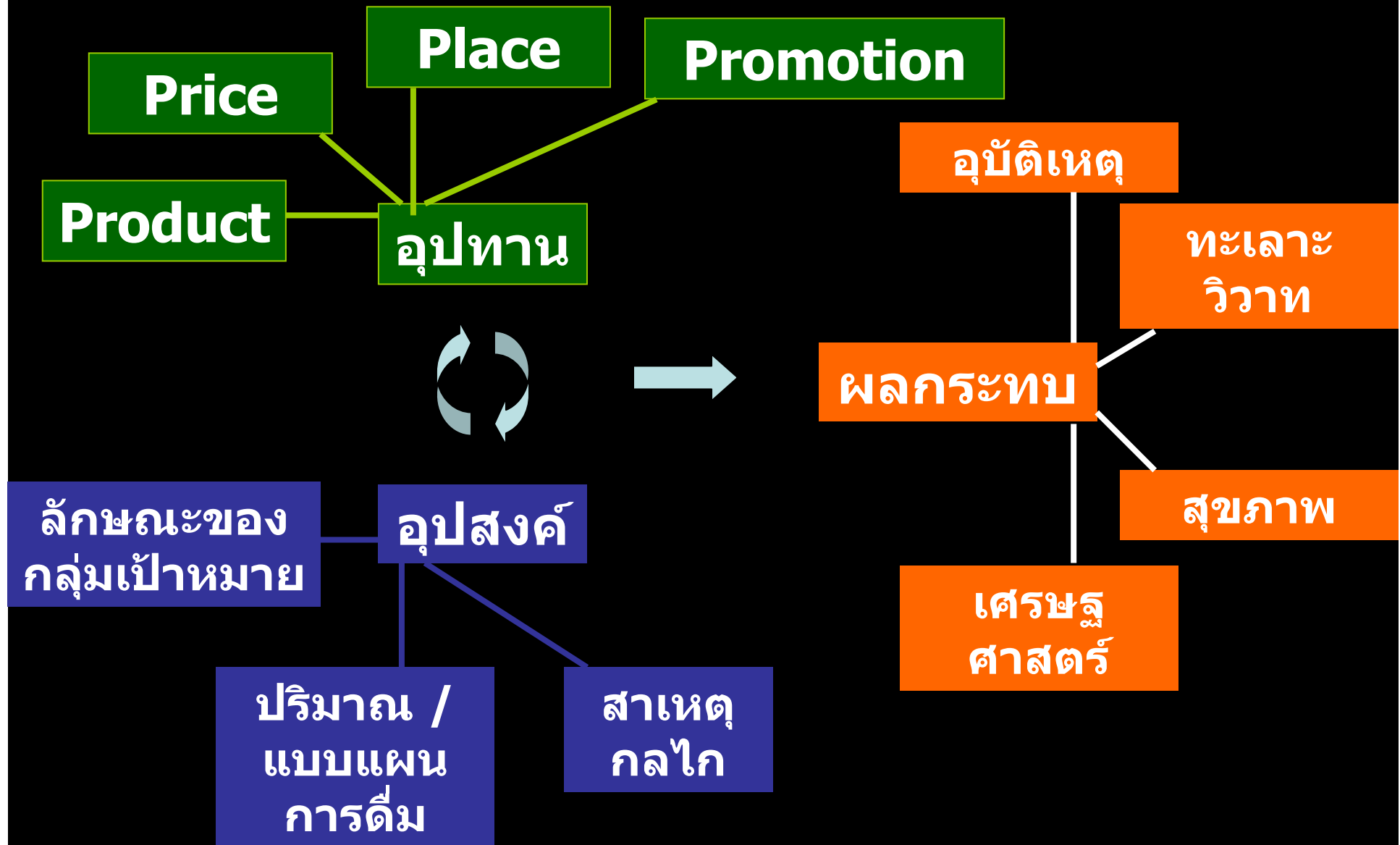


ผลกระทบและเหตุผลความจำเป็นของ
พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ

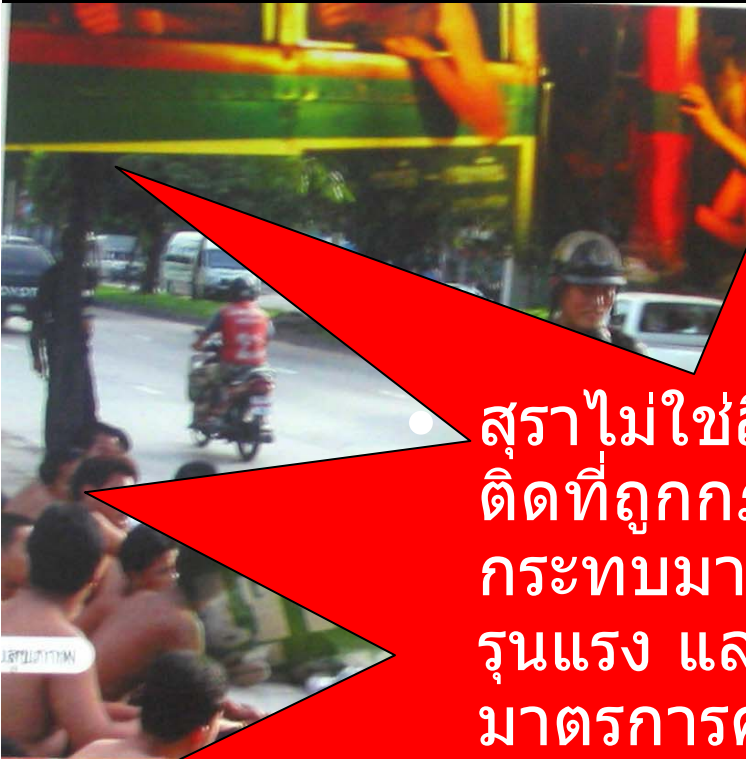
น.พ.บัณฑิต ศรีไพศาล
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
นำเสนอในการประชุมวิชาการสุราระดับชาติ ครั้งที่ 2
13 ธ.ค. 2549

กรอบแนวคิดอุปสงค์ อุปทาน และผลกระทบ ของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



สุราเป็นสินค้าถูกกฎหมาย มีความชอบธรรมในการขายและโฆษณา?

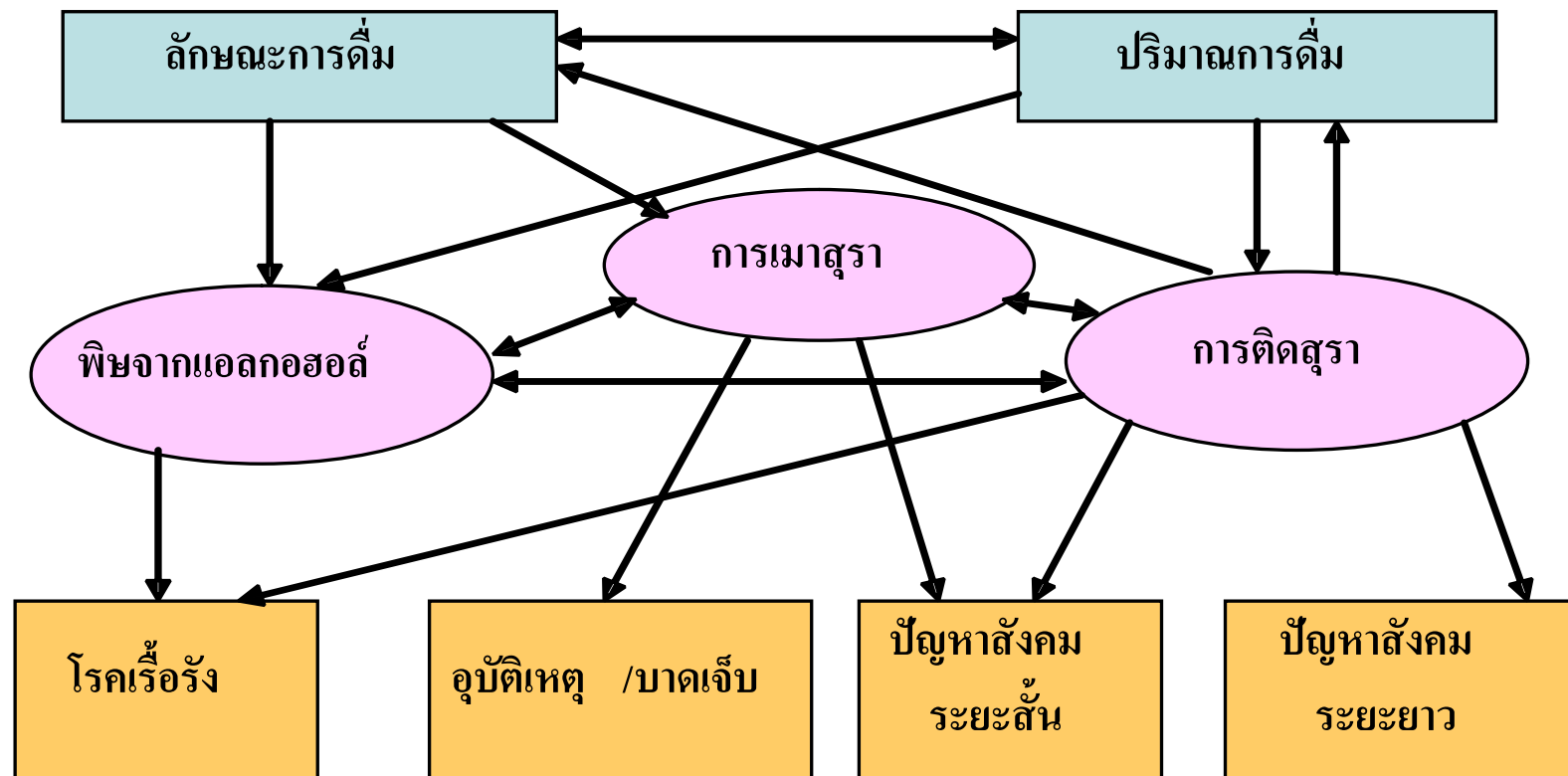
- สุราไม่ใช่สินค้าธรรมดา เป็นสารเสพติดที่ถูกกฎหมาย ทำให้เกิดผลกระทบมากมาย ทั้งอุบัติเหตุ ความรุนแรง และปัญหาสุขภาพ, จึงควรมีมาตรการควบคุมพิเศษ



ตั้งเเย่
ไ้บั้งจากงานเลี้ยง
เสย'มึรา'ไฟลุกท่วม



ความสัมพันธ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลต่อผู้บริโภคโดยตรงและผลกระทบที่เกิดขึ้น



Babor T, Caetano R, Casswell S, et al. 2003

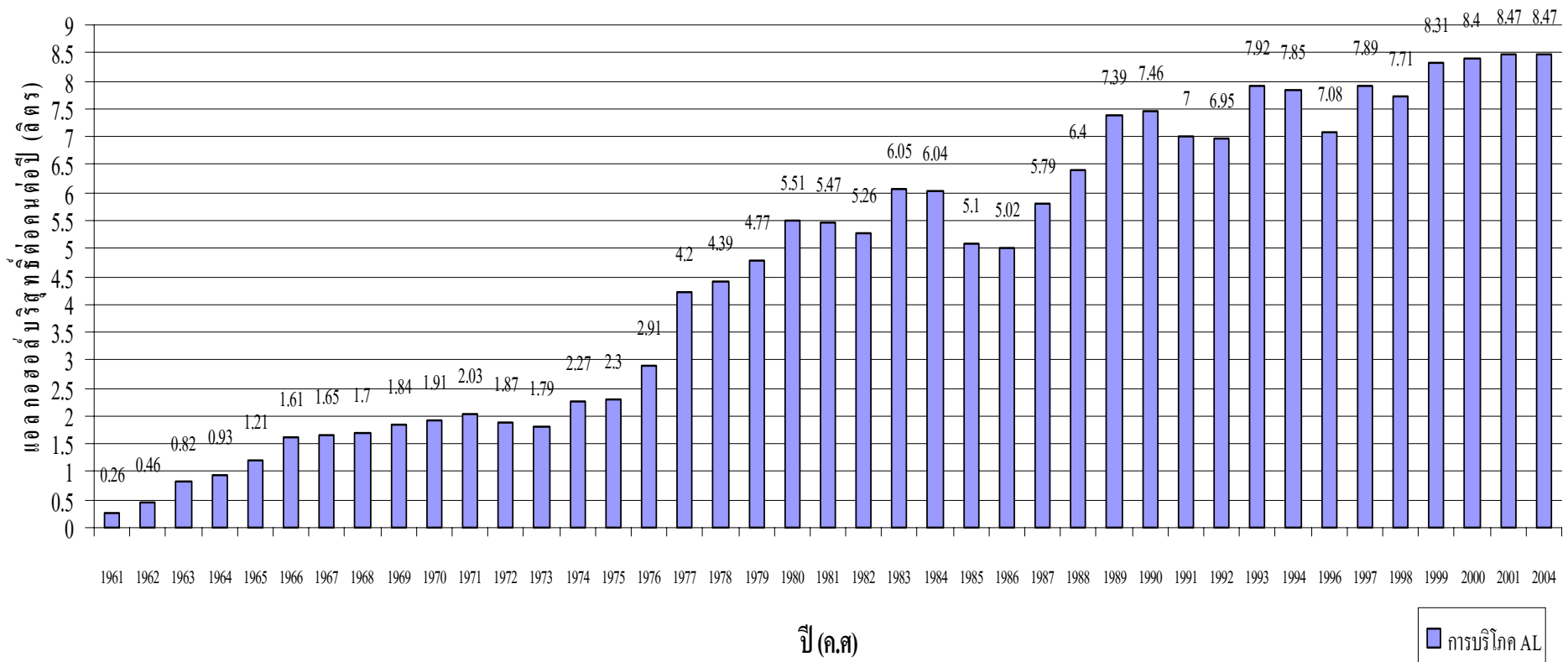
Thailand Alc. Consumption per Capita Year 1961 – 2004 (พ.ศ. 2404 – 2547)

**0.26 lpa/capita
in 1961**

33 times in 43 years

**8.47 lpa/capita
in 2004**

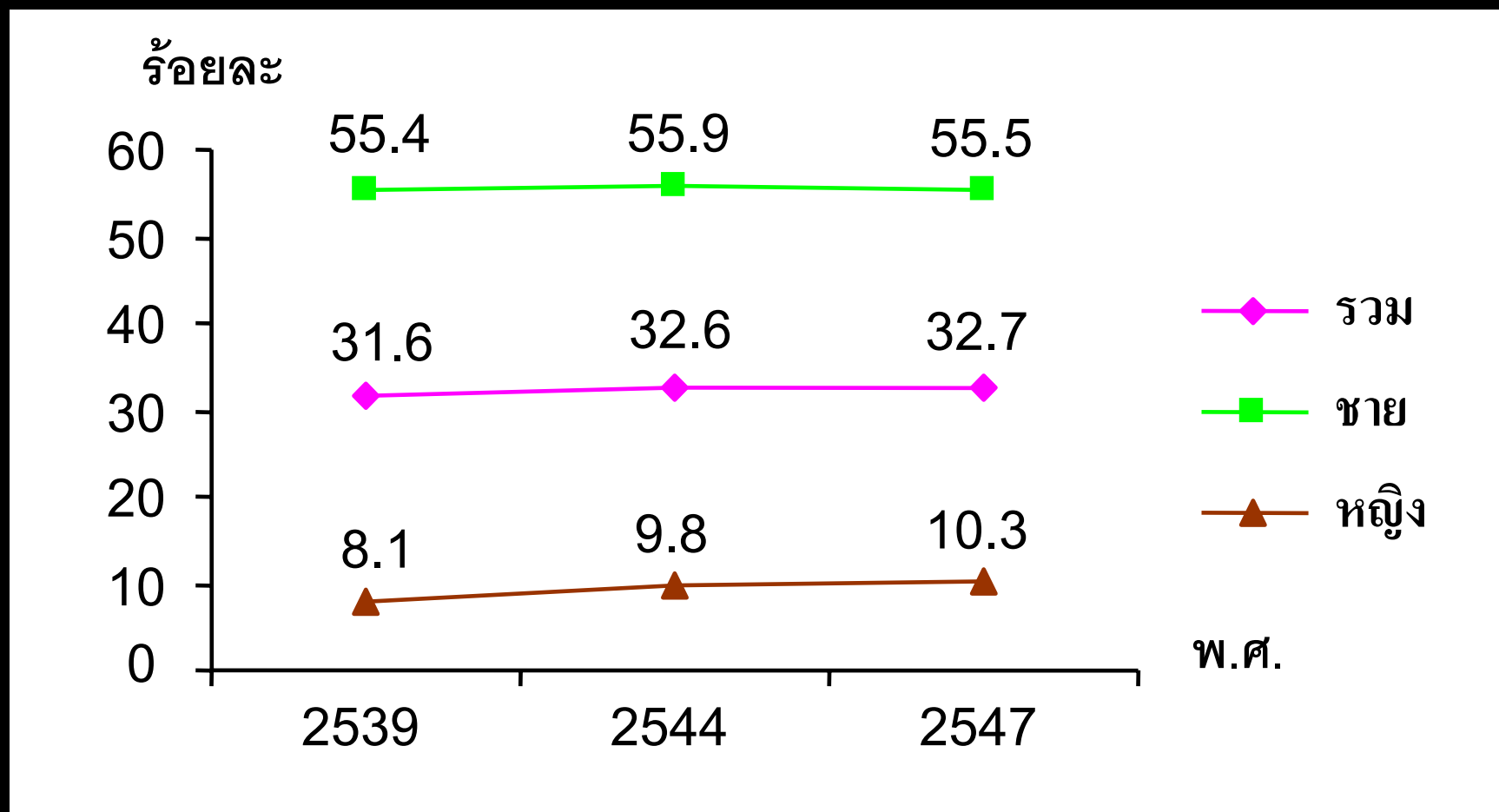
การบริโภคแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 1961 - 2004



Thailand World Rank and Amount of Consumption

Year	Total		Beer		Wine		Spirit	
	<u>Rank</u>	Lpa/ cap.	<u>Rank</u>	Lpa/ cap.	<u>Rank</u>	Lpa/ cap.	<u>Rank</u>	Lpa/ cap.
2001	<u>40</u>	8.47	<u>85</u>	1.31	<u>124</u>	0.04	<u>5</u>	7.13
2000	<u>43</u>	8.40	<u>92</u>	1.25	<u>132</u>	0.03	<u>6</u>	7.12
1999	<u>44</u>	8.31	<u>102</u>	1.13	<u>138</u>	0.03	<u>6</u>	7.16
1998	<u>50</u>	7.71	<u>102</u>	1.09	<u>146</u>	0.01	<u>9</u>	6.61

แผนภูมิ 1 ร้อยละของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปที่ดื่มสุรา หรือเครื่องดื่มมีนเมา พ.ศ. 2539 2544 และ 2547



- ที่มา : 1. การสำรวจอนามัยและสวัสดิการ พ.ศ. 2539 และ พ.ศ. 2544
2. การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547

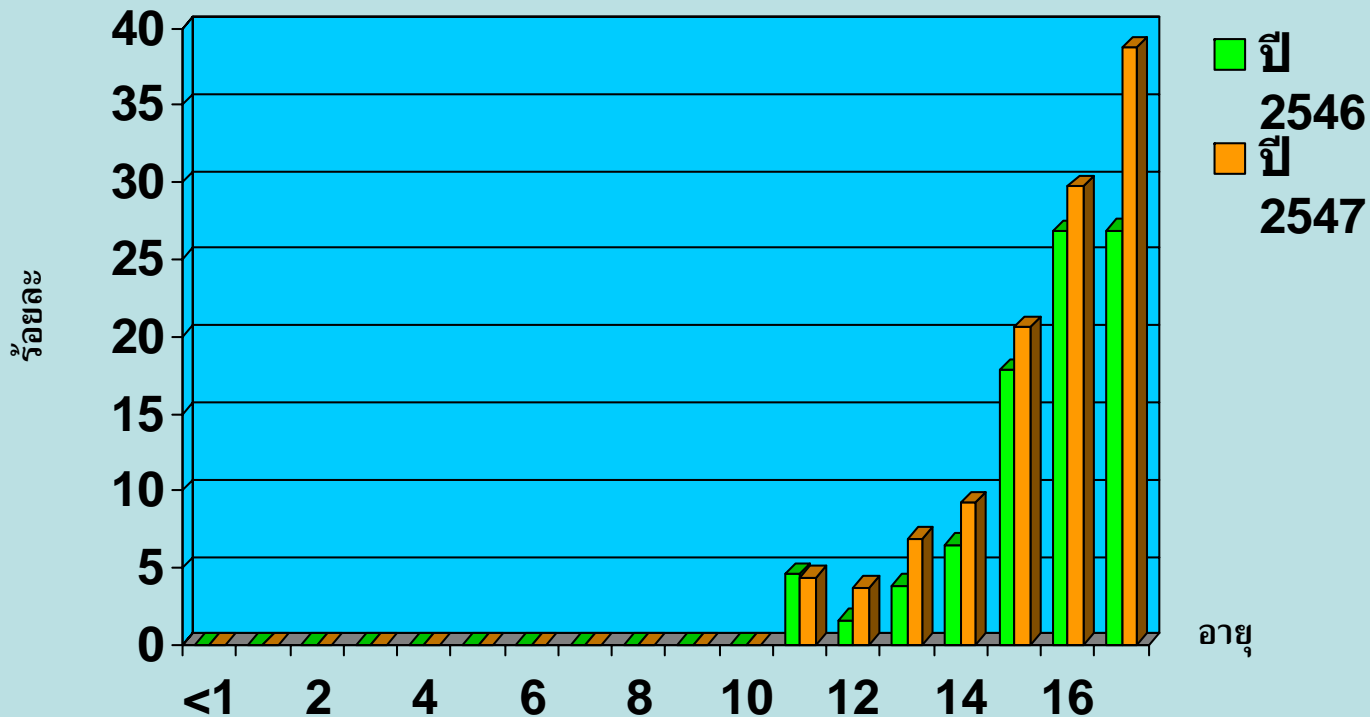
**ตาราง 1 อัตราร้อยละของผู้ดื่มสุราหรือเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ อายุ 15 ปีขึ้นไป
จำแนกตามหมวดอายุ พ.ศ. 2539 2544 และ 2547**

หมวดอายุ (ปี)	อัตราร้อยละของผู้ที่ดื่มสุรา		
	2539	2544	2547
รวม	31.6 (13,426.3)	32.6 (15,287.8)	32.7 (16,161.9)
15-24	21.1	21.6	23.5
25-59	38.1	39.3	38.7
60 ⁺	20.4	20.0	19.3
อายุเฉลี่ยเมื่อเริ่มดื่ม	20.5	20.2	20.4

ที่มา : การสำรวจอนามัยและสวัสดิการ พ.ศ. 2539 และ พ.ศ. 2544

การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547

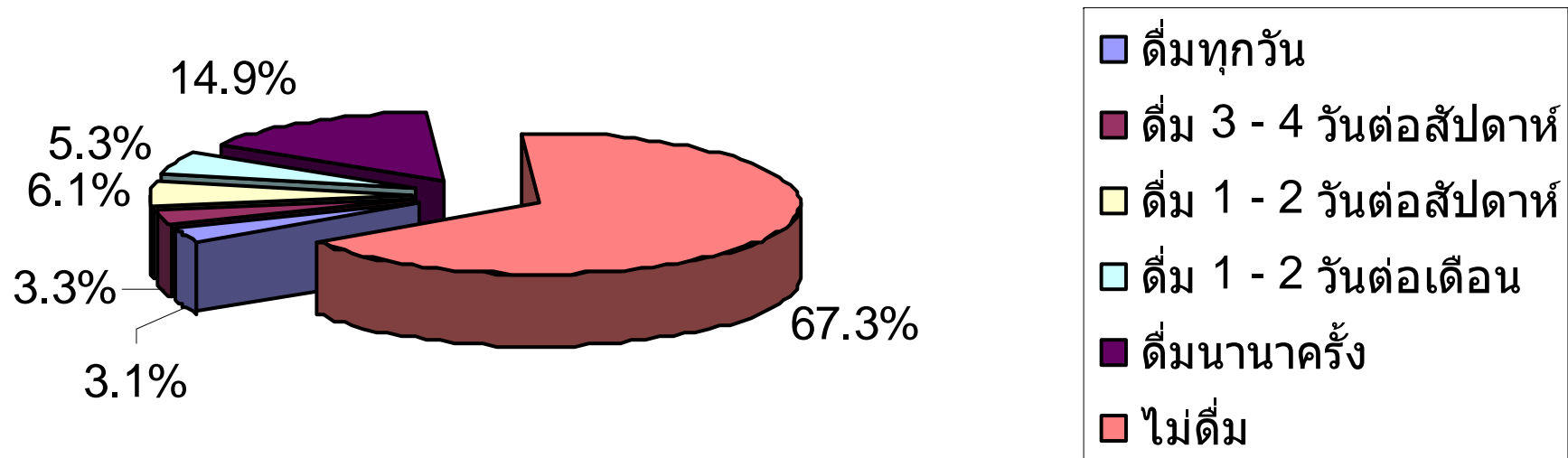
เปรียบเทียบร้อยละการดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ที่ บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ ปี พ.ศ. 2546-2547



แหล่งข้อมูล : 26 โรงพยาบาลเครือข่ายเฝ้าระวังการบาดเจ็บ สำหรับระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค (ศิริวรรณ สันติเจียรกุล)

รวบรวมและจัดทำโดย : กลุ่มป้องกันการบาดเจ็บ สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค

สัดส่วนของผู้ดื่มและไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แยกตามพฤติกรรมการดื่ม



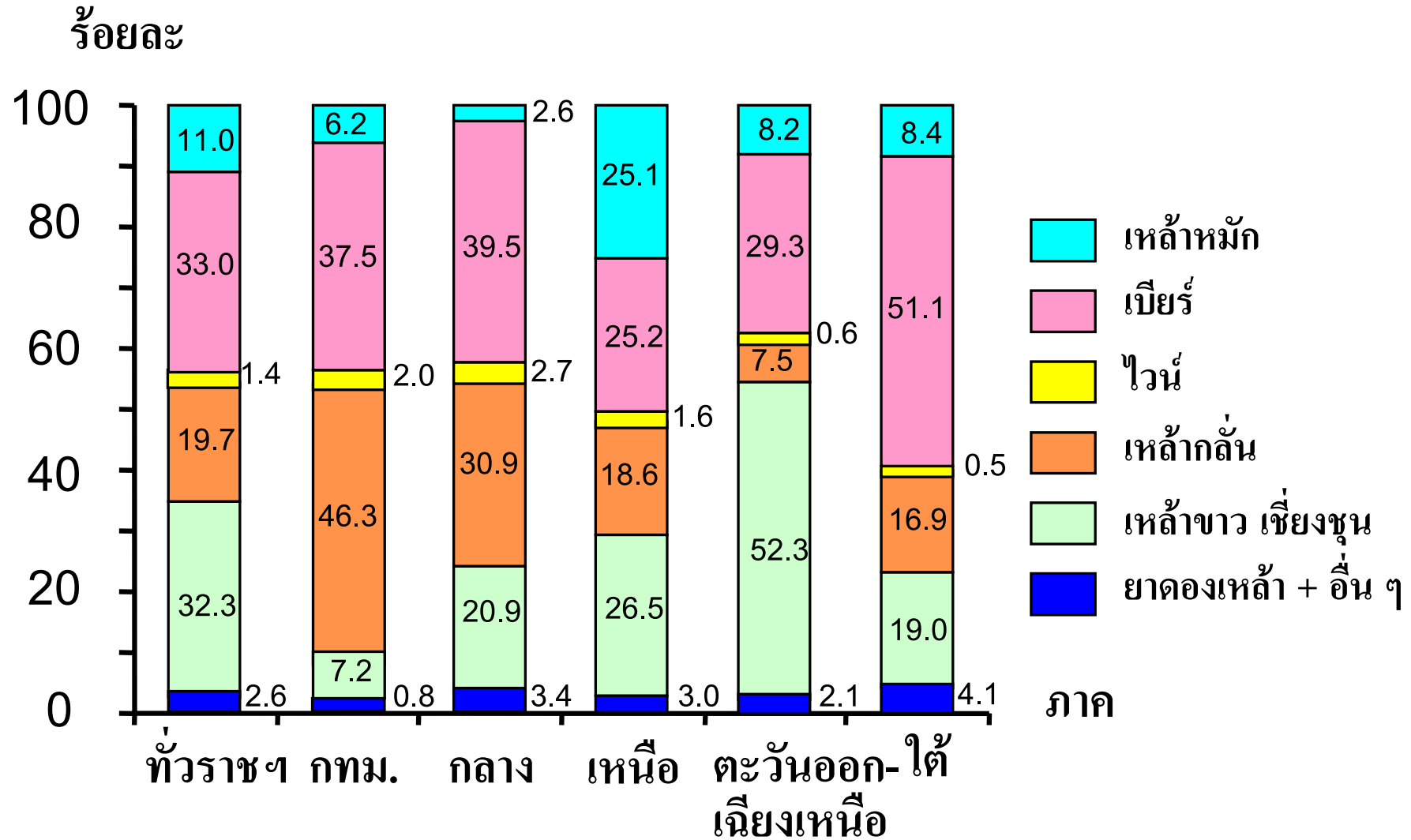
ที่มา : การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547

ความชุกของผู้ดื่ม

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2544		2546	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยดื่มในชีวิต	32,945,300	73.8	26,566,000	58.5
ดื่มใน 1 ปี	26,893,100	60.2	21,083,200	46.4
ดื่มใน 30 วัน	18,589,700	41.6	15,786,500	34.8
ดื่ม > 20 วันใน 30 วัน	1,566,500	3.5	1,873,800	4.1
ประชากรรวมทั้งประเทศ (อายุ 12 – 65 ปี)	44,664,664	100.0	45,419,107	100.0

ที่มา : การสำรวจเพื่อประมาณการผู้ติดสารเสพติดและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
คณะกรรมการบริหารเครือข่ายวิชาการสารเสพติด พ.ศ. 2544, 2546

แผนภูมิ 3 ร้อยละของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปที่ดื่มสุรา จำแนกตามประเภทสุราหรือ เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ที่ดื่มมากที่สุด และภาค พ.ศ. 2547



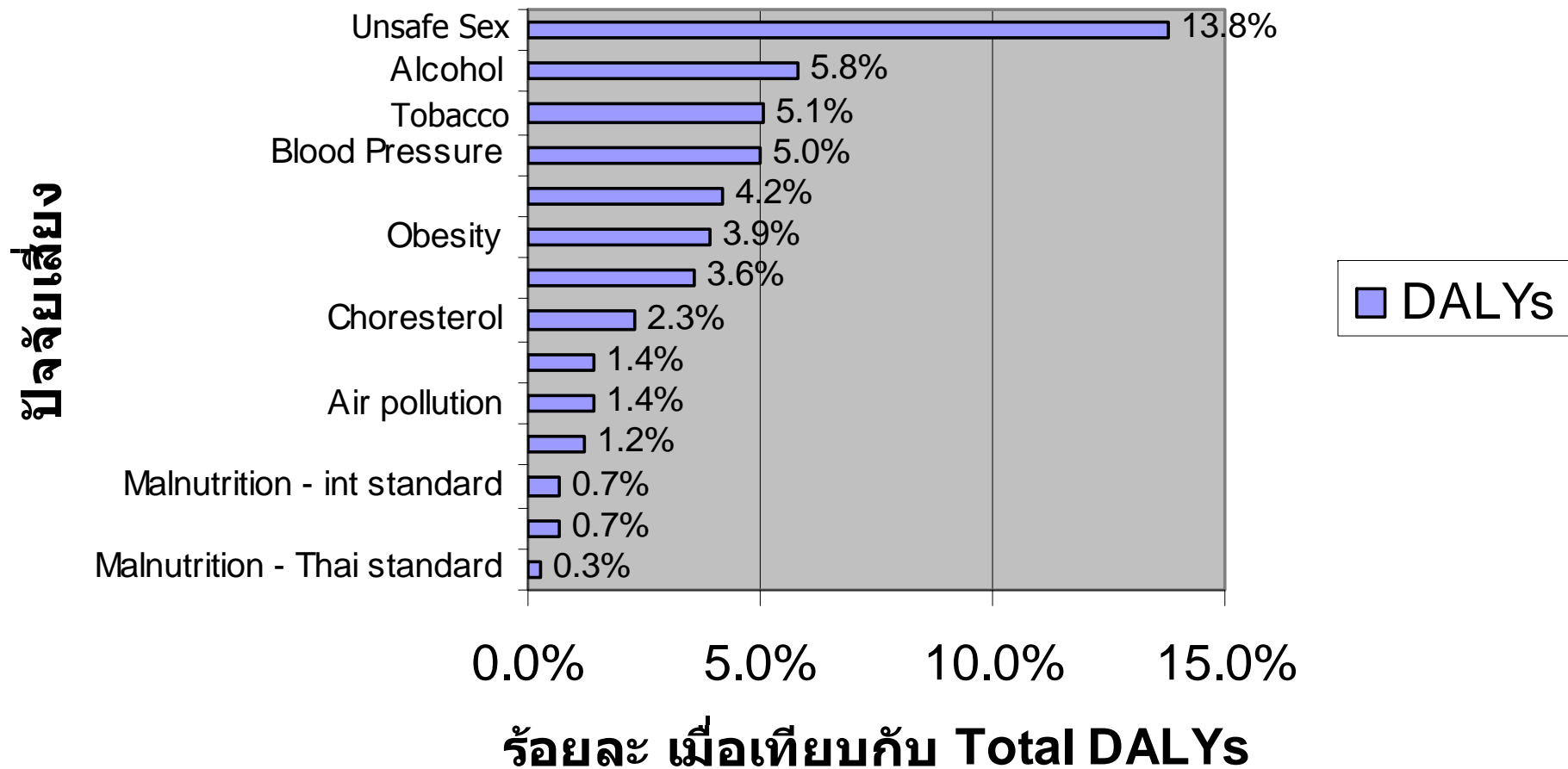
ที่มา : การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547

ผลกระทบ

Alcohol in the Comparative Risk Analysis for 2000 in emerging and established economies (% total DALYS)

Developing countries				Developed countries	
High mortality	Low mortality				
Underweight	14.9%	Alcohol	6.2 %	Tobacco	12.2 %
Unsafe sex	10.2 %	Blood pressure	5.0 %	Blood pressure	10.9 %
Unsafe water & sanitation	5.5 %	Tobacco	4.0 %	Alcohol	9.2 %
Indoor smoke (solid fuels)	3.6 %	Underweight	3.1 %	Cholesterol	7.6 %
Zinc deficiency	3.2 %	Body mass index	2.7 %	Body mass index	7.4 %
Iron deficiency	3.1 %	Cholesterol	2.1 %	Low fruit & vegetable intake	3.9 %
Vitamin A deficiency	3.0 %	Low fruit & vegetable intake	1.9 %	Physical inactivity	3.3 %
Blood pressure	2.5 %	Indoor smoke from solid fuels	1.9 %	Illicit drugs	1.8 %
Tobacco	2.0 %	Iron deficiency	1.8 %	Unsafe sex	0.8 %
Cholesterol	1.9 %	Unsafe water & sanitation	1.8 %	Iron deficiency	0.7 %

ร้อยละของภาระโรคที่เกิดจาก ปัจจัยเสี่ยงที่ศึกษา



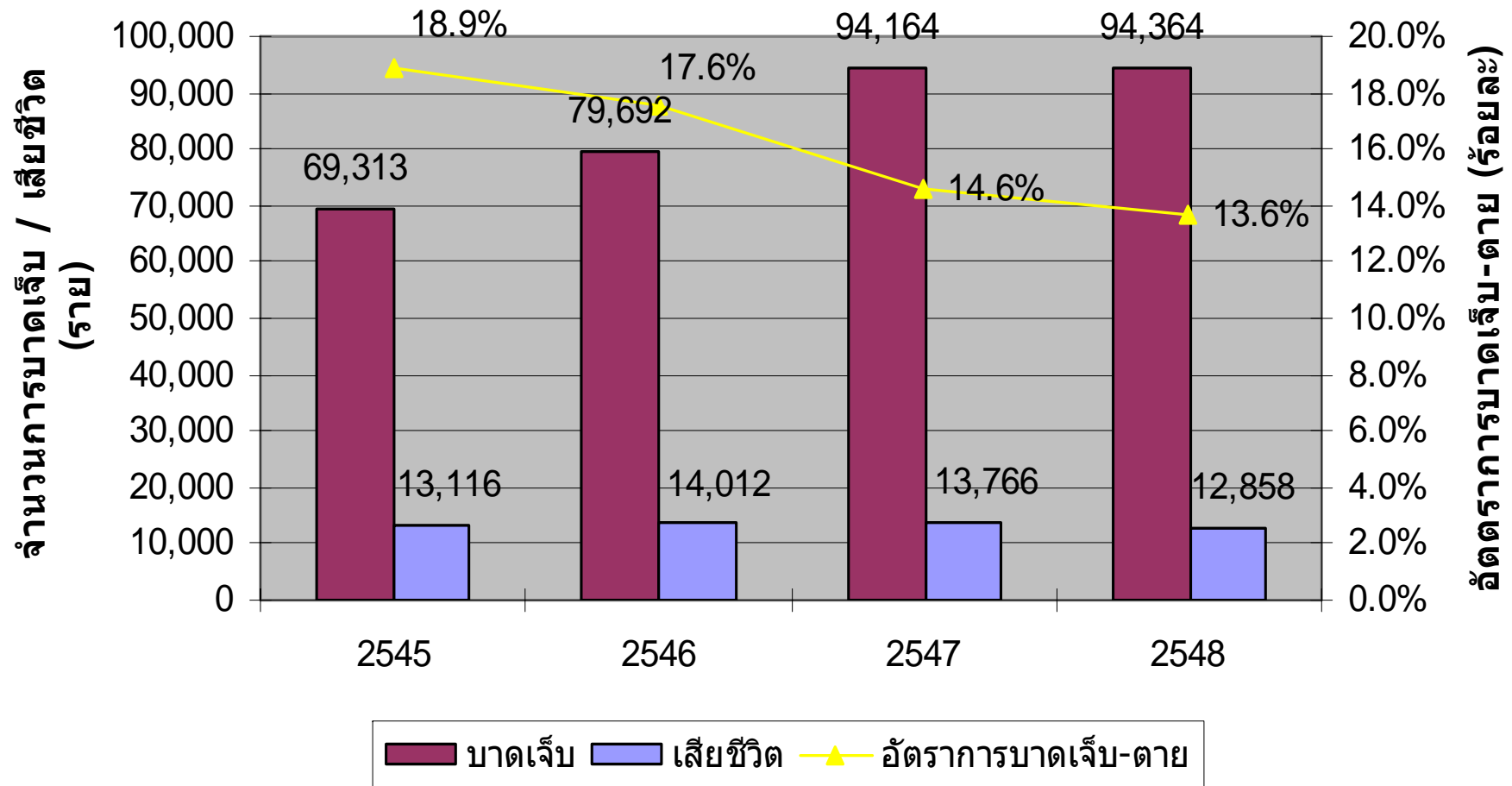
ที่มา : สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2547

อัตราการย่อยละผู้ที่รายงานการเกิดปัญหาจากการดื่ม จำแนกตามเพศ และพฤติกรรมการดื่ม

	ชาย			หญิง		
	หยุดดื่ม	ครั้ง คราว	ประจำ	หยุดดื่ม	ครั้ง คราว	ประจำ
ทะเลาะ วิวาท	7.9	20.4	45.6	2.4	10.6	33.2
ปัญหา สุขภาพ	9.7	13.9	32.9	2.2	8.1	19.7
อุบัติเหตุ	4.0	12.9	30.1	0.6	1.2	4.8

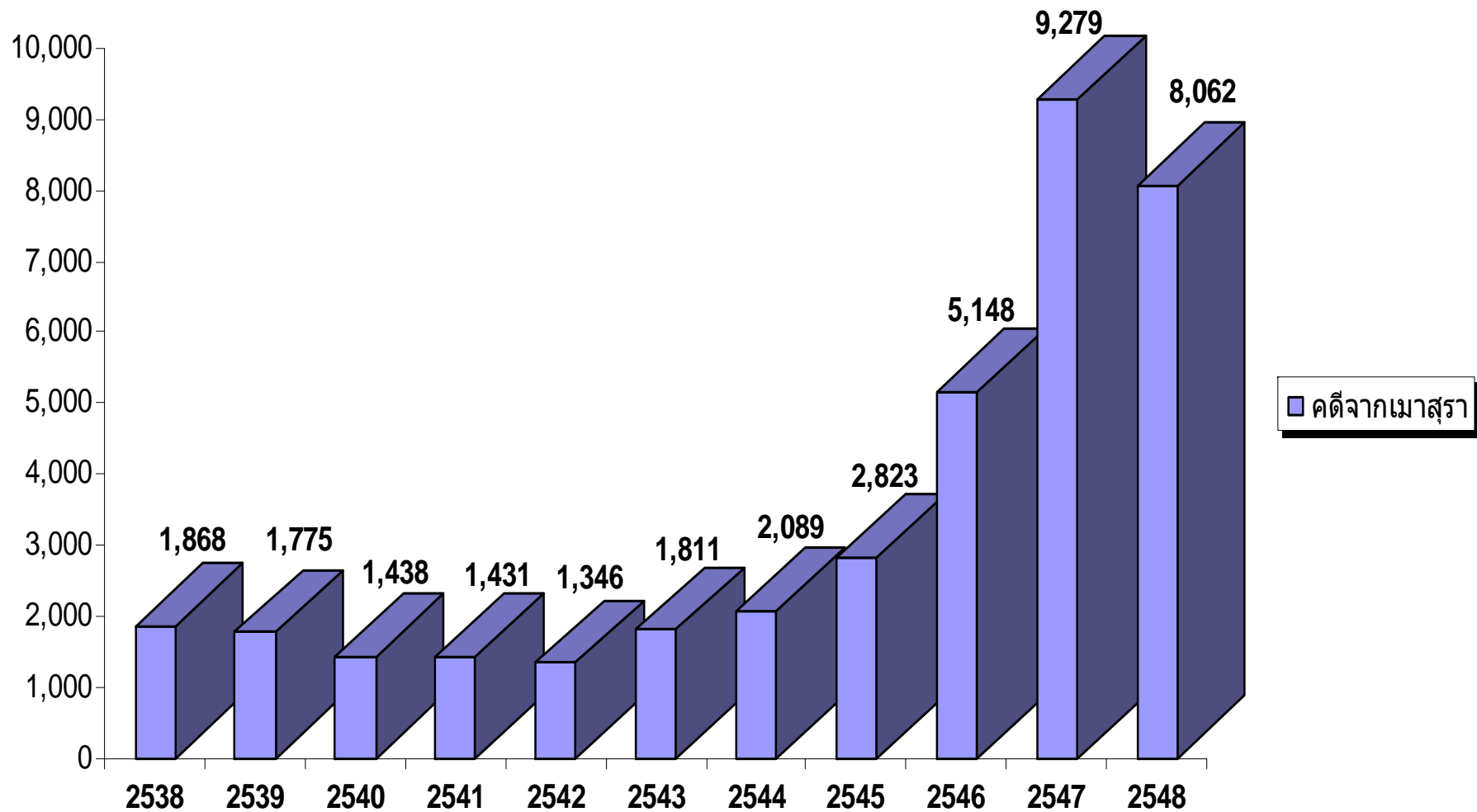
ที่มา : สุราในสังคมไทย พ.ศ. 2544

สถิติการบาดเจ็บ / เสียชีวิต / อัตราการบาดเจ็บ-ตาย
จากอุบัติเหตุจราจรทางบก ช่วงปี 2545 - 2548



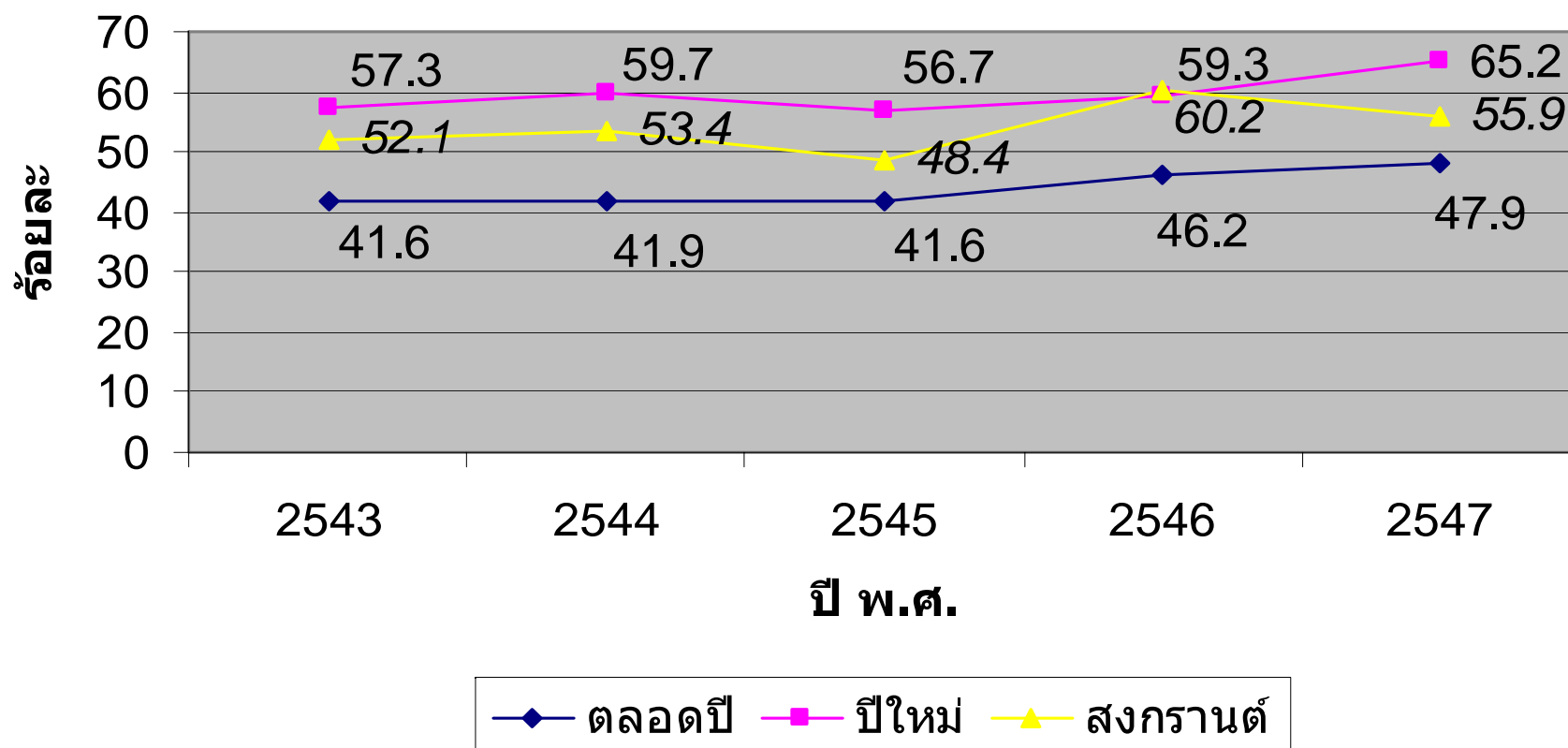
ที่มา : สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

สถิติคดีอุบัติเหตุจราจรทางบกที่เกิดจากการเมาสุรา



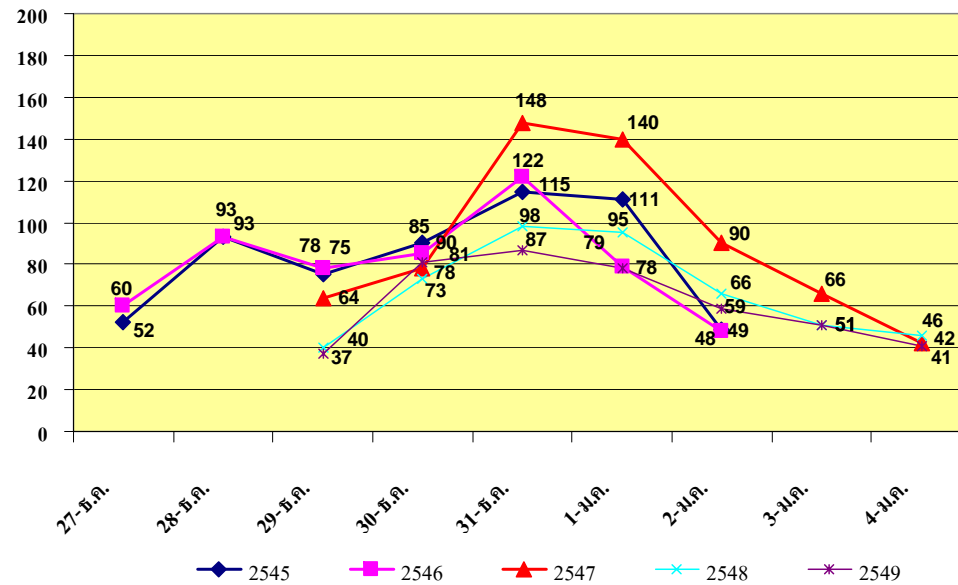
ที่มา : ศูนย์ข้อมูลข้อสนเทศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

สัดส่วนของผู้บาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุขนส่งที่ ดื่มสุราก่อนขับขีพาทหาระ เปรียบเทียบตลอดปี ปีใหม่ และสงกรานต์

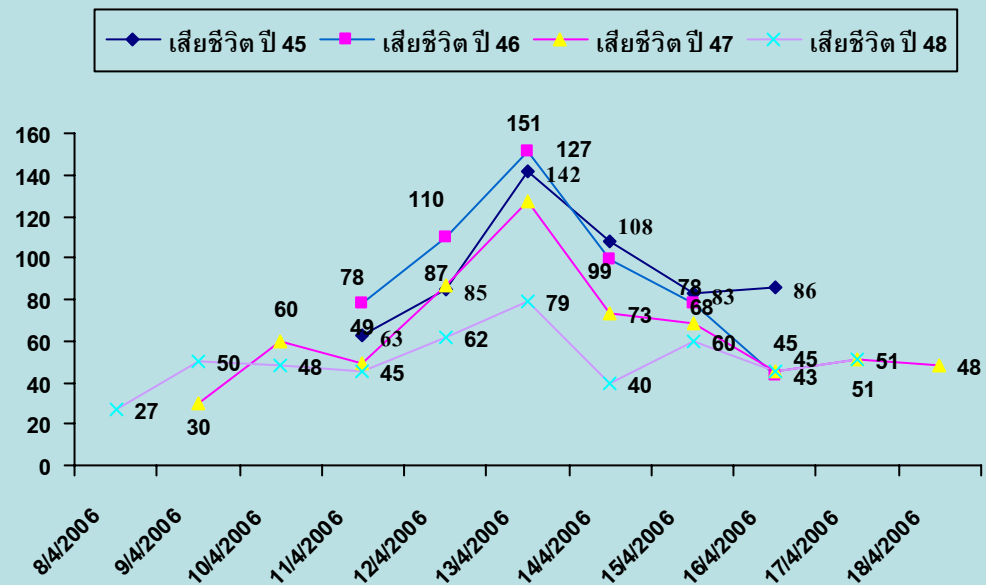


จำนวนการตาย จากอุบัติเหตุ จราจรทางบก

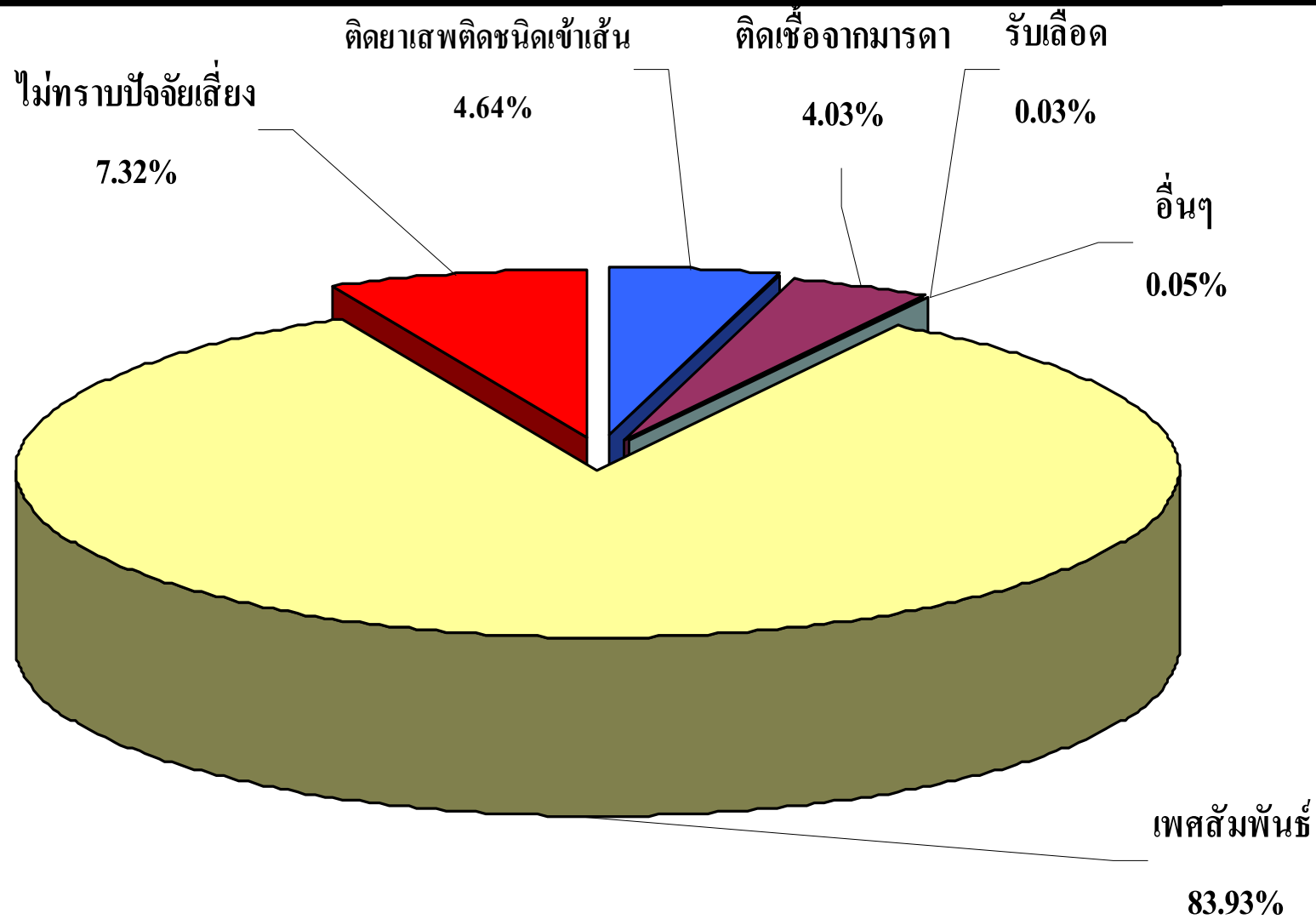
ปีใหม่



สงกรานต์

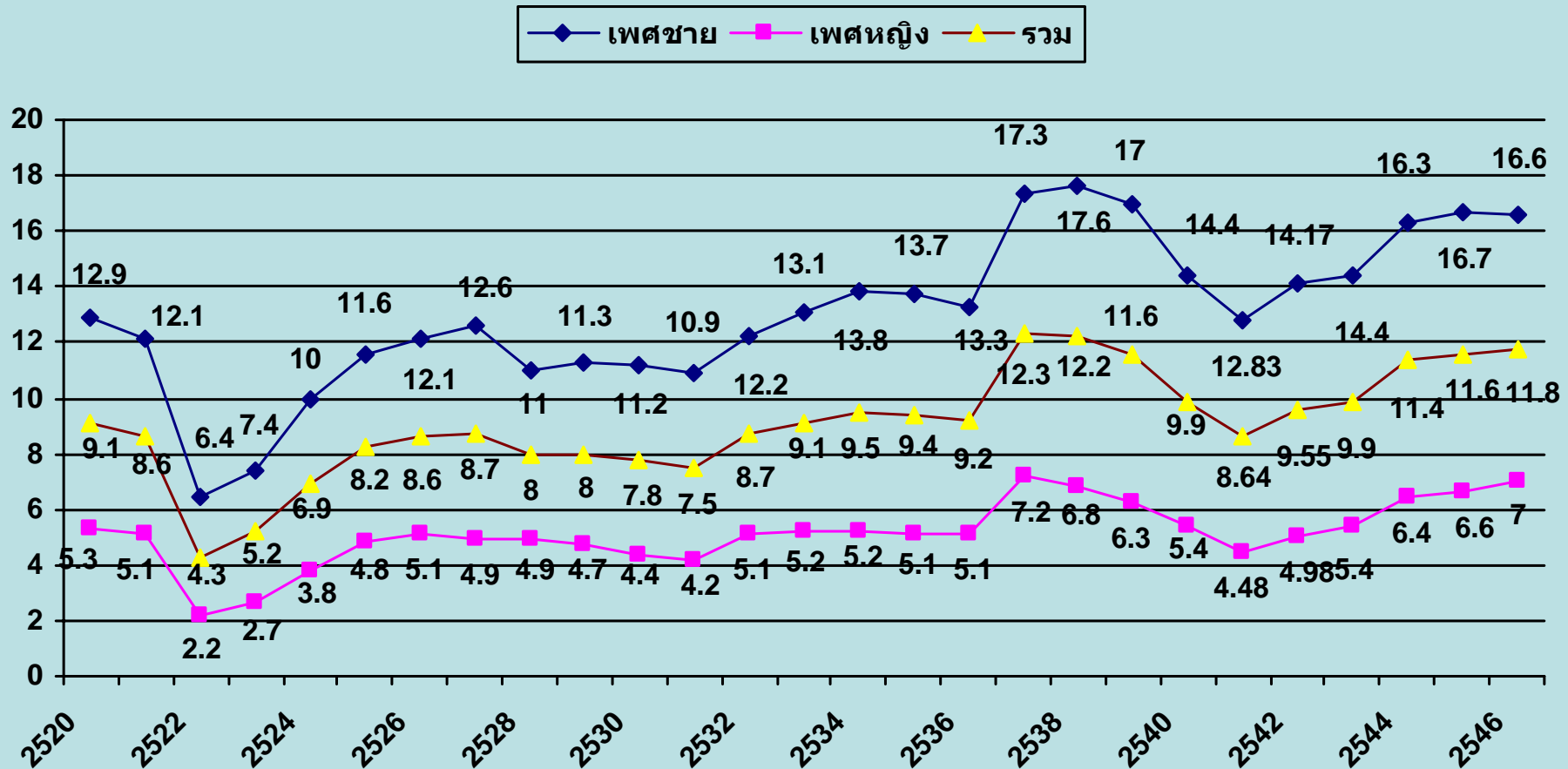


ร้อยละผู้ป่วยเอดส์จำแนกตามปัจจัยเสี่ยง ประเทศไทย พ.ศ. 2527 – 30 กันยายน 2549



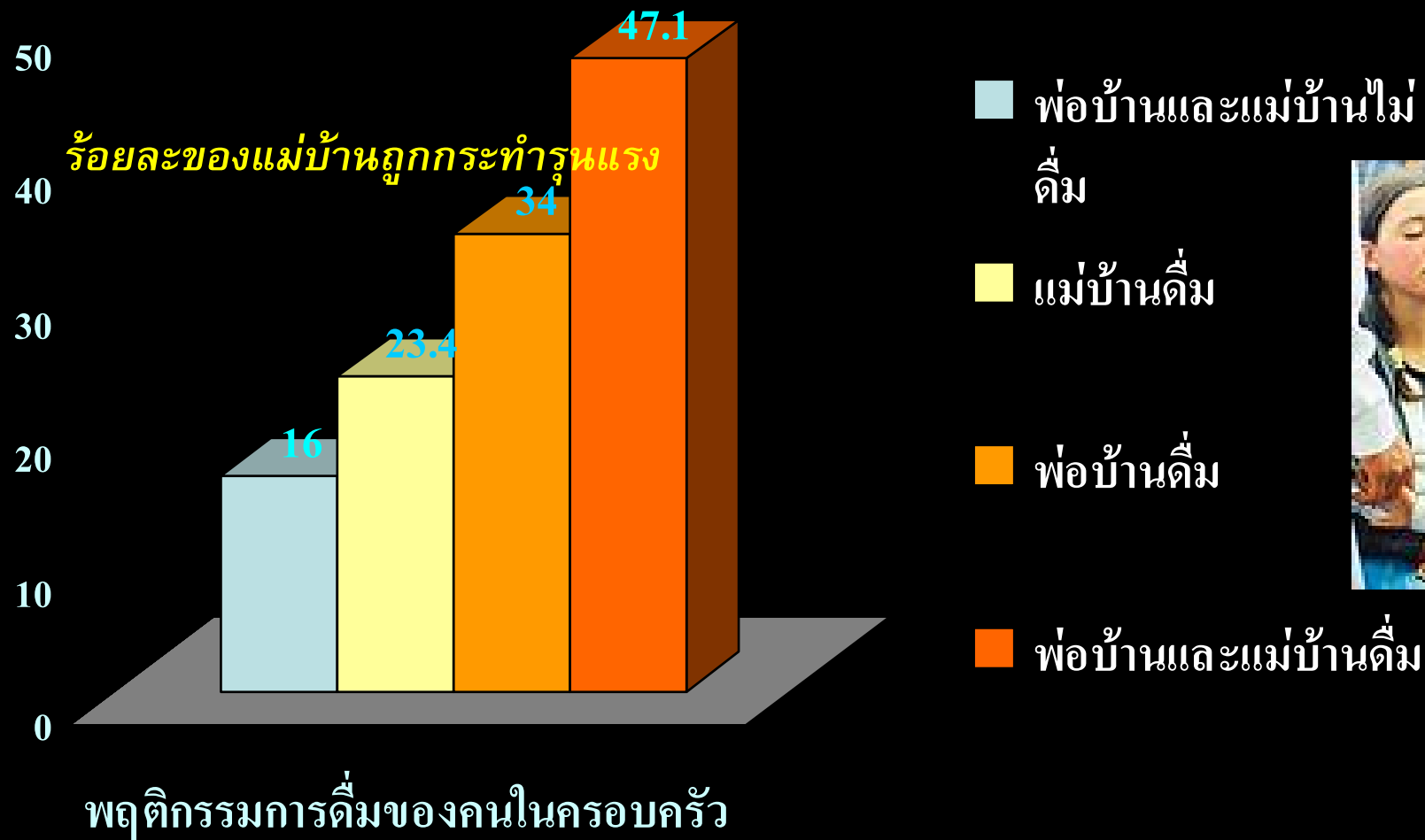
ที่มา : ศูนย์ข้อมูลทางระบาดวิทยา สำนักกระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค

อัตราการตายจากโรคตับและตับแข็งเรื้อรัง (อัตราการตายต่อประชากร 100,000 คน) ของประเทศไทย พ.ศ. 2520 - พ.ศ.2546



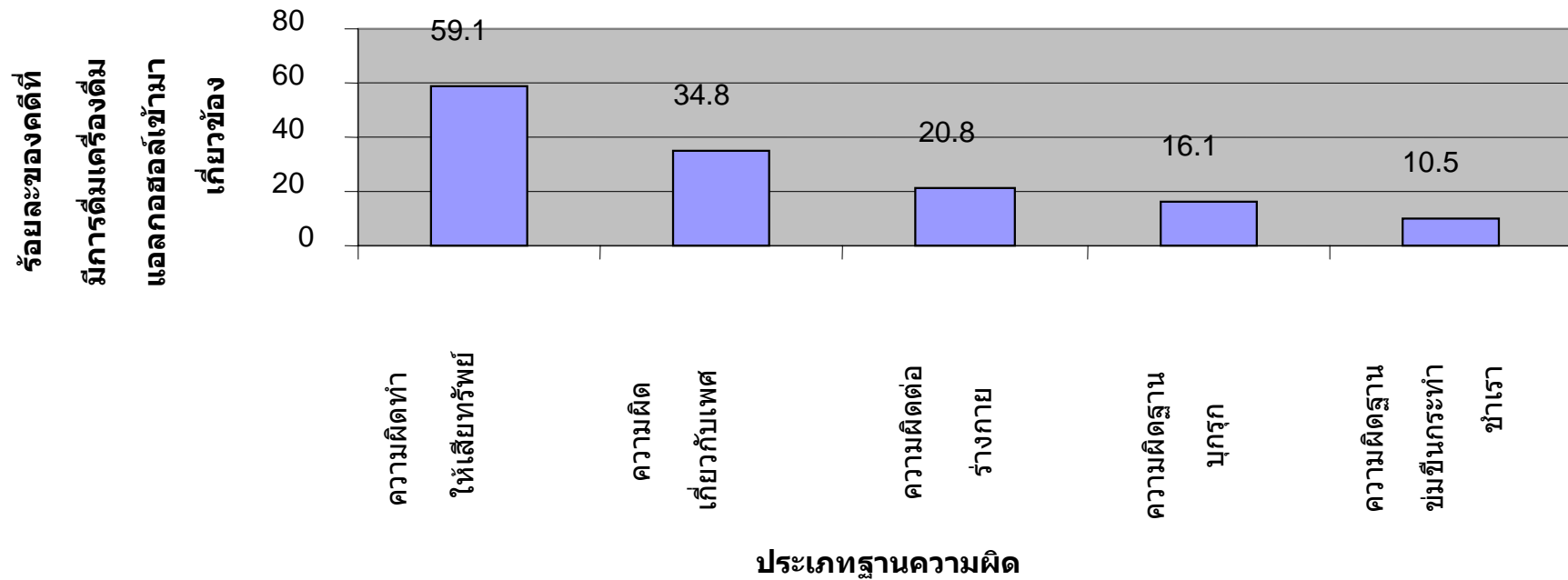
ที่มา : สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข

ปัญหาความรุนแรงในครอบครัวที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์

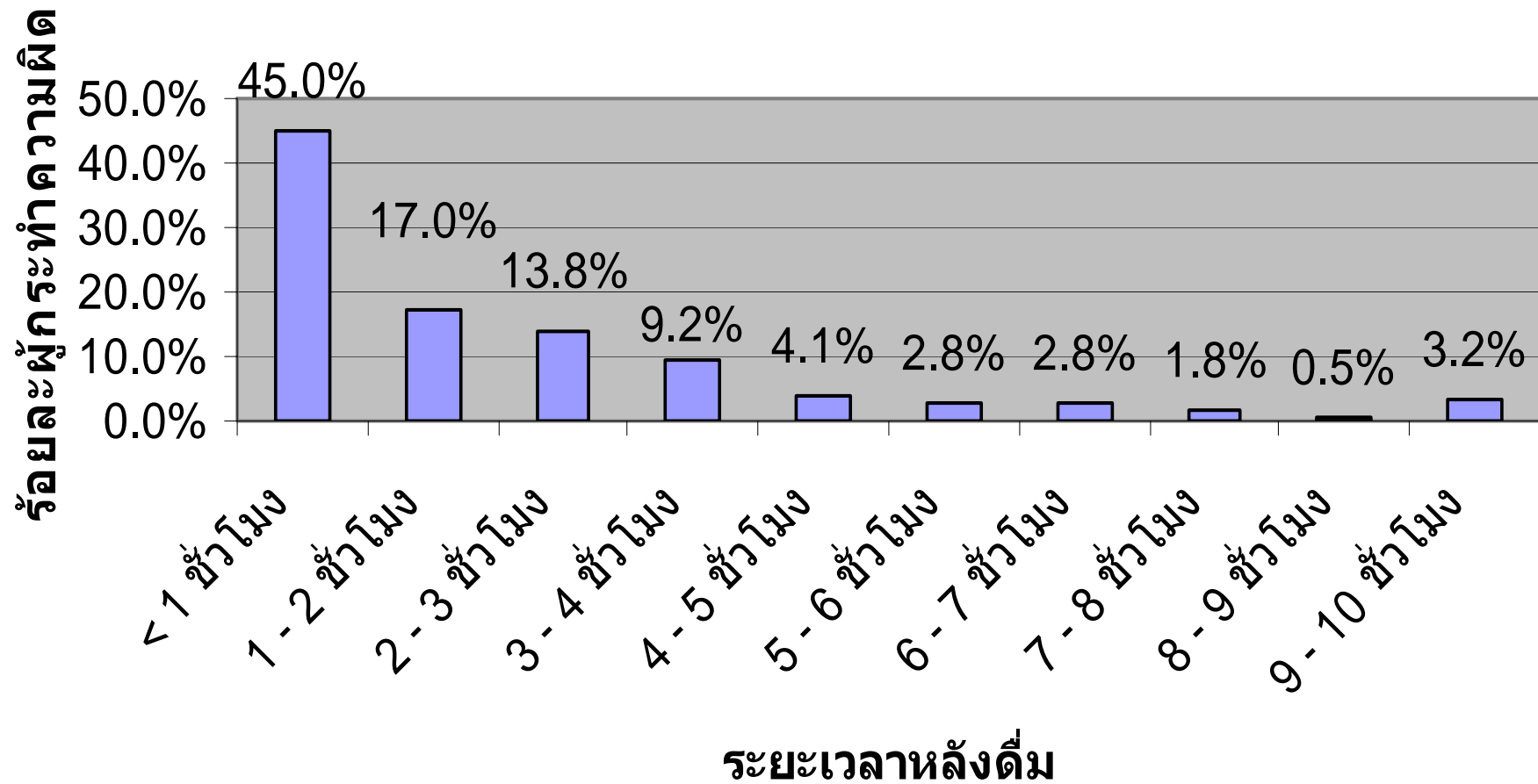


* ผลวิจัยเอแบคโพลล์ : ผลสำรวจความรุนแรงในครอบครัว ก.ค.ปี 2547

ความชุกของคดีที่มีการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ เข้ามาเกี่ยวข้อง จำแนกตามประเภทฐานความผิด



ร้อยละของการกระทำความผิดหลังดื่มฯ จำแนก ตามระยะเวลาหลังดื่ม



ที่มา : ผลการศึกษาวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุรา เบียร์ และสารเสพติดของเยาวชน,
กรมพินิจคุ้มครองเด็กและเยาวชน

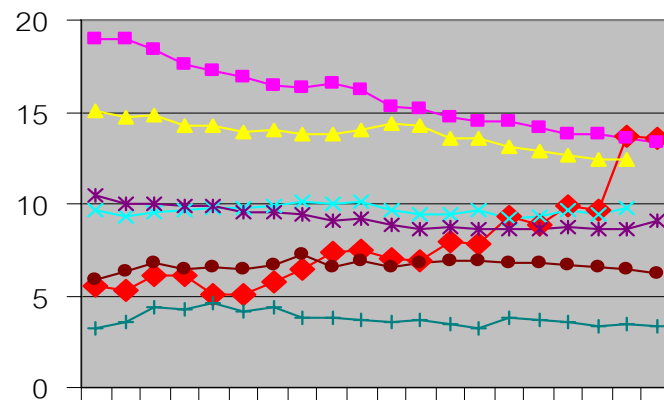
**ตารางแสดงรายได้ รายจ่ายเพื่อการเติมเครื่องเติมแอลกอฮอล์ และ สัดส่วนการใช้
จ่ายฟุ่มเฟือยไปกับการเติมเครื่องเติมแอลกอฮอล์
จำแนกตามแบบแผนการเติม**

แบบแผนการเติม	รายจ่ายเพื่อการเติมเครื่องเติมแอลกอฮอล์* (บาท/เดือน)	สัดส่วนการใช้จ่ายเกินตัวไปกับการเติมฯ* (สัดส่วนรายจ่ายฯ/รายได้) (ร้อยละ)	จำนวน เท่าเมื่อเทียบกับกลุ่มดื่มนานๆครั้ง (เท่า)
ทุกวัน	500	11	4.4
3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์	400	8	3.2
1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์	300	6	2.4
1 – 2 ครั้ง/เดือน	200	3.8	1.5
ดื่มนานๆครั้ง	100	2.5	1.0

**ตารางแสดงรายได้ รายจ่ายเพื่อการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์
และสัดส่วนการใช้จ่ายฟุ่มเฟือยเพื่อการตีพิมพ์
จำแนกตามกลุ่มรายได้**

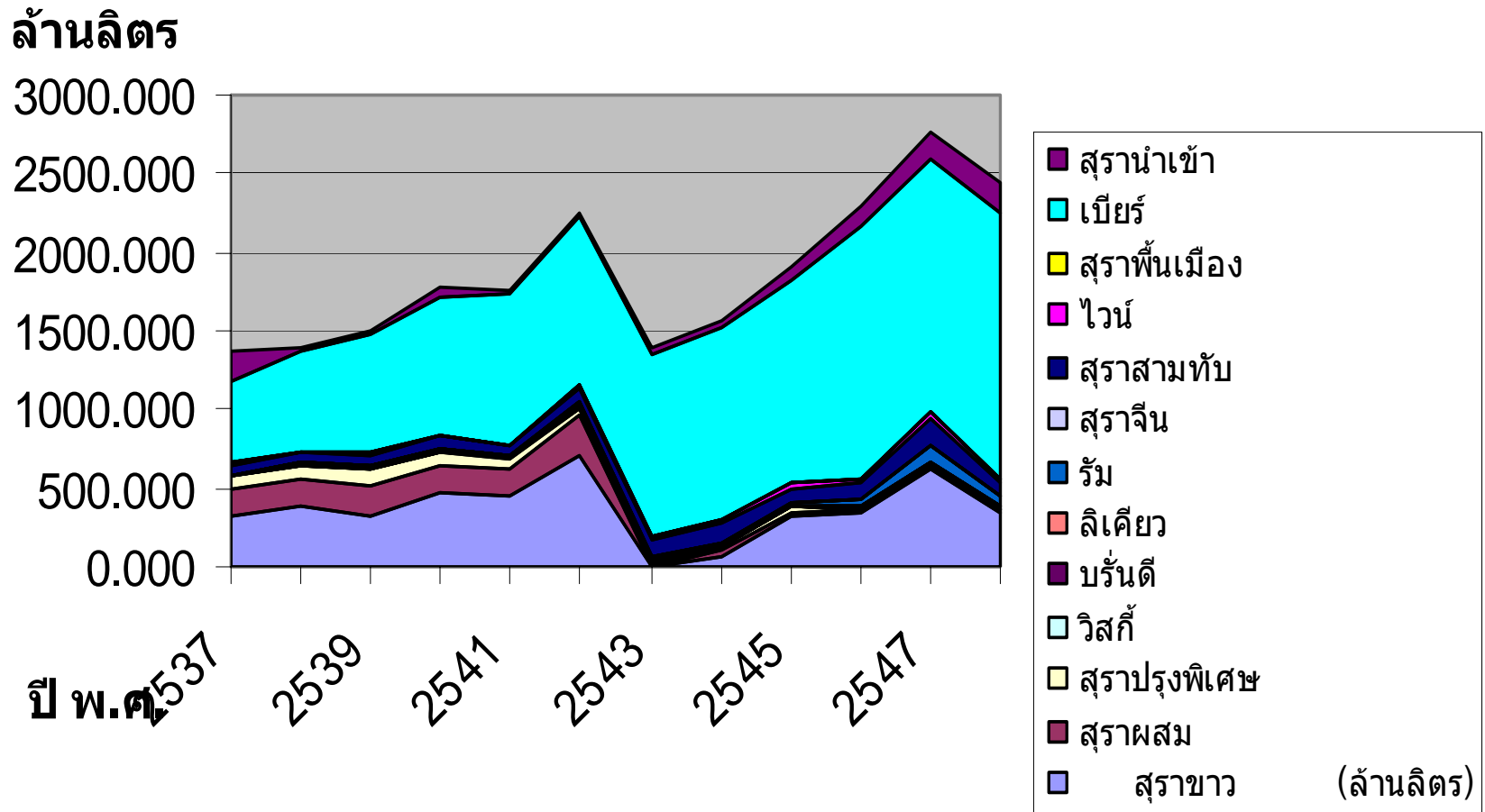
รายได้ (บาท/เดือน)	รายจ่ายเพื่อการ ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์ แอลกอฮอล์* (บาท/เดือน)	สัดส่วนการใช้จ่ายเกิน ตัวเพื่อการตีพิมพ์* (สัดส่วนรายจ่าย/ รายได้) (ร้อยละ)	จำนวนเท่า เมื่อ เทียบกับกลุ่ม รายได้ 20,001 ขึ้น ไป (เท่า)
0 – 2,000	100	10.0	11.1
2,001 – 5,000	200	4.9	5.4
5,001 – 10,000	300	3.8	4.2
10,001 – 20,000	400	2.5	2.8
20,001 ขึ้นไป	415	0.9	1.0
รวม	200	4.3	

ทำไมคนไทยถึงบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นทุกปี ?



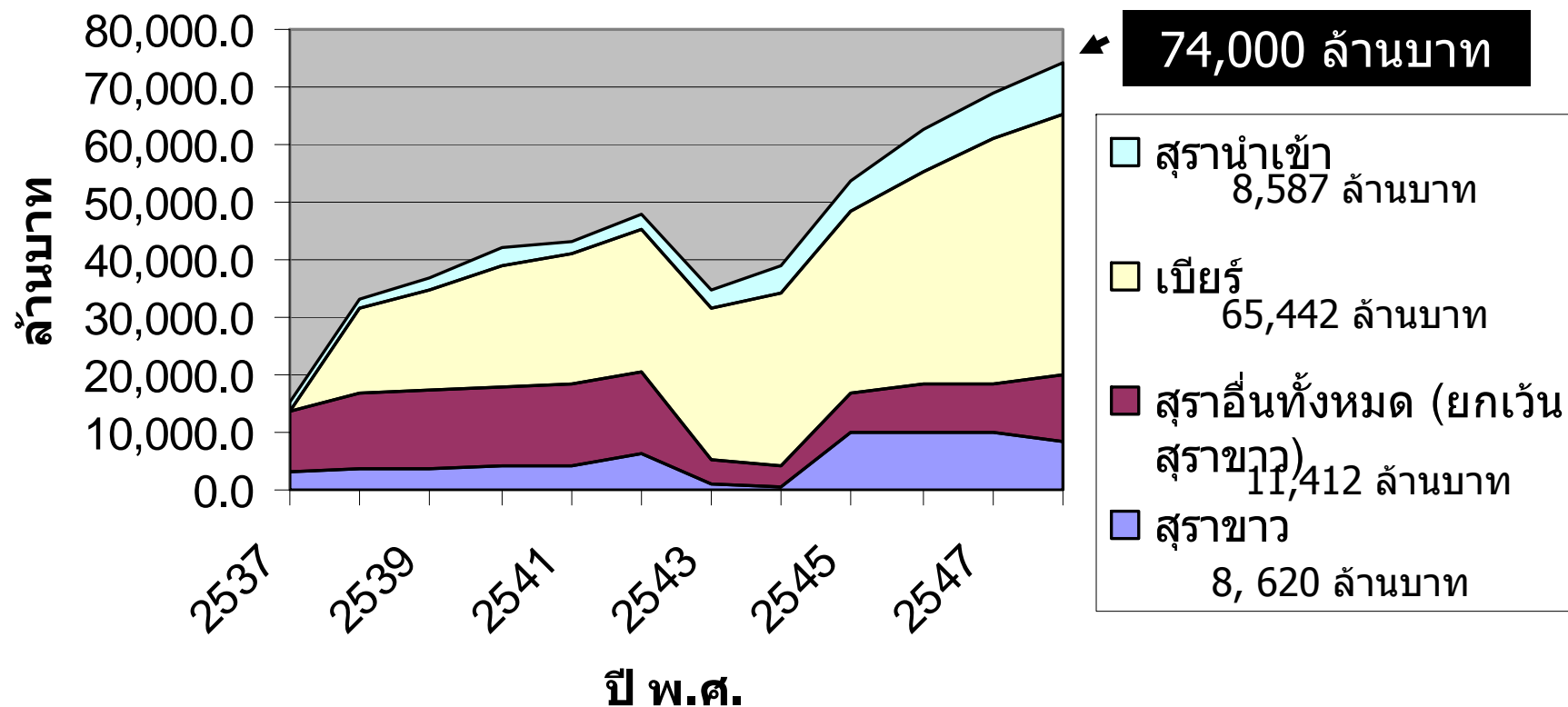
อุปทาน

รูปแสดงแนวโน้มของขนาดและสัดส่วนของปริมาณ การผลิตและนำเข้าเครื่องดื่มฯ ปี พ.ศ.2537 - 2548



ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง

รูปกราฟแสดงแนวโน้มขนาดและสัดส่วนเม็ดเงินภาษีที่เก็บ
จากการผลิตเครื่องดื่มฯในประเทศและนำเข้าจาก
ต่างประเทศ พ.ศ.2537 - 2548 จำแนกตามประเภทเครื่องดื่มฯ



อุปทาน (Supply)

- กลยุทธ์การตลาดเต็มรูปแบบ (Product, Price, Place, Promotion)
- **มอมเมามาก** : งบประมาณเฉลี่ยปีละกว่า 2,300 ล้านบาท, งบประมาณมุ่งเป้าเยาวชน, งบประมาณแฝง, ฝ่าฝืนกฎระเบียบ
- **ขายมาก** : หาซื้อสุราได้ภายใน 7.5 นาที, ถ้าใช้เวลาซื้อเพิ่มขึ้น 10 นาที จะซื้อลดลง 0.3 ครั้ง/เดือน จากปกติเฉลี่ย 7 ครั้ง/เดือน
- **ราคาถูก** : ภาษีสุราสำหรับเหล้าขาวและเบียร์ยังไม่เต็มเพดาน

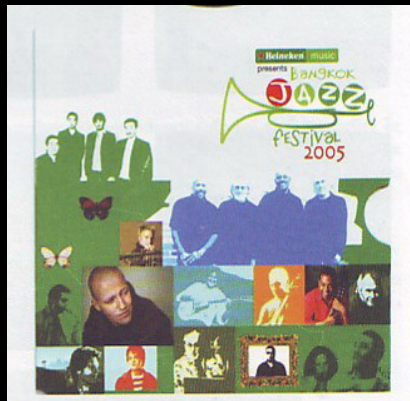
โฆษณาใช้เนื้อหา "มิตรภาพ"



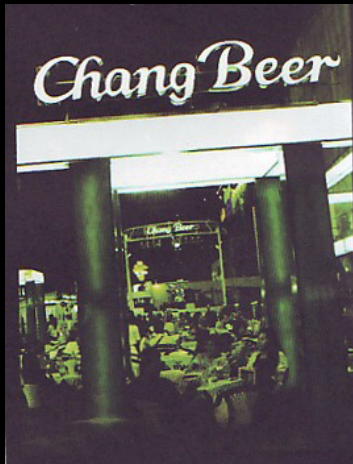
โฆษณาผ่านการสนับสนุนกีฬา (Sponsorship)



โฆษณาผ่านการสนับสนุนกีฬา (Sponsorship)



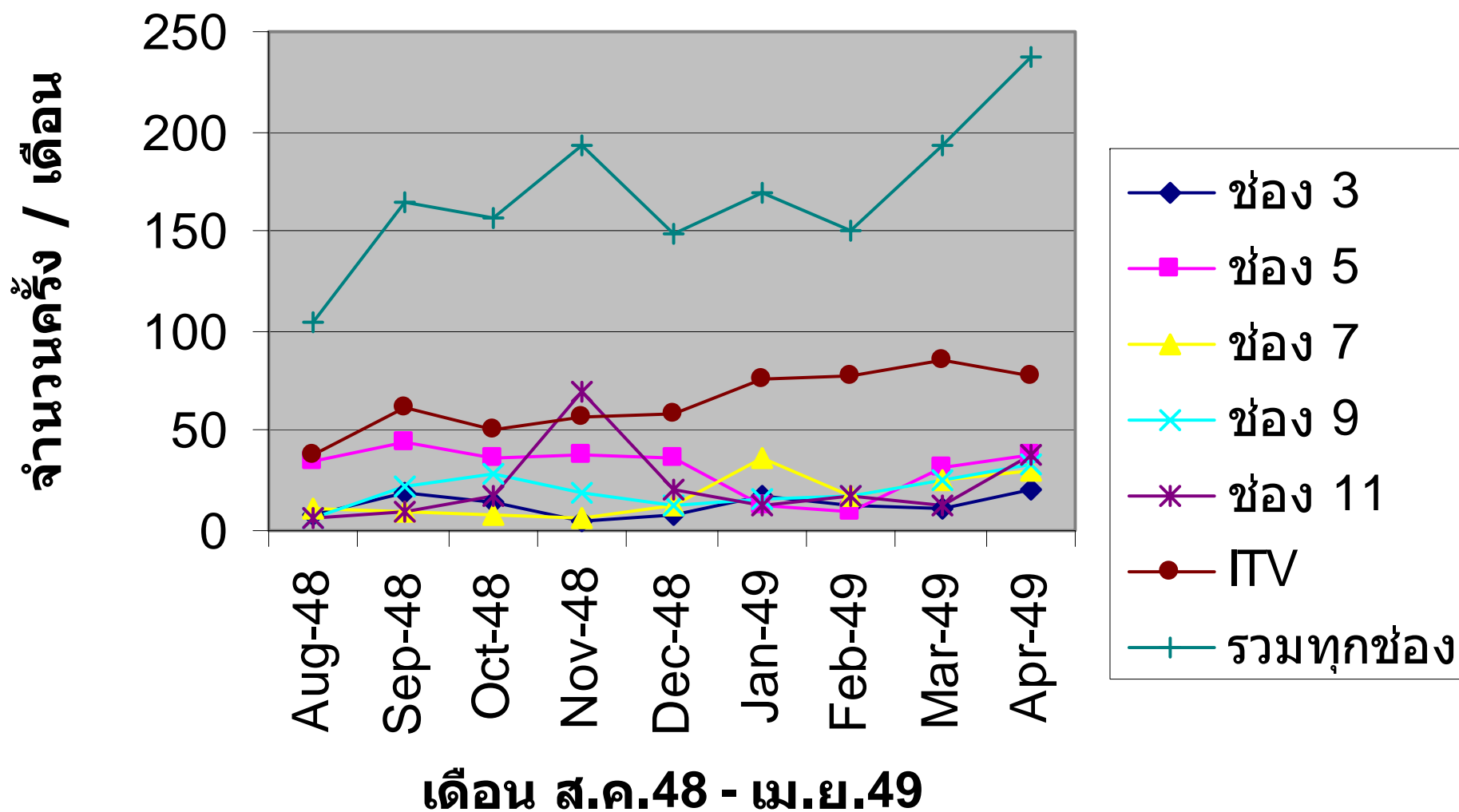
ใช้ภาพลักษณ์เสน่ห์แห่งทางเพศ



สร้างภาพลักษณ์ด้วยวิธีต่างๆ



จำนวนโฆษณาสุรา ตรง/แฝง ทางTV



8色の夢に酔える
ワインカクテル

SPY



SPY



Please verify that you have legal drinking age to enter this web site.

Enter




BACARDI
LIMÓN™

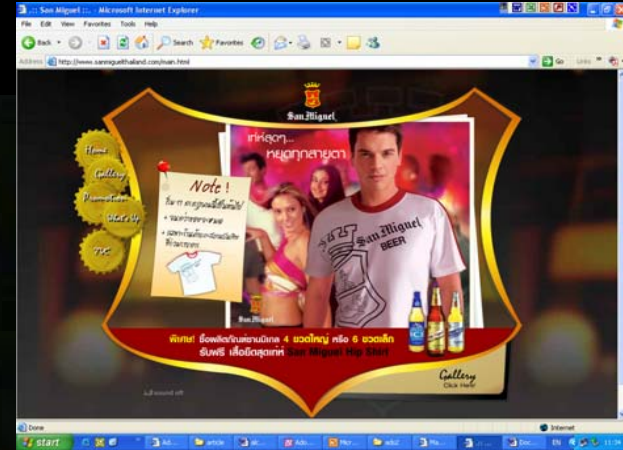


BACARDI®

การเพิ่มการเข้าถึง
ด้วยกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สะดวก
ซื้อ/พกพา/ดื่ม
และ การนำเสนอให้ทดลอง



โฆษณาแฝงในรูปแบบต่างๆ



สถานการณ์การโฆษณาและการควบคุม การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย (ต่อ)

โฆษณาแฝง



การสำรวจการรับรู้โฆษณาแฝงในกลุ่มเยาวชน

• จากภาพโฆษณาสินค้าด้านบน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 99.84 ระบุว่า เป็นสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เบียร์และสุรา) และเป็นสินค้าประเภทเครื่องดื่ม (น้ำดื่ม) ร้อยละ 0.16

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เช่น สุรา เบียร์ ไวน์ ฯลฯ) มากถึงร้อยละ 99.2 ในด้านช่องทางการรับรู้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเห็นและได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ ร้อยละ 90.1 รองลงมาเป็นร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า ป้ายกลางแจ้ง และหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 80.9 , 74.2 , 72.0 , และ 71.8 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์แจกแถมเพื่อส่งเสริมการขาย



ฝาปิดการจำกัดโฆษณา

โฆษณา ในรัศมี
500 เมตร รอบ
สถานศึกษา







© 2006 Europa Technologies
Image © 2006 DigitalGlobe

© 2005 Google



B = 200 m

A = 200 m

C = 283 m



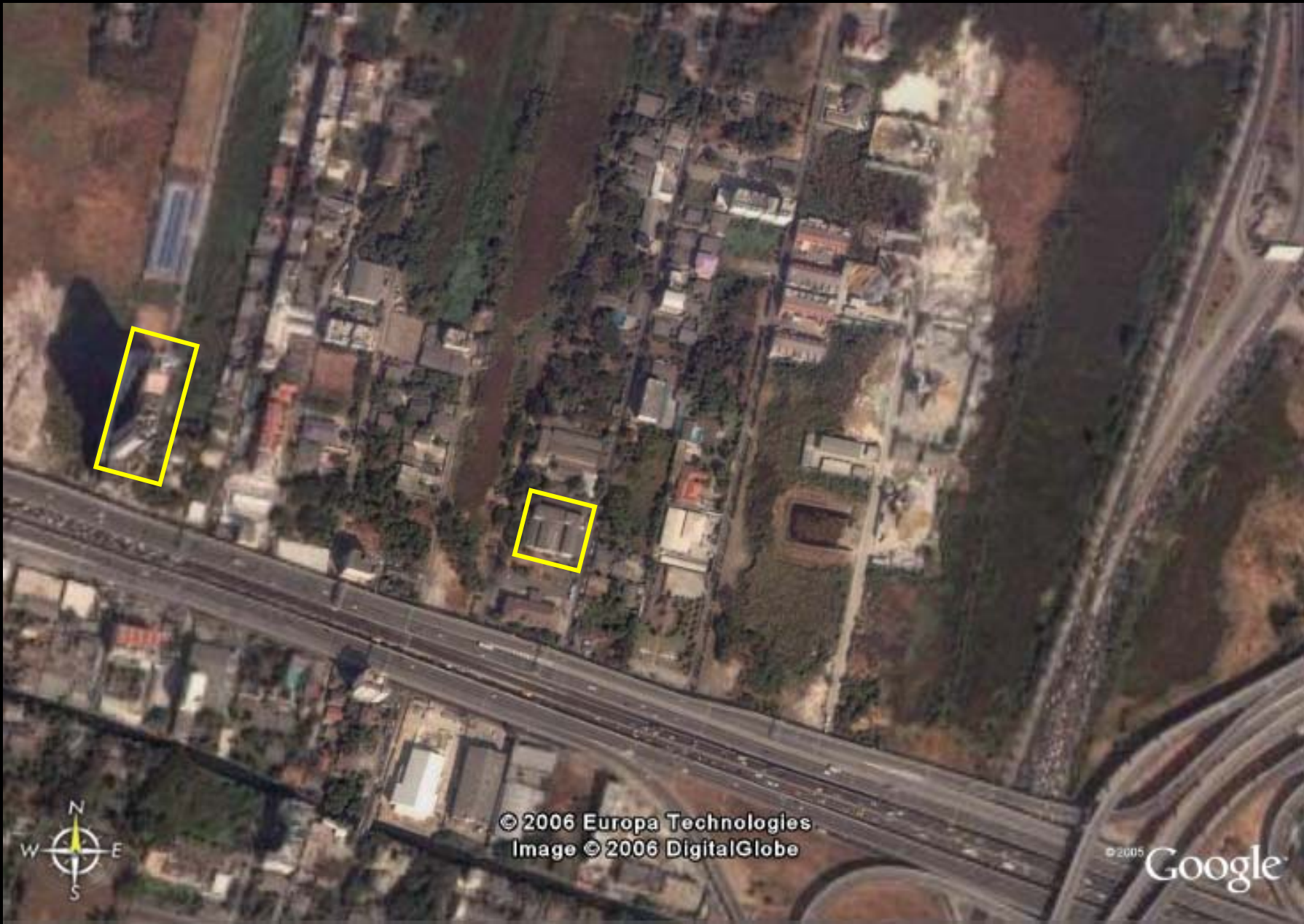
© 2006 Europa Technologies
Image © 2006 DigitalGlobe

© 2005 Google









© 2006 Europa Technologies
Image © 2006 DigitalGlobe

© 2005 Google



300 m



© 2006 Europa Technologies
Image © 2006 DigitalGlobe

© 2005 Google





Panasonic
IMAX



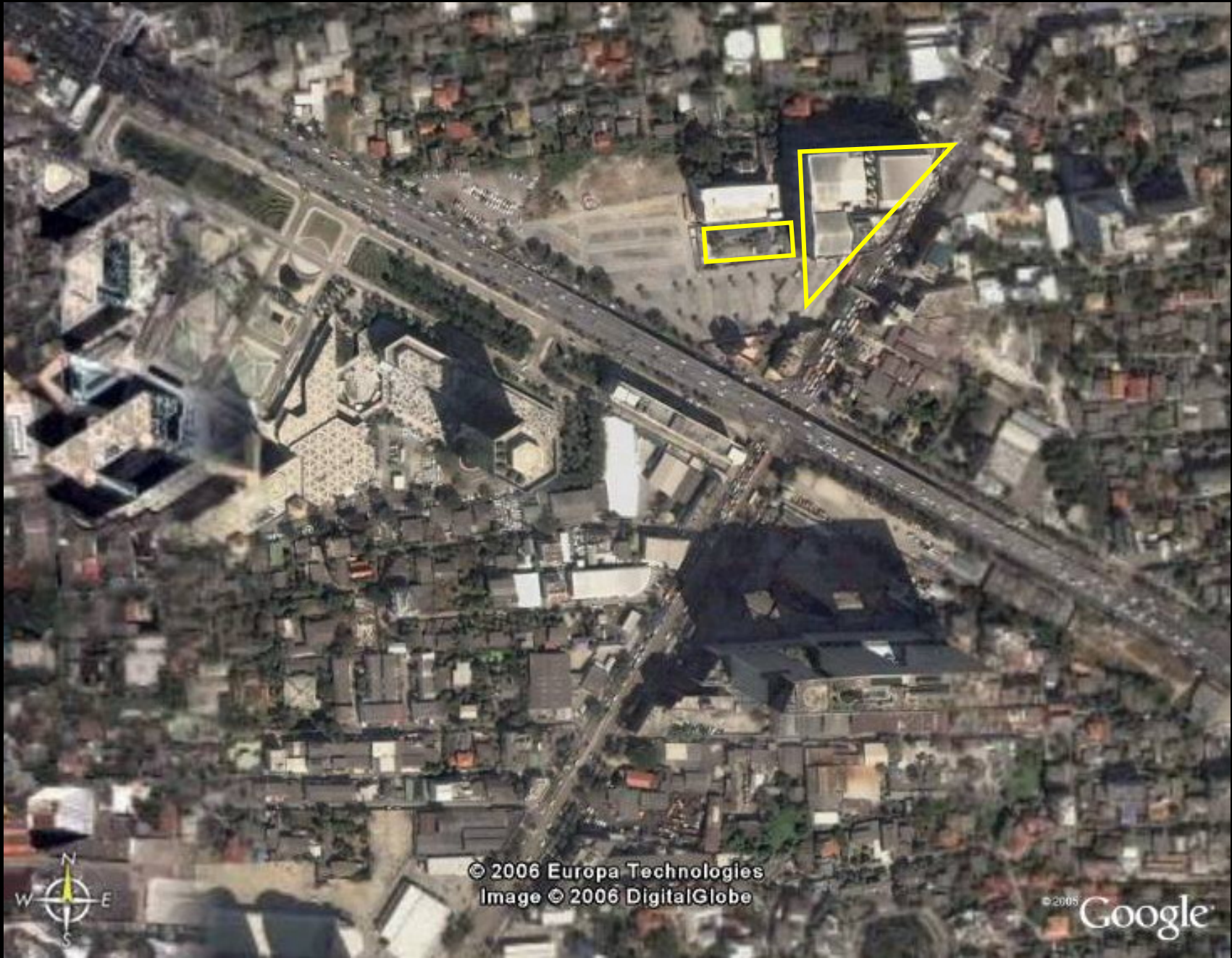
100 PIPERS
DE LUXE SCOTCH WHISKY

สถานรับเลี้ยงเด็ก
หทัยสยามชิลเดรนแคร์
รับเลี้ยงเด็กตั้งแต่แรกเกิด-3ขวบ
โทร. 939-7151-2

โรงเรียนอนุบาลพิทยาสรรพ์

↑
ออกไป
ออก
Exit





© 2006 Europa Technologies
Image © 2006 DigitalGlobe

© 2006 Google

ตัวอย่างโฆษณาป้ายกลางแจ้งเข้าข่ายชวนดื่ม สุกมติ สคบ.ลงโทษปรับ



Effect of AFTA: Increase Import from ASEAN

Sources of imported alcoholic beverages of Thailand by regions (Million Bahts)

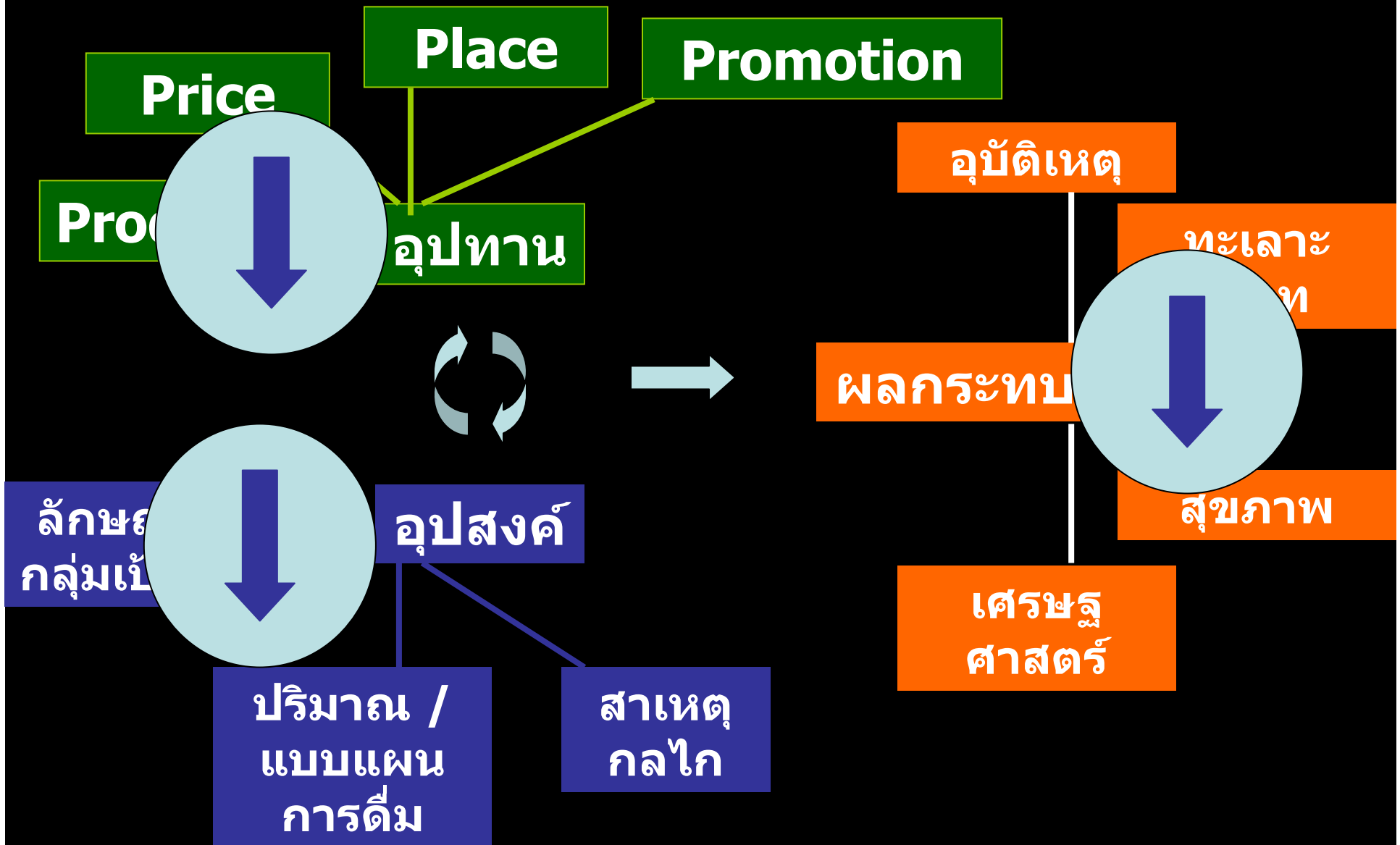
Sources	2000	2001	2002	2003	2004
World	4,177	4,587	5,097	6,064	6,147
ASEAN	34	140	172	903	1,236
EU	3,375	3,645	4,115	4,564	4,323
USA	107	130	78	100	111

525%

*Source of data: The data from the Information and Technology Center with cooperated from the Custom Department, Thailand

CAS

กรอบแนวคิดอุปสงค์ อุปทาน และผลกระทบ ของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



ยุทธศาสตร์การป้องกันแก้ไขอุปทานเครื่องดีมแอลกอฮอล์



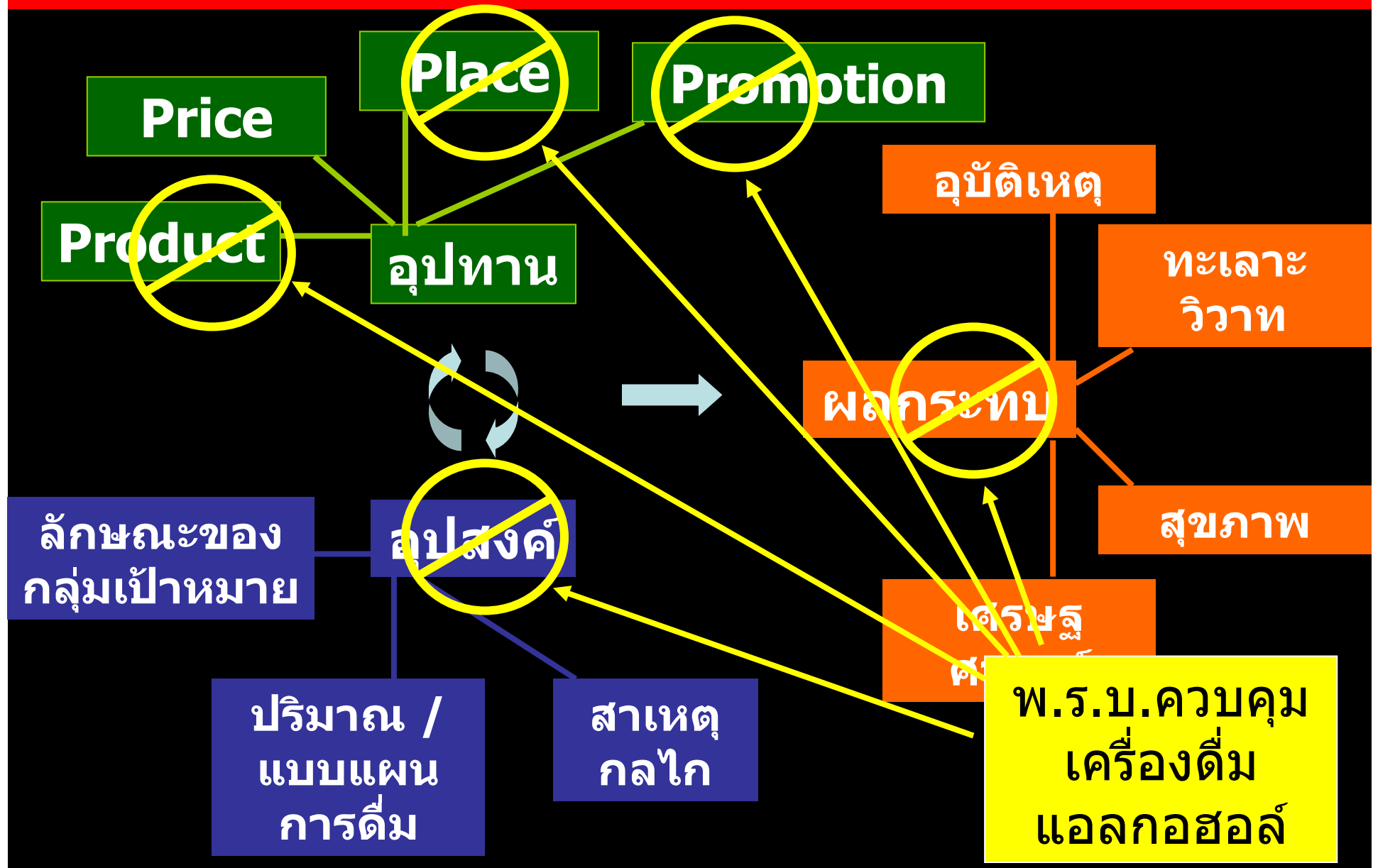
สถานการณ์ของมาตรการป้องกันแก้ไข

- มาตรการทางภาษี
- มาตรการควบคุมการผลิต การนำเข้า การจำหน่ายต้องได้รับอนุญาต
- มาตรการควบคุมการเข้าถึงและการหาซื้อ
 - จำกัดอายุขั้นต่ำที่ซื้อได้อย่างถูกกฎหมาย คือ ไม่น้อยกว่า 18 ปี
 - จำกัดเวลาจำหน่าย 11 – 14, 17 – 24 น.
 - ห้ามจำหน่ายในโรงเรียนและศาสนสถาน
 - ห้ามจำหน่ายแก่ผู้ที่มีนเมา
- มาตรการควบคุมการโฆษณา
 - ห้ามโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์เวลา 5 – 22 น. ยกเว้นการถ่ายทอดสดกีฬาจากต่างประเทศและกีฬาอาชีพ, เวลา 22 – 05 น. ให้โฆษณาได้เฉพาะภาพลักษณะของบริษัท
 - ห้ามโฆษณาป้ายกลางแจ้งในรัศมี 500 เมตรรอบสถานศึกษา
- มาตรการควบคุมการขับขี่ขณะมีนเมา

สถานการณ์ของมาตรการป้องกันแก้ไข – ปี 2548

- มติ ค.ร.ม. 6 ก.ย. 48 ปรับเพิ่มภาษีสรรพสามิตสุรา จาก 240 เป็น 400 บาท/ลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ (ภาษีตามปริมาณ) สำหรับสุราผสมและสุราพิเศษ, จาก 35% เป็น 40% (ภาษีตามมูลค่า) สำหรับบรันดี, ส่วน เบียร์และเหล้าขาวยังภาษีเท่าเดิม
- มติ ค.ร.ม. 18 ต.ค. 48 เพิ่มโทษเมาแล้วขับ 2.5 – 5 เท่า จาก จำคุก 3 เดือน หรือ ปรับ 2,000 – 10,000 บาท เป็น จำคุก 1 ปี หรือ ปรับ 5,000 – 20,000 บาท
- มติ ค.ร.ม. 18 พ.ย.48 กำหนดห้ามจำหน่ายในปั้มน้ำมัน/โรงเรียน/ศาสนสถาน, ห้ามจำหน่ายนอกเวลา 11 – 14 และ 17 – 24 น., ห้ามจำหน่ายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี
- มติ คบอช. 3 ก.พ. 49 เห็นชอบกับมาตรการควบคุมการโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง ยกเว้นการถ่ายทอดสดครั้งแรก และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศที่ไม่ได้มุ่งจำหน่ายแต่ประเทศไทย, บรรจุใน พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านคณะรัฐมนตรีแล้ว, รอเข้ากระบวนการคณะกรรมการกฤษฎีกาและสภานิติบัญญัติต่อไป

กรอบแนวคิดอุปสงค์ อุปทาน และผลกระทบ ของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



สุราเป็นสินค้าถูกกฎหมาย มีความชอบธรรมในการโฆษณา?

- สุราไม่ใช่สินค้าธรรมดา เป็นสารเสพติดที่ถูกกฎหมาย ทำให้เกิดผลกระทบมากมาย ทั้งอุบัติเหตุ ความรุนแรง และปัญหาสุขภาพ, จึงควรมีมาตรการควบคุมพิเศษ



ตั้งแะย
ไ้บั้งจากงานเลี้ยง
เสย'มึรา'ไฟลุกท่วม

