

สถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรณีศึกษา

ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่¹

The Situations Relating to the Alcoholic Beverages

A case study Nimmanhaemin Road, Chiang Mai Province

วสันต์ ปวนปันวงศ์²

Wasan Pounpunwong²

²สาขาวิชารัฐศาสตร์ วิทยาลัยการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น

²Political Science Program, College of Local Management and Development

²มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

²Pibulsongkram Rajabhat University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้นำเสนอประเด็นสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรณีศึกษา ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล คือ กลุ่มนักศึกษาที่ใช้บริการ กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มประชาชนทั่วไป และใช้เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถามเชิงสำรวจความคิดเห็น (Survey questionnaire sample) จำนวน 300 ชุด

¹บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง นโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาลกับการสร้างความมั่นคงด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้ทุน ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ผลการวิจัยที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในบทความฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 3. การรับรู้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลการวิจัยทั้ง 3 ประเด็น นำไปสู่การอธิบายให้เห็นภาพของสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย 1. การนำเสนอเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำเป็นต้องแก้ไขข้อกฎหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามสภาพสังคม มิติทางเศรษฐกิจ และวิธีการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป 2. รัฐต้องปรับทำนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เข้มแข็ง ควบคุมทั้ง อุตสาหกรรม ตลาดการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งผู้ผลิตรายใหญ่ รายย่อย และการควบคุมการดื่มให้เป็นการทั่วไปไม่มีการเลือกปฏิบัติจนนำไปสู่การเอื้อต่อกลุ่มทุนขนาดใหญ่ หรือผู้มีอิทธิพล

คำสำคัญ : เครื่องดื่มแอลกอฮอล์, ถนนนิมมานเหมินท์, จังหวัดเชียงใหม่

Abstract

This research aims to present The Situations Relating to the Alcoholic Beverages A case study Nimmanhaemin Road, Chiang Mai Province. This researcher was conducted with a quantitative research methodology. The sample used for data collection were groups of students, tourists and the general public. The research instrument was a total of 300 samples who responded to a survey questionnaire.

The research results presented by the researcher were divided into three issues: 1. The behaviors of drinking alcohols. 2.The opinions on liquor and alcoholic beverages. 3. Recognition on laws related to alcoholic beverages. The study results of these three issues have led to an overall image of government policies and measures on alcohol control and the impacts on alcohol distribution in the area of Nimmanhaemin Road, Chiang Mai Province through the phenomenon of the Situations Relating to the Alcoholic in Nimmanhaemin Road, Chiang Mai Province.

Research Suggestions 1. The presentation of alcohol beverages requires the revision of legal provisions to be appropriate to the current situations and be according to social conditions, economic dimension and changing methods to receive information of the people. 2. The government sector must adjust the pivot point, strengthen relevant policies and laws to, and control alcohol industry and market for large-sized and small-sized manufacturers and general drinking control is not discriminatory, leading to facilitating large-capital or influential groups.

Keywords : Alcoholic Beverages, Nimmanhaemin Road, Chiang Mai Province

บทนำ

บทความวิจัยฉบับนี้นำเสนอสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยประเด็นเกี่ยวกับสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานศึกษาของ R. Room และ D. Jernigan เรื่อง the ambiguous role of alcohol in economic and social development ที่อธิบายถึงบทบาทที่ไม่ชัดเจนของแอลกอฮอล์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยสะท้อนหลักการให้เห็นว่าในสถานการณ์ปัจจุบันการจัดจำหน่ายแอลกอฮอล์มีลักษณะของการทำเป็นอุตสาหกรรมโดยเฉพาะในสังคมของประเทศกำลังพัฒนา มุมมองของการมีอยู่ของการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเทศที่กำลังพัฒนาจะมีมุมมองในเชิงบวกซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจแม้ว่าอาจได้รับการยอมรับว่าผลกระทบต่อสุขภาพและความสงบเรียบร้อยของประชาชนที่เป็นผลกระทบด้านลบก็ตาม ในงานของ R. Room และ D. Jernigan เริ่มต้นจากกล่าวถึงเครื่องดื่มเบียร์ที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ธรรมดา (Alcohol: No ordinary commodity) จนนำมาซึ่งการควบคุมการผลิต การจัดจำหน่าย การโฆษณา การตลาด ฯลฯ ภายใต้กฎหมายที่กำหนดขึ้น (R. Room and D. Jernigan, 2000) แต่ประเด็นที่น่าสนใจในงานชิ้นนี้คือการกล่าวถึงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมการจัดจำหน่ายแอลกอฮอล์ ซึ่งยึดโยงกับการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ที่มีการจ้างงานลดลง การจ้างงานที่ลดลงในอุตสาหกรรมแอลกอฮอล์ในงานชิ้นนี้ได้กล่าวไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นผลมาจากนโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐ นอกจากนี้สายใยโครงสร้างเครือข่ายธุรกิจการจัดจำหน่ายแอลกอฮอล์ก็ได้รับผลกระทบไปด้วย เช่น สถานบันเทิง ร้านค้าปลีก เป็นต้น (R. Room and D. Jernigan, 2000). ทั้งนี้ในงานของ Philip J. Cook และ Michael J. Moore เรื่อง The Economics of Alcohol Abuse And Alcohol-Control Policies ได้อธิบายให้เห็นภาพของการพัฒนาเศรษฐกิจกับนโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าด้วยการการประเมินนโยบายแอลกอฮอล์ผ่านการวิเคราะห์เชิงประจักษ์เกี่ยวกับผลกระทบของมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลที่ตามมา โดยข้อนำเสนอที่น่าสนใจประการหนึ่ง คือ ปัญหาเกี่ยวกับแอลกอฮอล์

น้อยลงเมื่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นหรือมีการจำกัด ปริมาณแอลกอฮอล์ มีสูงขึ้น (Philip J. Cook and Michael J. Moore, 2002) ในวรรณคดีของผู้วิจัยมองว่า งานวิจัยที่ยกตัวอย่างมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้ว่ารัฐจะมีมาตรการในการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ในความเป็นจริงการจัดจำหน่ายแอลกอฮอล์ภายในรัฐยังคง มีความเกี่ยวพันทางเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวได้ของรัฐในการจัดเก็บภาษี ขนาดการลดลงของภาคอุตสาหกรรมในเครือข่ายของการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแม้กระทั่งการลดลงของการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยเหตุนี้จึงเท่ากับว่าการมีอยู่ของกฎระเบียบ มาตรการ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้ลดยตัวอยู่อย่างโดดเดี่ยวแต่ในทางตรงกันข้ามยังมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แฝง อยู่ในกลไกของรัฐ (สมพงษ์ จันทรชอนแก่น, 2560)

ฉะนั้น ในกรณีของถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยต้องการนำเสนอ ถึงประเด็นว่าภายหลังจากที่พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 รวมไปถึงมาตรการของรัฐในช่วงที่ คสช. ทำให้ร้านค้า สถานบันเทิงจำนวนมากต้องมีการปรับตัว ทั้งนี้การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐในการตระหนักถึงเรื่องความซับซ้อนทางเศรษฐกิจที่เป็นผลมาจากการเข้มงวดในมาตรการเหล่านั้น หน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องมีลักษณะการดำเนินงานอย่างไรเพื่อให้พื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ยังคงความเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านการจำหน่าย แอลกอฮอล์ ซึ่งในขณะเดียวกันผู้ประกอบการเองก็ต้องยอมรับในส่วนของมาตรการ การควบคุมและกฎระเบียบของรัฐ (วสันต์ ปวนปันวงศ์, 2563, 91-92)

ด้วยสาระสำคัญของบริบทของพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และแนวทางการพัฒนา เศรษฐกิจ ข้างต้น บทความวิจัยฉบับนี้จึงฉายภาพสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์โดยนำไปสู่ประเด็น อาทิ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการรับรู้ข้อมูลมาตรการ ทำยสุดนำไปสู่ นโยบายและมาตรการของรัฐในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และข้อเสนอแนะ ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่

ระเบียบวิธีการดำเนินวิจัย

บทความวิจัยฉบับนี้ในการนำเสนอสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษา นักท่องเที่ยว และ ประชาชนทั่วไป ในเส้นทางถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามแบบโควตา (Quota sampling) โดยมีแบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งหมด 300 ชุด มีดังนี้

1.1.1 กลุ่มนักศึกษาที่ใช้บริการ	100 คน
1.1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยว	100 คน
1.1.3 กลุ่มประชาชนทั่วไป	100 คน

1.2 เครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถามเชิงสำรวจความคิดเห็น (Survey questionnaire sample) จำนวน 300 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยทำการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และตั้งอยู่บนฐานของวัตถุประสงค์ของงานวิจัยฉบับนี้โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ตอนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลกฎหมายที่เกี่ยวกับสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการ Pre-test กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วแก้ไขปรับปรุงจนได้แบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้ การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ทดลองกลุ่มตัวอย่าง 1 คน ต่อ 1 แบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น

ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น คือ 0.836

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

1.3.1 ผู้วิจัยใช้วิธีการการเก็บข้อมูลแบบกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากกลุ่มตัวอย่าง

1.3.2 แจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ชุดโดยแบ่งเป็น นักศึกษา นักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป อย่างละ 100 ชุด

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ภายหลังจากการเก็บข้อมูลแล้วเสร็จ ผู้วิจัยนำข้อมูลทำการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติแบบพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยแจกแจง ความถี่ (frequency) การหาจำนวนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (วสันต์ ปวนปันวงศ์, 2563, น. 33-39)

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยในการ สถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้กรอบการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ มีดังนี้

1. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัด เชียงใหม่

ตารางที่ 1.1 แสดงความถี่และร้อยละของคำตอบที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกในประเด็นข้อคำถาม “ท่านเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อะไรบ้าง” (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ความถี่	ร้อยละ
1. สุรา	286	34.9
2. เบียร์	281	34.3
3. ไวน์	106	12.9
4. วอดก้า	135	16.5
5. อื่น ๆ	662	60.2
6. ไม่เคยดื่ม	610	61.2
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 1.1 พบว่าความถี่และค่าร้อยละของคำตอบส่วนใหญ่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสุรามีจำนวน 286 คิดเป็นร้อยละ 34.9, เบียร์ จำนวน 281 คิดเป็นร้อยละ 34.3, วอดก้า จำนวน 135 คิดเป็นร้อยละ 16.5, ไวน์ จำนวน 106 คิดเป็นร้อยละ 12.9, อื่น ๆ จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 0.2 และไม่เคยดื่ม จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 1.2

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกในประเด็น
ข้อคำถาม “ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยแค่ไหน”

ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
1. นานๆ ที่ตามโอกาส	020 คน	06.7
2. 2 – 3 เดือนครั้ง	010 คน	03.3
3. เดือนละ 1 – 2 ครั้ง	074 คน	24.7
4. สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง	177 คน	59.0
5. ดื่มทุกวัน เกือบทุกวัน	009 คน	03.0
6. ผู้ไม่ตอบข้อคำถาม ²	010 คน	03.3
รวม	300 คน	100.0

จากตารางที่ 1.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0, เดือนละ 1 – 2 ครั้ง จำนวน
74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7, นานๆ ที่ตามโอกาส จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ
6.7, 2 – 3 เดือนครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3, ดื่มทุกวัน เกือบทุกวัน
จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และผู้ไม่ตอบข้อคำถาม จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

² สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้เลือกตอบคำถามนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตไว้ 3 ประการคือ 1. จำช่วงเวลาที่
ที่เริ่มเข้าสู่วงจรการดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้ 2. เป็นบุคคลที่ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่แรก 3. ไม่ประสงค์จะตอบคำถาม
ข้อนี้

ตารางที่ 1.3 แสดงความถี่และร้อยละของคำตอบที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกในประเด็นข้อคำถาม “เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อความ	ความถี่	ร้อยละ
1. สนุก คลายเครียด	62	19.3
2. ท้ายทาย เทห์	3	60.9
3. เข้ากลุ่มกับเพื่อน	175	54.3
4. อยากลอง	12	63.7
5. อร่อย ชื่นชอบรสชาติ	13	64.0
6. มีสถานให้บริการอยู่ใกล้ๆ เข้าถึงง่าย	64	61.2
7. สื่อโฆษณาจูงใจ	61	60.3
8. มีคนชักชวน	45	14.0
9. ทัศนคติ ค่านิยม	65	61.6
10. ประเพณี พิธีกรรม	62	60.6
รวม	322 คน	96.30

จากตารางที่ 1.3 พบว่า ความถี่และค่าร้อยละของคำตอบส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่สำคัญทำให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เข้ากลุ่มกับเพื่อน จำนวน 175 คิดเป็นร้อยละ 54.3, สนุก คลายเครียด จำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 19.3, มีคนชักชวน จำนวน 45 คิดเป็นร้อยละ 14.0, อร่อย ชื่นชอบรสชาติ จำนวน 13 คิดเป็นร้อยละ 4.0, อยากลอง จำนวน 12 คิดเป็นร้อยละ 3.7, ทัศนคติ ค่านิยม จำนวน 5 คิดเป็นร้อยละ 1.6, มีสถานให้บริการอยู่ใกล้ๆ เข้าถึงง่าย จำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 1.2, ท้ายทาย เทห์ จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 0.9, ประเพณี พิธีกรรม จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 0.6, และสื่อโฆษณาจูงใจ จำนวน 1 คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 1.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกในประเด็น
ข้อคำถาม “จำนวนเงินที่ท่าน ใช้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน”

จำนวนเงิน	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 1,000 บาท	238 คน	79.3
2. 1,001 - 3,000 บาท	052 คน	17.3
3. 3,001 - 5,000 บาท	0-	0-
4. 5,001 – 10,000 บาท	0-	0-
5. มากกว่า 10,000 บาท	0-	0-
6. ผู้ไม่ตอบข้อคำถาม ³	0010 คน	03.3
รวม	300 คน	100.0

จากตารางที่ 1.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายในดื่มเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์เดือนละไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3, 1,001 -
3,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และผู้ไม่ตอบข้อคำถาม จำนวน 10 คน
คิดเป็นร้อยละ 3.3

³ สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้เลือกตอบคำถามนี้ คือ 1. เป็นบุคคลที่ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่แรก 2. ไม่
ประสงค์จะตอบคำถามข้อนี้

⁴ สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้เลือกตอบคำถามนี้ 1. เป็นบุคคลที่ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่แรก 2. ไม่ประสงค์
จะตอบคำถามข้อนี้

ตารางที่ 1.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกในประเด็น
ข้อคำถาม “ท่านคิดว่าสื่อใดส่งผลต่อการตัดสินใจต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
มากที่สุด”

ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
1.การชักชวนจากบุคคลรอบข้าง	017 คน	5.7
2.ป้ายโฆษณาต่างๆ	001 คน	00.3
3. โปรโมชั่นลดราคา	008 คน	02.7
4. สื่อออนไลน์ต่างๆ	060 คน	20.0
5. อารมณ์ส่วนตัว	003 คน	01.0
6. ผู้ไม่ตอบข้อคำถาม ⁴	211 คน	70.3
รวม	300 คน	100.0

จากตารางที่ 1.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ สื่อออนไลน์ต่างๆ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0, การชักชวนจากบุคคลรอบข้างให้ดื่มสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 อารมณ์ส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0, โปรโมชั่นลดราคา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ป้ายโฆษณาต่างๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3, และผู้ไม่ตอบข้อคำถาม จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
1. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆ ก็ดื่มได้	2.28	0.949	ไม่แน่ใจ
2. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หาซื้อได้ง่าย	2.92	0.327	เห็นด้วย
3. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆ ก็ซื้อได้	2.09	0.980	ไม่แน่ใจ
4. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีจำหน่ายในร้านขายของ และร้านสะดวกซื้อทั่วไป	2.90	0.323	เห็นด้วย
5. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เข้ากลุ่มเพื่อนง่าย	2.84	0.475	เห็นด้วย
6. สื่อโฆษณาทำให้มีการดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	2.08	0.428	ไม่แน่ใจ
7. มีกฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2.94	0.258	เห็นด้วย
8. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในถนนนิมมานเหมินท์ดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2.81	0.428	เห็นด้วย
9. ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์มีการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	2.91	0.315	เห็นด้วย
10. การควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการเข้าสถานบันเทิงทำให้เศรษฐกิจไม่ดีหรือนัก ท่องเที่ยวลดลง	2.01	0.447	ไม่แน่ใจ
11. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดอุบัติเหตุ และ อาชญากรรม ในพื้นที่ ถนนนิมมานเหมินท์	1.92	0.497	ไม่แน่ใจ
12. ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์เป็นที่นิยมของนักดื่ม และนักท่องเที่ยวต่างชาติ	2.85	0.381	เห็นด้วย
13. ถนนนิมมานเหมินท์มีความทันสมัยเนื่องจากมี ร้านอาหาร ผับ และร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ เป็นจำนวนมาก	2.49	0.507	เห็นด้วย
สรุปค่าเฉลี่ย	2.54	0.486	เห็นด้วย

จากตารางที่ 2.1 พบว่า ในประเด็น ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับข้อความต่อไปนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นด้วยกับข้อความดังกล่าว โดยมีค่าเฉลี่ย 2.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.486 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 1 ในประเด็น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆ ก็ดื่มได้ มีค่าเฉลี่ย 2.28 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 2 ในประเด็น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หาซื้อได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.92 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 93.7, ไม่แน่ใจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และไม่เห็นด้วย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 3 ในประเด็น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆ ก็ซื้อได้ มีค่าเฉลี่ย 2.09 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0, ไม่แน่ใจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และไม่เห็นด้วย จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 4 ในประเด็น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีจำหน่ายในร้านขายของและร้านสะดวกซื้อทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 2.90 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7, ไม่แน่ใจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และไม่เห็นด้วย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 5 ในประเด็น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เข้ากลุ่มเพื่อนง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.84 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0, ไม่แน่ใจ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และไม่เห็นด้วย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 6 ในประเด็น สื่อโฆษณาทำให้มีการดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 2.08 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0, ไม่แน่ใจ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และไม่เห็นด้วย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 7 ในประเด็นมีกฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเฉลี่ย 2.94 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0, ไม่แน่ใจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และไม่เห็นด้วย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 8 ในประเด็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในถนนนิมมานเหมินท์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 2.81 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5, ไม่แน่ใจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 9 ในประเด็นในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 2.91 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 92.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และไม่เห็นด้วย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 10 ในประเด็นการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการเข้าสถานบันเทิงทำให้เศรษฐกิจไม่ดีหรือนักท่องเที่ยวลดลง มีค่าเฉลี่ย 2.01 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7, ไม่แน่ใจ จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 11 ในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดอุบัติเหตุ และอาชญากรรม ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ มีค่าเฉลี่ย 1.92 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7, ไม่แน่ใจ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 และไม่เห็นด้วย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 12 ในประเด็นในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์เป็นที่นิยมของนักดื่มและนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 2.85 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และไม่เห็นด้วย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 13 ในประเด็น

ถนนนิมมานเหมินท์มีความทันสมัยเนื่องจากมีร้านอาหาร ผับ และร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 2.49 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 และไม่เห็นด้วย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

3. การรับรู้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าเฉลี่ย () และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในข้อคำถามท่าน เห็นด้วยหรือไม่กับต่อความต่อไปนี้

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเห็น
1. สถานบันเทิง ร้านอาหาร ผับ ร้านเหล้า ดึงดูดนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลดีด้านเศรษฐกิจ	2.87	0.343	เห็นด้วย
2. การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นรายได้ของรัฐจากการเก็บภาษี	2.78	0.426	เห็นด้วย
3. การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ	2.72	0.464	เห็นด้วย
4. การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดความยากจนนำไปสู่ปัญหาหนี้สิน	1.78	0.580	ไม่แน่ใจ
5. การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดการกระจายรายได้	1.73	0.511	ไม่แน่ใจ
6. มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้จำนวนผู้ซื้อและดื่มลดลง	1.99	0.400	ไม่แน่ใจ
7. มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ร้านค้าส่งและปลีก รวมถึงสถานบันเทิงมีรายได้ลดลง	2.01	0.374	ไม่แน่ใจ
8. มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้จำนวนนักดื่มลดลง ส่งผลต่อเม็ดเงินในพื้นที่	2.01	0.387	ไม่แน่ใจ
9. มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งเสริมให้คน ลด ละ เลิก การดื่มสุรา และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.88	0.572	ไม่แน่ใจ
10. มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ยากต่อการควบคุมปัญหาทางสังคม เช่น อาชญากรรม อุบัติเหตุ เป็นต้น	1.95	0.540	ไม่แน่ใจ
สรุปค่าเฉลี่ย	2.17	0.460	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 3.1 พบว่า ในประเด็น ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับข้อความต่อไปนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจ กับข้อความดังกล่าว โดยมีค่าเฉลี่ย 2.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.460 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 1 ในประเด็น สถานบันเทิง ร้านอาหาร ผับ ร้านเหล้า ดึงดูดนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลดีด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ย 2.87 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อความดังกล่าว โดยมี ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 87.7, ไม่แน่ใจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 2 ในประเด็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นรายได้ของรัฐจากการเก็บภาษี มีค่าเฉลี่ย 2.78 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 3 ในประเด็นการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ย 2.72 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วยในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7, ไม่แน่ใจ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และไม่เห็นด้วย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 4 ในประเด็น การซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดความยากจนนำไปสู่ปัญหาหนี้สิน มีค่าเฉลี่ย 1.78 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 และไม่เห็นด้วย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ผลการศึกษาของแบบสอบถาม ข้อที่ 5 ในประเด็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ มีค่าเฉลี่ย 1.73 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 201 คน คิดเป็น ร้อยละ 67.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ผลการศึกษา ของแบบสอบถามข้อที่ 6 ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้จำนวนผู้ซื้อและดื่มลดลง มีค่าเฉลี่ย 1.99 แสดงให้เห็นถึง ความไม่แน่ใจในข้อความดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน

23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7, ไม่แน่ใจ จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 84.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 7 ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ทำให้ร้านค้าส่งและปลีก รวมถึงสถานบันเทิงมีรายได้ลดลง มีค่าเฉลี่ย 2.01 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7, ไม่แน่ใจ จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 8 ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายสุราและเครื่องตัดแอลกอฮอล์ทำให้จำนวนนักดื่มลดลง ส่งผลต่อเม็ดเงินในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 2.01 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 9 ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ส่งเสริมให้คนลดละเลิก เครื่องตัดแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 1.88 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 และไม่เห็นด้วย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และผลการศึกษาของแบบสอบถามข้อที่ 10 ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ทำให้ง่ายต่อการควบคุมปัญหาทางสังคม เช่น อาชญากรรม อุบัติเหตุ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 1.95 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจในข้อคำถามดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า เห็นด้วย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3, ไม่แน่ใจ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7 และไม่เห็นด้วย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

สรุปผลการวิจัย

สรุป ประเด็นสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้กรอบการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

ประการแรก พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความถี่และค่าร้อยละของคำตอบส่วนใหญ่เคยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสุรา คิดเป็นร้อยละ 34.9, เบียร์ คิดเป็นร้อยละ 34.3 และวอดก้า คิดเป็นร้อยละ 16.5 และส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 เดือนละ 1 – 2 ครั้ง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และนานๆ ที่ตามโอกาส จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 สำหรับความถี่และค่าร้อยละของเหตุผลที่สำคัญทำให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เข้ากลุ่มกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 54.3 สนุก คลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 19.3 และมีคนชักชวน คิดเป็นร้อยละ 14 ค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายในดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เดือนละไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 และ 1,001 - 3,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ทั้งนี้รวมถึงสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ สื่อออนไลน์ต่างๆ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 การชักชวนจากบุคคลรอบข้างให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และอารมณ์ส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ประการที่สอง ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.54 มีรายละเอียดดังนี้ 1.ในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆ ก็ดื่มได้ มีค่าเฉลี่ย 2.28 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 2.ในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หาซื้อได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.92 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย 3.ในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆ ก็ซื้อได้ มีค่าเฉลี่ย 2.09 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 4.ในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีจำหน่ายในร้านขายของและร้านสะดวกซื้อทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 2.90 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย 5.ในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เข้ากลุ่มเพื่อนง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.84 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย 6.ในประเด็นสื่อโฆษณาทำให้มีการดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 2.08 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 7.ในประเด็นมีกฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีค่าเฉลี่ย 2.94 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย 8.ในประเด็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในถนนนิมมานเหมินท์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 2.81 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย 9.ในประเด็นในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์มีการจำหน่ายสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 2.91 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย 10.ในประเด็นการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการเข้าสถานบันเทิงทำให้เศรษฐกิจไม่ดีหรือนักท่องเที่ยวลดลง มีค่าเฉลี่ย 2.01 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 11.ในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดอุบัติเหตุและอาชญากรรม ในพื้นที่ ถนนนิมมานเหมินท์ มีค่าเฉลี่ย 1.92 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 12.ในประเด็นในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์เป็นที่นิยมของนักดื่มและนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 2.85 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย และ 13.ในประเด็นถนนนิมมานเหมินท์มีความทันสมัยเนื่องจากมีร้านอาหาร ผับ และร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 2.49 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย

ประการที่สาม การรับรู้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.17 โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1. ในประเด็นสถานบันเทิง ร้านอาหาร ผับ ร้านเหล้า ดึงดูดนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลดีด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ย 2.87 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย 2.ในประเด็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นรายได้ของรัฐจากการเก็บภาษี มีค่าเฉลี่ย 2.78 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย 3.ในประเด็นการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ย 2.72 แสดงให้เห็นถึงความเห็นด้วย 4.ในประเด็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดความยากจนนำไปสู่ปัญหาหนี้สิน มีค่าเฉลี่ย 1.78 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 5.ในประเด็นการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ มีค่าเฉลี่ย 1.73 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 6.ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้จำนวนผู้ซื้อและดื่มลดลง มีค่าเฉลี่ย 1.99 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 7.ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ร้านค้าส่งและปลีก รวมถึงสถานบันเทิงมีรายได้ลดลง มีค่าเฉลี่ย 2.01

แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 8. ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้จำนวนนักดื่มลดลง ส่งผลต่อเม็ดเงินในพื้นที่มีค่าเฉลี่ย 2.01 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ 9. ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งเสริมให้คน ลด ละ เลิก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ย 1.88 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ และ 10. ในประเด็นมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ง่ายต่อการควบคุมปัญหาทางสังคม เช่น อาชญากรรม อุบัติเหตุ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 1.95 แสดงให้เห็นถึงความไม่แน่ใจ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยในประเด็น สถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้กรอบการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ที่ประกอบด้วยพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการรับรู้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยได้ขบคิดแนวคิดว่าด้วยนโยบายและมาตรการของรัฐในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเป็นส่วนหนึ่งในการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะในเบื้องต้นตามสรุปผลการวิจัย

1. ในทรรศนะของผู้วิจัยมีความเห็นว่าพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ไม่ได้ลอยตัวอยู่อย่างอิสระโดยปราศจากการยึดโยงกับบริบทของสภาพแวดล้อมใกล้เคียง อาทิ ชุมชน มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า ศาสนสถาน รวมถึงร้านค้าและสถานบริการอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลของแบบสอบถามสะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เป็นนักศึกษา นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ มีปฏิสัมพันธ์กับถนนนิมมานเหมินท์ในฐานะการเป็นผู้ซื้อและใช้บริการที่มีความเกี่ยวข้องกับสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งข้อมูลเชิงตัวเลขในตารางข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นว่าถนนนิมมานเหมินท์เป็นที่เปิดและมีบทบาทในด้านความเป็นย่านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยผู้คนที่มีทั้งไทยและต่างชาติ

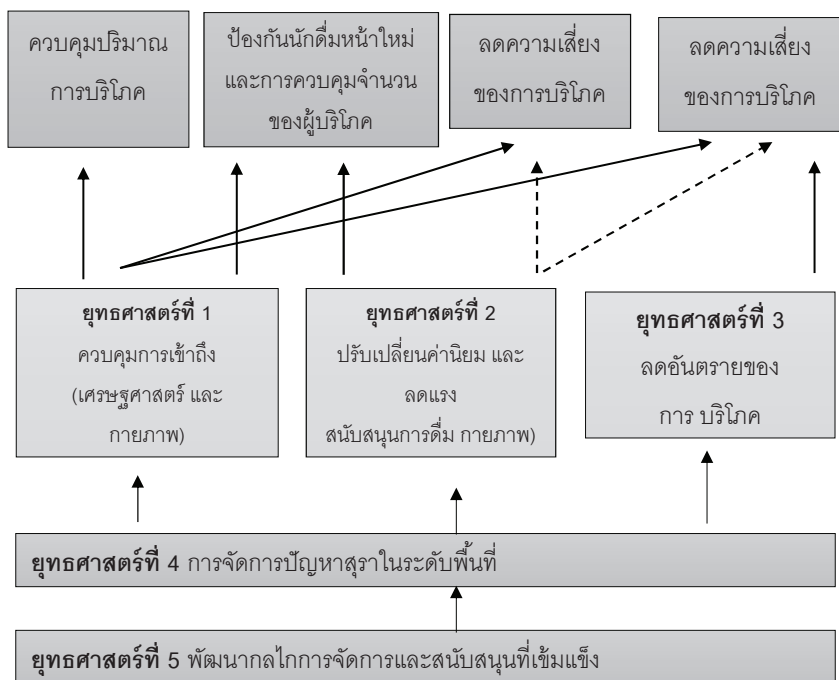
2. ประเด็นเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนนนิมมานเหมินท์
ทรงชนะของผู้วิจัยมีความเห็นว่าในขณะที่ถนนนิมมานเหมินท์เป็นย่านเศรษฐกิจและ
การท่องเที่ยว ตัวของของถนนนิมมานเหมินท์ก็ไม่ได้เป็นสิ่งที่หยุดนิ่งแต่กลับมีความเป็น
พลวัต (Dynamic) มีการพัฒนาเพื่อสอดคล้องกับ อุปสงค์ (Demand) ของนักท่องเที่ยว
และผู้คนที่ใช้บริการ ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าถนนนิมมานเหมินท์จึงมีการโฆษณาดึงดูดผู้
ให้ใช้เงินในพื้นที่ในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ผับ ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่น ธนาคาร
และธุรกิจอื่นๆ สำหรับเรื่องสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนนนิมมานเหมินท์ก็ได้ชื่อว่า
เป็นย่านที่มีชื่อเสียงที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
โดยมีผับบาร์ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายแอลกอฮอล์ทั้งปลีกและส่ง เกิดขึ้นและแตกดับ
สลับหมุนเวียนกันไปตามสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ

3. ในประเด็นการรับรู้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในถนน
นิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าความนิยมและความมีชื่อเสียง
ของถนนนิมมานเหมินท์ ถูกออกแบบโดยอำนาจ ด้านกฎหมายซึ่งอยากกล่าวได้ว่า
การเติบโตและความมั่งคั่งที่เกิดในถนนนิมมานเหมินท์มีที่มาที่ไป โดยเฉพาะการ
มีกฎหมายในการควบคุมและจัดระเบียบพื้นที่ให้สอดคล้องกับการพัฒนาของ
จังหวัดเชียงใหม่และให้ง่ายต่อการดูแลรวมถึงการจัดเก็บภาษี เช่น การจัดโซนนิ่ง
การจัดระเบียบร้านเหล้าผับบาร์ การควบคุมการโฆษณาเกี่ยวกับสุราและเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ การควบคุมร้านค้าและผู้ซื้อสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์การควบคุม
เส้นทางการเดินรถ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่านิมมานเหมินท์เป็นพื้นที่
ทางเศรษฐกิจก็จริงแต่ในขณะเดียวกันก็เป็นพื้นที่ที่มีการใช้อำนาจทางกฎหมายของรัฐ
อย่างเข้มข้นเช่นกัน

สำหรับการหยิบยกแนวคิดว่าด้วยนโยบายและมาตรการของรัฐในการควบคุม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเป็นกรอบ
ในการอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ กล่าวคือ

ประการแรก ลักษณะของนโยบายและมาตรการของรัฐในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ หากพิจารณาตามเจตนารมณ์ของการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 จะเห็นได้ว่า 1) เพื่อเป็นการป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยง่าย 2) ลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ และ 3) ให้ประชาชนตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยลักษณะของการใช้กฎหมายของภาครัฐนั้นมีทั้งในส่วนที่เป็นการสนับสนุนหรือเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการสถานที่ดี เช่น และในส่วนของการเป็นอุปสรรคในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการที่ดี ทำให้เห็นว่าลักษณะนโยบายควบคุมของรัฐยังมีช่องว่างที่เอื้อให้เกิดความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจได้ และเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน โดยได้มีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ พ.ศ. 2554-2563 (นิพนธ์ ชินานนท์เวช, 2561). เพื่อเป็นเครื่องมือในการกำหนดเป้าหมายระยะยาวของสังคมไทยในการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ดังแผนภาพต่อไปนี้ (วสันต์ ปวนปันวงศ์, 2563, น.106)

แผนภาพที่ 1.1 แผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ พ.ศ. 2554-2563



จะเห็นได้จากแผนภาพประกอบด้วยการจำกัดอายุผู้ซื้อ, การที่รัฐเป็นเจ้าของร้านสุราปลีก, การจำกัดเวลาในการขาย, การจำกัดความหนาแน่นของจุดขาย, ระบบภาษีสุรา, การสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์ในลมหายใจของผู้ขับขี่, การลดเพดานระดับแอลกอฮอล์ในเลือดของผู้ขับขี่, การยึดใบอนุญาตขับขี่ หากพบว่าผู้ขับขี่ขณะมีเมา และการคัดกรองผู้มีความเสี่ยงเบื้องต้น (brief intervention) มาตรการห้ามหรือควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (สุริยา ส่องเสนาะ, 2560) ซึ่งนโยบายดังกล่าวผู้วิจัยมองว่าเป็นความพยายามที่รัฐต้องการลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่อย่างไรก็ตามนโยบายดังกล่าวอาจส่งผลในทางตรงกันข้ามที่กลายเป็นการชักนำให้บริโภค หรือสร้างความคุ้นเคยต่อการบริโภคในหมู่เยาวชน

และประชากรทั่วไปด้วยการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้มีการดื่มอย่างรับผิดชอบแทน
ทั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่านโยบายดังกล่าว นอกจากจะมีลักษณะของความเป็นลำดับ
ชั้นบนลงล่าง (Top-down) โดยรัฐต้องถือนำเอานโยบายและกฎหมายมาใช้ในพื้นที่
ทั้งในเชิงการควบคุมและการสนับสนุนและ ยังมีลักษณะของการรวมศูนย์อำนาจรัฐ
(Centralization) จากส่วนกลางเพื่อนำมาบังคับใช้อย่างทั่วถึงอีกด้วย แต่อาจจะมี
ความเข้มงวดที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทความเป็นเมือง กับชนบท เป็นต้น
(วรานันต์ ตันติเวทย์และคณะ, 2557)

ประการที่สอง ในงานวิจัยนี้มองว่าปัญหาที่เกิดจากผลกระทบในการจำหน่าย
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ สามารถแบ่งออกเห็นเป็นปัญหา
ที่เกิดจากการจากภาครัฐ โดยนำกลไกการจัดการด้านการบังคับใช้กฎหมายยังไม่มี
ประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องนำมาตรการทางเศรษฐศาสตร์เข้ามา
เป็นอีกกลไกหนึ่งในการวางนโยบายร่วมกับกระบวนการทางกฎหมาย สอดคล้องกับ
งานวิจัยของ วรานันต์ ตันติเวทย์และคณะ (2557) ทั้งในรูปแบบของมาตรการที่ใช้กับ
ผู้จำหน่ายหรือผู้ประกอบการและมาตรการที่ใช้กับผู้บริโภค โดยในส่วนของมาตรการ
ที่ใช้กับผู้จำหน่ายหรือผู้ประกอบการคือการใช้มาตรการบทลงโทษทางภาษีหรือค่าปรับ
หากพบสถานบริการที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของรัฐ เป็นลักษณะของการควบคุม
กำกับ ดูแล ผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นพื้นที่สำหรับมาตรการที่ใช้กับผู้บริโภค อาจจะเป็น
ในเรื่องของการควบคุม การลดแรงจูงใจในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
สร้างวัฒนธรรมการเข้าสังคมที่เหมาะสม เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล
ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากตัวผู้บริโภคเอง และภาคส่วนอื่นๆ ในการแก้ไขปัญหา
ดังกล่าวด้วย ส่วนในภาคประชาสังคมนั้น ควรจัดให้มีแนวทางสำหรับการ ประสาน
งานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการสร้างความรู้
ความเข้าใจในเรื่องของการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ภาคสังคม และ
รัฐต้องปรับจุดหมุน ทานโยบายและกฎหมายภายในประเทศให้เข้มแข็ง ควบคุมทั้ง
อุตสาหกรรม ตลาดการค้าสุราทั้งผู้ผลิตรายใหญ่ รายย่อยและการควบคุมการดื่มไม่ให้
มีสถานการณ์ที่บ่งชี้ว่าไทยปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมและการกีดกันทางการค้าเสรี
จากผลกระทบดังกล่าว ทำให้กลุ่มประชาชนบางส่วนที่เกี่ยวข้องในโลกออนไลน์

ได้เริ่มมีการออกมาตรการเรียกกรองให้มีการแก้ไขพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และพยายามผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรกฤษณ นคร (2559) ที่กล่าวว่า มาตรการในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ควรมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเพื่อให้การดำเนินนโยบายมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น โดยขอเรียกร้องให้มีการแก้ไข พรบ. ควบคุมแอลกอฮอล์ มีประเด็นที่น่าสนใจ ได้แก่

1. ยกเลิกการให้สิทธิผูกขาดการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับบริษัทเพียงไม่กี่บริษัทรายใหญ่ ซึ่งเป็นการกระจุกตัวทางรายได้ และกีดกันผู้ผลิตรายย่อย

2. ผลักดันรัฐสนับสนุนคราฟท์เบียร์ (Craft Beer)⁵ และสุราชุมชน เนื่องด้วยกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในไทยมีข้อจำกัดหลายอย่างทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการดื่มค่อนข้างน้อย ซึ่งล้วนแต่เป็นเครื่องดื่มในอุตสาหกรรมที่ไม่มีความแตกต่างเรื่องประเภท รสชาติ และวัตถุดิบ ทั้งนี้เมื่อเกิดการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศเข้ามา ที่มีหลากหลายประเภท มีกลิ่น มีรสชาติ มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำเบียร์แตกต่างกันไป ทำให้เกิดความสนใจและเริ่มก็เริ่มมีทางเลือกในการดื่ม เกิดกระบวนการศึกษาวิธีการผลิต เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งผู้สนับสนุนเห็นว่า การทำคราฟท์เบียร์และสุราชุมชนเป็นการสร้างรายได้ให้ชุมชน เพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น

3. ยกเลิกกฎหมายห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามมาตรา 32 สืบเนื่องจากที่ผ่านมาตัวกฎหมายมีปัญหามากมาย กลุ่มเครือข่ายของภาคีความ มีสินบนจำนวนมากเป็นแรงจูงใจในการนำจับ จนเป็นเหตุให้มีประเด็นทางสังคมที่ประชาชนและผู้ประกอบการถูกตั้งข้อหาตามมาตรา 32 อย่างไม่เป็นธรรมอยู่บ่อยครั้ง

⁵ คราฟท์เบียร์ (Craft Beer) คือเบียร์ที่เป็นงานคราฟท์หรือเบียร์ทำเองด้วยการใช้ฝีมือ ใช้ความปราณีต ไม่ใช่งานอุตสาหกรรม อ้างอิงใน <https://www.naewna.com/politic/497093>

อีกทั้งปิดกั้นโอกาสในการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องของผู้ประกอบการ ดังนั้นหากรัฐจะดำเนินการให้ความชัดเจนในประเด็นของการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องการใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดโดยไม่มีการโฆษณาในรูปแบบใด ๆ อย่างสิ้นเชิง ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ห้ามเป็นผู้อุปถัมภ์รายการในทุก ๆ ช่องทางสื่อต่างๆ รวมถึงการเป็นผู้อุปถัมภ์ผ่าน กีฬา ดนตรี เทศกาล เวทีประกวด ฯลฯ ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน ทุกสถานที่ การบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดนี้จะให้หมดปัญหาในเรื่องการตีความที่มีความสับสนอีกต่อไป

4. ยกเลิกการกำหนดเวลาขาย เนื่องจากเห็นว่า การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกเหนือจากช่วงเวลาที่กำหนด มิได้ปรากฏว่าช่วยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนลง จากสถิติการจัดเก็บภาษีสุรา สถิติอุบัติเหตุบนท้องถนน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี เป็นต้น

สรุปได้ว่า ประเด็นเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการการซื้อและการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงจำเป็นต้องแก้ไขกฎหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามสภาพสังคม มิติทางเศรษฐกิจ และวิธีการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป (พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย, 2561)

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. การนำเสนอเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำเป็นต้องแก้ไขกฎหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามสภาพสังคม มิติทางเศรษฐกิจ และวิธีการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป

2. รัฐต้องปรับทำนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เข้มแข็ง ควบคุมทั้งอุตสาหกรรม ตลาดการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งผู้ผลิตรายใหญ่ รายย่อย และการควบคุมการดื่มให้เป็นการทั่วไปไม่มีการเลือกปฏิบัติจนนำไปสู่การเอื้อต่อกลุ่มทุนขนาดใหญ่หรือผู้มีอิทธิพล

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเกิดจากการสนับสนุนจากบุคคลหลายท่าน โดยผู้วิจัยจึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งเป็นผู้ให้ทุนในการทำโครงการวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณ หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษา เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้รวมถึงผู้ประกอบการในถนนนิมมานเหมินท์ เป็นอย่างยิ่ง

เอกสารอ้างอิง

- จักรกฤษ ณ นคร. (2559).มาตรการในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พุทธศักราช 2551. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 7(2), 39.
- นิพนธ์ ชินานนท์เวช. (2561). *บทบาทภาครัฐในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2563, จาก http://cas.or.th/cas/wp-content/uploads/2019/04/ACFrOgAfYWyxjQOc3VpqFBjXNy488Zh7KClgyJZ-7QU3HpYY5mscG5Mg8OjEkd7VvIhsBrjtop5wOHhcbQffZU5800I_SemtnQhn3IJGoc_bIExLBvykLgW37U-uhv643U_C9f5VGha1EjP3jN-v2o.pdf
- พงษ์ศักดิ์ อ้นมอย. (2561). การพัฒนามาตรการการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าโดยรอบสถานศึกษาในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารการพัฒนาศุมนชนและคุณภาพ*, 6(3), 525 – 536.
- วสันต์ ปวนปันวงศ์. (2563). *นโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐกับการสร้างความมั่งคั่งด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่* (รายงานวิจัย). สงขลา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.). คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลา.

- วสันต์ ปวนปั้นวงศ์. (2563). การศึกษาประเด็นทางนโยบายและมาตรการของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: กรณีศึกษา พื้นที่ถนนนิมมานเหมินท์จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการบริหารปกครอง มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 9(2), 138-182.
- วรานันต์ ดันติเวทย์และคณะ. (2557). เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยร้านเหล้า (Alcoholic Economics). *วารสาร เศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา*, 1(1), 84-95
- สมพงษ์ จันทรขอนแก่น. (2560). การพัฒนารูปแบบการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7 จังหวัดอุบลราชธานี กรณีศึกษา: อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม, *วารสารสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7 ขอนแก่น*, 24(3), 30-41.
- สุริยา ช้องเสนาะ. (2560). *ร้านเหล้ารอบมหาวิทยาลัย: แนวทางแก้ไข*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2562, จาก [http:// www.library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/.../Hi2558-054.pdf](http://www.library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/.../Hi2558-054.pdf)
- Philip J. Cook and Michael J. Moore. (2002). *The Economics of Alcohol Abuse And Alcohol-Control Policies*. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.healthaffairs.org/doi/full/10.1377/hlthaff.21.2.120>
- R. Room, D. Jernigan. (2000). *The ambiguous role of alcohol in economic and social development*. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2563 จาก, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/11218349/#affiliation-1>