



โครงการนำร่อง
ความคิดเห็นของสาธารณชนระดับพื้นที่
ต่อปัญหาสังคมที่ตกเป็นข่าวเด่นาหนึ่ง
และอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



บทสรุปผู้บริหาร

สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล ร่วมกับ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ได้ดำเนินการโครงการสำรวจโครงการนำร่อง (Pilot Study) สำรวจเร่งด่วน เรื่อง ความคิดเห็นของสาธารณชนระดับพื้นที่ต่อปัญหาสังคมที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งและอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน ถึง วันที่ 18 มิถุนายน 2559 โดยแบ่งการนำเสนอผลสำรวจออกเป็น 3 ครั้ง ดังประเด็นสำคัญต่อไปนี้

1. ประสบการณ์ ทัศนคติ และพฤติกรรมการติดตามชมฟุตบอล

ประชาชนส่วนใหญ่ สนใจติดตามชม ฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งคนส่วนใหญ่เหล่านี้ เคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชมฟุตบอลยูโร ในขณะที่มีไม่ถึงครึ่งหนึ่งที่ไม่เคยเจอ และที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่งคือ ส่วนใหญ่ของคนที่เคยเจอองเชียร์ที่ดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ ระบุเคยเจอเด็กเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ด้วย เมื่อถามกลุ่มองเชียร์บอลที่ดื่มบ่อยดื่มประจำว่า การดื่มเหล้า ดื่มเบียร์มีผลกระทบให้อยากเล่นทนายพนันบอลยูโร หรือไม่ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ระบุว่าผลกระทบให้อยากเล่นพนันบอลยูโรครั้งนี้ด้วย ซึ่งมีส่วนน้อยที่ระบุไม่มีผล ส่วนวงเงินที่ตั้งไว้เล่นทนายพนันบอลเฉลี่ยอยู่ที่ 2,050 บาท (สองพันห้าสิบบาท) แต่วงเงินที่เตรียมไว้เล่นสูงสุดอยู่ที่ 100,000 บาท (หนึ่งแสนบาท) และที่น่าเป็นห่วงอีกอย่างหนึ่งคือ ตัวอย่างส่วนใหญ่เกิน 4 ใน 5 ของคนที่ดื่มระบุ ดื่มไป เชียร์ไป เสี่ยงที่จะนอกใจคู่รักคู่ครองได้ ในขณะที่มีเพียงไม่ถึง 1 ใน 5 ระบุไม่มีผล

2. ผลกระทบต่อสุขภาพ

ประชาชนส่วนใหญ่เกิน 4 ใน 5 ระบุการดื่มเหล้า เบียร์ ขณะเชียร์บอลยูโร มีผลกระทบต่อปัญหาสุขภาพ ในขณะที่มีเพียงร้อยละ 22.0 ระบุไม่มีผล เมื่อสอบถามถึงความเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุจากการดื่มไปเชียร์ไป ขับไป ของประชาชนส่วนใหญ่ พบว่า ร้อยละ 92.5 ระบุเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ

และที่สำคัญคือ ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 97.2 เชื่อว่า โฆษณาแฝงธุรกิจน้ำเมา ช่วงบอลยูโรฟีเวอร์ 2016 มีผลกระทบต่อนักดื่มน้ำเมา เยาวชนใหม่เกิดขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อถามถึงโฆษณาน้ำดื่มของบริษัทเบียร์ ว่าเห็นโฆษณาน้ำดื่มแล้วนี้กอยากดื่มอะไร แยกตามกลุ่มนักดื่ม พบว่า กลุ่มนักดื่มจัดจำนวนมากหรือร้อยละ 36.4 อยากรดน้ำ และ เบียร์ ร้อยละ 29.5 อยากรดเบียร์ มีเพียงร้อยละ 34.1 ที่อยากรดน้ำเท่านั้น ในขณะที่ กลุ่มนักดื่มไม่จัด จำนวนมากหรือร้อยละ 46.9 อยากรดน้ำ แต่เกือบ 1 ใน 3 หรือร้อยละ 32.2 อยากรดเบียร์ และร้อยละ 21.0 อยากรดทั้งน้ำและเบียร์ อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์เลย ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 77.0 อยากรดน้ำเมื่อเห็นโฆษณาน้ำดื่มของบริษัทเบียร์ แต่ ร้อยละ 12.4 อยากรดเบียร์ และ ร้อยละ 10.6 อยากรดทั้งน้ำและเบียร์ ถึงแม้ในกลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลุ่มคนที่ไม่ดื่มเลยก็ตาม

3. ความสุขที่ได้รับ

กลุ่มเชียร์บอลปลอดภัยน้ำเมามีความสุขมากกว่า กลุ่มเชียร์บอลที่ดื่มน้ำเมา โดยพบว่า กลุ่มเชียร์บอลที่ไม่ดื่มน้ำเมาขณะเชียร์บอลมีความสุขอยู่ที่ 6.78 คะแนน แต่กลุ่มเชียร์บอลที่เชียร์ไป เมาไป มีความสุขที่ต่ำกว่าคือ 5.45 และกลุ่มเชียร์บอลที่เล่นทายพนันบอลยูโรมีความสุขที่ 5.27 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มคนเชียร์บอลที่ไม่เล่นทายพนันที่มีความสุขสูงกว่าที่ 6.87 ในขณะที่เดียวกันกลุ่มเชียร์บอลที่เห็นคนเมา ตีกัน ขวางปาขวดเหล้าขวดเบียร์ มีความสุขต่ำกว่าคือ 5.63 แต่กลุ่มเชียร์บอลที่ไม่เห็นคนเมา ทะเลาะกันขณะเชียร์บอลมีความสุขสูงกว่าอยู่ที่ 6.97 ยิ่งไปกว่านั้น คนเชียร์บอลที่เห็นการขายเหล้า เบียร์ให้เด็กเยาวชน มีความสุขต่ำกว่า คือ 5.67 แต่คนเชียร์บอลที่ไม่เห็นการขายเหล้าเบียร์ให้เด็ก มีความสุขสูงกว่าคือ 6.76 ตามลำดับ

ที่น่าเป็นห่วงคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 58.3 เคยเห็นวัยรุ่นเมา ขวางปาขวดเบียร์ ตีกันบาดเจ็บ และร้อยละ 47.1 เคยเห็นเด็กวัยรุ่น เมา ตีกัน บาดเจ็บขณะเชียร์บอล

4. ข้อเสนอแนะ

4.1 ผลสำรวจชี้ให้เห็นสัญญาณเตือนภัยที่น่าเป็นห่วงว่า มีการดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ในขณะเชียร์บอลอยู่โรครังนี้และพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มกองเชียร์ที่ดื่ม ยิ่งไปกว่านั้น ผลสำรวจชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงว่า ดื่มไปเชียร์ไปอาจเสียทั้งเงินและคู่รักคู่ครองไปได้เพราะคนดื่มสูญเสียการควบคุมตัวและการยับยั้งชั่งใจไป

4.2 ถึงแม้บริษัทเบียร์โฆษณาว่าดื่มแต่ก็ทำให้คนเกิดความอยากดื่มเบียร์ขึ้นทั้งในกลุ่มนักดื่มจัด กลุ่มนักดื่มไม่จัด และกลุ่มที่ไม่ดื่มเลย และถ้าวิเคราะห์เจาะลึกจะพบว่า ผลของการโฆษณาน้ำดื่มของบริษัทเบียร์ส่งผลทำให้คนส่วนใหญ่อยากดื่มเบียร์ถึงแม้จะเป็นการโฆษณาน้ำดื่มก็ตาม ดังนั้นประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 79.4 ระบุถึงเวลาแล้วที่จะเรียกร้อง บิ๊กตู พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้แก้กฎหมายเพิ่มโทษ เหตุเพราะมีผู้ฝ่าฝืนขาย ดื่มน้ำเมา แก่เด็กเยาวชน ขณะเชียร์บอลยูโรในที่สาธารณะและเป็นเหตุ ทะเลาะวิวาท ตีกันบาดเจ็บและตาย ในขณะที่ร้อยละ 20.6 ระบุยังไม่ถึงเวลา

4.3 การพนัน ขันต่อ กับ น้ำเมา ทำให้ทุกข์ ถึงจะไต่จะเสีย ได้เมา ไม่มีสุขเท่ากับการเชียร์บอลปลอดภัยน้ำเมาและไม่เล่นการพนัน และยังทำให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมาในสายตาของประชาชนที่เห็นได้ชัดเจน เช่น การทะเลาะวิวาท ขวางปาขวดเหล้า ขวดเบียร์ ตีกัน บาดเจ็บ เป็นต้น

คำนำ

รายงานโครงการนำร่อง (Pilot Study) สํารวจเร่งด่วน เรื่องความคิดเห็นของสาธารณชนระดับพื้นที่ต่อปัญหาสังคมที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งและอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเพื่อสํารวจเร่งด่วนความคิดเห็นของสาธารณชนต่อปัญหาสังคมจากอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งหรือเป็นประเด็นร้อนในสังคม เผื่อหวังข่าวสถานการณ์การบริโภคและผลกระทบและความเคลื่อนไหวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และค้นหาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อสถานการณ์การบริโภคและผลกระทบและความเคลื่อนไหวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ รวมถึงเพื่อเผยแพร่ผลสํารวจและความคิดเห็นมุมมองของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านอันเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญของการสํารวจ เสริมสร้างความตระหนักให้กับประชาชนถึงผลกระทบจากปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งต่อตนเอง ต่อครอบครัว และต่อประเทศชาติ

โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง เริ่มการสํารวจตั้งแต่วันที่ 15 – 18 มิถุนายน 2559 ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยหวังว่ารายงานผลการสํารวจฉบับนี้จะมีประโยชน์ไม่มากนักน้อยแก่ผู้ที่สนใจ อนึ่ง โครงการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ โดยได้รับความร่วมมือจากคณะทำงานในการร่วมกำหนดกรอบแนวทางการดำเนินการสํารวจ รวมทั้งตัวอย่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ที่ได้เสียสละเวลาแสดงความคิดเห็นและคำชี้แจงในประเด็นต่างๆ ซึ่งสำนักวิจัย ซูเปอร์โพล ขอขอบพระคุณทุกฝ่ายมา ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัย

สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	1
คำนำ	2
สารบัญ	3
บทที่ 1 บทนำ	6
หลักการและเหตุผล	6
วัตถุประสงค์ของโครงการ	7
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	7
ขอบเขตการดำเนินงานโครงการ	7
บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย	8
กลุ่มประชากรเป้าหมายและการสุ่มตัวอย่าง	8
รูปแบบการจัดการในการดำเนินโครงการ	8
ขั้นตอนในกระบวนการดำเนินโครงการ	9
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	9
การเก็บรวบรวมข้อมูล	9
บทที่ 3 ผลการสำรวจ	10
ครั้งที่ 1 นำเสนอวันศุกร์ที่ 17 มิถุนายน 2559	11
ครั้งที่ 2 นำเสนอวันอาทิตย์ที่ 19 มิถุนายน 2559	13
ครั้งที่ 3 นำเสนอวันเสาร์ที่ 25 มิถุนายน 2559	15
บทที่ 4 ผลตอบรับจากสื่อมวลชน	17
หัวข้อข่าว ชมรมขับเคื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล	17
เสนอผล วิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง พนันบอลยูโร กับ นำเมาในกลุ่มเชียร์บอลยูโร 2016	
เดลินิวส์ ออนไลน์ วันที่ 17 มิ.ย. 2559	17
เว็บกระฉ่อน วันที่ 17 มิ.ย. 2559	18
สำนักข่าวนิวส์คอนเนค วันที่ 18 มิ.ย. 2559	19
สำนักข่าว อสมท. วันที่ 17 มิ.ย. 2559	20
สำนักข่าว ไทยรัฐออนไลน์ 17 มิ.ย. 2559	21
สถานีวิทยุจุฬา 17 มิ.ย. 2559	22
เว็บกีฬา 360 วันที่ 17 มิ.ย. 2559	23
เว็บไทยโพสต์ วันที่ 18 มิ.ย. 2559	24
เว็บไทยรัฐออนไลน์ วันที่ 19 มิ.ย. 2559	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
หัวข้อข่าว ชมรมขับเคื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัย ชูเปอร์โพล เสนอผลวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง พนันบอลยูโร นำมา กับความสุข ของกลุ่มเชียร์บอล	26
ไทยรัฐ ออนไลน์ 25 มิ.ย. 2559	26
ข่าวรอบสัปดาห์ Stop Drink 26 มิ.ย. 2559	27
FM 100.5 รายการ เกาะติดข่าว วันที่ 25 มิถุนายน 2559 เวลา 11.30 น.	28
INN News วันที่ 25 มิ.ย. 2559	29
โลกวันนี้ ออนไลน์ วันที่ 25 มิ.ย. 2559	30
ไทยรัฐฉบับพิมพ์ วันที่ 25 มิ.ย. 2559	31
เว็บ สนุก.คอม วันที่ 25 มิ.ย. 2559	35
หัวข้อข่าว ชมรมขับเคื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัย ชูเปอร์โพล เสนอผลวิจัย เชิงสำรวจ เรื่อง สัญญาณเตือนภัยพฤติกรรมดื่มน้ำเมา	35
เยาวชนในกระแส บอลยูโรฟี เวอร์ 2016	
หน้าแรกผู้จัดการออนไลน์ วันที่ 26 มิ.ย. 2559	35
หนังสือพิมพ์บ้านเมือง วันที่ 27 มิ.ย. 2559	36
Thai PR.net วันที่ 30 มิ.ย. 2559	37
บทที่ 5 ภาพ Infographic 1-4	38
ภาคผนวก	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) เป็นองค์กรภายใต้ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เป็นองค์กรจัดการความรู้ และสนับสนุนการผลิตองค์ความรู้ด้านการจัดการปัญหาแอลกอฮอล์ รวมไปถึงการนำองค์ความรู้ไปใช้ในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ โดย ศวส. ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดการปัญหาแอลกอฮอล์ไว้ 5 ด้าน ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ยุทธศาสตร์การสร้างความรู้ (Knowledge generation) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ และสร้างเครือข่ายนักวิชาการเกี่ยวกับเรื่องปัญหาสุรา รวมไปถึงการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของนักวิชาการในประเด็นปัญหาสุรา

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ยุทธศาสตร์การเผยแพร่และขยายการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ทางวิชาการ (Knowledge utilization and distribution) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้จากกิจกรรมวิชาการของเครือข่ายนักวิชาการ ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญเพื่อสนับสนุนกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ รวมไปถึงการเฝ้าระวังข่าว สถานการณ์การบริโภคและผลกระทบและความเคลื่อนไหวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายนักวิชาการ และความร่วมมือระหว่างนักวิชาการกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น (Strengthening network) ทั้งในระดับประเทศ และนานาชาติ ในประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 4: ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพทางวิชาการของกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ (Comprehensive capacity building) เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักวิชาการด้านนโยบายแอลกอฮอล์ของไทย ผ่านกิจกรรมวิชาการในรูปแบบต่างๆ

ยุทธศาสตร์ที่ 5: การบริหารจัดการศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (Institutional management) มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานยุทธศาสตร์ทั้งสี่ด้านข้างต้นอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรของ ศวส.¹

ตามที่ ศวส. มีแผนในการส่งเสริมกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ผ่านการผลักดันนโยบายแอลกอฮอล์ต่างๆ รวมไปถึงการสร้างความรู้ตระหนักให้กับประชาชนถึงผลกระทบจากปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 โดยได้เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างการรับรู้สาธารณะแบบมีส่วนร่วมของประชาชนต่อประเด็นสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งหรือประเด็นที่เป็นที่ถกเถียงในสังคม (Talk of the town) เพื่อเป็นการเฝ้าระวังข่าว สถานการณ์การบริโภคและผลกระทบและความเคลื่อนไหวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์

¹ <http://cas.or.th/>

ในการนี้ บริษัท ซูเปอร์โพล จำกัด พร้อมด้วยเครือข่ายวิชาการผู้เคยมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญ และคุณวุฒิทางการศึกษาด้านระเบียบวิธีวิจัยและการบริหารจัดการนโยบายสาธารณะ รวมไปถึงคณะทำงานที่สามารถเข้าถึงแหล่งข่าวได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ จึงขอเสนอโครงการ สํารวจอย่างเร่งด่วนเกี่ยวกับความคิดเห็นของสาธารณชนต่อประเด็นสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งหรือประเด็นที่เป็นที่ถกเถียงในสังคม (Talk of the town) กรณีศึกษาพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล”

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อสำรวจเร่งด่วนความคิดเห็นของสาธารณชนต่อปัญหาสังคมจากอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งหรือเป็นประเด็นร้อนในสังคม
2. เพื่อเผ่าระวังข่าว สถานการณ์การบริโภคและผลกระทบและความเคลื่อนไหวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์
3. เพื่อค้นหาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อสถานการณ์การบริโภคและผลกระทบและความเคลื่อนไหวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์
4. เพื่อเผยแพร่ผลสำรวจและความคิดเห็นมุมมองของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านอันเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญของการสำรวจ
5. เพื่อเสริมสร้างความตระหนักให้กับประชาชนถึงผลกระทบจากปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งต่อตนเอง ต่อครอบครัว และต่อประเทศชาติ

1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ ศวส. ได้รับข้อมูลด้านความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของสาธารณชนได้อย่างรวดเร็วต่อประเด็นปัญหาสำคัญของสังคมที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. ทำให้ ศวส. สามารถนำความรู้ ผลการศึกษาและข้อมูลสำคัญ มาสื่อสารกับสาธารณชนได้อย่างรวดเร็วฉับไวในเรื่องข้อมูลผลกระทบของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นสาเหตุสำคัญของการกระทำผิดที่ตกเป็นข่าวต่อประชาชน นำไปสู่การเสริมสร้างความตระหนัก และการมีส่วนร่วมต่อกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์

1.4 ขอบเขตการดำเนินงานโครงการ

โครงการศึกษานี้เป็นโครงการนำร่องของการสำรวจแบบเร่งด่วน ซึ่งคณะวิจัย ซูเปอร์โพล และผู้เชี่ยวชาญที่ทั้งสองฝ่ายยอมรับจะตั้งประเด็นสำรวจจากกรณีศึกษาที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งหรือเป็นประเด็นร้อนในสังคมปัญหาที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยในโครงการนำร่องครั้งนี้จะมีขอบเขตประชากรเป็นกลุ่มเฉพาะในระดับพื้นที่ที่เกิดเหตุหรือเป็นพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่ตกเป็นข่าว เช่น กรณีข่าวนักท่องเที่ยวต่างชาติถูกกลุ่มวัยรุ่นที่ดื่มเหล้ารุมทำร้าย การสำรวจแบบเร่งด่วนจะใช้ถ้อยคำของการสำรวจขับเคลื่อนกระตุ้นความรู้สึกของสาธารณชนต่อ ภาพลักษณ์ของประเทศ ความรู้สึกของชาวต่างชาติ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รายได้ของประเทศ และอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลกระทบจนตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งหรือประเด็นร้อนในสังคม ดังนั้น ขอบเขตด้านประชากรจึงขึ้นอยู่กับผลการหารือตกลงร่วมกันของทั้งสองฝ่าย โดยอาจจะเป็นประชาชนทั่วไป หรือประชาชนเฉพาะกลุ่มก็ได้ ภายใต้กรอบระยะเวลา 3 สัปดาห์นับจากวันลงนามสัญญาร่วมกัน

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การสำรวจครั้งนี้ คณะผู้วิจัยประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นระเบียบวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) ในการสำรวจเร่งด่วน เพื่อวัดและประเมินผล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งการนำเสนอสาระสำคัญในบทนี้ จะเป็นการแสดงขั้นตอนและรายละเอียดในการสำรวจตามลำดับ หัวข้อ ดังนี้

1. กลุ่มประชากรเป้าหมายและการสุ่มตัวอย่าง
2. รูปแบบการจัดการในการดำเนินโครงการ
3. ขั้นตอนในกระบวนการดำเนินโครงการ
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. กลุ่มประชากรเป้าหมาย (Target Population) และการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method)

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงขอแสดงให้เห็นกลุ่มประชากรเป้าหมาย อาจเป็นกลุ่มประชากรเฉพาะ หรือ กลุ่มประชากรทั่วไป ขึ้นอยู่กับการตกลงร่วมกันของทั้งสองฝ่ายและ การกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size Determination) ดังต่อไปนี้

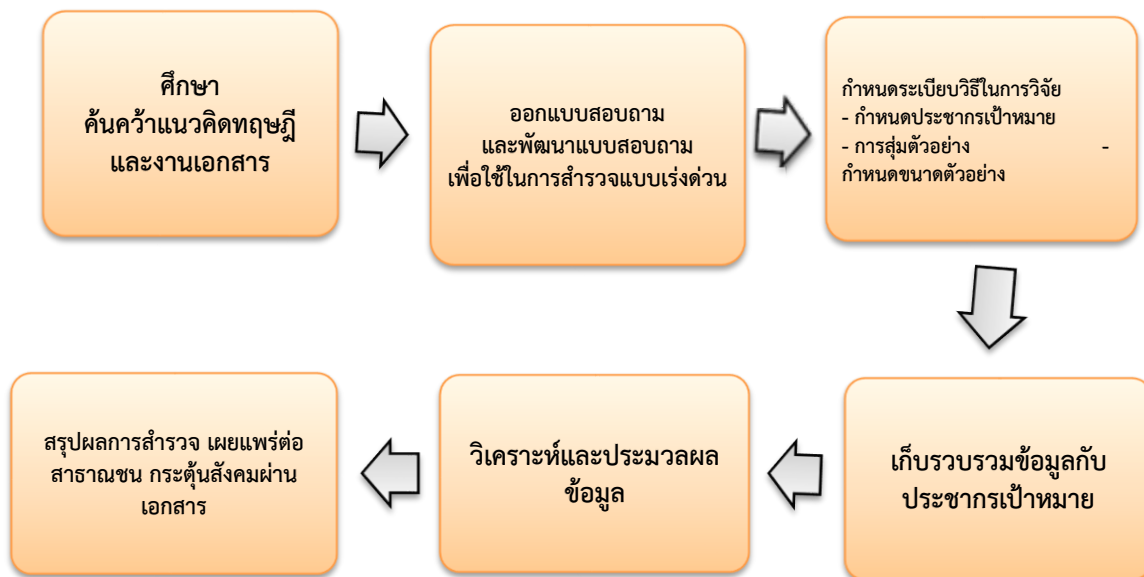
- กลุ่มประชากรเป้าหมาย (Target Population) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ
 - 1.1 ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อายุ 15 ปีขึ้นไป หรือ
 - 1.2 กลุ่มประชาชนที่อยู่บริเวณรอบๆ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือ
 - 1.3 กลุ่มประชากรเฉพาะกลุ่มที่ถูกสนใจศึกษา
- ขนาดตัวอย่าง (Sample Size Determination) ขึ้นอยู่กับสูตรของการกำหนดขนาดตัวอย่างในกรณีที่ทำสำรวจกับประชาชนทั่วไป ต้องรอข้อมูลจากกรณีศึกษาที่ตกเป็นข่าวเหล่านั้นนำมาพิจารณาว่าจะสามารถใช้สูตรทางสถิติได้หรือไม่
- สำหรับการสุ่มตัวอย่าง หากเป็นประชากรเฉพาะกลุ่ม อาจใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเข้าถึงกลุ่มบุคคลนัยสำคัญแวดล้อมสถานการณ์ข่าวที่เกิดขึ้น

2. รูปแบบการจัดการในการดำเนินโครงการ

การวิจัยครั้งนี้ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล ร่วมกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ร่วมกันกำหนดเครื่องมือวัด ตลอดจนกระบวนการต่างๆ ของโครงการวิจัยเพื่อจะได้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุด

3. ขั้นตอนในกระบวนการดำเนินโครงการ

ซึ่งมีการจัดทำขั้นตอนการดำเนินโครงการดังนี้



4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีโครงสร้างคำถามที่ใช้ออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการเก็บข้อมูลทั้งการลงพื้นที่ภาคสนาม (Field survey) โดยประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลลักษณะทางประชากร และข้อมูลในประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์จาก ผู้ให้คำตอบโดยตรง (Personal Interview หรือ Face to face Interview) จากประชากรเป้าหมายตาม ขอบเขตเนื้อหาการวิจัยที่ได้กำหนด

บทที่ 3

ผลการสำรวจ

โครงการสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนระดับพื้นที่ต่อปัญหาสังคมที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งและอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจเร่งด่วนความคิดเห็นของสาธารณชนต่อปัญหาสังคมจากอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งหรือเป็นประเด็นร้อนในสังคม รวมถึงการเฝ้าระวังข่าวสถานการณ์การบริโภคและผลกระทบและความเคลื่อนไหวของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ และวิเคราะห์ เผยแพร่ ผลสำรวจในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเสริมสร้างความตระหนักให้กับประชาชนถึงผลกระทบจากปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งต่อตนเอง ต่อครอบครัว และต่อประเทศชาติ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 15- 18 มิถุนายน 2559 โดยเก็บกับกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง โดยแบ่งการนำเสนอผลสำรวจออกเป็น 3 ครั้ง ดังต่อไปนี้

ครั้งที่ 1 นำเสนอวันศุกร์ที่ 17 มิถุนายน 2559

ครั้งที่ 2 นำเสนอวันอาทิตย์ที่ 19 มิถุนายน 2559

ครั้งที่ 3 นำเสนอวันเสาร์ที่ 25 มิถุนายน 2559

ครั้งที่ 1 นำเสนอวันศุกร์ที่ 17 มิถุนายน 2559



**ชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล เสนอผลวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง
พนันบอลยูโร กับ หน้าเมาในกลุ่มเซียร์บอลยูโร 2016**

ดร.นพดล กรรณิกา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดผลสำรวจเรื่อง พนันบอลยูโร กับ หน้าเมาในกลุ่มเซียร์บอลยูโร 2016 กรณีศึกษาตัวอย่างทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการช่วงวันที่ 15 – 17 มิถุนายน 2559 ที่ผ่านมา พบว่า

ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.6 สนใจติดตามชม ฟุตบอลยูโร 2016 ในขณะที่ร้อยละ 40.4 ไม่สนใจ แต่ที่น่าเป็นห่วงคือ คนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.7 เคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชม ฟุตบอลยูโร ในขณะที่ร้อยละ 40.3 ไม่เคยเจอ และที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่งคือ ส่วนใหญ่ของคนที่เคยเจอกองเชียร์ที่ดื่มเหล้า ดื่มเบียร์หรือร้อยละ 68.0 ระบุเคยเจอเด็กเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ด้วย

เมื่อถามกลุ่มกองเชียร์บอลที่ดื่มบ่อยดื่มประจำว่า การดื่มเหล้า ดื่มเบียร์มีผลกระทบในให้อยากเล่นทายพนันบอลยูโร หรือไม่ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 69.9 ระบุว่า มีผลกระทบในให้อยากเล่นพนันบอลยูโรครั้งนี้ด้วย ในขณะที่ร้อยละ 30.1 ระบุไม่มีผล ส่วนวงเงินที่ตั้งไว้เล่นทายพนันบอลเฉลี่ยอยู่ที่ 2,050 บาท (สองพันห้าสิบบาท) แต่วงเงินที่เตรียมไว้เล่นสูงสุดอยู่ที่ 100,000 บาท (หนึ่งแสนบาท)

ที่น่าเป็นห่วงอีกอย่างหนึ่งคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 88.5 ของคนที่ดื่มระบุ ดื่มไป เซียร์ไป เสี่ยงที่จะนอกใจคู่รักคู่ครองได้ ในขณะที่ร้อยละ 11.5 ระบุไม่มีผล

ดร.นพดล กล่าวว่า ผลสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นสัญญาณเตือนภัยที่น่าเป็นห่วงว่า มีการดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ ในขณะที่เซียร์บอลยูโรครั้งนี้และพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มกองเชียร์ที่ดื่ม ยิ่งไปกว่านั้น ผลสำรวจชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงว่า ดื่มไปเซียร์ไปอาจเสียทั้งเงินและคู่รักคู่ครองไปได้เพราะคนดื่มสูญเสียการควบคุมตัวและการยับยั้งชั่งใจไป

โปรดพิจารณาจาก ตารางที่ 1-6

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ความสนใจติดตามชม ฟุตบอลยูโร 2016

ลำดับที่	ความสนใจติดตามชม	ร้อยละ
1	สนใจติดตามชม	59.6
2	ไม่สนใจ	40.4
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 2 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ เจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชม

ฟุตบอลยูโร

ลำดับที่	ประสบการณ์	ร้อยละ
1	เคยเจอ	59.7
2	ไม่เคย	40.3
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่เคยเจอคนดื่มขณะเชียร์บอล ระบุ เคยเจอ เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีในกลุ่มคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชมฟุตบอลยูโร

ลำดับที่	ประสบการณ์เคยเจอเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีในกลุ่มคนดื่มเหล้า เบียร์	ร้อยละ
1	เคยเจอ	68.0
2	ไม่เคย	32.0
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 4 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ดื่มบ่อยดื่มประจำ ระบุ การดื่มเหล้า เบียร์ มีผลกระตุ้นให้อยากเล่นพนันบอลยูโร

ลำดับที่	ประสบการณ์	ร้อยละ
1	มีผลกระตุ้นให้อยากเล่นพนันบอล	69.9
2	ไม่มีผล	30.1
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ เงินที่เตรียมไว้เล่นทายพนันบอลยูโรครั้งนี้

ลำดับที่	เงินที่เตรียมไว้เล่นทายพนันบอล ยูโร	บาท
1	วงเงินที่เตรียมไว้ เฉลี่ย	2,050
2	วงเงินที่เตรียมไว้เล่นทายพนันบอลยูโร สูงสุด	100,000

ตารางที่ 6 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มเหล้า เบียร์ ขณะเชียร์บอลยูโร เสี่ยงนอกใจคู่รัก

ลำดับที่	ความรู้สึก	ร้อยละ
1	ดื่มไป เชียร์ไป เสี่ยงที่จะนอกใจคู่รัก	88.5
2	ไม่มีผล	11.5
	รวมทั้งสิ้น	100.0



ชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล เสนอผลวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง สัญญาณเตือนภัยพฤติกรรมดื่มน้ำเมาเยาวชนในกระแส บอลยูโรฟีเวอร์ 2016

ดร.นพดล กรรณิกา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดผลสำรวจเรื่อง สัญญาณเตือนภัยพฤติกรรมดื่มน้ำเมา เยาวชนในกระแส บอลยูโรฟีเวอร์ 2016 กรณีศึกษาตัวอย่างทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการช่วงวันที่ 15 – 18 มิถุนายน 2559 ที่ผ่านมา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หรือร้อยละ 88.0 ระบุการดื่มเหล้า เบียร์ ขณะเชียร์บอลยูโรฟีเวอร์ มีผลกระทบต่อปัญหาสุขภาพ ในขณะที่ร้อยละ 22.0 ระบุไม่มีผล เมื่อสอบถามถึงความเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุจากการดื่มไปเชียร์ไป ขับไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 92.5 ระบุ เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ แต่ร้อยละ 7.5 ระบุไม่เสี่ยง

ที่น่าพิจารณาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 97.2 เชื่อว่า โฆษณาแฝงธุรกิจน้ำเมา ช่วงบอลยูโรฟีเวอร์ 2016 มีผลกระทบต่อนักดื่มน้ำเมา เยาวชนใหม่เกิดขึ้น ในขณะที่ ร้อยละ 2.8 เชื่อว่า ไม่มีผล ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อถามถึงโฆษณาน้ำดื่มของบริษัทเบียร์ ว่าเห็นโฆษณาน้ำดื่มแล้วนึกอยากดื่มอะไร แยกตามกลุ่มนักดื่ม พบว่า กลุ่มนักดื่มจัดจำนวนมากหรือร้อยละ 36.4 อยากดื่มทั้งน้ำ และ เบียร์ ร้อยละ 29.5 อยากดื่มเบียร์ มีเพียงร้อยละ 34.1 ที่อยากดื่มแค่เท่านั้น ในขณะที่ กลุ่มนักดื่มไม่จัด จำนวนมากหรือร้อยละ 46.9 อยากดื่มน้ำ แต่เกือบ 1 ใน 3 หรือร้อยละ 32.2 อยากดื่มเบียร์ และร้อยละ 21.0 อยากดื่มทั้งน้ำและเบียร์ อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์เลย ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 77.0 อยากดื่มน้ำเมื่อเห็นโฆษณาน้ำดื่มของบริษัทเบียร์ แต่ ร้อยละ 12.4 อยากดื่มเบียร์ และ ร้อยละ 10.6 อยากดื่มทั้งน้ำและเบียร์ ถึงแม้ในกลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลุ่มคนที่ไม่ดื่มเลยก็ตาม

ดร.นพดล กล่าวว่า ผลสำรวจชี้ให้เห็นชัดเจนว่า ถึงแม้บริษัทเบียร์โฆษณาน้ำดื่มแต่ก็ทำให้คนเกิดความอยากดื่มเบียร์ขึ้นทั้งในกลุ่มนักดื่มจัด กลุ่มนักดื่มไม่จัด และกลุ่มที่ไม่ดื่มเลย และถ้าวิเคราะห์เจาะลึกจะพบว่า ผลของการโฆษณาน้ำดื่มของบริษัทเบียร์ส่งผลทำให้คนส่วนใหญ่อยากดื่มเบียร์ถึงแม้จะเป็นการโฆษณาน้ำดื่มก็ตาม ดังนั้นประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 79.4 ระบุถึงเวลาแล้วที่จะเรียกร้อง บิ๊กตู พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้แก้กฎหมายเพิ่มโทษ เหตุเพราะมีผู้ฝ่าฝืนขาย ดื่มน้ำเมา แก่เด็กเยาวชน ขณะเชียร์บอลยูโรฟีเวอร์ในที่สาธารณะและเป็นเหตุ ทะเลาะวิวาท ตีกัน บาดเจ็บและตาย ในขณะที่ร้อยละ 20.6 ระบุยังไม่ถึงเวลา

โปรดพิจารณาจาก ตารางที่ 1-5

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ผลกระทบจากการดื่มน้ำเมาขณะเชียร์บอลยูโรฟีเวอร์

ต่อปัญหาสุขภาพ

ลำดับที่	ผลกระทบของ ดื่มไป เชียร์ไป ต่อปัญหาสุขภาพ	ร้อยละ
1	มีผลกระทบ	88.0
2	ไม่มีผล	22.0
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 2 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ความเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุจาก ดื่มไป เชียร์ไป
ขับไป

ลำดับที่	ความเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุ จาก ดื่มไป เชียร์ไป ขับไป	ร้อยละ
1	เสี่ยง เกิดอุบัติเหตุ	92.5
2	ไม่เสี่ยง	7.5
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ผลกระตุ้นนักดื่มหน้าเมา หน้าใหม่ จากโฆษณา
ของธุรกิจแฝงในช่วงบอလยูโร

ลำดับที่	ผลกระตุ้นนักดื่มหน้าเมา หน้าใหม่ จากโฆษณาแฝงธุรกิจหน้าเมา ช่วง บอลยูโร	ร้อยละ
1	มีผลกระตุ้นนักดื่มหน้าเมา เข้าวชน หน้าใหม่	97.2
2	ไม่มีผล	2.8
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 4 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ความอยากดื่ม ระหว่างเชียร์บอลยูโร เมื่อเห็น
โฆษณาหน้าดื่มของบริษัท เบียร์ แยกตามกลุ่มนักดื่ม

ลำดับที่	ความอยากดื่ม ระหว่างเชียร์บอ ลยูโร เมื่อเห็นโฆษณาหน้าดื่ม	นักดื่มจัด	นักดื่มไม่จัด	ไม่ดื่มเลย
1	อยากดื่มหน้า	34.1	46.9	77.0
2	อยากดื่ม เบียร์	29.5	32.2	12.4
3	อยากดื่มทั้ง หน้า และ เบียร์	36.4	21.0	10.6
	รวมทั้งสิ้น	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ถึงเวลา เรียกร้อง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชาแก้
กฎหมายเพิ่มโทษผู้ฝ่าฝืนขาย ดื่ม หน้าเมา แก่เด็กเยาวชน ขณะเชียร์บอลยูโร ในที่

สาธารณะและเป็นเหตุ ทะเลาะวิวาท ตีกัน บาดเจ็บ และตาย

ลำดับที่	ถึงเวลา เร็วกว่า ร่วง พ.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา แก้กฏหมายเพิ่มโทษเอา ผิดคนฝ่าฝืนขาย ต้ม น้ำเมา แก่เด็กเยาวชน ขณะเชียร์บอลในที่ สาธารณะ	ร้อยละ
1	ถึงเวลาแล้ว	79.4
2	ยังไม่ถึงเวลา	20.6
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ครั้งที่ 3 นำเสนอวันเสาร์ที่ 25 มิถุนายน 2559



ชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล เสนอผลวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง พนันบอลยูโร น้ำเมา กับความสุข ของกลุ่มเชียร์บอล

ดร.นพดล กรรณิกา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดผลสำรวจเรื่อง พนันบอลยูโร น้ำเมา กับความสุข ของกลุ่มเชียร์บอล กรณีศึกษาตัวอย่าง ทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,300 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการ ช่วงวันที่ 19 - 24 มิถุนายน 2559 ที่ผ่านมา พบว่า เมื่อคะแนนความสุขเต็มอยู่ที่ 10 คะแนน

กลุ่มเชียร์บอลปลอดน้ำเหมายมีความสุขมากกว่า กลุ่มเชียร์บอลที่ดื่มน้ำเมา โดยพบว่า กลุ่มเชียร์บอลที่ไม่ดื่มน้ำเหมายขณะเชียร์บอลมีความสุขอยู่ที่ 6.78 คะแนน แต่กลุ่มเชียร์บอลที่เชียร์ไป เมาไป มีความสุขที่ต่ำกว่าคือ 5.45 และกลุ่มเชียร์บอลที่เล่นทายพนันบอลยูโรมีความสุขที่ 5.27 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มคนเชียร์บอลที่ไม่เล่นทายพนันที่มีความสุขสูงกว่าที่ 6.87

ในขณะที่เดียวกันกลุ่มเชียร์บอลที่เห็นคนเมา ตีกัน ขวางปาขวดเหล้าขวดเบียร์ มีความสุขต่ำกว่าคือ 5.63 แต่กลุ่มเชียร์บอลที่ไม่เห็นคนเมา ทะเลาะกันขณะเชียร์บอลมีความสุขสูงกว่าอยู่ที่ 6.97 ยิ่งไปกว่านั้น คนเชียร์บอลที่เห็นการขายเหล้า เบียร์ให้เด็กเยาวชน มีความสุขต่ำกว่า คือ 5.67 แต่คนเชียร์บอลที่ไม่เห็นการขายเหล้าเบียร์ให้เด็ก มีความสุขสูงกว่าคือ 6.76 ตามลำดับ

ที่น่าเป็นห่วงคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 58.3 เคยเห็นวัยรุ่นเมา ขวางปาขวดเบียร์ ตีกันบาดเจ็บ และร้อยละ 47.1 เคยเห็นเด็กวัยรุ่น เมา ตีกัน บาดเจ็บขณะเชียร์บอล

ผู้อำนวยการสำนักวิจัย ซูเปอร์โพล กล่าวว่า ผลสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การพนัน ชันต่อ กับ น้ำเมา ทำให้ทุกข์ ถึงจะได้จะเสีย ได้เมา ไม่มีสุขเท่ากับการเชียร์บอลปลอดน้ำเมาและไม่เล่นการพนัน และยังทำให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมาในสายตาของประชาชนที่เห็นได้ชัดเจน เช่น การทะเลาะวิวาท ขวางปาขวดเหล้า ขวดเบียร์ ตีกัน บาดเจ็บ เป็นต้น

โปรดพิจารณาจาก ตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ความสุขของกลุ่มเชียร์บอล เมื่อคะแนนเต็ม 10
คะแนน แยกตามประเภทคนเชียร์บอล

ลำดับที่	กลุ่มเชียร์บอล	ค่าความสุข เมื่อคะแนนเต็ม 10
1	กลุ่มเชียร์บอลที่เล่นท่ายพนันบอลยูโร	5.27
2	กลุ่มเชียร์บอลที่ไม่เล่นท่ายพนันบอลฯ	6.87
3	กลุ่มเชียร์ที่เห็น คนเมา ตีกัน ขวางป่าขวดเหล้า ขวดเบียร์	5.63
4	กลุ่มเชียร์ที่ไม่เห็น คนเมา ทะเลาะกันขณะเชียร์บอล	6.97
5	กลุ่มเชียร์บอลที่ เห็นการขายเหล้า เบียร์ให้เด็ก เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี	5.67
6	กลุ่มเชียร์บอลที่ไม่เห็น การขายเหล้า เบียร์ให้เด็ก เยาวชน	6.76
7	กลุ่มเชียร์บอลที่ เชียร์ไป เมาไป	5.45
8	กลุ่มเชียร์บอลที่ ไม่ดื่มหน้าเมา ขณะเชียร์บอล	6.78

ตารางที่ 2 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ประสบการณ์พบเห็น วัยรุ่น เมา ขวางขวดเบียร์ ตีกัน บาดเจ็บ แยกตาม กลุ่มเชียร์บอล และคูคองเสิร์ต

ลำดับที่	ประสบการณ์ พบเห็น	ร้อยละ
1	เคยพบเห็น วัยรุ่นเมา ตีกัน บาดเจ็บ ในงานคอนเสิร์ต	58.3
2	เคยพบเห็น วัยรุ่น เมา ตีกัน เวลา เชียร์บอล	47.1

บทที่ 4

ผลตอบรับจากสื่อมวลชน

หัวข้อข่าว ชมรมขับเคื้อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำหรับวิจัย ซูเปอร์โพล เสนอผลวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง พนันบอลยูโร กับ น้ำเมาในกลุ่มเซียร์บอลยูโร 2016

1. เดลินิวส์ ออนไลน์ วันที่ 17 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.dailynews.co.th/sports/503137>)

เมื่อวันที่ 17 มิ.ย. นายพอล กรรณิกา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดผลสำรวจเรื่อง "พนันบอลยูโร กับ น้ำเมาในกลุ่มเซียร์บอลยูโร 2016" กรณีศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการช่วงวันที่ 15-17 มิ.ย.ที่ผ่านมา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.6 สนใจติดตามชมฟุตบอลยูโร 2016 ขณะที่ร้อยละ 40.4 ไม่สนใจ แต่ที่น่าสนใจคือ คนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.7 เคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชมฟุตบอลยูโร ในขณะที่ร้อยละ 40.3 ไม่เคยเจอ และที่น่าสนใจอย่างหนึ่งคือ ส่วนใหญ่ของคนที่เคยเจอคนดื่มเบียร์ที่ดื่มเหล้า ดื่มเบียร์หรือร้อยละ 68.0 ระบุเคยเจอเด็กเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ด้วย

เมื่อถามถึงคนดื่มเบียร์ที่ดื่มบ่อยดื่มประจำว่า การดื่มเหล้า ดื่มเบียร์มีผลกระตุ้นให้ออกเล่นพนันบอลยูโรหรือไม่ พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 69.9 ระบุว่า มีผลกระตุ้นให้ออกเล่นพนันบอลยูโรครั้งนี้ด้วย ในขณะที่ร้อยละ 30.1 ระบุว่าไม่มีผล ส่วนวงเงินที่ตั้งไว้เล่นพนันบอลยูโรเฉลี่ยอยู่ที่ 2,050 บาท แต่วงเงินที่เตรียมไว้เล่นสูงสุดอยู่ที่ 100,000 บาท ที่น่าเป็นห่วงอีกอย่างหนึ่งคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 88.5 ของคนที่ดื่มเบียร์ ดื่มไป เบียร์ไป เสียเงินที่นอกใจคู่รักคู่ครองได้ ในขณะที่ร้อยละ 11.5 ระบุว่าไม่มีผล

นายพอล กล่าวว่า ผลสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นสัญญาณเตือนภัยที่น่าเป็นห่วงว่า มีการดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ในขณะที่ชมฟุตบอลยูโรครั้งนี้และพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนดื่มเบียร์ที่ดื่ม ยิ่งไปกว่านั้น ผลสำรวจชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงว่า ดื่มไป เบียร์ไปอาจเสียเงินและคู่รักคู่ครองไปได้ เพราะคนดื่มสูญเสียการควบคุมตัวและการยับยั้งชั่งใจไป.

2. เว็บบอร์ดออนไลน์ วันที่ 17 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <https://sports.kachon.com/51930>)

ซูเปอร์โพล' ขึ้นมาแล้วกระตุ้นคนเล่นพนันบอลมากขึ้น

Webmaster 2016-06-17 10:17:00 35

ฉบับสมบูรณ์เนื้อหา

เคล็ดลับ

เมื่อวันที่ 17 มิ.ย. นายพลท ธรรมดา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดผลสำรวจ เรื่อง 'พนันบอลยูโร กับ นำมาในกลุ่มเชียร์บอลยูโร 2016' กรณีศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัยระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการช่วงวันที่ 15-17 มิ.ย. ที่สำเนา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.6 สนใจติดตามชมฟุตบอลยูโร 2016 ขณะที่ร้อยละ 40.4 ไม่สนใจ แต่ที่น่าสนใจเป็นวงกว้าง คนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.7 เคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชมฟุตบอลยูโร ในขณะที่ ร้อยละ 40.3 ไม่เคยเจอ และที่น่าสนใจอย่างหนึ่งคือ ส่วนใหญ่ของคนที่เคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชมฟุตบอลยูโร ในขณะชม ภายหลังค่าว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ด้วย

เมื่อถามถึงคนเชียร์บอลที่ดื่มเหล้าเป็นประจำว่า การดื่มเหล้า ดื่มเบียร์มีผลกระตุ้นให้อยากเล่นทายพนันบอลยูโรหรือไม่ พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 69.9 ระบุว่า มีผลกระตุ้นให้อยากเล่นพนันบอลยูโรครั้งนี้ด้วย ในขณะที่ร้อยละ 30.1 ระบุไม่มีผล ส่วนวงเงินที่ค้ำใจเล่นทายพนันบอลเฉลี่ยอยู่ที่ 2,050 บาท แต่วงเงินที่เตรียมไว้เล่นสูงสุดอยู่ที่ 100,000 บาท ที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 88.5 ของคนที่ดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ เบียร์ จะเลิกใจตุ๋นตุ๋นตัวเองได้ ในขณะที่ร้อยละ 11.5 ระบุไม่มีผล

นายพลท ทกล่าว ผลสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นสัญญาณเตือนภัยที่น่าเป็นห่วงว่า มีการดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ในขณะเชียร์บอลยูโรครั้งนี้และพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนเชียร์ที่ดื่ม ซึ่งไปกว่านั้น ผลสำรวจชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงว่า ดื่มไปเบียร์ไปอาจเสียเงินและสุขภาพของตัวเองไปเสีย เพราะคนดื่ม สูญเสียการควบคุมตัวและการยับยั้งชั่งใจไป

3. สำนักข่าวนิวส์คอนเนคท์ วันที่ 18 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.newsconnect.co.th/newsdetail.php?typenews=3&idnews=9294>)

NEWS CONNECT
สำนักข่าวนิวส์คอนเนคท์

ติดตามเราได้ที่ :    

ซูเปอร์โพลชี้เยาวชนร่วมก๊งดื่มเชียรบอลยูโร

วันที่ 18 มิถุนายน 2559 เปิดอ่านแล้ว 105 ครั้ง

 แชร์ 8  ทวีต

สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดผลสำรวจเรื่อง พนันบอลยูโร กับน้ำเมาในกลุ่มเชียรบอลยูโร 2016 กรณีศึกษา ตัวอย่างทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง

จากการสำรวจพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 59.6 สนใจติดตามชมฟุตบอลยูโร 2016 ในขณะที่ร้อยละ 40.4 ไม่สนใจ แต่ที่น่าสนใจคือ คนส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 59.7 เคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชมฟุตบอลยูโร ในขณะที่ ร้อยละ 40.3 ไม่เคยเจอ นอกจากนี้ ยังพบว่า ส่วนใหญ่ของคนที่เคยเจอองเชียรที่ดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ หรือร้อยละ 68.0 เคยเจอเด็กเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในกลุ่มคนดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ด้วย

ทั้งนี้ เมื่อถามกลุ่มองเชียรบอลที่ดื่มบ่อยดื่มประจำว่า การดื่มเหล้า ดื่มเบียร์มีผลกระตุ้นให้อยากเล่นพนันบอลยูโรหรือไม่ พบว่าส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 69.9 ระบุว่า มีผลกระตุ้นให้อยากเล่นพนันบอลยูโรครั้งนี้ด้วย ในขณะที่ ร้อยละ 30.1 ระบุว่า ไม่มีผล ส่วนวงเงินที่ตั้งใจเล่นพนันบอลเฉลี่ยอยู่ที่ 2,050 บาท แต่วงเงินที่เตรียมไว้เล่นสูงสุดอยู่ที่ 100,000 บาท

ที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งคือ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 88.5 ของคนที่ดื่ม ระบุว่าดื่มไปเชียร์ไป เสี่ยงที่จะนอกใจคู่รักคู่ครองได้ ในขณะที่ร้อยละ 11.5 ระบุว่าไม่มีผล

4. สำนักข่าว อสมท. วันที่ 17 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://mcot-web.mcot.net/9ent/view.php?id=57638ca59381634aa08b482d>)



สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เผยผลสำรวจเรื่อง "พนันบอลยูโร กับ น้ามาโบกลุ่มเชียร์บอลยูโร 2016" พบประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 59.6 สนใจติดตามชมฟุตบอลยูโร 2016 // โดยกลุ่มกองเชียร์บอลที่ดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ร้อยละ 69.9 ระบุว่า มีผลกระตุ้นให้อยากเล่นพนันบอลยูโรครั้งนี้ ซึ่งร้อยละ 68.0 ระบุเคยพบเด็กเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ด้วย ส่วนวงเงินที่ตั้งไว้เล่นทายพนันบอลเฉลี่ยอยู่ที่ 2,050 บาท แต่วงเงินที่เตรียมไว้เล่นสูงสุดอยู่ที่ 100,000 บาท

5. สำนักข่าว ไทยรัฐออนไลน์ 17 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.thairath.co.th/content/640816>)

พล ชี ต้มเหล้าเชียร์บอลยูโร เพิ่มฉันทัน เสี่ยงนอกใจแฟนสูงถึง 88.55%

โดย ไทยรัฐออนไลน์ 17 มิ.ย. 2559 15:14

327 ครั้ง

SUPER POLL

ความเห็น	โหวตซ้ำนี้	รวมแล้ว
ชอบ	100.0%	
ไม่ชอบ	0.0%	
สนุก	0.0%	
ประหลาดใจ	0.0%	
เสียใจ	0.0%	
โห่ทำสงใจ	0.0%	

ซูเปอร์โพล เผยคนส่วนใหญ่ 59.7% เจอนักดื่มระหว่างเชียร์บอลยูโร สุดถึง 68% เคยเห็นเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีร่วมถึง พบคอตแดงมีโอกาสนำพันสูงถึง 69.9% และเสี่ยงที่จะนอกใจแฟนสูงถึง 88.55%...

เมื่อวันที่ 17 มิ.ย. ดร.นพพล วรรณิกา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดตัวผลสำรวจเรื่อง พนันบอลยูโร กับน้ำเมาในกลุ่มเชียร์บอลยูโร 2016 กรณีศึกษาตัวอย่างทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง

จากการสำรวจพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 59.6 สนใจติดตามชมฟุตบอลยูโร 2016 ในขณะที่ร้อยละ 40.4 ไม่สนใจ แต่ที่น่าสนใจคือคนส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 59.7 เคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชมฟุตบอลยูโร ในขณะที่ร้อยละ 40.3 ไม่เคยเจอ นอกจากนี้ ยังพบว่าส่วนใหญ่ของคนที่เคยเจอคนเชียร์ที่ดื่มเหล้า ต้มเบียร์ หรือร้อยละ 68.0 ระบุเคยเจอเด็กเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนดื่มเหล้า ต้มเบียร์ด้วย

ทั้งนี้ เมื่อถามกลุ่มกองเชียร์บอลยูโรที่ดื่มบ่อยดื่มประจำว่า การดื่มเหล้า ต้มเบียร์มีผลกระทบอย่างไรในการเล่น พนันบอลยูโร หรือไม่ พบว่าส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 69.9 ระบุว่า มีผลกระทบให้อยากเล่นพนันบอลยูโรครั้งนี้ด้วย ในขณะที่ ร้อยละ 30.1 ระบุไม่มีผล ส่วนวงเงินที่ตั้งใจในเล่นพนันบอลยูโรเฉลี่ยอยู่ที่ 2,050 บาท แลวงเงินที่เตรียมไว้เล่นสูงสุดอยู่ที่ 100,000 บาท

"ที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งคือ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 88.5 ของคนที่ดื่ม ระบุ ต้มไปเชียร์ไปเสี่ยงที่จะนอกใจคู่รักคู่ครองได้ ในขณะที่ร้อยละ 11.5 ระบุไม่มีผล" ดร.นพพล กล่าว

ดร.นพพล กล่าวว่า ผลสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นสัญญาณเตือนภัยที่น่าเป็นห่วงว่า มีการดื่มเหล้า ต้มเบียร์ ในขณะที่เชียร์บอลยูโรครั้งนี้ และพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มกองเชียร์ที่ดื่ม ยิ่งไปกว่านั้น ผลสำรวจชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงว่า ต้มไปเชียร์ไปอาจเสียทั้งเงิน และคู่รักคู่ครองไปได้ เพราะคนดื่มสูญเสียการควบคุมตัวและการยับยั้งชั่งใจไป

7. เว็บบ์กีฬา 360 วันที่ 17 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.keela360.com/home/view.aspx?id=10721>)



← → C K www.keela360.com/home/view.aspx?id=10721

Keela 360 THE WORLD OF SPORTS

แฟรนไชส์รักกีฬา
สวยแล้วใส่ใจทุกเทรนด์

หน้าแรก | รับอรุณนิวส์ | กอสซิป360 | บมสุขภาพ | ขอตเด็ดกีฬา | กีฬาไซ

NEWS 360 » ข่าวในประเทศ RSS

ผลโพลชี้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีผลกระทบใ้คนไทยอยากเล่นพนันฟุตบอลยูโร 2016

17 มิถุนายน 2559

Tweet +1 0 แชร 0



นายพอล กรรณิภา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดเผยผลสำรวจความเห็นเรื่อง "พนันบอลยูโร กับ นำมาไขกลุ่มเชียร์บอลยูโร 2016" โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง ในระหว่างวันที่ 15-17 มิถุนายน ซึ่งพบว่า ประชาชน ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.6 สนใจติดตามชมฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติ "ยูโร 2016"

โดยผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 59.7 ระบุว่าเคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ในระหว่างที่ติดตามชมศึกฟุตบอลยูโร ซึ่งคนที่เจอ กองเชียร์เหล้าถึงร้อยละ 68.0 ระบุว่า เคยเจอเด็กเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในกลุ่มคนดื่มเหล้า และเบียร์ด้วย

ขณะที่กลุ่มแฟนบอลที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำอยู่แล้ว ร้อยละ 69.9 ยอมรับว่า การดื่มเหล้า เบียร์ มีผลกระทบใ้คนไทยอยากเล่นพนันบอลยูโร โดยมีเพียงร้อยละ 30.1 ที่ระบุว่าไม่มีผล ส่วนวงเงินที่ส่งไว้เล่นพนันบอลเฉลี่ยอยู่ที่ 2,050 บาท แต่วงเงินที่เตรียมไว้เล่นสูงสุดอยู่ที่ 100,000 บาท นอกจากนี้ กลุ่มแฟนบอลที่ดื่มเหล้า เบียร์ ถึงร้อยละ 88.5 ยังยอมรับด้วยว่า การดื่มไป เชียร์บอลไป มีความเสี่ยงที่จะบอ้ใจสุจริตจริงได้

8. เว็บบไทยโพสต์ วันที่ 18 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.thaipost.net/?q=ประยุทธ์ตอกยา-พนันพาฉิมหาย-ยิ่งกว่า10ไฟไหม้>)

www.thaipost.net/?q=ประยุทธ์ตอกยา-พนันพาฉิมหาย-ยิ่งกว่า10ไฟไหม้

ไทยโพสต์

หน้าหลัก | เปิด สิวเงิน | มทธรณาศีการ | ทุนชุนน้อย | ฉานเอาเรื่อง | การเมือง | เศรษฐกิจ | การศึกษา | สาข

Home >

ประยุทธ์ตอกยา พนันพาฉิมหาย! ยิ่งกว่า10ไฟไหม้

Saturday, June 18, 2016 - 00:01

คืนความสุข ให้คนในชาติ

and global development agenda .

นายกฯ ย้ำเตือนเมววชน "ไฟไหม้สิบครั้งไม่เท่าเสียพนันครั้งเดียว" ฉลาดล่าสูงจรรยาพร พนันมอดูโรหลายอนาคต
วอนพ่อแม่ผู้ปกครองดูแลลูกหลานไม่เชื่อบริษัทมีความผิด ผลสำรวจประชาชนตั้งงบได้เสียตั้งแต่รายละ 2 พันบาทถึง
1 แสน แคมเปญได้้นำมาไป เสียตกรอกการอกใจถูกรอก

ขณะที่กระทรวงสาธารณสุข 2016 กำลังรอกงาสังคมไทย พค.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ออกมาเตือน
ประชาชนผ่านรายการ "คืนความสุขให้คนในชาติ" เมื่อวันศุกร์ที่ผ่านมาว่า ตนสนับสนุนให้ประชาชนเมววชนเล่นกีฬา
เพื่อสุขภาพ ชมกีฬาเพื่อความบันเทิง เพื่อการศึกษา แต่โบราณว่าไฟไหม้สิบครั้งไม่เท่าเสียพนันครั้งเดียว ดังนั้นจึงมี
ความเป็นห่วงเป็นใยอกหลานเมววชน เกี่ยวกับการพนันมอด และการกระทำผิดกฎหมาย ซึ่งอาจจะพลาดพลั้งได้โดย
ง่ายจากความไม่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ อาจตกเป็นเหยื่อของการพนัน จากความรู้สึกสนุกตื่นเต้นเพียงชั่วครั้งชั่วคราว หรือผล
ดอมแทนที่สอใจ จนขาดสติขาดความยับยั้งชั่งใจ ส่งผลให้เกิดการเวียน เสียอนาคต เสียสุขภาพ เกิดหนี้สิน พ่อแม่
เดือดร้อน เกิดปัญหาทำร้ายร่างกายหรือการคิดสั้นฆ่าตัวตาย ซึ่งเป็นวงจรรยาพร

นายกฯ กล่าววว่า ได้สั่งการเมววหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสถานศึกษาให้มีการบังคับใช้กฎหมายกับผู้ที่ฝ่าฝืนเล่น
การพนัน นอกจากนี้ ขอให้พ่อแม่ผู้ปกครองเอาใจใส่ดูแลบุตรหลานอย่างใกล้ชิด เพื่อช่วยเตือนเพื่อน รวมทั้ง
สื่อมวลชนต้องออกมาชี้ให้เห็นถึงผลกระทบของการพนันอย่างต่อเนื่อง คือชักชวนให้คนดูให้คนส่งไปรษณียมอดได้ แต่
ก็เตือนด้วยว่าอย่าเล่นการพนัน ส่วนเจ้ามือที่เปิดรับแทงมอดอาจจะต้องเข้าข่ายความผิดฐานฟอกเงินอีกด้วย
โดยอาจจะมีการยึดทรัพย์สินผู้กระทำผิด

"ขณะที่เมววกับผมอยากฝากไปถึงผู้ปกครองให้ช่วยดูแลบุตรหลานของท่าน ไม่ให้อกหลานเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการพนัน
เพราะตัวผู้ปกครองอาจมีความผิดฐานปลอกปลอกละเลว รวมถึงเมววชนที่อาจเข้าไปเกี่ยวข้องกับการพนันนั้น ก็อยากให้
เด็กพูดสิกรรตงกล่าววระคน เพราะอาจทำให้เสียประวัติและเสียอนาคตได้ระคน"

นายพลต กรรณิกา ประธานชมรมขับเค็สอริชการเพื่อริจิมความสุขชมชน สำนักริจิมชูเปอร์โพล เปิดผลสำรวจเรื่อง
พนันมอดูโรกับนำมอกเมววชมเชิสร่มมอดูโร 2016 พบวว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.6 สนใจคิดตามชมพมอด
ดูโร 2016 ซึ่งในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ตั้งเมววเสียระหว่างชม และมีประเด็นที่น่าสนใจตามมวว่า การตั้งเมววเสียผิดกระ
ตงไฟอยากเล่นหายพนันมอดูโรครั้งี่คือย ส่วนวงเงินที่สั่งไว้เล่นหายพนันมอดูโรเสียอยู่ที่ 2,050 บาท สูงสุดอยู่ที่
100,000 บาท ไม่แต่เท่านี้เพราะผลสำรวจร้อยละ 88.5 ของคนที่ระบุตั้งเมววไปเสียไม่เสียที่จะอกใจถูกรอกได้

ด้านการปรามปรามการพนันมอดูโรยังมีางประปราย ที่จังหวัดตาก ตำรวจ มก.ท.จ.ว.ฉากจับกุมนักพนัน 4 ราย ประกอบด้วย
นายวรณอิน เข็มม่อน อายุ 49 ปี เจ้ามือ, นายฉิมพงษ์ สิงอกลย อายุ 58 ปี, นายกฤษดา สารรดใจ อายุ 27 ปี
และนายชายญ มัวจันทร อายุ 48 ปี.

9. เว็บไซต์รัฐออนไลน์ วันที่ 19 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.thairath.co.th/content/641931>)

www.thairath.co.th/content/641931

ไทยรัฐออนไลน์
วันอาทิตย์ที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

ข่าว | หนังสือพิมพ์ | ไทยรัฐทีวี | ดูย้อนหลัง | โฟล์ด | Social BUZZ | คอลัมน์ | นิยายไทยรัฐ | กลิปข่าว | ทีวีออนไลน์ | เกม | เกมออนไลน์ | การศึกษา | สาธารณสุข | สิวแฉกออนไลน์

หน้าหลัก / ทั่วไป / การศึกษา

Iwa 97.2% ซึ่โฆษณาแฝงน้ำเมาช่วยบอลยูโร เพิ่มนักดื่มไร้หน้าใหม่

โดย ไทยรัฐออนไลน์ 19 มิ.ย. 2559 13:46

358 ครั้ง

ซูเปอร์โพลเผย 97.2% เชื่อโฆษณาแฝงธุรกิจน้ำเมาช่วยบอลยูโร กระตุ้นนักดื่มไร้หน้าใหม่ ขณะที่ 79.4% อยากให้รัฐแก้กฎหมายเพิ่มโทษผู้ฝ่าฝืนขายน้ำเมาแก่เด็กเยาวชน ซึ่งเป็นเหตุให้ทะเลาะวิวาท...

เมื่อวันที่ 19 มิ.ย.ดร.บทสด วรรณิกา ประธานชมรมจับเด้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดตัวสำรวจเรื่อง สัญญาณเตือนภัยต่อธุรกิจน้ำเมาเยาวชน ในกระแสบอลยูโรฟีเวอร์ 2016 กรณีศึกษาตัวอย่างทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัยที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง พบว่า การดื่มเหล้า เบียร์ ขณะเชียร์บอลยูโร มีผลกระทบทางลบต่อสุขภาพ ร้อยละ 88.0 ระบุ ในขณะที่ ร้อยละ 22.0 ระบุไม่มีผล เมื่อสอบถามถึงความเสี่ยงเกิดอุบัติเหตุจากการดื่มไป เชียร์ไป ขับไป ของผู้ดองเบบสองสาม พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 92.5 ระบุเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ แต่ร้อยละ 7.5 ระบุไม่เสี่ยง

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าโฆษณาแฝงธุรกิจน้ำเมา ช่วงบอลยูโรฟีเวอร์ 2016 มีผลกระตุ้นนักดื่มน้ำเมาเยาวชนใหม่เกิดขึ้น ร้อยละ 97.2 ในขณะที่ ร้อยละ 2.8 เชื่อว่าไม่มีผล นอกจากนี้เมื่อถามถึงโฆษณา น้ำดื่มของบริษัทยาเบียร์ว่า เห็นโฆษณาบ้างแล้วบ้างหรือไม่อีกกี่คน พบว่า กลุ่มนักดื่มจำนวนมาก หรือร้อยละ 36.4 อดอยากดื่มบ้างแล้วบ้าง ร้อยละ 29.5 อดอยากดื่มเบียร์ มีเพียงร้อยละ 34.1 ที่อดอยากดื่มแต่บ้างเท่านั้น

ส่วนกลุ่มนักดื่มไม่จัดจำนวนมาก หรือร้อยละ 46.9 อดอยากดื่มบ้าง แต่เกือบ 1 ใน 3 หรือร้อยละ 32.2 อดอยากดื่มเบียร์ และร้อยละ 21.0 อดอยากดื่มทั้งน้ำและเบียร์

อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์เลยส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 77.0 อดอยากดื่มบ้างเมื่อเห็นโฆษณาบ้างดื่มของบริษัทยาเบียร์ และร้อยละ 12.4 อดอยากดื่มเบียร์ และ ร้อยละ 10.6 อดอยากดื่มทั้งน้ำและเบียร์ ถึงแม้ในกลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลุ่มคนที่ไม่ดื่มเลยก็ตาม

ดร.บทสด กล่าวหา ผลสำรวจชี้ให้เห็นชัดเจนว่า สังคมบริษัทยาเบียร์โฆษณาบ้างดื่มแล้วทำให้คนเกิดตามอยากดื่มเบียร์ขึ้น ทั้งในกลุ่มนักดื่มจัด กลุ่มนักดื่มไม่จัด และกลุ่มที่ไม่ดื่มเลย และถ้าวิเคราะห์เจาะลึกพบว่า ผลของการโฆษณาบ้างดื่มของบริษัทยาเบียร์ ส่งผลทำให้คนส่วนใหญ่อดอยากดื่มเบียร์ ถึงแม้จะเป็นการโฆษณาบ้างดื่มก็ตาม

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งเวลาสำรวจที่ระบุคือ พ.ศ. ๒๕๖๒ ระบุด้วย จึงหวังให้ ภาครัฐช่วยแก้ไขกฎหมายเพิ่มโทษ เหตุเพราะมีผู้ฝ่าฝืนขายน้ำเมาแก่เด็กเยาวชน ขณะเชียร์บอลยูโรในกีฬาสาธารณะ และเป็นเหตุทะเลาะวิวาท ตีกัน ฆาตกรรมและตาย ถึงร้อยละ 79.4 ระบุ ในขณะที่ ร้อยละ 20.8 ระบุว่ายังไม่ถึงเวลา

หัวข้อข่าว ชมรมขับเคื้ออหวิซการเพือวิจยความสุขชุมชน สำหนักวิจย ซูเปอร์โพล
เสนอผลวิจยเชิงสำรวจ เรื่อง พนันบอลยูโร น้าเมา กับความสุข ของกลุ่มเชียร์บอล

1. ไทยรัฐออนไลน์ 25 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.thairath.co.th/content/647061>)

ซูเปอร์โพล ชี้ คนไม่ดื่มเชียร์บอลยุโรป มีสุขมากกว่า สลดเห็นใจเมาติดกัน

ไทยรัฐออนไลน์ 25 มิ.ย. 2559 15:55

207 ครั้ง

LINE IT! 718 Tweets

ซูเปอร์โพล แยกกลุ่มเชียร์บอลไปเมาไป มีความสุขเพียง 5.45 จากเต็ม 10 ปล่อยให้คนไม่ดื่มขมและเชียร์บอลที่มีความสุข 6.78 คะแนน ส่วนใหญ่ 58.3% เคยเห็นใจเมาแล้วติดกันจนเจ็บ...

เมื่อวันที่ 25 มิ.ย. 59 นพ.อดิ การณีกา ประธานชมรมมีเดชั่นวิจัยการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดผลสำรวจเรื่อง พนันบอลยูโร นำมา กับความสุข ของกลุ่มเชียร์บอล จากคะแนนความสุขเต็มอยู่ที่ 10 คะแนน กรณีศึกษาสำรวจแบ่งทุกสาขาอาชีพ ทุกเขต ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,300 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มเชียร์บอลไปเมาไปมีความสุขมากกว่า กลุ่มเชียร์บอลที่ดื่มไปเมา โดยพบว่ากลุ่มเชียร์บอลที่ไม่ดื่มไปเมาและเชียร์บอลมีความสุขอยู่ที่ 6.78 คะแนน แต่กลุ่มเชียร์บอลที่เชียร์ไป เมาไป มีความสุขต่ำกว่าคือ 5.45 และกลุ่มเชียร์บอลที่เล่นเมาขมพนันบอลยูโรมีความสุขที่ 5.27 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มคนเชียร์บอลที่ไม่เล่นเมาขมพนันที่มีความสุขสูงกว่าที่ 6.87 ในขณะที่เดียวกับกลุ่มเชียร์บอลที่เห็นคนเมา ติดกัน ข้างป่าขวดเหล้าขวดเบียร์ มีความสุขต่ำกว่าคือ 5.63 แต่กลุ่มเชียร์บอลที่ไม่เห็นคนเมา ทะเลาะกันขมและเชียร์บอลมีความสุขสูงกว่าอยู่ที่ 6.97 ยิ่งไปกว่านั้น คนเชียร์บอลที่เห็นการขายเหล้า เบียร์ให้เด็กเยาวชน มีความสุขต่ำกว่า คือ 5.67 แต่คนเชียร์บอลที่ไม่เห็นการขายเหล้าเบียร์ให้เด็ก มีความสุขสูงกว่าคือ 6.76 ตามลำดับ

ที่น่าเป็นห่วงคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 58.3 เคยเห็นวัยรุ่นเมา ข้างป่าขวดเบียร์ ติดกันเมาเจ็บ และร้อยละ 47.1 เคยเห็นเด็กวัยรุ่น เมา ติดกัน เมาเงินขมและเชียร์บอล

ผู้อำนวยการสำนักวิจัย ซูเปอร์โพล กล่าวว่าการสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การพนัน ขันต่อ กับ นำมา ทำให้ทุกข์ ถึงจะโตจะเสีย โดเมา ไม่มีสุขเท่ากับการเชียร์บอลไปเมาและไปเล่นการพนัน และยังทำให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมาในสายตาของประชาชนที่เห็นได้ชัดเจน เช่น การทะเลาะวิวาท ข้างป่าขวดเหล้า ขวดเบียร์ ติดกัน เมาเงิน เป็นต้น

2. ข่าวรอบสัปดาห์ Stop Drink 26 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.stopdrink.com/news-view-10289.htm>)

ซูเปอร์โพล ชี้คนไม่ดื่มเบียร์ขอลงใจ ทัศนคติคนวัย 10-19 ปีดีขึ้น

ซูเปอร์โพล เผยกลุ่มเบียร์บอกลงใจ มีความสุขเพียง 5.45 จากเต็ม 10 น้อยกว่าคนไม่ดื่มเบียร์และเบียร์บอกลดดื่มที่มีความสุข 6.78 คะแนน ส่วนใหญ่ 58.3% เคยเห็นใจมาแล้วดีกันเจิบ

เมื่อวันที่ 25 มิ.ย. ดร.นพดล กรรณิกา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดผลสำรวจเรื่อง คนไม่เบียร์ขอลงใจ นำมา กับความสุข ของกลุ่มเบียร์บอกลงใจ จากคะแนนความสุขเต็มอยู่ที่ 10 คะแนน การนี้ศึกษาตัวอย่างทุกสาขาอาชีพ ทนทุก ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,300 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มเบียร์บอกลงใจนำเอา มีความสุขมากกว่า กลุ่มเบียร์บอกลงใจดื่มเข้ามา โดยพบว่ากลุ่มเบียร์บอกลงใจไม่ดื่มเข้ามาและเบียร์บอกลงใจที่มีความสุขอยู่ที่ 6.78 คะแนน แต่กลุ่มเบียร์บอกลงใจไป มาไป มีความสุขที่ต่ำกว่าคือ 5.45 และกลุ่มเบียร์บอกลงใจที่เล่นหายหน้าเบียร์บอกลงใจมีความสุขที่ 5.27 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มเบียร์บอกลงใจไม่เล่นหายหน้าที่มีความสุขสูงกว่าที่ 6.87

ในขณะที่เดียวกันกลุ่มเบียร์บอกลงใจเห็นคนเมา ดึกัน ข้างป่าซาลเหล่าชาดเบียร์ มีความสุขต่ำกว่าคือ 5.63 แต่กลุ่มเบียร์บอกลงใจไม่เห็นคนเมา ทะเลาะกันขณะเบียร์บอกลงใจมีความสุขสูงกว่าคือ 6.97 ยิ่งไปกว่านั้น คนเบียร์บอกลงใจเห็นการขายเหล้า เบียร์ให้เด็กเยาวชน มีความสุขต่ำกว่า คือ 5.67 แต่คนเบียร์บอกลงใจไม่เห็นการขายเหล้าเบียร์ให้เด็ก มีความสุขสูงกว่าคือ 6.76 ตามลำดับ

ที่น่าสนใจในช่วงคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 58.3 เคยเห็นวัยรุ่นเมา ข้างป่าซาลเบียร์ ดึกันบาดเจิบ และร้อยละ 47.1 เคยเห็นเด็กวัยรุ่นเมา ดึกัน บาดเจิบขณะเบียร์บอกลงใจ

ผู้อำนวยการสำนักวิจัย ซูเปอร์โพล กล่าวว่า ผลสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การพนัน ขึ้นต่อ กับ นำมา ทำให้โทษ ถึงจะได้เสีย ได้เมา ไม่มีสุขเท่ากับการเบียร์บอกลงใจและ ไม่เล่นการพนัน และชี้ให้เห็นถึงปัญหาอื่นๆ ตามมาในสายตาของประชาชนที่เห็นได้ชัดเจน เช่น การทะเลาะวิวาท ข้างป่าซาลเหล่า ชาดเบียร์ ดึกัน บาดเจิบ เป็นต้น

อ่านข่าวต่อได้ที่ www.superpoll.com

26 มิถุนายน 2016 / อ่าน 83

👍 ถูกใจ 👎 1 คนถูกใจสิ่งนี้ เป็นคนแรกจากเพื่อนๆ ของคุณ

3. FM 100.5 รายการ เกาะติดข่าว วันที่ 25 มิถุนายน 2559 เวลา 11.30 น.

(อ้างอิงจาก <http://mcot-web.mcot.net/9ent/view.php?id=576e0a7b9381631d208b4633>)

เกาะติดข่าว วันที่ 25 มิถุนายน 2559 เวลา 11.30 น.

© 25 มิ.ย. 2559 4



เกาะติดประชนมติ ร่างรัฐธรรมนูญ

(11.30) นายศุภชัย สมเจริญ ประธานกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เผย กกต. จัดการประชุมชี้แจงร่างรัฐธรรมนูญที่หอประชุมเปรม ติณสูลานนท์ จังหวัดนครราชสีมา โดยมีผู้แทนจาก กกต. คณะรัฐมนตรี สภาผู้แทนราษฎร หรือ สสช. และกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ หรือ กรธ. ร่วมชี้แจง หรือการทำประชามติเป็นไปด้วยความสุจริต เที่ยงธรรม ถูกต้อง

////////////////////

(11.30) พิณเอก ปิยพงศ์ กิ่งพันธุ์ ทีมโฆษกคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ยืนยันการจับกุมนักศึกษา 7 คน ที่เว็บไซต์ปรปักษ์กับรัฐบาล นำเข้าประเทศไทยไม่ได้ใช้ความรุนแรง และเป็นไปตามการตามกรอบของกฎหมาย พร้อมเผยยังพบการเคลื่อนไหวทางการเมืองแต่ไม่มีอะไรน่ากังวล มันใจดูแลความสงบเรียบร้อยได้

(11.30) น.ส.ศิริมาเรศ โฉมวัน อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ระบุ สหราชอาณาจักร (ยูเค) ลงประชามติด้วยเสียงข้างมากออกจากสหภาพยุโรป (อียู) จะไม่กระทบต่อการเจรจาการค้าระหว่างไทยกับอียู โดยเฉพาะการเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรี (เอฟทีเอ) ไทย-อียู เนื่องจากที่ผ่านมา อียูขอหยุดเจรจากับไทยไว้ก่อน เนื่องจากไทยเปลี่ยนแปลงรัฐบาลและมีคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เข้ามาบริหารประเทศ ขณะที่การเจรจาเอฟทีเอระหว่างอาเซียน-อียู ก็จะไม่กระทบเช่นกัน

(11.30) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินผลกระทบจาก Brexit เพิ่มความเสี่ยงส่งออกไทยช่วงที่เหลือ นอกจากการชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวช้าอยู่แล้ว จากผลกระทบค่าเงินปอนด์และยูโรอ่อนค่าลง คาดการส่งออกปีนี้ หดตัวร้อยละ 2.0 โดยมีช่วงคาดการณ์โดยร้อยละ 1.0 ถึงลบร้อยละ 3.0

ด้าน ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ ซี Brexit เพิ่มความเสี่ยงการชะลอตัวให้เศรษฐกิจอังกฤษและอียู ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นผลกระทบเชิงสังคมและการเมืองในอียู ค่าเงินบาทจะอ่อนค่าเล็กน้อย จากการไหลออกของเงินทุนระยะสั้น แต่ระยะยาวไทยจะต่อรองทางการค้ากับอังกฤษโดยตรงได้มากขึ้น

(11.30) ชมรมขับเคาะกีฬาวินัยการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน หรือ ซูเปอร์โพล เผยผลสำรวจความคิดเห็นประชาชน เรื่อง ฟุตบอลยูโร นำมา กับความสุขของกลุ่มเชียร์บอล พบว่าความสุขที่สุดของการเชียร์ฟุตบอล คือการไม่เห็นคนเกาะเกาะกันเชียร์ฟุตบอล รวมถึงการไม่เห็นแฟนฟุตบอล หึงนี้ร้อยละ 58.3 เคยเห็นแฟนเชียร์ฟุตบอล และก่อเหตุวิวาทขณะเชียร์ฟุตบอลและชมคอนเสิร์ต

สิ่งไหนข่าวว่าเขียน

4. INN News วันที่ 25 มิ.ย. 2559

(อ้างอิง จาก <http://www.innnews.co.th/show/708498/โพลแฟนบอลปลอดภัยน้ำเมา-พนันดูยูโรสุขที่สุด>)



The screenshot shows a news article from INN News. The title is "โพลแฟนบอลปลอดภัยน้ำเมา-พนันดูยูโรสุขที่สุด" (Super Poll: Which is the safest for fans, drinking alcohol or gambling?). The article text is as follows:

ซูเปอร์โพล แฟนบอลปลอดภัยน้ำเมา-พนัน ดูบอลยูโร ดูบอลมีความสุขที่สุด นำห้วง ปชช.ส่วนใหญ่ มี
ประสบการณ์พบเห็นคนเมาตีกันในงานคอนเสิร์ต-ชมฟุตบอล

ชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน (ซูเปอร์โพล) เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็น เรื่อง พนัน
บอลยูโร นำเมา กับความสุขของกลุ่มเชียร์บอลจากประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ จำนวน 1,300
ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มเชียร์บอลที่มีความสุขมากที่สุด ในการเชียร์ ค่ะแนมเต็ม 10 คือ แฟนบอล ที่ไม่เห็นคน
เมาทะเลาะกันในขบวนเชียร์ 6.97 รองลงมา แฟนบอลที่ไม่เล่นการพนันทายผล 6.87 ค่ะแนม

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 58.3 เคยเห็นภาพวัยรุ่นเมา ขว้างปาขวดเชียร์ ตีกันบาด
เจ็บ ในการชมคอนเสิร์ต และร้อยละ 47.1 เคยเห็นวัยรุ่น เมา ตีกันบาดเจ็บ ขณะเชียร์บอล

At the bottom of the article, there are social media sharing buttons for Twitter, Like 10, Share, and G+1.

5. โลกวันนี้ ออนไลน์ วันที่ 25 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.lokwannee.com/web2013/?p=225098>)



www.lokwannee.com/web2013/?p=225098

หน้าแรก การเมือง ในประเทศ เศรษฐกิจ การเงิน-การลงทุน ต่างประเทศ

โลกวานนี้

ข่าวด่วน กรธ.จับตา"วัฒนา"ไขว้รูปสู่"ทักษิณ"ส่งสัญญาณคว่ำร่างรธน. Posted 17 hr

Home > Hot News > ซูเปอร์โพลพบดูบอลสุขไม่เห็นคนเมาวิวาท-พนัน

ซูเปอร์โพลพบดูบอลสุขไม่เห็นคนเมาวิวาท-พนัน

On June 25, 2016

ชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน (ซูเปอร์โพล) เปิดเผยแพร่ผลสำรวจล่าสุด โดยสอบถามความคิดเห็นเรื่อง พนันบอลยูโร นำมากับความสุขของกลุ่มเชียร์บอลจากประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ จำนวน 1,300 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มเชียร์บอลที่มีความสุขมากที่สุดในการเชียร์ คะแนนเต็ม 10 คือ แฟนบอลที่ไม่เห็นคนเมาทะเลาะวิวาทขณะเชียร์ 6.97 รองลงมา แฟนบอลที่ไม่เล่นพนัน 6.87 คะแนน

อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่คือร้อยละ 58.3 เคยเห็นวัยรุ่นเมา ขว้างปาขวดเบียร์ตีกันมาดเจ็บในการชมคอนเสิร์ต และร้อยละ 47.1 เคยเห็นวัยรุ่น เมา ตีกันมาดเจ็บ ขณะเชียร์บอล



6. ไทยรัฐฉบับพิมพ์ วันที่ 25 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://tr-online.phalcon.ni11.pw/content/647339>)



ศึกฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป "ยูโร 2016" รอบสุดท้าย ที่ประเทศฝรั่งเศส โดยวันที่ 26 มิ.ย. เป็นวันที่ 2 ของการแข่งขันรอบ 16 ทีมสุดท้าย มีเกมควบแข่งรวมทั้งสิ้น 3 คู่ โดยคู่แรกที่สนามสตาด เดอ ลียง เมืองลียง เป็นการเจอกันระหว่าง เจ้าภาพ "ตราไก่" ฝรั่งเศส แชมป์กลุ่มเอ ลงสนามพาดแข้ง กับ "อิกซ์เชียว" สาธารณรัฐไอร์แลนด์ ที่เขารอบมาในฐานะ 1 ในทีมอันดับ 3 ที่ดีที่สุด ซึ่งคู่นี้จะถ่ายทอดสดทางช่อง 3 แฟมิลี เริ่ม 20.00 น.

"ตราไก่" ฝรั่งเศส ผ่านเขารอบน็อกเอาต์ 16 ทีมสุดท้ายมาได้ทุกอย่างแล้ว ด้วยการคว้าชัยชนะ 2 นัด (เดือนโรมาเนีย 2-1, ชนะแอลเบเนีย 2-0) และเสมอสวีเดนเชอร์แลนด์แบบไร้สกอร์ 0-0 ในเกมสุดท้ายของรอบแบ่งกลุ่ม ส่งให้เจ้าภาพ ฝรั่งเศสมี 7 คะแนน จาก 3 นัด คราวนี้แชมป์กลุ่มเอได้สำเร็จ ทั้งที่ฟอร์มโดยรวมยังไม่ประทับใจเท่าไร

สำหรับเกมรอบ 16 ทีมสุดท้ายนั้น เจ้าภาพ ฝรั่งเศส ต้องโคจรมาเจอกับ "อิกซ์เชียว" สาธารณรัฐไอร์แลนด์ ที่ผ่านเขารอบมาในฐานะ 1 ในทีมอันดับ 3 ที่มีผลงานดีที่สุดในคาถาแชมป์ ดิดิเยร์ เดส์ชองส์ กุนซือทีม "ตราไก่" ฝรั่งเศส จะกลับมาใช้ผู้เล่นชุดใหญ่ลงมีอีกครั้ง หลังมีการเปลี่ยนแปลงตัวผู้เล่นหลายคนในเกมนัดสุดท้ายกลุ่มเอ ที่เสมอสวีเดน 0-0 ทำให้เอ็นโกโล ก็องเต, แอมอส มาดอยดี และดีมิทรี ป่าเยต จะได้กลับมาออกสตาร์ทเป็นตัวจริงในเกมฟัดไอร์แลนด์

คาดกันว่า เดส์ชองส์ กุนซือทีมฝรั่งเศสจะจัดทีมเล่นระบบ 4-3-3 แนวรับมีฌูโก โยริส เป็นผู้รักษาประตู แม็กซีม ชวาเชน เป็น ปาหริช เหวรา กับบาคารี ซาญญา ดูเซ็นเตอร์สาค์ที่เป็นโครงสร้างหลักของตัวกับอาดีล รามิ ส่วนแดนกลาง เอ็นโกโล ก็องเต เป็นมิดฟิลด์ตัวกลางคู่กับแบลส มาดอยดี และปอล ป็อกบา เป็นตัวทำเกมรุก ขณะที่แนวรุก โอสิริเยร์ มิรัต จะได้ลงมาเล่นเป็นกองหน้าตัวเป้า โดยมีดีมิทรี ป่าเยต กับอ็องตวน กรีซมันน์ ช่วยสนับสนุนทำเกมทางริมเส้น ส่วนทางฝั่ง "อิกซ์เชียว" ไอร์แลนด์ ไรฟ์ฟอร์เมอร์ยอดเยี่ยมในนัดสุดท้ายของรอบแบ่งกลุ่ม

ศักราชโศกนาฏกรรม "อัสซูซี" อัลบาโน่ ไปได้แบบพลิกล็อก 1-0 ทำให้อิอร์แลนด์เข้าป้ายอันดับ 3 ในกลุ่มอี และคว้าตัวเข้ามาเล่นในรอบ 16 ทีมสุดท้ายในฐานะ 1 ในทีมอันดับ 3 ที่ดีที่สุด ขณะที่มารติน โอบิส กุนซือทีมไอร์แลนด์ ออกมากระตุนลูกทีม "อิกซ์เชียว" ว่าไม่ต้องกลัวเจ้าภาพ และเตรียมใช้แผน รั้งคู่ฟัดและโจมตีด้วยลูกกลางอากาศจนยอมไล่เจ้าภาพ

คาดว่านัดนี้ มาร์ติน โอบิส กุนซือทีม "อิกซ์เชียว" ไอร์แลนด์ อาจมีการปรับทัพเล็กน้อย โดยจะส่งเวส ฮูลล์ลงสนาม ลงเป็นตัวจริงประสานงานในแนวรุกร่วมกับร็อบบี้ เบรคีย์ ฮีโร่ผู้ยิงประตูชัยในเกมเมื่อวันอาทิตย์ ฟังก์ปริมส์ดีที่ผ่านมา ทั้งสองทีมเคยเจอกันมาแล้ว 26 ครั้ง ปრაกฏว่า "อินทรีเหล็ก" เยอรมนี คว้าชัยชนะได้ถึง 17 ครั้ง และแพ้ให้สโลวะเกียแค่ 6 ครั้ง ส่วนที่เหลืออีก 5 ครั้งเสมอกัน แต่ทว่าการเจอกันครั้งนี้หลังสุด สโลวะเกียเป็นฝ่ายถล่มเอาชนะเยอรมนีขาดลอย 3-1 ในเกมกระชับมิตร เมื่อวันที่ 29 พ.ค.ที่ผ่านมาเอง

สำหรับคู่สุดท้าย "มิสตาจแดงแห่งยุโรป" เบลเยียม จะดวลกับ "แม็กยาร์" ฮังการี ซึ่งจะเล่นกันที่สนามสเตเดียม เดอ ตูลูส เมืองตูลูส เริ่มเตะ 02.00น.

ถ่ายทอดสดทางช่อง 3 แฟมิลี โดย "แม็กยาร์" ฮังการี ทำผลงานได้อย่างยอดเยี่ยมในรอบแบ่งกลุ่ม ด้วยการฆาตกรรมแชมป์กลุ่มเอฟไอได้อย่างพลิกความคาดหมาย เบียดโปรตุเกสหลุดไปเป็นที่ 3 ของกลุ่ม เกมนี้ฮังการีจะส่งอัสม ซาไล, โชคตัน สโตเบอร์ และนาลาช ชุตแซ็ก เป็นตัวอันตรายในแนวรุก ขณะที่เบลเยียมยังคงจัดทัพใหญ่ลงสู้ นำโดยเวเลิน อาซาร์, ครีเวน เดอ บรอนน์ และในเยล ลูกๆ อย่างไร ก็ตาม แม้วาเบลเยียมจะมีรูปเปอร์สตาดีมเต็มพื้นที่ แต่คงไม่ง่ายที่จะเอาชนะทีมที่มีดีอย่างฮังการี

ส่วนทัศนวิจารณ์ของเกริกในวงการฟุตบอลไทย กับเกม "น็อกเอาต์" ของศึกยูโร 2016 ในรอบ 16 ทีมสุดท้าย คำศัพท์อาทิลยี่ "โค้ชแบน" ะชลวัน ศรีปาน (ตะวัน ศรีปาน) อดีตยอดมิดฟิลด์ทีมชาติไทย ที่รีงเก่าสี่กุนซือของทีม "กิเลนผยอง" เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด จำฝูงศึกโตโยต้าไทยลีกอยู่ในเวลานี้ กล่าวถึงเกมคู่ ฝรั่งเศส เจ้าภาพ กับ "อิกซ์เชียว" ไอร์แลนด์ ว่า ทีมตราไก่เป็นต่อทุกประตูทั้งศึกกีฬาผู้เล่น ชื่อขี้ประสมการณ์

รวมถึงเสียงเชียร์จากแฟนบอลเจ้าถิ่น ซึ่งตนมองว่าบอลวิ่งคู่ฟัดอย่างไอร์แลนด์ น่าจะดำเนินไปอย่างง่ายและโดนฝรั่งเศสตีเข้าหน้าไปได้ 2-0

เช่นเดียวกับอีกคู่ระหว่าง แชมป์โลก เยอรมนี กับสโลวะเกีย ซึ่งจริงๆแล้วทั้ง 2 ทีมเล่นดีในรอบแบ่งกลุ่มที่ผ่านมา แต่สำหรับคนใจรักเยอรมนีมากกว่า เพราะเป็นบอลทีมเรีร์ก มาตราฐานสูง กอปรกับผู้เล่นมีประสบการณ์ และศักยภาพยอดเยี่ยม ดังนั้น บทสรุปจึงไม่อาจจะต่างจากคู่แรก ซึ่งตนมั่นใจทีมอินทรีเหล็กจะชนะไอร์แลนด์ 2 ประตูเป็นอย่างน้อย

สุดท้ายระหว่างฮังการีกับเบลเยียม จัดเป็นบอลดกคู่ โดยเฉพาะฮังการีเล่นเข้าหาเหลือเกินในรอบแรก เรียกว่าเกือบจะเล่นงานทีมสังอย่าง โปรตุเกสตกขอบเสียแล้ว ขณะที่เบลเยียมเกมรุกจัดจ้าน แต่ปัญหาต่อฟอร์มยังไม่แน่นอน วิวางใจอะไรไปก็ได้ แบบชู้ยี่ต้องมาเจอบอลแข้งแกร่ง ดัน และเป็ย

1-0 และเซิน ลอง กองหน้าตัวเก่า

ก่อนหน้านี้อีกสองทีมเคยเจอกันมาแล้ว 16 ครั้ง ปรากฏว่า "ตราไก่" ฝรั่งเศส ทำได้เหนือกว่า ควาซีย ได้ 6 ครั้ง ส่วนโอรแลนดซ์ชนะ 4 ครั้ง และที่เหลืออีก 6 ครั้งเสมอกัน นอกจากนี้ ฝรั่งเศสยังไม่เคยแพ้ โอรแลนดซ์ตลอดการเจอกัน 5 ครั้งหลังสุด (ชนะ 2 เสมอ 3) ด้วย อย่างไรก็ตาม "ตราไก่" ฝรั่งเศส เคยผ่ากรวยแค่นัดขึ้น "อีกร์เชียว" โอรแลนดซ์ ฆวดโปเลนฟุตบอลโลก 2010 หลังจากเชียร์รี่ อองรี ริงโจ ไซมีอผ่านบอลให้วิลเลียม กิลลาส โหม่งประตูชัยในช่วงต่อเวลาพิเศษ ส่งผลให้ฝรั่งเศสเฉือนชนะ โอรแลนดซ์ ด้วยสกอร์รวม 2 นัด 2-1 ฆวดโปเลนลุยศึกเวสต์คัพที่แอฟริกาใต้ได้สำเร็จ

สำหรับแนวโน้มความน่าจะเป็นของเกมนี้ เชื่อว่า "ตราไก่" ฝรั่งเศสเหนือกว่าทั้งชื่อขึ้นและตัวผู้เล่น เกมยังได้เปรียบเรื่องเสียงเชียร์จึงน่าจะเป็นฝ่ายบดเอาชนะ "อีกร์เชียว" โอรแลนดซ์ ไปได้แบบไม่ยาก ในที่สุด พรอมคตเจ้าเข้ารอบ 8 ทีม สุดท้ายต่อไป

ส่วนคู่ต่อมา "อินทรีเหล็ก" เยอรมนี แชมป์โลกทีมล่าสุด จะลงพาดแข้งกับสโลวะเกีย ที่สนามสตาดี อีแอร์ โนร์ว ในเมืองลิลล์ เริ่มเตะเวลา 23.00 น. ถ่ายทอดสดให้ชมทางช่อง 3 เอชดี

"อินทรีเหล็ก" เยอรมนี ผ่านเข้ารอบ 16 ทีมในฐานะแชมป์กลุ่มซี โดยเกมนี้ ทัพนักเตะ "อินทรีเหล็ก" มีปัญหาในแนวรับ เนื่องจากเจอโรม บัวเต็ง กองหลังตัวสำคัญ ได้รับบาดเจ็บที่กล้ามเนื้อ ระหว่างลงเล่นในเกมรอบแบ่งกลุ่มที่เดือนชนะโอรแลนดซ์เหนือ 1-0 ทำให้โจอาคิม เลิฟ กุนซือทีมชาติเยอรมนี ต้องรอลุ้นเช็กบัวเต็งว่าจะผ่านความฟิตลงเล่นเกมนี้ได้หรือไม่ ซึ่งถ้าบัวเต็งลงไม่ได้ โชโคตราน มุสตาฟา ปรากฏหลังจากทีมมาเล่นเช็ทก็จะได้ลงยืนเป็นเซ็นเตอร์ฮาล์ฟตัวจริงแทน

อย่างไรก็ตาม ขุมกำลังในตำแหน่งอื่นของทีมเยอรมนีไม่มีปัญหา แนวรุกจะใช้เมซุต โอซิล กองกลางจอมแอสซิสต์ เป็นตัวขับเคลื่อนเกมรุก ประสานงานในแดนกลางร่วมกับโทนี โครส, จูเลียโน ดริกซ์เลอร์ และมาริโอ เกิทเซ คอยมีอนบอลให้คู่กองหน้าอย่าง โทมัส มุลเลอร์ กันมาริโอ โกลเมซ ทำประตู

ส่วนทางฝั่งสโลวะเกียที่ผ่านเข้ารอบมาในฐานะ 1 ในทีมอันดับ 3 ที่ดีที่สุดในนัดนี้คาดว่าจะจัดทัพใหญ่ลงสู้ โดยมีมาร์ติน สเคอร์เทิล ยืนตำแหน่งหลัง ส่วนแนวรุกมีมาเรก ฮัมซิก และเวลาดีเมียร์ ไวส์ เป็นตัวปั้นเกม ส่วนกองหน้าใช้ ไมเคิล คริส ลงล่าตาข่าย

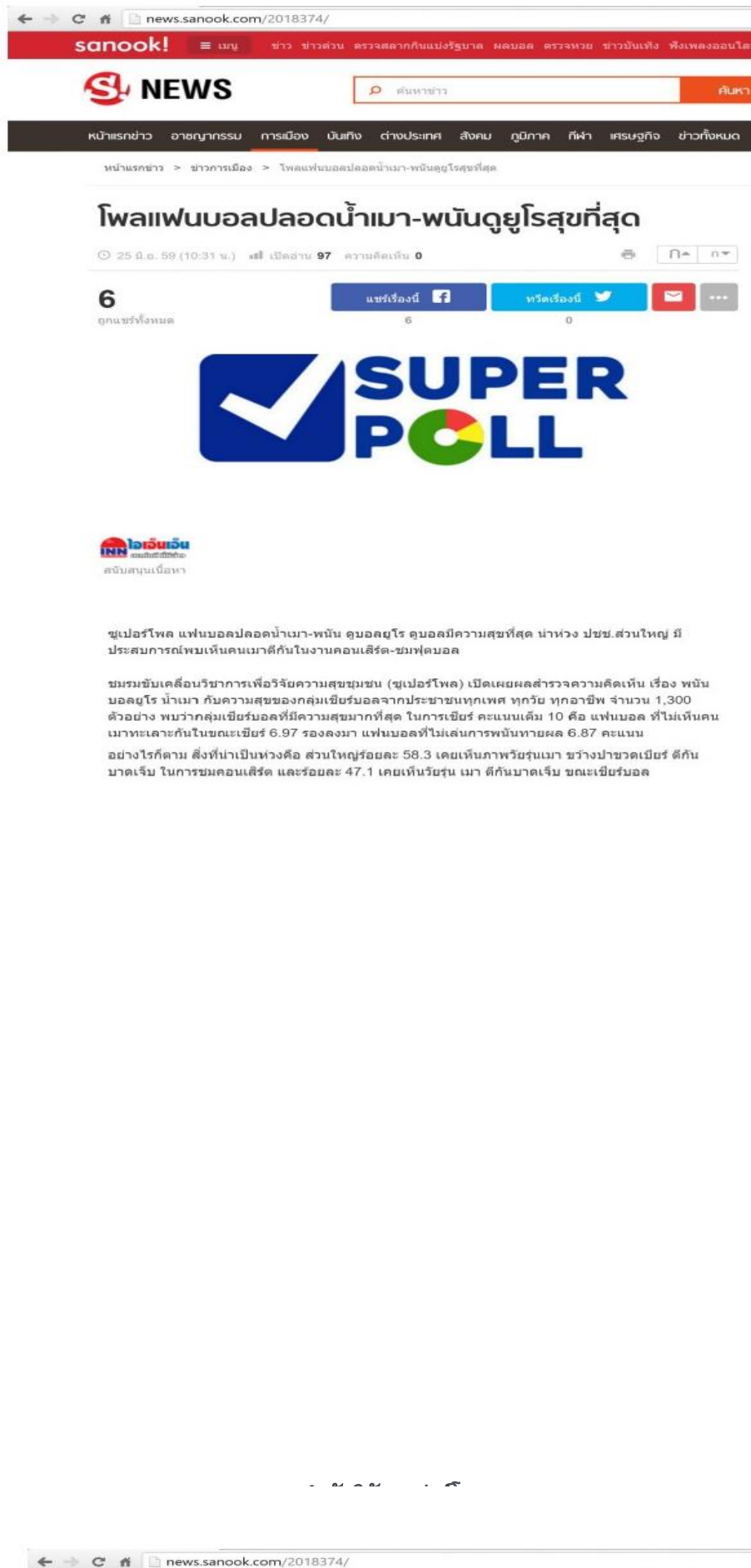
ปัญหาคือฟอร์มยังไม่แน่นอน ไร้วางใจอะไรไม่ได้ แมตช์นี้ต้องมาเจอบอลแข็งแกร่ง ดุดัน และเปี่ยมไปด้วยคุณภาพ ตนมองว่ามีสิทธิ์พลิกเป็นสังการีที่เดือนทีมปีศาจแดงยุโรปไปได้ 1-0 ทะลุสู่อันดับ 8 ทีมสุดท้ายไปได้ในที่สุด

ขณะที่เมื่อวันที่ 25 มิ.ย. นายพอล กรรณิกา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดผลสำรวจเรื่อง พนันบอลยูโร นำมา กับความสุขของกลุ่มเชียร์บอล สำรวจกลุ่มตัวอย่าง 1,300 ตัวอย่าง วันที่ 19-24 มิ.ย. พบว่า เมื่อคะแนนความสุขเดิมอยู่ที่ 10 คะแนน กลุ่มเชียร์บอลปลดปล่อยนำมามีความสุขมากกว่ากลุ่มเชียร์บอลที่ดื่มนำมา โดยพบว่ากลุ่มเชียร์บอลที่ไม่ดื่ม นำมาขณะเชียร์บอลมีความสุขอยู่ที่ 6.78 คะแนน แต่กลุ่มเชียร์บอลที่เชียร์ไป นำมาไป มีความสุขที่ต่ำกว่าคือ 5.45 และกลุ่มเชียร์บอลที่เล่นพนันบอลยูโรมีความสุขที่ 5.27 ต่ำกว่ากลุ่มคนเชียร์บอลที่ไม่เล่นพนันพนันที่มีความสุขสูงกว่าที่ 6.87 ในขณะที่เดียวกันกลุ่มเชียร์บอลที่เห็นคนเมตทิน ขว้างปาขวดเหล้าขวดเบียร์ มีความสุขต่ำกว่าคือ 5.63 แต่กลุ่มเชียร์บอลที่ไม่เห็นคนเมตทินทะเลาะกันขณะเชียร์บอลมีความสุขสูงกว่าอยู่ที่ 6.97 ส่วนคนเชียร์บอลที่เห็นการขายเหล้าเบียร์ให้เด็กเยาวชน มีความสุขต่ำกว่า คือ 5.67 แต่คนเชียร์บอลที่ไม่เห็นการขายเหล้าเบียร์ให้เด็ก มีความสุขสูงกว่าคือ 6.76 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 58.3 เคยเห็นวัยรุ่นเมตทิน ขว้างปาขวดเบียร์ ดึงกับมาดเงินในงานคอนเสิร์ต และร้อยละ 47.1 เคยเห็นเด็กวัยรุ่น เมตทิน ดึงกับ มาดเงินขณะเชียร์บอล

สำหรับโครงการทนายผลการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 กับไทยรัฐ ด้วยการเขียนคำหาผลให้ชัดเจนว่าทีมใดจะเป็นทีมชนะเลิศ ลงบนโปรแกรมนิตร์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด 1 ใน ต่อ 1 คำหาผลนั้น ผู้ร่วมสนุกต้องเขียนชื่อ นามสกุล ที่อยู่ให้ชัดเจน โดยผู้ที่ส่งไปรษณีย์บัตรร่วมสนุกให้เขียนที่อยู่ตามบัตรประชาชนเท่านั้น ห้ามขีด ข้ำ ขุด ลบ ระบายสีหรือทำสัญลักษณ์ใดๆ และห้ามตัดกระดาษพิมพ์ชื่อ-ที่อยู่ ทีมที่หาผล และลงบนโปรแกรมนิตร์ ส่งผ่านระบบไปรษณีย์มาอย่าง นสพ.ไทยรัฐ เลขที่ 1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 หมวดเขตส่งคำหาผลวันที่ 9 กรกฎาคม 2559 หรือก่อนการเตะนัดชิงชนะเลิศจะเริ่มต้น 1 วัน คือ ในวันที่ 10 กรกฎาคม 2559 โดยถือตราประทับวันที่บนไปรษณีย์บัตรเป็นสำคัญ โดยผู้ส่งคำหาผลต้องมีสัญชาติไทย คนเดียวสามารถส่งคำหาผลมาร่วมสนุก ได้ไม่จำกัดจำนวน ทั้งนี้ พนักงานและครอบครัว นสพ.ไทยรัฐ รวมทั้งบริษัทในเครือไทยรัฐกรุ๊ป ไม่มีสิทธิ์ร่วมส่งคำหาผล

7. เว็บไซต์ สนุก.คอม วันที่ 25 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://news.sanook.com/2018374/>)



The screenshot shows a news article on the Sanook.com website. The article title is "โพลแฟนบอลปลดน้ำเมา-พนันดูยูโรสุขที่สุด" (Poll: Fans who are happiest to see alcohol and gambling banned at the Euro Cup). The article is dated 25 มิ.ย. 59 (10:31 น.) and has 97 views and 0 comments. The article features a "SUPER POLL" logo and a sub-headline "สนับสนุนเนื้อหา" (Content supported by). The main text of the article discusses a survey conducted by the Thai Chamber of Commerce (CCI) regarding the happiness of fans if alcohol and gambling were banned during the Euro Cup. The survey results show that 58.3% of fans are happiest to see alcohol and gambling banned, while 47.1% are happiest to see the ban on gambling lifted. The article also mentions that 6.87% of fans are happiest to see the ban on alcohol lifted, and 6.97% are happiest to see the ban on gambling lifted.

หน้าแรกข่าว > ข่าวการเมือง > โพลแฟนบอลปลดน้ำเมา-พนันดูยูโรสุขที่สุด


โพลแฟนบอลปลดน้ำเมา-พนันดูยูโรสุขที่สุด

© 25 มิ.ย. 59 (10:31 น.) 97 0

6 ถูกแชร์ทั้งหมด

แชร์เรื่องนี้ 6

ทวีตเรื่องนี้ 0



สนับสนุนเนื้อหา

ซูเปอร์โพล แฟนบอลปลดน้ำเมา-พนัน ดูบอลยูโร ดูบอลมีความสุขที่สุด นำห่วง ปชช. ส่วนใหญ่ มี ประสพการณ์พบเห็นคนเมาตีกันในงานคอนเสิร์ต-ชมฟุตบอล

ชมรมขึ้นเคสื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน (ซูเปอร์โพล) เปิดเผยแพร่ผลสำรวจความคิดเห็น เรื่อง พนัน บอลยูโร นำมา กับความสุขของกลุ่มเชียร์บอลจากประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ จำนวน 1,300 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มเชียร์บอลที่มีความสุขมากที่สุด ในการเชียร์ ค่ะแนมเต็ม 10 คือ แฟนบอล ที่ไม่เห็นคน เมาทะเลาะกันในขณะที่เชียร์ 6.97 รองลงมา แฟนบอลที่ไม่เล่นการพนันทายผล 6.87 ค่ะแนม อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 58.3 เคยเห็นภาพวัยรุ่นเมา ขว้างปาขวดเบียร์ ตีกัน บาดเจ็บ ในการชมคอนเสิร์ต และร้อยละ 47.1 เคยเห็นวัยรุ่น เมา ตีกันขนาดเจ็บ ขณะเชียร์บอล

หัวข้อข่าว ชมรมขับเคื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล เสนอผลวิจัย
เชิงสำรวจ เรื่อง สัญญาณเตือนภัยพฤติกรรมดื่มหน้าเมา เยาวชนในกระแส บอลยูโรพี เวอร์ 2016

1. หน้า แรกผู้จัดการออนไลน์ วันที่ 26 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.manager.co.th/Qol/ViewNews.aspx?NewsID=9590000063691>)

หน้าแรกผู้จัดการ Online | สุขภาพ | ข่าว

นักวิชาการแฉ บ.นำเมาไซ้ "น้ำดื่ม" แทรกโฆษณาฟุตบอลยูโร โฆงสินค้า "เหล้า" ตัวแม่

โอบู MGR Online | [Twitter](#) | [G+](#) | [0](#) | [Facebook](#) | [แชร์](#) (408)

26 มิถุนายน 2559 12:14 น. (แก้ไขล่าสุด 26 มิถุนายน 2559 12:18 น.)

นักวิชาการเตือนช่วงแข่งขันฟุตบอลยูโร บริษัทนำเอาแทรกโฆษณา-กีฬา โฆษณาแฝงอย่างแนบเนียน แลเตือนให้น้ำดื่มตัวแม่ แด่นักชัวร์โย่งไปถึงสินค้าตัวแม่ ชี้นำชวนเตือนเป็นเหตุ

ดร.ศรีชัย คอสมฤทธิ์ มหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวถึงผลสำรวจซูเปอร์โพล เรื่องสัญญาณเตือนภัยพฤติกรรมดื่มหน้าเมาเยาวชน ในกระแสบอลยูโร ปีละ 2016 ที่ได้สำรวจพบว่า ประชาชนร้อยละ 97.2 เห็นว่าโฆษณาแฝงที่นำมา ชูร่วมบอลยูโรปี 2016 มีผลกระทบต่อนักดื่มหน้าเมาเยาวชนไทยมากที่สุด การโฆษณาที่แฝงซ่อนและวางตัวเนียนเนียนในการกระตุ้นความรู้สึกของผู้ชม กระตุ้นใจจะจางและระลึกรู้สึกผิดซ้ำๆ พากันเตือนให้มี ประสิทธิภาพต่อสินค้าเข้ามาแล้วก็รู้สึกผิดถึงสินค้า โดยโฆษณานี้จะแนบเนียนกว่า เช่น แฝงอยู่ในอากาศ ในสิ่งต่างๆ ของรายการกีฬา ทำให้ผู้ชมรับสารโดยไม่รู้ตัวหรือคิดว่าเป็นการโฆษณา และการที่โฆษณานี้แฝงอยู่ในรายการตลอดเวลา ทำให้ผู้ชมได้รับสารมากกว่า และทำให้กระทบการรับรู้ โดยไม่รู้ตัวด้วยซ้ำ เพราะมีตราและแนบเนียนในทางลัด

ดร.ศรีชัยกล่าวว่า การโฆษณาชวนเชื่อลักษณะนี้ แม้ว่าจะเป็นการโฆษณาที่ส่งเสริมของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ใช่เป็นการโฆษณาเครื่องดื่ม และแอลกอฮอล์โดยตรง แต่อย่างไรก็ตาม สารสื่อกลางเหมือนกัน แต่ต่างกันที่สิ่งนี้ ทำให้เกิดการจางแบบโดยไม่รู้ตัว เพราะเครื่องดื่ม เบียร์ที่มีชื่อเรียกว่า "ดอง" ควบคู่กันกับชื่ออื่นแล้ว และเป็นสินค้าที่ออกตามร้านกึ่งเหล้ากึ่งน้ำดื่ม ว่าแต่ของแบบนี้ถ้าดื่มเข้าไปแล้ว กระตุ้นอารมณ์ สิ้นค้ามันมีทั้งชื่อ ดองกับลักษณะคล้ายกับกับสินค้าเบียร์จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่มีบริโภคจนจนได้และสามารถโยงไปถึงสินค้าเบียร์ได้โดยง่ายเช่นกัน

"ผลกระทบของโฆษณานี้เอง 3ปีที่เยาวชน กลุ่มนี้คือคือกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี เพราะยังไปทำงานน้อยโดยรับ รับสารง่าย เป็นกลุ่มที่สนใจกีฬาอยู่ แล้ว มีทัศนคติว่าบอลยูโรกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และไม่เห็นผลเสียจากการดื่มร่วมอย่าง จากผลวิจัย เยาวชนวัยต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 87 ระบุว่า เมื่อเป็นตราสินค้าที่แฝงอยู่ในรายการกีฬา ก็ทำให้ดองได้เยอะ ร้อยละ 83 คิดว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ช่วยกระตุ้นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดื่มจนจนกีฬา ร้อยละ 64 เห็นว่าควรหาวิธีที่หนำเนียนวิธีช่วยลดผลกระทบบอลยูโร แสดงให้เห็นว่าเยาวชนไม่รู้ว่ากีฬาที่เชียร์กีฬาหน้าเมา" ดร.ศรีชัยกล่าว

ดร.ศรีชัยกล่าวว่า ปัจจุบันกระแสของการโฆษณาแฝงของธุรกิจและแอลกอฮอล์มีจะแทรกมาอยู่เป็นประจำ เพราะพบว่ากำลังกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ คือ เยาวชน วัยรุ่น ซึ่งจำเป็นต้องควบคุมในเรื่องของการเข้าไปมีบทบาทของธุรกิจนำมากับการเป็นคู่คิดบนหน้ารายการต่างๆ เหล่านี้ เพื่อลดการเข้าถึง รวรับ เยาวชน ควบคุมไปกับการเสนอให้เด็กที่เห็นจะกินหน้าเมา ควรบรรจุในการเรียนการสอน ซึ่งจำเป็นอย่างถึงสำหรับเด็กวัยรุ่นยุคปัจจุบันที่ใช้ชีวิต ทั้งชีวิตกับสื่อ

ติดตาม Facebook Fanpage ของ "Quality of Life" ได้ที่

2. หนังสือพิมพ์บ้านเมือง วันที่ 27 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.ryt9.com/s/bmnd/2451243>)

The screenshot shows a news article from RYT9 (www.ryt9.com) and Ban Muang newspaper (www.banmuang.co.th). The article is titled 'บ้านเมือง' and is from June 27, 2016. The author is Dr. Sirichai Somsam. The article discusses the health benefits of beer and the impact of alcohol on society. A red box highlights the first paragraph.

บ้านเมือง นิตยสารชีวจิต บ.น้ำเมาแทรกซึม ดนตรี กีฬา แบบเบียด

ข่าวทั่วไป หนังสือพิมพ์บ้านเมือง -- จันทร์ที่ 27 มิถุนายน 2559 00:00:59 น.

ดร.ศิริชัย สอมสมทพร มหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวถึงผลสำรวจซูเปอร์โพล เรื่อง สุขภาวะเดือนกุมภาพันธ์ที่เริ่มนำมาเผยแพร่ในกระแสสังคมยุโรปเมื่อปี 2016 ที่ได้สำรวจพบว่า ประชาชน 97.2% เห็นว่าโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงฤดูร้อนปี 2016 มีผลกระทบด้านลบที่นำมาสู่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้น และการที่โฆษณาดังกล่าวมีผลต่อสุขภาพ ทำให้ผู้ชมได้รับสารอันตราย และทำให้กระทบการรับรู้โดยไม่ให้ได้รับรู้ เพราะมีความบันเทิงปนในการส่งสาร

ดร.ศิริชัย กล่าวว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แม้ว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้เป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง แต่เป็นการใช้ชื่อเดียวกัน คราสัญลักษณ์เหมือนกัน แต่ต่างกันแค่สีน้ํน ทำให้เกิดการจดจำแบบโยงถึงกันได้ เพราะเครื่องดื่มเบียร์มีชื่อเดียวกัน "สีน้ํน" กว่าสีน้ํนสีอื่นอยู่แล้ว และเป็นสีน้ํนที่ออกตลาดมาก่อนสีน้ํนสีอื่น ว่างตลาดมานานกว่าสีน้ํนสีอื่น การจดจำแบรนด์สีน้ํนสีอื่นที่ไปซื้อ คราสัญลักษณ์คล้ายกันกับสีน้ํนสีอื่นจึงเป็นสิ่งที่ง่ายที่ผู้บริโภคจะจดจำได้และสามารถโยงไปถึงสีน้ํนสีอื่นได้โดยง่ายเช่นกัน

"ผลกระทบของโฆษณาแฝง ลกที่เยาวชน กลุ่มเสี่ยงคือกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี เพราะอ้างว่าทำให้อายุ โดยวิธีรับสารง่าย เป็นกลุ่มที่สนใจกีฬาอยู่แล้ว มีทัศนคติบวกต่อธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และไม่เห็นผลเสียจากการดื่มหรือมองข้าม จากผลวิจัย เยาวชนวัยต่ำกว่า 18 ปี 87% ระบุว่า เมื่อเห็นคราสีน้ํนสีน้ํนในรายการกีฬา กีฬาไฟต์จ้ํนได้จ้ํน 83% คิดว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สนับสนุนกีฬา 64% เห็นด้วยว่าควรให้บริษัทเหล่านี้มีรายได้ที่สนับสนุนกีฬาใหญ่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเยาวชนไม่รับทำอันตรายกับตัวเอง" ดร.ศิริชัย กล่าว

ดร.ศิริชัย กล่าวว่ามีจุดประสงค์ของการโฆษณาแฝงของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้เป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง แต่เป็นการใช้ชื่อเดียวกัน คราสัญลักษณ์เหมือนกัน แต่ต่างกันแค่สีน้ํน ทำให้เกิดการจดจำแบบโยงถึงกันได้ เพราะเครื่องดื่มเบียร์มีชื่อเดียวกัน "สีน้ํน" กว่าสีน้ํนสีอื่นอยู่แล้ว และเป็นสีน้ํนที่ออกตลาดมาก่อนสีน้ํนสีอื่น ว่างตลาดมานานกว่าสีน้ํนสีอื่น การจดจำแบรนด์สีน้ํนสีอื่นที่ไปซื้อ คราสัญลักษณ์คล้ายกันกับสีน้ํนสีอื่นจึงเป็นสิ่งที่ง่ายที่ผู้บริโภคจะจดจำได้และสามารถโยงไปถึงสีน้ํนสีอื่นได้โดยง่ายเช่นกัน

"ผลกระทบของโฆษณาแฝง ลกที่เยาวชน กลุ่มเสี่ยงคือกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี เพราะอ้างว่าทำให้อายุ โดยวิธีรับสารง่าย เป็นกลุ่มที่สนใจกีฬาอยู่แล้ว มีทัศนคติบวกต่อธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และไม่เห็นผลเสียจากการดื่มหรือมองข้าม จากผลวิจัย เยาวชนวัยต่ำกว่า 18 ปี 87% ระบุว่า เมื่อเห็นคราสีน้ํนสีน้ํนในรายการกีฬา กีฬาไฟต์จ้ํนได้จ้ํน 83% คิดว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สนับสนุนกีฬา 64% เห็นด้วยว่าควรให้บริษัทเหล่านี้มีรายได้ที่สนับสนุนกีฬาใหญ่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเยาวชนไม่รับทำอันตรายกับตัวเอง" ดร.ศิริชัย กล่าว

ดร.ศิริชัย กล่าวว่ามีจุดประสงค์ของการโฆษณาแฝงของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีลักษณะการผูกพันกับดนตรี กีฬา เพราะพวกรู้ว่าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ คือ เยาวชน วัยรุ่น ซึ่งจำเป็นต้องควบคุมในเรื่องของการเข้าไปมีบทบาทของธุรกิจเข้ามาเป็นการเป็นผู้สนับสนุนจากทางต่าง เหล่านี้ เพื่อลดการเข้าถึงวัยรุ่น เยาวชน คนทั่วไปที่มีการผสมผสานกันระหว่างกีฬา ดนตรี กีฬา การออกกำลังกาย การเรียนการสอน ซึ่งจำเป็นอย่างถึงสำหรับเด็กวัยรุ่นยุคปัจจุบันที่มีชีวิตที่ยุ่งยาก

3. Thai PR.net วันที่ 30 มิ.ย. 2559

(อ้างอิงจาก <http://www.thaipr.net/general/708742>)

www.thaipr.net/general/708742

ThaiPR.NET
Thailand Press Release ข่าวประชาสัมพันธ์

พร้อมบริการแปลเป็น...ภาษาท้องถิ่น

ข่าวประชาสัมพันธ์ ข่าว ข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์

SUPER POLL เสนอผลวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง ทัศนคติต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับ นำมาในกลุ่มเยาวชนอายุ 2016

ชูปเปอร์โพล — 30 มิถุนายน 2559 12:27

ดร.นพพล กรรณิกา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยชูปเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดผลสำรวจเรื่อง ทัศนคติต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2016 กรณีศึกษาด้วยทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัยระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการช่วงวันที่ 15 – 17 มิถุนายน 2559 ที่ผ่านมา พบว่า

ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.6 สนใจติดตามชม ฟุตบอลยูโร 2016 ในขณะที่ร้อยละ 40.4 ไม่สนใจ แต่ที่น่าสนใจก็คือ คนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.9 เคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ ระหว่างติดตามชม ฟุตบอลยูโร ในขณะที่ร้อยละ 40.3 ไม่เคยเจอ และที่น่าสนใจอย่างก็คือ ส่วนใหญ่ของคนที่เคยเจอคนดื่มเหล้า เบียร์ที่ดื่มเหล้า ส้มเบียร์หรือร้อยละ 68.0 ระบุเคยเจอเด็กเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนดื่มเหล้า ส้มเบียร์ด้วย

เมื่อถามกลุ่มคนดื่มเหล้าหรือคนที่ดื่มเบียร์ว่า การดื่มเหล้า ส้มเบียร์มีผลกระทบต่อสุขภาพหรือไม่อย่างไร พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 69.9 ระบุว่า มีผลกระทบต่อสุขภาพแน่นอนหรือค่อนข้างแน่นอน ในขณะที่ร้อยละ 30.1 ระบุไม่พบผล ส่วนวงเงินที่สั่งไว้เล่นพนันบอลเฉลี่ยอยู่ที่ 2,050 บาท (สองพันห้าสิบบาท) แลวงเงินที่เตรียมไว้เล่นสูงสุดอยู่ที่ 100,000 บาท (หนึ่งแสนบาท)

ที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งก็คือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 88.5 ของคนที่ดื่มเบียร์ ส้มไป เบียร์ไป เสียใจที่จะออกใจสุจริตครองใจ ในขณะที่ร้อยละ 11.5 ระบุไม่มีผล

ดร.นพพล กล่าวไว้ว่า ผลสำรวจครั้งนี้ให้เห็นสัญญาณเตือนภัยที่น่าเป็นห่วงว่า มีการดื่มเหล้า ส้มเบียร์ในขณะชมฟุตบอลยูโรครั้งนี้และพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปีอยู่ในกลุ่มคนดื่มเบียร์ที่ดื่ม เบียร์ไปเท่านั้น ผลสำรวจชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงว่า ส้มไป เบียร์ไปอาจเสียทั้งเงินและสุจริตครองใจไปได้เพราะคนดื่มสุพลเลือกการควบคุมตัวและการยับยั้งชั่งใจไป

ข่าวชิ้นนี้เผยแพร่โดย Thai PR
คำค้น: ชูปเปอร์โพล, ทัศนคติต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บทที่ 5

ภาพ Infographic



ดื่มเบียร์ เซียร์บอล เสี่ยงนอนคุก เหตุมีพนันสิง ถึงคิดนอกใจแฟน



** กรณีศึกษาตัวอย่าง ทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ
ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปี ขึ้นไป
จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง

68% 🚩 เจอเด็กต่ำกว่า 20 ปี มาบน=เซียร์บอล

69.9% 🚩 เสี่ยงเป็นมีพนัน เมื่อถึงวงเหล้าเบียร์

88.55% ⚽ เสี่ยงนอกใจแฟน หลังดื่มน้ำเมา
เอาจมส์กับพนันบอล

สัญญาณเตือนภัยที่น่าเป็นห่วง : มีการดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ในขณะที่เซียร์บอลยูโรครั้งนี้
และพบเห็นเด็ก อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในกลุ่มกองเชียร์ที่ดื่ม ยิ่งไปกว่านั้น ผลสำรวจ
ชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงว่า ดื่มไปเซียร์ไป อาจเสียทั้งเงิน และคูรักรูคูรองไปได้
เพราะคนดื่มสูญเสียการควบคุมตัว และการยับยั้งชั่งใจไป



www.superpollthailand.net

ดื่มเบียร์ เซียร์บอล เสียงนอนคุก เหตุฉิบมันสิง ถึงคิดนอกใจแฟน



** ทัศนศึกษาตัวอย่าง ทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ
ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป
จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง

- 68% เจอเด็กต่ำกว่า 20 ปีมาขม=เซียร์บอล
- 69.9% เสียงเป็นฉิบมัน เมื่อถึงวงเหล้าเบียร์
- 88.55% เสียงนอกใจแฟน หลังดื่มน้ำเมา
เอามันส์กับพนันบอล

สัญญาณเตือนภัยที่น่าเป็นห่วง : มีการดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ในขณะที่เซียร์บอลอยู่โรครั้งนี้ และพบเห็นเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในกลุ่มกองเชียร์ที่ดื่ม ยิ่งไปกว่านั้น ผลสำรวจชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงว่า ดื่มไปเซียร์ไป อาจเสียทั้งเงิน และคู่รักคู่ครองไปได้ เพราะคนดื่มสูญเสียการควบคุมตัว และการยับยั้งชั่งใจไป



www.superpollthailand.net

ดื่มน้ำเมา เชียร์บอล เสี่ยงนอนคุก เหตุผีพนันลึง คิดนอกใจคู่รัก



** กรณีศึกษาตัวอย่าง ทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศ
ทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปี ขึ้นไป
จำนวนทั้งสิ้น 1,335 ตัวอย่าง

- 68% เจอเด็กต่ำกว่า 20 ปี เมฆขณะเชียร์บอล
- 69.9% เสี่ยงเป็นผีพนัน เมื่อตั้งวงเหล้าเบียร์
- 88.55% เสี่ยงนอกใจแฟน หลังดื่มน้ำเมา
เอาหมั้นส์กับพนันบอล

ปัญหาถเดือนภัยที่น่าเป็นห่วง : มีการดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ในขณะที่เชียร์บอลยูโรครั้งนี้ และพบเห็นเด็ก
อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในกลุ่มกองเชียร์ที่ดื่ม ยิ่งไปกว่านั้น ผลสำรวจชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงว่า ดื่มไปเชียร์ไป
อาจเสียทั้งเงิน และคู่รักคู่ครองไปได้ เพราะคนดื่มสูญเสียการควบคุมตัว และการยับยั้งชั่งใจไป



www.superpollthailand.net

ภาคผนวก

บ้านเมือง Ban Muang Circulation: 850,000 Ad Rate: 900	Section: First Section/กทม.-สาธารณสุข-สิ่งแวดล้อม วันที่: จันทร์ 27 มิถุนายน 2559 ปีที่: 15 ฉบับที่: 4588 หน้า: 6(บน) Col.Inch: 19.11 Ad Value: 17,199 PRValue (x3): 51,597 ศิลปิน: ชาว-ดำ หัวข้อข่าว: นักวิชาการชี้ บ.น้ำเมาแทรกซึมดนตรี กีฬา แอบเนียน		

นักวิชาการชี้ บ.น้ำเมาแทรกซึมดนตรี กีฬา แอบเนียน

ดร.ศรีรัช ลอยสมุทร มหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวถึงผลสำรวจซูเปอร์โพล เรื่อง สัญญาณเตือนภัยพฤติกรรมดื่มหน้าเยาวชน ในกระแสโซเชียลมีเดีย 2016 ที่ได้สำรวจพบว่า ประชาชน 97.2% เห็นว่าโฆษณาแรงจูงใจหน้าเยาวชน โซเชียลมีเดีย 2016 มีผลกระทบต่อนักดื่มหน้าเยาวชนในวงกว้างขึ้น ว่า การโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อมนั้นมี

ผลในการกระตุ้นความรู้สึกของผู้ชม กระตุ้นใจจดใจและระลึกถึงตราสินค้า หากผู้ชมเคยมีประสบการณ์ต่อสินค้าหนึ่งแล้วก็จะรู้สึกถึงตราสินค้า โดยโฆษณานี้จะแอบเนียนกว่า เช่น แฝงอยู่ในฉาก ในสิ่งต่างๆ ของรายการนั้นๆ ทำให้ผู้ชมรับสารโดยไม่สะดุดหรือนึกได้ว่าเป็นการโฆษณา และการที่โฆษณานี้แฝงอยู่ในรายการตลอดเวลา ทำให้ผู้ชมได้รับสารมากกว่า และทำให้กระตุ้นการรับรู้โดยไม่ทันได้รู้ตัว เพราะมีความแอบเนียนในการส่งสาร

ดร.ศรีรัช กล่าวว่า การโฆษณาตราสัญลักษณ์ แม้ว่า จะเป็นการโฆษณาที่ตรงของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้เป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง แต่พบว่าการใช้ชื่อเดียวกัน ตราสัญลักษณ์เหมือนกัน แต่ต่างกันแค่สีนั้น ทำให้เกิดการจดจำแบบโยงถึงกันได้ เพราะเครื่องดื่มเบียร์ใช้ชื่อเดียวกัน "ดัง" กว่าตัวสินค้าที่ดื่มอยู่แล้ว และเป็นสินค้าที่ออกตลาดมาก่อนสินค้านี้ดื่มวางตลาดมานานกว่าสินค้านี้ดื่ม การจดจำแบรนด์สินค้านี้ดื่มที่ชื่อ ตราสัญลักษณ์คล้ายกันกับสินค้านี้ดื่มจริง

เป็นสิ่งที่ย้ายที่ผู้บริโภคจะจดจำได้และสามารถโยงไปถึงสินค้านี้เบียร์ได้โดยง่ายเช่นกัน

"ผลกระทบของโฆษณาแฝง ตกที่เยาวชน กลุ่มเสี่ยงคือกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี เพราะยังรู้เท่าที่น้อย โดยวัยรับสารง่าย เป็นกลุ่มที่สนใจกีฬาอยู่แล้ว มีทัศนคติบวกต่อธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และไม่เห็นผลเสียจากการดื่มหรือมองข้าม จากผลวิจัย เยาวชนวัยต่ำกว่า 18 ปี 87% ระบุว่า เมื่อเห็นตราสินค้าเบียร์ในรายการกีฬา ก็ทำให้จดจำได้ง่าย 83% คิดว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สนับสนุนกีฬา 64% เห็นด้วยว่าควรให้บริษัทเบียร์ถ่ายทอดสดฟุตบอลให้ดู ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเยาวชนไม่รู้สึกที่ดื่มสุรกีฬาน้ำเมา" ดร.ศรีรัช กล่าว


ดร.ศรีรัช กล่าวว่า ปัจจุบันกระแสของการโฆษณาแฝงของธุรกิจแอลกอฮอล์มีจะแพร่มาอยู่ดนตรี กีฬา เพราะพบว่าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ คือเยาวชน วัยรุ่น ซึ่งจำเป็นต้องควบคุมในเรื่องของการเข้าไปมีบทบาทของธุรกิจน้ำเมาเกี่ยวกับการเป็นผู้สนับสนุนรายการต่างๆ เหล่านี้ เพื่อลดการเข้าถึงวัยรุ่น เยาวชนควบคู่ไปกับการเสนอให้เด็กดูกีฬาที่สุรกีฬาน้ำเมา ควรถูกบรรจุในการเรียนการสอน ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับเด็กวัยรุ่นยุคปัจจุบันที่ใช้ชีวิตทั้งชีวิตกับสื่อ

รหัสข่าว: C-160627018082 (27 มิ.ย. 59/06:20)



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด 888/178 อาคารมหาพายุทศวรรษ ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล: help@iqnewsclip.com

หน้า: 1 / 1

 <p>Daily News (Mid-Day) Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200</p>	Section: First Section/- วันที่: อังคาร 21 มิถุนายน 2559 ปีที่: - ฉบับที่: 24358 หน้า: 16(ล่าง) Col.Inch: 10.48 Ad Value: 23,056 PRValue (x3): 69,168 ศิลปิน: สสส หัวข้อข่าว: จัณายกฯเพิ่มโทษขายน้ำเมาเด็ก		

จันายกฯเพิ่มโทษขายน้ำเมาเด็ก

วันที่ 19 มิ.ย. นายพลต กรรณิกา ประธานชมรมจับเคสโอนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล กล่าวว่าผลสำรวจเรื่องสัญญาณเตือนภัยพฤติกรรมดื่มแก้วเมาเยาวชน ในกระแสแอลกอฮอล์ 2016 พีแอร์ จากประชาชนทุกสาขาอาชีพทุกเพศ และทุกระดับการศึกษา อายุ 15 ปีขึ้นไป 1,335 ตัวอย่าง พบว่าร้อยละ 97.2 เชื่อว่าโฆษณาแฝงธุรกิจแก้วเมาช่วงบอกลูโรพีแอร์ 2016 มีผลกระทบกับเด็กแก้วเมาเยาวชนใหม่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามในกลุ่มที่ไม่ดื่มเบียร์และร้อยละ 77 อยากรู้จักแก้วเมา เมื่อเห็นโฆษณาแก้วเมาของบริษัทเบียร์ร้อยละ 12.4 อยากรู้จักเบียร์และร้อยละ 10.6 อยากรู้จักทั้งแก้วเมาและเบียร์ ดังนั้นประชาชนร้อยละ 79.4 ระบุถึงเวลาแล้วที่จะเรียกร้องให้ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้า กสช. แก้กฎหมายเพิ่มโทษ เพราะมีผู้ฝ่าฝืนขายแก้วเมาแก่เด็กเยาวชนจะเสียชีวิตอยู่ในที่สาธารณะและเป็นเหตุให้เกิดการทะเลาะวิวาท ตีกัน บาดเจ็บและตาย.

รหัสข่าว: C-160621035096 (20 มิ.ย. 59/09:00)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟเคสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาพามหาช้าว ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล: help@iqnewsclip.com

ไทยรัฐ Thai Rath Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000	Section: First Section/หน้าแรก วันที่: อาทิตย์ 26 มิถุนายน 2559 ปีที่: 67 ฉบับที่: 21341 หน้า: 1(บน), 11
	Col.Inch: 127.85 Ad Value: 383,550 PRValue (x3): 1,150,650 คลิป: สีสี่ หัวข้อข่าว: ตราไก่พะงับ ยักษ์เขี้ยว ปาเยตน้ำพิลยอีกคู่อินทรีเหล็ก'สโลวะเกีย'



พร้อมยิง ดิมิทรี ปาเยต ดาวยิงคนสำคัญของทีมชาติฝรั่งเศส ที่ซัดไปแล้ว 2 ลูกให้ทีมตราไก่ พร้อมผลิตสกอร์อีกครั้ง ในนัดที่จะพบทีมชาติไอร์แลนด์ ในการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป "ยูโร 2016" รอบ 16 ทีมสุดท้าย ที่สนามปาร์ค โอลิมปิก ลียง ในเมืองลียง ประเทศฝรั่งเศส วันที่ 26 มิ.ย. ช่อง 3 แฟมิลี ถ่ายทอดสด เวลา 20.00 น.

ตราไก่พะงับ ยักษ์เขี้ยว
ปาเยตน้ำพิลย อีกคู่อินทรีเหล็ก น็อก'สโลวะเกีย'
 เจ้าภาพ "ตราไก่" ฝรั่งเศส วางหมากจัดดิมิทรี ปาเยต, อองตวน กรีซมันน์ และโอลิวิเยร์ ชิรูด์ เป็นสามประสานแนวรุก ★ มีต่อหน้า 11

ตราไก่ ☆ ต่อจากหน้า 1 เพื่อฉีกตาข่าย "ยักษ์เขี้ยว" ไอร์แลนด์ ในศึกฟุตบอลยูโร 2016 รอบ 16 ทีมสุดท้าย คืนนี้ (26 มิ.ย.) ขณะที่ มาร์ติน โอนีล กุนซือไอร์แลนด์ วอแลน "ยักษ์เขี้ยว" ไม่กล้าเข้าภาพ โดยเตรียมแผนสาดบอลโด่ง โจมตีฝรั่งเศสด้วยลูกกลางอากาศเช่นเดียวกับ "ตราไก่" มีขุนเน่คู่นี้ถ่ายทอดสดให้ชมทางช่อง 3 แฟมิลี เริ่ม 2 ทุ่มตรง ด้าน "อินทรีเหล็ก" เยอรมนี แชมป์โลก 2014 เตรียมส่งโทมัส มุลเลอร์ กับมาริโอ โกลเมซ ลงล่าตาข่ายหวังดับข่าวทีมรองบ่อนอย่างสโลวะเกีย ซึ่งมีมาเร็ค ฮันซิก หัวจิก หัวแฉกจากนาโปลี เป็นดาราซูโรง ซึ่งคู่นี้จะเริ่มเตะเวลา 23.00 น. ถ่ายทอดสดทางช่อง 3 เอชดี ส่วนคู่ดึกปิดท้าย "ปีศาจแดงแห่งยุโรป" เบลเยียม ดวลกับ "แม็กยาร์" ฮังการี เกมนี้แม้ว่าเบลเยียมจะมีซูเปอร์สตาร์เต็มทีมแต่คงไม่่ายที่จะเอาชนะทีมที่มีดีอย่างฮังการี เริ่มเตะ 02.00 น. ยิ่งสดทางช่อง 3 แฟมิลี


ศึกฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป "ยูโร 2016" รอบสุดท้าย ที่ประเทศฝรั่งเศส โดยวันที่ 26 มิ.ย. เป็นวันที่ 2 ของการแข่งขันรอบ 16 ทีมสุดท้าย มีเกมดวลแข้งรวมทั้งสิ้น 3 คู่ โดยคู่แรกที่สนามสตาด เดอ ลียง เมืองลียง เป็นการเจอกันระหว่าง เจ้าภาพ "ตราไก่" ฝรั่งเศส แชมป์กลุ่มเอ

รหัสข่าว: C-160626009087 (26 มิ.ย. 59/07:31)

หน้า: 1/3



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด 888/178 อาคารพหลพลพยุหยาภ ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล: help@iqnewsclip.com

 Thal Rath Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000	Section: First Section/หน้าแรก วันที่: อาทิตย์ 26 มิถุนายน 2559 ปีที่: 67 ฉบับที่: 21341 หน้า: 1(บน), 11		
	Col.Inch: 127.85 Ad Value: 383,550		PRValue (x3): 1,150,650
ศิลป: สีสี่ หัวข้อข่าว: ตราไก่พะปวยซ์เขียว ปาเยตนาทพัลยอีกคู่อินทรีเหล็กถือกอล์ฟโลวะเกีย			

ลงสนามนัดแข่งขัน "ยักษ์เขียว" สาธารณรัฐไอร์แลนด์ ที่เข้าร่วมมาในฐานะ 1 ในทีมอันดับ 3 ที่ดีที่สุด ซึ่งคู่นี้จะถ่ายทอดสดทางช่อง 8 แฟมิลี เริ่ม 20.00 น.

"ตราไก่" ฝรั่งเศส ผ่านเข้าร่วมน็อกเอาต์ 16 ทีมสุดท้ายมาได้อย่างทุลักทุเล ด้วยการคว้าชัยชนะ 2 นัด (เดือนโรมานิเย 2-1, ชนะแอลเบเนีย 2-0) และเสมอสวิตเซอร์แลนด์แบบไร้สกอร์ 0-0 ในเกมสุดท้ายของรอบแบ่งกลุ่ม ส่งผลให้เจ้าภาพฝรั่งเศสมี 7 คะแนน จาก 3 นัด คว้าแชมป์กลุ่มเอ ได้สำเร็จทั้งที่ฟอร์มโดยรวมยังไม่่าประทับใจเท่าไร

สำหรับเกมรอบ 16 ทีมสุดท้ายนั้น เจ้าภาพฝรั่งเศสต้องโหมมาเจอกับ "ยักษ์เขียว" สาธารณรัฐไอร์แลนด์ ที่ผ่านเข้าร่วมมาในฐานะ 1 ในทีมอันดับ 3 ที่มีผลงานดีที่สุด คาดว่าแมตช์นี้ ดิเดเยร์ เดส์ชองส์ กุนซือทีม "ตราไก่" ฝรั่งเศส จะกลับมาใช้ผู้เล่นชุดใหญ่ครั้งอีกครั้ง หลังมีการเปลี่ยนแปลงตัวผู้เล่นหลายคนในแกนนำชุดสุดท้ายกลุ่มเอ ที่เสมอสวิต 0-0 ทำให้เอ็นโกโล ก็องเต, แบดส มาดูยตี และดิมิทรี ปาเยต จะได้กลับมาออกสตาร์ทเป็นตัวจริงในเกมฟัดไอร์แลนด์

คาดกันว่า เดส์ชองส์ กุนซือทีมเสลต์เบลล์ จะจัดทีมเล่นระบบ 4-3-3 แนวรับมีอูโก ยอริส เป็นผู้รักษาประตู เบ็คซาช-ชวาเป็น ปาหวิช เฮอร์วา เป็นบุนกาวี ชานญา คูชินเตอร์ฮาล์ฟเป็นโลรองต์ กอสซีเยนตี กับอาติลา รามิ ส่วนแดนกลางเอ็นโกโล ก็องเต เป็นมิดฟิลด์ตัวกลางคู่กับแบดส มาดูยตี และปอล ป็อกบา เป็นตัวทำเกมรุก ขณะที่แนวรุกโอลิวีเยร์ ซิวต์ จะได้กลับมาเล่นเป็นกองหน้าตัวเป้า โดยมีดิมิทรี ปาเยต กับอ็องตวน กรีซมันน์ ช่วยสนับสนุนทำเกมทางวิ่งเส้น

ส่วนทางฝั่ง "ยักษ์เขียว" ไอร์แลนด์ ไชว์ฟอรั่มยอดเยี่ยมในนัดสุดท้ายของรอบแบ่งกลุ่ม ด้วยการโค่นเอาชนะ "อัสซูรี" อิตาลี ไปได้แบบพลิกอ็อก 1-0 ทำให้ไอร์แลนด์เข้าป้ายอันดับ 3 ในกลุ่มเอและคว้าตั๋วเข้ามาเล่นในรอบ 16 ทีมสุดท้าย ในฐานะ 1 ในทีมอันดับ 3 ที่ดีที่สุด ขณะที่มาร์ติน โอนีล กุนซือทีมไอร์แลนด์ ออกมากระตุณลูกทีม "ยักษ์เขียว" ว่าไม่ต้องกังวลเจ้าภาพและเตรียมใช้แผนวิ่งสู้ฟัดและโจมตีด้วยลูกกลางอากาศแบบบีโตะเข้าทำพาคาดว่านัดนี้ มาร์ติน โอนีล กุนซือทีม "ยักษ์เขียว" ไอร์แลนด์ อาจมีการปรับทัพเล็กน้อย โดยจะส่งเวส ฮูลาฮาน ลงเป็นตัวจริงประสานงานในแนวรุกร่วมกับริอบี เบเรดี ซีอีฟผู้ยิงประตูชัยในเกมเดือนอิตาลี 1-0 และเซน ลอง กองหน้าตัวเก๋า

ก่อนหน้านี้ทั้งสองทีมเคยเจอกันมาแล้ว 16 ครั้ง ปรากฏว่า "ตราไก่" ฝรั่งเศส ทำได้เหนือกว่าคว้าชัยได้ 6 ครั้ง ส่วนไอร์แลนด์ชนะ 4 ครั้ง และที่เหลืออีก 6 ครั้งเสมอกัน นอกจากนี้ ฝรั่งเศสยังไม่เคยแพ้ไอร์แลนด์ตลอดการเจอกัน 5 ครั้งหลังสุด (ชนะ 2 เสมอ 3) ด้วย อย่างไรก็ตาม "ตราไก่" ฝรั่งเศสเคยฝากรอยแค้นใส่ "ยักษ์เขียว" ไอร์แลนด์ชุดไปเล่นฟุตบอลโลก 2010 หลังจมน้ำเซียร์รี อองรี ใจใจใช้มือผ่านบอลให้ลิลิเยม กัลลาส โหม่งประตูชัยในช่วงต่อเวลาพิเศษ ส่งผลให้ฝรั่งเศสเฉือนชนะไอร์แลนด์ ด้วยสกอร์รวม 2 นัด 2-1 ชาติทั่วไปยุติศึกเวียดศึกที่แอฟริกาใต้ได้สำเร็จ

สำหรับแนวโน้มความน่าจะเป็นของเกมนี้เชื่อว่า "ตราไก่" ฝรั่งเศสเหนือกว่าทั้งชื่อชั้นและตัวผู้เล่น เกมยังได้เปรียบเรื่องเสียงเชียร์จึงน่าจะเป็นฝ่ายบลเอาชนะ "ยักษ์เขียว" ไอร์แลนด์ ไปได้แบบไม่ยากในที่สุด พร้อมคบเท้าเข้าร่วม 8 ทีมสุดท้ายต่อไป

ส่วนคู่ต่อมา "อินทรีเหล็ก" เยอรมนี แชมป์โลกทีมล่าสุด จะลงพาดแข้งกับสโลวะเกีย ที่สนามสตาด ปีแอร์ โมวั ในเมืองมิลล์ เริ่มเตะเวลา 23.00 น. ถ่ายทอดสดให้ชมทางช่อง 3 เอชดี

"อินทรีเหล็ก" เยอรมนี ผ่านเข้าร่วม 16 ทีมในฐานะแชมป์กลุ่มซี โดยเกมนี้ทัพนักเตะ "อินทรีเหล็ก" มีปัญหาในแนวรับ เนื่องจากเจอโรม บัวเต็ง กองหลังตัวสำคัญ ได้รับบาดเจ็บที่กล้ามเนื้อ ระหว่างลงสนามในเกมรอบแบ่งกลุ่มที่เฉือนชนะไอร์แลนด์เหนือ 1-0 ทำให้โจอาคิม เลิฟ กุนซือทีมชาติเยอรมนีต้องรอดูเส้นชีพว่าตัวเองจะผ่านความฟัดลงเล่นเกมนี้ได้หรือไม่ ซึ่งถ้าบัวเต็งลงไม่ได้ ซโคลราน มุสตาฟี่ ปรากฏการหลังจากที่มามาเล่น เขาก็จะได้ลงยืนเป็นเซ็นเตอร์ฮาล์ฟตัวจริงแทน

อย่างไรก็ตาม ขุมกำลังในตำแหน่งอื่นๆของทีมชาติเยอรมนีไม่มีปัญหา แนวรุกจะใช้เมซุต โอซิล กองกลางจอมแอสซิดีเป็นตัวขับเคลื่อนเกมรุกประสานงานในแดนกลางร่วมกับโทนี โครส, ทูเรียน ตร์กชด์อร์ และมาริโอ เกิทเซคคอยป้อนบอลให้ลูกกองหน้าอย่างโทมัส มุลเลอร์ กับมาริโอ โทเมซ ทัพประตู


ส่วนทางฝั่งสโลวะเกียที่ผ่านเข้าร่วมมาในฐานะ 1 ในทีมอันดับ 3 ที่ดีที่สุด นัดนี้คาดว่าเจ้าภาพใหญ่ลงสู้ โดยไม่มีมาร์ติน สลอร์เทิล ยิงค่าแฉงหลัง ส่วนแนวรุกมีมารีค อัมซิก และลาคิเมียร์ ไวส์ เป็นตัวเป็นแกน ส่วนกองหน้าใช้ ไมเคิล คูวิสลก่าล่าข่ายพลิกปุมสถิติที่ผ่านมา ทั้งสองทีมเคยเจอกัน

มาแล้ว 28 ครั้ง ปรากฏว่า "อินทรีเหล็ก" เยอรมนี คว้าชัยชนะได้ถึง 17 ครั้ง และแพ้ให้สโลวะเกียแค่ 6 ครั้ง ส่วนที่เหลืออีก 5 ครั้งเสมอกัน แต่ทว่า การเจอกันครั้งหลังสุด สโลวะเกียเป็นฝ่ายถล่มเอาชนะเยอรมนีขาดลอย 3-1 ในเกมกระชับมิตรเมื่อวันที่ 29 พ.ค.ที่ผ่านมานี้เอง

สำหรับคู่สุดท้าย "ปิศาจแดงแห่งยุโรป" เบลเยียม จะควบลกับ "เม็กกีร์" ฮังการี ซึ่งจะเตะกันที่สนามสตเดียมเดอ ลูลูสมือลูลูสมือเริ่มเตะ 02.00 น. ถ่ายทอดสดทางช่อง 8 แฟมิลี โดย "เม็กกีร์" ฮังการี ทำผลงานได้อย่างสุดยอดในรอบแบ่งกลุ่ม ด้วยการฝากคว้าแชมป์กลุ่มเอได้ยอดเยี่ยมความคาดหมาย เบียดโปรตุเกสหลุดไปเป็นรองของกลุ่ม เกมนี้ฮังการีจะส่งอดัม ซาโล, โชลตัน สไลเบอร์ และบลาลาซ ซูคแซ็ก เป็นตัวอันตรายในแนวรุก ขณะที่เบลเยียมยังคงจัดทัพใหญ่ลงสู้ นำโดยเดเนอ อาซาร์, เลวิน เดอ บรอนเน่ และโรมุลูคาญอย่างไวกก็ตาม แม้ว่าเบลเยียมจะมีซูเปอร์สตาร์เต็มทีมแต่คงไม่ง่ายที่จะเอาชนะทีมที่มีมาดีอย่างฮังการี

ส่วนที่สนวิจารย์ของนักวิจารณ์วงการฟุตบอลไทย กับเกม "น็อกเอาต์" ของศึกยูโร 2016 ในรอบ 16 ทีมสุดท้าย ค่าคืนวันอาทิตย์นี้ "โค้ชแบน" ธชตวัน ศรีปาน (ตะวันออก) อดีตยอดมิดฟิลด์ทีมชาติไทย ที่รั้งเก้าอี้กุนซือใหญ่ของทีม "กิเลนผยอง" เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด คว้าผู้ฝึกสอนชาวไทยสถอกอยู่ในเวลานี้ กล่าวถึงเกมคู่ฝรั่งเศสเจ้าภาพกับ "ยักษ์เขียว" ไอร์แลนด์ ว่า ทีมตราไก่เป็นต่อทุกประตูทั้งศักยภาพผู้เล่น ชื่อชั้นประสบการณ์ รวมถึงเสียงเชียร์จากแฟนบอลเจ้าถิ่น ซึ่งตนมองว่าบอลว่างผู้ฟัดอย่างไอร์แลนด์ น่าจะต้านทานไม่อยู่ และโดนฝรั่งเศสตบตีเอาชนะไปได้ 2-0

เช่นเดียวกับอีกคู่ระหว่าง แชมป์โลกเยอรมนีกับสโลวะเกีย ซึ่งจริงแล้วทั้ง 2 ทีมเล่นดีในรอบแบ่งกลุ่มที่ผ่านมาแต่สำหรับตนใจรักเยอรมนีมากกว่า เพราะเป็นบอลทีมเวิร์กมาตราฐานสูง ก่อปรกับผู้เล่นมีประสบการณ์ และศักยภาพยอดเยี่ยม ดังนั้น บทสรุปจึงไม่น่าจะต่างจากคู่แรก ซึ่งตนมั่นใจทีมอินทรีเหล็กจะชนะไอร์แลนด์ 2 ประตูเป็นอย่างน้อย สุดท้ายระหว่างฮังการีกับเบลเยียม จัดเป็นบอลลูกคู่ โดยเฉพาะฮังการีเล่นเข้าตาเหลือเกินในรอบแรก เรียกว่าเกือบจะเล่นงานทีมตั้งอย่างโปรตุเกสตลอดเลยแล้ว ขณะที่เบลเยียมเกมรุกจัดจ้าน แต่ปัญหาคือฟอร์มยังไม่แน่นอน ไร้วางใจอะไรไม่ได้ แมตช์นี้ต้องมาเจอบอลแข็งแกร่ง คู่ต้นและเปี่ยมไปด้วยคุณภาพ ตนมองว่ามีสิทธิ์พลิกเป็น

 <p>Thal Rath Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000</p>	Section: First Section/หน้าแรก วันที่: อาทิตย์ 26 มิถุนายน 2559 ปีที่: 67 ฉบับที่: 21341 หน้า: 1 (บน), 11			คลิป: สีสี่
	Col.Inch: 127.85 Ad Value: 383,550		PRValue (x3): 1,150,650	
หัวข้อข่าว: ตราไก่พะงั่วยักษ์เขียว ปาเขตน้ำพุลุยอีกคู่อันตรายเหล็กน็อก'สโลวะเกีย'				

อังกฤษที่เลื่อนทีมปีศาจแดงยุโรปไปได้ 1-0 ทะลุสู่อันดับ 8 ทีมสุดท้ายไปได้ในที่สุด

ขณะที่เมื่อวันที่ 25 มิ.ย. นายแพทย์ วรรณิกา ประธานชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดผลสำรวจเรื่องหมั่นบอชอุไร นำมา กับความสุขของกลุ่มเชียร์บอลสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 1,800 ตัวอย่าง วันที่ 19-24 มิ.ย. พบว่า เมื่อคะแนนความสุขเดิมอยู่ที่ 10 คะแนน กลุ่มเชียร์บอลลดคะแนนมามีความสุขมากกว่ากลุ่มเชียร์บอลที่ดื่มน้ำเมา โดยพบว่ากลุ่มเชียร์บอลที่ไม่ดื่มน้ำมาจะเชียร์บอลมีความสุขอยู่ที่ 6.78 คะแนน แต่กลุ่มเชียร์บอลที่เชียร์ไป เมาไป มีความสุขที่ต่ำกว่าคือ 5.45 และกลุ่มเชียร์บอลที่เล่นหายหน้าบอชอุไรมีความสุขที่ 5.27 ต่ำกว่ากลุ่มคนเชียร์บอลที่ไม่เล่นหายหน้าที่มีความสุขสูงกว่าที่ 6.87 ในขณะที่ขบวนการเชียร์บอลที่เห็นคนเมาตีกันช่วงปาขวดเหว้าขวดเบียร์ มีความสุขต่ำกว่าคือ 5.88 แต่กลุ่มเชียร์บอลที่ไม่เห็นคนเมาทะเลาะกันขณะเชียร์บอลมีความสุขสูงกว่าอยู่ที่ 6.97 ส่วนคนเชียร์บอลที่เห็นการขายเหว้าเบียร์ให้เด็กเยาวชน มีความสุขต่ำกว่า คือ 5.87 แต่คนเชียร์บอลที่ไม่เห็นการขายเหว้าเบียร์ให้เด็ก มีความสุขสูงกว่าคือ 6.78 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 58.8 เคยเห็นวัยรุ่นเมาช่วงปาขวดเบียร์ตีกันบาดเจ็บในสนามคอนเสิร์ตและร้อยละ 47.1 เคยเห็นเด็กวัยรุ่นเมาตีกัน บาดเจ็บขณะเชียร์บอล

สำหรับโครงการทนายผลการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 กับไทยรัฐ ด้วยการเขียนคำทนายผลให้ชัดเจนว่าทีมใดจะเป็นทีมชนะเลิศลงบนไปรษณียบัตรของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ใน ต่อ คำทนายนั้น ผู้ร่วมสนุกต้องเขียนชื่อ นามสกุล ที่อยู่ให้ชัดเจน โดยผู้ส่งไปรษณียบัตรร่วมสนุกให้เขียนที่อยู่ตามบัตรประชาชนเท่านั้น ห้ามขีดฆ่า ขูด ลบ ระบายสี หรือทำสัญลักษณ์ใดๆ และห้ามตัดกระดาษพิมพ์ชื่อ-ที่อยู่ ทีมที่ทนายผล และลงบนไปรษณียบัตรส่งผ่านระบบไปรษณีย์มายัง นสพ.ไทยรัฐ เลขที่ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 หมวดเขตส่งคำทนายวันที่ 9 กรกฎาคม 2559 หรือก่อนการเตะนัดชิงชนะเลิศจะเริ่มขึ้น 1 วัน คือ ในวันที่ 10 กรกฎาคม 2559 โดยถือตราประทับวันที่บนไปรษณียบัตรเป็นสำคัญ โดยผู้ส่งคำทนายต้องมีสัญชาติไทย คนเดียวสามารถส่งคำทนายมาว่ามสนุกได้ไม่จำกัดจำนวน ทั้งนี้พนักงานและครอบครัว นสพ.ไทยรัฐ รวมทั้งบริษัทในเครือไทยรัฐกรุ๊ป ไม่มีสิทธิ์ร่วมส่งคำทนาย

รหัสข่าว: C-160626009087 (26 มิ.ย. 59/07:31)

หน้า: 3/3



บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาพรมพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล: help@iqnewsclip.com



899 / 191 ถนนวันพระราม 9 ต.อ่อนนุช ประเวศ กทม. 10250