



สาระสำคัญ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- ▶ ควบคุมบรรจุกินท์ ฉลาก คำเตือน
- ▶ ควบคุมสถานที่ขาย
- ▶ ควบคุมวันและเวลาขาย
- ▶ ควบคุมอายุผู้ซื้อ
- ▶ ควบคุมวิธีการขาย
- ▶ ควบคุมสถานที่บริโภค
- ▶ ควบคุมการโฆษณา



สื่อโฆษณาปลุกเร้าเยาวชน
'นักดื่มหน้าใหม่' พุ่ง 4.96% ต่อปี

> 15



สื่อโฆษณาปลุกเร้าเยาวชน 'นักดื่มหน้าใหม่' พุ่ง 4.96% ต่อปี

● ทิมข่าวสังคม

มีความพยายามรณรงค์กันมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสกัดกั้น "นักดื่มหน้าใหม่" มีการออกประกาศตามคำสั่งมาตรา 44 ควบคุมร้านเหล้าและสถานบันเทิงรอบสถานศึกษา รวมทั้งมีคำสั่งคุมเข้มเมื่อไม่กี่วันมานี้ เพื่อป้องกันทั้งนักดื่มและเล่นพนันในช่วงฟุตบอลยูโร 2016

น.พ.อำนวยการ กาจินะ อธิบดีกรมควบคุมโรค(คร.) เปิดเผยว่าปัจจุบันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ขยายเข้าสู่กลุ่มเด็กและเยาวชนมากขึ้น จากปัจจัยต่างๆ เช่น ความอยากรู้อยากลองกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าถึงสื่อโฆษณา

จากการสำรวจพฤติกรรมกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงปี 2544-2557 พบว่าภาพรวมของนักดื่มอายุ 15 ปีขึ้นไปค่อนข้างคงที่และมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย โดยในปี 2557 มีความชุกอยู่ที่ 32.3% ซึ่งลดลง 1.22% หรือลดลงเฉลี่ยราว 0.09% ต่อปี อย่างไรก็ตาม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนกลุ่มอายุ 15-19 ปี ในช่วงเวลา 13 ปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นถึง 64.5% หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 4.96% ต่อปี **และการสำรวจยังพบข้อที่น่าสนใจว่าคนไทยใช้เวลาเฉลี่ยเพียง 4.5 นาทีในการเดินทางไปร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

แผนคุมแอลกอฮอล์ระยะ 10 ปี

นพ.อำนวยการ กล่าวว่าจากสถานการณ์ข้างต้น กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ เป็นแผนยุทธศาสตร์ 10 ปี (พ.ศ. 2554 - 2563) เพื่อเป็นกรอบทิศทางการดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ มีเป้าหมายในการลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่ และลดปัญหาความรุนแรงจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โดยมีเครื่องมือ ที่ใช้ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญประการหนึ่งคือพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่กำหนดมาตรการในการควบคุม ไปจนถึงการบำบัด รักษา หรือฟื้นฟูสภาพผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทั้งนี้ เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนให้ตระหนักถึงพิษภัย **ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนไม่ให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่าย**

สาระสำคัญของ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 อยู่ที่หมวด 4 เรื่อง การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีการกำหนดมาตรการ

ต่างๆ สำคัญเอาไว้ดังนี้ 1.ควบคุมบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2.มาตรการควบคุมสถานที่ขาย

3.มาตรการควบคุมวันและเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4.มาตรการควบคุมอายุของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5.มาตรการควบคุมลักษณะและวิธีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 6.มาตรการควบคุมสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 7.มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทั้งนี้ หลังจากที่กฎหมายมีผลบังคับใช้ได้มีการออกอนุบัญญัติเพิ่มเติมเป็นจำนวนมาก เพื่อให้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพ และทันสมัยมากยิ่งขึ้น เช่น การกำหนดสถานที่ห้ามขายหรือห้ามดื่มเพิ่มเติม อย่างเช่นสถานบันเทิง ทำเรือโดยสารสาธารณะ สถานีรถไฟ และรอบสถานศึกษา เป็นต้น

ใช้ก.บ.-ชวนก้าคิดถวายเป็นหลวง

นพ.อำนวยการ กล่าวว่า นอกจากการใช้กฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว สังคมไทยยังถือปฏิบัติละเว้นการดื่มสุราหรือของมีเมาในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาด้วย ดังนั้นคณะรัฐมนตรี จึงมีมติให้วันเข้าพรรษาของทุกปี เป็นวันงดดื่มสุรา



กำหนดแผน ยุทธศาสตร์ 10 ปี ลดนักตีพิมพ์หน้าใหม่ และปัญหาความ รุนแรงจากเครื่องตี แอลกอฮอล์

แห่งชาติ

โดยในปี 2559 นี้ พล.อ.ประยุทธ์

จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้คำขวัญ
เนื่องในวันงดดื่มสุราแห่งชาติ ประจำปี
2559 ในวันที่ 15 ก.ค.นี้ ว่า "ครอบครัว
เยาวชน คนรุ่นใหม่ ห่างไกลสุรา
พาชาติเจริญ" พร้อมทั้งจัดให้มีกิจกรรม
เพื่อเผยแพร่ความรู้ถึงโทษภัยและ
ผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ให้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชน
ทั่วไปด้วย

พร้อมทั้งกระตุ้นให้ลด ละ เลิก
การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยการ
ประชาสัมพันธ์กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และ
ให้ประชาชนได้ร่วมกันปฏิญาณตนงด
ดื่มสุราในช่วงเข้าพรรษา เพื่อเป็นการ
ทำความดีถวายในหลวง

จกคณฤกษ์โฆษณาเรียกลูกค้า

น.ส.เบญจพร บัวสำลี อาจารย์

คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์และ
สวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยหัวเฉียว
เฉลิมพระเกียรติ กล่าวว่าร้านเหล้ารอบ
มหาวิทยาลัยมักใช้ 5 กลยุทธ์หลักๆ
ได้แก่ 1.การโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมาย
โดยตรงผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก
ไลน์ 2.ส่งเสริมการขาย เช่น ลดแลก
แจกแถม 3.ประชาสัมพันธ์ สร้างภาพ
ลักษณ์ที่ดี 4.ใช้พนักงานขายทำหน้าที่
แนะนำหรือบริการแบบซึ่งหน้า 5.จัด
กิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้น
ให้อยากดื่ม ซึ่งเป็นผลให้นักศึกษามี
ทัศนคติเชิงบวกต่อร้านเหล้า

"ที่น่าห่วงคือ ผลวิจัยยังพบ
นักศึกษาที่เข้าไปใช้บริการในร้านเหล้า
รอบมหาวิทยาลัย จะมีพฤติกรรมการ
ดื่มสูงถึง 94.2% และยังเห็นว่าการที่
ร้านเหล้าตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยง่าย
ต่อการเดินทาง ไม่เสียเวลา และส่ง
ผลให้เกิดการกลับไปใช้บริการซ้ำอีก"

โซนนี้ร้านเหล้ายังไม่สะเด็ดน้ำ

ผศ.นิษฐา หรุ่นเกษม อาจารย์
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏพระนคร กล่าวว่าเล่ห์เหลี่ยม
ธุรกิจสุราที่พบจะมีการแปลงโฆษณา
ให้เป็นข่าวสาร โดยใช้คนธรรมดา
รีวิวสินค้าผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์กและ
แฝงโฆษณาสินค้าในเพจดัง ซึ่งเป็น
เนื้อหาการสื่อสารที่มีพลังประภพ
หนึ่งที่ทำให้เกิดการสื่อสารแบบปาก
ต่อปาก และการเชื่อมต่อทางอารมณ์
กับข้อมูลจากการรีวิวสินค้าที่ได้รับ
เหมือนเพื่อนบอกต่อเพื่อน

ด้านนายธีรภัทร์ คหะวงศ์
ผู้ประกอบการเครือข่ายเยาวชน
ป้องกันนักตีพิมพ์หน้าใหม่ กล่าวว่าถึง
ขณะนี้ปัญหาที่มีการเรียกร้องมา
ตลอด 8 ปี ยังไม่สะเด็ดน้ำมาตรการที่
จะควบคุมร้านเหล้ารอบสถาน
ศึกษา ยังไม่เสร็จสิ้น การกำหนด
รัศมีห้ามขายเหล้าเบียร์ยังไม่รู้
ว่าจะจบอย่างไร โดยเฉพาะใน
กรุงเทพฯ ยังไม่เห็นความคืบหน้า
อยากถามว่าเจ้าหน้าที่ได้ตรวจ
จริง จับจริงมากน้อยแค่ไหน