

การเข้าถึงจุดหมายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการ ตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น และผลกระทบที่เกิดขึ้น

เบญจพร บัวสำลี*

บทคัดย่อ

พฤติกรรมในเชิงไม่สร้างสรรค์ที่วัยรุ่นนิยมกระทำมากที่สุดก็คือ การตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ซึ่งการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์ทุกคนนั้นล้วนแล้วย่อมต้องมีสาเหตุ หรือที่เรียกว่าสิ่งเร้า เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมขึ้นมา จุดหมายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่มีอยู่กระจายทั่วไป และสามารถเข้าถึงได้ง่ายก็นับว่าเป็นอีกหนึ่งสิ่งเร้าที่สามารถกระตุ้นความสนใจของกลุ่มวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี ด้วยลักษณะบุคลิกภาพของวัยรุ่นที่ชอบความสนุกสนาน คึกคัก และต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม โอกาสในการเลือกเข้าใช้บริการจึงมีค่อนข้างสูงในพื้นที่ที่จุดหมายเครื่องตีมแอลกอฮอล์หนาแน่น และนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ได้ในที่สุด จึงกลายเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้เกิดนักตีมหน้าใหม่ และการเกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมซ้ำ ๆ ดังนั้น มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมจุดหมายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ต้องมีความชัดเจน และสามารถนำไปบังคับใช้ในทางปฏิบัติได้อย่างจริงจัง เพื่อลดปัญหาสังคมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งเป็นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของวัยรุ่นให้มีความเป็นอยู่ที่ดี มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับช่วงวัย อยู่บนบรรทัดฐานทางสังคมที่ยอมรับได้ และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : จุดหมายเครื่องตีมแอลกอฮอล์, พฤติกรรมการตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์

*อาจารย์ประจำ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

Accessibility to Trading Space of Alcoholic beverages that Effect to Behavior of Alcoholic beverages Drinking and of the Teenage and its Impacts

Benjaporn Buasumlee

Abstract

The non-creative behavior that teenagers like to do the most is to drink alcohol beverages. Every human being's behavior has a cause or stimulus. The selling place of alcohol which is easily accessed is considered as one of the stimuli for teenagers to start drinking. As teenagers like entertainment and want to be accepted from the society, the possibility for them to buy alcohol in the selling was where alcohol is easily to be accessed which can be developed later as a drinking habit. The legal mechanisms to control the places where alcohol beverages are sold must be effective and practical. This is to reduce social problems as well as to support and develop the quality of life of those teenagers to have proper habits suitable for their age. This is for them to become the important human resources to develop the country in the future.

Keywords : Trading Physical Space of Alcoholic beverages, Behavior of Alcoholic beverages Drinking

บทนำ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสุรานั้นว่าเป็นสารเสพติดชนิดหนึ่งที่กฎหมายและสังคมไทยให้การยอมรับอย่างกว้างขวาง จากผลการวิจัยของจตุรงค์ บุญยรัตนสุนทร (2559 : 82-83) เรื่อง “บทบาทของบรรษัทข้ามชาติต่อธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย” พบว่า บรรษัทข้ามชาติ ใช้กลยุทธ์หลายรูปแบบในการขยายกิจการและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงทำให้บรรษัทข้ามชาติที่ทำธุรกิจขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจนมีความแข็งแกร่งในทางธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันในประเทศไทยมีจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายอย่างแพร่หลาย ซึ่งได้สร้างความสูญเสียให้กับสังคม ทั้งผู้ดื่มทางตรงและทางอ้อมไม่น้อยกว่ายาเสพติดชนิดอื่น นอกจากนี้จะทำลายสติปัญญาของผู้ที่ดื่มแล้ว ยังมีผลต่อเนื่องให้เกิดการทะเลาะวิวาท อาชญากรรม การล่วงละเมิดทางเพศ จึงเรียกได้ว่าเป็นแหล่งปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาสังคมขึ้นมาก็ว่าได้ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ได้กลายเป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งของการทำธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปแล้ว เพราะเป็นวัยแห่งความอยากรู้อยากลอง กล้าทำในสิ่งที่ท้าทายเพื่อให้ได้รับการยอมรับ ทั้งที่ความเป็นจริงแล้ววัยรุ่นนั้นถือได้ว่าเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพราะถ้าหากวัยรุ่นต้องตกอยู่ในสภาพที่เสื่อมถอย ทั้งด้านสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ ด้านความรู้ความสามารถ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านสำนึกความรับผิดชอบ การพัฒนาประเทศก็จะดำเนินไปได้ยากเช่นเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันปัจจัยที่จะสนับสนุนการพัฒนาวัยรุ่นก็มีสภาพที่จำกัด ไม่สามารถตอบสนองการพัฒนาให้มีคุณภาพที่ดีได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการประเมินสถานการณ์ปัญหาต่าง ๆ และควรมีการเฝ้าระวังรักษาป้องกันอุปสรรคที่เป็นอันตรายต่อการพัฒนาคุณภาพวัยรุ่นอย่างต่อเนื่อง (นพดล กรรณิกา และคณะ. 2552) ดังนั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างยิ่งในการพัฒนาประเทศคือ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชาติ เพราะคนเป็นกำลังสำคัญที่จะนำประเทศไปสู่ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาคนจึงควรเริ่มตั้งแต่เยาวชน โดยเฉพาะเด็กวัยรุ่น ซึ่งกำลังจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ และเป็นกำลังที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ จึงสมควรที่จะได้รับการอบรมปลูกฝังเจตคติที่ดีงามเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรม และคุณสมบัติที่พึงปรารถนาตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม อันจะนำไปสู่การทำให้สังคมเป็นปกติสุข เห็นได้จากงานวิจัยของนพดล กรรณิกา และคณะ (2552) พบว่า พฤติกรรมในเชิงไม่สร้างสรรค์ที่เยาวชนกระทำมากที่สุดลำดับที่หนึ่ง คือ การดื่มสุรา ซึ่งถือได้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับช่วงวัย และหากจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีกระจัดกระจายทั่วไป ก็จะทำให้เยาวชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย โอกาสในการเลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ย่อมมีสูง กลายเป็นการตกย้ำให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมซ้ำ ๆ และเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่ขึ้นในสังคมได้ง่ายมากขึ้น

สถานการณ์การเติบโตของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การเติบโตของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันเนื่องมาจากการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว และทำธุรกิจในลักษณะของการตลาดเชิงรุกที่พยายามเข้าใกล้ และแย่งชิงกลุ่มลูกค้าให้มากที่สุด เช่น การโฆษณาที่มีรูปแบบแปลกใหม่หลากหลาย การได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมการขายจากภาครัฐ ปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยจะจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ผสมอยู่ อาทิ เบียร์ เหล้าขวด ไวน์ เหล้าปั่น เครื่องดื่ม RTD (Alcoholic Ready To Drink) ค็อกเทล (Cocktail) และส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในจุดที่ทำให้กลุ่มวัยรุ่นสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น รอบรั้วมหาวิทยาลัย หอพัก ถนนคนเดิน ตลาดนัดกลางคืน ลานกิจกรรมคอนเสิร์ต จากการสำรวจร้านขายเหล้าบริเวณรอบ ๆ มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครของ ภัทรพล พลพนาธรรม (2552) พบว่า ทุกมหาวิทยาลัยที่สำรวจมีร้านขายเหล้าหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ล้อมรอบมหาวิทยาลัยในรัศมี 500 เมตร โดยมีร้านขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น 1,712 แห่ง เฉลี่ย 57 ร้านต่อหนึ่งตารางกิโลเมตร โดยมหาวิทยาลัย 14 แห่ง จาก 15 แห่ง หรือร้อยละ 93 มีร้านขายเหล้าอยู่ในระยะประชิด ซึ่งร้อยละ 70 ของร้านเหล้าอยู่ห่างจากมหาวิทยาลัยเพียง 200 เมตร ทั้งยังพบหอพัก คอนโดมิเนียม แมนชั่น 724 แห่ง ซึ่งมีนักเรียน นักศึกษาอาศัยอยู่นั้น ร้อยละ 90 มีร้านเหล้าอยู่ใกล้เพียง 100 เมตร ที่สำคัญพบว่า 1 ใน 5 ของหอพักเหล่านี้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ร้านเหล้าก็เลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการสร้างอุปสงค์เพื่อดึงกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใช้บริการ จากการศึกษาวิจัยของเบญจพร บัวสำลี (2559) เรื่อง กลยุทธ์ของร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัยที่ส่งผลต่อการกระตุ้นอุปสงค์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า “การตั้งร้านเหล้าอยู่ไม่ห่างจากมหาวิทยาลัยมากนักเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลือกใช้ เพราะจะทำให้ง่ายต่อการเดินทาง ไม่เสียเวลาและค่าใช้จ่ายมากเท่ากับการไปใช้บริการร้านเหล้าที่ตั้งอยู่ไกลออกไป แต่หากไม่มีร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัยนักศึกษาจะเข้าใช้บริการร้านเหล้าลดลงถึงร้อยละ 41.6 โดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัยเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์เพื่อนฝูง และการใช้บริการร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัยของนักศึกษามีจำนวนสูงถึงร้อยละ 94.2 ที่มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นอกจากนี้การศึกษาของ วีรนุช ว่องวรรณนะกุล และคณะ (2553) ยังพบว่า ความน่าจะเป็นที่จะเกิดการดื่มในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงคิดเป็น 1.10 เท่า เมื่อเทียบกับความน่าจะเป็นที่จะเกิดการดื่มในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายต่ำ และพบว่ารูปแบบการเข้าถึงจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับการดื่ม โดยเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่พักไปจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใกล้ที่สุดที่เพิ่มขึ้น 1 นาทีนั้น มีความสัมพันธ์กับความน่าจะเป็นในการดื่มที่ลดลง และความน่าจะเป็นในการดื่มหากเดินทางไปยังจุดจำหน่ายแอลกอฮอล์ที่ใกล้ที่พักที่สุดโดยใช้รถจักรยานยนต์และการเดิน มีโอกาสดื่มมากกว่าการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ รวมทั้งความหนาแน่นของจุดจำหน่าย

เครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับการตี้มแบบความเสี่ยงสูง โดยความน่าจะเป็นในการตี้มในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์สูงเป็น 1.22 เท่า เมื่อเทียบกับความหนาแน่นของจุดจำหน่ายต่ำ ดังนั้น การเข้าถึงจุดจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่ทำได้ง่ายในทางกายภาพนั้น ถือว่าเป็นปัญหาที่ใกล้ตัวของวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน เพราะจุดจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นเสมือนเครื่องมือสำคัญในการดึงดูด กระตุ้น หรือเป็นล่อเร้าอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการ และนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ด้วยเหตุผลตามลักษณะนิสัยของช่วงวัยรุ่นที่อยากรู้ อยากรอง และการถูกหล่อหลอมด้วยค่านิยมของพวกพ้องหรือกลุ่มเพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้อง เพราะโดยปกติแล้ววัยรุ่นมักให้คุณค่า และความสำคัญกับสังคมนอกบ้านมากกว่าครอบครัว ประกอบกับความสามารถเข้าถึงอย่างสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนและง่าย ซึ่งกรมควบคุมโรค (24 มิถุนายน 2559 : ออนไลน์) ได้ทำการสำรวจพบว่า “คนไทยใช้เวลาเฉลี่ยเพียง 4.5 นาที ในการเดินทางไปร้านขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ สถานการณ์เช่นนี้จึงทำให้คนในสังคมเกิดความรู้สึกเคยชิน มองว่าเป็นเรื่องปกติที่พบเห็นได้ทั่วไป และสามารถยอมรับได้” ดังนั้น การที่ประเทศไทยยังไม่มีนโยบาย หรือมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับเรื่องความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ก็ยิ่งจะทำให้ร้านจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และขยายตัวใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งในปัจจุบันนับว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายอันดับต้น ๆ ที่ผู้ประกอบการจำนวนมากเลือกที่จะเปิดจุดจำหน่ายให้ใกล้มากที่สุด เช่น บริเวณใกล้สถานศึกษา หอพัก ตลาดนัดกลางคืน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นจุดศูนย์รวมการใช้ชีวิตของกลุ่มวัยรุ่นแทบทั้งนั้น

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (ราชกิจจานุเบกษา. 13 กุมภาพันธ์ 2551 : ออนไลน์) คือ มาตรการทางกฎหมายสำคัญเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์สำหรับประเทศไทย ซึ่งเป็นข้อกฎหมายที่บัญญัติขึ้นเพื่อกำหนดมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการบำบัด รักษา หรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชน โดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนไม่ให้เข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย โดยสาระสำคัญของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551 อยู่ทั้งหมด 4 เรื่อง การควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยมีการกำหนดมาตรการต่างๆ ดังนี้

1. มาตรการควบคุมบรรจุกัญธิ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์
2. มาตรการควบคุมสถานที่ขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

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

จะเห็นได้ว่า พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นับว่าเป็นกฎหมายที่ช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยเสริมสุขภาพของประชาชนให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายมากนัก ทั้งนี้ หลังจากที่กฎหมายมีผลบังคับใช้ ก็ได้มีการออกอนุบัญญัติเพิ่มเติมเป็นจำนวนมาก เพื่อให้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพและทันสมัยมากยิ่งขึ้น เช่น การกำหนดสถานที่ห้ามขายหรือห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มเติม การกำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มเติม เป็นต้น แต่ถึงอย่างไรก็ตามความไม่ชัดเจนของตัวบทกฎหมาย และการนำไปบังคับใช้ในทางปฏิบัติได้อย่างจริงจัง ยังคงเป็นอุปสรรคที่ทำให้การนำกฎหมายไปใช้นั้นขาดประสิทธิภาพ เพราะสถานการณ์การเติบโตของร้านเหล้า หรือจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังคงมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามที่กล่าวไว้ข้างต้น เช่นเดียวกับนิษฐา หรุ่นเกษม (19 สิงหาคม 2552 : ออนไลน์) นักวิชาการด้านนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้จัดเสวนาหัวข้อเรื่อง ถอดรหัสเหล้าป่นอันตรายที่ต้องควบคุม และให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า “การควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มี 2 แนวทาง คือ จำกัดการเข้าถึงของเยาวชน ซึ่งสนับสนุนการออกกฎหมายของกระทรวงสาธารณสุข ในการจำกัดสถานที่ห้ามจำหน่ายรอบสถานศึกษาในรัศมี 500 เมตร รวมถึงสถานที่ห้ามจำหน่าย เช่น หอพัก และการจัดโซนนิ่ง ซึ่งขณะนี้ยังไม่มี การควบคุมอย่างเคร่งครัด ทำให้สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทุกที่ทุกเวลา และดัดแปลงให้เป็นการขายแบบเคลื่อนที่” ซึ่งการคำนึงถึงผลกำไรของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลัก จะส่งผลให้เกิดการกระทำผิดกฎหมาย เพราะไปขัดกับการหาผลประโยชน์อย่างสูงสุดให้กับธุรกิจของตนเอง เช่น การลักลอบแอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่เยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งขัดกับมาตรา 29 (1) “ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์” การลดราคา หรือทำการส่งเสริมด้านการตลาดแบบลด แลก แจก แถม เพื่อดึงดูดยอดขายและผลกำไรของธุรกิจ ซึ่งขัดกับมาตรา 30 (3) “ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการ หรือในลักษณะการลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย” และ มาตรา 30 (5) “ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการ หรือในลักษณะแจก แถม ให้หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะตัวอย่างของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง หรือทางอ้อม” จึงสะท้อนให้เห็นได้ว่า ความไม่ชัดเจนของตัวบทกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดระยะของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้การบังคับใช้ไม่เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง เกิดช่องโหว่ให้กับธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หาทางขยายตัวเข้าใกล้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น และยังสร้างปัญหาให้เกิดขึ้นต่อสังคมมากมาย

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

วัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่อยู่ในช่วงอายุของการพัฒนาทั้งทางร่างกายและจิตใจ มีการแสดงออกของอารมณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เริ่มแยกตัวออกจากครอบครัว และมีความเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ต้องการคำตอบมาอธิบายเกี่ยวกับเหตุและผลในขณะเดียวกันก็มักมีการลอกเลียนแบบ หรือซึมซับกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งก็เป็นไปโดยไม่รู้ตัว เพราะวัยรุ่นโดยทั่วไปมักต้องการนำตัวเข้าไปเกี่ยวพัน หรือมีส่วนร่วมกับสังคมนอกบ้านในลักษณะต่างๆ เช่น การจับจ่ายใช้สอย การเที่ยวเตร่ การสนใจเรื่องข่าวสารดาราดารา (ตรีสุคนธ์ มาลีแก้ว. 2546 : 8-9) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความต้องการ และมีปัญหาพิเศษออกไปจากกลุ่มคนวัยอื่น ๆ เป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง มีความขัดแย้งและความเครียดอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางสรีระ และเป็นวัยที่มีคนกล่าวถึงกันมาก เพราะเป็นวัยที่ประกอบไปด้วยหลายสิ่งหลายอย่างที่ท้าทาย บุคคลอื่น ๆ ให้ความสนใจแก่เขา รวมทั้งตัววัยรุ่นเองก็พยายามที่จะหาความเข้าใจในตนเอง กฤษณ์ ทองเลิศ (2539 : 90) กล่าวว่า หากวัยรุ่นหันมาใช้เวลาให้เป็นประโยชน์เพื่อพัฒนาตนเอง เช่น กิจกรรมทางการเรียน กิจกรรมทางการกีฬา สิ่งเหล่านี้ก็จะทำให้ประเทศชาติได้พลเมืองที่แข็งแรง สมบูรณ์ มีสติปัญญา และมีคุณภาพที่จะเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศต่อไป อีกทั้งยังเป็นการลดปัญหาทางด้านสังคมอื่น ๆ ตามมาอีกด้วย ดังนั้น วัยรุ่นจึงเป็นวัยที่ควรให้ความสนใจ เอาใจใส่อย่างใกล้ชิดจากผู้ใหญ่ ทั้งนี้เพราะเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อาทิ ร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคม อันจะส่งผลสืบเนื่องไปสู่พฤติกรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น ทดลองเสพสิ่งเสพติด การเที่ยวเตร่สนุกสนานในยามค่ำคืน ก่อการทะเลาะวิวาท แสดงอาการแปลก ๆ เพื่อเรียกร้องความสนใจ เป็นต้น

นักจิตวิทยากล่าวกันว่า พฤติกรรมของบุคคลทุกอย่างย่อมต้องมีสาเหตุ (Every Behavior is Caused) กล่าวคือ อยู่ ๆ มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมออกไปโดยที่ไม่มีสาเหตุหรือแสดงไปโดยที่ไม่มีเหตุผลไม่ได้ ต้นเหตุแห่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นเรียกกันว่า สิ่งเร้า (Stimulus) สิ่งเร้าบางอย่างก็เป็นสิ่งเร้าที่มาจากภายนอกกาย บางอย่างก็เป็นสิ่งเร้าที่มาจากภายในกาย (ก่อ สวัสดิ์พาณิชย์ และนาฏเจลิยว สุมาวงศ์. 2506 : 24) ดังนั้น การมีจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วัยรุ่นสามารถเข้าถึงได้ง่ายนั้น ก็นับได้ว่าเป็นสิ่งแวดล้อมอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการกระตุ้นให้เกิดการแสดงพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการ และส่งผลไปสู่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ที่สุด สอดคล้องกับประกอบประภคิต (2515 : 51) ที่กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

เป็นสิ่งที่เร้าที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกโต้ตอบในลักษณะต่าง ๆ กัน ซึ่งมีอิทธิพลต่อบุคคล มีผลต่อการพัฒนาและการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์ ดังนั้น พฤติกรรมและบุคลิกภาพของบุคคลจะถูกกำหนดโดยสิ่งแวดล้อมอีกต่อหนึ่ง ซึ่งสิ่งแวดล้อมในทางจิตวิทยาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (กันยา สุวรรณแสง. 2542 : 102) คือ

1. สิ่งแวดล้อมภายนอก (Explicit Environment) ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายนอกกายมนุษย์ เช่น วัตถุสิ่งของ คน สัตว์ กิจกรรมอันเกิดจากวัตถุสิ่งของ คน และสัตว์ รวมไปถึงสิ่งที่เป็นามธรรมซึ่งไม่มีตัวตน เช่น หลักศีลธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีด้วย ถ้าสิ่งแวดล้อมเหล่านี้เร้าให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเราเรียกว่า สิ่งเร้าภายนอก (Internal Stimulus)

2. สิ่งแวดล้อมภายใน (Implicit Environment) ได้แก่ การกระทำของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายของมนุษย์เอง เช่น การเห็นคุณค่าในตนเอง ความกลัว ความอยาก ความหิว ความกระหาย อารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ฯลฯ ถ้าสิ่งแวดล้อมภายในนั้นเร้าให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเราเรียกว่า สิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus)

หากกล่าวถึงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยนั้นมานานแล้ว แต่เดิมมักจะเลือกดื่มเฉพาะในเงื่อนไขที่จำกัดเป็นบางโอกาสเท่านั้น เช่น งานประเพณี พิธีกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์ ซึ่งข้อกำหนดทางสังคมจะช่วยควบคุมพฤติกรรมการดื่มไปในตัว และมีความเชื่อเรื่องการดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น การนำยามาผสมหรือดองกับสุราเพื่อช่วยบำรุงร่างกาย บำรุงโลหิต รักษาอาการปวดเมื่อย แต่ปัจจุบันคนไทยมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ และดื่มอย่างเสรีมากขึ้น ไม่มีข้อบ่งชี้ว่าขอบเขตของการดื่มอยู่ ณ จุดใด การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องที่คนเราได้ให้คุณค่า และให้ความหมายกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้ง ๆ ที่ทราบถึงผลเสียที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นนั้น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาจากความต้องการสังสรรค์ทางสังคม และการเรียนรู้ เลียนแบบถึงค่านิยม หรือความเชื่ออะไรบางอย่าง ที่สนับสนุนให้เกิดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้น ดังนั้น การศึกษาที่เข้าใจถึงความหมายนั้น ๆ ส่งผลให้คนในสังคมมีความเข้าใจ และตระหนักในการปลูกฝังความคิดต่าง ๆ จะช่วยแก้ไขปัญหการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มวัยรุ่นได้มากขึ้น เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นวัยรุ่น (ลิทธิพันธ์์ เจริญรัตน์. 2543 : 27) สรุปสาเหตุของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มวัยรุ่นได้ว่า การดื่มสุราของแต่ละคนมีความแตกต่างกันโดยขั้นต้นเป็นการดื่มเพื่อสังคม (Social Drink) เมื่อดื่มบ่อยครั้งติดต่อกันอยู่เสมอก็จะทำให้ดื่มจนเป็นนิสัย (Habitual Drink) ในที่สุดไม่สามารถควบคุมการดื่มได้ จึงพอใจอยู่แต่สุรา ความสัมพันธ์ในครอบครัวและมิตรสหายเลื่อมลง มักดื่มตามลำพังและเพิ่มความไม่เอาใจใส่สิ่งแวดล้อม ขาดความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน หากถึงขั้นนี้ก็นับได้ว่าเป็นผู้ติดสุรา (Alcoholic) และถ้าดื่มต่อไปนาน ๆ ก็จะเป็นโรคพิษสุราเรื้อรัง (Alcoholism) ซึ่งถือว่าเป็นการป่วยเรื้อรังทั้งร่างกายและจิตใจ สาเหตุการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น คือ มาจากค่านิยมทางสังคม วัยรุ่นมักดื่มสุราเนื่องมาจากความอยากรู้ อยากเห็นและอยากทดลอง ถูกชักชวนจากเพื่อน และเลียนแบบจากผู้ใหญ่ (สุพัฒน์ ชีรเวชเจริญชัย. 2541 : 26)

ศรัศกดิ์ จามรมาน ประธานสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (23 มกราคม 2548 : ออนไลน์) เผยผลการสำรวจร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เรื่อง การสำรวจความคิดเห็น ความเข้าใจ ความรู้สึก และปัญหาของเยาวชนเกี่ยวกับเรื่องอารมณ์และความรัก : กรณีศึกษากลุ่มเป้าหมายนักเรียน นักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ปริญญาตรี ทั่วประเทศ จากพื้นที่เป้าหมาย 25 จังหวัดทั่วประเทศ จำนวน 4,645 ตัวอย่าง พบว่า “เยาวชนนักเรียนนักศึกษาในปัจจุบันร้อยละ 71.0 มีปัญหาพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตไม่ต่ำกว่า 1 ปัญหา ในบรรดาปัญหา 9 ชนิดที่สำคัญ ได้แก่ การสูบบุหรี่ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การเที่ยวสถานบันเทิง เล่นการพนัน ใช้ยาเสพติด ใช้ยาพุ่มเฟิย มีเพศสัมพันธ์ ทะเลาะวิวาท และการคิดฆ่าตัวตาย โดยภาพรวมทั้งหมดของเยาวชนทั่วประเทศแต่ละคนมีปัญหาเฉลี่ย 1.8 และปัญหาอันดับที่หนึ่ง คือ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 32.7 จะเห็นได้ว่ากลุ่มเยาวชนนั้นเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะบุคคลในวัยนี้เป็นวัยที่มีความอยากรู้ อยากเห็น อยากทดลองในสิ่งแปลกใหม่ รวมทั้งค่านิยมของสังคมเองก็มีบทบาทสำคัญที่สนับสนุนให้เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้น เช่น ค่านิยมที่ว่า การเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แล้วนั้นแสดงว่าเป็นผู้ใหญ่แล้ว อีกทั้งวัยรุ่นเองต้องการความเป็นอิสระจึงมักแสวงหาสถานที่ที่ทำให้ตนเองสามารถปลดปล่อยความรู้สึกได้ บางกลุ่มใช้การเล่นกีฬาเป็นทางออก แต่บางกลุ่มใช้สถานบันเทิงที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือร้านเหล้าเป็นจุดนัดหมาย เพราะเป็นสถานที่รวมกลุ่มของคนวัยเดียวกัน และวัยรุ่นโดยส่วนใหญ่ยังไม่มีอาชีพ ไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง การใช้จ่ายเงินจึงขาดการคิดไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วน พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าวจึงเกิดขึ้นได้ค่อนข้างง่าย เนื่องจากไม่ได้ตระหนักหรือเห็นคุณค่าของเงินที่สูญเสียออกไปเท่าใดนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติ นิ บัวชาบาล (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักศึกษาวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น” พบว่า พฤติกรรมในการใช้จ่ายในกลุ่มนักศึกษาไทยในปัจจุบันนั้นส่วนใหญ่พุ่มเฟิยไม่รู้ตัว คือ ไม่รู้ว่าตัวเองเป็นคนพุ่มเฟิย เพราะเกิดมาพร้อมกับความพุ่มเฟิยจนคิดว่า การประหยัดคือความตระหนี่ ชอบซื้อสิ่งของที่ไม่จำเป็น ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น กลยุทธ์เพื่อสร้างแรงจูงใจของผู้ขาย การหลอกลวงของวัฒนธรรมจากสื่อต่างประเทศ การติดต่อสื่อสารอย่างฉับไวในโลกไร้พรมแดน และนักศึกษาส่วนใหญ่มักเสียค่าใช้จ่ายไปเกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจ และสิ่งพุ่มเฟิยมากที่สุด

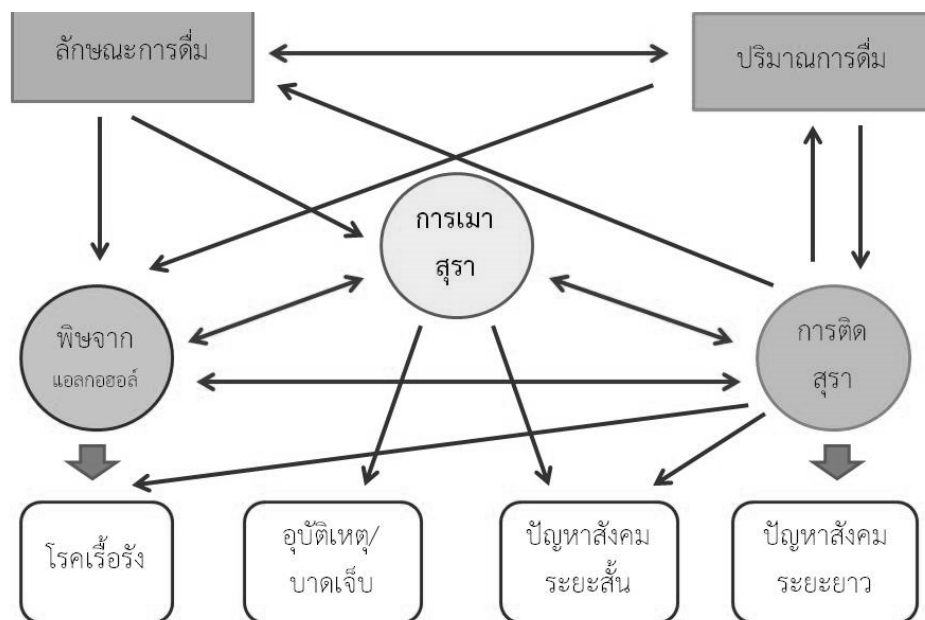
จากสถิติความชุกของนักดื่มวัยรุ่นในช่วงเวลา 13 ปีที่ผ่านมา (ปี 2554–2557) โดยเฉพาะช่วงอายุที่ต่ำกว่าอายุที่สามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามกฎหมาย คือ อายุ 15–19 ปี กรมควบคุมโรค (24 มิถุนายน 2559) ได้ทำการสำรวจ พบว่า มีนักดื่มอายุ 15–19 ปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 64.5 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4.96 ต่อปี และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา พบว่า ปี 2554 มีนักดื่มอายุ 15–19 ปี เท่ากับร้อยละ 14 ซึ่งหมายความว่า 1 ใน 7 ของวัยรุ่นไทยเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อนอายุตามที่กฎหมายกำหนด (ศรัศกดิ์ ไชยสงค์

กัณณพนต์ ภักดีเศรษฐกุล และทักษพล ธรรมรังสี. 2556) และปี 2558 นักดื่มอายุ 15–19 ปี เท่ากับร้อยละ 18.1 ซึ่งหมายความว่า 1 ใน 6 ของวัยรุ่นไทยเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ก่อนอายุตามที่กฎหมายกำหนด (เนื้อเพชร เล็กเฟื่องฟู และคณะ. 2558) นั่นหมายความว่า ในช่วงจากปี 2554 จนถึงปี 2558 นักดื่มอายุ 15–19 ปี มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 4.1 จึงเห็นได้ว่าสถิติการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกปี

ผลกระทบของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่องานอดิเรก และคนรอบข้างในครอบครัว ชุมชน และสังคมผ่านการเป็นพิษ การมีเมามา และการเสพติด ซึ่งสามารถทำให้เกิดปัญหาได้ทั้งโดยเฉียบพลันและแบบเรื้อรัง ทั้งนี้ลักษณะการดื่ม (ดื่มบ่อย ๆ หรือดื่มนาน ๆ ครั้ง) และปริมาณการดื่ม (ดื่มครั้งละน้อย ๆ หรือดื่มครั้งละมาก ๆ) ก่อให้เกิดการเมาสุรา การติดสุรา และผลของพิษจากแอลกอฮอล์ ทำให้เกิดผลกระทบหลายประการ ได้แก่ โรคเรื้อรัง เช่น มะเร็งตับ โรคหัวใจ เส้นเลือดในสมองแตก อุบัติเหตุ/การบาดเจ็บ ปัญหาสังคมระยะสั้น เช่น อาชญากรรม ความรุนแรงก้าวร้าว ความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาการทำงาน และปัญหาสังคมระยะยาว เช่น หนี้สิน สูญเสียหน้าที่การงาน ครอบครัวแตกแยก จรจัด ไร้ที่อยู่ ฯลฯ (บัณฑิต ศรไพศาล และจุฑารัตน์ แก้วมุงคุณ. 2547) ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลต่อผู้บริโภคโดยตรง และผลกระทบที่เกิดขึ้น



ที่มา : Babor, T., Caetano, R., Casswell, S., et al. 2010.

นอกจากนี้ ชีระ วัชรปราณี (2550) กล่าวว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อปัญหาสุขภาพและสังคมอย่างรุนแรง โดยเป็นสาเหตุสำคัญของโรค และการบาดเจ็บมากกว่า 60 กลุ่มโรค (อุบัติเหตุจราจร โรคหลอดเลือด มะเร็งอวัยวะต่างๆ บาดเจ็บ

จากความรุนแรง) ที่สำคัญผลกระทบต่อความสูญเสียทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น จากการสูญเสียกำลังผลิต ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ และค่าเสียหายรวมรายจ่ายของรัฐจากอาชญากรรมและความรุนแรงในประเทศไทยนั้นพบว่า ภาระโรคจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันดับ 3 รองจากเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย และการบริโภคยาสูบ ความเสียหายทางเศรษฐกิจเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรประมาณไว้ในระดับร้อยละ 2 – 3 ของรายได้ประชาชาติ หรือราวหนึ่งแสนล้านต่อปี ถ้ารวมความสูญเสียทางเศรษฐกิจทั้งหมดน่าจะไมต่ำกว่า 5 แสนล้านบาทต่อปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อำนวน พิรุณสาร (2538) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การดื่มและการให้คุณค่าของเหล้าของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า “มีเยาวชนส่วนหนึ่งยอมรับว่าการดื่มเหล้าทำให้ร่างกายอ่อนแอลง” และ บุญเสริม หุตะแพทย์ และกิตติภา สวรรณรัตน์ (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของสุราในฐานะปัจจัยร่วมการเกิดปัญหาความรุนแรงในครอบครัวพบว่า “ผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ในทุกภูมิภาคเห็นด้วยว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลทำให้สมรรถภาพทางร่างกายและจิตใจลดลง” และ เบญจพร บัวสำลี (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทศนคติของนักศึกษาต่อร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัย พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัยและสุขภาวะของนักศึกษาพบว่า “นักศึกษาร้อยละ 29.2 ไม่ทราบถึงผลกระทบด้านสุขภาวะจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย ซึ่งเคยประสบอุบัติเหตุเพราะความเมามากถึงร้อยละ 46.3” รวมทั้งข้อมูลจากสมาคมเพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ของสหรัฐอเมริกา (American Association for the Advancement of Science) พบว่า “ฤทธิ์ของแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นที่มีการดื่มอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ เช่น การตัดสินใจบกพร่อง ความไม่สมบูรณ์ในด้าน การวางแผน และการคิดวิเคราะห์ เนื่องจากแอลกอฮอล์มีฤทธิ์รบกวนพัฒนาการของสมองส่วนหน้า ความสามารถในการจดจำลดลง และส่งผลต่อส่วนสำคัญของสมองที่เรียกว่า ฮิปโปแคมปัส ซึ่งมีหน้าที่ในการสร้างความทรงจำ แม้การดื่มเพียงจำนวนไม่มากก็ตาม ทั้งนี้จากการศึกษา ยังพบว่าวัยรุ่นที่มีประวัติการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลให้ระบบการมองเห็น และการกระเษะบกพร่อง นอกจากนั้นยังทำให้ขนาดของสมองเล็กกว่าคนปกติที่มีสุขภาพแข็งแรงทั่วไป ประมาณร้อยละ 10 และยังทำลายเนื้อเยื่อสมองที่เรียกว่า เนื้อขาวซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในสมองให้เหลือน้อยลง ส่งผลต่อการตัดสินใจที่ซับซ้อน และการควบคุมอารมณ์เสียไป” (“ผลกระทบของแอลกอฮอล์ต่อสมองวัยรุ่น Alcohol & Brain” 12 กุมภาพันธ์ 2553 : ออนไลน์)

ดังนั้น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อผ่านเข้าสู่ร่างกายของมนุษย์แล้ว จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดโรคทางกาย หรืออุบัติเหตุทางกายจากความมึนเมาเพราะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เมื่อสุขภาวะทางกายขาดความสมดุล สุขภาวะทางจิตก็ย่อมเกิดความผิดปกติขึ้นด้วย เช่น เป็นทุกข์เพราะร่างกายเป็นโรค เกิดอาการซึมเศร้า ความเครียด และโอกาสของการพัฒนาสุขภาวะทางสังคมก็น้อยลงไป รวมทั้งสุขภาวะทางปัญญา (จิตวิญญาณ) ก็มีปัญหานั้นเนื่องมาจากการทำลายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีส่วนในการทำลายระบบสมองหรือ

ประสาธ สรุปลักษณะคือการเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์โดยเฉพาะการแสดงออกผ่านทางร่างกายล้วนแล้วแต่มีความเชื่อมโยงกับสภาวะด้าน ๆ อื่นแทบทั้งสิ้น องค์การอนามัยโลกได้ระบุไว้ว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวก่อการร้ายที่ทำลายสุขภาพ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุให้ประชากรโลกเสียชีวิตปีละกว่า 2.5 ล้านคน เฉลี่ยนาทีละ 4.8 คน โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 15–29 ปี เสียชีวิตปีละ 320,000 คน (“เผยคนไทยดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันดับ 3 ของเอเชีย รองจากญี่ปุ่น-เกาหลีใต้” 6 กุมภาพันธ์ 2555 : ออนไลน์) จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมที่เป็นปัญหาของวัยรุ่น คือ การไปมั่วสุมกันตามสถานที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัย ตลาดนัดกลางคืน กิจกรรมลานคอนเสิร์ต เป็นต้น เพราะนอกจากจะทำให้เสียการเรียนแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อระบบการทำงานของสมองและร่างกายโดยตรง เสียเงินเสียทอง เสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ ชัดต่อวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามในสังคมไทย และอาจเกิดปัญหาสังคมอื่น ๆ ตามมาได้ เช่น ปัญหาการทะเลาะวิวาท อาชญากรรม การเกิดอุบัติเหตุ การล่องละเมิดทางเพศ การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ดังนั้น พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับสภาพภาพและบทบาทหน้าที่ของวัยรุ่น ซึ่งถือว่าอยู่ในช่วงวัยแห่งการเรียนรู้ ที่ต้องสร้างฐานอนาคตให้กับตัวเองในการเติบโตไปเป็นกำลังแรงงานของประเทศต่อไป

บทสรุป

สถานการณ์ของประเทศไทยในยุคปัจจุบันจะเห็นได้ว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นโดยเฉพาะทางกายภาพ อีกทั้งวัยรุ่นซึ่งได้กลายเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการทำธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปแล้วก็ยิ่งได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก จากการกระจายจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ใกล้ชิดกับกลุ่มวัยรุ่นมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นรอบรั้วมหาวิทยาลัย หอพัก ถนนคนเดิน ตลาดนัดกลางคืน ลานกิจกรรมคอนเสิร์ต เป็นต้น ซึ่งสถานที่เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นจุดศูนย์รวมของวัยรุ่นจำนวนมากทั้งนั้น ดังนั้น หากจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยิ่งอยู่ใกล้ และเข้าถึงได้ง่ายมากเพียงใด ก็ยิ่งเป็นสิ่งที่เร้าที่กระตุ้นความสนใจให้กับกลุ่มวัยรุ่นได้มาก การมีมาตรการการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงจัง ก็จะช่วยทำให้ปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมตามช่วงวัยนั้นลดลง อีกทั้งปัญหาสังคมอื่น ๆ เช่น การทะเลาะวิวาท อาชญากรรม การล่องละเมิดทางเพศ การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร เป็นต้น หรือแม้กระทั่งการเกิดอุบัติเหตุที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุร่วมด้วยก็จะลดลงตามไปด้วยเช่นเดียวกัน

สตรี มุสลิชิเพื่อนหญิง.

เบญจพร บัวล้าลี. (2555) **ทัศนคติของนักศึกษาต่อร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัย**

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัย และสุขภาวะของนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (คณะพัฒนาลังคมและสิ่งแวดล้อม สาขาการบริหารการพัฒนาสังคม) กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

_____. (2559) **กลยุทธ์ร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัยในการกระตุ้นอุปสงค์ของนักศึกษา.** กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.).

ประกอบ ระกิติ. (2515) **จิตวิทยา.** กรุงเทพมหานคร : จงเจริญการพิมพ์.

“ผลกระทบของแอลกอฮอล์ต่อสมองวัยรุ่น Alcohol & Brain” (12 กุมภาพันธ์ 2553) **มติชน**

ออนไลน์. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1265967599&catid=02 (19 กุมภาพันธ์ 2560)

“เผยคนไทยดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันดับ 3 ของเอเชีย รองจากญี่ปุ่น – เกาหลีใต้” (6 กุมภาพันธ์ 2555) **มติชนออนไลน์.** [ออนไลน์] แหล่งที่มา : www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1328532921 (19 กุมภาพันธ์ 2560)

“พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551” (13 กุมภาพันธ์ 2551) **ราชกิจจานุเบกษา.** 125 (33ก) หน้า 34 – 49. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : old.ddc.moph.go.th/law/showimg5.php?id=77 (19 กุมภาพันธ์ 2560)

ภัทรพร พลพนาธรรม. (2552) **การกระจายตัวของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรอบมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

วีรบุช ว่องวรณธะกุล และคณะ. (2553) **ความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการบริโภคและผลกระทบของประเทศไทย.** นนทบุรี : สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP).

ศรีศักดิ์ จามรมาน. (23 มกราคม 2548) “อารมณ์ ความรัก และปัญหาทางจิต...เส้นทางชีวิตของเด็กไทย” **ผู้จัดการออนไลน์.** [ออนไลน์] แหล่งที่มา : www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9480000010559 (19 กุมภาพันธ์ 2560)

สิทธิพันธ์ เจริญรัตน์. (2543) **พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี.** วิทยานิพนธ์ สส.ม. (คณะสังคมศาสตร์ สาขาสังคมวิทยาประยุกต์) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุธาสิณี บัวชาบาล. (2557) **การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักศึกษา วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.** วิทยานิพนธ์ รศ.ม. (สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น) ขอนแก่น : วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุพัฒน์ อีรเวชเจริญชัย. (2541) **ยาและสิ่งเสพติดให้โทษ**. พิมพ์ครั้งที่ 10.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

สุรศักดิ์ ไชยสงค์ กัณณพนธ์ ภักดีเศรษฐกุล และทักษพล ธรรมรังสี. (2556) **รายงาน**

สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายจังหวัด พ.ศ. 2554. นนทบุรี :

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

อำนาจ พิรุณसार. (2538) **การดื่มและการให้คุณค่าของเหล้าของเยาวชนใน**

กรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ขับขี้ออเตอร์ไซด์รับจ้าง.

กรุงเทพมหานคร : สถาบันข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.

Babor, T., Caetano, R., Casswell, S., et al. (2010) **Alcohol : No Ordinary Community**

– Research and Public Policy. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press.