

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของนักเรียนและนักศึกษา และการปฏิบัติตามมาตรการทางกฎหมายของจุดจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษาพื้นที่ชานเมืองและชนบท ได้มีการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย การวัดและสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย รวมทั้งการอภิปรายผลการวิจัย โดยมีหัวข้อการทบทวนวรรณกรรมดังต่อไปนี้

1. สถานการณ์ปัญหาการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย
2. แนวคิดการยอมรับกฎหมาย/ปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal compliance)
3. พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551
4. มาตรการการกำหนดโซนนิ่งจุดจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดการวิจัย

ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สถานการณ์ปัญหาการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

จากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในช่วง พ.ศ. 2544 – 2557 พบว่า ภาพรวมความชุก ของนักตี๋มในช่วงกว่า 13 ปีที่ผ่านมา นั้นค่อนข้างคงที่ โดยทิศทางลดลงเล็กน้อยคือ จากร้อยละ 32.7 ใน พ.ศ. 2544 เป็นร้อยละ 32.3 ใน พ.ศ. 2557 ซึ่งลดลงร้อยละ 1.2 คิดเป็นการลดลงเฉลี่ยร้อยละ 0.09 ต่อปี นักตี๋มที่เป็นประชากรวัยทำงานลดลงร้อยละ 1.3 ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2557 อย่างไรก็ตามการตี๋มของเยาวชน อายุ 15 – 24 ปี กลับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.60 ใน พ.ศ. 2544 เป็นร้อยละ 25.20 ใน พ.ศ. 2557 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.60 (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์, 2559) จากผลการสำรวจพฤติกรรมการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนการตี๋มเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 47.27 (บริษัท กลุ่มแอดวานซ์ รีเสิร์ช จำกัด, 2559)

มาตรการทางกฎหมายยังมีการบังคับใช้ในประเทศไทยได้ไม่ดีพอทำให้ความชุกของการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ทักษพล ธรรมรังสี, 2556) ตัวอย่างเช่น การศึกษาที่พบว่า อัตราความสำเร็จในการทดลองซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี มากกว่าร้อยละ 96.0 (Puangsuwan A et al, 2012, Chaiyasong S et al, 2013) และอัตราการไม่ปฏิบัติตามมาตรการด้านเวลาห้ามจำหน่ายของร้านค้ารอบสถานศึกษา ถึงร้อยละ 89.1 ทั้งที่ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีการรับรู้มาตรการด้านอายุห้ามจำหน่าย (อายุ <20 ปี) มากถึงร้อยละ 79.2 รับรู้มาตรการด้านเวลาห้ามจำหน่าย มากถึงร้อยละ 50.0-81.2 (Chaiyasong S et al, 2013) มีการรับรู้ว่ามีมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภทร้อยละ 90.0 ผู้จำหน่ายไม่รู้ว่ามีห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการจำหน่ายพวงและในรูปแบบอื่นๆ ร้อยละ 33.3 (ดุขฎิ อายุวัฒน์, 2555)

2. แนวคิดการยอมรับกฎหมาย/ปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal compliance)

ในปัจจุบันพบว่านับถือกฎหมาย ไม่ได้เป็นเรื่องที่สมบูรณ์แบบเสมอไป โดยในบางครั้งพบว่าประชาชนมีการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ดังเช่นในบางกรณีที่พบว่าประชาชนเป็นจำนวนมากปฏิเสธที่จะจ่ายภาษีให้แก่รัฐ อันเป็นการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งเป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นของประชาชนต่อกฎหมายและผู้มีอำนาจในการออกกฎหมาย เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงสิ่งซึ่งมีอิทธิพลเหนือจิตใจของประชาชนที่จะปฏิบัติตามหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย นั่นคือ การยอมรับต่อกฎหมาย ซึ่งเป็นสิ่งที่ประชาชนคำนึงถึงในการตัดสินใจบนพื้นฐานของการชั่งน้ำหนักระหว่างศีลธรรมและประโยชน์ส่วนบุคคล โดยประชาชนจะยอมรับและยินดีปฏิบัติตามกฎหมายที่เห็นว่ามีเหมาะสม เนื่องจากคาดเห็นว่าสามารถปฏิบัติตามได้ และนำไปสู่การเคารพเชื่อฟังโดยไม่ต้องคำนึงถึงความเสี่ยงของการถูกลงโทษจากการฝ่าฝืนกฎหมาย (Tom R. Tyler, 1990)

ซึ่งการยอมรับต่อมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติ (พรบ.) ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในที่นี้ หมายถึง การที่บุคคลได้รับทราบกฎหมายและยินดีปฏิบัติตามมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพรบ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และงานวิจัยนี้ประเมินเรื่องการยอมรับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเรื่องไม่จำหน่ายเครื่องดื่มฯ ในเวลาห้ามจำหน่าย ไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่ง การขอตรวจสุขภาพอายุเยาวชนที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่มีการสื่อสารการตลาด/ส่งเสริมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทุกรูปแบบและไม่มีการโฆษณาเครื่องดื่มฯ หรือแสดงชื่อเครื่องหมายของเครื่องดื่มฯ และของนักเรียนนักศึกษาในเรื่องการไม่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่ง ไม่ซื้อเครื่องดื่มฯ ในเวลาห้ามจำหน่ายและไม่ซื้อในกรณีอายุไม่ถึง 20 ปีบริบูรณ์

3. พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นมาเพื่อกำหนดมาตรการในการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (สำนักงานควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์, 2558) มีสาระสำคัญ คือ

3.1) ความเป็นมาของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นกฎหมายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ฉบับแรกของประเทศไทยที่มีเจตนารมณ์ในการป้องกันเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป ไม่ให้เข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยง่าย มีการบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551 (สำนักคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์, 2558) และเป็นที่มาของการกำหนดมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อลดการเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของเยาวชนเป็นหลัก

3.2) ความเกี่ยวข้องของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

กับการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาหรือการกำหนดโซนนิ่ง

คำจำกัดความหรือนิยามศัพท์ที่สำคัญของ พรบ.ควบคุมเครื่องตี้มฯ ถูกนำมาเป็นกรอบในการดำเนินมาตรการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาหรือการกำหนดโซนนิ่ง ดังนี้(สำนักคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์, 2558)

“เครื่องตี้มแอลกอฮอล์” หมายความว่า สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

“จำหน่าย” หมายความว่า จำหน่าย จ่าย แจก แลกเปลี่ยน ให้ เพื่อประโยชน์

“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า และให้หมายความรวมถึงการสื่อสารการตลาด

“การสื่อสารการตลาด” หมายความว่า การกระทำกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายสินค้า บริการหรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขายการแสดงสินค้า การจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษและการตลาดแบบตรง

ซึ่งการบังคับใช้พรบ.ควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ที่เกี่ยวข้องในเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา
ดังนี้ (สำนักคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์, 2558)

1. มาตรา 27 ห้ามจำหน่ายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณ ดังต่อไปนี้

- (1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา
- (2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล
และร้านจำหน่ายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา
- (3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร
- (4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก
- (5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
- (6) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงหรือ
ร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- (7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
- (8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ
และในปี พ.ศ. 2555 สำนักนายกรัฐมนตรีได้มีประกาศ เรื่องกำหนดสถานที่หรือบริเวณ
ห้ามบริโภคเครื่องตีมีแอลกอฮอล์บนทาง มาเพิ่มเติม ซึ่งสถานที่ทั้งหมดหากอยู่ในเขตกำหนดโซนนิ่งรอบ
สถานศึกษา เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องมีการเฝ้าระวังการกระทำผิดที่เข้มงวดต่อไป นอกจากนี้ยังมี

2. มาตรา 28 ห้ามมิให้จำหน่ายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศ
กำหนด

3. มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดจำหน่ายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์แก่บุคคล ดังต่อไปนี้

- (1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

4. มาตรา 30 ห้ามมิให้ผู้ใดจำหน่ายเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ โดยวิธีการหรือในลักษณะ
ดังต่อไปนี้

- (1) ใช้เครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ
- (2) การเร่จำหน่าย
- (3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการจำหน่าย
- (4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการ การชิงโชค
การชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อ
หรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องตีมีแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ

(5) โดยแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการจำหน่ายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องตีมแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม

(6) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

5. มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริการ ดังต่อไปนี้

(1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา

(2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และร้านจำหน่ายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ยกเว้นบริการที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล

(3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริการที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

(4) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริการที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคลหรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

(5) สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานบริการเชื้อเพลิง

(6) สวนสาธารณะของราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

(7) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

6. มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อ หรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ที่กำหนดในกฎกระทรวง

การกระทำผิดตามมาตราต่างๆ ทั้ง 6 มาตราข้างต้น ล้วนเป็นสิ่งที่เจ้าหน้าที่ของรัฐในทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อาทิ ตำรวจ สรรพสามิต สาธารณสุข ครูอาจารย์ ฯลฯ ต้องเข้มงวดกับจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา ทั้งในเรื่องการจำหน่ายให้เยาวชนที่อายุน้อยและคนเมาที่ครองสติไม่ได้ การจำหน่ายเกินเวลาที่กำหนด การจำหน่ายรูปแบบจูงใจหรือการโฆษณาให้คนมาซื้อมาดื่มได้ง่าย และการจำหน่ายในที่สาธารณะและหน่วยงานที่รัฐกำหนด ซึ่งในเบื้องต้นเป็นการควบคุมไม่ให้จุดจำหน่ายที่มีอยู่เดิมบริเวณเขตโซนนิ่งได้กระทำผิดและควบคุมไม่ให้เกิดจุดจำหน่ายใหม่เกิดขึ้นในบริเวณเขตโซนนิ่ง

จากการที่พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อให้เกิดการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเป็นกรอบในการดำเนินมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้นำข้อกฎหมายหรือมาตราที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมากำหนดเป็นตัวแปรที่วัดเรื่องการปฏิบัติตามมาตรการทางกฎหมายของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา ได้แก่ การไม่จำหน่ายฯ เกินเวลาที่กำหนด การไม่จำหน่ายฯ ในเขตพื้นที่โซนนิ่งรอบสถานศึกษา การตรวจสอบอายุเพื่อไม่จำหน่ายให้เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ไม่มีการสื่อสารการตลาด/ส่งเสริมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกรูปแบบ การไม่โฆษณาเครื่องดื่มฯ หรือแสดงชื่อเครื่องหมายของเครื่องดื่มฯ ในจุดจำหน่าย ซึ่งปรากฏในกรอบแนวคิดการวิจัย

4. มาตรการการกำหนดโซนนิ่งจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา

มาตรการการกำหนดโซนนิ่งจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาในงานวิจัยนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน จึงขอให้ความหมายในคำศัพท์ต่างๆ ไว้ดังนี้

จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง ร้านค้า/สถานที่ที่มีหรือเคยมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2 ประเภทคือ

a. **ร้าน/สถานที่จำหน่ายประเภท Off-sale (Off-premise)** คือ จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่มีที่นั่งดื่ม คือ 1) แบบร้านโชห่วยหรือร้านจำหน่ายของชำหรือจุดจำหน่ายตามทางเท้าจำหน่ายแบบเร่ แผงลอย การจำหน่ายแบบรถ การจำหน่ายแบบเพิงหรือแบบซุ้มที่ไม่มีที่นั่งดื่ม 2) แบบร้านสะดวกซื้อที่มีเครือข่าย (Chained convenient store) และ 3) แบบร้านจำหน่ายปลีกขนาดใหญ่ ทั้งนี้ให้รวมทั้งที่มีใบอนุญาตและไม่มีใบอนุญาตในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายต้องเป็นแบรนด์จำหน่ายที่จดทะเบียนจากกรมสรรพสามิตโดยไม่รวมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตเองในครัวเรือน

b. **ร้าน/สถานที่จำหน่ายประเภท On-sale (On- premise)** จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีที่นั่งดื่ม ประเภทร้านอาหาร สถานบันเทิง ซุ้มเบียร์ ซุ้มยาตองที่มีที่นั่งดื่ม ผับ/บาร์/คาราโอเกะ

ซึ่งงานวิจัยนี้ให้รวมทั้งจุดจำหน่ายที่มีใบอนุญาตและไม่มีใบอนุญาตในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายต้องเป็นแบรนด์จำหน่ายที่จดทะเบียนจากกรมสรรพสามิต โดยไม่รวมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตเองในครัวเรือน

ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท

สถานศึกษา หมายถึง สถาบันระดับอุดมศึกษา (มหาวิทยาลัย) อาชีวศึกษา และโรงเรียนมัธยมศึกษาซึ่งเป็นสถานศึกษาที่ต้องเร่งดำเนินการกำหนดเขตโซนนิ่ง ตามแนวทางควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของสำนักคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2558)

รอบสถานศึกษา หมายถึง บริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาตามการกำหนดเขตโซนนิ่ง ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของแต่ละจังหวัด ซึ่งในที่นี้ให้ขึ้นอยู่กับหน่วยงานภายในของแต่ละจังหวัดเป็นผู้กำหนดขอบเขตพื้นที่

การกำหนดเขตโซนนิ่ง หมายถึง การห้ามมิให้มีสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาหรือหอพักบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาในที่นี้ให้ขึ้นอยู่กับหน่วยงานภายในของแต่ละจังหวัดเป็นผู้กำหนดขอบเขตพื้นที่ตามคำนิยามของคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 22/2558 ที่กำหนดให้ “บริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา” คือบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานศึกษาและบริเวณถัดออกไป โดยบริเวณถัดออกไปดังกล่าวต้องมีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ประกอบด้วย

(1) บริเวณดังกล่าวเป็นบริเวณที่เด็ก เยาวชน นักศึกษา สามารถเข้าถึงได้โดยง่ายเมื่อพิจารณาจากระยะห่างจากสถานศึกษา

(2) บริเวณดังกล่าวเป็นสถานที่ที่มีลักษณะที่ไม่เหมาะสมต่อเด็ก เยาวชน นักศึกษา

(3) บริเวณดังกล่าวมีสถานที่ที่มีลักษณะอาจเป็นแหล่งมั่วสุมหรือเป็นแหล่งมอมเมาเด็ก เยาวชน นักศึกษา

(4) บริเวณดังกล่าวพึงเห็นได้ว่าจะก่อความเดือดร้อนรำคาญต่อเด็ก เยาวชน นักศึกษาในสถานศึกษา (คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 22/ 2558, 2558, ประกาศสำนัก

นายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา พ.ศ. 2558, 2558)

การกำหนดโซนนิ่งจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา จึงเป็นมาตรการจำกัดสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Restrictions on on-premise and off-premise sales of alcoholic beverages) ซึ่งเป็นหนึ่งในมาตรการทางกฎหมายสำคัญในควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนโดยเฉพาะเยาวชน นักเรียน นักศึกษา โดยการควบคุมและลดความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการกำหนดสถานที่อนุญาตให้มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทที่นั่งดื่ม (on-premise) เช่น บาร์ หรือภัตตาคาร เป็นต้น และกำหนดสถานที่อนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทไม่มีที่นั่งดื่ม (off-premise) นอกจากนี้ยังรวมถึงการกำหนดวันและเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย (WHO, 2014: 72)

จากการขยายตัวของร้านเหล้ารอบมหาวิทยาลัย ทางออกของปัญหาคือลดความหนาแน่นของร้านจำหน่ายเหล้ารอบสถานศึกษา การห้ามจำหน่ายในวงรัศมีทุก ๆ 100 เมตร จะลดจำนวนร้านค้าลงได้ประมาณ ร้อยละ 20.0 ใช้เวลาเดินทางไปร้านจำหน่ายเหล้าเพิ่มขึ้น 1 นาที ความน่าจะเป็นในการดื่มจะลดลงประมาณ ร้อยละ 2.0 การเดินทางไปร้านจำหน่ายเหล้าที่ใกล้ที่สุดด้วยการเดิน จะทำให้มีโอกาสดื่มมากกว่าการเดินทางโดยวิธีอื่น ดังนั้นประเทศไทยจึงมีมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาหลายฉบับ อาทิ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา พ.ศ. 2558 คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 22/ 2558 พระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2493 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานคณะกรรมการการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, ม.ป.ป.)

คำสั่งคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่ 46/2559 คือระเบียบข้อบังคับหลักในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษาที่เกื้อหนุนการบังคับใช้พรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 และกฎหมายอื่นๆ ดังกล่าวข้างต้น โดยคำสั่ง(คสช.) ที่ 46/2559 (2559) ได้ระบุได้ว่า ห้ามมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ “บริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา” หากผู้ฝ่าฝืน มีความผิดและมีโทษทางอาญา ตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และโทษทางปกครอง คือ เพิกถอนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพิกถอนใบอนุญาตสถานบริการ สั่งปิดกิจการ โดยผู้ใด (1) เปิด

สถานบริการหรือสถานประกอบการที่เปิดให้บริการในลักษณะที่คล้ายกับสถานบริการภายในระยะเวลาห้าปีนับแต่วันที่มิคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาตหรือคำสั่งปิดตามข้อ 4 วรรคสองหรือข้อ 5 วรรคสอง (2) เปิดให้บริการ สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสถานบริการหรือสถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาหรือหอพักในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา อันเป็นการฝ่าฝืนคำสั่งตามข้อ 4 วรรคสามหรือข้อ 6 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

โดยแนวทางการดำเนินงานการกำหนดเขตโซนนิ่งได้ถูกกำหนดไว้ต่อจากคำสั่ง คสช.ที่ 46/2559 ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, ม.ป.ป.)

1) ให้คณะทำงานระดับจังหวัด โดยมีสรรพสามิตพื้นที่เป็นฝ่ายเลขานุการ ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน และส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องเป็นคณะทำงานร่วมกันพิจารณา กำหนดเขตพื้นที่ (Zoning) ที่ต้องห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา

2) สถานศึกษาที่ต้องเร่งดำเนินการกำหนด Zoning คือ สถานศึกษาที่เด็ก เยาวชน นักศึกษาจะเป็นผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เอง เช่น สถานศึกษาในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และมัธยมศึกษา เป็นต้น เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จจึงกำหนด Zoning สถานศึกษาในระดับอื่นต่อไป

3) เมื่อจัดทำเขตพื้นที่ Zoning เสร็จสิ้น ให้ประกาศเผยแพร่เพื่อรับทราบโดยทั่วกัน

จึงเป็นที่มาที่ทุกจังหวัดจะต้องดำเนินการตามมาตรการทางกฎหมายอย่างเข้มงวด ซึ่งทำให้มีแนวทางข้อบังคับที่ครอบคลุมการควบคุมปัญหาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม มาตรการที่พื้นที่ต่างๆ ได้ดำเนินการยังขาดการประเมินผลด้วยวิธีวิจัยหลังจากดำเนินงานมาได้ระยะหนึ่งแล้ว โดยเฉพาะเขตชานเมืองและชนบท ซึ่งสังคมวัฒนธรรมการพึ่งพาอาศัยกันมีผลทำให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นเรื่องที่ทำทนาย หากนำวิธีการทางวิจัยหรือวิธีทางวิทยาศาสตร์มาช่วยประเมินผลมาตรการ จะทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนามาตรการ กฎหมาย และนโยบายมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงออกแบบการวิจัยเพื่อการประเมินผลหลังการประกาศใช้มาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา โดยเลือกจังหวัดนครราชสีมาซึ่งมีความหลากหลายของบริบทสิ่งแวดล้อม และสังคม เนื่องจากมีขนาดพื้นที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยปัญหา และมีปัญหาเรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับกลางๆ ของประเทศมาเป็นพื้นที่นำร่องในการวิจัย ซึ่งการศึกษาผลการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ของ

รัฐในการกำกับให้จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาปฏิบัติตามมาตรการกำหนดเขตพื้นที่โซนนิ่งในเขตเมืองในจังหวัดนครราชสีมา ของธีระวุธ ธรรมกุล (2561) พบประเด็นสำคัญต่อไปนี้

- การกำหนดขอบเขตโซนนิ่งเป็นการกำหนดโดยหัวหน้าสถานศึกษาร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งบางครั้งการกำหนดเขตพื้นที่โซนนิ่งยังไม่ครอบคลุมจุดพื้นที่เสี่ยง
- การปฏิบัติตามมาตรการกำหนดเขตพื้นที่โซนนิ่ง ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตรอบสถานศึกษาตามประกาศใช้ในยุครัฐบาล คสช. เป็นการระบุงบแคบเรื่องของการกำหนดขอบเขต การปฏิบัติยังเป็นปกติ ไม่ต่างจากก่อนมีมาตรการนี้มากนัก ซึ่งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน
- ก่อนและหลังการมีโซนนิ่งการออกกลุ่มตรวจของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ร่วมกับปกครองยังมีออกตรวจเหมือนเดิม อาทิเคยละ 1 ครั้ง แต่พบการกระทำผิดของจุดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ทั้งการเปิดเกินเวลา การให้บริการลูกค้าอายุต่ำกว่า 20 ปี
- เวลาในการออกตรวจของเจ้าหน้าที่ของรัฐ 2-4 วันต่อเดือน ซึ่งเจ้าหน้าที่มองว่าน้อยเกินไป ทำให้มีโอกาสที่จุดจำหน่ายจะมีวันละเมิดกฎหมายได้ 24-26 วันต่อเดือน การตรวจเฝ้าระวัง หัวหน้าชุดแต่ละวัน แต่ละคำสั่งจะเลือกใช้วิธีเตือน บันทึกการกระทำผิดพรบ. เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดมองว่า “กฎหมายขาดความชัดเจนจึงทำให้เป็นช่องว่างสำหรับผู้ประกอบการในการทำผิด”
- มีร้านโชห่วยหลายร้านยังเปิดขายได้ตามปกติ ทั้งที่มีการขายผิด พรบ.ฯ เมื่อตรวจเจอจะหยุดทำ ไม่นานก็กลับมาทำผิดใหม่ ซึ่งไม่ต่างจากเมื่อก่อนมีมาตรการโซนนิ่งฯ เท่าใดนัก
- หน่วยงานสาธารณสุขปฏิบัติงานส่วนใหญ่เป็นเพียงการตรวจสอบ ซึ่เป้า เดือน ไม่สามารถเปรียบเทียบปรับหรืออื่นๆได้ อีกทั้งผู้ซึ่เป้า หรือแจ้งการกระทำผิดอาจได้รับผลกระทบต่อความก้าวหน้าการปฏิบัติงาน ซึ่งไม่ต่างจากเมื่อก่อนมีมาตรการโซนนิ่งฯ เท่าใดนัก
- ยังมีร้านที่ตั้งใหม่บางร้านไม่มีใบอนุญาต ซึ่งไม่ต่างจากเมื่อก่อนมีมาตรการโซนนิ่งฯ เท่าใดนัก
- ร้าน สถานบันเทิงใหม่ขอเปิดไม่ได้ จะไปเปิดนอกเขตโซนนิ่ง ทำให้ดูแลกำกับยากโดยเฉพาะการมีเจ้าหน้าที่ตำรวจเป็นหุ้นส่วน และการกำหนดโซนนิ่งฯ ที่ผ่านมามีแบบหยาบๆ เร่งรีบ กำหนดเขตคลาดเคลื่อนประชาสัมพันธ์ไม่ดีก่อให้เกิดความเข้าใจกันผิดๆ
- ความรู้ ความเข้าใจของคนในพื้นที่ เรื่องมาตรการกำหนดเขตพื้นที่โซนนิ่ง ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตรอบสถานศึกษายังมีน้อย

- สถานศึกษาไม่ยากกำหนดโซนนิ่งเพราะไปกระทบร้านในชุมชนที่เปิดมานานเกรงปัญหาความขัดแย้งกับชุมชน

- นักศึกษาไม่ได้ดื่มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่งมหาวิทยาลัย เนื่องจากไม่มีร้านนั่งดื่มที่ชื่นชอบ แต่ไปหันดื่มที่อื่นๆ แทนทำให้เสี่ยงต่ออุบัติเหตุ

- สถานศึกษาที่มีร้านค้าในเขตโซนนิ่ง ไม่มากนัก ก็จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ซึ่งในโรงเรียนมัธยมของเอกชนปัญหาในเขตโรงเรียน และเขตโซนนิ่งไม่มี เนื่องจากโรงเรียนมีการวางกฎระเบียบ มีการตรวจตรา ฝ้าระวังจากสารวัตรนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งโรงเรียนมีสัมพันธภาพ การสื่อสารผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์คอย่างดีกับผู้ปกครองนักเรียนแต่ละคน ที่ผ่านมาไม่ค่อยพบการดื่มในโรงเรียน ที่เป็นความเสี่ยงของโรงเรียนคือการมีสุ่มของนักเรียนนอกเขตโซนนิ่ง ทราบว่ามีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เด็ก ทางโรงเรียนเอกชนได้ให้ข้อมูลว่า “ขาดการประสานงานเรื่องการดำเนินการตามมาตรการกำหนดเขตพื้นที่โซนนิ่ง ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตรอบสถานศึกษาจากหน่วยงานระดับจังหวัด” ส่วนสถาบันบัณฑิตศึกษาของเอกชนได้ให้ข้อมูลในทำนองเดียวกัน คือ “ไม่มีนักศึกษาละเมิดกฎหมายนี้” เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยของรัฐที่อยู่ติดกัน ก็ระบุว่า “ไม่มีนักศึกษาละเมิด” ซึ่งเขตพื้นที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมหาวิทยาลัยดังกล่าว ชับซ้อนกับเขตมหาวิทยาลัยอีกแห่งที่อยู่ติดกัน จึงอาจจะแยกไม่ออกว่าเป็นนักเรียนนักศึกษาของใคร แต่การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านจำหน่ายยังไม่เป็นไปตามพรบ.กำหนดเท่าที่ควร

- ในส่วนของโรงเรียนมัธยมศึกษาของรัฐ ได้ระบุว่า “เหมือนเดิมกับที่ยังไม่มีเขตโซนนิ่ง ทั้งร้านค้า นักศึกษาและหน่วยงานภายนอก ร้านค้ายังไม่รู้ด้วยซ้ำไป ว่าอยู่ในเขตโซนนิ่ง ไม่มีการติดตามต่อเนื่องจากหน่วยงานที่จัดประชุมและไม่เห็นผลที่ชัดเจน ตอนประชุมชี้แจงกับร้านค้าก็โอเคดี แต่หลังจากประชุมเสร็จร้านค้าก็ปฏิบัติโดยการขายแบบเดิม เพราะเป็นการทำมาหากินของเขา ดังนั้นเราจึงต้องบอกเด็กของเราเอง และติดกล้องวงจรปิดในโรงเรียนประมาณ 100 กว่าตัว โดยค่อยๆ ททยอดติด เพื่อให้มีหลักฐานในการลงโทษเด็กได้ และนักเรียนไม่รู้เรื่องโซนนิ่ง หากมีหน่วยงานเข้าไปให้ความรู้ด้วยจะช่วยให้”

- ภายหลังจากมีการกำหนดเขตโซนนิ่ง และมีห้างสรรพสินค้าชื่อดังมาตั้งใหม่หลัง ห้างดังกล่าว ได้มีหนังสือคัดค้านขอเปลี่ยนเขต/ขอแก้ไขเขตแดน เกิดแรงต้านในการขับเคลื่อนในช่วงแรกๆ โดยผู้ประกอบการมีการต่อว่าเครือข่ายฝ้าระวังและเยาวชนแกนนำ แต่เกิดสิ่งที่ดีคือเทศบาลลานเป็ยร์ของห้างที่ตั้งอยู่ในเขตโซนนิ่ง ได้เปลี่ยนเป็นลานนมเค๊าท์ดาว์ เนื่องจากขอเปลี่ยนเขตแดนโซนนิ่งไม่ได้ และทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดยังไม่เห็นด้วยถ้าจะให้ปรับปรุงเขตแดน แต่ผู้ว่าราชการฟิงเครือข่ายงดเหล้า และได้ให้ส่วนกลางเป็นผู้พิจารณาเรื่องคัดค้านดังกล่าวเอง โดยผู้ว่าฯ ยังไม่เซ็นอนุมัติให้มีการปรับเปลี่ยน

หรือขยายเขตแดนไซนนิ่ง ซึ่งสรรพสามิตให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “การดำเนินการตามข้อร้องเรียนต้องมีขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูล ประสานงานผู้บริหาร ยังไม่มีความคืบหน้าในการจัดการแก้ไข ขาดความชัดเจนในการดำเนินการตามพรบ.”

- ภายหลังมีการกำหนดเขตไซนนิ่งๆ ทำให้เกิดเครือข่ายเยาวชนเผ่าระวังการกระทำผิดกฎหมายของเยาวชนเอง

จากข้อค้นพบดังกล่าว จึงมีการต่อยอดการศึกษาในเขตชานเมืองและชนบทในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาในงานวิจัยนี้ เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการและผลลัพธ์การดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำให้เกิดข้อเสนอเชิงนโยบายที่สำคัญในการพัฒนามาตรการการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 การศึกษาการยอมรับกฎหมาย/ปฏิบัติตามกฎหมายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 กำหนดให้เจ้าพนักงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องต้องเข้มงวดในการบังคับใช้ทั้งในการควบคุมด้านการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามมาตรา 32 การส่งเสริมการจำหน่าย ตามมาตรา 30 การห้ามร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัน เวลาที่รัฐมนตรึประกาศกำหนด ตามมาตรา 28 และ/หรือมาตราอื่นๆ ตามพรบ.ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่มีการปรับปรุงเพิ่มเติม (สำนักคณะกรรมการการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2558) การศึกษามาตรการและการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พบว่า ในพื้นที่จะมีการบังคับใช้กฎหมายเป็นบางครั้ง โดยร้อยละ 49.6 จะเน้นเฉพาะช่วงเทศกาลวันหยุดสำคัญๆ มากที่สุด ร้อยละ 21.5 มีการบังคับใช้เป็นประจำ กับไม่ค่อยบังคับใช้เท่าๆ กัน โดยตำรวจเป็นผู้บังคับใช้ถึงร้อยละ 72.9 และเน้นวิธีการตรวจและจับกุมผู้กระทำผิดอย่างจริงจังมากที่สุด ร้อยละ 56.2 เจ้าหน้าที่ที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุด คือตำรวจ ร้อยละ 72.9 โดยกลุ่มร้านค้าและสถานบริการนี้ให้ความเห็นว่าการบังคับใช้กฎหมายควรเน้นการรณรงค์ให้ความรู้มากที่สุด ร้อยละ 62.0 มีความพึงพอใจในการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 49.7 พบปัญหาและอุปสรรค ในด้านความต่อเนื่องจริงจังในการบังคับใช้กฎหมาย การทำสำนวนคดีของตำรวจยังไม่มีแนวทางปฏิบัติหรือคู่มือการทำสำนวนคดี การขาดการประสานงานและติดตามงานของเจ้าหน้าที่ ความ

เข้าใจและตีความข้อกฎหมาย ในมาตรา 32 พบว่าผู้บังคับใช้กฎหมายมีความเห็นไม่ตรงกับเจตนารมณ์ของกฎหมาย การเปรียบเทียบคดีและการใช้มาตรการด้านเงินสินบนไม่มีการจูงใจในด้านการนำจับ ประชาชนยังไม่ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ดิเรก ควรสมาคม, 2557)

การยอมรับต่อมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในที่นี้ หมายถึง การที่บุคคลได้รับทราบ กฎหมาย และยินดีปฏิบัติตามมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผลการประเมินการยอมรับเกี่ยวกับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้รับผิดชอบงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ภาพรวมระดับประเทศเกี่ยวกับการรับรู้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับดี ร้อยละ 63.2 โดยภาคกลาง มีการรับรู้สูงสุด ร้อยละ 64.0 การยอมรับต่อมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับดีมาก ร้อยละ 88.3 โดยภาคเหนือมีการยอมรับต่อมาตรการทางกฎหมายสูงสุดร้อยละ 89.4 การรับรู้และยอมรับเกี่ยวกับกฎหมายควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินร้อยละ 50.0 มีการรับรู้ต่อมาตรการทางกฎหมายในการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกต้องในทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นไม่ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสนามกีฬาของเอกชนและเวลาจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ 11.00 – 14.00 น. ที่มีการรับรู้ต่ำ ร้อยละ 30.1 (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2559)

การศึกษาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชุมพร และจังหวัดสุรินทร์ กลุ่มประชาชน ผู้นำชุมชน และหัวหน้าส่วนราชการในท้องถิ่นมีความเห็นว่า นโยบายการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการยอมรับมากที่สุด รองลงมาคือยอมรับเรื่องของการควบคุมการดื่มหรือการจำหน่าย แต่ยอมรับน้อยที่สุดคือนโยบายด้านการควบคุมผู้ซื้อผู้จำหน่าย และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มฯ รวมทั้งผู้ประกอบการและชุมชนที่ดำเนินโครงการณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มฯ ยอมรับมาตรการห้ามดื่มในสถานพยาบาล และสถานจำหน่ายยาตามกฎหมายว่าด้วยยาเสพติดมากที่สุด รองลงมาคือ ห้ามดื่มในสถานศึกษา และรอบสถานศึกษา ส่วนการยอมรับนโยบายควบคุมผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน พบว่า มีการยอมรับห้ามเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ซื้อหรือดื่มและเข้าไปสถานที่เฉพาะเพื่อการจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือการยอมรับเรื่องการตรวจสอบ และระบุร้านค้าที่ไม่เข้มงวดและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน และลงโทษผู้ว่าจ้าง
ไว้วาน (พรรณปพร สิริโรจน์, 2559)

การศึกษาของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2557) แสดงให้เห็นว่าร้านค้าที่เยาวชนไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากกว่าครึ่งเป็นร้านจำหน่ายของชำและการศึกษาของวิระชัย รุ่งรวยศรี (2553) ที่

พบว่า ร้านค้าในชุมชนจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เด็ก โดยร้านค้ามากกว่าครึ่งได้จำหน่ายให้คนที่รู้จักกัน และร้านค้าไม่จำกัดอายุในการจำหน่าย ผลจากการบังคับใช้กฎหมายที่ผ่านมายังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เมื่อพิจารณาจากจำนวนของนักดื่มหน้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นสูง ที่ผ่านมามีการวิจัยทดลองซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านค้าจำนวน 417 ร้านๆ ละ 2 ครั้ง รวม 834 ครั้ง พบอัตราความสำเร็จในการทดลองซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี มากถึงร้อยละ 98.7 (Puangsuwan, Phakdeesettakun, Thamarangsi, & Chaiyasong, 2012) การสำรวจข้อมูลจำนวน 55 ร้าน พบอัตราการไม่ปฏิบัติตามมาตรการด้านเวลาห้ามจำหน่ายของร้านค้า ร้อยละ 89.1 ทั้งที่ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีการรับรู้มาตรการด้านอายุห้ามจำหน่ายให้เยาวชนมากถึงร้อยละ 79.2 รับรู้มาตรการด้านเวลาห้ามจำหน่าย มากถึงร้อยละ 50.0-81.0 (Surasak Chaiyasong et al, 2013)

มีการสำรวจพบผู้จำหน่ายในร้านค้าจำนวน 1,194 ร้าน พบมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 14.00-17.00 น. ร้อยละ 80.0 โดย 3 ใน 4 ของผู้ที่จำหน่ายไม่รู้ว่าผิดระเบียบเรื่องเวลา และผู้จำหน่ายจำนวน 1 ใน 5 รู้ว่าผิดกฎหมายแต่ไม่คิดว่าจะถูกจับ มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เด็กที่ต่ำกว่าอายุ 20 ปี ร้อยละ 50.0 โดยให้เหตุผลว่าไม่ทราบระเบียบ มีการรับรู้ว่ามีมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่บางประเภทร้อยละ 90.0 ผู้จำหน่ายไม่รู้ว่าห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบการจำหน่ายฟวงและในรูปแบบอื่นๆ ร้อยละ 33.3 (ดุขฎิ อายุวัฒน์ และวณิชชา ณรงค์ชัย, 2555)

การศึกษาการละเมิดกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตเมืองพบว่า ร้อยละ 50.8 ของสถานประกอบการไม่แสดงป้าย “ไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี” ร้อยละ 34.2 จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 41.6 มีการตั้งหรือแสดงป้ายโฆษณาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 32.4 จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันเข้าพรรษา วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา และวันอาสาฬหบูชา ร้อยละ 48.0 จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาห้ามจำหน่ายที่กฎหมายกำหนด ร้อยละ 42.4 มีการส่งเสริมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดราคาเพื่อเพิ่มยอดขาย ร้อยละ 34.4 จัดรายการ ลด แลก แจกและแถมของรางวัล และร้อยละ 23.2 จำหน่ายแบบซื้อ 1 แกรม 1 หรือซื้อ 3 แกรม 1 โดยปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และทัศนคติของผู้ประกอบการส่งผลต่อผลลัพธ์การนำนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปปฏิบัติ (ปะภา นัครา, 2556)

สำหรับการศึกษาในเขตชนบทพบว่าร้านจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในชุมชนแต่ละแห่ง มีความแตกต่างกัน มีการจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ทุกประเภทและมีป้ายกำหนดเวลาในการจำหน่าย แต่ไม่มีการตรวจสอบกรณีลูกค้าเป็นวัยรุ่น รูปแบบการจำหน่ายของร้านแต่ละแห่งไม่แตกต่างกัน มีบรรยากาศซื้อขายของชุมชนแบบไม่ต้องจ่ายเงินสด (ใช้การจดบัญชีและเรียกเก็บ/มาจ่ายภายหลัง) ไม่มีมาตรการแก้ปัญหาที่เป็นรูปธรรมและไม่มีการจำกัดจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในชุมชน เจ้าหน้าที่ขาดความตระหนักในเรื่องการจับกุม ร้านค้าที่ไม่ได้ตรวจสอบอายุผู้ซื้อเครื่องตี๋มฯ (นวลตา อาภาศัพท์กุล 2557) และการศึกษาในจังหวัดชัยภูมิซึ่งเป็นพื้นที่เสี่ยงสูง มีการสำรวจร้านค้าและสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์จำนวน 382 ร้าน/คน พบว่าปัจจัยด้านความรู้กฎหมาย เพศ อายุของผู้จำหน่าย การเคยได้รับการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ และตำแหน่งร้านค้าที่ตั้งนอกเขตเทศบาลมีอิทธิพลต่อการไม่ปฏิบัติตามพรบ.ควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 (ทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ, 2560) ซึ่งการศึกษานี้ได้ศึกษาค้นคว้าครอบคลุมในทุกประเด็นเกี่ยวกับ พรบ.ควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ฯ ในกลุ่มประชากรที่เป็นร้านค้าหรือจุดจำหน่าย แต่ยังขาดความเจาะจงไปที่เขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษาซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ในการควบคุมการเข้าถึงเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของเยาวชน และยังไม่ได้ศึกษาในรูปแบบการทดลองซื้อเพื่อให้ได้ข้อมูลสถานการณ์ที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด

นอกจากนี้การศึกษาลักษณะการละเมิดกฎหมายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในชุมชน จังหวัดขอนแก่น โดยสุ่มประชากรอายุ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 406 คน พบว่า ลักษณะการละเมิดกฎหมายและสัดส่วนของผู้ละเมิดกฎหมายควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์มี 7 ลักษณะ คือ การละเมิดด้านเวลา ร้อยละ 88.4 การโฆษณา ร้อยละ 84.5 ด้านอายุผู้ซื้อ ร้อยละ 78.6 ด้านสถานที่ในเขตวัด ร้อยละ 71.7 ในสถานศึกษาและสถานที่ราชการ ร้อยละ 45.8 ปั่นหม่ามัน ร้อยละ 49.8 ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายด้วยการลด แลก แจก แถม เร่งจำหน่าย ร้อยละ 65.5 ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อการละเมิดกฎหมาย คือ (1) ปัจจัยทางกายภาพ ได้แก่ ประชาชนผู้อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตองค์การบริหารส่วนตำบล เสี่ยงมากกว่าเขตเทศบาล ถึง 4 เท่า ผู้ที่อยู่ใกล้ร้านจำหน่ายสุรามีความเสี่ยงมากถึง 3 เท่า (2) ปัจจัยทางชีวสังคัม คือ ผู้ที่จบประถมศึกษามีความเสี่ยงมากถึง 12 เท่า ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีโอกาสเสี่ยงมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ถึง 10 เท่า (3) ปัจจัยด้านสังคัม คือ ผู้มีอาชีพเกษตรกรเสี่ยงมากกว่าอาชีพอื่นถึง 4 เท่า (4) ปัจจัยทางความคิด จิตใจ คือ ผู้ที่มีทัศนคติในเชิงลบจะเสี่ยงมากกว่าถึง 5 เท่า (วุทธิพงศ์ ภัททีกุล, 2553)

สำหรับงานวิจัยนี้ได้ประเมินเรื่องการยอมรับและปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา ของผู้จำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ในเรื่องไม่จำหน่ายเครื่องตี๋มฯในเวลาห้ามจำหน่าย ไม่จำหน่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่ง การขอตรวจสอบอายุเยาวชนที่ซื้อเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ไม่มีการสื่อสารการตลาด/ส่งเสริมการจำหน่าย

เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ทุกรูปแบบและไม่มีการโฆษณาเครื่องตี้มฯ หรือแสดงชื่อเครื่องหมายของเครื่องตี้มฯ และของนักเรียนนักศึกษาในเรื่องการไม่ซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่ง ไม่ซื้อเครื่องตี้มฯในเวลาห้ามจำหน่ายและไม่ซื้อในกรณีอายุไม่ถึง 20 ปีบริบูรณ์

5.2 การศึกษาสถานการณ์การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของจุดจำหน่ายในเขตพื้นที่โซนนิ่งรอบสถานศึกษา

จากการที่การรับรู้มาตรการกำหนดเขตพื้นที่รอบสถานศึกษาและพรบ.ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของผู้จำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และนักเรียนนักศึกษาในเขตพื้นที่โซนนิ่งรอบสถานศึกษาเขตเมือง อยู่ในระดับดี ร้อยละ 35.6 และร้อยละ 24.9 ตามลำดับ (ธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ, 2561) จึงต่ำกว่าผลการประเมินของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (2559) เกือบเท่าตัว ที่พบการรับรู้กฎหมายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประชาชนในภาพรวมของประเทศอยู่ในระดับดี ร้อยละ 63.2 แต่ยังพบความสอดคล้องกันระหว่าง 2 การศึกษาในประเด็นเรื่องเวลาที่ห้ามจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยผู้จำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ นักเรียน นักศึกษาและประชาชนมีการรับรู้ในเรื่องนี้น้อยที่สุด

จากการทดลองซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทั้งร้านประเภทนั่งตี้มและร้านประเภทไม่มีที่นั่งตี้มโดยอาสาสมัครซื้อที่ดูแล้วยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่ามีการทดลองซื้อสำเร็จร้อยละ 99.1 (ธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของของ Puangsuwan A et al. (2012) ที่ได้ศึกษาเฉพาะในร้านประเภทไม่มีที่นั่งตี้ม ซึ่งในช่วงเวลานั้นยังไม่มีมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษาและเป็นการวิจัยที่ไม่ได้เจาะจงพื้นที่รอบสถานศึกษา ผลการศึกษาพบอัตราความสำเร็จในการทดลองซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 98.7 ซึ่งอัตราความสำเร็จในการทดลองซื้อใกล้เคียงกันมาก แต่จากการศึกษาในเขตโซนนิ่งนี้ผู้จำหน่ายไม่มีการสอบถามอายุผู้ซื้อ ร้อยละ 78.0 มีอัตราที่ต่ำกว่าการศึกษาของ Puangsuwan A et al. (2012) ที่พบสูงถึงร้อยละ 98.7 ก็แสดงให้เห็นว่าการที่มีมาตรการโซนนิ่งทำให้ร้านค้ามีความเข้มงวดในการที่จะจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนมากขึ้น อย่างไรก็ตามทั้งสองงานวิจัยนี้พบการขออุปสรรคประชาชนจากอาสาสมัครที่ไปทดลองซื้อเพียงไม่เกินร้อยละ 1 เท่านั้น

เมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาในเขตเมืองของธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) กับ Chaiyasong S et al. (2013) ซึ่งมีการทดลองซื้อทั้งในร้านประเภทนึ่งต้มและร้านประเภทไม้นึ่งต้มในเขตรอบสถานศึกษาในรัศมี 1,000 เมตรและให้อาสาสมัครเยาวชนที่ดูคล้ายอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ (pseudo-underage) ไปทดลองซื้อ ซึ่งการศึกษาลักษณะใกล้เคียงกัน ก็พบว่าอัตราการทดลองซื้อสำเร็จของเยาวชนที่ดูคล้ายอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ในงานวิจัยในเขตเมืองของธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) มีอัตราความสำเร็จในการทดลองซื้อด้วยวิธีเดียวกันที่สูงกว่าของการศึกษา Chaiyasong S et al. (2013) อยู่เล็กน้อย (ร้อยละ 2.9) ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าจุดจำหน่ายใกล้สถานศึกษายังไม่ได้ให้ความสำคัญและเข้มงวดกับการปฏิบัติตามกฎหมายเท่าใดนัก แม้จะมีมาตรการโซนนิ่งรอบสถานศึกษาเพิ่มขึ้นมา อย่างไรก็ตามในการทดลองซื้อในช่วงเวลาห้ามจำหน่ายตามกฎหมายกำหนด การวิจัยในเขตเมืองของธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) พบความสำเร็จในการทดลองซื้อ ร้อยละ 71.6 ซึ่งต่ำกว่าก่อนการมีมาตรการโซนนิ่งฯ ตามการศึกษาของ Chaiyasong S et al. (2013) ที่พบความสำเร็จในการทดลองซื้อ ร้อยละ 89.1 โดยแตกต่างกันถึง 17.5 บ่งบอกว่ามาตรการโซนนิ่งฯ อาจใช้ได้ผลในเรื่องการจำหน่ายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ตามเวลาที่กฎหมายกำหนด จึงถือว่าเป็นแนวโน้มที่ดีหากมีการใช้มาตรการโซนนิ่งรอบสถานศึกษานี้ต่อไป

ผลการสำรวจในเขตเมืองของธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) พบว่าร้านที่มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษามีเพียงร้อยละ 74.3 และมีผู้จำหน่ายที่ไม่ผ่านการการอบรมเกี่ยวกับกฎระเบียบการขายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 67.3 ซึ่งแตกต่างจากการวิจัยของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2560) ที่สำรวจร้านค้าและผู้จำหน่ายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ประเภทไม้นึ่งต้ม ในจังหวัดที่มีพื้นที่เสี่ยงสูงทั้งจังหวัด พบร้านค้ามีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 97.1 ผู้จำหน่ายไม่เคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับกฎระเบียบการขายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 77.5

นอกจากนั้นผลการสำรวจในเขตเมืองของธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) พบว่าการจำหน่ายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบร้านค้าได้ขายเครื่องต้มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 10.9 มีการจำหน่ายในช่วงเวลาห้ามขายสูงสุดคือเวลา 14.00-17.00 น. ร้อยละ 51.5 ซึ่งต่ำกว่าการสำรวจของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2560) ที่พบร้อยละ 39.8 และ ร้อยละ 77.8 ตามลำดับ และการศึกษาของ Chaiyasong et al. (2013) ที่พบการไม่ปฏิบัติตามมาตรการด้านเวลาห้าม

ขายของร้านค้า ร้อยละ 89.1 รวมทั้งการศึกษาของชุมชน อายุวัฒน์และวณิชชา ณรงค์ชัย (2555) ที่พบการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเวลา 14.00-17.00 น. ร้อยละ 80.0 จึงเป็นไปได้ว่าหลังจากการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษาตามคำสั่ง คสช.ปี 2558 ทำให้ผู้จำหน่ายมีการปฏิบัติตามพรบ.ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มากขึ้น หรืออีกเหตุผลหนึ่งคือการศึกษาของธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) เจาะจงที่เขตเทศบาลนคร ซึ่งเป็นเขตเมือง จึงแตกต่างจากการศึกษาอื่นอื่นที่มีการศึกษาในพื้นที่ชนบทรวมด้วย จึงเห็นสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

ธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) พบว่าในรอบ 1 ปีมีการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในวันสำคัญสูงสุดในเขตเมือง คือวันมาฆบูชา ร้อยละ 10.9 ซึ่งแตกต่างการสำรวจของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2560) ที่พบสูงสุดในวันออกพรรษา ร้อยละ 27.5

ธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) การได้รับการตรวจสอบโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการศึกษา นี้นับเพียงร้อยละ 56.4 ซึ่งต่ำกว่าการศึกษาของของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2560) ที่พบสูงถึงร้อยละ 88.2 แต่จำนวนครั้งเฉลี่ยในการได้รับการตรวจสอบ จะอยู่ที่ 2.1 ครั้ง ในขณะที่การศึกษาเขตโซนนิ่งนี้ มีการตรวจสอบที่สูงกว่าเกือบเท่าตัว ซึ่งเป็นไปได้ว่าการไปตรวจสอบจุดจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตโซนนิ่งจะเน้นที่ร้านประเภทนั่งตี้ม ผับ บาร์ สถานบันเทิงโดยผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่าการตรวจสอบใบอนุญาตและเวลาการขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จากเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 91.2 ที่เหลือจะเป็นเรื่องการตรวจสอบเรื่องเสียง แสง และการโฆษณา

ความรู้ที่ผู้จำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เข้าใจผิดมากที่สุดในการศึกษานี้คือ เวลาในการขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ได้ และการไม่อนุญาตให้ตี้มได้ในสวนสาธารณะของรัฐ/ราชการ (ธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ, 2561) เช่นเดียวกับการศึกษาทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2560)

ในประเด็นเรื่องการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของจุดจำหน่ายในการศึกษานี้ พบว่าจุดจำหน่ายในเขตโซนนิ่งที่มีการติดป้ายหรือพบอุปกรณ์โฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อเครื่องหมายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในร้านหรือหน้าร้าน ร้อยละ 22.9 มีการติดป้ายหรือพบอุปกรณ์โฆษณาให้ชื่อเครื่องตี้มด้วยการลด-แจก-แถม ชิงรางวัลในร้านหรือหน้าร้าน ร้อยละ 3.7 (ธีระวุธ

ธรรมกุล และคณะ, 2561) ซึ่งสูงกว่าการศึกษาทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2560) ที่มีเพียงร้อยละ 16.2 และร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

5.3 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของจุดจำหน่ายในเขตพื้นที่โซนนิ่งรอบสถานศึกษา

การศึกษาของประเทศบราซิล ที่พบว่าผู้ชายที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไปโอกาสที่จะปฏิเสธที่จะขายมากกว่าผู้ที่มีอายุ 30 ปีหรือที่อายุน้อย ถึง 7 เท่า (Romano, Duailibi, Pinsky, & Laranjeira, 2007) แตกต่างกับผลการศึกษาในเขตเมืองของชิระวูช ธรรมกุล และคณะ (2561) พบว่าอายุของผู้จำหน่ายมีผลต่อการปฏิบัติตามพรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของจุดจำหน่ายในเขตพื้นที่โซนนิ่งฯ เรื่องการจำหน่ายเฉพาะช่วงเวลาที่ถูกกฎหมายกำหนด ปัจจัยด้านอายุของผู้จำหน่ายและจำนวนผู้จำหน่ายมีผลต่อการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยด้านเพศ และจำนวนผู้จำหน่ายมีผลต่อการโฆษณาและแสดงเครื่องหมายการค้าของบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2560) ที่พบปัจจัยด้านเพศ อายุของผู้จำหน่ายมีผลต่อการไม่ปฏิบัติตามพรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความรู้กฎหมาย และการเคยได้รับการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ของรัฐกับการไม่ปฏิบัติตามพรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่ทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2560) พบความสัมพันธ์ของปัจจัยดังกล่าวและแตกต่างจากการศึกษาของ Puangsuwan A et al. (2012) ที่ไม่พบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุของผู้จำหน่าย และจำนวนผู้จำหน่าย กับการปฏิบัติตาม พรบ.ดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตาม การศึกษาทั้งสองเรื่องเป็นเพียงการศึกษาเฉพาะจุดจำหน่ายประเภทไม่มีที่นั่งดื่ม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามกฎหมายจึงอาจมีความแตกต่างกันกับร้านประเภทนั่งดื่ม และยังมีตัวแปรอีกหลายตัวจากการศึกษาที่ผ่านมายังไม่ได้ข้อสรุปถึงความมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาทิ ระดับการศึกษาของผู้จำหน่าย ประเภทของร้าน ประเภทใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความรู้ เกี่ยวกับกฎหมายและมาตรการฯ ลักษณะ/ประเภทของสถานศึกษาที่ใกล้จุดจำหน่าย ประสบการณ์เคยโดยตรวจ/เตือน/จับ จากเจ้าหน้าที่รัฐ เคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับกฎระเบียบการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งได้แก่ การรับรู้

ทัศนคติ ความเชื่อมั่นต่อผู้บังคับใช้กฎหมาย ความตระหนัก และการยอมรับต่อกฎหมายควบคุมเครื่องดื่ม และมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในตัวแปรต่างๆ เหล่านี้ต่อไป

5.4 การศึกษาพฤติกรรมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน นักศึกษาในเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา

การศึกษาในเขตเมืองของธีระวรุช ธรรมกุล และคณะ (2561) พบว่านักเรียนนักศึกษาที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 70.7 และเฉพาะนักศึกษาที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปเคยดื่มฯ สูงถึงร้อยละ 86.1 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าผลการศึกษาของ Chaiyasong S et al. (2013) ที่พบนิสิตในมหาวิทยาลัยเคยดื่มฯ อยู่ร้อยละ 74.9 อาจเป็นเพราะการศึกษาของธีระวรุช ธรรมกุล และคณะ (2561) ได้มีการศึกษาครอบคลุมถึงนักศึกษาในสถาบันอาชีวศึกษาด้วย จึงมีผลการศึกษาที่ต่างกัน

นอกจากนั้นพบว่าสาเหตุ/โอกาสของการดื่มแอลกอฮอล์ ครั้งแรกของนักเรียนนักศึกษาในเขตเมือง ส่วนใหญ่มีสาเหตุจากการดื่มงานเลี้ยงจบการศึกษา/งานเลี้ยงต่างๆ ที่พบถึงร้อยละ 59.5 ของผู้ที่เคยดื่มทั้งหมด และพบสาเหตุของการอยากลองเพียง ร้อยละ 8.1 (ธีระวรุช ธรรมกุล และคณะ, 2561) ซึ่งต่างจากการศึกษาที่ผ่านมาของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ (2557) ซึ่งพบว่าในเยาวชนเขตชนบท ส่วนใหญ่มีสาเหตุการดื่มครั้งแรกมาจากการอยากลอง สูงถึงร้อยละ 71.0 ซึ่งผลการศึกษาความเห็นของนักเรียนนักศึกษาที่เห็นด้วยระดับมากในเรื่องการประกาศให้มหาวิทยาลัยและอาชีวศึกษาเป็นเขตปลอดแอลกอฮอล์ การห้ามมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย การห้ามมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย (ธีระวรุช ธรรมกุล และคณะ, 2561)

ผลการศึกษาในเขตเมืองของธีระวรุช ธรรมกุล และคณะ (2561) พบว่าร้านขายของชำยังเป็นแหล่งที่มีเยาวชนในเขตเมืองไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด เช่นเดียวกับเขตชนบทตามการศึกษาของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ(2557) แต่มีความต่างกันตรงที่การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านมินิมาร์ท/ร้านสะดวกซื้อที่มีเครือข่าย ของเยาวชนในเขตเมืองมีมากกว่าร้อยละ 50.0 ขณะที่เยาวชนเขตชนบทมีเพียงไม่ถึงร้อยละ 4.0 (ทิพย์รัตน์ ธรรมกุล และคณะ, 2557) นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียนนักศึกษาในเขตเมืองร้อยละ 59.0 เคยได้ยินมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสถานศึกษา และมีเพียงร้อยละ 22.7 เคยรับรู้เรื่องมาตรการจัดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษาหรือมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ตามประกาศหรือการประชาสัมพันธ์จากผู้บริหารสถานศึกษาหรืออาจารย์ (ธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ, 2561) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์มาตรการฯ ในระดับสถานศึกษายังมีอยู่น้อย

ธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) นักเรียนนักศึกษา ในเขตเมืองตามการศึกษานี้มีระดับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับที่ดีกว่าเขตชนบทตามการศึกษาของทิพย์รัตน์ ธรรมกุลและคณะ (2557) โดยประเด็นความรู้ที่นักเรียนนักศึกษาตอบถูกน้อยที่สุดหรือเข้าใจผิดมากที่สุดลำดับแรกๆ คือเรื่องเวลาการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การห้ามขายหรือดื่มได้ในปั้มน้ำมัน สำหรับประเด็นความรู้ที่นักเรียนนักศึกษาไม่ทราบมากที่สุด ลำดับแรกๆ คือ การห้ามแสดงภาพสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้กระทำได้เฉพาะในลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม การห้ามการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การลด แลก แจก แถม ขายเป็นของขวัญ ขายเป็นเครื่องอวดโน้มนำดี เป็นต้น

5.5 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา บริเวณรอบสถานศึกษา

ผลการศึกษาในเขตเมืองของธีระวุธ ธรรมกุล และคณะ (2561) พบว่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่มีอายุมากขึ้นก็จะมีโอกาสซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บริเวณรอบสถานศึกษาเพิ่มขึ้น และนักเรียนนักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีต่อมาตรการกำหนดเขตพื้นที่รอบสถานศึกษาและพรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีโอกาสซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริเวณรอบสถานศึกษาลดลง มีผลการศึกษาที่ระบุว่านักเรียนนักศึกษาที่เคยได้ยื่นมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสถานศึกษาจะมีโอกาสซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริเวณรอบสถานศึกษามากขึ้น หากพิจารณาแล้วมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยได้ยื่นมาตรการฯ และเคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เรียนในระดับมหาวิทยาลัยซึ่งมีอายุ 20 ปีขึ้นไปแล้ว รวมทั้งส่วนใหญ่ก็เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาในช่วงที่มีการกำหนดเขตโซนนิ่งแล้วด้วย ทำให้สัดส่วนของผู้ที่เคยซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มที่เคยได้ยื่นมาตรการฯ จึงมีสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เคยได้ยื่นมาตรการฯ แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบการศึกษานี้เป็นแบบภาคตัดขวาง จึงบอกไม่ได้ว่าปัจจัยใดเป็นเหตุเป็นผลที่แท้จริง หากต้องการข้อสรุปที่ชัดเจนขึ้นควรต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป รวมถึงตัวแปรอื่นๆ ที่ผลการวิเคราะห์แบบ Bivariate พบความสัมพันธ์ในทางสถิติระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่เพศ ระดับการศึกษาปัจจุบัน และความเชื่อมั่นต่อผู้บังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขต

พื้นที่โซนนิ่งรอบสถานศึกษา และตัวแปรตามในเรื่องการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา แต่เมื่อควบคุมอิทธิพลด้วยวิธีการทางสถิติแล้ว กลับทำให้ไม่ได้ข้อสรุปว่าเป็นปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลหรือไม่ นอกจากนั้นยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้ข้อสรุปอีกหลายปัจจัย ได้แก่ รายได้/เงินที่ได้มาเรียนหนังสือต่อเดือน ระยะทางของการเข้าถึงจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากหอพักและรั้วมหาวิทยาลัย การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความตระหนัก และการยอมรับต่อกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มและมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา ดังนั้นงานวิจัยนี้ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อหาข้อสรุปในประเด็นดังกล่าวต่อไป

5.6 การประเมินกระบวนการและผลลัพธ์ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายรัฐ ในการกำกับให้จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาปฏิบัติตามมาตรการกำหนดเขตพื้นที่โซนนิ่ง

การศึกษาในเขตเมืองของชิระวูธ ธรรมกุล และคณะ (2561) พบว่ากระบวนการและผลลัพธ์ในการกำกับให้จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาปฏิบัติตามมาตรการกำหนดเขตพื้นที่โซนนิ่งของเจ้าหน้าที่ฝ่ายรัฐ เขตโซนนิ่งในเขตเมืองได้มีการออกสู่มตรวจสถานบริการจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกันหลายหน่วยงาน เดือนละ 1-4 ครั้ง โดยฝ่ายปกครองเป็นเจ้าภาพหลัก ที่ผ่านมามีส่วนน้อยที่กระทำผิด และไม่มีผู้กล้าแจ้งความ ผู้กระทำผิดครั้งแรกได้ตัดเตือน หลังจากทำผิดซ้ำได้เสนอให้ผู้ว่าราชการจังหวัดสั่งปิดสถานประกอบการนั้น ที่ผ่านมามีสั่งปิดสถานประกอบการในเขตโซนนิ่งจำนวน 1 แห่ง มีข้อเสนอแนะจากเจ้าหน้าที่ของรัฐที่สำคัญคือ ควรทบทวนระเบียบ ความชัดเจนในการกำหนด Zoning และประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง เนื่องจากร้านส่วนใหญ่ยังไม่ทราบว่าร้านของตนอยู่ในเขตโซนนิ่ง

5.7 งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในต่างประเทศเช่น เมือง Baltimore รัฐ Maryland ประเทศสหรัฐอเมริกา โดย Hippensteel (2019) ได้ประเมินผลกระทบจากการออกกฎหมายโซนนิ่ง “Transform Baltimore” ซึ่งว่าด้วยการลดจำนวนความหนาแน่นของร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (alcohol outlet oversaturation) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อทางด้านสาธารณสุข งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลร้านค้าปลีกแอลกอฮอล์จาก Board of Liquor License Commissioners for Baltimore City โดยนำข้อมูลร้านค้าปลีกแอลกอฮอล์ โรงเรียน และโบสถ์มาทำการเข้ารหัสและแปลงที่อยู่ให้กลายเป็นตำแหน่งพิกัดอ้างอิงบนแผนที่ (geocode) และแบ่งพื้นที่โซน (zoning parcel) ผลวิเคราะห์พบว่าเมื่อกฎหมาย Transform ถูกบังคับใช้จะทำให้มีร้านค้าปลีกแอลกอฮอล์ 172 จาก

263 ร้านค้าปลีกฯ กลายเป็นกิจการที่มีลักษณะละเมิดต่อกฎหมาย ร้านค้าปลีกฯ ในโซนที่อยู่อาศัยจำนวน 99 ร้าน มีเวลา 2 ปีในการย้ายที่ตั้งหรือย้ายไปอยู่ในโซนที่อนุญาตให้ประกอบธุรกิจ กฎหมาย Transform จะสามารถช่วยลดพื้นที่ของร้านค้าปลีกแอลกอฮอล์ได้ร้อยละ 27.2 นอกจากนี้ยังพบว่าพื้นที่ที่มีร้านค้าปลีกแอลกอฮอล์ในโซนที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มที่จะพบสัดส่วนของผู้อยู่อาศัยผิวดำ ครอบครัวพ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว คนว่างงาน ครอบครัวยากจน ที่มากกว่าพื้นที่ปกติซึ่งสอดคล้องกับหลายงานวิจัยที่ผ่านมา เช่น การศึกษาของ LaVeist and Wallace (2000), Furr–Holden และคณะ (2016) และ Jennings และคณะ (2013)

จากการที่ร้านค้ามีความสำคัญต่อการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีความใกล้ชิดที่สามารถกระจายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปยังผู้บริโภคได้ทั้งเขตเมืองและเขตชนบทได้อย่างกว้างขวาง และจากการที่ผู้ประกอบการร้านค้าและผู้บริโภคไม่ปฏิบัติตามมาตรการทางกฎหมายในอัตราที่สูงมาก (วิระชัย รุ่งรวยศรี, 2553; ดุษฎี आयुวัฒน์และวณิชชา ณรงค์ชัย, 2555; Puangsuwan, Phakdeesettakun, Thamarangsi, & Chaiyasong, 2012; Chaiyasong S et al, 2013) การศึกษาในประเทศไทยที่ผ่านมาพบว่าประชาชนเคยพบเห็นการขาย ร้อยละ 69.16 โดยสถานที่ที่พบเห็นคือ ร้านค้าในชุมชน/ร้านโชห่วยในชุมชน ร้อยละ 65.76 รองลงมาคือร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท ร้อยละ 39.77 และร้านอาหารหรือห้องอาหาร ร้อยละ 35 ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2555) สถานที่เขาวชนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยที่สุดใน 3 อันดับแรกได้แก่ ร้านจำหน่ายของชำ ร้อยละ 76.6 รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 5.3 และร้านอาหาร ร้อยละ 4.9 (ศูนย์วิจัยปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 2556) สอดคล้องกับผลการศึกษาของทิพย์รัตน์ ธรรมกุล (2557) ที่แสดงให้เห็นว่าร้านค้าที่เขาวชนไปซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากกว่าครึ่งเป็นร้านจำหน่ายของชำและการศึกษาของวิระชัย รุ่งรวยศรี (2553) ที่พบว่า ร้านค้าในชุมชนจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เด็ก โดยร้านค้ามากกว่าครึ่งได้จำหน่ายให้คนที่รู้จักกัน และร้านค้าไม่จำกัดอายุในการจำหน่าย

จะเห็นได้ว่าหากศึกษาเรื่องการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากจุดจำหน่ายหรือร้านค้าโดยวิธีต่างๆ อาทิ การทดลองซื้อ/ล่อซื้อ การสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ เป็นต้น ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบสถานการณ์ปัญหาด้านควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากจุดจำหน่ายหรือร้านค้าได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะศึกษาในร้านจำหน่ายแอลกอฮอล์ประเภทที่ไม่มีที่นั่งดื่มหรือ Off-premise ซึ่งยังไม่มีรายงานการวิจัยในร้านค้าประเภทที่นั่งดื่มหรือ On-premise รวมทั้งยังขาดการศึกษาในอีกหลายๆ มิติที่จำเป็น เป็น ต้องทำการวิจัยเพิ่มเติม เพื่อนำไปสู่การพัฒนามาตรการด้านการควบคุมฯ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อาทิ การศึกษาในจุดจำหน่ายฯ นอกเขตเมืองและ/รอบสถานศึกษาหรือหอพัก ที่มีโอกาสในการกระทำผิดของจุดจำหน่ายค่อนข้างมาก และเป็นแหล่งที่เยาวชนมีโอกาสเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูง การศึกษารูปแบบและผลลัพธ์การดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ของรัฐในพื้นที่ การรับรู้ ความตระหนัก การยอมรับในผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของมาตรการการกำหนดโซนนิ่ง เป็นต้น



6. กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

1. นักศึกษาและนักเรียน

1) **ลักษณะประชากร** ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้/เงินที่ได้มาเรียนหนังสือต่อเดือน ระยะทางของการเข้าถึงจุดจำหน่ายเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์จากหอพักและรั้วมหาวิทยาลัย

2) **ปัจจัยภายใน** ได้แก่ การรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์ ทศนคติต่อกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์ ความเชื่อมั่นต่อผู้บังคับใช้กฎหมาย ความตระหนัก การยอมรับต่อกฎหมายควบคุมเครื่องตัดผมและมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา

2. ผู้จำหน่าย/จุดจำหน่ายเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์

- 1) ลักษณะผู้จำหน่าย (เพศ อายุ การศึกษา)
- 2) ประเภทของร้าน
- 3) จำนวนผู้จำหน่าย
- 4) ความรู้ เกี่ยวกับกฎหมายและมาตรการฯ
- 5) ลักษณะ/ประเภทของสถานศึกษา (สถาบันระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และมัธยมศึกษา)
- 6) ประสบการณ์เคยโดยตรวจ/เตือน/จับ จากเจ้าหน้าที่รัฐ
- 7) เคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับกฎระเบียบการขายเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์
- 8) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้ ทศนคติ ความเชื่อมั่นต่อผู้บังคับใช้กฎหมาย ความตระหนัก การยอมรับต่อกฎหมายควบคุมเครื่องตัดผมและมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา
- 9) ประเภทใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์

3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายรัฐ

กระบวนการและผลลัพธ์ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายรัฐ ในการกำกับให้จุดจำหน่ายเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษาปฏิบัติตามมาตรการกำหนดเขตโซนนิ่งพื้นที่ชานเมืองและชนบท

ตัวแปรตาม

1. การเข้าถึงเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์ของนักเรียนนักศึกษา ในเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา

2. การปฏิบัติตาม/ไม่ปฏิบัติตามมาตรการทางกฎหมายของจุดจำหน่ายเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์ ในเรื่อง

2.1 มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องตัดผม

แอลกอฮอล์

2.2 ไม่จำหน่ายเครื่องตัดผมในเวลาห้าม

ขาย

2.3 ไม่จำหน่ายเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์

ในช่วงวันสำคัญทางศาสนาตามที่กฎหมายกำหนด

2.4 ไม่จำหน่ายเครื่องตัดผมแอลกอฮอล์

ให้แก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์