	63.64	91.67	75.00	<b>77.78</b>
• 2 ครั้ง	27.27	8.33	-	<b>14.81</b>
• 3 ครั้ง	9.09	-	25.00	<b>7.41</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
• ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	44.44	50.00	75.00	<b>48.15</b>
• ตักเตือน	33.33	-	-	<b>11.11</b>
• จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
• ไม่ระบุ	44.44	50.00	25.00	<b>40.74</b>

การพบเห็นรูปแบบ การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>ลองชิม ลองดื่ม</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	80.30	90.24	95.24	<b>88.63</b>
● เคยพบเห็น	19.70	9.76	4.76	<b>11.37</b>
● 1 ครั้ง	61.54	87.50	66.67	<b>70.83</b>
● 2 ครั้ง	30.77	12.50	-	<b>20.83</b>
● 3 ครั้ง	7.69	-	33.33	<b>8.33</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ	30.77	50.00	66.67	<b>41.67</b>
● ตักเตือน	30.77	12.50	-	<b>20.83</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	38.46	37.50	33.33	<b>37.50</b>
<b>ให้เครดิต ให้เชื่อไว้ก่อน ยังไม่ต้องจ่ายเงิน</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	90.91	92.68	95.24	<b>92.89</b>
● เคยพบเห็น	9.09	7.32	4.76	<b>7.11</b>
● 1 ครั้ง	100.00	100.00	100.00	<b>100.00</b>
● 2 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ	16.67	33.33	66.67	<b>33.33</b>
● ตักเตือน	-	33.33	-	<b>13.33</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	83.33	33.33	33.33	<b>53.33</b>

การพบเห็นรูปแบบ การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>จับฉลาก / ชิงรางวัล</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	87.88	86.59	92.06	<b>86.73</b>
● เคยพบเห็น	13.64	13.41	7.94	<b>13.27</b>
● 1 ครั้ง	44.44	100.00	100.00	<b>80.00</b>
● 2 ครั้ง	55.56	-	-	<b>20.00</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1.33</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	44.44	36.36	40.00	<b>40.00</b>
● ตักเตือน	22.22	36.36	20.00	<b>28.00</b>
● จับกุม	11.11	-	-	<b>4.00</b>
● ไม่ระบุ	22.22	27.27	40.00	<b>28.00</b>
<b>ขายตรง</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	90.91	86.59	92.06	<b>89.57</b>
● เคยพบเห็น	9.09	13.41	7.94	<b>10.43</b>
● 1 ครั้ง	66.67	72.73	60.00	<b>68.18</b>
● 2 ครั้ง	16.67	27.27	-	<b>18.18</b>
● 3 ครั้ง	16.67	-	40.00	<b>13.64</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ	16.67	18.18	40.00	<b>22.73</b>
● ตักเตือน	16.67	27.27	20.00	<b>22.73</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	66.67	54.55	40.00	<b>54.55</b>

การพบเห็นรูปแบบ การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>ขายผ่านการเป็นสมาชิก</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	100.00	100.00	100.00	<b>100.00</b>
● เคยพบเห็น	-	-	-	-
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	-	-	-	-
● ตักเตือน	-	-	-	-
● จับกุม	-	-	-	-
<b>ขายพ่วง</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	96.96	92.68	96.83	<b>95.26</b>
● เคยพบเห็น	3.04	7.32	3.17	<b>4.74</b>
● 1 ครั้ง	100.00	100.00	100.00	<b>100.00</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	50.00	33.33	50.00	<b>44.44</b>
● ตักเตือน	-	33.33	-	<b>22.22</b>
● จับกุม	-	-	-	-
● ไม่ระบุ	50.00	33.33	50.00	<b>33.33</b>



การพบเห็นรูปแบบ การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	หนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 182)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>เร่ขาย</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	98.41	92.68	93.65	<b>93.36</b>
● เคยพบเห็น	6.35	7.32	6.35	<b>6.64</b>
● 1 ครั้ง	100.00	100.00	75.00	<b>92.86</b>
● 2 ครั้ง	-	-	25.00	<b>7.14</b>
ค่าต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
ค่าสูงสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	75.00	16.67	50.00	<b>42.86</b>
● ตักเตือน	-	16.67	25.00	<b>14.29</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	25.00	66.66	25.00	<b>42.86</b>
<b>ให้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตอบแทนผู้ซื้อ</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	89.39	95.12	96.83	<b>93.84</b>
● เคยพบเห็น	10.61	4.88	3.17	<b>6.16</b>
● 1 ครั้ง	100.00	100.00	100.00	<b>100.00</b>
ค่าต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
ค่าสูงสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	28.57	25.00	50.00	<b>30.77</b>
● ตักเตือน	42.86	25.00	-	<b>30.77</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	28.57	50.00	50.00	<b>38.46</b>

### 5.5 การพบเห็นการดื่มนเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ มากกว่าร้อยละ 84 ขึ้นไป ไม่เคยพบเห็นการดื่มนเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่มต่างๆ อย่างไรก็ตาม ที่พบเห็นในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา เฉลี่ยไม่ถึง 2 ครั้ง ส่วนการดำเนินการพบเห็น พบว่าบางส่วนเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายไม่ได้ดำเนินการอะไร ขณะที่บางส่วนมีการตักเตือน มีที่น่าสังเกตคือในกรณีของจังหวัดนนทบุรี พบว่ามีการจับกุมถึง ร้อยละ 33.33 (ตารางที่ 6.8)

ตารางที่ 6.8 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามการพบเห็นการดื่มนเครื่องดื่มนแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ

สถานที่	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>วัด / ศาสนสถานต่างๆ</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	92.42	87.80	87.30	<b>89.10</b>
● เคยพบเห็น	7.58	12.20	12.70	<b>10.90</b>
● 1 ครั้ง	80.00	100.00	87.50	<b>91.30</b>
● 2 ครั้ง	20.00	-	-	<b>4.35</b>
● 3 ครั้ง	-	-	12.50	<b>4.35</b>
● 10 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.33</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	20.00	40.00	37.50	<b>34.78</b>
● ตักเตือน	80.00	30.00	62.50	<b>52.17</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	-	30.00	-	<b>13.04</b>

สถานที่	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>โรงเรียน / มหาวิทยาลัย / สถาบันการศึกษาต่างๆ</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	90.91	95.12	93.65	<b>93.36</b>
● เคยพบเห็น	9.09	4.88	6.35	<b>6.64</b>
● 1 ครั้ง	50.00	100.00	75.00	<b>71.43</b>
● 2 ครั้ง	16.67	-	-	<b>7.14</b>
● 3 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
● 4 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
● 5 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	33.33	-	25.00	<b>21.43</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>1.57</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.52</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ	-	50.00	50.00	<b>28.57</b>
● ตักเตือน	-	-	-	<b>-</b>
● จับกุม	33.33	-	-	<b>14.29</b>
● ไม่ระบุ	66.67	50.00	50.00	<b>57.14</b>
<b>สถานบริการเชื้อเพลิง ปิมน้ำมัน / ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	78.79	91.46	80.95	<b>84.36</b>
● เคยพบเห็น	21.21	8.54	19.05	<b>15.64</b>
● 1 ครั้ง	50.00	85.71	75.00	<b>66.67</b>
● 2 ครั้ง	28.57	14.29	8.33	<b>18.18</b>
● 3 ครั้ง	-	-	8.33	<b>3.03</b>
● 4 ครั้ง	7.14	-	-	<b>3.03</b>
● 5 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	14.29	-	8.33	<b>9.09</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ	35.71	57.14	25.00	<b>36.36</b>
● ตักเตือน	35.71	-	66.66	<b>39.39</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	28.57	42.86	8.34	<b>24.24</b>

สถานที่	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	95.45	100.00	96.83	<b>97.63</b>
● เคยพบเห็น	4.55	-	3.17	<b>2.37</b>
● 1 ครั้ง	66.67	-	50.00	<b>60.00</b>
● 2 ครั้ง	33.33	-	50.00	<b>40.00</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ	33.33	-	100.00	<b>60.00</b>
● ตักเตือน	66.67	-	-	<b>40.00</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
<b>สถานที่ทางราชการต่างๆ</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	90.91	93.90	93.65	<b>92.89</b>
● เคยพบเห็น	9.09	6.10	6.35	<b>7.11</b>
● 1 ครั้ง	66.66	60.00	75.00	<b>66.67</b>
● 2 ครั้ง	16.67	40.00	-	<b>20.00</b>
● 3 ครั้ง	16.67	-	25.00	<b>13.33</b>
<b>ค่าต่ำสุด</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ค่าสูงสุด</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1.67</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	33.33	20.00	50.00	<b>33.33</b>
● ตักเตือน	50.00	20.00	25.00	<b>33.33</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	16.67	60.00	25.00	<b>33.33</b>

สถานที่	นนทบุรี	นครปฐม	สิงห์บุรี	รวม
	(n = 66)	(n = 82)	(n = 63)	(n = 211)
<b>หอพัก</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	78.79	91.46	95.23	<b>88.63</b>
● เคยพบเห็น	21.21	8.54	4.77	<b>11.37</b>
● 1 ครั้ง	50.00	85.71	33.33	<b>58.33</b>
● 2 ครั้ง	28.57	14.29	66.67	<b>29.17</b>
● 3 ครั้ง	7.14	-	-	<b>4.17</b>
● 4 ครั้ง	7.14	-	-	<b>4.17</b>
● 5 ครั้ง	7.14	-	-	<b>4.17</b>
● มากกว่า 5 ครั้ง	-	-	-	<b>-</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>5</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1.33</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ ไม่รู้ว่าผิด	57.14	42.86	100.00	<b>58.33</b>
● ตักเตือน	-	-	-	<b>-</b>
● จับกุม	-	-	-	<b>-</b>
● ไม่ระบุ	42.86	57.14	-	<b>41.67</b>
<b>สวนสาธารณะของทางราชการ</b>				
● ไม่เคยพบเห็น	87.88	95.12	96.83	<b>93.36</b>
● เคยพบเห็น	12.12	4.88	3.17	<b>6.64</b>
● 1 ครั้ง	75.00	100.00	50.00	<b>78.57</b>
● 2 ครั้ง	25.00	-	-	<b>14.29</b>
● 3 ครั้ง	-	-	50.00	<b>7.14</b>
ต่ำสุด	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
สูงสุด	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
ค่าเฉลี่ย	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>การดำเนินการ</b>				
● ไม่ได้ดำเนินการ เพราะไม่มีอำนาจ	50.00	75.00	100.00	<b>64.29</b>
<b>ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่</b>				
● ตักเตือน	37.50	25.00	-	<b>28.57</b>
● จับกุม	12.50	-	-	<b>7.14</b>

## 6. ความคิดเห็นของเจ้าพนักงานตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 72.51 เห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโทษต่อสังคมมากกว่า มีเพียงร้อยละ 4.74 ที่เห็นว่ามิมีประโยชน์มากกว่า และร้อยละ 22.75 เห็นว่ามีประโยชน์พอๆ กัน

นอกจากนี้ยังพบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 81.04 เห็นว่าจำเป็นที่ควรจะมีกฎระเบียบ หรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในขณะที่ร้อยละ 9.95 เห็นว่าไม่จำเป็น

สำหรับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงที่ผ่านมา เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายส่วนใหญ่ ร้อยละ 76.30 เห็นว่ามีความเหมาะสมดีแล้ว และร้อยละ 23.70 เห็นว่ายังไม่เหมาะสม เพราะกฎหมายไม่ชัดเจน บทลงโทษไม่หนักพอ การบังคับใช้กฎหมาย/ การปฏิบัติของเจ้าหน้าที่จะต้องมีความเข้มงวด เกร็งครัด เด็ดขาดมากกว่านี้ เป็นต้น (ตารางที่ 6.9)

ตารางที่ 6.9 ร้อยละของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ความคิดเห็น	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
<b>1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์หรือโทษต่อสังคมไทยโดยส่วนรวมมากกว่ากัน</b>				
● มีประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า	4.55	6.10	3.17	<b>4.74</b>
● มีโทษต่อสังคมมากกว่า	80.30	67.07	71.43	<b>72.51</b>
● พอๆ กัน	15.15	26.83	25.40	<b>22.75</b>
<b>2. จำเป็นหรือไม่ที่ควรจะมีกฎระเบียบหรือมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดเพียงพอเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</b>				
● จำเป็น	89.39	73.17	82.53	<b>81.04</b>
● ไม่จำเป็น	4.55	10.98	14.29	<b>9.95</b>
● ไม่มีความเห็น	6.06	15.85	3.18	<b>9.00</b>
<b>3. กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงที่ผ่านมาเหมาะสม</b>				
● เหมาะสมดีแล้ว	86.36	62.20	84.13	<b>76.30</b>
● ยังไม่เหมาะสม เพราะ	13.64	37.80	15.87	<b>23.70</b>
● กฎหมายไม่ชัดเจน / บทลงโทษไม่หนักพอ				
● การบังคับใช้กฎหมาย / การปฏิบัติของเจ้าหน้าที่จะต้องมีความเข้มงวด / เกร่งกรี้ด / เต็ดขาดมากกว่านี้				
● ควรมีการกำหนดวิธีปฏิบัติให้เหมือนกันทั่วประเทศ				
● เป็นการจำกัดสิทธิ				
● ควรส่งเสริมให้เลิกดื่ม				
● สภาพการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมของไทย ยากที่จะควบคุม				

ความคิดเห็น	นนทบุรี (n = 66)	นครปฐม (n = 82)	สิงห์บุรี (n = 63)	รวม (n = 211)
-------------	---------------------	--------------------	-----------------------	------------------

เมื่อถามถึงปัญหาหรืออุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายระเบียบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในช่วงที่ผ่านมาเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบปัญหาหรืออุปสรรค ดังนี้

- ปัญหาหรืออุปสรรคจากตัวกฎหมายเอง (ยังไม่ชัดเจน / ไม่เด็ดขาด / ไม่เข้มงวด)
- ปัญหาหรืออุปสรรคจากตัวเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ (ไม่มีอำนาจ / ไม่เด็ดขาด / ไม่มีความเคร่งครัดในการดำเนินการ / เจ้าหน้าที่มีน้อยและขาดความรู้ความเข้าใจ)
- ปัญหาหรืออุปสรรคจากร้านค้าผู้จำหน่าย (ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย / มีการลักลอบจำหน่าย / ไม่เชื่อฟังคำสั่งเตือน / มีอิทธิพล)
- ปัญหาหรืออุปสรรคจากประชาชน (ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย / ไม่ให้ความร่วมมือ / ไม่เชื่อฟังและไม่ปฏิบัติตามระเบียบ)

สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีดังต่อไปนี้

- ต้องมีมาตรการและการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง
- ควรกำหนดบทลงโทษให้มีความรุนแรงมากขึ้นและมีโทษปรับสูงสุด
- เพิ่มภาษีขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้น
- กำหนดระเบียบและวิธีปฏิบัติให้มีความชัดเจน
- ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น / สร้างเครือข่ายในการรณรงค์
- มีการปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยชุดเฉพาะกิจ
- ควบคุมการผลิต / ปิดโรงงานสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ / ห้ามนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



## บทที่ 7

### สรุปและข้อเสนอแนะ

จากสถานการณ์การดื่มน้ำและการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในสังคมไทย ทั้งๆ ที่การดื่มน้ำดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น จะนำมาซึ่งปัญหาต่างๆ ทั้งปวง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านสุขภาพ สังคมและเศรษฐกิจ รัฐบาลไทยตระหนักในปัญหาดังกล่าวจึงได้ผลักดันให้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และในพระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้มีการกำหนดมาตรการสำคัญต่างๆ ไว้ทั้งการดื่มน้ำ การจำหน่าย การโฆษณา เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเป้าหมายที่การลดนักดื่มหน้าใหม่ การลดปริมาณการบริโภคโดยรวม และการลดผลกระทบ ซึ่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้มีผลการบังคับใช้มาในระยะเวลาหนึ่งแล้ว ดังนั้นเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบจากมาตรการสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงได้ศึกษาเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติดังกล่าวของประชาชนผู้บริโภค ผู้จำหน่าย และเจ้าหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวข้องและปฏิบัติตามกฎหมายเพียงใด เพื่อจะได้ทราบผลในการปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลของการศึกษานี้จะนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาราชาของประเทศไทยในอนาคตต่อไป

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเพื่อประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ภูมิภาค ๆ ละ 3 จังหวัด โดยเป็นจังหวัดนำร่องที่กรมควบคุมโรคและเครือข่ายจดเหล่าดำเนินโครงการพัฒนาความเข้มแข็งของการบังคับใช้กฎหมายไว้ภูมิภาคละ 2 จังหวัด และเป็นจังหวัดที่ไม่มีโครงการดังกล่าว 1 จังหวัด เพื่อเป็นจังหวัดควบคุม สำหรับการวิจัยนี้เป็นผลการศึกษาเฉพาะในพื้นที่ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี นครปฐม และสิงห์บุรี โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 7,011 คน ได้แก่

1. ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 11 ปีขึ้นไปในแต่ละครัวเรือนที่อยู่ ณ วันที่มีการสำรวจ ซึ่งเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการศึกษาครั้งนี้ถือว่าเป็นผู้บริโภคซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-stage Sampling) จากอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน และครัวเรือน ได้จำนวนตัวอย่างผู้บริโภค 6,438 คน

2. ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่ในชุมชนเดียวกันกับประชาชนผู้บริโภคในรัศมีระยะ 500 เมตร ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง จากกลุ่มเป้าหมายที่พบในวันเวลาที่เก็บข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค ได้จำนวนตัวอย่างผู้จำหน่าย 362 คน

3. เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อ การควบคุม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุรา ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่งานสรรพาสาไมต์ และตำรวจ ที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงจาก กลุ่มเป้าหมาย ได้จำนวนตัวอย่างเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย 211 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ศูนย์วิจัยปัญหาสุราพัฒนาขึ้น การเก็บ รวบรวมข้อมูลใช้พนักงานสัมภาษณ์ที่ผ่านการฝึกอบรมให้เข้าใจแบบสอบถามมาแล้ว นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้เดินทางไปติดตามและนิเทศงานตลอดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระยะเวลาในการ เก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมีนาคม-กลางเดือนมิถุนายน 2552

การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการ วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิง พรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และใช้การ วิเคราะห์ตารางไขว้ นำเสนอข้อมูลโดยใช้การบรรยายประกอบตาราง

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. สถานการณ์การปฏิบัติและประเมินผลการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากแต่ละกลุ่มเป้าหมาย พบว่า

### • ผู้บริโภค

1. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อกล่าวถึง “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ผู้บริโภคมักนึกถึงสุรา ร้อยละ 29.42 เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 29.02 และเบียร์ ร้อยละ 25.29 ผู้บริโภคที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งสุดท้ายในระยะ 30 วันก่อนการสำรวจคิด เป็นร้อยละ 61.26 และในการดื่มในระยะ 30 วันดังกล่าวนั้นเป็นการดื่ม 1-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 32.01 สำหรับเหตุผลของผู้บริโภคที่เคยดื่มแต่ไม่ยอมซื้อหรือไม่อยากดื่ม เนื่องจากไม่สบาย (เป็น ไข้/ปวดหัว/ตัวร้อน) ร้อยละ 14.16 รองลงมาร้อยละ 13.00 คนในครอบครัวห้ามดื่ม

2. การเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคร้อยละ 38.17 เคยซื้อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองในระยะ 3 เดือนที่ผ่านมา ทั้งนี้ในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เคยซื้อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตนเองและซื้อได้ระหว่าง 1-4 ครั้งต่อเดือน และผู้บริโภคร้อยละ 46.10 มีความสะดวกสามารถเดินไปซื้อได้ สำหรับสถานที่ห้ามจำหน่ายแต่ผู้บริโภคเคยซื้อได้ในสถานที่ ห้ามจำหน่าย ได้แก่ หอพัก สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และสวนสาธารณะของทางราชการ

ส่วนคนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. (ซึ่งเป็น เวลาห้ามจำหน่าย) ผู้บริโภคร้อยละ 72.09 ยังซื้อได้ในเวลาดังกล่าว โดยซื้อได้จากร้านขายของชำ/ โช้วห่วย ราคาที่ซื้อได้ถูกสุดส่วนใหญ่ร้อยละ 42 เป็นราคาที่ไม่เกิน 50 บาท โดยซื้อเป็นขวดกลม

มากที่สุด นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 38.68 ที่เคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ผู้บริโภคร้อยละ 33.49 สามารถขับรถ/ขี่รถ หรือเดินไปร้านค้าเพื่อนั่งดื่มได้สะดวก และใช้เวลาไม่ถึง 30 นาที

3. สถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 89.78 ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามดื่ม ซึ่งได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน สถานที่ทางราชการต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่างๆ และสวนสาธารณะของทางราชการ อย่างไรก็ตามพบว่ามีผู้บริโภคประมาณร้อยละ 1 ที่มีการดื่มอยู่ในสถานที่ห้ามดื่มดังกล่าว

#### ● ผู้จำหน่าย

พฤติกรรมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ/โชห่วย ร้อยละ 74.31 ส่วนใหญ่ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่ 4 และประเภทที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 60.26 และ 33.97 ตามลำดับ ร้านค้าเหล่านี้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำพวกเบียร์มากที่สุด รองลงมาคือ เหล้าขาว สุราไทย และสเปย์/ไวน์คูลเลอร์ ตามลำดับ ร้านค้าผู้จำหน่ายที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 14.00-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 42.86 เนื่องจากไม่รู้ว่าผิดระเบียบ และผลที่ตามมาจากการจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณร้อยละ 30 ให้เหตุผลของการขายให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีว่ารู้ว่าผิดแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับรวมทั้งผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น

ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ไม่ได้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามจำหน่าย แต่ที่พบว่าสถานที่ที่มีการละเมิดสูงสุดก็คือ หอพัก เพราะไม่รู้ว่าผิดระเบียบ และผลที่ตามมาไม่มีอะไรเกิดขึ้น ผู้จำหน่ายร้อยละ 53.87 จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราคาถูกที่สุดน้อยกว่า 25 บาท โดยส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ ประเภท กระป๋อง และเป็ก ตามลำดับ ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ใช้รูปแบบของการส่งเสริมการขายด้วยการให้เครดิตเชื่อไว้ก่อนยังไม่ต้องจ่ายเงินมากที่สุด

#### ● เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย

1. การพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และ 14.00-17.00 น. พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายในจังหวัดนนทบุรีและสิงห์บุรี ร้อยละ 57.58 และ 77.78 ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. ในขณะที่ในจังหวัดนครปฐมร้อยละ 52.44 เคยพบเห็น โดยพบเห็นมากที่สุดในร้านขายของชำ/โชห่วย รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ผับ/เชค/บาร์/คาราโอเกะ และร้านมินิมาร์ท ตามลำดับ

ในการดำเนินการของเจ้าพนักงานเมื่อพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. และเวลา 14.00-17.00 น. พบว่าร้อยละ 20 ไม่ได้ดำเนินการเพราะไม่มีอำนาจ ไม่ได้อยู่ในหน้าที่ ไม่พบตำรวจ นอกเวลาราชการ ไม่อยากมีเรื่อง เกรงใจ

2. การพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายที่ไม่เคยพบเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อบุคคล ในร้านอาหาร/ผับ/เชค/บาร์/คาราโอเกะ มีเพียงร้อยละ 13.74 กรณีที่พบเห็นส่วนมากเป็นการพบเห็น นานๆ ครั้งๆ ไป

3. การพบเห็นพฤติกรรมการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต่างๆ พบว่าเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายกว่าร้อยละ 84 ขึ้นไป ไม่เคยพบเห็นการซื้อ-ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน สถานที่ต่างๆ ได้แก่ วัด/ศาสนสถานต่างๆ โรงเรียน/มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษาต่างๆ สถานี บริการน้ำมันเชื้อเพลิง/ร้านค้าบริเวณใกล้สถานี สถานบริการสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลของรัฐ และเอกชน สถานที่ราชการต่างๆ หอพัก สวนสาธารณะของทางราชการ

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายเคยพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ได้ ร้อยละ 27.01 ซึ่งพบเห็นมากที่สุดที่ร้านขายของชำ/โชห่วย และที่ร้านอาหาร ทั้งนี้ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายใช้วิธีการตักเตือน ร้อยละ 62.07 นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการ ส่งเสริมการขายโดยการลดราคา จับสลาก/ชิงรางวัล และการแลก-แจก-แถม ซึ่งก็ได้ดำเนินการ ตักเตือนเป็นส่วนใหญ่

## 2. การรับรู้ของประชาชนและเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

### ● ผู้บริโภค

1. การรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 60 เคยพบเห็น หรือได้ยิน โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพบเห็นหรือได้ยินผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ ป้ายกลางแจ้ง (ป้ายตามร้านค้า ถนนหนทาง) และสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ)

2. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภค ส่วนใหญ่รับรู้ว่ามีมาตรการเกี่ยวกับการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางเวลา มีมาตรการ ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท มีการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในลักษณะดื่มแล้วดีมีประโยชน์ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยสิ้นเชิงทุกสื่อ 24 ชั่วโมง และ ปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี แต่มีผู้บริโภคประมาณ 1 ใน 3 ที่ไม่รู้เกี่ยวกับมาตรการเรื่องเวลาจำหน่าย เช่นเดียวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในบางสถานที่ และมีผู้บริโภคประมาณ 1 ใน 4 ที่ไม่รู้ว่ามีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ในบางสถานที่ เช่น ในโรงภาพยนตร์ ในสวนสาธารณะของเอกชน ในหอพัก และในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น

3. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคในภาพรวม พบว่าผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท และมีมาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 62-76) ขณะที่สัดส่วนของผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมาก มีเพียงร้อยละ 50 ส่วนผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลบางประเภทในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมากเพียงร้อยละ 22-33 เท่านั้น

#### ● ผู้จำหน่าย

1. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้จำหน่ายร้อยละ 92 รับรู้ว่ามีมาตรการเกี่ยวกับการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบางสถานที่ แต่ผู้จำหน่ายร้อยละ 40 ไม่รู้ว่าเวลา 14.00-17.00 น. และ เวลา 24.00-11.00 น. เป็นเวลาห้ามจำหน่าย เช่นเดียวกับการส่งเสริมการขายที่ผู้จำหน่ายประมาณ 1 ใน 3 ที่ไม่รู้ว่ามีการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการขายพ่วง มาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น และมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเครื่องขายอัตโนมัติ

2. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายในภาพรวม พบว่าผู้จำหน่ายประมาณร้อยละ 65 มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภท อยู่ในระดับมาก ขณะที่สัดส่วนของผู้จำหน่ายประมาณครึ่งหนึ่งที่มีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผู้จำหน่ายมีความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมากมีเพียง 1 ใน 3 เท่านั้น

#### ● เจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย

1. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายของจังหวัดนครปฐมและจังหวัดสิงห์บุรี ประมาณร้อยละ 20 ที่ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 14.00-17.00 น. และประมาณร้อยละ 17 ที่ไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา 24.00-11.00 น. นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายของทั้ง 3 จังหวัด ที่ตอบไม่รู้ว่ามีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของเอกชนร้อยละ 11 และในประเด็นที่มีมาตรการห้ามดื่มในสวนสาธารณะของ

เอกชน มีมาตรการห้ามดื่มในหอพัก และมาตรการห้ามดื่มในโรงพยาบาลนคร มีผู้ตอบว่าไม่รู้เป็นร้อยละ 18-27 ส่วนในมาตรการควบคุมเนื้อหากาสิโนหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายรับรู้ว่ามีมาตรการดังกล่าวร้อยละ 80.95 สำหรับมาตรการเพื่อควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายร้อยละ 57 ระบุว่าปัจจุบันมีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

2. ความรู้เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 88-91) สำหรับความรู้เกี่ยวกับมาตรการการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมาก มีเพียงร้อยละ 70 เท่านั้น นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีความรู้เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเวลาในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการควบคุมการจำหน่ายแก่บุคคลในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมากประมาณครึ่งหนึ่งเท่านั้น

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้างต้นนำมาสู่ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในการควบคุมป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุราของประเทศไทย

#### ● กรณีผู้บริโภค

การกำหนดนโยบายสำหรับผู้บริโภคควรต้องคำนึงถึงสถานะและบทบาทของผู้บริโภคในปัญหาที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ผู้บริโภคดำรงสถานะและบทบาทอยู่ในด้านอุปสงค์หรือความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นนโยบายมาตรการที่จะใช้กับผู้บริโภคจะต้องมุ่งไปในเรื่องของการลดอุปสงค์เป็นสำคัญ ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การสร้างชุมชนปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรณรงค์และมุ่งส่งเสริมแนวคิด Alcohol-Free Zone ให้เกิดขึ้นในแต่ละชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนจัดตั้งกลไกในการป้องกันสมาชิกของชุมชนในการหาซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีกลไกการเฝ้าระวังสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง ตลอดจนงดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกกิจกรรมที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการในข้อที่ 1 โดยกำหนดให้ชุมชนมีส่วนในการให้ความเห็นเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตแก่ร้านค้าจำหน่ายหรือให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณใกล้เคียง ทั้งนี้ในลักษณะของประชาพิจารณ์ เพื่อให้ชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจในการจัดตั้งสถานบริการหรือร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผู้เกี่ยวข้องจะต้องนำความเห็นของชุมชนประกอบการพิจารณา

3. การสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการต่อสู้กับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยต้องมีการพัฒนาผู้นำชุมชน (หรือคณะกรรมการชุมชน) ให้มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับปัญหาและโทษที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนประโยชน์ที่จะได้จากการลดปัญหาดังกล่าวในชุมชน โดยชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสมาชิกในชุมชน ในครอบครัว และในชุมชนส่วนรวม

4. การสร้างเครือข่ายผู้นำและชุมชนในการแก้ปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เน้นการทำงานและเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในภาพรวมในการต่อสู้กับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทั้งนี้ นโยบายมาตรการดังกล่าว รัฐต้องให้การสนับสนุนในทุกมิติของความจำเป็นของชุมชน และจะต้องดำเนินการอย่างจริงจังต่อเนื่องในระยะยาว

#### ● กรณีผู้จำหน่าย

ผู้จำหน่ายมีสถานภาพและบทบาทอยู่ในฝ่ายของอุปทาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับจัดการจำหน่าย และให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีกฎระเบียบต่างๆ ที่ออกมาเพื่อการควบคุมอุปทานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น ดังนั้น นโยบายมาตรการที่จะใช้กับผู้จำหน่ายจะต้องมุ่งไปในเรื่องของการลดอุปทานเป็นสำคัญ รวมทั้งมาตรการที่เกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมาย ดังนั้น นโยบายและมาตรการในที่นี้จึงได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการจำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎระเบียบที่เกี่ยวกับสถานที่ห้ามจำหน่าย/ให้บริการ ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย/ให้บริการ บุคคลที่ห้ามจำหน่าย/ให้บริการ การส่งเสริมการขายที่ไม่ได้รับอนุญาต ทั้งนี้เพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้จำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. การควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐต้องมีมาตรการในการควบคุมการออกใบอนุญาตจำหน่าย/ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เข้มงวดรัดกุม และมุ่งปกป้องคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคเป็นหลัก หลักการสำคัญคือ การปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการออกใบอนุญาตที่ลดความสะดวกของผู้ขอ เพิ่มความสำคัญของผู้ได้รับผลกระทบ (การทำประชาพิจารณ์จากชุมชน) การเพิ่มเงื่อนไขการออกใบอนุญาต การเพิ่มค่าธรรมเนียมใบอนุญาต เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อควบคุมจำนวนร้านค้าและสถานบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนมุ่งลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. การเพิ่มมาตรการบังคับใช้กฎหมาย โดยการตั้งหน่วยเฉพาะกิจของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการออกตรวจตราตามสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม ร้านค้าและสถานบริการต่างๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดกฎระเบียบต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานที่ที่พบว่ามีการละเมิดกฎหมายอยู่เป็นประจำ เช่น หอพัก สถานบริการน้ำมัน สวนสาธารณะ เป็นต้น

4. การเพิ่มบทลงโทษเมื่อมีการกระทำผิดกฎหมาย ทั้งนี้เพื่อให้เห็นความสำคัญของกฎหมายที่มีการบังคับใช้ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการละเมิดข้อกำหนดต่างๆ ในกฎหมาย

5. นโยบายมาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิง (Total Ban) การโฆษณาทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะโทรทัศน์และป้ายโฆษณาในบริเวณต่างๆ ยังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคพบเห็นได้ตลอดเวลาและมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รัฐควรพิจารณาที่จะห้ามไม่ให้มีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างสิ้นเชิง เพื่อลดปัญหาการบิดเบือนข้อกฎหมาย ควบคุมการโฆษณาในลักษณะต่างๆ

ปัจจัยสำคัญในด้านนโยบายมาตรการสำหรับผู้จำหน่ายก็คือ ประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นชัดเจนว่า การละเมิดข้อกำหนดของกฎหมายส่วนใหญ่เกิดจากการที่ผู้กระทำผิดไม่ได้รับการลงโทษแต่อย่างใด รวมทั้งกรณีของการโฆษณา หากรัฐไม่ใช้นโยบายห้ามโฆษณาอย่างสิ้นเชิง ปัญหาการบิดเบือน การตีความข้อกำหนด และการอาศัยช่องว่างของกฎหมายควบคุมการโฆษณายังคงมีต่อไป

#### ● กรณีเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย

เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายมีสถานภาพและบทบาทในฝ่ายรัฐ ที่จะต้องกำกับดูแล ควบคุมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นนโยบายมาตรการในส่วนของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายต้องมุ่งเน้นการพัฒนากลไกภาครัฐให้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นนโยบายและมาตรการในที่นี่จึงได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการจำหน่ายและให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้เนื่องจากพบว่ามีเจ้าหน้าที่บางส่วนที่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ทั้งในกรณีของสถานที่ห้ามจำหน่าย สถานที่ห้ามดื่ม ช่วงเวลาห้ามจำหน่าย บุคคลที่ห้ามจำหน่าย การโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น โดยจะต้องจัดอบรมให้ความรู้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

2. การกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย ปัญหาสำคัญที่พบจากงานวิจัยคือมีการพบเห็นการละเมิดข้อกำหนดของกฎหมาย แต่ไม่มีการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด เนื่องจากเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายไม่มีอำนาจในการจับกุม เป็นต้น ดังนั้นรัฐอาจจำเป็นต้องมีการทบทวนบทบาทและอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใหม่ เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างเต็มที่



3. นโยบายมาตรการในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยอาจกำหนดให้มีรางวัล หรือ โบนัสสำหรับการทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแบ่งรางวัลจากเงินค่าปรับกรณีจับกุมการ ละเมิดกฎหมายและมีการเปรียบเทียบปรับ เป็นต้น

ประเด็นสำคัญในนโยบายและมาตรการส่วนนี้ก็คือ การให้ความรู้ การให้อำนาจหน้าที่ และการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่จะมีส่วนช่วยให้เจ้าหน้าที่ตามกฎหมายสามารถ ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยในเรื่องของการบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อหา แนวทางในการบังคับใช้กฎหมายให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยอาจกำหนดให้มีการวิจัยในแต่ละ ประเด็นของข้อกำหนดในกฎหมาย

2. ส่งเสริมการวิจัยด้านพฤติกรรมการณ์เครื่องดืมแอลกอฮอล์ของกลุ่มเสี่ยงต่างๆ ในเชิง ลึก เช่น เยาวชน ผู้ใช้แรงงาน เพื่อสร้างแนวทางและมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกัน คุ้มครอง และลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มบุคคลดังกล่าว

3. ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยเพื่อประเมินผลพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการปรับปรุงนโยบายและมาตรการต่างๆ ให้มี ความเหมาะสมยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์.(2531). การร่างกฎหมาย. วารสารกฎหมาย.หน้า 25-26.
- เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล และวรรณมา บุญศรีเมือง. (2548). มาตรการทางกฎหมายเพื่อลดผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย 1 (2) กรกฎาคม – ธันวาคม. หน้า 12 – 46.
- ณัฐริกา วายุภาพ. (2536). การศึกษาการบังคับใช้กฎหมายควบคุมการทิ้งมูลฝอยจากชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประเสริฐ สุขสบาย.(2542). ทักษะของผู้บังคับใช้กฎหมายต่อปัญหาการบังคับใช้กฎหมายด้านสวัสดิการสังคม.สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน. (2535). กรุงเทพมหานคร : อักษรเจริญทัศน์.
- โกคิน พลกุล.(2531). ปัญหาและข้อคิดบางเรื่องจากรัฐธรรมนูญไทย. (หน้า 137-140). กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์พลชัย.
- ขงยุทธ ขจรธรรม และบังอร ฤทธิภักดี. (2547). นโยบายและมาตรการในการควบคุมการบริโภคแอลกอฮอล์. มุตนธิสาธาณสุขแห่งชาติ.
- ขงยุทธ ขจรธรรม, พิมพ์ ขจรธรรม และบัณฑิต ศรีไพศาล. (2547). ประสิทธิภาพของนโยบายและมาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. มุตนธิสาธาณสุขแห่งชาติ.
- วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์.(2535). กฎหมายกับการปรับปรุงพฤติกรรม. วารสารคลินิก. 8 มิถุนายน 2535.
- วิษณุ เครืองาม.(2530). ปัญหาและแนวโน้มของกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารราชการไทย ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารราชการไทย มสธ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย.
- สุรชาติ ณ หนองคาย. (2546). กฎหมาย กลยุทธ์ และการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร : สถาบัน จี. อี.ซี.
- สุรชาติ ณ หนองคาย.(2547). การวางแผนและการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์และหลักการประเมินผล. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : สถาบันจี.อี.ซี.
- หยุด แสงอุทัย. (2538). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บำรุงนุกุลกิจ.

- อมร จันทรสัมบูรณ์. (2533). การกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่นเป็นพื้นฐานของการปกครองระบอบ  
**ประชาธิปไตยเพียงใด.** ประมวลพระราชบัญญัติแห่งกฎหมายปกครอง. กรุงเทพมหานคร :  
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง. หน้า 248.
- “About The NLLEA”. (2007). The National Liquor Law Enforcement Association  
 website: <http://www.nllea.org/about.htm> February 10, 2007.
- 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. Thesis (Ph.D.) Mahidol University.
- European Transport Safety Council. (1999). Police Enforcement Strategies to Reduce  
 Traffic casualties in Europe. European Transport Safety Council website :  
<http://www.etsc.be /oldsite /strategies.pdf> February 10, 2007.
- Institute of Alcohol Studies. (2005). **Alcohol Policies.** (<http://www.ias.org.uk>)
- International Center of Alcohol policies ICAP. 2005. **An integrative Approach  
 to alcohol policies.** (URL : <http://icap.org>)
- NLLEA National Training Academy. (2007). The National Liquor Law Enforcement  
 Association. [http://www.nllea.org/NLLEA\\_Academy.htm](http://www.nllea.org/NLLEA_Academy.htm) February 10, 2007.
- “Tackling Alcohol-Fuelled Disorder in Town and City Centres”. (2007). Together:  
 Tackling Anti Social Behavior website:  
<http://www.together.gov.uk/cagetfile.asp?rid=845> February 11, 2007.
- Steers R.M.(1997). **Organization Effectiveness : A behavioral view.** Santa Monica,  
 Calif : Goodyear Publishing.
- World Health Organization WHO. (1981). **Health Program Evaluation. Guiding  
 Principles of its Application in the Managerial Process for Nation Health  
 Development Geneva : p.5**