



แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย The Factors Affecting Demand for Alcoholic Beverage in Thailand

- **แพทย์พร ปุกหุต**
- อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
-
- **Penporn Pukahuta**
- Lecturer, Management Department
- Faculty of Business Administration
- Rajamangala University of Technology
- E-mail: tuesday.p@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้องรายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2543 ถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2556 วิเคราะห์สถิติโดยการประมาณค่าจากสมการถดถอยพหุเชิงซ้อน (Multiple Regression) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS) ผลการวิจัย พบว่า ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับราคาสินค้าประกอบกัน ขณะที่ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ จำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และรายได้จากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาล อาทิ มาตรการภาษีอากร มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อนโยบายจำกัดเวลาขาย มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อนโยบายการจำกัดอายุผู้ซื้อและดื่มสุราไม่ให้ต่ำกว่า 18 ปี มาตรการรณรงค์และการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดสถานที่จำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภค

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อาจเป็นผลมาจากนักดื่มส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนหรือผู้ปกครองที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อต้องการเข้ากลุ่มเพื่อน ต้องการเป็นที่ยอมรับหรือเห็นพฤติกรรมที่ดีจากผู้ปกครอง อีกทั้งกระแสความนิยมจากโฆษณาที่มีเนื้อหาเชิญชวน อยากทำตาม อยากทดลอง แม้รัฐบาลมีมาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อ แต่ไม่สามารถลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ เพราะเป็นมาตรการที่ช่วยในการควบคุมจำนวนผู้บริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งกลุ่มผู้บริโภคเดิมและกลุ่มผู้บริโภคใหม่ไม่ทำให้จำนวนมากขึ้น ซึ่งมีใช้มาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อีกทั้งภาครัฐบาลควรใช้มาตรการหรือบทลงโทษที่เข้มงวด

คำสำคัญ: อุปสงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการของรัฐบาล

Abstract

This research objective is to study the factors affecting demand for alcoholic beverage in Thailand taken from secondary data from January 2000 to May 2013 for reference. Estimate of Multiple Regression with the method of Ordinary Least Square (OLS) is applied for statistical analysis. The research found that the amount of alcohol consumption in Thailand is related to the price of complementary goods. While the price of alcohol, average income per capita, the minimum wage, the total number of alcohol consumers, and the taxation revenue from selling alcohol beverage including taxation, limited of selling time, alcohol advertising censor department, customer's age over (18 years old), and the risk of alcohol campaigning is controlled by government policy and the place of distribution have no relation to the amount of alcohol consumption in Thailand at the significance level at 0.05. This could be mostly caused by drinkers who want to get accepted by a particular group. Also, they are influenced by friends or the behavior of their parents who usually drink alcohol in a normal situation. Moreover, the advertisements with alcohol content is so appealing that the consumers want to try alcohol products. Although the government has taken further steps to control alcohol access and to set the regulations on purchasing limit, it cannot reduce the demand for alcohol consumption, because it is just a mild policy that helps to control the number of alcohol consumers, both individual and groups. It is not a regulation to stop drinking alcohol beverage. Thus, the government should implement stronger penalties than usual.

Keywords: Demand for Alcoholic Beverage, Government Policy

ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากเป็นอันดับ 3 ของทวีปเอเชีย รายงานสถานการณ์สุราประจำปี 2544 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2555: 7-14) ในปี 2554 เพศชายมีการดื่มสูงกว่าเพศหญิงประมาณ 5 เท่า และมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ช่วงปี พ.ศ. 2544-2554 ภาพรวมนักดื่มลดลงจากร้อยละ 32.7 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 31.5 ในปี 2554 เมื่อพิจารณานักดื่มที่เป็นเพศชายลดลงจากร้อยละ 55.9 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 53.4 ในปี 2554 ขณะที่เพศหญิงเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.8 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 10.9 ในปี 2554 นักดื่มที่เป็นวัยทำงานลดลงเหลือร้อยละ 2 ในช่วงปี 2544-2554 แต่นักดื่มที่เป็นเยาวชนอายุ 15-24 ปีกลับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.6 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 23.7 ในปี 2554 นอกจากนี้โดยเฉลี่ยประชากรผู้ใหญ่มีการดื่มเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2540-2554 ซึ่งผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้จำกัดอยู่ตัวผู้บริโภคเท่านั้น ครอบครัว บุคคลรอบข้าง ชุมชน สังคม และประเทศล้วนมีส่วนแบกรับภาระทั้งสิ้น ก่อให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพทางกาย จิตใจ สังคม และปัญญา โดยเฉพาะการดื่มเครื่องดื่มของเยาวชนมีความสำคัญ เพราะเป็นกลุ่มประชากรที่จะเติบโตมาเป็นผู้ใหญ่ในอนาคต รัฐบาลจึงต้องมีการควบคุมทั้งการจำหน่าย การเข้าถึงในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในมาตรา 27 ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณ (วัด สถานที่ราชการ สถานบริการสาธารณสุข หอพัก สวนสาธารณะฯ) มาตรา 28 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันหรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคล (อายุต่ำกว่า 20 ปี

บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้) มาตรา 30 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะใช้เครื่องขายอัตโนมัติ เรขาย ลด แลก แจก แถม เพื่อส่งเสริมการขาย เป็นต้น มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณ (วัด สถานที่ราชการ สถานบริการสาธารณสุข หอพัก สวนสาธารณะฯ) มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นโดยตรงหรือโดยอ้อม (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ, 2551: 34-49) จากข้อมูลสถิติการบริโภคดังกล่าวข้างต้น มีแนวโน้มการบริโภคเพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาการดำเนินมาตรการการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด เพื่อต้องการลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากร

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งผลการดำเนินมาตรการต่าง ๆ ของประเทศไทยที่ใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยวิเคราะห์ว่าในแต่ละมาตรการจะมีผลต่อปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไร เนื่องจากในแต่ละมาตรการนั้นจะให้ผลลัพธ์หรือประสิทธิภาพที่แตกต่างกันออกไป แต่เป้าหมายหลักของการดำเนินนโยบายหรือมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ ต้องการลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลาเป็นรายเดือน โดยใช้สมการถดถอยพหุเชิงซ้อน (Multiple Regression) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS) เพื่อ

ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบต่อตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เครื่องตัดแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ข้อมูลการวิจัยเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2543 ถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2556 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ตัวแปรต้น คือ อุปสงค์เครื่องตัดแอลกอฮอล์ (ปริมาณการบริโภคเครื่องตัดแอลกอฮอล์) และ 2) ตัวแปรตาม คือ ราคาเครื่องตัดแอลกอฮอล์ ราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน รายได้เฉลี่ยต่อหัวของผู้บริโภค อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ รายได้จากการเก็บภาษีเครื่องตัดแอลกอฮอล์ จำนวนผู้บริโภคเครื่องตัดแอลกอฮอล์ และมาตรการควบคุมเครื่องตัดแอลกอฮอล์ของรัฐบาล ประกอบด้วย มาตรการภาษีอากร มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อนโยบายจำกัดเวลาขาย มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องตัดแอลกอฮอล์ มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อนโยบายการจำกัดอายุผู้ซื้อและดื่มสุราไม่ให้ต่ำกว่า 18 ปี มาตรการรณรงค์และการควบคุมการบริโภคเครื่องตัดแอลกอฮอล์ และ มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดสถานที่จำหน่าย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เครื่องตัดแอลกอฮอล์ เพื่อใช้เป็นแนวทางศึกษาและการกำหนดมาตรการเพื่อลดการบริโภคเครื่องตัดแอลกอฮอล์ของประชาชนต่อไป
2. หน่วยงานผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางแก้ไข อาทิ การประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ให้ประชาชนลดการบริโภคเครื่องตัดแอลกอฮอล์ และเป็นแนวทางให้ผู้เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญ เพิ่มความสนใจเอาใจใส่ในการเฝ้าระวังพฤติกรรมและหาทางป้องกัน
3. ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการสร้างกฎหรือระเบียบการลด ละ เลิกดื่มเครื่องตัดแอลกอฮอล์ เช่น เพิ่มมาตรการควบคุมการผลิต การจำหน่ายและการซื้อเครื่องตัดแอลกอฮอล์จากต่างประเทศ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิด โดยอ้างอิงจากแนวคิดทฤษฎีอุปสงค์ และพฤติกรรมผู้บริโภค (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2544: 23-32) และมาตรการควบคุมเครื่องตัดแอลกอฮอล์ของรัฐบาล (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตัดแอลกอฮอล์และยาสูบ, 2551: 34-49) สรุปได้ดังภาพที่ 1

1. ราคาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์
2. ราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน
3. รายได้เฉลี่ยต่อหัวของผู้บริโภค
4. อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ
5. รายได้จากการเก็บภาษีเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์
6. จำนวนผู้บริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์
7. มาตรการควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของรัฐบาล
 - 7.1 มาตรการภาษีอากร
 - 7.2 มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อนโยบายจำกัดเวลาขาย และมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์
 - 7.3 มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อนโยบายการจำกัดอายุผู้ซื้อและตี๋มสุราไม่ให้ต่ำกว่า 18 ปี
 - 7.4 มาตรการรณรงค์และการควบคุมการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์
 - 7.5 มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดสถานที่จำหน่าย



อุปสงค์เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์
(ปริมาณการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์)

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์

วิธีการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

ใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2543 ถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2556 รวบรวมข้อมูลสถิติจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ กรมศุลกากร กรมสรรพสามิต ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา และสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์และยาสูบ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย วิเคราะห์สมการถดถอยพหุเชิงซ้อนด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้

$$Y_i = \beta_0 + \beta X_i + \epsilon_i$$

กำหนดให้ β_0 แทน ระยะตัดแกน Y และ β_1 แทน ความชันของเส้นถดถอย

สำหรับตัวประมาณ เขียนแทนด้วย

$$\hat{Y}_i = \beta_0 + \beta X_i$$

แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

ฟังก์ชันอุปสงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

$$Q_t = f(Px_t, Y_t, Ps_t, Pop_t, wage_t, Taxinc_t, D_{it})$$

สามารถเขียนในรูปสมการได้ดังนี้

$$Q_t = \alpha_0 + \alpha_1 Px_t + \alpha_2 Y_t + \alpha_3 Ps_t + \alpha_4 Pop_t + \alpha_5 wage_t + \alpha_6 Taxinc_t + \alpha_7 D_{1t} + \alpha_8 D_{2t} + \alpha_9 D_{3t} + \alpha_{10} D_{4t} + \alpha_{11} D_{5t} + \varepsilon_t$$

โดยที่ Q = ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, Px = ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, Y = รายได้เฉลี่ยต่อหัวของผู้บริโภค, Ps = ราคาสินค้าประกอบกัน, Pop = จำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, Wage = อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ, Taxinc = รายได้จากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, $\alpha_0, \dots, \alpha_{11}$ = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร, D_i = ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ของมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาล กำหนดให้ $D_i = 0$ และ 1 หมายถึง ก่อน (หลัง) ใช้มาตรการภาษีอากร (D1) มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อนโยบายจำกัดเวลาขาย มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (D2) มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อนโยบายการจำกัดอายุผู้ซื้อและดื่มสุราไม่ให้ต่ำกว่า 18 ปี (D3) มาตรการรณรงค์และการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (D4) และมาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดสถานที่จำหน่าย (D5) และ ε_t = ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การทดสอบความมีเสถียรภาพ (Stationary) ของตัวแปรในแบบจำลอง

การวิจัยครั้งนี้มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรเชิงมหภาคจึงมีการทดสอบความมีเสถียรภาพก่อน เนื่องจากตัวแปรส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กับเวลา อาจทำให้ผลการประมาณค่าเกิดความคลาดเคลื่อน (Spurious Relationship) ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการทดสอบ Stationary ของ Dickey and Fuller (1979: 427-431) หรือเรียกว่า “Augmented Dickey Fuller” (ADF) (บัณฑิต ชัยวิษณุชาติ, 2545: 75-76) มีสมการที่ต้องการทดสอบอยู่ 3 สมการ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธี Random Walk with Drift และมี Linear Time Trend ซึ่งอาศัยข้อมูลจากการวาดภาพ (Graph) (เพ็ญพร ปุกहुต, 2555: 39-40)

การทดสอบคุณสมบัติความมีเสถียรภาพดังนี้

$$H_0 : \rho = 0 \text{ ตัวแปรเป็น Non-stationary}$$

$$H_0 : \rho < 0 \text{ ตัวแปรเป็น Stationary}$$

ผลการทดสอบคุณสมบัติความมีเสถียรภาพด้วยสถิติการทดสอบ ADF พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีลักษณะไม่นิ่งที่ระดับของข้อมูล (At Level) จึงต้องมีการทดสอบ Unit Root อีกครั้ง โดยนำตัวแปรเหล่านั้นมาหาความแตกต่างครั้งที่ 1 (at 1st Difference) อีกครั้ง พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีลักษณะนิ่งที่ผลต่างระดับที่ 1 โดยมีจุดตัดแกนและแนวโน้มเวลา (Stationary with Trend and Intercept) ทำเลือกความล่าช้า (Lag Length) มีค่าเท่ากับ 0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จากการทดสอบคุณสมบัติความมีเสถียรภาพ แสดงว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือซึ่งสามารถนำไปใช้ในการประมาณค่าได้ต่อไป

ส่วนที่ 2 การสร้างสมการถดถอยพหุเชิงซ้อน ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS)

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Q)

Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob.
Px	-0.360	-0.901	0.368
Y	0.001	0.996	0.320
Ps	8.651	1.989	0.048**
Pop	-0.031	-0.016	0.986
Wage	0.052	1.437	0.152
Taxinc	-0.000	-0.429	0.668
D1	35.982	0.457	0.648
D2	1.477	0.550	0.582
D3	2.602	0.493	0.622
D4	-3.335	-0.651	0.515
D5	-1.614	-0.446	0.655

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการประมาณค่าแบบจำลองที่ได้และมีการขจัดปัญหา Multicollinearity ปัญหา Heteroskedasticity และปัญหา Autocorrelation จะได้ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการ OLS เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Q_t = 8.6513P_{s_t}^{**}$$

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า ราคาสินค้าประกอบกัน มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน (ไม่เป็นไปตามกฎของอุปสงค์) ขณะที่ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ จำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และรายได้จากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งมาตรการ

ภาษีอากร มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อ นโยบายจำกัดเวลาขาย มาตรการควบคุมการโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อ นโยบายการจำกัดอายุผู้ซื้อและดื่มสุราไม่ให้ต่ำกว่า 18 ปี มาตรการรณรงค์และการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัดสถานที่จำหน่าย ไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย อาจเป็นผลมาจากพฤติกรรมการดื่ม (ความเคยชิน) จึงทำให้ปัจจัยด้านราคา รายได้ มาตรการควบคุมมีผลกระทบน้อยมากต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และได้รับอิทธิพลจากเพื่อนสนิทหรือผู้ปกครอง บิดามารดาที่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด นอกจากนี้เพื่อต้องการเข้ากลุ่มเพื่อน ต้องการเป็นที่ยอมรับของเพื่อน เมื่อเพื่อนชักชวนจึงยอมตามเพื่อน เพื่อความสนุกสนานร่วมวงกับเพื่อน เพื่อคลายความทุกข์เมื่อมีความทุกข์ใจ และเพื่อลดปมด้อย เพราะการดื่มทำให้เกิดความกล้าที่จะแสดงออก เยาวชนจึงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น ดังนั้นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คงห้ามกันไม่ได้ เนื่องจากกระแสโลก กระแสทุน กระแสนิยมการบริโภคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสังเกตได้จากการดูโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางละคร ภาพยนตร์ รายการเพลง ที่มีเนื้อหาแอบแฝงเชิญชวนให้ทำตาม อีกทั้งธุรกิจประเภทนี้ (ร้านสุรา-เบียร์ ร้านยาตอง) มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องทำให้ร้านขายสุรา-เบียร์เกิดขึ้นใกล้บริเวณสถานศึกษามากขึ้น เพราะเจ้าของธุรกิจคิดว่าการขายสุรา-เบียร์ไม่ใช่เรื่องผิดศีลธรรม เป็นการประกอบธุรกิจที่สุจริตอย่างหนึ่ง แม้ว่ารัฐบาลจะพยายามออกกฎข้อบังคับต่าง ๆ แต่กฎหมายที่กำหนดขึ้นเป็นเพียงข้อจำกัดหรือควบคุมเท่านั้นมิใช่กฎหมายห้ามดื่ม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจิตใต้สำนึกของผู้ดื่มแต่ละคนด้วยว่า

จะพึงปฏิบัติตนอย่างไร ควรหลีกเลี่ยงหรือตี๋มให้ น้อยลงและหันมารักษาสุขภาพของตนเองให้มากขึ้น มาตรการกำหนดการปิด-เปิดสถานบันเทิงในช่วง เวลา 01.00 น. การกำหนดช่วงอายุในการเข้าไปใช้ จ่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในสถานบันเทิง มาตรการ เมาไม่ขับมีผลกระทบน้อยจนแทบไม่มีผลในการ ควบคุมการใช้จ่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ต่อสถาน บันเทิง นอกจากนี้ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องตี๋ม แอลกอฮอล์ไม่เป็นไปตามกฎแห่งอุปสงค์ เช่น เมื่อ รัฐบาลเพิ่มภาษีสรรพสามิต กล่าวคือ ราคาเครื่องตี๋ม แอลกอฮอล์มีราคาสูงขึ้น แต่ผู้บริโภคมีการบริโภค เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ปริมาณเท่าเดิม อาจเกิดจากผล ทางรายได้ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ที่แท้จริง คือ ราคาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์เพิ่มสูงขึ้น และ รายได้ที่เป็นตัวเงินของผู้บริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ เพิ่มสูงขึ้นด้วย จึงมีผลทำให้รายได้ที่แท้จริงของ ผู้บริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์เท่าเดิม และทำให้ ผู้บริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ใช้จ่ายเครื่องตี๋ม แอลกอฮอล์ได้จำนวนเท่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับผล การวิจัยของศุภลักษณ์ ไชยมณี (2550: 62-66) พบว่า ระดับการศึกษา ความสะดวกในการซื้อหรือตี๋ม ทัศนคติที่มีต่อการบริโภค และความรู้เรื่องการบริโภค สุรา ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณเครื่องแอลกอฮอล์ ที่ตี๋มต่อครั้ง สอดคล้องผลการวิจัยของ Wagenaar and Toomey (2002) พบว่า กฎหมายอายุขั้นต่ำ สำหรับการซื้อหรือการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Brand and Martin (1999) พบว่า การปรับลดชั่วโมงในการจำหน่าย เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ไม่ได้ทำให้ปริมาณการบริโภค เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ลดลงมาก และสอดคล้องกับ การวิจัยของ Miron (1999) พบว่า การห้ามบริโภค เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์มีผลกระทบน้อยมากต่อการ

บริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ และสอดคล้องกับผล การวิจัยของภาคย์ เจียมกิติชัยกุล (2552: 57-62) พบว่า การที่รัฐบาลขึ้นภาษีเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ มี ผลทำให้เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์มีราคาสูงขึ้น จากการ สสำรวจการใช้จ่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ที่มีราคาเพิ่ม สูงขึ้น ทำให้ทราบว่าผู้ใช้จ่ายเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ มีการใช้เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ในปริมาณเท่าเดิมไม่ เปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะก่อนหรือหลังการขึ้นราคาก็ตาม และการที่ภาครัฐมีนโยบายต่าง ๆ เช่น การออก กฎหมายควบคุม ได้แก่ การกำหนดอายุการขาย เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ให้แก่เด็กที่มีอายุไม่ถึง 18 ปี การปิด-เปิดสถานบันเทิง การขึ้นภาษีเครื่องตี๋ม แอลกอฮอล์ จากผลการศึกษาถึงมาตรการและ นโยบายของรัฐจากการกำหนดนโยบายล้วน ไม่เป็นผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของธีรฤดี ทองทับ (2552: 118-120) พบว่า พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีช่องว่าง ให้ผู้ประกอบการธุรกิจแอลกอฮอล์ฝ่าฝืนกฎหมาย รูปแบบต่าง ๆ และการที่กฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ยังไม่มี ความครอบคลุมทำให้เกิดปัญหาขึ้น ได้แก่ การโฆษณา แฝงสินค้าเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ การใช้รูปแบบ ของการโฆษณา ณ จุดขายสินค้า การโฆษณาเครื่องตี๋ม แอลกอฮอล์ในสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ทำให้เห็นว่ามาตรการควบคุม การโฆษณาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ที่ใช้บังคับอยู่ ไม่มีประสิทธิภาพ รวมไปถึงมาตรการลงโทษผู้ประกอบการ ธุรกิจที่กระทำความผิดที่ไม่เด็ดขาด จึงยังพบ การโฆษณาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ได้ทั่วไป

สรุปผลการวิจัย

ราคาสินค้าประกอบกันมีอิทธิพลต่อปริมาณ การบริโภคเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยใน ทิศทางเดียวกัน ขณะที่ราคาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์

รายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ จำนวนผู้บริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และรายได้จากการเก็บภาษี เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งมาตรการของรัฐบาล อาทิ มาตรการภาษีอากร มาตรการควบคุมการเข้าถึง และหาซื้อนโยบายจำกัดเวลาขาย มาตรการควบคุม การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการควบคุม การเข้าถึงและหาซื้อนโยบายการจำกัดอายุผู้ซื้อ และดื่มสุราไม่ให้ต่ำกว่า 18 ปี มาตรการรณรงค์และ การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ มาตรการควบคุมการจำหน่ายสุราด้านการจำกัด สถานที่จำหน่าย ไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ปัจจุบันนักดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มี แนวโน้มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะ กลุ่มเยาวชน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากชักชวนของเพื่อน สมาชิกในครอบครัวดื่มจึงอยากทดลอง หรือการได้รับ สื่อและอิทธิพลจากการโฆษณา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) ด้านภาครัฐบาล ควรมีมาตรการบังคับใช้ กฎหมายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างเข้มงวดและจริงจัง ทั้งนี้ที่ผ่านมา พบว่า มีการ ละเมิด พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สังเกตได้ จากสื่อการโฆษณาแฝงเนื้อหาการโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะช่วง เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ โดยเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องไม่สามารถกวดขันได้อย่างทั่วถึง หรือบาง ครั้งเจ้าหน้าที่เองก็ไม่สนใจเพราะเห็นว่าเป็นเรื่องเล็กน้อย จนกลายเป็นเรื่องธรรมดา จึงพบเห็นการละเมิด กฎหมายกันอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการขายสุรา

ให้ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี การขายสุราในช่วงเวลา ห้ามขาย การดื่มสุราในที่สาธารณะ หรือการดื่มสุร่ายาย รถยนต์กระบะที่กำลังวิ่งอยู่บนท้องถนน พฤติกรรม เหล่านี้ล้วนแต่นำไปสู่ความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ ได้ง่าย ดังนั้นภาครัฐควรหามาตรการในการลด ละ เลิก การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต้นเหตุ และ การแก้ไขปัญหาจากการดื่มครั้งแรกของนักดื่ม ไม่ใช่ แก้ปัญหาที่ปลายเหตุ เพื่อลดความเสี่ยงที่เด็กและ เยาวชนจะกลายเป็นผู้มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ จนกลายเป็นติดสุราในวัยผู้ใหญ่ 2) ด้านสถานศึกษา ควรมีการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงโทษภัยของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ และปัญหาอันเนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาอาชญากรรม หรือ อุบัติเหตุต่อเนื่อง และควรกิจกรรมส่งเสริมให้การ ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เช่น การส่งเสริม การ จัดกีฬา ประกวดดนตรี หรือกิจกรรมเพื่อต่อต้าน การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันศึกษา 3) ด้านครอบครัว สมาชิกในครอบครัวต้องเป็น ต้นแบบโดยไม่ควรบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสมาชิกใน ครอบครัวจะกระตุ้นให้เยาวชนดื่มมากขึ้น ควรให้ ความรู้ความเข้าใจกับบุตรหลานเกี่ยวกับข้อเท็จจริง และโทษว่ามีผลกระทบอย่างไร และ 4) ด้านเยาวชน ควรหลีกเลี่ยง ปฏิเสธการชักชวน การทดลองเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ด้วย อีกทั้งควรได้รับการเสริมทักษะ ในการควบคุมตนเอง เพราะการควบคุมตนเองช่วยให้เยาวชนสามารถบังคับใจตนเองไม่ให้เกิดความ ต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านของข้อมูล และตัวแปรการวิจัย ซึ่งอาจจะละเลยตัวแปรที่สำคัญ ๆ

ไป (Omitted Variables) การวิจัยที่จะเกิดขึ้นในอนาคตควรมีการเพิ่มระยะเวลาหรือเพิ่มความถี่ของข้อมูล หรือเพิ่มตัวแปรสำคัญ ๆ เข้าไปในแบบจำลอง เพื่อให้ผลการประมาณค่าที่ได้มีระดับความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

Brand, M., and Martin D.F. 1999. **Dealing with Alcohol in Alice Springs: An Assessment of Policy Options and Recommendations for Action** [Online]. Available: <http://www.anu.edu.au/caepr/Publications/WP/CAEPRWP03.pdf>

Chaimanee, Suparuk. 2007. "An Analysis of Using Tax Measures to Reduce Consumption of Alcohol Beverages." Master's thesis, Chaing Mai University. (in Thai).

ศุภลักษณ์ ไชยมณี. 2550. "การวิเคราะห์การใช้มาตรการทางภาษีเพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Chaivichayachat, Bundit. 2002. "Private Capital Flows and Monetary Policy in Thailand: Money Quantity Instruments." Master's thesis, Thammasat University. (in Thai).

บัณฑิต ชัยวิชญชาติ. 2545. "เงินทุนต่างประเทศกับการดำเนินนโยบายการเงิน: การใช้เครื่องมือควบคุมด้านปริมาณ." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Dickey, David, and Fuller, Waynes. 1979. "Distribution of Estimation for Autoregressive Time Series with a Unit

Root." **Journal of American Statistical Association** 74: 427-431.

Jiamkilatchaikun, Park. 2009. **Alcoholic Beverage Spending Behavior on Nightclubs among College Students from Chaing Mai University**. Chaing Mai: Chaing Mai University. (in Thai).

ภาคย์ เจียมกิตติชัยกุล. 2552. **พฤติกรรมการใช้จ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบันเทิงยามราตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Mingmaninakin, Wanrak. 2001. **Micro-Economics**. Bangkok: Thaiwatthanaphanit. (in Thai).

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2544. **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

Miron, Jeffrey A. 1999. **The Effect of Alcohol Prohibition on Alcohol Consumption** [Online]. Available: <http://www.nber.org/papers/w7130>

Thailand. Alcohol Consumption Control. 2008. **Alcohol Control Act B.E. 2008**. Bangkok: Alcohol Consumption Alcohol Control. (in Thai).

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ. 2551. **พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ.

Thailand. National Statistical Office. 2012. **A Survey of Smoking and Drinking Behavior of Thai population 2011**.

- Bangkok: National Statistical Office. (in Thai).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2555. **การสำรวจพฤติกรรม การสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2554**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติ แห่งชาติ.
- Pukahuta, Penporn. 2012. "The Term of Factors and Lags Impact of Oil Price, Exchange Rate and Inflation Rate." **University of The Chamber of commerce Journal** 32, 1: 32-49. (in Thai).
- เพ็ญพร ปุกहुต. 2555. "ขนาดและความล่าช้าของ ผลกระทบจากราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และอัตราเงินเฟ้อ." **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 32, 1: 32-49.
- Thongtab, Theerawat. 2009. "Legal Measures for Consumer Protection Related to Advertising: A Case Study of Advertising of Alcohol Beverage." Master's thesis, Dhurakij Pundit University. (in Thai).
- ธีรรุติ ทองทับ. 2552. "มาตรการทางกฎหมายใน การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา: ศึกษา เฉพาะกรณีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย รุจกิจบัณฑิตย.
- Wagenaar, Alexander C., and Toomey, Traci L. 2002. "Effects of Minimum Drinking Age Laws: Review and Analyses of the Literature from 1960 to 2000." **School of Public Health** 14: 206-225.



Miss Penporn Pukahuta received her Master of Economics Degree from Kasetsart University, Thailand. She is currently lecturer in the Faculty of Business Administration, Department of Management, Rajamangala University of Technology Isan, Thailand. Her research interest is in General Economy.