



APISWA

ASIA PACIFIC INTERNATIONAL SPIRITS & WINES ALLIANCE



เส้นทางสู่ปี 2030: รวมพลังสร้างอนาคต ลดผลกระทบจากแอลกอฮอล์

เนื้อหา

บทที่			
01	บทนำ		1
บทที่			
02	การติดตามแนวโน้มการบริโภคที่เป็นอันตราย		2
บทที่			
03	การทำงานร่วมกันเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง		7
บทที่			
04	การปกป้องแนวทางการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในสังคมลด การบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย		15

บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มุ่งเน้น ส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ผู้บริโภคสามารถบริโภคกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีความรับผิดชอบ หน้าทีของเราคือส่งเสริมวัฒนธรรมการดื่มแต่พอดีในกลุ่มบุคคลตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ให้สามารถบริโภค หรือซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยต้องมีการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ นอกจากนี้

เราเคารพการตัดสินใจของผู้เลือกที่จะไม่ดื่ม และเราเชื่อว่ามิบุคคลบางกลุ่มที่ไม่ควรดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย เช่น ผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ สตรีมีครรภ์ ผู้ที่มีอาการเมา และผู้ที่ต้องขับชยานพาหนะ เราตระหนักว่าการดื่มที่เป็นอันตรายเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อสุขภาพของบุคคลบางกลุ่มและค่าใช้จ่ายทางสังคมในทุกประเทศและทุกภูมิภาค เราเชื่อว่าการกำกับดูแลที่สมดุลและเหมาะสมจะช่วยสร้างกรอบในการลดการดื่มที่เป็นอันตราย เรามุ่งเน้นที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายในตลาดที่เราให้บริการ แทนที่การจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การตั้งราคาและการเก็บภาษี หรือข้อจำกัดทางการตลาดเพื่อการลดผลกระทบจากแอลกอฮอล์ การดำเนินมาตรการที่ยืดหยุ่นเป้าหมายและมีหลักการที่เหมาะสมมีความจำเป็นมากกว่า โดยมุ่งเน้นที่การดื่มที่เป็นอันตรายและพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงสูง รวมถึงการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเกี่ยวข้องแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการดื่มและสุขภาพ รวมทั้งดำเนินการมาตรการที่เหมาะสมซึ่งสามารถจัดการกับผลกระทบทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การควบคุมการใช้แอลกอฮอล์ในทางที่ไม่เหมาะสม ให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การอนามัยโลก (WHO) ในการลดการดื่มที่เป็นอันตรายลง 20% ภายในปี 2030¹ เป็นความรับผิดชอบร่วมกันที่ต้องใช้แนวทางการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในสังคม ภายใต้ความร่วมมือที่แข็งแกร่งระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงชุมชน ความรับผิดชอบร่วมกันนี้ได้กำหนดไว้ในปฏิญญาทางการเมืองของสหประชาชาติปี 2018 ว่าด้วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs)² ในฐานะภาคธุรกิจ เราได้ดำเนินการเพื่อมีส่วนร่วมในการลดการใช้แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย โดยคำนึงถึงบริบททางชาติพันธุ์ ศาสนา และวัฒนธรรม บทบาทของเรายังได้รับการยอมรับในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN Sustainable Development Goals)³ และแผนปฏิบัติการระดับโลกขององค์การอนามัยโลก (WHO) สำหรับแอลกอฮอล์ 2022-2030⁴.

ในฐานะผู้ผลิตที่มีความรับผิดชอบ เรามุ่งเน้นที่จะสนับสนุนรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ในการสนับสนุนการกำกับดูแลที่เหมาะสมเพื่อต่อสู้กับการดื่มที่เป็นอันตราย และส่งเสริมวัฒนธรรมการดื่มแต่พอดี ในประเทศต่าง ๆ ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีส่วนช่วยสำคัญในการลดการดื่มที่เป็นอันตราย ผ่านมาตรการที่หลากหลาย เรายังสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องในประเทศที่ยังไม่มี และใช้มาตรฐานที่สูงสุดกับแนวทางปฏิบัติของเรา ผ่านโครงการริเริ่มของเรา และโครงการที่ร่วมมือกับภาคส่วนอื่นๆ

รายงานต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้แนวทางการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในสังคม โดยนำเสนอตัวอย่างการดำเนินมาตรการเพื่อจัดการกับการบริโภคที่เป็นอันตรายในหลากหลายรูปแบบทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มิได้ครอบคลุม

งานทั้งหมดที่กำลังดำเนินการอยู่ในพื้นที่ แต่มุ่งหวังที่จะนำเสนอและสร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินการ ผ่านตัวอย่างที่หลากหลาย ซึ่งช่วยสนับสนุนการลดผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์

การดำเนินมาตรการเหล่านี้มุ่งเน้นไปที่พื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงในการเกิดอันตราย โดยใช้แนวทางที่ยึดตามหลักฐานและข้อมูล โดยอิงจากฐานข้อมูลระดับชาติเกี่ยวกับรูปแบบการบริโภคที่เป็นอันตราย รายงานนี้ให้ภาพรวมของแนวโน้มในระดับมหภาค เพื่อติดตามความคืบหน้า และระบุส่วนที่ยังขาด เพื่อให้อุตสาหกรรมในการลดการดื่มที่เป็นอันตรายลง 20%

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มุ่งเน้นที่จะเร่งดำเนินการเพื่อเสริมสร้างแนวโน้มเชิงบวกในการลดการดื่มที่เป็นอันตราย และสนับสนุนขั้นตอนต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการไปแล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันมาโดยตลอด แนวทางการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในสังคมยังคงเป็นสิ่งสำคัญ โดยมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมการบริโภคแอลกอฮอล์อย่างพอเหมาะและความรับผิดชอบของผู้ดื่ม

Tim Wallwork
Chair
Asia Pacific International Spirits & Wines Alliance
(APISWA)
March 2025

การติดตามแนวโน้มการบริโภคที่เป็นอันตราย

แนวทางระดับโลกเพื่อลดการใช้แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย

สังคม ต่อผู้ดื่ม ผู้คนรอบข้าง และสังคมโดยรวม รวมถึงรูปแบบการดื่มที่เกี่ยวข้องกับความเสียหายที่เพิ่มขึ้นของผลกระทบทางสุขภาพที่ไม่พึงประสงค์”⁶

2

ในระดับสากล ยุทธศาสตร์ขององค์การอนามัยโลก (WHO) ว่าด้วยการลดการใช้แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย (‘ยุทธศาสตร์โลก’) ซึ่งได้รับการรับรองโดยที่ประชุมสมัชชาขององค์การอนามัยโลกครั้งที่ 63 ในปี 2010 ได้จัดตั้งกรอบนโยบายระดับโลกเพื่อลดการเสียชีวิตและความพิการอันเนื่องมาจากการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายอย่างครบวงจร ในปี 2022 ประเทศสมาชิกได้อนุมัติแผนปฏิบัติการระดับโลกด้านแอลกอฮอล์ประจำปี 2022-2030 (‘GAAP’) เพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามยุทธศาสตร์โลกโดยการแปลงเจตนารมณ์และพันธสัญญาให้กลายเป็นการปฏิบัติจริงเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมตามเป้าหมายที่วัดผลได้ที่หลากหลาย **ซึ่งรวมถึงเป้าหมายในปี 2030 คือ การลดการใช้แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายลงอย่างน้อย 20% เมื่อเทียบกับปี 2010⁵**

นับตั้งแต่มีการรับรองยุทธศาสตร์โลก ประเทศสมาชิกต่างมุ่งเน้นในการลดการใช้แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายโดยได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมจากปฏิญญาทางการเมืองจากการประชุมระดับสูงของสหประชาชาติ ว่าด้วยการป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ((NCDs) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030 (‘SDG 2030’)

ยุทธศาสตร์โลกได้นิยามคำว่า “การใช้แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย” คือ “การดื่มที่ก่อให้เกิดผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและ

ตามกรอบและแผนปฏิบัติการติดตามโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCD) ขององค์การอนามัยโลก (WHO) และ GAAP การวัดและติดตามความคืบหน้าในการบรรลุเป้าหมายการลดการใช้แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายลง 20% ขึ้นอยู่กับตัวชี้วัดหลัก 4 ประการ ได้แก่:

1. การบริโภคแอลกอฮอล์ต่อหัว (APC) ซึ่งรวมถึงแอลกอฮอล์ในระบบ (recorded alcohol) และแอลกอฮอล์นอกระบบ (unrecorded alcohol)
2. ความถี่ของการดื่มหนัก (HED) ซึ่งกำหนดว่า เป็นการบริโภคแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ที่มีปริมาณ 60 กรัมหรือมากกว่า อย่างน้อยหนึ่งครั้ง ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา
3. อัตราการเสียชีวิตที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ ซึ่งสะท้อนถึงการเสียชีวิตจากโรคและอาการบาดเจ็บที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์
4. อัตราการเจ็บป่วยที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ ซึ่งสะท้อนถึงโรคที่เกิดจากแอลกอฮอล์ และภาวะสุขภาพที่เกี่ยวข้อง

ความคืบหน้าในการบรรลุเป้าหมายปี 2030

ตั้งแต่ปี 2010 มีความคืบหน้าระดับโลกในการบรรลุเป้าหมายปี 2030 ที่จะลดการดื่มที่เป็นอันตรายลง 20% แม้ว่าการลดลงจะไม่เท่ากันในทุกตัวชี้วัดและในทุกประเทศก็ตาม ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) ความคืบหน้ามีความไม่ต่อเนื่องในระดับประเทศ แม้ว่า แนวโน้มการลดการเสียชีวิตและอัตราการเจ็บป่วยที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ จะเป็นที่น่าพึงพอใจ แต่ก็ยังเห็นได้ชัดว่า ต้องมีความดำเนินการผลักดันเพิ่มเติมต่อไป

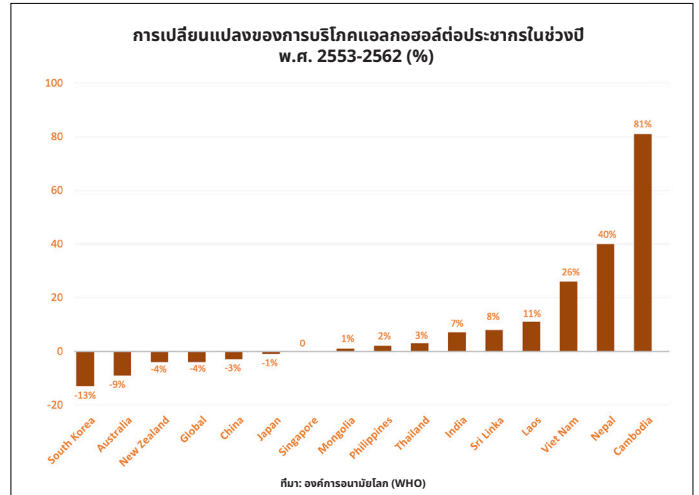
ตัวชี้วัดที่ 1: การบริโภคแอลกอฮอล์ต่อหัว (APC)

ตามข้อมูลจากองค์การอนามัยโลก (WHO) ในปี 2019⁷ การบริโภคแอลกอฮอล์ต่อหัวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) โดยเฉลี่ย อยู่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาคยุโรปและอเมริกาอย่างมาก ในระดับประเทศ การบริโภคมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและศาสนา รูปแบบการดื่ม และเครื่องดื่มที่นิยม

แม้ว่าองค์การอนามัยโลก (WHO) จะมีข้อมูลการประเมินแนวโน้มในระดับภูมิภาค แต่จากข้อมูลระดับประเทศแสดงให้เห็นว่า การบริโภคแอลกอฮอล์ต่อหัว (APC) โดยรวม ลดลงในหลายประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) โดยเฉพาะในออสเตรเลีย

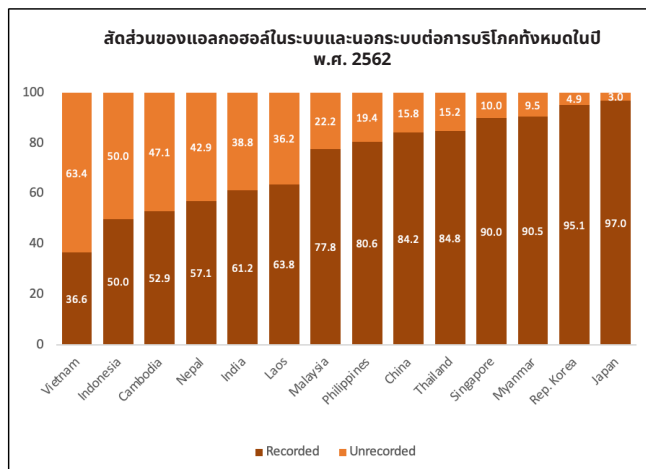
เกาหลี นิวซีแลนด์ และสิงคโปร์ ในขณะที่ในอีกหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่นและฟิลิปปินส์ อัตราการบริโภคยังคงค่อนข้างคงที่ อย่างไรก็ตาม การบริโภคแอลกอฮอล์ต่อหัว โดยรวมในหลายประเทศยังคงเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2010

ข้อมูล APC โดยรวมสะท้อนถึงการบริโภคแอลกอฮอล์ทั้งที่ได้ลงบันทึกและไม่ได้ลงบันทึก แอลกอฮอล์ที่ถูกลงบันทึกสามารถวัดได้ด้วยความแม่นยำในระดับหนึ่ง จากสถิติอย่างเป็นทางการที่สะท้อนถึงข้อมูลการผลิต การส่งออก การนำเข้า และข้อมูลการเก็บภาษีที่ได้จากการขาย และการวิเคราะห์ข้อมูลตลาด⁸ แสดงให้เห็นว่า ตั้งแต่ปี 2010 หลายประเทศของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การบริโภคแอลกอฮอล์ในระบบยังคงค่อนข้างคงที่ แต่ในบางตลาดก็มีการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน และอินเดีย



แนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ข้อมูลจาก WHO ระบุว่า ในปี 2019 สัดส่วนของแอลกอฮอล์นอกระบบในระดับโลกคิดเป็น 22% ของแอลกอฮอล์ที่บริโภคทั้งหมด สัดส่วนนี้แตกต่างกันไปตามแต่ละประเทศ แต่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แอลกอฮอล์นอกระบบโดยเฉลี่ยคิดเป็น 37% ของการบริโภคทั้งหมด ตัวเลขเหล่านี้ไม่ได้มาจากหลักฐานเชิงประจักษ์หรือการสำรวจระดับชาติที่เชื่อถือได้ แต่ได้มาจากความคิดเห็นของ “ผู้ให้ข้อมูลหลัก” แก่ WHO และการสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ ซึ่งเป็นความท้าทายอย่างมากในการติดตามความคืบหน้าอย่างน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเหล่านี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการจัดการกับการบริโภคแอลกอฮอล์นอกระบบในภูมิภาคนี้



ที่มา: องค์การอนามัยโลก (WHO) รายงานสถานการณ์โลกด้านแอลกอฮอล์และสุขภาพและการนำบริษัทความผิดปกติกจากการใช้สารเสพติด (GSRH), 2567

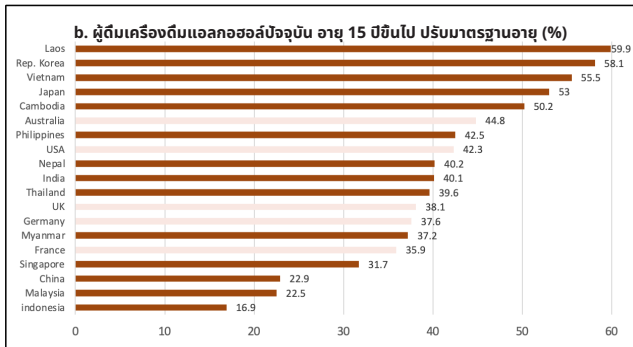
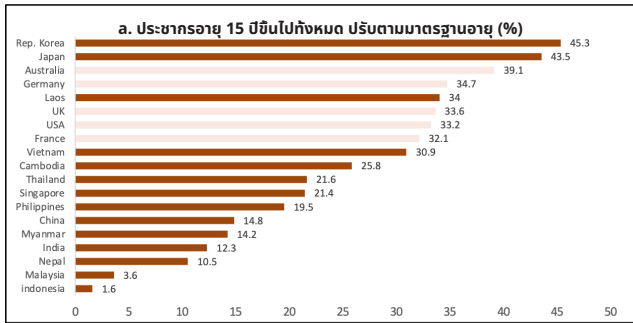
สัดส่วนของแอลกอฮอล์ในระบบและนอกระบบต่อการบริโภคทั้งหมดในปี พ.ศ. 2562 (%)

ตัวชี้วัดที่ 2: การดื่มหนัก (Heavy Episodic Drinking - HED)

จากข้อมูลประมาณการของ WHO ในปี 2019 อัตราความถี่ของการดื่มหนัก (HED) ในภูมิภาคนี้ โดยทั่วไป ยังต่ำกว่าประเทศในยุโรปและอเมริกา แต่ก็ยังมีข้อสังเกต ได้แก่ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลี สเปน ลาว และเวียดนาม ที่มีอัตราความถี่ของการดื่มหนัก อยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาแนวโน้มของ HED ระหว่างปี 2010 ถึง 2019 พบว่าอัตราความถี่ของการดื่มหนัก ลดลงในออสเตรเลีย เกาหลี จีน และญี่ปุ่น ในขณะที่ประเทศส่วนใหญ่ของภูมิภาคนี้กลับมีอัตราความถี่ของการดื่มหนัก ที่เพิ่มขึ้น

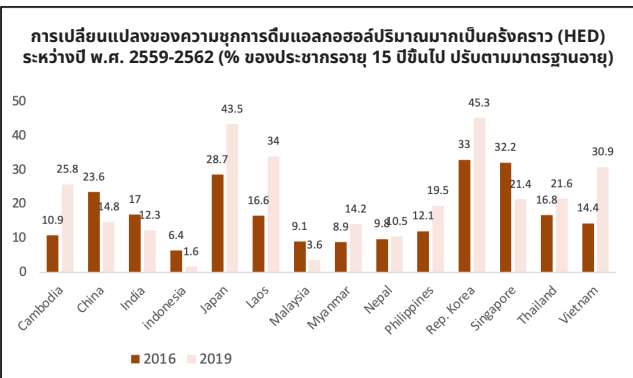
ที่น่าสังเกตคือ ประเทศส่วนใหญ่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) ยกเว้นประเทศที่มีรายได้สูง ยังไม่มีการสำรวจระดับชาติเกี่ยวกับรูปแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการดื่มหนัก

HED ถูกกำหนดให้เป็นการบริโภคแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 60 กรัมขึ้นไปในโอกาสใดโอกาสหนึ่งภายใน 30 วันที่ผ่านมา



ที่มา: องค์การอนามัยโลก (WHO) GSRHAH, 2567

ความชุกของการดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณมากเป็นครั้งคราว (HED) ปี พ.ศ. 2562



ที่มา: องค์การอนามัยโลก (WHO) GSRHAH 2561, 2567

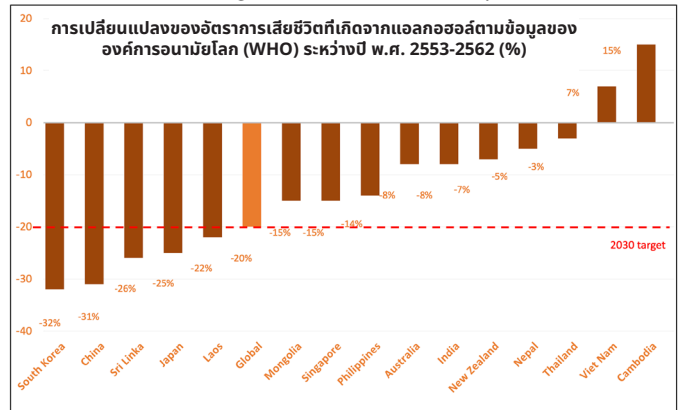
การเปลี่ยนแปลงของความชุกการดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณมากเป็นครั้งคราว (HED) ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2562

ตัวชี้วัดที่ 3: อัตราการเสียชีวิตที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์

ระหว่างปี 2010 ถึง 2019 อัตราการเสียชีวิตที่เกิดจากแอลกอฮอล์ลดลง 20% ทั่วโลก แสดงให้เห็นว่า มีความคืบหน้าในการบรรลุเป้าหมายของ WHO ในการลดอันตรายจากการใช้แอลกอฮอล์ลง 20% ในปี 2030

อัตราการเสียชีวิตโดยเฉลี่ยในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) ก็ลดลงเช่นกัน หลายประเทศมีการลดลงของอัตราการเสียชีวิตและบางประเทศสามารถบรรลุหรือทำได้ดีกว่าเป้าหมายปี 2030 แล้ว ซึ่งรวมถึง เกาหลีใต้ จีน ศรีลังกา ญี่ปุ่น และ สเปน. ลาว โดยมีรายงานการลดลงอย่างมีนัยสำคัญในประเทศอื่น ๆ

ด้วย อย่างไรก็ตาม มีรายงานถึงอัตราการเสียชีวิตเพิ่มขึ้นในบางประเทศ เช่น กัมพูชา สเปน. ลาว และเวียดนาม

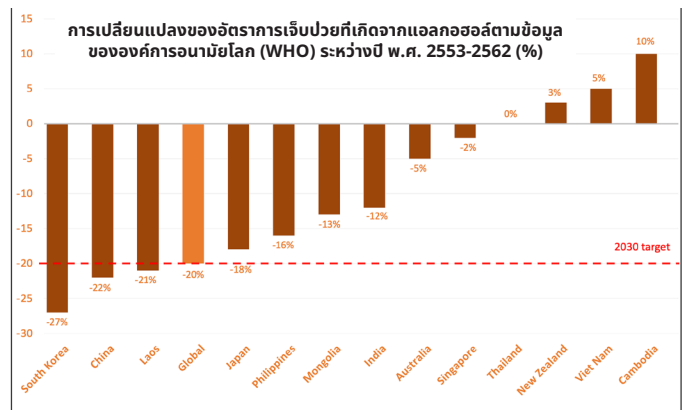


ที่มา: องค์การอนามัยโลก (WHO) อัตราที่ปรับตามมาตรฐานอายุ

แนวโน้มการเสียชีวิตในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ตัวชี้วัดที่ 4: อัตราการเจ็บป่วยที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์

เช่นเดียวกับการเสียชีวิต อัตราการเจ็บป่วยที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ทั่วโลกในช่วงระหว่างปี 2010 ถึง 2019 ก็ลดลงถึง 18% ตามข้อมูลของ WHO หลายประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) ก็มีการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับแนวโน้มการลดลงของอัตราการเสียชีวิต แต่ก็ยังมี รายงานการเพิ่มขึ้นของโรคที่เกิดจากแอลกอฮอล์ในนิวซีแลนด์ เวียดนาม และกัมพูชา



ที่มา: องค์การอนามัยโลก (WHO) อัตราที่ปรับตามมาตรฐานอายุ

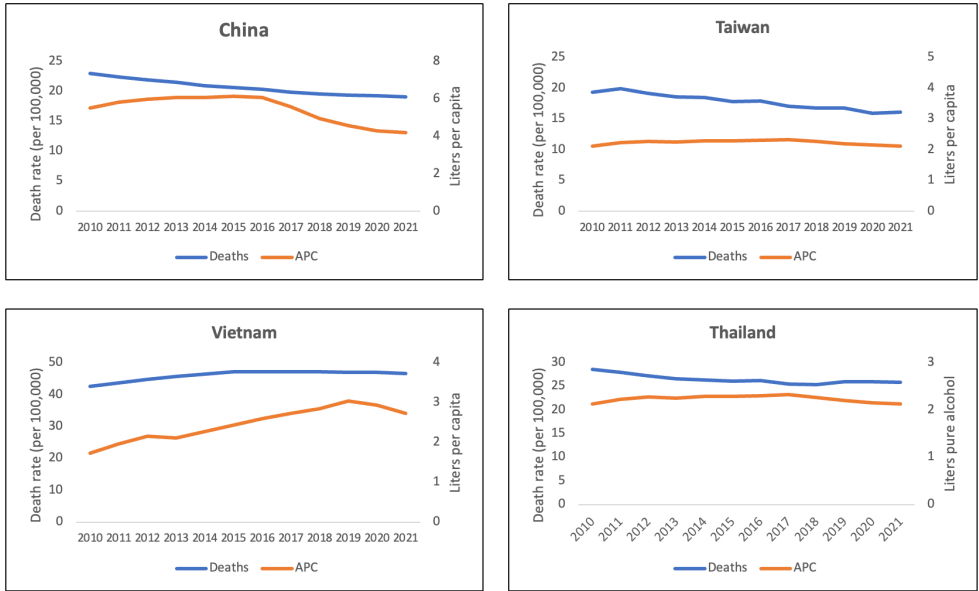
แนวโน้มการเจ็บป่วยในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

สิ่งที่ภาพนี้ (ไม่ได้) บอกเรา:

แม้ว่ายังมีงานที่ต้องทำอีกมาก แต่ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า มีความคืบหน้าในการลดการดื่มที่เป็นอันตรายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) นอกจากนี้ ข้อมูลยังให้บทเรียนสำคัญในการวัดพัฒนาการและจัดการกับอันตรายที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์

1. ไม่มีความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างอัตราการบริโภคต่อหัว (APC) กับอัตราการเสียชีวิตและการเจ็บป่วย

ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการบริโภคแอลกอฮอล์ทั้งหมดกับการบริโภคที่เป็นอันตราย ปัจจัยที่ควรให้ความสำคัญในการพิจารณามากกว่า คือ การดื่มหนัก (HED) และอัตราการเสียชีวิตหรือการเจ็บป่วยที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์



ที่มา: IWSR, 2566 และการศึกษาการบริโภคทั่วโลก ปี พ.ศ. 2564

แนวโน้มของการบริโภคแอลกอฮอล์ต่อหัว (ลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่อปี) และอัตราการเสียชีวิตที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณมาก (ต่อ 100,000 คน) ระหว่างปี พ.ศ. 2553-2564

สิ่งที่น่าสนใจที่สุดจากข้อมูลที่มีอยู่ คือ อัตราการเสียชีวิตและการเจ็บป่วยที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ลดลงอย่างต่อเนื่องในหลายประเทศทั่วภูมิภาค APAC โดยสัมพันธ์กับระดับและแนวโน้มของอัตราการบริโภคต่อหัว (APC)

2. ความก้าวหน้าสู่เป้าหมายปี 2030 ไม่สามารถประเมินได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากไม่มีข้อมูลที่เชื่อถือได้

แม้ว่าความพร้อมของข้อมูลจะดีขึ้น แต่ในหลายประเทศ หลักฐานเชิงประจักษ์ยังคงมีจำกัดหรือไม่มีเลย ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของการวัดความก้าวหน้าของตัวชี้วัดหลายตัว เกี่ยวกับการดื่มที่เป็นอันตราย

3. ปัจจัยสำคัญอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบต่อสุขภาพ

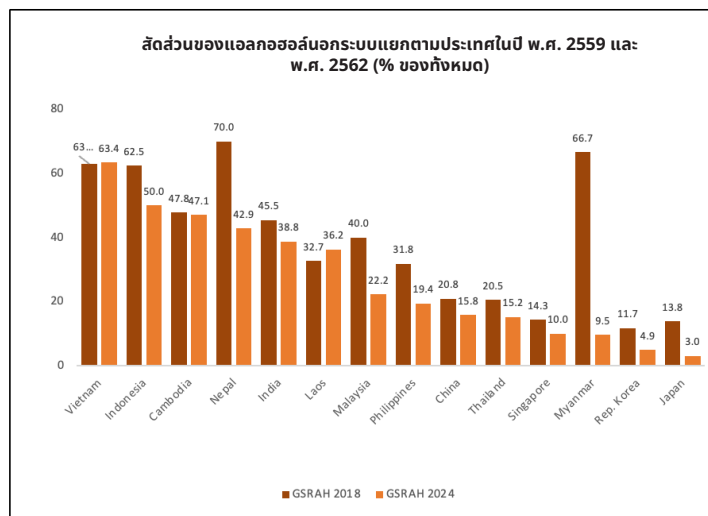
ข้อมูลที่มีอยู่แสดงให้เห็นว่า ใน APAC เช่นเดียวกับในภูมิภาคอื่น ๆ การลดการดื่มที่เป็นอันตรายมีแนวโน้มเกิดขึ้นมากกว่าในประเทศที่มีรายได้สูง ในขณะที่ประเทศที่มีรายได้ต่ำมีอัตราการลดที่น้อยกว่ามาก ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง โครงสร้างพื้นฐาน การเข้าถึงทรัพยากร การศึกษา และระบบสาธารณสุข ล้วนมีบทบาทสำคัญในการลดการดื่มที่เป็นอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพ หลักฐานจากทั่วโลกยังแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศที่มีความยากจนมักได้รับผลกระทบจากการดื่มที่เป็นอันตรายมากกว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจมากกว่า เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีความหมายและยั่งยืนในการลดการดื่มที่เป็นอันตราย จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยรอบด้านที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการดื่มด้วย

นอกจากนี้ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับการดื่มที่เป็นอันตรายยังมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับปัจจัยและแนวโน้มด้านวิถีชีวิตอื่น ๆ การดื่มที่เป็นอันตรายและแนวโน้มของการดื่มที่เป็นอันตรายจำเป็นต้องพิจารณาภายใต้บริบทด้านสุขภาพที่กว้างขึ้น ปัจจัยด้านวิถีชีวิตต่าง ๆ เช่น การสูบบุหรี่ โรคอ้วน และโภชนาการ ส่งผลต่อความเสี่ยง และยังสามารถเพิ่มความเสียหายจากการดื่มแอลกอฮอล์ได้อีกด้วย

4. แนวโน้มการบริโภคแอลกอฮอล์ต่อหัวไม่มีความหมาย หากไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เชื่อถือได้ เกี่ยวกับแอลกอฮอล์นอกระบบในระดับประเทศ

แอลกอฮอล์นอกระบบ (Unrecorded alcohol) คิดเป็นสัดส่วนที่สำคัญของการบริโภคแอลกอฮอล์ในหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) และภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีหลักฐานที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับขนาดและองค์ประกอบของตลาดแอลกอฮอล์นอกระบบ รวมถึงผู้บริโภคแอลกอฮอล์นอกระบบ การศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคแอลกอฮอล์นอกระบบมักมาจากกลุ่มเศรษฐกิจและสังคมระดับล่าง ซึ่งมีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบทางลบจากการดื่มของตนเองที่สูงกว่า

ดังนั้นการวัดแนวโน้มการบริโภคแอลกอฮอล์โดยรวมจะมีความหมายก็ต่อเมื่อสามารถเข้าใจพลวัตของตลาดทั้งสองส่วน ได้แก่ ตลาดของแอลกอฮอล์ในระบบ (recorded alcohol) และตลาดของแอลกอฮอล์นอกระบบ (unrecorded alcohol) ปัจจุบัน ยังไม่มีหลักฐานที่ชัดเจนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแอลกอฮอล์ในระบบและแอลกอฮอล์นอกระบบ ไม่ว่าจะเป็นผลทดแทน (Substitution) หรือผลเสริมกัน (Complementary effect) โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังเติบโตทางเศรษฐกิจและอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่าน การทำความเข้าใจความสัมพันธ์เหล่านี้เป็นกุญแจสำคัญในการลดการดื่มที่เป็นอันตรายและลดภาระที่เกิดขึ้นต่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ



ที่มา: องค์การอนามัยโลก (WHO) รายงานสถานการณ์โลกด้านแอลกอฮอล์และสุขภาพและการบำบัดรักษาความผิดปกติจากการใช้สารเสพติด (GSRAH), 2567

สัดส่วนของแอลกอฮอล์นอกระบบแยกตามประเทศตามรายงานขององค์การอนามัยโลก (WHO)

การทำงานร่วมกันเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง

สมาคมการค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) ได้มีบทบาทเชิงรุกในการดำเนินโครงการป้องกันเพื่อลดอันตรายที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย โดยสนับสนุนความพยายามในระดับประเทศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนของสังคม โดยโครงการและแคมเปญต่าง ๆ ได้รับการออกแบบเพื่อให้มั่นใจว่า:

- ดำเนินการอย่างเหมาะสม โดยร่วมกับภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน
- ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยใช้แนวทางที่อ้างอิงจากหลักฐาน เพื่อมุ่งเป้าไปยังพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบรุนแรงที่สุด พร้อมทั้งปรับให้เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น
- ขยายขอบเขตการเข้าถึงเพื่อให้การดำเนินการสามารถส่งผลกระทบต่อประชากรกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ส่วนนี้นำเสนอตัวอย่างที่หลากหลายของโครงการริเริ่มต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการทั่วภูมิภาค APAC ความสำเร็จที่เกิดขึ้น โดยเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะที่สามารถเป็นแรงบันดาลใจในการดำเนินการและตอบสนองต่อข้อเรียกร้องต่าง ๆ ที่มีต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สิ่งสำคัญ คือ ตัวอย่างเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถมีส่วนช่วยในการบรรลุเป้าหมายระดับชาติเพื่อลดการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายได้ และโครงการเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญเพื่อลดการดื่มที่เป็นอันตรายในแต่ละประเทศ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของโครงการยังขึ้นอยู่กับความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ รวมถึงภาครัฐและภาคประชาสังคม

การกำหนดมาตรฐานในระดับโลก

องค์กร **International Alliance for Responsible Drinking** (สมาพันธ์ระหว่างประเทศเพื่อการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ - **IARD**)⁹ มุ่งมั่นในการกำหนดมาตรฐานระดับโลกสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อป้องกันการขายและการทำการตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้บริโภคที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ นอกจากนี้ ยังสนับสนุนสมาชิกและพันธมิตรด้วยข้อมูลต่าง ๆ เพื่อช่วยลดการดื่มที่เป็นอันตรายในหมู่ประชาชน

ผู้ผลิตและสมาคมการค้าหลายแห่งทั่วโลกได้นำแนวทางและข้อมูลของ IARD¹⁰ ไปใช้หรือนำไปปรับให้เหมาะสมกับบริบทของตนเอง เพื่อช่วยลดอันตรายจากการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย ตัวอย่างของโครงการที่ดำเนินการ:

- มาตรฐานสำหรับการตลาดดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบ และการตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์
- มาตรฐานสำหรับการขายและจัดส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์
- การปรับปรุงข้อมูลสำหรับผู้บริโภคบนฉลากผลิตภัณฑ์
- ทรัพยากรเพื่อส่งเสริมการขายและการให้บริการแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ
- การปรับปรุงข้อมูลสำหรับผู้บริโภคบนฉลากด้านหลังขวด

นอกจากนี้ IARD ยังเป็นผู้นำในการพัฒนาความร่วมมือข้ามอุตสาหกรรม¹¹ โดยมีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนความคิดริเริ่มเชิงบวกในระดับโลก เพื่อช่วยลดการดื่มที่เป็นอันตราย และส่งเสริมการดื่มแต่พอดีในหมู่ผู้บริโภค

จนถึงปัจจุบัน บริษัทกว่า 80 แห่ง จากกลุ่มผู้ค้าปลีกชั้นนำ องค์กรธุรกิจ แพลตฟอร์ม อีคอมเมิร์ซและดิจิทัล รวมถึงสมาคมโฆษณา ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ “Global Standards Coalition”

IARD ให้ความสำคัญกับมาตรการเชิงรุก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ:

- ป้องกันการขายแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่อายุต่ำกว่ากฎหมายกำหนด หรือผู้ที่อยู่ในอาการมึนเมา
- จำกัดการสื่อสารการตลาดและการโฆษณาที่มุ่งเป้าไปยังผู้ที่อายุต่ำกว่ากฎหมายกำหนด
- ให้การฝึกอบรมและเสนอแนะแนวทางที่ช่วยให้ผู้ขายสามารถปฏิเสธการขาย การให้บริการ และการจัดส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เมื่อจำเป็น
- เคารพการตัดสินใจของผู้ที่เลือกไม่ดื่มแอลกอฮอล์
- ยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมเพื่อลดการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย

การสร้างความร่วมมือระดับชาติ เพื่อส่งเสริมการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ



ตั้งแต่ปี 2015 คณะกรรมการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านแอลกอฮอล์ ของสมาคมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งประเทศไทย (CADA) ได้ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน เพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการดื่มอย่างรับผิดชอบในระดับประเทศ โครงการ **“สัปดาห์ส่งเสริมการดื่มอย่างรับผิดชอบแห่งชาติ” (National Rational Drinking Awareness Week)** ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ซึ่งขณะนี้ดำเนินมาเป็นปีที่ 10 ติดต่อกัน โดยจัดขึ้นทั่วประเทศจีน โดยมี 3 หัวข้อหลัก ที่หมุนเวียนกันในแต่ละปี ได้แก่ **‘การดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ’ ‘การป้องกันการดื่มแล้วขับ’ และ ‘การป้องกันการดื่มของเยาวชน’** ในปี 2024 แคมเปญนี้สามารถเข้าถึงประชากรกว่า **528 ล้านคน**ทั่วประเทศจีน ผ่านกิจกรรมทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีการจัดกิจกรรมใน 516 เมือง และร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 10,854 แห่งทั่วประเทศ นอกจากนี้ มีพนักงานบริษัทและอาสาสมัครหลายหมื่นคนจาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายใหญ่ 38 แห่ง สมาคมท้องถิ่น 25 สมาคม และ ผู้จัดจำหน่ายแอลกอฮอล์ 64 ราย ได้เข้าร่วมโครงการนี้

528M people reached IN CHINA THROUGH BOTH ONLINE AND OFFLINE ACTIVATION

การพัฒนาความร่วมมืออย่างยั่งยืนเพื่อลดปัญหาการดื่มแล้วขับ

เป้าหมายด้านความปลอดภัยทางถนนระดับโลกข้อที่ 9 ขององค์การสหประชาชาติ (UN Global Road Safety Performance Target 9) มุ่งหวังที่จะลดจำนวนการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนท้องถนนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคแอลกอฮอล์ลงครึ่งหนึ่งภายในปี 2030¹² อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเป้าหมายนี้ ผ่านโครงการต่างๆ ที่มุ่งเน้น โดยมีการพัฒนาร่วมกับพันธมิตรระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค และระดับประเทศในภูมิภาค APAC

สถาบันฝึกอบรมและวิจัยแห่งสหประชาชาติ (UNITAR) ได้ริเริ่มโครงการด้านความปลอดภัยทางถนน¹³ ร่วมมือกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างศักยภาพ การสร้างความตระหนักของประชาชน และการพัฒนาความร่วมมือ เพื่อช่วยลดและป้องกันการบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์:

“Wrong Side of the Road”¹⁴

เป็นการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อสร้างประสบการณ์อินเทอร์แอคทีฟ ที่เน้นให้เห็นถึงผลกระทบของการดื่มแล้วขับ ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการในปี 2022 โครงการนี้สามารถเข้าถึงประชาชนกว่า **1 ล้านคน** ในจีน ไต้หวัน อินเดีย สิงคโปร์ และไทย โดยนำเสนอเรื่องราวจากผู้ที่เคยดื่มแล้วขับจริง 3 คน ในรูปแบบวิดีโอคอล พร้อมด้วยแหล่งข้อมูลออนไลน์อื่น ๆ ที่ให้คำแนะนำและให้ข้อมูลเพิ่มเติม



“Auto-Sobriety”¹⁵ เป็นโครงการให้ความรู้เชิงป้องกันเกี่ยวกับอุบัติเหตุและการเสียชีวิตที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ โดยใช้การฝึกอบรมทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ การกิจหลัก คือ ให้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่เชื่อถือได้แก่ผู้ใช้งาน เพื่อช่วยให้พวกเขาตัดสินใจอย่างมีสติและรับผิดชอบขณะขับขี่ โครงการนี้ดำเนินการใน **กัมพูชาและเวียดนาม** ได้เข้าถึงเยาวชนและนักเรียนระดับมัธยมศึกษาและนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยโดยตรงกว่า **10,000** คน และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประชาชนกว่า **120,000** คน ผ่านสื่อท้องถิ่นและสื่อสังคมออนไลน์ ในระหว่างการดำเนินโครงการในปี 2022 – 2024



The “Power of No”¹⁶ เป็นแคมเปญรณรงค์สร้างความตระหนักของสาธารณะผ่านช่องทางดิจิทัล โดยมุ่งเป้าหมายไปที่กลุ่มคนหนุ่มสาวที่มีอายุถึงเกณฑ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายใน**กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย**

และเวียดนาม โดยรวบรวมเครือข่ายพันธมิตรระดับภูมิภาค 28 ราย จากภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน โดยดำเนินการโดย International Automobile Federation (สหพันธ์รถยนต์ระหว่างประเทศ- FIA)¹⁷ ในภูมิภาค ภายใต้การนำของ Automobile Association of Vietnam (สมาคมรถยนต์แห่งเวียดนาม - AAV) **จนถึงปัจจุบัน แคมเปญนี้เข้าถึงกลุ่มคนหนุ่มสาวมากกว่า 40 ล้านคน โดยมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเกี่ยวกับการดื่มแล้วขับในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และสร้างนิสัยการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ**



ตั้งแต่ปี 2017 แคมเปญ “I Pledge”¹⁸ ในไต้หวัน ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมลงนามคำปฏิญาณว่าจะไม่ดื่มแล้วขับ แคมเปญนี้ได้รับการสนับสนุนอย่างกว้างขวางในระดับประเทศ และได้ขยายข้อความรณรงค์เพื่อแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันจากแอลกอฮอล์ในด้านอื่น ๆ รวมถึงการส่งเสริมการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ ปัจจุบันมีผู้เข้าร่วมให้คำปฏิญาณแล้วกว่า 1.2 ล้านคน

PREVENTING UNDERAGE AND YOUTH DRINKING



“SMASHED” เป็นโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับแอลกอฮอล์ที่ได้รับรางวัล โดยมุ่งเน้นในการให้ความรู้แก่เยาวชนเกี่ยวกับอันตรายจากการดื่มแอลกอฮอล์ก่อนวัยอันควร โครงการนี้ดำเนินการใน **ออสเตรเลีย กัมพูชา อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน ไทย และนิวซีแลนด์**¹⁹ โดยถูกออกแบบให้เป็นการแสดงละครเวที ร่วมกับการเรียนการสอน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เยาวชนมีความรู้ ทักษะ และความมั่นใจในการตัดสินใจเกี่ยวกับแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ ตั้งแต่กลางปี 2020 เป็นต้นมา โครงการนี้ได้ให้ความรู้แก่เยาวชนมากกว่า **650,000** คน ใน 6 ประเทศ และปัจจุบันได้ขยายไปสู่รูปแบบแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์²⁰ เพื่อขยายขอบเขตเนื้อหาการเรียนรู้ไปสู่เยาวชน ผู้ปกครอง และครูผู้สอนอีกหลายล้านคน

แคมเปญ “STOP! Underage Drinking” ในญี่ปุ่น ได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2005 โดยมีเป้าหมายเพื่อป้องกันการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เยาวชนที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ แคมเปญนี้ใช้โลโก้ที่โดดเด่น “STOP!” ซึ่งถูกนำไปติดในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่มุ่งเป้าไปยังผู้ผลิต ผู้ค้าปลีก และโรงเรียน ปี 2024 เครื่องหมายสัญลักษณ์ของแคมเปญนี้มีอัตราการรับรู้ในกลุ่มเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปีสูงถึง 93.5%



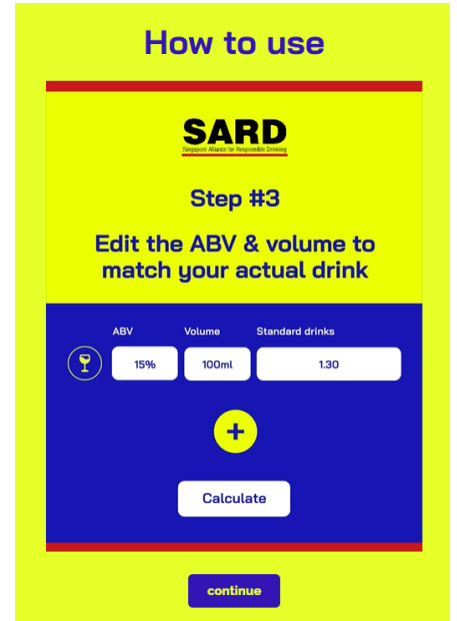
ACHIEVED **93.5%** AWARENESS



จนถึงปัจจุบัน กัมพูชา เป็นหนึ่งในไม่กี่ประเทศในโลกที่ยังไม่มีการกำหนดเกณฑ์อายุตามกฎหมายสำหรับการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Legal Purchase Age - LPA) จากการศึกษาวิจัย²¹ เกี่ยวกับมุมมองของเยาวชนต่อการกำหนด LPA พบว่า 85% ของผู้ตอบแบบสอบถามสนับสนุนการให้มีกฎหมายกำหนดเกณฑ์อายุตามกฎหมาย และ 73% เห็นว่าควรกำหนดเกณฑ์อายุตามกฎหมายไว้ที่ 18 ปีขึ้นไป จุดเสถียรภาพในการสนับสนุนรัฐบาลกัมพูชาในการออกกฎหมายกำหนด LPA ที่ 18 ปี โดยในปี 2023²² ได้มีการออกปฏิญญาสาธารณะ (Public Pledge) และเข้าร่วมการประชุมหารือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน 2 ครั้ง เพื่อสำรวจแนวทางในการนำกฎหมายดังกล่าวมาใช้²³

การจัดการปัญหาการดื่มหนัก (HEAVY EPISODIC DRINKING - HED) ในหมู่ผู้ใหญ่

“Drink More Water”²⁴ เป็นแคมเปญให้ความรู้เกี่ยวกับแอลกอฮอล์ที่มีเป้าหมายในการส่งเสริมการดื่มอย่างรับผิดชอบและลดพฤติกรรมการดื่มหนักในหมู่ผู้ใหญ่ที่มีอายุถึงเกณฑ์การดื่มตามกฎหมายในสิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน ไทย เวียดนาม กัมพูชา มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ในปี 2024 แคมเปญนี้ใช้โซเชี่ยลมีเดียเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงผู้ชมออนไลน์กว่า 53 ล้านคน พร้อมสื่อสารข้อความเกี่ยวกับความสำคัญของการดื่มน้ำและการเว้นช่วงเวลาการดื่มแอลกอฮอล์



#HowMuchIsTooMuch²⁵ เป็นแคมเปญให้ความรู้แก่สาธารณชนในสิงคโปร์ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการดื่มหนัก โดยเฉพาะในหมู่คนหนุ่มสาว พร้อมสนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรมการดื่มอย่างรับผิดชอบ ผ่านการนำความเข้าใจชีวิตจำกัดของตนเองให้สอดคล้องกับแนวทางด้านสุขภาพแห่งชาติ แคมเปญนี้เป็นแคมเปญดิจิทัลที่ใช้บาร์เทนเดอร์ชื่อดังมาแบ่งปันประสบการณ์เกี่ยว

กับการดื่มอย่างรับผิดชอบ โดยดำเนินการระหว่างปี 2022 - 2023 และเข้าถึงผู้คนกว่า **800,000** คน



ในเกาหลีใต้ เยาวชนที่มีอายุถึงเกณฑ์การดื่มตามกฎหมายได้รับการให้ความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงของการดื่มหนัก หรือ binge drinking เมื่อก้าวเข้าสู่ชีวิตมหาวิทยาลัย โดยจนถึงปัจจุบัน มีการฝึกอบรมแบบตัวต่อตัวแก่นักเรียนมัธยมปลายที่กำลังจะสำเร็จการศึกษาและสอบเข้ามหาวิทยาลัยแล้วกว่า **140,000** คน ใน 700 โรงเรียนทั่วประเทศ โดยครอบคลุมหัวข้อต่าง ๆ เช่น ผลกระทบของแอลกอฮอล์ต่อร่างกาย วัฒนธรรมการดื่มอย่างรับผิดชอบในรั้วมหาวิทยาลัย วิธี “ปฏิเสธ” เมื่อมีคนเสนอให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และอันตรายจากการดื่มหนัก (binge drinking)



การส่งเสริมการดื่มอย่างรับผิดชอบสามารถทำได้อย่างสร้างสรรค์ เช่น การใช้กระแส K-Pop ที่มีอิทธิพลเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในการรณรงค์ให้เกิดพฤติกรรมการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบ ในปี 2024 แคมเปญ “Savour Every Moment” ซึ่งเป็นความร่วมมือกับ SUHO จากวง K-Pop EXO ได้เปิดตัวเพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการดื่มอย่างรับผิดชอบ ผ่านบทเพลงที่แต่งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์นี้โดยเฉพาะ แคมเปญนี้เข้าถึงผู้คนกว่า 42 ล้านคน ใน 7 ประเทศ ทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

การเสริมสร้างมาตรการป้องกันในการทำการตลาด การโฆษณา และการขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์



ในกรณีที่ไม่มีข้อบังคับทางกฎหมาย หรือข้อบังคับมาบังคับใช้ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เป็นผู้นำในการผลักดันมาตรฐานสูงสุดสำหรับการทำการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านการพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) และการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-Regulation) ในด้านการโฆษณา การตลาด และการจำหน่ายโดยเป้าหมายหลักคือการสร้างมาตรการป้องกันที่แข็งแกร่งเพื่อปกป้องเยาวชนจากการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนวัยอันควร เพื่อให้สอดคล้องกับพันธสัญญาที่ให้ไว้ในปฏิญญาทางการเมืองของสหประชาชาติ ว่าด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ปี 2018

การกำกับดูแลตนเอง เป็นมาตรการที่รวดเร็ว ยืดหยุ่น และประหยัด ต้นทุนกว่าการออกกฎหมายของรัฐ เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย สามารถเติมเต็มช่องว่างด้านกฎระเบียบในประเทศที่ไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับเรื่องนี้ และปรับปรุงการดำเนินการและการบังคับใช้กฎหมายท้องถิ่นที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

การตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ

เพื่อสนับสนุนข้อเรียกร้องในการให้มีความรับผิดชอบที่เข้มงวดขึ้นเกี่ยวกับการโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกัมพูชา กลุ่มผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ร่วมมือกันเปิดตัว **“หลักจรรยาบรรณในการกำกับดูแลตนเองด้านการตลาดและการสื่อสารเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกัมพูชา” (Self-Regulatory Code for Responsible Alcohol Marketing and Communication - หลักจรรยาบรรณ)**²⁶ โดยหลักจรรยาบรรณนี้กำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการโฆษณาและสื่อสารอย่างมีความรับผิดชอบในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเสริมสร้างมาตรฐานการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรม ช่วยให้พันธมิตรทุกรายสามารถดำเนินธุรกิจได้โดยดำเนินการตามแนวปฏิบัติสากลที่ดีที่สุด หลักจรรยาบรรณนี้พัฒนาภายใต้แนวทางแนะนำของสหพันธ์ผู้โฆษณาโลก (World Federation of Advertisers - WFA)²⁷ ได้รับการรับรองโดยกระทรวงสาธารณสุขของกัมพูชา

ในประเทศออสเตรเลีย **“ABAC Responsible Alcohol Marketing Code - หลักจรรยาบรรณการตลาดแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ”**²⁸ ได้กำหนดมาตรฐานสำคัญเกี่ยวกับเนื้อหาและรูปแบบของการทำการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ

โครงการ ABAC กำหนดมาตรการการตรวจสอบใน 4 ขั้นตอน ตั้งแต่ การตรวจสอบภายในของบริษัท การตรวจสอบล่วงหน้าโดยหน่วยงานภายนอก การพิจารณาข้อร้องเรียนจากผู้บริโภค ไปจนถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนด เพื่อพิจารณาว่าการตลาดแอลกอฮอล์เป็นไปตามมาตรฐานของ ABAC หรือไม่ โดยปัจจุบันผู้ลงนามเข้าร่วมโครงการ ABAC คิดเป็น 92% ของผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 65% ของผู้ค้าปลีกแอลกอฮอล์ในออสเตรเลีย

การค้าปลีกอย่างมีความรับผิดชอบ

โครงการค้าปลีกอย่างมีความรับผิดชอบมุ่งเน้นไปที่การกำหนดมาตรการป้องกัน เพื่อจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่อายุต่ำกว่าเกณฑ์กฎหมายกำหนด (LPA) ผ่านความร่วมมือกับผู้ค้าปลีกในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค ป้องกันเข้าถึงแอลกอฮอล์ก่อนวัยอันควรของเยาวชน



และเสริมสร้างความมั่นใจแก่พนักงานในการปฏิเสธการขายให้แก่ผู้ที่ยังมีอายุไม่ถึงเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด ปัจจุบันโครงการนี้ได้ดำเนินการแล้วในออสเตรเลีย ออสเตรเลีย และเวียดนาม ในขั้นต้น โครงการนี้มุ่งเน้นไปที่การทำงานร่วมกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ต่อมาได้ขยายไปยังผู้ค้าปลีกออนไลน์ ตามการเติบโตของอีคอมเมิร์ซ ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศที่กฎหมายอนุญาต

Retail Drinks Australia เป็นผู้นำในภูมิภาค ด้วยแคมเปญการค้าปลีกที่มีความรับผิดชอบโดยมุ่งเน้นไปที่แคมเปญ **“ID25”** และ **“Don't Buy It For Them”**²⁹ ซึ่งเป็นโครงการที่ใช้ในร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีกแบบออฟเทรด (Off-Trade) เพื่อลดการจัดหาและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เยาวชน ไม่ว่าจะ เป็นที่จุดขาย (Point-of-Sale) หรือผ่าน



ช่องทางอื่น ๆ ในระดับชุมชน การสร้างความตระหนักรู้เกิดขึ้นผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ชุมชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบร่วมกันในการไม่จัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่เยาวชนหรือบุคคลที่เปราะบาง โดยเน้นย้ำถึงบทลงโทษที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำดังกล่าว และเสริมสร้างความมั่นใจแก่พนักงานในการปฏิเสธการให้บริการเมื่อมีข้อสงสัย

สิ่งนี้ได้ถูกต่อยอดด้วยการบุกเบิกการมีส่วนร่วมของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในด้านการขายและจัดส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ ผ่าน **“Online Alcohol Sale and Delivery Code of Conduct - หลักจรรยาบรรณการขายและการจัดส่งแอลกอฮอล์ออนไลน์” (หลักจรรยาบรรณออนไลน์)**³⁰ ฉบับแรกที่ครอบคลุมทั้งอุตสาหกรรม ผู้ลงนามในหลักจรรยาบรรณออนไลน์คิดเป็น 85% ของธุรกรรมออนไลน์ทั้งหมดในประเทศ โดยปฏิบัติตามหลักการที่ออกแบบมาเพื่อลดความเสี่ยงจากอันตรายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งหลักการเหล่านี้ได้ถูกนำไปใช้ในกรอบกฎหมายหลายแห่ง ผู้ลงนามในข้อตกลงนี้ยังให้คำมั่นว่าจะเข้าร่วมการตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเข้มงวด ซึ่งตั้งแต่ปี 2020 ได้มีการตรวจสอบมากกว่า 32,000 ครั้งทั่วประเทศ โดยผู้ตรวจสอบอิสระผ่านโครงการ Mystery Shopper³¹ อัตราการปฏิบัติตามข้อกำหนดโดยรวมอยู่ที่ 94% และในปี 2024 สามารถทำสถิติสูงสุดที่ 95%



มาตรการในออสเตรเลียเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดความมุ่งมั่นในตลาดอื่น ๆ ในภูมิภาค APAC ในฮ่องกงและฟิลิปปินส์¹⁹ ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ ผู้ผลิต และผู้นำเข้า ได้ลงนามในคำมั่นสัญญาที่จะปฏิบัติตามแนวทางการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างรับผิดชอบทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์³² ในฟิลิปปินส์ คำมั่นสัญญานำไปสู่การก่อตั้ง **“Philippines Standards Coalition”**³³ ซึ่งเป็นความร่วมมือกันของผู้ค้าปลีกและอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อยกระดับมาตรฐานและส่งเสริมแนวปฏิบัติที่รับผิดชอบ

การฝึกรวมพนักงานขายหน้าร้าน เป็นองค์ประกอบสำคัญของการค้าปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ ตลอดหลายปีที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาหลักสูตรการฝึกรวมเฉพาะทางออนไลน์ เพื่อให้ความรู้แก่พนักงานค้าปลีกและอีคอมเมิร์ซเกี่ยวกับการดื่มอย่างรับผิดชอบ ข้อกำหนดทางกฎหมายในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเหนือจากวิธีการตรวจสอบอายุอย่างถูกต้อง และการจัดการกับสถานการณ์ที่ลำบากกับลูกค้าในฮ่องกง มีการฝึกรวมโดยผู้ค้าปลีกรายใหญ่ 5 ราย ได้แก่ Watson's Wine, HK Liquor Store, Wai Shing Wine & Spirits และ Liquid Gold ในฟิลิปปินส์ ความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสมาคมเจ้าของร้านค้าและเจ้าของคารินเดเรีย (PASCO) ได้ส่งผลให้มีการฝึกรวมสมาชิกกว่า 7,000 ราย รวมถึงพนักงานจากแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำ 11 แห่ง และร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์เฉพาะทาง ในเวียดนาม มีการฝึกรวมออนไลน์เฉพาะสำหรับสมาชิกของสมาคมอีคอมเมิร์ซแห่งเวียดนาม (VECOM)³⁴ ในออสเตรเลีย Retail Drinks Australia จัดให้มีศูนย์ฝึกรวมที่ครอบคลุม³⁵ ซึ่งรวมถึงการฝึกรวมภาคอุตสาหกรรม การฝึกรวมภาคบังคับ และการฝึกรวมพันธมิตร โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการปฏิบัติตามกฎระเบียบ พร้อมกับการเพิ่มผลกำไรจากการค้าปลีกอย่างมีความรับผิดชอบ

ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสมดุลเกี่ยวกับแอลกอฮอล์และสุขภาพ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภค ตัดแต่พอดีและลดความเสี่ยง

สำหรับผู้ใหญ่หลายคนที่เลือกบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การดื่มเบียร์ สุรา หรือไวน์ เป็นส่วนสำคัญของการพบปะสังสรรค์ การผ่อนคลาย และความเพลิดเพลินส่วนตัว การตัดสินใจบริโภคโดยได้รับข้อมูลอย่างถูกต้องและครบถ้วนจึงเป็นสิ่งสำคัญ เรามุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการดื่มแต่พอดีและมีความรับผิดชอบแก่ผู้ที่เลือกดื่ม ผ่านการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับแอลกอฮอล์และสุขภาพมากขึ้น รวมถึงสนับสนุนการให้คำแนะนำจากภาครัฐ เช่น แนวทางการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการบริโภคแอลกอฮอล์และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เชื่อว่า เยาวชน สตรีมีครรภ์ ผู้ที่ต้อง ขับขี่ และบุคคลที่มีภาวะสุขภาพบางประการ ไม่ควรดื่มแอลกอฮอล์เลย เราจึงสนับสนุนการดำเนินมาตรการที่มุ่งเป้าไปที่ประชากรและพฤติกรรมเฉพาะกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูง โดยให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการบริโภค แอลกอฮอล์ หนึ่งในความพยายามนี้ คือ การใส่ข้อความเตือนบนฉลาก ด้านหลังของผลิตภัณฑ์โดยสมัครใจ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จำนวนมากมีสัญลักษณ์คำเตือน (pictograms) บนฉลาก ด้านหลัง เพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจาก การดื่มแอลกอฮอล์



Responsible Drinking APAC³⁶ เป็นแหล่งข้อมูลออนไลน์สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแอลกอฮอล์ ความสัมพันธ์ของ แอลกอฮอล์กับสุขภาพ และแนวทางการดื่มแต่พอดี ซึ่งให้บริการใน 15 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC)³⁷ เว็บไซต์นี้ถูกพัฒนาขึ้น เพื่อเสริมข้อมูลที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐ องค์กรต่าง ๆ และหน่วยงานด้านสาธารณสุข โดยอ้างอิงจากงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์ล่าสุด เกี่ยวกับแอลกอฮอล์และสุขภาพ ซึ่งได้รับการรวบรวมโดยผู้เชี่ยวชาญอิสระ เว็บไซต์นี้สามารถใช้เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับทุกคนที่สนใจศึกษา เพิ่มเติมเกี่ยวกับแอลกอฮอล์และการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ

DrinkWise³⁸ in Australia ในประเทศออสเตรเลียส่งเสริมความตระหนักของชุมชนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านการจัดทำแคมเปญที่อ้างอิงจากหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ ในประเด็นต่าง ๆ เช่น การจัดหาแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่ยังไม่ถึงเกณฑ์ตาม ที่กฎหมายกำหนดโดยผู้ปกครอง กลุ่มเด็กที่มีอาการพิการทางสมองจากแอลกอฮอล์ในครรภ์ (Fetal Alcohol Spectrum Disorder - FASD) การดื่มหนัก (Binge Drinking) การดื่มเกินคำแนะนำทางสุขภาพแห่งชาติ พฤติกรรมการดื่มในงานกีฬาและงาน วัฒนธรรม แคมเปญของ DrinkWise ได้รับการยอมรับในออสเตรเลียว่า สื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และใช้แนวทาง “การมีส่วนร่วม ของทุกภาคส่วนในสังคม” โดยร่วมมือกับ รัฐบาล ตำรวจ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ นักวิชาการ สมาคม กีฬา สื่อมวลชน และหน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ

DRINKiQ.com³⁹ เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ระดับโลกที่ส่งเสริมการดื่มอย่างรับผิดชอบ โดยมุ่งเน้นให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของ แอลกอฮอล์ ผลกระทบของการดื่มที่มีต่อร่างกายและจิตใจ และผลกระทบของการดื่มที่เป็นอันตรายต่อบุคคลและสังคม โปรแกรม DRINKiQ มีเป้าหมายเพื่อยกระดับความรู้เกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ (“DRINKiQ”) โดยมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มความตระหนักของ สาธารณชนเกี่ยวกับผลกระทบของแอลกอฮอล์ การสนับสนุนพฤติกรรมเครื่องดื่มอย่างรับผิดชอบและการลดปัญหาจากการบริโภค แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย เช่น การดื่มหนัก (Binge Drinking) drinking.

ในญี่ปุ่น อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วยส่งเสริมการดื่มอย่างรับผิดชอบ โดยให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับปริมาณแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่ม แนะนำทางเลือก เกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ำและไม่มีแอลกอฮอล์ และเน้นย้ำถึงความสำคัญ ของการรับประทานอาหารและการดื่มน้ำ โดยมีการจัดงานที่จัดขึ้นที่

Tokyo Midtown Hibiya เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2024 เพื่อเผยแพร่ข้อมูล เหล่านี้ ได้รับความสนใจบนแพลตฟอร์มสื่อต่าง ๆ มากกว่า 40 ล้านครั้ง

ด้วยนวัตกรรมดิจิทัล ผู้บริโภคทั่วโลกสามารถเข้าถึงข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ แอลกอฮอล์และสุขภาพ ผ่านฉลากดิจิทัลบนบรรจุภัณฑ์ (**Digital Beverage Label หรือ eLabel**)⁴⁰ ได้ง่ายขึ้น เพียงสแกน **QR Code** บนฉลากด้วยอุปกรณ์ มือถือ ผู้บริโภคจะถูกนำไปยังเว็บเพจเฉพาะที่ให้ข้อมูลตามพื้นที่ (**Geo-localised Information**) ซึ่งรวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับแอลกอฮอล์และสุขภาพ แนวทางการดื่ม อย่างมีความรับผิดชอบ และข้อกำหนดตามแนวทางของหน่วยงานรัฐบาลในแต่ละ ประเทศ (**ถ้ามี**) การเปิดตัวแคมเปญผ่านสื่อใน กัมพูชา ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และ เวียดนาม ได้ช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ eLabel ในกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น helped create awareness amongst consumers.



ความร่วมมือกับรัฐบาลเพื่อลดอันตรายจากแอลกอฮอล์นอกระบบ



ด้วยความตระหนักถึงความท้าทายเชิงระบบของการบริโภคแอลกอฮอล์นอกระบบ (**Unrecorded Alcohol**) และผลกระทบด้านลบต่อกลุ่มประชากรที่ด้อยโอกาสทางสังคม อุตสาหกรรมแอลกอฮอล์จึงเพิ่มความพยายามในการแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุ เพื่อลดการบริโภคที่เป็นอันตรายในระดับสูง

ในประเทศกัมพูชา 48% ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บริโภคเป็นแอลกอฮอล์นอกระบบ ซึ่งส่วนใหญ่มาจากแอลกอฮอล์ที่ผลิตอย่างไม่เป็นทางการ หรือ สุราพื้นบ้าน ที่มักไม่ได้มาตรฐานความปลอดภัยและก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพอย่างร้ายแรง อุตสาหกรรมแอลกอฮอล์ยังคงร่วมมือกับกระทรวงอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมของกัมพูชา เพื่อสนับสนุนการกำหนดและปรับปรุงมาตรฐานและข้อบังคับสำหรับสุราพื้นบ้านของกัมพูชา⁴¹

เวียดนามมีอัตราการบริโภคแอลกอฮอล์นอกระบบสูงที่สุดในภูมิภาค ที่ 64% โดยส่วนใหญ่มาจาก แอลกอฮอล์ที่ผลิตอย่างไม่เป็นทางการ หรือ สุราพื้นบ้าน อุตสาหกรรมแอลกอฮอล์ได้ร่วมมือกับกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าแห่งเวียดนาม ในการสนับสนุนโครงการนำร่อง⁴² ในจังหวัดนิงบิญ (Ninh Binh) เพื่อส่งเสริมการจดทะเบียนผู้ผลิตอย่างเป็นทางการ และ สร้างความตระหนักรู้แก่ครัวเรือนกว่า 4,000 ครัวเรือน เกี่ยวกับความเสี่ยงของการผลิตแอลกอฮอล์นอกระบบ

การปกป้องแนวทางการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย ในสังคมในการลดการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย

แม้ว่าอัตราการดื่มแอลกอฮอล์ในระดับที่เป็นอันตรายจะลดลงในระดับโลกและในบางส่วนของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) แต่ยังคงมีสิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย โดยเฉพาะในตลาดที่ยังคงมีแนวโน้มการบริโภคที่เพิ่มขึ้น

เรสนับสนุนคำเรียกร้องขององค์การอนามัยโลก (WHO) ในเรื่อง “การเสริมสร้างความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดีขึ้น ตลอดจนการเพิ่มการระดมทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อดำเนินการป้องกันการใช้แอลกอฮอล์ในทางที่เป็นอันตรายอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกัน”⁴³

เราเชื่อว่า การลดการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อปกป้อง:

1. แนวทางการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในสังคม เพื่อแก้ไขปัญหาการดื่มที่เป็นอันตราย
2. การมุ่งเน้นอย่างต่อเนื่องในการจัดการกับการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย ผ่านมาตรการเชิงนโยบายและแนวทางปฏิบัติ

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คำมั่นที่จะขยายมาตรการที่มุ่งเป้าและมีประสิทธิภาพ เพื่อจัดการกับอันตรายที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพ เรสนับสนุนกฎระเบียบที่เหมาะสม เพื่อแก้ไขปัญหาการดื่มที่เป็นอันตรายและส่งเสริมวัฒนธรรมการบริโภคอย่างพอดี เราให้การสนับสนุนมาตรการที่สมดุลและมีพื้นฐานจากหลักฐานทางวิทยาศาสตร์เพื่อจัดการกับการบริโภคแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายโดยตรง ซึ่งรวมถึงการกำหนดอายุขั้นต่ำตามกฎหมายในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Legal Purchase Age - LPA) เพื่อปกป้องเยาวชนในประเทศที่ยังไม่มีข้อบังคับนี้

เรสนับสนุนการกำหนดขีดจำกัดปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือด (BAC) สำหรับผู้ขับขี่ยานพาหนะ เพื่อลดอุบัติเหตุทางถนนที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ การลดการดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายและบรรลุเป้าหมายในปี 2030 จำเป็นต้องมีการศึกษาและสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับรูปแบบการบริโภคแอลกอฮอล์และผลกระทบต่อสุขภาพ ดังนั้น เรสนับสนุนการออกแนวทางแนะนำโดยรัฐบาลเพื่อเป็นแนวทางในการบริโภคแอลกอฮอล์ที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค การจัดสรรทรัพยากรเพื่อติดตามและวัดผลเกี่ยวกับการบริโภคแอลกอฮอล์ในแต่ละประเทศ เพื่อให้มีฐานข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการกำหนดนโยบาย ความสำเร็จในทุกด้านนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งเราพร้อมที่จะมีบทบาทในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน

สุดท้ายนี้เพื่อให้มั่นใจว่า ความก้าวหน้าในการลดการดื่มที่เป็นอันตรายลง 20% สามารถวัดผลได้อย่างมั่นใจ เรสนับสนุนการจัดสรรทรัพยากรเพื่อวัดปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์และผลลัพธ์ในทุกประเทศ เพื่อสร้างฐานหลักฐานเชิงประจักษ์สำหรับการแนะนำเชิงนโยบาย ความสำเร็จในทุกด้านเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่นร่วมกันของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน และเราพร้อมที่จะมีบทบาทของเรา

References

1. WHO Global Alcohol Action Plan 2022-2030. Global strategy to reduce the harmful use of alcohol (who.int)
2. UN Political Declaration on NCDs, 2018, art. 44 (b) – “Encouraging economic operators in the area of alcohol production and trade, as appropriate, to contribute to reducing harmful use of alcohol in their core areas, taking into account national religious and cultural contexts”. WHO EMRO | UN Political Declaration on Prevention and Control of NCDs | Publications | NCDs
3. UN Sustainable Development Goals. <https://sdgs.un.org/goals>
4. WHO Global Alcohol Action Plan 2022-2030. Global strategy to reduce the harmful use of alcohol (who.int)
5. WHO Global Alcohol Action Plan 2022-2030. Global strategy to reduce the harmful use of alcohol (who.int). The “at least 20% relative reduction” target is based on the latest available WHO data and trends since 2010.
6. WHO Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol, 2010. Global strategy to reduce the harmful use of alcohol (who.int)
7. Global Status Report on alcohol and health and treatment of substance use disorders (GS-RAH 2024), WHO 2024
8. IWSR: Proportions of recorded alcohol derived from IWSR, 2023; data for Nepal derived from WHO STEPS, 2019
9. <https://www.iard.org/>
10. Actions (iard.org)
11. [iard.org/actions/The-Global-Standards-Coalition](https://www.iard.org/actions/The-Global-Standards-Coalition)
12. Road Safety | United Nations
13. UNITAR Road Safety Initiative. <https://unitar.org/sustainable-development-goals/people/our-portfolio/road-safety-initiative>
14. Wrong Side of the Road. <https://drinkdriving.drinkiq.com/>
15. Auto-Sobriety. <https://unitar.org/sustainable-development-goals/people/our-portfolio/road-safety-initiative/vr-training/auto-sobriety-training-programme-prevent-drink-driving>
16. Power of No. Power of No - APISWA
17. <https://www.fia.com/>
18. I Pledge. I swear 2.0 to drink responsibly (tbaf.org.tw)
19. Life Education Trust New Zealand. <https://www.lifeeducation.org.nz/in-schools/smashed>
20. SMASHED Online. <https://www.smashedproject.org/>
21. joint research conducted by AVI and MM4A on the perception of youth in Cambodia on setting an LPA. News reference: <https://cambodiainvestmentreview.com/2023/05/26/multi-stakeholder-dialogue-reinforces-the-need-for-a-legal-purchase-age-at-18-years-old-in-cambodia/>
22. <https://cambodiainvestmentreview.com/2023/03/20/cambodias-private-sector-joins-to-implement-minimum-legal-purchase-age-for-alcohol/>
23. <https://www.phnompenhpost.com/business/multi-stakeholder-dialogue-held-discuss-legal-purchase-age-cambodia>
24. Drink More Water – Promoting a balanced lifestyle & empowering you to make informed choices
25. HowMuchIsTooMuch | SARD – Campaign for Responsible Drinking
26. Alcohol Industry Coalition Unites to Boost Responsible Marketing Standards and Practices in Cambodia - Cambodia Investment Review

References

27. <https://wfanet.org/>
28. <https://www.abac.org.au/wp-content/uploads/2024/04/ABAC-Responsible-Alcohol-Marketing-Code-28-4-2023.pdf>
29. ID25 & Don't Buy It For Them - Retail Drinks Australia
30. Online Code of Conduct - Retail Drinks Australia
31. Mystery Shoppers are recruited aged between 18 and 21. Delivery drivers are required to request identification from these mystery shoppers in accordance with the Online Code and ID25 principles
32. Liquor producers, online retailers sign pledge for responsible e-commerce
33. Philippines Standards Coalition established to reduce harmful alcohol use
34. Legal Regulations on eCommerce of Alcohol Online Training (apiswa.org)
35. <https://training.retaildrinks.org.au/home>
36. Responsible Drinking APAC (RDAPAC).
37. Responsible Drinking APAC - Markets.
38. <https://drinkwise.org.au/category/facts-advice/>
39. <https://www.drinkiq.com/>
40. Informative Digital Beverage Labels : Packaging Initiative in Singapore (trendhunter.com)
41. Pernod Ricard Cambodge Partners with Institute of Standards of Cambodia to Develop Standards and Regulation for Cambodian Rice Spirit 'Sraa Sor' - Cambodia Investment Review
42. <https://thanhnienviet.vn/hoi-thao-nang-cao-nang-luc-quan-ly-san-xuat-ruou-thu-cong-tai-ninh-binh-nam-2021-209240718174062746.htm>
43. WHO, Global Strategy to Reduce Harmful Use of Alcohol



ASIA PACIFIC INTERNATIONAL SPIRITS & WINES ALLIANCE

