

# 4

# สุรา

จัดทำโดย นพ. บัณฑิต ตรีไพศาล สถาบันวิจัยปัญหาสุรา

## การควบคุมการตลาดอย่างเดียว ไม่ทำให้คนไทยดื่มสุราลดลง

“

รัฐกำหนดมาตรการจำกัดเวลาโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์และวิทยุระหว่างเวลา 05.00-22.00 น. แต่กลับพบว่าการดื่มสุราเป็นประจำกลับเพิ่มขึ้นจาก 1.8 ล้านคนในปี 2546 เป็น 3.1 ล้านคนในปี 2547

”

แนวโน้มการติดสุราของคนไทยเพิ่มขึ้นเป็นเรื่องน่าจับตามองเป็นพิเศษ ซึ่งคณะกรรมการบริหารวิชาการสารเสพติดพบว่าในปี 2544 คนไทยไม่น้อยกว่า 1.5 ล้านคน ดื่มสุรามากกว่า 20 วัน/เดือน ทำให้ถูกจัดว่าเข้าข่าย "ติดสุรา" และในปี 2546 มีผู้ติดสุราเพิ่มขึ้นเป็น 1.8 ล้านคน ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2547 พบว่าคนไทยที่ดื่มสุรามากกว่า 16 ครั้งในแต่ละเดือน จนถึงดื่มทุกวันมีถึง 3.1 ล้านคน เหตุที่คนไทยยังดื่มสุรามากอยู่ ส่วนหนึ่งเกิดจากความอ่อนแอของมาตรการควบคุมอุปทานสุราของรัฐ อีกทั้งอุตสาหกรรมสุรายังคงใช้ขีปนาวุธผ่านสื่อทุกประเภทเป็นมูลค่ามหาศาล และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม มาตรการจำกัดเวลาโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2546 ทำให้งบโฆษณาสุราผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ลดลงในปี 2547 แต่สำหรับสื่อที่ไม่ควบคุม เช่น หนังสือพิมพ์ สื่อโฆษณาเคลื่อนที่ และสื่อในห้างร้านต่างๆ กลับเพิ่มขึ้นแม้ว่างบประมาณที่ใช้จะไม่มากก็ตาม

นอกจากนั้น การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายสุราทั้งสุราไทยและสุรานอกก็ต่ำมาก เพียง 110 บาท/ปี และ 1,650 บาท/ปี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการขาดนโยบายและมาตรการควบคุมอย่างจริงจัง อีกทั้งรัฐยังเก็บภาษีสุราในอัตราที่ต่ำมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "เหล้าขาว" ที่นอกจากอัตราภาษีจะไม่ได้เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนของเงินเพื่อแล้วยังกลับลดลงเพื่อสนับสนุนนโยบายการส่งเสริมสุราชุมชน เหล้าขาวจึงได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะหาได้ง่ายและสามารถเมาได้ในราคาถูก

### อัตราภาษีสุรา

#### สุราแช่

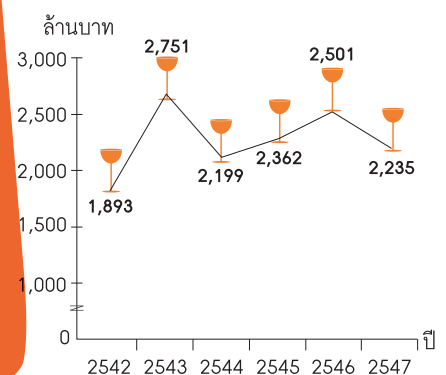
	ตามมูลค่าร้อยละ	บาท/ลิตร
เบียร์	55	100
ไวน์	60	100
สุราแช่พื้นเมือง	25	70

#### สุรากลั่น

	ตามมูลค่าร้อยละ	บาท/ลิตร
เหล้าขาว	25	70
เหล้าผสม	50	400
เหล้าปรุงพิเศษ	50	400
บรันดี	40	400
วิสกี้	50	400

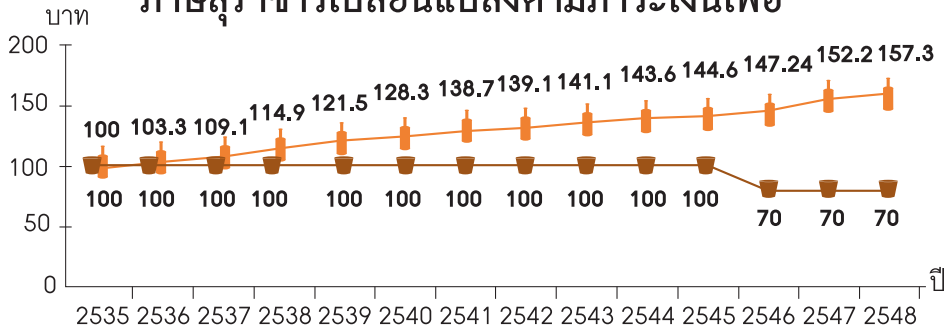
ที่มา: กรมสรรพสามิต, 2548

### งบโฆษณาของ อุตสาหกรรมสุรา



ที่มา: AC NEILSEN, 2547

## อัตราภาษีสุร้าวและกรณีสมมติอัตรา ภาษีสุร้าวเปลี่ยนแปลงตามภาวะเงินเฟ้อ



ที่มา: \* กรมสรรพสามิต  
 \*\* จำนวนตามภาวะเงินเฟ้อ

มาตรการควบคุมการโฆษณาการจำหน่าย  
 สุรา: มติคณะรัฐมนตรีวันที่ 29 กรกฎาคม  
 2546

\*ควบคุมการโฆษณาทางโทรทัศน์ และ  
 วิทยุระหว่างเวลา 05.00-22.00 น.

\*ควบคุมเนื้อหาการโฆษณาไม่ให้เกินไป  
 ในลักษณะจูงใจให้ดื่มระหว่างเวลา  
 22.00-05.00 น.

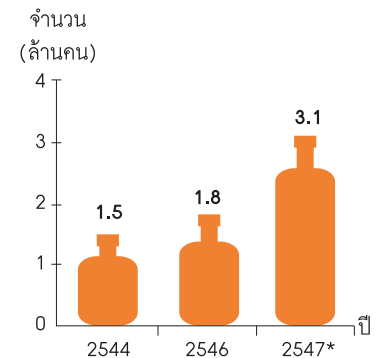
\*ห้ามโฆษณาป้ายกลางแจ้งภายในรัศมี  
 500 เมตร รอบสถานศึกษา

## งบประมาณโฆษณาสุร้ามสื่อประเภทต่างๆ

	2546 (ล้านบาท)	2547 (ล้านบาท)	ส่วนต่าง (%)
รวมทุกสื่อ	2,501	2,235	-10.6
โทรทัศน์	1,727	1,412	-18.2
วิทยุ	172	87	-49.1
หนังสือพิมพ์	236	346	46.5
นิตยสาร	61	69	13
โรงภาพยนตร์	222	239	7.6
สื่อกลางแจ้ง	78	62	-20.7
สื่อโฆษณาเคลื่อนที่	2	12	582.8
สื่อในห้างร้านต่างๆ	3	8	147.8

ที่มา: AC NEILSEN, 2547

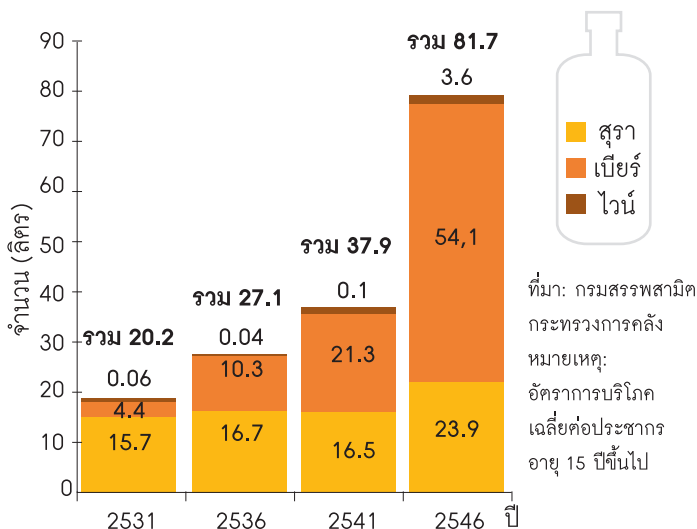
## แนวโน้มการติดสุรา



ที่มา: คณะกรรมการบริหารวิชาการสารเสพติด  
 2544-2546 ข้อมูลประชากร 12-65 ปี ที่ดื่มมากกว่า  
 20 วันต่อ 1 เดือน

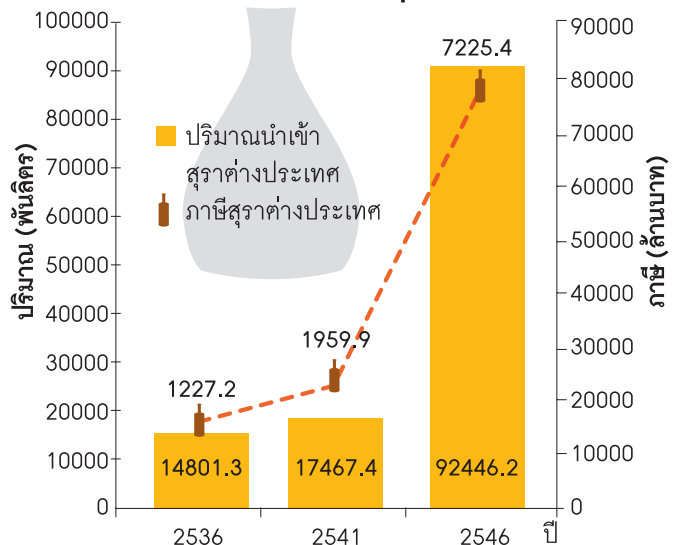
\* ปี 2547 การสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่  
 และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547  
 สำนักงานสถิติแห่งชาติ ข้อมูลประชากร  
 อายุ 11 ปีขึ้นไป ที่ดื่มมากกว่า 16 ครั้งต่อเดือน

## การบริโภคดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ยต่อคน



ที่มา: กรมสรรพสามิต  
 กระทรวงการคลัง  
 หมายเหตุ:  
 อัตราการบริโภค  
 เฉลี่ยต่อประชากร  
 อายุ 15 ปีขึ้นไป

## ปริมาณนำเข้าและภาษีสุร้าวต่างประเทศ



ที่มา: กรมสรรพสามิตกระทรวงการคลัง, 2546