**มาตรการในการแก้ปัญหาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

**กรณีศึกษา สถานีรถไฟ ชานชาลาและ ตลาด : ข้อค้นพบจากงานวิจัย**

นวลตา อาภาคัพภะกุล, ศิริรัตน์ โกศัลวัฒน์, รังสรรค์ อาภาคัพภะกุล, สิริกร นามลาบุตร และ เยาวณี จรูญศักดิ์

**ได้รับทุนสนับสนุน** จาด ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา พ.ศ. 2557 2559 และ 2561

การแก้ไขปัญหาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นหนึ่งในมาตรการที่จะช่วยลดทั้งปริมาณการดื่มของนักดื่ม และการเพิ่ม

จำนวนนักดื่มหน้าไหม โดยรัฐและองค์กรอิสระหลายองค์กรได้พยายามร่วมมือกันที่จะผลักดันให้เกิดมาตรการ “สกัดกั้น” การ

เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีขั้นตอน และ เข้าถึงได้ยากขึ้น โดยการจัดการด้านภาษีศุลกากร ภาษีสรรพสามิต การออกกฎหมาย

ควบคุมการจำหน่าย การโฆษณา การกำหนดพื้นที่การจำหน่าย การณรงค์ตามเทศกาล แต่ดูเหมือนมาตรการเหล่านั้นยังมีช่องว่าง

ให้มีการละเมิดอยู่ได้เนือง ๆ

คณะผู้วิจัย ได้นำเอาประสบการณ์ที่พบมาเป็นประเด็นตั้งต้นของการศึกษา โดยเฉพาะในพื้นที่สาธารณะที่หลายฝ่ายมองว่า

“จัดการยาก” อย่างเช่น การรถไฟแห่งประเทศไทย และตลาดทั้งของรัฐและเอกชน เพราะการจัดการจะกระทบถึงผลประโยชน์

ทั้งของรัฐและอกชน การแก้ปัญหาของรัฐโดยการร่างกฎหมายและประกาศใช้ก็เป็นมาตรการหนึ่งที่ใช้เพื่อการควบคุมการกระทำ

ผิดและการละเมิดกฎหมาย แต่ก็ถูกต่อต้าน/คัดค้านโดยกลุ่มผลประโยชน์และ “ประเพณี” ที่ถือปฏิบัติกันมาเป็นเวลาช้านาน

เสมือน “ลูบหน้าปะจมูก” มาอย่างต่อเนื่อง แต่หากไม่มีผลการวิจัยไปเป็นประเด็นในการโต้แย้ง ปัญหาก็จะไม่ได้รับการแก้ไข

งานวิจัยทั้ง สามงานที่จะกล่าวต่อไปนี้ เป็นข้อค้นพบจากสถานการณ์จริงของการลงพื้นที่ศึกษาประกอบด้วย การศึกษา

1. การจำหน่ายและการบริโภคแอลกอฮอล์บนขบวนรถไฟฟรีและรถไฟที่ต้องจ่ายค่าเดินทางปกติ

กรณีศึกษา เส้นทางสายใต้และสายตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

1. การติดตามผลการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการกำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มบนทางรถไฟ พ.ศ. 2558
2. การจำหน่ายและบริโภคเรื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ยาสูบในตลาดสดและตลาดนัดในเขตกรุงเทพมหานคร

**ผลสรุปจากการวิจัย**

1.ประเด็นปัญหาที่ได้จากการวิจัย โครงการ การจำหน่ายและการบริโภคแอลกอฮอล์บนขบวนรถไฟฟรีและรถไฟที่

ต้องจ่ายค่าเดินทางปกติกรณีศึกษาเส้นทางสายใต้และสายตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

ปัญหาที่พบ คือ

1.ผู้ใช้บริการรถไฟยังดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งบนขบวนรถไฟและชานชาลารถไฟ

2. การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีพลายรูปแบบ ทั้งแบ่งขาย นำมาเอง

3.ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประกอบด้วย ร้านค้าที่สถานีรถไฟ ผ้ค้าเร่ที่ขึ้นรถไฟจากสถานีที่จอดขึ้นมาจำหน่ายทั้งคืน

4ไม่มีกำหนดเวลากาจำหน่าย ไม่ดำเนินการตามการกำหนดเลาห้ามจำหน่ายตามที่กฎหมายกำหนด (พรบ ควบคุมเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551)

5.ผู้โดยสารหญิง และ ผู้ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รูสึกไม่ปลอดภัย ที่จะมีนักดื่มอยู่ในขบวนรถ เนื่องจากมีระยะเวลาในการ

เดินทาง 12- 24 ชั่วโมง

6.เกิดเหตุทะเลาะวิวาทและตกรถไฟ บาดเจ็บและเสียชีวิต

7.เจ้าหน้าที่ของรัฐมีจำนวนน้อยเมื่อเกิดเหตุไม่สามารถให้การช่วยเหลือได้ทันท่วงที ทั้งเจ้าหน้าที่ตำรวจรถไฟและพนักงาน

ประจำขบวนรถ

8.เนื่องจากใน พรบ. ขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 และ พรบ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีประเด็น

พาหนะที่อยู่บนท้องถนน ส่วนรถไฟ เป็นการขนส่ง “ระบบราง” จึงไม่ครอบคลุม และนี่คือช่องว่างของกฎหมาย

9. การที่สรรพสามิต ยังคงอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บนขวนรถไฟ ทั้ง ๆ ที่ขวนรถไฟมีการเคลื่อนที่

สลับตู้โดยสาร แต่เหตุผลที่ยังอนุญาต เนื่องจาก”กระทำตามธรรมเนียมปฏิบัติที่อนุญาตมานานแล้ว”

จากผลการศึกษา คณะผู้วิจัยได้เสนอเชิงนโยบายไว้ สรุปได้ดังนี้

1.ทบทวนการเพิ่มพื้นที่สาธารณะห้ามจำหน่ายโดยรวมการคมนาคมโดยระบบรางด้วย

2.ระบบฐานข้อมูลการเกิดเหตุอันไม่พึงประสงค์บนขบวนรถไฟ ขณะรถเคลื่อนที่ และบริเวณชานชาลา เนื่องจากฐานข้อมูลที่บันทึกไว้ของหน่วยงานรถไฟแห่งประเทศไทย และ ตำรวจรถไฟไม่ตรองกัน

3. การบังคับใช้กฎหมายบนขบวนรถไฟ เพิ่มอำนาจในการจับปรับบนขบวนรถไฟ ที่ต้องมีการตรวจสอบได้ เพราะมิฉะนั้นจะเป็นช่องทางให้เจ้าหน้าที่ใช้อำนาจในทางมิชอบ

4.การรณรงค์ให้ความรู้แก่ประชาชน ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ทั้งโดยการประกาศแจ้งเตือน การติดป้ายประกาศ และการแจ้งเตือนบนขบวนรถไฟ

5.มาตรการทางสังคมเป็นสิ่งที่ดี แต่ต้องต่อเนื่องและประเมินอย่างจริงจัง

6.ติดตามผลของการบังคับใช้กฎหมายอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ติดต่อกันอย่างน้อย 5 ปี

จากผลงานวิจัยประกอบกับเกิดคดี “น้องแก้ม” และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ องค์กรเอกชน ได้ร่วมกันผลักดันจนทำให้เกิดมี การประกาศเพิ่มเติมวันที่ 18 กุมภาพันธุ์ 2558

2.การติดตามผลการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการกำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มบนทางรถไฟ

พ.ศ. 2558

ภายหลังจากที่มีการออกประกาศในราชกิจจานุเบกษา วันที่ 18 กุมภาพัธ์ 2558 แล้ว คณะผู้วิจัยได้ติดตามผลของ

การบังคับใช้กฎหมาย ฉบับดังกล่าว โดยติดตามบนขบวนรถไฟ ร่วมกับการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง พบดังนี้

1.ยังมีการลักลอบจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนขบวนรถไฟ โดยกลุ่มหลักคือ ผู้ค้าเร่ การสั่งซื้อผ่านการสอบถามส่วนตัว

ลูกค้าประจำที่เดินทางประจำ

2,การพกพาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบเดิม ๆ คือ ในขวดเครื่องดื่มชูกำลัง ขวดน้ำ ขวดน้ำชา

3.ในพื้นที่สถานีรถไฟ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเจ้าหน้าที่สถานี และ พนักงานรักษาความปลอดภัยไม่ได้ห้าม หรือ

กระทำการตามที่ได้รับมอบหายอำนาจ

4. ป้าย สติ๊กเกอร์ ที่เคยใช้เพื่อการรณรงค์ ขาด เก่า และ หลุดลอก ขาดการติดตามบำรุงรักษา

5.ชาวต่างชาติ ไม่ทราบกฎระเบียบมรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริเวณสถานีรถไฟและลนขบวนรถไฟ

7.ระบบฐานข้อมูล และการจัดเก็บข้อมูลของการรถไฟแห่งประเทศไทย และ กองบังคับการตำรวจรถไฟ ไม่มีการประสานงาน

หรือดำเนินการต่อ ยังเป็นระบบต่างคนต่างทำ เหมือนเดิม ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือของทั้งสองฐานข้อมูล

8.ช่องว่างของกฎหมายในการห้ามดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ราชการ แต่สามารถจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในกรณีเป็นสโมสรของพน่วยงาน ทำให้เกิดสองมาตรฐาน

9.ผู้มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย ละเลยการปฏิบัติหน้าที่ ทั้งเจ้าหน้าที่การถไฟแห่งประเทศไทย และเจ้าหน้าที่ตำรวจ

ประจำขบวนรถและสถานี

จากประเด็นปัญหา คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการวางมาตรการเพื่อแก้ปัญหา ดังนี้

1.พัฒนาระบบการทำงานร่วมกันระหว่างการรถไฟแห่งประเทศไทยในการจัดการหน้าที่บนขบวนรถไฟ โดยมีการรถไฟแห่งประเทศไทยเป็น “เจ้าภาพ” ในฐานะเจ้าของพื้นที่ ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข กรมสรรพสามิต และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ทั้ง 4

หน่วยงานก็เปรียบเสมือน “เก้าอี้สี่ขา” ที่ต่างคนต่างทำงานมุ่งเฉพาะเรื่องของตนเอง แต่ขาดการเชื่อมโยงการทำงาน ในการ

วางมาตรการกวดขันในเรื่องการจำหน่ายและการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเป็นรูปธรรม หากเป็นเช่นนี้เก้าอี้ตัวนี้จึงไม่สามารถ

ใช้ประโยชน์ได้

2.การรถไฟแห่งประเทศไทยจะต้องมีการทบทวนการกำหนดพื้นที่ในการห้ามจำหน่ายและห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชัดเจน

เช่น ขอบเขตของสถานีรถไฟ ส่วนต่อระหว่างทางเดินสาธารณะกับอาคารสถานีรถไฟ ขอบเขตสถานที่ทำงานที่ไม่ให้ดื่มเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ เป็นต้น

3.ทบทวนขอบเขตอำนาจของเจ้าหน้าที่ตำรวจรถไฟโดยสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพิ่มอำนาจในการจับ ปรับ บนขบวนรถไฟและ

สถานีตำรวจรถไฟในทุกพื้นที่ โดยมีอำนาจสอบสวนบนขบวนรถไฟเช่นเดียวกับเจ้าหน้าที่ตำรวจสัญญาบัตรประจำสถานีตำรวจ

ทั่วๆไป รวมทั้งขอบเขตอำนาจของเจ้าหน้าที่การรถไฟแห่งประเทศไทยในการมีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายในขอบเขตพื้นที่

รับผิดชอบของการรถไฟแห่งประเทศไทย

4..มีการประกาศให้ประชาชนทราบถึงการกำหนดโทษและขอบเขตอำนาจของผู้ลักลอบจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บน

ขบวนรถไฟ ผ่านทางประกาศของสถานีขณะรอรับบริการที่สถานีรถไฟทุกแห่ง

5.สถานีตำรวจเคลื่อนที่ ไปกับขบวนรถ โดยถือว่าทุกขบวนรถมีสถานีตำรวจย่อยประจำอยู่ มีอำนาจในการปรับและจับกุม

6.สปอร์ทรายการที่สถานีรถไฟ ทั้งนี้เพราะปัจจุบันเกือบทุกสถานีจะมีจอโทรทัศน์ซึ่งควรจะมีการแทรกรายการ/ความรู้ที่เกี่ยวกับ

การใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทย ข้อห้ามและข้อปฏิบัติในการใช้บริการ เน้นย้ำในเรื่องกฎกติกา และโทษที่กำหนดหากมี

การกระทำผิดเกิดขึ้น

7.เผยแพร่ทางสื่อ โดยขอความร่วมมือจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเตอร์เน็ต ในการกระจายความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนดใน

เรื่องการดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริเวณสถานีรถไฟ ชานชาลาและบนขบวนรถไฟในทุกภาษาหลัก : อังกฤษ จีน

เยอรมัน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เป็นต้น

8. เผยแพร่การปฏิบัติตนเมื่อมาใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทยป่านองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้ง บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ

จัดทำเป็นเอกสารหรือสปอร์ทโฆษณาในการเตรียมตัวเพื่อมาเที่ยวในประเทศไทย

9.พัฒนาระบบการรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพเพื่อนำไปเป็นข้อมูลเพื่อการพัฒนาบริการ

10.จัดให้มีกล้องวงจรปิดทุกตู้โดยสารเพื่อเป็นการป้องปรามการกระทำผิดของทั้งเจ้าหน้าที่รัฐและประชาชนผู้ใช้บริการบนขบวน

รถไฟ

11.การเผยแพร่กฎหมายให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึงยังมีปัญหาในทางปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะในการประกาศใช้กฎหมายของรัฐต้อง

พิมพ์ประกาศลงในหนังสือราชกิจจานุเบกษา ซึ่งเป็นหนังสือของทางราชการและเผยแพร่ไปยังส่วนราชการ ต่างๆ และให้ประชาชน

ได้อ่านและรับทราบเพื่อจะได้ปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง แต่ในทางปฏิบัติ หนังสือราชกิจจานุเบกษาที่ทางราชการพิมพ์/ประกาศ

ทั่วไป ประชาชนไม่ได้รับทราบ ถึงแม้ว่าประชาชนจะอ้างว่าตนไม่รู้กฎหมายไม่ได้ แต่ในการอ่านหรือตีความกฎหมายก็

อาจจะยากสำหรับประชาชนทั่วไป ดังนั้นเมื่อมีการประกาศและบังคับใช้กฎหมายใด ๆ องค์กรที่เกี่ยวข้องหรือเป็นผู้รับผิดชอบ

โดยตรงอาจจะต้องหากลวิธีในการสื่อสารให้ประชาชนทั่วไปทุกระดับความรู้เข้าใจในกฎหมายหรือข้อบังคับนั้นๆ

12.จัดให้มีเครื่องมือในการตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ทุกขบวนรถ และรถไฟหลัก ทั้งนี้ต้องเป็นความร่วมมือระหว่าง กระทรวง

สาธารณสุข สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อใช้ในการประเมินผู้โดยสารที่ต้องสงสัย และเพื่อความ

โปร่งใสของการดำเนินคดีตามความผิดในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่ห้ามดื่ม

3.การจำหน่ายและบริโภคเรื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ยาสูบในตลาดสดและตลาดนัดในเขตกรุงเทพมหานครประเด็นตลาด เป็นประเด็นที่หลายฝ่ายอาจจะมองไม่เห็นปัญหามากนัก ทั้งนี้หากมอง “ตลาด” คือ ตลาดติดแอร์ ใน

ห้างสรรพสินค้า แต่สังคมไทยส่วนใหญ่กรซื้ออาหาร อาหารสด ต่าง ๆ ยังผูกติดกับการซื้ออาหารสด สะดวก ใกล้บ้าน และวิถีชีวิต ดังนั้น ตลาดสดและตลาดนัด ก็ยังอยูในวิถีสังคมไทยสืบต่อมา

ตลาด นอกจากจะจำหน่ายอาหารแห้ง อาหารสดแล้ว ยังมีร้นค้าส่ง และ ร้านค้าย่อยในตลาดที่ผนวกนิสัย การผ่อนคลายโดยนำเอาสุรามาเป็นข้อแก้ตัว ในตลาดจะมีตู้แช่เครื่องดื่มซึงก็รวมเบียร์เข้าไว้ด้วย ตาม พรบ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีข้อกำหนดในเรื่องพื้นที่การจำหน่าย ที่หาดเป็นพื้นที่ของรัฐคือห้ามดื่ทและจำหน่าย นั่นหมายถึง ตลาดที่อยู่ในความดูแลของรัฐจะต้องไม่มีการจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนพื้นที่ตลาดของเอกชน ถือเป็นพื้นที่ของเอกชน จะไม่เจ้าข่ายตามที่กฎหมายกำหนดนี้ นั่นหมายถึง การดื่มและจำหน่ายให้เป็นไปตามดุลพินิจของเจ้าของผู้มีสิทธิในพื้นที่นั้น

จากการศึกษา คณะผู้วิจัยศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีตลาดที่ศึกษา เป็นของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ 4 แห่ง และ เอกชน 4 แห่ง พบว่า ตลาดรัฐ 2 แห่ง มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลาดเอกชน2 แห่ง มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นกัน โดยตลาดเอกชน 2 แห่ง มีนโยบายชัดเจนว่า ไม่อนุญาตให้ผู้ค้าจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด และมีมาตรการหากมีการฝ่าฝืนคือ การยกเลิกสัญญาเช่า ส่วนอีก 2 แห่ง มีนโยบายว่า หาดรัฐมีกฏหมายห้ามที่ครอยคลุมพื้นที่เอกชน ก็ยินดีปฏิบัติตามกฎหมาย ส่วนการลักลอบดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบทุกตลาด โดยมีมุมที่ใช้เป็นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ด้านมาตรการของภาครัฐ มีความยุ่งยากซับซ่อนเพราะมีหน่วยงานหลายหน่วยงานที่เข้ามาร่วมในการจัดการ โดยเฉพาะตลาดในสังกัดกรุงเทพมหานคร

ด้านความคิดเห็นของผู้ค้า และ ผู้ซื้อ ผู้ซื้อ ร้อยละ 38.0 เห็นมีตู้แช่ในบริเวณอาคารตลาด ร้อยละ 65.2 ไม่เห็นป้ายห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณรอบตลาด ร้อยละ 54.3 ไม่ทราบว่ามีกฎหมายห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่สาธารณะและในตลาดของรัฐ ร้อยละ 74.3 เห็นด้วยกับการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตลาดนัด และร้อยละ 61.7 เห็นด้วยกับการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตลาดเอกชน ด้านผู้ค้า **ร้อย**ละ 90.6 เห็นด้วยกับการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตลาดนัด และร้อยละ 73.1 เห็นด้วยกับการให้ตลาดเป็นพื้นที่ปลอดเหล้า

**ประเด็นที่น่าสังเกตคือ ไม่มีการรณรงค์เรื่องดารห้ามดื่มและห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ตลาดของรัฐ/รัฐวิสาหกิจทั้ง 4 แห่ง และ ตลาดเอกชนอีก 3 แห่ง มีเพียงแห่งเดียวทีมีป้ายเตือน 1 แห่ง นอกจากนี้กลุ่มที่เสี่ยงต่อการเกิดปัญหาคือ กลุ่มผู้ค้า เนื่องจากส่วนใหญ่ใช้เวลาที่อยู่ในตลาดซี่งเป็นเสมือนสถานที่ทำงานมากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน เนื่องจากตลาดเริ่มตั้งแต่ 22.00 น – 18.00 น**

**งานวิจัยนี้จึงเสนอแนวทางในการแก้ปัญหา**

1.ความซ้ำซ้อนของการจัดการพื้นที่ และ อำนาจในการจัดการ การลดหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาครัฐ การจัดการขององค์กรเอกชนมีความคล่องตัวกว่าการจัดการของกทม. และ ภาครัฐ ที่พบว่า ตลาดภายใต้การดูแลของ กทม 1 แห่ง มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อย 4 หน่วยงาน ประกอบด้วย งานโยธา ดูแลเรื่องอาคาร งานอนามัยและสิ่งแวดล้อม ดูเรื่องการจัดการขยะและความสะอาดของตลาด งานคลัง ดูเรื่องรายได้และการจัดเก็บผลประโยชน์ของเทศบาล งานยาเสพติดฯ ดูเรื่องเหล้าและบุหรี่ การจัดการแก้ไขจึงทำได้ยากขาดความคล่องตัว กทม ในฐานะเป็นผู้ดูแลด้านสุขภาพและสังคมของผู้อาศัยใน กทม ต้องวางมาตรการในการติดตาม ตรวจสอบ ผู้ละเมิดอย่างเข้มงวด และมีมาตรการที่เข้มงวดกับผู้ค้าที่ละเมิดกติกาเหล่านั้น

2. ประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมาย และ ผู้มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย ความคลุมเครือของการใช้อำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย โดยการออกกฎหมายทั้งที่เกี่ยวข้องกับการห้ามดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการวางบทลงโทษผู้ฝ่าฝืนกฎหมาย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าในส่วนของกฎหมายใด ๆ ที่มีการกำหนดบทลงโทษ ถือเป็นกฎหมายมหาชน เป็นความผิดทางอาญาและผลของการกระทำการฝ่าฝืนมีผลต่อความสงบเรียบร้อยต่อสังคม รัฐจึงมีหน้าที่ในการจัดการ แต่ปรากฏว่า การมอบอำนาจไม่ชัดเจนว่า **ใครคือผู้ที่สามารถปรับผู้กระทำการละเมิดได้** และการแจ้งเหตุไปยังหมายเลขโทรศัพท์ที่ระบุไว้ สามารถดำเนินการได้จริงหรือไม่ ณ ห้วงเวลาที่พบการกระทำผิดนั้น ๆ ส่วนการให้เหตุผลว่า กำหนดบทลงโทษไว้เพียงหวังเพื่อให้เป็นการป้องปรามจึงไม่ได้ผลสำหรับสังคมไทย

3. การเฝ้าระวังการกระทำผิดกฎหมาย การมีการติดตั้งกล้องวงจรปิด เพื่อบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆจะช่วยในการระบุผู้กระทำผิดได้ ในกรณีที่ไมสามารถจับกุมได้ขณะทำผิดซึ่งหน้า โดยใช้ประกอบกรณีที่มีการแจ้งความร้องทุกข์ การผลักดันให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้อุปกรณ์/เทคโนโลยี ทั้งนี้เพราะเมื่อมีการกระทำผิด เช่น ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสื่อสารเพื่อให้ผู้มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายมีความล่าช้า การมีกล้องวงจรปิดในพื้นที่ห้ามดื่มจึงน่าจะช่วยในการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งเป็นหลักฐานในการดำเนินการตามฐานความผิดของบุคคลนั้น ๆ ต่อไป

4.การสร้างจิตสำนึกให้แก่ ผู้ดื่ม และประชาชนทั่วไป เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญคือ เยาวชนรุ่นใหม่

5.การรณรงค์อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ การไม่สูบบุหรี่ในสถาบันครอบครัวมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่ดำเนินการเฉพาะ

เทศกาลโดยหน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนทางวิชาการต้องวางแผนในการจัดกิจกรรมรณรงค์อย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกในกลุ่มผู้เป็นนักดื่ม

6.การทบทวนกฎหมายให้มีมาตรฐานเดียวกัน โดยพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพื้นที่อนุญาตจำหน่าย/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในพื้นที่รัฐและเอกชนที่ปัจจุบันยังพบว่ามีสองมาตรฐาน ทำให้เกิดช่องว่างในการนำไปสู่การบิดเบือนเพื่อการกระทำผิด ดังนั้นจึงควรทบทวนให้เกิดมีมาตรฐานเดียวกัน

7. ทบทวนเทศบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาด โดยการกำหนดในเทศบัญญัติเกี่ยวกับการจัดการ ตลาด ของทุกพื้นที่ทั้งรัฐและเอกชนที่จะได้รับอนุญาตดำเนินการ “ห้ามจำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ในพื้นที่อาคารตลาดและรอบอาคารตลาด รวมทั้งการกำหนดลักษณะสินค้าของร้านค้าส่งที่จำหน่ายในพื้นที่ตลาด และโดยรอบที่อยู่ในความดูแลของ เทศบาล และ/หรือ เอกชน รวมทั้งผู้จัดตั้งผู้มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการปรับ และ ดำเนินการลงโทษผู้ฝ่าฝืนให้สอดคล้องกับบทลงโทษที่กำหนดไว้ใน พรบ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 กระบวนการบังคับใช้กฎหมายยังขาดประสิทธิภาพ เนื่องจากความไม่ชัดเจนของการมอบหมายอำนาจสู่ผู้ปฎิบัติในระดับพื้นที่ การกำหนดผู้มีอำนาจในการบังคับใช้ไม่ได้ถูกถ่ายโอนมายังผู้ปฎิบัติระดับล่างที่เป็นผู้เผชิญปัญหา

8. การสนับสนุนสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อการรณรงค์ ให้แก่ “ตลาด” เอกชน และ รัฐ อย่างทั่วถึง ทั้งนี้การจัดการรณรงค์จะมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และเป็นการเพิ่มภาระและต้นทุนให้แก่ผู้ดำเนินการตลาดทั้งของรัฐและเอกชน ที่เป็นตลาดเปิด ดังนั้นส่วนหนึ่งของการกระตุ้นให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมคือการลดต้นทุนในการจัดการปัญหา ดังนั้นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ในการรณรงค์นี้จึงควรสำรวจและให้การสนับสนุนอุปกรณ์ในการรณรงค์นี้ ซึ่งหน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนทางวิชาการต้องวางแผนในการจัดกิจกรรมรณรงค์อย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกในกลุ่มผู้เป็นนักดื่ม

9. ห้ามการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาดและเข้มงวด โดยเฉพาะร้านค้าปลีก ตู้แช่ ในบริเวณตลาด ถึงแม้จะได้รับใบอนุญาตจากสรรพสามิตแล้วก็ตาม ร้านขายส่งที่ตั้งในเขตตลาดที่ กทม รับผิดชอบควรยึดตามเอกสารสัญญา ภายใต้ พรบ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และ พรบ คุ้มครองสุขภาพของผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 2560 และ 2561

11.ควรทบทวนในเรื่อง การกำหนดพื้นที่ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของพื้นที่ยกเว้น ได้แก่ พื้นที่ภายในครอบครองของเอกชนที่เป็นพื้นที่สาธารณะ และ/หรือ พื้นที่ของรัฐที่กำหนดเป็นสโมสร ฯ ทั้งนี้ควรเป็นมาตรฐานเดียวกัน

12.การกำหนดคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลตลาดทั้งภาครัฐและเอกชนต้องไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

13.กรณีที่เป็นตลาดของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จะต้องมีความเข้มงวดในการตรวจพื้นที่ห้ามดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดแจ้ง

**สรุปช่องว่างของการบังคับใช้มาตรการของรัฐ**

จากงานวิจัยทั้ง 3 โครงการ จะเห็นได้ว่า ประเด็นที่ทำให้มาตรการที่รัฐและองค์กรเอกชนยังไม่สามารถดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จ คือ

1.มาตรการทางกฎหมายในการจำกัดพื้นที่การดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยังไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากผู้มีอำนาจในการบังคับใช้ยังไม่ได้ปฏิบัติตามที่กฎหมายมอบอำนาจให้ และผู้มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายไม่ได้ให้ความสำคัญกับการควบคุมการจำหน่ายและการดื่มเครื่องดื่ม ทั้ง ๆ มีการกำหนดการได้รับเงินสินบนนำจับ แต่กระบวนการการได้รับเงินดังกล่าวยังมีความยุ่งยากจึงไม่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่

2.กฎหมายที่เกี่ยวข้องมีช่องว่าง และมีหลายมาตรฐาน ทำให้มีโอกาสนี้เลี่ยงกฎหมายได้

3.มาตรการการรณรงค์เพื่อลด/งด การดื่มและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขาดความต่อเนื่อง แต่ไปผูกติดกับเทศกาล

4.มาตรการในการการสร้างและเตือนสำนึกและความตระหนักผ่านแผ่นป้ายโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ต้องเพิ่มช่องทาง และขยายพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งติดตามผลการให้ความรู้ ความตระหนักผ่านการประชาสัมพันธ์ เอกสาร โดยการติดตามประเมินกระบวนกร /เอกสารใดที่จะช่วยกระตุ้นความตระหนักและจิตสำนึกของผู้ดื่มให้ลด/งดการดื่มรวมถึง การลดโอกาสการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักดื่มหน้าใหม่

5.การใช้มาตรการทางสังคม เป็นวิธีการที่ทุกฝ่ายช่วยกันได้ แต่รัฐต้องมีมาตรการในการคุ้มครองผู้ให้ความร่วมมือ เช่น ความปลอดภัยของผู้แจ้งการจำหน่ายหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่ห้ามดื่มห้ามจำหน่าย เป็นต้น