

ผลกระทบของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าบาทต่อค่าใช้จ่ายชนิดอื่นของครัวเรือน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The Impacts of Demerit Goods Expenditure on Other Household Expenses



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Economics in Economics

Common Course

FACULTY OF ECONOMICS

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ผลกระทบของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าบาปต่อ
ค่าใช้จ่ายชนิดอื่นของครัวเรือน

โดย

น.ส.สุวภัทร ทองเงิน

สาขาวิชา

เศรษฐศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ศาสตราจารย์ ดร.อิสรา ศานติศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

----- คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

----- ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.นวลน้อย ตรีรัตน์)

----- อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.อิสรา ศานติศาสตร์)

----- กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันต์ สัมปัตตะวนิช)

----- กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์รณชัย คงสกนธ์)

สุภภัทร ทองเงิน : ผลกระทบของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าบาปต่อค่าใช้จ่ายชนิดอื่นของครัวเรือน.
(The Impacts of Demerit Goods Expenditure on Other Household Expenses) อ.ที่
ปริญญาหลัก : ศ. ดร.อิศรา ศานติศาสน์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบจัดเป็นสินค้าบาปซึ่งคนไทยนิยมบริโภคอย่างต่อเนื่องแม้การบริโภคจะก่อให้เกิดโทษทั้งต่อตัวเองและคนรอบข้างก็ตาม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นทำให้ค่าใช้จ่ายเพื่อบริโภคสินค้าอื่นของครัวเรือนลดลงเนื่องจากรายได้ครัวเรือนคงที่ จึงได้ทำการศึกษาผลกระทบของค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพื่อศึกษาขนาดและทิศทางของความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้าและความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ

การศึกษาในครั้งนี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบผ่านแบบจำลอง LES 2) การวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อการใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน ใช้หลักการเปลี่ยนแปลงโดยชดเชย (Compensating Variation : CV) และ 3) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจากการสำรวจภาคสนาม

ผลการศึกษา พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ การเพิ่มขึ้นของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบทำให้ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลงเพียงเล็กน้อยซึ่งเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบยังทำให้เกิดความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 1,442.0 ล้านบาทต่อปี และความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับการบริโภคสินค้าชนิดอื่นๆ เท่ากับ 7,318.3 ล้านบาทต่อปี รวมความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้าทั้งหมดจากราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 8,760.3 ล้านบาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 6.36 ต่อความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ และร้อยละ 0.02 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศปี 2560

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6185173729 : MAJOR ECONOMICS

KEYWORD: Demerit Goods, Alcohol, Tobacco, Healthcare Cost

Suwapat Thongngern : The Impacts of Demerit Goods Expenditure on Other Household Expenses. Advisor: Prof. ISRA SARNTISART, Ph.D.

Alcohol and Tobacco are categorized as demerit goods which Thai people continually consume even though their consumption is harmful to both themselves and other people. Increased consumption of Alcohol and Tobacco has reduced other household expenses because of constant household income. Thus, this study is to estimate the impact of Alcohol and Tobacco expenditure on other household expenses. And the impact of Alcohol and Tobacco price change on other household expenses change and economic welfare loss.

This study was divided into 3 parts: 1) An analysis of demand for Alcohol and Tobacco through the LES model. 2) An analysis of impact of changes in Alcohol and Tobacco prices on household expenses by using Compensating Variation (CV). and 3) an analysis of smoking behavior from field surveys.

The study found that Alcohol and Tobacco had low price elasticity of demand. Increasing in Alcohol and Tobacco prices has caused a slight decrease in demand for Alcohol and Tobacco and It is also increased the burden of Alcohol and Tobacco expenditure. In addition, increasing in Alcohol and Tobacco prices also caused the direct loss of Alcohol and Tobacco consumption about 1,442.0 million baht per year, and indirect loss of other household consumption about 7,318.3 million baht per year. The total loss of all household expenditures from the increasing in Alcohol and Tobacco prices about 8,760.3 million baht per year, or 6.36 percent of the economic welfare loss or 0.02 percent of GDP in 2017.

Field of Study: Economics

Student's Signature

Academic Year: 2021

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยความช่วยเหลือของบุคคลที่มีพระคุณต่อผู้ศึกษาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ศาสตราจารย์ ดร. อิศรา ศานติศาสตร์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาได้สละเวลาอันมีค่าคอยให้คำปรึกษาและข้อคิดเห็นอันมีประโยชน์อย่างยิ่ง ตลอดจนช่วยตรวจทานและแก้ไขจุดบกพร่องในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ นายแพทย์รณชัย คงสกนธ์ ซึ่งให้เกียรติเป็นกรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ทั้งยังช่วยตรวจทานความถูกต้อง และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. นवलน้อย ตรีรัตน์ ซึ่งเป็นประธานกรรมการในครั้งนี้ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันต์ สัมปตตะวณิช กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบคุณณัชนันท์ ชันกสิกรรม ซึ่งมีส่วนช่วยในการค้นคว้าและแลกเปลี่ยนข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการศึกษา รวมถึงอาจารย์และเจ้าหน้าที่ในคณะเศรษฐศาสตร์ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และบุคคลอื่นๆ ที่ได้เอ่ยนามมา ณ ที่นี้ ที่มีส่วนในการช่วยเหลือในการรวบรวมข้อมูลและจัดทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และญาติพี่น้องทุกท่าน ที่สนับสนุนผู้ศึกษามาโดยตลอด ในการประสิทธิ์ประสาทความรู้ ช่วยเหลือการเรียนด้านทุนทรัพย์ ที่อยู่อาศัย อีกทั้งยังคอยให้กำลังใจแก่ผู้ศึกษา จนสามารถจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จ

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) ที่สนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้ หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีข้อบกพร่องหรือความผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้แต่เพียงผู้เดียว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สุวภัทร ทองเงิน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....ค	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....ง	ง
กิตติกรรมประกาศ.....จ	จ
สารบัญ.....ฉ	ฉ
สารบัญตาราง.....ณ	ณ
สารบัญรูปภาพ.....ญ	ญ
บทที่ 1 บทนำ..... 1	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ..... 1	1
1.2 วัตถุประสงค์..... 8	8
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 8	8
1.4 ขอบเขตการศึกษา..... 8	8
บทที่ 2 ภูมิหลัง ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและวรรณกรรมปริทัศน์..... 10	10
2.1 สินค้าประเภทเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และสถานการณ์การบริโภค..... 10	10
2.2 สินค้าประเภทยาสูบและสถานการณ์การบริโภค..... 15	15
2.3 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา..... 21	21
2.4 วรรณกรรมปริทัศน์..... 27	27
2.4.1 การศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และยาสูบ..... 27	27
2.4.2 การศึกษาเกี่ยวกับแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์..... 31	31
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย..... 36	36
3.1 แบบจำลองที่ใช้ศึกษาอุปสงค์การบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และยาสูบ..... 36	36
3.1.1 ทฤษฎีและแบบจำลองที่ใช้ศึกษา..... 36	36

3.1.2	ตัวแปรและสมมุติฐานในการศึกษา.....	38
3.1.3	แหล่งที่มาของข้อมูล.....	39
3.2	การเปรียบเทียบผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบต่อ ค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนและต้นทุนทางด้านสุขภาพ.....	40
3.3	การสำรวจภาคสนาม.....	43
บทที่ 4	ผลการศึกษา.....	48
4.1	การวิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบผ่านแบบจำลอง LES.....	48
4.1.1	ลักษณะทั่วไปของครัวเรือนที่บริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ.....	48
4.1.2	อุปสงค์การบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ.....	51
4.1.3	การเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้าในปี พ.ศ. 2560 และ 2564.....	54
4.1.4	ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบต่อค่าใช้จ่าย สินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน.....	56
4.1.5	ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษียาสูบต่อการบริโภทยาสูบ.....	62
4.1.6	การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของตัวแปร.....	64
4.2	การวิเคราะห์อุปสงค์การสูบบุหรี่จากการสำรวจภาคสนาม.....	66
4.2.1	ลักษณะทั่วไปของผู้สูบบุหรี่.....	66
4.2.2	อุปสงค์การสูบบุหรี่.....	72
บทที่ 5	สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	74
5.1	สรุปผลการศึกษา.....	74
5.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	77
5.3	ข้อจำกัดในการศึกษา.....	78
5.4	ข้อเสนอแนะของการศึกษาในอนาคต.....	79
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	84

ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา.....	84
ประวัติผู้เขียน	88



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 อัตราภาษีของสุราแช่.....	11
ตารางที่ 2 อัตราภาษีของสุรากลั่น.....	12
ตารางที่ 3 อัตราภาษีของยาสูบ.....	17
ตารางที่ 4 จำนวนประชากรในพื้นที่เก็บข้อมูล ปี พ.ศ. 2560.....	44
ตารางที่ 5 การกระจายตัวของตัวแปรที่ศึกษา.....	50
ตารางที่ 6 ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนเฉลี่ยต่อคนต่อเดือน จำแนกตามชั้นรายได้ ปี พ.ศ. 2560.....	51
ตารางที่ 7 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน สัดส่วนค่าใช้จ่ายของสินค้า i (w_i) สัดส่วนค่าใช้จ่ายหน่วย สุดท้าย (β) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อค่าใช้จ่าย (ϵ).....	52
ตารางที่ 8 แสดงความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (ϵ_{ij}) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาไขว้ (ϵ_{ij})	53
ตารางที่ 9 แสดงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษียาสูบ (ฉบับที่ 17) จากปี 2560 - 2564.....	55
ตารางที่ 10 การเปลี่ยนแปลงระดับราคาสินค้า (P_i) ปีพ.ศ. 2560 - 2564 จำแนกตามหมวดสินค้า..	56
ตารางที่ 11 แสดงความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้า (CV_i) และความสูญเสียทางสวัสดิการทาง เศรษฐกิจ (Δw) ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า (P_i).....	58
ตารางที่ 12 แสดงความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้า (CV_i) จากการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์และยาสูบ และความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Δw) จำแนกตามภูมิภาค .	59
ตารางที่ 13 แสดงต้นทุนด้านสุขภาพที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบในปีที่มี การศึกษา และต้นทุนด้านสุขภาพที่ปรับมูลค่าในปี พ.ศ. 2560.....	60
ตารางที่ 14 แสดงจำนวนประชากรไทย ปี พ.ศ. 2560.....	61
ตารางที่ 15 แสดงความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้า (CV_i) จากการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยาสูบ และความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Δw) ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560.....	61
ตารางที่ 16 แสดงความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้า เมื่อรายจ่ายผูกพันของสินค้า i (γ_i) เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และร้อยละ 10 ตามลำดับ.....	65

ตารางที่ 17 การกระจายตัวของตัวแปร ด้านข้อมูลเบื้องต้นของผู้สอบบุหรี (การสำรวจภาคสนาม)....	67
ตารางที่ 18 การกระจายตัวของตัวแปร ด้านพฤติกรรมการสอบบุหรี (การสำรวจภาคสนาม).....	69
ตารางที่ 19 การกระจายตัวของตัวแปร ด้านความรู้และทัศนคติต่อการสอบบุหรี (การสำรวจภาคสนาม).....	71
ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ของการสอบบุหรี (การสำรวจภาคสนาม).....	72
ตารางที่ 21 แสดงค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของบุหรีตามพื้นที่ศึกษา (การสำรวจภาคสนาม)	73



สารบัญรูปร่าง

หน้า

รูปที่ 1 อัตราการบริโภคยาสูบของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ปี พ.ศ. 2547 - 2564	1
รูปที่ 2 อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ปี พ.ศ. 2547 - 2564..	2
รูปที่ 3 รายได้ภาษีสรรพสามิตยาสูบและสุราระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2557	4
รูปที่ 4 การเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ไตรมาส 1/2559 - 3/2562.....	4
รูปที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ พ.ศ. 2544 - 2560	5
รูปที่ 6 ความสัมพันธ์ของหนี้ครัวเรือนและค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ พ.ศ. 2550 - 2560	7
รูปที่ 7 ความสัมพันธ์ของต้นทุนทางด้านสุขภาพและค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ พ.ศ. 2544 - 2560	7
รูปที่ 8 ร้อยละค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ และค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา ปี พ.ศ. 2544 - 2560	7
รูปที่ 9 อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ปี พ.ศ. 2547-2564	13
รูปที่ 10 ปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่อหัวประชากร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549-2560	14
รูปที่ 11 ความชุกของประชากรผู้บริโภคร่างดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560	14
รูปที่ 12 แนวโน้มการบริโภคยาสูบของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามกลุ่มอายุ ปี 2547-2564.....	18
รูปที่ 13 อายุเฉลี่ยที่เริ่มมีพฤติกรรมบริโภคยาสูบของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ปี พ.ศ. 2544 - 2554	18
รูปที่ 14 สัดส่วนของภาษีสรรพสามิตแยกตามประเภทที่จัดเก็บภาษี ปี พ.ศ. 2561	20
รูปที่ 15 แสดงคุณภาพของผู้บริโภค.....	22

รูปที่ 16 หลักการเปลี่ยนแปลงโดยชดเชย (CV) กรณีราคาเครื่องดัดแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น/ลดลง41

รูปที่ 17 แสดงเขตของครัวเรือนที่บริโภคเครื่องดัดแอลกอฮอล์และยาสูบ.....48



บทที่ 1

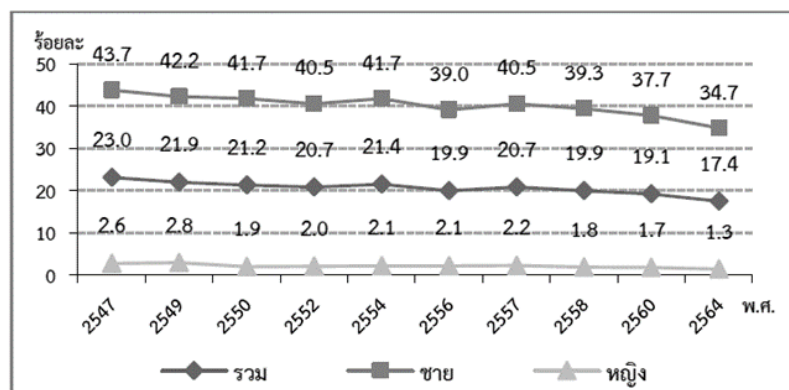
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

สินค้าบาปเป็นสินค้าซึ่งบริโภคแล้วก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อตัวผู้บริโภคและคนรอบข้าง เนื่องจากผู้บริโภคประเมินต้นทุนในการบริโภคต่ำกว่าความเป็นจริง เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ยาสูบ การพนัน สิ่งเสพติดให้โทษชนิดต่างๆ เป็นต้น ซึ่งผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้นอาจเป็นผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมหรือด้านสุขภาพ อย่างไรก็ตาม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเป็นสินค้าที่บริโภคแล้วให้โทษซึ่งมีการจำหน่ายอย่างถูกต้องตามกฎหมายทำให้ประชากรทุกช่วงวัยสามารถเข้าถึงการบริโภคได้ง่าย

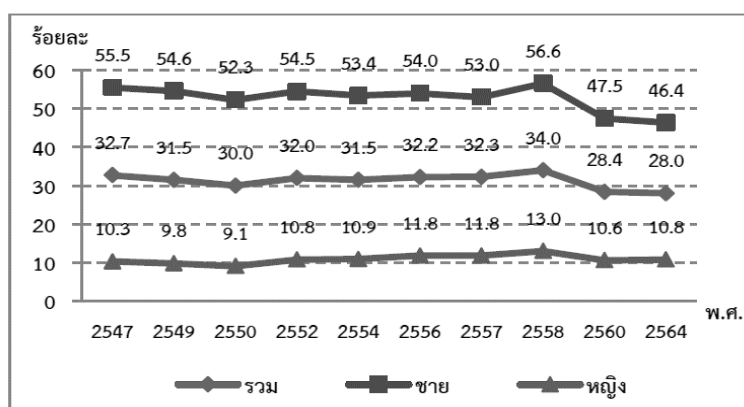
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบจัดเป็นสินค้าที่ส่งผลกระทบทางลบซึ่งคนไทยนิยมบริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลสถิติจากองค์การอนามัยโลก ปี พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศไทยมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงเป็นอันดับ 3 ของเอเชีย หรือประมาณ 8.3 ลิตรต่อคนต่อปี ขณะที่มีอัตราการบริโภคยาสูบประมาณ 837 มวนต่อคนต่อปี และข้อมูลสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบในปี พ.ศ. 2564 จากสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 57 ล้านคน เป็นคนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 16 ล้านคน หรือร้อยละ 28.0 และเป็นคนบริโภคนยาสูบจำนวน 9.9 ล้านคน หรือร้อยละ 17.4 เมื่อจำแนกพฤติกรรมการบริโภคสินค้าดังกล่าวตามช่วงอายุแล้วพบว่าประชากรอายุ 25 - 44 ปี มีสัดส่วนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมากที่สุด ร้อยละ 36.5 และ 21.0 ตามลำดับ กล่าวคือ ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบส่วนใหญ่เป็นคนที่อยู่ในช่วงวัยทำงานซึ่งมีกำลังซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ แม้ว่าจะมีแนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลงแต่คนที่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบยังคงมีจำนวนมาก

รูปที่ 1 อัตราการบริโภคยาสูบของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ปี พ.ศ. 2547 - 2564



ที่มา กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564)

รูปที่ 2 อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ปี พ.ศ. 2547 - 2564



ที่มา กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564)

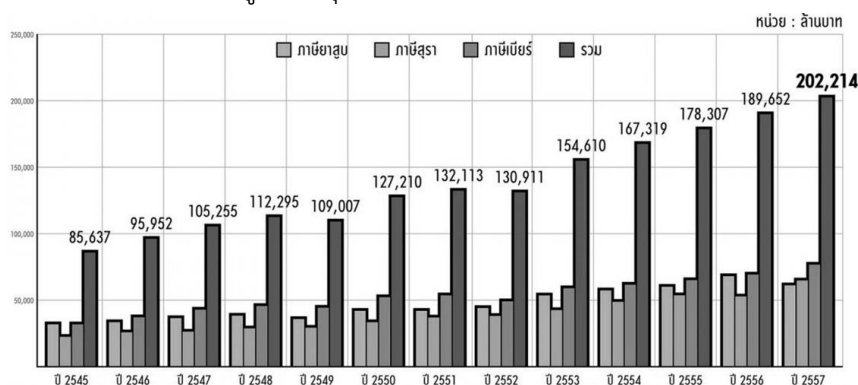
การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเริ่มต้นมาจากสาเหตุที่คล้ายกันซึ่งส่วนใหญ่มีอิทธิพลมาจากการเลียนแบบคนรอบข้างและคนในสังคม โดยข้อมูลสำรวจสาเหตุของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ปี พ.ศ. 2557 พบว่า เหตุผลที่คนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดจากปัจจัยความต้องการเข้าสังคมหรือสังสรรค์ร้อยละ 41.9 ซึ่งเป็นการสังสรรค์เพราะตำแหน่งหรือหน้าที่การงานของบุคคล งานเลี้ยงรับรองในช่วงโอกาสสำคัญและเทศกาลต่างๆ ปัจจัยเลียนแบบคนในครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงร้อยละ 27.9 เนื่องจากต้องการเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อนที่คบหาและการอยู่ในครอบครัวที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้มองว่าเป็นเรื่องปกติ ปัจจัยความอยากรู้อยากลองส่วนบุคคลร้อยละ 24.4 ซึ่งเป็นธรรมชาติของวัยที่กำลังเรียนรู้และอยากรองเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่ทำทาทาย (ประภิต วาทีสาทกกิจ และกรองจิต วาทีสาทกกิจ, 2547) และปัจจัยอื่นๆ เช่น บรรเทาความเครียด มีค่านิยมในการบริโภค ใช้เป็นส่วนผสมของยา เป็นต้น ร้อยละ 5.8 ส่วนเหตุผลที่คนบริโภคนยาสูบเกิดจากปัจจัยความอยากรู้อยากลองส่วนบุคคลเป็นสำคัญ ร้อยละ 44.5 รองลงเป็นปัจจัยเลียนแบบคนในครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง และปัจจัยความต้องการเข้าสังคม ร้อยละ 34.5 และ 7.2 ตามลำดับ นอกจากนี้สาเหตุข้างต้นแล้วยังมีปัจจัยที่ส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ได้แก่ สื่อโฆษณา การใช้สัญลักษณ์หรือรูปแบบการเสนอขายที่เอื้อต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ช่องว่างของข้อกำหนดต่างๆ โดยสำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติให้ข้อสังเกตในรายงานภาวะสังคม ไตรมาส 3/2562 ถึงผู้ผลิตเบียร์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 0.5 ดีกรี ซึ่งไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ทำให้สามารถใช้สัญลักษณ์ที่คล้ายกับผลิตภัณฑ์ที่มีแอลกอฮอล์สูงและเสนอขายได้ทุกช่องทางตลอดวันซึ่งทำให้คนมีพฤติกรรมเคยชินกับการบริโภคเบียร์และนำไปสู่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอนาคต

แหล่งรายได้ของรัฐบาลมาจากการจัดเก็บภาษีอากรและไม่ใช่ภาษีอากรโดยมีสัดส่วนรายได้จากภาษีอากรเป็นหลัก สำหรับระบบภาษีของประเทศไทยสามารถแบ่งประเภทตามฐานภาษีออกเป็น 2 รูปแบบ คือ ภาษีทางตรงเป็นการจัดเก็บภาษีจากบุคคลหรือนิติบุคคลโดยตรงหรือเรียกว่าภาษีฐานรายได้เนื่องจากภาษีส่งผลกระทบต่อรายได้ที่แท้จริงของบุคคลหรือนิติบุคคล และภาษีทางอ้อมเป็นการจัดเก็บภาษีจากการบริโภคสินค้าและบริการหรือเรียกว่าภาษีฐานการบริโภค ทั้งนี้ หากจำแนกตามหน่วยงานที่ทำหน้าที่จัดเก็บภาษี จะประกอบด้วย 3 หน่วยงานหลัก ได้แก่ 1) กรมสรรพากรจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ 2) กรมสรรพสามิตจัดเก็บภาษียาสูบ ภาษีสุรา ภาษียรถยนต์ ภาษีไฟ ภาษีน้ำมันและผลิตภัณฑ์น้ำมัน และภาษีกิจการบริการ และ 3) กรมศุลกากรจัดเก็บภาษีสินค้านำเข้า และภาษีสินค้าส่งออก โดยข้อมูลสัดส่วนรายได้จากภาษีที่รัฐบาลจัดเก็บได้ในปี พ.ศ. 2560 พบว่าภาษีฐานรายได้มาจากภาษีเงินได้นิติบุคคลสูงถึง 6.2 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 26.3 ขณะที่ภาษีฐานการบริโภคมาจากภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีสรรพสามิตเป็นสำคัญ มูลค่า 7.5 แสนล้านบาท และ 5.6 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 31.8 และ 23.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีความพยายามในการจัดเก็บภาษีตามฐานความมั่งคั่งเพื่อแก้ไขปัญหาช่องว่างระหว่างรายได้ของคนรวยและคนจน อาทิ การปรับปรุงโครงสร้างภาษีที่ดิน และภาษีมรดก ซึ่งจะเน้นสำรวจกลุ่มครอบครัวที่มีฐานะร่ำรวยโดยอิงตามสินทรัพย์ส่วนเกินที่มีมูลค่าสูง เป็นต้น (รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์, 2562)

ภาษีสรรพสามิตเป็นภาษีที่จัดเก็บจากสินค้าและบริการบางประเภทที่อาจเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยหรือบริโภคแล้วก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของตนเองและคนรอบข้าง สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบแต่ละประเภทก็จะถูกจัดเก็บภาษีในอัตราที่แตกต่างกัน โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) สุราแช่ เป็นสุราที่ยังไม่ได้กลั่นหรือกลั่นแล้วแต่แรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี เช่น น้ำตาลเมา สุราแช่พื้นเมือง เบียร์ ไวน์ เป็นต้น 2) สุรากลั่น เป็นสุราที่กลั่นแล้วหรือผสมกับสุราแช่แล้วแรงแอลกอฮอล์เกิน 15 ดีกรี เช่น สุราแม่โขง สุราสามทับ สุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ สุราพิเศษ เป็นต้น ประเภทสุราที่มีอัตราภาษีสูงที่สุดตามกฎหมายกระทรวงกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต ฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2560 คือ เบียร์ และสุราแช่ผลไม้ จัดเก็บตามมูลค่าร้อยละ 22.0 และ 10.0 และจัดเก็บตามปริมาณต่อลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ เท่ากับ 450 และ 900 บาท ตามลำดับ ซึ่งอัตราภาษีแตกต่างกันขึ้นอยู่กับดีกรีของสุราด้วย ขณะที่ยาสูบสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ 1) บุหรี่ซิการ์เรต เป็นยาเส้นที่มวนด้วยกระดาษหรือวัตถุที่ทำขึ้นแทนกระดาษ 2) บุหรี่ซิการ์ เป็นยาเส้นที่มวนด้วยใบยาแห้งหรือยาอัด และ 3) บุหรี่อื่น เป็นยาเส้นที่มวนด้วยใบไม้หรือวัตถุอื่นที่ไม่ใช่กระดาษและใบยาแห้งหรือยาอัด ซึ่งประเภทของยาสูบที่มีอัตราภาษีสูงที่สุดคือ บุหรี่ซิการ์เรตและบุหรี่ยซิการ์ จัดเก็บตามมูลค่าร้อยละ 40.0 และ 10.0 ตามลำดับ และจัดเก็บตามปริมาณ 1 มวนหรือ 1 กรัม เท่ากับ 1.2 บาท ทั้งนี้ อัตราภาษีดังกล่าวสะท้อนความนิยมในการบริโภค

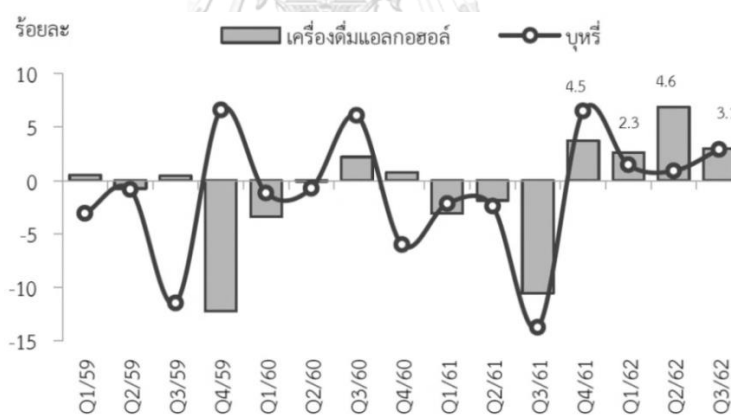
โดยเปียร์และสุราแช่ผลไม้เป็นเครื่องแอลกอฮอล์รสชาติกลางๆที่สามารถดื่มได้ง่าย และมีราคาไม่สูงมาก ส่วนบุหรีซึ่งาแรกตเป็นผลิตภัณฑ์ยาสูบที่สามารถหาซื้อได้ง่าย และหลากหลายรูปแบบ/ยี่ห้อ เช่น กรองทิพย์ มาโบโร่ แอลเอ็ม เป็นต้น

รูปที่ 3 รายได้ภาษีสรรพสามิตยาสูบและสุราระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2557



ที่มา กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง

รูปที่ 4 การเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ไตรมาส 1/2559 – 3/2562



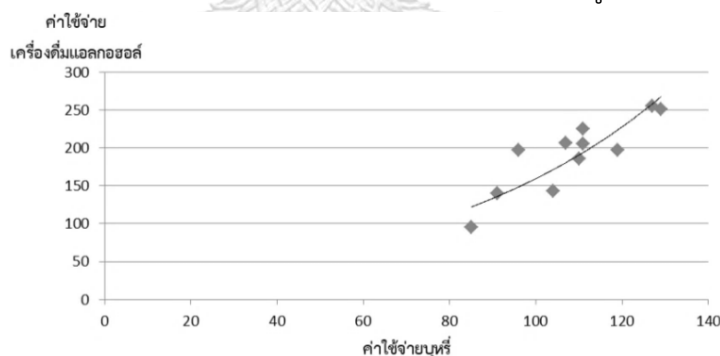
ที่มา สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562)

งานวิจัยที่ผ่านมาและข้อมูลจากองค์การอนามัยโลกซึ่งระบุว่าการบังคับใช้มาตรการทางราคาและภาษีเกี่ยวกับสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบถือว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากการดำเนินการได้ง่าย มีต้นทุนในการดำเนินการต่ำ และสามารถลดปริมาณการบริโภคได้ดี (เอกพลบรรลือ, 2560) สำหรับพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิตของประเทศไทยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอัตราจัดเก็บอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเพิ่มภาษีในสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบซึ่งคาดการณ์ว่าปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบจะลดลงเพราะการปรับขึ้นอัตราภาษีในสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่ทำให้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น นอกจากนี้

มาตรการทางราคาและภาษีแล้ว รัฐบาลยังพยายามสร้างมาตรการควบคุมทางอื่นร่วมด้วย เช่น การดำเนินมาตรการบังคับใช้ทางกฎหมาย มาตรการควบคุมปริมาณการบริโภคและสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี (เขตปลอดบุหรี่) และการสร้างความตระหนัก รวมถึงการรณรงค์สังคมในช่วงเทศกาลสำคัญ เป็นต้น

การใช้มาตรการทางราคาและภาษีตลอดจนมาตรการควบคุมโดยใช้กฎหมายหรือการรณรงค์ ยังไม่สามารถลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบได้อย่างถาวร จากข้อมูลสำรวจพฤติกรรมการบริโภคยาสูบจากสำนักงานสถิติแห่งชาติในช่วงปี พ.ศ. 2547 - 2558 พบว่า อัตราการบริโภคนยาสูบเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.3 ต่อปี เช่นเดียวกับอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ค่อนข้างเพิ่มอย่างช้าๆ จากร้อยละ 32.7 ในปี พ.ศ. 2547 เป็นร้อยละ 34.0 ในปี พ.ศ. 2558 และเมื่อพิจารณารายได้จากภาษียาสูบ ภาษีสุราและภาษีเบียร์ตลอด 12 ปี (รูปที่ 3) พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 85,637 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 202,214 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 ส่วนของรายได้จากภาษีดังกล่าวที่ลดลงในปี พ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2552 เกิดจากการปรับขึ้นภาษียาสูบและภาษีเบียร์ทำให้ยอดขายและปริมาณการบริโภคลดลงบางช่วงเวลา กล่าวได้ว่าการใช้มาตรการทางภาษีและมาตรการอื่นๆ ที่ผ่านมายังไม่ช่วยให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลงเท่าที่ควรและคนอาจมีพฤติกรรมเปลี่ยนไปบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบหนีภาษีซึ่งมีราคาถูกกว่าแทนในอนาคต

รูปที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ พ.ศ. 2544 - 2560



ที่มา คำนวณจากข้อมูลสำรวจด้านสังคมสำนักงานสถิติแห่งชาติ

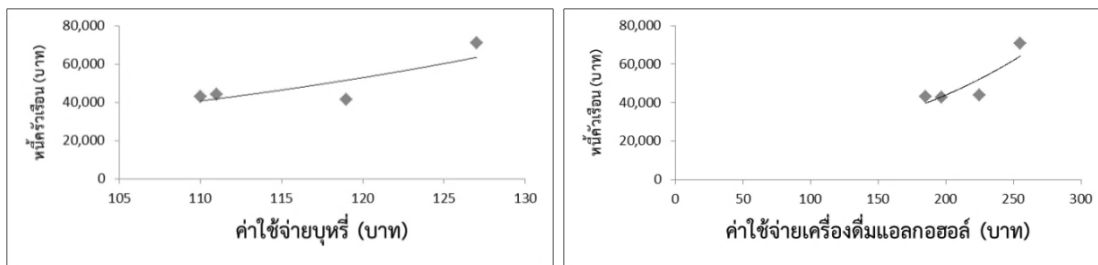
ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแม้รัฐบาลจะมีมาตรการควบคุมและการปรับขึ้นของภาษีสสุราและยาสูบอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลจากรายงานภาวะเศรษฐกิจและสังคมไทย ปี พ.ศ. 2562 (รูปที่ 4) พบว่า คนไทยมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นติดต่อกันตั้งแต่ไตรมาส 4/2561 เป็นต้นมา ภายหลังจากการหดตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาส 4/2560 - 3/2561 โดยในไตรมาส 3/2562 นั้น ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบขยายตัวร้อยละ 3.1 ชะลอจากร้อยละ 4.6 ในไตรมาสที่ผ่านมา

ซึ่งเป็นส่วนของค่าใช้จ่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ขยายตัวร้อยละ 3.0 ะลดลงจากร้อยละ 6.9 ในไตรมาสก่อน ขณะที่ค่าใช้จ่ายยาสูบขยายตัวร้อยละ 2.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.9 ในไตรมาสก่อน นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจากรูปที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และยาสูบเป็นสินค้าประเภทใช้ประกอบกัน (Complementary goods) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาภาวะสุขภาพเด็กจากการบริโภคยาสูบของคนในครัวเรือน พบว่าร้อยละ 50 ของผู้บริโภคยาสูบ จะมีการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ร่วมด้วยซึ่งหมายความว่าผู้ที่บริโภคสินค้าเหล่านี้จะทวีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกด้วย

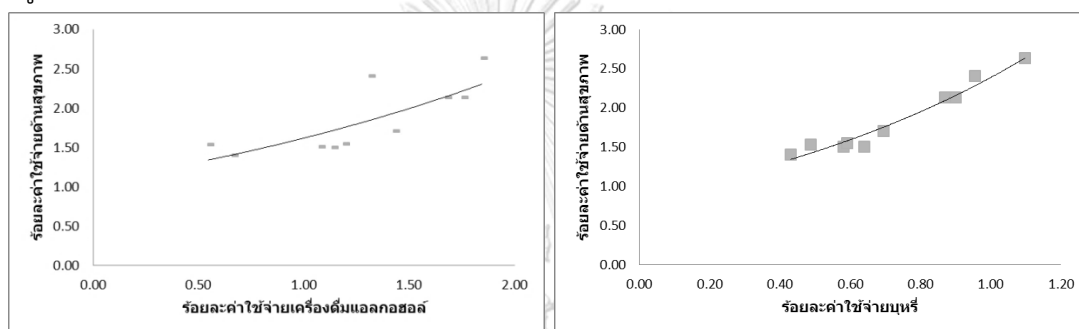
อัตราการเติบโตของระดับรายได้มีสัดส่วนมากกว่าอัตราการเติบโตของค่าใช้จ่ายมาตลอดซึ่งสอดคล้องตามภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ค่าใช้จ่ายครัวเรือนตามการจำแนกของสำนักงานสถิติแห่งชาติประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคและค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่การอุปโภคบริโภค โดยค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค ได้แก่ 1) ด้านอาหารและเครื่องตี๋ม 2) ด้านที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ 3) ด้านยานพาหนะและการเดินทาง 4) ด้านของใช้ส่วนบุคคล เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า 5) ด้านการสื่อสาร 6) ด้านการศึกษา 7) ด้านเวชภัณฑ์และค่ารักษาพยาบาล 8) ด้านการบันเทิงและการจัดงานพิธี และ 9) ด้านกิจกรรมทางศาสนา ขณะที่ค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่การอุปโภคบริโภค ได้แก่ ภาษี เบี้ยประกันภัย ค่าธรรมเนียม ดอกเบี้ย สลากกินแบ่ง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ข้อมูลสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมช่วงครึ่งปี พ.ศ. 2562 พบว่า ค่าใช้จ่ายครัวเรือนลดลงร้อยละ 0.9 และเป็นค่าใช้จ่ายครัวเรือนลดลงครั้งแรกในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา คนมีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวังและลดค่าใช้จ่ายในสินค้าฟุ่มเฟือย อาทิ ด้านอาหารและเครื่องตี๋ม ด้านยานพาหนะ ด้านการศึกษา ด้านการท่องเที่ยวและกิจกรรมบันเทิง เป็นต้น เนื่องจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจเกี่ยวกับรายได้และราคาสินค้าประกอบกับภาระหนี้สินที่เพิ่มขึ้น

การบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ค่าใช้จ่ายเพื่ออุปโภคบริโภคสินค้าอื่นของครัวเรือนลดลงภายใต้ระดับรายได้ครัวเรือนคงที่ ดังนั้น ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และยาสูบมีความสัมพันธ์ทางลบกับค่าใช้จ่ายเพื่ออุปโภคบริโภคสินค้าอื่นของครัวเรือน โดยเฉพาะการลดลงของค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องตี๋ม ด้านการใช้จ่ายส่วนบุคคล ด้านเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ด้านยานพาหนะ และด้านการศึกษา เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายครัวเรือนที่มีจำนวนเงินน้อยและคนสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัย ขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านเวชภัณฑ์และค่ารักษาพยาบาล ด้านความบันเทิง และด้านการเดินทาง และยานพาหนะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายส่วนต่างๆ ขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญและความจำเป็นที่แตกต่างกันของแต่ละครัวเรือน

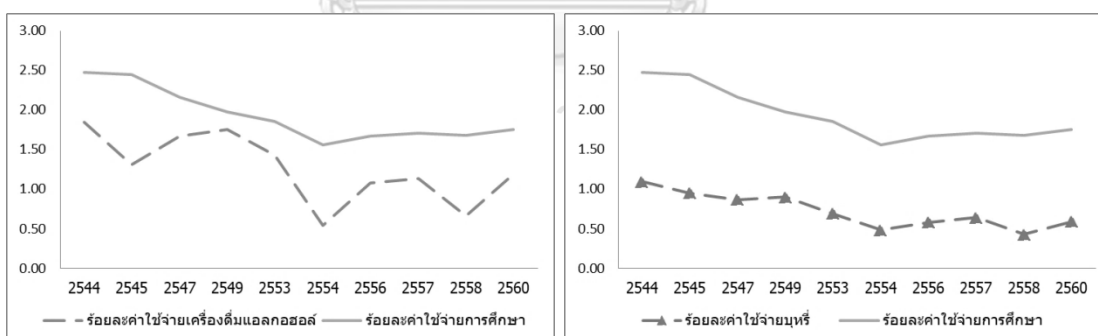
รูปที่ 6 ความสัมพันธ์ของหนี้ครัวเรือนและค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ พ.ศ. 2550 - 2560



รูปที่ 7 ความสัมพันธ์ของต้นทุนทางด้านสุขภาพและค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ พ.ศ. 2544 - 2560



รูปที่ 8 ร้อยละค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ และค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา ปี พ.ศ. 2544 - 2560



ที่มา คำนวณจากข้อมูลสำรวจด้านสังคมสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบอาจรุนแรงขึ้นหากคนที่บริโภคสินค้าเหล่านี้มีรายได้ไม่แน่นอน ซึ่งกระทบต่อค่าใช้จ่ายเพื่ออุปโภคบริโภคของครัวเรือนดังที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อคนมีรายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่ายจะส่งผลต่อการก่อสร้างหนี้สินต่อไปในอนาคตได้ โดยจากรูปที่ 6 แสดงให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับหนี้ครัวเรือน ขณะที่ในปีพ.ศ. 2562 ยังพบว่า ครัวเรือนที่มีหนี้สินเป็นการก่อหนี้เพื่อนำมาใช้จ่ายอุปโภคบริโภคภายในครัวเรือนถึงร้อยละ 38.4 และมีความสัมพันธ์ในทางบวก

เช่นเดียวกับต้นทุนสุขภาพ (รูปที่ 7) เนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเป็นสาเหตุของการเกิดโรคต่างๆ เช่น โรคหลอดเลือดและหัวใจ โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง โรคถุงลมโป่งพอง โรคสมองและประสาท โรคมะเร็ง เป็นต้น ซึ่งเป็นโรคที่มีค่าใช้จ่ายสูงและไม่สามารถหายขาดจากโรคได้จึงต้องรักษาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคมีต้นทุนทางด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ รูปที่ 8 แสดงการเปลี่ยนแปลงร้อยละของค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงร้อยละของค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาซึ่งจะเห็นว่าค่าใช้จ่ายด้านศึกษามีแนวโน้มลดลงขณะที่ค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบค่อนข้างผันผวนแม้ว่ามีแนวโน้มที่จะลดลงก็ตาม

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมการบริโภคสินค้าบาปต่อการบริโภคสินค้าชนิดอื่น ว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบจะส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนอย่างไร เพื่อจะสามารถนำไปเป็นแนวทางกำหนดนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับภาษีและการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบได้ต่อไป โดยคำนึงถึงทิศทางการควบคุมพฤติกรรมการบริโภคสินค้าดังกล่าว รวมทั้งการกำหนดนโยบายได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบสภาพทั่วไปด้านสังคม และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ
2. ได้ทราบข้อมูลโครงสร้างทางภาษี และมาตรการด้านภาษีสรรพสามิตของประเทศไทย
3. เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับเป็นแนวทางพัฒนานโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบอย่างมีประสิทธิภาพในมิติอื่นมากขึ้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษผลกระทบของพฤติกรรมการบริโภคสินค้าบาปต่อการบริโภคสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน เป็นการศึกษาผลของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อการเปลี่ยนแปลงทิศทางและขนาดของค่าใช้จ่ายครัวเรือน 12 ด้าน ผู้ศึกษาใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่รวบรวมโดย

1. สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายครัวเรือนซึ่งจำแนกตามประเภท ปี พ.ศ. 2560 ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาสูบ ที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล เวชภัณฑ์และค่าตรวจรักษาพยาบาล การเดินทางและการสื่อสาร การศึกษา การพักผ่อนและการบันเทิง การพนัน และค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่การอุปโภคบริโภค

2. กระทรวงพาณิชย์ (Ministry of Commerce : MOC) ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภคของแต่ละภูมิภาค ปี พ.ศ. 2560 และ 2564

สำหรับการสำรวจภาคสนามในครั้งนี้เป็นการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ ผู้ศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 2 เขต ได้แก่ เขตราชเทวีและเขตหนองจอก และพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่และจังหวัดมุกดาหาร เนื่องจากมีความหลากหลายของประชากรซึ่งสามารถสะท้อนพฤติกรรมการสูบบุหรี่ได้ชัดเจนมากขึ้น

สินค้าบาป ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ของเหลวหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ซึ่งนำมาบริโภคได้ ได้แก่ สุราขาว สุราสี เบียร์ ไวน์ สุราแช่ผลไม้ สุราผสม

ยาสูบ ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ยาสูบ ได้แก่ บุหรี่ซิการ์เรต บุหรี่อื่นๆ และยาเส้น

บุหรี่ยี่ห้อ ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง บุหรี่ซองซึ่งผลิตภายในประเทศ ได้แก่ โรงงานยาสูบกระทรวงการคลัง และบุหรี่ยี่ห้อซึ่งผลิตจากต่างประเทศและนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย รวมถึงบุหรี่ยี่ห้อเองซึ่งผลิตภายในประเทศโดยโรงงานเอกชน

ต้นทุนทางด้านสุขภาพ ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการรักษาโรค/ภาวะต่างๆ ซึ่งเกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ โดย

- โรค/ภาวะ จากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ โรคตับแข็ง มะเร็งตับ ภาวะติดสุรา และ โรคเลือดออกในสมอง
- โรค/ภาวะ จากการบริโภคนิโคติน ได้แก่ มะเร็งปอด โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง

เนื่องจากเป็นโรค/ภาวะ ซึ่งมีสัดส่วนจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบสูง และเป็นสาเหตุของการสูญเสียชีวิตก่อนวัยอันควร

บทที่ 2

ภูมิหลัง ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและวรรณกรรมปริทัศน์

2.1 ลินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสถานการณ์การบริโภค

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นเครื่องดื่มประเภทหนึ่งซึ่งมีส่วนประกอบของเอทิลแอลกอฮอล์ (ethyl alcohol) หรือที่เรียกในชื่อเอทานอล (Ethanol) โดยพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้ให้ความหมายว่าเป็นสุรารวมถึงวัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อนำมาผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้ว สามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา กล่าวคือ เป็นน้ำหรือของเหลวที่เกิดการหมัก กลั่น หรือแช่ แล้วสามารถนำมาบริโภคได้ นอกจากนี้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังเป็นสินค้าที่สามารถนำมาซื้อขายได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายและมีกำหนดอายุขั้นต่ำในการบริโภค โดยมีอายุขั้นต่ำอยู่ในช่วง 16-21 ปี สำหรับในประเทศไทยส่วนใหญ่และประเทศไทยได้กำหนดอายุขั้นต่ำ 18 ปี บริบูรณ์ (นวรรัฐ เทศพิทักษ์, 2553)

สุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นที่รู้จักและนิยมบริโภคของคนไทยมาเป็นเวลานาน แต่เดิมเป็นน้ำหมักจากข้าว ผลไม้ หรือน้ำตาลซึ่งเป็นภูมิปัญญาสำหรับถนอมอาหาร ประชาชนสามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กันได้อย่างเสรีจนกระทั่งในสมัยพระเจ้าปราสาททองพบว่าคนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กันเป็นจำนวนมากจึงเริ่มเก็บอากรสุราขึ้นเพื่อควบคุมปริมาณการบริโภค ต่อมาในปี พ.ศ. 2398 ช่วงการทำสนธิสัญญาเบาริงและสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศได้มีการนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างประเทศเข้ามาขายในประเทศไทยได้โดยเก็บภาษีเพียงร้อยละ 3.0 ซึ่งถูกกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศทำให้คนหันไปบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างประเทศมากขึ้น รัฐบาลจึงมีความพยายามควบคุมราคาและปริมาณการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างประเทศซึ่งสามารถทำได้ในสมัยรัชกาลที่ 5 รวมถึงมีประกาศใช้พระราชบัญญัติอากรสุราขึ้นในปี พ.ศ. 2429 (ไพศาล วิสาโล, 2536)

การจัดประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นขึ้นอยู่กับที่ตั้งหลักเกณฑ์ในการพิจารณา เช่น การจัดกลุ่มตามกรรมวิธีในการผลิต การจัดกลุ่มตามช่วงเวลาการดื่ม และการจัดกลุ่มตามขั้นตอนการเตรียมก่อนดื่ม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงได้จำแนกประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ สุราแช่ และ สุรากลั่น

1. สุราแช่

- สุราที่ไม่ได้กลั่น เช่น น้ำตาลเมา น้ำขาว เบียร์ เป็นต้น หรือ
- สุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลั่นแล้ว แต่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี เช่น ไวน์ สปาร์กลิงไวน์ สุราแช่พื้นเมือง เป็นต้น

2. สุรากลั่น

- สุราที่ได้กลั่นแล้ว เช่น สุราขาว สุราสามทับ (แอลกอฮอล์) สุราแสงโสม เป็นต้น หรือ

- สุกากันที่ได้ผสมกับสุราแช่แล้ว และมีแรงแอลกอฮอล์เกิน 15 ดีกรี เช่น สุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ และสุราพิเศษ เป็นต้น

นอกจากนี้ อ้างอิงตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 46 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 และกฎหมายกระทรวงเรื่องกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ. 2546 สามารถจำแนกประเภทของสุรากลั่นออกเป็น 5 ประเภทย่อยๆ ได้แก่

1. สุราขาว คือ สุกากันแท้ ซึ่งปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งผสมปรุงแต่งใดๆ มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี
2. สุราสามทับ คือ สุกากันที่มีแรงแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 80 ดีกรีขึ้นไป
3. สุราผสม คือ สุกากันที่ใช้สุราขาวหรือสุราสามทับมาปรุงแต่ง มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี
4. สุราปรุงพิเศษ คือ สุกากันที่ใช้สุราสามทับมาปรุงแต่ง มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี
5. สุราพิเศษ คือ สุกากันที่ทำขึ้นโดยใช้กรรมวิธีพิเศษมีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี ประกอบด้วย
 - 1) วิสกี้ บรั่นดี รัม ยิน หรือสุราแบบต่างประเทศอย่างอื่น
 - 2) เกาเหลียง เชียงซุน บัญก้วยโล้ว หรือสุราแบบจีนอย่างอื่น (ไกวัล เปียระบุตร, ม.ป.ป.)

ตารางที่ 1 อัตราภาษีของสุราแช่

รายการ	อัตราภาษี		
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณ	
		หน่วย	หน่วยละ - บาท
ชนิดเบียร์	22	ต่อปริมาณ	430
ชนิดไวน์และสปาร์กลิ่งไวน์ที่ทำจากองุ่น		หนึ่งลิตรแห่ง	
1. ที่มีราคาขายปลีกแนะนำไม่เกิน 1,000 บาท	0	แอลกอฮอล์	1,500
2. ที่มีราคาขายปลีกแนะนำเกินกว่า 1,000 บาท	10	บริสุทธิ์	1,500
ชนิดสุราแช่ผลไม้ที่มีส่วนผสมขององุ่นหรือไวน์องุ่น			
1. ที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 7 ดีกรี และมีขนาดบรรจุไม่เกิน 0.33 ลิตร	10		150
2. ชนิดอื่นๆ นอกจาก 1.			
ก) ที่มีราคาขายปลีกแนะนำไม่เกิน 1,000 บาท	0		900
ข) ที่มีราคาขายปลีกแนะนำเกินกว่า 1,000 บาท	10		900
ชนิดอื่นๆ นอกจากที่กล่าวมา	10		150

ตารางที่ 2 อัตราภาษีของสุรากลั่น

รายการ	อัตราภาษี		
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณ	
		หน่วย	หน่วยละ - บาท
ชนิดสุรากลั่น	2	ต่อปริมาณ	155
ชนิดสุรากลั่นทับ		หนึ่งลิตรแห่ง	
1. ที่นำไปใช้ในการอุตสาหกรรม หรือการแพทย์ หรือเภสัชกรรม หรือวิทยาศาสตร์ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด	0	แอลกอฮอล์	0
2. ที่นำไปทำการแปลงสภาพ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนด	0	บริสุทธิ์	0
3. กรณีอื่นๆ นอกจาก 1. และ 2.	0		6
ชนิดอื่นๆ นอกจากที่กล่าวมา	20		255

ที่มา พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

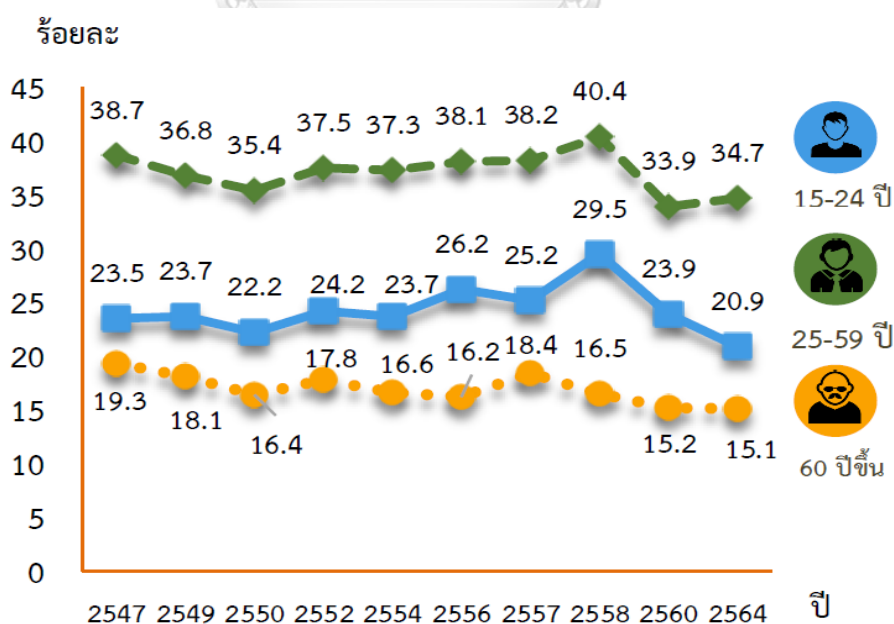
ภาษีสุราและภาษีเบียร์เป็นส่วนหนึ่งของภาษีสรรพสามิตซึ่งจัดเก็บจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากเดิมจัดเก็บในอัตราแบบสองขา กล่าวคือ คิดภาษีจากทั้งอัตราตามมูลค่าและอัตราตามสภาพ หากอัตราใดให้มูลค่าภาษีสูงกว่าให้จัดเก็บภาษีในอัตรานั้น ต่อมา มีการปรับโครงสร้างภาษีจากอัตราแบบสองขาเป็นอัตราแบบผสม (Mixed Rate System) ที่มีหลายอัตราภาษีตามสภาพ (Tier Specific Rates) โดยจำแนกตามขนาดดีกรีแอลกอฮอล์ และตามราคาขายส่งช่วงสุดท้าย (ชลธาร วิศรุตวงศ์, 2561) ทั้งนี้ เพื่อความเหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง

ยิ่งไปกว่านั้น ภาษีของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทจะจัดเก็บในอัตราที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อภาวะสุขภาพและเศรษฐกิจ กล่าวคือ คำนึงถึงระดับแรงแห่งแอลกอฮอล์ ระดับราคาขายส่งช่วงสุดท้าย และวัตถุประสงค์การใช้งาน เช่น แรงแอลกอฮอล์สูงหรือต่ำ กรรมวิธีหรือขั้นตอนในการผลิต และวัตถุประสงค์ในการใช้งานเพื่อบริโภคหรือใช้งานทางการแพทย์ เป็นต้น ดังนั้น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่มีแรงแอลกอฮอล์สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด หรือเป็นการบริโภคขั้นสุดท้ายนั้น จะถูกจัดเก็บภาษีในอัตราสูงกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด หรือเป็นการนำไปใช้งานทางการแพทย์

กลุ่มประชากรไทยที่มีแนวโน้มเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคือกลุ่มวัยเด็กและเยาวชนขณะที่กลุ่มวัยสูงอายุมีแนวโน้มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง โดยข้อมูลสำรวจจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2564 พบว่าจำนวนประชากรทั้งหมด 57 ล้านคน เป็นคนที่มีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 16 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 28.0 จากข้อมูลสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า แนวโน้มของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์วัยเด็กและเยาวชนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 22.2 ในปี พ.ศ. 2550 เป็นร้อยละ 29.5 ในปี พ.ศ. 2558 สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไป เด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงการบริโภคได้ง่ายและเร็วขึ้น แม้จะมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 20.9 ในปี พ.ศ. 2564 ก็ตาม

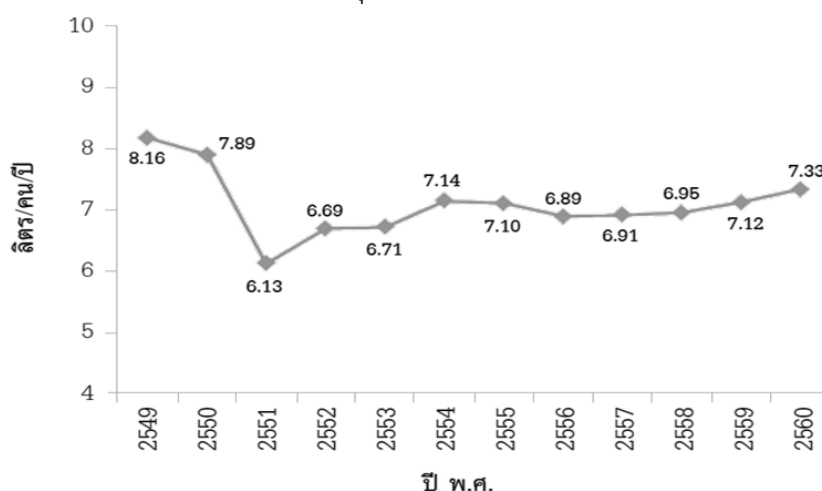
นอกจากประชากรไทยมีแนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นอย่างช้าๆแล้ว ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีแนวโน้มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยข้อมูลปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากศูนย์วิจัยปัญหาสุราโดยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่าประชากรไทยมีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ยคนละ 7.3 ลิตร ในปี พ.ศ. 2560 เพิ่มขึ้นจาก 6.1 ลิตร ในปี พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ เนื่องจากการควบคุมปริมาณการบริโภคไม่ให้เป็นไปอย่างเสรีโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อด้านสุขภาพ ความปลอดภัยของคนในสังคมและวัฒนธรรมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รูปที่ 9 อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ปี พ.ศ. 2547-2564



ที่มา กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564)

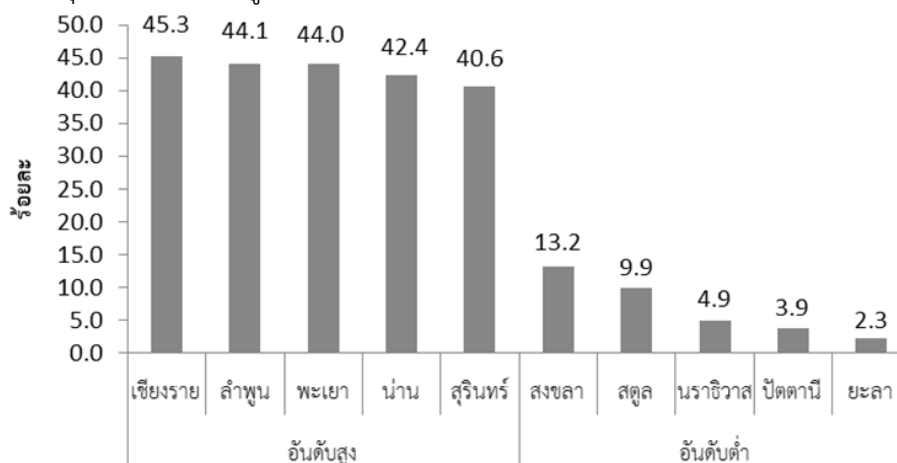
รูปที่ 10 ปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่อหัวประชากร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549-2560



ที่มา ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2562)

ผู้บริโภคน้ำใหม่ในกลุ่มเด็กและเยาวชนมีสาเหตุของการเริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างกันตามปัจเจกบุคคล โดยสาเหตุที่ทำให้คนเริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ การเลียนแบบตามอย่างกลุ่มเพื่อนและความอยากรู้อยากลอง เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่เพื่อนและสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและยังเป็นวัยที่กำลังเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ กล้าลองกล้าเสี่ยง จึงใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสื่อกลางในการเข้าสังคมสร้างค่านิยมใหม่เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ สำหรับคนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างต่อเนื่องแม้จะทราบว่าเป็นโทษเพราะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกจัดให้เป็นเสมือนสื่อกลางในการเข้าสังคมโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลและในงานเลี้ยงสังสรรค์ ดังนั้น สภาพแวดล้อมทางสังคมของผู้บริโภคและค่านิยมในสังคมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น

รูปที่ 11 ความชุกของประชากรผู้บริโภคร่างดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560



ที่มา ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2562)

ความสามารถในการเข้าถึงสื่อและการโฆษณาในปัจจุบันยังถือเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหน้าใหม่สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายขึ้น เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตใช้เนื้อหาในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สื่อภาพจำหรือการแทนสัญลักษณ์เกี่ยวกับการสังสรรค์ ความสนุกสนาน รวมถึงการโฆษณาผ่านละคร ภาพยนตร์ และเกมส์โชว์ก็ทำให้เด็กและเยาวชนซึ่งไม่มีวิจารณญาณและให้ความสนใจบางส่วนโดยขาดการวิเคราะห์เกิดความอยากรู้อยากลองมากขึ้น

ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยการสำรวจความชุกของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปี พ.ศ. 2560 พบว่าจังหวัดเชียงราย ลำพูน และพะเยา มีจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด ร้อยละ 45.3, 44.1 และ 44.0 ตามลำดับ เนื่องจากสภาพภูมิอากาศค่อนข้างหนาวทำให้คนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อสร้างความอบอุ่นแก่ร่างกาย รวมถึงค่านิยมและลักษณะนิสัยคนในพื้นที่ซึ่งชอบความสนุกสนานและการสังสรรค์ทำให้นิยมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กันจำนวนมาก สำหรับพื้นที่ภาคใต้มีจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับต่ำ โดยจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส มีจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 2.3, 3.9 และ 4.9 ตามลำดับ มาจากปัจจัยด้านศาสนาเป็นหลัก เนื่องจาก 1 ใน 3 ของจำนวนประชากรภาคใต้นับถือศาสนาอิสลามซึ่งมีข้อห้ามเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้มีจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยกว่าภาคอื่น

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้มีมาตรการต่างๆ ในการจำกัดจำนวนและปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมาตรการทางด้านภาษีนั้นค่อนข้างมีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนี้ ยังมีความพยายามในมาตรการอื่นร่วมด้วย เช่น การกำหนดช่วงอายุของคนที่สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ การกำหนดช่วงเวลาในการจำหน่าย การห้ามแสดงโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อต่างๆ โดยตั้งใจ รวมถึงการร่วมรณรงค์ให้คนเกิดความตระหนักถึงโทษของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเพื่อลดปริมาณการบริโภคในช่วงเทศกาลสำคัญ เป็นต้น

2.2 สินค้าประเภทยาสูบและสถานการณ์การบริโภค

ผลิตภัณฑ์ยาสูบ (Tobacco) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากต้นยาสูบ โดยใบยาสูบสามารถนำมาใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญในการนำมาทำผลิตภัณฑ์ยาสูบ ได้แก่ บุหรี่ซิการ์ แรต บุหรี่ซิการ์ และบุหรี่ชนิดอื่นซึ่งเป็นสินค้าประเภทสิ่งเสพติดอย่างอ่อน สามารถจำหน่ายและบริโภคได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม นอกจากการใช้ใบยาสูบเป็นส่วนประกอบแล้วยังมีการใช้ส่วนประกอบของสารเคมีอื่นที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพด้วย เช่น “นิโคติน” เป็นสารที่มีลักษณะคล้ายน้ำมัน มีฤทธิ์กระตุ้นประสาทส่งผลกระทบต่อความดันเลือดและการทำงานของหลอดเลือดต่างๆ “ทาร์” มีลักษณะเป็นละอองของเหลวสีน้ำตาลคล้ายน้ำมันดิบ ส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจ และยังมีส่วนผสม

ของคาร์บอนมอนอกไซด์ แอมโมเนีย ไนโตรเจนออกไซด์ และไซนาไนด์ ซึ่งมีส่วนรบกวนระบบการทำงานของร่างกาย ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ยาสูบจึงเป็นสินค้าที่รัฐบาลต้องเข้ามาควบคุมการบริโภคและกลุ่มประชากรที่สามารถบริโภคยาสูบได้

ปัจจุบันหลายประเทศได้ให้ความสำคัญการผลกระทบของการบริโภคยาสูบเพิ่มขึ้น และเริ่มบังคับใช้มาตรการต่างๆ เพื่อลดการบริโภคยาสูบ หนึ่งในนั้นคือการปรับช่วงอายุขั้นต่ำที่สามารถบริโภคยาสูบได้ให้สูงขึ้นเพื่อป้องกันการบริโภคในกลุ่มเด็กและเยาวชน เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาปรับจากอายุ 18 ปีบริบูรณ์ เพิ่มเป็น อายุ 21 ปีบริบูรณ์ ขณะที่ประเทศไทยได้มีข้อเสนอแนะให้ปรับอายุขั้นต่ำจากอายุ 20 ปีบริบูรณ์ เพิ่มเป็น 24 ปีบริบูรณ์ เช่นเดียวกัน

สำหรับผลิตภัณฑ์ยาสูบนี้นสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ยาสูบชนิดมีควัน (Smoked Tobacco) และยาสูบชนิดไม่มีควัน (Smokeless Tobacco) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ยาสูบชนิดมีควัน (Smoked Tobacco) จำแนกออกเป็น 3 ประเภทย่อยๆ ได้แก่

1) ยาสูบโรงงาน (Manufactured Tobacco) หรือที่เรียกกันว่า “บุหรี่ยี่ห้อ” โดยยาสูบโรงงานนั้น หมายความว่ารวมทั้งยาสูบที่มีก้นกรองและยาสูบที่ไม่มีก้นกรอง และทั้งจากแหล่งผลิตที่เป็นโรงงานภายในประเทศ ได้แก่ โรงงานยาสูบ (รยส.) กระทรวงการคลัง และยาสูบที่ผลิตจากต่างประเทศซึ่งนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย

2) ยาสูบบวนเอง (Hand-rolled Tobacco หรือ Roll your Own : RYO) เป็นยาสูบที่ผู้บริโภคสามารถมวนได้ด้วยตัวเองหรือมวนด้วยเครื่องมือมวนยาสูบ โดยมียาเส้นหรือยาเส้นปรุงเป็นส่วนประกอบภายใน และนำมาห่อหุ้มหรือมวนด้วยใบไม้หรือกระดาษ เช่น กระดาษ ใบตอง ใบมะกา ใบจาก ใบบัว เป็นต้น

3) ยาสูบชนิดมีควันอื่นๆ (Other Smoked Tobacco) จำแนกออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

3.1 บุหรี่ยี่ห้อ เป็นยาสูบชนิดใบยาแห้งหรือยาอัด ซึ่งมวนด้วยใบยาแห้งหรือยาอัด บุหรี่ยี่ห้อที่มีจำหน่ายภายในประเทศนั้น ส่วนใหญ่ผลิตจากต่างประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเดนมาร์ก ประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น

3.2 ไปป์ เป็นกล้องสูบที่มีเข้าสำหรับใส่ยาเส้น ไปป์ส่วนใหญ่ทำมาจากเหง้าของต้นไม้ที่มีความแข็งแรงและทนต่อความร้อนได้ หรือทำจากสังขำโพด/พลาสติกที่ทนความร้อนได้เช่นกัน

3.3 ยาสูบที่สูบผ่านน้ำ ได้แก่ บาราเก้ ฮุกก้า ซิชา โดยยาสูบชนิดนี้จะต้องมีอุปกรณ์การสูบควัน หรือที่เรียกว่า “เตาบาราเก้” สำหรับตัวยาจะมีส่วนผสมของใบยาสูบกับสารที่มีความหวาน เช่น กากน้ำตาล หรือน้ำผึ้ง เป็นต้น และมักเติมกลิ่นหอมของดอกไม้ เช่น สตรอเบอร์รี่ แอปเปิ้ล สมนไพรบางชนิด เป็นต้น

3.4 ชนิดอื่นๆ เช่น บุหรี่ยี่ห้อ เป็นต้น ซึ่งเป็นยาสูบที่มีความนิยมตามแต่ละภูมิภาค

2. ยาสูบชนิดไม่มีควัน (Smokeless Tobacco) เป็นการนำยาเส้นหรือยาเส้นปรุงมาใช้ในการรูปแบบต่างๆ เช่น การอม การจุกยาสูบทางปาก การสูดยานัตถุที่มีส่วนผสมของยาสูบทางจุก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การจัดเก็บภาษียาสูบเป็นภาษีชนิดหนึ่งในภาษีสรรพสามิตซึ่งมีรูปแบบการจัดเก็บเช่นเดียวกับภาษีสรรพสามิตและภาษีเบียร์ กล่าวคือ จัดเก็บในอัตราแบบผสม (Mixed Rate System) ที่มีหลายอัตราภาษีตามสภาพ (Tier Specific Rates) โดยจำแนกตามขนาดความนิยมของยาสูบแต่ละประเภท และตามราคาขายส่งช่วงสุดท้าย เนื่องจากต้องการลดจำนวนและปริมาณการบริโภคยาสูบ และป้องกันผู้สูบบุหรี่ใหม่ไม่ให้มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าดังกล่าวเพิ่มขึ้น โดยแสดงรายละเอียดอัตราภาษียาสูบ ดังนี้

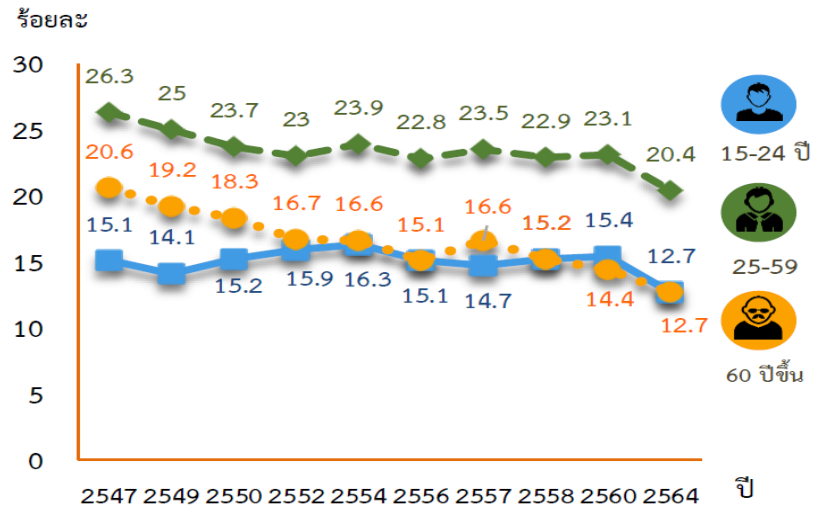
ตารางที่ 3 อัตราภาษีของยาสูบ

รายการ	อัตราภาษี		
	ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณ	
		หน่วย	หน่วยละ - บาท
ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2562			
บุหรี่ยีคาแรต			
1. ที่มีราคาขายปลีกแนะนำไม่เกินซองละ 60 บาท	20	หนึ่งมวน	1.2
2. ที่มีราคาขายปลีกแนะนำเกินซองละ 60 บาท	40		1.2
ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 เป็นต้นไป			
บุหรี่ยีคาแรต	40	หนึ่งมวน	1.2
ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 เป็นต้นไป			
บุหรี่ยีการ์	10	หนึ่งกรัม เศษของหนึ่งกรัม ให้นับเป็นหนึ่งกรัม	1.2
บุหรี่ยี่อื่น	0	หนึ่งมวน	0.5
ยาเคี้ยว	0	หนึ่งกรัม	0.1
ยาเส้นปรุง	10	เศษของหนึ่งกรัม	1.2
ยาเส้น		ให้นับเป็นหนึ่งกรัม	
1. ยาเส้นที่ผู้เพาะปลูกต้นยาสูบทำจากใบยาที่ปลูกและ หั่นเอง และได้ขายยาเส้นนั้นแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยาสูบ	0		0
2. ยาเส้นอื่น นอกจาก 1.	0		0.005

ที่มา พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

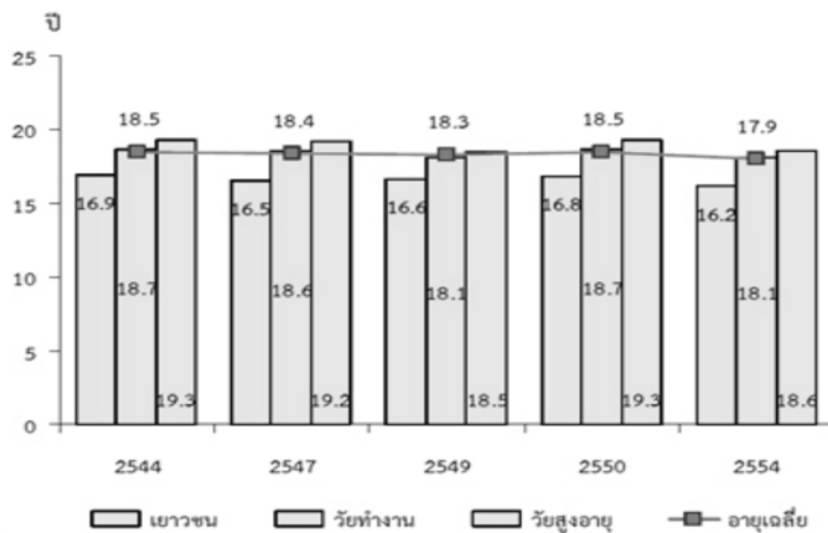
ผลิตภัณฑ์ยาสูบเริ่มมีการนำมาบริโภคกันตั้งแต่สมัยอยุธยาทั้งที่ผลิตเองภายในประเทศ และการนำเข้ามาจากประเทศฟิลิปปินส์และจีน ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการผลิตยาสูบขึ้นโดย บริษัทชาวอังกฤษเปิดดำเนินการเป็นบริษัทแรกในปี พ.ศ. 2460 ซึ่งในระยะแรกเป็นการมวนด้วยมือ และเริ่มมีการใช้เครื่องจักรเพื่อผลิตยาสูบออกจากมาจำหน่ายเป็นยี่ห้อต่างๆ ในรัชกาลที่ 6 เป็นต้นมา

รูปที่ 12 แนวโน้มการบริโภคยาสูบของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามกลุ่มอายุ ปี 2547-2564



ที่มา กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564)

รูปที่ 13 อายุเฉลี่ยที่เริ่มมีพฤติกรรมบริโภคยาสูบของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ปี พ.ศ. 2544 – 2554



ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ

การบริโภคยาสูบเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้นจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2482 รัฐบาลมีนโยบาย จัดตั้งโรงงานยาสูบขึ้นภายหลังการซื้อกิจการมาจากห้างหุ้นส่วนบุรพาทยาสูบจำกัด และมีการขยายตัว

ของกิจการอย่างมาก จึงเริ่มซื้อกิจการของบริษัทผลิตยาสูบเพิ่มอีกหลายแห่ง เช่น บริษัททวงฮก บริษัททอปปัน และบริษัทบริติช เป็นต้น และได้ดำเนินกิจการฯ ภายใต้การควบคุมของกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลังมาจนถึงปัจจุบัน (ประภิต วาทีสาทกกิจ และกรองจิต วาทีสาทกกิจ, 2547)

แม้ว่าสถานการณ์การบริโภคยาสูบของประชากรไทยมีแนวโน้มลดลงแต่จำนวนประชากรที่มีพฤติกรรมการบริโภคยาสูบยังคงไม่ลดลง เนื่องจากจำนวนผู้บริโภคน้ำใหม่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทดแทนผู้บริโภครายเก่าที่มีเลิกสูบหรือเสียชีวิตไปแล้ว จากรูปที่ 12 แสดงถึงแนวโน้มที่ผู้บริโภคน้ำใหม่มีพฤติกรรมการบริโภคยาสูบเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.1 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 15.4 ในปี พ.ศ. 2560 แม้ว่าจะมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 12.7 ในปี พ.ศ. 2564 ก็ตาม แสดงให้เห็นว่าปริมาณการบริโภคยาสูบค่อนข้างผันผวน ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคยาสูบเปลี่ยนแปลงขึ้นและลงเพียงเล็กน้อยในช่วงเวลาสั้นๆ นอกจากนี้ ผู้บริโภคน้ำใหม่ยังมีแนวโน้มที่อายุแรกเริ่มน้อยลงด้วย จากเดิมในปี พ.ศ. 2544 ผู้บริโภคน้ำใหม่มีอายุแรกเริ่มเฉลี่ยประมาณ 18.5 ปี ซึ่งในปี พ.ศ. 2554 ผู้บริโภคน้ำใหม่มีอายุแรกเริ่มเฉลี่ยเพียง 17.9 ปี ซึ่งให้เห็นถึงพฤติกรรมการสะสมการบริโภคของเด็กและเยาวชนซึ่งอาจส่งผลให้มีการเสพติดการบริโภคยาสูบต่อไปได้ในอนาคต

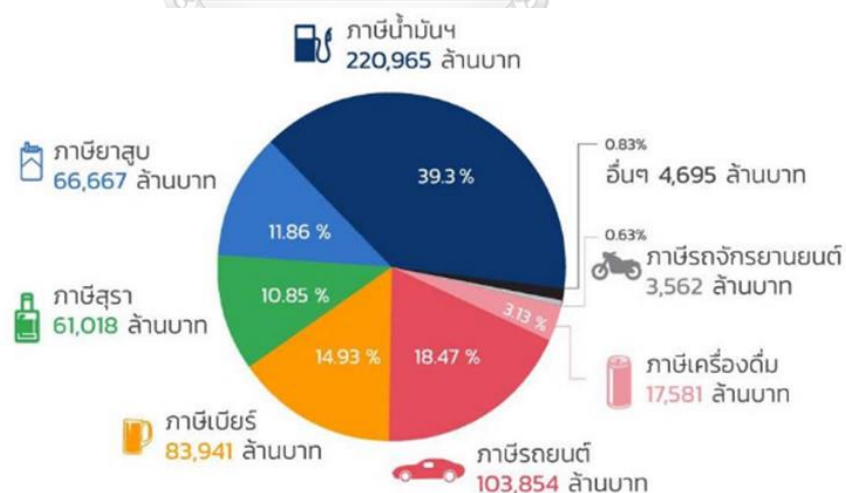
การเริ่มมีพฤติกรรมการบริโภคยาสูบบมีสาเหตุคล้ายกับการเริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพราะค่านิยมที่ถูกสร้างขึ้นในกลุ่มสังคมโดยเฉพาะวัยที่เริ่มบริโภคยาสูบเป็นกลุ่มเยาวชนนั้นเพื่อนและสมาชิกในครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญด้านสภาพสังคมที่ทำให้คนมีพฤติกรรมการบริโภคยาสูบ ยิ่งไปกว่านั้น หากบุคคลมีพฤติกรรมการบริโภคยาสูบแล้วทำให้มีความต้องการบริโภคยาสูบอย่างต่อเนื่องในอนาคต เนื่องจากผลของสารนิโคตินในผลิตภัณฑ์ยาสูบนั้นทำให้ผู้บริโภคมักเกิดการเสพติดและต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นด้วย

การใช้บุหรี่ไฟฟ้าเป็นประเด็นสำคัญที่รัฐบาลกำลังให้ความสนใจเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้บริโภค โดยจุดเด่นของการใช้บุหรี่ไฟฟ้าคือบุหรี่ไฟฟ้าไม่ทำให้เกิดมลพิษทางอากาศซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสมาชิกในครัวเรือนหรือคนรอบข้างที่อาจเป็นคนรับควันจากบุหรี่มือสอง การปรับขึ้นอัตราภาษียาสูบทำให้ผู้บริโภคที่ยังมีพฤติกรรมการเสพติดยาสูบไม่สามารถเลิกได้ทันทีและยังคงต้องการบริโภคอยู่ จึงเริ่มหันมาใช้บุหรี่ไฟฟ้าเป็นทางออกทดแทนการบริโภคยาสูบแบบเดิม อย่างไรก็ตาม มีการศึกษาของสาธารณสุขเกี่ยวกับสารประกอบในบุหรี่ไฟฟ้า พบว่า ในบุหรี่ไฟฟ้ามีสารเคมีที่เป็นอันตราย เช่น ฟอร์มาร์ลดีไฮด์ ไดอะซีทิล อโครลีน เป็นต้น และโลหะหนักที่เป็นพิษ เช่น นิกเกิล ดีบุก ตะกั่ว ซึ่งเป็นส่วนประกอบในน้ำยาบุหรี่ไฟฟ้า หรืออุปกรณ์สูบที่โลหะหนักจะสามารถหลุดจากขดลวดที่ชุบน้ำยาขณะที่สารปรุงแต่งกลิ่นและรสมีน้ำมันชนิดที่ถูกความร้อนจนเกิดเป็นไอระเหยได้ นอกจากนี้การใช้บุหรี่ไฟฟ้าชนิดที่ไม่มีนิโคตินยังทำให้เกิดการอักเสบของเนื้อเยื่อปอดและระบบไหลเวียนโลหิตได้อีกด้วย (ประภิต วาทีสาทกกิจ, 2562)

ทั้งนี้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเป็นสินค้าที่มีการบริโภคร่วมกันเนื่องจากเป็นสินค้าที่ออกฤทธิ์ในการบริโภคแตกต่างกัน กล่าวคือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีฤทธิ์กล่อมประสาทขณะที่ยาสูบประกอบด้วยสารนิโคตินซึ่งมีฤทธิ์กระตุ้นประสาท จากการศึกษาเกี่ยวกับผลของการบริโภคเครื่องดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบร่วมกันพบว่าร้อยละ 85.0 ของประชากรอเมริกา มีพฤติกรรมบริโภคยาสูบมากขึ้นเมื่อบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะการบริโภคน้ำยาสูบจะช่วยลดอาการง่วงจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น ผู้ที่มีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีพฤติกรรมบริโภคยาสูบร่วมด้วยเช่นกัน

การบริโภคสินค้าทั้งสองชนิดยิ่งทวีมูลค่ารายจ่ายของผู้บริโภคให้เพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากระดับราคาสินค้าร่วมกับการปรับขึ้นของอัตราภาษีทำให้ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยการลดปริมาณการบริโภคลงซึ่งตรงตามเป้าหมายของมาตรการทางภาษี แต่การเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าดังกล่าวทำให้การบริโภคลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าค่านายังมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบอยู่ รัฐบาลก็ยังมีรายได้จากภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยสัดส่วนของภาษีเบียร์ สุรา และ ยาสูบ ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับร้อยละ 14.93, 10.85 และ 11.86 ตามลำดับ ซึ่งมีสัดส่วนเกือบเท่ากับภาษีที่ได้จากน้ำมันและปิโตรเลียมซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดในการจัดสรรพสามิต สะท้อนให้เห็นถึงมูลค่ารายได้ของรัฐบาลจากมาตรการปรับขึ้นภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

รูปที่ 14 สัดส่วนของภาษีสรรพสามิตแยกตามประเภทที่จัดเก็บภาษี ปี พ.ศ. 2561



ที่มา สำนักนโยบายการคลัง สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

สำหรับสภาพทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคจำเป็นต้องจัดสรรการบริโภคใหม่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้าดังกล่าว เนื่องจากราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นทำให้ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นซึ่งจะกระทบกับการบริโภคสินค้าชนิดอื่นๆ ในชีวิตประจำวัน

ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ จึงมุ่งพิจารณาผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นๆ ของครัวเรือน โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในกลุ่มที่สำคัญ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา ค่าใช้จ่ายด้านเวชภัณฑ์และค่ารักษาพยาบาล

2.3 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

ในส่วนของการนำแนวคิดและทฤษฎีที่สอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ จะมุ่งพิจารณาในทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมเสถียรของการบริโภค

2.3.1 เส้นความพึงพอใจเท่ากัน

ในทฤษฎีอุปสงค์เริ่มอธิบายด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการตอบสนองต่อปัจจัยภายในและภายนอก ภายใต้ข้อสมมติและข้อจำกัดที่กำหนดขึ้นเพื่ออธิบายพฤติกรรมดังกล่าว

จากเดนิคักเศรษฐศาสตร์ได้มีความพยายามคิดหาวิธีการวัดระดับความพึงพอใจในการบริโภคสินค้าและบริการโดยใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) ในการอธิบายว่าผู้บริโภคให้ค่าความพึงพอใจเป็นตัวเลข และให้มีหน่วยการวัดเป็นยูทิล (Util) ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเมื่อได้บริโภคสินค้าชนิดเดียวกันเพิ่มขึ้นและเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง เรียกว่า “การลดน้อยถอยลงของสินค้าส่วนเพิ่มหน่วยสุดท้าย (Diminishing of Marginal Utility)” ต่อมานักเศรษฐศาสตร์จำนวนหนึ่งได้มีการพัฒนาการวัดความพึงพอใจซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดเดิมโดยมองว่าคนไม่สามารถระบุความพึงพอใจเป็นตัวเลขได้แต่สามารถจัดอันดับของชุดสินค้าและบริการต่างๆ ตามระดับความพึงพอใจได้ (ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์, 2543) ดังนั้น เส้นความพึงพอใจเท่ากัน (Indifferent curve) เป็นแนวคิดในการอธิบายความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีเท่ากันต่อการบริโภคสินค้า 2 ชนิดที่มีความแตกต่างกัน

ภายใต้คุณสมบัติของเส้นความพึงพอใจเท่ากัน ประกอบด้วย

1) เส้นความพึงพอใจเท่ากันมีความชันเป็นลบลากจากซ้ายไปขวา เป็นการอธิบายการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด นั่นคือ การบริโภคสินค้าชนิดหนึ่ง (X) เพิ่มขึ้น ทำให้สามารถบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่ง (Y) ลดลง เพื่อให้ได้ระดับความพึงพอใจเส้นเดิม

2) เส้นความพึงพอใจเท่ากันเป็นเส้นโค้งเว้าเข้าหาจุดกำเนิด (Origin) และยิ่งเส้นความพึงพอใจที่เคลื่อนที่ไปทางขวาหรือห่างจากจุดกำเนิด ผู้บริโภคยังมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

3) เส้นความพึงพอใจเท่ากัน จะตัดกันไม่ได้

4) เส้นความพึงพอใจเท่ากันเป็นเส้นต่อเนื่อง (Continuously) ไม่ขาดตอน

อัตราส่วนเพิ่มของการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด (Marginal Rate of Substitution : MRS) แสดงตามความชัน (Slope) ของเส้นความพึงพอใจเท่ากันซึ่งมีค่าเป็นลบ โดยที่ MRS_{XY}

หมายถึง การบริโภคสินค้า X เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จำเป็นต้องสละการบริโภคสินค้า Y ลง เพื่อให้ได้ระดับความพึงพอใจที่เสถียร (กาญจนา โชคถาวร, 2541)

$$MRS_{XY} = -\frac{Y}{X}$$

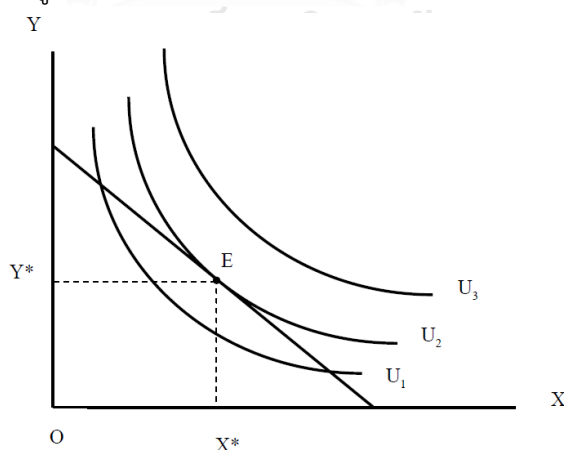
การบริโภคสินค้า 2 ชนิด ทำได้โดยอยู่ภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณของผู้บริโภค (Budget Line) เนื่องจากรายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัดทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องจัดสรรสัดส่วนในการบริโภคสินค้าทั้ง 2 ชนิด เพื่อได้รับความพึงพอใจสูงสุด สามารถเขียนได้ดังสมการ

$$M = P_X Q_X + P_Y Q_Y \quad (1)$$

โดยที่	M	คือ งบประมาณหรือรายได้ของผู้บริโภค
	P	คือ ราคาสินค้าและบริการ
	Q	คือ ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการ
	X	คือ สินค้า X
	Y	คือ สินค้า Y

เมื่อพิจารณาด้วยการแทนค่าในสมการ (1) หากกำหนดให้ไม่มีการบริโภคสินค้า X ($Q_X = 0$) นั่นคือ บริโภคเพียงสินค้า Y เท่ากับ $\frac{M}{P_Y}$ หน่วย เช่นเดียวกัน หากกำหนดให้ไม่มีการบริโภคสินค้า Y ($Q_Y = 0$) นั่นคือ บริโภคเพียงสินค้า X เท่ากับ $\frac{M}{P_X}$ หน่วย ซึ่งจะสามารถคำนวณหาความชันของเส้นงบประมาณได้เท่ากับ $-\frac{P_X}{P_Y}$ (ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์, 2543)

รูปที่ 15 แสดงดุลยภาพของผู้บริโภค



ที่มา ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 (ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์, 2543)

ดุลยภาพของพฤติกรรมการบริโภคเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด (Maximize Utility) จากการบริโภคสินค้าภายใต้ระดับรายได้ของผู้บริโภคคงที่ กล่าวคือ ดุลยภาพ

ของพฤติกรรมผู้บริโภคเกิดที่เส้นความพึงพอใจเท่ากัน (Indifferent Curve) สัมผัสกับเส้นงบประมาณของผู้บริโภค (Budget Line)

$$MRS_{XY} = -\frac{P_X}{P_Y}$$

$$-\frac{MU_X}{MU_Y} = -\frac{P_X}{P_Y}$$

2.3.2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

เนื่องจากในความเป็นจริงแล้ว สินค้าแต่ละชนิดและตัวแปรต่างๆ มีหน่วยวัดแตกต่างกันทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบค่าที่แท้จริงได้ การหาค่าความยืดหยุ่น (Elasticity) จึงถูกนำมาวิเคราะห์อัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณการตอบสนองของสมาชิกในตลาดต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนด สำหรับการประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of Demand) เช่น ปัจจัยด้านราคา รายได้ของผู้บริโภค ราคาสินค้าใช้ประกอบกัน (Substitution goods) / สินค้าใช้ทดแทนกัน (Complementary goods) เป็นต้น และสามารถแบ่งตามปัจจัยที่กำหนดดังกล่าว ออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (Income Elasticity of Demand) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง (Cross Elasticity of Demand)

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand) เป็นการเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้า สามารถวัดความยืดหยุ่นได้ 2 แบบ ขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงของระดับราคา คือ

$$\text{การวัดความยืดหยุ่นแบบจุด} \quad \epsilon_p = \frac{dQ}{dP} \times \frac{P}{Q}$$

$$\text{การวัดความยืดหยุ่นแบบช่วง} \quad \epsilon_p = \frac{Q_1 - Q_2}{P_1 - P_2} \times \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2}$$

ความยืดหยุ่นต่อราคามีค่าระหว่าง $0 \leq \epsilon_p \leq \infty$ และมีค่าเป็นลบเนื่องจากปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและราคาสินค้ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามตาม “กฎของอุปสงค์ (Law of Demand)” สำหรับความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะอธิบายลักษณะสินค้าที่เมื่อราคาสินค้าจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปมาก ขณะที่ความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำจะอธิบายลักษณะสินค้าที่ไม่ว่าราคาสินค้าจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปเพียงเล็กน้อย ดังนั้น เมื่อคำนวณค่าความยืดหยุ่นได้แล้วจะทำให้ทราบว่าสินค้าและบริการชนิดนั้นจัดอยู่ในประเภทใด โดยความยืดหยุ่นต่อราคาสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท (ธนศ ศรีวิชัยลำพันธ์, 2543) ได้แก่

- 1) $\varepsilon_p = 0$: อุปสงค์ไม่มีความยืดหยุ่น เช่น สินค้าหายาก วัตถุโบราณ เป็นต้น
- 2) $0 \leq \varepsilon_p \leq 1$: อุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่ำ เช่น สินค้าจำเป็น ข้าวสาร เป็นต้น
- 3) $\varepsilon_p = 1$: อุปสงค์มีความยืดหยุ่นคงที่ เช่น สินค้าที่ผู้ซื้อควบคุมการบริโภคได้ เป็นต้น
- 4) $1 \leq \varepsilon_p \leq \infty$: อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมาก เช่น สินค้าฟุ่มเฟือย เครื่องประดับ เป็นต้น
- 5) $\varepsilon_p = \infty$: อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากที่สุด เช่น สินค้าที่ราคาสูงกว่ารายอื่น เป็นต้น

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (Income Elasticity of Demand) เป็นการเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของระดับรายได้ของผู้บริโภค สามารถวัดความยืดหยุ่นได้ 2 แบบ ขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงของระดับรายได้ คือ

$$\text{การวัดความยืดหยุ่นแบบจุด} \quad \varepsilon_i = \frac{dQ}{dY} \times \frac{Y}{Q}$$

$$\text{การวัดความยืดหยุ่นแบบช่วง} \quad \varepsilon_i = \frac{Q_1 - Q_2}{Y_1 - Y_2} \times \frac{Y_1 + Y_2}{Q_1 + Q_2}$$

ลักษณะของความยืดหยุ่นต่อรายได้สามารถแบ่งได้ถึงประเภทของสินค้าได้ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท (กาญจนา โชคถาวร, 2541) ดังนี้

- 1) ความยืดหยุ่นมีค่าเป็นบวก ($\varepsilon_i > 0$) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและระดับรายได้ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน จัดเป็นสินค้าปกติ เช่น เสื้อผ้า สินค้าชนิดเดียวกันที่มีราคาสูงกว่า เป็นต้น
- 2) ความยืดหยุ่นมีค่าเป็นลบ ($\varepsilon_i < 0$) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและระดับรายได้ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน จัดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ เช่น ปลากระป๋อง สินค้าชนิดเดียวกันที่มีราคาต่ำกว่า เป็นต้น
- 3) ความยืดหยุ่นมีค่าเท่ากับศูนย์ ($\varepsilon_i = 0$) หมายถึง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าไม่ว่าระดับรายได้ของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร จัดเป็นสินค้าอิสระ เช่น ยารักษาโรค เป็นต้น

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง (Cross Elasticity of Demand) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือเรียกว่า “ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาไขว้” เป็นการเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่ง สามารถวัดความยืดหยุ่นได้ 2 แบบ คือ

$$\text{การวัดความยืดหยุ่นแบบจุด} \quad \varepsilon_c = \frac{dQ_x}{dP_y} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

$$\text{การวัดความยืดหยุ่นแบบช่วง} \quad \varepsilon_c = \frac{Q_{x1} - Q_{x2}}{P_{y1} - P_{y2}} \times \frac{P_{y1} + P_{y2}}{Q_{x1} + Q_{x2}}$$

ค่าของความยืดหยุ่นต่อราคาไขว้อยู่ระหว่าง $-\infty \leq \varepsilon_p \leq \infty$ ขึ้นกับว่าเป็นสินค้าใช้ทดแทนกันหรือสินค้าใช้ประกอบกัน (กาญจนา โชคถาวร, 2541)

- 1) ความยืดหยุ่นมีค่าเป็นบวก ($\varepsilon_c > 0$) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและระดับราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน จัดเป็นสินค้าใช้ทดแทนกัน เช่น ข้าวกับกล้วยเตี๋ย น้ำตาลกับน้ำเชื่อม ปากกากับดินสอ เป็นต้น
- 2) ความยืดหยุ่นมีค่าเป็นลบ ($\varepsilon_c < 0$) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและระดับราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน จัดเป็นสินค้าใช้ประกอบกัน เช่น ซ้อนกับส้อม โทรทัศน์กับรีโมท เป็นต้น
- 3) กรณีที่ความยืดหยุ่นมีค่าเท่ากับศูนย์ ($\varepsilon_c = 0$) หมายถึง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าไม่ว่าระดับราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร จัดเป็นสินค้าอิสระ

2.3.3 ทฤษฎีการเสพติดอย่างสมเหตุสมผล (Rational Addiction Model)

แบบจำลองการเสพติดอย่างสมเหตุสมผล (Rational Addiction Model) เป็นการพิจารณาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการบางชนิดโดยใช้ “หลักการเหตุผล (Rational)” จนเกิดเป็นพฤติกรรมเสพติด (Addiction) โดยนักเศรษฐศาสตร์สังคมวิทยา Becker and Murphy (2531) ระบุว่าผู้บริโภคมีการตั้งระดับความพึงใจสูงสุดในการบริโภคสินค้าในช่วงเวลาหนึ่งๆ ซึ่งเป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดการบริโภคสินค้าชนิดนั้นในช่วงเวลาถัดไป ทั้งนี้ สินค้าและบริการที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเสพติดหมายถึงสินค้าทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่เป็นประโยชน์ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม การออกกำลังกาย การเรียน เป็นต้น และสินค้าที่เป็นโทษ เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาสูบ การพนัน เป็นต้น (อรุณี ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ์, 2559)

แบบจำลอง B&M กำหนดให้ผู้บริโภคแต่ละคนเลือกการบริโภคระหว่างสินค้าที่มีการเสพติดและสินค้าทั่วไปชนิดอื่น โดยสินค้าที่มีการเสพติดแตกต่างจากสินค้าทั่วไปชนิดอื่นเนื่องจากความพึงพอใจของการบริโภคในปัจจุบันขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของการบริโภคในช่วงเวลาอื่น และผลกระทบของช่วงเวลา (Period) อยู่ในรูปของการสะสมการบริโภค (Stock of Consumption)

จากแนวคิดเดิมที่บุคคลบริโภคสินค้าและบริการเพื่อให้ได้ความพึงพอใจสูงสุด (Maximize Utility) ภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ แต่สำหรับแบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของช่วงเวลานั้น บุคคลตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการที่ดีที่สุดในช่วงเวลาหนึ่งเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในการบริโภคตลอดช่วงชีวิต (Maximize Lifetime Utility) และภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณเช่นเดียวกัน รวมถึงข้อจำกัดสำคัญของพฤติกรรมเสพติด คือ การเปลี่ยนแปลงของการสะสมการบริโภค ดังนั้น จากข้อสมมุติข้างต้นทำให้สามารถเขียนฟังก์ชันความพึงพอใจขึ้นอยู่กับ

บริโภคสินค้าที่มีการเสพติด (Addiction Goods : Z_t) สินค้าชนิดอื่น (Goods : X_t) และการสะสมการบริโภคสินค้าที่มีการเสพติด (Stock of Addiction Goods : S_t)

$$u_t = u[X_t, Z_t, S_t] \quad (2)$$

$$\text{Maximize } U = \int_0^T e^{-\sigma t} u[X_t, Z_t, S_t] dt \quad (3)$$

$$\text{Subject to } \dot{S}_t = Z_t + L_t - \delta S_t \quad (4)$$

โดยที่	X	คือ การบริโภคสินค้าทั่วไป
	Z	คือ การบริโภคสินค้าที่มีการเสพติด
	S	คือ การสะสมการบริโภคสินค้าที่มีการเสพติด
	L	คือ Biographical Episodes

หัวใจสำคัญของแบบจำลองคือการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสินค้าที่เสพติดในอดีตและการบริโภคสินค้าชนิดนั้นในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกต 2 ประการเกี่ยวกับความพึงพอใจและระดับการบริโภคสินค้าที่เสพติดในช่วงเวลาปัจจุบันผ่านตัวแปรการสะสมการบริโภคสินค้าในอดีต โดย

$$\frac{\partial U}{\partial S} < 0 \quad \text{เมื่อผู้บริโภคมีการบริโภคสินค้าที่เสพติดระดับสูงในอดีต ทำให้ระดับความพึงพอใจของการบริโภคสินค้าชนิดนั้นในปัจจุบันลดลง}$$

$$\frac{\partial Z}{\partial S} > 0 \quad \text{เมื่อผู้บริโภคมีการบริโภคสินค้าที่เสพติดระดับสูงในอดีต ทำให้ระดับการบริโภคสินค้าชนิดนั้นในปัจจุบันเพิ่มขึ้น}$$

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ผ่านการให้ค่าเกี่ยวกับช่วงเวลา (Time Preference) สามารถแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับในแต่ละช่วงเวลา โดยผู้บริโภคสินค้าที่เสพติดมีการให้ค่าอัตราคิดลด (Discount Rate) มูลค่าปัจจุบันของความพึงพอใจในการบริโภคสินค้าที่เสพติดจึงเกิดในช่วงเวลาต่อมา ทำให้บุคคลมีการบริโภคสินค้าที่เสพติดเพิ่มขึ้นในเวลาถัดไป

แนวคิดของ B&M อธิบายถึงผู้บริโภคที่มีการให้ค่าในปัจจุบันสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคจบในช่วงเวลาปัจจุบันและต้นทุนการบริโภคในปัจจุบันเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากการให้ค่าเกี่ยวกับเวลา (Time Preference) นั้น ผู้บริโภคมีการให้ค่าการบริโภคสินค้าที่เสพติดในแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับอัตราคิดลด โดยกำหนดข้อสมมุติ 3 ประการ คือ

- 1) การให้ค่าเกี่ยวกับเวลา (Time Preference) คงที่
- 2) มีการเปลี่ยนแปลงของขนาดเกี่ยวกับเวลาระหว่างบุคคล และ

3) ผู้บริโภคที่ให้ค่าเกี่ยวกับเวลาสูง มีแนวโน้มเสพติดสินค้าชนิดนั้น

ทั้งนี้ การประมาณค่าอุปสงค์ผ่านแบบจำลองการเสพติดอย่างสมเหตุสมผลนั้น นอกจากสามารถคำนวณหาค่าความยืดหยุ่น (Cross-Price Elasticity) ของการทดแทนกันระหว่างสินค้าที่เสพติดและสินค้าชนิดอื่นแล้ว ยังสามารถประมาณค่าความยืดหยุ่นระหว่าง 2 ช่วงเวลาได้ โดยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของสินค้าที่เสพติดมีค่าน้อย เมื่อมีการสะสมการบริโภคเพิ่มขึ้น กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีการบริโภคสินค้าที่เสพติดในอดีตแล้ว การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าที่เสพติดทำให้บุคคลเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่เสพติดน้อย หรือสินค้าที่เสพติดนั้นกลายเป็นสินค้าจำเป็น (Necessary Goods) ในความคิดของผู้บริโภค

2.4 วรรณกรรมปริทัศน์

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ และการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีและแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่นำมาใช้วิเคราะห์ในอดีต โดยการศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบจะมุ่งศึกษาผลกระทบด้านการบริโภคสินค้าทดแทนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงมาตรการทางด้านภาษี และผลกระทบด้านสุขภาพต่อผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบและต่อคนรอบข้าง ส่วนการศึกษาทฤษฎีและแบบจำลองนั้นเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าทดแทนกัน และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่มีลักษณะการเสพติด

2.4.1 การศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

การศึกษาผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบในอดีต มุ่งเน้นถึงผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ รวมถึงการบริโภคสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกัน (Homogenous) ทดแทนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านราคาและอัตราภาษี และผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อภาวะสุขภาพ

2.4.1.1 ผลกระทบของราคาต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำยาสูบเมื่ออัตราภาษีและราคายาสูบเปลี่ยนแปลงไปนั้นส่วนใหญ่วิเคราะห์จากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในผลิตภัณฑ์ยาสูบ งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาและความยืดหยุ่นต่อรายได้ของบุหรี่ยาสูบ ตั้งทางธรรม (2540) ใช้ข้อมูลภาคตัดขวางและข้อมูลอนุกรมเวลามาวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบทั่วไป (Generalized Least Squares Method : GLS) ผ่านแบบจำลองการเสพติดอย่างสมเหตุสมผล (Rational Addiction) พบว่า บุหรี่มีความยืดหยุ่นต่อราคาเท่ากับ -0.73 ในระยะสั้น หมายถึง

เมื่อผู้บริโภคมีพฤติกรรมสูบบุหรี่ในอดีตแล้ว เมื่อราคาบุหรี่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการสูบบุหรี่ลดลงร้อยละ 0.73 ขณะที่ความยืดหยุ่นต่อรายได้เท่ากับ 0.33 แต่ข้อมูลอนุกรมเวลาเป็นการวิเคราะห์จากความสัมพันธ์ของสองตัวแปรและอธิบายแนวโน้มการบริโภคในอนาคต ซึ่งอาจมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการบริโภคยาสูบด้วยและไม่ได้นำมาวิเคราะห์ ทำให้เกิดความผิดพลาดในการประมาณค่าได้ และนริศรา เจริญพันธุ์ (2552) พบว่า ความยืดหยุ่นต่อราคาของบุหรี่เท่ากับ -0.07 แต่การศึกษาใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการบริโภคบุหรี่ของที่ผลิตในประเทศและยาเส้นเท่านั้น ซึ่งไม่รวมค่าใช้จ่ายในการบริโภคบุหรี่ของที่ผลิตในต่างประเทศและผลิตภัณฑ์ยาสูบอื่น อย่างไรก็ตาม อิศรา ศานติศาสตร์ (2546) ศึกษาโดยใช้ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนและวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองระบบค่าใช้จ่ายเชิงเส้นตรง (Linear Expenditure System : LES) พบว่า ความยืดหยุ่นต่อราคาของบุหรี่เท่ากับ -0.39 ซึ่งการศึกษามีจุดเด่น 3 ประการ คือ ข้อ 1) เป็นการศึกษาที่วิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคอย่างเป็นระบบ (System Analysis) ข้อ 2) การศึกษาใช้ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (SES) จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากเพียงพอและเป็นมาตรฐานในการวิเคราะห์ และข้อ 3) การศึกษาใช้ข้อมูลราคาสินค้าจริงในปีที่วิเคราะห์

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่น พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความยืดหยุ่นต่ำและใกล้เคียงกับยาสูบ ศุภฉัตร ประพันธ์ศิลป์ (2549) ศึกษาโดยใช้ข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราและวิเคราะห์ผ่านแบบจำลองโพรบิต (Probit Model) และแบบจำลองโลจิต (Logit Model) พบว่า ความยืดหยุ่นต่อราคาของสุราเท่ากับ -0.63 และความยืดหยุ่นต่อรายได้เท่ากับ 0.02 ซึ่งมุ่งเน้นเพียงการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อีกทั้งการใช้แบบจำลองโพรบิตและแบบจำลองโลจิตเหมาะกับการวิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพมากกว่าพรรณนา ช่างเพชร (2544) ใช้ข้อมูลปริมาณสุราที่เสียภาษีและวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดของ Leamer&Stern (2513) ควบคู่กับแบบจำลอง Cobb-Douglas ใช้เทคนิค “SURE” พบว่า ความยืดหยุ่นต่อราคาของสุราผลไม้เท่ากับ -1.94 และความยืดหยุ่นต่อรายได้เท่ากับ 7.17 อย่างไรก็ตาม การใช้ข้อมูลปริมาณสุราที่เสียภาษีแทนการใช้ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการบริโภคสุราผลไม้ที่แท้จริงอาจทำให้การประมาณค่าคลาดเคลื่อนได้ และทิพวรรณ ธนัตถ์พงษ์ชัย (2558) ศึกษาโดยการสำรวจภาคสนามจากผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ พบว่า ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีอายุ อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีความยืดหยุ่นต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างกัน แต่การศึกษาเป็นการสำรวจจากพื้นที่เพียงพื้นที่เดียวทำให้การประมาณค่าอาจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงและไม่สามารถสะท้อนพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรส่วนใหญ่ได้

2.4.1.2 ผลกระทบของราคาต่อการบริโภคสินค้าชนิดอื่นทดแทน

การปรับขึ้นอัตราภาษีทำให้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นมาตรการควบคุมปริมาณการบริโภคสินค้าดังกล่าวแต่ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าชนิดอื่นทดแทนได้ ซึ่งมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าทดแทนเมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น นริศรา เจริญพันธุ์ (2552) ศึกษาผลกระทบของภาษีบุหรี่ต่ออุปสงค์ยาเส้น โดยใช้ข้อมูลราคายาเส้นจากตัวแทนร้านค้าแต่ละพื้นที่ภายใต้แบบจำลอง Almost Ideal Demand System (AIDS) พบว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์บุหรี่ต่อยาเส้นเท่ากับ -0.07 ซึ่งการศึกษาใช้ข้อมูลราคายาเส้นจากการสำรวจราคาขายบางพื้นที่เนื่องจากไม่มีหน่วยงานที่จัดเก็บข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลราคาที่ใช้แทนราคาขายจริงอาจทำให้การประมาณค่าคลาดเคลื่อนได้ และ Young and al. (2006) ศึกษาการทดแทนกันระหว่างบุหรี่โรงงานและบุหรี่ยี่ห้อเอง โดยใช้ Logistic Regression ในการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มบริโภคยาเส้นทดแทนเมื่อราคาบุหรี่ที่ผลิตจากโรงงานเพิ่มขึ้นอย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์โดยใช้ Logistic Regression เป็นการพยากรณ์ความน่าจะเป็นของการเกิดผลลัพธ์ซึ่งเหมาะกับการใช้ในตัวแปรกลุ่มหรือตัวแปรเชิงคุณภาพมากกว่า

สำหรับการทดแทนกันของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนไปบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดที่มีอัตราภาษีและราคาถูกกว่าเช่นกัน พรรณณา ช่างเพชร (2544) พบว่า ความยืดหยุ่นไขว้ของสุราผลไม้ต่างประเทศต่อราคาสุราผลไม้ไทย เท่ากับ 0.13 และความยืดหยุ่นไขว้ของสุราผลไม้ต่างประเทศต่อราคาเบียร์ เท่ากับ 0.19 นพพล วิทย์วรพงศ์ และพงศ์ศักดิ์ วนิชานันท์ (2559) ใช้การสำรวจภาคสนามจากผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Two-stage Heckman Sample Selection ผ่านแบบจำลอง Ordinary Least Squares (OLS) พบว่า สุราขาวเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดเดียวที่สามารถทดแทนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่นได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 7.29 เนื่องจากสุราขาวสามารถหาซื้อสะดวกและมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่น อย่างไรก็ตาม การศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพียงการแสดงการทดแทนกันของสินค้าชนิดเดียว ซึ่งสะท้อนผลของการเปลี่ยนแปลงราคาที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าในอุตสาหกรรมเดียวกัน ไม่สามารถสะท้อนผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งระบบเศรษฐกิจ และมีการศึกษาน้อยมากที่วิเคราะห์การทดแทนกันของการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งต่อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง เช่น อิศรา ศานติศาสน์ (2546) พบว่า ผลกระทบของราคาบุหรี่ต่ออุปสงค์ในการรักษาสุขภาพเท่ากับ ร้อยละ -0.03 และผลกระทบต่ออุปสงค์ของการศึกษาเท่ากับ ร้อยละ -0.02 ซึ่งการศึกษาสามารถชี้ให้เห็นการทดแทนกันหรือการใช้ประกอบกันของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าชนิดต่างๆ ของครัวเรือนได้

2.4.1.3 ผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อภาวะสุขภาพ

นอกจากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ยังมีการศึกษาผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อภาวะสุขภาพของผู้บริโภคในแง่ของการเป็นโรคต่างๆ ที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ รวมถึงภาวะสุขภาพของสมาชิกในครัวเรือนในแง่ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าชนิดอื่นในชีวิตประจำวันที่สูงเสียไป ส่วนใหญ่พบว่าโรคและต้นทุนการรักษาโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมีมูลค่าสูง การรักษาโรคโดยการใช้ชนิดของยาที่แตกต่างกันย่อมมีต้นทุนของรายาที่แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ป่วยอาจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากอาการข้างเคียงของการรักษาโรคหลัก และทำให้รัฐบาลต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขโรคในการรักษาโรคนั้นจำนวนมาก อิศรา ศานติศาสน์ (2546) พบว่า ต้นทุนในการรักษาโรคมะเร็งปอดและโรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง (Chronic Obstructive Pulmonary Disease : COPD) ในปี พ.ศ. 2542 เท่ากับ 171.9 ล้านบาท และ 63.9 ล้านบาท ตามลำดับ รวมเท่ากับ 235.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.1 ของต้นทุนด้านสุขภาพทั้งหมดของประเทศ ญัฐพงศ์ โตพิบูลย์พงศ์ (2552) ประเมินการต้นทุนการรักษาโรคมะเร็งปอดระยะท้ายโดยเปรียบเทียบต้นทุนการรักษาระหว่างตัวยา 2 กลุ่ม พบว่า ยาต้านไทโรซีนมีประสิทธิภาพในการรักษามากกว่ายาโดซิแทกเซล แต่มีต้นทุนสูงกว่า 37,017.55 บาทต่อคนต่อเดือน วัชรินทร์ รถทอง และคณะ (2558) พบว่า ต้นทุนทางตรงในการรักษาโรคปอดอุดกั้นเรื้อรังเท่ากับ 1,002.6 ล้านบาทต่อปี และต้นทุนการรักษายา จะเพิ่มขึ้นตามระดับความรุนแรงของโรค ธีชนันท์ โกมลไพศาล (2562) พบว่า ต้นทุนทางตรงในการรักษาโรคจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่ากับ 2,508 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2560

นอกจากนี้ Wang, Sindelar, and Busch (2006) ใช้แบบจำลองโพรบิท (Probit) พบว่า การสูบบุหรี่ทำให้ครัวเรือนสูญเสียค่าใช้จ่ายในครัวเรือน โดยครัวเรือนที่สมาชิกเป็นผู้สูบบุหรี่จะใช้จ่ายด้านการศึกษาและด้านสุขภาพเพียงร้อยละ 11.2 มูลค่าการออมร้อยละ 22.0 ค่าใช้จ่ายด้านอาหารร้อยละ 33.8 ซึ่งสะท้อนความเป็นอยู่ของครัวเรือนที่แย่ลง แต่การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโพรบิทเป็นการใช้กับตัวแปรที่มีลักษณะเชิงคุณภาพทำให้ยังเป็นข้อต่อที่จะนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สำหรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นนอกจากจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพแล้วยังส่งผลกระทบต่อความสูญเสียทางเศรษฐกิจและสังคมด้วย เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นที่นิยมบริโภคเพื่อสังสรรค์ในช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุจราจรได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตัวผู้บริโภคและคนรอบข้าง บัณฑิต ศรีไพศาล และจุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ (2550) พบว่า สุราเป็นสินค้าที่ทำให้เกิดการเสพติดและเยาวชนสามารถเข้าถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ผ่าน

ช่องทางส่งเสริมการขายและการโฆษณา จึงจำเป็นต้องใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการบริโภคโดยรวมและลดผลกระทบทางด้านสุขภาพและเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตาม การศึกษาในอดีตส่วนใหญ่เป็นการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบซึ่งส่งผลกระทบในแง่ของการเปลี่ยนแปลงการบริโภค และผลกระทบต่อภาวะสุขภาพของผู้บริโภค ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จะมุ่งประมาณค่าความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนและเปรียบเทียบกับมูลค่าต้นทุนการรักษาโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบในงานวิจัยที่ผ่านมา

2.4.2 การศึกษาเกี่ยวกับแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ผลของการทดแทนกันระหว่างการบริโภคสินค้าบาปและการบริโภคสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน โดยค่าใช้จ่ายสินค้าบาปหมายถึงค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ และค่าใช้จ่ายของครัวเรือนชนิดอื่นหมายถึงค่าใช้จ่ายสำหรับอุปโภคบริโภคสินค้าชนิดอื่น ได้แก่ ด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ ด้านที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ ด้านเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ด้านค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล ด้านเวชภัณฑ์และค่าตรวจรักษาพยาบาล ด้านการเดินทางและการสื่อสาร ด้านการศึกษา ด้านความบันเทิงและพักผ่อน การพนัน และด้านสินค้าอื่น ซึ่งพิจารณาผลการทดแทนนี้โดยการประมาณค่าอุปสงค์ของผู้บริโภคและค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกัน (Elasticity of Substitution)

การเปลี่ยนแปลงด้านราคาสินค้าทำให้การตัดสินใจในการบริโภคสินค้าเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นทดแทนการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่มีราคาสูงขึ้น การหาผลของการทดแทนกันสามารถคำนวณได้จากค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันด้านอุปสงค์

อย่างไรก็ตาม ภายใต้แนวคิดของ Hicksian ได้อธิบายผลของการบริโภคสินค้าขึ้นกับรสนิยมของปัจเจกบุคคลและสินค้าแต่ละชนิดให้ผลประโยชน์ (Welfare) กับผู้บริโภคแตกต่างกัน จึงพัฒนาการวิเคราะห์ผลประโยชน์ในการบริโภคสินค้าโดยแยกการเปลี่ยนแปลงของสวัสดิการออกเป็น 2 รูปแบบ คือ 1) หลักการเปลี่ยนแปลงโดยการชดเชย (Compensating Variation : CV) เป็นผลของการชดเชยสินค้าซึ่งยึดความพึงพอใจระดับเดิมก่อนมีการเปลี่ยนแปลงเป็นหลัก โดยพิจารณาจากความเต็มใจที่จะจ่ายกรณีที่ราคาสินค้าลดลง หรือความเต็มใจที่จะยอมรับกรณีที่ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น และ 2) หลักการเปลี่ยนแปลงโดยเหมือนเดิม (Equivalent Variation : EV) เป็นการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่แท้จริงซึ่งยึดระดับความพึงพอใจหลังการเปลี่ยนแปลงเป็นหลัก โดยพิจารณาจากความเต็มใจที่จะยอมรับกรณีที่ราคาสินค้าลดลง หรือความเต็มใจที่จะจ่ายกรณีที่ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น

แบบจำลองที่นำไปใช้ในการประมาณค่าอุปสงค์ของผู้บริโภคสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) Primal Models หรือแนวคิดอุปสงค์ของมาร์แชล (Marshallian Demand Model) เป็นแนวคิดดั้งเดิมซึ่งวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคภายใต้ข้อสมมติว่าบุคคลบริโภคสินค้าเพื่อได้รับความพึงพอใจสูงสุด (Maximize Utility) ภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ เช่น แบบจำลอง Linear Expenditure System (LES) เป็นต้น และ 2) Dual Models หรือแนวคิดอุปสงค์ของฮิกส์ (Hicksian Demand Model) เป็นแนวคิดที่ถูกพัฒนาขึ้นซึ่งมีข้อสมมติว่าบุคคลต้องการเสียค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้อยที่สุด (Minimize Expenditure) เพื่อได้รับความพึงพอใจในระดับที่กำหนด เช่น แบบจำลอง Almost Ideal Demand System (AIDS), แบบจำลอง Rotterdam และแบบจำลอง Transcendental Logarithmic (Translog) เป็นต้น (นริศรา เจริญพันธุ์, 2552)

ทั้งนี้ การศึกษาในอดีตเกี่ยวกับแบบจำลองในการประมาณค่าอุปสงค์ตลอดจนการหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ไขว้ (Cross Elasticity of Demand) ใช้การวิเคราะห์ด้วยฟังก์ชัน Cobb-Douglas โดยมีข้อสมมติว่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันในสินค้า 2 ชนิดมีค่าคงที่ (Constant Elasticity of Substitution : CES) เช่น การศึกษาผลกระทบของราคาสินค้าในทฤษฎีผู้บริโภค (Soumaya M., Tohamy, & J.Wilson Mixon, 2002) และการศึกษาการบริโภคสินค้าด้วยฟังก์ชันความยืดหยุ่นของการทดแทนกัน ซึ่งใช้ฟังก์ชัน Cobb-Douglas ในรูปแบบทั่วไป (สมการ 1) และได้ประยุกต์ใช้โดยการจัดรูปสมการเส้นตรงแบบลอการิทึม (สมการ 2)

$$Q_i = a X^\beta Y^{1-\beta} \quad (1)$$

$$\ln Q_i = a \ln X + b \ln Y \quad (2)$$

$$s. t. \quad M = P_X Q_X + P_Y Q_Y$$

โดยที่ a, b คือ ร้อยละการเปลี่ยนแปลงการบริโภคสินค้า ; $a + b = 1$
 β คือ ค่าสัมประสิทธิ์ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0

อย่างไรก็ตาม ภายใต้ข้อสมมุติดังกล่าวพบว่าความสามารถในการทดแทนกันของสินค้านั้นไม่คงที่เสมอไป กล่าวคือ การบริโภคสินค้า X เพิ่มขึ้น 1 หน่วยทำให้การบริโภคสินค้า Y ลดลง 1 หน่วยนั้นไม่เสมอไป แต่ทำให้การบริโภคสินค้า Y ลดลงมากกว่าหรือน้อยกว่า 1

นอกจากนี้ การประมาณค่าอุปสงค์ภายใต้แบบจำลอง LES มีข้อสมมุติด้านค่าใช้จ่ายแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ 1) ค่าใช้จ่ายที่บุคคลใช้บริโภคสินค้าแต่ละชนิด และ 2) ค่าใช้จ่ายที่เหลือเพื่อบริโภคสินค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (อิสรา ศานติศาสตร์, 2546)

$$\text{Maximize } U \quad U = \prod(Q_i - \gamma_i)^{\beta_i} \quad (3)$$

$$\text{Subjected to} \quad \sum P_i Q_i = E \quad (4)$$

สำหรับการศึกษาอื่นภายใต้ข้อสมมุติของ Dual Model ยังปรากฏการใช้แบบจำลอง AIDS และ Translog ในการประมาณค่าอุปสงค์ของผู้บริโภค รวมถึงการหาค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันในการบริโภคสินค้า 2 ชนิด ทั้งนี้ ข้อดีของแบบจำลอง Translog ซึ่งถูกพัฒนามาจากฟังก์ชัน Cobb-Douglas ยังไม่มีข้อสมมุติว่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันในการบริโภคสินค้า 2 ชนิดมีค่าคงที่ (จิตติ กิตติเลิศไพศาล และกัลยา กิตติเลิศไพศาล, 2557)

$$S_X = \alpha_X + \beta_{XX} \ln(P_X) + \sum_{Y \neq X} \beta_{XY} \ln(P_Y) \quad (6)$$

เยาวลักษณ์ สมคำ (2552) เลือกใช้แบบจำลองระบบค่าใช้จ่ายเชิงเส้นตรงปรับปรุงใหม่ (Extended Linear Expenditure System : ELES) ในการศึกษาค่าใช้จ่ายของครัวเรือน ซึ่งมีการพัฒนามาจากแบบจำลองระบบค่าใช้จ่ายเชิงเส้นตรง (Linear Expenditure System : LES) แบบเดิม

$$V_i = P_i \gamma_i + \beta_i \left(Y - \sum P_i \gamma_i \right)$$

โดยที่	V_i	คือ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าชนิด i
	P_i	คือ ราคาสินค้าชนิด i
	β_i	คือ สัดส่วนของงบประมาณหน่วยสุดท้ายถ่วงน้ำหนัก
	Y	คือ ระดับรายได้ของครัวเรือน
	γ_i	คือ ปริมาณขั้นต่ำของการบริโภคสินค้าชนิด i
	i	คือ ชนิดของสินค้าที่บริโภค ; $i = 1, 2, 3, \dots, n$

ทั้งนี้ การปรับปรุงแบบจำลองระบบค่าใช้จ่ายเชิงเส้นตรงเพื่อใช้วิเคราะห์โครงสร้างค่าใช้จ่ายของครัวเรือนนั้น อาศัยข้อสมมุติฐาน 3 ประการ ดังนี้

- 1) ครัวเรือนมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเมื่อบริโภคสินค้ามากกว่าปริมาณสินค้าจำเป็นเพื่อการยังชีพ
- 2) มูลค่าของสินค้าแต่ละชนิดสามารถนำมารวมกันได้
- 3) กำหนดให้ราคาและระดับรายได้ของครัวเรือนนั้นมีค่าคงที่

เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบจะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนซึ่งบุคคลให้ความสำคัญในการบริโภคสินค้าแต่ละชนิดไม่เท่ากันรวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการบริโภคสินค้าเหล่านั้นแตกต่างกัน โดยการศึกษาผลประโยชน์รูปแบบ Compensating Variation เหมาะสมในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านราคาสินค้าหรือการเปลี่ยนแปลงนโยบายไปแล้ว ซึ่งจะวิเคราะห์ได้ว่าผู้บริโภคได้รับผลประโยชน์เพิ่มขึ้นหรือลดลงจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจอ้างอิงตามความพึงพอใจระดับเดิมก่อนการเปลี่ยนแปลง เช่น การศึกษาความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay : WTP) ผ่านฟังก์ชันอรรถประโยชน์

ทางอ้อม (Indirect Utility Function) เพื่อวิเคราะห์จำนวนสูงสุดที่เต็มใจจะจ่ายชดเชยจนกระทั่งรายได้ที่แท้จริงอยู่ในระดับที่เท่ากับความพึงพอใจก่อนมีการเปลี่ยนแปลงด้านราคาสินค้า (ปิยะวงศ์ ปัญจะเทวคุปต์ และมหชัย สัตยธำรงเกียรติ, 2557)

$$\text{ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ทางอ้อม} \quad U = v(p, y) \quad (7)$$

$$v(p_0, y_0) = v(p_1, y_1) \quad (8)$$

$$WTP; y_1 - e(p_1, u_0) = f(p_0, p_1, y_1) \quad (9)$$

อย่างไรก็ดี นอกจากแบบจำลองที่กล่าวมาข้างต้นแล้วยังมีแบบจำลองเกี่ยวข้องกับสินค้าที่นำไปสู่การเสพติดได้ เช่น แบบจำลองการติดอย่างสมเหตุสมผล (Becker and Murphy's rational addiction model) แบบจำลอง Heckman's sample selection model และแบบจำลองความเสี่ยงแบบไม่ต่อเนื่อง (discrete-time hazard model) เป็นต้น

แบบจำลองการติดอย่างสมเหตุสมผล (rational addiction model) อธิบายพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องซึ่งเกิดจากรสนิยมของบุคคลโดยผู้บริโภคนิ่งเพียงความพึงใจในระดับที่กำหนด เป็นได้ทั้งสินค้าที่เป็น Goods และ Bads ไม่ว่าจะเป็นสินค้าให้โทษ เช่น เหล้า ยาสูบ การพนัน สินค้าทำลายสุขภาพ เช่น อาหารประเภททอด อาหารและเครื่องดื่มที่มีปริมาณน้ำตาลสูง สินค้าให้ความบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ กิจกรรมทางศาสนา เป็นต้น แนวคิดของ Becker and Murphy อธิบายว่าระดับความพึงใจในการบริโภคสินค้าในปัจจุบันสืบเนื่องมาจากความพึงใจในการบริโภคสินค้าชนิดนั้นในอดีตผ่านประสบการณ์ การเรียนรู้ในอดีต (Learning by Doing) ดังนั้นความชอบในการบริโภคสินค้าในอดีตส่งต่ออรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของการบริโภคในปัจจุบันเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้านั้นมีค่าน้อยลงเมื่อบุคคลสะสมการบริโภคในอดีตเพิ่มขึ้น กล่าวคือ สินค้าชนิดนั้นถูกจัดเป็นสินค้าจำเป็น (Necessary Goods) เนื่องจากเกิดการเสพติดในการบริโภคสินค้า (อรุณี ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ์, 2559)

การศึกษาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันโดยใช้แบบจำลองการติดอย่างสมเหตุสมผล ขึ้นอยู่กับระดับราคาสินค้า รายได้ของผู้บริโภค รวมถึงพฤติกรรมการบริโภคในอดีตและช่วงเวลาหลังการเลิกตั้งในประเทศโปแลนด์ (Bielinska A. & Mielecka Z., 2011) ผ่านรูปแบบสมการ ดังนี้

$$\Delta AL_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta AL_{t-1} + \beta_2 \Delta AL_{t+1} + \beta_3 \Delta P_t + \beta_4 \Delta y_t + \beta_5 D_t + \varepsilon_t \quad (10)$$

พฤติกรรมการบริโภคสินค้าตามทฤษฎีอุปสงค์เพิ่มขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคาสินค้า ระดับรายได้ของผู้บริโภค และราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ต่อมานักเศรษฐศาสตร์ยังพบว่ามีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการบริโภคสินค้าด้วย นั่นคือปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคหรือสภาพทางสังคมด้วย

แบบจำลอง sample selection model โดยแนวคิดของ Heckman อธิบายถึงปัจจัยอื่นนอกเหนือจากปัจจัยของทฤษฎีอุปสงค์เดิม เนื่องจากการเริ่มบริโภคน้ำมันบางประเภทมาจากการเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อม ความนิยมหรือกระแสทางสังคม และพฤติกรรมของบุคคลอื่น การวิเคราะห์เพียงด้านราคาสินค้าและระดับรายได้ อาจทำให้ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มีค่าสูงหรือต่ำเกินความเป็นจริง

นอกจากการวิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคน้ำมันแล้ว สำหรับสินค้าบาปหรือสินค้าที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพของตนเองและคนรอบข้างนั้นจำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงผลกระทบและความเสี่ยงจากการบริโภคน้ำมันนั้นด้วย โดยการประยุกต์ใช้แบบจำลองความเสี่ยงแบบไม่ต่อเนื่อง (discrete-time hazard model) ซึ่งถูกพัฒนาเพื่ออธิบายความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ต่างๆ (โยธิน แสงดี และคณะ, 2547) โดยการศึกษาผลกระทบของการเริ่มและหยุดพฤติกรรมการสูบบุหรี่ซึ่งวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของภาวะสุขภาพสำหรับผู้สูบบุหรี่ แสดงความเสี่ยงของภาวะสุขภาพจากความน่าจะเป็นของการตัดสินใจสูบบุหรี่ (S_i) สามารถเขียนเป็นฟังก์ชันความเสี่ยงได้ว่า

$$h_i(t) = \Pr [s_i(t) = 1 | s_i(t-1) = 0]$$

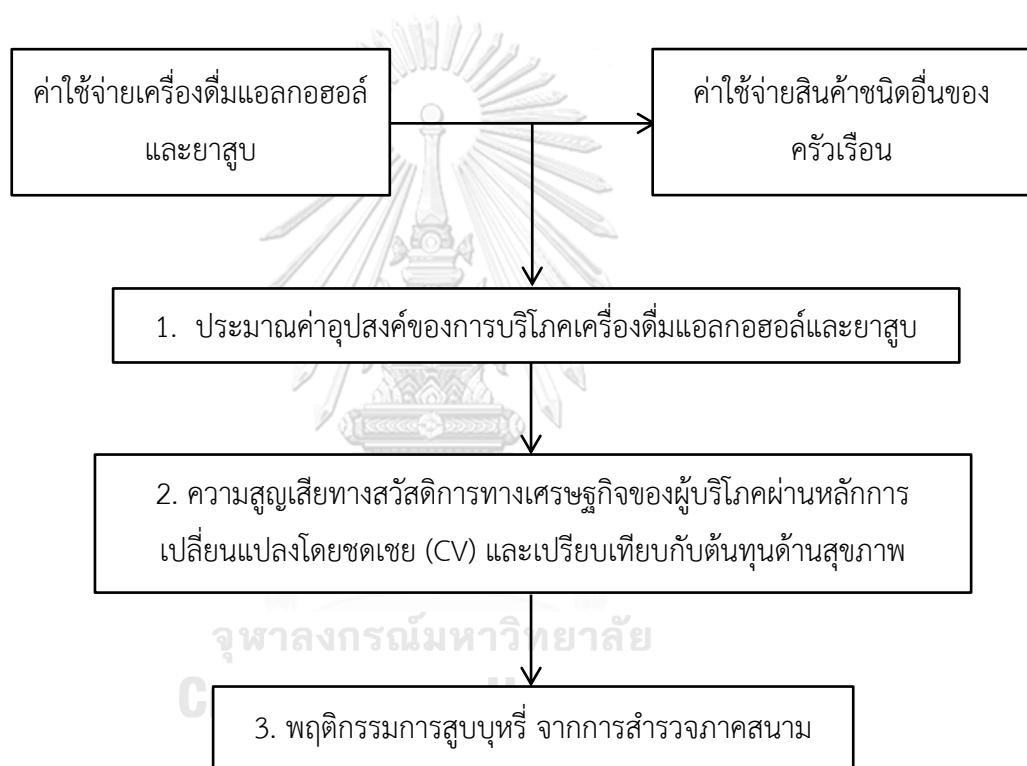
อย่างไรก็ตาม แม้แนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมาจะมีความสอดคล้องกัน แต่การเลือกแบบจำลองในการวิเคราะห์ขึ้นอยู่กับลักษณะตัวแปรและข้อมูลที่จะใช้กับแบบจำลองนั้นด้วย

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งวิเคราะห์ถึงผลกระทบของค่าใช้จ่ายสินค้าบาปต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนซึ่งเป็นค่าต่อเนื่อง (Continuously) โดยการประมาณค่าอุปสงค์ของผู้บริโภคเพื่อหาค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันในการบริโภคน้ำมัน 2 กลุ่มภายใต้แบบจำลองระบบค่าใช้จ่ายเชิงเส้นตรง (Linear Expenditure System : LES) รวมถึงการเปรียบเทียบมูลค่าระหว่างสวัสดิการทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคและต้นทุนทางด้านสุขภาพเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบโดยเลือกใช้หลักการเปลี่ยนแปลงโดยชดเชย (Compensating Variation : CV) เนื่องจากมีความสอดคล้องตามทฤษฎีอ้างอิงตามอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคและเหมาะสมกับข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในส่วนระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาผลกระทบของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าบาปต่อค่าใช้จ่ายชนิดอื่นของครัวเรือนนั้น จะกล่าวถึงแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาอุปสงค์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ การวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน และขั้นตอนการสำรวจภาคสนามตามลำดับ



3.1 แบบจำลองที่ใช้ศึกษาอุปสงค์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

3.1.1 ทฤษฎีและแบบจำลองที่ใช้ศึกษา

สำหรับแบบจำลองเลือกใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบจำลองระบบค่าใช้จ่ายเชิงเส้นตรง (Linear Expenditure System : LES) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่ม Primal Model ถูกพัฒนาโดย Klein and Rubin (1947) เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่สะท้อนพฤติกรรมบริโภคสินค้า 2 กลุ่ม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และคุณสมบัติ 1) Additivity กล่าวคือ ตัวแปรกำหนดในสมการสามารถรวมกันได้ตามสัดส่วน ทั้งในสมการวัตถุประสงค์และสมการข้อจำกัด และ 2) Homogeneity

กล่าวคือ สินค้ามีลักษณะเหมือนกันหรือสามารถทดแทนกันได้ในการคิดของผู้บริโภค เป็นจุดเด่นของแบบจำลอง LES

การประมาณค่าอุปสงค์การบริโภคสินค้า 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มสินค้าประเภทเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์และยาสูบ และ 2) กลุ่มสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน ได้แก่ ด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ ด้านอยู่อาศัยและเครื่องใช้ ด้านเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ด้านค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล ด้านเวชภัณฑ์และค่าตรวจรักษาพยาบาล ด้านการเดินทางและการสื่อสาร ด้านการศึกษา ด้านความบันเทิงและพักผ่อน การพนัน และสินค้าอื่นที่ไม่ใช่อาหาร โดยใช้แบบจำลอง LES ภายใต้หลักการบริโภคสินค้าเพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด (Maximize Utility) และข้อจำกัดด้านงบประมาณของผู้บริโภค (Budget Constraint) เงื่อนไขพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าสามารถแสดงได้ดังนี้

$$\text{Maximize } U \quad U = \prod (Q_i - \gamma_i)^{\beta_i} \quad (1)$$

$$\text{Subjected to} \quad \sum P_i Q_i = E \quad (2)$$

การจัดสรรการบริโภคสินค้าตามแบบจำลอง LES นั้น ผู้บริโภคจำแนกค่าใช้จ่ายออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นค่าใช้จ่ายเพื่อบริโภคสินค้าแต่ละชนิดในระดับหนึ่ง เรียกว่า ค่าใช้จ่ายผูกพัน และส่วนที่ 2 เป็นค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือจากค่าใช้จ่ายส่วนแรกเพื่อนำไปใช้ในการบริโภคสินค้าที่ทำให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด (อิศรา ศานติศาสน์, 2546) จากสมการ (1) และ (2) จะได้

$$P_i Q_i = P_i \gamma_i + \beta_i (E - \sum P_i \gamma_i) + u_i \quad (3)$$

โดยที่	U	คือ อรรถประโยชน์หรือระดับความพึงพอใจ
	i	คือ ชนิดของสินค้า และ $i = 1, 2, 3, \dots, n$
	Q_i	คือ ระดับการบริโภคสินค้า i
	γ_i	คือ ระดับการบริโภคผูกพันของผู้ที่บริโภคสินค้า i
	β_i	คือ ส่วนแบ่งค่าใช้จ่ายหน่วยสุดท้ายของสินค้า i จากค่าใช้จ่ายรวมที่เพิ่มขึ้น
	E	คือ ค่าใช้จ่ายรวมในการบริโภคสินค้า
	P_i	คือ ราคาสินค้า i
	u_i	คือ ค่าความคลาดเคลื่อน
		$Q_i > \gamma_i > 0$ สำหรับทุกๆ i
		$\sum \beta_i = 1$
		$\sum u_i = 0$

จากสมการอุปสงค์ของผู้บริโภคสามารถแสดงความยืดหยุ่นต่อค่าใช้จ่าย ความยืดหยุ่นต่อราคา และความยืดหยุ่นต่อราคาไขว้ ในสมการ (4) (5) และ (6) ตามลำดับ ทั้งนี้ ค่าความยืดหยุ่นที่ได้สามารถบอกการตอบสนองของผู้บริโภคเมื่อปัจจัยที่กำหนดเปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ การเพิ่มหรือลดการบริโภคเมื่อค่าใช้จ่าย (ϵ_i) ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ (ϵ_{ij}) เปลี่ยนแปลงไป และการบริโภคสินค้าอื่นทดแทนเมื่อราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งมีราคาเพิ่มขึ้น (ϵ_{ij})

$$\epsilon_i = \frac{\beta_i}{P_i Q_i / E} \quad (4)$$

$$\epsilon_{ii} = \epsilon_i [\mu - \omega_i (1 + \mu \epsilon_i)] \quad (5)$$

$$\epsilon_{ij} = -\epsilon_i \omega_j (1 + \mu \epsilon_j) \quad (6)$$

โดยที่ $\omega_i = \frac{P_i Q_i}{E}$

$$\mu = -1 + \sum P_i \gamma_i / E$$

การประมาณค่าอุปสงค์ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้ค่าพารามิเตอร์สัดส่วนรายจ่ายหน่วยสุดท้ายของสินค้า i (β_i) และรายจ่ายผูกพันของสินค้า i (γ_i) อ้างอิงจากอิศรา ศานติศาสน์ (2546) ด้วยเหตุผล 3 ประการ คือ ข้อ 1) เป็นการศึกษาที่วิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคอย่างเป็นระบบ (System Analysis) ข้อ 2) การศึกษาใช้ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (SES) จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากเพียงพอและเป็นมาตรฐานในการวิเคราะห์ และ ข้อ 3) การศึกษาใช้ข้อมูลราคาสินค้าจริงในปีที่วิเคราะห์

3.1.2 ตัวแปรและสมมุติฐานในการศึกษา

การประมาณค่าอุปสงค์ของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบในครั้งนี้ กำหนดให้ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ขณะที่ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ (P) ระดับการบริโภคสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน (γ_i) และระดับรายได้ของผู้บริโภค (Y) ทั้งนี้ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลอง มีสมมุติฐานเบื้องต้น ดังนี้

- 1) ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ (P) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ
- 2) ระดับการบริโภคสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน (γ_i) ซึ่งมีความสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าที่ผูกพันกัน สามารถแบ่งเป็น 2 กรณี คือ

- กรณีสินค้าใช้ทดแทนกัน (Substitution Goods) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ได้แก่ อาหารที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ การใช้ส่วนบุคคล เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า การสื่อสาร การศึกษา
 - กรณีสินค้าใช้ประกอบกัน (Complement Goods) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ได้แก่ การเดินทาง เวชภัณฑ์และคำรักษาพยาบาล การพักผ่อน
- 3) ระดับรายได้ของผู้บริโภค (Y) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

3.1.3 แหล่งที่มาของข้อมูล

การศึกษาอุปสงค์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ (Parameter) ในแบบจำลอง ซึ่งเก็บรวบรวมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลจากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (Household Socio – Economics Survey : SES) โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Statistical Office : NSO) ได้แก่

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าของครัวเรือน

ข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายของครัวเรือน (Household Expenditure Survey) มีการสำรวจทุกๆ 5 ปี โดยจัดทำครั้งแรกในปี พ.ศ. 2500 ต่อมาภายหลังปี พ.ศ. 2529 สภาพทางเศรษฐกิจของประเทศมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และสภาพทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดทำสำรวจทุกๆ 2 ปี การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลปี พ.ศ. 2560 เนื่องจากเป็นการสำรวจปีล่าสุดทำให้สามารถสะท้อนภาวะการบริโภคสินค้าในปัจจุบันได้

การศึกษาครั้งนี้ได้จัดกลุ่มของประเภทสินค้าออกเป็น 12 กลุ่มสินค้า โดยจัดให้ค่าใช้จ่ายสินค้าที่มีวัตถุประสงค์ใกล้เคียงกันอยู่กลุ่มเดียวกัน เพื่อสามารถทราบผลการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายแต่ละกลุ่มได้ชัดเจนมากขึ้น (อิสรา ศานติศาสน์, 2546) ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 อาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์
- กลุ่มที่ 2 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- กลุ่มที่ 3 ยาสูบ ประกอบด้วย บุหรี่ซิการ์แรต บุหรี่ซิการ์ ยาเส้น

- กลุ่มที่ 4 ที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ ประกอบด้วย ค่าเช่าที่อยู่อาศัย ค่าประเมินค่าเช่าที่ไม่เสียเงิน ค่าบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้าน เครื่องแต่งบ้านและสิ่งทอสำหรับใช้ในบ้าน เครื่องใช้สอยเบ็ดเตล็ดในบ้าน เชื้อเพลิง แสงสว่าง น้ำ ค่าใช้จ่ายในการทำความสะอาด สะอาด ค่าจ้างบุคคลที่ให้บริการครัวเรือน
 - กลุ่มที่ 5 เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ประกอบด้วย เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มต่างๆ ถุงเท้า และรองเท้า ชุดนักเรียน ชุดเครื่องแบบต่างๆ
 - กลุ่มที่ 6 ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล ประกอบด้วย ของใช้ส่วนบุคคล ค่าบริการส่วนบุคคล
 - กลุ่มที่ 7 เวชภัณฑ์และค่าตรวจรักษาพยาบาล ประกอบด้วย ยาและเวชภัณฑ์อื่นๆ ค่ารักษาทางการแพทย์ของผู้ป่วยนอก/ผู้ป่วยใน
 - กลุ่มที่ 8 การเดินทางและการสื่อสาร ประกอบด้วย ค่าชื้อยานพาหนะ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะ การเดินทางตามปกติ การเดินทางในโอกาสพิเศษ การท่องเที่ยว การสื่อสาร โทรศัพท์ โทรเลข โทรสาร แสตนัมป์และซองจดหมาย
 - กลุ่มที่ 9 การศึกษา ประกอบด้วย ค่าเล่าเรียน ค่าหนังสือเรียน อุปกรณ์ภายในโรงเรียน และค่าใช้จ่ายทางการศึกษาอื่นๆ
 - กลุ่มที่ 10 ความบันเทิงและการพักผ่อน ประกอบด้วย อุปกรณ์การบันเทิงและกีฬา โรงภาพยนตร์และพิพิธภัณฑสถาน เครื่องเล่น สัตว์เลี้ยง ไม้ประดับ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการบันเทิง ค่าผ่านประตู ค่าเล่นกีฬา การจัดงานพิธีในโอกาสพิเศษ
 - กลุ่มที่ 11 การพนัน
 - กลุ่มที่ 12 สินค้าอื่นที่ไม่ใช่อาหาร ประกอบด้วย ภาษีทุกประเภท ค่าบริการทางการเงิน ค่าปรับทางกฎหมาย ค่าสมาชิกกลุ่มอาชีพ เงินหรือสิ่งของที่ส่งให้บุคคลนอกครัวเรือน เงินบริจาคหรือเงินทำบุญ/ช่วยงาน เบี้ยประกันภัย/ทรัพย์สิน/ประกันชีวิตที่ไม่ใช่ประเภทสะสมทรัพย์ และดอกเบี้ยจ่าย/ดอกเบี้ยแชร์และอื่นๆ
2. ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ (Ministry of Commerce : MOC) ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภคของแต่ละภูมิภาค ปี พ.ศ. 2560 และ 2564

3.2 การเปรียบเทียบผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนและต้นทุนทางด้านสุขภาพ

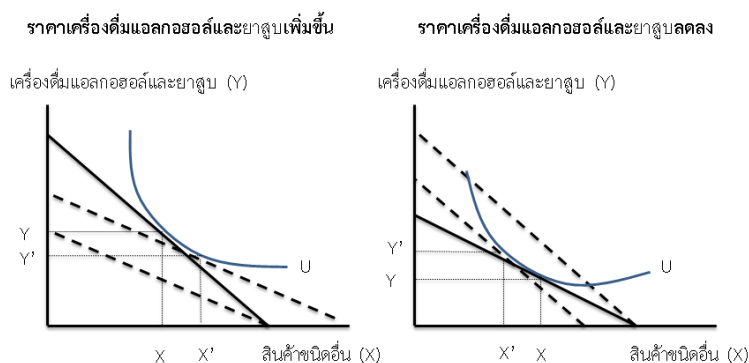
การศึกษาในส่วนนี้เป็นหัวใจสำคัญของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่ส่งผลกระทบต่อความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการบริโภคสินค้าแต่ละชนิดให้ความพึงพอใจไม่เท่ากัน และการรวมผลทางรายได้

ในสมการอุปสงค์ทำให้มีการบิดเบือนพฤติกรรมของผู้บริโภค ผู้ศึกษาจึงวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนภายใต้ข้อจำกัดระดับรายได้ของผู้บริโภคและระดับความพึงพอใจคงที่

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบต่อความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคยังก่อให้เกิดความเสียหายอย่างมากในด้านการดูแลสุขภาพ เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเป็นสินค้าที่บริโภคแล้วก่อให้เกิดผลเสียและเป็นสาเหตุของการเกิดโรคร้ายต่างๆ เช่น โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง โรคมะเร็งปอด โรคตับแข็ง โรคหลอดเลือดหัวใจ เป็นต้น ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายทางการแพทย์เพิ่มขึ้น ต้นทุนที่สูญเสียไปกับการรักษาโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมีมูลค่าสูง ดังนั้น การศึกษาในส่วนนี้จะเปรียบเทียบมูลค่าของความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค (Economic Welfare Loss) และต้นทุนทางด้านสุขภาพ (Healthcare cost) อันเนื่องมาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

สำหรับการหาสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Economic Welfare) ของผู้บริโภคภายใต้แนวคิดของ Hicksian เมื่อตัดผลทางรายได้แล้วนั้น สามารถทำได้ 2 รูปแบบ คือ 1) หลักการเปลี่ยนแปลงโดยชดเชย (Compensating Variation : CV) และ 2) หลักการเปลี่ยนแปลงโดยเหมือนเดิม (Equivalent Variation : EV) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้หลักการเปลี่ยนแปลงโดยชดเชย (Compensating Variation : CV) เนื่องจากจะวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบโดยยึดระดับความพึงพอใจเดิมก่อนมีการเปลี่ยนแปลง กรณีราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นทำให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลงซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคมียอดเงินสำหรับการรักษาโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลง ขณะที่กรณีราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลงทำให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคมียอดเงินสำหรับการรักษาโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น

รูปที่ 16 หลักการเปลี่ยนแปลงโดยชดเชย (CV) กรณีราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น/ลดลง



$$\text{จากรูปที่ 16 จะเห็นว่า } CV = e(P^1, U^0) - (P^0, U^0) = \int_{P^1}^{P^0} h(P, U^0) dP \quad (7)$$

โดยที่	$CV > 0$	Welfare gain
	$CV < 0$	Welfare loss

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านผลต่างระหว่างความพึงพอใจปัจจุบันและความพึงพอใจเดิมก่อนการเปลี่ยนแปลงของราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ โดยมีหลักการ ดังนี้

- 1) อุปทานมีความยืดหยุ่นเต็มที่ กล่าวคือ ต้นทุนหน่วยสุดท้าย (Marginal Cost) มีค่าคงที่
- 2) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Constant Elasticity Model) มีค่าคงที่
- 3) สมการอุปสงค์ของการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ เป็นฟังก์ชันของการบริโภคสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน และราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ

$$Q_i = f(P_i, Y_i) \quad (8)$$

หลังจากได้ Marshallian Demand แล้ว ภายใต้หลักการเปลี่ยนแปลงโดยชดเชย (CV) เป็นการพิจารณาผลของการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีและราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในระดับเดิม (U^0) ผ่านฟังก์ชันค่าใช้จ่าย (Expenditure Function) ของผู้บริโภค (อิสรา ศานติศาสตร์, 2546)

$$\text{จากสมการ (1) และ (2); } E = \bar{U} \pi_i \left(\frac{P_i}{\beta_i}\right)^{\beta_i} + \sum_i P_i Y_i \quad (9)$$

$$\text{จากสมการ (9) จะได้ } h_i = \bar{U} \left[\pi_{j \neq i} \left(\frac{P_j}{\beta_j}\right)^{\beta_j} \right] \left(\frac{P_i}{\beta_i}\right)^{\beta_i - 1} + Y_i \quad (10)$$

แทนสมการ (10) ใน (7) จะได้

$$CV_i = \pi_{j \neq i} \left(\frac{P_j Q_j - P_j Y_j}{\beta_j}\right)^{\beta_j} \left[\left(\frac{P_i Q_i - P_i Y_i}{\beta_i}\right)^{\beta_i}\right] \Delta P_i + [P_i Y_i] \Delta P_i \quad (11)$$

$$\text{โดยที่ } \Delta P_i = P_i^0 - P_i^1$$

ลำดับสุดท้าย สามารถคำนวณหาสวัสดิการทางเศรษฐกิจ จากสมการ

$$\Delta \omega = \sum_{vi} CV_i \quad (12)$$

การวิเคราะห์สวัสดิการทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคผ่านการวิเคราะห์รูปแบบ Compensating Variation นั้น หากผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายหลังการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบมากกว่าค่าใช้จ่ายก่อนการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ ถือว่าผู้บริโภคสูญเสีย

สวัสดิการ (Welfare Loss) ในทางตรงกันข้าม หากผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายหลังการเปลี่ยนแปลงราคา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบน้อยกว่าค่าใช้จ่ายก่อนการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ถือว่าผู้บริโภคได้รับสวัสดิการ (Welfare Gain)

เมื่อคำนวณค่าความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคแล้ว จะนำค่าที่ได้มาเปรียบเทียบกับต้นทุนการรักษาโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบซึ่งนำข้อมูลต้นทุนทางด้านสุขภาพมาจากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับการประมาณต้นทุนการรักษาโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ อย่างไรก็ตาม ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นจะทำให้เกิดความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Economic Welfare Loss) แต่ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลง ทำให้ต้นทุนในการรักษาโรค (Healthcare Cost) ที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลงด้วย ดังนั้น ผลของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นจะเป็นไปในทิศทางใดขึ้นอยู่กับความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจมากกว่าหรือน้อยกว่าต้นทุนการรักษาโรคจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่ลดลง โดยถ้า

- 1) มูลค่าความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจมากกว่ามูลค่าต้นทุนการรักษาโรคฯ ที่ลดลง หมายความว่าราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นถือเป็นความสูญเสีย (Loss) หรือ
- 2) มูลค่าความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจน้อยกว่ามูลค่าต้นทุนการรักษาโรคฯ ที่ลดลง หมายความว่าราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นถือเป็นประโยชน์ (Gain)

3.3 การสำรวจภาคสนาม

การสำรวจภาคสนามในครั้งนี้ เป็นการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนผลจากการวิเคราะห์ผ่านใช้แบบจำลอง LES ในส่วนแรก ซึ่งมีตัวอย่างปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น เพศ อายุ ระดับรายได้ของผู้บริโภค และเหตุผลที่สูบบุหรี่ เป็นต้น

3.3.1 ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานครเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของประชากร ภูมิภาค และวัฒนธรรมจะสามารถสะท้อนความแตกต่างในการสูบบุหรี่ของผู้บริโภคได้ ความหลากหลายของระดับราคาและประเภทสินค้าซึ่งจะแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงจังหวัดกระบี่และจังหวัดมุกดาหารเนื่องจากการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี พ.ศ. 2560 พบว่า เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนผู้สูบบุหรี่มากที่สุดของภาคใต้และภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ รวมทั้งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจของประเทศทำให้มีความหลากหลายของระดับราคาและประเภทสินค้า จึงทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ดียิ่งขึ้น

การสำรวจฯ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่จัดเก็บข้อมูล ประกอบด้วย 4 พื้นที่ ได้แก่ เขตราชเทวี กรุงเทพฯ เขตหนองจอก กรุงเทพฯ อำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ และอำเภอเมืองจังหวัดมุกดาหาร หลังจากนั้นผู้ศึกษาทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรในแต่ละชั้นภูมิโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ทั้งนี้ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิจะช่วยบรรเทาปัญหาอคติที่เกิดจากการเลือกตัวอย่าง (Selection Biased) ลงได้ ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 4 จำนวนประชากรในพื้นที่เก็บข้อมูล ปี พ.ศ. 2560

พื้นที่เก็บข้อมูล	จำนวนประชากร (ปี พ.ศ. 2560)
เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร	72,304
เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร	170,643
อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่	120,030
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร	135,431

ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ

กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้เป็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่จำนวน 120 คน ดำเนินการในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเก็บรวบรวมจาก 4 พื้นที่ พื้นที่กรุงเทพมหานคร 2 เขต ได้แก่ เขตราชเทวีและเขตหนองจอก และพื้นที่จังหวัดกระบี่ และจังหวัดมุกดาหาร

- 1) เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร เนื่องจากจะสะท้อนการบริโภคในเขตเมือง
- 2) เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร เนื่องจากจะสะท้อนการบริโภคในเขตชนบท
- 3) อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
- 4) อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร

จำนวนประชากรในพื้นที่เก็บข้อมูล ได้แก่ เขตราชเทวี เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ และอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 498,408 คน ซึ่งประชากรมีโอกาสได้รับเลือกเท่าๆ กัน สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีของยามานะ (Efobi, Kingsley, & Christopher A., 2013) โดยให้มี

- ความเชื่อมั่นร้อยละ 95% ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ความคลาดเคลื่อนที่กำหนด คือ 10% โดยสามารถแสดงเป็นสมการได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด
 e คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

การแทนค่าในสูตร

$$n = \frac{498,408}{1 + (498,408)(0.1^2)} = 99.98$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 99.98 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้จะเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน เพื่อป้องกันปัญหาความคลาดเคลื่อนจากความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.3.2 การคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

เกณฑ์การคัดเลือก ประกอบด้วย

- 1) เป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- 2) เป็นผู้สูบบุหรี่
- 3) เป็นผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่เก็บข้อมูล ได้แก่ เขตราชเทวี เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ และอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร
- 4) ผู้ไม่เป็นโรคร้ายแรงที่เกิดจากการสูบบุหรี่
- 5) เป็นผู้ที่มีความสมัครใจที่จะเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก ประกอบด้วย

- 1) เป็นผู้ไม่สูบบุหรี่
- 2) เป็นผู้เคยสูบบุหรี่ซึ่งหยุดสูบบุหรี่มา 20 ปีแล้ว
- 3) เป็นผู้ตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน

3.3.3 วิธีการติดต่อและการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่ระบุชื่อและไม่มีการเก็บข้อมูลที่ระบุตัวตน เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างด้วยการแนะนำตัวและอธิบายที่มาของการวิจัยและสอบถามข้อมูลเบื้องต้นที่เข้าข่ายสามารถเป็นกลุ่มตัวอย่างได้ โดยใช้แบบสอบถามแบบเผชิญหน้าระหว่างกันเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถซักถามข้อสงสัยได้ ซึ่งเป็นการขอความยินยอมด้วยวาจา โดยรายละเอียดของแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การสูบบุหรี่ และ 3) คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อบุหรี่

3.3.4 วิธีการพิทักษ์สิทธิ ป้องกันความเสี่ยง และรักษาความลับของกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

1) ข้อมูลส่วนตัวและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยซึ่งปรากฏในแบบสอบถามจะถูกเก็บรักษาไว้และไม่เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยเป็นภาพรวม

2) ผู้ที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยมีเพียงผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ และคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนเท่านั้น

3.3.5 แนวทางการดำเนินงานตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 (Social Distancing)

- 1) ผู้วิจัยสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาเมื่อเก็บข้อมูลหรือพูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างทุกครั้ง
- 2) กลุ่มตัวอย่างต้องสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลาที่ตอบแบบสอบถาม
- 3) ผู้วิจัยใช้เจลแอลกอฮอล์ล้างมือให้กลุ่มตัวอย่างก่อนการตอบแบบสอบถามทุกครั้ง
- 4) ผู้วิจัยรักษาระยะห่างกับกลุ่มตัวอย่างขณะซักถามและตอบแบบสอบถาม

3.3.6 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลและสมมติฐานเบื้องต้น

1) เครื่องมือและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การสำรวจฯ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้การเก็บแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของประชากรไทยที่มีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป จำนวน 120 คน เก็บข้อมูลจาก 4 พื้นที่ หลังจากนั้น นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์การถดถอย (Linear Regression) โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป Stata มีตัวแปรสำคัญ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ราคาบุหรี่ ระดับรายได้ และปัจจัยทางด้านสังคม

2) สมมติฐานเบื้องต้น

1. อายุ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความต้องการสูบบุหรี่
2. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความต้องการสูบบุหรี่
3. ราคาบุหรี่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันกับความต้องการสูบบุหรี่
4. ระดับรายได้ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความต้องการสูบบุหรี่
5. ปัจจัยด้านสังคม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความต้องการสูบบุหรี่

บทที่ 4

ผลการศึกษา

สำหรับการศึกษาผลกระทบของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าบาทต่อค่าใช้จ่ายชนิดอื่นของครัวเรือนในครั้งนี้ ผู้ศึกษาแบ่งผลการศึกษออกเป็น 3 ส่วน คือ การวิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบผ่านแบบจำลอง LES การวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน และการวิเคราะห์พฤติกรรมกาสูบหรือจากการสำรวจภาคสนาม ตามลำดับ

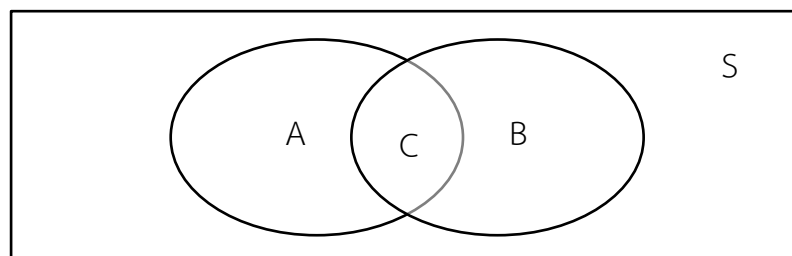
4.1 การวิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบผ่านแบบจำลอง LES

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบจำลองระบบค่าใช้จ่ายเชิงเส้นตรง (LES) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมกาบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาสูบ และสินค้าชนิดอื่นๆ ของครัวเรือน โดยใช้ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนตัวอย่าง 43,210 ครัวเรือน ซึ่งครัวเรือนที่มีพฤติกรรมกาบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือยาสูบ มีจำนวน 15,799 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 36.56 ของครัวเรือนที่สำรวจทั้งหมด

4.1.1 ลักษณะทั่วไปของครัวเรือนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15,799 ครัวเรือน แบ่งเป็นครัวเรือนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และครัวเรือนที่บริภคยาสูบ โดยจากรูปที่ 17 แสดงเซตของข้อมูล ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 8,714 ครัวเรือน หมายถึง พื้นที่ A+C ผู้บริภคยาสูบ จำนวน 11,507 ครัวเรือน หมายถึง พื้นที่ B+C ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ จำนวน 4,422 ครัวเรือน หมายถึง พื้นที่ C ตามลำดับ

รูปที่ 17 แสดงเซตของครัวเรือนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ



โดยที่ S คือ เซตกลุ่มตัวอย่าง

A คือ ครัวเรือนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

B คือ ครั้วเรือนที่บริโภคยาสูบ

C คือ ครั้วเรือนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีจำนวน 8,714 ครั้วเรือน ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ภาคกลาง จำนวน 2,674 ครั้วเรือน รองลงมาเป็นภาคเหนือ จำนวน 2,423 ครั้วเรือน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 2,314 ครั้วเรือน ภาคใต้ จำนวน 910 ครั้วเรือน และกรุงเทพมหานคร จำนวน 393 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 30.69, 27.81, 26.55, 10.44 และ 4.51 ตามลำดับ การกระจายตัวด้านระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 7,771 ครั้วเรือน รองลงมามีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-40,000 บาท จำนวน 714 ครั้วเรือน รายได้เฉลี่ยระหว่าง 40,001-60,000 บาท จำนวน 154 ครั้วเรือน รายได้เฉลี่ยระหว่าง 60,001-80,000 บาท จำนวน 39 ครั้วเรือน และรายได้เฉลี่ย 80,001 บาทขึ้นไป จำนวน 36 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 89.18, 8.19, 1.77, 0.45 และ 0.41 ตามลำดับ

ผู้บริโภคนยาสูบ มีจำนวน 11,507 ครั้วเรือน ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 3,793 ครั้วเรือน รองลงมาเป็นภาคกลาง จำนวน 2,828 ครั้วเรือน ภาคใต้ จำนวน 2,293 ครั้วเรือน ภาคเหนือ จำนวน 2,264 ครั้วเรือน และกรุงเทพมหานคร จำนวน 329 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 32.96, 24.58, 19.93, 19.67 และ 2.86 ตามลำดับ การกระจายตัวด้านระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 10,938 ครั้วเรือน รองลงมามีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-40,000 บาท จำนวน 470 ครั้วเรือน รายได้เฉลี่ยระหว่าง 40,001-60,000 บาท จำนวน 67 ครั้วเรือน รายได้เฉลี่ยระหว่าง 60,001-80,000 บาท จำนวน 19 ครั้วเรือน และรายได้เฉลี่ย 80,001 บาทขึ้นไป จำนวน 13 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 95.06, 4.08, 0.58, 0.17 และ 0.11 ตามลำดับ

ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ จำนวน 4,422 ครั้วเรือน ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 1,411 ครั้วเรือน รองลงมาเป็นภาคกลาง จำนวน 1,264 ครั้วเรือน ภาคเหนือ จำนวน 1,014 ครั้วเรือน ภาคใต้ จำนวน 583 ครั้วเรือน และกรุงเทพมหานคร จำนวน 150 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 31.91, 28.58, 22.93, 13.18 และ 3.39 ตามลำดับ การกระจายตัวด้านระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 4,131 ครั้วเรือน รองลงมามีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-40,000 บาท จำนวน 232 ครั้วเรือน รายได้เฉลี่ยระหว่าง 40,001-60,000 บาท จำนวน 43 ครั้วเรือน รายได้เฉลี่ยระหว่าง 60,001-80,000 บาท จำนวน 10 ครั้วเรือน และรายได้เฉลี่ย 80,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 93.42, 5.25, 0.97, 0.23 และ 0.14 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การกระจายตัวของตัวแปรที่ศึกษา

จำนวน (ครัวเรือน) (ร้อยละ)

ตัวแปร	A	B	C
ภาค			
กรุงเทพมหานคร	393 (4.51)	329 (2.86)	150 (3.39)
ภาคกลาง	2,674 (30.69)	2,828 (24.58)	1,264 (28.58)
ภาคเหนือ	2,423 (27.81)	2,264 (19.67)	1,014 (22.93)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2,314 (26.55)	3,793 (32.96)	1,411 (31.91)
ภาคใต้	910 (10.44)	2,293 (19.93)	583 (13.18)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
ต่ำกว่า 20,000 บาท	7,771 (89.18)	10,938 (95.06)	4,131 (93.42)
20,001 – 40,000 บาท	714 (8.19)	470 (4.08)	232 (5.25)
40,001 – 60,000 บาท	154 (1.77)	67 (0.58)	43 (0.97)
60,001 – 80,000 บาท	39 (0.45)	19 (0.17)	10 (0.23)
80,001 บาท ขึ้นไป	36 (0.41)	13 (0.11)	6 (0.14)

หมายเหตุ A หมายถึง ครัวเรือนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

B หมายถึง ครัวเรือนที่บริโภคยาสูบ

C หมายถึง ครัวเรือนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

การใช้จ่ายในสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ การเดินทางและการสื่อสาร มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายของครัวเรือนมากที่สุด เนื่องจากอาหารเป็นสินค้าที่จำเป็นต้องการดำรงชีวิต คนมีการบริโภคทุกวัน ส่วนการเดินทางและการสื่อสารในปัจจุบันเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น ทำให้คนมีความถี่ในการบริโภคสินค้าประเภทนี้มากขึ้น จากตารางที่ 6 จะเห็นว่าครัวเรือนที่อาศัยในเขตเมืองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 30,107.6 บาท ส่วนครัวเรือนที่อาศัยในเขตชนบทมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 21,997.3 บาท อย่างไรก็ตาม พบว่าครัวเรือนในเขตชนบทบางชั้นมีการใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่าครัวเรือนในเขตเมือง สิ่งนี้อาจเป็นเพราะระดับรายได้ของบุคคลหรือราคาสินค้าที่แตกต่างกันของครัวเรือนที่อาศัยในเขตนั้นๆ

ตารางที่ 6 ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนเฉลี่ยต่อคนต่อเดือน จำแนกตามชั้นรายได้ ปี พ.ศ. 2560

ชั้นรายได้	ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนเฉลี่ยต่อคนต่อเดือน (บาท)		
	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
เมือง			30,107.6
เมือง 1	1,193.0	30,719.0	7,034.1
เมือง 2	6,920.0	62,606.0	21,135.7
เมือง 3	7,949.0	64,492.0	28,737.5
เมือง 4	18,128.0	71,316.0	46,264.1
เมือง 5	6,507.0	127,113.0	47,366.8
ชนบท			21,997.3
ชนบท 1	1,050.0	49,833.0	5,939.9
ชนบท 2	5,129.0	35,011.0	17,495.3
ชนบท 3	12,682.0	123,664.30	35,130.9
ชนบท 4	11,813.0	30,712.0	19,532.7
ชนบท 5	22,376.0	41,399.0	31,887.5

4.1.2 อุปสงค์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามในครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบจากกลุ่มตัวอย่างครัวเรือนที่มีการใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ จำนวน 4,422 ครัวเรือน โดยอธิบายผ่านค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อค่าใช้จ่าย (ϵ_i) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (ϵ_{ii}) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาไขว้ (ϵ_{ij}) ตามลำดับ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อค่าใช้จ่าย เป็นการพิจารณาความต้องการบริโภคสินค้าหนึ่งๆ เมื่อระดับรายได้เปลี่ยนแปลงไป จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ 1 จะมีความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ 0.45 เช่นเดียวกับการใช้จ่ายยาสูบ อาหาร และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล ร้อยละ 0.76, 0.62 และ 0.75 ตามลำดับ แต่สำหรับความต้องการบริโภคด้านที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม การเดินทาง และพักผ่อน เพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ 1.22, 2.38, 1.66 และ 1.43 ตามลำดับ ระดับรายได้ที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคสินค้าเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปมากกว่าร้อยละ 1

โดยเฉพาะความต้องการบริโภคด้านสุขภาพและการศึกษาค่อนข้างรุนแรง ร้อยละ 4.12 และ 11.03 ตามลำดับ และในช่วงที่คนมีรายได้ลดลง ทำให้มีกำลังซื้อสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะลดค่าใช้จ่ายส่วนนี้ลงอย่างมาก

นอกจากนี้ เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือยาสูบเพิ่มขึ้นขณะที่ผู้บริโภคยังมีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือยาสูบอยู่ จะทำให้มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคส่วนนี้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การบริโภคสินค้าชนิดอื่นได้ลดลง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนค่าใช้จ่ายของครัวเรือนพบว่า ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพียงร้อยละ 6 และ 2 ตามลำดับ จึงส่งผลกระทบต่อการบริโภคสินค้าชนิดอื่นในครัวเรือนไม่มากนัก

ตารางที่ 7 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน สัดส่วนค่าใช้จ่ายของสินค้า i (w_i) สัดส่วนค่าใช้จ่ายหน่วยสุดท้าย (β_i) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อค่าใช้จ่าย (ϵ_i)

สินค้า	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท)	w_i	β_i	ϵ_i
1.อาหาร	2,507.0	0.330	0.205	0.621
2.เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	501.1	0.066	0.030	0.453
3.ยาสูบ	202.4	0.027	0.020	0.755
4.ที่อยู่อาศัย	1,280.9	0.169	0.205	1.215
5.เครื่องนุ่งห่ม	156.9	0.021	0.049	2.378
6.ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	195.5	0.026	0.019	0.746
7.ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ	74.3	0.010	0.040	4.122
8.เดินทางและสื่อสาร	1,416.3	0.186	0.309	1.659
9.การศึกษา	44.7	0.006	0.065	11.026
10.บันเทิงและพักผ่อน	28.8	0.004	0.018	4.716
11.การพนัน	111.2	0.015	0.021	1.428
12.สินค้าอื่น	1,079.8	0.142	0.019	0.134
รวม	7,598.8	1.000	1.000	

หมายเหตุ w_i คำนวณจากค่าใช้จ่ายสินค้าของครัวเรือน ปี พ.ศ. 2560

β_i อ้างอิงจากอิศรา ศานติศาสน์ (2546)

$\epsilon_i = \beta_i / w_i$

สำหรับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา วิเคราะห์ความต้องการบริโภคสินค้าหนึ่งๆ เมื่อระดับราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป จากตารางที่ 8 จะเห็นว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมี

ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ โดยค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ เท่ากับ -0.41 และ -0.66 ตามลำดับ เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ 1 ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะลดลง (เพิ่มขึ้น) ร้อยละ 0.41 เช่นเดียวกับราคายาสูบที่เพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ 1 ทำให้ความต้องการบริโภคนยาสูบลดลง (เพิ่มขึ้น) ร้อยละ 0.66 แสดงให้เห็นว่า ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพียงเล็กน้อย

สินค้าชนิดอื่นๆ ของครัวเรือนที่มีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ คือ อาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ การใช้จ่ายส่วนบุคคล เท่ากับร้อยละ -0.63 และ -0.65 ตามลำดับ แต่ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม เวชภัณฑ์และค่าตรวจรักษาพยาบาล การเดินทาง การศึกษา และการพักผ่อน มีค่าความยืดหยุ่นสูง เท่ากับร้อยละ -1.03, -1.99, -3.44, -1.29, -8.91 และ -3.99 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เป็นที่สังเกตว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านรายได้ส่งผลกระทบต่อการใช้สินค้าในครัวเรือนมากกว่า การเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาสินค้าเกือบทุกชนิด ยกเว้น การบริโภคหมวดอาหาร

ตารางที่ 8 แสดงความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (ϵ_{ij}) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาไขว้ (ϵ_{ji})

สินค้า	1	2	3	4	5	6
1.อาหาร	-0.628*	-0.025	-0.006	0.004	0.013	-0.006
2.เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	-0.070	-0.407*	-0.004	0.003	0.010	-0.004
3.ยาสูบ	-0.116	-0.030	-0.655*	0.005	0.016	-0.007
4.ที่อยู่อาศัย	-0.187	-0.049	-0.011	-1.034*	0.026	-0.011
5.เครื่องนุ่งห่ม	-0.367	-0.096	-0.022	0.017	-1.989*	-0.022
6.ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	-0.115	-0.030	-0.007	0.005	0.016	-0.647*
7.เวชภัณฑ์	-0.636	-0.166	-0.039	0.030	0.089	-0.038
8.เดินทางและสื่อสาร	-0.256	-0.067	-0.016	0.012	0.036	-0.015
9.การศึกษา	-1.700	-0.444	-0.104	0.079	0.237	-0.102
10.บันเทิงและพักผ่อน	-0.727	-0.190	-0.044	0.034	0.101	-0.044
11.การพนัน	-0.220	-0.058	-0.013	0.010	0.031	-0.013
12.สินค้าอื่น	-0.021	-0.005	-0.001	0.001	0.003	-0.001

(ต่อ)

สินค้า	7	8	9	10	11	12
1.อาหาร	0.015	0.049	0.031	0.007	0.002	-0.078
2.เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	0.011	0.036	0.023	0.005	0.001	-0.057
3.ยาสูบ	0.019	0.060	0.038	0.009	0.002	-0.095
4.ที่อยู่อาศัย	0.030	0.096	0.060	0.014	0.004	-0.153
5.เครื่องนุ่งห่ม	0.059	0.188	0.118	0.027	0.008	-0.299
6.ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	0.019	0.059	0.037	0.009	0.002	-0.094
7.เวชภัณฑ์	-3.435*	0.325	0.205	0.048	0.014	-0.518
8.เดินทางและสื่อสาร	0.041	-1.293*	0.082	0.019	0.005	-0.209
9.การศึกษา	0.274	0.870	-8.913*	0.128	0.036	-1.386
10.บันเทิงและพักผ่อน	0.117	0.372	0.235	-3.992*	0.016	-0.593
11.การพนัน	0.035	0.113	0.071	0.017	-1.221*	-0.180
12.สินค้าอื่น	0.003	0.011	0.007	0.002	0.000	-0.132*

หมายเหตุ 1. * ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (ϵ_{ii})

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาไขว้ (ϵ_{ij}) ของคู่สินค้า โดยที่ $i \neq j$

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาไขว้ แสดงความต้องการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งเมื่อราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป สะท้อนการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด จากตารางที่ 8 จะเห็นว่าเมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ทำให้ความต้องการบริโภคหมวดอาหาร และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลลดลง ร้อยละ 0.07 และ 0.004 ตามลำดับ เช่นเดียวกับราคายาสูบเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ทำให้ความต้องการบริโภคหมวดอาหาร และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลลดลง ร้อยละ 0.12 และ 0.01 ตามลำดับ แต่ในขณะเดียวกันทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าหมวดอื่นๆ เพิ่มขึ้น

4.1.3 การเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้าในปี พ.ศ. 2560 และ 2564

การเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้านั้นจะสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคสินค้าเนื่องจากราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งๆ อย่างมาก ราคาสินค้าในปี 2564 เปลี่ยนแปลงไปจากปี 2560 โดยเฉลี่ยร้อยละ 1.90 สินค้าหมวดอาหาร เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยาสูบ มีราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.46, 1.39 และ 8.71 ตามลำดับ เป็นที่สังเกตว่าสินค้าหมวดที่อยู่อาศัย และการพักผ่อน มีราคาลดลงร้อยละ -0.87, และ -0.58

ตามลำดับ สำหรับสินค้าหมวดการพนันนั้น ผู้ศึกษาใช้ราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นตัวแทน อย่างไรก็ตาม ราคาสลากฯ คงที่เป็นราคาจากผู้ซื้อขายเป็นค่าสลากฯ แต่ละฉบับ แต่ส่วนแบ่งรางวัลจากการถูกรางวัลไม่เท่ากันและลดลงในช่วงปีที่ศึกษา ดังนั้น ราคาที่แท้จริงของสลากฯ เสมือนว่าเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากประเด็นนี้ไม่ใช่เป้าหมายหลักของการศึกษา จึงสมมุติให้ราคาสลากฯ คงที่

นอกจากนี้ กรมสรรพสามิตได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษียาสูบในปี 2564 ส่งผลให้ราคาผลิตภัณฑ์ยาสูบเพิ่มขึ้น เนื่องจากสถานการณ์การบริโภคยาสูบในปัจจุบันยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง การขึ้นอัตราภาษียาสูบจะเป็นการลดปริมาณการบริโภคยาสูบ ลดจำนวนผู้บริโภครายใหม่ และยังเป็น การเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บภาษียาสูบด้วย โดยอัตราภาษียาสูบที่เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมจัดเก็บภาษีร้อยละ 20 และหน่วยละ 1.20 จากบุหรี่ที่มีราคาขายปลีกแนะนำไม่เกินซองละ 60 บาท เพิ่มเป็นร้อยละ 25 และหน่วยละ 1.25 จากบุหรี่ที่มีราคาขายปลีกแนะนำไม่เกินซองละ 72 บาท จากเดิมจัดเก็บภาษีร้อยละ 40 และหน่วยละ 1.20 จากบุหรี่ที่มีราคาขายปลีกแนะนำเกินซองละ 60 บาท เพิ่มเป็นร้อยละ 42 และหน่วยละ 1.25 จากบุหรี่ที่มีราคาขายปลีกแนะนำเกินซองละ 72 บาท และจากเดิมจัดเก็บภาษีหน่วยละ 0.005 บาทจากยาเส้น เพิ่มเป็นหน่วยละ 0.1 บาท ทำให้จากเดิมจัดเก็บภาษียาสูบได้เฉลี่ย เท่ากับ 4.21 บาทต่อกรัม เพิ่มขึ้นเป็น 5.01 บาทต่อกรัม หรือคิดเป็นร้อยละ 19.19 ดังแสดงในตารางที่ 9 การเพิ่มอัตราภาษียาสูบส่งผลให้ราคาขายปลีกสูงขึ้น จะยังเป็น การเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายในการบริโภคยาสูบมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยาสูบเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ ผลจากราคายาสูบที่เพิ่มขึ้นส่งผลมากกว่าความต้องการบริโภคยาสูบที่ลดลง ซึ่งคนที่มิพบพฤติกรรมเสพติดแล้วจะเปลี่ยนแปลงการบริโภคยาสูบเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตารางที่ 9 แสดงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษียาสูบ (ฉบับที่ 17) จากปี 2560 - 2564

รายการ		ตามมูลค่า (ร้อยละ)	ตามปริมาณ (บาท)	
ภาษีเดิม	บุหรี่ที่ราคาขายปลีกแนะนำไม่เกินซองละ 60 บาท	20	1 มวน	1.20
	บุหรี่ที่ราคาขายปลีกแนะนำเกินซองละ 60 บาท	40		1.20
	ยาเส้น	0	1 กรัม	0.005
ภาษีใหม่	บุหรี่ที่ราคาขายปลีกแนะนำไม่เกินซองละ 72 บาท	25	1 มวน	1.25
	บุหรี่ที่ราคาขายปลีกแนะนำเกินซองละ 72 บาท	42		1.25
	ยาเส้น	0	1 กรัม	0.1
การเปลี่ยนแปลงภาษียาสูบโดยเฉลี่ย (%)		19.19		

หมายเหตุ อัตราภาษียาสูบใหม่มีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564, กฎกระทรวงฯ กรมสรรพสามิต (ฉบับที่ 17)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า ซึ่งใช้ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคของกระทรวงพาณิชย์ กำหนดให้

1. ปีฐาน คือ ปี 2560
2. ราคาสินค้าทุกชนิดในปีฐาน เท่ากับ 1
3. ราคาสินค้าทุกชนิดในปีฐานเท่ากันทุกภาค
4. สินค้า 1 หน่วย เท่ากับ 100 บาท ดังนั้น สินค้า 1/100 หน่วย เท่ากับ 1 บาท

ตารางที่ 10 การเปลี่ยนแปลงระดับราคาสินค้า (P) ปีพ.ศ. 2560 - 2564 จำแนกตามหมวดสินค้า

หมวดสินค้า	การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า (ร้อยละ)
อาหาร	4.46
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.39
ยาสูบ	8.71
ที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้	-0.87
เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า	1.01
ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	0.54
เวชภัณฑ์	2.54
การเดินทางและการสื่อสาร	3.56
การศึกษา	1.51
บันเทิงและการพักผ่อน	-0.58
การพนัน	0.00
สินค้าอื่นที่ไม่ใช่อาหาร	0.48

หมายเหตุ 1. ร้อยละการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า คำนวณจากดัชนีราคาผู้บริโภค ปีพ.ศ. 2560-2564
 2. ราคาสินค้าทุกชนิดในปีฐาน = 1 ทำให้ไม่ได้รวมความแตกต่างระหว่างราคาสินค้าชนิดต่างๆ ในปีฐาน และไม่ได้รวมความแตกต่างระหว่างราคาสินค้าในแต่ละพื้นที่

4.1.4 ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน

การศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าในส่วนนี้ ผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ และผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

และยาสูบต่อการใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นๆ ของครัวเรือน โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ ที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ เนื่องจากมีสัดส่วนการใช้จ่ายของครัวเรือนมาก ด้านเวชภัณฑ์และค่าตรวจรักษาพยาบาล เป็นค่าใช้จ่ายการรักษาโรคและการดูแลสุขภาพ และด้านการศึกษา สะท้อนค่าใช้จ่ายในการพัฒนาทุนมนุษย์

การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าชนิดหนึ่ง ณ ระดับรายได้คงที่และไม่ทำให้ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงไปนั้น ผู้บริโภคจะต้องเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งในทิศทางตรงข้ามกัน จากตารางที่ 11 จะเห็นว่า เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.39 ให้ความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 5.70 บาทต่อคนต่อปี และความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นๆ เท่ากับ 28.66 บาทต่อคนต่อปี เมื่อราคายาสูบเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.71 ให้ความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 16.08 บาทต่อคนต่อปี และความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นๆ เท่ากับ 81.91 บาทต่อคนต่อปี โดยรวมแล้วความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าจากราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้น เท่ากับ 34.36 และ 97.99 บาทต่อคนต่อปี ตามลำดับ นอกจากนี้ ราคาอาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.46 ให้ความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 293.48 บาทต่อคนต่อปี และความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นๆ เท่ากับ 1,680.03 บาทต่อคนต่อปี ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตประการหนึ่งคือค่าใช้จ่ายสินค้าหมวดอื่นของครัวเรือนถูกกำหนดโดยค่าใช้จ่ายอาหาร เนื่องจากอาหารมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายสูง ประการที่สองคือเมื่อราคาสินค้าลดลงทำให้ผู้บริโภคเหลือเงินในการใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นเพิ่มขึ้น โดยราคาสินค้าหมวดที่อยู่อาศัย และการพักผ่อน ปรับลดลงร้อยละ -0.87 และ -0.58 ตามลำดับ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าชนิดอื่นๆ เพิ่มขึ้น เท่ากับ 188.54 และ 0.78 บาทต่อคนต่อปี ตามลำดับ ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจจากการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าทั้งหมด เท่ากับ -2,079.47 บาทต่อคนต่อปี

ตารางที่ 11 แสดงความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้า (CV_i) และความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ ($\Delta\omega$) ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า (P_i)

สินค้า i	ราคาสินค้า (P _i)	ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้า CV _i (บาท/คน/ปี)			
		เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ยาสูบ	สินค้าชนิดอื่นๆ	รวม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.39	-2.85	-2.85	-28.66	-34.36
ยาสูบ	8.71	-8.04	-8.04	-81.91	-97.99
สินค้าชนิดอื่นๆ					
อาหาร	4.46	-146.42	-147.06	-1,680.03	-1,973.51
ที่อยู่อาศัย	-0.87	15.24	15.26	158.04	188.54
เครื่องนุ่งห่ม	1.01	-1.65	-1.65	-16.69	-19.98
ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	0.54	-1.78	-1.78	-17.85	-21.40
เวชภัณฑ์	2.54	-2.89	-2.90	-29.32	-35.11
เดินทางและสื่อสาร	3.56	-6.12	-6.13	-65.01	-77.25
การศึกษา	1.51	-0.59	-0.59	-7.02	-8.20
บันเทิงและพักผ่อน	-0.58	0.06	0.06	0.65	0.78
การพนัน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
สินค้าอื่น	0.48	-0.08	-0.08	-0.83	-0.98
ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ ($\Delta\omega$) (บาท/คน/ปี)				-2,079.47	

หมายเหตุ ราคาสินค้า (P_i) เปลี่ยนแปลงไปตามตารางที่ 10

ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับรูปแบบการบริโภคและพื้นที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคแต่ละคนด้วย จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.39 และ 8.71 ตามลำดับ ทำให้ผู้บริโภคในเขตชนบทของภาคใต้ ผู้บริโภคในกรุงเทพฯ และผู้บริโภคในเขตชนบทของภาคกลาง สูญเสียค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าลดลงมากที่สุด เท่ากับ 226.61, 180.41 และ 168.65 บาทต่อคนต่อปี ตามลำดับ และการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าทั้งหมดทำให้ผู้บริโภคสูญเสียสวัสดิการทางเศรษฐกิจ เท่ากับ 3,655.47, 6,370.26 และ 5,527.50 บาทต่อคนต่อปี ตามลำดับ ซึ่งส่งผลต่อผู้บริโภคที่อาศัยในเขตชนบทมากกว่าผู้บริโภคที่อาศัยในเขตเมืองของทุกภาค นอกจากนี้ สัดส่วนความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้าต่อความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจในภาคใต้ยังมีสัดส่วนสูงกว่าภาคอื่นอีกด้วย

ตารางที่ 12 แสดงความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้า (CV_i) จากการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องตีม แอลกอฮอล์และยาสูบ และความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Δw) จำแนกตามภูมิภาค

	CV_i (บาท/คน/ปี)	Δw (บาท/คน/ปี)	สัดส่วนของ CV_i ต่อ Δw
ภูมิภาค			
กรุงเทพฯ	-180.41	-6,370.26	2.83
ภาคกลาง เขตเมือง	-111.60	-4,437.15	2.52
ภาคกลาง เขตชนบท	-168.65	-5,527.50	3.05
ภาคเหนือ เขตเมือง	-54.30	-3,461.52	1.57
ภาคเหนือ เขตชนบท	-159.82	-4,014.26	3.98
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขตเมือง	-94.11	-3,556.28	2.65
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขตชนบท	-161.05	-5,090.23	3.16
ภาคใต้ เขตเมือง	-118.33	-2,606.72	4.54
ภาคใต้ เขตชนบท	-226.61	-3,655.47	6.20

การบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบเป็นสาเหตุทำให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพต่อผู้บริโภคและทำให้มีค่าใช้จ่ายในการรักษาโรคเพิ่มขึ้น จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นถึงมูลค่าต้นทุนการรักษาโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ ซึ่งต้นทุนการรักษาของแต่ละโรคแตกต่างกันตามระดับความรุนแรงของโรค นอกจากนี้ การที่เครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบมีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ ยังสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมเสพติดเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเป็นโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสความรุนแรงของโรคอีกด้วย

ตารางที่ 13 แสดงต้นทุนด้านสุขภาพที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบในปีที่มีการศึกษา และต้นทุนด้านสุขภาพที่ปรับมูลค่าในปี พ.ศ. 2560

ผู้ศึกษา (ปีที่ศึกษา) / ต้นทุนโรค	ต้นทุน (บาท/คน/ปี)	มูลค่าในปี 2560 (บาท/คน/ปี)
มนตร์ธม ถาวรเจริญทรัพย์ และคณะ (2551) / ต้นทุนทางเศรษฐกิจจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2549	2,391.00	3,018.10
สำนักวิจัยนโยบายสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานพัฒนา นโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (2557) / ต้นทุนโรคไม่ ติดต่อเรื้อรังจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553	1,785.00	2,016.87
วัลลดา พุ่มไพศาลชัย และชิตชนก เรือนก้อน (2563) / ต้นทุนโรคติดสุรา พ.ศ. 2559	72,509.52	72,821.31
อิสรา ศานติศาสน์ (2546) / ต้นทุนโรคมะเร็งปอดจาก การสูบบุหรี่ พ.ศ. 2542	62,326.92	89,806.93
โรคหลอดลมอุดกั้นเรื้อรังจากการสูบบุหรี่ พ.ศ. 2542	9,279.96	13,371.50
สำนักวิจัยนโยบายสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานพัฒนา นโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (2557) / ต้นทุนโรคไม่ ติดต่อเรื้อรังจากการสูบบุหรี่ พ.ศ. 2552	830.04	933.56
ณัฐพงศ์ โต้พิบูลย์พงศ์ (2552) / ต้นทุนการรักษา โรคมะเร็งปอดระยะท้าย พ.ศ. 2552	17,004.36	19,125.11
วัชรินทร์ รถทอง และคณะ (2558) / ต้นทุนของโรคปอดอุด กั้นเรื้อรังจากการสูบบุหรี่ พ.ศ. 2558	10,632.72	10,628.47

หมายเหตุ 1. มูลค่าต้นทุนการรักษาโรคปรับเป็นมูลค่าบาทต่อหัวต่อปีในปี พ.ศ. 2560

2. อัตราเงินเฟ้อ (%) ปี 2542 = 0.30, ปี 2549 = 4.71, ปี 2552 = -0.81, ปี 2553 = 3.26,
ปี 2558 = -0.90, ปี 2559 = 0.18, ปี 2560 = 0.67

ผลการวิเคราะห์ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจในการศึกษาครั้งนี้มีมูลค่าน้อยกว่าต้นทุนการรักษาโรคที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบในงานวิจัยที่ผ่านมา เนื่องจากต้นทุนการรักษาส่วนใหญ่เป็นโรคที่ค่าใช้จ่ายในการรักษาสูง ต้องรักษาโรคอย่างต่อเนื่องและเป็นค่าประมาณการต้นทุนในการรักษาโรคนั้นๆ โดยการรวมทั้งต้นทุนทางตรงและทางอ้อม อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบสะท้อนผลกระทบทางลบต่อสวัสดิการทางเศรษฐกิจ โดยเป็นความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับค่าใช้จ่ายเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 21.8 บาทต่อคนต่อปี และเท่ากับ 1,442.0 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2560 และเป็นความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นๆ เท่ากับ 110.6 บาทต่อคนต่อปี และเท่ากับ 7,318.3 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2560 ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้าทั้งหมดจากการเพิ่มขึ้นของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 132.4 บาทต่อคนต่อปี และเท่ากับ 8,760.3 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2560 หรือคิดเป็นร้อยละ 6.36 ต่อความสูญเสียสวัสดิการทางเศรษฐกิจ และร้อยละ 0.02 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยประชากรในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวน 66.188 ล้านคน ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจจากราคาสินค้าทุกชนิดเพิ่มขึ้นเท่ากับ 137,636.7 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเท่ากับ 10,259,900.0 ล้านบาท

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนประชากรไทย ปี พ.ศ. 2560

	เพศชาย	เพศหญิง	รวม
จำนวน (คน)	32,464,906	33,723,597	66,188,503

ที่มา สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง

ตารางที่ 15 แสดงความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้า (CV) จากการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ และความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Δw) ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560

	มูลค่า (ล้านบาท)
ความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ	1,442.0
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	720.8
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายยาสูบ	721.2
ความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน	7,318.3
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ	720.9
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา	722.6
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้าอื่นๆ	5,874.8
ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Δw) จากราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้น	8,760.3
ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Δw) จากราคาสินค้าทุกชนิดเพิ่มขึ้น	137,636.7
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)	10,259,900.0
ร้อยละความสูญเสียจากราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้น ต่อ Δw	6.36
ร้อยละ Δw ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)	0.02

4.1.5 ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษียาสูบต่อการบริโภคยาสูบ

การศึกษาในส่วนนี้ จะวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคยาสูบจากการเพิ่มขึ้นของอัตราภาษียาสูบ ความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษียาสูบต่อนโยบายภาษีสรรพสามิตยาสูบ และต่อข้อตกลงในอนุสัญญาควบคุมการบริโภคยาสูบ (The WHO Framework Convention on Tobacco Control : FCTC) ตามลำดับ ทั้งนี้ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงอัตราภาษียาสูบเมื่อมีการจัดเก็บภาษียาสูบเพิ่มขึ้น จะมุ่งเน้นผลกระทบที่เกิดต่อความต้องการบริโภคยาสูบและความสูญเสียด้านสุขภาพเป็นหลัก

1) ผลกระทบของการเพิ่มขึ้นของอัตราภาษียาสูบต่ออุปสงค์การบริโภคยาสูบ

การเปลี่ยนแปลงอัตราภาษียาสูบเป็นมาตรการควบคุมปริมาณการบริโภคยาสูบที่มีประสิทธิภาพที่สุด เนื่องจากอัตราภาษีที่เพิ่มขึ้นทำให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องปรับขึ้นราคาขายปลีกตามไปด้วย เช่นนั้นแล้วจะทำให้ผู้บริโภคมีรายได้ที่แท้จริงลดลง กำลังซื้อลดลง ส่งผลให้ต้องลดปริมาณการบริโภคยาสูบลดลงด้วยเช่นกัน เมื่อราคาขายปลีกเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคยาสูบลดลงร้อยละ 0.66 และค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพพลดลงร้อยละ 0.04

อย่างไรก็ตาม อัตราภาษียาสูบที่เปลี่ยนแปลงล่าสุดตามกฎหมายกระทรวงฯ กำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตยาสูบ ฉบับที่ 17 มีการจัดเก็บภาษียาสูบเพิ่มขึ้นทั้งการจัดเก็บตามมูลค่าและตามปริมาณ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ยาสูบประเภทบุหรี่ซิการ์และยาเส้นเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 19.19 การเพิ่มขึ้นของอัตราภาษียาสูบจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคยาสูบลดลงร้อยละ 12.67 และค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพพลดลงร้อยละ 0.75 สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า การเพิ่มขึ้นของอัตราภาษียาสูบทำให้เกิดความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับการบริโภคยาสูบลดลง และความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดจากการดูแลสุขภาพพลดลงด้วย แม้ว่ายาสูบจะเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ ผู้บริโภคตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงราคาเพียงเล็กน้อยเนื่องจากพฤติกรรมเสพติดผลิตภัณฑ์ยาสูบยังทำให้เกิดสูญเสียสวัสดิการทางเศรษฐกิจ แต่การเพิ่มขึ้นของภาษีและราคาขายปลีกจะช่วยลดความต้องการบริโภคยาสูบและสามารถลดความสูญเสียทางด้านสุขภาพลงได้

นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของอัตราภาษียาสูบยังจำเป็นต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของระดับรายได้ผู้บริโภคด้วย เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ร้อยละ 1 ทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคยาสูบเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.76 ด้วย ดังนั้น เมื่อเศรษฐกิจเติบโตและผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 การจัดเก็บภาษียาสูบที่เหมาะสมควรเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.15 สิ่งนี้จะช่วยควบคุมไม่ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคยาสูบโดยรวมเพิ่มขึ้นตามระดับรายได้

2) ความสำคัญต่อนโยบายภาษีสรรพสามิตยาสูบ

นโยบายภาษีสรรพสามิตยาสูบเป็นมาตรการของรัฐบาลเพื่อควบคุมปริมาณการบริโภคยาสูบซึ่งมุ่งเน้นในการลดจำนวนและปริมาณการบริโภคยาสูบ การปรับขึ้นอัตราภาษียาสูบถือเป็นนโยบายสำคัญที่จะช่วยลดการบริโภคยาสูบลงได้ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของภาษีและราคายาสูบเป็นการผลักภาระค่าใช้จ่ายไปที่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลง ผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้เงินจำนวนเพิ่มขึ้นในการบริโภคยาสูบปริมาณเดิม หรือสามารถใช้เงินจำนวนเท่าเดิมเพื่อซื้อยาสูบในปริมาณที่ลดลง

อย่างไรก็ดี ผลผลิตภักย์ยาสูบจำนวนหนึ่งสามารถปรับขึ้นอัตราภาษีได้เพียงเล็กน้อยเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดต่อผู้ผลิตภาคเกษตรกร ได้แก่ ยาเส้น ซึ่งมีการจัดเก็บภาษีตามปริมาณเท่านั้น แม้ว่าการเพิ่มอัตราภาษียาเส้นจะทำให้ราคายาเส้นเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากอัตราภาษีของบุหรี่ยาสูบที่จัดเก็บทั้งตามมูลค่าและตามปริมาณซึ่งเมื่อรวมเป็นราคาสุทธิแล้ว บุหรี่ยาสูบก็ยังคงมีราคาสูงกว่ายาเส้นมาก ทำให้ผู้บริโภคที่ยังมีพฤติกรรมเสพติดผลิตภักย์ยาสูบจะยังเปลี่ยนมาบริโภคยาเส้นทดแทนอยู่ดี รวมทั้งเป้าหมายของการจัดเก็บภาษียาสูบก็เพื่อลดปริมาณการบริโภคยาสูบทุกชนิด ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของอัตราภาษียาสูบจึงเป็นนโยบายสำคัญที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมไม่ให้มีการบริโภคยาสูบเพิ่มขึ้นได้

3) ความสำคัญต่อข้อตกลงในอนุสัญญาควบคุมการบริโภคยาสูบ (The WHO Framework Convention on Tobacco Control : FCTC)

ข้อตกลงในอนุสัญญาควบคุมการบริโภคยาสูบ (FCTC) เป็นข้อตกลงระหว่างประเทศซึ่งมุ่งเน้นในการลดผลกระทบด้านสุขภาพจากการบริโภคยาสูบทั้งต่อตัวผู้บริโภครวมถึงคนรอบข้าง เนื่องจากในปัจจุบันมีการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภักย์ยาสูบรูปแบบใหม่อยู่เสมอ และการพัฒนาผลิตภักย์ยาสูบจะยิ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพมากขึ้น โดยข้อตกลงนี้ มีเป้าหมายหลักๆ ในการควบคุม 4 ด้าน ได้แก่ 1) การป้องกันนโยบายสาธารณะว่าด้วยการควบคุมยาสูบ 2) การคุ้มครองประชากรจากการได้รับควันบุหรี่มือสอง 3) การบรรจุหีบห่อและติดป้ายฉลากผลิตภักย์ยาสูบ และ 4) การโฆษณาผลิตภักย์ยาสูบ การส่งเสริมการขายและการให้การสนับสนุนโดยธุรกิจยาสูบ (ชูรุณี พิษณุกุลมงคล, 2554)

มาตรการควบคุมการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภักย์ยาสูบนั้นเป็นการเพิ่มอุปสรรคในการเข้าถึงการบริโภคยาสูบเนื่องจากสามารถทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงโทษและอันตรายของการบริโภคยาสูบได้ แต่การเพิ่มขึ้นของอัตราภาษียาสูบถือเป็นนโยบายทางตรงที่สามารถลดปริมาณการบริโภคยาสูบลงอย่างชัดเจนที่สุด อย่างไรก็ตาม การปรับขึ้นภาษียาสูบที่ผลิตในประเทศจะต้อง

สอดคล้องกับการจัดเก็บภาษียาสูบที่ผลิตในต่างประเทศด้วย เนื่องจากหากปรับขึ้นภาษียาสูบที่ผลิตในประเทศแต่กลับจัดเก็บภาษียาสูบที่ผลิตในต่างประเทศลดลงหรือน้อยกว่า อาจทำให้ผู้บริโภคมียุติกรรมเปลี่ยนไปบริโภคยาสูบที่ผลิตในต่างประเทศได้ ซึ่งนอกจากจะไม่สามารถลดปริมาณการบริโภคยาสูบลงได้แล้ว ยังส่งผลกระทบต่อทางด้านสุขภาพและทำให้สูญเสียรายได้จากการจัดเก็บอัตราภาษียาสูบด้วย

4.1.6 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของตัวแปร

การศึกษาในครั้งนี้ พิจารณาความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าเมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเปลี่ยนแปลงไปภายใต้การใช้ค่าพารามิเตอร์รายจ่ายผูกพันของสินค้า i (γ_i) ซึ่งอ้างอิงมาจากการศึกษาของอิตรา ศานติศาสตร์ (2546) อย่างไรก็ตาม การใช้ค่าพารามิเตอร์นี้ในการประมาณมูลค่าความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าอาจทำให้ผลการศึกษาคคลเคลื่อนได้อีกทั้งการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของรายจ่ายผูกพันนั้นยังส่งผลกระทบต่อความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าด้วย ดังนั้น เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงรายจ่ายผูกพันต่อความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าและลดปัญหาความไม่สมบูรณ์ของข้อมูล ผู้ศึกษาจึงตั้งข้อสมมติเป็น 2 กรณี ได้แก่ กรณีที่รายจ่ายผูกพันเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และกรณีที่รายจ่ายผูกพันเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ตามลำดับ

1) เมื่อรายจ่ายผูกพันเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

การประมาณมูลค่าความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าเมื่อรายจ่ายผูกพันเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จะเห็นว่าความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 1,506.6 ล้านบาท และความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับการบริโภคสินค้าชนิดอื่นๆ ของครัวเรือนเท่ากับ 7,557.7 ล้านบาท โดยเป็นความสูญเสียของค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพเท่ากับ 753.3 ล้านบาท และเป็นความสูญเสียของค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาเท่ากับ 753.6 ล้านบาท รวมทั้งสิ้นเป็นความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าทั้งหมดจากการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 9,064.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.85 ต่อความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งเท่ากับ 132,385.3 ล้านบาท

2) เมื่อรายจ่ายผูกพันเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

การประมาณมูลค่าความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าเมื่อรายจ่ายผูกพันเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จะเห็นว่าความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ

เท่ากับ 1,578.3 ล้านบาท และความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับการบริโภคสินค้าชนิดอื่นๆ ของครัวเรือนเท่ากับ 7,916.1 ล้านบาท โดยเป็นความสูญเสียของค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพเท่ากับ 789.1 ล้านบาท และเป็นความสูญเสียของค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาเท่ากับ 789.4 ล้านบาท รวมทั้งสิ้นเป็นความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าทั้งหมดจากการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 9,494.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.87 ต่อความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งเท่ากับ 138,212.0 ล้านบาท

ตารางที่ 16 แสดงความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้า เมื่อรายจ่ายผูกพันของสินค้า i (γ_i) เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และร้อยละ 10 ตามลำดับ

	มูลค่า (ล้านบาท)	
	รายจ่ายผูกพัน (γ_i) เพิ่มขึ้น	
	ร้อยละ 5	ร้อยละ 10
ความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ	1,506.6	1,578.3
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	753.3	789.1
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายยาสูบ	753.3	789.2
ความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน	7,557.7	7,916.1
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ	753.3	789.1
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา	753.6	789.4
ความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้าอื่นๆ	6,050.8	6,337.6
ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Δw) จากราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้น	9,064.2	9,494.4
ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Δw) จากราคาสินค้าทุกชนิดเพิ่มขึ้น	132,385.3	138,212.0
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)		10,259,900.0
ร้อยละความสูญเสียจากราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้น ต่อ Δw	6.85	6.87
ร้อยละ Δw ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)	0.02	0.02

4.2 การวิเคราะห์อุปสงค์การสูบบุหรี่จากการสำรวจภาคสนาม

4.2.1 ลักษณะทั่วไปของผู้สูบบุหรี่

การสำรวจภาคสนามในครั้งนี้ ผู้ศึกษาเก็บแบบสอบถามจากผู้ที่มีพฤติกรรมสูบบุหรี่ จำนวน 120 คน เป็นเพศชายจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 เป็นเพศหญิงจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 25-40 ปี จำนวน 70 คน รองลงมามีอายุระหว่าง 41-59 ปี จำนวน 38 คน อายุระหว่าง 15-24 ปี จำนวน 11 คน และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33, 31.67, 9.17 และ 0.83 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษานั้น ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 65 คน รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษา จำนวน 27 คน ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 17 คน ระดับปริญญาโท จำนวน 5 คน ระดับสูงกว่าปริญญาโท และการศึกษาระดับอนุปริญญาและการศึกษาประเภทอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 54.17, 22.50, 14.17, 4.17 และ 2.50 ตามลำดับ การประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ทำงานอิสระ จำนวน 31 คน รองลงมาเป็นธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 27 คน ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 18 คน เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และอาชีพอื่นๆ เช่น เกษตรกรรม ปศุสัตว์ เป็นต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 25.83, 25.00, 22.50, 15.00 และ 5.83 ตามลำดับ

ด้านระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 92 คน รองลงมามีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-50,000 บาท จำนวน 24 คน และรายได้เฉลี่ยระหว่าง 50,001-100,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67, 20.00 และ 3.33 ตามลำดับ การประกอบอาชีพเสริมนั้น ส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพเสริม จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 89.17 และมีเพียง 13 คน ที่มีอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 10.83 คราวเรือนที่สมาชิกมีพฤติกรรมสูบบุหรี่มากกว่า 1 คน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 ด้านโรคประจำตัวของผู้สูบบุหรี่ ส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 92.50 ขณะที่โรคประจำตัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 17 การกระจายตัวของตัวแปร ด้านข้อมูลเบื้องต้นของผู้สับสนุหรี (การสำรวจภาคสนาม)

ตัวแปร	จำนวน (คน) (ร้อยละ)
เพศ	
ชาย	108 (90.00)
หญิง	12 (10.00)
อายุ	
อายุ 15 – 24 ปี	11 (9.17)
อายุ 24 – 40 ปี	70 (58.33)
อายุ 41 – 59 ปี	38 (31.67)
อายุ 60 ปี ขึ้นไป	1 (0.83)
ระดับการศึกษา	
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	17 (14.17)
มัธยมศึกษา	27 (22.50)
ปริญญาตรี	65 (54.17)
ปริญญาโท	5 (4.17)
สูงกว่าปริญญาโท	3 (2.50)
อื่นๆ	3 (2.50)
อาชีพ	
นักเรียน / นักศึกษา	7 (5.83)
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	27 (22.50)
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	18 (15.00)
ธุรกิจส่วนตัว	30 (25.00)
ทำงานอิสระ	31 (25.83)
อื่นๆ	7 (5.83)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
ต่ำกว่า 20,000 บาท	92 (76.67)
20,001 – 50,000 บาท	24 (20.00)
50,001 – 100,000 บาท	4 (3.33)
100,001 บาท ขึ้นไป	0 (0.00)
อาชีพรอง	

ตัวแปร	จำนวน (คน) (ร้อยละ)
มี	13 (10.83)
ไม่มี	107 (89.17)
สมาชิกในครัวเรือนที่สูบบุหรี่	
1 คน	82 (68.33)
มากกว่า 1 คน	38 (31.67)
การมีโรคประจำตัว	
มี	9 (7.50)
ไม่มี	111 (92.50)

พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า อายุเฉลี่ยที่เริ่มสูบบุหรี่ครั้งแรก เท่ากับ 18 ปี การได้มาซึ่งบุหรี่มวนแรกนั้น ส่วนใหญ่ได้บุหรีมวนแรกจากเพื่อน จำนวน 70 คน รองลงมา ได้จากการซื้อด้วยตัวเอง จำนวน 44 คน ได้จากคนในครอบครัว จำนวน 5 คน และได้จากคนรู้จัก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33, 36.67, 4.16 และ 3.33 ตามลำดับ ขณะที่การได้มาซึ่งบุหรีที่สูบ ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ได้จากการซื้อด้วยตัวเอง จำนวน 119 คน รองลงมาได้จากเพื่อน จำนวน 10 คน ได้จากคนในครอบครัว จำนวน 2 คน และได้จากคนรู้จัก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 99.16, 8.33, 1.67 และ 0.83 ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายบุหรีเฉลี่ย เท่ากับ 82.42 บาทต่อซอง และมีค่าใช้จ่ายบุหรีเฉลี่ย เท่ากับ 37.84 บาทต่อวัน

เหตุผลที่ทำให้สูบบุหรี ส่วนใหญ่สูบบุหรีเพราะต้องการเข้าสังคม จำนวน 61 คน รองลงมาสูบ บุหรีเพื่อลดความเครียด จำนวน 59 คน สูบบุหรีเพราะความอยากรู้อยากลอง จำนวน 50 คน สูบบุหรี ตามเพื่อน จำนวน 26 คน สูบบุหรีตามคนในครอบครัว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.83, 49.17, 41.67, 21.67 และ 1.67 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ผู้สูบบุหรีจะสูบบุหรีคนเดียว จำนวน 91 คน รองลงมาจะสูบบุหรีกับเพื่อน จำนวน 34 คน และจะสูบบุหรีกับคนในครอบครัว จำนวน 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 75.83, 28.33 และ 0.83 ตามลำดับ สำหรับสถานที่สูบบุหรีนั้น ส่วนใหญ่สูบบุหรีที่บ้าน จำนวน 73 คน รองลงมาสูบบุหรีที่ทำงาน จำนวน 47 คน สูบบุหรีที่สถานที่จัดงานสังคม จำนวน 18 คน และสูบบุหรีที่สถานศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 60.83, 39.16, 15.00 และ 3.33 ตามลำดับ

นอกจากนี้ ผู้ที่สูบบุหรีส่วนใหญ่แล้วบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วย จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 ขณะที่สูบบุหรีโดยไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 โดยราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อขวดเฉลี่ย เท่ากับ 96.78 บาท

แหล่งที่ซื้อบุหรีโดยส่วนใหญ่จะซื้อบุหรีจากร้านสะดวกซื้อหรือร้านขายของชำ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 และซื้อจากที่อื่นๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า แผงขายบุหรี เป็นต้น จำนวน

14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 เมื่อถามถึงการเลิกสูบบุหรี่ ส่วนใหญ่ผู้สูบบุหรี่ไม่เคยเลิกสูบบุหรี่ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 80.83 และผู้สูบบุหรี่ที่เคยเลิกสูบบุหรี่ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 สามารถเลิกสูบบุหรี่ได้เฉลี่ย เท่ากับ 3.78 เดือน แต่กลับมาสูบบุหรี่อีกครั้ง เนื่องจากติดบุหรี่ มีความเครียด และต้องทำงานร่วมกับคนที่สูบบุหรี่ อย่างไรก็ตาม ผู้สูบบุหรี่ จำนวน 72 คน หรือร้อยละ 60.00 ไม่ต้องการเลิกสูบบุหรี่ เพราะคิดว่ายังไม่ติดบุหรี่ สามารถควบคุมปริมาณการสูบได้ ขณะที่ผู้สูบบุหรี่ จำนวน 48 คน หรือร้อยละ 40.00 ต้องการเลิกสูบบุหรี่ เนื่องจากต้องการลดค่าใช้จ่ายในการสูบบุหรี่ลง คิดถึงผลกระทบต่อคว้นบุหรี่ย่ต่อครอบครัว เริ่มมีปัญหาด้านสุขภาพเกี่ยวกับทางเดินหายใจ มีอาการเหนื่อยง่าย หายใจหอบ

ตารางที่ 18 การกระจายตัวของตัวแปร ด้านพฤติกรรมการสูบบุหรี่ (การสำรวจภาคสนาม)

ตัวแปร	จำนวน (คน) (ร้อยละ)
การได้มาของบุหรี่ยี่มวนแรก	
ได้จากเพื่อน	70 (58.33)
ซื้อด้วยตัวเอง	44 (36.67)
ได้จากคนในครอบครัว	5 (4.16)
ได้จากคนรู้จัก	4 (3.33)
การได้มาของบุหรี่ยี่ในปัจจุบัน	
ซื้อด้วยตัวเอง	119 (99.16)
ได้จากเพื่อน	10 (8.33)
ได้จากคนในครอบครัว	2 (1.67)
ได้จากคนรู้จัก	1 (0.83)
เหตุผลที่สูบบุหรี่	
ต้องการเข้าสังคม	61 (50.83)
ลดความเครียด	59 (49.17)
อยากรู้ยี่กลอง	50 (41.67)
ตามเพื่อน	26 (21.67)
ตามคนในครอบครัว	2 (1.67)
สูบบุหรี่กับใคร	
สูบคนเดียว	91 (75.83)
สูบกับเพื่อน	34 (28.33)
สูบกับคนในครอบครัว	1 (0.83)

ตัวแปร	จำนวน (คน) (ร้อยละ)
สถานที่สูบบุหรี่	
บ้าน	73 (60.83)
ทำงาน	47 (39.16)
สถานที่จัดงานสังคม	18 (15.00)
สถานที่ศึกษา	4 (3.33)
แหล่งที่ซื้อบุหรี่	
ร้านสะดวกซื้อหรือร้านขายของชำ	110 (91.67)
ห้างสรรพสินค้า แผงขายบุหรี่	14 (11.67)
เคยเลิกสูบบุหรี่หรือไม่	
ไม่เคย	97 (80.83)
เคย	23 (19.17)
ต้องการเลิกสูบบุหรี่หรือไม่	
ไม่ต้องการ	72 (60.00)
ต้องการ	48 (40.00)

ด้านความรู้และทัศนคติต่อการสูบบุหรี่นั้น ส่วนใหญ่ผู้สูบบุหรี่อาจจะสูบบุหรี่เมื่อเพื่อนชักชวน จำนวน 108 คน จะสูบบุหรี่แน่นอนเมื่อเพื่อนชักชวน จำนวน 8 คน และจะไม่สูบบุหรี่อย่างแน่นอนเมื่อเพื่อนชักชวน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00, 6.67 และ 3.33 ตามลำดับ ผู้สูบบุหรี่รับรู้ถึงอันตรายของการสูบบุหรี่จากครอบครัว จำนวน 112 คน ขณะที่ไม่เคยรับรู้ข้อมูล จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 93.33 และ 6.67 ตามลำดับ ผู้สูบบุหรี่เคยเห็นภาพคำเตือนด้านสุขภาพบนซองบุหรี่ จำนวน 116 คน ไม่เคยเห็น จำนวน 3 คน และไม่ทราบว่ามี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 96.67, 2.50 และ 0.83 ตามลำดับ ผู้สูบบุหรี่คิดถึงผลกระทบต่อด้านสุขภาพจากการสูบบุหรี่เป็นบางครั้ง จำนวน 89 คน คิดทุกครั้งทีสูบบุหรี่ จำนวน 14 คน และไม่เคยคิดเลย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 74.17, 11.67 และ 14.17 ตามลำดับ ผู้สูบบุหรี่คิดว่าการเลิกสูบบุหรี่อาจจะยาก จำนวน 69 คน คิดว่าไม่ยาก จำนวน 32 คน และคิดว่ายาก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50, 26.67 และ 15.83 ตามลำดับ ผู้สูบบุหรี่คิดว่าการสูบบุหรี่ทำให้ผ่อนคลายมากกว่าการไม่สูบบุหรี่ จำนวน 56 คน และคิดว่าการสูบบุหรี่หรือไม่สูบบุหรี่ทำให้ผ่อนคลายไม่แตกต่างกัน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 และ 27.50 ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้สูบบุหรี่มีความรู้ถึงอันตรายและโทษด้านสุขภาพของการสูบบุหรี่ อย่างไรก็ตาม ยังคงมีพฤติกรรมสูบบุหรี่อยู่เนื่องจากความรู้สึกส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมของผู้สูบบุหรี่ และความอยากรู้อยากลอง

ตารางที่ 19 การกระจายตัวของตัวแปร ด้านความรู้และทัศนคติต่อการสูบบุหรี่ (การสำรวจภาคสนาม)

ตัวแปร	จำนวน (คน) (ร้อยละ)
ถ้าเพื่อนชักชวนให้สูบบุหรี่ จะสูบบุหรี่หรือไม่	
อาจจะสูบบุหรี่	108 (90.00)
สูบบุหรี่อย่างแน่นอน	8 (6.67)
ไม่สูบบุหรี่อย่างแน่นอน	4 (3.33)
คนในครอบครัวเคยพูดถึงโทษของบุหรี่หรือไม่	
เคย	112 (93.33)
ไม่เคย	8 (6.67)
เคยเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่หรือไม่	
เคย	116 (96.67)
ไม่เคย	3 (2.50)
ไม่ทราบว่ามี	1 (0.83)
คิดถึงผลกระทบต่อสุขภาพจากการสูบบุหรี่บ้างหรือไม่	
คิดบางครั้ง	89 (74.17)
ไม่คิดเลย	17 (14.17)
คิดทุกครั้ง	14 (11.67)
การเลิกสูบบุหรี่เป็นเรื่องยากหรือไม่	
อาจจะยาก	69 (57.50)
ไม่ยาก	32 (26.67)
ยาก	19 (15.83)
การสูบบุหรี่ทำให้ผ่อนคลายมากกว่าไม่สูบบุหรี่หรือไม่	
มากกว่า	56 (46.67)
ไม่แตกต่างกัน	33 (27.50)
น้อยกว่า	31 (25.83)

4.2.2 อุปสงค์การสูบบุหรี่

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามจากการสำรวจภาคสนามในครั้งนี้ เพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์ในส่วนแรก ผู้ศึกษาสนใจปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ราคาบุหรี่ และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วยเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสูบบุหรี่กับตัวแปรอื่นด้วย เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการสูบบุหรี่ยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์อุปสงค์การสูบบุหรี่ จากตารางที่ 20 จะเห็นว่า ผู้สูบบุหรี่ที่มีอายุมากกว่ากัน 1 ปี ทำให้อุปสงค์การสูบบุหรี่มากกว่ากันร้อยละ 0.01 ขณะที่ผู้สูบบุหรี่ที่มีระดับการศึกษามากกว่ากัน 1 ปี ทำให้อุปสงค์การสูบบุหรี่น้อยกว่ากันร้อยละ 0.02 นั่นคือ เมื่อผู้สูบบุหรี่ที่มีอายุมากกว่าจะมีความต้องการสูบบุหรี่มากกว่า แต่ผู้สูบบุหรี่ที่มีระดับการศึกษามากกว่าจะมีความต้องการสูบบุหรี่น้อยกว่า

ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ของการสูบบุหรี่ (การสำรวจภาคสนาม)

	Coef.	P-value
ค่าคงที่	N/A	0.382
อายุ	0.0062602	0.875
ระดับการศึกษา	-0.0240677	0.954
คำถาม		
ราคาบุหรี่ต่อซอง	-0.0415275	0.026**
ถ้ารายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10	0.7850162	0.244
บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วย	2.441198	0.025**
ถ้าราคาบุหรี่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10	-0.1115472	0.888
Summary Statistics		
Number of obs	120	
Prob > F	0.0000	
R-squared	0.7616	

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05, * มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.1, N/A: Not applicable

ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การสูบบุหรี่ที่สำคัญคือการเพิ่มขึ้นของราคาบุหรี่ โดยราคาบุหรี่ที่ใช้จ่ายต่อซองเพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ 1 จะทำให้ความต้องการสูบบุหรี่ลดลง (เพิ่มขึ้น) ร้อยละ 0.04 เช่นเดียวกับการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของราคาบุหรี่ (-0.11) ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าราคาบุหรี่เพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายในการสูบบุหรี่ซึ่งจะสามารถลดปริมาณการสูบ

บุหรืลงได้ อย่างไรก็ตาม การมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทำให้ความต้องการสูบบุหรืเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.79 และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วยทำให้ความต้องการสูบบุหรืเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.44 เช่นกัน โดยปัจจัยราคาบุหรืที่ใช้จ่ายต่อซอง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วย ยังส่งผลต่อความต้องการสูบบุหรือย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับสถิติ 0.05 ส่วนปัจจัยอายุ การมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของราคาบุหรื แม้จะไม่ส่งต่อความต้องการสูบบุหรือย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่สามารถอธิบายถึงขนาดและทิศทางของการสูบบุหรืได้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของบุหรื เท่ากับ -0.99 ซึ่งค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างสูง นั่นคือ ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาบุหรื สะท้อนให้เห็นว่านโยบายด้านภาษีและราคาบุหรืส่งผลต่อการตัดสินใจสูบบุหรือย่างมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ความยืดหยุ่นต่อราคาโดยจำแนกตามพื้นที่ศึกษา จากตารางที่ 21 จะเห็นว่า ผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่และเขตหนองจอก กรุงเทพฯ มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาบุหรืมากกว่าผู้บริโภคในจังหวัดมุกดาหารและเขตราชเทวี กรุงเทพฯ โดยเมื่อราคาของบุหรืเพิ่มขึ้น (ลดลง) ร้อยละ 1 แล้วความต้องการสูบบุหรืของคนในเขตหนองจอก กรุงเทพฯ จังหวัดกระบี่ จังหวัดมุกดาหาร และเขตราชเทวี กรุงเทพฯ ลดลง (เพิ่มขึ้น) ร้อยละ 1.51, 1.46, 0.56 และ 0.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของบุหรืตามพื้นที่ศึกษา (การสำรวจภาคสนาม)

	ความยืดหยุ่นต่อราคา
จังหวัดมุกดาหาร	-0.5556
จังหวัดกระบี่	-1.4611
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ	-0.4667
เขตหนองจอก กรุงเทพฯ	-1.5083

การวิเคราะห์อุปสงค์การสูบบุหรืจากการสำรวจภาคสนามให้ผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับการศึกษาในส่วนแรก นั่นคือ ราคาและภาษียาสูบที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อความต้องการบริโภคยาสูบในทิศทางตรงข้ามกัน ระดับรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นส่งผลต่อความต้องการบริโภคยาสูบในทิศทางเดียวกัน รวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกัน อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจภาคสนาม พบว่า ผู้สูบบุหรืมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาบุหรืมากกว่าการเปลี่ยนแปลงของระดับรายได้

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาผลกระทบของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าบาปต่อค่าใช้จ่ายชนิดอื่นของครัวเรือนในครั้งนี้ ได้ศึกษาผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อการใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน ผ่านแบบจำลองระบบค่าใช้จ่ายเชิงเส้นตรง (Linear Expenditure System : LES) เพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเมื่อราคาและรายได้เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงวิเคราะห์การทดแทนกันของสินค้า และศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบต่อการเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน โดยใช้หลักการเปลี่ยนแปลงโดยชดเชย (Compensating variation) วิเคราะห์ความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจ เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเปลี่ยนแปลงไป

การศึกษาอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่ผ่านมาสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ งานของอิศรา ศานติศาสน์ (2546) ศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจของการควบคุมบุหรี่ โดยใช้แบบจำลอง LES พบว่า ความยืดหยุ่นต่อราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ เท่ากับ -0.54 และ -0.39 ตามลำดับ และความยืดหยุ่นต่อรายได้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ เท่ากับ 0.98 และ 0.70 ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงด้านรายได้ส่งผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ปริมาณมากกว่าการเปลี่ยนแปลงด้านราคา นอกจากนี้ งานของศุภฉัตรา ประพนธ์ศิลป์ (2549) วิเคราะห์ความยืดหยุ่นต่อราคาของสุรา เท่ากับ -0.63 และงานของสุชาติ ตังทางธรรม (2540) ได้ศึกษาความยืดหยุ่นต่อราคาของบุหรี่ เท่ากับ -0.73

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ได้วิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบโดยใช้ข้อมูลการสำรวจ SES ปี พ.ศ. 2560 และค่าพารามิเตอร์สัดส่วนรายจ่ายหน่วยสุดท้ายของสินค้า i (β_i) และรายจ่ายผูกพันของสินค้า i (γ_i) อ้างอิงจากอิศรา ศานติศาสน์ (2546) พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลง ร้อยละ 0.41 และ 0.66 ตามลำดับ ความยืดหยุ่นต่อรายได้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ เท่ากับ 0.45 และ 0.76 ตามลำดับ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรายได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมากกว่าการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าทั้งสองชนิด

อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น การเพิ่มอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบจะทำให้ราคาเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น จะสามารถลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลงได้ ดังนั้น หากไม่ต้องการให้คนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น เมื่อเศรษฐกิจเติบโต และรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ต้องปรับอัตราภาษีให้ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.10 และ 1.15 ตามลำดับ สิ่งนี้นอกจากจะทำให้การบริโภคสินค้าทั้งสองชนิดไม่เพิ่มขึ้นแล้วยังทำให้รายรับจากการจัดเก็บภาษีเพิ่มขึ้นด้วย

ผลการทดแทนกันของสินค้าถูกอธิบายผ่านความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาไขว้ เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ทำให้ความต้องการบริโภคหมวดอาหาร และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลลดลง ร้อยละ 0.07 และ 0.004 ตามลำดับ เช่นเดียวกับราคายาสูบเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ทำให้ความต้องการบริโภคหมวดอาหาร และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลลดลง ร้อยละ 0.12 และ 0.01 ตามลำดับ แต่ในขณะเดียวกันจะทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าหมวดอื่นๆ เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานของอิศรา ศานติศาสตร์ (2546) ซึ่งพบว่า การเพิ่มภาษีบุหรี่ ร้อยละ 1 จะลดอุปสงค์การรักษาสุขภาพและการศึกษา ร้อยละ 0.02 ซึ่งเป็นกระทบค่อนข้างน้อย

การเปลี่ยนแปลงของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบส่งผลให้ค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนเปลี่ยนแปลงไปด้วย ณ ระดับรายได้คงที่ เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นลง เพื่อให้อยู่ในระดับความพึงพอใจเดิม โดยในปี พ.ศ. 2560 – 2564 เมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.39 ทำให้ความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 5.70 บาทต่อคนต่อปี และความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นๆ เท่ากับ 28.66 บาทต่อคนต่อปี เมื่อราคายาสูบเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.71 ทำให้ความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 16.08 บาทต่อคนต่อปี และความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นๆ เท่ากับ 81.91 บาทต่อคนต่อปี โดยรวมแล้วความสูญเสียของค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าทั้งหมดจากราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้น เท่ากับ 34.36 และ 97.99 บาทต่อคนต่อปี อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายสินค้าหมวดอื่นๆ ของครัวเรือนถูกกำหนดโดยค่าใช้จ่ายอาหาร เนื่องจากอาหารมีส่วนค่าใช้จ่ายสูง เมื่อราคาอาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.46 ทำให้เกิดความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้าทั้งหมดเท่ากับ 1,973.51 บาทต่อคนต่อปี และความสูญเสียทางสวัสดิการทางเศรษฐกิจจากการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าทั้งหมด เท่ากับ 2,079.47 บาทต่อคนต่อปี

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบในภาพรวมนั้น พบว่าราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดความสูญเสียของค่าใช้จ่ายสินค้าทั้งหมดเท่ากับ 8,760.3 ล้านบาทต่อปี โดยเป็นความสูญเสียทางตรงที่เกิดกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเท่ากับ 1,442.0 ล้านบาทต่อปี และเป็นความสูญเสียทางอ้อมที่เกิดกับการบริโภคสินค้า

ชนิดอื่นๆ เท่ากับ 7,318.3 ล้านบาทต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 6.36 ต่อความสูญเสียสวัสดิการทางเศรษฐกิจ และร้อยละ 0.02 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ความสูญเสียที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นผลกระทบทางลบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ เนื่องจากค่าใช้จ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบไปรบกวนค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต อีกทั้งการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบยังส่งผลเสียต่อสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคมีต้นทุนในการรักษาโรคเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาต้นทุนการรักษาโรคจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมนตรีธรรม์ ถาวรเจริญทรัพย์ และคณะ (2551) พบว่าผู้บริโภคมีต้นทุนการรักษา เท่ากับ 197,048.13 ล้านบาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 1.99 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และงานของวัลลดา พุ่มไพศาลชัย และชิตชนก เรือนก้อน (2563) เท่ากับ 52,631.11 ล้านบาทต่อปี ขณะที่การศึกษาต้นทุนการรักษาโรคมะเร็งปอดจากการสูบบุหรี่ของอิสรา ศานติศาสน์ (2546) พบว่าผู้สูบบุหรี่มีต้นทุนการรักษา เท่ากับ 247.55 ล้านบาทต่อปี และงานของวัชรินทร์ รถทอง และคณะ (2558) เท่ากับ 254.84 ล้านบาทต่อปี ซึ่งมูลค่าต้นทุนการรักษาโรคนั้นแตกต่างกันขึ้นอยู่กับโรคที่เป็นและระดับความรุนแรงของโรคด้วย และแม้ว่าผู้บริโภคจะสูญเสียสวัสดิการทางเศรษฐกิจเนื่องจากพฤติกรรมเสพติดผลิตภัณฑ์ยาสูบ แต่การเพิ่มขึ้นของอัตราภาษีและราคายาสูบจะทำให้ผู้บริโภคลดปริมาณการบริโภคน้ำยาสูบลงได้ ซึ่งจะช่วยให้ความสูญเสียทางด้านสุขภาพลดลงด้วย

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสูบบุหรี่จากการสำรวจภาคสนามให้ผลลัพธ์สอดคล้องกับการวิเคราะห์ในส่วนแรก โดยความยืดหยุ่นต่อราคาของบุหรี่ เท่ากับ -0.99 ซึ่งค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างสูงสะท้อนถึงผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาบุหรี่อย่างมาก และนอกจากปัจจัยด้านราคาบุหรี่แล้ว อายุ ระดับรายได้ และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วยล้วนแต่ส่งผลต่อความต้องการสูบบุหรี่ทั้งสิ้น เมื่อวิเคราะห์รูปแบบค่าใช้จ่ายบุหรี่เพิ่มเติมยังพบว่า ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายบุหรี่เฉลี่ยประมาณ 82 บาทต่อซอง หรือประมาณ 38 บาทต่อวัน และผู้สูบบุหรี่ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมด้วย มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประมาณ 97 บาทต่อขวด ส่วนใหญ่สูบบุหรี่เพราะต้องการเข้าสังคมและบรรเทาความเครียด มีผู้สูบบุหรี่เพียงส่วนหนึ่งจากทั้งหมดที่เคยพยายามเลิกสูบบุหรี่ แต่ทำได้ประมาณ 3 เดือน ก็กลับมาสูบบุหรี่อีกครั้ง เนื่องจากคิดว่าการสูบบุหรี่ทำให้ผ่อนคลายจะช่วยบรรเทาความเครียดได้ และบางส่วนยังคงต้องทำงานร่วมกับคนที่สูบบุหรี่จึงทำให้เลิกไม่ได้ยาก

อย่างไรก็ดี ค่าความยืดหยุ่นของแต่ละการศึกษามีความแตกต่างกันขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ เนื่องจากปัจจัยด้านระดับรายได้ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้า ภูมิภาคที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมของผู้บริโภค และความถี่ในการบริโภคนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งล้วนแต่ส่งผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบทั้งสิ้น

ผลการศึกษาสະท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านราคาสินค้าและระดับรายได้เป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจบริโภคสินค้าของครัวเรือน การเปลี่ยนแปลงของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งผู้บริโภคที่อาศัยในเขตชนบทนั้นมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบมากกว่าผู้บริโภคที่อาศัยในเขตเมือง ทำให้ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือนมากกว่า อย่างไรก็ตาม การปรับเพิ่มอัตราภาษีและราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเป็นสิ่งที่ดีเนื่องจากจะช่วยลดปริมาณการบริโภคโดยรวมลงได้ โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของอัตราภาษีและราคายาสูบที่นอกจากจะลดปริมาณการบริโภคนยาสูบลงแล้ว ยังช่วยลดการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบจากผู้บริโภครายใหม่ลงด้วยเช่นกัน

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านโยบายทางด้านภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเป็นมาตรการที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ เนื่องจากเป็นมาตรการที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคได้ชัดเจนและรวดเร็ว การเพิ่มภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบทำให้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น เมื่อผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลงทำให้การใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบลดลง และยังเป็น การเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บภาษีด้วย อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจเหตุผลและความสำคัญของการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ ควรดำเนินการทางมาตรการอื่นควบคู่ไปด้วย

1) การรณรงค์ผ่านช่องทางออนไลน์ : ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นไปจนถึงคนวัยทำงาน ซึ่งคนกลุ่มนี้มีการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้ง่ายอยู่แล้ว การจัดทำวิดีโอแบบสั้นหรือแผนภูมิรูปภาพที่เข้าใจง่ายเกี่ยวกับผลกระทบด้านสุขภาพของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่ส่งผลต่อตัวผู้บริโภคเองและคนในครอบครัว จะทำให้คนเกิดความตระหนักถึงโทษของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การพึ่งสื่อออนไลน์และโฆษณาในการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวจะช่วยกระตุ้นให้คนลดการบริโภคได้เป็นช่วงๆ จึงควรเริ่มตั้งแต่การปลูกจิตสำนึกภายในครอบครัวเพื่อให้สมาชิกในครอบครัวตระหนักถึงผลกระทบของวันบุหรืมือสองด้วย

2) การปรับขึ้นภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ : การเพิ่มอัตราภาษีเพื่อทำให้ราคาเพิ่มขึ้นเป็นนโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบที่ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจเติบโตและผู้บริโภคมีรายได้หรือรายจ่ายเพื่อการบริโภคเพิ่มขึ้น จากความยืดหยุ่น

ต่อค่าใช้จ่ายของเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบซึ่งเท่ากับร้อยละ 0.45 และ 0.76 ตามลำดับ ความยืดหยุ่นต่อราคาของเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบซึ่งเท่ากับร้อยละ -0.41 และ -0.66 ตามลำดับ หากไม่ต้องการให้คนบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้น เมื่อเศรษฐกิจเติบโตและรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ต้องปรับอัตราภาษีให้ราคาของเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.10 และ 1.15 ตามลำดับ สิ่งนี้นอกจากจะทำให้การบริโภคสินค้าทั้งสองชนิดไม่เพิ่มขึ้นแล้วยังทำให้รายรับจากการจัดเก็บภาษีเพิ่มขึ้นด้วย

5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ มีข้อจำกัดในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงราคาเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบต่อการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน ภายใต้ข้อสมมุติที่ผู้ศึกษาได้กำหนดขึ้นเนื่องจากความไม่สมบูรณ์ของข้อมูล ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาคคลาดเคลื่อนได้

- 1) การศึกษาโดยใช้ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (SES) วิเคราะห์ด้วยแบบจำลองระบบค่าใช้จ่ายเชิงเส้นตรง (LES)

1.1) ในการวิเคราะห์อุปสงค์การบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์และยาสูบ ผู้ศึกษาใช้ค่าพารามิเตอร์ที่เกี่ยวข้องจากงานของอิศรา ศานติศาสตร์ (2546) เป็นตัวแทนพารามิเตอร์ในการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ คือ สัดส่วนรายจ่ายหน่วยสุดท้ายของสินค้า i (β_i) และรายจ่ายผูกพันของสินค้า i (γ_i) ซึ่งการแทนค่าพารามิเตอร์นี้อาจจะทำให้ผลการศึกษามีความคลาดเคลื่อนสูงกว่าหรือต่ำกว่าค่าในความเป็นจริงได้

1.2) ข้อมูลราคาสินค้าที่นำมาใช้ในการศึกษาถูกกำหนดขึ้นโดยอ้างอิงจากดัชนีราคาผู้บริโภคระหว่างปี พ.ศ. 2560 และ 2564 เพื่อใช้เป็นตัวแทนข้อมูลราคาสินค้าขายปลีก การนำราคาแทนมาใช้เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าต่อการใช้จ่ายสินค้าชนิดอื่นของครัวเรือน จะทำให้ผลการศึกษาเกิดความคลาดเคลื่อนได้

- 2) การสำรวจภาคสนาม

2.1) กลุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษาเลือกมาเป็นตัวแทนในการสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่นั้น มีความหลากหลายของกลุ่มประชากรและประเภทสินค้าซึ่งเป็นสิ่งที่ดี อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมาเพียง 4 พื้นที่ และมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพียง 120 คน เป็นจำนวนที่น้อยเกินไปซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาที่ได้คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

2.2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายและเป็นวัยเริ่มทำงาน ทำให้การศึกษามีแนวโน้มที่จะวิเคราะห์พฤติกรรมการสูบบุหรี่โดยอ้างอิงรูปแบบการบริโภคและทัศนคติจากคนกลุ่มนี้เป็นหลัก

2.3) ข้อมูลราคาบุหรี่ และพฤติกรรมการสูบบุหรี่อาจมีความคลาดเคลื่อน โดยค่าที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามอาจมีค่าต่ำกว่าในความเป็นจริง เนื่องจากการสอบถามข้อมูลบางประการเกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวและเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเงิน ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตอบข้อมูลตามความเป็นจริงได้

5.4 ข้อเสนอแนะของการศึกษาในอนาคต

1) การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการสูบบุหรี่ต่อสมาชิกในครัวเรือน เนื่องจากในปัจจุบันมีการรณรงค์ให้คนเลิกสูบบุหรี่และการจำกัดพื้นที่สูบบุหรี่มากขึ้น ทำให้ผู้สูบบุหรี่ที่ยังไม่สามารถเลิกบุหรี่ได้มีแนวโน้มที่จะสูบบุหรี่ที่บ้านแทน ซึ่งสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกันจะได้รับผลกระทบทางสุขภาพจากควันบุหรี่มือสองเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

2) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการบริโภคบุหรี่ไฟฟ้า เนื่องจากตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นมา ผู้บริโภคมีแนวโน้มบริโภคบุหรี่ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งบุหรี่ไฟฟ้ายังถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ยาสูบประเภทหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อด้านสุขภาพและเศรษฐกิจไม่น้อยไปกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์ยาสูบประเภทอื่น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบุหรี่ไฟฟ้ายังเป็นสินค้าผิดกฎหมายอยู่จึงทำให้การเข้าถึงข้อมูลด้านราคาและปริมาณการบริโภคอาจทำได้ยาก

บรรณานุกรม

- Bielinska A., & Mielecka Z. (2011). **Alcohol Consumption and Its Adverse Effects in Poland in years 1950–2005.** *Economics Research International*, 2011.
- Efobi, Kingsley, & Christopher A. (2013). **Impact of flooding on riverine communities: the experience of the Omambala and other areas in Anambra State, Nigeria.** *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4(18), 58-63.
- Soumaya M., Tohamy, & J.Wilson Mixon. (2002). **The use of Cobb Douglas function and constant elasticity of substitution utility functions to illustrate consumer theory.** Retrieved from www.economicnetwork.ac.uk
- Wang, H., Sindelar, J. L., & Busch, S. H. (2006). **The impact of tobacco expenditure on household consumption patterns in rural China.** *Social science & medicine*, 62(6), 1414-1426.
- Young, & al., e. (2006). **Country Survey in the International Tobacco Control (ITC) Four Prevalence and attributes of roll-your-own smokers.** *Tobacco Control*, 15, 76-82.
- กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). **การสำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพของประชากร พ.ศ. 2564.** สำนักงานสถิติแห่งชาติ: กองสถิติพยากรณ์.
- กาญจนา โชคถาวร. (2541). **เศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น.** เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไกววัล เปียระบุตร. (ม.ป.ป.). **ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายว่าด้วยสุรา.**
- จิตติ กิตติเลิศไพศาล และกัลยา กิตติเลิศไพศาล. (2557). **การศึกษาฟังก์ชันการผลิต ศักยภาพ ประสิทธิภาพการผลิต และการตลาดพริกในจังหวัดสกลนคร.** *Journal of the Association of Researchers*, 19(2), 104-113.
- ชลธาร วิศรุตวงศ์. (2561). **การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษีสุรา.** สืบค้นจาก <https://www.trc.or.th/th/component/content/article/33-community-of-practice/234>
- ชูรุณี พิษณุกุลมงคล. (2554). **เจาะลึกมาตราสำคัญ FCTC อนุสัญญาควบคุมการบริโภคยาสูบ.** สืบค้นจาก www.ashthailand.or.th
- ณัฐพงศ์ ไต่พิบูลย์พงศ์. (2552). **การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของการรักษามะเร็งปอดระยะท้ายระหว่างยาด้านไทโรซีนกับ ยาโดซิแทกเซล.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ทิพาธรรม รัตน์พงษ์ชัย. (2558). **ผลกระทบของการขึ้นภาษีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรณีศึกษา: อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. (2543). **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค 1.** เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ธัชนันท์ โกมลไพศาล. (2562). การประเมินต้นทุนผลกระทบทางสังคมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2560 (รายงานผลการวิจัย). สืบค้นจาก <http://cas.or.th/cas/wp-content/uploads/2019/07/81.61-A1-0020-การประเมินต้นทุนผลกระทบทางสังคม-ปี-2560.pdf>
- นพพล วิทย์วรพงศ์ และพงศ์ทัศ วนิชนันท์. (2559). ความยืดหยุ่นต่อราคาและความยืดหยุ่นไขว้ของอุปสงค์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย (รายงานผลการวิจัย). สืบค้นจาก http://www.researchgate.net/profile/Nopphol-Witvorapong/publication/311969664_Own_and_Cross_Price_Elasticities_of_Demand_for_Alcoholic_Beverages_in_Thailand/links/5865d51808aebf17d397fa0c/Own-and-Cross-Price-Elasticities-of-Demand-for-Alcoholic-Beverages-in-Thailand.pdf
- นริศรา เจริญพันธุ์. (2552). ผลกระทบของการขึ้นภาษีบุหรี่ต่ออุปสงค์ยาเส้น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- นวรรัฐ เทศพิทักษ์. (2553). เครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ: สำนักบริหารและรับรองห้องปฏิบัติการ กรมวิทยาศาสตร์บริการ.
- บัณฑิต ศรีไพศาล และจุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ. (2550). การควบคุมปัญหาแอลกอฮอล์ด้วยกฎหมาย. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- ประภิต วาทีสาทกกิจ และกรองจิต วาทีสาทกกิจ. (2547). ปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีการเริ่มสูบบุหรี่. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนเล่มที่ 28. สืบค้นจาก <http://guru.sanook.com/>
- ประภิต วาทีสาทกกิจ. (2562). 42 ปี กับงานรณรงค์ไม่สูบบุหรี่. สืบค้นจาก <https://www.thaipost.net/main/detail/29120>
- ปิยะวงศ์ ปัญจะเทวคุปต์ และมหชัย สัตยธำรงเกียรติ. (2557). ความเต็มใจจ่ายเพื่อทำงานในประเทศไทยของต่างด้าว : กรณีศึกษาแรงงานพม่า จังหวัดสมุทรสาคร. สืบค้นจาก https://www.econ.tu.ac.th/uploads/discussion_paper/file/20200805/aegimsvx2589.pdf
- พรรณนภา ช่างเพชร. (2544). ผลกระทบของภาษีต่ออุปสงค์ผลไม้ไทยและสุราผลไม้ต่างประเทศ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ไพศาล วิสาโล. (2536). เปิดโลกสุราในไทย บันทึกฝรั่งว่าสยามนิยมดื่มแต่น้อย ทำไมกระดกกันอ้อสมัยรัตนโกสินทร์. สืบค้นจาก https://www.silpa-mag.com/history/article_25141
- มนตร์ธมภ์ ถาวรเจริญทรัพย์ และคณะ. (2551). การศึกษาต้นทุนผลกระทบทางสังคม สุขภาพ และ เศรษฐกิจของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://kb.hsri.or.th/dspace/handle/11228/2298?locale-attribute=th>
- เยาวลักษณ์ สมคำ. (2552). การวิเคราะห์โครงสร้างค่าใช้จ่ายของภาคครัวเรือนในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.

- โยธิน แสงวดี และคณะ. (2547). การวิเคราะห์การรอดชีพ. *Journal of Research Methodology*, 17(1), 107-123. สืบค้นจาก https://portal.edu.chula.ac.th/pub/jrm/index.php/jrm/article/view/147/pdf_121
- รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์. (2562). สมการความเหลื่อมล้ำและการกลับมาอีกครั้งของภาษีความมั่งคั่ง. สืบค้นจาก <https://themomentum.co/wealth-tax-us/>
- ราชกิจจานุเบกษา, (2513, 1 กรกฎาคม).
- ราชกิจจานุเบกษา, (2546, 21 มกราคม).
- ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 134 C.F.R. (2560, 16 กันยายน).
- ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 138 C.F.R. (2564, 30 กันยายน).
- วัชรินทร์ รถทอง และคณะ. (2558). ต้นทุนของการเจ็บป่วยด้วยโรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง. *เภสัชศาสตร์อีสาน*, 11(พิเศษ), 151-158.
- วัลลดา พุ่มไพศาลชัย และชิตชนก เรือนก้อน. (2563). ภาระทางเศรษฐศาสตร์ของโรคติดเชื้อจากระดับโรงพยาบาลสู่ภาพรวมระดับประเทศ. *วารสารสุขภาพจิตแห่งประเทศไทย*, 28(2), 150-160.
- ศุภฉัตร ประพนธ์ศิลป์. (2549). พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2562). **ข้อเท็จจริงและตัวเลขเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พ.ศ. 2559-2561**. กรุงเทพฯ: บริษัท สหมิตรพัฒนาการพิมพ์.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). **ภาวะสังคมไทยไตรมาสสาม ปี 2562**. กรุงเทพฯ: กองพัฒนาข้อมูลและตัวชี้วัดสังคม.
- สำนักวิจัยนโยบายสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ. (2557). **สารสุขภาพ**.
- สุชาติ ตั้งทางธรรม. (2540). **เศรษฐศาสตร์เรื่องบุหรี่และอัตราภาษีบุหรี่**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- อรุณี ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ. (2559). การติดเชื้อไวรัสโคโรนาที่แพร่กระจายอย่างสมเหตุสมผล. เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 54: สาขาศึกษาศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 193-201. doi:10.14457/KU.res.2016.126
- อิศรา ศานติศาสน์. (2546). การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจของการควบคุมบุหรี่ในประเทศไทย (รายงานผลการวิจัย). สืบค้นจาก https://dol.thaihealth.or.th/resourcecenter/sites/default/files/documents/1_127.pdf?download
- เอกพล บรรลือ. (2560). **เพิ่มภาษีสรรพสามิต ราคาเหล้า-บุหรี่ ฟุ่ง! ลดการบริโภคได้จริงไหม**. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/increase-alcohol-cigarette-tax/>



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วย (1) ข้อมูลส่วนตัว (2) ข้อมูลพฤติกรรมการสูบบุหรี่ และ (3) ความรู้และทัศนคติต่อการสูบบุหรี่ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำมาใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และจะไม่มีมีการเปิดเผยข้อมูลใดๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้น เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามอ่านข้อความแล้ว โปรดตอบคำถามตามความจริงให้ครบถ้วน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว

- 1) เพศ ชาย หญิง
- 2) อายุ ปี
- 3) ภูมิลำเนาจังหวัด
- 4) ระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษา
 ปริญญาตรี ปริญญาโท
 สูงกว่าปริญญาโท อื่นๆ โปรดระบุ
- 5) อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 ลูกจ้างบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว
 ทำงานอิสระ อื่นๆ โปรดระบุ
- 6) รายได้ต่อเดือน บาทต่อเดือน
- 7) ท่านมีอาชีพรองหรือไม่ ไม่มี
 มี รายได้เท่ากับ บาทต่อเดือน
- 8) จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของท่านมีทั้งหมด คน ประกอบด้วย
ผู้สูงอายุ (อายุ 61 ปีขึ้นไป) เป็นชาย คน และหญิง คน
ผู้ใหญ่ (อายุ 18-60 ปี) เป็นชาย คน และหญิง คน
เด็ก (อายุต่ำกว่า 18 ปี) เป็นชาย คน และหญิง คน
ซึ่งเป็นผู้สูบบุหรี่ เป็นชาย คน และหญิง คน
- 9) ท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่
 ไม่มี

- มี โป้ดระบู่
และท่านมีค่าใช้จ่ายในการรักษาโรค เท่ากับ บาทต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาสูบบุหรี

- 10) ท่านเคยสูบบุหรีหรือไม่ เคย ไม่เคย
- 11) ท่านเริ่มสูบบุหรีครั้งแรกเมื่อไหร่ ปี
- 12) ท่านได้บุหรีมวนแรกมาอย่างไร
 ซื้เอง มีคนซื้ให้ ได้จากสมาชิกในครอบครัว
 ได้จากเพื่อน อื่นๆ โป้ดระบู่
- 13) ปัจจุบัน บุหรีที่ท่านสูบได้มาอย่างไร
 ซื้เอง มีคนซื้ให้ ได้จากสมาชิกในครอบครัว
 ได้จากเพื่อน อื่นๆ โป้ดระบู่
- 14) ค่าใช้จ่ายในการสูบบุหรี จำนวน มวนต่อวัน เท่ากับ บาทต่อวัน
- 15) ราคาบุหรีที่ท่านซื้ประจำ เท่ากับ บาทต่อซอง
- 16) ช่วง 3 เดือนแรก ท่านสูบบุหรีวันละ มวน
- 17) ปัจจุบันช่วงเดือนที่ผ่านมา ท่านสูบบุหรีวันละ มวน
- 18) ถ้าท่านมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ท่านจะเปลี่ยนแปลงการสูบบุหรีอย่างไร
 ไม่เปลี่ยนแปลง
 สูบบุหรีลดลง มวนต่อวัน
 สูบบุหรีเพิ่มขึ้น มวนต่อวัน
- 19) เหตุผลที่ท่านสูบบุหรี (เรียงลำดับ 1 - 3)
 เข้าสังคม เลียนแบบเพื่อน เลียนแบบสมาชิกในครอบครัว
 ลดความเครียด ออยากลอง อื่นๆ โป้ดระบู่
- 20) ตามปกติท่านสูบบุหรีกับใคร
 คนเดียว เพื่อน สมาชิกในครอบครัว
 อื่นๆ โป้ดระบู่
- 21) ตามปกติท่านสูบบุหรีที่ใด
 บ้าน โรงเรียน สถานที่จัดงานสังคม

- ที่ทำงาน อื่นๆ โปรดระบุ
- 22) ท่านเคยดื่มสุราหรือไม่ เคย ไม่เคย
- 23) ท่านเริ่มดื่มสุราครั้งแรกเมื่อไหร่ ปี
- 24) ค่าใช้จ่ายในการดื่มสุรา บาทต่อวัน
- 25) ราคาสุราที่ท่านซื้อประจำ บาทต่อขวด
- 26) เมื่อท่านสูบบุหรี่ ท่านมักจะดื่มสุราร่วมด้วยหรือไม่
- ไม่เคย บางครั้ง
- บ่อย ทุกครั้ง
- 27) ตามปกติท่านซื้อบุหรี่มาจากที่ใด
- ร้านสะดวกซื้อ/ร้านขายของชำ ห้างสรรพสินค้า
- แผงขายบุหรี่ อื่นๆ โปรดระบุ
- 28) ส่วนใหญ่ท่านสูบบุหรี่ยี่ห้อใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- กรองทิพย์ Wonder L&M
- สายฝน Marlboro บุหรี่มวนเอง/ยาเส้น
- อื่นๆ โปรดระบุ
- 29) ท่านเคยเลิกสูบบุหรี่หรือไม่
- ไม่เคย
- เคย ประมาณ เดือน และกลับมาสูบอีกครั้งเพราะ
- 30) ตอนนี้ท่านต้องการที่จะเลิกสูบบุหรี่หรือไม่
- ไม่ต้องการ เพราะ
- ต้องการ เพราะ
- 31) ท่านคิดว่าอะไรคือเหตุผลของนโยบายรัฐบาลเกี่ยวกับการขึ้นราคาบุหรี่
- เพื่อเพิ่มรายได้จากภาษีบุหรี่ให้มากขึ้น เพื่อลดจำนวนผู้สูบบุหรี่
- เพื่อเพิ่มกำไรของบริษัทบุหรี่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตบุหรี่เพิ่มขึ้น
- 32) การเพิ่มขึ้นของภาษีบุหรี่ เป็นสิ่งที่ดีหรือไม่
- ดี เพราะ
- ไม่ดี เพราะ
- 33) การเพิ่มขึ้นของภาษีบุหรี่ ท่านมีการเปลี่ยนแปลงการสูบบุหรี่อย่างไร

- ไม่เปลี่ยนแปลง
 สูบบุหรี่ลดลง มวนต่อวัน
 สูบบุหรี่เพิ่มขึ้น มวนต่อวัน
- 34) ถ้าราคาบุหรี่เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ท่านจะเปลี่ยนไปสูบบุหรี่ชนิดอื่นหรือไม่
- ไม่เปลี่ยน
 เปลี่ยน ซึ่งเปลี่ยนเป็น บุหรี่นำเข้า บุหรี่มวนเอง/ยาเส้น
 บุหรี่เถื่อน อื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติต่อการสูบบุหรี่

- 35) ถ้าเพื่อนของท่านชักชวนให้สูบบุหรี่ ท่านจะสูบบุหรี่หรือไม่
- ไม่สูบอย่างแน่นอน อาจจะสูบ สูบอย่างแน่นอน
- 36) สมาชิกในครัวเรือนของท่าน เคยพูดถึงอันตรายของการสูบบุหรี่หรือไม่
- เคย ไม่เคย
- 37) บนซองบุหรี่มีภาพคำเตือนด้านสุขภาพหรือไม่
- มี ไม่มี ไม่ทราบ
- 38) ภาพคำเตือนเหล่านั้นทำให้ท่านคิดถึงผลกระทบต่อสุขภาพหรือไม่
- ไม่คิดเลย คิดบางครั้ง คิดทุกครั้ง
- 39) ท่านคิดว่าการเลิกสูบบุหรี่เป็นการยากหรือไม่
- ไม่ยากอย่างแน่นอน อาจจะยาก ยากอย่างแน่นอน
- 40) ท่านคิดว่าการสูบบุหรี่ทำให้ผู้ที่สูบบุหรี่รู้สึกผ่อนคลายมากกว่าหรือน้อยกว่าผู้ที่ไม่สูบบุหรี่
- มากกว่า น้อยกว่า ไม่แตกต่างกัน

หมายเหตุ ข้อมูลทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถามจะถูกนำมาใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้นและจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลใดๆ ต่อสาธารณะ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้ข้อมูลตามความเป็นจริงได้อย่างอิสระ และเมื่อผู้วิจัยใช้ข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้วจะดำเนินการทำลายทันที

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	สุวภัทร ทองเงิน
วัน เดือน ปี เกิด	30 กันยายน 2538
สถานที่เกิด	สุราษฎร์ธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	32 ม.1 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY