

ชีสสารพัดภัย! สุราโฆษณาทำร้ายสังคม

สัปดาห์หน้า ๑ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ ๗ พ.ย. ๔๙



เหตุผลที่ต้องควบคุมการโฆษณา
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็เพราะเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ไม่ใช่สินค้าธรรมดา

นายแพทย์บัณฑิต ศรีไพศาล ศูนย์วิจัย
ปัญหาสุรา www.cas.or.th บอกว่า
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดปัญหาการ
บริโภคและผลกระทบจากการบริโภคอย่าง
มาก โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน

ผลสำรวจสำนักงานสถิติแห่งชาติครั้งล่าสุด ปี 2546 คนไทยอายุ 11 ปีขึ้นไปที่ดื่ม
เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ 18.61 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 29.13 ของประชากรทั้งหมด
63.88 ล้านคน

ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะผลิตเองในประเทศ 3,691 ล้านลิตร คิด
เป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 1.5 แสนล้านบาท

อัตราการบริโภคเฉลี่ย 58 ลิตรต่อคนต่อปี เพิ่มจากปี 2532 ที่มีอัตราเฉลี่ยอยู่ที่ 20.2 ลิตร
ต่อคนต่อปี...

ระยะเวลาแค่ 15 ปี คนไทยดื่มเหล้าเพิ่มขึ้นคนละเกือบ 3 เท่าตัว

พบอีกว่า อัตราการบริโภคเบียร์ต่อหัวต่อคนในปี 2546 ก็เพิ่มขึ้นจากปี 2532 มากกว่า 8
เท่าตัว จากเดิม 4.5 ลิตร...ต่อคนต่อปี เพิ่มเป็น 39.4 ลิตร... ต่อคนต่อปี

ปี 2539-2546 กลุ่มผู้หญิงอายุ 15-19 ปี เป็นกลุ่มที่น่าจับตามากที่สุด เพราะมีการเพิ่ม
จำนวนนักดื่มเกือบ 6 เท่า จากร้อยละ 1 เป็นร้อยละ 5.6

**ในจำนวนนี้มีนักดื่มขาประจำ ความถี่...ดื่ม 1 2 ครั้งต่อวันถึง ดื่มทุกวัน มากถึง
ร้อยละ 14.1**

กลุ่มวัยรุ่นชาย อายุ 11-19 ปี บริโภคเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ มีประมาณ 1.06 ล้านคน
คิดเป็นร้อยละ 21.23 ของประชากรในกลุ่มอายุนี้

นายแพทย์บัณฑิต บอกว่า ข้อมูลระบุชัดเจน เด็กที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อน
อายุ 13 ปี จะมีโอกาสติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปจนโต

ตรงกันข้าม...หากเริ่มดื่มในวัย 21 ปีขึ้นไป ความเสี่ยงในการเกิดปัญหาจากการดื่มใน
ลักษณะต่างๆ จะลดลงถึงร้อยละ 70

“สถานการณ์นักดื่มในประเทศไทย มีแนวโน้ม...น่าเป็นห่วง”

ข้อมูลจากโรงพยาบาลขนาดใหญ่เครือข่ายเฝ้าระวังการบาดเจ็บระดับจังหวัด สำนักงาน
ระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุข 14 โรงพยาบาล รายงานตัวเลข...

**ปี 2541 จากจำนวนผู้บาดเจ็บถูกทำร้ายทั้งหมด 15,714 ราย พบว่า... มีการเสพ
สุราเป็นปัจจัยรวมถึง 45%**

ตัวอย่างที่ชัดเจนกว่านี้ รายงานการเฝ้าระวังการบาดเจ็บรุนแรงจากอุบัติเหตุช่วงวันหยุด
ปีใหม่ 2547 สำนักงานระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค พบว่า ร้อยละ 72.7 ของผู้บาดเจ็บรุนแรง
จากยานพาหนะทุกประเภท 1,405 คน...ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเกิดเหตุ

**ที่น่าเศร้า...ผู้บาดเจ็บรุนแรง อายุต่ำกว่า 18 ปี ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเกิด
เหตุสูงถึง 44.2% มากกว่าตัวเลขปี 2546 มีอัตราการดื่มอยู่ที่ 19.2%**

สถิติคดีจราจรทางบกในพื้นที่หัวราชอาณาจักร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ รายงานว่า...
จำนวนคดีอุบัติเหตุที่มีสาเหตุจากการดื่มสุราเพิ่มขึ้นมากตั้งแต่ ปี 2543

ตั้งแต่ปี 2543 ไปถึงปี 2547...ระยะเวลา 4 ปี มีอัตราเพิ่มของอุบัติเหตุถึง 5 เท่า จากคดีปี
2543 ทั้งหมด 1,811 คดี...เป็น 9,279 คดี ในปี 2547

รศ.นพ.รณชัย คงสกนธ์ ศึกษาเปรียบเทียบครอบครัวที่มีความรุนแรง 100 ครอบครัว
กับครอบครัวที่ไม่ใช้ความรุนแรง 100 ครอบครัว จาก 7 ชุมชนรอบโรงพยาบาลรามธิบดี
ภายใต้โครงการศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อหา
มาตรการทางเลือกป้องกันแก้ไข พบว่า...

“ครอบครัวที่ใช้สุรามีโอกาสเกิดความรุนแรงในครอบครัว 3.84 เท่า...เมื่อเทียบกับ
ครอบครัวที่ไม่ใช้สุรา”

ผนวกกับข้อมูลการวิเคราะห์ คดีอาญาศาลจังหวัดลพบุรี มีสาเหตุมาจากการดื่มสุรา
เกี่ยวข้อง เทียบความถี่จำเพาะตามประเภทฐานความผิด 5 อันดับ

อันดับแรก...ความผิดทำให้เสียชีวิต มีมากถึง 59.1%

อันดับสอง...ความผิดเกี่ยวกับเพศ 34.8%

อันดับสาม...ความผิดต่อร่างกาย 20.8%

อันดับสี่...ความผิดฐานบุกรุก 16.1%

อันดับห้า...ความผิดฐานข่มขืนกระทำชำเรา 10.5%

“ข้อมูลเหล่านี้ ชี้ให้เห็นได้ว่า...เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่สินค้า
ธรรมดา ส่งผลเชิงลบมากกว่าบวก”

สถานการณ์การบริโภค และผลกระทบที่เกิดขึ้นมากมาย เครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ไม่ใช่สินค้าที่จะปล่อยให้ทำการตลาด ส่งเสริมการขาย
ได้ตามปกติ เหมือนสินค้าทั่วไป



“เครื่องตีแมลงกอสอล จะต้องมีการควบคุมเป็นพิเศษ”

นายแพทย์บัณฑิต ย้ำ

ค่อนข้างชัดเจนว่าการโฆษณาเครื่องตีแมลงกอสอลพุ่งเป้าไปที่กลุ่มเยาวชน เพื่อขยายตลาด เพิ่มลูกค้าหน้าใหม่

ค่อนข้างชัดเจนว่าการโฆษณาเครื่องตีแมลงกอสอลพุ่งเป้าไปที่กลุ่มเยาวชน เพื่อขยายตลาด เพิ่มลูกค้าหน้าใหม่

Jean Kilbourn (1999) นักวิเคราะห์อุตสาหกรรมการโฆษณา ชี้แนะ สหรัฐอเมริกา กล่าวว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทุกชนิด มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ คือ กระตุ้นให้เกิดลูกค้ารายใหม่, ทำให้ลูกค้าเก่าใช้สินค้า... บริการมากขึ้น, ช่วยให้ลูกค้าที่ลังเลตัดสินใจเลือกสินค้า...และบริการที่กำลังแข่งขันกันอยู่

แม้ว่าอุตสาหกรรมสราจะอ้างว่า การโฆษณายเป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการตีฆาตกลาง แต่จริงๆแล้วทั้งหมดก็มาจากพวกที่ตีฆามาก

โฆษณาสราจำนวนมาก มุ่งตอบสนองความใฝ่ฝันเยาวชน

กัจจกร หลุยยะพงศ์ ศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ย้อนหลัง 62 ปี และสื่อโทรทัศน์ ย้อนหลัง 20 ปี วิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอภาพของความเป็นชายในโฆษณาเบียร์สิงห์ ในปี 2539 พบว่า การโฆษณาเบียร์สิงห์นำเสนอภาพความเป็นชายตลอด 62 ปี

แม้ว่าจะปรับบุคลิกบ้างตามยุคสมัย...จากความเป็นชายในแบบสังคมเกษตรกรรม มาเป็นชายสังคมอุตสาหกรรมและความเป็นชายแบบใหม่ แต่... ยังคงไว้ซึ่งองค์ประกอบที่เหมือนกัน ได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอก อารมณ์ความรู้สึกของผู้ชาย ปฏิสัมพันธ์ของผู้ชายต่อผู้หญิง และกิจกรรมของผู้ชาย

งานวิจัยของ **อาจารย์ดนนัย หวังบุญชัย** และคณะ เสนอต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในปี 2547 ชี้ว่า เครื่องตีแมลงกอสอล หลายชนิดใช้กลยุทธ์ดึงกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น

กลยุทธ์โฆษณา 100 Pipers สอดคล้องกันในหลายกิจกรรมการตลาด เน้นหาเน้นการให้ความสำคัญกับคำว่า...เพื่อน



สโลแกน “เพื่อน...คือใครบางคนที่จะแนะนำให้เพื่อนทำแต่สิ่งดีๆ ให้สังคม” รวมไปถึงโปรโมชั่น แจกรถยนต์บีเอ็มดับเบิลยูครั้งละ 2 คัน ให้กับผู้ส่งชิงโชค และเพื่อนพร้อมกัน ยังพบอีกว่า...100 Pipers เป็นผู้สนับสนุนหลัก รายการวิทยุ 104.5 Fat Radio ที่มีกลุ่มผู้ฟังหลักเป็นวัยรุ่น ผสานกับกลุ่มผู้ฟังเพลง ลักษณะเฉพาะ ถือว่าเป็นการตลาดที่แยกกลุ่มเป้าหมายชัดเจน

นายแพทย์บัณฑิต บอกว่า หลักฐานที่แสดงว่าวัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ งานวิจัยชิ้นหนึ่งในสหรัฐฯ โดย Center for media Education ศึกษาโฆษณาในนิตยสารช่วงปี 2001 มีมูลค่า 320 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

เยาวชนอายุ 12-20 ปี เห็นโฆษณาเบียร์มากกว่าผู้ใหญ่ 45%...เห็นโฆษณาสุรากลั่นมากกว่า 27%

สัมพันธ์กับงานวิจัยของ O'Hara ในปี 2001 พบว่า พ่อแม่จะไม่เห็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนิตยสาร แต่เยาวชนจะเห็น เพราะอุตสาหกรรมสุราตั้งใจที่จะโฆษณาในนิตยสารที่เยาวชนอ่านโดยตรง

“การจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงไม่ได้ทำเพื่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่ทำเพื่อปกป้องลูกหลานไทยทุกคน”

นายแพทย์บัณฑิต กล่าวทิ้งท้าย.