



งดโฆษณาเหล้า 100% ฝันให้ไกล แม้ยังไปไม่ถึง

ผลงานของรัฐบาลชุดที่มาจากพรรคประชาธิปัตย์เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 ที่เด่นชัดอีกเรื่องหนึ่งก็คือ การเปิดฉากสู้กับอุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยักษ์ใหญ่ทั้งในประเทศและข้ามชาติ ด้วยการประกาศจะห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด 100% คือ ห้ามการโฆษณาทุกช่องทางไม่ว่าจะผ่านสื่อชนิดใดก็ตาม ตลอด 24 ชั่วโมง และเร่งพิจารณา ร่างพ.ร.บ.ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จนกลายเป็นประเด็นร้อนเรื่องหนึ่งในช่วงปลายปี 2549 ต่อ ปี 2550

ความขัดแย้งในตัวเองของนโยบายว่าด้วยสุราของ สังกมไทย

หากเราย้อนกลับไปมองนโยบายว่าด้วยสุราในประวัติศาสตร์ของไทยก็พบว่า สังกมไทยมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติเรื่อง เหล้าที่ย้อนแย้งกันเองในตัวมาตั้งแต่อดีต จากที่ชาวบ้านเคยมีการผลิตและบริโภคสุราได้โดยเสรี จนกระทั่งรัฐเข้ามากำหนด แนวทางผูกขาดการผลิตและจำหน่ายสุรา ในยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองเมื่อพ.ศ. 2475 ได้เปลี่ยนจากการผูกขาดการผลิตสุรามาสู่การเปิดเสรีการผลิตสุรา และสนับสนุนการผลิต และจำหน่ายสุรา¹

จนถึงยุคปัจจุบันเริ่มจากปี 2542 กระทรวงการคลังได้จัดทำแผน การประมูลโรงงานสุราของรัฐ และนโยบายบริหารงานสุรา เพื่อขอ ความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี ประกอบด้วยนโยบายสำคัญ 3 ลักษณะ เรียงตามรูปแบบการเปิดเสรีจากมากไปหาน้อยคือ

- (1) เปิดเสรีสุรากลั่นทั้งหมด ครอบคลุมสุราพิเศษ สุราปรุงพิเศษ สุราผสม สุราขาว
- (2) เปิดเสรีสุราสีทั้งหมด ครอบคลุมสุราพิเศษ สุราปรุงพิเศษ สุราผสม แต่ยกเว้นสุราขาว ที่ให้แข่งขันเฉพาะโรงงานสุราของรัฐเท่านั้น
- (3) เปิดเสรีเฉพาะสุราพิเศษ ส่วนสุราปรุงพิเศษ สุราผสม และสุราขาวให้แข่งขันเฉพาะโรงงานสุราของรัฐเท่านั้น ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2541 เห็นชอบให้ ดำเนินนโยบายตามรูปแบบที่หนึ่งคือการเปิดเสรีสุราทั้งหมด² โดยมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและอัตราภาษี เพื่อเป็นรายได้ของรัฐเช่นที่เคย

ความชัดเจนของนโยบายเรื่องเหล้าในปัจจุบันที่เห็นกันชัดๆ คือความขัดแย้งกันเองระหว่างนโยบายสนับสนุนการผลิตและ นำมาสู่การเปิดเสรีสุรากับนโยบายควบคุมการบริโภคสุรา โดยเฉพาะการทยอยออกมาตรการต่าง ๆ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ **มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อ** ด้วยการจำกัดเวลาให้ ขายได้ในระหว่างเวลาที่กำหนด (11.00-14.00 และ 17.00-24.00) จำกัดอายุผู้ซื้อและดื่มสุราไม่ให้ต่ำกว่า 18 ปี และห้าม จำหน่ายสุราในสถานที่ต่าง ๆ เช่น สถานศึกษา ศาสนสถาน ปิ๊งน้ำมัน เป็นต้น **มาตรการจำกัดการดื่มสุรา** ด้วยการให้พ.ร.บ. สถานบริการ ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2546 มิให้จำหน่าย สุราให้แก่ผู้มีอาการมึนเมา และห้ามผู้มีอายุไม่ถึง 20 ปี เข้าสถานบริการ

มาตรการลดอุบัติเหตุ กำหนดมิให้ผู้ขับขี่ขณะเมาสุรา และ มีการเพิ่มโทษให้สูงขึ้น เพื่อสนับสนุนการควบคุมปัญหาอุบัติเหตุ ที่เกิดขึ้นจากการเมาแล้วขับ นอกจากนี้ยังมี **มาตรการรณรงค์** ของกระทรวงสาธารณสุข ด้วยการกำหนดให้สุราเป็นอาหารที่ ต้องมีฉลากคำเตือนแสดงข้อความเตือนถึงผลของการบริโภค สุราบนผลิตภัณฑ์ และกำหนดมาตรการควบคุมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร่วมกับภาคประชาสังคมที่ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อสร้างกระแสการลด ละ เลิกดื่มสุราในสังคมไทย

จากการเปิดเสรีการผลิตและจำกัดผู้บริโภค รุกคืบสู่ การงดโฆษณาเหล้า 100%

ความรุนแรงต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนไทย ที่เกิดจากการบริโภค สุราและอุบัติเหตุเมาแล้วขับ ซึ่งเป็นสาเหตุการตาย 1 ใน 3 ของคนไทยนั้น เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งของการออกมาตรการ ต่าง ๆ ของภาครัฐ เพื่อหวังผลให้การบริโภคสุราลดจำนวนลง ดังที่ รายงานวิจัยของเครือข่ายวิจัยถนนปลอดภัยชี้ว่า การดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์มีความเสี่ยงที่จะบาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจร สูงถึง 14 เท่า ผู้ขับขี่ที่มีแอลกอฮอล์ในเลือดเกิน 50 มิลลิกรัม มีความเสี่ยงที่จะบาดเจ็บสาหัสมากกว่าผู้ขับขี่ที่มีแอลกอฮอล์ ในเลือดต่ำกว่าถึง 36 เท่า และสาเหตุอันดับ 1 ที่ทำให้เกิด อุบัติเหตุสูงสุดในช่วง 7 วันอันตรายของเทศกาลปีใหม่คือ การเมาสุรามากเป็นอันดับ 1 ซึ่งสูงถึงร้อยละ 42 ดังนั้น หากรัฐบาล และสังคมช่วยกันหยุดผู้ขับขี่ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ จะ ป้องกันการบาดเจ็บสาหัสเฉพาะตัวผู้ขับขี่ได้ถึงร้อยละ 45 โดยต้องใช้ทั้งมาตรการรณรงค์กระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกควบคู่ไป กับการใช้มาตรการทางกฎหมายที่เข้มข้น⁴

ท่ามกลางความขัดแย้งของการเปิดเสรีสนับสนุนการผลิตสุรา การจำกัดโอกาสและการเข้าถึงของผู้บริโภคที่ผ่านมานั้นยังไม่ ประสพผลเพียงพอต่อการลด ละ เลิกสุรา มาตรการควบคุมที่สำคัญ อีกประการหนึ่งที่รัฐออกมาในปลายปี 2549 นี้คือ การประกาศ ควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการ โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และสื่อกลางแจ้งทั้งหมด ตลอด 24 ชั่วโมง ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข (สธ.)

ที่สำคัญคือ การเสนอร่างพ.ร.บ. ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ซึ่งกลายเป็นประเด็นร้อน มีการถกเถียงกว้างขวาง เนื่องจากเป็นครั้งแรกที่รัฐเข้ามาแทรกแซงภาคธุรกิจสุราด้วยการ จำกัดช่องทางตลาดและการส่งเสริมการขาย ซึ่งหมายถึงผล ประโยชน์จำนวนมหาศาล

ร่างกฎหมายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นี้ เสนอโดยนายพินิจ จารุสมบัติ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ในขณะนั้น ซึ่งเป็นประธานคณะกรรมการควบคุมการ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ (คบอช.) อยู่ด้วย กำหนด แนวทางสำคัญคือ

- (1) ห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบในทุก สื่อตลอด 24 ชั่วโมง ยกเว้นรายการกีฬาถ่ายทอดสด
- (2) ห้ามแสดงผลิตภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อผู้ผลิตในสื่อทุกชนิด
- (3) ห้ามจัดกิจกรรมชิงโชคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แอลกอฮอล์ และ
- (4) งดออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ เฉพาะ เช่น ลานเบียร์⁵ แต่อดีตนายฯ ทักเชิน ขอให้มีการทบทวน การยก (ร่าง) พ.ร.บ. ใหม่ โดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยงานมีส่วน ในการพิจารณาร่างด้วย ซึ่งรวมทั้งผู้ประกอบการและตัวแทน โฆษณา เนื่องจากคำนึงถึงปัจจัยด้านการลงทุนของนักธุรกิจ ที่อาจทำให้รัฐบาลสูญเสียคะแนนเสียง หากกำหนดมาตรการ ที่เข้มงวดในกรณีนี้

อย่างไรก็ดี เพียงหนึ่งเดือนหลังรัฐประหาร รัฐบาลของพล.อ.สุรยุทธ์ จุลานนท์ก็ได้หยิบเอาประเด็นนี้ขึ้นมาพิจารณาในวันที่ 17 ตุลาคม 2549 ซึ่งมีเนื้อหาโดยสรุปดังนี้ คือ

- (1) กำหนดให้มีคณะกรรมการนโยบายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แห่งชาติ โดยมีนายกรัฐมนตรี หรือรองนายกรัฐมนตรีที่ได้มอบหมายเป็นประธานกรรมการ มีหน้าที่กำหนดนโยบาย แผนงาน และมาตรการในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการบำบัดรักษาและฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์
- (2) กำหนดให้มีคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขเป็นประธาน มีหน้าที่เสนอแนะนโยบาย แผนงาน และมาตรการในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ต่อคณะกรรมการนโยบายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แห่งชาติ และให้มีคณะกรรมการควบคุมฯ ของ กทม. และคณะกรรมการควบคุมฯ ของ จังหวัด
- (3) ให้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ขึ้นในกรมควบคุมโรค เพื่อเป็นธุรการของคณะกรรมการ และคณะกรรมการควบคุมฯ
- (4) การควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ซึ่งกำหนดให้ผู้ผลิตหรือนำเข้าปฏิบัติ โดยต้องจัดให้มีฉลากและข้อความเตือนบนบรรจุภัณฑ์ตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไข รวมทั้งกำหนดสถานที่ห้ามขายและบริโภค เช่น วัด สถานที่ประกอบศาสนกิจ สถานที่ราชการ สถานที่ศึกษา ที่สาธารณะ หอพัก สถานีบริการน้ำมัน ฯลฯ และห้ามขายให้กับบุคคลที่อายุต่ำกว่า 25 ปี บริบูรณ์ เป็นต้น รวมทั้งห้ามมิให้โฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อ หรือเครื่องหมายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในสถานที่และสื่อต่างๆ ในการแสดง ประกวด หรือแข่งขัน หรือการประกอบกิจกรรมอื่น โดยมีวัตถุประสงค์เข้าใจได้ว่าชื่อหรือเครื่องหมายการค้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ยกเว้นการโฆษณาที่ปรากฏในการถ่ายทอดสดจากต่างประเทศ
- (5) กำหนดให้ผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือญาติ หรือคนชดเชย หรือองค์กรภาครัฐหรือเอกชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัดรักษาฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ขอรับการสนับสนุนเพื่อบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพจากสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้
- (6) กำหนดให้อำนาจพนักงานเจ้าหน้าที่ในการเข้าไปตรวจค้นบุคคล ยานพาหนะ ยึด หรืออายัดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือมีหนังสือเรียกบุคคลมาให้ถ้อยคำได้
- (7) กำหนดบทลงโทษผู้กระทำการฝ่าฝืน พ.ร.บ.

ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีเห็นชอบให้นำร่าง พ.ร.บ.ฯ กลับไปหาหรือและทบทวนในคณะกรรมการกลุ่มเล็ก โดยให้กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการพัฒน์และสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงยุติธรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการคลัง มาร่วมกันพิจารณาในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวทางปฏิบัติในการบังคับใช้กฎหมาย⁹ โดยเฉพาะในกรณีการจำกัดอายุผู้ซื้อ

ต่อมา มีมติกรม.ปรับลดอายุผู้ซื้อจาก 25 ปี เหลือ 20 ปี เพื่อให้สอดคล้องกับการบรรลุนิติภาวะ และ พ.ร.บ.สถานบริการ พ.ศ. 2509 ที่ห้ามเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี เข้าในสถานบันเทิง ขณะเดียวกันก็มีการเสนอให้เก็บภาษีเหล้าและบุหรี่จากเดิมร้อยละ 2 เพิ่มเป็นร้อยละ 4 เพื่อมาตั้งเป็นกองทุนเพื่อสังคมทดแทนกับเงิน

สนับสนุนจากบริษัทเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่อาจขาดหายไปของวงการค้ากีฬา⁷

ผลกระทบต่อวงการต่าง ๆ หากการห้ามโฆษณาเหล้าเด็ดขาดเกิดขึ้นจริง

ท่าทีดังกล่าวของรัฐบาลส่งผลให้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเรื่องหน้าออกมาแสดงความเห็นกันอย่างกว้างขวาง แม้ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล ที่ต้องการลดปัญหาอันเกิดจากการบริโภคสุราอย่างขาดสำนึกกับผิดชอบ แต่ก็มีความกังวลมากกว่าเมื่อคำนึงถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ต้องสะดุดหยุดลงหากมีการประกาศห้ามการโฆษณาทางสื่อทุกชนิดจริง เนื่องจากเงินสนับสนุนจากบริษัทเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นแหล่งรายได้สำคัญของการดำเนินงานของสมาคมกีฬาหลายประเภทและการจัดการแข่งขันกีฬาระดับต่างๆ

ดังที่สุเมต สุวรรณพรหม อดีตนักวิชาการและอดีตกรรมการกีฬา สมาคมผู้แทนราษฎร กล่าวว่า “ปัญหาในสังคมไทยไม่ได้เกิดจากการโฆษณาเหล้า 24 ชั่วโมง ถ้ามาตรการนี้ออกมาจะกระทบต่อวงการกีฬาไทย เสียโอกาสในการพัฒนากีฬาที่ทำมาต่อเนื่อง ถ้าเป็นการทดลอง ค่อยๆ ทำ น่าจะดีกว่า”⁸

ขณะที่ฟากของภาคธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เองก็มีกระแสวิพากษ์วิจารณ์นโยบายนี้ไปใน 2 มิติคือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ใน 2 วงการด้วยกัน หากกฎหมายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ **วงการแรก** ที่ซัดๆ คือ ผลกระทบต่อแวดวงกีฬาไทย เพราะวงการกีฬามักต้องพึ่งพาผู้สนับสนุนจากบริษัทเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นหลัก เช่น ในแต่ละปีเปียร์ลิงส์สนับสนุนวงการกีฬาไทยประมาณ 350 ล้านบาท โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สนับสนุนตัวนักกีฬาโดยตรง อาทิ นักเทนนิส นักว่ายน้ำ นักกอล์ฟ ในเรื่องการศึกษาและการเดินทางไปแข่งขันต่างประเทศ รวมแล้วปีละ 100 ล้านบาทต่อปี และสนับสนุนการจัดการแข่งขันรายการต่างๆ ปีละ 250 ล้านบาท⁹

วงการที่สอง คือ ผลกระทบต่อธุรกิจส่งเสริมการขายที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทโฆษณา สื่อทุกชนิด การจัดการกิจกรรมการตลาด เป็นต้น โดยในส่วนของอุตสาหกรรมโฆษณานั้นประเมินว่าปริมาณเม็ดเงินแต่ละปีที่กลุ่มสินค้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้ใช้ผ่านสื่อทุกชนิดอยู่ที่ประมาณ 2,000 ล้านบาท¹⁰

มติดัดมาคือ การเลือกปฏิบัติของรัฐในการบังคับใช้กฎหมายที่อาจกลายเป็นสองมาตรฐาน และโอกาสที่เท่าเทียมกันในการลงทุน นั่นคือ มาตรการนี้ห้ามแต่เหล้า เปียร์ไวน์ และเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อื่นๆ ที่ผลิตในเมืองไทย ไม่ให้โฆษณา แต่ไม่สามารถห้ามโฆษณาแฝงในรายการกีฬา และภาพยนตร์ที่มาจากต่างประเทศได้เลย ผลสะท้อนถัดมาต่ออุตสาหกรรมแอลกอฮอล์คือ มาตรการนี้เท่ากับเป็นการตอนการผลิตหรือนำเข้าสุราและเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ใหม่ๆ ที่ไม่สามารถเกิดได้อีกในเมืองไทย เพราะหมดโอกาสในการทำโฆษณาแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่สังคม

ตรงนี้ผู้ประกอบการรายเก่าที่ยี่ห้อเหล้าเปียร์ตนเองติดตลาดแล้วก็จะได้เปรียบมาก ดังที่บุญช่วย ทองเจริญพล เลขานุการสมาคมพันธ์ช่วยภาครัฐลดปัญหาแอลกอฮอล์แห่งชาติ กล่าวว่า “หากจะออก

มาตรการก็ต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติ อย่างมีสองมาตรฐาน เพราะเมื่อห้ามโฆษณาก็ต้องห้ามทั้งหมด ไม่ว่าจะ เป็นโฆษณาที่แฝงมากับการถ่ายทอดกีฬาต่างประเทศ เพื่อมิให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบ หรือแม้แต่เหล่าชาว ก็ต้องมีการจัดเก็บภาษีอย่างเท่าเทียมกัน”¹¹

นอกจากนี้ ยังมีความคิดแย้งต่อการแก้ปัญหาการบริโภคสุราด้วยการห้ามโฆษณาในลักษณะต่าง ๆ กัน เช่นว่า การดื่มเหล้าเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล การห้ามไม่ให้โฆษณาเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ เพราะวัยรุ่นไม่ได้ดื่มเหล้าจากโฆษณาทีวี เขาดื่มจากการคบเพื่อน กินตามกระแสนิยม เหล้าหลายชนิดที่มีการดื่มกันในชนบทก็ไม่ได้มีการโฆษณาแต่อย่างใด¹²

และเมื่อสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาวิวินิจฉัยให้คำสั่งห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด ทุกสื่อตลอด 24 ชั่วโมงของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นคำสั่งมีขอบด้วยกฎหมาย ส่งผลให้กระทรวงสาธารณสุข ต้องชะลอคำสั่งดังกล่าวออกไป และส่งเรื่องให้คณะกรรมการกฤษฎีกาทบทวนคำวินิจฉัย ก็กลายเป็นกระแสวิพากษ์วิจารณ์อีกครั้ง ครั้นนี้เป็นกระแสความคิดไม่เห็นด้วยกับคำวินิจฉัยจากกลุ่มองค์กรต่าง ๆ

ดังปฏิกริยาจากสมาคมหมอนามัย ที่เคลื่อนไหวรณรงค์ให้สมาชิกหมอนามัยกว่า 40,000 คน ในสถานอนามัย 10,155 แห่ง พุดคุยกับผู้ประกอบการร้านค้าในหมู่บ้านทั่วประเทศ ขอความร่วมมือปลดป้ายโฆษณาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยไม่ต้องรอคำสั่งหรือกฎหมายบังคับใช้ และจะหาร่วมกับเครือข่ายอาสาสมัคร องค์กรการบริหารส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด ผู้นำท้องถิ่น ให้มาร่วมกันผลักดันร่าง พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมทั้งรณรงค์ลด ละ เลิก อบายมุขทุกชนิด¹³ ร่วมกับภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ที่ดำเนินโครงการลด ละ เลิกการบริโภคสุรา มาอย่างต่อเนื่อง

ขณะเดียวกัน สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ 28 คน ก็ได้เข้าชื่อเสนอร่าง พ.ร.บ.ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเข้าสู่การพิจารณาในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2550 ประกอบกับร่างของรัฐบาล ซึ่งเนื้อหาสาระไม่แตกต่างกันมากนัก และหลังจากที่มีการอภิปรายในสภาแล้ว รัฐบาลจะรับร่างที่ สนช. พิจารณามาศึกษาภายใน 30 วัน จากนั้นก็จะส่งกลับให้ สนช. อีกครั้งเพื่อพิจารณา¹⁴ ทั้งนี้ด้วยความกังวลว่ากฎหมายที่รัฐบาลเสนอนั้นอาจล่าช้า เนื่องจากได้รับการท้วงติงจากหลายองค์กรและอาจถูกแทรกแซงจากผู้สูญเสียผลประโยชน์ โดยขณะนี้ร่าง พ.ร.บ. ของรัฐบาลอยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา ซึ่งใช้เวลาพิจารณากว่า 2 เดือนแล้ว แต่ก็ยังไม่แล้วเสร็จ

ทิศทางในอนาคตของนโยบายควบคุมปัญหาต่างๆจากการดื่มสุรา

การปักธงนโยบายควบคุมปัญหาต่างๆที่เกิดจากการดื่มสุราในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ก่อให้เกิดพัฒนาการทางบวกต่อสังคมไทย โดยเฉพาะการก่อเกิดของกลไกที่เกี่ยวข้องกับการทำงานควบคุมและแก้ไขปัญหาสุราอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ ในปี 2546 เกิด **คณะกรรมการดำเนินการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม**

แอลกอฮอล์แห่งชาติ ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและแนวทางการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประสานหน่วยงานต่างๆ กำกับ ติดตามประเมินผล จัดให้มีการศึกษาวิจัย และสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีการร่วมในการเสนอมาตรการทางกฎหมายต่างๆ ด้วยความคาดหวังว่าจะเป็นองค์สำคัญในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการบริโภคสุราอย่างเป็นรูปธรรม

ในปี 2547 เกิด **ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา** ซึ่งเป็นองค์การความร่วมมือระหว่างกรมสุขภาพจิตและสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข มีบทบาทในการวิจัยและจัดการความรู้เพื่อสนับสนุนการดำเนินการควบคุมป้องกัน และแก้ไขปัญหาสุรา แผนงานนโยบายสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ ซึ่งทำหน้าที่จัดกระบวนการสื่อสารนโยบายสาธารณะต่อสังคม และ **เครือข่ายองค์กรงดเหล้า** ที่ร่วมกันดำเนินกิจกรรมและโครงการต่างๆ เพื่อสร้างกระแสให้สังคมตระหนักถึงภัยของการบริโภคสุรา

สำหรับทิศทางในการทำงานรณรงค์แก้ไขปัญหสุรา กลไกต่างๆ ข้างต้นรวมทั้งศูนย์วิจัยปัญหาสุรา ได้เสนอให้รัฐส่งเสริมความเข้มแข็งในการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมสุราที่มีอยู่แล้ว และการออกมาตรการเพิ่มเติมเพื่อควบคุมสุราให้มากยิ่งขึ้น คือ มาตรการทางภาษีเพื่อลดการดื่มสุรา มาตรการจำกัดความหนาแน่นของร้าน การจัดพื้นที่จำหน่ายเฉพาะจุดที่เรียกว่า โซนนิ่ง มาตรการควบคุมผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นการดื่มของเยาวชนโดยตรง และมาตรการห้ามโฆษณาโดยสิ้นเชิง¹⁵ สำหรับมาตรการสุดท้ายนี้ กระทรวงสาธารณสุข ยุคนายแพทย์ มงคล ณ สงขลา เป็นเจ้ากระทรวงได้รับลูกและพยายามดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อทุกชนิด และร่าง พ.ร.บ. ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงยังคงอยู่ในเวทีต่อสู้ทางความคิดและการดำเนินนโยบายที่ขัดแย้งกันเองของภาครัฐ ระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจหนึ่งในรายได้สำคัญของรัฐ กับความพยายามในการลดอบายมุขอีกประเภทหนึ่งซึ่งมีประชาชนเป็นผู้บริโภคและรับผลสืบเนื่องสำคัญ ประเด็นขัดแย้งในตัวเองของกรณีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะลงเอยคลี่คลายอย่างไร คงเป็นเรื่องที่ต้องติดตามต่อไปอย่างไม่กระพริบตา

