

นักดื่มหน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



น.ส.ภัญญินวดี จำปาอ่อน

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

NEW DRINKERS AND GOVERNMENT'S MEASURES TO LIMIT ACCESS TO ALCOHOL
DRINKING



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Public Administration in Public Administration

Department of Public Administration

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2019

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	นักดื่มหน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
โดย	น.ส.กัญฉวี นวดี จำปาอ่อน
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร. วงอร พัวพันสวัสดิ์

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร. วงอร พัวพันสวัสดิ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. จักรกริช สังขมณี)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร. ศิริมา ทองสว่าง)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภัญญิตวิ จ่าปาอ่อน : นักดื่มหน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. (NEW DRINKERS AND GOVERNMENT'S MEASURES TO LIMIT ACCESS TO ALCOHOL DRINKING)
 อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.วงอร พัวพันสวัสดิ์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งตอบคำถามที่ว่านักดื่มหน้าใหม่มีพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไร และประสิทธิผลมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เป็นอย่างไร โดยมองมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านกรอบแนวคิดนโยบายสาธารณะในฐานะเครื่องมือแทรกแซงพฤติกรรม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต นักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรีที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 272 คน

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า (1) กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกในช่วงอายุระหว่าง 12-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.79 ซึ่งเป็นการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่อายุที่น้อยมาก (2) ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ดื่มครั้งแรก คือ เบียร์ คิดเป็นร้อยละ 52.94 และเบียร์ ยังเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ชอบดื่มมากที่สุดในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 67.65 (3) ผู้ที่มีอิทธิพลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 54.04 (4) เหตุผลที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครั้งแรก คือ อยากทดลอง คิดเป็นร้อยละ 45.58 (5) ร้านขายของชำเป็นสถานที่ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.29 และยังเป็นสถานที่ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยที่สุดในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 47.79

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : การพิจารณามาตรการในการดูแลและควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่อายุระหว่าง 12-15 ปีให้มากขึ้นเป็นพิเศษ การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานหรือสถาบัน อาทิ สถาบันการศึกษา สถาบันครอบครัว ฯลฯ ในการดูแลและให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ การแทรกแซงผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดเบียร์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทต่อการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2562

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6180995324 : MAJOR PUBLIC ADMINISTRATION

KEYWORD: NEW DRINKERS, MEASURES TO LIMIT ACCESS TO ALCOHOL DRINKING,
ALCOHOL

Pattinawadee Jumpa-on : NEW DRINKERS AND GOVERNMENT'S MEASURES TO LIMIT
ACCESS TO ALCOHOL DRINKING. Advisor: Vong-on Phuaphansawat, Ph.D.

The objectives of the study were to answer the question that how the new drinkers could consume alcohol and how the government's measures to limit access to alcohol drinking effective is in the new drinkers. The Public Policy was applied as behavioral intervention tools to explore the government's measures to limit access to alcohol drinking. The study was quantitative research that the data was collected by an online questionnaire. The data was gathered from the sample who were 272 students in the associate's degree and bachelor's degree in the last 12 months.

The result found that (1) The new drinkers started to drink alcohol at a very young age which was from 12 to 15 years old as the percentage was 47.79 (2) Beer was consumed in the new drinkers the most (52.94%) and it also was the most favorite choice of the new drinkers (67.65%) (3) The factor which influenced the new drinkers to start drinking alcohols was their friends (54.04%) (4) The reason that the new drinkers would like to drink alcohols for the first time was their curiosity (45.58%) (5) The groceries were the place where the new drinkers bought alcohols in the earlier (35.29 %) and it also was a place where the comer drinkers bought alcohols the most in the last 12 months (47.79%)

Policy recommendations: The government's measures to limit access to alcohol drinking should be more considerable in the new drinkers who were 12 -15 years old. People and the institutes should operate to give the new drinkers information about consuming alcohol. Also, the institutes should govern the producers and suppliers who influenced the new drinkers considerably.

Field of Study: Public Administration

Student's Signature

Academic Year: 2019

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องด้วยความกรุณาจากอ.ดร.วงอร พัวพันสวัสดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ซึ่งให้ความกรุณาสละเวลาในการให้คำปรึกษา แนะนำแนวคิดต่าง ๆ และให้ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการศึกษาวิจัย ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ตั้งแต่เริ่มดำเนินการศึกษาวิจัยจนกระทั่งเสร็จสิ้นเป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้โดยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวของข้าพเจ้า ผู้ซึ่งเป็นกำลังหลักในการสนับสนุน ส่งเสริมในด้านการเรียนและทุก ๆ ด้านมาโดยตลอด คอยดูแล ให้คำปรึกษา และให้กำลังใจที่ดีเสมอมา จนทำให้ข้าพเจ้าประสบความสำเร็จในการศึกษา

ขอขอบคุณบุคคลใกล้ชิดข้าพเจ้าทุกท่าน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ตั้งแต่การรับฟังปัญหา การให้คำปรึกษา และการให้กำลังใจในยามที่ท้อแท้ต่อปัญหาอุปสรรค

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต รุ่นที่ 49 ทุกท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดการศึกษาในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะสามารถก่อให้เกิดความรู้ และข้อคิดที่มีประโยชน์อันควรแก่บุคคลอื่นในสังคมต่อไป และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	6
2.1 นักตีพิมพ์ใหม่.....	6
2.2 เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์.....	7
2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	9
2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	10
2.5 แนวคิดนโยบายสาธารณะในฐานะเครื่องมือแทรกแซงพฤติกรรมประชาชน	13
2.6 มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในกลุ่มนักตีพิมพ์ใหม่ประเทศไทย.....	15
2.7 มาตรการ/กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในกลุ่มนักตีพิมพ์ใหม่ของประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลีย	20
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	24

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
3.3 การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.5 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	30
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย	31
4.1 ข้อมูลทั่วไป	31
4.2 ข้อมูลการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ครั้งแรก	35
4.3 พฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	42
4.4 ทักษะการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	47
4.5 ความรู้และประสิทธิผลของมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	50
4.6 ความรู้และประสิทธิผลของมาตรการด้านราคาและภาษี.....	55
4.7 ความคิดเห็นต่อแนวโน้มนโยบายเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของประเทศอื่น	58
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	61
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	61
5.2 ข้อเสนอแนะ	63
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	63
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	64
บรรณานุกรม.....	66
ภาคผนวก.....	70
แบบสอบถาม เรื่อง นักตีพิมพ์หน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	70
ประวัติผู้เขียน.....	81

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 สรุปสาระสำคัญของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	16
ตารางที่ 2 สรุปสาระสำคัญของมาตรการด้านราคาและภาษี	18
ตารางที่ 3 การแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และอัตราพิกัดเพดานภาษี ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต 2560	19
ตารางที่ 4 สรุปสาระสำคัญของมาตรการ/กฎหมายควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ ประเทศอังกฤษ	21
ตารางที่ 5 สรุปสาระสำคัญของมาตรการ/กฎหมายควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ ประเทศออสเตรเลีย	23
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	31
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	32
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดที่กำลังศึกษา.....	32
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามศาสนา.....	33
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	34
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งรายรับ/รายได้	34
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายรับ/รายได้	35
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก	35
ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม ครั้งแรก.....	37
ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้สึกที่ดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ครั้งแรก	38
ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย ครั้งแรก.....	38

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ครั้งแรก..... 40

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ครั้งแรก 41

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่มาของเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ครั้งแรก 41

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยของการดื่มเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ภายใน 12 เดือนที่ผ่านมา 42

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่
ชอบดื่มในปัจจุบัน 43

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ในปัจจุบัน 44

ตารางที่ 23 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แหล่ง
ขาย 45

ตารางที่ 24 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 12
เดือนที่ผ่านมา 45

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน
รอบ 12 เดือนที่ผ่านมา..... 46

ตารางที่ 26 ทศนคติของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 47

ตารางที่ 27 ความรับรู้ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ต่อมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ 50

ตารางที่ 28 ประสิทธิภาพของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่ม
หน้าใหม่ 53

ตารางที่ 29 ความรับรู้ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ต่อมาตรการด้านราคาและภาษี..... 55

ตารางที่ 30 ประสิทธิภาพของมาตรการด้านราคาและภาษีในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ 57

ตารางที่ 31 ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น 58



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความเกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์มาตั้งแต่อดีตกาล โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดจากการปรุงแต่งขึ้นมาโดยมนุษย์ตามวิถีชีวิตและภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งมีรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานสังสรรค์ งานพิธีกรรมต่าง ๆ รวมถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในฐานะที่เป็นยาเพื่อการรักษาโรค การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสุขสนุกรื่นเริง รู้สึกกระชุ่มกระชวย บรรเทาความเครียดหรือความเหนื่อยล้าจากการทำงาน รูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอดีตได้มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยเรื่อยมาจนถึงสมัยปัจจุบันที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องดื่มที่สามารถดื่มได้ในทุกโอกาส จึงทำให้ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วโลกมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น (พระไพศาล วิสาโล, 2561)

แม้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีผลกระทบเชิงบวกต่อปัจเจกบุคคลและเศรษฐกิจของประเทศ โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้จำนวนมากให้ประเทศ และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่พอเหมาะจะช่วยลดความเสี่ยงจากการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด แต่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมากและต่อเนื่องเป็นระยะเวลาอันยาวนานจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพในหลายด้าน โดยปัจจุบันนานาประเทศกำลังเผชิญกับปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาสำคัญในระดับนานาชาติที่ไม่เพียงแต่สร้างความเสียหายต่อร่างกายและทรัพย์สินของบุคคล แต่ยังส่งผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจ (ยงยุทธ ขจรธรรม, 2547) ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุจากการขับขี่ยานพาหนะขณะมึนเมา การทะเลาะวิวาท การใช้ความรุนแรงทำให้เสียสุขภาพร่างกาย เช่น โรคพิษสุราเรื้อรัง โรคตับแข็ง ความดันโลหิตสูง เป็นต้น และสุขภาพจิตใจ หากคนในครอบครัวมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จนเสพติด ย่อมทำให้ระบบเศรษฐกิจภายในครัวเรือนมีความผันผวน นอกจากนี้ ยังส่งผลในด้านเศรษฐกิจโดยรวมและด้านสาธารณสุขที่จะต้องเสียงบประมาณและบุคลากรเกินความจำเป็นในการดูแลและรักษาผู้ป่วยจากอุบัติเหตุและโรคต่าง ๆ รวมถึงการบำบัดฟื้นฟูผู้ป่วยที่มีสาเหตุมาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากรายงานล่าสุดขององค์การอนามัยโลก เรื่อง สถานการณ์แอลกอฮอล์และสุขภาพ ปี พ.ศ.2561 (Global status report on alcohol and health 2018) พบว่า ทั่วโลกมีนักดื่มร้อยละ 43 ของประชากรทั้งหมด หรือคิดเป็นประมาณ 2.3 พันล้านคน ส่วนปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อหัวประชากรต่อปีคือ 6.4 ลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ แนวโน้มการบริโภคโดยรวมถือว่าค่อนข้างคงที่ แต่จากการวิเคราะห์คาดการณ์การบริโภคในอนาคตในอีก 10 ปีข้างหน้า คาดว่าปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จะเพิ่มขึ้นอีก 1.7 ลิตรต่อคนต่อปีในปี พ.ศ. 2568 (อรัญญ์ วลีวงศ์, 2562) ซึ่งองค์การอนามัยโลกได้ให้

ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาที่สัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยมีมติและสิ่งตีพิมพ์ทยอยออกมาเริ่มตั้งแต่ปีพ.ศ.2518 เพื่อให้ชาติต่าง ๆ ใช้วางกรอบนโยบายสำหรับการควบคุมปัญหาดังกล่าว โดยองค์การอนามัยโลกได้เสนอมาตรการในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย 9 มาตรการ (ยงยุทธ ขจรธรรม, 2547) คือ 1.การให้ความรู้และการส่งเสริมสุขภาพ 2.มาตรการควบคุมการผลิตและควบคุมการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ 3.การจำกัดการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แก่เยาวชน 4.ระบบการผูกขาดและการออกใบอนุญาตการผลิต 5.ระบบภาษีและการควบคุมราคา 6.การมีค่าเตือนหรือระบุส่วนประกอบในฉลาก 7.มาตรการควบคุมการโฆษณาและส่งเสริมการขาย 8.มาตรการควบคุมพฤติกรรมผู้ตี้มแอลกอฮอล์ และ 9.การบำบัดรักษาผู้ป่วยจากแอลกอฮอล์

มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นหนึ่งในมาตรการสำคัญเชิงกฎหมายที่องค์การอนามัยโลกแนะนำว่าเป็นมาตรการที่ควรดำเนินการที่สุดและมีความคุ้มค่าสูง รัฐบาลในหลายประเทศได้นำมาตรการดังกล่าวมาใช้เพื่อช่วยควบคุมการเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของเด็กและเยาวชนไม่ให้เข้าถึงได้โดยง่าย เนื่องจากเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ได้รับการควบคุมตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีข้อบัญญัติในการห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณที่กำหนด ห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในวันหรือเวลาที่กำหนด ห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แก่บุคคลตามที่กำหนด ห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะอื่นใดนอกเหนือที่กำหนด (ณัฐ ธารพานิช, 2557)

ในปัจจุบัน รัฐบาลไทยมีการดำเนินการควบคุมแอลกอฮอล์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ 10 ปี (พ.ศ. 2554-2563) ที่ได้รับการลงมติเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2553 โดยคณะรัฐมนตรีได้มอบหมายให้คณะกรรมการนโยบายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แห่งชาติ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดำเนินการในการจัดการแก้ไขปัญหาสถานการณ์และติดตามผลยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ รวมถึงพัฒนาแผนปฏิบัติการเพื่อให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้นำไปขับเคลื่อนดำเนินการต่อไป (จूरีย์ อุสาหะ และพลเทพ วิจิตรคุณากร, 2559) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมขนาดและความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย โดยนโยบายดังกล่าวมีเป้าหมายหลักเชิงกลไก 4 ประการคือการควบคุมปริมาณการบริโภคของสังคม, การป้องกันนักตี้มหน้าใหม่และควบคุมความชุกของผู้บริโภค, การลดความเสี่ยงของการบริโภค, และการจำกัดและลดความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภค

ปัญหาจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เป็นประเด็นที่อยู่ในวาระนโยบายของรัฐบาลไทยมาตลอดช่วง 13 ปีที่ผ่านมา ดังจะเห็นได้จากการที่สำนักงานสถิติแห่งชาติมีการสำรวจสถานการณ์การบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 จนถึงปัจจุบัน โดยพบว่า จากปี

พ.ศ.2550 เป็นต้นมา ความชุกของการตีตม¹ในปัจจุบันทั้งในประชากรวัยผู้ใหญ่และวัยรุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนสูงสุดในปีพ.ศ.2558 เป็นร้อยละ 34.0 และ 19.4 ตามลำดับ แต่ในปีพ.ศ.2560 ความชุกของนักตีตมปัจจุบันทั้งในประชากร วัยผู้ใหญ่และวัยรุ่นมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย แม้ว่าความชุกของนักตีตมปัจจุบันของประชากรไทยจะลดลงแต่สัดส่วนของนักตีตมประจำต่อนักตีตมปัจจุบันทั้งหมดในประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปกลับเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากนักตีตมที่ยังคงตีตมอยู่หรือนักตีตมหน้าใหม่²มีพฤติกรรมการตีตมสุราบ่อยมากยิ่งขึ้น (พลเทพ วิจิตรคุณากร, 2562) ทั้งนี้ มีการใช้มาตรการควบคุมเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ต่าง ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการบริโภคเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ของนักตีตมหน้าใหม่ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ เยาวชน รวมถึงลดการบริโภคเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ของนักตีตมที่บริโภคอยู่แล้วในปัจจุบัน แต่จากการสำรวจขององค์การอนามัยโลก กลับพบว่า ประเทศไทยมีนักตีตมหน้าใหม่ที่เป็นเยาวชน สูงถึง 27.3% โดยเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 2 รองจากประเทศเกาหลี (ไทยพับลิก้า, 2557) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยของรัตติยา บัวสอน (2555) พบว่า การเข้าถึงแหล่งซื้อขายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องตีตมที่มีแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยร้านขายของชำเป็นสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเครื่องตีตมแอลกอฮอล์มากที่สุด ซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่อเครื่องตีตมแอลกอฮอล์กลายเป็นสินค้าที่สามารถหาซื้อได้ง่ายในเกือบทุกสถานที่ และยังมีให้เลือกหลายประเภท ประกอบกับเครื่องตีตมแอลกอฮอล์มีราคาที่ไม่แพงมาก จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างหันมาบริโภคเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ได้ง่ายและสะดวกขึ้น และอาจทำให้เกิดความถี่ในการตีตมมากขึ้น นอกจากนี้ งานวิจัยของอิศรา ศานติศาสน์ (2548) ที่มีการศึกษาการประมาณค่าอุปสงค์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคแต่ละชนิด โดยหนึ่งในสินค้าอุปโภคบริโภคมีเครื่องตีตมแอลกอฮอล์รวมอยู่ด้วย พบว่าราคาไม่ค่อผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ของคนไทยมากนัก โดยสังเกตได้จากค่าความยืดหยุ่น ซึ่งอยู่ที่ประมาณ -0.5436

จากที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ควรจะมีการทบทวนถึงมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักตีตมหน้าใหม่ให้มีความรัดกุมครอบคลุมการเข้าถึงเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ทั้งในมิติทางกายภาพและมิติทางเศรษฐศาสตร์ รวมถึงศึกษาประสิทธิผลของมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักตีตมหน้าใหม่ที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักตีตมหน้าใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงศึกษาพฤติกรรมการตีตมเครื่องตีตมแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักตีตม

¹ ความชุกของการตีตม หมายถึง การตีตมสุราอย่างน้อยหนึ่งครั้งในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

² นักตีตมหน้าใหม่ หมายถึง กลุ่มเยาวชนอายุ 15-24 ปี

หน้าใหม่ในประเทศไทย และวิเคราะห์ประสิทธิผลมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะในการพัฒนามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยให้มีความรัดกุมและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ในประเทศไทยและต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ในประเทศไทย
3. เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิผลมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ในประเทศไทย
4. เพื่อเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะในการพัฒนามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยให้มีความรัดกุมและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “นักดื่มหน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มุ่งศึกษามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ ซึ่งประกอบด้วย มาตรการในมิติทางกายภาพ คือ มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมาตรการในมิติทางเศรษฐศาสตร์ คือ มาตรการด้านราคาและภาษี เพื่อเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะในการพัฒนามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยให้มีความรัดกุมและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

นักดื่มหน้าใหม่ หมายถึง กลุ่มเยาวชนอายุ 15-24 ปี โดยมีกลุ่มที่อายุยังไม่ถึงเกณฑ์ตามกฎหมายที่ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะจำหน่ายเครื่องดื่มฯ ให้ได้ คือ อายุ 15-19 ปี และอีกกลุ่มที่มีอายุถึงตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด คือ อายุ 20-24 ปี

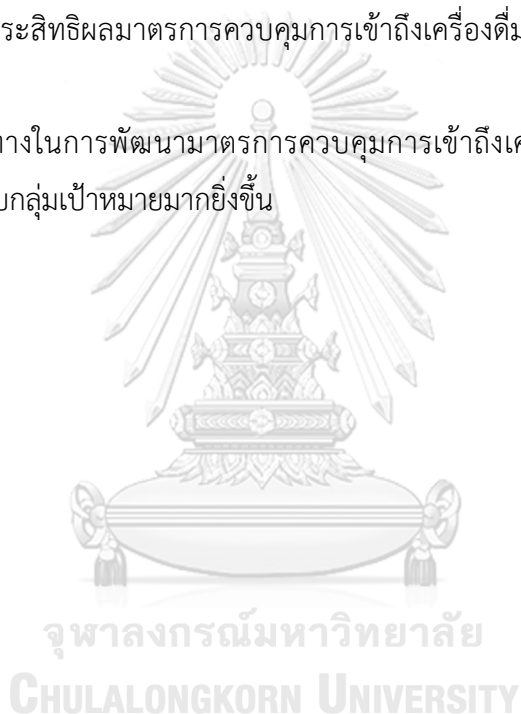
มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง มาตรการสำคัญเชิงกฎหมายที่องค์การอนามัยโลกแนะนำว่าเป็นมาตรการที่ควรดำเนินการที่สุดและมีความคุ้มค่าสูง ได้แก่ มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมาตรการทางภาษีและราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กและเยาวชนไม่ให้เข้าถึงได้โดยง่าย

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดต่าง ๆ ผสมอยู่ ซึ่งเป็นสารธรรมชาติที่ได้มาจากกระบวนการหมักน้ำตาล เช่น น้ำตาลจากข้าว องุ่น และข้าวโพด หมักกับยีสต์

จนเกิดเป็นสารที่เรียกว่า “เอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl alcohol) หรือเอทานอล (Ethanol)” ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักในเครื่องดื่มประเภทสุรา

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถเข้าใจมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ของประเทศไทยอย่างเป็นองค์รวม
2. ทราบถึงมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ของต่างประเทศ
3. ทราบถึงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ของประเทศไทย
4. ทราบถึงประสิทธิผลมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ของประเทศไทย
5. เป็นแนวทางในการพัฒนามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีความรัดกุมและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น



บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม

2.1 นักดื่มหน้าใหม่

นักดื่มหน้าใหม่ (New Drinkers) หมายถึง กลุ่มเยาวชนอายุ 15-24 ปี ซึ่งส่วนหนึ่งมีอายุยังไม่ถึงเกณฑ์ตามกฎหมายที่ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ได้ (อายุ 15-19 ปี) และอีกส่วนหนึ่งอายุครบตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด (อายุ 20-24 ปี) (วิทย์วิชัยดิษฐ และคณะ, 2562) จากรายงานการสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ.2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า นักดื่มหน้าใหม่ที่เป็นเยาวชนมีอายุเฉลี่ยตอนเริ่มดื่มอยู่ที่ 16.70 ปี ซึ่งลดลงจากอายุเฉลี่ยในปี พ.ศ.2554 อยู่ที่ 0.53 ปี ผลการสำรวจดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า คนไทยเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เร็วขึ้น ซึ่งสาเหตุหลักของการเริ่มดื่มเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ เพื่อเข้าสังคม/การสังสรรค์, ตามอย่างเพื่อน/เพื่อนชวนดื่ม และอยากทดลองดื่ม ซึ่งในปัจจุบันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ อายุ 15-24 ปี มีจำนวนสูงถึง 2.5 ล้านคน และจำนวน 1 ใน 3 หรือร้อยละ 38.7 กลายเป็นนักดื่มประจำ (ไทยรัฐออนไลน์, 2557)

จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติในการสำรวจสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 จนถึงปัจจุบัน พบว่า จากปี พ.ศ.2550 เป็นต้นมา ความชุกของการดื่มในปัจจุบันทั้งในประชากรวัยผู้ใหญ่และวัยรุ่นมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนสูงสุดในปีพ.ศ.2558 เป็นร้อยละ 34.0 และ 19.4 ตามลำดับ แต่ในปีพ.ศ.2560 ความชุกของนักดื่มปัจจุบันทั้งในประชากรวัยผู้ใหญ่และวัยรุ่นมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย แม้ว่าความชุกของนักดื่มปัจจุบันของประชากรไทยจะลดลง แต่สัดส่วนของนักดื่มประจำต่อนักดื่มปัจจุบันทั้งหมดในประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปกลับเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากนักดื่มที่ยังคงดื่มอยู่หรือนักดื่มหน้าใหม่ มีพฤติกรรมการดื่มสุร่าบ่อยมากยิ่งขึ้น (พลเทพ วิจิตรคุณากร, 2562) นอกจากนี้ ผลสำรวจยังชี้ให้เห็นว่า มีเยาวชนเป็นนักดื่มหนักใน 12 เดือนที่ผ่านมาอยู่ถึง 1,005,462 คน หรือคิดเป็นความชุกเท่ากับร้อยละ 10.53 ของเยาวชนไทยอายุ 15-24 ปี ซึ่งในจำนวนนี้เยาวชน 164,066 คน จัดเป็นนักดื่มหนักเป็นประจำ หรือคิดเป็นร้อยละ 1.72 ของเยาวชนทั้งประเทศ และอีก 841,396 คน เป็นนักดื่มหนักเป็นครั้งคราว หรือคิดเป็นร้อยละ 8.81 ของเยาวชนทั้งประเทศ และเช่นเดียวกับการเป็นนักดื่มปัจจุบัน เยาวชนชายมีอัตราความชุกของการเป็นนักดื่มหนักสูงกว่าเยาวชนหญิงอย่างชัดเจน (เฉลี่ยร้อยละ 18.52 กับร้อยละ 2.39) ทั้งนี้ มีการใช้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่าง ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักดื่มหน้าใหม่ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ เยาวชน รวมถึงลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักดื่มที่บริโภคอยู่แล้วในปัจจุบัน แต่จากการสำรวจขององค์การอนามัยโลก กลับพบว่า ประเทศไทยมีนักดื่มหน้าใหม่ที่เป็นเยาวชน สูงถึง 27.3% โดยเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 2 รองจากประเทศเกาหลี (ไทยพับลิก้า, 2557)

สำหรับมาตรการทางกฎหมายที่มีการบังคับใช้ในประเทศไทยยังไม่ดีพอ ส่งผลให้ความชุกของการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ทักษพล ธรรมรังสี, 2556) ดังนั้น มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่จึงจำเป็นต้องมีการนำมาใช้แบบบูรณาการ ไม่เฉพาะเพียงแต่มาตรการควบคุมด้านอุปทาน คือ มาตรการทางด้านภาษี มาตรการการจำกัดจุดจำหน่าย และมาตรการควบคุมการโฆษณา แต่มาตรการควบคุมด้านอุปสงค์ นั้นเป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กันไปด้วย เช่น การให้ความรู้ที่ถูกต้อง การปลูกฝังค่านิยมที่ดี การให้พื้นที่เยาวชนในการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีให้แก่เยาวชน (จรรยาพร ศรีศศลักษณ์, 2558)

2.2 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในความหมายทั่วไป หมายถึง เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดต่าง ๆ ผสมอยู่ ซึ่งเป็นสารธรรมชาติที่ได้มาจากกระบวนการหมักน้ำตาล เช่น น้ำตาลจากข้าว อังุ่น และข้าวโพดหมักกับยีสต์ จนเกิดเป็นสารที่เรียกว่า “เอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl alcohol) หรือเอทานอล (Ethanol)” ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักในเครื่องดื่มประเภทสุรา (อดิศร เข้มทิศ, 2560)

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ได้ระบุความหมายของ “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ว่าหมายถึง สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น ในขณะที่ “สุรา” หมายรวมถึงถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้ว สามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา (พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493) และ “สุรา” ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 หมายถึง เหล้า, น้ำเมาที่ได้จากการกลั่น

จากการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า มีการจำแนกประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ออกเป็น 2 ประเภท (ไกวล์ เปียระบุตร, ม.ป.ป.) ดังนี้

1. สุราแช่ คือ สุราที่ไม่ได้กลั่น เช่น น้ำตาลเมา น้ำข้าว อุ เบียร์ เป็นต้น และสุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลั่นแล้ว แต่ยังมีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี เช่น เบียร์ ไวน์ สปาร์กลิ่งไวน์ และสุราแช่พื้นเมือง เป็นต้น

2. สุรากลั่น คือ สุราที่ได้กลั่นแล้ว เช่น สุราขาว สุราสามทับ (แอลกอฮอล์) สุราแม่โขง สุราแสงโสม เป็นต้น และสุรากลั่นที่ได้ผสมกับสุราแช่แล้ว แต่มีแรงแอลกอฮอล์เกินกว่าสิบห้าดีกรีด้วย เช่น สุราสามทับ สุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ และสุราพิเศษ เป็นต้น

นอกจากนี้ ได้มีการกำหนดชนิดของสุรากลั่นเป็น 5 ชนิด ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 46 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 และกฎกระทรวงเรื่องกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีของสุรา พ.ศ. 2546 ดังนี้

- สุรสามทับ คือ สุรากลั่นที่มีแรงแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 80 ดีกรีขึ้นไป
- สุราขาว คือ สุรากลั่นที่ปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งผสมปรุงแต่ง มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี
- สุราผสม คือ สุรากลั่นที่ใสสุราขาวหรือสุรสามทับมาปรุงแต่ง มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี

- สุราปรุงพิเศษ คือสุรากลั่นที่ใสสุรสามทับมาปรุงแต่ง มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี
- สุราพิเศษ คือ สุรากลั่นที่สร้างขึ้นโดยใช้กรรมวิธีพิเศษ มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี

แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

ก. ประเภทวิสกี้ บรันดี รัม ยิน หรือสุราแบบต่างประเทศอย่างอื่น

ข. ประเภทเกาเหลียง เชียงซุน บุนกุยโส่ว หรือสุราแบบจีนอย่างอื่น

เทพินทร์ พัทธานุกรักษ์ (2541) ได้มีการจำแนกชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกเป็น 10 ชนิด ดังนี้

1. เหล้าบรันดี เป็นสุราประเภทกลั่นที่มีรสเยี่ยมที่สุด และมีราคาแพง เนื่องจากเป็นเหล้าที่ได้จากการหมักองุ่นให้เป็นไวน์ (wine) แล้วจึงนำมากลั่นเป็นบรันดี จากนั้นนำไปเก็บบ่มให้ได้ สี กลิ่น รสที่ดี

2. วิสกี้ เป็นสุรากลั่นที่ทำมาจากข้าวทั้งจากข้าวบาร์เลย์ ข้าวไรย์ ข้าวโอ๊ต ข้าวโพดหรือข้าวเหนียว โดยนำมาหมักแล้วกลั่นให้มีดีกรีสูงขึ้น จากนั้นนำไปเก็บบ่มในถังไม้เพื่อให้ได้สี กลิ่น รสที่ดีตามความนิยมของผู้บริโภค

3. เหล้ารัม เป็นสุราที่กลั่นมาจากน้ำอ้อย กากน้ำตาล และน้ำเชื่อม นอกจากนั้น อาจมีการผสมของผิวส้ม และผลไม้อื่น ๆ เพื่อให้รสชาติใกล้เคียงกับไวน์ มีการเก็บบ่มในถังไม้เพื่อให้เกิดสีหรือผสมสี กลิ่น รสชาติ

4. วอดก้า เป็นสุราที่มีลักษณะคล้ายวิสกี้ แต่มีปริมาณดีกรีของแอลกอฮอล์สูงกว่า การผลิตในสมัยก่อนนิยมใช้ข้าวหรือมันฝรั่ง จากนั้นนำมากลั่นให้มีดีกรีที่สูงเพื่อให้มีกลิ่นน้อยที่สุด โดยไม่ต้องมีการเก็บบ่ม

5. เหล้าค็อกเทลต่าง ๆ ค็อกเทล คือ การนำเอาเหล้าชนิดต่าง ๆ มาผสมกันแล้วนำมาเขย่าและอาจใส่น้ำผลไม้หรือชิ้นผลไม้เพื่อเพิ่มสีหรือรสให้มีความแปลก

6. เหล้าขาว เป็นสุรากลั่นที่ปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งผสมปรุงแต่ง มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรีเป็นสุราที่ได้จากการควบคุมการหมักและกลั่นอย่างพิถีพิถัน โดยเป็นเหล้าที่ผลิตมาจากกากน้ำตาล ข้าว น้ำตาลมะพร้าว ตาลโตนด

7. แชมเปญ เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จากการนำองุ่นมาหมัก แต่มีลักษณะพิเศษกว่าไวน์คือ แชมเปญเป็นเหล้าองุ่นประเภทมีฟอง คือ มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เจือปนอยู่คล้ายเบียร์

8. ไวน์ เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จากการนำองุ่นหรือผลไม้อื่นมาหมัก โดยน้ำตาลในองุ่นหรือผลไม้จะเปลี่ยนเป็นแอลกอฮอล์ และกลายเป็นไวน์ในที่สุด

9. เบียร์ เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณการบริโภคสูงที่สุด ซึ่งเบียร์ได้จากการนำส่วนผสมหลัก 4 อย่าง คือ มอลต์ น้ำ ฮอปส์ และยีสต์ มาใช้ในการหมักและบ่มเบียร์

10. เหล้าหมักพื้นเมือง เป็นเครื่องดื่มที่เกิดจากภูมิปัญญาที่มีมาแต่สมัยโบราณ มีหลายชนิดโดยวัตถุดิบในการหมักเหล้าพื้นบ้าน คือ ข้าวเจ้า ข้าวโพด หรือข้าวเหนียว ผลไม้ หรือน้ำตาล นำมาหมักเพื่อให้เกิดแอลกอฮอล์

2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากร โดยคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน ซึ่งตัวแปรที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. เพศ (Sex) เพศที่แตกต่างกันทำให้เพศหญิงและเพศชายมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน โดยเพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้ต่างกัน และนอกจากนี้ ความแตกต่างดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้นกว่าในสมัยก่อน

2. อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันส่งผลในเรื่องของความคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยคนที่อายุน้อยมักจะมีแนวคิดเสรีนิยมและมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมากซึ่งมีแนวคิดแบบอนุรักษนิยม เนื่องจากการผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกันของแต่ละช่วงอายุ

3. การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้แต่ละบุคคลมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยคนที่มีการศึกษาสูงมักจะได้เปรียบกว่าคนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า เนื่องจากมีความรู้และความเข้าใจต่อสิ่งต่าง ๆ ได้ดีกว่า ประกอบกับมีการใช้เหตุผลและหลักฐานในการเชื่อถือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพและรายได้ (Income and Occupation) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และตัดสินใจในสิ่งต่าง ๆ โดยรายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการซื้อหาสินค้าและบริการ ในขณะที่การเลือกซื้อหาสินค้าและบริการที่แท้จริง อาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ

2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีหลายปัจจัยซึ่งครอบคลุมทั้งปัจจัยภายใน ปัจจัยทัศนคติความเชื่อ ปัจจัยทางสังคม ฯลฯ โดยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายในตัวบุคคล การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายในตัวบุคคลจากงานวิจัยของสุรเมศวร์ ฮาซิม และคณะ (2560) พบว่า ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ บุคคลที่ไว้ใจและพูดคุยปรึกษาเป็นอันดับแรก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนในครอบครัว และจำนวนเพื่อนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 โดยที่เพศชายจะมีโอกาสการดื่มมากกว่าเพศหญิง กลุ่มนักเรียนที่ปรึกษาเพื่อนเป็นอันดับแรกเมื่อเกิดปัญหาจะมีโอกาสการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ นักเรียนที่บุคคลในครอบครัวหรือเพื่อนที่มีเพื่อนจำนวนมากที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากเช่นกัน ในขณะที่การศึกษาของพนิดา นามจันดี (2549) พบว่า นักเรียนชายดื่มแอลกอฮอล์มากกว่านักเรียนหญิง คิดเป็นร้อยละ 39.30 และร้อยละ 29.28 ตามลำดับ สาเหตุที่ดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเนื่องจากอยากลอง โดยนักเรียนชายอยากลอง คิดเป็นร้อยละ 88.18 นักเรียนหญิงอยากลอง คิดเป็นร้อยละ 80.49 สอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร สุขเวช (2552) พบว่า เพศชายมีโอกาสดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง 3.2 เท่า สถานภาพสมรสคู่มือมีโอกาสดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าสถานภาพโสด 2.3 เท่า และการมีพฤติกรรมสูบบุหรี่จะมีโอกาสดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าคนที่ไม่สูบบุหรี่ 2.9 เท่า

การศึกษาของเพ็ญพัทธ์ มุ่งคุณค่าชาว (2552) ยังพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี เหมชะญาติ (2554) ที่พบว่า ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีทัศนคติที่เห็นด้วยมากมีโอกาสที่จะดื่มมากกว่านักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่เห็นด้วยน้อย เนื่องจากทัศนคติเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจและการแสดงออก และในงานวิจัยของสุรเมศวร์ ฮาซิม

และคณะ (2560) พบว่า บรรทัดฐานทางสังคมและทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง และอันดับสองตามลำดับ

การศึกษาของพนิดา นามจันดี (2549) พบว่า อายุของเยาวชนโดยเฉลี่ยที่เริ่มดื่มแอลกอฮอล์คือ 14.2 ปี โดยอายุน้อยที่สุดที่ดื่มคือ 10 ปี สะท้อนให้เห็นว่าเยาวชนเริ่มดื่มสุราตั้งแต่อายุที่น้อยมาก ซึ่งเครื่องดื่มที่ทดลองดื่มครั้งแรกส่วนใหญ่เป็นเบียร์ โดยสาเหตุการดื่มครั้งแรกมากกว่า ร้อยละ 70 คือเริ่มจากการอยากลอง สอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์ศักดิ์ อ้นมอย (2553) พบว่า อายุที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของเยาวชนอยู่ระหว่าง 7 - 23 ปี อายุเฉลี่ย 16.17 ปี และเยาวชนชายส่วนใหญ่เริ่มดื่มครั้งแรก เมื่ออายุ 15 ปี ร้อยละ 26.8 ส่วนเยาวชนหญิงส่วนใหญ่เริ่มดื่มครั้งแรกอายุ 15 ปี ร้อยละ 21.9 เครื่องดื่มที่ดื่มครั้งแรกพบว่าทั้งเยาวชนชายและเยาวชนหญิง ส่วนใหญ่ดื่มเบียร์ รองลงมาคือเหล้า มักดื่มกับเพื่อนโดยดื่มกันที่บ้านเพื่อน ด้วยเหตุผลคืออยากรู้อยากลองและเพื่อนชักชวนมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของอังสุมาลิน จันทรมณี และคณะ (2560) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่ออายุ 15 ปี โดยอายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่ม คือ 15.53 ปี สาเหตุที่ดื่มครั้งแรก คือ อยากลอง ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มมากที่สุด คือ เบียร์ และน้ำผลไม้ผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามลำดับ นอกจากนี้ ในงานวิจัยของประไพรัตน์ คาวินวิทย์ (2554) พบว่า สาเหตุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และโอกาสในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2557) ที่พบว่า สาเหตุการดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของนักเรียนทั้งเพศชายและเพศหญิงเนื่องจากอยากลอง และกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนเป็นสัดส่วนมากที่สุด โดยโอกาสในการดื่มช่วงเทศกาลงานต่าง ๆ เช่น งานปีใหม่ สงกรานต์ ออกพรรษาจะมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด รองมาคืองานเลี้ยงสังสรรค์ระหว่างเพื่อน นอกจากนี้ ในการศึกษาปัจจัยด้านรายได้ในงานวิจัยของศุภฉัตรา ประพนธ์ศิลป์ (2549) พบว่า ปัจจัยด้านรายได้มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ดื่มสุราของคนไทย ซึ่งมีค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ที่ 0.0025 อธิบายได้ว่า ยิ่งคนมีรายได้เพิ่มขึ้นยังมีความน่าจะเป็นในการเป็นผู้ดื่มสุราเพิ่มขึ้นด้วย

2. ปัจจัยหลักจากบริบททางสังคม ในงานวิจัยของจินตนา วงศ์วาน (2548) พบว่า นักเรียนที่มีเพื่อนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสเสี่ยงที่จะดื่มแอลกอฮอล์มากถึง 7.77 เท่า ของนักเรียนที่ไม่มีเพื่อนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับการศึกษาของปราณี ทองคำ และคณะ (2549) ที่พบว่าวัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น 1 คน มีความน่าจะเป็นที่จะดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นถึง 1.2 เท่า และการศึกษาของสุภาพร สุขเวช (2552) พบว่า ผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนในระดับสูงจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนในระดับต่ำ 5.3 เท่า

เนื่องจากเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมาก ในขณะที่การศึกษาของปิยะ ทองบาง (2550) พบว่า ครอบครัวที่มีการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์จะทำให้เยาวชนเกิดการเรียนรู้การตีเครื่องตีแอลกอฮอล์แตกต่างจากเยาวชนที่ครอบครัวไม่มีการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี เหมชะญาติ (2554) ที่พบว่า การตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ของพ่อแม่เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ของนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีพ่อแม่ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์มีโอกาสที่จะตีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่พ่อแม่ไม่ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ เนื่องจากพ่อแม่เป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับบุตรที่สุด ดังนั้น พฤติกรรมของพ่อแม่ที่ลูกได้พบเห็นจะถูกถ่ายทอดไปยังลูก ทำให้ลูกมีโอกาสที่จะแสดงพฤติกรรมเลียนแบบพ่อแม่ และนอกจากนี้ การยอมรับของพ่อแม่ต่อการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ของลูกจะทำให้ลูกมีโอกาสในการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์และเป็นนักตีมากกว่าพ่อแม่ที่ไม่ยอมรับ และในงานวิจัยของอรรถวิ วงศ์ และคณะ (2553) ที่ศึกษาบทบาทและพฤติกรรมของพ่อแม่ที่มีต่อผลการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย พบว่า เยาวชนที่มีทั้งพ่อและแม่ตีแอลกอฮอล์ได้เริ่มต้นตีแอลกอฮอล์ครั้งแรกที่อายุเฉลี่ยต่ำสุด 14.28 ปี เมื่อเทียบกับเยาวชนกลุ่มที่มีพ่อหรือแม่ตีแอลกอฮอล์ที่อายุเฉลี่ยต่ำสุด 14.53 ปี และเยาวชนกลุ่มที่พ่อและแม่ไม่ตีแอลกอฮอล์ที่อายุเฉลี่ย 14.38 ปี ซึ่งพฤติกรรมการตีแอลกอฮอล์ของเยาวชนส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการลอกเลียนแบบพฤติกรรมของพ่อแม่ผู้ปกครอง นอกจากนี้ พ่อและแม่ที่ตีแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการตีแอลกอฮอล์ต่อหน้าลูก (ตีให้ลูกเห็น) ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวถือว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตีแอลกอฮอล์ของเยาวชน สะท้อนให้เห็นว่าพ่อแม่ผู้ปกครองบางส่วนยังไม่ได้ตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมาต่อพฤติกรรมการตีของเยาวชน ซึ่งอาจจะส่งต่อผ่านการเลียนแบบพฤติกรรม ทศนคติ และการรับรู้ของเยาวชนที่เห็นว่าการตีแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติของสังคม

3. การเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์ ตามกฎหมายในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ห้ามจำหน่ายเครื่องตีแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ แต่จากงานวิจัยของธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) พบว่า จากการทดลองซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์ทั้งร้านประเภทนั่งตีและร้านประเภทไม่มีที่นั่งตีโดยอาสาสมัครซื้อที่ดูคล้ายเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่ามีการทดลองซื้อสำเร็จร้อยละ 99.1 สะท้อนให้เห็นว่าร้านจำหน่ายเครื่องตีแอลกอฮอล์ไม่ได้ให้ความสำคัญและเข้มงวดกับการปฏิบัติตามกฎหมายเท่าใดนัก ส่งผลให้บุคคลที่อายุต่ำกว่า 20 ปีสามารถเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์ได้ง่าย ในงานวิจัยของชิวฮวย แซ่ลิ้ม และคณะ (2560) พบว่าการเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องตีแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ อธิบายได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องตีแอลกอฮอล์ได้ยากจะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการตีน้อยหรือไม่ตีซึ่งอยู่ในระดับเสี่ยงต่ออันตรายต่ำ แต่หากกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงแหล่งซื้อขายเครื่องตีแอลกอฮอล์ได้ง่ายจะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม

การตีพิมพ์มากขึ้นซึ่งอยู่ในระดับเสียงต่ออันตรายสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตติยา บัวสอน (2555) ที่พบว่า การเข้าถึงแหล่งซื้อขายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยร้านขายของชำเป็นสถานที่ที่กลุ่ม ตัวอย่างเลือกซื้อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์มากที่สุด ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์กลายเป็น สินค้าที่สามารถหาซื้อได้ง่ายในเกือบทุกสถานที่ และยังมีให้เลือกหลากหลายประเภท ประกอบกับ เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์มีราคาที่ไม่แพงมาก จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างหันมาบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ได้ง่ายและสะดวกขึ้น และอาจทำให้เกิดความถี่ในการตีพิมพ์มากขึ้น

4. การตอบสนองต่อราคา จากการศึกษาของนิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2548) ในประเด็น การประมาณค่าความยืดหยุ่นต่อราคาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ พบว่า ราคามีผลต่อการบริโภคเครื่องตีพิมพ์ แอลกอฮอล์ชนิดสุราสีและเบียร์ค่อนข้างมาก โดยสังเกตได้จากค่าความยืดหยุ่นที่มากกว่า -1 อธิบาย ได้ว่า ถ้าราคาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น 1% จะส่งผลให้การบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ชนิดสุราสี และเบียร์ลดลงมากกว่า 1% ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของอิศรา ศานติศาสตร์ (2548) ที่มีการศึกษาการ ประมาณค่าอุปสงค์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคแต่ละชนิด โดยหนึ่งในสินค้าอุปโภคบริโภคมีเครื่องตีพิมพ์ แอลกอฮอล์รวมอยู่ด้วย พบว่า ราคาไม่ค่อยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคเครื่องตีพิมพ์ แอลกอฮอล์ของคนไทยมากนัก โดยสังเกตได้จากค่าความยืดหยุ่น ซึ่งอยู่ที่ประมาณ -0.5436

จากการทบทวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของกลุ่มนักตีพิมพ์หน้าใหม่ ผู้วิจัยจึงเลือกทำการศึกษาในปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการส่งเสริมการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของ กลุ่มนักตีพิมพ์หน้าใหม่ ดังนี้ การตีพิมพ์ครั้งแรก พฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ทักษะติดต่อการ ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

2.5 แนวคิดนโยบายสาธารณะในฐานะเครื่องมือแทรกแซงพฤติกรรมประชาชน

Dye (1984) ได้กล่าวถึงนโยบายสาธารณะว่า เป็นสิ่งที่รัฐบาลตัดสินใจเลือกที่จะกระทำ หรือไม่กระทำ โดยในส่วนของรัฐบาลเลือกจะกระทำนั้น จะครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมด ทั้ง กิจกรรมที่เป็นงานประจำและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบางโอกาส เช่น การควบคุมการขัดแย้งที่เกิดขึ้นใน สังคมและความพยายามในการขจัดความขัดแย้งกับสังคมอื่น ๆ เป็นต้น และมีวัตถุประสงค์ให้ กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำบรรลุเป้าหมายด้วยดี ในการให้บริการแก่สมาชิกในสังคม ในขณะที่ สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะไม่กระทำ อาจส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อประชาชนด้วย การเลือกที่จะ ไม่กระทำของรัฐบาลจึงเป็นส่วนสำคัญของนโยบายสาธารณะไม่ได้อย่าไปกว่าส่วนที่รัฐบาลเลือกที่จะ กระทำเช่นกัน (ธนวัฒน์ พิมลจินดา, ม.ป.ป.)

มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ เป็นนโยบายที่เน้นการจัดการจัด ระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ (Regulatory Policy) ตามการจำแนกประเภทของ Theodore (1972) เป็น

นโยบายที่กำหนดขึ้นมาเพื่อควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของสังคม โดยส่วนรวม ที่มาของนโยบายดังกล่าวเกิดขึ้นเพราะบุคคลและกลุ่มบุคคล โดยทั่วไปมีผลประโยชน์และความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งความต้องการเหล่านี้มักไม่เหมือนกันและขัดแย้งกันอยู่เสมอ ดังนั้น การกำหนดนโยบายที่ออกมาในลักษณะดังกล่าวย่อมช่วยให้ความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นมีข้อยุติลงได้ การควบคุมพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ จึงสะท้อนออกมาในรูปแบบของนโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติของประเทศไทย เพื่อให้ประชาชนทุกคนต้องปฏิบัติตามหรืองดเว้นในการกระทำบางอย่าง การจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการขึ้นราคาและภาษี นับเป็นมาตรการทางนโยบายที่สำคัญและจำเป็นต่อนโยบายในภาพรวมของมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรัฐสามารถที่จะแทรกแซงกลไกตลาดและควบคุมพฤติกรรมประชาชนด้วยมาตรการที่หลากหลาย นอกจากนี้ การคาดคะเนแนวโน้มของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจถูกเปลี่ยนแปลงได้โดยสถาบันทางด้านสังคมต่าง ๆ เช่น องค์กรด้านศาสนา กลุ่มเยาวชน สหภาพแรงงาน กลุ่มสตรี ฯลฯ ซึ่งมีเป้าประสงค์ที่หลากหลาย (นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์, 2553) เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่มีการซื้อขายในตลาด ซึ่งหากพิจารณาตามแนวคิดตลาดเสรี การซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่ได้รับผลประโยชน์ระหว่างกัน แต่เนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น คือ บุคคลที่ 3 ที่ไม่มีส่วนร่วมรับประโยชน์จากทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย แต่อาจได้รับผลกระทบในรูปแบบการถูกทำร้าย ได้รับอุบัติเหตุ หรือความเสียหายของทรัพย์สิน จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้รัฐต้องเข้ามามีบทบาทในการแทรกแซงตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และควบคุมพฤติกรรมประชาชน ผ่านการกำกับดูแลด้วยกฎหมาย และการเก็บภาษีสรรพสามิต เช่น พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493, พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551, พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต 2560 เป็นต้น ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการปกป้องบุคคลที่ 3 ไม่ใช่เพื่อการลดทอนเสรีภาพของผู้บริโภคแต่อย่างใด (อุดมศักดิ์ แซ่โง้ว, 2563)

ความชอบธรรมในการแทรกแซงตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐสอดคล้องกับหลักการทางจริยธรรม (Ethical Principles) ที่สำคัญที่เรียกว่า “อรรถประโยชน์นิยมแบบวัตถุนิยม” (Objective Utilitarianism) โดยการดำเนินการของรัฐจะต้องเป็นไปอย่างเป็นธรรม ปราศจากอคติ และมีหลักการที่เชื่อถือได้กำกับอยู่ รัฐจะต้องมีความสามารถในการประเมินผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบในการบริโภคและการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อสังคม ซึ่งหากกิจกรรมใดที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมรัฐก็ควรเข้าไปสนับสนุน ในขณะที่กิจกรรมใดส่งผลกระทบเชิงลบต่อสังคมรัฐก็สามารถเข้าไปจำกัดกิจกรรมนั้นได้ แต่อย่างไรก็ตาม แนวคิดอรรถประโยชน์นิยมแบบวัตถุนิยม นั้นเป็นหลักการที่ขัดแย้งกับแนวคิดตลาดเสรีดังที่ได้เสนอไว้ข้างต้นว่า การบริโภคและผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรปล่อยให้เสรีในการตัดสินใจของผู้บริโภคและผู้ผลิต หากสิทธิดังกล่าวสอดคล้องกับกฎหมายและจารีตของสังคม และสิทธิที่ว่าจะมีได้อย่างชอบธรรมก็ต่อเมื่อการใช้สิทธิของบุคคล

หนึ่งไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสิทธิของบุคคลอื่นหรือส่งผลกระทบต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม (นพพล วิทย์วรพงศ์ และคณะ, 2559) แม้ว่ารัฐสามารถที่จะแทรกแซงกลไกตลาดและควบคุมพฤติกรรมประชาชนได้ ก็ไม่ได้หมายความว่าปัญหาจะหมดไป ทั้งนี้ ยังมีปัจจัยอีกหลายประการที่มีผลต่อความสำเร็จในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งควรจะมีการศึกษาต่อไป

2.6 มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ของประเทศไทย

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมองว่าปัญหาดังกล่าวเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ด้วยนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิภาพ ในสมัยรัฐบาลของจอมพล ป. พิบูลสงคราม พ.ศ.2493 รัฐบาลได้มีการออกพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 ซึ่งมีข้อกำหนดครอบคลุมในเรื่องของการควบคุมการผลิตและการนำเข้า การควบคุมการจำหน่าย การควบคุมทางภาษี รวมถึงบทลงโทษผู้กระทำความผิด อย่างไรก็ตาม เนื้อหาของพระราชบัญญัตินี้ล้วนเกี่ยวข้องกับการควบคุม แต่เป็นการควบคุมผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเป็นหลัก เพื่อให้รัฐผูกขาดการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และนำรายได้สูงสุดเข้ารัฐ โดยไม่ได้มุ่งเน้นในการจัดการกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนแต่อย่างใด (สถานะความรู้เพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2557) แนวคิดนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งมีการออกพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักที่ใช้ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพของประชาชน ลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดื่มแอลกอฮอล์ให้มีความสำคัญกับการควบคุมการเข้าถึง การควบคุมบริบทในการดื่มและการควบคุมโฆษณาเป็นสำคัญ (บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ, 2548)

สาระสำคัญตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มุ่งเน้นในการกำกับดูแลและควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน โดยเฉพาะการป้องกันเยาวชนจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการป้องกันผลกระทบเชิงลบต่อสังคม มีการจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบาย แผนงาน และการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เกี่ยวกับมาตรการด้านภาษี รวมทั้งมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการบำบัดรักษา และฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในปัจจุบัน และเป็นกฎหมายแม่บทสำหรับการออกกฎ ระเบียบ คำสั่ง หรือประกาศต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัตินี้

การควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมิติทางกายภาพและมิติทางเศรษฐศาสตร์ เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมการ

บริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของประชาชนโดยรวม และในกลุ่มเสี่ยง คือ กลุ่มนักตีมหน้าใหม่ ผ่านกลไกควบคุมที่ทำให้เครื่องตีมแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ราคาไม่ถูกและหาซื้อไม่ง่าย โดยมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในมิติทางกายภาพ คือ มาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ และมิติทางเศรษฐศาสตร์ คือ มาตรการด้านราคาและภาษี

โดยมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ สามารถสรุปสาระสำคัญของมาตรการตามบทบัญญัติในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปสาระสำคัญของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์

มาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึง เครื่องตีมแอลกอฮอล์	สาระสำคัญ
1. การกำหนดบริเวณ/สถานที่ ห้ามจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์	<p>ห้ามจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ในบริเวณ/สถานที่ดังต่อไปนี้ :</p> <ul style="list-style-type: none"> - วัดหรือสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา - สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลและร้านขายยา - สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร - หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก - สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ - สถานีบริการเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการเชื้อเพลิง - สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป - สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ เช่น ในบริเวณสถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่อยู่บนทางรถไฟ
2. การกำหนดวัน/เวลา ห้ามและ อนุญาตจำหน่ายเครื่องตีม แอลกอฮอล์	<p>ห้ามจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ในวันดังต่อไปนี้ :</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดวันห้ามขาย คือ วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษา <p>อนุญาตให้ขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ในเวลาดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดเวลาอนุญาตขาย คือ เวลา 11.00 - 14.00 น.

	และเวลา 17.00 - 24.00 น.
3. การกำหนดลักษณะผู้ที่ห้ามซื้อ/ ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่บุคคลดังต่อไปนี้ : - บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ - บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้
4. การจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้วิธีการหรือลักษณะ ดังต่อไปนี้ : - เครื่องอัตโนมัติ การเร่ขาย การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการ ส่งเสริมการขาย - ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การ ให้บริการ การชิงโชค หรือสิทธิประโยชน์อื่นแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ - แจก แลก ให้หรือแลกเปลี่ยนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือ สินค้าอื่น การแจกจ่ายใน ลักษณะเป็นสินค้าตัวอย่าง รวมทั้ง การกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะเป็นการบังคับซื้อ โดยตรง หรือทางอ้อม
5. การจำกัดสถานที่บริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานที่ดังต่อไปนี้ : - วัดหรือสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา - สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลและร้านขาย ยา - สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร - สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ - สถานบริการเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานบริการ เชื้อเพลิง - สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของ ประชาชนโดยทั่วไป - สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของ คณะกรรมการ เช่น ในบริเวณสถานีรถไฟ หรือในขบวนรถที่อยู่ บนทางรถไฟ

มาตรการทางภาษีและราคาเป็นหนึ่งในมาตรการที่มีประสิทธิผลและคุ้มค่าสูงที่สุดในการควบคุมปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นกลไกสำหรับการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมิติทางเศรษฐศาสตร์ โดยในพระราชกำหนด แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2556 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีหลายประการโดยระบุให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องเสียภาษีสรรพสามิตในอัตราทั้งตามมูลค่าและตามปริมาณ ซึ่งหมายความว่าระบบการจัดเก็บภาษีหนึ่งบวกหนึ่ง ระบุ ให้การเสียภาษีสุราตามมูลค่าใช้ฐานภาษีจากราคาขายส่งช่วงสุดท้าย และมีกำหนดเพดานภาษีทั้งตามมูลค่าและตามปริมาณ นอกจากนี้ มาตรการทางภาษียังเป็นเครื่องมือเชิงนโยบายที่สำคัญในการหารายได้เข้ารัฐ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับภาษีและราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น มีการใช้บังคับภายใต้กฎหมายหลายฉบับ ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญของมาตรการตามบทบัญญัติในพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต 2560 ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปสาระสำคัญของมาตรการด้านราคาและภาษี

มาตรการด้านราคา และภาษี	สาระสำคัญ
1.การจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยจัดเก็บแบบผสม โดยเก็บจากภาษีตามมูลค่าและภาษีตามปริมาณ
2. ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จะต้องเสียภาษี	แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. สุราแช่ (เบียร์, ไวน์, สปาร์กกลิ้งไวน์ที่ทำจากองุ่น) 2. สุรากลั่น (สุรขาว และชนิดอื่น ๆ) (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในตารางที่ 3)
3. ฐานภาษีของการเก็บภาษีตามมูลค่าและตามปริมาณ	1. ฐานภาษีของการเก็บภาษีตามมูลค่า คือ ราคาขายส่งช่วงสุดท้าย 2. ฐานภาษีของการเก็บภาษีตามปริมาณ คือ - ลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์หรือลิตรเครื่องดื่ม (เลือกลิตรที่สูงกว่า) - ลิตรเครื่องดื่ม (กรณีตีกรีกเกินกว่ากำหนด)
4. การกำหนดอัตราเพดานภาษี	ปัจจุบันเพดานภาษีตามปริมาณถูกปรับเพิ่มขึ้นเป็น 1,000-3,000 บาท และภาษีตามมูลค่าถูกปรับลดลงเป็น 30% (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในตารางที่ 3)

การแบ่งประเภทเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ และอัตราพิกัดเพดานภาษี ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต 2560 แสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การแบ่งประเภทเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ และอัตราพิกัดเพดานภาษี ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต 2560

		รายการเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ (กำหนดให้เสียภาษี ทั้งตามอัตราตามปริมาณ และตามมูลค่า)
ประเภท	สุราแช่	เปียร์ 1. ไม่เกิน 7 ดีกรี 2. 7 ดีกรีขึ้นไป
		ไวน์/สปาร์กกิ้งไวน์ 1. ไม่เกิน 15 ดีกรี ที่มีราคาขายส่งช่วงสุดท้ายไม่เกิน 600 บาท 2. ไม่เกิน 15 ดีกรี ที่มีราคาขายส่งช่วงสุดท้ายเกินกว่า 600 บาทขึ้นไป 3. 15 ดีกรีขึ้นไป
	สุราแช่อื่น ๆ และสุราแช่ พื้นเมือง	อื่น ๆ 1. ไม่เกิน 15 ดีกรี 2. 15 ดีกรีขึ้นไป
	สุรากลั่น	สุราขาว 1. ไม่เกิน 40 ดีกรี 2. 40 ดีกรีขึ้นไป
		สุรากลั่นอื่น ๆ 1. ไม่เกิน 45 ดีกรี 2. 45 ดีกรีขึ้นไป
		สุราสามทับ 1. สุราสามทับอุตสาหกรรม 2. สุราสามทับทางการแพทย์ 3. สุราสามทับอื่น ๆ

อัตราภาษี	เพดานภาษี สูงสุด	<p>สุราแช่ (ชนิดเบียร์)</p> <ol style="list-style-type: none"> ตามปริมาณ : 3,000 บาท/ลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ตามมูลค่า : ร้อยละ 30
		<p>สุราแช่ (ชนิดไวน์และสปาร์กลิ่งไวน์ที่ทาจากองุ่น)</p> <ol style="list-style-type: none"> ตามปริมาณ : 3,000 บาท/ลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ตามมูลค่า : ร้อยละ 30
		<p>สุราแช่ผลไม้ที่มีส่วนผสมขององุ่น</p> <ol style="list-style-type: none"> ตามปริมาณ : 3,000 บาท/ลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ตามมูลค่า : ร้อยละ 30
		<p>สุราแช่ (ชนิดอื่น ๆ)</p> <ol style="list-style-type: none"> ตามปริมาณ : 1,000 บาท/ลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ตามมูลค่า : ร้อยละ 30
		<p>สุรากลั่น (ชนิดสุราขาว)</p> <ol style="list-style-type: none"> ตามปริมาณ : 1,000 บาท/ลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ตามมูลค่า : ร้อยละ 30
		<p>สุรากลั่น (ชนิดอื่น ๆ)</p> <ol style="list-style-type: none"> ตามปริมาณ : 1,000 บาท/ลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ตามมูลค่า : ร้อยละ 30

2.7 มาตรการ/กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ของประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลีย

ในประเทศอังกฤษเดิมมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือ The Licensing Act 1964 ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีเนื้อหาในการควบคุมเกี่ยวกับสถานที่ เวลา และ

ตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังจากนั้นได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติต่าง ๆ เกี่ยวกับการอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเกี่ยวกับการอนุญาตของสถานบันเทิง เพื่อให้กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีแต่เดิมให้สอดคล้องกับกฎหมายและบริบทของประเทศในปัจจุบันมากขึ้น รัฐสภาจึงได้มีการออกกฎหมายฉบับใหม่ขึ้นมา คือ The Licensing Act 2003 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้ระบบใบอนุญาต เพื่อป้องกันอาชญากรรมและความสงบสุขของสาธารณะและประชาชน และเพื่อปกป้องเด็กและเยาวชนจากเหตุร้ายที่เกิดขึ้นจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมาตรการ/กฎหมายควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอังกฤษ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

ตารางที่ 4 สรุปสาระสำคัญของมาตรการ/กฎหมายควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอังกฤษ

มาตรการ/กฎหมายควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอังกฤษ	สาระสำคัญ
1. การกำหนดการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	<ul style="list-style-type: none"> - ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีในทุกสถานที่ - ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมา - ห้ามซื้อ/รับ หรือพยายามซื้อ/พยายามรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากคนเมาในสถานที่ที่ได้รับอนุญาต เช่น บาร์หรือคลับ - ห้ามบุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปี ซื้อหรือพยายามซื้อ และขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ - ห้ามผู้ใหญ่ซื้อหรือพยายามซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่อายุต่ำกว่า 18 ปี - ผู้ค้าปลีกสามารถสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับผู้ใหญ่ หากพบว่ามาพร้อมกับเด็กและคิดว่าการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่เด็ก
2. การกำหนดสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	<ul style="list-style-type: none"> - บุคคลที่มีอายุมากกว่า 18 ปี สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตและสถานที่สาธารณะได้ ยกเว้นพื้นที่ของเมืองที่มีคำสั่งคุ้มครองพื้นที่สาธารณะหรือ

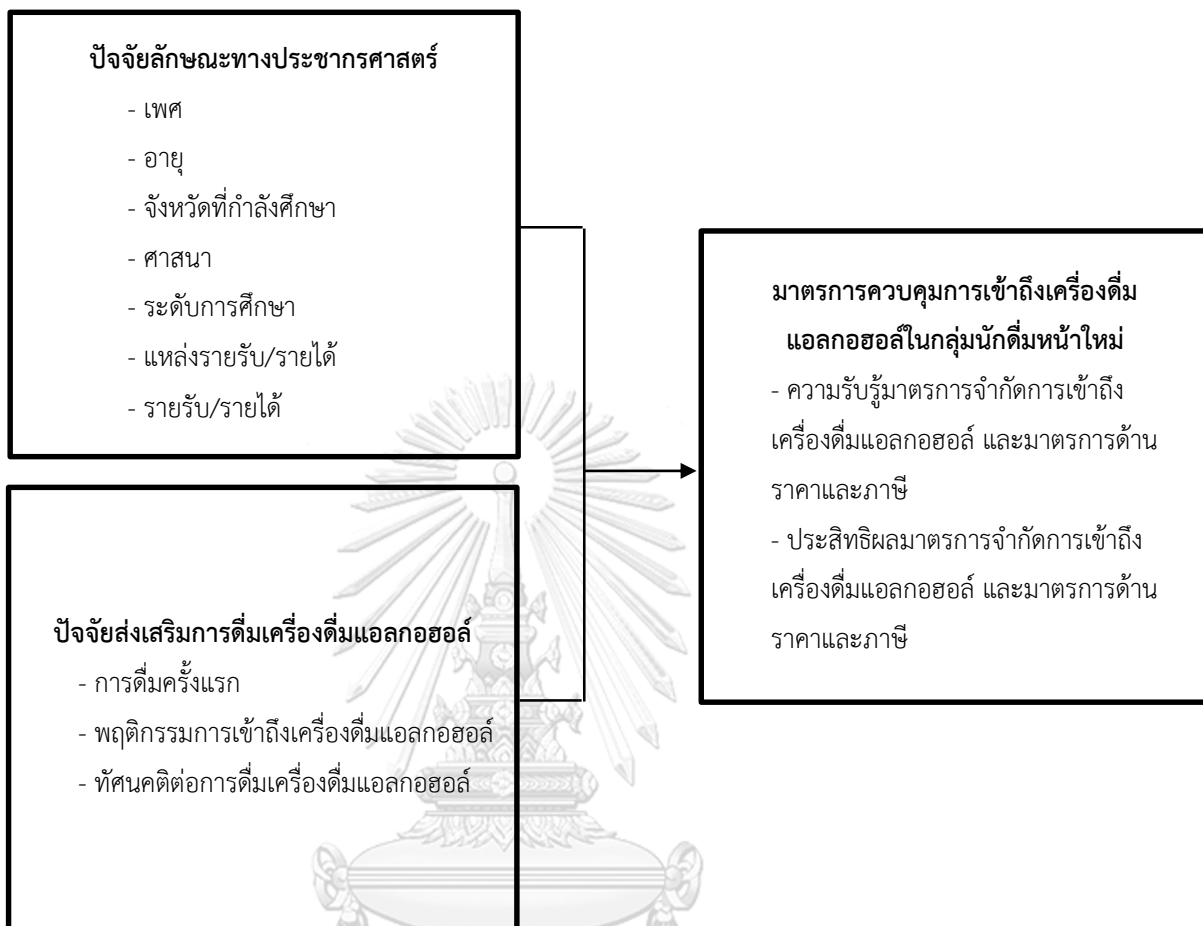
	<p>PSPO ซึ่งเป็นคำสั่งพิเศษที่อนุญาตให้ตำรวจหยุดยั้งคนจากการดื่มในบางพื้นที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ห้ามไม่ให้ผู้โดยสารดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือถือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในการใช้ขนส่งสาธารณะซึ่งรวมถึงรถบัส, รถราง, รถไฟใต้ดิน และรถไฟรางเบาสายดอคแลนด์ - บุคคลที่มีอายุมากกว่า 18 ปี สามารถดื่มและซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนรถไฟแห่งชาติได้ แต่อย่างไรก็ตามไม่สามารถดื่มหรือพกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนรถไฟในกรณีไปแข่งขันฟุตบอลหรือการแข่งขันกีฬาอื่น ๆ ในกรณีนี้จะมีการแจ้งเตือนล่วงหน้าเพื่อเตือนผู้โดยสาร
<p>3. การกำหนดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ห้ามบุคคลที่อายุต่ำกว่า 18 ปี บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ที่ได้รับอนุญาต หากไม่มีผู้ปกครองมาด้วย - บุคคลที่มีอายุ 16 หรือ 17 ปี และมีผู้ปกครองมาด้วย สามารถดื่มเบียร์ ไวน์ หรือไซเดอร์ พร้อมอาหารในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตได้ และมีผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อ - บุคคลที่อายุ 18 ปีขึ้นไป สามารถบริโภคเบียร์ ไวน์หรือไซเดอร์มากกว่า 16 ขวด หากกำลังรับประทานอาหารร่วมกันในสถานที่ที่ได้รับอนุญาต - บุคคลที่มีอายุ 5-16 ปี สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้านหรือในสถานที่ส่วนตัวอื่น ๆ ได้ หากมีผู้ปกครองอยู่ด้วย และได้รับการอนุญาต แต่โดยทางการแพทย์ไม่แนะนำให้บริโภค

สำหรับประเทศออสเตรเลีย มีกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แต่ละรัฐบัญญัติกฎหมายขึ้นเอง เพื่อกำหนดกฎเกณฑ์ควบคุมในเรื่องการจำหน่าย การจัดหา การออกใบอนุญาต และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประชาชน โดยการบัญญัติหลักเกณฑ์ควบคุมการบริโภคของแต่ละรัฐจะมีความคล้ายคลึงกัน แต่มีส่วนที่แตกต่างกันในประเด็นรายละเอียดปลีกย่อย เช่น อัตราค่าปรับ เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ที่ได้รับอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น โดยมาตรการ/กฎหมายควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศออสเตรเลียสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

ตารางที่ 5 สรุปสาระสำคัญของมาตรการ/กฎหมายควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ
ประเทศออสเตรเลีย

มาตรการ/กฎหมายควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศออสเตรเลีย	สาระสำคัญ
1. การกำหนดการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	<ul style="list-style-type: none"> - ห้ามซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัน Good Friday วัน Christmas ระหว่างเวลา 08.00 น. ถึง 21.00 น. - ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 18 ปี - ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมา - ห้ามบุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปี ซื้อและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ - ร้านค้าหรือบุคคลสามารถซื้อ รับ ครอบครอง หรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลที่อายุต่ำกว่า 18 ปี
2. การกำหนดสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	<ul style="list-style-type: none"> - บุคคลที่มีอายุมากกว่า 18 ปี สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านอาหารที่ได้รับใบอนุญาตให้จำหน่ายแอลกอฮอล์เพื่อบริโภคในร้าน - ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่สาธารณะเช่น ตามชายหาด สวนสาธารณะหรือตามท้องถนน การขนส่งสาธารณะ (รถโดยสาร, รถไฟ, รถราง, เครื่องบิน, แท็กซี่, เรือข้ามฟาก)
3. การกำหนดสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	<ul style="list-style-type: none"> - บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้านหรือในสถานที่ส่วนตัวอื่น ๆ ได้ หากมีผู้ปกครองอยู่ด้วยและได้รับการอนุญาต - บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกรณีที่มีการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ที่บ้านหรือในสถานที่ส่วนตัวอื่น ๆ ได้ หากมีผู้ปกครองอยู่ด้วยและได้รับการอนุญาต

2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “นักดื่มหน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey Research) ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) จากกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดรูปแบบของการดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิต นักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรีที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

2. กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต นักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรีที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งน่าจะมีจำนวนมากและผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาได้ ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้ จะกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบประชากร โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Cochran (1997) ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling)

สูตรคำนวณ

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

โดย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

p = สัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม โดยกำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.2

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ โดยที่ระดับความ

เชื่อมั่น 95%หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า $Z = 1.96$

e = ระดับความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ โดยกำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.05

ดังนั้น

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.2)(1-0.2)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 245.86 \text{ หรือ } 246 \end{aligned}$$

จากการคำนวณพบว่า ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 246 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการป้องกันความคาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 10% รวมทั้งหมดเป็น 272 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยประเด็นในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 8 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยแบบสอบถามมีลักษณะตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการดื่มครั้งแรก เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยแบบสอบถามมีลักษณะตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยแบบสอบถามมีลักษณะตรวจสอบรายการ (Check-List) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สำหรับข้อความเกี่ยวกับความถี่ของพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 4 ระดับ ดังนี้

4	หมายถึง	บ่อยที่สุด
3	หมายถึง	เป็นประจำ
2	หมายถึง	นาน ๆ ครั้ง
1	หมายถึง	ไม่เคยเลย

โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับของความถี่ของพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

3.26 – 4.00 หมายถึง มีพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยที่สุด

2.51 – 3.25 หมายถึง มีพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ

1.76 – 2.50 หมายถึง มีพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นาน ๆ ครั้ง

1.00 – 1.75 หมายถึง ไม่เคยมีพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องตี๋ม แอลกอฮอล์

ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert Scales ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เฉย ๆ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับของทศนคติต่อการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความเห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความเห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความเห็นเฉย ๆ
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนที่ 5 ความรับรู้และประสิทธิผลของมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 3 ระดับ โดยประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน คือ

1) ความรับรู้มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์

3	หมายถึง	รู้
2	หมายถึง	รู้บ้าง
1	หมายถึง	ไม่รู้

โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับของความรับรู้มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ดังนี้

2.34 – 3.00	หมายถึง	มีความรับรู้
1.67 – 2.33	หมายถึง	มีความรับรู้บ้าง
1.00 – 1.66	หมายถึง	ไม่มีความรับรู้

2) ประสิทธิภาพของมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3	หมายถึง	ได้ผล
2	หมายถึง	ไม่ได้ผล
1	หมายถึง	ไม่แน่ใจ

โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับของประสิทธิภาพของมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

2.34 – 3.00	หมายถึง	มีความได้ผล
1.67 – 2.33	หมายถึง	มีความไม่ได้ผล
1.00 – 1.66	หมายถึง	มีความไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 6 ความรู้และประสิทธิภาพของมาตรการด้านราคาและภาษี เป็นคำถามแบบปลายเปิด โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 3 ระดับ โดยประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน คือ

1) ความรู้มาตรการด้านราคาและภาษี

3	หมายถึง	รู้
2	หมายถึง	รู้บ้าง
1	หมายถึง	ไม่รู้

โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับของความรู้มาตรการด้านราคาและภาษี ดังนี้

2.34 – 3.00	หมายถึง	มีความรู้
1.67 – 2.33	หมายถึง	มีความรู้บ้าง
1.00 – 1.66	หมายถึง	ไม่มีความรู้

2) ประสิทธิภาพของมาตรการด้านราคาและภาษี

3	หมายถึง	ได้ผล
2	หมายถึง	ไม่ได้ผล
1	หมายถึง	ไม่แน่ใจ

โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับของประสิทธิภาพของมาตรการด้านราคาและภาษี ดังนี้

2.34 – 3.00	หมายถึง	มีความได้ผล
1.67 – 2.33	หมายถึง	มีความไม่ได้ผล
1.00 – 1.66	หมายถึง	มีความไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น เป็นคำถามแบบปลายปิด โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 3 ระดับ ดังนี้

3	หมายถึง	เห็นด้วย
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่แน่ใจ

โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับของความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น ดังนี้

2.34 – 3.00	หมายถึง	มีความเห็นด้วย
1.67 – 2.33	หมายถึง	มีความไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.66	หมายถึง	มีความไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 8 ข้อเสนอแนะของท่านต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาล ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด

3.3 การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ ตำรา งานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความทางวิชาการ เอกสารของทางราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วารสาร ข่าว ตลอดจนฐานข้อมูลออนไลน์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถามที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

3) ประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ โดยการหาค่าดัชนีความเหมาะสมระหว่างข้อคำถามกับลักษณะเฉพาะของเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) ตามวิธีการของ Rovinelli and Hambleton (1977) ดังนี้

ให้คะแนน +1 สำหรับข้อคำถามที่สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด

ให้คะแนน 0 สำหรับข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด

ให้คะแนน -1 สำหรับข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัด

พิจารณาข้อคำถามที่มีค่า IOC ไม่น้อยกว่า 0.60 หากข้อคำถามใดมีค่าต่ำกว่า 0.60 นำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญให้สมบูรณ์

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรีที่ขี่มอเตอร์ไซด์แอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา แล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามการวิจัย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา งานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความทางวิชาการ เอกสารของทางราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วารสาร ข่าว ตลอดจนฐานข้อมูลออนไลน์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เช่น พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551, อนุบัญญัติที่ออกตามความแห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นต้น

3.5 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 272 คน มาดำเนินการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ด้วยวิธีทางสถิติ คือ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ จังหวัดที่กำลังศึกษา ศาสนา ระดับการศึกษา แหล่งรายรับ/รายได้ และรายรับ/รายได้ และปัจจัยส่งเสริมการขี่มอเตอร์ไซด์แอลกอฮอล์ของกลุ่มนักขี่มอเตอร์ไซด์หน้าใหม่ ได้แก่ การขี่ครั้งแรก พฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทัศนคติต่อการขี่มอเตอร์ไซด์แอลกอฮอล์ รวมถึงมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ความรู้มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการด้านราคาและภาษี และประสิทธิผลมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการด้านราคาและภาษี โดยการอธิบายค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอในรูปแบบตาราง

บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “นักดื่มหน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey Research) ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) จากกลุ่มเป้าหมายโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้ด้วยตนเอง ซึ่งผลการวิจัยได้ถูกนำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไป
2. ข้อมูลการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก
3. พฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 4.ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
5. ความรับรู้และประสิทธิผลของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
6. ความรับรู้และประสิทธิผลของมาตรการด้านราคาและภาษี
7. ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น

4.1. ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	107	39.34
หญิง	147	54.04
เพศทางเลือก	18	6.62
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง 147 คน คิดเป็นร้อยละ 54.04 รองลงมาคือเพศชาย 107 คน และเพศทางเลือก 18 คน คิดเป็นร้อยละ 39.34 และ 6.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
16-18 ปี	82	30.15
19-21 ปี	93	34.19
22-24 ปี	96	35.29
25 ปีขึ้นไป	1	0.37
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 22-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.29 ซึ่งใกล้เคียงกับช่วงอายุ 19-21 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.19 และน้อยที่สุดคือช่วงอายุ 25 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.37

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดที่กำลังศึกษา

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	6	2.20
กาญจนบุรี	14	5.14
ขอนแก่น	62	22.79
ฉะเชิงเทรา	1	0.36
ชลบุรี	35	12.86
เชียงใหม่	13	4.77
นครนายก	18	6.61
นครปฐม	26	9.58
นนทบุรี	17	6.29
ประจวบคีรีขันธ์	8	2.94
พระนครศรีอยุธยา	3	1.10

มุกดาหาร	1	0.36
ระยอง	1	0.36
ศรีสะเกษ	23	8.45
สระบุรี	23	8.45
สุรินทร์	2	0.73
หนองคาย	1	0.36
อุดรธานี	1	0.36
อุบลราชธานี	17	6.29
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดที่กำลังศึกษา พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในจังหวัดขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 22.79 รองลงมาคือ จังหวัดชลบุรี คิดเป็นร้อยละ 12.86 และจังหวัดนครปฐม คิดเป็นร้อยละ 9.58 สำหรับจังหวัด ฉะเชิงเทรา, จังหวัดมุกดาหาร, จังหวัดระยอง, จังหวัดหนองคาย และจังหวัดอุดรธานี มีกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่กำลังศึกษาอยู่น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.36 ซึ่งข้อมูลดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มนักดื่มหน้าใหม่แท้จริงแล้วเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดมากกว่าพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล ดังนั้นผู้กำหนดนโยบายจึงควรพิจารณาโยบายให้ครอบคลุมทุกจังหวัดในภาพรวมระดับประเทศ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คริสต์	27	9.93
พุทธ	222	81.62
อิสลาม	2	0.74
ไม่นับถือศาสนา	21	7.72
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามศาสนา พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 81.62 รองลงมาคือศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 9.93 ซึ่งใกล้เคียงกับผู้ที่ไม่นับถือศาสนา คิดเป็นร้อยละ 7.72

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย	1	0.37
อนุปริญญา	86	31.62
ปริญญาตรี	185	68.01
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.01 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 31.62 และมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 0.37

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งรายรับ/รายได้

แหล่งรายรับ/รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ่อแม่ ผู้ปกครอง	188	69.12
การประกอบอาชีพด้วยตนเอง	63	23.16
ทุนการศึกษาหรือกู้ยืมเรียน	17	6.25
อื่น ๆ	4	1.47
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งรายรับ/รายได้ พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่มีแหล่งรายรับ/รายได้มาจากผู้ปกครอง คิดเป็นร้อยละ 69.12 รองลงมาคือประกอบอาชีพด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 23.16 และทุนการศึกษาและอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 6.25 และ 1.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายรับ/รายได้

รายรับ/รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	11	4.04
3,000-5,000 บาท	84	30.88
5,001-8,000 บาท	104	38.24
8,001-10,000 บาท	29	10.66
10,000 บาทขึ้นไป	44	16.18
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายรับ/รายได้ พบว่า กลุ่มนักตีหม่าใหม่ส่วนใหญ่มีรายรับ/รายได้ระหว่าง 5,001-8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.24 รองลงมาคือ 3,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.88 ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละเพียง 4.04 และผู้ที่มีรายรับ/รายได้มากกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.18 ข้อค้นพบดังกล่าวบ่งชี้ให้เห็นถึงฐานะทางสังคมของกลุ่มนักตีหม่าใหม่ที่ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากมีข้อมูลภูมิหลังในตารางที่ 8 ที่บ่งบอกว่ากลุ่มนักตีหม่าใหม่ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดมากกว่าพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล สะท้อนให้เห็นถึงค่าครองชีพของกลุ่มนักตีหม่าใหม่ในต่างจังหวัด

4.2 ข้อมูลการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ครั้งแรก

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุที่ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ครั้งแรก

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 12 ปี	50	18.38
12-15 ปี	130	47.79
16-18 ปี	80	29.41
19-21 ปี	6	2.21
22-24 ปี	1	0.37

25 ปีขึ้นไป	5	1.84
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกในช่วงอายุระหว่าง 12-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.79 รองลงมาคือช่วงอายุ 16-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.41 ส่วนช่วงอายุที่น้อยที่สุดคือ 22-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.37 ซึ่งใกล้เคียงกับผู้เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกตอนอายุ 25 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.84 โดยกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกในช่วงอายุระหว่าง 12-15 ปี ถือว่าเป็นช่วงอายุประมาณของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมต้น ซึ่งข้อค้นพบในงานวิจัยพบว่าช่วงอายุที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกต่ำกว่าผลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ.2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่พบว่า นักดื่มหน้าใหม่ที่เป็นเยาวชนมีอายุเฉลี่ยตอนเริ่มดื่มอยู่ที่ 16.70 ปี ขณะที่ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของพินดา นามจันดี (2550) ที่พบว่า อายุของเยาวชนโดยเฉลี่ยที่เริ่มดื่มแอลกอฮอล์ คือ 14.2 ปี โดยอายุน้อยที่สุดที่ดื่มคือ 10 ปี และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพงษ์ศักดิ์ อ้นมอย (2553) ที่พบว่า อายุที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของเยาวชนอยู่ระหว่าง 7 - 23 ปี อายุเฉลี่ย 16.17 ปี และเยาวชนชายส่วนใหญ่เริ่มดื่มครั้งแรก เมื่ออายุ 15 ปี ร้อยละ 26.8 ส่วนเยาวชนหญิงส่วนใหญ่เริ่มดื่มครั้งแรกอายุ 15 ปี ร้อยละ 21.9 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่อายุน้อยมาก รวมถึงสะท้อนให้เห็นว่าทั้งสถาบันครอบครัวและสถาบันทางการศึกษาควรที่จะให้ความรู้กับกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ในช่วงอายุนี้ให้มาก เพื่อที่จะส่งเสริมให้กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น หากรัฐต้องการจะเข้าแทรกแซงพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ เพื่อชะลอการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนวัยอันควร จึงควรที่จะเริ่มต้นในช่วงอายุระหว่าง 12-15 ปี

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่ตีครั้งแรก

ชนิดเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหล้าสี (เหล้าแดง)	47	17.28
เหล้าขาว	9	3.31
วิสกี้	3	1.10
บรันดี	0	0.00
เบียร์	144	52.94
ไวน์	39	14.34
ยาตองเหล้า	7	2.57
เหล้าเถื่อน/เหล้าพื้นบ้าน/อุ/กระแช่/สาโท	5	1.84
เหล้าจีน/เซียงซุน/เหมาไถ	0	0.00
จำไม่ได้	14	5.15
อื่น ๆ	4	1.47
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่ตีครั้งแรก พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ตีเบียร์เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 52.94 รองลงมาคือตีเหล้าสี(เหล้าแดง)เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 17.28 รองลงมาคือตีไวน์เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 14.34 ส่วนบรันดีและเหล้าจีน/เซียงซุน/เหมาไถ กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ไม่เคยตีเป็นครั้งแรกเลย ซึ่งในบรรดาชนิดของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ เบียร์ เป็นเครื่องตีที่มีความสำคัญต่อกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เป็นอย่างมาก ซึ่งมากกว่าเหล้าสีและเครื่องตีชนิดอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของพนิดา นามจันดี (2549) ที่พบว่า เครื่องตีที่เยาวชนทดลองตีครั้งแรกส่วนใหญ่เป็นเบียร์ สอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์ศักดิ์ อ้นมอย (2553) ที่พบว่า เครื่องตีที่ตีครั้งแรกของทั้งเยาวชนชายและเยาวชนหญิง ส่วนใหญ่ตีเบียร์ รองลงมาคือเหล้า และ สอดคล้องกับงานวิจัยของอังสุมาลิน จันทรมณี และคณะ (2560) ที่พบว่า ประเภทของเครื่องตี

แอลกอฮอล์ที่กลุ่มวัยรุ่นหญิงดื่มมากที่สุด คือ เบียร์ และน้ำผลไม้ผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามลำดับ ดังนั้น มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ จึงควรพิจารณาควบคุมเครื่องดื่มชนิด เบียร์ เป็นลำดับแรก โดยการเข้าแทรกแซงผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดดังกล่าว เนื่องจากมีข้อมูลสถิติที่บ่งชี้ว่าเบียร์ เป็นเครื่องดื่มที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เลือกดื่มมากที่สุด และผลจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มีแนวโน้มที่จะเข้าถึงเบียร์ได้มากต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้สึกที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก

ความรู้สึกที่ดื่มครั้งแรก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชอบ	105	38.60
ไม่ชอบ	33	12.13
เฉย ๆ	134	49.26
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้สึกที่ดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่รู้สึกเฉย ๆ เมื่อได้ดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 49.26 รองลงมาคือชอบ คิดเป็นร้อยละ 38.60 และไม่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 12.13 ซึ่งข้อค้นพบจากงานวิจัยพบว่า การที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มีความรู้สึกต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก คือ เฉย ๆ มากที่สุด นั้นหมายความว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่อาจจะไม่ได้รู้สึกชอบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอาจจะไม่มีแนวโน้มที่จะไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อ ดังนั้น การแทรกแซงพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ ผู้วิจัยมองว่า มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยครั้งแรก

ผู้ที่ดื่มด้วยครั้งแรก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนรัก	5	1.84
จำไม่ได้	7	2.57
ญาติ	29	10.66

ดื่มคนเดียว	29	10.66
พ่อแม่	17	6.25
พี่น้อง	18	6.62
เพื่อน	147	54.04
รุ่นพี่	20	7.35
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยครั้งแรก พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 54.04 รองลงมาคือดื่มกับญาติซึ่งเท่ากับดื่มคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 10.66 ส่วนกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ ส่วนน้อยจำไม่ได้ว่าดื่มกับใครและดื่มกับคนรัก คิดเป็นร้อยละ 2.57 และ 1.84 ตามลำดับ ผลการวิจัย สะท้อนให้เห็นว่า เพื่อน เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ ซึ่งหมายความว่า สถาบันการศึกษาเป็นสถานที่ที่มีอิทธิพลในการทำให้นักดื่มหน้าใหม่เข้ามา เนื่องจากเป็นสถานที่ที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเพื่อน กลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้อง ฯลฯ ซึ่งหากไม่มีอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบันการศึกษา ก็อาจจะไม่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของจินตนา วงศ์วาน (2548) ที่พบว่า นักเรียนที่มีเพื่อนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสเสี่ยงที่จะดื่มแอลกอฮอล์มากถึง 7.77 เท่า ของนักเรียนที่ไม่มีเพื่อนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับการศึกษาของปราณี ทองคำ และคณะ (2549) ที่พบว่า วัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น 1 คน มีความน่าจะเป็นที่จะดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นถึง 1.2 เท่า และสอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร สุขเวช (2552) ที่พบว่า ผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนในระดับสูงจะมีโอกาสดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนในระดับต่ำ 5.3 เท่า เนื่องจากเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมาก นั้นหมายความว่า หากรัฐต้องการจะแทรกแซงพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ในเชิงพื้นที่ จึงควรจะไปไปที่สถาบันการศึกษามากกว่าที่บ้าน ถึงแม้ว่าข้อมูลจะบ่งชี้ว่าพ่อแม่ก็มีอิทธิพลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ แต่จากสถิติพบว่า พ่อแม่มีอิทธิพลน้อยกว่าเพื่อนต่อการตัดสินใจดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของนักดื่มหน้าใหม่

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ครั้งแรก

สถานที่ดื่มครั้งแรก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน/หอพักของตนเอง	109	40.07
บ้าน/หอพักของเพื่อน	118	43.38
ร้านอาหาร	4	1.47
สถานบันเทิง ผับ/บาร์	10	3.68
ห้างสรรพสินค้า	0	0.00
สวนสาธารณะ/แหล่งท่องเที่ยว	7	2.57
จำไม่ได้	20	7.35
อื่น ๆ	4	1.48
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เลือกที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกที่บ้าน/หอพักของเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 43.38 ซึ่งใกล้เคียงกับผู้ที่ดื่มครั้งแรกที่บ้าน/หอพักของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 40.07 รองลงมาคือจำไม่ได้ว่าดื่มที่ไหน คิดเป็นร้อยละ 7.35 และไม่มีกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่คนไหนดื่มครั้งแรกที่ห้างสรรพสินค้าเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว พบว่า บ้าน/หอพักของเพื่อน เป็นสถานที่ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เลือกที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก ซึ่งเชื่อมโยงกับข้อค้นพบในตารางที่ 16 ที่พบว่า เพื่อน เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ นอกจากนี้ ข้อค้นพบยังสะท้อนให้เห็นว่า บ้าน/หอพัก ซึ่งถือได้ว่าเป็นสถานที่ที่มีความเป็นส่วนตัว และยังเป็นสถานที่ที่เกิดการดื่มครั้งแรกมากที่สุดอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้น การแทรกแซงพฤติกรรม การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่จึงควรพิจารณาบ้านหรือหอพักเป็นลำดับแรก เนื่องจากมาตรการควบคุมฯ ที่ผ่านมามุ่งเน้นไปที่การควบคุมสถานบันเทิง ผับ/บาร์ ร้านอาหาร ซึ่งมีข้อมูลบ่งชี้ว่าสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เลือกที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับบ้านหรือหอพัก รัฐจึงควรเลือกกระทำให้ถูกจุด เพื่อให้การควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก

เหตุผลในการดื่มครั้งแรก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อยากทดลอง	124	45.58
ถูกชักชวนโดยพ่อแม่	14	5.15
ถูกชักชวนโดยพี่น้อง ญาติ	41	15.07
ถูกชักชวนโดยเพื่อนหรือรุ่นพี่	113	41.54
ถูกชักชวนโดยคนรัก	6	2.21
เครียด/ก্লุ้มใจ/ผิดหวัง	12	4.41
อื่น ๆ	4	1.47

จากตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการดื่มครั้งแรกคืออยากทดลอง คิดเป็นร้อยละ 45.58 รองลงมาคือถูกชักชวนโดยเพื่อนหรือรุ่นพี่ คิดเป็นร้อยละ 41.54 รองลงมาคือถูกชักชวนโดยพี่น้อง ญาติ คิดเป็นร้อยละ 15.07 ส่วนเหตุผลการถูกชักชวนโดยคนรักถือว่ามีผู้ตอบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.21 ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์ศักดิ์ อ้นมอย (2553) ที่พบว่า เยาวชนหญิงส่วนใหญ่เริ่มดื่มครั้งแรกด้วยเหตุผล คือ อยากรู้อยากลองและเพื่อนชักชวนมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2557) ที่พบว่า สาเหตุการดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของนักเรียนทั้งเพศชายและเพศหญิงเนื่องจากอยากลอง และกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนเป็นสัดส่วนมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของอังสุมาลิน จันทร์มณี และคณะ (2560) ที่พบว่า สาเหตุที่ดื่มครั้งแรกของกลุ่มวัยรุ่นหญิง คือ อยากลอง

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่มาของดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก

แหล่งที่มาของเครื่องดื่มครั้งแรก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้มาจากบ้านตนเอง	53	19.49
ซื้อจากร้านขายของชำ	96	35.29

ซื้อและดื่มในร้านอาหาร/ผับ/บาร์	15	5.51
เพื่อนหรือรุ่นพี่จัดมาให้	79	29.04
อื่น ๆ	29	10.67
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่มาของดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ได้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกมาโดยการซื้อจากร้านขายของชำ คิดเป็นร้อยละ 35.29 รองลงมาคือเพื่อนหรือรุ่นพี่จัดมาให้ คิดเป็นร้อยละ 29.04 รองลงมาคือได้มาจากบ้านตนเอง และได้มาจากแหล่งอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 19.49 และ 10.67 ตามลำดับ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตติยา บัวสอน (2555) ที่พบว่า ร้านขายของชำเป็นสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลายเป็นสินค้าที่สามารถหาซื้อได้ง่ายในเกือบทุกสถานที่ และยังมีให้เลือกหลากหลายประเภท ประกอบกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีราคาที่ไม่แพงมาก จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างหันมาบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายและสะดวกขึ้น และอาจทำให้เกิดความถี่ในการดื่มมากขึ้น

4.3 พฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 12 เดือนที่ผ่านมา

ความบ่อยในการดื่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวันหรือเกือบทุกวัน	10	3.68
1-2 วัน/สัปดาห์	118	43.38
1-3 วัน/สัปดาห์	55	20.22
นาน ๆ ครั้ง	89	32.72
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 1-2 วัน ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 43.38 รองลงมาคือนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ

ละ 32.72 ส่วนผู้ที่ดื่ม 1-3 วัน ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.22 และผู้ที่ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 3.68

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชอบดื่มในปัจจุบัน

เครื่องดื่มที่ชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหล้าสี (เหล้าแดง)	36	13.24
เหล้าขาว	5	1.84
วิสกี้	3	1.10
บรันดี	2	0.74
เบียร์	184	67.65
ไวน์	29	10.66
ยาตองเหล้า	0	0.00
เหล้าเถื่อน/เหล้าพื้นบ้าน/อุ/กระแช่/สาโท	0	0.00
เหล้าจีน/เซียงซุน/เหมาไถ	0	0.00
อื่น ๆ	13	4.77
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชอบดื่มในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ชอบดื่มเบียร์มากที่สุดในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 67.65 รองลงมาคือ เหล้าสี (เหล้าแดง) และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 13.24 และ 4.77 ตามลำดับ สำหรับยาตองเหล้า เหล้าเถื่อน/เหล้าพื้นบ้าน/อุ/กระแช่/สาโท และเหล้าจีน/เซียงซุน/เหมาไถ กลับพบว่าไม่มีกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ชอบเลย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวเชื่อมโยงและสอดคล้องกับข้อค้นพบในตารางที่ 14 ที่พบว่า เบียร์ ยังคงเป็นเครื่องดื่มที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เลือกดื่มในปัจจุบันมากที่สุด ซึ่งมากกว่าเหล้าสีและเครื่องดื่มชนิดอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด แม้ว่า

ระยะเวลาจากการตีครั้งแรกจะผ่านไประยะหนึ่ง แต่เปียร์ ยังคงมีอิทธิพลต่อการตีเครื่องตี แอลกอฮอล์ของกลุ่มนักตีหน้าใหม่อยู่

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในปัจจุบัน

เหตุผลที่ตีในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความสุขที่ได้ตี	117	43.01
ตีเพื่อเข้าสังคม	100	36.76
ซื้อหาได้ง่าย	37	13.60
อื่น ๆ	18	6.63
รวม	272	100.00

จากตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มนักตีหน้าใหม่ส่วนใหญ่เลือกที่จะตีแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน เนื่องจากมีความสุขที่ได้ตี คิดเป็นร้อยละ 43.01 รองลงมาคือตีเพื่อเข้าสังคม และซื้อหาได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 36.76 และ 13.60 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีเหตุผลที่มาจากส่วนอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 6.63 ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว พบว่า กลุ่มนักตีหน้าใหม่มีความสุขที่ได้ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน เหตุผลดังกล่าว มาจากแรงผลักดันภายในของบุคคลที่ส่งผลให้บุคคลตัดสินใจที่จะตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับตารางที่ 15 ที่พบว่า การที่กลุ่มนักตีหน้าใหม่มีความรู้สึกต่อการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ครั้งแรก คือ เฉย ๆ มากที่สุด แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไป กลุ่มนักตีหน้าใหม่กลับมีความสุขที่ได้ตี สะท้อนให้เห็นว่ามีพื้นที่สำหรับการเข้าแทรกแซงพฤติกรรม การเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักตีหน้าใหม่ เพื่อสกัดกลุ่มนักตีหน้าใหม่ในการเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์ ซึ่งหากไม่มีการแทรกแซงอาจจะส่งผลให้กลุ่มนักตีหน้าใหม่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

ตารางที่ 23 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แหล่งขาย

การเดินทาง	ความถี่				รวม
	บ่อยที่สุด	เป็นประจำ	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย	
เดิน	20.96	39.71	21.69	17.65	100.00
รถจักรยานยนต์	40.81	40.07	14.34	4.78	100.00
รถยนต์	9.93	6.62	39.71	43.75	100.00
รถโดยสารประจำทาง	0.37	0.37	34.93	64.34	100.00

จากตารางที่ 23 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แหล่งขาย พบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่มักจะเดินไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 39.71 สำหรับการไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรถจักรยานยนต์นั้นพบว่าบ่อยที่สุดและเป็นประจำใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 40.81 และ 40.07 ตามลำดับ ทางด้านผู้ที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยขั้รถยนต์นั้นส่วนใหญ่ไม่เคย คิดเป็นร้อยละ 43.75 ซึ่งสอดคล้องกับผู้ที่นั่งรถโดยสารประจำทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยส่วนใหญ่ไม่เคยเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 64.34

ตารางที่ 24 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 12 เดือนที่ผ่านมา

สถานที่ซื้อ	ความถี่				รวม
	บ่อยที่สุด	เป็นประจำ	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย	
ร้านมินิมาร์ท	38.60	33.09	16.18	12.13	100.00
ร้านขายของชำ	47.79	26.10	16.54	9.56	100.00
ห้างสรรพสินค้า	12.50	16.18	31.62	39.71	100.00
สถานบันเทิง	9.93	10.29	40.07	39.71	100.00
ร้านอาหาร	2.57	7.72	42.65	47.06	100.00

ร้านคาราโอเกะ	0.74	0.74	39.34	59.19	100.00
ซุ้มยาตอง	1.47	0.37	39.71	58.46	100.00
ลานเปียร์	3.31	2.57	47.79	46.32	100.00

จากตารางที่ 24 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ความถี่ของแต่ละสถานที่ที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใน 12 เดือนที่ผ่านมา นั้นร้านมินิมาร์ทและร้านขายของชำ กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มีความถี่ในการไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.60 และ 47.79 ตามลำดับ นอกจากนี้ สถานบันเทิงและลานเปียร์เป็นตัวเลือกที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เลือกซื้อชื้อนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.07 และ 47.79 ตามลำดับ อีกทั้งยังพบว่าห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ร้านคาราโอเกะ และซุ้มยาตอง เป็นตัวเลือกที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ไม่เคยไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย คิดเป็นร้อยละ 39.71 ร้อยละ 47.06 ร้อยละ 59.19 และร้อยละ 58.46 ตามลำดับ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวเชื่อมโยงและสอดคล้องกับข้อค้นพบในตารางที่ 19 โดยร้านขายของชำ ยังคงเป็นสถานที่ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด แม้ว่าระยะเวลาจะผ่านไประยะหนึ่งจากการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านขายของชำเพื่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครั้งแรกก็ตาม

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา

สถานที่ดื่ม แอลกอฮอล์	ความถี่				รวม
	บ่อยที่สุด	เป็นประจำ	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย	
บ้าน/หอพักตนเอง	52.94	19.12	18.01	9.93	100.00
บ้าน/หอพักของเพื่อน	46.69	21.32	22.06	9.93	100.00
สถานบันเทิง/ผับ/บาร์	17.65	8.46	38.97	34.93	100.00
ร้านอาหาร	11.03	8.09	38.24	42.65	100.00
ร้านคาราโอเกะ	1.10	0.00	41.91	56.99	100.00
ซุ้มยาตอง/ซุ้มขาย เหล้า	1.10	0.74	40.44	57.72	100.00

โรงแรม รีสอร์ท	0.74	0.00	42.65	56.62	100.00
ลานเบียร์	3.31	2.57	48.53	45.59	100.00

จากตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่า บ้าน/หอพักตนเอง และบ้าน/หอพักของเพื่อน เป็นตัวเลือกที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ดื่มบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.94 และ 46.69 ตามลำดับ สำหรับสถานบันเทิง/ผับ/บาร์ และลานเบียร์เป็นตัวเลือกที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ไปดื่มมานาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.97 และ 48.53 ตามลำดับ นอกจากนี้ร้านอาหาร ร้านคาราโอเกะ ซุ้มยาตอง/ซุ้มขายเหล้า และโรงแรม รีสอร์ท เป็นตัวเลือกที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ไม่เคยไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 42.65 ร้อยละ 56.99 ร้อยละ 57.72 และ ร้อยละ 56.62 ตามลำดับ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวเชื่อมโยงและสอดคล้องกับข้อค้นพบในตารางที่ 17 ที่พบว่า บ้าน/หอพัก ยังคงเป็นสถานที่ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เลือกที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด โดยข้อค้นพบที่สอดคล้องกันของทั้ง 2 ตาราง เป็นข้อบ่งชี้ที่แสดงให้เห็นว่า รัฐควรมุ่งพิจารณาควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักดื่มหน้าใหม่ที่บ้านหรือหอพักมากกว่าสถานที่อื่น ๆ

4.4 ทักษะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตารางที่ 26 ทักษะของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทัศนคติ	ระดับทัศนคติ					รวม	M	S.D.
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด			
1. การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติของคนธรรมดาทั่วไป	111 (40.81)	102 (37.50)	46 (16.91)	6 (2.21)	7 (2.57)	272 (100.00)	4.118	0.9415
2. การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เข้ากับกลุ่มเพื่อนได้	100 (36.76)	93 (34.19)	57 (20.96)	11 (4.04)	11 (4.04)	272 (100.00)	3.956	1.0512
3. การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีความกล้าและมีความมั่นใจใน	94 (34.56)	93 (34.19)	55 (20.22)	18 (6.62)	12 (4.41)	272 (100.00)	3.879	1.0951

ตนเองมากขึ้น								
4.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีความสุข	87 (31.99)	96 (35.29)	72 (26.47)	7 (2.57)	10 (3.68)	272 (100.00)	3.893	1.0054
5.เมื่อเห็นพ่อแม่ผู้ปกครองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท่านจึงเลียนแบบพฤติกรรม	71 (26.10)	67 (24.63)	65 (23.90)	35 (12.87)	34 (12.50)	272 (100.00)	3.390	1.3318
6.ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถเก็บออมไว้เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอย่างอื่นได้	111 (40.81)	89 (32.72)	63 (23.16)	3 (1.10)	6 (2.21)	272 (100.00)	4.088	0.9369
7.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่าโทษ	8 (2.94)	21 (7.72)	79 (29.04)	75 (27.57)	89 (32.72)	272 (100.00)	2.206	1.0738
8.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักจะส่งผลเสียต่อสุขภาพ	104 (38.24)	89 (32.72)	69 (25.37)	3 (1.10)	7 (2.57)	272 (100.00)	4.029	0.9562
9.วัยรุ่นสมัยใหม่ต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	60 (22.06)	62 (22.79)	99 (36.40)	23 (8.46)	28 (10.29)	272 (100.00)	3.379	1.2119
10.การปฏิเสธการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนลดลง	58 (21.32)	65 (23.90)	89 (32.72)	24 (8.82)	36 (13.24)	272 (100.00)	3.313	1.2719
ค่าเฉลี่ยรวม							3.625 (เห็นด้วย)	0.7889

จากตารางที่ 26 ทักษะคติของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.625 ซึ่งหากพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่ากลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เห็นด้วยมากที่สุดต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าเป็นเรื่องปกติของคนธรรมดาทั่วไป การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เข้ากับกลุ่มเพื่อนได้ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีความกล้าและมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น เมื่อเห็นพ่อ แม่ ผู้ปกครองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงเลียนแบบพฤติกรรม ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถเก็บออมไว้เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอย่างอื่นได้ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักจะส่งผลเสียต่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 40.81 ร้อยละ 36.76 ร้อยละ 34.56 ร้อยละ 26.10 ร้อยละ 40.81 และ ร้อยละ 38.24 ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีความสุข คิดเป็นร้อยละ 35.29 สำหรับกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เฉย ๆ ว่าวัยรุ่นสมัยใหม่ต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการปฏิเสธการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อน จะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนลดลง คิดเป็นร้อยละ 36.40 และ 32.72 ตามลำดับ และกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ไม่เห็นด้วยมากที่สุดว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่าโทษ คิดเป็นร้อยละ 32.72 ซึ่งข้อค้นพบที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มีความเห็นรุนแรงต่อข้อคำถาม ประกอบไปด้วยข้อคำถามที่ 1.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติของคนธรรมดาทั่วไป กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.81 และเห็นด้วยมาก คิดเป็นร้อยละ 37.50 ซึ่งเมื่อนำผลมารวมกันจะสะท้อนให้เห็นถึงค่าร้อยละที่สูง นั่นหมายความว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่มองการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องธรรมดา และข้อคำถามที่ 6.ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถเก็บออมไว้เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอย่างอื่นได้ กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.81 และเห็นด้วยมาก คิดเป็นร้อยละ 32.72 ซึ่งเมื่อนำผลมารวมกันจะสะท้อนให้เห็นถึงค่าร้อยละที่สูง นั่นหมายความว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่มีความรับรู้ว่าการเก็บออมเงินไว้ใช้สำหรับสิ่งที่จำเป็นน่าจะเป็นสิ่งที่มีประโยชน์มากกว่าการนำเงินไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อคำถามที่ 1.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติของคนธรรมดาทั่วไป แสดงถึงว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่อาจจะไม่ได้อยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากนัก เนื่องจากเงินที่จะนำไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้มากกว่า และสอดคล้องกับข้อคำถามที่ 4.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีความสุข กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่อาจจะไม่ได้มีความสุขกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากถึงขนาดที่มองว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ให้ความบันเทิง รื่นรมย์ แต่มองว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยที่เป็นเรื่องธรรมดามากกว่า นอกจากนี้ ในข้อคำถามที่ วัยรุ่นสมัยใหม่ต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่รู้สึกเฉย ๆ กับข้อคำถามนี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.40 นั่นหมายความว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มองว่าวัยรุ่นไม่จำเป็นต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งหากมีการแทรกแซงพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่

อาจจะมีนักตี๋หน้าใหม่จำนวนหนึ่งเลือกที่จะไม่ตี๋เครื่องตี๋แอลกอฮอล์ต่อ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญพัทธ์ มุ่งคุณค่าชาว (2552) และงานวิจัยของอัญชลี เหมชะญาติ (2554) ที่พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการตี๋เครื่องตี๋แอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ตี๋เครื่องตี๋แอลกอฮอล์ เนื่องจากทัศนคติเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจและการแสดงออก

4.5 ความรับรู้และประสิทธิผลของมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี๋แอลกอฮอล์

ตารางที่ 27 ความรับรู้ของกลุ่มนักตี๋หน้าใหม่ต่อมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี๋ แอลกอฮอล์

ความรับรู้มาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึง เครื่องตี๋แอลกอฮอล์	ความรับรู้			รวม	M	S.D.
	ใช่	รู้ง้าง	ไม่รู้			
1. การขายและตี๋เครื่องตี๋แอลกอฮอล์ในวัด หรือสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา ถือว่า ผิดกฎหมาย	163 (59.93)	92 (33.82)	17 (6.25)	272 (100.00)	2.537	0.6124
2. การขายและตี๋เครื่องตี๋แอลกอฮอล์ใน สถาน บริการ สาธารณะ สุข ของ รัฐ สถานพยาบาลและร้านขายยา ถือว่า ผิด กฎหมาย	157 (57.72)	99 (36.40)	16 (5.88)	272 (100.00)	2.518	0.6072
3. การขายและตี๋เครื่องตี๋แอลกอฮอล์ใน สถานที่ราชการถือว่า ผิดกฎหมาย	169 (62.13)	92 (33.82)	11 (4.04)	272 (100.00)	2.581	0.5706
4. การขายและตี๋เครื่องตี๋แอลกอฮอล์ใน หอพักถือว่า ผิดกฎหมาย	121 (44.49)	117 (43.01)	34 (12.50)	272 (100.00)	2.320	0.6850
5. การขายและตี๋เครื่องตี๋แอลกอฮอล์ใน สถานศึกษาถือว่า ผิดกฎหมาย	167 (61.40)	95 (34.93)	10 (3.68)	272 (100.00)	2.577	0.5646
6. การขายและตี๋เครื่องตี๋แอลกอฮอล์ใน สถานบริการเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณ สถานบริการเชื้อเพลิงถือว่า ผิดกฎหมาย	138 (50.74)	107 (39.34)	27 (9.93)	272 (100.00)	2.408	0.6646

7.การขายและตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของราชการถือว่าผิดกฎหมาย	147 (54.04)	109 (40.07)	16 (5.88)	272 (100.00)	2.482	0.6072
8.การขายและตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานีรถไฟหรือในขบวนรถไฟถือว่าผิดกฎหมาย	145 (53.31)	104 (38.24)	23 (8.46)	272 (100.00)	2.449	0.6465
9.การขายและตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษา ถือว่าผิดกฎหมาย	167 (61.40)	84 (30.88)	21 (7.72)	272 (100.00)	2.537	0.6360
10.อนุญาตให้ขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์เวลา 11.00-14.00 น. และเวลา 17.00-24.00 น.	163 (59.93)	90 (33.09)	19 (6.99)	272 (100.00)	2.529	0.6247
11.การขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี ถือว่าผิดกฎหมาย	177 (65.07)	87 (31.99)	8 (2.94)	272 (100.00)	2.621	0.5433
12.การขายและตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้ถือว่าผิดกฎหมาย	129 (47.40)	110 (40.44)	33 (12.13)	272 (100.00)	2.353	0.6876
13.การส่งเสริมการขายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายเป็นซอง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น ถือว่าผิดกฎหมาย	124 (45.59)	111 (40.81)	37 (13.60)	272 (100.00)	2.320	0.7010
ค่าเฉลี่ยรวม					2.479 (รู๋)	0.5161

จากตารางที่ 27 ความรับรู้ของกลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่ต่อมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่ส่วนใหญ่รับรู้ต่อมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.479 ซึ่งหากพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า กลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่ส่วนใหญ่รับรู้ว่าการขายและตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในวัดหรือสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนาถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 59.93 รับรู้ว่าการขายและตี๋มเครื่องตี๋ม

แอลกอฮอล์ในสถานบริการสาธารณะสุขของรัฐ สถานพยาบาลและร้านขายยาถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 57.72 รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 62.13 รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 44.49 รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 61.40 รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการเชื้อเพลิงถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 50.74 รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของราชการถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 54.04 รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานีรถไฟหรือในขบวนรถไฟถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 53.31 รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษา ถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 61.40 รับรู้ว่าอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เวลา 11.00-14.00 น. และเวลา 17.00-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 59.93 รับรู้ว่าการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี ถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 65.07 รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการเมินเมาจนครองสติไม่ได้ถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 47.40 รับรู้ว่าการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายพ่วง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น ถือว่าผิดกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 45.59 แต่หากพิจารณาในข้อคำถามที่ 4.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักถือว่าผิดกฎหมาย ข้อคำถามที่ 12.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการเมินเมาจนครองสติไม่ได้ถือว่าผิดกฎหมาย และข้อคำถามที่ 13.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายพ่วง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น ถือว่าผิดกฎหมาย ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่มีความโดดเด่น สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ไม่รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักถือว่าผิดกฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ที่อาจจะไม่ทราบว่าตนเองกระทำผิดกฎหมายอยู่ ไม่รับรู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการเมินเมาจนครองสติไม่ได้ถือว่าผิดกฎหมาย และไม่รับรู้ว่าการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายพ่วง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น ถือว่าผิดกฎหมาย โดยข้อบ่งชี้ทั้ง 3 ข้อ สะท้อนให้เห็นว่าการบังคับใช้กฎหมายในข้อดังกล่าวไม่ได้ผล กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่จึงไม่รู้ว่าผิดกฎหมาย จึงยังมีการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก มีการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการเมินเมาจนครองสติและมีการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายพ่วง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น ดังนั้น การดำเนินงานของนโยบายในปัจจุบัน จึงควรพิจารณาแก้ไขและเพิ่มการบังคับใช้กฎหมายกับทั้ง 3 ประเด็นเหล่านี้ให้มากขึ้น เพื่อให้การควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 28 ประสิทธิภาพของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่

ประสิทธิผลของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่	ประสิทธิผล			รวม	M	S.D.
	ได้ผล	ไม่ได้ผล	ไม่แน่ใจ			
1.การห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัดหรือสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา	160 (58.82)	30 (11.03)	82 (30.15)	272 (100.00)	2.287	0.9003
2.การห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาล และร้านขายยา	159 (58.46)	24 (8.82)	89 (32.72)	272 (100.00)	2.257	0.9212
3.การห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการ	155 (56.99)	29 (10.66)	88 (32.35)	272 (100.00)	2.246	0.9142
4.การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก	130 (47.79)	52 (19.12)	90 (33.09)	272 (100.00)	2.147	0.8889
5.การห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา	162 (59.56)	25 (9.19)	85 (31.25)	272 (100.00)	2.283	0.9116
6.การห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานบริการเชื้อเพลิง	147 (54.04)	26 (9.56)	99 (36.40)	272 (100.00)	2.176	0.9362
7.การห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของราชการ	154 (56.62)	25 (9.19)	93 (34.19)	272 (100.00)	2.224	0.9279
8.การห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานีรถไฟหรือในขบวนรถไฟ	149 (54.78)	26 (9.56)	97 (35.66)	272 (100.00)	2.191	0.9333
9.การห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษา	157 (57.72)	35 (12.87)	80 (29.41)	272 (100.00)	2.283	0.8911

10.ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เวลา 11.00-14.00 น. และเวลา 17.00-24.00 น.	164 (60.29)	34 (12.50)	74 (27.21)	272 (100.00)	2.331	0.8766
11.การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี	143 (52.57)	50 (18.38)	79 (29.04)	272 (100.00)	2.235	0.8739
12.การห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการเมินเมาจนครองสติไม่ได้	138 (50.74)	43 (15.81)	91 (33.46)	272 (100.00)	2.173	0.9028
13.การห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายเป็นซอง ขายเป็นชุดโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น	136 (50.00)	32 (11.76)	104 (38.24)	272 (100.00)	2.118	0.9337
ค่าเฉลี่ยรวม					2.227 (ได้ผล)	0.8071

จากตารางที่ 28 ประสิทธิภาพของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่นั้นมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.2.227 ซึ่งหากพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่ากลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัดหรือสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนาเป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 58.82 เห็นด้วยว่าการห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลและร้านขายยาเป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 58.46 เห็นด้วยว่าการห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการเป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 56.99 เห็นด้วยว่าการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักเป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 47.79 เห็นด้วยว่าการห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาเป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 59.56 เห็นด้วยว่าการห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานบริการเชื้อเพลิงเป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 54.04 เห็นด้วยว่าการห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของราชการเป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 56.62 เห็นด้วยว่าการห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานีรถไฟหรือในขบวนรถไฟเป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 54.78 เห็นด้วยว่าการห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิ

สาขาวิชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษาเป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 57.72 เห็นด้วยว่าห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เวลา 11.00-14.00 น. และเวลา 17.00-24.00 น. เป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 60.29 เห็นด้วยว่าการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 52.57 เห็นด้วยว่าการห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการเมามายจนครองสติไม่ได้เป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 50.74 และเห็นด้วยว่าการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายพ่วง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น เป็นมาตรการที่ได้ผล คิดเป็นร้อยละ 50.00 ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวเชื่อมโยงและสอดคล้องกับข้อค้นพบในตารางที่ 27 โดยมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังสอดคล้องกับคำแนะนำขององค์การอนามัยโลกว่ามาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นหนึ่งในมาตรการสำคัญเชิงกฎหมายที่องค์การควรดำเนินการที่สุด และมีความคุ้มค่าสูง นอกจากนี้ ข้อค้นพบจากตารางที่ 27 และตารางที่ 28 ยังเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นว่า การไม่รู้กฎหมายของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่งผลต่อการกระทำผิดกฎหมาย ดังนั้น รัฐจึงควรมีการพิจารณาแก้ไขและบังคับใช้กฎหมายให้ถูกต้อง

4.6 ความรับรู้และประสิทธิผลของมาตรการด้านราคาและภาษี

ตารางที่ 29 ความรับรู้ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ต่อมาตรการด้านราคาและภาษี

ความรู้มาตรการด้านราคาและภาษี	ความรู้			รวม	M	S.D.
	รู้	รู้บ้าง	ไม่รู้			
1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการจัดเก็บภาษีแบบผสมโดยจัดเก็บภาษีตามมูลค่าและปริมาณ	72 (26.47)	103 (37.87)	97 (35.66)	272 (100.00)	1.908	0.7843
2. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จะต้องเสียภาษีแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ สุราแช่ (เบียร์, ไวน์, สปาร์กกลิ้งไวน์ที่ทำจากองุ่น) และสุรากลั่น (สุราขาวและชนิดอื่น ๆ)	66 (24.26)	102 (37.50)	104 (38.24)	272 (100.00)	1.860	0.7796
3. ฐานภาษีของการเก็บภาษีตามมูลค่า คือ ราคาขายช่วงสุดท้าย	64 (23.53)	99 (36.40)	109 (40.07)	272 (100.00)	1.835	0.7816

4. การกำหนดเพดานภาษีใหม่ที่สูงขึ้น โดยภาษีคามปริมาณจาก 300-2,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 1,000-3,000 บาท และภาษีตามมูลค่าจาก 25%-60% ลดลงเป็น 30% เพื่อลดการบริโภคเครื่องยนต์ แอลกอฮอล์	79 (29.04)	98 (36.03)	95 (34.93)	272 (100.00)	1.941	0.7991
ค่าเฉลี่ยรวม					1.860 (รูปร่าง)	0.7399

จากตารางที่ 29 ความรับรู้ของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ต่อมาตรการด้านราคาและภาษี พบว่า ในภาพรวมกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่รับรู้บ้างเกี่ยวกับมาตรการด้านราคาและภาษี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.860 ซึ่งหากพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่ากลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่รับรู้บ้างว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการจัดเก็บภาษีแบบผสมโดยจัดเก็บภาษีตามมูลค่าและปริมาณ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จะต้องเสียภาษี แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ สุราแช่ (เบียร์, ไวน์, สปาร์กกลิ้งไวน์ที่ทำจากองุ่น) และสุรากลั่น (สุราขาวและชนิดอื่น ๆ) และ การกำหนดเพดานภาษีใหม่ที่สูงขึ้น โดยภาษีคามปริมาณจาก 300-2,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 1,000-3,000 บาท และภาษีตามมูลค่าจาก 25%-60% ลดลงเป็น 30% เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 37.87 ร้อยละ 37.50 และร้อยละ 36.03 แต่ส่วนใหญ่กลับไม่รู้ว่าฐานภาษีของการเก็บภาษีตามมูลค่า คือ ราคาขายช่วงสุดท้าย คิดเป็นร้อยละ 40.07 ซึ่งข้อค้นพบในข้อคำถามที่ 4.การกำหนดเพดานภาษีใหม่ที่สูงขึ้น โดยภาษีคามปริมาณจาก 300-2,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 1,000-3,000 บาท และภาษีตามมูลค่าจาก 25%-60% ลดลงเป็น 30% เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นข้อค้นพบที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มีความรับรู้มากที่สุด เนื่องจากราคาและภาษีของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กำลังอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลง ทำให้กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่รับรู้มากกว่าข้อคำถามที่ 1-3 ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของอิศรา ศานติศาสน์ (2546) ที่มีการศึกษาการประมาณค่าอุปสงค์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคแต่ละชนิด โดยหนึ่งในสินค้าอุปโภคบริโภคมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมอยู่ด้วย พบว่า ราคาไม่ค่อยผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคของคนไทยมากนัก โดยสังเกตได้จากค่าความยืดหยุ่นซึ่งอยู่ที่ประมาณ -0.5436 แต่ผลการวิจัยที่พบขัดแย้งกับคำแนะนำขององค์การอนามัยโลกว่ามาตรการด้านราคาและภาษีเป็นหนึ่งในมาตรการสำคัญเชิงกฎหมายที่องค์การควรดำเนินการที่สุดและมีความคุ้มค่าสูง และขัดแย้งกับการศึกษาของนิพนธ์ พัวพงศกรและคณะ (2548) ที่พบว่า ราคามีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดสุราสีและเบียร์ค่อนข้างมาก ถ้าราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น 1% จะส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดสุราสีและเบียร์ลดลงมากกว่า 1%

ตารางที่ 30 ประสิทธิภาพของมาตรการด้านราคาและภาษีในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่

ประสิทธิผลของมาตรการด้านราคาและภาษี ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่	ประสิทธิผล			รวม	M	S.D.
	ได้ผล	ไม่ได้ผล	ไม่แน่ใจ			
1.การจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม มูลค่าและปริมาณ	53 (19.49)	76 (27.94)	143 (52.57)	272 (100.00)	1.669	0.7832
2.การจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2 ประเภทคือ สุราแช่ (เบียร์,ไวน์,สปาร์กกิ้งไวน์ ที่ทำจากองุ่น) และสุรากลั่น (สุราขาวและชนิด อื่น ๆ)	53 (19.49)	73 (26.84)	146 (53.67)	272 (100.00)	1.658	0.7855
3.ฐานภาษีของการเก็บภาษีตามมูลค่า คือ ราคาขายส่งช่วงสุดท้าย	54 (19.85)	73 (26.84)	146 (53.68)	272 (100.00)	1.662	0.7894
4.การกำหนดเพดานภาษีใหม่ที่สูงขึ้นเพื่อลด การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	61 (22.43)	85 (31.25)	126 (46.32)	272 (100.00)	1.761	0.7594
ค่าเฉลี่ยรวม					1.688 (ไม่ แน่ใจ)	0.7441

จากตารางที่ 30 ประสิทธิภาพของมาตรการด้านราคาและภาษีในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่ามาตรการด้านราคาและภาษีในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ จะมีประสิทธิผลต่อการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.688 ซึ่งหากพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่ากลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมูลค่าและปริมาณจะมีประสิทธิผล คิดเป็นร้อยละ 52.57 ไม่แน่ใจว่าการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2 ประเภทคือ สุราแช่ (เบียร์,ไวน์,สปาร์กกิ้งไวน์ที่ทำจากองุ่น) และสุรากลั่น (สุราขาวและชนิดอื่น ๆ) จะมีประสิทธิผล คิดเป็นร้อยละ 53.67 ไม่แน่ใจว่าฐานภาษีของการเก็บภาษีตามมูลค่า คือราคาขายส่งช่วงสุดท้ายจะมีประสิทธิผล คิดเป็นร้อยละ 53.68 และไม่แน่ใจว่าการกำหนดเพดานภาษีใหม่ที่สูงขึ้นเพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีประสิทธิผล คิดเป็นร้อยละ 46.32 ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวเชื่อมโยงและสอดคล้องกับข้อค้นพบในตารางที่ 29

4.7 ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น

ตารางที่ 31 ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น

ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประเทศอื่น	ความคิดเห็น			รวม	M	S.D.
	เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ			
1.ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 18 ปี (ประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย)	211 (77.57)	13 (4.78)	48 (17.65)	272	3.375	1.1806
2.ห้ามบุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปี ซื้อและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย)	213 (78.31)	13 (4.78)	46 (16.91)	(100.00)	3.397	1.1639
3.ห้ามผู้ใหญ่ซื้อหรือพยายามซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่อายุต่ำกว่า 18 ปี (ประเทศอังกฤษ)	199 (73.16)	19 (6.99)	54 (19.85)	272	3.265	1.2374
4.บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีสามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้านหรือในสถานที่ส่วนตัวอื่น ๆ ได้ หากผู้ปกครองอยู่ด้วยและได้รับอนุญาต (ประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย)	180 (66.18)	30 (11.03)	62 (22.79)	(100.00)	3.096	1.2965
5.ผู้ค้าปลีกสามารถสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับผู้ใหญ่หากพบว่ามาพร้อมกับเด็ก และคิดว่าการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่เด็ก (ประเทศอังกฤษ)	177 (65.07)	24 (8.82)	71 (26.10)	272	3.040	1.3372
6.ห้ามซื้อ/รับ หรือพยายามซื้อ/พยายามรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากคนเมาในสถานที่ที่ได้รับอนุญาต (ประเทศอังกฤษ)	186 (68.38)	22 (8.09)	64 (23.53)	(100.00)	3.132	1.3018

7.บุคคลที่มีอายุ 16 หรือ 17 ปี และมีผู้ปกครองมาด้วย สามารถดื่มเบียร์ ไวน์ หรือไฮเดอร์พร้อมอาหารในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตได้โดยมีผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อ (ประเทศอังกฤษ)	180 (66.18)	32 (11.76)	60 (22.06)	272	3.103	1.2873
ค่าเฉลี่ยรวม					2.511 (เห็นด้วย)	0.7731

จากตารางที่ 31 ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น พบว่า ในภาพรวมกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เห็นด้วยต่อแนวนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลีย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.511 ซึ่งหากพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 18 ปี (ประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย) คิดเป็นร้อยละ 77.57 เห็นด้วยว่าห้ามบุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปี ซื้อและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย) คิดเป็นร้อยละ 78.31 เห็นด้วยว่าห้ามผู้ใหญ่ซื้อหรือพยายามซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่อายุต่ำกว่า 18 ปี (ประเทศอังกฤษ) คิดเป็นร้อยละ 73.16 เห็นด้วยว่าบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีสามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้านหรือในสถานที่ส่วนตัว อื่น ๆ ได้ หากผู้ปกครองอยู่ด้วยและได้รับอนุญาต (ประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย) คิดเป็นร้อยละ 66.18 นั้นหมายความว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่อาจมองว่ามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยที่เริ่มต้นควบคุมกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ที่อายุ 20 ปี อาจจะมีผลเชิงบวกมากเกินไป ควรจะมีการขยับช่วงอายุในการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อายุ 18 ปี เพื่อให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักดื่มหน้าใหม่ที่เริ่มต้นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก ในช่วงอายุระหว่าง 12-15 ปี โดยมาตรการของประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลียที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ของไทยเห็นด้วยมากที่สุด 3 อันดับแรก เป็นมาตรการที่เกี่ยวกับการห้ามซื้อและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งเป็นการใช้อำนาจรัฐในการห้ามกระทำการดังกล่าว ในขณะที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ไม่แน่ใจว่าผู้ค้าปลีกสามารถสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับผู้ใหญ่หากพบว่ามาพร้อมกับเด็ก และคิดว่ามีการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่เด็ก (ประเทศอังกฤษ) คิดเป็นร้อยละ 26.10 ไม่แน่ใจว่า บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีสามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้านหรือในสถานที่ส่วนตัวอื่น ๆ ได้ หากผู้ปกครองอยู่ด้วยและได้รับอนุญาต (ประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย) คิดเป็นร้อยละ 22.79 และไม่แน่ใจว่าบุคคลที่มีอายุ 16 หรือ 17 ปี และมีผู้ปกครองมาด้วย สามารถดื่มเบียร์ ไวน์ หรือไฮเดอร์

พร้อมอาหารในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตได้โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ซื้อ (ประเทศอังกฤษ) คิดเป็นร้อยละ 22.06 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความคิดของกลุ่มนักศึกษาใหม่ ๆ ว่า มีความไม่มั่นใจและไม่เชื่อมั่นใน วิจารณ์ญาณของผู้ปกครอง



บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “นักตี๋มหน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์” มุ่งตอบคำถามที่ว่านักตี๋มหน้าใหม่มีพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์อย่างไร และประสิทธิผลมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่เป็นอย่างไร โดยมองมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ผ่านกรอบแนวคิดนโยบายสาธารณะในฐานะเครื่องมือแทรกแซงพฤติกรรม ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey Research) ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต นักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรีที่ตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 272 คน ซึ่งผลการวิจัยทั้งหมดสามารถนำมาสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 22-24 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี กลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ทั้งนี้ กลุ่มกลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ยังคงเป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ โดยแหล่งรายรับ/รายได้ของกลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่ส่วนใหญ่้นั้นมาจากผู้ปกครอง เนื่องจากยังศึกษาอยู่ ซึ่งรายรับ/รายได้อยู่ที่ประมาณ 5,001-8,000 บาท

2. ข้อมูลการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ครั้งแรก

สำหรับการสอบถามประสบการณ์ในการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ครั้งแรกนั้น พบว่า กลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่ส่วนใหญ่เริ่มตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ครั้งแรกในช่วงอายุระหว่าง 12-15 ปี ซึ่งถือว่าเป็นช่วงอายุประมาณของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมต้น ซึ่งเป็นการเริ่มตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในช่วงอายุที่ต่ำกว่าผลการสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่ และการตี๋มสุราของประชากร พ.ศ.2557 ที่พบว่า นักตี๋มหน้าใหม่ที่เป็นเยาวชนมีอายุเฉลี่ยตอนเริ่มตี๋มอยู่ที่ 16.70 ปี โดยเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ที่กลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่เลือกตี๋มในครั้งแรก คือ เบียร์ แต่ส่วนใหญ่กลับรู้สึกเฉย ๆ กับการตี๋มแอลกอฮอล์ในครั้งแรกเพียงเท่านั้น ทั้งนี้ เพื่อน เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเริ่มตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่ โดยสถานที่ที่กลุ่มนักตี๋มหน้าใหม่เลือกที่จะตี๋มแอลกอฮอล์เป็นครั้งแรกคือบ้าน/หอพักของเพื่อน ซึ่งถือได้ว่าเป็นสถานที่ที่มีความเป็นส่วนตัว สำหรับเหตุผลในการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ครั้งแรกนั้นส่วนใหญ่ คือ อยากทดลองตี๋มเพียงเท่านั้น และแหล่งที่มาของเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่้นั้นมักจะไปซื้อจากร้านขายของชำ

3.พฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องตัดแอลกอฮอล์

ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชอบดื่มในปัจจุบันนี้ยังคงเป็นเบียร์ โดยเหตุผลที่ยังคงดื่มอยู่ในปัจจุบันนี้เพราะว่ามีความสุขที่ได้ดื่ม กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรถจักรยานยนต์นั้นพบว่าบ่อยที่สุดและเป็นประจำใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ หากถามถึงความถี่ของสถานที่ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา พบว่า ร้านขายของชำ เป็นสถานที่ที่มีความถี่ในการไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับบ่อยที่สุด และสถานที่ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่เลือกที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า บ้าน/หอพัก เป็นสถานที่ที่กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยที่สุด

4.ทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในภาพรวมกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวคือ มองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติธรรมดา แสดงถึงว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่อาจจะไม่ได้อยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากนัก เนื่องจากกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่มองว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ให้ความบันเทิง รื่นรมย์ และมองว่าวัยรุ่นไม่จำเป็นจะต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่กลับมองว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยที่เป็นเรื่องธรรมดามากกว่า นอกจากนี้ กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่มีความรับรู้ว่าการเก็บออมเงินไว้ใช้สำหรับสิ่งที่จำเป็นน่าจะเป็นสิ่งที่มีประโยชน์มากกว่าการนำเงินไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5.ความรู้และประสิทธิผลของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในภาพรวมกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่มีความรู้ต่อมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเห็นด้วยว่ามาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่นั้นมีประสิทธิผล แต่เมื่อพิจารณาในข้อคำถามที่ 4.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพักถือว่าผิดกฎหมาย ข้อคำถามที่ 12.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการเมินเมาจนครองสติไม่ได้ถือว่าผิดกฎหมาย และข้อคำถามที่ 13.การส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายพ่วง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น ถือว่าผิดกฎหมาย กลับสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ไม่รู้ว่าการขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการเมินเมาจนครองสติไม่ได้ถือว่าผิดกฎหมาย และไม่รู้ว่าการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายพ่วง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น ถือว่าผิดกฎหมาย จึงยังมีการทำผิดกฎหมาย

6.ความรู้และประสิทธิผลของมาตรการด้านราคาและภาษี

ในภาพรวมกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ส่วนใหญ่รับรู้บ้างเกี่ยวกับมาตรการด้านราคาและภาษี แต่ไม่แน่ใจว่ามาตรการด้านราคาและภาษีในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่จะมีประสิทธิผล แต่ในข้อคำถามที่ 4.การ

กำหนดเพดานภาษีใหม่ที่สูงขึ้น โดยภาษีคามปริมาณจาก 300-2,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 1,000-3,000 บาท และภาษีตามมูลค่าจาก 25%-60% ลดลงเป็น 30% เพื่อลดการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ เป็นข้อค้นพบที่กลุ่มนักตีมหน้าใหม่มีความรับรู้มากที่สุด เนื่องจากราคาและภาษีของเครื่องตีมแอลกอฮอล์กำลังอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลง ทำให้กลุ่มนักตีมหน้าใหม่รับรู้มากกว่าข้อคำถามอื่น

7. ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น

ในภาพรวมกลุ่มนักตีมหน้าใหม่ส่วนใหญ่เห็นด้วยต่อแนวนโยบายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลีย กลุ่มนักตีมหน้าใหม่ส่วนใหญ่มองว่ามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของประเทศไทยที่เริ่มต้นควบคุมกลุ่มนักตีมหน้าใหม่ที่อายุ 20 ปี อาจจะมี ความเข้มงวดมากเกินไป ควรจะมีการขยับช่วงอายุในการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่ อายุ 18 ปีเหมือนของประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลีย เพื่อให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรม ของนักตีมหน้าใหม่ที่เริ่มต้นตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ครั้งแรก ในช่วงอายุระหว่าง 12-15 ปี

5.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กลุ่มนักตีมหน้าใหม่ส่วนใหญ่เริ่มตีมแอลกอฮอล์ครั้งแรกในช่วงอายุระหว่าง 12-15 ปี โดย หากพิจารณาจากช่วงอายุข้างต้นจะเห็นได้ว่า เป็นช่วงอายุของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมต้น ซึ่งเป็น กลุ่มอายุที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการดูแลนักตีมหน้าใหม่จะต้อง ตระหนักถึงมาตรการในการดูแลและควบคุมการตีมแอลกอฮอล์ในเยาวชนกลุ่มอายุระหว่าง 12-15 ปี ให้มากขึ้นเป็นพิเศษ ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจจะไม่สามารถที่จะดูแลได้อย่างครอบคลุมและรอบ ด้าน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะประสานความร่วมมือ (Governance) กับหน่วยงานหรือสถาบัน อื่น ๆ อาทิ สถาบันการศึกษา สถาบันครอบครัว ฯลฯ ซึ่งเป็นสถาบันที่สามารถดูแลกลุ่มนักตีมหน้า ใหม่ได้ใกล้ชิดที่สุด และคอยกำกับดูแลและให้ความรู้ต่อโทษของการตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของกลุ่ม นักตีมหน้าใหม่ที่อายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

2. เครื่องตีมที่กลุ่มนักตีมหน้าใหม่ตีมครั้งแรกและเป็นเครื่องตีมที่ชอบตีมในปัจจุบันมากที่สุด คือ เบียร์ ดังนั้น หากรัฐต้องการเข้าไปแทรกแซงการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักตีมหน้า ใหม่ควรจะเจาะจงไปที่เครื่องตีมแอลกอฮอล์ชนิดเบียร์ ซึ่งกระทำการแทรกแซงผ่านผู้ผลิตเบียร์ และผู้ จำหน่ายเบียร์ คือ ร้านขายของชำ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักตีมหน้า ใหม่เป็นอย่างมาก

3. หากรัฐต้องการจะแทรกแซงพฤติกรรมกรรมการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักตีมหน้า ใหม่ในเชิงพื้นที่ ควรจะมุ่งไปที่สถาบันการศึกษามากกว่าที่บ้าน ซึ่งข้อค้นพบในงานวิจัย พบว่า เพื่อนมี

อิทธิพลต่อกลุ่มนักศึกษาใหม่มากกว่าพ่อแม่ ซึ่งหมายความว่า สถาบันการศึกษาเป็นสถานที่ที่มีอิทธิพลในการทำให้นักศึกษาใหม่เข้ามา เนื่องจากเป็นสถานที่ที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเพื่อน กลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้อง ฯลฯ ซึ่งหากไม่มีอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบันการศึกษา ก็อาจจะไม่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของกลุ่มนักศึกษาใหม่

4. การพิจารณามาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักศึกษาใหม่ โดยแยกกลุ่มนักศึกษาใหม่เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีอายุยังไม่ถึงเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด (อายุ 15-19 ปี) กับกลุ่มที่มีอายุถึงเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด (อายุ 20-24 ปี) เพื่อให้มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักศึกษาใหม่มีความรัดกุมและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษามาตรการการควบคุมการตลาดและโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มเติมจาก 2 มาตรการที่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ เพื่อสร้างค่านิยม ปรับเปลี่ยนบรรยากาศทางสังคมไปสู่ทัศนคติที่เห็นว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่สินค้าธรรมดา และลดความน่าสนใจในการบริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน

2. การศึกษาเรื่อง “นักศึกษานักดื่มใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) เพื่อที่จะนำไปวิเคราะห์ผลทางสถิติ แต่สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาโดยอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research) และใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับนักดื่มใหม่เชิงลึก

3. การพัฒนาในประเด็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหมู่นักดื่มใหม่ โดยในงานวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหมู่นักดื่มใหม่โดยตรงในรูปแบบของการวิจัยประเมินผล เพื่อที่จะทำให้เห็นว่ามาตรการดังกล่าวมีข้อบกพร่องอย่างไร เพื่อที่จะได้รับการพัฒนาแก้ไขและสามารถนำมาใช้ในการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหมู่นักดื่มใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การพัฒนาในประเด็นเกี่ยวกับความรู้มาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยในการวิจัยในครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาในประเด็นของการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อที่จะศึกษาว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพหรือไม่ และควรแก้ไขหรือปรับปรุงอย่างไรให้การประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- Cochran, W. G. (1997). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Dye, T. R. (1984). *Understanding Public Policy*. NJ: Prentice Hall.
- Licensing Act 2003. (2003). Retrieved from http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/17/pdfs/ukpga_20030017_en.pdf
- Liquor Act 2010 (2020). Retrieved from <https://yla.org.au/qld/topics/teen-issues/alcohol/>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Theodore, J. L. (1972). Four Systems of Policy, Politics, and Choice. *Public Administration Review*, 32(4), 298-310.
- กระทรวงสาธารณสุข, ส. ก. (2551). พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- กองสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ.2560. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์จำกัด.
- ไกวล์ เปียรบุตร. (ม.ป.ป.). ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายว่าด้วยสุรา. Retrieved from <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER16/DRAWER017/GENERAL/DATA0000/000000218.PDF>
- จรรยาพร ศรีศศลักษณ์. (2558). สถานการณ์ แนวทางดำเนินงาน ปัญหา กฎหมาย กฎระเบียบ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่. Retrieved from <https://kb.hsri.or.th/dspace/bitstream/handle/11228/4352/alcohol-jaruayporn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- จินตนา วงศ์วาน. (2548). ความชุกและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสังกัดกรมสามัญศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. (วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
- จूरีย์ อูสาหะ และพลเทพ วิจิตรคุณากร. (2559). ข้อเท็จจริงและตัวเลข: เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย. สงขลา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ชีวะฮวย แซ่ลิ้ม และคณะ. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของ

- วัยรุ่น. วารสารพยาบาลสงขลานครินทร์, 37(3), 25-36.
- ณัฐ ธารพานิช. (2557). สถานะความรู้เพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ทักษพล ธรรมรังสี. (2556). สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในประเทศไทย ปี 2556. นนทบุรี: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ. (2557). การประยุกต์ *Logic Model* ในการพัฒนารูปแบบการดำเนินงาน ป้องกันและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในเขตพื้นที่ เครือข่ายบริการที่ 9 ระยะที่ 1. นครราชสีมา: สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 5.
- ไทยพับลิก้า. (2557). ภัยใส่ไกลแอลกอฮอล์ SMASHED PROJECT แก้ปัญหา “นักดื่มก่อนวัย” สสำรวจพบ ร้อยละ 50 ของเยาวชนไทย เริ่มดื่มตั้งแต่อายุ 15 ปี. Retrieved from <https://thaipublica.org/2019/04/harmful-use-of-alcohol-advertorial-5-4-2562/>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2557). พบนักดื่มหน้าใหม่อื้อ สธ.ต้านขายเหล้าเด็กต่ำกว่า 20 ปี. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/content/450413>
- ธนวัฒน์ พิมลจินดา. (ม.ป.ป.). เอกสารคำสอนวิชา นโยบายสาธารณะ (*Public Policy*) รหัสวิชา 36051760. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ. (2561). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยเรื่องสถานการณ์การจำหน่าย และการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา. Retrieved from สงขลา::
- นพพล วิทย์วรพงศ์ และคณะ. (2559). นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในรอบ 5P. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- นันทน์ ศิริโชคิรัตน์. (2553). รายงานการวิจัย “การเฝ้าระวังการส่งเสริมการขายของอุตสาหกรรม เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในนิตยสารและกิจกรรมที่สัมพันธ์กับการโฆษณา” กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัย ปัญหาสุรา.
- นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ. (2548). โครงการวิจัยพัฒนารูปแบบเพื่อป้องกันการดื่มสุราและ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ. (2548). วิวัฒนาการนโยบายควบคุมปัญหาสุราของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ประไพรัตน์ คาวินวิทย์. (2554). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิต บริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
- ปราณี ทองคำ และคณะ. (2549). พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 17, 169-183.

- ปิยะ ทองบาง. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนักศึกษา
อาชีวศึกษา ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยศิลปากร,
- พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย. (2553). การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก การดื่มแบบเมาหัวราน้ำและผลกระทบ
จากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ. Retrieved
from นนทบุรี:
- พินิตา นามจันดี. (2549). ความชุกและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน
มัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอสีชมพู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดขอนแก่น.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์).
มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
- พระไพศาล วิสาโล. (2561). ตำนานแห่งการเสพสุรา เหล้า คือ - ยาพิษมีนเมา ฤา น้ำอมฤตเจริงรมย์.
Retrieved from [htt: https://www.silpa-mag.com/history/article_25141](https://www.silpa-mag.com/history/article_25141)
- พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560, เล่ม 134 C.F.R. § ตอนที่ 32 ก (2560, 20 มีนาคม).
- พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493, เล่ม 67 C.F.R. (2493, 21 มีนาคม).
- พลเทพ วิจิตรคุณากร. (2562). ข้อเท็จจริงและตัวเลขเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พ.ศ. 2559-
2561. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992).
- เพ็ญพักตร์ มุ่งคุณค่าขาว. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ของ
นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในจังหวัดชัยภูมิ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา). มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
- ยงยุทธ ขจรธรรม. (2547). นโยบายในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของโลก. กรุงเทพฯ:
มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- รัตติยา บัวสอน. (2555). พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับ
ปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. รามาธิบดีพยาบาลสาร, 18(2), 259-271.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (Ed.) (2554). กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.
- วิทย์ วิชัยดิษฐ และคณะ. (2562). รายงานสถานการณ์ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย
ประจำปี พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- ศุภฉัตร ประพนธ์ศิลป์. (2549). พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย. (วิทยานิพนธ์
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2553). ยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ. นนทบุรี: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2558). เหล้า : ความจริง รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน

- สังคมไทย ประจำปีพ.ศ.2558. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- สถานะความรู้เพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. (2557). กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุรา
ของประชากร พ.ศ.2557. กรุงเทพฯ: Text and Journal Publication จำกัด.
- สุภาพร สุขเวช. (2552). การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของประชาชนวัยทำงานในอำเภอพนม จังหวัด
สุราษฎร์ธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
สุรเมศวร์ ฮาซิม และคณะ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้น
มัธยมปลาย จังหวัดปทุมธานี. *Thai Journal of Science and Technology*, 6(1), 1-10.
- อดิศร เข้มทิส. (2560). มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อ
อินเทอร์เน็ต. (นิตยสารมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,
- อรทัย วลีวงศ์. (2562). ข้อเท็จจริงและตัวเลขเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พ.ศ. 2559-2561.
กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992).
- อรทัย วลีวงศ์ และคณะ. (2553). รายงานการวิจัย เรื่องบทบาทและพฤติกรรมของพ่อแม่ที่มีต่อผลการ
ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย. นนทบุรี: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- อังสุมาลิน จันทรมณี และคณะ. (2560). ปัจจัยและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น
หญิงในสถาบันอาชีวศึกษา วิทยาลัยศึกษาจังหวัดสงขลา. วารสารวิทยบริการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 28(2), 117-129.
- อัญชลี เหมชะญาติ. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาหญิง
ระดับอุดมศึกษา จังหวัดจันทบุรี. (พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา,
- อิศรา ศานติศาสตร์. (2548). การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจของการควบคุมบุหรี่ในประเทศไทย.
Washington D.C: The International Bank of Reconstruction and
Development/The World Bank.
- อุดมศักดิ์ แซ่โง้ว. (2563). มองมาตรการควบคุมสุรา นอกกรอบสุขภาพและเสรีภาพ. Retrieved from
<https://alcoholrhythm.com/udomsak-alcohol-policy/>

ภาคผนวก

แบบสอบถาม เรื่อง นักดื่มหน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คำชี้แจง : 1. แบบสอบถามนี้สำหรับนิสิต นักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรี ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

2. ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปประกอบการศึกษา เรื่อง “นักดื่มหน้าใหม่กับมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ของนางสาวภัญญิณวดี จำปาอ่อน อีเมลติดต่อ pattinawadee@gmail.com

3. ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และคำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวท่าน ผลที่ได้จากการตอบคำถามของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้วิจัย จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

4. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 8 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการดื่มครั้งแรก

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนที่ 5 ความรับรู้และประสิทธิผลของมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนที่ 6 ความรับรู้และประสิทธิผลของมาตรการด้านราคาและภาษี

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น

ส่วนที่ 8 ข้อเสนอแนะของท่านต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย หญิง เพศทางเลือก
2. อายุ ต่ำกว่า 16 ปี 16 - 18 ปี 19 - 21 ปี
- 22 - 24 ปี 25 ปีขึ้นไป

3. จังหวัดที่ท่านกำลังศึกษาอยู่.....
4. ศาสนาที่ท่านนับถือ พุทธ คริสต์ อิสลาม
 ไม่นับถือศาสนา อื่น ๆ.....
5. ท่านกำลังศึกษาในระดับ อนุปริญญา ปริญญาตรี อื่น ๆ.....
6. ท่านได้รายรับ/รายได้ จากแหล่งใด
 พ่อ แม่ ผู้ปกครอง การประกอบอาชีพด้วยตนเอง
 ทุนการศึกษา หรือ กุ๊ยมเรียน อื่น ๆ
7. ท่านได้รายรับ/รายได้ เดือนละเท่าไร
 ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,000 - 5,000 บาท
 5,001 - 8,000 บาท 8,001 - 10,000 บาท
 10,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการดื่มครั้งแรก

8. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก เมื่ออายุ
 ต่ำกว่า 12 ปี 12 - 15 ปี
 16 - 18 ปี 19 - 21 ปี
 22 - 24 ปี 25 ปีขึ้นไป
9. ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มครั้งแรก
 เหล้าสี (เหล้าแดง) เหล้าขาว
 วิสกี้ บรั่นดี
 เบียร์ ไวน์
 ยาตองเหล้า เหล้าเถื่อน/เหล้าพื้นบ้าน/อุ/กระแช่/สาโท
 เหล้าจีน/เซียงซุน/เหมาไถ จำไม่ได้
 อื่น ๆ
10. ความรู้สึกเมื่อดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก
 ชอบ เฉย ๆ ไม่ชอบ
11. ผู้ที่ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยครั้งแรก
 ดื่มคนเดียว เพื่อน คนรัก รุ่นพี่
 พ่อแม่ พี่น้อง ญาติ จำไม่ได้

12. สถานที่ในการดื่มครั้งแรกของท่าน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> บ้าน/หอพักของตนเอง | <input type="checkbox"/> บ้าน/หอพักของเพื่อน |
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร | <input type="checkbox"/> สถาบันบันเทิง ผับ/บาร์ |
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> สวนสาธารณะ/แหล่งท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> จำไม่ได้ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ |

13. เหตุผลในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> อยากทดลอง | <input type="checkbox"/> ถูกชักชวนโดยพ่อแม่ |
| <input type="checkbox"/> ถูกชักชวนโดยพี่น้อง ญาติ | <input type="checkbox"/> ถูกชักชวนโดยเพื่อนหรือรุ่นพี่ |
| <input type="checkbox"/> ถูกชักชวนโดยคนรัก | |
| <input type="checkbox"/> เครียด/กลัว/ผิดหวัง | |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ | |

14. ท่านได้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาดื่มครั้งแรกอย่างไร

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> ได้มาจากบ้านตนเอง |
| <input type="checkbox"/> ซื้อจากร้านขายของชำ |
| <input type="checkbox"/> ซื้อและดื่มในร้านอาหาร/ผับ/บาร์ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อนหรือรุ่นพี่จัดหามาให้ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ |

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

15. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยแค่ไหน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ทุกวันหรือเกือบทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) | <input type="checkbox"/> ทุกสัปดาห์ (1-2 วัน/สัปดาห์) |
| <input type="checkbox"/> ทุกเดือน (1-3 วัน/เดือน) | <input type="checkbox"/> นาน ๆ ครั้ง |

16. ชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชอบดื่มในปัจจุบัน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เหล้าสี (เหล้าแดง) | <input type="checkbox"/> เหล้าขาว |
| <input type="checkbox"/> วิสกี้ | <input type="checkbox"/> บรั่นดี |
| <input type="checkbox"/> เบียร์ | <input type="checkbox"/> ไวน์ |
| <input type="checkbox"/> ยาตองเหล้า | <input type="checkbox"/> เหล้าเถื่อน/เหล้าพื้นบ้าน/อุ/กระแช่/สาโท |
| <input type="checkbox"/> เหล้าจีน/เซี่ยงซุน/เหมาไถ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ |

17. เหตุผลที่ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน

- มีความสุขที่ได้ดื่ม ดื่มเพื่อเข้าสังคม
 ซื้อมาได้ง่าย อื่น ๆ

18. ท่านเดินทางไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แหล่งขายโดยวิธีใดบ่อยที่สุด (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ความถี่			
	บ่อยที่สุด	เป็นประจำ	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1.เดิน				
2.รถจักรยานยนต์				
3.รถยนต์				
4.รถโดยสารประจำทาง				

19. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากแหล่งขายใดบ้าง และบ่อยแค่ไหน (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ความถี่			
	บ่อยที่สุด	เป็นประจำ	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1.ร้านมินิมาร์ท ร้านสะดวกซื้อ				
2.ร้านขายของชำ ร้านโชห่วย				
3.ห้างสรรพสินค้า				
4.สถานบันเทิง ผับ/บาร์				
5.ร้านอาหาร				
6.ร้านคาราโอเกะ				
7.ซุ้มยาตอง ซุ้มขายเหล้า				
8.ลานเบียร์				

20. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใดบ้าง และบ่อยแค่ไหน (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ความถี่			
	บ่อยที่สุด	เป็นประจำ	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1.บ้าน/ห้องพักของตนเอง				
2.บ้าน/ห้องพักของเพื่อน				

3.สถานบันเทิง ผับ/บาร์				
4.ร้านอาหาร				
5.ร้านคาราโอเกะ				
6.ซุ้มยาตอง/ซุ้มขายเหล้า				
7.โรงแรม รีสอร์ท				
8.ลานเปียร์				

ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

21. ทศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด
1.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติของคนธรรมดาทั่วไป					
2.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เข้ากับกลุ่มเพื่อนได้					
3.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีความกล้าและมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น					
4.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มีความสุข					
5.เมื่อเห็นพ่อ แม่ ผู้ปกครองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท่านจึงเลียนแบบพฤติกรรม					
6.ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถเก็บออมไว้เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอย่างอื่นได้					
7.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่าโทษ					
8.การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักจะส่งผลเสียต่อสุขภาพ					

9.วัยรุ่นสมัยใหม่ต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
10.การปฏิเสธการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนลดลง					

ส่วนที่ 5 ความรู้และประสิทธิผลของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

22. ความรู้มาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ความรู้		
	ใช่	รู้บ้าง	ไม่รู้
1.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัดหรือสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา ถือว่าผิดกฎหมาย			
2.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลและร้านขายยา ถือว่าผิดกฎหมาย			
3.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการ ถือว่าผิดกฎหมาย			
4.การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก ถือว่าผิดกฎหมาย			
5.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา ถือว่าผิดกฎหมาย			
6.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานบริการเชื้อเพลิง ถือว่าผิดกฎหมาย			
7.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของทางราชการ ถือว่าผิดกฎหมาย			
8.การขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานี			

รถไฟหรือในขบวนรถที่อยู่บนทางรถไฟ ถือว่าผิดกฎหมาย			
9.การขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา และวันออกพรรษา ถือว่าผิดกฎหมาย			
10.อนุญาตให้ขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เวลา 11.00 - 14.00 น. และเวลา 17.00 - 24.00 น.			
11.การขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ถือว่าผิดกฎหมาย			
12.การขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้ ถือว่าผิดกฎหมาย			
13.การส่งเสริมการขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายพ่วง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น ถือว่าผิดกฎหมาย			

23. ประสิทธิภาพของมาตรการด้านการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักตี้มหน้าใหม่ (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ประสิทธิผล		
	ได้ผล	ไม่ได้ผล	ไม่แน่ใจ
1.การห้ามขายและตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในวัดหรือสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา			
2.การห้ามขายและตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาล และร้านขายยา			
3.การห้ามขายและตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการ			

4.การห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในหอพัก			
5.การห้ามขายและตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา			
6.การห้ามขายและตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานบริการซื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานบริการซื้อเพลิง			
7.การห้ามขายและตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสวนสาธารณะของทางราชการ			
8.การห้ามขายและตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานีรถไฟหรือในขบวนรถที่อยู่บนทางรถไฟ			
9.การห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา และวันออกพรรษา			
10.การอนุญาตให้ขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เวลา 11.00 - 14.00 น. และเวลา 17.00 - 24.00 น.			
11.การห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์			
12.การห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้			
13.การส่งเสริมการขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายพ่วง ขายโดยเครื่องอัตโนมัติ เป็นต้น			

ส่วนที่ 6 ความรู้และประสิทธิผลของมาตรการด้านราคาและภาษี

24. ความรู้มาตรการด้านราคาและภาษี (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ความรู้		
	ใช่	รู้บ้าง	ไม่รู้
1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการจัดเก็บภาษีแบบผสม โดยจัดเก็บภาษีตามมูลค่าและปริมาณ			
2. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ต้องเสียภาษี แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สุราแช่ (เบียร์, ไวน์, สปร้ากกลิ้งไวน์ที่ทำจากองุ่น) และสุรากลั่น (สุราขาว และชนิดอื่น ๆ)			
3. ฐานภาษีของการเก็บภาษีตามมูลค่า คือ ราคาขายส่งช่วงสุดท้าย			
4. การกำหนดเพดานภาษีใหม่ที่สูงขึ้น โดยภาษีตามปริมาณจาก 300-2,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 1,000-3,000 บาท และภาษีตามมูลค่าจาก 25%-60% ลดลงเป็น 30% เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์			

25. ประสิทธิภาพของมาตรการด้านราคาและภาษีในกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ประสิทธิผล		
	ได้ผล	ไม่ได้ผล	ไม่แน่ใจ
1. การจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมูลค่าและปริมาณ			
2. การจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2 ประเภท คือ สุราแช่ (เบียร์, ไวน์, สปร้ากกลิ้งไวน์ที่ทำจากองุ่น) และสุรากลั่น (สุราขาว และชนิดอื่น ๆ)			

3.ฐานภาษีของการเก็บภาษีตามมูลค่า คือ ราคาขายส่งช่วงสุดท้าย			
4.การกำหนดเพดานภาษีใหม่ที่สูงขึ้น เพื่อลดการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์			

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น

26. ความคิดเห็นต่อแนวนโยบายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศอื่น (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ความคิดเห็น		
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ
1.ห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 18 ปี(ประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลีย)			
2.ห้ามบุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปี ซื้อและขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์(ประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลีย)			
3.ห้ามผู้ใหญ่ซื้อหรือพยายามซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่อายุต่ำกว่า 18 ปี (ประเทศอังกฤษ)			
4.บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี สามารถบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่บ้านหรือในสถานที่ส่วนตัวอื่น ๆ ได้ หากมีผู้ปกครองอยู่ด้วยและได้รับการอนุญาต(ประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลีย)			
5.ผู้ค้าปลีกสามารถสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธการขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้กับผู้ใหญ่ หากพบว่ามาพร้อมกับเด็กและคิดว่าจะมีการซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้แก่เด็ก(ประเทศอังกฤษ)			

6.ห้ามซื้อ/รับ หรือพยายามซื้อ/พยายามรับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากคนเมาในสถานที่ที่ได้รับ อนุญาต(ประเทศอังกฤษ)			
7.บุคคลที่มีอายุ 16 หรือ 17 ปี และมีผู้ปกครอง มาด้วย สามารถดื่มเบียร์ ไวน์ หรือไซเดอร์ พร้อม อาหารในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตได้ โดยมี ผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อ(ประเทศอังกฤษ)			

ส่วนที่ 8 ข้อเสนอแนะของท่านต่อมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาล

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวกัญฉิณวดี จำปาอ่อน
วัน เดือน ปี เกิด	30 ธันวาคม 2533
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต(สารสนเทศศาสตร์)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY