

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยการพัฒนากลุ่มเครือข่ายแนวทางการพัฒนาส่งเสริม “ลดเหล้า” ในชุมชน อบต. อุดมพร อ.เฝ้าไร่ จ.หนองคาย คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
3. กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
4. การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

##### 1. ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สุรา หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในทางวิทยาศาสตร์ หมายถึง เครื่องดื่มที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl alcohol) เป็นส่วนผสม ได้มาจากการหมักข้าว ข้าวโพด และผลไม้ต่างๆ ด้วยยีสต์ ปริมาณของแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในสุราแต่ละชนิดแตกต่างกัน สังเกตได้จากจำนวนดีกรีของสุราแต่ละชนิดถ้าดีกรีสูงแสดง ว่าปริมาณแอลกอฮอล์สูง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525)

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (2551) ได้ให้ความหมายของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไว้ว่า สุรตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

สรุปได้ว่า แอลกอฮอล์หรือสุรา หมายถึง เป็นเครื่องดื่มชนิดหนึ่งมีเอทิลแอลกอฮอล์ เป็นส่วนผสม เกิดจากหมักผัก ผลไม้ หรือเมล็ดพืชชนิดต่างๆ จะออกฤทธิ์กดประสาทส่วนกลาง ทำให้สมองทำงานช้าลง ซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละชนิดจะมีปริมาณแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันไป สามารถตรวจสอบได้จากจำนวนดีกรีที่ผสมอยู่ในเครื่องดื่มนั้น

##### 2. ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสุรา สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

2.1 สุราประเภทที่กลั่นแล้ว (Distilled Liquors) คือ สุราที่เกิดจากการเอาน้ำสำ (แป้งหรือน้ำตาลหมักด้วยยีสต์จนเกิดมีแอลกอฮอล์) มากลั่น อาจจะทำโดยการเติมสี ปรงกลั่นแต่งรส ด้วยสารปรุงแต่งอื่น ๆ ลงไป เพื่อให้ถูกใจผู้ดื่ม สุรากลั่นของไทยส่วนมากที่มีจำหน่าย คือ สุราขาว (เหล้า

โรงงาน) สุราผสม สุราผสมพิเศษ (เหล้าเหลียง) สุราไทยนิยมใช้สารปรุงแต่ง เช่นน้ำเชื้อ (Essence หรือ Flavos) น้ำยาสกัด (Extract) สี ผสมลงไปด้วย สำหรับสุราต่างประเทศ เช่น บรั่นดี วิสกี้ เป็นต้น

2.2 สุราหมัก (Fermented Liquors) หรือสุราแช่ คือ สุราที่ได้จากการหมักสา ทำให้เกิดเป็นน้ำเมาแต่ไม่มีการกลั่น มักจะหมักสาจากเมล็ดธัญพืช แป้งจากพืช ผลไม้ และน้ำตาลจากพืช เช่น เบียร์กระแช่ น้ำขาว น้ำตาลเมา สาโท อุ เป็นต้น สุราไม่กลั่นของไทยที่มีจำหน่ายส่วนใหญ่ คือ เบียร์ไวน์ โดยเบียร์ไทยจะมีปริมาณแอลกอฮอล์สูงและแรงกว่าเบียร์ต่างประเทศ ส่วนน้ำขาวกระแช่ น้ำตาลเมา อุ สาโท ชาวบ้านมักจะทำเอง ซึ่งเมื่อก่อนจะผิดกฎหมาย แต่ปัจจุบันรัฐบาลได้สนับสนุนให้เป็นหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ชุมชนสามารถผลิตจำหน่ายได้โดยไม่ผิดกฎหมาย

แอลกอฮอล์หรือสุรา ทั้งสองประเภทดังกล่าวที่คนไทยบริโภคมีหลายชนิด ได้แก่

1. เหล้าบรั่นดี (Brandy) เป็นสุราที่มีรสเยี่ยมมากที่สุด มีราคาแพงเนื่องจากเป็นเหล้าที่กลั่นมาจากองุ่น มีกรรมวิธีการผลิตและขั้นตอนการบ่มที่ใช้เวลานาน เพื่อให้มีคุณภาพดีแล้วปรุงแต่งตามกรรมวิธีให้มี สี กลิ่น รส และแรงแอลกอฮอล์ตามต้องการ เหล้าบรั่นดีในไทย มีทั้งนำเข้ามาจากต่างประเทศและผลิตขึ้นเองในประเทศ บรั่นดีที่ขายตามท้องตลาดทั่ว ๆ ไป แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 บรั่นดีพื้นเมือง (Domestic Brandy) คือ บรั่นดีที่ผลิตจากองุ่น แล้วนำมากลั่นเป็นบรั่นดีอีกที เช่น Regency Brandy, Germany Brandy

1.2 บรั่นดีมาตรฐาน (Regular Brandy) ส่วนใหญ่เป็นบรั่นดีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ 8

1.3 บรั่นดีเกรดสูง (Premium Brandy) เป็นบรั่นดีราคาแพงที่เก็บบ่มเอาไว้ในถังไม้โอ๊กนาน

โดยระบุคุณภาพเป็นตัวอักษรย่อ หรือชื่อพิเศษ เช่น คอนยัค (Connac) อาร์มายัค(Armagnac)

2. เหล้าบรั่นดีผลไม้ (Fruit Brandy) บรั่นดีผลไม้ คือ บรั่นดีที่ทำจากผลไม้อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ผลองุ่น ซึ่งจะให้กลิ่นรสแตกต่างกันไป แบ่งเป็น 2 ชนิด

2.1 บรั่นดีผลไม้สีขาว (White Fruit Brandy) ผลิตจากการกลั่นผลไม้ โดยไม่ต้องบ่มในถังไม้ จะได้กลิ่นหอม และรสของผลไม้ นั้น ๆ นิยมแช่ให้เย็นแล้วดื่มโดยไม่ต้องผสม หรือจะนำไปผสมในค็อกเทลต่างๆ

2.2 บรั่นดีผลไม้ที่มีสี (Colour Fruit Brandy) ผลิตจากการกลั่นผลไม้แล้วนำไปเก็บบ่มในถังไม้โอ๊ก ผลไม้ที่นำมากลั่น เช่น แอปเปิ้ล เชอร์รี่ พลัม แพร่ ราสเบอร์รี่

3. วิสกี้ (Whisky) เป็นสุราที่กลั่นที่มาจากข้าว ไม่ว่าจะเป็นข้าวบาเลย์ ข้าวไรย์ข้าวโอ๊ต ข้าวโพด หรือข้าวเหนียว แต่วิสกี้ที่มีคุณภาพจะต้องมาจากข้าวบาเลย์ โดยนำมาหมักกลั่นแล้วเก็บบ่มในถังไม้โอ๊ก

4. เหล้ารัม (Rum) เป็นสุราที่กลั่นมาจากน้ำอ้อย กากน้ำตาลและน้ำเชื่อมอาจจะมีการผสมผิวส้มและผลไม้อื่นในเหล้ารัมเพื่อให้มีรสชาติใกล้เคียงกับไวน์ ในประเทศไทยมีการผลิตเหล้ารัมผสมเครื่องยาจีนหรือยาไทยอีกด้วย รัมแบ่งเป็น 3 ชนิดด้วยกัน ดังนี้

4.1 รัมสีขาว (White Rum) เป็นรัมสีใส บางชนิดไม่ต้องเก็บบ่ม บางชนิดต้องเก็บบ่มในถังไม้เพื่อให้กลิ่นรสดีขึ้น บางครั้งเรียกว่า Silver Rum เหมาะสำหรับนำไปผสมค็อกเทลที่ไม่ต้องการให้เปลี่ยนสี

4.2 รัมสีทอง (Gold Rum) เป็นรัมที่มีสีเหลืองใส ได้จากการเก็บบ่มไวน์ในถังไม้เพื่อให้เกิดสี หรือผสมสี กลิ่นรสชาติด้วยคาราเมล (Caramel) ที่ได้จากการเคี่ยวน้ำตาล เป็นสีเหลืองทอง เพื่อให้ได้เหล้ารัมที่มีกลิ่น สี รสชาติมากขึ้นกว่าเดิม

4.3 รัมสีดำ (Dark Rum) เป็นรัมที่สีเกือบดำ ได้จากการเก็บบ่มไวน์ในถังไม้ เพื่อให้เกิดสี และผสมกับคาราเมลที่ได้จากการเคี่ยวน้ำตาลจนเป็นสีดำเกือบไหม้ จะได้กลิ่นและรสชาติมากขึ้น เหล้ารัมนิยมนำไปผสมกับค็อกเทลมาก ที่รู้จักกันมา คือ Rum Coke หรือ Cuba Libre นอกจากนี้ยังนำไปผสมกับเครื่องดื่มชนิดอื่น ๆ เช่น น้ำผลไม้ โดยเฉพาะที่เรียกว่า Punch จะเป็นเครื่องดื่มที่เข้ากันได้ดีมากกว่ารัม เหล้ารัมจำหน่ายจะมีปริมาณแอลกอฮอล์ประมาณ 40 ดีกรี แต่มีหลายชนิดผลิตให้มีปริมาณสูงมากถึง 75.5 ดีกรี

5. เหล้าคอกเทล คือ การนำเหล้าหลาย ๆ ชนิดมาผสมกันตามสูตรแล้วแต่รสนิยมของผู้ดื่ม

6. วอดก้า (Vodka) เป็นสุราที่มีลักษณะคล้ายวิสกี้ แต่มีดีกรีของแอลกอฮอล์สูงมากกว่าวอดก้า ทำมาจากข้าวสาลี ปัจจุบันเป็นเหล้าที่ได้รับความนิยม โดยใช้ผสมคอกเทลสูตรต่าง ๆ เครื่องดื่มวอดก้าที่รู้จักกันดี คือ Screw Driver, Bloody Mary, Vodka Matini, Saltry Dog's เป็นต้น ส่วนเหล้าวอดก้าที่รู้จักกันดีในประเทศไทย คือ Borzoi, Smirnoff, Stolighinaya

7. เหล้าตากีลา (Taguila) ตากีลาเป็นเหล้ากลิ่นแรง หมักจากพืชที่เรียกว่า Mezcal ผลิตในประเทศเม็กซิโก ซึ่งปกติ ตากีลา จะมีสีขาว แต่บางชนิดจะมีสีเหลืองทองจากการบ่มในถังไม้ ปกติชาวเมืองเม็กซิโกนิยมดื่มเหล้าตากีลาโดยไม่ผสมหากแต่ก่อนดื่มจะหยิบมะนาวใส่ปากแล้วบิบเกลือตามจึงยกเหล้าขึ้นดื่มเพื่อให้มีรสชาติที่ดีขึ้น ปัจจุบันนิยมนำตากีลามาทาเป็นเครื่องดื่มผสม เช่น tequila sunrise, Margarita เป็นต้น เหล้าตากีลาที่รู้จักกันดีในประเทศไทย เช่น El – Toro, Cuervo, Sauza

8. เหล้าขาว เป็นเหล้าที่กลั่นมาจากข้าว น้ำตาล หรือกากน้ำตาลเป็นวัตถุดิบโดยสุราที่กลั่นออกมาได้ จะปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งปรุงแต่งแต่อย่างใด คนในชนบทและผู้มีรายได้น้อยนิยมดื่มเหล้าขาวกันมาก

9. แชมเปญ เป็นเหล้าหมักที่ทำจากองุ่นโดยไม่ผ่านกระบวนการกลั่นมีลักษณะพิเศษ คือ เป็นสุราองุ่นที่มีฟองคือ มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เจือปนอยู่คล้าย ๆ เบียร์ กระบวนการผลิตและขั้นตอนในการเก็บรักษาทำให้แชมเปญมีราคาแพง

10. ไวน์ (Wine) เป็นเหล้าผลไม้หมักที่เก่าที่สุดในโลก วัตถุดิบที่ใช้ในการทำไวน์ คือ องุ่น ไวน์ต่างจากแชมเปญที่ไม่มีฟอง และกรรมวิธีการผลิตจะไม่ซับซ้อนเท่าแชมเปญสามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

10.1 Table Wine หรือ Still Wine คือ ไวน์ที่หมักจากองุ่น โดยไม่ต้องเพิ่มเติมสิ่งหนึ่งสิ่งใดลงไป ไม่มีแก๊ส มีปริมาณแอลกอฮอล์ 10 – 13 ดีกรี นิยมดื่มในทุกโอกาส แต่ส่วนใหญ่ดื่มเพื่อเจริญอาหารและชुरुสชาติ มี 3 สี ไวน์แดง (Red Wine) จะมีตั้งแต่สีอ่อน ถึงแดงเข้ม ขึ้นอยู่กับชนิดขององุ่นที่นำมาหมักและระยะเวลาในการหมัก ส่วนใหญ่ไวน์แดงจะมีรสฝาด และให้รสหวานน้อยมากเรียกว่า Dry นิยมดื่มโดยไม่แช่เย็น ไวน์ขาว (White Wine) จะมีตั้งแต่สีเหลืองซีดจนถึงสีเหลืองทองลักษณะโดยทั่วไปจะมีรสอ่อน กลิ่นน้อย ความหวานมีตั้งแต่หวานน้อยจนถึงหวานมาก ไม่มีรสฝาดนิยมดื่มโดยไม่แช่เย็น ไวน์สีชมพู (Rose Wine) จะมีตั้งแต่สีชมพูอ่อนถึงเกือบแดง ไวน์สีชมพูจะมีลักษณะระหว่างไวน์ขาวกับไวน์แดง คือ มีรสฝาดเล็กน้อยและมีรสเปรี้ยวอมหวาน จึงเป็นที่นิยมดื่มง่าย นิยมแช่เย็นก่อนดื่ม

10.2 Sparkling Wine คือ ไวน์ที่มีแก๊ส จึงทำให้มีรสซ่า มีทั้งสีขาว ชมพู และแดง Sparkling Wine ใช้กรรมวิธีหมักไวน์ซ้ำเป็นครั้งที่สองภายในขวด และเก็บรักษาแก๊สนี้ไว้ จึงทำให้เกิดรสซ่าเป็นที่นิยมกันมาก จึงมีการจดลิขสิทธิ์ไวน์ชื่อ “champagne” ของฝรั่งเศส ส่วนไวน์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีคล้ายคลึงกันจะใช้คำว่า Sparkling Wine แชมเปญที่นิยมดื่มเพื่อแสดงความยินดีต่อกันเสิร์ฟโดยแช่เย็นจัด

10.3 Fortified Wine คือ ไวน์ที่เพิ่มแอลกอฮอล์ให้สูงประมาณ 18 – 19 ดีกรี จะมีกลิ่นรส และแอลกอฮอล์มากกว่าไวน์ธรรมดา แช่เย็นเพียงเล็กน้อยก่อนดื่ม

11. เบียร์ (Beer) เป็นสุราที่มีปริมาณการบริโภคสูงที่สุด เบียร์ ทามาจากข้าวบาเลย์ หมักอบ และบดต้มให้สุกแล้วใส่ถัง เมื่อหมักได้ที่แล้วจึงใส่ดอกฮอป เพื่อให้มีรสขม จากนั้นจึงใส่ยีสต์

12. น้ำตาลเมา/ กระแช่ เป็นสุราที่ทำจากการหมักแช่ของน้ำตาลสดจากต้นมะพร้าว หรือตาล

13. อุ เป็นสุราแช่ที่สร้างขึ้นจากการหมักแช่ของข้าวเหนียวกลอง เป็นแป้งเชื้อสุราทิ้งไว้จนเกิดมีแรงแอลกอฮอล์ขึ้นแล้วใช้ดื่มกินเช่นเดียวกับน้ำสุรา เหล้าอุนี้ภาคอีสานเรียกว่า สาโท

### 3. วิวัฒนาการการดื่ม

บทบาทของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยนั้น นับว่าวัฒนธรรมมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ไม่น้อย ด้วยวัฒนธรรมเป็นโครงสร้างหลักที่กำหนดแบบแผนการดำเนินชีวิตของบุคคล บุคคลจะเลือกบริโภคอะไร จะบริโภคในเวลาใด บริโภคกับใครและบริโภคเป็นปริมาณเท่าไร วัฒนธรรมจะมีอิทธิพลในการกำหนดกรอบความนึกคิดตัดสินใจ เมื่อก้าวถึงวัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยก็ต้องเริ่มกล่าวถึงความเป็นมาของเหล้าหรือสุรา เพราะคนไทยปลูกข้าว ข้าวทำเป็นเหล้า ดังนั้นคนไทยรู้จักการดื่มเหล้ามานาน นอกจากนี้คนไทยคุ้นเคยกับ “น้ำตาลเมา” หรือ “กระแช่” จากน้ำตาลสด ซึ่งทำมาจากมะพร้าวหรือตาลตะโหนด “อุ” ทำมาจากข้าวเหนียว “สาโท” น้ำข้าวทำมาจากข้าว กลุ่มนี้เราเรียกว่า “เมรัย”

คนไทยเรียนรู้การกลั่น สุรามาจากอ้อย (ซึ่งก็คือเหล้ารัม) ต่อมาจึงรู้จักสุรากลั่น จากข้าว เรียกว่า “เหล้าโรง” ซึ่งมาจากคำว่า เหล้าที่ผลิตมาจากโรงงาน สุรายังอาจทำมาจาก เผือก มัน ข้าวโพด ได้อีกด้วยซึ่งมีชื่อเรียกต่าง ๆ กันเช่น น้ำตาลส้ม น้ำกระแช่ น้ำยาอ้อย ต่อมาภายหลังเมื่อมีความสัมพันธ์กับชาวต่างชาติคนไทยจึงรู้จัก สุราแช่ และ สุรากลั่น เพิ่มขึ้นคือ เหล้าจีน เหล้าองุ่น เบียร์ แชมเปญ วิสกี้ บรั่นดี

คนไทยมีวัฒนธรรมการดื่มสุรามาช้านานนอกจากการดื่มกันในบ้านและในกลุ่มเพื่อนฝูงแล้วคนไทยเรายังได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากจีนบ้าง อินเดียบ้าง โดยสุราถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นได้แก่

1. เพื่อเซ่นสังเวียงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตามลัทธิ ถือน้ำและพราหมณ์
2. เพื่อประกอบพิธีทางวิญญาณ สามารถติดต่อกับเทพ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์
3. เพื่อความเป็นสิริมงคล ถือว่าเหล้ากลั่น มาจากข้าว ซึ่งเป็นของสูง จึงนำมาใช้ในพิธีกรรมสำคัญต่างๆ

4. พิธีกรรมเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งเป็นที่เคารพบูชา และกลัวเกรง ถือว่า สิ่งศักดิ์สิทธิ์เหล่านั้นชอบน้ำอมฤต เช่น พระภูมิเจ้าที่ เจ้าที่เจ้าทาง ผีสงฆ์ เทวดา ต่างก็ชอบสุราซึ่งเป็นน้ำบริสุทธิ์จะต้องกลั่นออกมา ซึ่งมีคุณสมบัติที่ดีเหนือน้ำธรรมดา นอกจากใช้กับวิญญาณอันศักดิ์สิทธิ์แล้วยังนำมาใช้กับผู้ใหญ่ที่เคารพบูชา เช่น ในพิธีแต่งงานพิธีการวะผู้ใหญ่ พิธีขอขมาซึ่งเป็นการผัดผีหรือเสียผี นับว่าเป็นพิธีที่ศักดิ์สิทธิ์และสำคัญมีประโยชน์ต่อมวลมนุษย์ พิธีเหล่านี้จะใช้เหล้าโรงซึ่งทำมาจากข้าว

นอกจากนี้ยังมาใช้ในการพิธีการต่างๆ เช่น พิธีบายศรี พิธีทำขวัญข้าว พิธีไหว้บรรพบุรุษ พิธีทางสังคม เช่น พิธีสมานมิตร พิธีถวายพระพร พิธีทำบุญบั้งไฟ พิธีแห่ขันหมาก

การใช้สุราในพิธีดังกล่าวนี้เพราะความเชื่อว่า สุราเป็นน้ำบริสุทธิ์ที่จะต้องกลั่นออกมาเป็นน้ำศักดิ์สิทธิ์ น้ำอมฤต น้ำที่เชื่อมสมานสามัคคีกัน สุราจึงได้รับการยกย่องระดับเหนือน้ำอื่น ๆ อาจเป็นเพราะความยากในการผลิต ผลิตได้ปริมาณน้อย ต้องลงทุนลงแรงมาก จึงเป็นสิ่งมีค่า ความเชื่อเช่นนี้เชื่อและสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันนี้ ความเชื่อนี้เป็นค่านิยม วัฒนธรรมซึ่งฝังแน่นในความคิดมานาน

นอกจากนี้สุรายังใช้ประโยชน์อย่างอื่นอีกก็คือใช้ดองเครื่องสมุนไพรต่าง ๆ ใช้ทำเป็นยาเพราะ แอลกอฮอล์หรือเอทานอล มีคุณสมบัติพิเศษสามารถใช้เป็นสารละลายที่ละลายส่วนประกอบต่าง ๆ ของเนื้อไม้และพืชอื่น ๆ ออกมาแทนการต้ม และเก็บได้เป็นเวลานานโดยไม่เน่าหรือบูด นอกจากนี้ยังใช้ฤทธิ์ของสุราซึ่งมีคุณสมบัติกระตุ้นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ให้ทำงานได้แรงขึ้น เร็วขึ้น เช่น หัวใจและหลอดเลือด สมอง ไต และทางเดินอาหาร

เมื่อคำนึงถึง ทักษะคิดและแบบแผนการดำเนินชีวิตเปลี่ยนไปตามความเจริญของสังคม สุรามิได้ถูกใช้เพียงเพื่อเป็นเครื่องประกอบในพิธีกรรมและความสนุกสนานในช่วงเทศกาล แต่สุราถูกใช้เป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจด้วย ซึ่งสุราต่างประเทศจะถูกใช้ในบทบาทเช่นนี้มากกว่าสุราที่ผลิตในประเทศ เมื่อระบบการให้คุณค่าแก่สุราเปลี่ยนไปเช่นนี้ ย่อมเป็นการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราให้มากขึ้น สามารถบริโภคได้ในช่วงที่ไม่ใช่เทศกาล และบริโภคในปริมาณที่สูงได้ การบริโภคสุราจึงกลายเป็นเรื่องปกติของสังคมยุคปัจจุบัน

## 2. พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### 1. รูปแบบพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol drinking behavior) หมายถึง ปริมาณความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบแผน ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีหลายชนิดและแต่ละชนิดมีปริมาณของแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงจำเป็นต้องกำหนด ขนาดดื่มมาตรฐาน ขึ้นมา เพื่อให้ผู้ที่ดื่มรู้ว่าตนเองได้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมากน้อยเพียงใด สำหรับ 1 ดื่มมาตรฐาน (1dring) หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ประมาณ 10 กรัม ตัวอย่างเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นับเป็น 1 ดื่มมาตรฐาน ได้แก่ เบียร์ 1 แก้ว (285 มิลลิลิตร) มีแอลกอฮอล์อยู่ 5% ไวน์ 1 แก้วเล็ก (100 มิลลิลิตร) มีแอลกอฮอล์อยู่ 12 % และเหล้า 1 แก้ว (30มิลลิลิตร) มีแอลกอฮอล์อยู่ 40% (กรมสุขภาพจิต, 2547) สำหรับลักษณะแบบแผนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีดังนี้

1.1 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบที่มีความเสี่ยงน้อย (low risk drinking) หมายถึง การดื่มในลักษณะที่ไม่ทำให้เกิดปัญหาตามมา ทั้งต่อตัวผู้ดื่มเองและผู้อื่นโดยการดื่มในผู้ชาย มีการดื่มไม่เกิน 4 ดื่มมาตรฐานต่อวัน ซึ่งเทียบเท่ากับเบียร์ 4 แก้ว (1 แก้วปริมาณ 285 มิลลิลิตร) เหล้า 40 ดีกรี 4 แก้ว (1 แก้วปริมาณ 30 มิลลิลิตร) ไวน์ 4 แก้วเล็ก (1 แก้วเล็กปริมาณ 100 มิลลิลิตร) และไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยอย่างน้อย 2 วันต่อสัปดาห์ หรือมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณไม่เกิน 20 ดื่มมาตรฐานต่อสัปดาห์ สำหรับผู้หญิงดื่มไม่เกิน 2 ดื่มมาตรฐานต่อวัน ซึ่งเทียบเท่ากับเบียร์ 2 แก้ว (1 แก้วปริมาณ 285 มิลลิลิตร) หรือเหล้า 40 ดีกรี 2 แก้ว (1 แก้วปริมาณ 30 มิลลิลิตร)

ไวน์ 2 แก้วเล็ก (1 แก้วเล็กปริมาณ 100 มิลลิลิตร)และไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยอย่างน้อย 2 วัน ต่อสัปดาห์ หรือการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณไม่เกิน 10 ดื่มมาตรฐานต่อสัปดาห์ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะนี้เรียกว่า การดื่มอย่างปลอดภัย (safe limit drinking)

1.2 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบที่มีความเสี่ยงต่ออันตรายสูง (Hazardous drinking) หมายถึง การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณและลักษณะที่ทำให้ผู้ดื่มเพิ่มความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ โดยองค์การอนามัยโลกได้จัดไว้ว่าเป็นปริมาณความผิดปกติชนิดหนึ่ง การกำหนดปริมาณลักษณะของการดื่มแบบเสี่ยงจะใช้การกำหนดระดับปริมาณแอลกอฮอล์เฉลี่ยที่คนไม่ควรดื่มเกินต่อสัปดาห์หรือต่อครั้ง (threshold values) ซึ่งเป็นระดับที่สัมพันธ์กับความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายของสุขภาพของผู้ดื่ม โดยลักษณะการดื่มแบบเสี่ยง คือ ในผู้ชาย มีการดื่มที่มากกว่า 4 ดื่มมาตรฐาน แต่ไม่เกิน 6 มาตรฐานต่อวัน ซึ่งเทียบเท่ากับเบียร์ มากกว่า 4 แก้ว (1 แก้วปริมาณ 285 มิลลิลิตร) เหล้า 40 ดีกรีมากกว่า 4 แก้ว (1 แก้วปริมาณ 30 มิลลิลิตร) ไวน์มากกว่า 4 แก้วเล็ก (1 แก้วเล็กปริมาณ 100 มิลลิลิตร) สำหรับในผู้หญิง การดื่มมากกว่า 2 ดื่มมาตรฐาน แต่ไม่เกิน 4 ดื่มมาตรฐานต่อวัน ซึ่งเทียบเท่ากับเบียร์ มากกว่า 2 แก้ว (1 แก้วปริมาณ 285 มิลลิลิตร) เหล้า 40 ดีกรีมากกว่า 2 แก้ว (1 แก้วปริมาณ 30 มิลลิลิตร)ไวน์มากกว่า 2 แก้ว (1 แก้วเล็กปริมาณ 100 มิลลิลิตร) นอกจากนี้ การดื่มอย่างหนักหรือแบบ เมาหัวร่วน้ำ (binge drinking) ก็ถือว่าเป็นการดื่มแบบเสี่ยงต่อการเกิดอันตราย

1.3 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย (harmful drinking) หมายถึง การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำให้เกิดอันตรายต่อสภาพร่างกายหรือจิตใจ ซึ่งกำหนดโดยองค์การอนามัยโลก และให้ คำจำกัดความโดยอาศัยตามหลักเกณฑ์ของสมาคมนิตแพทย์อเมริกัน (Diagnosis and Statistical Manual Disorder Forth Edition [DSM IV]) ประกอบด้วย

1.3.1 มีหลักฐานชัดเจนว่าแอลกอฮอล์ทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกายและจิตใจ

1.3.2 ลักษณะของอันตรายสามารถตรวจพบได้

1.3.3 ต้องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ติดต่อกันอย่างน้อย 1 เดือน หรือดื่มหลายครั้งในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

1.3.4 ต้องไม่เข้าหลักเกณฑ์การวินิจฉัยสำหรับภาวะติดสุรา (Alcohol dependence) โดยลักษณะการดื่มแบบอันตราย คือ ในผู้ชาย มีการดื่มมากกว่า 6 ดื่มมาตรฐานต่อวัน สำหรับในผู้หญิงมีการดื่มมากกว่า 4 ดื่มมาตรฐานต่อวัน

## 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.1 ความอยากลอง เป็นธรรมชาติของมนุษย์ในการที่อยากจะลองหรือเผชิญกับสิ่งใหม่ๆ โดยเฉพาะในวัย ที่ความรู้สึกลอยลางเป็นเรื่องที่ทำหาย ตื่นเต้น สนุกสนาน เช่น ในวัยรุ่น

2.2 กลุ่มเพื่อน หลายคนไม่กล้าที่จะปฏิเสธ เมื่อถูกเพื่อนชวนให้ดื่มแอลกอฮอล์ หรือบางคน มีทัศนคติว่า การดื่มแอลกอฮอล์กับกลุ่มเพื่อน หมายถึง การรักพวกพ้องเป็นหนึ่งเดียวกัน ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน

2.3 สังคมและวัฒนธรรม สังคมไทยมองเรื่องการดื่มแอลกอฮอล์ว่าเป็นเรื่องธรรมดา จะเห็นได้ว่า งานสังสรรค์ งานเลี้ยง งานฉลอง และงานประเพณีต่างๆ แทบทุกงานจะต้องมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบด้วยเสมอ ทำให้ผู้ที่เติบโตในสังคมลักษณะนี้มองว่า การดื่มเป็นเรื่องธรรมดา เพียงแต่ว่าสำหรับตนเอง จะเป็นโอกาสใดเท่านั้น

2.4 ความเชื่อ เมื่อใดที่คนเรามีความเชื่อว่า สิ่งที่ตนเองกำลังกระทำไม่เป็นอันตรายต่อตนเอง และสามารถที่จะควบคุมสถานการณ์ได้ เมื่อนั้นจะยิ่งทำให้ความกังวลใจ หรือความกลัวที่จะกระทำสิ่งนั้นๆ ลดน้อยลง และทัศนคตินี้ไปสอดคล้องกับความเชื่อที่มีต่อแอลกอฮอล์ โดยช้านานมาแล้วคนมักจะเชื่อ ในสรรพคุณของยาตองเหล้า และเชื่อว่า การดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งคราว หรือประเภตักี้อ่อนๆ คงไม่น่า จะเป็นปัญหากับตนเอง

2.5 กระแสของสื่อโฆษณา ปัจจุบันนี้สื่อต่างๆ มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนอย่างมาก และในเรื่อง ที่เกี่ยวกับแอลกอฮอล์ จะเห็นว่า มีการแข่งขันทางการค้ากันสูงมาก โฆษณาที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีอยู่มากมาย ซึ่งเป็นกลยุทธ์ของบริษัทผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่จะต้องพยายามสร้างสื่อโฆษณาขึ้น เป็นจำนวนมาก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกลอยลาง และรู้สึกว่าการบริโภคแอลกอฮอล์นั้น เป็นเรื่องที่ดีงาม หรือเป็นเรื่องที่ควรจะมีใจ ในฐานะที่เกิดเป็นคนไทย (ซึ่งจริงๆ แล้ว ไม่มีความเกี่ยวข้องกันเลย) หรือเป็นเรื่องที่ผู้ชายควรจะต้องลอง เพื่อแสดงความเป็นลูกผู้ชายอย่างแท้จริง บางผลิตภัณฑ์จะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายพิเศษ เช่น กลุ่มสุภาพสตรี ให้หันมามีค่านิยมในการดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น นอกจากสื่อโฆษณาสินค้าเครื่องดื่มแล้ว สื่อในลักษณะบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ ละคร หรือแม้กระทั่งเพลง ก็มีส่วนจูงใจผู้ชมให้เกิดความรู้สึกลอยลางตามได้ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ รวมทั้งสินค้าที่สะดวกต่อการซื้อหา ที่มีอยู่อย่างดาษดื่น ก็มีส่วนอย่างมาก ต่อการส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มประเภทนี้

2.6 ความเครียด คุณสมบัติของแอลกอฮอล์ สามารถทำให้ผู้ดื่มเกิดความรู้สึกลอยลางลืมความทุกข์ และเกิดความคึกคะนอง ทาให้ ในหลายๆ ครั้ง การดื่มเพื่อลดความเครียด จึงเป็นเหตุผลอย่างหนึ่งของ ผู้ดื่ม และยังเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีการดื่มอย่างต่อเนื่อง แต่จากการศึกษาพบว่า เมื่อดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมาก จะทำให้เกิดความรู้สึกตรงกันข้าม คือ ภาวะกรวยวาย เครียด หรือหงุดหงิดได้ง่าย โดยเฉพาะช่วงที่ระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดเริ่มลดลง (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ)



### 3. ผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีชื่อเรียกกันเล่นๆว่า “น้ำเปลี่ยนนิสัย” เพราะเมื่อดื่มเข้าไปแล้วสามารถเปลี่ยนนิสัยผู้ดื่มได้ เช่น จากที่เป็นคนขี้อายก็กลายเป็นคนใจกล้าจากคนเงิบ ๆ กลายเป็นคนพูดมาก เป็นต้น โทษและความเสียหายจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีดังนี้ (อดิศวร์ หลายชูไทย และคณะ, 2544 )

3.1 ทำให้เกิดความประมาท เพราะฤทธิ์ของแอลกอฮอล์ที่ดื่มเข้าไปในร่างกายทำให้ร่างกายผู้ดื่มไม่สามารถควบคุมประสาทและสมองให้สั่งการได้ทันเวลา ด้วยเหตุนี้จึงเป็นสาเหตุให้เกิดอุบัติเหตุ

3.2 เกิดการขาดสติยังคิด เพราะฤทธิ์ของแอลกอฮอล์ที่ดื่มเข้าไปในร่างกายจะไปกดสมองส่วนควบคุมความคิดและส่วนที่คอยยับยั้งให้มีความระมัดระวัง ทำให้ควบคุมตนเองไม่ได้กล้าทำสิ่งที่ไม่เหมาะสม เช่น การก่อการทะเลาะวิวาท การทำร้ายร่างกายคนใกล้ชิด เป็นต้น

3.3 สร้างความทุกข์ให้ผู้อื่น ครอบครัวไหนที่พ่อหรือแม่ รวมทั้งบุคคลใดในครอบครัวเป็นนักดื่มย่อมสร้างความทุกข์ ความเศร้าหมอง ให้กับครอบครัวและผู้เกี่ยวข้อง ถ้าเป็นหัวหน้าครอบครัวก็จะมีผลกระทบมาก ทำให้คนในครอบครัวหันไปหาทางออก ในทางที่ผิด ๆ

3.4 มีค่าใช้จ่ายมากขึ้น การบริโภคสุราหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประจําจนติดเป็นนิสัย ทำให้ค่าใช้จ่ายนี้เป็นค่าใช้จ่ายสูญเปล่าไม่เกิดประโยชน์อะไร

3.5 การบั่นทอนสุขภาพ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รับการขนานนามจากนักวิชาการว่าเป็น “เครื่องดื่ม ที่มีอายุสั้น” เพราะฤทธิ์ของแอลกอฮอล์เข้าไปทำลายอวัยวะของร่างกายทุกส่วนที่ไหลผ่านแม้เพียงครั้งแรกของการบริโภค เพราะฉะนั้นถ้าดื่มจนติดเป็นความเคยชินสุขภาพก็ยิ่งทรุดโทรมเกิดโรคต่างๆ และอาจเสียชีวิตก่อนวัยอันควร

### 3.กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

#### 1. พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ให้ไว้ ณ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เป็นปีที่ 63 ในรัชกาลปัจจุบัน พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่าโดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พระราชบัญญัตินี้ มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่ง มาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 41 มาตรา 43 และมาตรา 45 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้

ตรา พระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำ และยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ มี 7 หมวด 45 มาตรา โดยมีเนื้อหาในมาตราที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

**มาตรา 27** ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

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

**มาตรา 28** ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันหรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใดๆ เท่าที่จำเป็นไว้ด้วยก็ได้ บทบัญญัติในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับกับการขายของผู้ผลิตผู้นำเข้าหรือตัวแทนของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา

**มาตรา 29** ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่บุคคลดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

**มาตรา 31** ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้  
สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่ พัก ส่วนบุคคลหรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

**มาตรา 32** ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมาย ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้ กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสองมิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอก ราชอาณาจักร

**มาตรา 33** ผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือญาติ คณะบุคคล หรือองค์กรทั้งภาครัฐหรือเอกชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ อาจขอรับการสนับสนุน เพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพจากสำนักงานได้ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมกำหนด (พระราชบัญญัติเครื่องตี้มแอลกอฮอล์, 2551)

## 2. ประกาศสำนักงานนายกรัฐมนตรี

2.1 เรื่องกำหนดสถานที่ห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 27(8) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการนโยบายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แห่งชาติ จึงได้ออก ประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ห้ามผู้ใดขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณซึ่งอยู่ในระยะ 300 เมตร จากรั้วหรือแนวเขตของสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษาหรือสถานบันอุดมศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน

ข้อ 2 ประกาศนี้ไม่ใช้บังคับกับ

2.1 โรงแรมที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม

2.2 สถานบริการในเขตพื้นที่ ตามพระราชกฤษฎีกากำหนดเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

2.3 สถานที่ขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือตัวแทนของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้า เฉพาะกรณีการขายให้กับผู้ซึ่งได้รับใบอนุญาตขายสุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา

ข้อ 3 ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดสามสิบวันนับจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป (ประกาศสำนักงานนายกรัฐมนตรี, 2558)

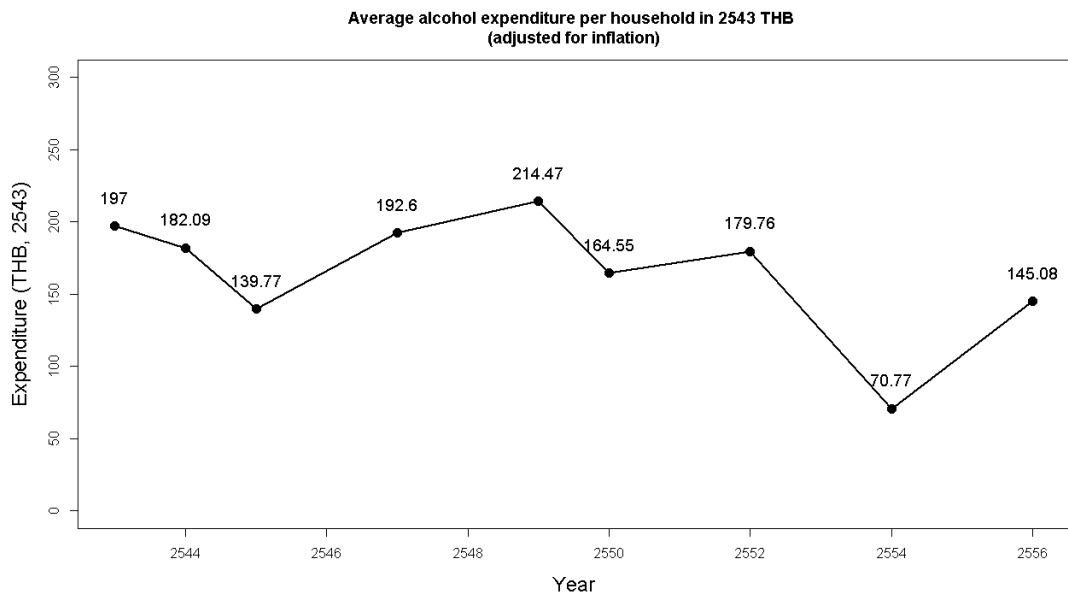
**ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี** เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 3) มีการออกประกาศเกี่ยวกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไว้ดังนี้

1. ให้ยกเลิกประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2552 ลงวันที่ 30 มิถุนายน 2551 และประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2552 ลงวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2552

2. ห้ามผู้ใดขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันออกพรรษา ยกเว้นการขายเฉพาะร้านค้าปลอดอากรภายในอาคารท่าอากาศยานนานาชาติ (ประกาศสำนักงานนายกรัฐมนตรี, 2558)

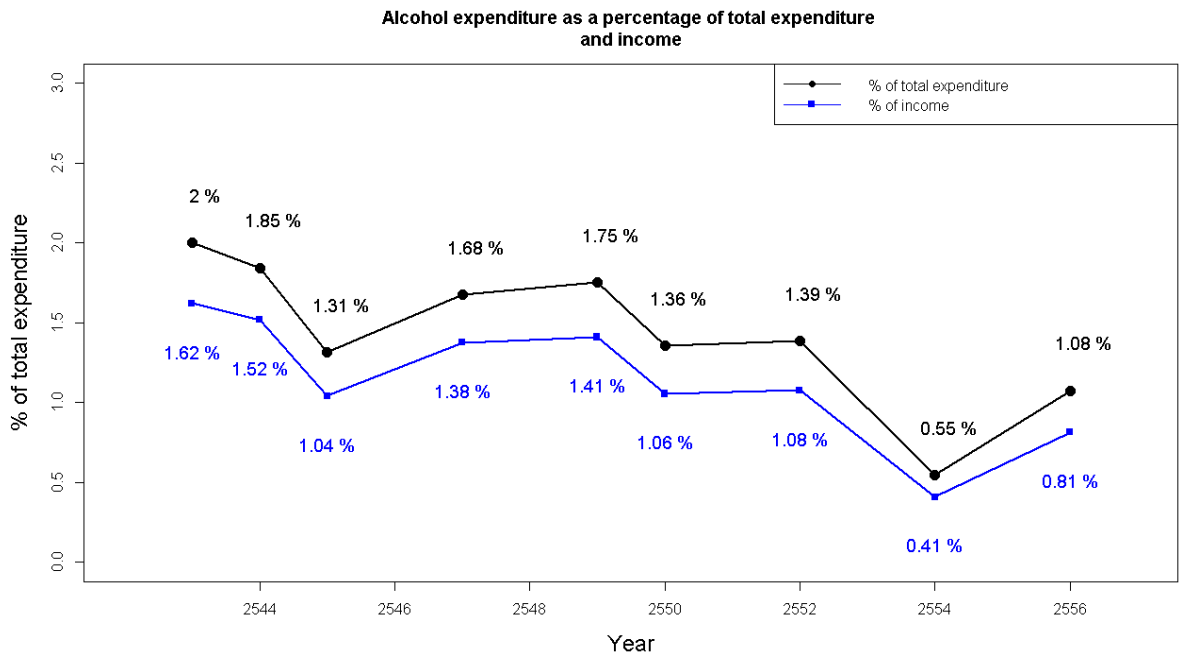
## 4. การบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประชากรไทย

ข้อมูลจากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนตั้งแต่ปี 2543 ถึง 2556 ของสำนักงานสถิติ แห่งชาติพบว่าค่าใช้จ่ายของครัวเรือนที่ใช้ในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงจาก 197 บาทต่อเดือนในปี 2543 มา เป็น 145 บาทต่อเดือนในปี 2556 ซึ่งเป็นปีล่าสุดที่มีการสำรวจ ดัง ภาพที่ 1 (ปรับตามอัตราเงินเฟ้อ ค่าใช้จ่ายถูกปรับ เป็นค่าเงินบาทในปีพ.ศ. 2543) โดยอัตราการลดลง ของค่าใช้จ่ายต่อปี (annual percent change: APC) ระหว่างปี 2543 ถึง 2556 คิดเป็นร้อยละ 3.7



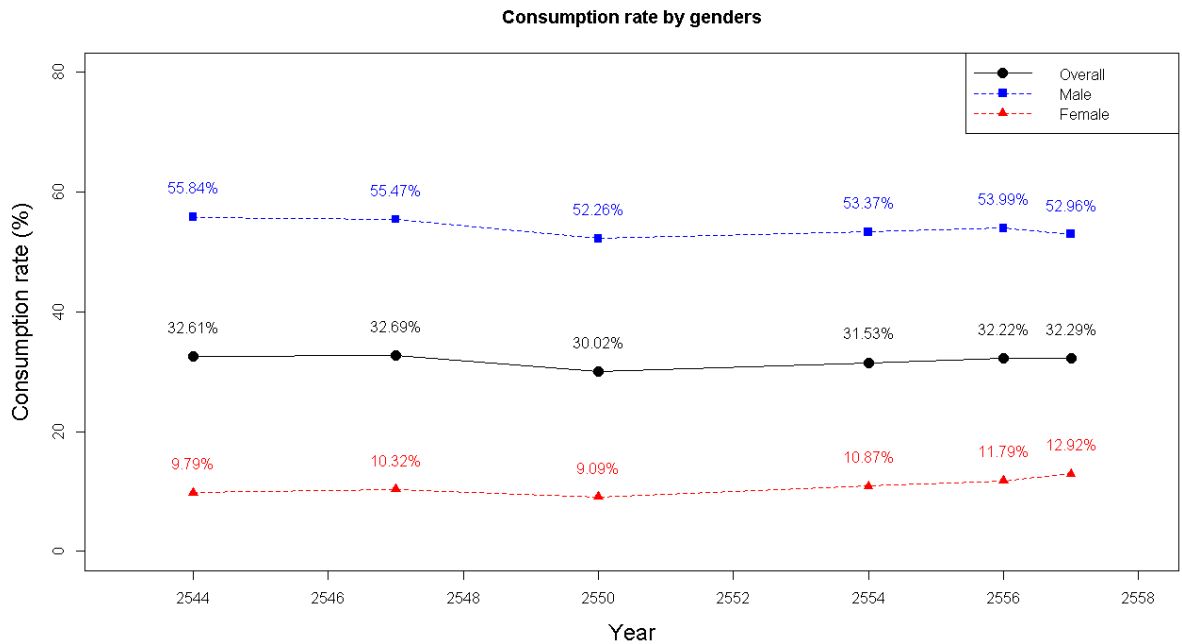
ภาพที่ 2.1 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนของครัวเรือนในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างปี 2543 ถึง 2556

เมื่อนำค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของครัวเรือนมาเปรียบเทียบกับ ค่าใช้จ่ายรวมของครัวเรือนพบว่า สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงเกือบ ครึ่งหนึ่งจากร้อยละ 2 ในปี 2543 เหลือเพียงร้อยละ 1.08 ในปี 2556 และเมื่อนำค่าใช้จ่ายในการ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของครัวเรือนมาเปรียบเทียบกับรายได้ของครัวเรือนพบแนวโน้มใน ลักษณะเดียวกัน คือ สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงครึ่งหนึ่งจากร้อยละ 1.62 ในปี 2543 เหลือเพียงร้อยละ 0.81 ในปี 2556



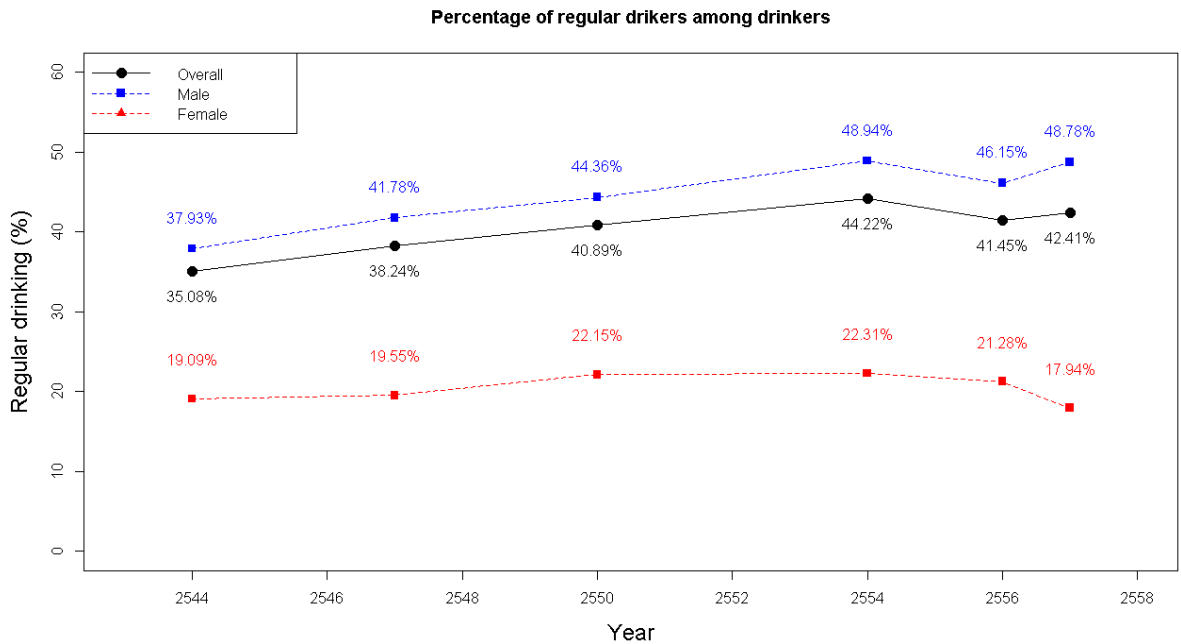
ภาพที่ 2.2 สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อเดือนของครัวเรือนในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างปี 2543 ถึง 2556 เทียบกับรายจ่ายรวมและรายได้ของครัวเรือน

ข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากรตั้งแต่ปี 2544 ถึง 2557 และการสำรวจอนามัยและสวัสดิการปี 2556 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมค่อนข้างคงที่ เมื่อแยกวิเคราะห์ตามเพศจะพบว่า เพศชายมีอัตราการดื่มที่สูงกว่าเพศหญิงแต่มีแนวโน้มการดื่มแอลกอฮอล์ลดลงเรื่อยๆ ในขณะที่เพศหญิงมีอัตราการดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 9.79 ในปี 2544 มาเป็นร้อยละ 12.92 ในปี 2558 “อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงในเพศชาย และเพิ่มขึ้นในเพศหญิง”



ภาพที่ 2.3 อัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวม และแยกตามเพศ ระหว่างปี 2544 ถึง 2557

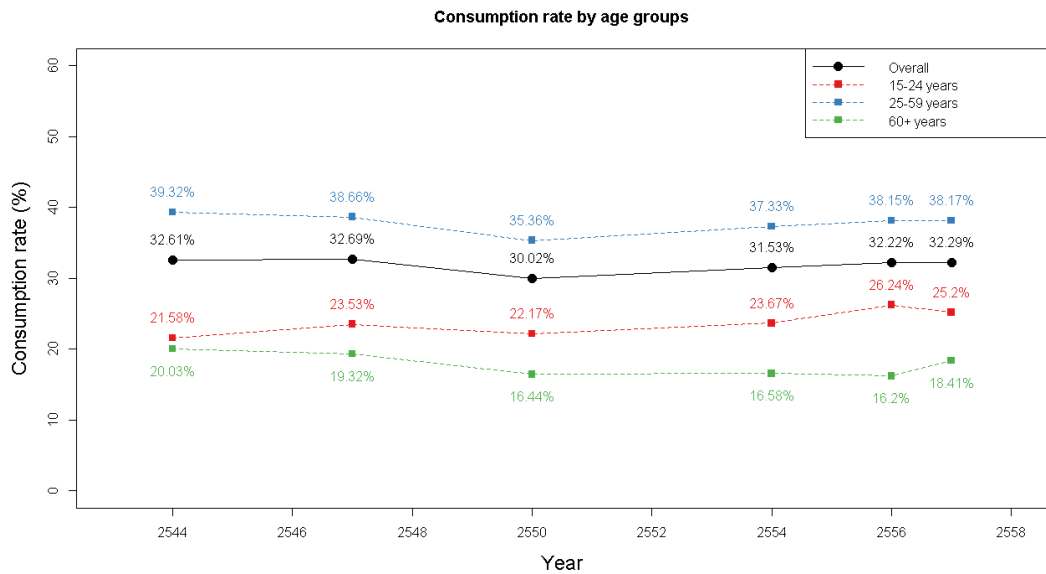
แม้ว่าอัตราการดื่มแอลกอฮอล์จะเพิ่มขึ้นในเพศหญิงและลดลงในเพศชาย แต่เมื่อวิเคราะห์ตามพฤติกรรมการดื่ม พบว่า ในเพศชาย สัดส่วนของผู้ที่ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ (ดื่มอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง) มีแนวโน้มสูงขึ้นจากร้อยละ 37.93 ในปี 2544 มาเป็นร้อยละ 48.78 ในปี 2557 ซึ่งสวนทางกับเพศหญิงซึ่งมีสัดส่วนของผู้ที่ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำลดลง โดยเฉพาะหลังจากปี 2554 ที่มีสัดส่วนผู้ที่ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำอยู่ที่ร้อยละ 22.31 ลดลงมาเหลือเพียงร้อยละ 17.94 ในปี 2557



ภาพที่ 2.4 สัดส่วนของผู้ที่ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำรวม และแยกตามเพศ

ข้อมูลในภาพที่ 3 และ 4 นั้นบ่งชี้ว่านักดื่มหน้าใหม่ที่เป็นเพศหญิงเป็นกลุ่มที่ดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งคราวหรือดื่มตามโอกาส ในขณะที่นักดื่มเพศชายที่ลดลงก็น่าจะเป็นกลุ่มที่ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ ส่วนกลุ่มที่ดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำก็ยังคงดื่มอย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่อัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมค่อนข้างคงที่ เมื่อทำการวิเคราะห์แยกตามกลุ่มอายุ พบว่า แนวโน้มของอัตราการดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างปี 2554 ถึง 2556 สูงขึ้นในกลุ่มเยาวชน (15-24 ปี) และลดลงในกลุ่มผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบการสำรวจในปี 2556 และผลสำรวจล่าสุดในปี 2557 พบว่าอัตราการดื่มในกลุ่มผู้สูงอายุกลับเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 2.2 ในขณะที่ในกลุ่มเยาวชนลดลงร้อยละ 1 ในขณะที่กลุ่มวัยทำงาน (25-59 ปี) มีอัตราการดื่มค่อนข้างคงที่ตลอดช่วงที่ทำการสำรวจ



ภาพที่ 2.5 อัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวม และแยกตามกลุ่มอายุ ระหว่างปี 2544 ถึง 2557

เหตุผลหนึ่งที่จะอธิบายการคงที่ของปริมาณและอัตราการดื่มสุราของประชากรไทยอาจจะเป็นไปตามกระแสการดื่มสุราของโลก รายงาน Global Status Report on Alcohol 2014 ขององค์การอนามัยโลกแสดงให้เห็นว่า ในภาพรวมประชากรโลกดื่มสุรามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีนและอินเดีย เนื่องจากอิทธิพลของการตลาดของอุตสาหกรรมสุราและประชากรในประเทศมีรายได้สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยกลับเป็นประเทศหนึ่งที่มีปริมาณและอัตราการดื่มสุราของประชากรไม่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งน่าจะแสดงถึงความสำเร็จส่วนหนึ่งของการดำเนินงานเพื่อป้องกันและลดการดื่มสุราของภาคส่วนต่างๆ ในประเทศรวมทั้งของ สสส.และภาคี

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชรพิมพ์ภา เชื้อนธนะ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน (Adolescents) ต.เชียงกลาง อ.เชียง จ. น่าน กล่าวว่า การดื่มสุราเป็นปัญหามีความชุกสูงในเยาวชน พบข้อมูลเยาวชนใน อำเภอ เชียงกลางและจังหวัดน่านดื่มสุราร้อยละ 40 , 40.8 ตามลำดับ แม้ว่าโรงพยาบาลเชียงกลางร่วมกับทุกภาคส่วนได้ร่วมกันจัดรณรงค์ลดการดื่มสุราในทุกเทศกาล แต่ปัญหาการดื่มสุราในเยาวชนกับมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีแนวคิดที่จะศึกษาพฤติกรรมและวิถีการดื่มสุรา สาเหตุและปัจจัยของปัญหา รวมถึงแนวทางการแก้ปัญหาการดื่มสุราในเยาวชน จึงได้วิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นกลุ่มเยาวชนอายุน้อยกว่า 18 ปี ที่มีการดื่มสุราอย่าง



น้อย 1 ครั้งต่อเดือน หรือ เฉลี่ย 12 ครั้งต่อปี โดยการคัดเลือกอย่างเจาะจงจากหมู่บ้าน 9 หมู่บ้านของ ตำบลเชียงกลาง และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ได้แก่ผู้ปกครอง ผู้นำชุมชน องค์กรส่วนท้องถิ่น ครู ตำรวจ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และผู้บริหาร การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในเยาวชน จำนวน 8 ราย ผู้เกี่ยวข้อง 14 ราย การสนทนากลุ่มในเยาวชนจำนวน 5 กลุ่ม 31 ราย และใน ผู้เกี่ยวข้อง 5 กลุ่ม 32 รายรวมทั้งสิ้น 63 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธี วิเคราะห์เชิงเนื้อหา และมีการ ยืนยันข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) การศึกษานี้ทำให้ช่วงเมษายน – พฤศจิกายน 2549 ผล การศึกษาพบว่า เยาวชนติ่มสุราครั้งแรกในระดับประถมศึกษาด้วยสาเหตุการติ่มโดยไม่ได้ตั้งใจ และ พบว่าเพื่อนมีอิทธิพลต่อการติ่มมากที่สุด โอกาสในการติ่มมากที่สุดคือช่วงเทศกาลต่างๆ สถานที่ใช้ติ่ม มากที่สุดคือบ้านเพื่อน ด้วยสาเหตุและปัจจัยในการติ่มดังนี้ 1) เกิดจากพฤติกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่ 2) ปัญญาหาครอบครัวและความสัมพันธ์ในครอบครัวไม่อบอุ่น 3) ตีมเพื่อให้ลิ้มความทุกข์ คลายเหงา และคลายเครียด 4) ใช้การติ่มเป็นเครื่องมือในการสร้างปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน 5) อิทธิพลจากสื่อ บุคคลและค่านิยมตามแฟชั่นวัยรุ่น และ 6) นโยบายเหล้าเสรีของรัฐทำให้ถึงการติ่มสุรามากขึ้น ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ในการแก้ปัญหาเรื่องนี้ 1) การปรับเปลี่ยนค่านิยมของสังคม โดยต้องลด คุณค่าของสุรา เช่น ไม่นำมาเป็นของขวัญ เลิกการเลี้ยงสุราในงานที่ควรเลิก เช่น งานศพ วันพระ ฯลฯ 2) การพัฒนาทักษะชีวิตและการเพิ่มพื้นที่ทางสังคมให้กับเด็กและเยาวชน และ 3) ต้องอาศัยความ ร่วมมือทางทุกภาคส่วน และผู้ใหญ่ในสังคมในการเป็นแบบอย่างที่ดี หลังจากนั้นได้จัดเวทีคืนข้อ ค้นพบให้กับชุมชน และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนปฏิบัติการและการนำไปสู่การปฏิบัติ มี การกำกับติดตาม จนเกิดกิจกรรมและมาตรการต่างๆ ทั้งของหมู่บ้าน/ตำบล เช่น งดเหล้าในงานศพ วันพระ งานแข่งขันกีฬา กิจกรรมครอบครัวอบอุ่น บางหมู่บ้านเกิดชมรมเยาวชนที่มีส่วนร่วมใน กิจกรรมด้านสุขภาพและกิจกรรมอื่นๆ ของชุมชน

จินตนา แสงจันทร์ (2550) ทำการศึกษาแนวทางการลดการติ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็ก และเยาวชนตำบลเชียงกลาง อำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน พบว่า ปี 2548 พบประชากรน่านติ่มสุรา มากเป็นอันดับ 1 ของประเทศ เยาวชนติ่มร้อยละ 40.81 ข้อมูลสำรวจ รพ.เชียงกลางพบเด็กมัธยม ปลายเชียงกลาง ตีมร้อยละ 40 การติ่มสุรานอกจากจะบั่นทอนสุขภาพและนำมาซึ่งปัญหาต่างๆ ยังมี ข้อมูลระบุว่าเด็กที่ติ่มอายุน้อยกว่า 13 ปี มีโอกาสติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปจนโต ทาง รพ.เชียง กลางร่วมกับทุกภาคส่วนได้ร่วมกันจัดกิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาในกลุ่มเยาวชนและร้านค้าที่จำหน่าย สอดคล้องกับนโยบาย พรบ.คุ้มครองเด็ก ยังพบว่ามีการติ่มสุราของเด็กและเยาวชนมากขึ้น จึงได้มี การทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาพฤติกรรมวิธีการติ่ม สาเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการติ่ม ผล และนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการลดการติ่ม รวมทั้งให้แนวทางลดการติ่มในกลุ่มเด็กและเยาวชน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก 22 ราย สนทนากลุ่ม 63 ราย ได้แก่ เด็ก อายุน้อยกว่า 18 ปี ผู้ปกครอง ภาครัฐผู้นำชุมชน และสัมภาษณ์ผู้บริหาร 6 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์

เนื้อหาเชิงลึก (Content Analysis) ตรวจสอบข้อมูลโดยใช้เทคนิคแบบสามเส้า (Triangulation) ผลการศึกษาพบว่า เด็กมีความรู้เรื่องของผลของการดื่มสุราต่อสุขภาพแต่ไม่ตระหนักต่อโทษภัย ดื่มสุราตั้งแต่อายุน้อย มีการดื่มมากขึ้นโดยเฉพาะเพศหญิง ดื่มอย่างเปิดเผย ซึ่งชนิด ปริมาณ ความถี่ขึ้นอยู่กับโอกาสและทุนทรัพย์ สุรากลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประเพณีต่างๆ มากขึ้น จากการศึกษาเชิงปริมาณพบว่าภาพรวมการดื่มของเยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปี พบการดื่มน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 24 และดื่มมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 2 เริ่มดื่มครั้งแรกเมื่ออายุ 12-15 ปี พบมากที่สุดร้อยละ 46 สาเหตุการดื่มในครั้งแรกและปัจจุบันเกิดจากอยากดื่มเอง อยากลอง คลายเหงา พบมากที่สุด ร้อยละ 66 และ 68.8 ตามลำดับ คนที่ชวนดื่มพบมากที่สุดคือเพื่อนร้อยละ 75.3 โอกาสที่ใช้ดื่มมากที่สุด ในเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 60.8 สถานที่ดื่มพบมากที่สุดคือบ้านเพื่อนร้อยละ 52.6 ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่มบ่อยคือเบียร์ พบร้อยละ 51.5 รองลงมาคือเหล้าแดงร้อยละ 42.3 สาเหตุและปัจจัยในการดื่มเกิดจากพฤติกรรมเลียนแบบจากผู้ใหญ่ สภาพครอบครัวที่ไม่สมบูรณ์ ความเหงา หาซื้อง่าย ราคาถูกและเป็นค่านิยมตามแฟชั่นวัยรุ่น แนวทางลดการดื่มในมุมมองของเด็ก เห็นว่า ผู้ใหญ่ควรเป็นแบบอย่างในการเลิก และมีการสนับสนุนการจัดกิจกรรมของเยาวชนอย่างต่อเนื่อง ในมุมมองของผู้ใหญ่เห็นว่า ควรมีการบังคับการใช้กฎหมาย มีมาตรการลงโทษ ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 15 ปี ต้องได้รับความร่วมมือในทุกภาคส่วน สร้างสิ่งแวดล้อมใหม่โดยปรับเปลี่ยนบริบทให้คนในสังคมลดการดื่ม รวมทั้งการเป็นแบบอย่างของสถาบันครอบครัว

มนต์ ขอเจริญ (2555) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน : กรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยมุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยเร่งปฏิกิริยา การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายเยาวชนที่ได้รับการสนับสนุนทุนการดำเนินงานโดยกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์ และการใช้แบบสอบถาม จำนวน 549 ตัวอย่าง จากเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายทั่วประเทศ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วม ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนนั้นสะท้อนการผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ทั้งนี้แบบจำลองมีองค์ประกอบสำคัญสามประการคือ ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยเร่งปฏิกิริยานั้น

ประกอบด้วยการทำงานร่วมกันของปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ แรงกระตุ้นที่เกิดจากภายในตัว เยาวชนเอง ประสบการณ์การเรียนรู้จากกิจกรรมของเครือข่าย และการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อมวลชน ซึ่งปัจจัยเร่งปฏิกิริยานี้จะกระตุ้นให้เยาวชนเกิดความตั้งใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร รณรงค์ในสองขั้นตอนคือ การสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน และการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์กันตลอดเวลา เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล และระดับสังคมของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรม ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ที่พัฒนาจากแบบจำลองเชิงบูรณาการของ กระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of Communication for Social Change) ของ Figueroa, Kincaid, Rani and Lewis (2002) พบว่าปัจจัยที่ส่งอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม คือ การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ส่วนตัวแปรที่ส่งอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล คือ ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา และการมีส่วนร่วม โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.511 0.217 ตามลำดับ สำหรับตัวแปรการมีส่วนร่วม ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยเร่งปฏิกิริยา เท่ากับ 0.423 ผลการวิจัยสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุดังกล่าว คือ การมีส่วนร่วมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่ำกว่าปัจจัยเร่งปฏิกิริยาเพราะเยาวชนมีส่วนร่วมในลักษณะ “กึ่งมีส่วนร่วม” (semi-participation) ในกระบวนการสื่อสาร เหตุเพราะแกนการสื่อสารในการรณรงค์ยังเป็นการสื่อสารแบบแพร่กระจายที่ให้น้ำหนักกับการถ่ายทอดความรู้ในทิศทางต่างๆ โดยมีเยาวชนรับบทบาทเป็นตัวแทนการสื่อสาร (communicative agent) ขององค์กรอุปถัมภ์ทุน อย่างไรก็ตาม ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าหลักสำคัญสามประการในแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คือ ความตั้งใจมุ่งมั่น การรู้เท่าทัน และการมีอำนาจในการตัดสินใจ

กานต์นระรัตน์ จรามร (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อลดพฤติกรรม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบ และศึกษาผลการใช้รูปแบบการ ดำเนินงานโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อลดพฤติกรรม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รูปแบบ การศึกษาเป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) แบ่ง ออกเป็น 3 ระยะได้แก่ ระยะที่ 1 ทบทวนเอกสารและศึกษาบริบทของชุมชน ระยะที่ 2 พัฒนารูปแบบการดำเนินงานโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อลดพฤติกรรม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และ ระยะที่ 3 ศึกษาผลการใช้รูปแบบ การดำเนินงานโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อลดพฤติกรรม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ผู้นำชุมชนและผู้เกี่ยวข้องจำนวน 30 คน โดยใช้ กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการมีส่วนร่วมแบบเสริมสร้างพลังอำนาจ เป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนารูปแบบ การดำเนินงานเพื่อลดพฤติกรรม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่าในขั้นตอนของการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อลด พฤติกรรม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมวิจัยซึ่งได้แก่กำนันผู้ใหญ่บ้าน

อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ครู บุคลากรสาธารณสุข แกนนำสุขภาพ ฯลฯ เข้าร่วมในกระบวนการพัฒนารูปแบบในระดับสูงสุดโดย กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 80 มีส่วนร่วมกิจกรรมทุกขั้นตอนของกระบวนการ ผลการใช้รูปแบบการดำเนินงานโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อลดพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า ชุมชนมีการกำหนดมาตรการทางสังคม ชุมชนและภาคีเครือข่ายมีความเข้มแข็ง ประชาชนในชุมชนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง โรงเรียน วัดและสถานที่ราชการเป็นเขตปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้านค้าในชุมชนส่วนใหญ่ไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประชาชนมีความรู้เรื่องโทษพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเกิดนวัตกรรมชุมชนเพื่อลดพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการดำเนินงานโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อลดพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถยกระดับศักยภาพของชุมชนในการแก้ไขปัญหาพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ครอบครัวและชุมชนเกิดความตระหนักถึงปัญหาสุขภาพและปัญหาพฤติกรรมที่เกิดจากพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลให้คนและชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลง เกิดความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

กฤษฎี โพธิ์ศรี และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สถานการณ์การบริโภคและนโยบายการป้องกันเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในจังหวัดมหาสารคาม 2) นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15-65 ปีขึ้นไป ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 396 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสัมภาษณ์สถานการณ์การบริโภคและนโยบายการป้องกันเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ สถิติที่ใช้คือสถิติเชิงพรรณนา ผลจากการวิจัย พบว่า 1) สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เพศชายมีความชุกของการดื่มสูงกว่าเพศหญิง เป็นนัก ดื่มประจํา ร้อยละ 15.56 ดื่มครั้งคราว ร้อยละ 72.44 ดื่มแบบเสียร้อยละ 23.83 ดื่มแบบอันตรายร้อยละ 2.07 และดื่ม แบบติดร้อยละ 3.11 ดื่มแล้วขับ ร้อยละ 43.36 โอกาสการดื่มสุรามากที่สุด คือ งานปีใหม่ร้อยละ 46.21 รองลงมา งาน สงกรานต์ร้อยละ 43.94 และดื่มน้อยที่สุดคือบุญประเพณีประมาณร้อยละ 8.33 2) สถานการณ์ไม่ปฏิบัติตามนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เคยดื่มในวัดร้อยละ 5.56 และใน สถานศึกษาร้อยละ 5.30 เคยเห็นการขายในสถานที่ห้ามขาย ร้อยละ 21.45 เห็นการขายในช่วงเวลาที่ห้ามขายในช่วงเวลา 14.01-16.59 น. ร้อยละ 83.54 และในช่วงหลังเที่ยงคืน 24.01-10.59 น. ร้อยละ 21.21 เห็นการขายให้กับ เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 37.88 และเคยพบเห็นการขายให้กลุ่มผู้ที่มีอาการมึนเมา ร้อยละ 60 เคยเข้าร่วมงานศพ ปลอดเหล้า ร้อยละ 41.16 เคยเข้าร่วมงานบวชปลอดเหล้า ร้อยละ 38.13 เคยเข้าร่วมงานแต่งปลอดเหล้า ร้อยละ 23.99 3) การสนับสนุนการดำเนินงานมาตรการควบคุมแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด พบว่า เห็นตัวอย่างมากกับการจัดงาน บุญประเพณีปลอดเหล้า

ร้อยละ 77.53 เห็นด้วยอย่างมากกับการจัดงานเทศกาลปลอดเหล้า ร้อยละ 73.74 เห็นด้วย อย่างมากกับ การมีชุมชนต้นแบบ ร้อยละ 83.03 เห็นด้วยอย่างมากกับการมีบุคคลต้นแบบ ร้อยละ 79.04 ผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่าสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดมหาสารคาม มีแนวโน้มที่ สูงขึ้นและในส่วนของนโยบายการบังคับใช้กฎหมายยังไม่มี ความเข้มงวดเท่าที่ควร อีกทั้งมี นักดื่มหน้าใหม่เพิ่มมากขึ้น