

การเข้าถึง และพฤติกรรมการดื่ม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กและเยาวชน

นพ.บัณฑิต ศรีไพศาล

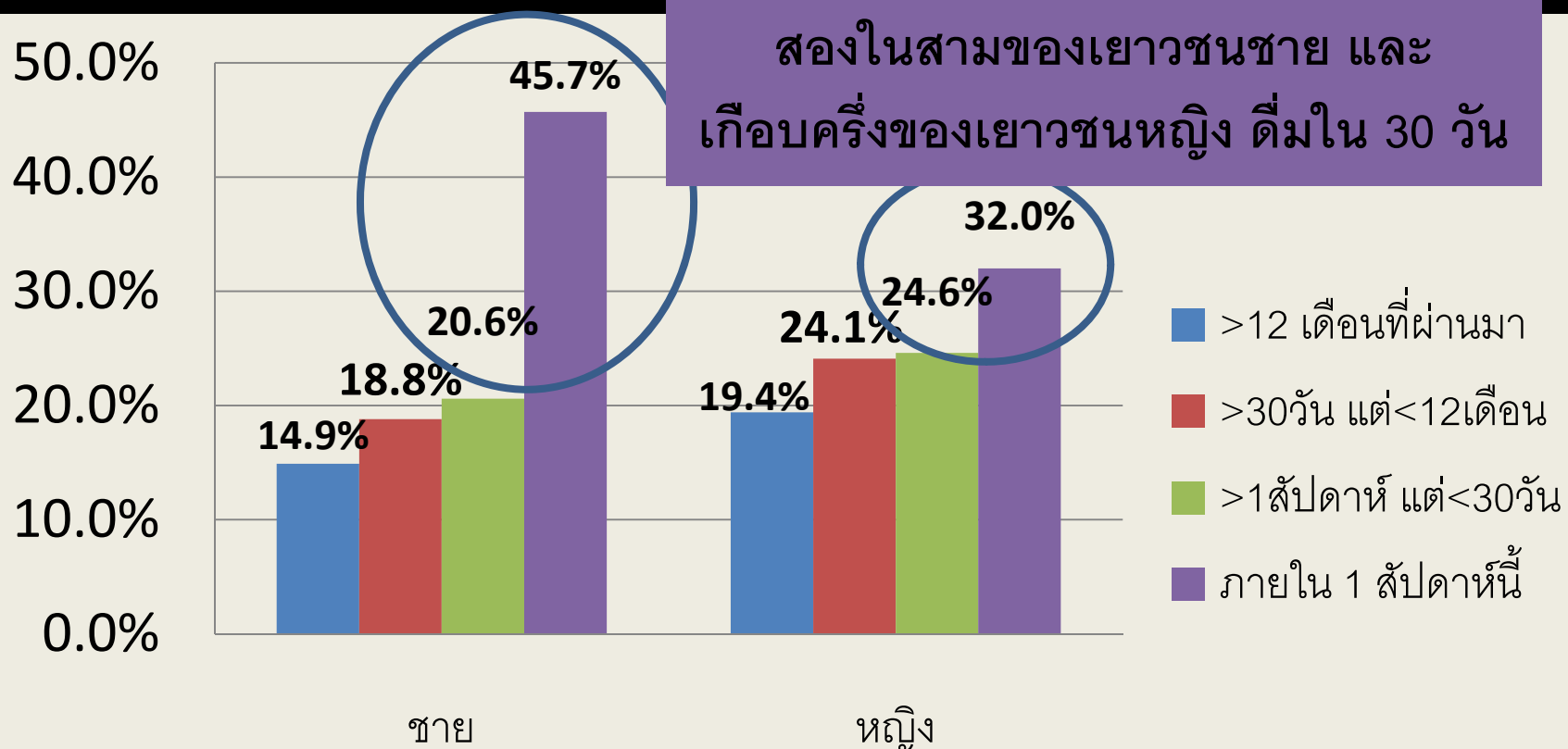
22 พ.ย.2553

การมีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วในชีวิต แม้อายุไม่ถึงที่กฎหมายกำหนด

	กลุ่มเยาวชน	ชาย	หญิง
คกก.เครือข่ายวิชาการ สารเสพติด	อายุ 12 – 19 ปี	20.3	9.2
โครงการเฝ้าระวัง พฤติกรรมการบริโภค สุราในเยาวชน	ม.1,3,5 และ ปชว.2	39.8	24.5

เยาวชนชายร้อยละ 20 – 40, หญิงร้อยละ 9 – 24 มี
ประสบการณ์การดื่มสุราแล้วในชีวิต

สัดส่วนของผู้ที่เคยดื่มฯในชีวิตในกลุ่มเยาวชน
ระดับมัธยมและอาชีวศึกษา
จำแนกตามระยะเวลาที่ดื่มครั้งสุดท้ายและเพศ



ระยะเวลาที่ดื่มฯครั้งสุดท้าย ในกลุ่มที่เคยดื่มฯในชีวิต

เยาวยชนมีพฤติกรรมดื่มๆที่เป็นอันตราย

- เกือบครึ่งของเยาวยชนชาย (ร้อยละ 45.1) และเกือบหนึ่งในสี่ของเยาวยชนหญิง (ร้อยละ 24.9) ที่ดื่มๆมีพฤติกรรมดื่มแบบเสี่ยงสูงต่อการเกิดผลกระทบแบบเฉียบพลันโดยเฉลี่ยในรอบหนึ่งปี (ชายดื่มเบียร์ 3 ขวดกลม, หญิงดื่มเบียร์ 2 ขวดกลมต่อวันที่ดื่ม)
- หนึ่งในหกของเยาวยชนชายและร้อยละ 7 ในเยาวยชนหญิงที่ดื่มๆมีพฤติกรรมดื่มจนเมาในรอบ 30 วัน
- โครงการเฝ้าระวังพฤติกรรมกรรมการดื่มของเยาวยชน โดย พญ.สาวิตรี อัจฉนาค์กรชัย (2551)

แนวโน้มความชุกของผู้ดื่มประจำของกลุ่มอายุต่าง ๆ

	ปี 2539	ปี 2544	ปี 2547	ปี 2549	ปี 2550	ความต่าง 10 ปี
รวมทุกอายุ*	16.8%	16.4%	17.8%	18.5%	20.2%	+20%
อายุ						
11 – 14 ปี	0.0%	N.A.	0.0%	0.3%	N.A.	N.A.
15 – 19 ปี	4.7%	4.6%	6.7%	6.8%	8.0%	+70%
20 – 24 ปี	15.0%	15.7%	16.7%	19.3%	21.6%	+44%
25 – 29 ปี	20.1%	20.0%	23.3%	21.3%	24.5%	+22%
30 – 34 ปี	22.1%	20.6%	22.4%	23.3%	24.7%	+12%
35 – 39 ปี	22.0%	21.7%	15.0%	21.8%	25.6%	+16%
40 – 44 ปี	20.9%**	20.4%**	22.0%	24.5%	25.6%	+22%
45 – 49 ปี			21.3%	21.6%	24.9%	+19%
50 – 54 ปี	18.6%**	17.3%**	19.5%	20.8%	21.7%	+17%
55 – 59 ปี			16.6%	16.8%	17.9%	-4%
60 ปีขึ้นไป	11.6%	10.3%	9.5%	10.5%	10.5%	-9%

อีก 40 ปีข้างหน้า สองในสามของอายุ 15 – 19 ปีจะกลายเป็นนักดื่มประจำ

กลุ่มเยาวชนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้รับผลกระทบที่หลากหลายจากการดื่ม

- ร้อยละ 20 – 50 ของเยาวชนที่ดื่มได้รับผลกระทบต่อร่างกาย ชีวิต และ การเรียนในทางใดทางหนึ่ง
- เยาวชนชาย
 - คลื่นไส้ อาเจียน ร้อยละ 49, เมื่อกาง ร้อยละ 42, เรียนไม่ทัน/ทำข้อสอบไม่ดี ร้อย ละ 38, ขับขี่รถหลังดื่มสุรา ร้อยละ 43, ทะเลาะวิวาท ร้อยละ 31
- เยาวชนหญิง
 - คลื่นไส้ อาเจียน ร้อยละ 44, เมื่อกาง ร้อยละ 34, เรียนไม่ทัน/ทำงานไม่ทัน ร้อยละ 30, ขับขี่รถหลังดื่มสุรา ร้อยละ 28, ได้รับบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุ ร้อยละ 20

การดื่มสุราของเยาวชนก่อให้เกิดปัญหาต่อผู้อื่น

- การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนก่อให้เกิดปัญหาต่อผู้อื่นด้วย: ร้อยละ 40 ของเด็กและเยาวชนในสถานพินิจที่มีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยอมรับว่ากระทำความผิดภายใน 5 ชั่วโมงหลังดื่ม
- สัดส่วนของผู้ที่กระทำความผิดระหว่างดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นตามระดับความรุนแรงของการกระทำความผิด
 - ร้อยละ 56 ของคดีผิดต่อชีวิตและร่างกาย ดื่มสุรา
 - ร้อยละ 46 ของคดีผิดเรื่องเพศ ดื่มสุรา
 - ร้อยละ 41 ของคดีพกอาวุธและวัตถุระเบิด ดื่มสุรา

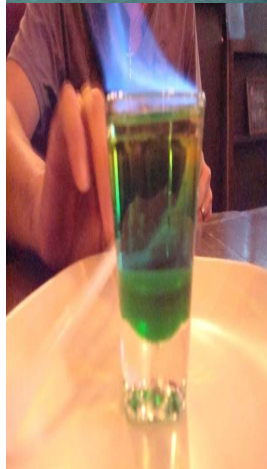
กลุ่มเยาวชนเข้าถึงเครื่องดีมแอลกอฮอล์ได้อย่างสะดวก และได้เครื่องดีมแอลกอฮอล์มาจากแหล่งที่มาที่หลากหลาย

- เยาวชนในระบบการศึกษาระดับมัธยมและอาชีวศึกษาได้
เครื่องดีมแอลกอฮอล์จากคนอื่นมากกว่าตัวเอง
 - จากคนอื่นอายุมากกว่า 20 ปี (ชายร้อยละ 25.6, หญิงร้อยละ 14.3)
 - จากคนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี (ชายร้อยละ 20.4, หญิงร้อยละ 12)
 - ตัวเองโดยคนขายไม่ตรวจบัตร (ชายร้อยละ 20.9, หญิงร้อยละ 10.4)
- ครึ่งหนึ่งของนักเรียนทั้งชายและหญิงสามารถซื้อเครื่องดีม
แอลกอฮอล์ได้ภายใน 10 นาที (ค่า Median)

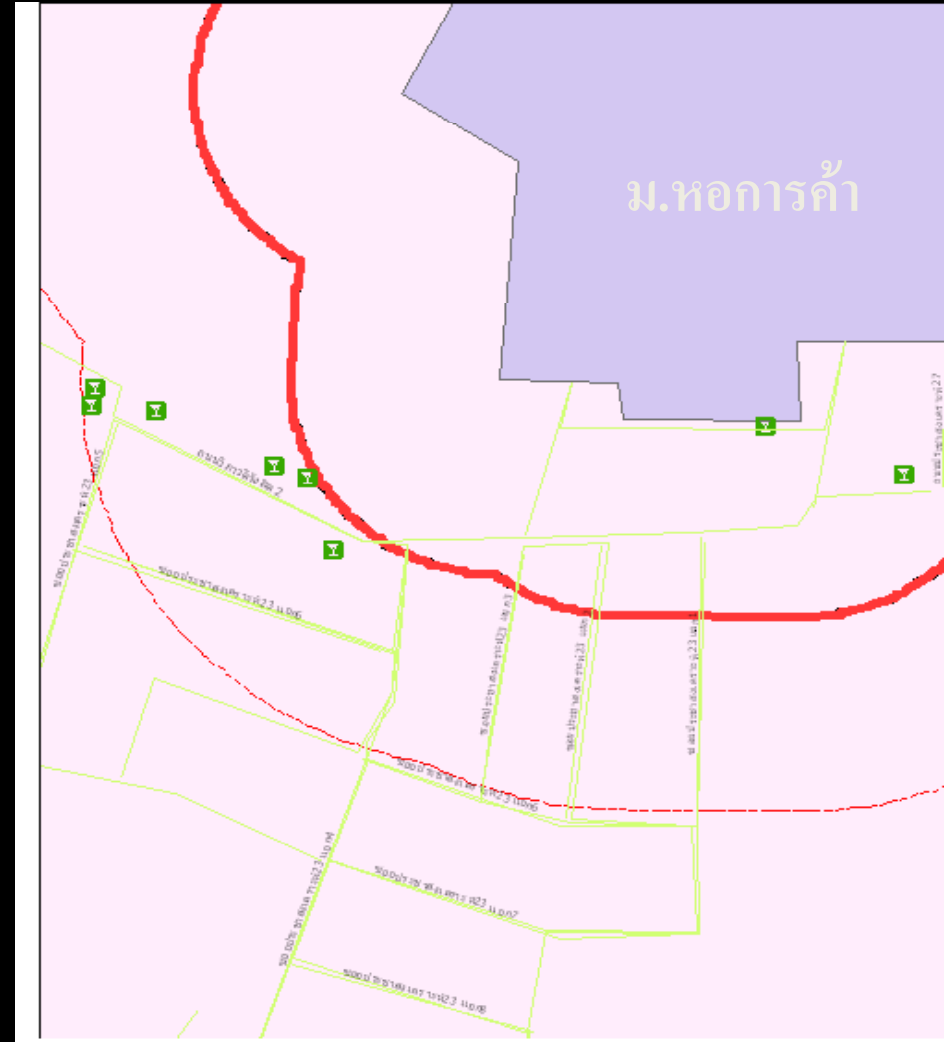
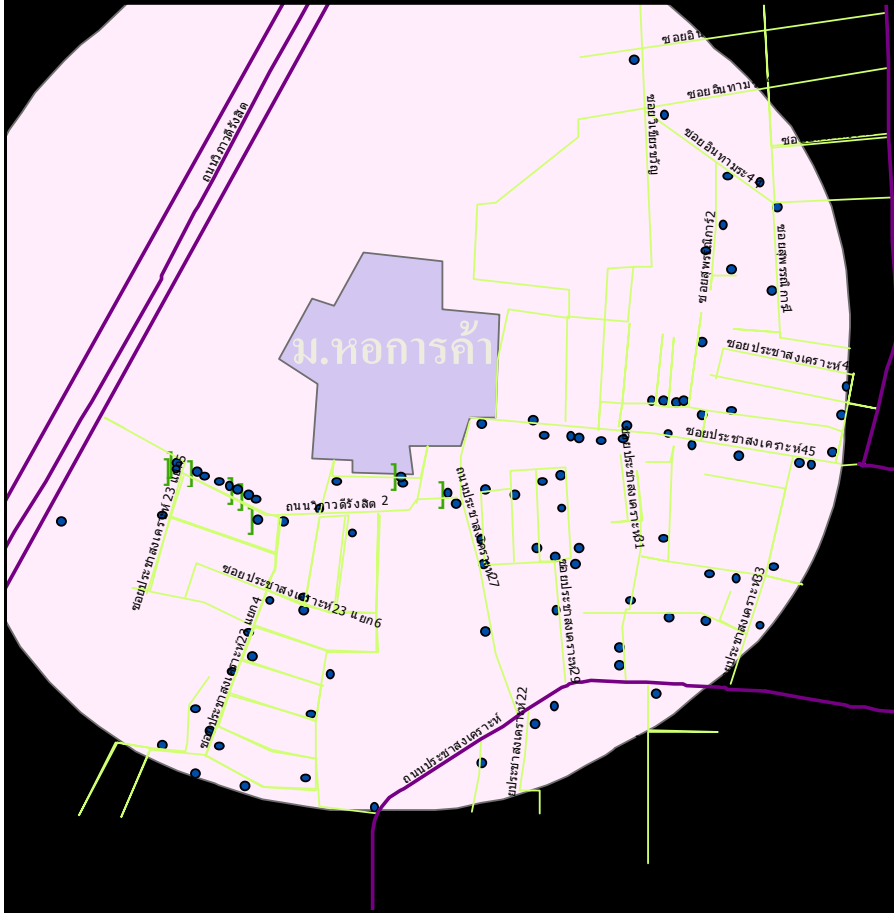
สถานที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มเยาวชน คือ สถานที่ที่ห่างไกลสายตาผู้ใหญ่

- นักเรียนชายและหญิงเลือกใช้สถานที่ห่างไกลสายตาผู้ใหญ่ ได้แก่ สวน/ไร่หา และ หอพัก เป็นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด (ชายร้อยละ 39 และ 34; หญิงร้อยละ 46 และ 34) โดยสถานที่ที่ใช้ดื่มเป็นอันดับสาม คือ ร้านรอบโรงเรียนในรัศมี 500 เมตร (ชายร้อยละ 8, หญิงร้อยละ 7)

ปัจจุบันร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีปริมาณเพิ่มขึ้นและ
กระจายอยู่แวดล้อมสถาบันการศึกษามากขึ้นอย่างรวดเร็ว



ร้านเหล้าปั่นขยายตัวอย่างรวดเร็วและรุกคืบประชิดรั้วมหาวิทยาลัยและโรงเรียน



ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โอบล้อมนักเรียน นักศึกษา ทั้งโรงเรียน มหาวิทยาลัย และหอพัก

- มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉลี่ยถึง 57 ร้านต่อหนึ่งตารางกิโลเมตรรอบรั้วมหาวิทยาลัย
- ยิ่งไปกว่านั้นมีถึงสองในสามของโรงเรียน และ กว่าร้อยละ 90 ของหอพักมีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในรัศมีเพียง 100 เมตร

เยาวชนสามารถพบเห็นโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ วันละหลาย ๆ ครั้งในทุกสื่อ ซึ่งการเห็นโฆษณาทำให้เพิ่ม ความอยากลองดื่มในกลุ่มเยาวชน

- เยาวชนกว่าร้อยละ 90 เห็นโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ (92.3%) สื่อที่พบเห็นโฆษณารองลงมา ได้แก่ ป้ายกลางแจ้ง (17.9%) อินเทอร์เน็ต (11.0%) สื่อสิ่งพิมพ์ (10.7%) วิทยุ (6.3%) และ สื่อเคลื่อน (3.1%) โดยพบเห็นโฆษณาโดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้งต่อวันในแต่ละสื่อ
- ที่สำคัญคือการเห็นโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เพิ่มความอยากลองดื่มในกลุ่มเยาวชนถึง 4 – 8 เท่า
 - อยากลอง ร้อยละ 7, 30 (เทียบจำโฆษณาไม่ได้และได้ ในกลุ่มไม่เคยดื่ม)
 - 22 และ 57 (เทียบจำโฆษณาไม่ได้และได้ ในกลุ่มเคยดื่ม)

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมาก หากเครื่องดื่มมีราคาถูก

- ภาษีเป็นมาตรการที่มีต้นทุนประสิทธิผลสูงที่สุดในการลดการบริโภคและผลกระทบจากการบริโภค ด้วยกลไกการเพิ่มราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อเสนอแนะ

- ควบคุมผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเป้าหมายที่กลุ่มเยาวชน (เช่น การควบคุมการจำหน่ายเหล้าปั่น)
- ควบคุมแหล่งที่มาของเครื่องดื่มและสถานที่ดื่ม (เช่น มาตรการจำกัดความหนาแน่นหรือการจัดโซนนิ่งของจุดจำหน่าย(โดยเฉพาะรอบสถานศึกษา)โดยกลไกการขอใบอนุญาตจำหน่ายสุรา มาตรการจำกัดวันเวลาและสถานที่จำหน่าย/ดื่ม รวมทั้งมาตรการทางสังคมโดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนหรือชุมชนตลอดจนมาตรการทางครอบครัวเพื่อลดการจัดการเครื่องดื่มหรือสถานที่ดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชน)

ข้อเสนอแนะ

- ควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเข้มข้น (เช่น การอนุญาตให้โฆษณาได้เฉพาะในสถานที่ซึ่งไม่อนุญาตให้เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีเข้าไปซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือการห้ามโฆษณาโดยสิ้นเชิง เช่นเดียวกับที่ได้ผลดีแล้วในกรณีห้ามโฆษณาบุหรี่)
- ใช้มาตรการทางภาษีที่สามารถทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นที่นิยมดื่มของกลุ่มเยาวชนมีราคาแพง โดยคงระบบภาษีสรรพสามิต “สองเลือกหนึ่ง” ที่กรมสรรพสามิตใช้อยู่ในปัจจุบันไว้ และกำหนดอัตราภาษีให้สูงเพียงพอ และปรับเพิ่มตามอัตราเงินเฟ้อทุกปี
- ควรนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกจากการดำเนินการตามข้อตกลงการค้าเสรีเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการลดภาษีศุลกากรซึ่งจะเป็นผลให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ราคาถูกเกินไป