



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง การทำโพลเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Poll) ต่อข้อกังวลของ
สาธารณชน (Public Concern) และพฤติกรรมเครื่องดื่ม การปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ของคนไทย

โดย

ดร.นพดล กรรณิกา

เสนอต่อ

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

มกราคม ๒๕๖๑

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง การทำโพลเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Poll) ต่อข้อกังวลของ
สาธารณชน (Public Concern) และพฤติกรรมการดื่ม การปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ของคนไทย

โดย

ดร.นพดล กรรณิกา

เสนอต่อ

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

มกราคม ๒๕๖๑

ตารางสรุปผลการดำเนินงาน			
ลำดับที่	กิจกรรม	Check list	ผลการดำเนินการครบถ้วนตามสัญญา
๑	ทบทวนเอกสารเกี่ยวกับการสำรวจต่างๆที่ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นทัศนคติ การรับรู้ ความเข้าใจของประชาชนต่อการดื่มสุราในมิติของสื่อโฆษณา กิจกรรมรณรงค์ และกฎหมาย/นโยบายที่สำคัญฯลฯ	√	บทที่ ๒ หน้า ๔-๑๒
๒	สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ(Key Informants) ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การบริโภค ผลกระทบจากการบริโภค การโฆษณาและการตลาดต่างๆ การกำหนดและการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ เป็นต้น เพื่อสร้างแบบสอบถามและทดสอบแบบสอบถาม	√	ภาคผนวก สรุปภาพรวมการดำเนินกิจกรรมต่างๆ หน้า ๗๗ - ๗๙
๓	ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามและการกำกับตรวจสอบควบคุมคุณภาพของข้อมูล	√	อบรมพนักงานเก็บข้อมูลภาคสนาม และดำเนินการเก็บข้อมูลครั้งใหญ่ (เมษายนถึงมิถุนายน ๒๕๖๐) หน้า ๘๐ - ๘๒
๔	ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล และออกรายงานการสำรวจปัญหาสุรา พฤติกรรม ทัศนคติ มาตรการของรัฐ ฯลฯ จำนวนรวม ๕ ครั้งตลอดทั้งปี จุดประกาย กระตุ้น สาน เสริม ของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา(ศวส.) และภาคประชาสังคม	√	ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล หน้า ๒๔-๖๑ รายงานการสำรวจปัญหาสุรา พฤติกรรม ทัศนคติ มาตรการของรัฐ ฯลฯ หน้า ๘๓-๑๓๙
๕	จัดเวทีรายงานผลสำรวจ พร้อมประชุมรับฟังข้อเสนอแนะ	√	วันที่ ๒๙ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ หน้า ๑๔๐-๑๔๑
๖	จัดทำ Info graphic สรุปบทเรียนจากการทำชุดโครงการฯและปรับปรุงเครื่องมือและการออกแบบการวิจัยในอนาคต	√	จัดทำ Info Graphic รายงานผลการศึกษา ๑๒ ชุด สรุปบทเรียนจากการทำชุดโครงการและปรับปรุงเครื่องมือและการออกแบบการวิจัยในอนาคต หน้า ๑๔๒-๑๔๗

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ตามที่ ดร. นพดล กรรณิกา พร้อมด้วยเครือข่ายวิชาการผู้เคยมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญ และคุณวุฒิทางการศึกษาด้านระเบียบวิธีวิจัย (Survey Methodology) และการบริหารจัดการนโยบาย สาธารณะ (Policy Management) ได้ดำเนินการจัดทำโครงการวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง “การทำโพล เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Poll) ต่อข้อกังวลของสาธารณชน (Public Concern) และพฤติกรรม การดื่ม การปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย” กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปใน ๑๕ จังหวัด จำนวนตัวอย่างประชาชนทั้งสิ้น ๕,๔๐๗ ตัวอย่าง โดยได้ดำเนินโครงการ ตั้งแต่วันที่ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ ถึงวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๖๑ ที่ผ่านมา โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง แบบแบ่งกลุ่มชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-stage Cluster Sampling)

การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อทำโพลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อข้อกังวลของสาธารณะ ทั้งในแง่ประเด็นผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่ เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม การดื่ม และการปฏิบัติตามกฎหมาย พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ เรื่องการห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่อยู่ในการค้ากับดูแลและใช้ประโยชน์ของราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่น ของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๘ เพื่อศึกษาผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อโฆษณา และรูปแบบส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์เชื่อมโยงที่ ส่งผลต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเพื่อศึกษาประเด็นสำคัญอื่นๆ ที่ทางคณะทำงาน ของ ศวส. สนใจศึกษาเพิ่มเติมในแต่ละช่วงเวลาของปี พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งผลจากการศึกษา พบว่า

เมื่อสอบถามถึง การติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชน พบว่าประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๑.๑ ติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชนทุกวันหรือเกือบทุกวัน โดยตัวอย่างจำนวนส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๑ มี ปัญหาสุขภาพและอุบัติเหตุที่เกิดจากการดื่ม เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ที่น่าพิจารณาคือ ผลเสียต่อประชาชนและสังคมโดยรวมจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๖.๔ ระบุ อุบัติเหตุทางถนน รองลงมาร้อยละ ๙๕.๖ ระบุ ปัญหาสุขภาพ ร้อยละ ๙๔.๗ ระบุ อันตรายต่อเด็กในท้อง ที่เกิดจากการดื่มเหล้า และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่างๆ ร้อยละ ๙๒.๗ ระบุ ความสามารถในการทำงานลดลง ร้อยละ ๙๒.๕ ระบุ เสี่ยงตั้ง รำคาญ ร้อยละ ๘๙.๖ ระบุ การข่มขืน ล่วงละเมิดทางเพศ ร้อยละ ๘๗.๖ ระบุ ความรุนแรงในครอบครัว และเกิดอาชญากรรม จะมี มากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๐ ระบุ จำเป็นต้องมี แนวทาง มาตรการต่างๆ เพิ่มเติม ในการควบคุม เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อ ลดอันตรายต่างๆ เช่น อุบัติเหตุ ความรุนแรง ความตาย

เมื่อถามถึง สิ่งที่ บริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กำลังดำเนินการอยู่ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๓ กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อสร้างการเป็นที่ยอมรับ จากประชาชนกลุ่มต่างๆ ร้อยละ ๗๖.๙ กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ ใช้เงิน ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เจ้าหน้าที่รัฐระดับสูงเพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของพวกเขา ร้อยละ ๗๓.๕

กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ มีอิทธิพลมากต่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาล และที่นำเป็นห่วง คือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๘.๔ กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ กำลังพยายามเจาะตลาด เข้าถึง กลุ่มเด็ก เยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ดื่มเหล้า เบียร์ ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๕.๔ ตระหนักถึงข้อแนะนำต่างๆในการลดการดื่ม เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๘.๖ ตระหนักว่า การดื่มเหล้า เบียร์และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลต่อสุขภาพซึ่งจะทำให้เกิดโรคตับแข็ง

เมื่อถามถึง ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง พบว่า ร้อยละ ๑๗.๙ ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ระบุ เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง ในขณะที่ ๕๒.๔ ระบุ คนใน ครอบครัว หรือเพื่อนเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง นอกจากนี้ ร้อยละ ๘๕.๑ ระบุ เหล้า เบียร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆกับ ความรุนแรงที่บ้านและภายในครอบครัวมีความเกี่ยวข้องกัน โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๔.๐ ระบุ รัฐบาลควรมีมาตรการอะไรเพิ่มเติมที่จะแก้ปัญหาความรุนแรงที่บ้านและ ภายในครอบครัว

เมื่อสอบถามถึง ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา คุณเคยเห็นการโฆษณา เหล้า เบียร์ ฯลฯ ในสื่อ ต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๓.๕ ระบุ เคยเห็นการโฆษณา เหล้า เบียร์ ฯลฯ และร้อยละ ๔๓.๔ ระบุ เคยเห็นการโฆษณา บุหรี่ ในสื่อต่างๆ โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๘.๒ ระบุ ควรห้าม โฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อื่นๆ แบบเด็ดขาด ในสื่อต่างๆ เหมือนการห้ามโฆษณาบุหรี่

อย่างไรก็ตาม เมื่อถามถึงความเชื่อต่อข้อความเตือนสติที่ปรากฏในการโฆษณาเหล้าเบียร์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๘.๒ เชื่อข้อความที่ว่า สุรา เบียร์ ทำให้เป็นเหตุทะเลาะวิวาทและ อาชญากรรมได้ ในขณะที่ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๕.๖ เชื่อข้อความที่ว่า สุรา เบียร์ ทำให้เป็นเหตุให้พิการ ตายได้ และร้อยละ ๙๑.๓ เชื่อว่า สุราเป็นเหตุให้สมองเสื่อม ได้ ตามลำดับ

นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๕๗.๐ ระบุ ควรห้าม ผู้ประกอบการ (สปอนเซอร์) สนับสนุน เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เข้าทำกิจกรรมการแข่งขันกีฬาต่างๆ ในขณะที่ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๓.๗ ระบุ ควรห้าม ผู้ประกอบการ (สปอนเซอร์) สนับสนุน เหล้า เบียร์ ฯลฯ เข้าทำกิจกรรมใน สถาบันการศึกษา

ที่น่าพิจารณา คือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๘.๖ ระบุ ควรห้ามการแสดงโลโก้ ตราสัญลักษณ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ ในโรงเรียน มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษา และที่น่าสนใจ คือส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๕.๔ ระบุ ควรมีกฎหมายลงโทษร้านเหล้า เบียร์ ฯลฯ ใกล้สถาบันการศึกษาและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้ สถาบันการศึกษาในบริเวณ ๕๐๐ เมตร

อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๖.๕ ระบุ สนับสนุนให้มีการขึ้นภาษี เหล้า เบียร์ และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๗.๕ ระบุ ควรเพิ่มโทษ คนที่ขายเหล้า เบียร์ และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ นอกเวลาที่กฎหมายกำหนด

จากการศึกษาคั้งนี้ คณะวิจัยขอเสนอแนะให้ ศวส. ควรสรรหาภาคีเครือข่ายด้านยุทธศาสตร์ที่มี องค์ความรู้ มีนวัตกรรม และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ มาร่วมกำหนดยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเพื่อ

ผลักดันฝ่ายนโยบายและรัฐบาลในการออกกฎหมายควบคุมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการ
ขายรูปแบบต่างๆ รวมถึงการควบคุมการแสดงผลิตภัณฑ์ที่จุดจำหน่าย เช่นเดียวกับการควบคุมบุหรี่

นอกจากนี้ ศวส. ควรมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ในเชิงสร้างกระแสสังคมในรูปแบบที่
หลากหลายตรงกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เช่น แบ่งกลุ่มตามวัย ได้แก่ วัยรุ่น วัยทำงาน และวัยสูงอายุ
จากนั้นนำผลการศึกษาพฤติกรรมการติดตามข่าวสารของคนแต่ละวัยมาประกอบซึ่งพบว่า
กลุ่มเป้าหมายทุกวัยในปัจจุบันจำนวนมากติดตามข่าวสารผ่านสังคมออนไลน์หรือโลกโซเชียล ดังนั้นการ
ผลิต Info Graphic และ Video Clip สั้นๆ กระชับ ด้วยภาพที่ดึงดูดความสนใจแต่ละกลุ่มเป้าหมายจึง
น่าจะเป็นการสื่อสารที่ได้ผลมากขึ้นเพื่อเสริมสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการดื่ม ปัญหาและ
ผลกระทบจากการดื่ม การตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกันเด็กและเยาวชนจากการดื่ม และ
เรียกร้องให้มีการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเจ้าหน้าที่รัฐเป็นไปอย่างจริงจังและ
ต่อเนื่อง

ดร. นพดล กรรณิกา และคณะวิจัย

สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล

โทร ๐๘-๗๓๓๕-๕๕๘๘

โทรสาร ๐๒-๓๐๘-๐๔๔๔

สารบัญ

		หน้า
บทสรุปผู้บริหาร		ก
สารบัญ		ง
สารบัญตาราง		ฉ
บทที่ ๑	บทนำ	๑
	๑. หลักการและเหตุผล	๑
	๒. วัตถุประสงค์การศึกษา	๒
	๓. ขอบเขตการศึกษา	๒
	๔. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๓
บทที่ ๒	ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๔
	๑. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๔
	๒ ผลกระทบจากการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	๕
	๓ กลยุทธ์การโฆษณาสื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อแนวโน้มการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	๗
	๔. ทบทวนวรรณกรรมต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง	๙
บทที่ ๓	กรอบแนวคิดและระเบียบวิธีการดำเนินโครงการ	๑๓
	๑. กรอบแนวคิด	๑๓
	๒. ตัวแปรที่ศึกษา/นิยามศัพท์	๑๓
	๓. ระเบียบวิธีการดำเนินโครงการ	๑๕
	๔. พื้นที่ ประชากร การเลือกตัวอย่าง และการกำหนดขนาดตัวอย่าง	๑๕
	๕. เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล	๑๙
	๖. การเก็บรวบรวมข้อมูล	๑๙
	๗. ขั้นตอนการดำเนินงาน/แผนการดำเนินงาน	๒๐
	๘. การวิเคราะห์ข้อมูล	๒๒
	๙. เป็นโครงการต่อเนื่องหรือไม่	๒๒
	๑๐. การติดตามและประเมินผล	๒๒
บทที่ ๔	ผลการศึกษา	๒๔
	๑. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	๒๔
	๒. ทิศนคติต่อเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	๒๘
	๓. พฤติกรรมการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์	๔๒

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
๔. ความตระหนักและประสบการณ์เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๕๐
๕. มุมมองต่อนโยบายแอลกอฮอล์ที่หลากหลาย	๕๗
บทที่ ๕ สรุปผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	๖๒
ภาคผนวก	๖๗
เอกสารอ้างอิง	๑๔๖

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ ๑.๑	แสดงจำนวนร้อยละของภูมิภาคที่เก็บข้อมูลของตัวอย่างที่ทำการศึกษา	๒๔
ตารางที่ ๑.๒	แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง	๒๕
ตารางที่ ๑.๓	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ยุคสมัยของผู้ตอบแบบสอบถาม	๒๗
ตารางที่ ๑.๔	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทคนขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๒๗
ตารางที่ ๒.๑	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความถี่ในการติดตามข่าวสารผ่านสื่อ ในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา	๒๘
ตารางที่ ๒.๒	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นที่เป็นอันตรายต่อประชาชนคน ไทย	๒๘
ตารางที่ ๒.๓	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นปัญหาสุขภาพและอุบัติเหตุจาก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๒๙
ตารางที่ ๒.๔	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อสภาพปัญหาจากดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๒๙
ตารางที่ ๒.๕	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อสภาพปัญหาของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	๓๑
ตารางที่ ๒.๖	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อแนวทางและมาตรการใน การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๓๒
ตารางที่ ๒.๗	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์และความสามารถในการทำงานที่เพิ่มขึ้น	๓๒
ตารางที่ ๒.๘	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ช่วยทำให้สุขภาพดีขึ้น	๓๒
ตารางที่ ๒.๙	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อแนวทางการแก้ไขปัญหา จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๓๓
ตารางที่ ๒.๑๐	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการดำเนินงานในรูปแบบ ต่าง ๆ ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๓๓
ตารางที่ ๒.๑๑	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๓๕
ตารางที่ ๒.๑๒	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ บริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ควรรับผิดชอบต่อเพิ่มขึ้นอีกต่อเหยื่อเมาและขับ	๓๕

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ ๒.๑๓	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นที่นักการเมืองและพรรคการเมืองควรจะได้รับเงินบริจาคและผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องยนต์แอลกอฮอล์หรือไม่	๓๖
ตารางที่ ๒.๑๔	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ สาเหตุที่นักการเมืองและพรรคการเมืองควรจะได้รับเงินบริจาคและผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	๓๖
ตารางที่ ๒.๑๕	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ สาเหตุที่นักการเมืองและพรรคการเมืองไม่ควรจะได้รับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	๓๖
ตารางที่ ๒.๑๖	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นที่เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูงควรจะได้รับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องยนต์แอลกอฮอล์หรือไม่	๓๗
ตารางที่ ๒.๑๗	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ สาเหตุที่เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูงควรจะได้รับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	๓๗
ตารางที่ ๒.๑๘	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุสาเหตุที่เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูงไม่ควรจะได้รับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องยนต์แอลกอฮอล์	๓๘
ตารางที่ ๒.๑๙	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ คุณเชื่อข้อความต่อไปนี้หรือไม่	๓๘
ตารางที่ ๒.๒๐	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการโฆษณาเชิญชวนให้เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปีดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๓๙
ตารางที่ ๒.๒๑	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ คุณ พบว่า เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางใดบ้างต่อไปนี้	๔๐
ตารางที่ ๓.๑	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์การเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๔๒
ตารางที่ ๓.๒	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๔๓
ตารางที่ ๓.๓	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ อายุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก	๔๓

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ ๓.๔	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ จำนวนวันที่ดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา	๔๔
ตารางที่ ๓.๕	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มแอลกอฮอล์โดยทั่วไปต่อวัน ในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา	๔๔
ตารางที่ ๓.๖	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ชนิด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มบ่อยที่สุด	๔๕
ตารางที่ ๓.๗	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ในช่วง ๑๒ เดือน เคยดื่มจนรู้สึกเมาบ่อยครั้งเพียงใด	๔๖
ตารางที่ ๓.๘	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อความรู้สึกมีเมามาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๔๗
ตารางที่ ๓.๙	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๔๗
ตารางที่ ๓.๑๐	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ คุณรู้สึกอย่างไร เมื่อดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อื่นๆ ในจำนวนและปริมาณที่คุณดื่มตอนนี้	๔๘
ตารางที่ ๓.๑๑	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๔๘
ตารางที่ ๓.๑๒	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ลด ละ เลิก โดยมีเหตุผล (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)	๔๙
ตารางที่ ๓.๑๓	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ดื่มเพิ่มขึ้น โดยมีเหตุผล (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)	๔๙
ตารางที่ ๔.๑	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การตระหนักรู้ถึงข้อแนะนำในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	๕๐
ตารางที่ ๔.๒	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อจำนวนการดื่มที่ส่งผลกระทบความเสี่ยงต่อร่างกายในระยะยาว	๕๐
ตารางที่ ๔.๓	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มที่สามารถลดผลกระทบความเสี่ยงต่อร่างกายในระยะสั้น	๕๑
ตารางที่ ๔.๔	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของหญิงมีครรภ์	๕๒

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ ๔.๕	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อผลกระทบทางสุขภาพที่เกิดขึ้นจากการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)	๕๒
ตารางที่ ๔.๖	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา คุณ หรือ คนในครอบครัวเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง	๕๓
ตารางที่ ๔.๗	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง	๕๓
ตารางที่ ๔.๘	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อสถานที่ในการใช้ความรุนแรงจากการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์	๕๓
ตารางที่ ๔.๙	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นเหล่า เบียร์ เครื่องตีแอลกอฮอล์ต่างๆ กับ ความรุนแรงที่บ้านและภายในครอบครัว	๕๔
ตารางที่ ๔.๑๐	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นมาตรการที่จะแก้ปัญหาความรุนแรงที่บ้านและภายในครอบครัว	๕๕
ตารางที่ ๔.๑๑	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์การพบเห็นเด็กเล็กตกอยู่ในอันตรายหรือเป็นเหยื่อจากการใช้ความรุนแรงจากการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์	๕๕
ตารางที่ ๔.๑๒	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ เด็กและเยาวชนที่อายุต่ำกว่า ๒๐ ปีได้รับอันตรายหรือเสี่ยงต่ออันตรายจากคนตีเหล่า เบียร์ (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)	๕๕
ตารางที่ ๔.๑๓	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การตีเหล่า เบียร์ และเครื่องตีแอลกอฮอล์อื่นๆ จะมีพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ ในช่วงระหว่าง ก่อน และหลังตี (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)	๕๖
ตารางที่ ๕.๑	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นและมุมมองต่อห้ามผู้อุปการคุณสนับสนุนเครื่องตีแอลกอฮอล์เข้าทำกิจกรรมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ	๕๗
ตารางที่ ๕.๒	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นและมุมมองต่อการห้ามผู้อุปการคุณสนับสนุนเครื่องตีแอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษา	๕๗
ตารางที่ ๕.๓	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์การพบเห็นโฆษณา เหล้า เบียร์และเครื่องตีแอลกอฮอล์ในสื่อต่าง ๆ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา	๕๗
ตารางที่ ๕.๔	แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์การพบเห็นโฆษณาบุหรี่ ในสื่อต่างๆ	๕๘

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ ๕.๕	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามโฆษณาเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเด็ดขาดในสื่อต่าง ๆ เช่นเดียวกันกับการห้ามบุหรี่ยาสูบ	๕๘
ตารางที่ ๕.๖	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามการแสดงโลโก้ ตราสัญลักษณ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในระหว่างช่วงการแข่งขันกีฬา	๕๙
ตารางที่ ๕.๗	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามการแสดงโลโก้ ตราสัญลักษณ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในโรงเรียน มหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษาอื่นๆ	๕๙
ตารางที่ ๕.๘	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการสนับสนุนให้มีการขึ้นภาษีเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่าง ๆ	๕๙
ตารางที่ ๕.๙	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อประเทศไทยควรมีกฎหมายลงโทษ ร้านเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้สถาบันการศึกษาในบริเวณ ๕๐๐ เมตร	๖๐
ตารางที่ ๕.๑๐	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการให้มีใบอนุญาตชั่วคราวขายเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ	๖๐
ตารางที่ ๕.๑๑	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการให้มีใบอนุญาตชั่วคราวขายเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ	๖๑
ตารางที่ ๕.๑๒	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการเพิ่มโทษ คนที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ นอกเวลาที่กฎหมายกำหนด	๖๑

บทที่ ๑

บทนำ

๑. หลักการและเหตุผล/ที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ประเทศไทยประสบปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูง โดยมีการดำเนินการเพื่อควบคุมปัญหาในระดับหนึ่งมาโดยตลอด กระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการยกร่างกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นหวังให้เป็นกฎหมายที่กำหนดมาตรการและกลไกในการดำเนินการควบคุมปัญหาสุราที่สำคัญ ในปี ๒๕๕๐ มีการพิจารณากฎหมายฉบับนี้ในสภานิติบัญญัติแห่งชาติและสภานิติบัญญัติแห่งชาติผ่านกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีผลบังคับใช้เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๑ ที่ผ่านมา ประเทศไทยจึงมีกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมปัญหาสุราโดยเฉพาะ โดยมีเนื้อหาสาระของกฎหมายที่สำคัญ ๓ ประการ คือ

๑. การจัดตั้งคณะกรรมการนโยบาย คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ระดับชาติ) คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด/กรุงเทพมหานครและสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๒. กลุ่มมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย มาตรการจำกัดอายุขั้นต่ำ ของผู้ซื้อที่ถูกต้องกฎหมาย มาตรการจำกัดวันเวลาจำหน่าย และ มาตรการจำกัดสถานที่จำหน่ายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๓. กลุ่มมาตรการจำกัดการโฆษณา การส่งเสริมการขายและควบคุมบรรจุภัณฑ์/ฉลาก ประกอบด้วย มาตรการห้ามโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม แต่ให้กระทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม การห้ามการร่ำขาย การห้ามการลด-แลก-แจก-แถม และการห้ามการขายพ่วง และมาตรการควบคุมบรรจุภัณฑ์/ฉลาก/คำเตือน

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ประสงค์จะทำการสำรวจพฤติกรรม ประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สถานการณ์การรับรู้ การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากประชาชนที่มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป ร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลการศึกษามาใช้วางแผนพัฒนาการควบคุมปัญหาสุราต่อไปได้เป็นอย่างดี

ในการนี้ ดร. นพดล กรรณิกา พร้อมด้วยเครือข่ายวิชาการผู้เคยมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญและคุณวุฒิทางการศึกษาด้านระเบียบวิธีวิจัย (Survey Methodology) และการบริหารจัดการนโยบายสาธารณะ (Policy Management) จึงได้ดำเนินการจัดทำโครงการวิจัยเชิงสำรวจ จึงได้เสนอโครงการวิจัยเรื่อง “การทำโพลเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Poll) ต่อข้อกังวลของสาธารณชน (Public Concern) และพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย” กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปใน ๑๕ จังหวัดของประเทศเพื่อให้ได้ข้อมูลในการสนับสนุนการออกแบบและขับเคลื่อนนโยบายควบคุม

ปัญหาสุราให้กับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) โดยศึกษาในประเด็นนี้จะนำมาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตรงจุด และมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

๒. วัตถุประสงค์การศึกษา

- ๒.๑ เพื่อทำโพลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อข้อกังวลของสาธารณะ ทั้งในแง่ประเด็นผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ๒.๒ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการดื่ม และการปฏิบัติตามกฎหมาย พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ เรื่องการห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่อยู่ใน การกำกับดูแลและใช้ประโยชน์ของราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๘
- ๒.๓ เพื่อศึกษาผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อโฆษณา และรูปแบบ ส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ๒.๔ เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์เชื่อมโยงที่ส่งผลต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ๒.๕ เพื่อศึกษาประเด็นสำคัญอื่นๆ ที่ทางคณะทำงานของ ศวส. สนใจศึกษาเพิ่มเติมในแต่ละช่วงเวลาของปี พ.ศ. ๒๕๖๐

๓. ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

โครงการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษาใน ๒ ประเด็นใหญ่ๆ คือ

๓.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย

- ๓.๑.๑ ประสพการณ์ สาเหตุและปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ๓.๑.๒ ผลกระทบ (ทางบวกและทางลบ) จากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ๓.๑.๓ พฤติกรรมการดื่ม แบบแผนการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
- ๓.๑.๔ โทษของการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เมื่อเปรียบเทียบกับสารชนิดอื่น
- ๓.๑.๕ การรับรู้/ความเข้าใจต่อมาตรการและบทกำหนดโทษ
- ๓.๑.๖ การปฏิบัติตามและการบังคับใช้
- ๓.๑.๗ สถานการณ์การเข้าถึงผลิตภัณฑ์/การโฆษณา/การส่งเสริมการขาย อาทิ
 - ช่วงเวลาซื้อ/สถานที่ซื้อ-ดื่ม/อายุผู้ซื้อ
 - ระยะทาง/ระยะเวลาที่ใช้ในการซื้อ-ดื่ม/ความหนาแน่นของร้าน
 - การพบเห็นการโฆษณา/การลด-แลก-แจก-แถม/การเร่ขาย/การขายคนเมา/การขายพ่วง

- การเห็นฉลากคำเตือน
- ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ศวส.มีข้อมูลที่ครบถ้วน ครอบคลุม มีคุณภาพและมีผลการประเมินการรณรงค์ (Campaign) ต่าง ๆ ในรอบปฏิทิน ๑๒ เดือน และข้อมูลประเมินนโยบายต่าง ๆ เช่นความคิดเห็น ทศนคติการรับรู้ความเข้าใจของประชาชนต่อการตีรสุมรา ในมิติของสื่อโฆษณา กิจกรรมรณรงค์ และกฎหมาย/นโยบายที่สำคัญ เป็นต้น และข้อมูลผลกระทบจากการตีรสุมครั้งใหญ่ ๑ ครั้งต่อปีและได้ผลสำรวจในสถานการณ์เร่งด่วน ๔ ถึง ๕ ครั้ง ในรอบ ๑๒ เดือน สู่การออกแบบและขับเคลื่อนนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาสุราของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

บทที่ ๒ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

๑. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อัมมันดา ไชยกาญจน์และอมรา ไชยกาญจน์ (๒๕๖๐) ศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาที่ศึกษา ใน ๔ คณะ จำนวน ๒๙๐ คน ทำการศึกษาในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๘

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ ๒๑.๔ อายุเฉลี่ยที่ดื่มครั้งแรก ๑๖.๔๒ ปี เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เริ่มดื่มครั้งแรก คือ เบียร์ ร้อยละ ๖๑.๒ สาเหตุที่ดื่มอันดับแรก คือ ออยากลอง ร้อยละ ๖๔.๒

ส่วนใหญ่ดื่มในปัจจุบัน คือ เบียร์ ร้อยละ ๖๒.๕ เหตุผลที่ยังดื่ม คือ เพื่อเข้าสังคม ร้อยละ ๔๓.๗ ส่วนใหญ่ดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อน ร้อยละ ๗๘.๗ โอกาสที่ดื่มคืองานเลี้ยงสังสรรค์ระหว่างเพื่อน ร้อยละ ๖๖.๒ สารเสพติดที่ใช้ร่วมกับการดื่มแอลกอฮอล์ คือ บุหรี่ ร้อยละ ๑๙.๘ มีนักศึกษาที่ดื่ม ในช่วงเวลา ๒ สัปดาห์ ร้อยละ ๓๖.๖ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดื่มแอลกอฮอล์ คือ ทักษะคิดต่อการดื่มแอลกอฮอล์ (OR = ๕.๙๖) อิทธิพลของเพื่อน (OR = ๕.๙๖) และอิทธิพลจากสื่อโฆษณา (OR = ๓.๗๖) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $.๐๕$ (p -value $< .๐๐๑$) ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการดื่ม แอลกอฮอล์ คือ เพศ เงินที่ได้รับต่อเดือน การได้รับการช่วยเหลือจากครอบครัว ภาวะเป็ยบของ มหาวิทยาลัยและการเข้าถึงแหล่งซื้อขาย

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน พบว่าระยะเวลาที่ดื่มจนถึงปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ดื่มเป็นระยะเวลามากกว่า ๑ ปี รองลงมา คือ น้อยกว่า ๓ เดือน สำหรับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดื่มบ่อยในปัจจุบัน คือ เบียร์ รองลงมาคือ ไวน์และสุรา ตามลำดับ ปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะดื่มครั้งละ ๑-๓ แก้ว รองลงมาคือ ดื่ม ๗-๑๐ แก้ว ปริมาณการดื่มน้อยที่สุด ๑ แก้ว มากสุด ๒๐ แก้ว โดยความถี่ของการดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่จะดื่มบ้างเป็นบางครั้ง รองลงมาคือ ดื่มทุกสัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ของจินตนา วงศ์วาน (๒๕๕๘) ที่ศึกษาเรื่องความชุกและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดกรมสามัญศึกษา อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นักเรียนส่วนใหญ่ดื่มในปัจจุบัน คือ เบียร์ รองลงมาคือ ไวน์และสุราไทย และสุราต่างประเทศ โดยดื่มครั้งละ ๑-๒ แก้ว จนกระทั่งถึง ๑ ขวดแบบ ความถี่ของการดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่จะดื่มบ้างเป็นบางครั้ง (๒-๓ ครั้งต่อเดือน) รองลงมาคือ ดื่มทุกเดือนและดื่มทุกสัปดาห์ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อน รองลงมาคือ ดื่มกับญาติ สำหรับวาระโอกาสที่ดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ ดื่มในงานเลี้ยงสังสรรค์ระหว่างเพื่อน รองลงมาคือ เทศกาลงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่ สำหรับ

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างยังตี้มแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน คือ ตี้มเพื่อเข้าสังคม รองลงมาคือ เพื่อน ชักชวนและติดใจในรสชาติ

๒. ผลกระทบจากการตี้มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการศึกษาพบว่า สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของครอบครัวไทย (๒๕๕๗) พบว่า สมาชิกในครอบครัวหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายตามร้านขายของชำใกล้บ้าน (ร้อยละ ๗๑.๗) ส่วนใหญ่บริโภคเบียร์ ๑-๒ กระป๋อง (ร้อยละ ๗๐.๗) เมื่อมีโอกาสพิเศษ (ร้อยละ ๕๐.๘) โดยเคยคิดว่าตนเองควรลดปริมาณลง เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมาก (ร้อยละ ๕๒.๙) แต่ ๑๓๒ คน คิดว่าไม่สามารถเลิกได้ในอนาคต เนื่องจากต้องเข้าสังคม (ร้อยละ ๖๙.๑) ดังนั้น ชุมชนจึงได้พัฒนา ๓ กลยุทธ์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครอบครัว คือ จำกัดการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนงดการเลี้ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการจัดงานทุกชนิดในชุมชน และสร้างอาชีพในชุมชน ผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้เห็นพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของครอบครัวไทย และความร่วมมือของชุมชนที่สำคัญยังเป็นแนวทางสำหรับผู้กำหนดนโยบายท้องถิ่นในการออกกฎบังคับ เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของครอบครัว

ในขณะที่ ผลจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๘ พบว่า ประชากรไทยที่มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป ประมาณสิบแปดล้านคน ตี้มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระยะเวลา ๑๒ เดือนที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ ๔๐ เป็นนักตี้มที่มีการตี้มเป็นประจำตั้งแต่ ๑ ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป และจากการสำรวจเด็ก เยาวชน นักเรียนระดับมัธยมศึกษาทั่วประเทศใน พ.ศ. ๒๕๕๙ พบประเด็นที่น่าสนใจคือ นักเรียนชายร้อยละ ๑๙.๓ และนักเรียนหญิงร้อยละ ๑๖.๒ ตี้มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันหรือ ๓๐ วันก่อนการสำรวจ¹ จากข้อค้นพบดังกล่าว เป็นที่น่าสนใจว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันนับวันจะรุนแรงยิ่งขึ้น และเด็ก เยาวชนมีการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ง่ายขึ้น ที่สำคัญคือ เด็ก เยาวชนที่เป็นนักตี้มหน้าใหม่นั้น มีเกณฑ์อายุน้อยลงเรื่อยๆ

อย่างไรก็ตาม เมื่อศึกษาถึงเหตุปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือต่อการตี้มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็ก เยาวชนที่เป็นนักตี้มหน้าใหม่ ผลจากการวิจัยระบุว่า สาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และการตี้มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็ก เยาวชน ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญต่างๆ ดังนี้

- ๑) ปัจจัยที่เกิดจากครอบครัว เช่น ปัญหาที่เกิดจากครอบครัว ความรุนแรงภายในครอบครัว การหย่าร้าง การเลียนแบบการตี้มของคนในครอบครัว หรือชุมชน
- ๒) ปัจจัยที่เกิดจากบุคคลอื่น เช่น การชักชวนของเพื่อน การต้องการการยอมรับ
- ๓) ปัจจัยที่เกิดจากสื่อโฆษณา กลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

¹ เอกสารการประชุมวิชาการสุราครั้งที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๕๕ หน้า ๑๘

๔) ปัจจัยที่เกิดจากมาตรการ นโยบาย กฎหมาย และการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

โดยปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากครอบครัวนับเป็นจุดเริ่มต้นของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็ก เยาวชน และยังมี การเชื่อมโยงเชิงพฤติกรรมในการเลียนแบบในเชิงลบ เช่น การใช้ความรุนแรง การสร้างเสียงดังรำคาญ การทะเลาะวิวาท การทำลายทรัพย์สินสาธารณะ เป็นต้น ซึ่งปัญหาและผลกระทบเหล่านี้ จะเกิดขึ้นมาจากหรือขึ้นอยู่กับความรุนแรงของพฤติกรรมและแบบแผนในการดื่มของคนต้นแบบ ระดับความสัมพันธ์ ความใกล้ชิด และความเชื่อมโยงเชิงพฤติกรรมที่เด็ก เยาวชนได้รับการซึมซับมา หากแต่เมื่อเกิดปัญหาขึ้นแล้ว หน่วยที่ต้องแบกรับภาระความเสียหาย คือ ครอบครัว ซึ่งเป็นฐานรากของการบ่มเพาะพฤติกรรมต่าง ๆ นั้นเอง จากกรณีศึกษาตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และความรุนแรงที่เกิดขึ้นภายในครอบครัว พบว่า ปัญหาที่เกิดในครอบครัวจากสามีที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ แล้วทำร้ายร่างกายภรรยาเกิดขึ้นร้อยละ ๕.๗ และภรรยาที่ดื่ม ประจำ แล้วทำร้ายร่างกายสามีเกิดขึ้นร้อยละ ๖.๒ ของผู้ที่ดื่มประจำ ดังข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพของมูลนิธิเพื่อนหญิง พบว่า ผลพวงของการดื่มสุราทำให้เกิดความรุนแรงในครอบครัว จนกระทั่งป่าบงอ (นามสมมติ) ต้องตัดสินใจเลิกกับสามีอย่างเด็ดขาด ป่าบอกว่า วันนั้นเขาเมามาก แล้วมาพาลป่า ป่าก็บอกเขาดีๆ ว่าเมาแล้วก็ไปนอน แต่เขาไม่ฟัง ตรงเข้ามาเตะป่าที่หน้า โดนฟันป่าหัก ฟันที่หักปักหลังเท้าเขาไป ๒ ซี่ ปากของป่าเต็มไปด้วยเลือด จนต้องไปโรงพยาบาลเย็บปากและเหงือกที่แตก ป่าต้องรักษาตัวเป็นเดือนๆ ทรมานที่สุด เจ็บระบมปากไปหมดกินได้เฉพาะน้ำข้าว ใช้หลอดดูด กินแบบนี้เป็นเดือนๆ จึงตัดสินใจเลิก ลูกๆโตกันหมดแล้ว ช่วยตนเองได้แล้ว ไม่อยากอยู่กับเขาอีกแล้ว ซึ่งข้อมูลที่ค้นพบเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาและผลกระทบในทางลบที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในปัจจุบัน นอกจากนี้ รณชัย คงสกนธ์ ได้ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบครอบครัวที่มีความรุนแรง ๑๐๐ ครอบครัว กับครอบครัวที่ไม่ใช้ความรุนแรง ๑๐๐ ครอบครัว จาก ๗ ชุมชนรอบโรงพยาบาลรามธิบดี พบว่า ครอบครัวที่ใช้สุรามีโอกาสเกิดความรุนแรงในครอบครัวเป็น ๓.๘๔ เท่า เมื่อเทียบกับครอบครัวที่ไม่ใช้สุรา

นอกจากนี้ จากรายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายจังหวัด ปี พ.ศ. ๒๕๕๔ พบว่า ความชุกของนักดื่มไทยในกลุ่มประชากรผู้ใหญ่ (อายุ ๑๕ ปีขึ้นไป) เท่ากับร้อยละ ๓๑.๕ หรือ ๑ ใน ๓ ของคนไทยที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา ในกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ ๑๕-๑๙ ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ต่ำกว่าที่สามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามกฎหมาย มีความชุกของนักดื่มเท่ากับหรือร้อยละ ๑๔ หรือ ๑ ใน ๗ ของวัยรุ่น สามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อนอายุที่ตามกฎหมายกำหนด โดยภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ ๓๙.๔ และ ๓๗.๒ สำหรับความชุกของนักดื่มในประชากรผู้ใหญ่ และร้อยละ ๑๗.๗ และ ๑๘.๗ สำหรับความชุกของนักดื่มในประชากรวัยรุ่น) จังหวัดที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ในระดับสูง ส่วนใหญ่มีการกระจายตัวอยู่ในภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจังหวัดที่มีดัชนี คะแนนความเสี่ยงสูงสุด ได้แก่ พะเยา ตามมาด้วย ปราจีนบุรี แพร่ พิษณุโลก และเชียงใหม่

๓. กลยุทธ์การโฆษณาสื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อแนวโน้มการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์

จากการศึกษา พบว่า หลักฐานวิชาการทั่วโลกให้ความสำคัญและยืนยันในทิศทางเดียวกันว่า เด็กเยาวชน ต้องได้รับการปกป้องและป้องกันไม่ให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างง่าย ๆ และต้องได้รับการคุ้มครองให้มีความรู้เท่าทันเล่ห์เหลี่ยมและกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมสุรา การดำเนินตามยุทธศาสตร์และมาตรการต่างๆ อย่างเท่าทันและมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น นอกจากนี้ ยังพบว่า มาตรการสำคัญที่ช่วยป้องกันเด็ก เยาวชนจากการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ การเพิ่มภาษีและราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การจำกัดสถานที่จำหน่ายสุราในพื้นที่ที่มีเด็ก เยาวชนอยู่จำนวนมาก เช่น รอบสถานศึกษา หอพัก และพื้นที่เสี่ยงอันตราย เช่น สถานีบริการน้ำมันและบนทางจราจร การจำกัดเวลาจำหน่ายสุรา การกำหนดอายุขั้นต่ำของเด็กในการซื้อและดื่มสุรา การห้ามโฆษณาและการตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างเด็ดขาด การไม่จัดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าธรรมดาในข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างประเทศ รวมทั้งการป้องกันผลกระทบของการดื่มสุราและการขับชี่ยานพาหนะ และการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการดื่มสุรา² เป็นต้น

ในขณะที่ ปัจจุบันเป็นยุคสมัยของเทคโนโลยี ยุคดิจิทัล หรือโซเชียลเน็ตเวิร์ค ที่การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสามารถทำได้ง่ายตายหรือเพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัส ซึ่งเด็ก เยาวชน สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมถึงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็ใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อเข้าถึงเด็ก เยาวชน ที่เป็นนักดื่มหน้าใหม่ ทั้งที่เป็น เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ ช่องทางสื่อโซเชียล หรือเทคโนโลยีมือถือ เป็นช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่สินค้า และกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจร้านเหล้าได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญคือ ต้นทุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ หากแต่ต้นทุนไปอยู่ที่เด็ก เยาวชนที่ใช้บริการโซเชียลเน็ตเวิร์คผ่านการใช้บริการโทรศัพท์มือถือค่ายต่างๆ ซึ่งจากการศึกษาพฤติกรรมติดตามข่าวสารและกิจกรรมรูปแบบต่างๆผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค พบว่า กลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาร้อยละ ๔๓.๔ ติดตามงานคอนเสิร์ตและเบียร์ปาร์ตี้ที่จัดตามร้านเหล้ารอบสถานศึกษา ผ่านทางสื่อเฟสบุ๊ก(Facebook) ของทางร้าน ร้อยละ ๔๖ ระบุว่า ทราบว่าจะมีงานเหล่านี้จากเพื่อนๆที่มีการแชร์หรือแท็กข้อมูลบอกกันในช่องทาง social media ในขณะที่ ร้อยละ ๒๔ ระบุว่า ทราบข่าวจากข้อความ sms ที่ร้านเหล้าส่งมาให้ทางโทรศัพท์มือถือและทางไลน์ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า เกือบทุกรายมีพฤติกรรมไปในทิศทางเดียวกันคือ ส่งต่อแปะหน้า wall ของตนหรือเพื่อน แชร์ หรือแท็กถึงเพื่อน ที่น่าสนใจคือ เมื่อไปถึงร้านแล้วมีการเช็คอินร้าน (check-in) เพื่อรับส่วนลดหรือโปรโมชั่นพิเศษจากทางร้าน ในขณะที่ร้อยละ ๑.๖ ที่ระบุว่า รู้เรื่องกิจกรรมของร้านเหล้าผ่านป้ายโฆษณาของร้านเหล้าเอง³

² เอกสารการประชุมวิชาการสุราครั้งที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๕๕ หน้า ๑๘

³ ศรีรัช ลาภใหญ่ ดร. กลยุทธ์การโฆษณาสื่อสังคมออนไลน์: สังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัย พ.ศ. ๒๕๕๕ หน้า ๒๔

จากช่องทางการสื่อสารโฆษณา และความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ผมนวกกับความสะดวกและความคล่องตัวของการเข้าถึงสื่อดิจิทัลของเด็ก เยาวชน ในข้อมูลข่าวสารทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ ผลจากการศึกษาวิจัยถึงแนวโน้มการดื่มสุราและผลกระทบในทศวรรษที่ผ่านมา ที่นักวิชาการได้ทบทวนสถานการณ์การบริโภคสุรา โดยผลจากการสำรวจความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักดื่มในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา พบว่า ค่อนข้างคงที่หรืออยู่ที่ร้อยละ ๓๐.๐-๓๒.๗ และเมื่อวิเคราะห์แยกศึกษาตาม เพศ พบว่า ความชุกการดื่มของเพศชายมีอัตราการลดลง ในขณะที่เพศหญิงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงร้อยละ ๒๕ ในช่วง ๑๐ ปี เมื่อศึกษาถึงความชุกการดื่มจำแนกตามกลุ่มอายุ กลุ่มวัยทำงานและกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า มีความชุกลดลงเล็กน้อย ที่น่าสนใจคือ กลุ่มเยาวชนอายุ ๑๕-๒๔ ปี มีความชุกการดื่มเพิ่มขึ้นร้อยละ ๗ ในช่วง ๑๐ ปี⁴

สุรศักดิ์ ไชยสงค์ และคณะ สํารวจการรับรู้และการปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบเขตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ข้อมูลจากร้านจำหน่ายแอลกอฮอล์ในเขต ๑๐๐๐ เมตร รอบมหาวิทยาลัยมหาสารคามวิทยาเขตขามเรียง จำนวน ๕๕ ร้าน (นั่งดื่ม ๒๕ ร้าน ซื้อมากลับบ้าน ๓๐ ร้าน) ระหว่างเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๓ ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๔ เก็บข้อมูลการรับรู้โดยการตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง ส่วนการปฏิบัติตามด้านอายุและเวลาในการจำหน่ายสำรวจโดยการทดลองซื้อผลการศึกษาพบว่า ผู้จำหน่ายร้อยละ ๙๓.๘ รับรู้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ส่วนใหญ่รับรู้มาตรการทุกด้าน (ห้ามดื่ม ห้ามขาย และห้ามส่งเสริมการขาย) มาตรการที่รับรู้มากที่สุด คือ ห้ามดื่มในวัด/โรงเรียน (ร้อยละ ๙๗.๙) ส่วนมาตรการที่รับรู้ น้อยที่สุด คือ ห้ามดื่ม/ห้ามขายในบิมน้ำมัน (ร้อยละ ๓๙.๖) ด้านการปฏิบัติตาม พบว่า ร้อยละ ๙๖.๒ ไม่ปฏิบัติตามด้านอายุ (ร้านนั่งดื่ม ร้อยละ ๙๒.๐ ร้านซื้อมากลับบ้านร้อยละ ๑๐๐.๐) และ ร้อยละ ๘๙.๑ ไม่ปฏิบัติตามด้านเวลา (ร้านนั่งดื่ม ร้อยละ ๙๖.๐ ร้านซื้อมากลับบ้านร้อยละ ๗๓.๓) ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่รับรู้มาตรการ/กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และส่วนใหญ่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าว

นิษฐา หรุ่นเกษม และคณะ ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดของบริษัทแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พบว่า การจัดกิจกรรมพิเศษของกลุ่มธุรกิจแอลกอฮอล์เป็นไปในลักษณะแนวราบ ใน ๓ รูปแบบ คือ ๑) กลยุทธ์การดึง โดยใช้วิธีการดึงลูกค้าเข้าสู่ผู้ค้าปลีก ๒) กลยุทธ์การผลัก เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารกับกลุ่มผู้ค้าคนกลางเพื่อให้ ผลัก สินค้าแอลกอฮอล์ในชนิดนั้นๆ ให้ดูโดดเด่นในสายตาของผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นหรือสร้างให้เกิดการซื้อ โดยเฉพาะการจัดวางสินค้าในแบบที่โดดเด่นหรือดึงดูดสายตา ๓) กลยุทธ์องค์กร เพื่อการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวมทั้งหมดกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยรูปแบบหรือประเภทของกิจกรรมพิเศษส่วนใหญ่ที่องค์กรจะสนับสนุนส่วนใหญ่แล้ว เป็นกิจกรรมประเภทศิลปวัฒนธรรม หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ น้ำ สัตว์ป่า และธรรมชาติ หรือ กิจกรรมด้านการศึกษา จากการทบทวนวรรณกรรมด้านบริบทสถานการณ์ และปัจจัยสำคัญต่างๆที่ส่งผลต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็ก เยาวชน และ

⁴ อุดมศักดิ์ แซ่โจ้ว ดร. นพ. แนวโน้มการดื่มสุราและผลกระทบในทศวรรษที่ผ่านมา พ.ศ. ๒๕๕๕ หน้า ๓๕

ประชากรของประเทศในช่วงที่ผ่านมา และประเด็นสำคัญอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อมิติด้านสุขภาวะ เศรษฐศาสตร์ สังคม และความมั่นคงของประเทศ โดยทีมีวิจัย ซูเปอร์โพล ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนต่อประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแบบแผนการดื่มของประชาชน เพื่อรวบรวมข้อมูล รูปแบบ ความคิดเห็น ทศนคติ และรูปแบบการดื่มสุราของประชาชน อันจะนำไปสู่การออกแบบกระบวนการ กิจกรรม การรณรงค์ รวมถึงการใช้มาตรการทางกฎหมายต่างๆ เพื่อควบคุมปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพตามทิศทางเป้าหมายยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ ซึ่งในการจัดการปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสนับสนุนการควบคุมขนาดและความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย ตามเป้าหมายเชิงกลไกของนโยบาย ๔ ประการ คือ

- ๑) ควบคุมและลดปริมาณการบริโภคของสังคม
- ๒) ป้องกันนักดื่มหน้าใหม่และควบคุมความชุกของผู้บริโภค
- ๓) ลดความเสี่ยงจากการบริโภค ทั้งมิติของปริมาณการบริโภค รูปแบบการบริโภค และพฤติกรรมหลังการบริโภค
- ๔) จำกัดและควบคุมความรุนแรงของปัญหาจากการบริโภค⁵

๔. ทบทวนวรรณกรรมต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยในหลายประเทศ พบว่า สถานการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันนั้นก่อให้เกิดปัญหาในหลากหลายมิติทั้งในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตหรือพฤติกรรม ซึ่ง Alcohol and Public Policy Group ได้นำเสนอรูปแบบเบื้องต้นเกี่ยวกับการเฝ้าระวัง ป้องกัน และลดขนาดของปัญหาและผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสามารถแบ่งได้เบื้องต้น ๗ เรื่องหลัก ประกอบไปด้วย ๑).การจัดการเรื่องราคาและภาษี ๒).การจัดการเรื่องการจำกัดการเข้าถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๓).การจัดการเกี่ยวกับองค์ประกอบ เหตุผลของการดื่ม ๔).การจัดการกับกลุ่มเมาแล้วขับอย่างจริงจัง ๕).การจำกัดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๖). การศึกษาและการจัดกระบวนการเพื่อโน้มน้าวให้คนไม่ยอมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และ ๗).การบำบัด รักษาผู้ดื่ม ซึ่งแนวทางทั้งหมดนี้ ได้ถูกพัฒนาเป็นนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเพื่อแก้ไขปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหลากหลายพื้นที่ทั่วโลก นอกจากนี้จากงานวิจัยพบว่าผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถแบ่งได้เป็น ๓ ประเด็น หลัก ได้แก่ ผลกระทบต่อร่างกาย (physical toxicity) ผลกระทบต่อจิตใจ (intoxication) และผลกระทบต่อสังคม ทำให้เกิดการพึ่งพิงสังคมมากขึ้น (dependence) จากข้อมูลดังกล่าวเป็นเหตุจำเป็นให้การทำงานเพื่อการจัดการกับปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำเป็นต้องมีความหลากหลายและครอบคลุมสภาพปัญหาและกลุ่มเป้าหมาย

⁵ จุริย์ อุตสาหะ, ยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ, พ.ศ. ๒๕๕๕, หน้า ๓๘

ในประเทศไทย ได้มีการทำการสำรวจ วิจัย ในหลากหลายประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย อาทิ ศูนย์เครือข่ายวิชาการเพื่อสังเกตการณ์ และวิจัยความสุขชุมชน (ศูนย์วิจัยความสุขชุมชน) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (๒๕๕๔)⁶ ที่ได้ศึกษาในประเด็นของการรับรู้ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ซึ่งผลสำรวจได้พบว่า ตัวอย่าง ๔ ใน ๕ เคยเห็น/รับรู้ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีแนวโน้มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับผลสำรวจปี ๒๕๕๖ อีกทั้งผลการศึกษาวิจัยในส่วนของการศึกษาเชิงสำรวจ เรื่องผลกระทบต่อบุคคลรอบข้างผู้ดื่ม ในประเทศไทย (ระยะที่๑) สำนักวิจัยนโยบายสร้างเสริมสุขภาพ⁷ พบว่า ประชากรไทยส่วนใหญ่ร้อยละ ๘๒ เคยได้รับผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้อื่นในมิติใด มิติหนึ่ง ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการรบกวนทางด้านอารมณ์และจิตใจ ตามมาด้วยด้านสังคมและสัมพันธภาพ และเศรษฐกิจ หรือความเสียหายต่อทรัพย์สิน

การศึกษาเรื่องของพฤติกรรม ทักษะคิด และรูปแบบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Patterns of drinking) เป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการประเมินสถานการณ์ปัจจุบันและถือเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการนำไปต่อยอดเพื่อกำหนดรูปแบบของนโยบาย และแผนปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพ สามารถจัดการกับปัญหาได้อย่างแท้จริงซึ่งการทำงานด้านการสำรวจ ทักษะคิด ความรับรู้ความเข้าใจของประชาชนต่อการดื่มสุรา ได้มีการดำเนินงานในหลายประเทศ ทั้งที่เป็นการสำรวจทักษะคิด ความคิด การรับรู้ ด้วยการใชแบบสอบถาม ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีการนำข้อมูลการสำรวจมาออกแบบเป็นภาพอินโฟกราฟิกเพื่อสื่อสารกับสังคมถึงสถานการณ์ปัจจุบันในเรื่องนี้ และออกแบบเครื่องมือ สื่อ ในการส่งเสริมการป้องกันและแก้ไขปัญหามในรูปแบบที่หลากหลาย ตัวอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา, สถาบันแห่งชาติด้านสุขภาพ (National Institutes of Health) ได้จัดทำแคมเปญ RETHINKING DRINKING Alcohol and your health ขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลจากการวิจัย คู่มือในการจัดการกับพฤติกรรมการดื่ม รวมไปถึงการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและพฤติกรรมการดื่มของประชาชนในรูปแบบของ Web survey ที่สามารถประมวลผลออกมาเป็นพฤติกรรมของผู้ดื่มได้ทันทีว่ามีการดื่มอยู่ในระยะใด หากอยากแก้ปัญหการดื่มของตนเองต้องใช้วิธีใด นอกจากนี้ ยังมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลผลสำรวจเกี่ยวกับรูปแบบ ทักษะคิด ของผู้ดื่มในปัจจุบัน เพื่อสื่อสารให้คนทั่วไปได้ทราบถึงสถานการณ์ เพื่อออกแบบกระบวนการในการจัดการได้รวดเร็วและตรงจุดมากขึ้น

ในประเทศออสเตรเลียโดย Foundation for Alcohol Research and Education [FARE] ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร เกิดจากเงินลงทุนของภาครัฐในช่วงต้น และได้รับเงินบางส่วนจากการขายเบียร์ในประเทศออสเตรเลีย (Exercise charge beer) ได้มีการสำรวจประเด็นเกี่ยวกับ ทักษะคิด การรับรู้ ความคิดเห็น และรูปแบบการดื่มของประชาชนชาวออสเตรเลีย อย่างต่อเนื่อง และได้มีการออกผลการสำรวจ

⁶ นพดล วรรณิกา ดร., ประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี ๒๕๕๔”: กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป ใน ๒๔ จังหวัดทั่วประเทศ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, ๒๕๕๔

⁷ อรทัย วลีวงศ์ และคณะ, การศึกษาผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อบุคคลรอบข้างผู้ดื่มในประเทศไทย (ระยะที่ ๑), ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

ลักษณะรายงานการสำรวจประจำปี (Annual Alcohol Poll) โดยเบื้องต้นผู้วิจัยสามารถแบ่งลักษณะการดำเนินงานของ FARE ออกได้เป็น ๕ ส่วน ประกอบไปด้วย

๑. Policy (งานเชิงนโยบาย) ซึ่งในการทำงานด้านการสื่อสารนโยบายของ Fare จะสื่อสารเพื่อให้คนสามารถเข้าใจได้ง่ายถึงความจำเป็น ความสำคัญ และผลกระทบของแต่ละนโยบาย โดยในการสื่อสาร Fare จะแบ่งหัวข้อออกเป็น ๓ หัวข้อในทุก ๆ นโยบายคือ

- Background (จะพูดถึงที่มาและความสำคัญของนโยบาย)
- The Evidence (จะพูดถึงหลักฐานอ้างอิง ตัวเลขทางสถิติ และข้อมูลอื่น ที่สามารถอ้างอิงให้เห็นถึงความจำเป็นต่อการผลักดันในแต่ละนโยบาย)
- The Solutions (จะพูดถึงทางออกที่ทาง Fare ต้องการนำเสนอต่อสังคมเพื่อบรรเทาหรือแก้ไขปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น)

๒. Community Projects (โครงการ/กิจกรรม) การทำงานเพื่อผลักดันนโยบายหรือสร้างการรับรู้ Fare จะมีโครงการเชิงรุกเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ตัวอย่างกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น Alcohol Community Action Project (ACAP) แบ่งการใส่รายละเอียดออกเป็น

- Background (พูดถึงที่มาของโครงการ)
- The Problem we are trying to fix (พูดถึงปัญหาที่โครงการนี้ต้องการจะแก้ไข)
- About the project (กิจกรรมของโครงการนั้น ๆ)
- Project Manager (ผู้บริหารโครงการ/ประวัติ และความสามารถ)
- Sponsors (ผู้ให้การสนับสนุนโครงการ)

๓. Events มีการจัดกิจกรรมเชิงรณรงค์และสร้างการรับรู้ โดยแบ่งวัตถุประสงค์ของกิจกรรมเป็น ๕ หัวข้อ คือ

- ๓.๑ Highlight research findings เน้นการสร้างการรับรู้ในส่วนของข้อค้นพบที่ได้มาจากการวิจัย
- ๓.๒ Present our policy proposal เน้นการนำเสนอ นโยบายที่ถูกพัฒนาขึ้น ต่อผู้เกี่ยวข้องและประชาชน
- ๓.๓ Engage with communities สร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน สังคม
- ๓.๔ Likeminded stakeholders จัดกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เดียวกันกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากภาคส่วนต่าง ๆ
- ๓.๕ Facilitate discussions and debate about alcohol จัดการประชุม และการแลกเปลี่ยนในประเด็นเรื่องเกี่ยวกับ แอลกอฮอล์ ทั้งปัญหา ผลกระทบ นวัตกรรม ฯลฯ

๔. Poll and Public hearing

- ๔.๑ determining community attitudes towards alcohol

๔.๒ gaining and understanding of self-reported alcohol consumption patterns

๔.๓ determining current perspective on various alcohol related policies

๕. Media and Resources

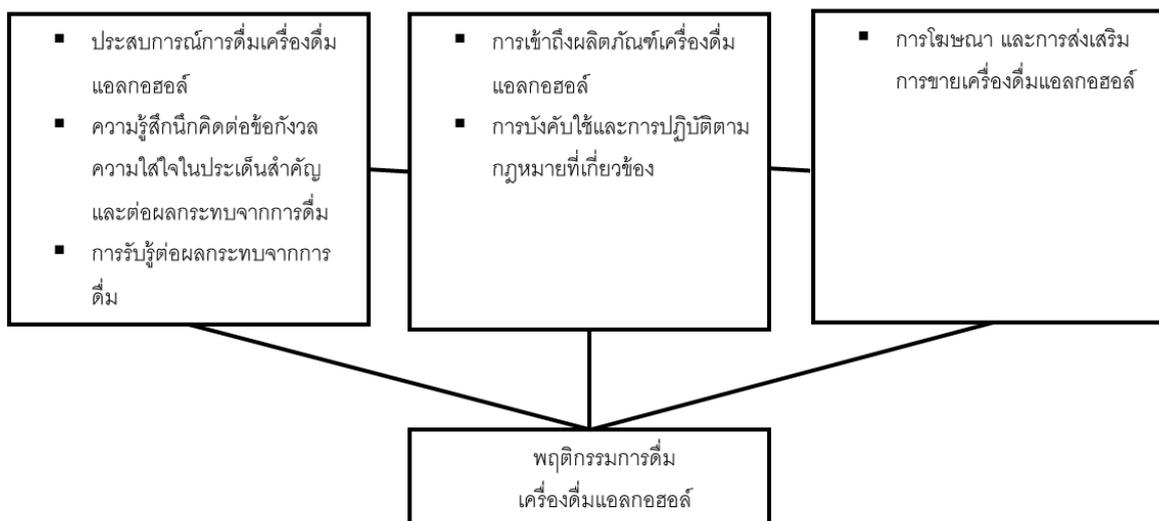
- Guideline มี Australian drinking guideline ที่พูดถึงคำถามที่พบบ่อยเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ และข้อมูลเบื้องต้นในมิติต่างๆ ของการดื่มแอลกอฮอล์
- weekly newsletter จดหมายข่าวประจำสัปดาห์ รวบรวมข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือเกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ และมาประมวลเป็น info graphic เพื่อสร้างความเข้าใจแบบชัดและง่ายขึ้น
- Media เน้นการสื่อสารข้อค้นพบที่ได้จาก poll ผ่านการทำ Info graphic และ Animation พร้อมบทสัมภาษณ์ โดยใช้การตั้งคำถามแบบ Contrast คือ คู่ตรงข้าม เช่น Expectations VS Reality และการสื่อสารสาระของงานวิจัย เช่น Awareness & Experiences of harms เป็นต้น
- Campaign มีการจัดการรณรงค์โดยใช้ข้อมูลเบื้องต้นจากงานวิจัย และ poll เพื่อสร้างความตระหนักในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น Women want to know, Pregnant pause, Prevention ๑st เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศดังที่กล่าวมาแล้วนั้น จึงเป็นที่มาของแนวคิดในการนำเสนอโครงการวิจัยเชิงสำรวจ ความคิดเห็นของสาธารณชนต่อประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแบบแผนการดื่มของประชาชน กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปใน ๑๕ จังหวัดของประเทศ เพื่อรวบรวมข้อมูล รูปแบบ ความคิดเห็น ทักษะคติ และรูปแบบการดื่มสุราของประชาชน อันจะนำไปสู่การออกแบบกระบวนการ กิจกรรม การรณรงค์ รวมไปถึงการใช้มาตรการทางกฎหมายต่างๆ เพื่อควบคุมปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่สามารถนำมาออกแบบชุดข้อมูลในการสื่อสารต่อสังคม ถึงสถานการณ์ปัจจุบันของประชาชนในด้านของทักษะคติ ความคิดเห็น การรับรู้ความเข้าใจของประชาชนต่อการดื่มสุราในมิติของสื่อโฆษณา กิจกรรมรณรงค์และกฎหมาย/นโยบายที่สำคัญที่มีความชัดเจน และถูกต้องมากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมความตระหนักถึงปัญหาอันเกิดจากรูปแบบการดื่ม (Pattern of Drinking)

บทที่ ๓

กรอบแนวคิดและระเบียบวิธีการดำเนินโครงการ

๑. กรอบแนวคิด



สมมติฐานงานวิจัย: ความคิดเห็นต่อข้อกังวลของสาธารณชน การรับรู้ความเข้าใจของประชาชนต่อการดื่มสุรา ในมิติของสื่อโฆษณา กิจกรรมรณรงค์ และการปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นสาเหตุและปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผลกระทบ (ทางบวกและทางลบ) จากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พฤติกรรมการดื่ม ความถี่ของการดื่ม โทษของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อเปรียบเทียบกับสารอื่นๆ

การรับรู้/ความเข้าใจต่อมาตรการและบทกำหนดโทษ การปฏิบัติตามและการบังคับใช้ สถานการณ์ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์/การโฆษณา/การส่งเสริมการขาย และข้อมูลผลกระทบจากการดื่มจะนำมาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตรงจุด และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๒. ตัวแปรที่ศึกษา/นิยามศัพท์

๒.๒.๑. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสุรา มีการให้ความหมายที่แตกต่างกัน จึงมีการอธิบายความหมายไว้ ดังนี้สุรา หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในทางวิทยาศาสตร์ หมายถึง เครื่องดื่มที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl alcohol) เป็นส่วนผสมได้มาจากการหมักข้าว ข้าวโพดและผลไม้ต่าง ๆ ด้วยยีสต์ ปริมาณของแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในสุราแต่ละชนิดแตกต่างกัน สังเกตได้จากจำนวนดีกรีของสุราแต่ละชนิดถ้าดีกรีสูงแสดงว่าปริมาณแอลกอฮอล์สูง (ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๒๕)

สุรา หมายถึง เครื่องดื่มที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ ผสมอยู่ในปริมาณไม่เกิน ๘๐% ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่
คนสามารถใช้ดื่มได้ (เครือข่ายกาญจนาภิเษก, ๒๕๔๙ อ้างใน ประภัสสร สุวรรณบงกช, ๒๕๔๙) สุราเป็นยา
หรือสารที่ออกฤทธิ์ต่อจิตประสาทโดยจะออกฤทธิ์ต่อระบบประสาทส่วนกลาง (สมภพ เรื่องตระกูล, ๒๕๔๓)

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิต
ประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น (สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
และยาสูบ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, ๒๕๕๑) นอกจากนี้ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ยังหมายถึง
วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ซึ่งสามารถดื่มกินได้ เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อได้
ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นและสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา ได้แก่ เหล้า เบียร์ ไวน์ น้ำผลไม้ผสม
แอลกอฮอล์ กระแส สาโท อุ หวาก เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม จากคำนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังที่ปรากฏทำให้พอสรุปได้ว่า
แอลกอฮอล์หรือสุรา หมายถึง เป็นสารเสพติดชนิดหนึ่งมีเอทิลแอลกอฮอล์ เป็นส่วนผสมเกิดจากหมักผัก
ผลไม้หรือเมล็ดพืชชนิดต่าง ๆ จะออกฤทธิ์กดประสาทส่วนกลาง ทำให้สมองทำงานช้าลง ทั้งนี้ เครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ ยังมีการจำแนกประเภทของเครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์สุราแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ๆ^๘ คือ
๑) สุราประเภทที่กลั่นแล้ว (Distilled Liquors) คือ สุราที่เกิดจากการเอาน้ำสา (แป้งหรือน้ำตาลหมัก ด้วย
ยีสต์จนเกิดมีแอลกอฮอล์) มากลั่น อาจจะทำด้วยการเติมสี ปรงกลั่นแต่งรส ด้วยสารปรุงแต่งอื่น ๆ ลงไป
เพื่อให้ถูกใจผู้ดื่ม สุรากลั่นของไทยส่วนมากที่มีจำหน่าย คือ สุราขาว (เหล้าโรงงาน) สุราผสม สุราผสมพิเศษ
(เหล้าเหลือง) สุราไทยนิยมใช้สารปรุงแต่ง เช่น น้ำเชื้อ (Essence หรือ Flavos) น้ำยาสกัด (Extract) สี ผสม
ลงไปด้วย สำหรับสุราต่างประเทศ เช่น บรั่นดี วิสกี้ และ ๒) สุราหมัก (Fermented Liquors) หรือสุราแช่ คือ
สุราที่ได้จากการหมักสา ทำให้เกิดเป็นน้ำเมา แต่ไม่มีการกลั่น มักจะหมักสาจากเมล็ดธัญพืช แป้งจากพืช ผลไม้
และน้ำตาลจากพืช เช่น เบียร์ กระแช่ น้ำขาว น้ำตาลเมา สาโท อุ เป็นต้น สุราไม่กลั่นของไทยที่มีจำหน่ายส่วน
ใหญ่ คือ เบียร์ ไวน์ โดยเบียร์ไทย จะมีปริมาณแอลกอฮอล์สูงและแรงกว่าเบียร์ต่างประเทศ ส่วนน้ำขาวกระ
แช่ น้ำตาลเมา อุ สาโท ชาวบ้านมักจะทำเอง ซึ่งเมื่อก่อนจะผิดกฎหมายแต่ปัจจุบันรัฐบาลได้สนับสนุนให้เป็น
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ชุมชนสามารถผลิตจำหน่ายได้โดยไม่ผิดกฎหมาย

๒.๒.๒ ทศนคติ การรับรู้ ความคิดเห็นของประชาชนต่อข้อกังวลของสาธารณะ (Public Concern)
หมายถึง ทศนคติ ความคิดเห็น การรับรู้ ความเข้าใจของประชาชนต่อประเด็นสำคัญที่เป็นข้อกังวล ความสนใจ
ความใส่ใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จนกลายเป็น talk of the Town ในกระแส
ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อบริการมวลชนและสื่อต่างๆ อย่างกว้างขวาง

๒.๒.๓ การปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance with Alcohol Control Laws) หมายถึง พฤติกรรม
ของประชาชนในการปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่ม

8 เทพินทร์ พัทธานุกรณ์, ๒๕๔๑

แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ เรื่อง การห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่อยู่ในกำกับดูแลและใช้ประโยชน์ของราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นๆของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๘

๓. ระเบียบวิธีการดำเนินโครงการ

คณะผู้วิจัยจะประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นระเบียบวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) ในการสำรวจ ออกแบบสอบถาม กำหนดขนาดของตัวอย่าง การคัดเลือกตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และการประมวลผล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

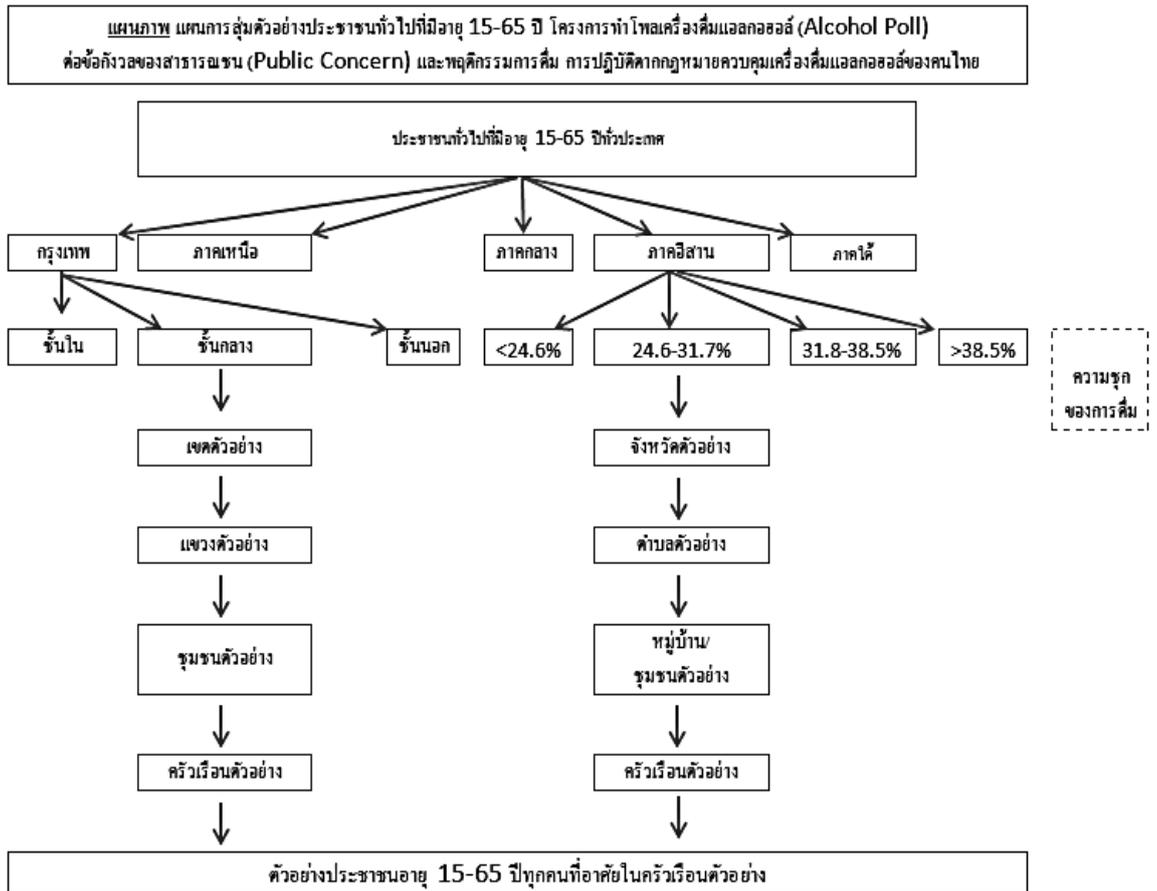
๔. พื้นที่ ประชากร การเลือกตัวอย่าง และการกำหนดขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงขอแสดงให้เห็นกลุ่มประชากรเป้าหมาย ขึ้นอยู่กับการตกลงร่วมกันของทั้งสองฝ่ายและการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size Determination) ดังต่อไปนี้

๑) กลุ่มประชากรเป้าหมาย (Target Population) อายุ ๑๕ - ๖๕ ปี ระดับครัวเรือนโดยครอบคลุมทั้งจังหวัดที่มีความชุกในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งระดับน้อย-มาก จาก ๑๕ จังหวัดทั่วประเทศ การเลือกตัวอย่าง (Sample Method) ได้ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-stage Cluster Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างที่คำนึงถึงความเป็นไปได้ทางสถิติ (Probability Sampling) โดยมีขั้นตอนในการเลือกตัวอย่างดังนี้

- แบ่งชั้นภูมิหลัก (stratum) ออกเป็น ๕ ชั้นภูมิหลัก ตามเขตพื้นที่การปกครอง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้
- ในแต่ละชั้นภูมิหลัก ทำการแบ่งชั้นภูมิออกเป็นชั้นภูมีย่อยตามจังหวัดที่มีความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยแบ่งเป็น ๔ ระดับ ได้แก่ ความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ น้อยกว่า ๒๔.๖ % ความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระหว่าง ๒๔.๖-๓๑.๗ % ความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระหว่าง ๓๑.๘-๓๘.๔ % ความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่ ๓๘.๕ % ขึ้นไป ในขณะที่ ชั้นภูมิหลักของกรุงเทพมหานคร ได้จัดแบ่งชั้นภูมีย่อยออกเป็น ชั้นใน ชั้นกลาง และชั้นนอก
- ชั้นที่ ๑ ในแต่ละชั้นภูมีย่อย สุ่มเลือกจังหวัดตัวอย่างโดยพิจารณาเลือกจังหวัดที่มีภาคีเครือข่ายของ สคส. หรือ สสส. ทำงานรณรงค์อยู่ ในขณะที่ ชั้นภูมิกรุงเทพมหานคร ที่แบ่งออกเป็น ชั้นใน ชั้นกลาง และชั้นนอก สุ่มเลือกเขตตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นส่วนกับขนาด (Sampling with Probability Proportional to Size - PPS)

- ขั้นที่ ๒ จากจังหวัดหรือเขตที่สุ่มได้ สุ่มเลือกตำบล/แขวงตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาด (Sampling with Probability Proportional to Size - PPS)
- ขั้นที่ ๓ จากตำบล/แขวงตัวอย่างที่สุ่มได้ สุ่มเลือกชุมชน/หมู่บ้านตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาด (Sampling with Probability Proportional to Size - PPS)
- ขั้นที่ ๔ จากชุมชน/หมู่บ้านตัวอย่างที่สุ่มได้ สุ่มเลือกครัวเรือนตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบระบบ (Systematic Sampling) และจากครัวเรือนที่สุ่มได้ จะทำการเก็บหมดทุกหน่วยที่เป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายในครัวเรือนตัวอย่าง



- ๒) การกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size Determination) ได้คำนวณภายใต้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่าง ดังนี้

สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่าง

$$n_{SRS} = \frac{Z_{\alpha/2}^2 (P \times Q)}{d^2}$$

$$n_{design} = n_{SRS} \times deff$$

$$n_{opt} = \frac{n_{SRS} \times deff}{response\ rate}$$

ขั้นตอนในการคำนวณขนาดตัวอย่าง

- ๑) คำนวณขนาดตัวอย่างสำหรับการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรตามแผนการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ภายใต้ช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ ๙๕ และขอบเขตของความคลาดเคลื่อนไม่เกินบวก/ลบ ร้อยละ ๓

$$\begin{aligned} n_{SRS} &= \frac{Z_{\alpha/2}^2 (P \times Q)}{d^2} \\ &= \frac{1.96^2 (P \times Q)}{0.03^2} \end{aligned}$$

เนื่องจากไม่ทราบค่า P,Q ที่แท้จริง จึงกำหนด P,Q = 0.5 ทำให้ PQ = 0.25 ซึ่งเป็นค่าสูงสุดของ PQ

$$n_{SRS} = \frac{1.96^2 (0.25)}{0.03^2} = 1,068$$

- ๒) ผลลัพธ์ขนาดตัวอย่างข้างต้นอยู่บนแนวทางการเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) แต่โครงการนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบแบ่งกลุ่มชั้นภูมิหลายชั้น ดังนั้น ผลกระทบจากการออกแบบการเลือกตัวอย่างจำเป็นต้องถูกนำมาร่วมพิจารณาในการกำหนดขนาดตัวอย่างด้วย ซึ่งค่าผลกระทบ (design effect) โดยเป็นค่าที่เกิดจากการคำนวณค่าความแปรปรวนของการเลือกแบบง่าย (simple random sampling) หารด้วยค่าความแปรปรวนที่ได้จากการเลือกตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบแบ่งกลุ่มชั้นภูมิหลายชั้น ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ค่านี้จากโครงการที่มีลักษณะ

คล้ายคลึงกัน ทั้งในด้านเนื้อหาและกระบวนการในการเลือกตัวอย่างซึ่งมีค่าผลกระทบ (design effect) เท่ากับ ๔.๒๕ จากนั้นขนาดของตัวอย่างที่ต้องการจะเข้าสู่สูตรข้างต้นในรูปของ

$$n_{design} = n_{SRS} \times deff$$

$$= ๑,๐๖๘ \times ๔.๒๕ = ๔,๕๓๙$$

๓) ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ต้องนำมาคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม นั่นคือ การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยการพิจารณาสัดส่วนของกลุ่มผู้ไม่ตอบแบบสอบถามหรือปฏิเสธการตอบ (non-response) โดยโครงการที่คล้ายคลึงกันนี้มีร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมารวมทั้งสิ้นร้อยละ ๘๕ จากนั้น การคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมกับโครงการนี้อย่างแท้จริงได้ออกมาเป็นสูตรในรูปของ

$$n_{opt} = \frac{n_{SRS} \times deff}{response\ rate}$$

$$= \frac{1,068 \times 4.25}{0.85} = 5,340$$

ดังนั้น ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับโครงการนี้ ซึ่งใช้การเลือกตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบชั้นภูมิหลายชั้นที่มีผลกระทบจากการเลือกตัวอย่างที่ ๔.๒๕ และอัตราการตอบเท่ากับ ๐.๘๕ จะได้ขนาดตัวอย่างในโครงการรวมทั้งสิ้น ๕,๓๔๐ ตัวอย่าง โดยแสดงรายละเอียดของขนาดตัวอย่างจำแนกออกจามพื้นที่ได้ดังนี้

ตาราง แสดงจำนวนประชากรและขนาดตัวอย่าง ทั้งหมด ๑๕ จังหวัด ด้วยวิธีการจัดสรรขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนครัวเรือน

ภาค	จำนวนจังหวัดตัวอย่าง	จำนวนตำบลตัวอย่าง	ชุมชน/หมู่บ้านตัวอย่าง	ครัวเรือนตัวอย่าง
กรุงเทพ	๑	๑๐	๒๐	๓๐๐
ภาคเหนือ	๔	๑๔	๒๘	๔๒๐
ภาคกลาง	๔	๒๔	๔๘	๗๒๐
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	๓	๒๒	๔๔	๖๖๐
ภาคใต้	๓	๑๐	๒๐	๓๐๐
รวม	๑๕	๘๐	๑๖๐	๒,๔๐๐

หมายเหตุ:

- ๑) จากครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด ๒,๔๐๐ ครัวเรือน ทำการเก็บหมดทุกหน่วยที่เป็นกลุ่มประชากร เป้าหมายโดยมีตัวอย่างประชาชนทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า ๕,๓๔๐ ตัวอย่าง
- ๒) ในแต่ละภูมิภาคทำการสุ่มจังหวัดตัวอย่างครอบคลุมทุกระดับความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากรายงานสถานการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายจังหวัดของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา พ.ศ. ๒๕๕๔ และการกระจายตามพื้นที่ทั่วภูมิภาคของประเทศ โดยแต่ละภูมิภาคประกอบด้วยจังหวัดที่สุ่มได้ ดังต่อไปนี้
 - ภาคเหนือ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดเชียงใหม่
 - ภาคกลาง จังหวัดสระแก้ว จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดชลบุรี
 - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดขอนแก่น
 - ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดตรัง และจังหวัดสงขลา
- ๓) จังหวัดตัวอย่างบางจังหวัดสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม หากมีการพิจารณาจังหวัดที่มีภาคีเครือข่ายของ สคส. หรือ สสส. ทำงานรณรงค์อยู่

๕. เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีโครงสร้างคำถามที่ใช้ออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการเก็บข้อมูลทั้งการลงพื้นที่ภาคสนาม (Survey Research) โดยประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลลักษณะทางประชากร และข้อมูลในประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์

๖. การเก็บรวบรวมข้อมูล

รูปแบบการจัดการในการดำเนินโครงการ

การวิจัยในโครงการนี้ บริษัท ซูเปอร์โพล จำกัด ร่วมกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ร่วมกันกำหนดเครื่องมือวัด ตลอดจนกระบวนการต่างๆ ของโครงการวิจัยเพื่อจะได้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุด

ขั้นตอนในกระบวนการดำเนินโครงการ

โครงการนี้ คณะผู้วิจัย บริษัท ซูเปอร์โพล จำกัด จะรับผิดชอบในขั้นตอนต่างๆ ของการดำเนินโครงการ ดังต่อไปนี้

- ๒.๓.๑ ศึกษา ค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการเบื้องต้น (ถ้ามี) ศึกษา
- ๒.๓.๒ ร่างแบบสอบถาม ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญและการทดสอบทางสถิติ
- ๒.๓.๓ ส่งให้คณะทำงานของบริษัทพิจารณาปรับแก้
- ๒.๓.๔ ดำเนินการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย

๒.๓.๔.๑ สํารวจย่อย เก็บข้อมูลในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยขอบเขตประเด็นเนื้อหาที่กำหนด หรือช่วงเวลาเก็บข้อมูลขึ้นอยู่กับสถานการณ์ เหตุการณ์ต่างๆ ที่น่าสนใจ ประเด็นการสำรวจหลักประกอบด้วย ความคิดเห็น ทักษะคติ การรับรู้ ความเข้าใจ ความคาดหวังของประชาชนต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

๒.๓.๔.๑ สํารวจใหญ่ จำนวน ๑ ครั้ง เก็บข้อมูลจากทั่วประเทศ ตามขอบเขตประเด็นเนื้อหาที่กำหนดโดยประเด็นการสำรวจหลัก ประกอบด้วยพฤติกรรม แบบแผนการบริโภค และความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

๒.๓.๕ บริหารจัดการข้อมูล ตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องของข้อมูล นำเข้าข้อมูลประมวลผลและวิเคราะห์

๒.๓.๖ เขียนรายงานการสำรวจ

๒.๓.๗ ส่งผู้เชี่ยวชาญทบทวน และเสนอแนะข้อคิดเห็นต่อสาธารณชน

๒.๓.๘ จัดทำสื่อ และอินโฟกราฟฟิค ที่สามารถอธิบายผลวิจัยในรูปแบบที่น่าสนใจและใช้ได้จริง เผยแพร่ต่อสาธารณชนกระตุ้นสังคมผ่านเอกสารข่าว ชับเคลื่อนสังคม ไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้งต่อปี

๗. ขั้นตอนการดำเนินงาน/แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (เดือน)												
	๒๕๖๐												
	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ
ระยะเตรียมงาน และศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (๓ เดือน) ๑.ทบทวนเอกสารเกี่ยวกับการสำรวจต่างๆที่ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ทักษะคติ การรับรู้ ความเข้าใจของประชาชนต่อการดื่มสุรา ในมิติของสื่อโฆษณา กิจกรรมรณรงค์ และกฎหมาย/นโยบายที่สำคัญ ฯลฯ													

กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (เดือน)													
	๒๕๖๐													
	กพ	มีค	เมย	พค	มีย	กค	สค	กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	
๒. สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informants) ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การบริโภคฯ ผลกระทบจากการบริโภคฯ การโฆษณาและการตลาดต่างๆ การกำหนดและการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ และการดำเนินมาตรการอื่นๆ (รวมมาตรการรณรงค์) เป็นต้น			↔				↔							
ระยะดำเนินงาน ๓. ดำเนินการสำรวจขนาดใหญ่ประจำปีครั้งที่ ๑			↔											
๔. การออกรายงานการสำรวจปัญหาสุรา พฤติกรรม ทักษะคนติมาตรการของรัฐ ฯลฯ จำนวนรวม ๑๒ ครั้ง ตลอดทั้งปี จุดประกาย กระตุ้น สาน เสริมของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และภาคประชาสังคม														
๕. จัดเวทีรายงานผลสำรวจพร้อมประชุมรับฟังข้อเสนอแนะ													↔	
๖. สรุปบทเรียนจากการทำชุดโครงการฯ และปรับปรุงเครื่องมือและการออกแบบการวิจัยในอนาคต														

กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (เดือน)													
	๒๕๖๐													
	กพ	มีค	เมย	พค	มิย	กค	สค	กย	ตค	พย	ธค	มค	กพ	
๗. สรุบบทเรียนจากการทำชุดโครงการฯและปรับปรุงเครื่องมือและการออกแบบการวิจัยในอนาคต														
๘. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์														

๘. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการแจกแจงความถี่ อัตราส่วนและหาค่าร้อยละ ร่วมกับวิธีการวิเคราะห์แก่นสาร (Thematic Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อออกแบบการสื่อสารข้อมูลที่สามารถสร้างความตระหนักให้กับประชาชนได้อย่างแท้จริง

๙. เป็นโครงการต่อเนื่องหรือไม่

เป็นโครงการปีแรก อาจมีการทำต่อเนื่องในระยะต่อไป เพื่อจะสามารถประเมินสถานการณ์ในระยะยาว และสำรวจแนวโน้มพฤติกรรมผู้ดื่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การจัดข้อมูลเชิงพยากรณ์ (Predictive)

๑.๐ การติดตามและประเมินผล

หลังการสำรวจครั้งใหญ่ ทางคณะผู้วิจัยจะดำเนินการสรุปผลข้อมูลเบื้องต้นเสนอต่อ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) เพื่อร่วมกันออกแบบการสื่อสารต่อสังคมอย่างมีทิศทาง และเกิดผลในเชิงรูปธรรม รวมทั้งทางสำนักวิจัยจะรวบรวมผลการตอบรับจากสังคม (Feedback) จากแหล่งข่าวต่างๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการสรุปผลของโครงการได้ครบถ้วนและครอบคลุมมากขึ้น

๑) องค์กรภาคีเครือข่ายภายในและภายนอกที่นำไปใช้

- กระทรวงสาธารณสุข
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)
- สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) และภาคีเครือข่าย

- สำนักวิจัยนโยบายสร้างเสริมสุขภาพ
- ฯลฯ

๒) ความต่อเนื่องยั่งยืนและการขยายผล

ชุดข้อมูลที่ได้จัดทำขึ้นเป็นข้อมูลการสำรวจที่สามารถสะท้อน การรับรู้ ทศนคติ ของประชาชนในช่วงระยะเวลาที่ได้ทำการสำรวจ ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปขยายผลได้ในรูปแบบที่หลากหลาย ตั้งแต่การจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลสถานการณ์ ออกแบบเครื่องมือ หรือชุดความรู้ที่จะสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนในเรื่องที่ประชาชนเข้าใจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง อันเป็นผลมาจากการโฆษณา จากบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไปจนถึงการวางแผนการรณรงค์ ออกมาตรการการแก้ไขปัญหา อีกทั้งข้อมูลชุดนี้ยังสามารถเป็นฐานข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดให้เกิดการสำรวจประจำปีต่อไป

บทที่ ๔ ผลการศึกษา

จากผลการสำรวจทัศนคติต่อ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยหลักการความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่างตลอดจนการใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนตัวอย่างทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น ๕,๔๐๗ รายกระจายใน ๕ ภูมิภาค ข้อค้นพบที่สำคัญประกอบไปด้วย

๑. ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างที่ทำการศึกษา
๒. ทัศนคติต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
๓. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
๔. ความตระหนักและประสบการณ์เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
๕. มุมมองต่อนโยบายแอลกอฮอล์ที่หลากหลาย ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

๑. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจการสำรวจทัศนคติต่อ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยหลักการความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่างในภูมิภาคต่างๆ ดังนี้

กรุงเทพมหานคร	๖๐๙	ราย	คิดเป็นจำนวนร้อยละ ๑๑.๓
ภาคกลาง	๑,๓๒๗	ราย	คิดเป็นจำนวนร้อยละ ๒๔.๕
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	๑,๗๗๖	ราย	คิดเป็นจำนวนร้อยละ ๓๒.๘
ภาคเหนือ	๙๘๘	ราย	คิดเป็นจำนวนร้อยละ ๑๘.๓
ภาคใต้	๗๐๗	ราย	คิดเป็นจำนวนร้อยละ ๑๓.๑

ตารางที่ ๑.๑ แสดงจำนวนร้อยละของภูมิภาคที่เก็บข้อมูลของตัวอย่างที่ทำการศึกษา

ลำดับที่	ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
๑	กรุงเทพมหานคร	๖๐๙	๑๑.๓
๒	ภาคกลาง	๑,๓๒๗	๒๔.๕
๓	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	๑,๗๗๖	๓๒.๘
๔	ภาคเหนือ	๙๘๘	๑๘.๓
๕	ภาคใต้	๗๐๗	๑๓.๑
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๑.๑ ผลการสำรวจของภูมิภาคที่เก็บข้อมูลของตัวอย่างที่ทำการศึกษาใน
ครั้งนี้ พบว่า ตัวอย่างร้อยละ ๓๒.๘ ระบุ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ ๒๔.๕ ระบุ ภาคกลาง ร้อยละ
๑๘.๓ ระบุ ภาคเหนือ ร้อยละ ๑๓.๑ ระบุ ภาคใต้ และร้อยละ ๑๑.๓ ระบุ กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ ๑.๒ แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง

ลำดับที่	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
	เพศ		
๑	ชาย	๒,๖๐๘	๔๘.๒
๒	หญิง	๒,๗๙๙	๕๑.๘
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐
	ศาสนา		
๑	พุทธ	๕,๐๖๔	๙๕.๑
๒	อิสลาม	๒๑๘	๔.๑
๓	คริสต์	๔๓	๐.๘
	รวมทั้งสิ้น	๕,๓๒๕	๑๐๐.๐
	อายุ		
๑	ต่ำกว่า ๒๐ ปี	๔๙๔	๙.๑
๒	อายุ ๒๐ - ๒๙ ปี	๙๑๔	๑๖.๙
๓	อายุ ๓๐ - ๓๙ ปี	๑,๒๖๓	๒๓.๔
๔	อายุ ๔๐ - ๔๙ ปี	๑,๓๗๔	๒๕.๔
๕	อายุ ๕๐ - ๕๙ ปี	๙๐๕	๑๖.๗
๖	อายุ ๖๐ ปีขึ้นไป	๔๕๗	๘.๕
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐
	รายได้โดยต่อเดือน		
๑	ต่ำกว่ากว่า ๑๐,๐๐๐ บาท	๒,๒๙๙	๕๕.๔
๒	๑๐,๐๐๐ บาท - ๒๐,๐๐๐ บาท	๑,๕๒๔	๓๖.๑
๓	๒๐,๐๐๑ บาท - ๓๐,๐๐๐ บาท	๒๗๓	๖.๕
๔	มากกว่า ๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป	๑๓๑	๓.๑
	รวมทั้งสิ้น	๔,๒๒๗	๑๐๐.๐
	สถานภาพ		
๑	โสด	๑,๖๖๗	๓๒.๐

ลำดับที่	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
๒	สมรส	๓,๒๓๐	๖๒.๐
๓	หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	๓๑๖	๖.๑
	รวมทั้งสิ้น	๕,๒๑๓	๑๐๐.๐
	อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก		
๑	รับจ้างทั่วไป	๑,๒๒๔	๒๒.๘
๒	ทำธุรกิจของตนเอง	๑๐๒๙	๑๙.๑
๓	เกษตรกร	๗๐๕	๑๓.๑
๔	แม่บ้าน พ่อบ้าน	๖๑๘	๑๑.๕
๕	ลูกจ้าง/พนักงานในบริษัทเอกชน	๕๕๕	๑๐.๓
๖	ลูกจ้างของรัฐ ข้าราชการ พนักงานของรัฐ	๕๓๙	๑๐.๐
๗	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	๒๙๘	๕.๕
๘	ผู้ว่างงาน	๒๒๓	๔.๑
๙	นายจ้าง/ผู้บริหาร	๔๗	๐.๙
๑๐	ทำงานช่วยธุรกิจที่บ้านโดยไม่มีค่าจ้าง	๔๑	๐.๘
๑๑	ทำงานช่วยธุรกิจที่บ้านโดยมีค่าจ้าง	๔๕	๐.๘
๑๒	เกษียณอายุ	๓๖	๐.๗
๑๓	อื่น ๆ เช่น ค้าขาย รับงานมาทำที่บ้าน	๑๘	๐.๓
	รวมทั้งสิ้น	๕,๓๗๘	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาดังที่ ๑.๒ ผลสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อถามถึง เพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๕๑.๘ เพศหญิง ในขณะที่ ร้อยละ ๔๘.๒ เพศชาย

เมื่อสอบถามถึง การนับถือศาสนา ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๕.๑ นับถือศาสนาพุทธ รองลงมา ร้อยละ ๔.๑ นับถือศาสนาอิสลาม และร้อยละ ๐.๘ นับถือศาสนาคริสต์

นอกจากนี้ เมื่อสอบถามถึง อายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ร้อยละ ๙.๑ ระบุ ต่ำกว่า ๒๐ ปี ร้อยละ ๑๖.๙ ระบุ อายุ ๒๐ - ๒๙ ปี ร้อยละ ๒๓.๔ ระบุ อายุ ๓๐ - ๓๙ ปี ร้อยละ ๒๕.๔ ระบุ อายุ ๔๐ - ๔๙ ปี ร้อยละ ๑๖.๗ ระบุ อายุ ๕๐ - ๕๙ ปี และร้อยละ ๘.๕ ระบุ อายุ ๖๐ ปีขึ้นไป

และเมื่อสอบถามถึงรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๕๔.๔ ระบุ ต่ำกว่ากว่า ๑๐,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๓๖.๑ ระบุ ๑๐,๐๐๐ บาท - ๒๐,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๖.๕ ระบุ ๒๐,๐๐๑ บาท - ๓๐,๐๐๐ บาท และร้อยละ ๓.๑ ระบุ มากกว่า ๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป

ในขณะที่ เมื่อสอบถามถึง สถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๒.๐ ระบุ สมรส รองลงมา คือ ร้อยละ ๓๒.๐ โสด และร้อยละ ๖.๑ ระบุ หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามถึง อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก พบว่า ร้อยละ ๒๒.๘ ระบุ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ ๑๙.๑ ระบุ ทำธุรกิจของตนเอง ร้อยละ ๑๓.๑ ระบุ เกษตรกร ร้อยละ ๑๑.๕ ระบุ แม่บ้าน พ่อบ้าน ร้อยละ ๑๐.๓ ระบุ ลูกจ้าง/พนักงานในบริษัทเอกชน ร้อยละ ๑๐.๐ ระบุ ลูกจ้างของรัฐ ข้าราชการ พนักงานของรัฐ ร้อยละ ๕.๕ ระบุ นักเรียน นิสิต นักศึกษา ร้อยละ ๔.๑ ระบุ ผู้ว่างงาน

ในขณะที่ ร้อยละ ๐.๙ ระบุ นายจ้าง/ผู้บริหาร ร้อยละ ๐.๘ ระบุ ทำงานช่วยธุรกิจที่บ้านโดยมีค่าจ้าง และทำงานช่วยธุรกิจที่บ้านโดยไม่มีค่าจ้าง ร้อยละ ๐.๗ ระบุ เกษียณอายุ และมีเพียงร้อยละ ๐.๓ ระบุ อื่น ๆ เช่น ค้าขาย รับงานมาทำที่บ้าน

ตารางที่ ๑.๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ยุคสมัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ยุคสมัยของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
๑	ช่วงสงครามโลกครั้งที่ ๒ – ยุคสิ้นสุดสงครามโลก (ปี พ.ศ. ๒๔๖๘ – ๒๕๐๗)	๑,๐๐๙	๑๘.๗
๒	กลุ่ม เจน X โลกเริ่มมั่นคง ดูทีวีจอขาวดำ (ปี พ.ศ. ๒๕๐๘ – ๒๕๒๒)	๑,๙๕๙	๓๖.๔
๓	กลุ่ม เจน Y โลกแห่งยุคเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต เริ่มใช้กว้างขวาง (ปี พ.ศ. ๒๕๒๓ – ๒๕๔๐)	๑,๙๑๕	๓๕.๖
๔	กลุ่ม Gen Z โลกยุคอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสื่อสาร ขยายตัวมาก เข้าถึง เชื่อมแชร์ ข้อมูลข่าวสาร	๕๐๒	๙.๓
	รวมทั้งสิ้น	๕,๓๘๕	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๑.๓ เมื่อสอบถามถึงยุคสมัยของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ร้อยละ ๑๘.๗ ระบุ ช่วงสงครามโลกครั้งที่ ๒ – ยุคสิ้นสุดสงครามโลก (ปี พ.ศ. ๒๔๖๘ – ๒๕๐๗) ร้อยละ ๓๖.๔ ระบุ กลุ่ม เจน X โลกเริ่มมั่นคง ดูทีวีจอขาวดำ (ปี พ.ศ. ๒๕๐๘ – ๒๕๒๒) ร้อยละ ๓๕.๖ ระบุ กลุ่ม เจน Y โลกแห่งยุค เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต เริ่มใช้กว้างขวาง (ปี พ.ศ. ๒๕๒๓ – ๒๕๔๐) และร้อยละ ๙.๓ ระบุ กลุ่ม Gen Z โลกยุคอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสื่อสาร ขยายตัวมาก เข้าถึง เชื่อมแชร์ ข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ ๑.๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทคนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทคนขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
๑	มี	๒๑๔	๔.๐

ลำดับที่	ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทคนขาย เครื่องตีมแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
๒	ไม่มี	๕,๑๕๘	๙๖.๐
	รวมทั้งสิ้น	๕,๓๗๒	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๑.๔ เมื่อถามถึงความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทคนขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๖.๐ ระบุว่า ไม่มีมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง ในขณะที่ ร้อยละ ๔.๐ ระบุว่า มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทคนขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์

๒. ทักษะติดต่อเครื่องตีมแอลกอฮอล์

ประเด็นทักษะติดต่อเครื่องตีมแอลกอฮอล์ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับความถี่ในการตีม มุมมองต่อเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ความเห็นต่อปัญหาที่เกิดจากเครื่องตีมแอลกอฮอล์ รวมถึงทัศนคติต่อนโยบายในการจำกัดควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

ตารางที่ ๒.๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความถี่ในการติดตามข่าวสารผ่านสื่อในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา

ลำดับที่	ความถี่ในการติดตามข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
๑	ติดตามค่อนข้างมากถึงบ่อยมากที่สุด	๓,๘๔๖	๗๑.๑
๒	ติดตามค่อนข้างน้อยถึงไม่ติดตามเลย	๑,๕๕๐	๒๘.๗
๓	คนไม่ตอบ	๑๑	๐.๒
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑ เมื่อสอบถามถึงความถี่ในการติดตามข่าวสารผ่านสื่อในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๑.๑ ระบุ ติดตามค่อนข้างมากถึงบ่อยมากที่สุด ในขณะที่ ร้อยละ ๒๘.๗ ระบุ ติดตามค่อนข้างน้อยถึงไม่ติดตามเลย

ตารางที่ ๒.๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นที่เป็นอันตรายต่อประชาชนคนไทย

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ยาเสพติด	๔,๐๒๐	๗๔.๓
๒	เหล้า เบียร์ และเครื่องตีมแอลกอฮอล์ต่างๆ	๑,๐๗๔	๑๙.๙

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๓	บุหรี	๒๐๓	๓.๘
๔	ไม่ทราบ	๖๗	๑.๒
๕	คนไม่ตอบ	๒๕	๐.๕
๖	ยาตามใบสั่งแพทย์	๑๘	๐.๓
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

ตารางที่ ๒.๒ เมื่อสอบถามถึงความเห็นที่เป็นอันตรายต่อประชาชนคนไทย พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๔.๓ ระบุ ยาเสพติด ร้อยละ ๑๙.๙ ระบุ เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ และร้อยละ ๓.๘ ระบุ บุหรี ร้อยละ ๑.๒ ระบุ ไม่ทราบ ร้อยละ ๐.๕ ไม่ตอบ และมีเพียงร้อยละ ๐.๓ ระบุ ยาตามใบสั่งแพทย์

ตารางที่ ๒.๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นปัญหาสุขภาพและอุบัติเหตุจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ใช่	๔,๓๓๐	๘๐.๑
๒	ไม่ใช่	๒๙๕	๕.๕
๓	ไม่แน่ใจ	๗๓๗	๑๓.๖
๔	คนไม่ตอบ	๔๕	๐.๘
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณารางที่ ๒.๓ ความเห็นปัญหาสุขภาพและอุบัติเหตุจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๐.๑ ระบุ ใช่ปัญหาสุขภาพและอุบัติเหตุจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ ๕.๕ ระบุ ไม่ใช่ ร้อยละ ๑๓.๖ ระบุ ไม่แน่ใจ ในขณะที่ ร้อยละ ๐.๘ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อสภาพปัญหาจากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	ใช่	ไม่ใช่	รวมทั้งสิ้น
๑	อุบัติเหตุ ทางถนน	๕,๒๐๙ (๙๖.๔)	๑๙๖ (๓.๖)	๕,๔๐๕ (๑๐๐.๐)
๒	ปัญหาสุขภาพ	๕,๑๖๖ (๙๕.๖)	๒๓๗ (๔.๔)	๕,๔๐๓ (๑๐๐.๐)

ลำดับที่	ความคิดเห็น	ใช่	ไม่ใช่	รวมทั้งสิ้น
๓	อันตรายต่อเด็กในท้อง ที่เกิดจากการดื่มเหล้า และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่างๆ	๕,๑๑๒ (๙๔.๗)	๒๘๗ (๕.๓)	๕,๓๙๙ (๑๐๐.๐)
๔	ความสามารถในการทำงานลดลง	๕,๐๐๘ (๙๒.๗)	๓๙๖ (๗.๓)	๕,๔๐๔ (๑๐๐.๐)
๕	เสียงดัง เตือนรื้อนรำคาญ	๔,๘๕๑ (๙๒.๕)	๓๕๓ (๗.๕)	๕,๒๔๔ (๑๐๐.๐)
๖	การข่มขืน ล่วงละเมิดทางเพศ	๔,๘๔๐ (๘๙.๖)	๕๖๑ (๑๐.๔)	๕,๔๐๑ (๑๐๐.๐)
๗	ความรุนแรงต่อคนในครอบครัว	๔,๗๓๘ (๘๗.๖)	๖๖๔ (๑๒.๔)	๕,๔๐๒ (๑๐๐.๐)
๘	อาชญากรรม	๔,๗๒๘ (๘๗.๖)	๖๗๑ (๑๒.๔)	๕,๓๙๙ (๑๐๐.๐)
๙	ความโหดร้าย ทารุณกรรม เด็กเล็ก	๔,๔๕๒ (๘๒.๔)	๙๔๘ (๑๗.๖)	๕,๔๐๐ (๑๐๐.๐)
๑๐	ค่าใช้จ่ายไม่เพียงพอ ทำให้เป็นหนี้	๔,๔๑๑ (๘๑.๗)	๙๙๑ (๑๘.๓)	๕,๔๐๒ (๑๐๐.๐)
๑๑	ความรุนแรงต่อคนอื่นในชุมชน	๔,๒๖๐ (๗๘.๙)	๑,๑๔๓ (๒๑.๑)	๕,๔๐๓ (๑๐๐.๐)
๑๒	การทอดทิ้ง ปล่อยปละละเลย เด็กเล็ก	๔,๑๘๓ (๗๗.๔)	๑,๒๑๘ (๒๒.๖)	๕,๔๐๑ (๑๐๐.๐)
๑๓	เป็นมะเร็ง	๔,๑๖๒ (๗๗.๐)	๑,๒๔๑ (๒๓.๐)	๕,๔๐๓ (๑๐๐.๐)

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๔ ความเห็นต่อสภาพปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้เกิดอุบัติเหตุ ทางถนน พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๖.๔ ใช่ ในขณะที่ร้อยละ ๓.๖ ไม่ใช่

โดยในประเด็นต่อ ปัญหาสุขภาพ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๕.๖ ใช่ปัญหาสุขภาพ ในขณะที่ร้อยละ ๔.๔ ระบุ ไม่ใช่

ในขณะที่ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่างๆ ทำให้เกิดอันตรายต่อเด็กในท้อง พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๔.๗ ใช่ ในขณะที่ร้อยละ ๕.๓ ไม่ใช่

ที่น่าพิจารณาคือ การตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ทำให้เกิดความสามารถในการทำงานลดลง พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๒.๗ ไซ้ ในขณะที่ร้อยละ ๗.๓ ไม่ใช่ ในขณะที่ การตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ทำให้เกิดเสียงดัง เตือรื้อนรำคาญ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๒.๕ ระบุ ไซ้ และร้อยละ ๗.๕ ไม่ใช่

นอกจากนี้ ต่อประเด็นที่ทำให้เกิดการข่มขืน ล่วงละเมิดทางเพศ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๙.๖ ไซ้ ในขณะที่ร้อยละ ๑๐.๔ ระบุ ไม่ใช่ และต่อประเด็นสำคัญคือ ทำให้เกิดความรุนแรงต่อคนในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๗.๖ ระบุ ไซ้ ร้อยละ ๑๒.๔ ไม่ใช่

ในขณะที่ ทำให้เกิดอาชญากรรม พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๗.๖ ไซ้ ร้อยละ ๑๒.๔ ไม่ใช่ ที่น่าพิจารณา คือ ทำให้เกิดความโหดร้าย ทารุณกรรม เด็กเล็ก พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๒.๔ ไซ้ ร้อยละ ๑๗.๖ ไม่ใช่ และการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายไม่เพียงพอ ทำให้เป็นหนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๑.๗ ไซ้ ร้อยละ ๑๘.๓ ไม่ใช่

อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามถึงการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ทำให้เกิดความรุนแรงต่อคนอื่นในชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๘.๙ ไซ้ ร้อยละ ๒๑.๑ ไม่ใช่ และการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ทำให้เกิดการทอดทิ้ง ปล่อยปละละเลย เด็กเล็ก พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๗.๔ ไซ้ ร้อยละ ๒๒.๖ ไม่ใช่ นอกจากนี้ การตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ทำให้เกิดเป็นมะเร็ง พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๗.๐ ไซ้ ร้อยละ ๒๓.๐ ไม่ใช่

ตารางที่ ๒.๕ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อสภาพปัญหาของเครื่องตีแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	เลวร้ายแย่งลงไปอีก	๑,๘๘๘	๓๔.๙
๒	เหมือนเดิม	๒,๒๖๙	๔๒.๐
๓	ลดลงบ้าง	๖๕๕	๑๒.๑
๔	ลดลงอย่างมาก	๑๐๘	๒.๐
๕	ไม่ทราบ	๔๗๘	๘.๘
๖	คนไม่ตอบ	๙	๐.๒
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณตารางที่ ๒.๕ เมื่อสอบถามความเห็นต่อสภาพปัญหาของเครื่องตีแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ ๓๔.๙ เลวร้ายแย่งลงไปอีก ร้อยละ ๔๒.๐ เหมือนเดิม ร้อยละ ๑๒.๑ ลดลงบ้าง และร้อยละ ๒.๐ ลดลงอย่างมาก ในขณะที่ ร้อยละ ๘.๘ ไม่ทราบ และร้อยละ ๐.๒ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๖ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อแนวทางและมาตรการในการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ใช่ จำเป็นต้องมี แนวทางมาตรการควบคุมต่างๆ เพิ่มเติม	๔,๔๘๖	๘๓.๐
๒	ไม่จำเป็น	๒๙๔	๕.๔
๓	ไม่แน่ใจ	๕๙๖	๑๑.๐
๔	คนไม่ตอบ	๓๑	๐.๖
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๖ เมื่อสอบถามความเห็นต่อแนวทางและมาตรการในการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๓.๐ ใช่ จำเป็นต้องมี แนวทางมาตรการควบคุมต่างๆ เพิ่มเติม ร้อยละ ๕.๔ ไม่จำเป็น ร้อยละ ๑๑.๐ ไม่แน่ใจ และร้อยละ ๐.๖ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๗ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และ ความสามารถในการทำงานที่เพิ่มขึ้น

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ใช่	๓๘๓	๗.๑
๒	ไม่ใช่	๔,๙๘๓	๙๒.๒
๓	คนไม่ตอบ	๔๑	๐.๗
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๗ เมื่อสอบถามความเห็นต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และ ความสามารถในการทำงานที่เพิ่มขึ้น พบว่า ร้อยละ ๗.๑ ระบุ ใช่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และความสามารถในการทำงานที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๒.๒ ระบุ ไม่ใช่ และร้อยละ ๐.๗ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๘ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วย ทำให้สุขภาพดีขึ้น

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ใช่	๒๘๘	๕.๓
๒	ไม่ใช่	๕,๑๐๐	๙๔.๓
๓	คนไม่ตอบ	๔๑	๐.๔
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๘ เมื่อสอบถามความเห็นต่อการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ช่วยให้สุขภาพดีขึ้น พบว่า ร้อยละ ๕.๓ ระบุ ใช่ ในขณะที่ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๔.๓ ระบุ ไม่ใช่ และร้อยละ ๐.๔ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๙ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อแนวทางการแก้ไขปัญหา จากเครื่องตีแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	รัฐหรือรัฐบาล ไม่ได้ดำเนินการใด ๆ ที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา	๓,๔๖๙	๖๔.๒
๒	บริษัทเหล้า/เบียร์และเครื่องตีแอลกอฮอล์ ไม่ได้ดำเนินการใด ๆ ที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา	๘๙๗	๑๖.๖
๓	สถานบันเทิง เช่น ผับ บาร์ ไม่ได้ดำเนินการใด ๆ ที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา	๗๕๔	๑๓.๙
๔	อื่นๆ ระบุ ประชาสังคม หน่วยงานนอกภาครัฐ	๑๕๕	๒.๙
๕	คนไม่ตอบ	๑๓๒	๒.๔
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๙ เมื่อสอบถามความเห็นต่อแนวทางการแก้ไขปัญหาจากเครื่องตีแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๔.๒ ระบุ รัฐหรือรัฐบาล ไม่ได้ดำเนินการใดๆ ที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา ร้อยละ ๑๖.๖ บริษัทเหล้า/เบียร์และเครื่องตีแอลกอฮอล์ ไม่ได้ดำเนินการใด ๆ ที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา ในขณะที่ ร้อยละ ๑๓.๙ สถานบันเทิง เช่น ผับ บาร์ ไม่ได้ดำเนินการใด ๆ ที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา และร้อยละ ๒.๙ อื่นๆ ระบุ ประชาสังคม หน่วยงานนอกภาครัฐ และร้อยละ ๒.๔ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๑๐ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการดำเนินงานในรูปแบบต่าง ๆ ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	รวมทั้งสิ้น
๑	กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องตีแอลกอฮอล์ ทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อสร้างการเป็นที่ยอมรับจากประชาชนกลุ่มต่าง ๆ	๔,๓๒๕ (๘๐.๓)	๑,๐๖๓ (๑๙.๗)	๕,๓๘๘ (๑๐๐.๐)

ลำดับที่	ความคิดเห็น	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	รวมทั้งสิ้น
๒	กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ ใช้เงินในรูปแบบต่าง ๆ ให้เจ้าหน้าที่รัฐระดับสูงเพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของพวกเขา	๔,๑๔๔ (๗๖.๙)	๑,๒๔๔ (๒๓.๑)	๕,๓๘๘ (๑๐๐.๐)
๓	กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ บริจาคเงินช่วยเหลือนักรบการเมืองเพื่อหวังผลประโยชน์ทางนโยบายที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของพวกเขา	๓,๙๖๐ (๗๓.๕)	๑,๔๒๘ (๒๖.๕)	๕,๓๘๘ (๑๐๐.๐)
๔	กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ มีอิทธิพลมากต่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาล	๓,๗๕๐ (๖๙.๖)	๑,๖๓๘ (๓๐.๔)	๕,๓๘๘ (๑๐๐.๐)
๕	กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ กำลังพยายามเจาะตลาด เข้าถึง กลุ่มเด็ก เยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ดื่มเหล้า เบียร์ ฯลฯ	๓,๖๘๔ (๖๘.๔)	๑,๗๐๓ (๓๑.๖)	๕,๓๘๗ (๑๐๐.๐)
๖	อื่น ๆ เช่น เป็นธุรกิจการค้า ที่ต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ คืบหน้าให้สังคมบ้าง	๒๕ (๘๓.๓)	๕ (๑๖.๗)	๓๐ (๑๐๐.๐)

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑๐ เมื่อสอบถามความเห็นต่อการดำเนินงานในรูปแบบต่าง ๆ ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ว่า กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อสร้างการเป็นที่ยอมรับจากประชาชนกลุ่มต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๐.๓ ระบุ เห็นด้วย ในขณะที่ร้อยละ ๑๙.๗ ระบุ ไม่เห็นด้วย

เมื่อถามถึงกลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ ใช้เงินในรูปแบบต่าง ๆ ให้เจ้าหน้าที่รัฐระดับสูงเพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของพวกเขา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๖.๙ ระบุ เห็นด้วย ในขณะที่ร้อยละ ๒๓.๑ ระบุ ไม่เห็นด้วย

และเมื่อสอบถามถึงกลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ บริจาคเงินช่วยเหลือนักรบการเมืองเพื่อหวังผลประโยชน์ ทางนโยบายที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของพวกเขา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๓.๕ ระบุ เห็นด้วย และร้อยละ ๒๖.๕ ระบุ ไม่เห็นด้วย

ในขณะที่ เมื่อสอบถามถึงกลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ มีอิทธิพลมากต่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาล พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๙.๖ ระบุ เห็นด้วย และร้อยละ ๓๐.๔ ระบุ ไม่เห็นด้วย

ที่น่าสนใจ คือ กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ กำลังพยายามเจาะตลาด เข้าถึง กลุ่มเด็ก เยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ดื่มเหล้า เบียร์ ฯลฯ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๘.๔ ระบุ เห็นด้วย และร้อยละ ๓๑.๖ ระบุ ไม่เห็นด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อถามถึงอื่น ๆ เช่น เป็นธุรกิจการค้า ที่ต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ คั้นกำไรให้สังคมบ้าง พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๓.๓ ระบุ เห็นด้วย และร้อยละ ๑๖.๗ ระบุ ไม่เห็นด้วย

ตารางที่ ๒.๑๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยมากที่สุด	๔,๖๑๙	๘๕.๕
๒	ไม่ค่อยเห็นด้วยถึงไม่เห็นอย่างย้ง	๗๕๙	๑๔.๐
๓	คนไม่ตอบ	๒๙	๐.๕
	รวมทั้งสิ้น	๕,๓๗๘	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑๑ เมื่อสอบถามความเห็นต่อความรับผิดชอบต่อทางสังคมของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๕.๕ ระบุ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยมากที่สุด ในขณะที่ ร้อยละ ๑๔.๐ ไม่ค่อยเห็นด้วยถึงไม่เห็นอย่างย้ง

ตารางที่ ๒.๑๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ บริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรรับผิดชอบต่อเพิ่มขึ้นอีกต่อเหยื่อเมาและขับ

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยมากที่สุด	๔,๓๒๐	๗๙.๙
๒	ไม่ค่อยเห็นด้วยถึงไม่เห็นอย่างย้ง	๑,๐๕๕	๑๙.๕
๓	คนไม่ตอบ	๓๒	๐.๖
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑๒ เมื่อสอบถามความเห็นต่อความประเด็นความรับผิดชอบต่อในกรณีที่มีผู้ตกเป็นเหยื่อจากการเมาแล้วขับ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๙.๙ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยมากที่สุด ในขณะที่ ร้อยละ ๑๙.๕ ไม่ค่อยเห็นด้วยถึงไม่เห็นอย่างย้ง และร้อยละ ๐.๖ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๑๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นที่นักการเมืองและพรรคการเมืองควรจะได้รับเงินบริจาคและผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ควรรับ	๕๕๙	๑๐.๓
๒	ไม่ควรรับ	๔,๘๑๙	๘๙.๒
๓	คนไม่ตอบ	๒๙	๐.๕
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๓ เมื่อถามถึงความเห็นที่นักการเมืองและพรรคการเมืองควรจะได้รับเงินบริจาคและผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๙.๒ ระบุ ไม่ควรรับ ในขณะที่ ร้อยละ ๑๐.๓ ระบุ ควรรับ ในขณะที่ ร้อยละ ๐.๕ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๑๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ สาเหตุที่นักการเมืองและพรรคการเมืองควรจะได้รับเงินบริจาคและผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	สาเหตุที่ควรรับ	จำนวน	ร้อยละ
๑	รับเงินไปบริจาคต่อให้แก่ผู้พิการหรือผู้ทุพพลภาพ	๑๖๗	๕๓.๙
๒	สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศได้	๖๗	๒๑.๖
๓	เป็นการสนับสนุนการทำงานให้แก่ภาครัฐ	๔๐	๑๒.๙
๔	เป็นหน้าเป็นตา	๓๖	๑๑.๖
	รวมทั้งสิ้น	๓๑๐	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑๔ เมื่อถามถึงสาเหตุที่นักการเมืองและพรรคการเมืองควรจะได้รับเงินบริจาคและผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๕๓.๙ ระบุ รับเงินไปบริจาคต่อให้แก่ผู้พิการหรือผู้ทุพพลภาพ ร้อยละ ๒๑.๖ ระบุสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศได้ ในขณะที่ ร้อยละ ๑๒.๙ ระบุเป็นการสนับสนุนการทำงานให้แก่ภาครัฐ และร้อยละ ๑๑.๖ ระบุ เป็นหน้าเป็นตา

ตารางที่ ๒.๑๕ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ สาเหตุที่นักการเมืองและพรรคการเมืองไม่ควรได้รับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	สาเหตุที่ไม่ควรรับ	จำนวน	ร้อยละ
๑	เป็นการโกงกิน รับเงินใต้โต๊ะ/ทุจริต	๑,๐๒๘	๔๙.๘

ลำดับที่	สาเหตุที่ไม่ควรรับ	จำนวน	ร้อยละ
๒	เป็นการสนับสนุนการขาย	๔๔๓	๒๑.๕
๓	ไม่จำเป็น/เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง	๓๐๑	๑๔.๖
๔	ไม่ใช่เป็นการแก้ปัญหา	๑๑๑	๕.๔
๕	เป็นการเอาเปรียบประชาชน	๑๐๖	๕.๑
๖	ภาพลักษณ์ของนักรการเมืองไม่ดี	๗๔	๓.๖
	รวมทั้งสิ้น	๒,๐๖๓	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑๕ เมื่อถามถึงสาเหตุที่นักรการเมืองและพรรคการเมืองไม่ควรจะรับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๔๙.๘ ระบุเป็นการโกงกิน รับเงินใต้โต๊ะ/ทุจริต ในขณะที่ ร้อยละ ๒๑.๕ ระบุเป็นการสนับสนุนการขาย นอกจากนี้ ร้อยละ ๑๔.๖ ระบุไม่จำเป็น/เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง ร้อยละ ๕.๔ ระบุไม่ใช่เป็นการแก้ปัญหา ร้อยละ ๕.๑ ระบุเป็นการเอาเปรียบประชาชน และร้อยละ ๓.๖ ระบุภาพลักษณ์ของนักรการเมืองไม่ดี

ตารางที่ ๒.๑๖ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นที่เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูงควรจะได้รับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ไม่ควรรับ	๔,๙๘๕	๙๒.๒
๒	ควรรับ	๓๙๘	๗.๔
๓	คนไม่ตอบ	๒๔	๐.๔
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑๖ เมื่อสอบถามความเห็นที่เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูงควรจะได้รับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๒.๒ ไม่ควรรับ ในขณะที่ ร้อยละ ๗.๔ ควรรับ ในขณะที่ ร้อยละ ๐.๔ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๑๗ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ สาเหตุที่เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูงควรจะได้รับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	สาเหตุควรรับ	จำนวน	ร้อยละ
๑	สามารถนำเงินไปพัฒนาชุมชน	๑๑๖	๕๕.๒

ลำดับที่	สาเหตุควรรับ	จำนวน	ร้อยละ
๒	เป็นการสนับสนุนการทำงานให้แก่ภาครัฐ	๕๑	๒๔.๓
๓	สามารถสร้างรายได้ให้กับรัฐจำนวนมาก	๔๓	๒๐.๕
	รวมทั้งสิ้น	๒๑๐	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑๗ เมื่อถามถึงสาเหตุที่เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูงควรจะได้รับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๕๕.๒ คิดว่าสามารถนำเงินไปพัฒนาชุมชน รองลงมา ร้อยละ ๒๔.๓ คิดว่าเป็นการสนับสนุนการทำงานให้แก่ภาครัฐ และร้อยละ ๒๐.๕ คิดว่าสามารถสร้างรายได้ให้กับรัฐจำนวนมาก

ตารางที่ ๒.๑๘ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุสาเหตุที่เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูงไม่ควรจะรับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	สาเหตุไม่ควรรับ	จำนวน	ร้อยละ
๑	เป็นการโกงกิน รับเงินใต้โต๊ะ/ผิดกฎหมาย	๑,๑๗๖	๕๖.๔
๒	ทำให้ภาพลักษณ์ไม่ดี ไม่เหมาะสม	๓๖๕	๑๗.๕
๓	เป็นการสนับสนุนการขาย	๓๔๔	๑๖.๕
๔	เป็นการเอาเปรียบประชาชน	๑๐๕	๕.๐
๕	ไม่ใช่เป็นการแก้ปัญหา	๙๗	๔.๖
	รวมทั้งสิ้น	๒,๐๘๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑๘ เมื่อถามถึงสาเหตุที่เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูงไม่ควรจะรับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๕๖.๔ คิดว่าเป็นการโกงกิน รับเงินใต้โต๊ะ/ผิดกฎหมาย ร้อยละ ๑๗.๕ คิดว่าทำให้ภาพลักษณ์ไม่ดี ไม่เหมาะสม ร้อยละ ๑๖.๕ คิดว่าเป็นการสนับสนุนการขาย ในขณะที่ร้อยละ ๕.๐ คิดว่าเป็นการเอาเปรียบประชาชน และร้อยละ ๔.๖ คิดว่าไม่ใช่เป็นการแก้ปัญหา

ตารางที่ ๒.๑๙ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ คุณเชื่อข้อความต่อไปนี้หรือไม่

ลำดับที่	ความคิดเห็น	เชื่อ	ไม่เชื่อ	รวมทั้งสิ้น
๑	สุรา เบียร์ ทำให้เป็นเหตุทะเลาะวิวาท และอาชญากรรมได้	๕,๓๐๐ (๙๘.๒)	๙๗ (๑.๘)	๕,๓๙๗ (๑๐๐.๐)

ลำดับที่	ความคิดเห็น	เชื่อ	ไม่เชื่อ	รวมทั้งสิ้น
๒	สุรา เบียร์ ทำให้เป็นเหตุให้พิการ และ ตายได้	๕,๑๖๑ (๙๕.๖)	๒๓๘ (๔.๔)	๕,๓๙๙ (๑๐๐.๐)
๓	สุรา เป็น เหตุก่อ มะเร็ง ได้	๔,๘๑๐ (๘๙.๑)	๕๘๘ (๑๐.๙)	๕,๓๙๘ (๑๐๐.๐)
๔	สุรา เป็น เหตุ ให้สมองเสื่อมได้	๔,๙๓๐ (๙๑.๓)	๔๖๙ (๘.๗)	๕,๓๙๙ (๑๐๐.๐)
๕	สุรา เป็นเหตุ ให้พิการ ได้	๕,๐๐๑ (๙๒.๗)	๓๙๔ (๗.๓)	๕,๓๙๕ (๑๐๐.๐)
๖	อื่นๆ ระบุ การหย่าร้าง ปัญหาการใช้ความรุนแรง ในครอบครัว	๑๑๒ (๙๘.๒)	๒ (๑.๘)	๑๑๔ (๑๐๐.๐)

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๑๙ เมื่อสอบถามว่า คุณเชื่อข้อความต่อไปนี้หรือไม่ จากข้อความที่ว่า สุรา เบียร์ ทำให้เป็นเหตุทะเลาะวิวาทและอาชญากรรมได้ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๘.๒ ระบุว่า เชื่อข้อความ ร้อยละ ๑.๘ ระบุ ไม่เชื่อข้อความ

เมื่อถามความเชื่อต่อข้อความว่า สุรา เบียร์ ทำให้เป็นเหตุให้พิการ และ ตายได้ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือ ร้อยละ ๙๕.๖ ระบุ เชื่อต่อข้อความ ในขณะที่ร้อยละ ๔.๔ ระบุ ไม่เชื่อต่อข้อความ นอกจากนี้ เมื่อถามความ เชื่อต่อข้อความว่า สุรา เป็น เหตุก่อ มะเร็ง ได้ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๙.๑ ระบุ เชื่อต่อข้อความ และ ร้อยละ ๑๐.๙ ไม่เชื่อต่อข้อความ

ในขณะที่ เมื่อถามความเชื่อต่อข้อความว่า สุรา เป็น เหตุ ให้สมองเสื่อมได้ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๑.๓ ระบุ เชื่อต่อข้อความ และร้อยละ ๘.๗ ระบุ ไม่เชื่อต่อข้อความ ที่น่าพิจารณา คือ เมื่อถามความเชื่อ ต่อข้อความว่า สุรา เป็นเหตุ ให้พิการ ได้ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๒.๗ ระบุ เชื่อต่อข้อความ และร้อยละ ๗.๓ ระบุ ไม่เชื่อต่อข้อความ อย่างไรก็ตาม ต่อประเด็นเมื่อถามความเชื่อต่อข้อความอื่นๆ ระบุ การหย่าร้าง ปัญหาการใช้ความรุนแรงในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๘.๒ ระบุ เชื่อต่อข้อความ และร้อยละ ๑.๘ ระบุ ไม่เชื่อต่อข้อความ

ตารางที่ ๒.๒๐ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการโฆษณาเชิญชวนให้เด็กและเยาวชน อายุต่ำกว่า ๒๐ ปีดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	คิดว่าใช่	๓,๐๒๓	๕๕.๙

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๒	ไม่คิดว่าใช่	๒,๑๓๒	๓๙.๔
๓	คนไม่ตอบ	๒๕๒	๔.๗
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๒๐ เมื่อสอบถามความเห็นต่อการโฆษณาเชิญชวนให้เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปีดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๕๕.๙ ระบุ คิดว่าใช่ ในขณะที่ร้อยละ ๓๙.๔ ระบุ ไม่คิดว่าใช่ และร้อยละ ๔.๗ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๒.๒๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ คุณ พบว่า เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางใดบ้างต่อไปนี้

ลำดับที่	ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เคยพบ	ไม่เคยพบ	รวมทั้งสิ้น
๑	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	๓,๗๕๓ (๖๙.๗)	๑,๖๒๕ (๓๐.๓)	๕,๓๗๘ (๑๐๐.๐)
๒	ป้ายโฆษณาต่างๆ ริมถนน ข้างทาง บนอาคารสูง	๓,๗๕๙ (๖๙.๘)	๑,๖๒๕ (๓๐.๒)	๕,๓๘๔ (๑๐๐.๐)
๓	ร้านสะดวกซื้อ	๔,๒๘๔ (๗๙.๖)	๑,๑๐๐ (๒๐.๔)	๕,๓๘๔ (๑๐๐.๐)
๔	ปั้มน้ำมัน	๑,๘๐๗ (๓๓.๖)	๓,๕๖๙ (๖๖.๔)	๕,๓๗๖ (๑๐๐.๐)
๕	โทรทัศน์ วิทยุ	๓,๙๒๒ (๗๒.๘)	๑,๔๖๕ (๒๗.๒)	๕,๓๘๗ (๑๐๐.๐)
๖	โรงภาพยนตร์	๑,๖๖๙ (๓๑.๑)	๓,๗๐๘ (๖๘.๙)	๕,๓๗๗ (๑๐๐.๐)
๗	สิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูน	๒,๖๔๓ (๔๙.๑)	๒,๗๓๕ (๕๐.๙)	๕,๓๗๘ (๑๐๐.๐)
๘	ร้านอาหาร	๔,๒๙๐ (๗๙.๗)	๑,๐๙๔ (๒๐.๓)	๕,๓๘๔ (๑๐๐.๐)
๙	ผับ บาร์ สถานบันเทิง	๔,๕๙๓ (๘๕.๓)	๗๙๒ (๑๔.๗)	๕,๓๘๕ (๑๐๐.๐)
๑๐	ลานกีฬา	๑,๘๐๘ (๓๓.๖)	๓,๕๗๒ (๖๖.๔)	๕,๓๘๐ (๑๐๐.๐)

ลำดับที่	ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เคยพบ	ไม่เคยพบ	รวมทั้งสิ้น
๑๑	กิจกรรมต่างๆ เช่น คอนเสิร์ต การแข่งขันกีฬา ฯลฯ	๓,๒๓๙ (๖๐.๒)	๒,๑๔๑ (๓๙.๘)	๕,๓๘๐ (๑๐๐.๐)
๑๒	โลก ออนไลน์ อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก	๓,๗๖๔ (๖๙.๙)	๑,๖๒๐ (๓๐.๑)	๕,๓๘๔ (๑๐๐.๐)
๑๓	สถาบันกวดวิชา	๗๘๓ (๑๔.๖)	๔,๕๙๓ (๘๕.๔)	๕,๓๗๖ (๑๐๐.๐)
๑๔	สถานีขนส่ง สาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า รถไฟ รถประจำทาง รถตู้ เป็นต้น	๑,๘๘๑ (๓๕.๐)	๓,๔๙๒ (๖๕.๐)	๕,๓๗๓ (๑๐๐.๐)
๑๕	อื่นๆ ระบุ เพื่อน สถานที่ทำงาน โรงแรม หอพัก หน้าวัด บ้าน ชายหาด เป็นต้น	๒๖ (๐.๕)	๑๗ (๐.๕)	๔๓ (๐.๐)

จากการพิจารณาตารางที่ ๒.๒๑ เมื่อถามว่าคุณ พบว่า เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึง โฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางใด อาทิ ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๙.๗ ระบุ เคยพบ ร้อยละ ๓๐.๓ ระบุ ไม่เคยพบ

เมื่อสอบถามถึง ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ป้ายโฆษณาต่างๆ ริมถนน ข้างทาง บน อาคารสูง พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๙.๘ ระบุ เคยพบ ร้อยละ ๓๐.๒ ระบุ ไม่เคยพบ

และเมื่อสอบถามถึง ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านสะดวกซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือ ร้อยละ ๗๙.๖ ระบุ เคยพบ ร้อยละ ๒๐.๔ ระบุ ไม่เคยพบ ในขณะที่ ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ปั๊มน้ำมัน พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๖.๔ ระบุ ไม่เคยพบ ร้อยละ ๓๓.๖ เคยพบ

นอกจากนี้ เมื่อสอบถามถึง ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่โทรทัศน์ วิทยุ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๒.๘ ระบุ เคยพบ ร้อยละ ๒๗.๒ ระบุ ไม่เคยพบ ในขณะที่ เมื่อสอบถามถึง ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่โรงภาพยนตร์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๘.๙ ระบุ ไม่เคยพบ ร้อยละ ๓๑.๑ ระบุ เคยพบ

อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามถึง ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูน พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๕๐.๙ ระบุ ไม่เคยพบ ร้อยละ ๔๙.๑ ระบุ เคยพบ และช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านอาหาร พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๙.๗ ระบุ เคยพบ ร้อยละ ๒๐.๓ ระบุ ไม่เคยพบ

ที่นำพิจารณา ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผับ บาร์ สถานบันเทิง พบว่า ส่วนใหญ่ หรือ ร้อยละ ๘๕.๓ ระบุ เคยพบ ร้อยละ ๑๔.๗ ระบุ ไม่เคยพบ

เมื่อสอบถามถึง การพบเห็นเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลานกีฬา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๖.๔ ระบุ ไม่เคยพบ ร้อยละ ๓๓.๖ ระบุ เคยพบ

นอกจากนี้ เมื่อสอบถามถึง ช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กิจกรรมต่างๆ เช่น คอนเสิร์ต การแข่งขันกีฬา ฯลฯ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๐.๒ ระบุ เคยพบ ร้อยละ ๓๙.๘ ระบุ ไม่เคยพบ

ในขณะที่ การพบเห็นเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่โลก ออนไลน์ อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๙.๙ ระบุ เคยพบ ร้อยละ ๓๐.๑ ระบุ ไม่เคยพบ

ที่นำพิจารณาคือ เมื่อสอบถามถึง การพบเห็นเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สถาบันกวดวิชา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๕.๔ ระบุ ไม่เคยพบ แต่ร้อยละ ๑๔.๖ ระบุ เคยพบ

อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามถึง การพบเห็นเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สถานีขนส่ง สาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า รถไฟ รถประจำทาง รถตู้ เป็นต้น พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๕.๐ ระบุ ไม่เคยพบ ร้อยละ ๓๕.๐ ระบุ เคยพบ

และการพบเห็นเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อื่นๆ ระบุ เพื่อน สถานที่ทำงาน โรงแรม หอพัก หน้าวัด บ้าน ชายหาด เป็นต้น พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๐.๕ ระบุ เคยพบ ในขณะที่ ร้อยละ ๓๙.๕ ระบุ ไม่เคยพบ

๓. พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตารางที่ ๓.๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์การเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
๑	ไม่เคยดื่มเลยในชีวิตนี้	๒,๒๒๐	๔๑.๑
๒	เคยดื่ม ภายใน ๑๒ เดือนที่ผ่านมา	๒,๑๐๙	๓๙.๐
๓	เคยดื่ม แต่ไม่ดื่มใน ๑๒ เดือนที่ผ่านมา	๑,๐๔๗	๑๙.๔
๔	คนไม่ตอบ	๓๑	๐.๕

ลำดับที่	ประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๑ เมื่อถามถึงประสบการณ์การเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๔๑.๑ ไม่เคยดื่มเลยในชีวิตนี้ ร้อยละ ๓๙.๐ ระบุ เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใน ๑๒ เดือนที่ผ่านมา และร้อยละ ๑๙.๔ เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่ดื่มใน ๑๒ เดือนที่ผ่านมา

ตารางที่ ๓.๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
๑	ดื่ม ๑-๒ วัน/สัปดาห์	๕๖๐	๒๗.๑
๒	ดื่ม ๑-๓ วัน/เดือน	๕๑๕	๒๔.๙
๓	ดื่ม ๓-๔ วัน/สัปดาห์	๓๓๙	๑๖.๔
๔	ดื่ม ๑-๓ วัน/ปี	๑๗๗	๘.๖
๕	ดื่ม ๘-๑๑ วัน/ปี	๑๕๙	๗.๗
๖	ดื่ม ๔-๗ วัน/ปี	๑๔๘	๗.๒
๗	ดื่ม ๕-๖ วัน/สัปดาห์	๙๓	๔.๕
๘	ดื่ม ๗ วัน/สัปดาห์	๗๕	๓.๖
	รวมทั้งสิ้น	๒,๐๖๖	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒๓ เมื่อถามถึงความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๒๗.๑ ระบุ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๑-๒ วัน/สัปดาห์ รองลงมาคือ ร้อยละ ๒๔.๙ ระบุ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๑-๓ วัน/เดือน ในขณะที่ ร้อยละ ๑๖.๔ ระบุ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๓-๔ วัน/สัปดาห์ ร้อยละ ๘.๖ ระบุ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๑-๓ วัน/ปี ร้อยละ ๗.๗ ระบุ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๘-๑๑ วัน/ปี ร้อยละ ๗.๒ ระบุ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๔-๗ วัน/ปี ร้อยละ ๔.๕ ระบุ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๕-๖ วัน/สัปดาห์ และร้อยละ ๓.๖ ระบุ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ๗ วัน/สัปดาห์

ตารางที่ ๓.๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ อายุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก

ลำดับที่	คุณเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก เมื่อคุณมีอายุเท่าใดปี	จำนวน	ร้อยละ
๑	อายุน้อยกว่า ๑๕ ปี	๔๘๑	๑๕.๑

ลำดับที่	คุณเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก เมื่อคุณมีอายุเท่าใดปี	จำนวน	ร้อยละ
๒	๑๖ - ๒๐ ปี	๒,๐๕๘	๖๔.๖
๓	๒๑ - ๒๕ ปี	๔๓๑	๑๓.๕
๔	๒๖ - ๓๐ ปี	๑๐๒	๓.๒
๕	๓๐ ปีขึ้นไป	๑๑๕	๓.๖
	รวมทั้งสิ้น	๓,๑๐๖	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๓ เมื่อถามถึงอายุที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก พบว่า ร้อยละ ๑๕.๑ ระบุ เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกอายุน้อยกว่า ๑๕ ปี ในขณะที่ ร้อยละ ๖๔.๖ ระบุ เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออยู่ในช่วงอายุ ๑๖-๒๐ ปี ร้อยละ ๑๓.๕ ระบุเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออยู่ในช่วงอายุ ๒๑-๒๕ ปี ร้อยละ ๓.๒ ระบุ เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออยู่ในช่วงอายุ ๒๖ - ๓๐ ปี และร้อยละ ๓.๖ ระบุ เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออยู่ในช่วงอายุ ๓๐ ปีขึ้นไป

ตารางที่ ๓.๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ จำนวนวันที่ดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา

ลำดับที่	ในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา คุณดื่มแอลกอฮอล์ จำนวนกี่วัน วัน	จำนวน	ร้อยละ
๑	น้อยกว่า ๑๐ วัน	๑,๓๕๒	๗๙.๘
๒	๑๑ - ๒๐ วัน	๒๔๖	๑๕.๕
๓	๒๑ - ๓๐ วัน	๙๗	๕.๗
	รวมทั้งสิ้น	๑,๖๙๕	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๔ เมื่อถามถึงจำนวนวันที่ดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๙.๘ ระบุ ดื่มแอลกอฮอล์น้อยกว่า ๑๐ วัน ในขณะที่ร้อยละ ๑๕.๕ ระบุ ดื่มแอลกอฮอล์ ๑๑-๒๐ วัน และร้อยละ ๕.๗ ระบุ ดื่มแอลกอฮอล์ ๒๑-๓๐ วัน

ตารางที่ ๓.๕ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มแอลกอฮอล์โดยทั่วไปต่อวันในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา

ลำดับที่	จำนวนการดื่มมาตรฐาน	จำนวน	ร้อยละ
๑	๑-๒ ดื่มมาตรฐาน	๓๒๘	๑๘.๗
๒	๓-๔ ดื่มมาตรฐาน	๒๑๒	๑๒.๑

ลำดับที่	จำนวนการดื่มมาตรฐาน	จำนวน	ร้อยละ
๓	๕-๖ ดื่มมาตรฐาน	๑๗๓	๙.๙
๔	๗-๙ ดื่มมาตรฐาน	๙๑	๕.๒
๕	๑๐ ดื่มมาตรฐาน ขึ้นไป	๕๑	๒.๙
๖	ไม่ทราบ ไม่สามารถระบุได้	๘๙๘	๕๑.๒
	รวมทั้งสิ้น	๑,๗๕๓	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๕ เมื่อถามถึงการดื่มแอลกอฮอล์โดยทั่วไปต่อวันในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๑๘.๗ ระบุ จำนวนการดื่ม ๑-๒ ดื่มมาตรฐาน ร้อยละ ๑๒.๑ ระบุ ๓-๔ จำนวนการดื่มมาตรฐาน ในขณะที่ ร้อยละ ๙.๙ ระบุ จำนวนการดื่ม ๕-๖ ดื่มมาตรฐาน ร้อยละ ๕.๒ ระบุจำนวนการดื่ม ๗-๙ ดื่มมาตรฐาน และร้อยละ ๒.๙ ระบุ จำนวนการดื่ม ๑๐ ดื่มมาตรฐาน ขึ้นไป

ตารางที่ ๓.๖ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ชนิด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มบ่อยที่สุด

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	เหล้า สี เหล้าขาว เช่น มังกรทอง หงส์ทอง เบลนด์ ๒๘๕ แม็โขง แสง โสม คราวน์ ๙๙ รวงข้าว ไผ่ทอง นิยมไทย เสือขาว หมี่ขาว มังกรท่า จิน ไชยา แม่วังวารี มาสเตอร์เบรนด์	๑,๐๕๒	๓๓.๖
๒	เบียร์ เช่น สิงห์ ไฮเนเกน ลีโอ ไทเกอร์ ลาเกอร์ อาซา กระทบ ขวดเล็ก	๖๘๔	๒๑.๗
๓	เบียร์ เช่น สิงห์ไลท์ แบบกระทบ ขวดเล็ก	๔๖๖	๑๔.๘
๔	เบียร์ เช่น ช้างคลาสสิก เขียร์เอกซ์ตรา Paulaner Carlsberg แบบกระทบ ขวดเล็ก	๓๖๓	๑๑.๕
๕	ดื่มเป็นเหยือก (เบียร์) เช่น สิงห์ ไฮเนเกน ลีโอ ไทเกอร์ ช้างเอกซ์พอร์ต ช้างดราฟท์	๑๘๔	๕.๘
๖	ดื่มเป็นเหยือก (เบียร์) เช่น ช้างคลาสสิก เขียร์เอกซ์ตรา Paulaner Carlsberg กระทบ ขวดเล็ก	๑๒๖	๔.๐
๗	ดื่มเป็นเหยือก (เบียร์) เช่น สิงห์ไลท์ limburge Rosee, Max Kriek, แบบเหยือก	๗๔	๒.๔
๘	น้ำขาว อุ กระแช่ เป็นขวด	๕๔	๑.๗
๙	สาโท สุราแช่ เป็นขวด	๔๗	๑.๕
๑๐	ไวน์ ขวด	๓๙	๑.๒

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑๑	ไวน์คูลเลอร์ ขวด	๓๓	๑.๐
๑๒	อื่นๆ ระบุ.....	๒๕	๐.๘
	รวมทั้งสิ้น	๓,๑๔๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๖ เมื่อสอบถามถึงชนิด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มบ่อยที่สุด พบว่า ร้อยละ ๓๓.๖ ระบุ เหล้า สี เหล้าขาว เช่น มังกรทอง หงส์ทอง เบลนด์ ๒๘๕ แม็โขง แสงโสม คราวน์ ๙๙ รวงข้าว ไผ่ทอง นิยมไทย เสือขาว หมี่ขาว มังกรท่าจีน ไชยา แม่วังวาริ มาสเตอร์เบรนต์ รองลงมา คือ ร้อยละ ๒๑.๗ ระบุ เบียร์ เช่น สิงห์ ไฮเนเกน ลีโอ ไทเกอร์ ลาเกอร์ อาซา กระป๋อง ขวดเล็ก และร้อยละ ๑๔.๘ ระบุ เบียร์ เช่น สิงห์ไลท์ แบบกระป๋อง ขวดเล็ก

นอกจากนี้ ร้อยละ ๑๑.๕ ระบุ เบียร์ เช่น ช้างคลาสสิก เขียร์เอกซ์ตรา Paulaner Carlsberg แบบ กระป๋อง ขวดเล็ก และร้อยละ ๕.๘ ระบุ ดื่มเป็นเหยือก (เบียร์) เช่น สิงห์ ไฮเนเกน ลีโอ ไทเกอร์ ช้างเอกซ์พอร์ต ช้างตราฟท์ ตามลำดับ

ตารางที่ ๓.๗ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ในช่วง ๑๒ เดือน เคยดื่มจนรู้สึกเมาบ่อยครั้งเพียงใด

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	น้อยกว่า ๒ ครั้งต่อสัปดาห์	๒๒๓	๗.๐
๒	สัปดาห์ละครั้ง	๕๐๓	๑๕.๙
๓	อย่างน้อยเดือนละครั้ง	๔๕๕	๑๔.๔
๔	น้อยกว่าเดือนละครั้ง	๔๕๔	๑๔.๓
๕	ไม่เคยเลย	๑,๕๓๒	๔๘.๔
	รวมทั้งสิ้น	๓,๑๖๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๗ เมื่อสอบถามในช่วง ๑๒ เดือน เคยดื่มจนรู้สึกเมาบ่อยครั้งเพียงใด พบว่า ร้อยละ ๗.๐ ระบุ เคยดื่มจนรู้สึกเมาน้อยกว่า ๒ ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ ๑๕.๙ ระบุ เคยดื่มจนรู้สึกเมา สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ ๑๔.๔ ระบุ เคยดื่มจนรู้สึกเมาอย่างน้อยเดือนละครั้ง ในขณะที่ ร้อยละ ๑๔.๓ ระบุ เคยดื่มจนรู้สึกเมาน้อยกว่าเดือนละครั้ง และร้อยละ ๔๘.๔ ระบุ ไม่เคยดื่มจนรู้สึกเมาเลย

ตารางที่ ๓.๘ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อความรู้สึกมีเมามาจากการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความรู้สึกต่ออาการมีเมามา	จำนวน	ร้อยละ
๑	เมื่อมีอาการเริ่มปวดไม่ชัด เสียการทรงตัว	๘๒๑	๕๐.๙
๒	เมื่อมีอาการเริ่มอ่อนคลาย	๕๖๔	๒๘.๗
๓	เมื่อมีอาการเริ่มอาเจียน	๑๓๘	๘.๕
๔	เมื่อหมดสติ ไม่รู้สึกตัว	๑๐๘	๖.๗
๕	เมื่อมีปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดเกินกฎหมายกำหนดให้ขับรถ	๔๐	๒.๕
๖	อื่นๆ เช่น พวดมาก รู้สึกมีเมามา ง่วง เป็นต้น	๔๔	๒.๗
	รวมทั้งสิ้น	๑,๖๑๕	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๘ เมื่อถามถึงความเห็นต่อความรู้สึกมีเมามาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ ๕๐.๙ ระบุ เมื่อมีอาการเริ่มปวดไม่ชัด เสียการทรงตัว ร้อยละ ๒๘.๗ ระบุ เมื่อมีอาการเริ่มอ่อนคลาย และร้อยละ ๘.๕ ระบุ เมื่อมีอาการเริ่มอาเจียน ในขณะที่ ร้อยละ ๖.๗ ระบุ เมื่อหมดสติ ไม่รู้สึกตัว ร้อยละ ๒.๗ อื่นๆ เช่น พวดมาก รู้สึกมีเมามา ง่วง เป็นต้น และร้อยละ ๒.๕ เมื่อมีปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดเกินกฎหมายกำหนดให้ขับรถ

ตารางที่ ๓.๙ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	การตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
๑	เลือกซื้อ เหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตัวไหนก็ได้ที่มีการลดราคา	๖๐๙	๓๘.๘
๒	ซื้อเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากกว่าที่ตั้งใจไว้ เพราะมีการลดราคา	๒๘๘	๑๘.๔
๓	ซื้อ เพราะพนักงาน ส่งเสริมการขาย เช่น สาวเชียร์ ฯลฯ	๒๕๙	๑๖.๕
๔	ซื้อ เพราะมีของแถม	๘๖	๕.๕
๕	อื่นๆ เช่น ยี่ห้อประจำ ขายเป็นปกติ กินเฉพาะงานเลี้ยง	๓๒๗	๒๐.๘
	รวมทั้งสิ้น	๑,๕๖๙	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๙ เมื่อสอบถามถึงความเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ ๓๘.๘ ระบุ เลือกซื้อ เหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตัวไหนก็ได้ที่มีการลดราคา

ราคา ร้อยละ ๑๘.๔ ระบุ ซื้อเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากกว่าที่ตั้งใจไว้ เพราะมีการลดราคา ในขณะที่ ร้อยละ ๑๖.๕ ระบุ ซื้อ เพราะพนักงาน ส่งเสริมการขาย เช่น สาวเชียร์ ฯลฯ และร้อยละ ๕.๕ ระบุ ซื้อ เพราะมีของแถม ที่น่าสนใจคือ ร้อยละ ๒๐.๘ ระบุ อื่นๆ เช่น ยี่ห้อประจำ ชายปกติ กินเฉพาะงานเลี้ยง

ตารางที่ ๓.๑๐ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ คุณรู้สึกอย่างไร เมื่อดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อื่นๆ ในจำนวนและปริมาณที่คุณดื่มตอนนี้

ลำดับที่	ปริมาณที่ดื่มในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
๑	รู้สึกสบายๆ กับการดื่มเหมือนกับที่เคยดื่มที่ผ่านๆ มา	๙๕๘	๖๐.๘
๒	บางครั้งรู้สึก ว่า ดื่มมากไป	๔๘๘	๓๐.๙
๓	รู้สึกกังวล รู้สึกไม่ติดต่อการดื่มที่ผ่านๆ มา	๑๓๑	๘.๓
	รวมทั้งสิ้น	๑,๕๗๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๑๐ เมื่อถามว่าคุณรู้สึกอย่างไร เมื่อดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อื่นๆ ในจำนวนและปริมาณที่คุณดื่มตอนนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๐.๘ ระบุ รู้สึกสบายๆ กับการดื่มเหมือนกับที่เคยดื่มที่ผ่านๆ มา ร้อยละ ๓๐.๙ ระบุ บางครั้งรู้สึก ว่า ดื่มมากไป และร้อยละ ๘.๓ ระบุ รู้สึกกังวล รู้สึกไม่ติดต่อการดื่มที่ผ่านๆ มา

ตารางที่ ๓.๑๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ลด ละ เลิก	๗๗๔	๔๘.๓
๒	ดื่มเพิ่มขึ้น	๓๓๙	๒๑.๒
๓	ไม่เปลี่ยนแปลง	๔๘๘	๓๐.๕
	รวมทั้งสิ้น	๑,๖๐๑	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๑๑ เมื่อสอบถามความเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๔๘.๓ ระบุ รู้สึกลด ละ เลิก ร้อยละ ๒๑.๒ ระบุ รู้สึกดื่มเพิ่มขึ้น ในขณะที่ร้อยละ ๓๐.๕ ระบุ รู้สึกไม่เปลี่ยนแปลง

ตารางที่ ๓.๑๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ลด ละ เลิก โดยมีเหตุผล (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

ลำดับที่	ลด ละ เลิก โดยมีเหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
๑	ต้องการดูแลรักษาสุขภาพ	๔๒๗	๕๖.๖
๒	เศรษฐกิจไม่ดี มีเงินไม่พอ	๑๔๖	๑๙.๓
๓	เพื่อความสุขที่มากขึ้น	๑๔๕	๑๙.๒
๔	ควบคุมน้ำหนัก	๑๐๕	๑๓.๙
๕	มีการกระตุ้น ชักชวน รมรงค์	๖๐	๗.๙
๖	สภาพแวดล้อมทางสังคม	๕๗	๗.๕
๗	เพื่อนๆ คนในครอบครัว	๕๗	๗.๕
๘	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อชีวิต	๔๑	๕.๔
๙	อื่น ๆ	๒๑	๒.๘
๑๐	มีการใช้กฎ กติกาของชุมชนเพิ่มขึ้น	๑๙	๒.๕

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๑๒ เมื่อถามถึงการลด ละ เลิก โดย ร้อยละ ๕๖.๖ ระบุ มีเหตุผลว่า ต้องการดูแลรักษาสุขภาพ ร้อยละ ๑๙.๓ ระบุ เศรษฐกิจไม่ดี มีเงินไม่พอ และร้อยละ ๑๙.๒ ระบุ เพื่อความสุขที่มากขึ้น นอกจากนี้ ร้อยละ ๑๓.๙ ระบุ ควบคุมน้ำหนัก ร้อยละ ๗.๙ ระบุ มีการกระตุ้น ชักชวน รมรงค์ ร้อยละ ๗.๕ ระบุ สภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อนๆ คนในครอบครัว ในขณะที่ ร้อยละ ๕.๔ ระบุ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อชีวิต ร้อยละ ๒.๘ ระบุ อื่นๆ และร้อยละ ๒.๕ ระบุ มีการใช้กฎ กติกาของชุมชนเพิ่มขึ้น

ตารางที่ ๓.๑๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ต้มเพิ่มขึ้น โดยมีเหตุผล (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

ลำดับที่	ต้มเพิ่มขึ้น โดยมีเหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
๑	การเข้าสังคม	๒๑๒	๖๓.๕
๒	รู้สึกเครียด	๑๒๕	๓๗.๔
๓	เพื่อน ๆ ต้ม	๑๒๒	๓๖.๕
๔	ออกเที่ยว ผับ บาร์ มากขึ้น	๗๐	๒๑.๐
๕	ต้มเพราะรู้สึกซึมเศร้า รู้สึกแยๆ	๕๔	๑๖.๒
๖	มีเงินมากขึ้น ก็ต้มมากขึ้น	๒๕	๗.๕
๗	ต้องการต้มเพื่อสุขมากขึ้น	๒๓	๖.๙
๘	การใช้ กฎ กติกา ชุมชน ลดลง	๗	๒.๑

ลำดับที่	ติ่มเพิ่มขึ้น โดยมีเหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
๙	คนในครอบครัว ติ่มมาก	๖	๑.๘
๑๐	อื่นๆ	๓	๐.๙

จากการพิจารณาตารางที่ ๓.๑๓ เมื่อถามถึงการติ่มเพิ่มขึ้น โดยมีร้อยละ ๖๓.๕ มีเหตุผลว่า การเข้าสังคม ร้อยละ ๓๗.๔ ระบุ รู้สึกเครียด และร้อยละ ๓๖.๕ ระบุ เพื่อน ๆ ติ่ม นอกจากนี้ ร้อยละ ๒๑.๐ ระบุ ออกเที่ยว ผับ บาร์ มากขึ้น ร้อยละ ๑๖.๒ ระบุ ติ่มเพราะรู้สึกซิมเศร้า รู้สึกแยๆ ร้อยละ ๗.๕ ระบุ มีเงินมากขึ้น ก็ติ่มมากขึ้น และร้อยละ ๖.๙ ระบุ ต้องการติ่มเพื่อสุขมากขึ้น ในขณะที่ ร้อยละ ๒.๑ ระบุ การใช้ กฎ กติกา ชุมชน ลดลง ร้อยละ ๑.๘ ระบุ คนในครอบครัว ติ่มมาก และร้อยละ ๐.๙ ระบุ อื่นๆ

๔. ความตระหนักและประสบการณ์เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องติ่มแอลกอฮอล์

ตารางที่ ๔.๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การตระหนักถึงข้อแนะนำในการติ่มเครื่องติ่ม แอลกอฮอล์

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ตระหนักถึงข้อแนะนำต่างๆ	๒,๐๗๖	๖๕.๔
๒	ตระหนักแต่ยังไม่คุ้นเคยกับเนื้อหาสาระ	๗๙๓	๒๕.๐
๓	ไม่ได้ตระหนักถึงข้อแนะนำต่างๆ เหล่านี้	๓๐๖	๙.๖
	รวมทั้งสิ้น	๓,๑๗๕	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑ เมื่อถามถึงการตระหนักถึงข้อแนะนำในการติ่มเครื่องติ่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๕.๔ ระบุ ตระหนักถึงข้อแนะนำต่างๆ ร้อยละ ๒๕.๐ ระบุ ตระหนักแต่ยังไม่คุ้นเคยกับเนื้อหาสาระ ในขณะที่ ร้อยละ ๙.๖ ระบุ ไม่ได้ตระหนักถึงข้อแนะนำต่างๆ เหล่านี้

ตารางที่ ๔.๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อจำนวนการติ่มที่ลดผลกระทบต่อร่างกายในระยะยาว

ลำดับที่	ปริมาณการติ่มมาตรฐาน	จำนวน	ร้อยละ
๑	๑-๒ ตีมมาตรฐาน	๔๔๐	๑๔.๑
๒	๓-๔ ตีมมาตรฐาน	๑๙๖	๖.๓
๓	๕-๖ ตีมมาตรฐาน	๙๗	๓.๑
๔	๗-๙ ตีมมาตรฐาน	๒๘	๐.๙

ลำดับที่	ปริมาณการดื่มมาตรฐาน	จำนวน	ร้อยละ
๕	๑๐ ดื่มมาตรฐาน ขึ้นไป	๔๔	๑.๔
๖	ไม่ทราบ	๒,๓๐๕	๗๔.๒
	รวมทั้งสิ้น	๓,๑๑๐	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒ เมื่อถามความเห็นต่อจำนวนการดื่มที่ลดผลกระทบความเสี่ยงต่อร่างกายในระยะยาว พบว่า ร้อยละ ๑๔.๑ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๑-๒ ดื่มมาตรฐาน ร้อยละ ๖.๓ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๓-๔ ดื่มมาตรฐาน ร้อยละ ๓.๑ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๕-๖ ดื่มมาตรฐาน ในขณะที่ ร้อยละ ๐.๙ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๗-๙ ดื่มมาตรฐาน และร้อยละ ๑.๔ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๑๐ ดื่มมาตรฐาน ขึ้นไป และที่น่าพิจารณาคือ ร้อยละ ๗๔.๒ ระบุ ไม่ทราบ

ตารางที่ ๔.๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มที่สามารถลดผลกระทบความเสี่ยงต่อร่างกายในระยะสั้น

ลำดับที่	ปริมาณการดื่มมาตรฐาน	จำนวน	ร้อยละ
๑	๑-๒ ดื่มมาตรฐาน	๓๙๕	๑๒.๘
๒	๓-๔ ดื่มมาตรฐาน	๑๖๔	๕.๓
๓	๕-๖ ดื่มมาตรฐาน	๗๐	๒.๓
๔	๗-๙ ดื่มมาตรฐาน	๒๙	๐.๙
๕	๑๐ ดื่มมาตรฐาน ขึ้นไป	๔๔	๑.๔
๖	ไม่ทราบ	๒,๓๙๒	๗๗.๓
	รวมทั้งสิ้น	๓,๐๙๔	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๓ เมื่อสอบถามถึงการดื่มที่สามารถลดผลกระทบความเสี่ยงต่อร่างกายในระยะสั้น พบว่า ร้อยละ ๑๒.๘ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๑-๒ ดื่มมาตรฐาน รองลงมาคือ ร้อยละ ๕.๓ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๓-๔ ดื่มมาตรฐาน และร้อยละ ๒.๓ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๕-๖ ดื่มมาตรฐาน ในขณะที่ ร้อยละ ๐.๙ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๗-๙ ดื่มมาตรฐาน และร้อยละ ๑.๔ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๑๐ ดื่มมาตรฐาน ขึ้นไป ที่น่าพิจารณาคือ ร้อยละ ๗๗.๓ ระบุ ไม่ทราบ

ตารางที่ ๔.๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของหญิงมีครรภ์

ลำดับที่	ปริมาณการดื่มมาตรฐาน	จำนวน	ร้อยละ
๑	๑-๒ ดื่มมาตรฐาน	๒๙๐	๙.๖
๒	๓-๔ ดื่มมาตรฐาน	๖๗	๒.๒
๓	๕-๖ ดื่มมาตรฐาน	๗	๐.๒
๔	๗-๙ ดื่มมาตรฐาน	๑	๐.๐
๕	๑๐ ดื่มมาตรฐาน ขึ้นไป	๐	๐.๐
๖	ไม่ทราบ	๒,๖๔๙	๘๘.๐
	รวมทั้งสิ้น	๓,๐๑๔	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๔ เมื่อสอบถามความเห็นต่อปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของหญิงมีครรภ์ พบว่า ร้อยละ ๙.๖ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๑-๒ ดื่มมาตรฐาน รองลงมาคือ ร้อยละ ๒.๒ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๓-๔ ดื่มมาตรฐาน และร้อยละ ๐.๒ ระบุ ปริมาณการดื่ม ๕-๖ ดื่มมาตรฐาน และที่น่าพิจารณาคือ ร้อยละ ๘๘.๐ ระบุ ไม่ทราบ

ตารางที่ ๔.๕ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อผลกระทบทางสุขภาพที่เกิดขึ้นจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

ลำดับที่	ปัญหาสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
๑	โรคตับแข็ง	๒,๘๑๔	๘๘.๖
๒	โรคมะเร็งตับ	๑,๙๖๙	๖๒.๐
๓	โรคหัวใจ	๙๐๙	๒๘.๖
๔	โรคหลอดเลือดสมอง	๙๐๐	๒๘.๓
๕	มะเร็งปากและคอ	๓๔๗	๑๐.๙
๖	มะเร็งเต้านม	๒๐๒	๖.๔
๗	โรคอื่น ๆ ภาวะแพ้อาหาร ความดัน ไต ประสาทหลอน	๒๕	๐.๘

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๕ เมื่อสอบถามความเห็นต่อผลกระทบทางสุขภาพที่เกิดขึ้นจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในปัญหาสุขภาพโรคต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๘.๖ ระบุ โรคตับแข็ง รองลงมาคือ ร้อยละ ๖๒.๐ ระบุ โรคมะเร็งตับ ร้อยละ ๒๘.๖ ระบุ โรคหัวใจ และร้อยละ ๒๘.๓ ระบุ

โรคหลอดเลือดสมอง ในขณะที่ ร้อยละ ๑๐.๙ ระบุ มะเร็งปากและคอ และร้อยละ ๖.๔ ระบุ มะเร็งเต้านม มีเพียงร้อยละ ๐.๘ ระบุ โรคอื่น ๆ ภาวะอาหาร ความดัน ไต ประสาทหลอน

ตารางที่ ๔.๖ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา คุณ หรือ คนในครอบครัวเคย ตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง

ลำดับที่	ประสบการณ์การตกเป็นเหยื่อ	จำนวน	ร้อยละ
๑	เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง	๕๖๑	๑๗.๙
๒	ไม่มีใครเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง	๒,๕๗๔	๘๒.๑
	รวมทั้งสิ้น	๓,๑๓๕	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๖ เมื่อสอบถามถึงในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา คุณ หรือ คนในครอบครัว เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง พบว่า ร้อยละ ๑๗.๙ ระบุ เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง ในขณะที่ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๒.๑ ระบุ ไม่มีใครเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง

ตารางที่ ๔.๗ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง

ลำดับที่	เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง	จำนวน	ร้อยละ
๑	คนในครอบครัว หรือ เพื่อนเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง	๒๔๘	๕๒.๕
๒	ทั้งตัวผู้ตอบและเพื่อน ๆ คนในครอบครัว เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง	๒๒๔	๔๗.๕
	รวมทั้งสิ้น	๔๗๒	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๗ เมื่อถามถึงเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง พบว่า ร้อยละ ๕๒.๕ ระบุ คนในครอบครัว หรือ เพื่อนเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง ในขณะที่ ร้อยละ ๔๗.๕ ระบุ ทั้งตัวผู้ตอบ และเพื่อน ๆ คนในครอบครัว เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง

ตารางที่ ๔.๘ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อสถานที่ในการใช้ความรุนแรงจากการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับที่	สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
๑	ในปั๊บบาร์	๑,๐๘๓	๓๖.๐
๒	ด้านนอกของ ปั๊บบาร์	๗๓๔	๒๔.๔

ลำดับที่	สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
๓	ที่บ้านเพื่อน	๓๙๕	๑๓.๑
๔	ที่บ้านพักอาศัยของตนเอง	๓๘๑	๑๒.๗
๕	สวนสาธารณะ	๑๓๐	๔.๓
๖	บ้านของอาชญากร	๑๑๗	๓.๙
๗	อื่น ๆ เช่น ชุมชน ทางเท้าริมถนน ลานกีฬา วงเหล้า	๘๗	๒.๙
๘	ที่ทำงานของคุณ	๕๙	๒.๐
๙	ชายหาด	๒๕	๐.๗
	รวมทั้งสิ้น	๓,๐๑๑	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๘ เมื่อสอบถามความเห็นต่อสถานที่ในการใช้ความรุนแรงจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ ๓๖.๐ ระบุ ในผับ บาร์ รองลงมา คือ ร้อยละ ๒๔.๔ ระบุ ด้านนอกของผับ บาร์ ร้อยละ ๑๓.๑ ระบุ ที่บ้านเพื่อน และร้อยละ ๑๒.๗ ระบุ ที่บ้านพักอาศัยของตนเอง

นอกจากนี้ ยังพบว่า ร้อยละ ๔.๓ ระบุ สวนสาธารณะ ร้อยละ ๓.๙ ระบุ บ้านของอาชญากร ร้อยละ ๒.๙ ระบุ อื่น ๆ เช่น ชุมชน ทางเท้าริมถนน ลานกีฬา วงเหล้า ร้อยละ ๒.๐ ระบุ ที่ทำงานของคุณ มีเพียงร้อยละ ๐.๗ ระบุ ชายหาด

ตารางที่ ๔.๙ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นเหล่า เบียร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ กับ ความรุนแรงที่บ้านและภายในครอบครัว

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	มีความรุนแรง	๒,๖๐๒	๘๕.๑
๒	ไม่มีความรุนแรง	๔๕๔	๑๔.๙
	รวมทั้งสิ้น	๓,๐๕๖	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๙ เมื่อสอบถามถึงความเห็นเหล่า เบียร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ กับ ความรุนแรงที่บ้านและภายในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๕.๑ ระบุ มีความรุนแรง ในขณะที่ ร้อยละ ๑๔.๙ ระบุ ไม่มีความรุนแรง

ตารางที่ ๔.๑๐ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นมาตรการที่จะแก้ปัญหาความรุนแรงที่บ้าน และภายในครอบครัว

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ควรมีมาตรการเพิ่มเติมในการป้องกันการใช้ความรุนแรงในครอบครัว	๒,๔๒๕	๙๔.๐
๒	ไม่ควรีมาตรการเพิ่มเติมในการป้องกันการใช้ความรุนแรงในครอบครัว	๑๕๖	๖.๐
	รวมทั้งสิ้น	๒,๕๘๑	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๐ เมื่อถามถึงความเห็นมาตรการที่จะแก้ปัญหาความรุนแรงที่บ้านและภายในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๔.๐ ระบุ ควรมีมาตรการเพิ่มเติมในการป้องกันการใช้ความรุนแรงในครอบครัว ในขณะที่ ร้อยละ ๖.๐ ระบุ ไม่ควรมีมาตรการเพิ่มเติมในการป้องกันการใช้ความรุนแรงในครอบครัว

ตารางที่ ๔.๑๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์การพบเห็นเด็กเล็กตกอยู่ในอันตรายหรือเป็นเหยื่อจากการใช้ความรุนแรงจากการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์

ลำดับที่	ประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ
๑	เคยมีประสบการณ์	๒,๐๔๑	๖๕.๒
๒	ไม่เคยมีประสบการณ์	๑,๐๘๙	๓๔.๘
	รวมทั้งสิ้น	๓,๑๓๐	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๑ เมื่อสอบถามถึงประสบการณ์การพบเห็นเด็กเล็กตกอยู่ในอันตรายหรือเป็นเหยื่อจากการใช้ความรุนแรงจากการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ ๖๕.๒ ระบุ เคยมีประสบการณ์ ในขณะที่ ร้อยละ ๓๔.๘ ระบุ ไม่เคยมีประสบการณ์

ตารางที่ ๔.๑๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ เด็กและเยาวชนที่อายุต่ำกว่า ๒๐ ปีได้รับอันตรายหรือเสี่ยงต่ออันตรายจากคนตีแม่ เหล้า เบียร์ (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

ลำดับที่	ความเสี่ยงและอันตรายที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี	จำนวน	ร้อยละ
๑	การทารุณจิตใจด้วยคำพูด ดุด่า	๑๗๑๔	๕๖.๗
๒	ถูกปล่อยปละละเลย ถูกทอดทิ้ง	๑๓๐๓	๔๓.๑
๓	ถูกตบตี ทารุณกรรมทางกาย	๑๒๔๒	๔๑.๑

ลำดับที่	ความเสี่ยงและอันตรายที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี	จำนวน	ร้อยละ
๔	ปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดสูงมาก	๗๙๙	๒๖.๔
๕	อื่น ๆ เช่น เด็กและเยาวชนประสบอุบัติเหตุจากผู้มีเมามาจากการดื่มสุราและทะเลาะวิวาท	๔๙	๑.๖

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๒ เมื่อสอบถามถึงเด็กและเยาวชนที่อายุต่ำกว่า ๒๐ ปีได้รับอันตรายหรือเสี่ยงต่ออันตรายจากคนดื่มเหล้า เบียร์ พบว่า ร้อยละ ๕๖.๗ ระบุ การทารุณจิตใจด้วยคำพูด ดุด่า รongลงมา คือ ร้อยละ ๔๓.๑ ระบุ ถูกปล่อยปละละเลย ถูกทอดทิ้ง และร้อยละ ๔๑.๑ ระบุ ถูกตบตี ทารุณกรรมทางกาย ในขณะที่ ร้อยละ ๒๖.๔ ระบุ ปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดสูงมาก และร้อยละ ๑.๖ ระบุ อื่น ๆ เช่น เด็กและเยาวชนประสบอุบัติเหตุจากผู้มีเมามาจากการดื่มสุราและทะเลาะวิวาท

ตารางที่ ๔.๑๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ จะมีพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ ในช่วงระหว่าง ก่อน และ หลังดื่ม (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

ลำดับที่	พฤติกรรมไม่พึงประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
๑	สูบบุหรี่	๒๑๗๖	๖๙.๕
๒	รับประทานอาหารที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ	๑๑๑๕	๓๕.๖
๓	พฤติกรรมการใช้สารเสพติด	๑๐๑๙	๓๒.๕
๔	มีเพศสัมพันธ์ที่เสี่ยงต่อการเป็นโรคติดต่อ	๗๔๓	๒๓.๗
๕	สูบยาเส้น	๕๔๔	๑๗.๔
๖	ติดเกมส์	๒๐๖	๖.๖
๗	อื่นๆ (การพูดจาที่ก่อให้เกิดการทะเลาะวิวาท มีปัญหาทางครอบครัว และสังคม ขับรถเร็ว ประมาท)	๒๘	๐.๙

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๓ เมื่อถามถึงการดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ จะมีพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ ในช่วงระหว่าง ก่อน และ หลังดื่ม พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๙.๕ ระบุ สูบบุหรี่ รองลงมา คือ ร้อยละ ๓๕.๖ ระบุ รับประทานอาหารที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ และร้อยละ ๓๒.๕ ระบุ พฤติกรรมการใช้สารเสพติด ในขณะที่ ร้อยละ ๒๓.๗ ระบุ มีเพศสัมพันธ์ที่เสี่ยงต่อการเป็นโรคติดต่อ ร้อยละ ๑๗.๔ ระบุ สูบยาเส้น ร้อยละ ๖.๖ ระบุ ติดเกมส์ และมีเพียงร้อยละ ๐.๙ ระบุ อื่นๆ (การพูดจาที่ก่อให้เกิดการทะเลาะวิวาท มีปัญหาทางครอบครัวและสังคม ขับรถเร็ว ประมาท)

๕. มุมมองต่อนโยบายแอลกอฮอล์ที่หลากหลาย

ตารางที่ ๕.๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นและมุมมองต่อการห้ามผู้ประกอบการคุณสนับสนุน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าทำกิจกรรมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ควรห้าม	๓,๐๘๔	๕๗.๐
๒	ไม่ควรห้าม	๒,๓๐๗	๔๒.๗
๓	คนไม่ตอบ	๑๖	๐.๓
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๑ เมื่อสอบถามถึงความเห็นและมุมมองต่อการห้ามผู้ประกอบการคุณสนับสนุน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าทำกิจกรรมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ พบว่า ร้อยละ ๕๗.๐ ระบุ ควรห้าม ในขณะที่ร้อยละ ๔๒.๗ ระบุ ไม่ควรห้าม และร้อยละ ๐.๓ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นและมุมมองต่อการห้ามผู้ประกอบการคุณสนับสนุน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษา

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ควรห้าม	๓,๙๘๔	๗๓.๗
๒	ไม่ควรห้าม	๑,๔๐๙	๒๖.๑
๓	คนไม่ตอบ	๑๔	๐.๒
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๒ เมื่อสอบถามถึงระบุ ความเห็นและมุมมองต่อการห้ามผู้ประกอบการคุณสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๓.๗ ระบุ ควรห้าม ในขณะที่ร้อยละ ๒๖.๑ ระบุ ไม่ควรห้าม และร้อยละ ๐.๒ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์การพบเห็นโฆษณา เหล้า เบียร์และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อต่าง ๆ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	เคยเห็น	๓,๙๖๘	๗๓.๕
๒	ไม่เคยเห็น	๑,๔๒๒	๒๖.๓

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๓	คนไม่ตอบ	๑๗	๐.๒
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๑	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๓ เมื่อสอบถามประสบการณ์การพบเห็นโฆษณา เหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อต่าง ๆ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๓.๔ ระบุ เคยเห็น ในขณะที่ ร้อยละ ๒๖.๓ ระบุ ไม่เคยเห็น และร้อยละ ๐.๒ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์การพบเห็นโฆษณาบุหรี่ ในสื่อต่างๆ

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	เคยเห็น	๒,๓๔๗	๔๓.๔
๒	ไม่เคยเห็น	๓,๐๓๘	๕๖.๒
๓	คนไม่ตอบ	๒๒	๐.๔
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๔ เมื่อสอบถามประสบการณ์การพบเห็นโฆษณาบุหรี่ ในสื่อต่าง ๆ พบว่า ร้อยละ ๔๓.๔ ระบุ เคยเห็น ในขณะที่ ร้อยละ ๕๖.๒ ระบุ ไม่เคยเห็น และร้อยละ ๐.๔ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๕ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามโฆษณาเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเด็ดขาดในสื่อต่าง ๆ เช่นเดียวกันกับการห้ามบุหรี่โฆษณา

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ควรห้าม	๔,๒๒๕	๗๘.๒
๒	ไม่ควรห้าม	๑,๑๕๘	๒๑.๔
๓	คนไม่ตอบ	๒๔	๐.๔
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๕ เมื่อถามถึงความเห็นต่อการห้ามโฆษณาเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบเด็ดขาดในสื่อต่าง ๆ เช่นเดียวกันกับการห้ามบุหรี่โฆษณา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๘.๒ ระบุ ควรห้าม ในขณะที่ร้อยละ ๒๑.๔ ระบุ ไม่ควรห้าม และร้อยละ ๐.๔ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๖ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามการแสดงโลโก้ ตราสัญลักษณ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในระหว่างช่วงการแข่งขันกีฬา

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ควรห้าม	๓,๘๘๓	๗๑.๘
๒	ไม่ควรห้าม	๑,๕๐๒	๒๗.๘
๓	คนไม่ตอบ	๒๒	๐.๔
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๖ เมื่อถามถึงความเห็นต่อการห้ามการแสดงโลโก้ ตราสัญลักษณ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในระหว่างช่วงการแข่งขันกีฬา พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๑.๘ ระบุ ควรห้าม ในขณะที่ ร้อยละ ๒๗.๘ ระบุ ไม่ควรห้าม และร้อยละ ๐.๔ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๗ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามการแสดงโลโก้ ตราสัญลักษณ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในโรงเรียน มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาอื่นๆ

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ควรห้าม	๔,๗๙๒	๘๘.๖
๒	ไม่ควรห้าม	๕๙๕	๑๑.๐
๓	คนไม่ตอบ	๒๐	๐.๔
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๗ เมื่อถามถึงความเห็นต่อการห้ามการแสดงโลโก้ ตราสัญลักษณ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในโรงเรียน มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาอื่นๆ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือ ร้อยละ ๘๘.๖ ระบุ ควรห้าม ในขณะที่ ร้อยละ ๑๑.๐ ระบุ ไม่ควรห้าม และร้อยละ ๐.๔ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๘ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการสนับสนุนให้มีการขึ้นภาษีเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่าง ๆ

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	สนับสนุนขึ้นภาษี เหล้า เบียร์ ฯลฯ	๓,๕๙๔	๖๖.๕
๒	ไม่สนับสนุน	๑,๗๘๑	๓๒.๙
๓	คนไม่ตอบ	๓๒	๐.๖
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๘ เมื่อสอบถามถึงความเห็นต่อการสนับสนุนให้มีการขึ้นภาษีเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่าง ๆ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๖.๕ ระบุ สนับสนุนขึ้นภาษี เหล้า เบียร์ ฯลฯ ในขณะที่ร้อยละ ๓๒.๙ ระบุ ไม่สนับสนุน และร้อยละ ๐.๖ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๙ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อประเทศไทยควรมีกฎหมายลงโทษ ร้านเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้สถาบันการศึกษาในบริเวณ ๕๐๐ เมตร

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ควรมีกฎหมายลงโทษร้านเหล้า เบียร์ ฯลฯ ใกล้สถาบันการศึกษา	๕,๑๕๖	๙๕.๔
๒	ไม่ควรมีกฎหมายลงโทษร้านเหล้า เบียร์ ฯลฯ ใกล้สถาบันการศึกษา	๒๑๕	๔.๐
๓	คนไม่ตอบ	๓๖	๐.๖
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๙ เมื่อสอบถามถึงความเห็นต่อประเทศไทยควรมีกฎหมายลงโทษ ร้านเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้สถาบันการศึกษาในบริเวณ ๕๐๐ เมตร พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๙๕.๔ ระบุ ควรมีกฎหมายลงโทษร้านเหล้า เบียร์ ฯลฯ ใกล้สถาบันการศึกษา ในขณะที่ร้อยละ ๔.๐ ระบุ ไม่ควรมีกฎหมายลงโทษร้านเหล้า เบียร์ ฯลฯ ใกล้สถาบันการศึกษา และร้อยละ ๐.๖ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๑๐ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการให้มีใบอนุญาตชั่วคราวขายเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ

ลำดับที่	ไม่ควรมีกฎหมายลงโทษร้านเหล้า เบียร์ ฯลฯ ใกล้สถาบันการศึกษา เพราะ...	จำนวน	ร้อยละ
๑	สาเหตุไม่ได้เกิดจากร้านเหล้า	๕๗	๕๐.๙
๒	ไม่สามารถห้ามผู้ดื่มได้	๔๐	๓๕.๗
๓	เป็นเรื่องของการค้าขายไม่สามารถห้ามได้	๑๒	๑๐.๗
๔	สร้างความเดือดร้อนให้ร้านค้า	๓	๒.๗
	รวมทั้งสิ้น	๑๑๒	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๑๐ เมื่อสอบถามถึงความเห็นต่อการให้มีใบอนุญาตชั่วคราวขายเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ไม่ควรมีกฎหมายลงโทษร้านเหล้า เบียร์ ฯลฯ ใกล้สถาบันการศึกษา เพราะ... พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๕๐.๙ ระบุ สาเหตุไม่ได้เกิดจากร้านเหล้า รองลงมา คือ ร้อยละ ๓๕.๗

ระบุ ไม่สามารถห้ามผู้ดื่มได้ ร้อยละ ๑๐.๗ ระบุ เป็นเรื่องของการค้าขายไม่สามารถห้ามได้ และร้อยละ ๒.๗ ระบุ สร้างความเดือดร้อนให้ร้านค้า

ตารางที่ ๕.๑๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการให้มิใบอนุญาตชั่วคราวขายเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	เห็นด้วย	๓,๔๗๓	๖๔.๒
๒	ไม่เห็นด้วย	๑,๘๓๓	๓๓.๙
๓	คนไม่ตอบ	๑๐๑	๑.๙
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๑๑ เมื่อสอบถามถึงความเห็นต่อการให้มิใบอนุญาตชั่วคราวขายเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๔.๒ ระบุเห็นด้วย ในขณะที่ร้อยละ ๓๓.๙ ระบุ ไม่เห็นด้วย และร้อยละ ๑.๙ ไม่ตอบ

ตารางที่ ๕.๑๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการเพิ่มโทษ คนที่ขายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์อื่น ๆ นอกเวลาที่กฎหมายกำหนด

ลำดับที่	ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
๑	ควรมีกฎหมายเพิ่มโทษ	๔,๗๓๓	๘๗.๕
๒	ไม่ควรมี	๕๔๙	๑๐.๒
๓	คนไม่ตอบ	๑๒๕	๒.๓
	รวมทั้งสิ้น	๕,๔๐๗	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๕.๑๒ เมื่อถามถึงความเห็นต่อการเพิ่มโทษ คนที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อื่น ๆ นอกเวลาที่กฎหมายกำหนด พบว่า ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๘๗.๕ ระบุ ควรมีกฎหมายเพิ่มโทษ และร้อยละ ๑๐.๒ ระบุ ไม่ควรมี และร้อยละ ๒.๓ ไม่ตอบ

บทที่ ๕

สรุปผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

ตามที่ ดร. นพดล กรรณิกา พร้อมด้วยเครือข่ายวิชาการผู้เคยมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญและคุณวุฒิทางการศึกษาด้านระเบียบวิธีวิจัย (Survey Methodology) และการบริหารจัดการนโยบายสาธารณะ (Policy Management) ได้ดำเนินการจัดทำโครงการวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง “การทำโพลเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Poll) ต่อข้อกังวลของสาธารณชน (Public Concern) และพฤติกรรมการดื่ม การปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย” กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปใน ๑๕ จังหวัดของประเทศ จำนวนทั้งสิ้น ๕,๔๐๗ ตัวอย่าง โดยได้ดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ ถึงวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๖๑ ที่ผ่านมา ซึ่งการดำเนินดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อทำโพลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อข้อกังวลของสาธารณะ ทั้งในแง่ประเด็นผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการดื่ม และการปฏิบัติตามกฎหมายพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ เรื่องการห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่อยู่ในการค้ากักตุนและใช้ประโยชน์ของราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๘ เพื่อศึกษาผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อโฆษณา และรูปแบบส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์เชื่อมโยงที่ส่งผลต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเพื่อศึกษาประเด็นสำคัญอื่นๆ ที่ทางคณะทำงานของ ศวส. สนใจศึกษาเพิ่มเติมในแต่ละช่วงเวลาของปี พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า

ในมิติด้านข้อกังวลของสาธารณชนต่อผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า เหตุปัจจัยที่เป็นผลเชิงบวกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม การสังสรรค์ การเข้าสังคม และการดื่มเพื่อคลายเครียด โดยกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๓.๕ ระบุว่า ดื่มเพื่อเข้าสังคม ร้อยละ ๓๗.๔ ระบุว่า ดื่มเพื่อคลายเครียด และร้อยละ ๓๖.๕ ระบุว่าดื่มเพราะเพื่อนๆดื่ม ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงเหตุปัจจัยของการดื่มในลักษณะนี้ชี้ให้เห็นว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีมิติในเชิงบวกอยู่บ้าง หากแต่ควรเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม คือ ไม่มีการดื่มที่เกินมาตรฐานการดื่มตามที่กฎหมายกำหนด และไม่ควรขับขี่ยานพาหนะภายหลังจากการดื่มเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ การบาดเจ็บและเสียชีวิต ที่ค้นพบว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากการดื่มที่เกิดกฎหมายกำหนด หรือเมาแล้วขับ

ในขณะที่ ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเชิงลบ พบว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ส่งผลกระทบต่อผู้ดื่มในหลายประเด็น ที่สำคัญได้แก่ ๑) ผลกระทบด้านสุขภาพ พบว่า การดื่มสุราเป็นสาเหตุต่อปัญหาสุขภาพและโรคภัยไข้เจ็บของผู้ดื่ม โดยกลุ่มตัวอย่างนักดื่มส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๘.๖ ระบุว่า การดื่มสุราเป็นสาเหตุของโรคตับแข็ง รองลงมาคือ ร้อยละ ๖๒.๐ ระบุ การดื่มสุราเป็นสาเหตุของโรคมะเร็งตับ และร้อยละ ๒๘.๖ ระบุ การดื่มสุราเป็นสาเหตุของโรคหัวใจ เป็นต้น

๒) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ พบว่า การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของผู้ตีพิมพ์และรายได้ของผู้ตีพิมพ์ โดยผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๒.๗ ระบุว่า การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ทำให้เกิดความสามารถในการทำงานลดลง เมื่อประสิทธิภาพในการทำงานลด ซึ่งเป็นผลกระทบโดยตรงต่อความมั่นคงในอาชีพ หน้าที่การงาน และรายได้ นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างผู้ตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๑.๗ ระบุว่า ค่าใช้จ่ายไม่เพียงพอ ทำให้เป็นหนี้

๓) ผลกระทบด้านสังคม จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ได้ส่งผลกระทบต่อเชิงลบในหลากหลายมิติ โดยเมื่อจำแนกศึกษาในระดับครอบครัว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๗.๖ ระบุว่า การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุทำให้เกิดความรุนแรงต่อคนในครอบครัว ในขณะที่ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๗.๔ ระบุว่าการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุทำให้เกิดการทอดทิ้ง ปล่อยปละละเลย เด็กเล็ก เป็นต้น ในขณะที่ ผลการศึกษาในระดับที่เกี่ยวเนื่องกับมาตรการในการป้องกันปัญหาและความรุนแรงภายในครอบครัวที่เป็นผลกระทบจากการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๔.๐ ระบุว่า ควรมีมาตรการเพิ่มเติมในการป้องกันการใช้ความรุนแรงในครอบครัว เนื่องจากปัญหาความรุนแรงในครอบครัวจะส่งผลกระทบต่อเนื่องต่อพฤติกรรมการเสพติดความรุนแรงในเด็กและเยาวชน ซึ่งพฤติกรรมการใช้ความรุนแรงที่เกิดจากการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า เด็กและเยาวชนที่อายุต่ำกว่า ๒๐ ปีได้รับอันตรายหรือเสี่ยงต่ออันตรายจากคนตีพิมพ์เหล้า เบียร์ การทารุณจิตใจด้วยคำพูด ดุด่า การถูกปล่อยปละละเลย ถูกทอดทิ้ง และถูกตบตี ทารุณกรรมทางกาย ที่น่าพิจารณาคือ การเสพติดพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ดังกล่าวของเด็กและเยาวชน นับเป็นแรงผลักดันที่ทำให้เด็กและเยาวชนอาจก้าวพลาดและกระทำความผิดที่เกี่ยวเนื่องกับการเสพติดพฤติกรรมอื่นๆ เช่น การใช้สารเสพติดเหล้า บุหรี่ การใช้ความรุนแรงและอาชญากรรม

ในระดับชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๒.๕ ระบุว่า การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ทำให้เกิดเสียงดัง เตื่อรื้อนรำคาญ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๘.๙ ระบุว่า การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ทำให้เกิดความรุนแรงต่อคนอื่นในชุมชน

ในระดับสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๙.๖ ระบุว่า การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุทำให้เกิดการข่มขืน ล่วงละเมิดทางเพศ นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๗.๖ ระบุว่า การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุทำให้เกิดอาชญากรรม และที่น่าพิจารณาคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๔ ระบุว่า การตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุทำให้เกิด ความโหดร้ายทารุณกรรม เด็กเล็ก ซึ่งปัญหาและความรุนแรงดังกล่าวเป็นผลกระทบเชิงลบต่อสังคมในภาพรวม

๔) ผลกระทบด้านความมั่นคงของประเทศ ผลจากการศึกษาพบว่าประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ต่อความมั่นคงของประเทศ และที่น่าพิจารณาคือ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของกลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์และเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ใช้เงินในรูปแบบต่าง ๆ ให้เจ้าหน้าที่รัฐ

ระดับสูงเพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของพวกเขา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๗๓.๕ ระบุว่า กลุ่มบริษัท เหล่า เบียร์ ฯลฯ บริจาคเงินช่วยเหลือนักรบเมืองเพื่อหวังผลประโยชน์ ทางนโยบายที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของพวกเขา มากกว่า สุขภาพ ชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนทั่วไป และที่น่าเป็นห่วงคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หรือร้อยละ ๖๘.๔ ระบุว่า กลุ่มบริษัท เหล่า เบียร์ ฯลฯ กำลังพยายามเจาะตลาด เข้าถึง กลุ่มเด็ก เยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ดื่มเหล้า เบียร์ ฯลฯ

ทั้งนี้ ขอเสนอแนะให้ ศวส. นำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ นำเสนอสู่สาธารณะเพื่อสร้างกระแสสังคมต่อการขับเคลื่อนและผลักดันให้ฝ่ายนโยบายและรัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นในการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการเพื่อปกป้องเด็ก เยาวชน และประชาชน จากปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ครอบคลุมทุกมิติและเท่าทันต่อสถานการณ์ด้านเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน

ในมิติด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ เรื่อง การห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่อยู่ในการค้ากับดูแลและใช้ประโยชน์ของราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๘ พบว่า การปฏิบัติตามกฎหมายหรือมาตรการห้ามขายหรือห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่กฎหมายกำหนดนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๔.๒ ระบุว่า รัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐหรือ ไม่ได้ดำเนินการใดๆ ที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา ในขณะที่เมื่อพิจารณาถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ร้อยละ ๑๖.๖ บริษัทเหล้า/เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้ดำเนินการใดๆ ที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา และร้อยละ ๑๓.๙ สถาบันเชิง เช่น ผับ บาร์ ไม่ได้ดำเนินการใด ๆ ที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา ซึ่งผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐ เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายหรือมาตรการห้ามขายหรือห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้มีการปฏิบัติหรือบังคับใช้อย่างเข้มงวดและต่อเนื่อง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงเหตุปัจจัยของการปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติ พบว่า อาจมีสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเรียกรับผลประโยชน์หรือสิ่งต่างตอบแทนจากกลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ร้อยละ ๔๙.๘ ของตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ระบุว่า สาเหตุที่นักรบเมืองและพรรคการเมืองไม่ควรจะรับเงินบริจาค และผลประโยชน์จาก บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะเป็นการโกงกิน รับเงินใต้โต๊ะ/ทุจริต ในขณะที่ ร้อยละ ๒๑.๕ ระบุเป็นการสนับสนุนการขาย

ทั้งนี้ ขอเสนอแนะให้ ศวส. ควรขับเคลื่อนในประเด็นการเรียกรับผลประโยชน์จากกลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของนักรบเมืองและเจ้าหน้าที่รัฐ เนื่องจากพฤติการณ์ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อ การบังคับใช้กฎหมายและมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศและเพื่อปกป้องเด็ก และเยาวชนจากการเป็นเหยื่อของกลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในมิติด้านผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อโฆษณา และรูปแบบส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจุบัน กลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกยิ่งขึ้นและสามารถลดต้นทุนด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้มากขึ้น ทำให้กลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลกำไรเพิ่มขึ้นในทุกปี อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อโฆษณา และรูปแบบส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเมื่อทำการศึกษาถึงความคิดเห็นต่อช่องทางการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางใด พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๙.๖ ระบุ เข้าถึงผ่านช่องทางการโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ร้านสะดวกซื้อ รองลงมาคือร้อยละ ๖๙.๘ ระบุ เข้าถึงโดยผ่านช่องทางการโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ป้ายโฆษณาต่างๆ ริมนถนน ข้างทาง บนอาคารสูง และร้อยละ ๖๙.๗ ระบุว่า เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี เข้าถึงโฆษณาเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านช่องทางการโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และ

ที่น่าพิจารณาคือ พบว่า มีการพบเห็นเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่โลกออนไลน์ อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก ร้อยละ ๖๙.๙ และที่น่าเป็นห่วงคือ พบว่า ร้อยละ ๑๔.๖ ระบุ การพบเห็นเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๒๐ ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ผ่านช่องทางการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สถาบันกวดวิชา

ทั้งนี้ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า เด็กและเยาวชนถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของกลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มุ่งเน้นการทำการตลาดอย่างขาดจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม ต่อสุขภาพ ชีวิต และความปลอดภัยในชีวิตของเด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก และช่องทางโซเชียลต่างๆ ทั้งที่เป็นการแสดงประเภทและชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จุดจำหน่าย และการแสดงสัญลักษณ์สินค้า(แบรนด์) ย่อมส่งผลกระทบต่อรู้ อยากรองและอยากดื่มของเด็กและเยาวชน

ด้วยเหตุนี้ ขอเสนอแนะให้ ศวส. ควรสรรหาภาคีเครือข่ายด้านยุทธศาสตร์ที่มีองค์ความรู้ มีนวัตกรรม และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ มาร่วมกำหนดยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันฝ่ายนโยบายและรัฐบาล ในการออกกฎหมายควบคุมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ รวมถึงการควบคุม การแสดงผลิตภัณฑ์ที่จุดจำหน่าย เช่นเดียวกับการควบคุมบุหรี่ นอกจากนี้ ควรต้องมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ในเชิงสร้างกระแสสังคมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการดื่ม ปัญหาและผลกระทบจากการดื่ม การตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกันเด็กและเยาวชนจากการดื่ม และเรียกร้องให้มีการบังคับใช้กฎหมาย ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเจ้าหน้าที่รัฐเป็นไปอย่างเข้มงวดและต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้น

ในมิติด้านปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์เชื่อมโยงที่ส่งผลกระทบต่อเข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยได้มีพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑

และได้มีประกาศและบังคับใช้ หากแต่ปัจจุบัน สถานการณ์ด้านการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์นั้นวันจะรุนแรงเพิ่มขึ้น ในขณะที่ เด็กและเยาวชนที่เป็นนักตีหน้าใหม่มีอายุน้อยลง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เชื่อมโยงกับการเข้าถึงตีแอลกอฮอล์แล้วพบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องค่อนข้างมาก โดยในระดับของกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๕.๔ ระบุว่าควรมีกฎหมายลงโทษร้านเหล้า เบียร์ และเครื่องตีแอลกอฮอล์ใกล้สถาบันการศึกษาในบริเวณ ๕๐๐ เมตร ซึ่งผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การที่มีร้านเหล้ารอบสถานศึกษานั้นเป็นปัจจัยแวดล้อมหลักที่ทำให้เด็กและเยาวชน เข้าถึงเครื่องตีที่มีแอลกอฮอล์ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ร้านเหล้ารอบสถานศึกษายังมีการจำหน่ายนอกเวลาที่กฎหมายกำหนด ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวมีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๗.๕ ที่ระบุว่าควรมีกฎหมายเพิ่มโทษคนที่ขายเครื่องตีแอลกอฮอล์อื่น ๆ นอกเวลาที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ ยังค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ ๖๔.๒ ระบุว่า เห็นควรให้มีใบอนุญาตชั่วคราวขายเหล้า เบียร์ และเครื่องตีแอลกอฮอล์ต่างๆ ทั้งนี้ ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่า การที่รัฐบาลอนุญาตให้มีร้านเหล้ารอบสถานศึกษา ปล่อยให้มีการขายเครื่องตีแอลกอฮอล์นอกเวลาที่กฎหมายกำหนด และมีการออกใบอนุญาตชั่วคราวขายเหล้า เบียร์ และเครื่องตีแอลกอฮอล์ต่างๆ นั้นถือเป็นปัจจัยแวดล้อมหลักที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เด็กและเยาวชนเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์

ด้วยเหตุนี้ ขอเสนอแนะให้ ศวส. ควรสนับสนุนให้มีการทำวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ปัญหาและผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงการเสนอให้มีการแก้ไขกฎหมายและมาตรการต่างๆในการควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ให้เท่าทันต่อสถานการณ์ด้านเครื่องตีแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน นอกจากนี้ ศวส. ควรกำหนดประเด็นสำคัญเร่งด่วนเพื่อสร้างการรับรู้ต่อสังคมให้เท่าทันกลยุทธ์การตลาดของบริษัทเหล้า เบียร์และเครื่องตีแอลกอฮอล์ต่างๆ

ภาคผนวก

ลำดับที่	ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการตีพิมพ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ	ใช่	ไม่ใช่
11	ปัญหาสุขภาพ		
12	ความสามารถในการทำงานลดลง		
13	เสียงดัง เตือนรื้อถอนราคา		

5. คุณคิดว่า ในอีก 5 ปีข้างหน้า ปัญหาต่างๆ ที่เกิดจาก เหล้า และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ในประเทศไทยจะ ลดลง เหมือนเดิม หรือ เลวร้ายแย่งลงไปอีก

เลวร้ายแย่งลงไปอีก เหมือนเดิม ลดลงบ้าง ลดลงอย่างมาก ไม่ทราบ

6. คุณคิดหรือไม่ว่า ประเทศไทย จำเป็นต้องมี แนวทาง มาตรการต่างๆ เพิ่มเติมในการควบคุม เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อ ลดอันตรายต่างๆ เช่น โรคร้าย อุบัติเหตุ ความรุนแรง ความตาย

ใช่ จำเป็นต้องมี แนวทางมาตรการควบคุมต่างๆ เพิ่มเติม ไม่จำเป็น ไม่แน่ใจ

7. คุณคิดว่า เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะทำให้ความสามารถการทำงานเพิ่มขึ้น ใช่หรือไม่

ใช่ ไม่ใช่

8. คุณคิดว่า เหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วยทำให้สุขภาพดีขึ้น ใช่ ไม่ใช่

9. คุณคิดว่า ใครที่ยังทำอะไรไม่มากเพียงพอ ในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดื่มเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบผิดๆ มากเกินไป จนเป็นอันตรายต่อคนดื่มเองและผู้อื่นทั่วไป

รัฐบาล ยังไม่ได้ทำอะไรที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา

บริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยังไม่ได้ทำอะไรที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา

สถาบันทาง เช่น ผับ บาร์ ยังไม่ได้ทำอะไรที่มากเพียงพอต่อการแก้ปัญหา

อื่นๆ ระบุ.....

10. คุณเชื่อว่า บริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ กำลังทำอะไรต่อไปบ้าง

ลำดับที่	สิ่งที่ บริษัท เหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กำลังทำอยู่	ใช่	ไม่ใช่
1	เจาะตลาด เข้าถึง กลุ่มเด็ก เยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี ดื่มเหล้า เบียร์ ฯลฯ		
2	กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ มีอิทธิพลมากต่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาล		
3	กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ บริจาคเงินช่วยเหลือพนักงานเมือง พรรคการเมือง เพื่อหวังผลประโยชน์ทางนโยบายที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของพวกเขา		
4	กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ ใช้เงินในรูปแบบต่างๆ ให้เจ้าหน้าที่รัฐระดับสูง เพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของพวกเขา		
5	กลุ่มบริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อสร้างการเป็นที่ยอมรับจากประชาชน กลุ่มต่างๆ		
6	อื่นๆ ระบุ.....		

11. คุณเห็นด้วยหรือไม่ว่า บริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นอีก เพื่อลดอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่างๆ

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ค่อนข้างเห็นด้วย ไม่ค่อยเห็นด้วย
 ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยเลย

12. คุณเห็นด้วยหรือไม่ว่า บริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรรับผิดชอบเพิ่มขึ้นอีกต่อเหยื่อมาแล้วซ้ำ

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ค่อนข้างเห็นด้วย ไม่ค่อยเห็นด้วย
 ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยเลย

13. คุณคิดว่า นักการเมือง และ พรรคการเมือง ควรจะรับเงินบริจาค และผลประโยชน์อื่นใดจาก บริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือไม่

- ควรรับ เพราะ.....
 ไม่ควรรับ เพราะ.....

14. คุณคิดว่า เจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการระดับสูง ควรรับหรือไม่ควรรับค่าตอบแทน เงิน ผลประโยชน์ต่างๆ จาก บริษัท เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ

- ควรรับ เพราะ.....
 ไม่ควรรับ เพราะ.....

15. คุณเชื่อข้อความต่อไปนี้หรือไม่

ลำดับที่	ข้อความ	เชื่อ	ไม่เชื่อ
1	สุรา เบียร์ ทำให้เป็นเหตุทะเลาะวิวาทและอาชญากรรมได้		
2	สุรา เบียร์ ทำให้เป็นเหตุให้พิการ และ ตายได้		
3	สุรา เป็น เหตุก่อ มะเร็ง ได้		
4	สุรา เป็น เหตุ ให้สมองเสื่อมได้		
5	สุรา เป็นเหตุ ให้พิการ ได้		
6	อื่นๆ ระบุ.....		

16. คุณคิดว่า บริษัท เหล้า เบียร์ ฯลฯ มุ่งโฆษณา ให้ เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี เพื่อโฆษณาเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ คิดว่าใช่ ไม่คิดว่าใช่

17. คุณ พบว่า เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี ได้เข้าถึงโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่างๆ ผ่านช่องทางใดบ้างต่อไปนี้

ลำดับที่	ช่องทางต่างๆ ในการโฆษณา เหล้า เบียร์ ฯลฯ ของบริษัทธุรกิจน้ำเมา	เคยพบ	ไม่เคยพบ
1	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต		
2	ป้ายโฆษณาต่างๆ ริมถนน ข้างทาง บนอาคารสูง		

ลำดับที่	ช่องทางต่างๆ ในการโฆษณา เหล้า เบียร์ ฯลฯ ของบริษัทธุรกิจน้ำเมา	เคยพบ	ไม่เคยพบ
3	ร้านสะดวกซื้อ		
4	ปั้มน้ำมัน		
5	โทรทัศน์ วิทยุ		
6	โรงภาพยนตร์		
7	สิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูน		
8	ร้านอาหาร		
9	ผับ บาร์ สถานบันเทิง		
10	ลานกีฬา		
11	กิจกรรมต่างๆ เช่น คอนเสิร์ต การแข่งขันกีฬา ฯลฯ		
12	โลก ออนไลน์ อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ค		
13	สถาบันกวดวิชา		
14	สถานีขนส่ง สาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า รถไฟ รถประจำทาง รถตู้ เป็นต้น		
15	อื่นๆ ระบุ.....		

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. ตลอดช่วงชีวิตที่ผ่านมา คุณเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่

ไม่เคยดื่มเลยในชีวิตนี้ (ข้ามไปตอนที่ 4) เคยดื่ม ภายใน 12 เดือนที่ผ่านมา

เคยดื่ม แต่ไม่ดื่มใน 12 เดือนที่ผ่านมา (ข้ามไปข้อ 2)

1.1 ดื่มใน 12 เดือนที่ผ่านมา โดย (ถามเฉพาะคนที่ตอบเคยดื่ม ภายใน 12 เดือนที่ผ่านมา ในข้อ 1.1)

ดื่ม 1-3 วัน/ปี ดื่ม 4-7 วัน/ปี ดื่ม 8-11 วัน/ปี ดื่ม 1-3 วัน/เดือน

ดื่ม 1-2 วัน/สัปดาห์ ดื่ม 3-4 วัน/สัปดาห์ ดื่ม 5-6 วัน/สัปดาห์ ดื่ม 7 วัน/สัปดาห์

2. คุณเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก เมื่อคุณมีอายุเท่าใดปี

3. ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา คุณดื่มแอลกอฮอล์จำนวนกี่วัน วัน (ไม่เกิน 30 วัน)

4. ในช่วง 30 วัน เวลาที่คุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทั่วไปแล้วคุณดื่มกี่ดื่มมาตรฐานต่อวัน (**ดู Show Card 4**)

ดื่ม.....ดื่มมาตรฐาน ไม่รู้

5. ชนิดต่างๆ ของการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คุณดื่ม บ่อยมากที่สุด (ตอบได้เพียงข้อเดียว)

เบียร์ เช่น สิ่งทิลท์ limburge Rosee, Max Kriek, Two tales Bohemian Lager, Miklllller

Womens **แบบปกป้อง ขวดเล็ก**

ดื่มเป็นเหยือก ของ เบียร์ เช่น สิ่งทิลท์ limburge Rosee, Max Kriek, Two tales Bohemian

Lager, Miklllller Womens **แบบเหยือก**

เบียร์ เช่น สิงห์ ไฮเนเกน ลีโอ ไทเกอร์ ช้างเอ็กซ์พอร์ต ช้างตราฟท์ ช้างไลท์ เฟดเดอร์บรอย
โฮกาเด็น สิงห์,ลาเกอร์ อาชา กระจก **ขวดเล็ก**

ต้มเป็นเหยือก ของ เบียร์ เช่น สิงห์ ไฮเนเกน ลีโอ ไทเกอร์ ช้างเอ็กซ์พอร์ต ช้างตราฟท์ ช้างไลท์
เฟดเดอร์บรอย โฮกาเด็น สิงห์,ลาเกอร์ อาชา**แบบเหยือก**

เบียร์ เช่น ช้างคลาสสิก เขียร์เอกซ์ตรา Paulaner Carlsberg **แบบ กระจก ขวดเล็ก**

ต้มเป็นเหยือกของ เบียร์ เช่น ช้างคลาสสิก เขียร์เอกซ์ตรา Paulaner Carlsberg **แบบกระจก ขวดเล็ก**

เหล้า สี เหล้าขาว เช่น มังกรทอง หงส์ทอง เบลนด์ 285 แม็โขง แสงโสม คราวน99 รวงข้าว ไม้ทอง
นิยม ไทย เสือขาว หมิวา มังกรทำเงิน ไชยา แม้วังวารี มาสเตอร์เบรนต์

ไวน์ ขวด ไวน์คูลเลอร์ ขวด น้ำขาว อุ กระจก เป็นขวด สาโท สุราแช่ เป็นขวด

อื่นๆ ระบุ.....

6.ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณเคยดื่มจนรู้สึกมึนเมา บ่อยครั้งเพียงใด

น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละครั้ง อย่างน้อยเดือนละครั้ง

น้อยกว่าเดือนละครั้ง ไม่เคยเลย (ข้ามไปตอนที่ 3)

7.คุณจะรู้ว่า คุณดื่มจนถึงขั้นเมา เมื่อใด (ตอบได้เพียงข้อเดียว)

เริ่มพูดไม่ชัด เสียการทรงตัว เริ่มที่จะผ่นคลาย เมื่ออ้วก เมื่อหมดสติ ไม่รู้ตัว

มีปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดเกินกฎหมายกำหนดให้ขับรถ อื่นๆ ระบุ.....

8.คุณเคยตัดสินใจซื้อ เหล้า เบียร์ หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ เพราะเหตุผล ด้านการส่งเสริมการขาย
อะไรมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

เลือกซื้อ เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตัวไหนก็ได้ที่มีการลดราคา

ซื้อเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากกว่าที่ตั้งใจไว้ เพราะมีการลดราคา

ซื้อ เพราะมีของแถม

ซื้อ เพราะพนักงาน ส่งเสริมการขาย เช่น สาวเชียร์ ฯลฯ

อื่นๆ ระบุ.....

9.คุณรู้สึกอย่างไร เมื่อดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อื่นๆ ในจำนวนและปริมาณที่คุณดื่มตอนนี้

รู้สึกสบายๆ กับการดื่มเหมือนกับที่เคยดื่มที่ผ่านๆ มา บางครั้งรู้สึกว่ามีดื่มมากเกินไป

รู้สึกกังวล รู้สึกไม่ติดต่อการดื่มที่ผ่านๆ มา

10. คุณ ได้เปลี่ยนแปลง นิสัยของการดื่มของคุณในลักษณะใด

ลด ละ เลิก โดยมีเหตุผล คือ

ต้องการดูแลสุขภาพ สุขภาพ ควบคุมน้ำหนัก เศรษฐกิจไม่ดี มีเงินไม่พอ

มีการกระตุ้น ชักชวน รณรงค์ ลด ละ เลิก เพื่อ สุข มากขึ้น มีการใช้กฎ กติกา ของชุมชน เพิ่มขึ้น

สภาพแวดล้อมทางสังคม เปลี่ยนไปจากที่เคยมีผลทำให้ต้องดื่ม

การดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อชีวิต

เพื่อนๆ คนในครอบครัว หรือ นายจ้าง กดดันให้ ลด ละ เลิก การดื่ม

อื่นๆ ระบุ.....

ดื่มเพิ่มขึ้น โดยมีเหตุผลที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คือ

เข้าสังคม ออกเที่ยว ผับ บาร์ มากขึ้น ต้องการดื่มเพื่อสุขมากขึ้น

ดื่มเพราะรู้สึกซึมเศร้า รู้สึกแย่ๆ รู้สึกเครียด เพื่อนๆ ดื่มมาก

คนในครอบครัว ดื่มมาก มีเงินมากขึ้น ก็ดื่มมากขึ้น

การใช้ กฎ กติกา ชุมชน ลดลง อื่นๆ ระบุ.....

ไม่เปลี่ยนแปลง ดื่มเหมือนเดิม

ตอนที่ 3 ความตระหนักและประสบการณ์เกี่ยวกับอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.คุณตระหนักหรือไม่ถึงข้อแนะนำต่างๆ ในการลดการดื่มเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ

ใช่ ตระหนักถึงข้อแนะนำต่างๆ ใช่ ตระหนักถึงแต่ยังไม่คุ้นเคยกับเนื้อหาสาระ

ไม่ได้ตระหนักถึงข้อแนะนำต่างๆ เหล่านั้น

2.คุณตระหนักว่า จำนวนดื่มที่มากที่สุดที่คนคนหนึ่งจะสามารถลดผลกระทบต่อร่างกายระยะยาว

ให้เหลือน้อยที่สุด คือ ดื่มได้กี่ดื่มมาตรฐานใน 1 วัน ดื่มได้.....ดื่มมาตรฐาน ไม่ทราบ

3.คุณตระหนักว่า จำนวนดื่มที่มากที่สุดที่คนคนหนึ่งจะสามารถลดผลกระทบต่อร่างกายระยะสั้นให้

เหลือน้อยที่สุด คือ ได้กี่ดื่มมาตรฐานในช่วงของการดื่มหนึ่งช่วง คือดื่มได้.....ดื่มมาตรฐาน ไม่ทราบ

4.คุณตระหนักว่า หลีกเลี่ยงเครื่องดื่มจะดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ได้กี่ดื่มมาตรฐาน เพื่อ

หลีกเลี่ยงอันตรายต่อเด็กในครรภ์ คือ ดื่มได้.....ดื่มมาตรฐาน ไม่ทราบ

5.คุณตระหนักว่า การดื่มเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หนักในทางที่ผิด เชื่อมโยงกับปัญหาสุขภาพ

ต่างๆ ไตบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

โรคตับแข็ง มะเร็งตับ โรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง

มะเร็งปากและคอ มะเร็งเต้านม อื่นๆ ระบุ.....

6.ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณ หรือ คนในครอบครัวเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงที่เกิดขึ้นเพราะ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือไม่

เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง

คนในครอบครัว หรือ เพื่อนเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง

ทั้งตัวผู้ตอบ และ เพื่อนๆ คนในครอบครัว เคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง

ไม่มีใครเคยตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง

7. คุณคิดว่า ความรุนแรงจาก เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ เกิดขึ้นที่ใดมากที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- ที่บ้านพักอาศัยของตนเอง ด้านนอกของ ผับ บาร์ สวนสาธารณะ ชายหาด
 ในผับ บาร์ ที่บ้านเพื่อน บ้านของอาชญากร ที่ทำงานของคุณ
 อื่นๆ ระบุ.....

8. คุณคิดว่า มีความเกี่ยวข้องกันหรือไม่ระหว่าง เหล้า เบียร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ กับ ความรุนแรงที่บ้านและภายในครอบครัว

-  คิดว่า มี ไม่คิดว่า มี
ถ้าคิดว่า มี คุณคิดว่า รัฐบาลควรมีมาตรการอะไรเพิ่มเติมหรือไม่ที่จะแก้ปัญหาความรุนแรงที่บ้านและภายในครอบครัว
 ควร ไม่ควร

9. คุณเคยพบว่า มีเด็กเล็ก ได้รับอันตรายหรือตกอยู่ในความเสี่ยงของอันตรายคนในครอบครัวที่ดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ

- มี ไม่มี

10. คุณได้พบ เด็กและเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปีได้รับอันตรายหรือเสี่ยงต่ออันตรายจากคนดื่มเหล้า เบียร์ ฯลฯ รูปแบบใดต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การทารุณจิตใจด้วยคำพูด ดุด่า ถูกปล่อยปละละเลย ถูกทอดทิ้ง
 เด็กและเยาวชนอยู่ในรถที่มีคนขับที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดสูงมาก
 ถูก ตบ ตี ทารุณกรรมทางกาย อื่นๆ ระบุ.....

11. คุณคิดว่า คนดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ จะมีพฤติกรรมไม่พึงประสงค์อะไรบ้าง ในช่วงระหว่าง ก่อน และ หลังดื่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ทานอาหารที่ไม่ เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ สูบบุหรี่ สูบยาเส้น
 มีแนวทางเพศสัมพันธ์ที่เสี่ยงต่อโรค ดัดเกมส์ ใช้สารเสพติด
 อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 4 มุมมองต่อนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่หลากหลาย

1. คุณคิดว่า ควรห้าม ผู้ประกอบการคุณ (สปอนเซอร์) สนับสนุน เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เข้าทำกิจกรรมการแข่งขันกีฬาต่างๆ หรือไม่

- ควรห้าม ไม่ควรห้าม

2. คุณคิดว่า ควรห้าม ผู้ประกอบการคุณ (สปอนเซอร์) สนับสนุน เหล้า เบียร์ ฯลฯ เข้าทำกิจกรรมในสถาบันการศึกษา หรือไม่

- ควรห้าม ไม่ควรห้าม

3. ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณเคยเห็นการโฆษณา เหล้า เบียร์ ฯลฯ ในสื่อต่างๆ หรือไม่
 เคยเห็น ไม่เคยเห็น
4. คุณเคยเห็นโฆษณา บุหรี่ ในสื่อต่างๆ หรือไม่ เคยเห็น ไม่เคยเห็น
5. คุณคิดว่า ควรห้ามโฆษณา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อื่นๆ แบบเด็ดขาด ในสื่อต่างๆ เหมือน
 การห้ามโฆษณาบุหรี่ หรือไม่ ควรห้ามโฆษณา ไม่ควรห้าม
6. คุณคิดว่า ควรห้ามการแสดงโลโก้ ตราสัญลักษณ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ ในระหว่างช่วงการแข่งขันหรือไม่
 ควรห้าม ไม่ควร
7. คุณคิดว่า ควรห้ามการแสดงโลโก้ ตราสัญลักษณ์ เหล้า เบียร์ ฯลฯ ในโรงเรียน มหาวิทยาลัยและ
 สถาบันการศึกษาอื่นๆ หรือไม่ ควรห้าม ไม่ควรห้าม
8. คุณสนับสนุนให้มีการขึ้นภาษีเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ เพื่อคนจะไม่ดื่มอีก หรือไม่
 สนับสนุนขึ้นภาษี เหล้า เบียร์ ฯลฯ ไม่สนับสนุน
9. คุณคิดว่า ประเทศไทยควรมีกฎหมายลงโทษ ร้านเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใกล้
 สถาบันการศึกษาในบริเวณ 500 เมตร หรือไม่
 ควรมีกฎหมายลงโทษร้านเหล้า เบียร์ ฯลฯ ใกล้สถาบันการศึกษา
 ไม่ควรมี เพราะ.....
10. คุณเห็นด้วยหรือไม่ที่มีการปล่อยให้มิใบอนุญาตชั่วคราวขายเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ
 (เช่น เปิดลานเบียร์ ร้านเหล้า จุดจำหน่ายเหล้า) เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย
11. คุณคิดว่า ควรเพิ่มโทษ คนที่ขายเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ นอกเวลาที่กฎหมายกำหนด
 หรือไม่ ควรมีกฎหมายเพิ่มโทษ ไม่ควรมี

ตอนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศตั้งแต่เกิด ชาย หญิง อื่นๆ ระบุ.....
2. เพศสภาพ (รสนิยมทางเพศ)
 ชาย หญิง ชายรักชาย หญิงรักหญิง อื่นๆ ระบุ.....
3. ศาสนา ได้แก่ พุทธ อิสลาม คริสต์ อื่นๆ ระบุ.....
4. อายุ ปี
5. คุณคิดว่า คุณอยู่ในกลุ่มไหน
 กลุ่มที่เกิดช่วง สงครามโลกครั้งที่ 2 – ยุคสิ้นสุดสงครามโลก (ปี พ.ศ. 2468 – 2507)
 กลุ่ม เจน X โลกเริ่มมั่นคง ดูทีวีจอขาวดำ (ปี พ.ศ. 2508 – 2522)
 กลุ่ม เจน Y โลกยุคเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต เริ่มใช้กว้างขวาง (ปี พ.ศ. 2523 – 2540)
 กลุ่ม Gen Z โลกยุคอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสื่อสาร ขยายตัวมาก เข้าถึง เชื่อมแชร์ ข้อมูลข่าวสารทั่วโลกได้ง่าย (ปีพ.ศ.2541 ขึ้นไป)

6. สถานภาพสมรส 1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่
7. อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก
1. นายจ้าง/ผู้บริหาร 2. ทำธุรกิจของตนเอง 3. ลูกจ้างเอกชน
4. ลูกจ้างของรัฐ/ข้าราชการ 5. ทำงานช่วยธุรกิจที่บ้านโดยไม่มีค่าจ้าง
6. ทำงานช่วยธุรกิจที่บ้านโดยมีค่าจ้าง 7. รับจ้างทั่วไป
8. เกษตรกร 9. แม่บ้าน/พ่อบ้าน 10. นักเรียน/นักศึกษา
11. เกษียณ 12. ไม่ได้ทำงาน/ว่างงาน 13. อื่นๆ
8. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน บาท
9. ปัจจุบันอาศัยในเขต/อำเภอ จังหวัด
10. คุณพักอาศัยอยู่ในเขต
1. ในเขตเทศบาล 2. นอกเขตเทศบาล 3. กรุงเทพมหานคร
11. คุณมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ บริษัท หรือ คนผลิต คนขาย เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆหรือไม่
- มี เป็น..... ไม่มี

ขอขอบคุณสำหรับความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

กิจกรรมที่ ๒

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ(Key Informants) ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การบริโภคฯ ผลกระทบจากการบริโภคฯ การโฆษณาและการตลาดต่างๆ การกำหนดและการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ เป็นต้น เพื่อสร้างแบบสอบถามและทดสอบแบบสอบถาม

	สรุปบทสัมภาษณ์
<p>นพ. สมาน พุตระกูล ผอ. สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ สำนักงานคณะกรรมการฯ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข วันที่ ๒๒ มีนาคม ๖๐ ระหว่างเวลา ๑๔.๐๐ - ๑๕.๓๐ น.</p>	<p>นพ. สมาน พุตระกูล ได้ระบุว่า รูปแบบ/แนวคิดในการดำเนินงานของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เน้นการดำเนินงานตามกรอบแผนยุทธศาสตร์ ๕ ปี การดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีมาตรการต่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การควบคุมปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านมาตรการราคาและภาษี การควบคุมการโฆษณา และจำกัดสิทธิในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2. การป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ ผ่านการให้ความรู้ การตัดแปลงบริบท การรณรงค์สาธารณะต่างๆ 3. การลดความเสี่ยง/ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านมาตรการระดับชุมชน มาตรการทางกฎหมาย การรับแจ้งเหตุ การปรับทัศนคติของสังคมต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4. การบำบัด ผ่านการคัดกรองและบริการสาธารณสุข การรณรงค์สาธารณะให้ทราบถึงช่องทางในการเข้าถึงบริการต่างๆ การผลักดันมาตรการระดับชุมชน <p>โดยคุณหมอได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกรอบแผนและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ว่าในการศึกษาวิจัยควรนำกรอบยุทธศาสตร์ชาติในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเป็นกรอบใหญ่ในการพิจารณาเพื่อออกแบบสอบถามและการสำรวจวิจัย และควรเน้นถึงประโยชน์ที่จะได้รับในภาพใหญ่ คือ การนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนากฎหมายและบังคับใช้กฎหมายเพื่อให้บรรลุเจตนารมณ์กฎหมาย โดยเฉพาะป้องกันเยาวชนเข้าสู่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือการเป็นนักดื่ม</p>

	สรุปบทสัมภาษณ์
	<p>หน้าใหม่ รวมไปถึงการพัฒนากลไกการออกอนุบัญญัติต่างๆ การบังคับใช้กฎหมาย และการจัดกิจกรรมต่างๆ หากจะสำรวจในส่วนนี้อาจต้องพัฒนาความเฉพาะในการออกแบบสอบถามหรือเครื่องมือให้ชัดเจนว่าจะสำรวจหรือวิจัยอะไรบ้าง เพราะสิ่งที่อยากรู้หรือโจทย์ของการวิจัยนั้นประกอบไปด้วย ๓ ส่วน คือ การรับรู้ เข้าใจ หรือตระหนัก ของกลุ่มเป้าหมาย การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยทางคณะผู้วิจัยควรออกแบบเครื่องมือให้ครอบคลุมทุกมิติ และควรมีการพัฒนาเครื่องมือ เพื่อให้สามารถเข้าใจ เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยอย่างแท้จริง</p> <p>อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการออกแบบและพัฒนาเครื่องมือในการศึกษาวิจัย ถือเป็นประโยชน์มาก และขอให้เพิ่มเติมในประเด็นสำคัญเชิงนโยบายที่ว่า รัฐบาล หน่วยงานภาครัฐ และภาคีเครือข่ายจะสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลอย่างไรในการขับเคลื่อนหรือผลักดันเชิงนโยบายหรือการบังคับใช้กฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง</p> <p>ที่สำคัญคือ ในการสุ่มสำรวจพฤติกรรมการดื่ม ขอเสนอแนะให้มีการสำรวจในพื้นที่ที่มีความชุกของการดื่มสูง เปรียบเทียบกับพื้นที่ที่มีความชุกต่ำ เพื่อศึกษาความแตกต่าง ทิศทางและแนวโน้มของพฤติกรรมการดื่ม รวมถึงการดื่มในช่วงเทศกาลต่างๆ ด้วย ทั้งนี้ เชื่อว่า การศึกษาวิจัยแบบสำรวจพฤติกรรมการดื่มแบบนี้ หากมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องก็จะช่วยทำให้เห็นภาพรวมของงานวิชาการ และการดำเนินการของฝ่ายนโยบาย และภาคีเครือข่ายภาคประชาสังคมในระยะยาวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ว่าเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องแล้วหรือไม่ ยังมีช่องว่างอะไรอีกหรือไม่เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากเป็นไปได้ ขอเสนอแนะให้คณะวิจัย ร่วมกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ช่วยศึกษาวิจัยในระดับพื้นที่เพิ่มมากขึ้น มากกว่า ๑๕ จังหวัด หรืออาจเป็นศึกษาทั้ง ๗๗ จังหวัดก็จะมีประโยชน์อย่างยิ่ง ทั้งนี้ จะได้ทราบถึงประสิทธิภาพประสิทธิผล และกลไกการขับเคลื่อนคณะกรรมการฯ ระดับจังหวัด ว่ายังมีช่องว่างตรงไหนบ้าง ฝ่ายนโยบายควรเร่งดำเนินการในด้านใด รวมถึงภาคีเครือข่ายภาคประชาสังคมควรเร่งดำเนินการเชิงรุกอย่างไรบ้าง เป็นต้น</p>



สัมภาษณ์ นพ.สมาน พุตระกูล
ผอ.สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์
วันที่ ๒๒ มีนาคม ๖๐ ระหว่างเวลา ๑๔.๐๐ - ๑๕.๓๐ น.

กิจกรรมที่ ๓

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามและการกำกับตรวจสอบควบคุมคุณภาพของข้อมูล

๓.๑ ประชุมวางแผนการดำเนินงาน



๓.๒ พนักงานเก็บข้อมูลภาคสนามลงพื้นที่ปฏิบัติงาน





กิจกรรมที่ ๔

ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล และออกรายงานการสำรวจปัญหาสุรา พฤติกรรม ทักษะคติ มาตรการของรัฐ ฯลฯ จำนวนรวม ๑๒ ครั้งตลอดทั้งปี จุดประกาย กระตุ้น สาน เสริม ของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา(ศวส.) และภาคประชาสังคม

๔.๑ ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล



๔.๒ รายงานการสำรวจปัญหาสุรา พฤติกรรม ทักษะคติ มาตรการของรัฐ

ในการนี้ บริษัท ซูเปอร์โพล จำกัด พร้อมด้วยเครือข่ายวิชาการผู้เคยมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญและคุณวุฒิทางการศึกษาด้านระเบียบวิธีวิจัย (Survey Methodology) และการบริหารจัดการนโยบายสาธารณะ (Policy Management) ได้ดำเนินการจัดทำโครงการวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง “การทำโพลเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Poll) ต่อข้อกังวลของสาธารณชน (Public Concern) และพฤติกรรมเครื่องดื่ม การปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย” กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป ใน ๑๕ จังหวัดของประเทศ โดยได้ดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ ถึงวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๖๑ ที่ผ่านมา ซึ่งการดำเนินดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อทำโพลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อข้อกังวลของสาธารณะทั้งในแง่ประเด็นผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมเครื่องดื่มและการปฏิบัติตามกฎหมาย พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ เรื่องการห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่อยู่ในการกำกับดูแลและใช้ประโยชน์ของราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๘ เพื่อศึกษาผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อโฆษณา และรูปแบบส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์เชื่อมโยงที่ส่งผลต่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเพื่อศึกษาประเด็นสำคัญอื่นๆ ที่ทางคณะทำงานของ ศวส. สนใจศึกษาเพิ่มเติมในแต่ละช่วงเวลาของปี พ.ศ. ๒๕๖๐ ดังนี้

- ๑) การสำรวจใหญ่ความคิดเห็นของสาธารณชนต่อประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และแบบแผนการดื่มของประชาชน กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น ๕,๔๐๗ ตัวอย่างจาก ๑๕ จังหวัดของประเทศ เรียบร้อยครบถ้วนตามสัญญา
- ๒) ได้ดำเนินโครงการสำรวจย่อยจำนวน ๕ โครงการเสร็จแล้ว และได้ทยอยนำเสนอต่อสาธารณชนผ่านสื่อมวลชนต่างๆ จำนวนมาก ตามเอกสารแนบ อาทิ รายการข่าว ๓ มิติ (มีโลโก้ของ ศวส. ปรากฏในรายการตลอดช่วงนำเสนอข่าวผลสำรวจ) มีการลงสื่อสิ่งพิมพ์ระบุชื่อศูนย์วิจัยปัญหาสุรา อาทิ เดลินิวส์ ปรากฏ ไทยโพสต์ สำนักข่าวเครือเนชั่น สยามรัฐ ฯลฯ และสื่อออนไลน์ เช่น เดลินิวส์ ไทยรัฐออนไลน์ ฯลฯ ผลการดำเนินการเกินกว่าที่ระบุในสัญญา โดยพิจารณาตามเอกสารแนบ (ข้อ ๓)
- ๓) สำหรับ ประเด็นเรื่องที่ได้ทำการสำรวจทั้ง ๕ โครงการที่ผ่านมา (รายละเอียดแนบท้าย) ได้แก่

ลำดับที่	โพล	วัน เดือน ปี
๑	โพล เรื่อง โปสต์ขวดเหล้า ขวดเบียร์ บนโลกโซเชียล	14 สิงหาคม 2560
๒	โพล เรื่อง เหตุแห่งอุบัติเหตุและความตายบนท้องถนน	17 กันยายน 2560
๓	โพล เรื่อง ประชาชนคิดอย่างไรต่อ บริษัท น้ำเมา	1 ตุลาคม 2560
๔	โพล เรื่อง คนไทย กับ น้ำเมา	18 พฤศจิกายน 2560
๕	โพล เรื่อง ลดเร็ว ลดตาย เทียวปีใหม่	31 ธันวาคม 2560

เชิงใหม่ นครศรีธรรมราช สงขลา ภูเก็ต และ
งานบริการโลก สภาอากาศห้วงที่เจ็ดและแปด
เออีซี อ.ประจวบคีรีขันธ์ สอบถามรายละเอียด
ได้ที่ 0-2260-4900, 0-2283-9000-90 ต่อ 1101

○ ชมรมการควบคุมสกปรก

ต้น พล.ท.สรรเสริญ แก้วกำเนิด โฆษก
ประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เปิดข่าวว่า ปีนี้รัฐบาล
พร้อมใจกันทุกภาคส่วน ร่วมกันจัดงานเทศกาล
สกปรกได้แนวคิด “สกปรกดีแบบไทย
ใช้กันอย่างรู้คุณค่า พูซื้ชิวปลอดภัย” ระหว่างวัน
ที่ 19-17 เม.ย. เน้น 3 มาตรการหลักประกอบด้วย
แต่งกายเล่นน้ำด้วยชุดสุภาพ ใช้กันอย่าง
ประหยัดคุ้มค่า และจับจ่ายอย่างปลอดภัย โดยเป้า
หมายเพื่อให้ประชาชนได้ร่วมสืบสานประเพณีอัน
ดีงาม ซึ่งสามารถประยุกต์ให้เข้ากับศาสนาที่
แต่ละคนนับถือได้ โดยรัฐบาลขอชักชวนให้
โอกาสนี้แสดงออกถึงความดีของผู้มีพระคุณ
เช่น ปู่ ย่า ตา ยาย และญาติพี่น้อง รวมทั้งสาน
ความสัมพันธ์ในครอบครัว ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่
สำคัญของคนไทย ด้วยกรรมาธิการที่หัวใหญ่ สร
งน้ำพระ เติมน้ำด้วยความสุภาพ และแต่งกาย
มีศีล สักการะการใช้กันอย่างรู้คุณค่านั้น ขอความ
ร่วมมือผู้จัดงานสนามสกปรกที่ตั้ง ๆ จัดพื้นที่ให้
น้องประชาชนได้เล่นกันอย่างเหมาะสม โดย
ส่งเสริมการใช้ถังเก็บประหมอนเพื่อใช้เป็นฉีดน้ำ
ขนาดเล็กแทนอุปกรณ์ฉีดน้ำที่มีแรงดันสูงหรือ
สายยาง ส่วนการเดินทางไปยังภูมิถิ่นหรือ
สถานที่ท่องเที่ยวขอให้ผู้ขับขี่ตรวจสอบเช็คยาน
พาหนะให้พร้อม ใช้ความเร็วระวังในการขับขี่
และปฏิบัติตามกฎจราจร

○ กำชับทุกหน่วยเข้มดูแล

พล.ท.สรรเสริญ เปิดเผยต่อว่า พล.อ.

ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้า
คสช. กำชับให้ทหาร ตำรวจ และฝ่ายปกครอง
เตรียมพร้อมดูแลอำนวยความสะดวกทุกด้าน ทั้ง
การเดินทางและความปลอดภัยในชีวิตและ
ทรัพย์สินของประชาชน โดยขอให้ทุกฝ่ายมีกิจ
เอื้ออาทร และให้อยู่ด้วยกัน ไม่อยากให้อง
การเมืองการขัดแย้ง เพราะเจ้าหน้าที่มีความห่วงใย
ประชาชนเหมือนญาติมิตรและต้องทำงานที่
รักษากฎหมาย ส่วนประชาชนก็ต้องปฏิบัติตาม
นโยบายอย่างปลอดภัยและมีความสุขในช่วง
เทศกาล ทั้งนี้แต่ละจังหวัดจะส่งเสริมจัดงาน
สกปรกแตกต่างกัน 1 อำเภอ 1 ถานวัฒนธรรม
ส่วนกิจกรรมที่เป็นไฮไลต์มีขึ้น ช่วงกลาง
วันที่ 11 เม.ย. จัดที่ศูนย์วัฒนธรรมแห่ง
ประเทศไทย วันที่ 19-18 เม.ย. ศูนย์การค้าสยาม
พารากอน วันที่ 19-16 เม.ย. ที่สยามสแควร์
สำหรับส่วนภูมิภาคเป็นงานสกปรกคือ เชียง
ใหม่ วันที่ 10-18 เม.ย. งานประเพณีสกปรก
สานสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย-ลาว ที่ อ.นาแก้ว
น.เลย วันที่ 19-18 เม.ย. สกปรกดีไทย-เมียนมา
ที่ อ.แม่สอด จ.ตาก และวันที่ 12-17 เม.ย.
สกปรกดีไทย-ลาว ที่ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย.

<p>สยามรัฐ</p> <p>Size: 80x110 Color: 4 Ad Rate: 1,050</p>	Section: First Section/อาชญากรรม
	วันที่: จันทร์ 1 พฤษภาคม 2560
	ปีที่: 67 ฉบับที่: 23380 หน้า: 14(บน)
	Col.Inch: 112.11 Ad Value: 117,715.50 PRValue (x3): 353,148.50 ศิลปิน: สีสี่
<p>คอลัมน์: สกปรกดีอาชญากรรม: แนะนำยาแรงงตขายน้มา'สกปรกดีแห่งลตอุบิตเหตุคืนความสุขให้กับสังคม</p>	

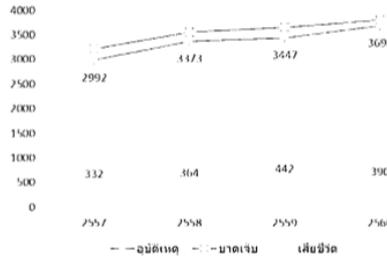


**แนะนำยาแรง'งตขายน้มา'สกปรกดี
หวังลดอุบัติเหตุคืนความสุขให้กับสังคม**



เมื่อช่วง "เทศกาลสงกรานต์" ที่ผ่าน มา คร.นพล.กรรณิกา ผู้อำนวยการสำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) ได้เปิดเผยผลสำรวจเรื่อง "โพลความสุขคนไทย ช่วงเทศกาลสงกรานต์ ปี 60" กรณีศึกษาประชาชนทุกสาขาอาชีพจำนวนทั้งสิ้น 1,455 ตัวอย่างดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 13 ถึง 15 เมษายน 60 พบว่า ประชาชนเกินครึ่งหรือร้อยละ 51.6 ไม่มีความสุขจากการจัดกิจกรรมในช่วงสงกรานต์ เพราะเหตุร้ายเกิดขึ้นตลอดช่วงเทศกาลสาดน้ำสปรกน้ำในเครื่องปาร์ลา การทะเลาะวิวาท อุบัติเหตุอาคารถอน ไม่มีดีดค์เที่ยวปัญหาสุขภาพ

สถิติการเกิดอุบัติเหตุ บาดเจ็บ และเสียชีวิตในเทศกาล สงกรานต์ ปี 2557-2560



ที่มา: ศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน (สปถ.)

รหัสฯ: B-170501021012 (1 พ.ศ. 60/06:09)

หน้า: 1/3

เป็นต้น ในขณะที่ร้อยละ 48.4 มีความสุข ส่วนสาเหตุที่สร้างความสุขคนไทยในช่วงเทศกาลสงกรานต์ที่ผ่านมามีอันดับแรกพบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 79.1 ระบุเหล้า เบียร์ สิ่งมีนเมา รองลงมาคือ ร้อยละ 74.2 ระบุ การทะเลาะวิวาท การทำลายประเพณี อันติงามของคนไทย

เมื่อถามถึงวิธีการแก้ปัญหาด้วยความสุขคนไทยช่วงเทศกาล สองอันดับแรกพบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 87.3 ระบุควบคุม การดื่มเหล้า เบียร์ ต่อเนื่อง ทั้งนี้ใน และนอกเทศกาลร้อยละ 82.5 ระบุปฏิรูป การทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐ รวมถึงมีไว้ ระบุรับเหตุ

นอกจากนี้ ยังมีคำแนะนำให้แก้ไข กฎหมายกึ่งเหตุทะเลาะวิวาท ท้าร้าย ร่างกาย เพิ่มเงินจับปรับ คุมประพฤติ บ้านพักประโชชน์ พวกเขาหลายประเพณี อันติงามของไทย การปรับสภาพแวดล้อม สภาพถนน ลดความเสี่ยงอุบัติเหตุ และ จัดคุมเข้มโซนนิ่งปลอดภัย แหล่งชุมชน สถานที่จัดงานสงกรานต์ เป็นต้น

เท่าที่ดูแลสำรวจทางซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดเผยออกมา ยังพบว่า สุรายังคงครองแชมป์ในด้านวิศวกรรม ปัญหา สอดคล้องกับสถิติที่ศูนย์อำนวยการ ความปลอดภัยทางถนน (สปถ.) ได้จัดทำ เอาไว้

ระบุสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุในช่วง "7 วันอันตราย" ของเทศกาลสงกรานต์ปีนี้ ร้อยละ 43 เกิดจากปัญหา "เมาแล้วขับ" ซึ่งน่าตกใจมากเพราะตัวเลขเพิ่มขึ้นจากปี ที่แล้วเกือบร้อยละ 10 ทั้งนี้รัฐบาลได้จัด เอามาตรการบังคับใช้กฎหมายมาดำเนินการ กับผู้ขับขี่รถยนต์บนถนนท้องถนนอย่าง เข้มข้น

ที่สำคัญแม้สถิติจำนวนยานพาหนะ ที่ถูกเรียกตรวจระหว่างช่วง 7 วันอันตราย ของเทศกาลสงกรานต์ 2560 ขึ้นมาจะ สูงขึ้นกว่าปีก่อนถึง 900,000 คัน และยอด ผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนท้องถนน ในช่วง 7 วันอันตรายปีนี้ อยู่ที่จำนวน 390 ราย



เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 243 ครั้ง ส่วนจำนวนผู้ ได้รับบาดเจ็บเพิ่มขึ้น 152 ราย

นอกจากนี้ หากพิจารณาแผนภาพ แสดงสถิติการเกิดอุบัติเหตุของศูนย์อำนวยการ ความปลอดภัยทางถนนในช่วง 7 วัน อันตรายเทศกาลสงกรานต์ตั้งแต่ปี 2557 ถึง 2560 จะเห็นว่าจำนวนครั้งของการ เกิดอุบัติเหตุ และการบาดเจ็บเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

ส่วนจำนวนครั้งการเสียชีวิตของปี 2560 แม้จะลดลงจากปี 2559 แต่ก็ยังมี จำนวนผู้เสียชีวิตสูงกว่าปี 2557 และ 2558 แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มระยะยาวของ จำนวนผู้เสียชีวิตก็ยังถือว่าอยู่ในช่วงขาขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้นสุรายังถือเป็นสาเหตุสำคัญที่ ทำให้ภาพลักษณ์ของเทศกาลปีใหม่นี้ตึง เต็มของไทยเสียหาย

พิจารณาได้จากข่าวภาวะถดถอยของ สองหนุ่มผู้ต้องหามือถือที่มึนสุรจนเมามาย ในงานเทศกาลวันไหลที่พัทยา แล้วก่อเหตุ กระทำอันตรายเหนือสาวผู้กำลังอยู่ในสภาพ มึนเมาไร้สติอยู่ข้างถนนจนมีคดีประจาน ความโหดเหี้ยมกระจายไปทั่วโลกโซเชียลมีเดีย เรื่องนี้ คร.นพ.อุดมศักดิ์ แร่ใจไว นักวิชาการ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และ CE-HSMR มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ได้ แนะนำแนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อนำ ความสุขกลับมามีคนไทยในช่วงเทศกาล สงกรานต์ 2561 เอาไว้ที่น่าสนใจ

"ถึงเวลาแล้วที่รัฐบาลจะต้องใช้ยา ปร. ด้วยความเข้มข้น เพื่อลดต้นทุน

มาอย่างต่อเนื่อง ขอเสนอมาตรการเพื่อลด ปัญหาจากสุราในช่วงสงกรานต์ ตามข้อดี การอนามัยโลกแนะนำซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มมาตรการ คือ มาตรการควบคุมการเข้า ถึง มาตรการทางภาษีและราคา มาตรการ ควบคุมการตลาดและโฆษณา มาตรการลด ปัญหาจากการดื่มแล้วขับ และมาตรการ คุ้มครองและบำบัดรักษาผู้ที่มีปัญหาสุรา

โดยมาตรการควบคุมการเข้าถึง ทาง ศวส. ขอเสนอให้รัฐบาลใช้มาตรการกวด การจำหน่ายสุราในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เช่นเดียวกับการจำหน่ายสุราในวันพระ ใหญ่ โดยเฉพาะระหว่างวันที่ 13-15 เม.ย. ซึ่งเป็นช่วง 3 วันที่มีจำนวนอุบัติเหตุ และ ผู้เสียชีวิตมากที่สุดในช่วงเทศกาลสงกรานต์

สำหรับมาตรการควบคุมการตลาด และโฆษณา ทาง ศวส. ขอเสนอให้รัฐบาล ใช้มาตรการห้ามกิจกรรมการตลาดของ บริษัทสุราในบริเวณที่จัดไว้ให้เล่นสาดน้ำ โดยต้องครอบคลุมถึงพื้นที่รอบๆ บริเวณ ดังกล่าวในรัศมี 500 เมตรด้วย เพื่อป้องกัน กรณีเช่นเดียวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มสวาง ที่พัทยาในสงกรานต์ที่ผ่านมา

และรัฐบาลควรใช้มาตรการห้าม โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 1 สัปดาห์ก่อน และตลอดช่วงเทศกาลสง กรานต์ เพื่อลดแรงจูงใจให้ประชาชน ดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการเฉลิมฉลองระหว่าง เทศกาล ส่วนมาตรการลดปัญหาจากการ ดื่มแล้วขับ ทาง ศวส. ขอเสนอให้รัฐบาล ใช้มาตรการเข้มข้นขึ้น เช่น การปรับเพิ่ม

ระจับเหตุ นอกจากนี้ ยังมีการแนะนำให้แก้ไขกฎหมายก่อนเหตุทะเลาะวิวาท ทำร้ายร่างกาย เพิ่มเงินจับปรับ คும்ประพฤติบ้านพี่คุณโยชน์ พวกเขาหลายประเพณีอันดีงามของไทย การรับสภาพแวดล้อมสภาพถนน ลดความเสี่ยงอุบัติเหตุ และจัดคุมเข้มโซนนิ่งปลอดภัย แหล่งชุมชนสถานที่จัดงานสงกรานต์ เป็นต้น

เท่าที่ดูผลสำรวจเชิงทางซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดเผยออกมา ยังพบว่าสุรายังคงครองแชมป์ในด้านความสร้างปัญหา สอดคล้องกับสถิติที่ศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน (ศปถ.) ได้จัดทำเอาไว้

ระบุสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุในช่วง "7 วันอันตราย" ของเทศกาลสงกรานต์ปีนี้ ร้อยละ 43 เกิดจากปัญหา "เมาแล้วขับ" ซึ่งน่าตกใจมากเพราะตัวเลขเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วเกือบร้อยละ 10 ทั้งที่รัฐบาลได้จัดเอามาตรการบังคับใช้กฎหมายมาดำเนินการกับผู้ขับขี่ขาดยานพาหนะบนท้องถนนอย่างเข้มข้น

ที่สำคัญแม้สถิติจำนวนยานพาหนะที่ถูกเรียกตรวจระหว่างช่วง 7 วันอันตรายของเทศกาลสงกรานต์ 2560 ที่ผ่านมา จะสูงขึ้นกว่าปีก่อนถึง 900,000 คัน และยอดผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนท้องถนน ในช่วง 7 วันอันตรายปีนี้ อยู่ที่จำนวน 390 ราย ลดลงจากช่วงสงกรานต์ 2559 ปีที่แล้ว 52 ราย

ทว่าข้อเท็จจริงของตัวเลขอื่นๆ ทั้งจำนวนการเกิดอุบัติเหตุ และยอดผู้ได้รับบาดเจ็บของปีนี้น่ากลับสูงชันกว่าปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสงกรานต์ปีนี้มีจำนวนการเกิดอุบัติเหตุ

ได้รับบาดเจ็บเพิ่มขึ้น 152 ราย

นอกจากนี้ หากพิจารณาแผนภาพแสดงสถิติการเกิดอุบัติเหตุของศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนนในช่วง 7 วันอันตรายเทศกาลสงกรานต์ตั้งแต่ปี 2557 ถึง 2560 จะเห็นว่าจำนวนครั้งของการเกิดอุบัติเหตุและการบาดเจ็บเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

ส่วนจำนวนครั้งการเสียชีวิตของปี 2560 แม้จะลดลงจากปี 2559 แต่ก็ยังมีจำนวนผู้เสียชีวิตสูงกว่าปี 2557 และ 2558 แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มระยะยาวของจำนวนผู้เสียชีวิตก็ยังถือว่าอยู่ในช่วงขาขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นสุรายังถือเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ภาพลักษณ์ของเทศกาลปีใหม่ดั้งเดิมของไทยเสียหาย

พิจารณาได้จากข่าวฉาวกระฉ่อนของสองหนุ่มผู้ต้องหาคดีที่ดื่มสุราจนเมามายในงานเทศกาลวันไหลที่พญา แล้วก่อเหตุกระชกานาจารเหยื่อสาวผู้กำลังอยู่ในสภาพมีนมเข้าใส่สื่อผู้ข้างถนนจนมีคลิปประจานความโหดเหี้ยมกระจายโลกโซเชียลมีเดียเรื่องนี้ ดร.นพ.อุดมศักดิ์ แซ่โง้ว นักวิชาการ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และ CE-HSMR มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ได้แนะนำแนวทางการแก้ไขปัญหานี้เพื่อมาความสุภาพกลับมาสู่คนไทยในช่วงเทศกาลสงกรานต์ 2561 เอาไว้ที่น่าสนใจ

"ถึงเวลาแล้วที่รัฐบาลจะต้องใช้มาตรการด้วยการขยายโทษ เพื่อลดตัวเลขการเจ็บการตายจากอุบัติเหตุรวมถึงปัญหาทะเลาะวิวาท และกอบกู้ภาพลักษณ์ที่ดีในช่วงประเพณีสงกรานต์ของประเทศไทย กลับคืนมา"

ดร.นพ.อุดมศักดิ์ อธิบายว่า ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ในฐานะหน่วยงานวิชาการที่ติดตามปัญหาจากสุราในประเทศไทย

ปัญหาจากสุราในช่วงสงกรานต์ ตามองค์การอนามัยโลกแนะนำซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มมาตรการ คือ มาตรการควบคุมการเข้าถึง มาตรการทางภาษีและราคา มาตรการควบคุมการตลาดและโฆษณา มาตรการลดปัญหาจากการดื่มแล้วขับ และมาตรการคัดกรองและบำบัดรักษาผู้มีปัญหาสุรา

โดยมาตรการควบคุมการเข้าถึง ทาง ศวส. ขอเสนอให้รัฐบาลใช้มาตรการงดการจำหน่ายสุราในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เช่นเดียวกับการงดจำหน่ายสุราในวันพระใหญ่ โดยเฉพาะระหว่างวันที่ 13-15 เม.ย. ซึ่งเป็นช่วง 3 วันที่มีจำนวนอุบัติเหตุและผู้เสียชีวิตมากที่สุดในช่วงเทศกาลสงกรานต์ สำหรับมาตรการควบคุมการตลาดและโฆษณา ทาง ศวส. ขอเสนอให้รัฐบาลใช้มาตรการห้ามกิจกรรมการตลาดของบริษัทสุราในบริเวณที่จัดไว้ให้เล่นสาดน้ำ โดยต้องครอบคลุมถึงพื้นที่รอบๆ บริเวณดังกล่าวในรัศมี 500 เมตรด้วย เพื่อป้องกันกรณีเช่นเดียวกับการก่ออาชญากรรมหญิงสาวที่พญาในสงกรานต์ที่ผ่านมา

และรัฐบาลควรใช้มาตรการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 1 สัปดาห์ก่อน และตลอดช่วงเทศกาลสงกรานต์ เพื่อลดแรงจูงใจให้ประชาชนดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการเฉลิมฉลองระหว่างเทศกาล ส่วนมาตรการลดปัญหาจากการดื่มแล้วขับ ทาง ศวส. ขอเสนอให้รัฐบาลใช้มาตรการสุ่มเป่าแอลกอฮอล์อย่างต่อเนื่อง และครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ

รัฐบาลควรลดปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดของผู้ขับขี่ยานพาหนะทุกชนิดตามกฎหมายลงมาเป็น 0 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ และเปิดช่องให้มีการตรวจปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดในกรณีอุบัติเหตุได้ทุกกรณี

"ทุกมาตรการที่เสนอข้างต้นเป็นไป

ตามแนวทางป้องกันอาชญากรรมโลกและนำมีงานวิจัยรองรับว่าเป็นกลุ่มมาตรการที่ได้ผลและมีประสิทธิภาพในการลดปัญหาจากการดื่มสุราจึงเชื่อได้ว่าถ้าหากรัฐบาลลดปริมาณการเหล่านีมาใช้จะสามารถแก้ไขปัญหานี้และนำความสุขกลับมาสู่คนไทยได้อย่างแน่นอน" ดร.นพ.อุดมศักดิ์ กล่าวส่งท้าย

ไทยโพสต์ Thai Post Circulation: 950,000 Ad Rate: 850	Section: X-CITE/-			หน้า: 3(ล่างซ้าย)	คลิก: ชาว-ต่ำ
	วันที่: 21	ฉบับที่: 7584	Ad Value: 20,561.50		
หัวข้อข่าว: นาย-วีเจจาร์รับโพสต์น้ำเมา แกดแคไลฟส์โตลไม่รู้ว่ามีดี					

นาย-วีเจจาร์รับโพสต์น้ำเมา แกดแคไลฟส์โตลไม่รู้ว่ามีดี

บทสรุป ● นาย เคนโกะจิมท์ วังจ่า เจ้าพ่อตำรวจรับทราบข้อหาโพสต์ดูน้ำเมา รับทำจริง แต่เป็นแคไลฟส์โตล ไม่ได้คิดว่าผิดกฎหมาย ก่อนไปจ่ายค่าปรับรายละ 5 หมื่นที่ สอ.

เมื่อวันที่ 13 สิงหาคมนี้ ที่ สก.เมืองจันทบุรี น.ส.วีรัฐา อิมราพร หรือนาย เคนโกะจิมท์ พร้อมภรรยาเดินทางเข้ามาพบ ร.ต.อ.ศุภลักษณ์ พรหมวงษ์ พนักงานสอบสวน เพื่อรับทราบข้อกล่าวหาในคดีที่เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แจ้งความดำเนินคดีในข้อหาว่าร่วมกันโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขณะเดียวกัน น.ส.วีรัฐา วัย 37 ปี ก็เข้าพบตำรวจด้วยข้อหาเดียวกัน จากนั้นพนักงานสอบสวนได้สอบปากคำ พร้อมทั้งพิมพ์ลายมือของทั้งสองคน โดยทั้งคู่ให้การรับสารภาพว่าถ่ายรูปโพสต์ดูน้ำเมา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่ถูกกล่าวหาจริง แต่ไม่ได้มีเจตนาโฆษณาเชิญชวนให้ดื่มแอลกอฮอล์ ที่ทำก็เพราะเป็นไลฟ์สไตล์และไม่ได้คิดว่าผิดกฎหมาย ก่อนที่ทางพนักงานสอบสวนจะทำหนังสือแจ้งให้

ไปเสียค่าปรับที่สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทั้งนี้ คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้กำหนดอัตราค่าปรับในข้อหาดังกล่าวคือ 5 หมื่นบาท หากทำผิดครั้งที่ 2 ปรับเพิ่มเป็น 2 แสนบาท และทำผิดซ้ำ 3 ปรับ 5 แสนบาท

นายนพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการสำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดแถลงผลสำรวจเรื่อง โพลล์ชาวเหล้าชาวคเบียร์บริโภคโซเซียล พบว่าร้อยละ 69.7 ระบุ การโพสต์ภาพของตารา นักร้อง นักแสดง มีผลทำให้เด็กและเยาวชนลอกเลียนแบบ ทำตาม ทั้งนี้ผู้ที่ต้องรับผิดชอบต่อการโพสต์ของเหล้าชาวคเบียร์ ร้อยละ 47.3 ระบุเป็นบริษัทเหล้า เบียร์ ต้องรับผิดชอบ ร้อยละ 24.7 คือ ตารา นักร้อง นักแสดง ขณะที่ร้อยละ 11.9 ระบุเจ้าหน้าที่รัฐที่ละเลย ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ร้อยละ 9.5 ระบุผู้ให้บริการส่งมอบออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เป็นต้น และร้อยละ 6.6 ระบุ สื่อมวลชน.

เดลินิวส์ Daily News Circulation: 910,000 Ad Rate: 2,200	Section: First Section/-		
	วันที่: พุธ 23 สิงหาคม 2560	ฉบับที่: 24786	หน้า: 2(บนซ้าย)
	ปีที่: -	Col.Inch: 114.96	Ad Value: 252,912
		PRValue (x3): 758,736	ศิลปิน: สีสี
	หัวข้อข่าว: โพลสดเหล่าเบียร์โลกโซเชี่ยล ส่งผลตรงเยาวชน นักวิชาการหนุนเอาผิดคนทำ		

โพลสดเหล่าเบียร์โลกโซเชี่ยล ส่งผลตรงเยาวชน นักวิชาการหนุนเอาผิดคนทำ



ก อดหน้าที่สู่อำนาจปัญหาสุรา (ทส.) ได้เคยเสนอเอกสารทางวิชาการเรื่อง "ข้อเท็จจริงและต้นตอของเรื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย" โดยมองถึงฤทธิ์และรูปแบบการตลาดธุรกิจแอลกอฮอล์บนโลกออนไลน์ไว้อย่างน่าสนใจและเด็ดขาด

ตามรายงานในช่วงปี 2554-2559 ระบุว่า ครัวเรือนไทยที่มีเด็กมีรายได้น้อยกว่า 100,000 บาท และมีจำนวนผู้ใช้แรงงานเพิ่มมากขึ้นถึง 27,833,927 คน หรือประมาณร้อยละ 35 ของประชากรไทย กิจกรรมยอดนิยมของผู้ใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อันดับ 1 คือ โซเชียลเน็ตเวิร์ก รองลงมาคือ ใช้ค้นหาข้อมูล

สำหรับ โซเชียลเน็ตเวิร์ก ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด ถึง 92.196 คือ เฟซบุ๊ก รองลงมาได้แก่ ไลน์ (ปี 2559-2558) อันดับที่ 2 คือ ไลน์ ซึ่งกลุ่ม แอปพลิเคชัน นิยมใช้มากที่สุด และอันดับ 3 คือ ทูทล



จะละเอียกว่าปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการวินิจฉัยเพิ่มเติมแอลกอฮอล์ที่มีเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ปัจจุบันสำคัญในการกระตุ้นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญคือการสื่อสารทางารตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ 360 องศา

ผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก อีเมล แกรม ทวิตเตอร์ และไลน์ เมืองจากช่องทางสื่อสารออนไลน์เป็นช่องทางสื่อสารที่เริ่มมีความสำคัญ

กลุ่มผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคเป้าหมาย

โดยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ตลอดเวลาและดำเนินการได้อย่างรวดเร็วตามเป้าหมายในการใช้สื่อใหม่เหล่านี้ เพื่อสร้างกระแสหรือการรับรู้ตราสินค้า รวมทั้งประชาสัมพันธ์การจับใจความที่สอดคล้องกันสร้างความจริงกับข้อเท็จจริงที่ผ่านการมีส่วนร่วมในลักษณะต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

ผลจากการสำรวจ วิจัยความหมายสื่อออนไลน์แบบกลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนโลกออนไลน์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2559 โดยที่ทาง Google ร้อยละ 69.8 และทางเฟซบุ๊ก ร้อยละ 27.4 พบว่า กลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้บนโลกออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นการสร้างการรับรู้ ร้อยละ 69.7 รองมาคือ กลุ่มผู้ซื้อเครื่องดื่ม ร้อยละ 66.2 กลุ่มผู้ติดตามส่งเสริมการขาย ร้อยละ 66.1 กลุ่มผู้ติดตามผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ร้อยละ 63.7 โดยในแต่ละวันมีผู้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ มากกว่า



ดร.เบญจรงค์ บ.อ.อภิมศักดิ์

1 กลุ่มผู้ที่ เมื่อกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้ดื่มเป็นมาจากกลุ่มลูกค้าทางโซเชียลมีเดียอีกทั้งมีส่วนใหญ่เป็นกลุ่มใหม่ผู้ดื่มจึงต้องจับคู่ หรือบรรลากับดื่มทั้งใหม่หรือเดิมจะก้าวเข้ามาอยู่ในวงวน กลุ่มคนซื้อดื่มกับมาดื่มจึงพบกับกลยุทธ์สุดล้ำสุดใจมาใช้ไม่วันแต่แค่ทำให้เรานึกแสดงสื่อสิ่งตีพิมพ์การโพสต์ภาพที่มีลักษณะวิจิตรสวยงามโชว์ทั่วโลกออนไลน์

ถ้าคุณชมรมขับเคลื่อนวิชาการเพื่อวิจัยความสุขชุมชนโดย ดร.เบญจรงค์ การศึกษา ผู้ดำเนินการ สำคัญวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดเผยผลสำรวจโพล โพลล์ชาวเหล้า ชาวเหล้าทั่วโลกโซเชียล กรณีสืบหาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 1,126 ตัวอย่างดำเนินการโครงการระหว่าง วันที่ 8-12 สิงหาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 82.7 ระบุว่า ความสำเร็จของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องตลาดเกิดจากผู้บริโภคโซเชียลมีเดียที่เป็นทั้งสื่อ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 69.7 ระบุว่า โพลล์ภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลทำให้ดื่มและขยายวงออกเพิ่มขึ้นแบบทวีคูณ โดยประชาชนที่ถูกศึกษาได้ระบุว่าคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โพสต์โซเชียล ชาวเหล้า ชาวเหล้าได้แก่ ร้อยละ 47.3 ระบุเป็นวัยที่ดื่มเหล้า เบียร์ ต้องรับผิดชอบ รองลงมาคือ ร้อยละ 24.7 ระบุ วัยรุ่นหรือวัยที่ดื่ม ร้อยละ 11.9 ระบุ เจ้าของที่ซื้อที่ดื่ม ไม่ไปดื่มติดมาดื่ม ร้อยละ 9.6 ระบุ ผู้ใช้วิธีการส่งมอบออนไลน์ โลกโซเชียล เช่น เฟซบุ๊ก อีเมลแกรม ทวิตเตอร์ เป็นต้น และร้อยละ 6.8 ระบุ สื่อมวลชนตามลำดับ

ทั้งนี้พิจารณาว่าส่วนใหญ่อายุหรือร้อยละ 63.8 ระบุ การติดตามหรือ นักแสดง โพลล์ชาวเหล้า ชาวเหล้า เบียร์ บนโลกออนไลน์ โลกโซเชียล เป็นการใช้โฆษณา

โดยส่วนใหญ่อายุหรือร้อยละ 65.0 ระบุ เจ้าของที่ซื้อ การเพิ่มผลโพลล์ให้เพิ่มขึ้นสูงสุด ในขณะที่ยังมี 35.0 ระบุ ไม่สามารถเพิ่มผล

เมื่อกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีกลยุทธ์การตลาดที่ทันสมัย นักแสดง โพลล์ชาวเหล้า ชาวเหล้า บนโลกโซเชียลจึงดึงดูดกลุ่มวัยรุ่นและนักดื่มหน้าใหม่เข้ามาอาจมีผลทำให้เด็กและเยาวชนหลงใหลในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาสังคมตามมาอีกมากมายสอดคล้องกับผลงานวิจัย

สิทธิขั้นพื้นฐาน

ที่ก่อนหน้านี้ **นพ.อุดมศักดิ์ แซ่โง้ว** หัวหน้าศูนย์ความเป็นเลิศด้านวิจัยระบบสุขภาพและการแพทย์ (Center of Excellence in Health system and Medical Research) และอาจารย์ประจำสำนักวิชาแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ได้เคยเผยผลการสำรวจความคิดเห็นของสาธารณสุขระดับพื้นที่ต่อปัญหาสังคมที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งและอันตรายนของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของสำนักวิจัยซูเปอร์โพล ร่วมกับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ในช่วงการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,336 คนพบว่า

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 90 เห็นว่า การดื่มแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อสุขภาพ และเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70 เห็นว่าการดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มความเสี่ยงในการเล่นการพนัน

สำหรับประเด็นที่เกี่ยวกับนักดื่มหน้าใหม่และนักดื่มเยาวชน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 88 ให้ความสำคัญต่ออายุต่ำกว่า 20 ปี ระหว่างการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 และ กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเห็นว่าโฆษณาแอลกอฮอล์แพร่หลายการรับชมฟุตบอลยูโร 2016 มีผลกระทบทำให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่และนักดื่มเยาวชน

โฆษณาแฝงในรูปแบบที่วิจิตรในประเภทกีฬามือ

นำมาใช้เพื่อการโฆษณาที่ดื่มที่ซื้อและเครื่องดื่มทางการทำได้ดีเพียงดื่มเพื่อที่ผลิตโดยบริษัทในเครือเดียวกัน ในประเด็นกลุ่มตัวอย่างที่ดื่มแอลกอฮอล์ว่าจริง มีความคิดเห็นว่าการเห็นโฆษณานำดื่มกระตุ้นให้เกิดการอยากดื่มเครื่องดื่มได้

ที่มักใช้ภาพนั้นคือ การเห็นโฆษณาที่ดื่มสามารถกระตุ้นความรู้สึกอยากดื่มเครื่องดื่มได้ แม้ในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ก็เกือบ 1 ใน 4

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจากการวิจัยส่วนใหญ่ เห็นด้วยว่าการดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดผลกระทบต่อคนต่าง ๆ และเยาวชนจนนักดื่มเยาวชน ที่คิดว่าได้รับอิทธิพลมาจากโฆษณาแฝงของซูเปอร์โพลแนะนำให้ใช้ผลกระตุ้นความรู้สึกให้เด็ก ๆ เกิดความอยากรับดื่ม

จะแก้ปัญหานี้ ไหว? โพลล์จะร้องไปฟ้องหรือร่วมมือของความเห็นหายที่ผลิตจากข้อมูลเหล่านี้.

ทีมข่าวเฉพาะกิจ รายงาน

ลำดับที่

ผลการดำเนินการ

	Section: First Section/- วันที่: อังคาร 29 สิงหาคม 2560			หน้า: 15(ล่าง) PRValue (x3): 36,576	คลิป: ชาว-ต้า
	ปีที่: 68 Col.Inch: 7.62	ฉบับที่: 21770 Ad Value: 12,192	คอลัมน์: ชาวสิ้นพันโลก: เห็นแล้วอยากดื่ม		

ชาวสิ้นพันโลก

●เห็นแล้วอยากดื่ม: สำนักวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นำเสนอสารคดีความบันเทิงเรื่อง "เห็นแล้วอยากดื่ม" ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 20.00 น. ทางช่อง 5 และ 5HD เริ่มตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม 2560

สารคดีความบันเทิงเรื่อง "เห็นแล้วอยากดื่ม" ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 20.00 น. ทางช่อง 5 และ 5HD เริ่มตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม 2560

สารคดีความบันเทิงเรื่อง "เห็นแล้วอยากดื่ม" ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 20.00 น. ทางช่อง 5 และ 5HD เริ่มตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม 2560

	Section: First Section/ชาวตอหน้าหนึ่ง วันที่: อาทิตย์ 17 กันยายน 2560			หน้า: 10(ล่างซ้าย) PRValue (x3): 29,274	คลิป: ชาว-ต้า
	ปีที่: 21 Col.Inch: 11.48	ฉบับที่: 7618 Ad Value: 9,758	คอลัมน์: ชาวสิ้น: อุบัติเหตุเล่นไลน์ขณะขับรถพุ่ง		

อุบัติเหตุเล่นไลน์ขณะขับรถพุ่ง

อุบัติเหตุเล่นไลน์ขณะขับรถพุ่ง

กรุณา ● ดราม่าสุดระทึก! ประชามูลนิธิ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย นำทีมสำรวจโศกนาฏกรรม (SUPER POLICE) เป็นคนพบศพผู้เสียชีวิต เรื่อง เหตุเกิดอุบัติเหตุและสาเหตุการเสียชีวิตของนาย ชัยวัฒน์ ทรัพย์ หรือ ร้อยละ 76.4 รถมอเตอร์ไซด์ประหลาดคันนี้คือเหตุแห่งอุบัติเหตุและสาเหตุการเสียชีวิตของนาย ชัยวัฒน์ ทรัพย์ ร้อยละ 76.6 รถมอเตอร์ไซด์คันนี้ ร้อยละ 85.7 รถมอเตอร์ไซด์คันนี้ ใช้โทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 81.4 คนขับมีประกัน ประกันภัย ประกันชีวิต ร้อยละ 58.0 คนขับกำลังหลับใน ไม่พร้อมด้านร่างกาย ร้อยละ 49.3 สภาพถนน การก่อสร้าง ไม่แจ้งเตือนล่วงหน้า หรือแจ้งกะชั้นขีด ร้อยละ 41.1 สภาพอากาศมืดครึ้ม ฝนตก ถนนลื่น ร้อยละ 35.7 รถมอเตอร์ไซด์ประหลาดคันนี้ ใช้โทรศัพท์มือถือ แบกเบาะ ร้อยละ 31.4 รถมอเตอร์ไซด์คันนี้

<p>สยามรัฐ</p> <p>Sam Reith Growth: 900,000 Ad Rate: 850</p>	<p>Section: First Section/-</p> <p>วันที่: อาทิตย์ 1 ตุลาคม 2560</p> <p>ปีที่: 68 ฉบับที่: 23533 หน้า: 11(บนขวา)</p> <p>Col.Inch: 31.43 Ad Value: 26,715.50 PRValue (x3): 80,148.50 คลิป: ชาว-ต้า</p> <p>หัวข้อข่าว: 'ซูเปอร์โพล'เผยประช.จี'บริษัทน้ำเมา' ร่วมกันรับผิดชอบต่อเหยื่อเมาแล้วซบ</p>		
	<p>หัวข้อข่าว: 'ซูเปอร์โพล'เผยประช.จี'บริษัทน้ำเมา' ร่วมกันรับผิดชอบต่อเหยื่อเมาแล้วซบ</p>		

'ซูเปอร์โพล'เผยประช.จี'บริษัทน้ำเมา' ร่วมกันรับผิดชอบต่อเหยื่อเมาแล้วซบ

เมื่อวันที่ 30 ก.ย.60 ดร.นพดล ภัทธานาคควรรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่ม กรณีกาสำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิ สถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผล ต้มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 85.9 เห็นด้วย มีเพียง ส่วนน้อยหรือร้อยละ 14.1 เท่านั้นที่ไม่เห็นด้วย ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อถามว่า "เห็นด้วยหรือไม่ว่า บริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรรับผิดชอบเพิ่มขึ้นอีกต่อเหยื่อเมาแล้วซบ" พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.4 เห็นด้วย มีเพียงร้อยละ 19.6 ไม่เห็นด้วย สิ่งที่น่าสนใจของการเมืองคือ ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 89.6 ระบุ ฝ่ายการเมืองไม่ควรรับเงินบริจาคและผลประโยชน์จากบริษัทน้ำเมา เพราะจะนำไปสู่การโกงกิน การทุจริตเชิงนโยบายสนับสนุนธุรกิจน้ำเมา เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง ทำลายภาพลักษณ์ของฝ่ายการเมืองและทำให้สังคมไม่ไว้วางใจในการเมืองได้

ดร.นพดล กล่าวต่อว่า ผลโพลนี้สอดคล้องกับผลโพลที่ทำในประเทศออสเตรเลียเมื่อเขาถามประชาชนที่นั่น และพบทัศนคติที่ใกล้เคียงกันอาจชี้ได้ว่าคุณภาพความคิดเห็นของประชาชนคนไทยไม่ได้ด้อยไปกว่าประเทศอื่นๆ แต่หลายครั้งมุมมองที่ดีของคนไทยถูกฝ่ายการเมืองและอิทธิพลผลประโยชน์ต่างๆ กดทับไว้ จึงน่าจะถึงเวลาที่รัฐบาลและ คสช. จะมีมาตรการต่างๆ ออกมาเพื่อส่งต่อรัฐบาลอนาคตเพื่อสังคม ลดอันตรายจากการทำการค้าธุรกิจน้ำเมา ทุกรูปแบบอันเป็น ยุทธศาสตร์ทางออก (Exit Strategy) ลงจากอำนาจบริหารแก้ไขปัญหาละอองประเทได้อย่างสง่างาม

ไทยโพสต์ Thai Post Circulation: 950,000 Ad Rate: 850	Section: First Section/ในประเทศ วันที่: จันทร์ 2 ตุลาคม 2560 ปีที่: 21 ฉบับที่: 7633 หน้า: 3(ล่างขวา) Col.Inch: 11.25 Ad Value: 9,562.50 PRValue (x3): 28,687.50 คลิป: ชาว-ต้า คอลัมน์: ชาวสิ้น: โพลีบริษัทนำเมคินกำไรผู้สังคม
--	--



โพลีบริษัทนำเมคินกำไรผู้สังคม

ไทยโพสต์ • สวมพดล กรรมนิภา สำนักวิจัยซูเปอร์โพล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้ความสำคัญต่อชุมชนและความเป็นผู้นำ เบ็ดเสร็จโพลเรื่องประชาชนคิดอย่างไรต่อบริษัทนำเมคิน พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 83.3 เห็นว่ากลุ่มบริษัทนำเมคินกำลังทำให้สังคมในแบบดั้งเดิมคือ CCTV จุดเสี่ยงควบคุมพฤติกรรมนำไปรับ สดทุกมิติเหตุ การทะเลาะวิวาท บริษัทตรงให้โรงพยาบาลที่มีผู้ป่วยจากสิ่งเหล่านี้เพื่อบริการรักษาพยาบาลได้ดีขึ้น แทนการแจกผ้าห่มในหน้าหนาวเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 80.3 จะทำกิจกรรมเพื่อสังคมอื่นๆ เช่นบริจาคให้ความรู้เพื่อสุขภาพไม่เน้นกับต่อตัวเองและผู้อื่น เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ดีและการเป็นที่ยอมรับจากประชาชน เมื่อถามว่าบริษัทนำเมคินรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นอีกหรือไม่ ส่วนใหญ่ร้อยละ 85.0 เห็นด้วย มีเพียงส่วนน้อยร้อยละ 14.1 เท่านั้นที่ไม่เห็นด้วย ทั้งนี้ ดราม่าพดลระบุว่าจากผลโพลนี้จึงน่าจะถึงเวลาที่รัฐบาลและ คณะกรรมการต่างๆ ออกมาฟ้องต่อรัฐบาลในอนาคต เพื่อลดอันตรายจากการทำการค้าบริษัทนำเมคินทุกรูปแบบ.

The screenshot shows a news website with a top navigation bar and a main content area. On the left, there is a large advertisement for a Nissan Almera car, featuring the text "รับเพิ่มบัตรกำนัลมอเตอร์เอ็กซ์โป" and a price tag of "มูลค่า 10,000.-". Below the ad is a news article titled "อาชญากรรม พลไฟเพยชช.ต้องการบริษัทนำเข้สินค้าด้วยการติดตั้ง CCTV" with a sub-headline "บริษัท 30 เมษายน พ.ศ. 2560, 21:42 น.". The article includes social media sharing buttons and a small image of a modern interior. On the right side, there is a "Top 5 ข่าวอาชญากรรม" section listing various news items with their respective dates and times. Below that is a "ข่าวในหมวดอาชญากรรม" section with a "ดูข่าวสารประจำปี 60" link. At the bottom, there is a "จ่ายแพง เป็นหนี้กันไป?" advertisement for a car and a "โปรโมชั่น ส่งท้ายปี 100% โบนัสเทรต" advertisement for XM.

The screenshot shows a news article on the Thai News website (www.dailynews.co.th) with the headline: **"ซูเปอร์โพลชี้ น้ามาต้องคืนทำไร่ไถนา แทนแจกผ้าห่ม"**. The article discusses the results of the Super Poll survey, which shows that 83.3% of respondents believe the government should return land to farmers instead of distributing blankets. The poll was conducted on May 25, 2016, with 80.4% of respondents supporting the return of land. The article also includes a photo of a man speaking at a podium and a sidebar with related news items.

ซูเปอร์โพลชี้ น้ามาต้องคืนทำไร่ไถนา แทนแจกผ้าห่ม

"สำนักวิจัยซูเปอร์โพล" เผยผลสำรวจกลุ่มบริษัท น้ามา ร้อยละ 83.3 เห็นต้องคืนทำไร่ให้สังคมคิดถึงสิ่ง CCTV แทนแจกผ้าห่มหน้าหนาวเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 80.4 เห็นด้วย ควรปรับลดขอบเขตนโยบายแจกผ้าห่มแล้ว

เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 เวลา 19.19 น.

เมื่อวันที่ 30 ก.ย. ดร. นพดล กรรณิกา สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลโพลเรื่อง ประชาชนคิดอย่างไรต่อ น้ามา น้ามา จากประชาชนทุกสาขาอาชีพ 5,407 คน ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 22 ก.ย.-29 ก.ย.60 ที่ผ่านมาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.3 มีความคิดเห็นต่อคุณ น้ามา น้ามา ว่า ควรคืนทำไร่ให้สังคมในแบบคิดถึงสังคม CCTV รุดเสียงความทุกข์ยากที่ยังคงมีมาไม่จบ คลอไปด้วยเหตุการณ์และวาระที่ บริจาคเงินไปโรงพยาบาลที่มีผู้มาจากสิ้นเหล้ามาก บริการรักษาพยาบาลได้ดียิ่งขึ้น แทนการแจกผ้าห่มเพียงหน้าหนาวเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 80.3 ระบุ หากกิจกรรมเพื่อสังคมอื่นๆ เช่น อบรมให้ความรู้ส่งเสริมสุขภาพไม่เป็นที่พอใจแล้วจะละทิ้ง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและความเป็นที่ยอมรับจากประชาชน

อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของน้ามา น้ามา ในทางลบที่ค้นพบคือ ร้อยละ 76.9 ระบุ ไม่เงินในรูปแบมแลกๆ ไปแจกบ้างที่รัฐระดับสูง เพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของพวกเขา ร้อยละ 73.5 ระบุ บริจาคเงินช่วยเหลือกิจการเมือง เพื่อหวังผลประโยชน์ทางนโยบายที่เสียประโยชน์ต่อธุรกิจของพวกเขา ร้อยละ 69.6 ระบุ มีอิทธิพลมากต่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาล และร้อยละ 68.4 ระบุ เจรจาลด เข่าถึง คุณเล็ก เข่าจนอายุต่ำกว่า 20 ปี ตามลำดับ

ที่น่าพิจารณาคือ เมื่อถามว่า "บริษัท น้ามาควรปรับลดขอบเขตนโยบายเพิ่มยื่นอีกหรือไม่" เพื่อลดอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ" พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 85.9 เห็นด้วย มีเพียงส่วนน้อยหรือร้อยละ 14.1 เท่านั้นที่ ไม่เห็นด้วย ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อถามว่า "เห็นด้วยหรือไม่ว่า บริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรปรับลดขอบเขตนโยบายเพิ่มยื่นอีกเหมือนแล้ว" พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.4 เห็นด้วย มีเพียงร้อยละ 19.6 ไม่เห็นด้วย

สิ่งที่น่าพิจารณางของฝ่ายการเมือง คือ ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 89.6 ระบุ ฝ่ายการเมืองไม่ควรรับเงินบริจาคและผลประโยชน์จาก น้ามา น้ามา เพราะ จะนำไปสู่การ โกงกิน การทุจริตเชิงนโยบายสนับสนุนธุรกิจน้ามา เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องทำลายภาพลักษณ์ของฝ่ายการเมืองและทำให้สังคมไม่ไว้วางใจในการเมืองได้

ดร. นพดล กล่าวต่อว่า ผลโพลชี้ชัดต่อสังคมกับน้ามาโพลที่ทั้งไปประเทศออสเตรเลียเมื่อเขาถามประชาชนที่ขึ้นและพบทัศนคติที่ใกล้เคียงกัน อารมณ์ได้ว่า คุณภาพความดีเด่นของประชาชนคนไทยไม่ได้ด้อยไปกว่าประเทศอื่นๆ แต่หลายครั้งมุมมองที่สังคมไทยถูกฝ่ายการเมืองและอิทธิพลผลประโยชน์ต่างๆ กดทับไว้ จึงน่าจะถึงเวลาที่รัฐบาลและ คสช. จะมีมาตรการต่างๆ ออกมาเพื่อส่งเสริมรัฐบาลอนาคตเพื่อสังคม ลดอันตรายจากการทำธุรกิจ น้ามา ทุกรูปแบบ อันเป็นยุทธศาสตร์ทางออก (Exit Strategy) คงจากอำนาจบริหารแก้ไขปัญหายุ่งยากของประเทศไทยอย่างสง่างาม.

highlight.kapook.com/news/158214

ซูเปอร์โพล เผยผลสำรวจเรื่องการโหวตเหล่า-เบียร์ มีผลกับเด็ก-เยาวชน ลอกเลียนแบบทำคาน

วันที่ 13 สิงหาคม 2560 สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เปิดเผยผลสำรวจเรื่อง โหวตซัดเหล่า ซัดเบียร์ บนโลกโซเชียล กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 1,125 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 8-12 สิงหาคม 2560 โดยร้อยละ 82.7 ระบุว่า คารา นักร้อง นักแสดง โหวตซัดพวกตนเองในทำดีซัดเหล่า ซัดเหล่า ซัดเบียร์ผ่านโลกโซเชียล

โดยที่แบ่งเป็นหัว คือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 69.7 ระบุ การโหวตภาพของคารานักร้องนักแสดง มีผลทำให้เด็กและเยาวชนลอกเลียนแบบทำตาม

ส่วนคนที่ต้องรับผิดชอบการโหวตซัดเหล่า ซัดเบียร์ ร้อยละ 47.3 เป็นบริษัทเหล่า-เบียร์ ต้องรับผิดชอบ รองลงมาคือ ร้อยละ 24.7 คารา-นักร้อง-นักแสดง ร้อยละ 11.9 เจ้าหน้าที่รัฐที่เหลือ ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ร้อยละ 9.5 เทศบาล-อินทรากรม-วิเทศธร เบ็นตัน และร้อยละ 6.6 สื่อมวลชน

ทั้งนี้ส่วนใหญ่ร้อยละ 63.8 ระบุ การที่คารา-นักร้อง-นักแสดง โหวตซัดเหล่า ซัดเบียร์ บนโลกออนไลน์เป็นการโฆษณา โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 65.0 ระบุ เจ้าหน้าที่รัฐ ควรเข้มงวดโทษปรับขึ้นสูงสุด ในขณะที่ร้อยละ 35.0 ระบุ ไม่ควรเข้มงวด

อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมจาก [dailynews](#)

dailynews.co.th/regional/594534

โพลชี้โหวตเหล่า-เบียร์บนโซเชียล สร้างนักดื่มหน้าใหม่

ซูเปอร์โพล เผยผลสำรวจพบ โหวตเหล่า เบียร์ ในโลกโซเชียล ทำให้ทุกกลุ่มอยากดื่มคานไปสัว และเกิดนักดื่มหน้าใหม่

อาทิตย์ที่ 27 สิงหาคม 2560 เวลา 13.05 น.

คำสำคัญ
ชาวซูเปอร์โพล สสำรวจ โหวตเหล่า เบียร์ โลกโซเชียล เด็ชิวส์สื่อโซเชียล

บอกต่อ : 118

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

เจตคติของประชาชนที่มีต่อสื่อโซเชียล

ผลสำรวจของซูเปอร์โพล

สมมติตั้งรับ 150 บาท ปลอก 'กู๊กู๊' ชิงเศรษฐกิจ

แนวศร เสียดพรอดลง 30 ล. ไร่รับงบได้-ไม่รับผล

พมทตามหาโชนต์ชัว หวย ปร โฉตรวมศัสสาภา

ดูทั้งหมด

ไปรษณีย์ ส่งท้ายปี 100% ไม่เสียค่าส่ง

typhoononline.com/content/29766

ข่าวบันเทิง - บทความพิเศษ - ไซย็อค - เพลง - ไลฟ์สไตล์ -

เริ่มการค้า

การค้า Litecoin ที่ได้รับประโยชน์มากที่สุด quartercore.co

สมัครรับข่าวฟรี! จากทีวีพูล

อีเมล: รหัส:

ข่าวทั่วไป ThaiPR.NET -- วันที่ 26 กันยายน 2560 16:57:01 น.
กรุงเทพฯ--26 ก.ย.--สำนักวิจัยซูเปอร์โพล

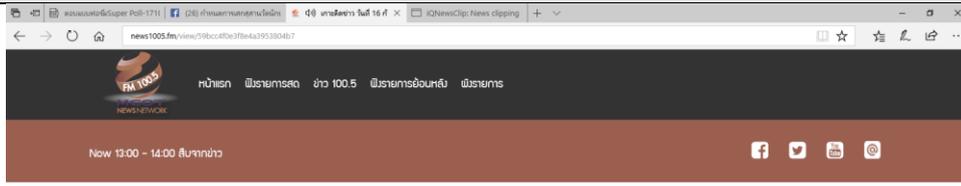
ส.ทผล การศึกษา ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีความสุขุมและความเป็นผู้นำ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เป็นผลสำรวจเรื่อง เหตุแห่งอุบัติเหตุและความตายบนท้องถนน กรณีศึกษาด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายระยะ จำนวนทั้งสิ้น 1,282 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่าง วันที่ 8 - 15 กันยายน พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา พบว่า

ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 76.4 ระบุ ชีพเริ่มมีประมาทหาเหตุสาเหตุ เหตุแห่งอุบัติเหตุและความตายบนท้องถนน รองลงมาคือร้อยละ 73.9 ระบุ เมาแล้วขับ ร้อยละ 65.7 ระบุ ใช้มือถือ ใช้โซเชียลมีเดีย ร้อยละ 61.4 ระบุ สนับสนุนกฎ และเมือง ไม่ทำตามกฎจราจร ร้อยละ 53.0 ระบุ ชนชนช่วงหน้าใบไม้หรือต้นไม้ขวางทาง ร้อยละ 49.3 ระบุ สภาพถนน การก่อสร้าง ไม่แข็งแรงแล้วรถบัส หรือรถบรรทุก ร้อยละ 41.1 ระบุ สภาพอากาศ ทัศนวิสัย ไม่ชัด คนขับ ร้อยละ 35.7 ระบุ สภาพรถไม่พร้อมใช้ ไฟท้าย ไฟหน้า ไฟชุด เบรคแตก ยางลัด ร้อยละ 31.4 ระบุ คนขับอยู่หน้า คนขับรถฝ่าฝืนเลนแล้ววิ่งเลนสวนรถ และร้อยละ 25.9 ระบุ สัญญาณไฟจราจร ไม่เป็นไปตามจราจรที่กำหนด เป็นเช่น

ผู้รายงานฯ คือ สภาการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อ หน่วยงานรัฐ และ รัฐบาล ในเรื่องป้องกันและลดอุบัติเหตุและความตายบนท้องถนน เมื่อเดือนกันยายน 10 ส.ค. พบว่า หน่วยงานรัฐได้ 4.43 คะแนน และ รัฐบาลได้ 4.61 คะแนน

ข่าวทั่วไป หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ -- วันที่ 17 กันยายน 2560 00:00:38 น.

กรุงเทพฯ * ส.ทผล การศึกษา ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีความสุขุมและความเป็นผู้นำ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เป็นผลสำรวจเรื่อง เหตุแห่งอุบัติเหตุและความตายบนท้องถนน พบว่าประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 76.4 ระบุ ชีพเริ่มมีประมาทหาเหตุสาเหตุ เหตุแห่งอุบัติเหตุและความตายบนท้องถนน รองลงมาคือร้อยละ 73.9 ระบุ เมาแล้วขับ ร้อยละ 65.7 ระบุ ใช้มือถือ ใช้โซเชียลมีเดีย ร้อยละ 61.4 ระบุ สนับสนุนกฎ และเมือง ไม่ทำตามกฎจราจร ร้อยละ 53.0 ระบุ ชนชนช่วงหน้าใบไม้หรือต้นไม้ขวางทาง ร้อยละ 49.3 ระบุ สภาพถนน การก่อสร้าง ไม่แข็งแรงแล้วรถบัส หรือรถบรรทุก ร้อยละ 41.1 ระบุ สภาพอากาศ ทัศนวิสัย ไม่ชัด คนขับ ร้อยละ 35.7 ระบุ สภาพรถไม่พร้อมใช้ ไฟท้าย ไฟหน้าไฟชุด เบรคแตก ยางลัด ร้อยละ 31.4 ระบุ คนขับอยู่หน้า คนขับรถฝ่าฝืนเลนแล้ววิ่งเลนสวนรถ และร้อยละ 25.9 ระบุ สัญญาณไฟจราจร ไม่เป็นไปตามจราจรที่กำหนด เป็นเช่น



เกาะติดข่าว วันที่ 16 กันยายน 2560 เวลา 13.30 น.

about a month ago



(13.30) นายสีหะ พัทธกุล ผู้ว่าการการนิคมอุตสาหกรรม และบริษัทผู้ให้บริการด้านพลังงานของนิคมอุตสาหกรรม โดยนำเสนอข้อมูลด้านพลังงานของนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดที่จังหวัดสมุทรสาคร ในวันที่ 16 กันยายน 2560 เวลา 08.30 น. ณ รีกทฟู้ดเฟิร์ม (พตทอานหลวง) อำเภอเมืองสงขล. โดยคุณสุวิมลคุณากรคุณอำนวยศรี และคุณสมเกียรติ. จากนั้นนายสีหะได้ดำเนินกิจกรรมการนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด โดยคุณสุวิมลคุณากรคุณอำนวยศรี และคุณสมเกียรติ ในวันที่ 19-20 กันยายน 2560 ระหว่างเวลา 09.00-16.00 น.

(13.30) นายสมชาย ชูสวัสดิ์ อธิบดีกรมการพาณิชย์ และกรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทการพาณิชย์ พ.ศ. 2560 ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 16 กันยายน 2560 ได้มีมติให้ยกเลิกการนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าจากจีนมูลค่าประมาณ 2 หมื่นล้านบาท โดยให้นำเข้าจากจีนจำนวน 1,000 บาท และมีมูลค่ารวมประมาณ 110 บาทต่อเดือน ส่วนที่มีมูลค่าต่ำกว่า 1,000 บาท จะมีการลด 20-60 บาทต่อเดือน ส่วนจากสหรัฐฯ จะเพิ่มมูลค่าจาก 3.50 บาทต่อเดือน เพิ่มเป็นมูลค่าประมาณ 700 บาทต่อเดือน 28 ดอลลาร์ต่อปี 8 บาทต่อเดือน ส่วนจากยุโรป จะเพิ่มมูลค่าจาก 3 บาทต่อเดือน เพิ่มเป็นมูลค่าประมาณ 2-20 บาทต่อเดือน ส่วนที่มาจากอินเดียจะเพิ่มเป็น 50 ดอลลาร์ต่อเดือน และมูลค่าเพิ่ม 2-10 บาทต่อเดือน ส่วนจากออสเตรเลียจะเพิ่มเป็น 60 บาท ต่อปีขึ้น 4-15 บาทต่อเดือน มูลค่าที่ต่ำกว่า 60 บาท จะปรับเพิ่มขึ้น 2-10 บาทต่อเดือน โดยอัตราใหม่จะใช้บังคับในระยะเวลา 2 ปี จากนั้นจะใช้วิธีการที่เท่าเทียมกัน 40

(13.30) พล.ท.ศานติชัย สภากาชาดไทย โดยประจักษ์จำนงค์นายแพทย์ และ นายกรังมณเฑียรณ์ นักรักษาการแพทย์ กับ 6 สำนักศูนย์นิคมอุตสาหกรรม โดยคุณสีหะได้ ซึ่งเป็นการช่วยเหลือและช่วยเหลือกันระหว่าง บริษัทผู้ผลิตและ บริษัทผู้ผลิต โดย คุณสีหะได้รายงานข่าวจากบริษัทผู้ผลิตและผู้ประกอบการต่างๆ เกี่ยวกับปัญหาของนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด

(13.30) "ซูเปอร์โพล" (SUPER POLL) ผลผลสำรวจ เรื่อง ผลของอุบัติเหตุและสถานการณ์ถนน พบ ประชาชนส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 76.4 ระบุ ขับรถเร็วประมาท หากมีป้ายเตือนอุบัติเหตุและสถานการณ์ถนน รองลงมาร้อยละ 73.9 ระบุ มาแล้วขับ ขณะที่มีผู้ขับขี่ร้อยละ 58.9 ระบุ สำหรับและเจ้าหน้าที่สื่อมวลชน ไม่เสียใจที่ได้ทำหน้าที่ ผลการประเมินความพึงพอใจของประชาชนต่อหน่วยงานรัฐ และรัฐบาล ในกาป้องกันอุบัติเหตุจราจร โดยถนน หรือหน่วยงาน 4.43 คะแนน และ รัฐบาลได้ 4.61 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10

***ติดต่อข่าวสารอื่นๆ

(13.30) ฝ่ายจัดการแข่งขันฟุตบอลยูโร "ยูโรคัพ" ครั้งที่ 17 ที่ประเทศสวีเดน มีกำหนดแข่งขันในวันที่ 16 กันยายน 2560 โดยการจัดการแข่งขันฟุตบอลยูโรคัพครั้งนี้มีทีมจาก 16 ประเทศเข้าร่วมการแข่งขัน โดยทีมจากประเทศไทยจะเข้าร่วมการแข่งขันในวันที่ 19-20 กันยายน 2560 โดยทีมจากประเทศไทยจะเข้าร่วมการแข่งขันในวันที่ 19-20 กันยายน 2560 โดยทีมจากประเทศไทยจะเข้าร่วมการแข่งขันในวันที่ 19-20 กันยายน 2560



News Update

- 13:27น. ติ๊กต๊อกเป็นสัญญาณเตรียมยิงจรวด 3-5 นาที จำนวน
- 13:14น. กอ.นเรศวรมีธีรฯ ย่อยเป็นเครื่องรับย่อยส่วนบนระ-
- 13:13น. กอ.นเรศวรมีธีรฯ ย่อยเป็นความเรียงจำนวนความสวด
- 12:50น. ผู้ว่า กนก ส.จ.น.ป.รับผู้พิทักษ์ 2 ทีมบนเส้นทาง
- 12:30น. สมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี เค็ซังโยนไทย ร่วมงานระ-
- 12:21น. ปก.นเรศวรมีธีรฯ 19 จังหวัดเชิงรุกกับป่าทิว ระเบิดได้
- 11:26น. ชาวกรรณดุณเมืองธำรงค์ 62 ปี โทษสงครามโลกที่ 9



← → ↻ 📍 midkha.com/31224 📄 ☆ 🌙 📄 📄

มิตรข่าว

midkha.com ข่าวสั้นๆ ข่าวใหญ่ๆ ข่าวเด็ด

🔍 ทุบตอก นิตยสารเมือง ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าวสังคม ข่าวต่างประเทศ

มิตรข่าวเมือง > ทุบตอกนิตยสาร นิตยสารเมือง ข่าวสังคม ข่าวต่างประเทศ

'ซูเปอร์โพล' ชี้บ้านเราต้องคืนกำไรสังคม แกมแจกผ้าห่ม

30 ธันวาคม 2017

21 0

share tweet share



เมื่อวันที่ 30 ธ.ค. ดร. นพดล กรรณิกา สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เอ็ดมอนด์ทอฟส์นเบิร์ก ประธานเครือข่ายเพื่อสังคม ชี้ว่า จากผลสำรวจความคิดเห็นประชาชน 5,407 คน ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 22 ก.ค.-29 ก.ย. 60 ที่ผ่านมา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.3 มีความคิดเห็นต่อกลุ่มคนที่มีอำนาจว่า ต้องคืนกำไรให้สังคมและมีแบบตีสักตึง CCTV จุดเสี่ยงควบคุมพฤติกรรมคนรับชมมาใหม่ สนับสนุนสังคม การลดภาษีอากร บริจาคทรัพย์สินให้โรงพยาบาลที่มีผู้ป่วยจากสังคมชนบท บริหารรักษาพยาบาลได้ดียิ่งขึ้น เน้นการแจกผ้าห่มเพื่อคนไร้บ้านหรือคนยากจน ร้อยละ 80.3 ระบุ หน้าที่ของคนที่สังคมมีอยู่ เช่น ข้าราชการให้ควมสุจริตเพื่อลดการทุจริตที่เป็นภัยต่อสังคมและรัฐ ชี้เห็นความสำคัญด้านความซื่อสัตย์ โปร่งใสและยุติธรรมต่อสังคมและประชาชน

อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของผู้นำ ในภาคธุรกิจและสังคม ร้อยละ 76.9 ระบุ ให้นำเงินไปช่วยเหลือสังคม เพื่อลดปัญหาความยากจน และลดปัญหาสังคม ปัญหาสังคมของประเทศไทย ร้อยละ 73.5 ระบุ บริจาคเงินช่วยเหลือสังคมหรือการเมือง เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่ยังประสบปัญหาสังคมของประเทศไทย ร้อยละ 69.6 ระบุ มีสิทธิลงนามออกบัตรคนจนหรือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ร้อยละ 68.4 ระบุ แจกผ้าห่ม เสื้อผ้า คุกกี้ ขนม อาหารช่วยเหลือผู้ด้อยกว่า 20 ปี ตามลำดับ

ทั้งนี้พิจารณาถึง เมื่อถามว่า "บริษัท" นำภาคธุรกิจหรือสังคมเห็นเป็นอีกวิธีหนึ่ง เพื่อลดปัญหาความยากจนอย่างไร เช่น แจกผ้าห่ม และแจกข้าว และแจกของดีต่างๆ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 85.9 เห็นด้วย มีเพียงส่วนน้อยหรือร้อยละ 14.1 เท่านั้น ไม่เห็นด้วย ซึ่งต่ำกว่าเมื่อถามว่า "ได้ผ้าห่มหรือไม่" บริษัทคนค้า เช่นเดียวกับ และแจกของดีแล้ว หรือเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับบริษัท พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.4 เห็นด้วย มีเพียงร้อยละ 19.6 ไม่เห็นด้วย

สิ่งที่พิจารณาต่อฝ่ายการเมือง คือ ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 89.6 ระบุ ฝ่ายการเมืองไม่ควรมีเงินบริจาคช่วยเหลือประชาชน โดยเฉพาะ บริษัท นำมา เพราะ จะนำไปสู่การ โกงกัน การทุจริตหรือผลประโยชน์ของผู้ที่นำมา เป็นสิทธิไม่ถูกต้อง หากขายภาพลักษณ์หรือการเมืองแล้วทำให้สังคมไม่ได้รับความยุติธรรม

ดร. นพดล กล่าวต่อว่า ผลโพลนี้สอดคล้องกับผลโพลที่ทำไปประเทศอิตาลีเมื่อถามประชาชนในแง่ของทัศนคติที่ใกล้เคียงกับ อาเซียนได้ว่า คุณภาพด้านชีวิตของประชาชนในไทยได้ด้อยกว่าประเทศอื่นๆ แต่หลายครั้ง หมอของที่นี่ของคนที่ถูกฆ่าตายแล้วหรือชีวิตของคนที่โดนฆ่าตาย คนที่ไร้ใจในยามเวลาหรือความตาย คนที่มีอาการทางจิต ออกจากห้องหรือถูกคนคนละที่สังคม คนที่โดนขโมยจากการลักลอบค้าของผิดกฎหมาย หรือขโมยของผิดกฎหมาย (Exit Strategy) ลงจากบ้านหรือบริษัทที่โดนยึดทำให้ถูกขโมยไปหรือขโมยไปจากบ้าน

ที่มาของเนื้อหา : www.dailynews.co.th

0 Comments

Sort by | Oldest

บัตรการเมือง

- โปแลนด์ สตีป ชอว์ ก.ม.พรรค 21 ธ.ค. ชีตส์ โทนาซี ก่อปฏิรูป [ดูเพิ่มเติม](#)
- จัตุรา 'สุทธ' โปแลนด์ พม สมช ยักษ์ใหม่ พรรคเก่า 10 โปแลนด์หรือสมาชิกร [ดูเพิ่มเติม](#)
- 'โกลด์' ส่ว 'กรมป่าสงวนแห่งชาติ' ในงานเข้าประชุม [ดูเพิ่มเติม](#)
- 'โกลด์' หรือคุณชิน ปัดคนในชุมชนในถิ่นที่ติดประเทศ ย่างที่ไทย-จีน ลาว [ดูเพิ่มเติม](#)
- เบลีอปลง ยักษ์คนในชุมชนความ ความรู้ในและอิทธิพลที่น่า่าเข้าชื่อ [ดูเพิ่มเติม](#)

เรื่องน่าใหม่

- โปแลนด์ สตีป ชอว์ ก.ม.พรรค 21 ธ.ค. ชีตส์ โทนาซี ก่อปฏิรูป [ดูเพิ่มเติม](#)
- จัตุรา 'สุทธ' โปแลนด์ พม สมช ยักษ์ใหม่ พรรคเก่า 10 โปแลนด์หรือสมาชิกร [ดูเพิ่มเติม](#)
- คุก 63 ปีคือระบอบประชาธิปไตย [ดูเพิ่มเติม](#)
- รัฐบาลสหรัฐให้สัตยาบัน ปฏิรูปภาษี [ดูเพิ่มเติม](#)
- 'รางวัลดีเยี่ยม' จากงานศิลปะในทางปฏิบัติ [ดูเพิ่มเติม](#)

nationtv/primary/content/378583136

ทุกสภามหาชว ISI คือตัวจริง
วันจันทร์ ที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2560

Nation

ข่าว รายการทีวี คลิปวิดีโอ เจาะประเด็นร้อน พังรายการ คลิปเด็ด OK Nation อื่นๆ

LIVE

"ซูเปอร์โพล"เผยประชาชนมองเหล่าเบียร์มีโทษมากกว่าประโยชน์ ออกกฎหมายเข้มควบคุมการดื่ม



www.nationtv.tv

แชร์ 45

f

t

g+

ปรับขนาดตัวอักษร

18 พ.ย.60 ดร.สุวภัท นรรตีกา ผู้อำนวยการสำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เผยผลสำรวจทัศนคติของประชาชนไทยต่อเบียร์

เรื่อง คนไทย ก้ม นำมาเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนต่อเบียร์หรือแอลกอฮอล์ โดยสำรวจจากกลุ่ม เหล้า เบียร์ พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 76.4 ระบุ มีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า ในขณะที่ร้อยละ 19.3 ระบุ พอๆ กัน และร้อยละ 4.3 ระบุ มีประโยชน์ต่อสังคมไทยมากกว่า นอกจากนี้ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 84.2 เห็นว่าอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่าง ๆ คือ การบาดเจ็บ พิการ ความเสียหายต่อชื่อเสียง ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การฉ้อโกง การฉ้อโกงทางเพศ ในขณะที่เพียงร้อยละ 3.2 เท่านั้นที่ เห็นด้วยน้อยถึงไม่เห็นด้วยเลยและร้อยละ 12.6 ไม่มีความเห็น

เมื่อถามถึงมาตรการควบคุมปัญหาจากสุราที่จำเป็น พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 77.1 ระบุห้ามขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ รองลงมาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 73.8 ห้ามขายเหล้า รอบสถาบันการศึกษาห่างจากรั้ว 300 เมตร หรือ 500 เมตร และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70.7 เห็นว่าควรริบถอนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีส่วนผสมของยาเสพติด และริบถอนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีส่วนผสมของยาเสพติดทุกชนิด ซึ่งร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องมีกฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากสุราที่จำเป็น เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ทุกชนิด แต่ที่จำเป็นเร่งด่วน คือ เทศกาลหรือวันหยุดดื่มเหล้า เบียร์ มากสุดได้แก่ ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 35.0 สงกรานต์ ร้อยละ 27.6 ลอยกระทง ร้อยละ 8.0 วันสงกรานต์ ร้อยละ 7.7 ออกพรรษา ร้อยละ 5.5 เข้าพรรษา ร้อยละ 4.4 หอการค้า ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 20.6 ระบุอื่นๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ งานบวช งานแต่งงาน เป็นต้น

บริการช่วยเหลือ 02-238-2000 กด 3

สมัครสมาชิก

กดคลิกรับข่าว SMS

กดคลิก!

แชร์ 45

f

t

g+

ข่าวคุณภาพชีวิตยอดเยี่ยม

โปรซอฟต์

รับรางวัล "ยอดเยี่ยม" จากเวทีประกวดนวัตกรรมแห่งชาติ

คลิกเพื่อดูข่าว

17 ส.ค. 2560

คลิกเพื่อดูข่าว

เดลินิวส์ ครบรอบ 40 ปี Daily News (Mid-Day) Circulation: 810,000 A4 Rate: 2,200	Section: First Section/กทล.-ภูมิภาค-ปกครองท้องถิ่น วันที่: อังคาร 21 พฤศจิกายน 2560	หน้า: 15(บนซ้าย) PRValue (x3): 194,106	คลิป: ลีลี
	ปีที่: - ฉบับที่: 24876	Ad Value: 64,702	
	Col.Inch: 29.41 Col.ลิ้น: 29.41	PRValue (x3): 194,106	
	คอลัมน์: เดินหน้าเสียวซ้าย: ตรวจสอบรถออกออสัญจรยามเมื่อเกิดอุบัติเหตุ		



ตรวจแอลกอฮอล์ทุกรายเมื่อเกิดอุบัติเหตุ

กม.ปกครองท้องถิ่นเขตบางนาในระ 1.5 หมื่นราย คบ.ตร.เตรียมออกคำสั่งให้ ตร.ต้องตรวจหาแอลกอฮอล์ทุกรายเมื่อเกิด อุบัติเหตุ คำสั่งใช้บังคับใหม่ มีผล สืบตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม และบรรเทา สาธารณภัย จัดแถลงข่าวร่วมกับเจ้ากรมระดับ ชชาติ เรื่องความปลอดภัยทางถนน ครั้งที่ 13 ลงทุนเพื่อความปลอดภัยทางถนนเพื่อชีวิต คุณ ชยพล ชิตศักดิ์ อธิบดีกรมป้องกันและบรรเทา สาธารณภัย และกรมการขนส่งทางบกชี้แจง ความปลอดภัยทางถนน (ศปถ.) กล่าวไว้ จาก ข้อมูลในรณดบัตร ปี 2560 พบมีผู้เสียชีวิตจาก อุบัติเหตุทางถนน 16,458 ราย มีผู้พิการที่เป็น แผลอุบัติเหตุทางถนนกว่า 6,000 ราย หรือ ทุก ๆ วันจะมี 42 ครอบครัวสูญเสียสมาชิก และ อีก 16 ครอบครัวต้องเริ่มภาระเลี้ยงดูผู้พิการแ ละ อุบัติเหตุทางถนน สิ่งลดระดับต่อเศรษฐกิจ ภายในประเทศรวมทั้ง 2 แสนล้านบาทต่อปี

เห็นว่ารัฐควรลงทุนแก้ไขในจุดเกิดอุบัติเหตุ ซ้ำซาก เป็นหน้าที่ของกระทรวงคมนาคมที่ควร จัดตั้งสถาบันวิจัยความปลอดภัยทางถนน เพื่อ ทำศึกษาวิจัยพื้นที่เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุทาง ถนน อุทยานมิตร กัมพูชา ผู้อำนวยการ สังกัดงานเครือข่ายแอลกอฮอล์ (ศอ.) บอกว่า ที่ประชุม ศปถ. ครั้งที่ 9 ประจำปี 2560 พ.ศ.อ.เอราวัณ ดิมสังกัส หัวหน้าคณะกรรมกร การจราจร กรมการขนส่งทางบก ในภาพรวม พ.ร.บ.จราจร ปี 2522 ในฐานะผู้แทนสังกัดงาน ตำรวจแห่งชาติ ได้เสนอต่อที่ประชุม ว่า ใน การบังคับใช้กฎหมายป้องกันอุบัติเหตุอย่างเข้ม ชัด สังกัดงานตำรวจแห่งชาติ จะออกคำสั่ง ให้ให้เจ้าพนักงานทั่วประเทศ ต้องตรวจปริมาณ แอลกอฮอล์สุราเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางถนน โดยใช้ ทั้งเครื่องเป่าและตรวจเลือดในสถานพยาบาล ใกล้ที่เกิดเหตุ หากไม่ปฏิบัติตามถือว่าละเว้นจาก หน้าที่

ศ.บ.พลต. กรมการฯ ผู้อำนวยการสำนัก วิจัย ซูเปอร์โพล บอมนิสิตาบันวิจัยความสุข ชุมชนและความเป็นอยู่ เป็นผลสำรวจเรื่อง อุบัติเหตุทางถนนเป็นเรื่องของใคร สักร่างใน เดือนตุลาคม 2560 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,190 ตัวอย่าง จาก 16 จังหวัด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 76.7 เคยประสบเหตุทางถนนด้วยตัวเอง ร้อยละ 91.4 เชื่อว่าเป็นเรื่องที่ต้องขยายให้ทางวิทยาศาสตร์ ที่มีปัจจัยด้านสภาพถนน สภาพแวดล้อมและ พฤติกรรมคนขับ ขณะที่ร้อยละ 32.1 เชื่อว่า เป็นเรื่องของกรมธรรม ทั้งนี้จากผลสำรวจเมื่อ ปี 2522 พบไทยส่วนใหญ่เชื่อว่าอุบัติเหตุเป็นเรื่อง เรวกรรม นอกจากรณีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 96.6

ที่ผ่านมาข้อมูลกฎหมายเปิดช่องให้การ ตรวจแอลกอฮอล์ในที่เกิดเหตุให้อยู่ในดุลพินิจ ของตำรวจ ทำให้สถานพยาบาลไม่สามารถตรวจ แอลกอฮอล์ได้ เพราะไม่มีที่สิ่งตรวจเจ้าหน้าที่งาน อนามัยในกำกับปิดตรวจของตำรวจและเลขา การตรวจแอลกอฮอล์กับผู้ต้องขังตาม เน้นนาม ท้าให้ที่ผ่านมามีไม่มีการตรวจแอลกอฮอล์ไป ประกอบคดีในชั้นศาล ผู้ต้องขังส่วนใหญ่จึงไม่ ใ้รับโทษมาแล้วจับ ภาครัฐควรตำรวจแห่งชาติ ก่อนแยกคดีใหม่ ที่จะถึงนี้.

เดลินิวส์ <small>Daily News Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200</small>	Section: First Section/ภาพ-ข่าวสังคม วันที่: จันทร์ 20 พฤศจิกายน 2560 ปีที่: - ฉบับที่: 24875 หน้า: 5(กลาง) Col.Inch: 98.68 Ad Value: 217,096 PRValue (x3): 651,288	คลิป: ลีลี
	คอลัมน์: คนหน้า 5	



หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ ฉบับประจำวันจันทร์ที่ 20 พฤศจิกายน พุทธศักราช 2560.....☺ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จฯ พระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จ.ปทุมธานี.....☺ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี เสด็จพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน.....☺ ไม่รู้อะไร "บิกคิว" กล่าวตบตบให้ทุกคนรอยลโฉมหน้า **กรมชุดใหม่** ในเดือนหน้า แตกต่างจากอดีตเมื่อตัดสินใจปรับแล้ว ต้องจบ เพื่อไม่ให้เกิดแรงกระเพื่อม.....☺ แต่ที่แน่ ๆ "บิกป้อม" และ "บิกปอก" ยังอยู่ในที่ตั้ง ไม่มีใครแซะให้หลุดจากเก้าอี้เดิม ขณะที่ เพ็ญชี ของ นายกรัฐมนตรี กระเด็นกระดอนไปตามสภาพการณ์.....☺ พร้อมกันนี้ นายกรัฐมนตรี ช่วยดับข่าวลือที่พยายามแซะเก้าอี้ "บิกแป๊ะ" โดยเชียร์ให้ขึ้นชั้นเป็น เสนาบดี โอ..!! นั่งตำแหน่ง ผบ.ตร. ประเทศไทยแค่ 1 เดือน ดีกว่าเป็นรัฐมนตรี 1 ปีเสียอีก.....☺ ถือเป็นความวางเดิมพันทางการเมือง สมคิด จาคูศรีพิทักษ์ ประกาศในมานลัมมนาไทยแลนด์ 2018 เมื่อวันก่อน จะทำให้ คนจน หมดไปจากประเทศไทยภายในปี 2561 คงตั้งใจสร้าง แรงเหวี่ยง ไปถึงการเลือกตั้ง.....☺ วิธีการเริ่มจากให้ คลัง พาณิชย์ มหาดไทย และ ธ.ก.ส. ออกมาตรการกระจายเงินไปยัง ชุมชน โดยเฉพาะเงินสะสมของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีอยู่ 2 แสนล้าน.....☺ ในทางการเมืองอาจได้ผล แต่คงไม่ยั่งยืนในทางเศรษฐกิจ เพราะทำให้ดู ร่ำรวยรูดาว ได้ไม่กี่เดือน ครัวเรือนที่ยังไม่รุ่งพัฒนา คนจน ให้รู้จักบริหาร ทรัพย์สิน และ โอกาส ของตัวเอง.....☺ แล้วต้องระวังผลข้างเคียง จากการทุ่มเงินหลวง ลงไป เพราะมักจะไหลจากมือ คนจน ไปอยู่ในกระเป๋า คนรวย มาก กลายเป็นการสร้าง ความเหลื่อมล้ำทางชนชั้น เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ.....☺ อันที่จริงควรเร่งพัฒนา คนจน 11.4 ล้าน

ราย เป็นกลุ่มแรก เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถ จนยืนได้ด้วยลำแข้งตัวเอง ถ้าใครไม่ร่วมมือ ปิหนาก็ ห้ามรับ สวัสดิการแห่งรัฐ.....☺ **เอาเถอะ..!!** ได้ชื่อว่า "สมคิด" และพยายาม "คิด" ก็อยากให้กำลังใจ เพราะโอกาสต่อไปในภายภาคหน้า อาจได้กลับมา เป็นใหญ่ กว่านี้.....☺ **แล้วนี่..!!** ไม่รู้จะเถียงไป ทำไม..?? จากกรณี องค์กร

อนามัยโลก แกลงสถานการณ์ ความปลอดภัย ทางถนนของไทย เตรียมรับมือแชมป์ อันตราย ที่สุดในโลก เนื่องจากมี ผู้เสียชีวิต จาก อุบัติเหตุทางรถยนต์สูงเป็น อันดับ 1 แข่งหน้า ลิเบีย ไปนัม ๗

.....๕ เมื่อเป็นคำเตือน บรรดา หน่วยราชการ ทั้งปวงก็ควร น้อมรับ และรีบ แก้ไข อย่าแก้ตัวข้าง ๆ คู ๆ หรือโทษประชาชนโง่เง่า “เผือก” ไปชั้นรถชนกันตายเอง.....๕ ในรอบปี 2560 เวิร์ชต์เคลิ นิวส์ ร่วมกับ มูลนิธิเมาไม่ขับ และพันธมิตรรณรงค์ลดอุบัติเหตุการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนถนน ประเภท “ตายคาที่” โดยเฉลี่ยแต่ละวัน 87 ศพ เทียบกับปีก่อนแค่ 26 ศพ เพิ่มขึ้น 42 เปอร์เซนต์.....๕ หากวิเคราะห์เพื่อทำเป็นบทสรุปความล้มเหลว ส่วนหนึ่งเป็นเพราะ ฝ่ายรัฐ เหลวไหล ไม่บังคับใช้กฎหมายจริงจัง จึงบ่มเพาะ นิสัย ทำให้ ประชาชนไม่เคารพกฎแห่งความปลอดภัย.....๕ ที่เห็นดำตา เส้น ทางสายพิเศษติดป้ายห้ามเกิน 80 กิโลเมตร แต่อนุโลมให้วิ่งได้ 120 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เท่ากับส่งเสริมให้ประชาชน ละเมิด เครื่องหมาย จราจรจน คิดนิสัย.....๕ ถ้าอนุญาติให้วิ่งเร็ว 120 กิโลเมตร ก็ติด ป้าย 120 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ไปเลย ถ้าเกินกว่าที่กำหนด จับหมด ไม่เว้นหน้าอินทรีหน้าพรหม.....๕ ย้อ!! อยากให้ กรมทางหลวง เอาเวลาที่มีอยู่ไปเปลี่ยน ป้ายกำกับความเร็ว ตามเส้นทางสายพิเศษ ให้ตรงกับ ความเป็นจริง ดีกว่าตีปีกตอบโต้ องค์การอนามัย

โลก.....๕ ผลสำรวจจาก ซูเปอร์โพล โดย ดร.นพดล กรรณิกา ในประเด็น “คนไทยกับน้ำเมา” ผลปรากฏว่า 76.4 เปอร์เซนต์ รู้ และ ยอมรับ ว่า ก่อให้เกิดโทษแก่สังคม และอีก 84.2 เปอร์เซนต์ ในประเด็น “คนไทยกับน้ำเมา” ผลปรากฏว่า 76.4 เปอร์เซนต์ รู้ และ ยอมรับ ว่า ก่อให้เกิดโทษแก่สังคม และอีก 84.2 เปอร์เซนต์ เชื่อว่าเป็น ต้นตอ ทำให้เกิดอุบัติเหตุเจ็บตาย.....๕ จึงนำเรื่องราวตรง ที่!! ทุกคน รู้ทั้งรู้ รวมถึงคนระดับ แพทย์ ก็รู้แต่ยังดื่มและไปก่อ เหตุุบัติรถชนและทับ รปภ. แทบปางตาย สะท้อนให้เห็นถึง ความ เหลวไหล ของสังคมไทยในภาพรวม.....๕ ข้อมูลน่าสนใจจาก เลขานุการ ก.ส.ด. มนุษย์เงินเดือนเข้าร่วม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 2.39 ล้านคน แต่กว่าครึ่งสะสมเงินได้แค่ 1 ล้าน ไม่เพียงพอในการ

ดูแลตัวเองในวัยเกษียณซึ่งอยู่ที่ 8 ล้านบาท.....๕ แน่นนอน!! ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุ รัฐบาลไม่มีงบดูแลเพียงพอ จำต้องพึ่งตนเอง ครั้นจะให้ สะสมเงิน เข้ากองทุนมากกว่าเดิม โทษที!! ทุกวันนี้หาได้ก็แทบไม่พอ ยาใส่ อยู่แล้ว.....๕ ฉะนั้นต้องคิดหาทางออกแบบ สุขุมาน โดย สร้างงาน รองรับ ผู้สูงอายุ เพื่อให้มีรายได้เสริม ดีกว่าหวังพึ่งพิง เงินกองทุน เพียงทางเดียว.....๕ รัฐบาลแก้ ปัญหา ยางพารา ราคาตกต่ำไม่สืบหน้า เห็น ประชาธิปัตย์ ออกมาช่วยเรียกร้อง แต่อยู่ในสภาพ กล้า ๆ กลัว ๆ.....๕ โครงการเอา ยางพารา ไป ทำถนน แทน ยางมะตอย ได้ยื่นพูดมานานแล้วแต่ ไม่ขยับ บอกได้แต่.....๕ ไม่มีใครตั้งใจแก้ปัญหาจริงจัง.....๕ เอาอย่างนี้ไหม?? มีคนเสนอให้ สลับ แก้ว ระหว่าง ผอ.กองสลาก กับ รมว.เกษตรฯ เพราะคนหนึ่งทำให้ ของแพง ส่วนอีกคนทำให้ ของ ถูก เชื่อว่าจะเป็นผลดีทั้ง ราคาขาย และ ราคาขาย.....๕ ชักเกรงจะเป็นศึกศักดิ์ศรีระหว่าง ตำรวจ กับ กระทรวงยุติธรรม กรณี ครูจอมทรัพย์ ร้องขอซื้อที่ดินชื้อรถชนคนตายแต่ท้ายสุดศาลไม่รับ.....๕ มีที่ไหน!! อยู่ ๆ หนุมใหญ่ อ่างเป็น คนเลี้ยงควาย จาก สกลนคร ไร่ข้ามจังหวัดเข้าแจ้งความที่ สก.นครพนม เพื่อให้ดำเนินคดีฝ่ายของ ครูจอมทรัพย์ ซึ่งในนี้อาจมี เจ้าหน่าที่ กระทรวงยุติธรรม รวมอยู่ด้วย.....๕ การอ้างตัวเป็น คนเลี้ยงควาย น่าจะต้องการประชดและทำให้คดี “เอาคืน” นำ ติดตามเหมือนตอนที่ ตำรวจ โดนถล่มและว่า จับแพะ.....๕ แปลกๆ!! กับวิธีปราบ ทุจริต ของ รัฐบาลชาอุฯ เริ่มจากกวาดจับ ผู้ต้องสงสัย มาขังไว้ในโรงแรม 208 คน พร้อมกับตั้งคณะกรรมการ สอบสวน.....๕ ในระหว่างนี้ ผู้ต้องสงสัย รายไหนเกิดอาการ จิตตก และยอมมอบ ทรัพย์สิน 70 เปอร์เซนต์ ให้กับรัฐบาล ก็จะมีข้อกล่าวหาทันที.....๕ ดูแล้วไม่น่าใช่ การปราบทุจริต แต่เป็นวิธี หาเงิน แก้อาการกระเบาอีก ลดการขาดดุลงบประมาณ หรือมุ่ง กำจัดศัตรูทางการเมือง.....๕

ต้นเสมอโคม

มติชน	Section: First Section/-			
	วันที่: อาทิตย์ 19 พฤศจิกายน 2560	ฉบับที่: 14497	หน้า: 12(ล่างขวา)	ศิลปิน: ชาว-ต้า
Market: Circulation: 950,000 A4 Size: 1,100	ปีที่: 40	Col.Inch: 10.75	Ad Value: 11,825	PRValue (x3): 35,475
หัวข้อข่าว: โพลหนุนใช้กม.คุมเหล้า-เบียร์				

โพลหนุนใช้กม.คุมเหล้า-เบียร์

เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน ผู้สื่อข่าวรายงานว่า สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เอ็ดมอนด์สัรวจระจะราชานุกุลสาขาอาชีพจำนวนทั้งสิ้น 2,218 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1-17 พฤศจิกายน 2560 ในหัวข้อคนไทยกับน้ำเมา พบว่าเมื่อถามถึงทัศนคติของคนไทยต่อประโยชน์หรือโทษจากการดื่ม เหล้า เบียร์ พบว่าร้อยละ 76.4 ระบุ มีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า ร้อยละ 19.3 ระบุ พอๆ กัน ที่น่าพิจารณาส่งส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมากที่สุดว่าอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่างๆ คือ การบาดเจ็บ พิการ ความตายจากอุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การสวมสามล้อคางคกทางเพศ สัมมาคารการควบคุมปัญหาจากสุรกีจน้ำเมาพบว่า ร้อยละ 77.1 ระบุห้ามขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ ร้อยละ 73.8 ห้ามขายเหล้ารอบสถานการศึกษา ห่างจากรั้ว 300 เมตร หรือ 500 เมตร ร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามเจ้าหน้าที่รัฐรับผลประโยชน์เป็นที่ปรึกษาบริษัท น้ำเมาและบริษัทในเครือทุกชนิด ร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากน้ำเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ทุกชนิด

<p>เดลินิวส์</p> <p>Baily News Circulation: 810,000 Ad Rate: 1,350</p>	<p>Section: First Section/-</p>		
	<p>วันที่: อาทิตย์ 19 พฤศจิกายน 2560</p> <p>ปีที่: - ฉบับที่: 24874</p> <p>หน้า: 9(บน)</p>	<p>Col.Inch: 13.73</p> <p>Ad Value: 18,535.50</p> <p>คอลัมน์: เดลินิวส์ก่อนขึ้นแท่น: หนูนุ้ใช้กฎหมายคุ้มหน้าเมา</p>	<p>PRValue (x3): 55,608.50</p> <p>ศิลปิน: ชาว-ต้า</p>

เดลินิวส์ ก่อนขึ้นแท่น

●หนูนุ้ใช้กฎหมายคุ้มหน้าเมา
เมื่อ วันที่ 18 พ.ย. สภ.กวีจ้อยซูเปอร์โพล เปิดผลสำรวจเรื่องคนไทยกับหน้าเมา

สำรวจจากประชาชนทุกสาขาอาชีพจำนวนทั้งสิ้น 2,218 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1-17 พ.ย. ที่ผ่านมามีผลออกมาถึงทัศนคติของชาวไทยต่อโซเชียลมีเดียหรือโซเชียลมีเดีย เบียร์พบว่าร้อยละ 76.4 ระบุ มีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า ร้อยละ 19.3 ระบุ พอ ๆ คับ ที่ไม่พิจารณาส่วนใหญ่ร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมากที่สุดว่าอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ในด้านต่าง ๆ คือ การบาดเจ็บ พิกัด ความตาย จากอุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การฉ้อโกงการพนันทางเพศ เมื่อถามถึงมาตรการควบคุมปัญหาจากธุรกิจหน้าเมาพบว่าร้อยละ 77.1 ระบุกั้นหน้าเมา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบาร์ใหญ่ ร้อยละ 73.8 กั้นชายเหล้า รอบสถานบริการศึกษา ห่างจากรั้ว 300 เมตรหรือ 500 เมตร ร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามจำหน่ายที่รัฐรับผลประโยชน์เป็นที่ยกขานวิธีหน้าเมาและบริษัทในเครือทุกชนิด ร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากหน้าเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ทุกชนิด เมื่อถามถึงเทศบาลที่คนไทยดื่มเหล้า เบียร์ มากสุดได้แก่ ร้อยละ 35 ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 27.6 เทศกาลสงกรานต์ ร้อยละ 8 เทศกาลออกพรรษา.

ไทยโพสต์ Thai Post Circulation: 850,000 Ad Rate: 850	Section: First Section/ข่าวต่อหน้าหนึ่ง วันที่: อาทิตย์ 19 พฤศจิกายน 2560 ปีที่: 22 ฉบับที่: 7881 หน้า: 10(ขวา)		
	Col.Inch: 21.12 Ad Value: 17,952 PRValue (x3): 53,856	คลิป: ชาว-คำ หัวข้อข่าว: ทศนคติคนไทยเหล่านี้ไทยแต่เทศกาลต้องชด	

ทศนคติคนไทยเหล่านี้ไทยแต่เทศกาลต้องชด

กรุงเทพฯ • ดร.พอล กรรณิกา ผู้อำนวยการสำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลสำรวจ เรื่องคนไทยกับน้ำเมา กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 2,218 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1-17 พฤศจิกายน พ.ศ.2560 ที่ผ่านมา

เมื่อถามถึงทัศนคติของคนไทยต่อประโยชน์หรือโทษต่อสังคมไทยจากการดื่มเหล้า เบียร์ พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 75.4 ระบุมีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า ในขณะที่ร้อยละ 19.0 ระบุพอๆ กัน และร้อยละ 4.0 ระบุมีประโยชน์ต่อสังคมไทยมากกว่า

ที่น่าสนใจจากรายชื่อ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมากที่สุดถึงมากที่สุดว่า อันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่างๆ คือ การบาดเจ็บ พิการ ความตายจากอุบัติเหตุ ความรุนแรง ภัยสุขภาพ การทะเลาะวิวาท การสวนสนมคุกคามทางเพศ ในขณะที่เพียงร้อยละ 5.2 เท่านั้นที่เห็นด้วยน้อยถึงไม่เห็นด้วยเลย และร้อยละ 12.8 ไม่มีความเห็น

เมื่อถามถึงมาตรการควบคุมปัญหาจากธุรกิจน้ำเมา พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 77.1 ระบุห้ามขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระ ใหญ่ รองลงมาคือส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70.8 ห้ามขายเหล้าอบสถานประกอบการ ห้างจากรั้ว 300 เมตร หรือ 500 เมตร และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามจำหน่ายที่รัฐรับผลประโยชน์เป็นทรัพย์สินของบริษัทน้ำเมาและบริษัทในเครือทุกชนิด โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากน้ำเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ทุกชนิด

แต่ที่น่าสนใจคือ เทศกาลที่คนไทยดื่มเหล้า เบียร์ มากสุด ได้แก่ ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 35.0, สงกรานต์ ร้อยละ 27.8, ลอยกระทง ร้อยละ 8.0, วาเลนไทน์ ร้อยละ 7.7, ออกพรรษา ร้อยละ 5.5, เข้าพรรษา ร้อยละ 4.4, หอจดป้า ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 20.6 ระบุอื่นๆ เช่น วันบ็อง งานบวช งานแต่ง เป็นต้น

มติชน กรอบบ่าย Msdokoo (Mid-Day) Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,100	Section: First Section/- วันที่: จันทร์ 20 พฤศจิกายน 2560 ปีที่: 40 ฉบับที่: 14498 Col.Inch: 11.76 Ad Value: 12,936 หัวข้อข่าว: โพลหนุนใช้กม.คุมเหล้า-เบียร์	หน้า: 12(ล่างซ้าย) PRValue (x3): 38,808	ศิลปิน: ชาว-ค้า
	(Additional information or details)		

โพลหนุนใช้กม.คุมเหล้า-เบียร์

เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน ผู้สื่อข่าวรายงานว่า สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดเผยผลสำรวจประชาชนทุกสาขาอาชีพจำนวนทั้งสิ้น 2,218 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1-17 พฤศจิกายน 2560 ในหัวข้อคนไทยกับน้ำเมา พบว่าเมื่อถามถึงทัศนคติของคนไทยต่อประโชยน์หรือโทษจากการดื่ม เหล้า เบียร์ พบว่า ร้อยละ 76.4 ระบุมีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า ร้อยละ 19.3 ระบุพอๆ กัน ที่น่าพิจารณาคือส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมากที่สุดว่าอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่างๆ คือ การบาดเจ็บ พิการ ความตายจากอุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การฉวยโอกาส ความทางเพศ ส่วนมาตรการควบคุมปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยผู้ใหญ่ ร้อยละ 77.1 ระบุห้ามขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยผู้ใหญ่ ร้อยละ 73.8 ห้ามขายเหล้ารอบสถานการศึกษาห่างจากรั้ว 300 เมตร หรือ 500 เมตร ร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามจำหน่ายที่รัฐรับผลประโชยน์เป็นที่ปรึกษาบริษัทน้ำเมา และบริษัทในเครือทุกชนิด ร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากน้ำเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ทุกชนิด

	Section: First Section/- วันที่: จันทร์ 20 พฤศจิกายน 2560		
	ปีที่: - Col.Inch: 14.17	ฉบับที่: 24875 Ad Value: 31,174	หน้า: 13(บน) PRValue (x3): 93,522
คอลัมน์: เดลินิวส์ก่อนขึ้นแทน: หนูนุใช้กฎหมายคุมหน้าเมา			

เดลินิวส์ ก่อนขึ้นแทน

● หนูนุใช้กฎหมายคุมหน้าเมา
 เมื่อ วันที่ 18 พ.ย. สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดเผยผลสำรวจเรื่องคนไทยกับหน้าเมาสำรวจจากประชาชนทุกสาขาอาชีพจำนวนทั้งสิ้น 2,218 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1-17 พ.ย. ที่ออกมา พบว่าเมื่อถามถึงทัศนคติของชาวไทยต่อโซเชียลมีเดียที่เห็นจากการดื่มเหล้า เบียร์ พบว่าร้อยละ 76.4 ระบุ มีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า ร้อยละ 16.3 ระบุ พง ทุ กั้น ที่ไม่พิจารณาส่วนใหญ่ร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมากที่สุดว่าอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่าง ๆ คือ การบาดเจ็บ พิการ ความตาย จากอุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การฉวยโอกาสคุกคามทางเพศ เมื่อถามถึงมาตรการควบคุมปัญหาจากธุรกิจหน้าเมา พบว่าร้อยละ 77.1 ระบุ กักขังขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ ร้อยละ 73.8 ระบุ ขายเหล้า ครอบงำบันเทิงศึกษา ห่างจากรีโมดเมตหรือ 500 เมตร ร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามจำหน่ายที่รัฐรับผลประโยชน์เป็น ที่ปรึกษาบริษัทหน้าเมาและบริษัทในเครือทุกชนิด ร้อยละ 76.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากหน้าเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ทุกชนิด เมื่อถามถึงเทศบาลที่คนไทยดื่มเหล้า เบียร์ มากสุดได้แก่ ร้อยละ 35 ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 27.6 เทศกาลสงกรานต์ ร้อยละ 8 เทศกาลออกพรรษา...

เดลินิวส์ <small>รวมวัน</small> Daily News (Mid-Day) Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200	Section: First Section/ภาพ-ข่าวสังคม วันที่: จันทร์ 20 พฤศจิกายน 2560
	ปีที่: - ฉบับที่: 24875 หน้า: 5(กลาง) Col.Inch: 98.68 Ad Value: 217,096 PRValue (x3): 651,288 คลิป: สีสี่ คอลัมน์: คนหน้า 5



หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ ฉบับประจำวันจันทร์ที่ 20 พฤศจิกายน พุทธศักราช 2560..... ❁ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จฯ พระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จ.ปทุมธานี..... ❁ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี เสด็จพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน..... ❁ ไม่รู้อะไร "บิกคิว" กล่าวตัดบทให้ทุกคน รอยลโฉมหน้า **กรม ชุดใหม่** ในเดือนหน้า แตกต่างจากอดีตเมื่อตัดสินใจปรับแล้ว ต้องจบ เพื่อไม่ให้เกิดแรงกระเพื่อม..... ❁ แต่ที่แน่ ๆ "บิกป้อม" และ "บิกปอก" ยังอยู่ในที่ตั้ง ไม่มีใครชะให้ หลุดจากเก้าอี้เดิม ขณะที่ เพื่อนซี้ ของ นายกรัฐมนตรี กระเด็นกระดอนไปตามสภาพการณ์..... ❁ พร้อมกันนี้ นายกรัฐมนตรี ช่วยดับข่าวลือที่พยายามแซะเก้าอี้ "บิกแป๊ะ" โดยเชียร์ให้ขึ้นชั้นเป็น เสนาบดี *ไอ..!!* นั่งตำแหน่ง ผบ.ตร. ประเทศไทยแค่ 1 เดือน ดีกว่าเป็นรัฐมนตรี 1 ปีเสียอีก..... ❁ ถือเป็นกรวางเดิมพันทางการเมือง สมคิด จาคูศรีพิทักษ์ ประกาศในงานสัมมนาไทยแลนด์ 2018 เมื่อวันก่อน จะทำให้ คนจน หมดไปจากประเทศไทยภายใน ปี 2561 คงตั้งใจสร้าง แรงเหวี่ยง ไปถึงการเลือกตั้ง..... ❁ วิธีการเริ่มจากให้ คลัง พาณิชย์ มหาดไทย และ ธ.ก.ส. ออกมาตรการกระจายเงินไปยัง ชุมชน โดยเฉพาะเงินสะสมของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีอยู่ 2 แสน ล้าน..... ❁ ในทางการเมืองอาจได้ผล แต่คงไม่ยั่งยืนในทางเศรษฐกิจ เพราะทำให้ดู **ร่ำรวยวูบวาบ** ได้ไม่กี่เดือน ตรวจจับที่ยังไม่มุ่งพัฒนา คนจน ให้รู้จักบริหาร ทรัพย์สิน และ โอกาส ของตัวเอง..... ❁ แล้วต้องระวังผลข้างเคียง จากการทุ่ม เงินหลวง ลงไป เพราะมักจะไหลจากมือ คนจน ไปอยู่ในกระเปาะ คนรวย มาก กลายเป็นการสร้าง ความเหลื่อมล้ำทางชนชั้น เพิ่ม ความอึดอัด..... ❁ **ถ้าเมื่อไรจะยกย่องคนจน** บบ. 5 ข.บ. ราย เป็นกลุ่มแรก เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถ จนยืนได้ด้วยลำแข้งตัวเอง ถ้าใครไม่ร่วมมือ ปืนหนัก ห้ามรับ สวัสดิการแห่งรัฐ..... ❁ *เอาเถอะ..!!* ได้ชื่อว่า "สมคิด" และพยายาม "คิด" ก็อยากให้กำลังใจ เพราะโอกาสต่อไปในภายภาคหน้า อาจได้กลับมา เป็นใหญ่ กว่า นี้..... ❁ *แล้วนี่..!!* ไม่รู้จะเถียงไป *ทำไม..??* จากกรณี องค์การ

อนามัยโลก แดงสถานการณ์ ความปลอดภัย ทางถนนของไทย เตรียมรับแชมป์ อันตราย ที่สุดในโลก เนื่องจากมี ผู้เสียชีวิต จากอุบัติเหตุทางรถยนต์สูงเป็น อันดับ 1 แซงหน้า ลิเบีย ไปนั้ม ๆ👉 เมื่อเป็นค่าเดือน บรรดา หน่วยราชการ ทั้งปวงก็ควร น้อมรับ และรีบ แก้ไข อย่าแก้ตัวข้าง ๆ คู ๆ หรือโทษประชาชนโง่เง่า “เผือก” ไปขับรถชนกันตายเอง.....👉 ในรอบปี 2560 เว็บไซต์เดลินิวส์ ร่วมกับ มูลนิธิเมาไม่ขับ และพันธมิตรนำเสนอสถิติการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนถนน ประเภท “ตายคาที่” โดยเฉลี่ยแต่ละวัน 37 ศพ เทียบกับปีก่อนแค่ 26 ศพ เพิ่มขึ้น 42 เปอร์เซ็นต์.....👉 หากวิเคราะห์เพื่อทำเป็นบทสรุปความล้มเหลว ส่วนหนึ่งเป็นเพราะ ฝ่ายรัฐ เหลวไหล ไม่บังคับใช้กฎหมายจริงจัง จึงบ่มเพาะ นิสัย ทำให้ประชาชนไม่เคารพกฎแห่งความปลอดภัย.....👉 ที่เห็นดำตา เส้นทางสายพิเศษตัดป้ายห้ามเกิน 80 กิโลเมตร แต่อนุโลมให้วิ่งได้ 120 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เท่ากับส่งเสริมให้ประชาชน ละเมิด เครื่องหมายจราจรจน คิดนิสัย.....👉 ถ้าอนุญาตให้วิ่งเร็ว 120 กิโลเมตร ก็ตัดป้าย 120 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ไปเลย ถ้าเกินกว่าที่กำหนด จับหมด ไม่เว้นหน้าอินทรีหน้าพรหม.....👉 อ้อ!! อยากให้ กรมทางหลวงเอาเวลาที่มีอยู่ไปเปลี่ยน ป้ายกำกับความเร็ว ตามเส้นทางสายพิเศษให้ตรงกับ ความเป็นจริง ดีกว่าตีฝักตบได้ องค์การอนามัยโลก.....👉 ผลสำรวจจาก ซูเปอร์โพล โดย ดร.นพดล กรรณิกา ในประเด็น “คนไทยกับน้ำเมา” ผลปรากฏว่า 76.4 เปอร์เซ็นต์ รู้ และ ยอมรับ ว่า ก่อให้เกิดโทษแก่สังคม และอีก 84.2 เปอร์เซ็นต์ เชื่อว่าเป็น ต้นตอ ทำให้เกิดอุบัติเหตุเจ็บตาย.....👉 จึงนำเรื่องราวตรงที่!! ทุกคน รู้ทั้งรู้ รวมถึงคนระดับ แพทย์ ก็รู้แต่ยังไม่ไปแก้เหตุขับรถชนและทับ รปภ. แทบปางตาย สะท้อนให้เห็นถึง ความเหลวไหล ของสังคมไทยในภาพรวม.....👉 ข้อมูลน่าสนใจจาก เลขาธิการ ก.ส.ค. มนุษย์เงินเดือนเข้าร่วม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 2.39 ล้านคน แต่กว่าครึ่งจะสมเงินได้แค่ 1 ล้าน ไม่เพียงพอในการ

ดูแลตัวเองในวัยเกษียณซึ่งอยู่ที่ 8 ล้านบาท.....👉 แน่นนอน!! ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุ รัฐบาลไม่มิงบดูแลเพียงพอ จำต้องพึ่งตนเอง ครั้นจะให้ สะสมเงิน เข้ากองทุนมากกว่าเดิม โทษที่!! ทุกวันนี้หาได้ก็แทบไม่พอ ย่า! อยู่แล้ว.....👉 ฉะนั้นต้องคิดหาทางออกแบบ คู่ขนาน โดย สร้างงานรองรับ ผู้สูงอายุ เพื่อให้มีรายได้เสริม ดีกว่าหวังพึ่งพึ่ง เงินกองทุน เพียงทางเดียว.....👉 รัฐบาลแก้ปัญหา ยางพารา ราคาตกต่ำไม่คืบหน้า เห็น ประชาธิปัตย์ ออกมาช่วยเรียกร้อง แต่อยู่ในสภาพ กล้า ๆ กลัว ๆ.....👉 โครงการเอา ยางพารา ไป ทำถนน แทน ยางมะตอย ได้ยืนพูดมานานแล้วแต่ไม่ขยับ บอกได้เลย!! ไม่มีใครตั้งใจแก้ปัญหาจริงจัง.....👉 เอาอย่างนี้ใหม่?? มีคนเสนอให้ สลับ เก้าอี้ ระหว่าง ผอ.กองสลาก กับ รมว.เกษตรฯ เพราะคนหนึ่งทำให้ ของแพง ส่วนอีกคนทำให้ ของถูก เชื่อว่าจะเป็นผลดีทั้ง ราคาขาย และ ราคาขาย.....👉 ชักเกรงจะเป็นศึกศักดิ์ศรีระหว่าง ตำรวจ กับ กระทรวงยุติธรรม กรณี ครูจอมทรัพย์ ร้องขอหรือฟ้องคดีขับรถชนคนตายแต่ท้ายสุดศาลไม่รับ.....👉 มีที่ไหน..!! อยู่ ๆ หนู่มใหญ่ อ้าวเป็น คนเลี้ยงควาย จาก สกลนคร ไร่ข้ามจังหวัดเข้าแจ้งความที่ สก.นครพนม เพื่อให้ดำเนินคดีฝ่ายของ ครูจอมทรัพย์ ซึ่งในนี้อาจมี เจ้าหน้าที กระทรวงยุติธรรม รวมอยู่ด้วย.....👉 การอ้างตัวเป็น คนเลี้ยงควาย น่าจะต้องการประชดและทำให้คดี “เอาคืน” นำติดตามเหมือนตอนที่ ตำรวจ โดนถล่มและว่า จับแพะ.....👉 แปลกๆ!! กับวิธีปราบ ทูจวิต ของ รัฐบาลซาอุฯ เริ่มจากกวาดจับ ผู้ต้องสงสัย มาขังไว้ในโรงแรม 208 คน พร้อมกับตั้งคณะกรรมการสอบสวน.....👉 ในระหว่างนี้ ผู้ต้องสงสัย รายไหนเกิดอาการ จิตตก และยอมมอบ ทรัพย์สิน 70 เปอร์เซ็นต์ ให้กับรัฐบาล ก็จะพ้นข้อกล่าวหาทันที.....👉 ดูแล้วไม่น่าใช่ การปราบทูจวิต แต่เป็นวิธีหาเงิน แก้อาการกระเปาะอีก ลดการขาดดุลงบประมาณ หรือมุ่ง กำจัดศัตรูทางการเมือง.....👉

ดิ้นรนโอดม

ไทยโพสต์ <small>Thai Post Circulation: 950,000 Ad Rate: 850</small>	Section: First Section/ข่าวต่อเนื่องหน้าหนึ่ง วันที่: อาทิตย์ 19 พฤศจิกายน 2560 ปีที่: 22 ฉบับที่: 7681 หน้า: 10(ข่าว) Col.Inch: 21.12 Ad Value: 17,952 PRValue (x3): 53,856 ศิลป: ชาว-ต้า หัวข้อข่าว: ทศนคคินไทยเหล่านี้โทษแต่เทศกาลต้องชด			

ทศนคคินไทยเหล่านี้โทษแต่เทศกาลต้องชด

กรุงเทพฯ • ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการสำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลสำรวจ เรื่องคนไทยกับน้ำเมา กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 2,218 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1-17 พฤศจิกายน พ.ศ.2560 ที่ผ่านมา

เมื่อถามถึงทัศนคติของคนไทยต่อประโชชน์หรือโทษต่อสังคมไทยจากการดื่มเหล้า เบียร์ พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 78.4 ระบุมีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า ในขณะที่ร้อยละ 16.0 ระบุพอๆ กัน และร้อยละ 4.0 ระบุมีประโยชน์ต่อสังคมไทยมากกว่า

ที่น่าพิจารณาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมากที่สุดว่า อันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่างๆ คือ การขาดเงิน พินิจ ความตายจากอุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การสวนสนามคุกคามทางเพศ ในขณะที่เพียงร้อยละ 6.2 เท่านั้นที่เห็นด้วยน้อยถึงไม่เห็นด้วยเลย และร้อยละ 12.8 ไม่มีความเห็น

เมื่อถามถึงมาตรการควบคุมปัญหาจากสุรภินาเมา พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 77.1 ระบุห้ามขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ รองลงมาคือส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70.8 ห้ามขายเหล้าอบสภานักการศึกษา ห่างจากรั้ว 300 เมตร หรือ 500 เมตร และส่วนใหญ่อหรือร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามจำหน่ายที่รัฐรับผลประโยชน์เป็นที่ปรึกษาบริษัทน้ำเมาและบริษัทในเครือทุกชนิด โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากน้ำเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ทุกชนิด

แต่ที่น่าเป็นห่วงคือ เทศกาลที่คนไทยดื่มเหล้า เบียร์ มากสุด ได้แก่ ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 35.0, สงกรานต์ ร้อยละ 27.6, ลอยกระทง ร้อยละ 8.0, วาเลนไทน์ ร้อยละ 7.7, ออกพรรษา ร้อยละ 6.5, เข้าพรรษา ร้อยละ 4.4, ทอดผ้าป่า ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 20.6 ระบุอื่นๆ เช่น วันบ็อง งานบวช งานแต่ง เป็นต้น

เดลินิวส์ <small>Daily News Circulation: 210,000 Ad Rate: 1,350</small>	Section: First Section/- วันที่: อาทิตย์ 19 พฤศจิกายน 2560 ปีที่: - ฉบับที่: 24874 หน้า: 9(บน) Col.Inch: 13.73 Ad Value: 18,535.50 PRValue (x3): 55,608.50 ศิลปิน: ชาว-คำ คอลัมน์: เดลินิวส์ก่อนขึ้นแท่น: หนุนไขกฎหมายคุ้มครองหมา
---	---

เดลินิวส์ ก่อนขึ้นแท่น

●หนุนใช้กฎหมายคุ้มครองหมา
 เมื่อ วันที่ 18 พ.ย. สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดเผยผลสำรวจเรื่องคนไทยกับหมา สักรวจากประชาชนทุกสาขาอาชีพจำนวนถึง 2,218 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1-17 พ.ย. ที่ต่างมา พบว่าเมื่อถามถึงทัศนคติของชาวไทย ต่อประโยชน์หรือโทษจากการดื่มเหล้า เบียร์ พบว่าร้อยละ 76.4 ระบุ มีโทษต่อสังคมไทย มากกว่า ร้อยละ 16.8 ระบุ พอดี ทั้งที่พิจารณาส่วนใหญ่อ้อยละ 84.2 เห็นด้วยมากถึงมากที่สุดว่าอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่าง ๆ คือ การบาดเจ็บ พิการ ความตาย จากอุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การวางแกลนทุกตามทางเพศ เมื่อถามถึงมาตรการควบคุมปัญหาจากธุรกิจจำมา พบว่าร้อยละ 77.1 ระบุห้ามขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ ร้อยละ 73.8 ห้ามขายเหล้า รอบสถาบันการศึกษา ห่างจากรั้ว 300 เมตรหรือ 500 เมตร ร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามจำหน่ายที่รัฐรับผลประโยชน์เป็นที่ยอมรับบริษัทจำหน่ายและบริษัทในเครือทุกชนิด ร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากจำมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ทุขชนิด เมื่อถามถึงเทศบาลที่คาใจขอดื่มเหล้า เบียร์ มากสุดได้แก่ ร้อยละ 35 ช่างเทศบาลปี่ไฉน ร้อยละ 27.6 เทศบาลสงขราห์ ร้อยละ 8 เทศบาลคลองกระพ.

มติชน Masthead Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,100	Section: First Section/-			
	วันที่: อาทิตย์ 19 พฤศจิกายน 2560	ฉบับที่: 14497	หน้า: 12(ล่างขวา)	ศิลปิน: ชาว-ดำ
	ปีที่: 40	Col.Inch: 10.75	Ad Value: 11,825	PRValue (x3): 35,475
	หัวข้อข่าว: โพลหนุนใช้กม.คุมเหล้า-เบียร์			

โพลหนุนใช้กม.คุมเหล้า-เบียร์

เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน ผู้สื่อข่าวรายงานว่า สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดเผยผลสำรวจประชาชนทุกสาขาอาชีพจำนวนทั้งสิ้น 2,218 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1-17 พฤศจิกายน 2560 ในหัวข้อคนไทยกับน้ำเมา พบว่าเมื่อถามถึงทัศนคติของคนไทยต่อประโยชน์หรือโทษจากการดื่ม เหล้า เบียร์ พบว่าร้อยละ 76.4 ระบุ มีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า ร้อยละ 19.3 ระบุ พยายามที่จะเลิกดื่ม ส่วนใหญ่ร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมากที่สุดว่าอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่างๆ คือ การบาดเจ็บ พิการ ความตายจากอุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การฉวยโอกาสทางเพศ สัมภเวสีการควบคุมปัญหาจากธุรกิจน้ำเมาพบว่า ร้อยละ 77.1 ระบุห้ามขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ ร้อยละ 73.8 ห้ามขายเหล้ารอบสถานการศึกษาห่างจากรั้ว 300 เมตร หรือ 500 เมตร ร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามเจ้าหน้าที่รัฐรับผลประโยชน์เป็นต้นที่ปรึกษาบริษัทน้ำเมาและบริษัทในเครือทุกชนิด ร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากน้ำเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ทุกชนิด



ขอขอบคุณแหล่งข่าวจาก <http://www.innnews.co.th>



ความแตกต่างของภาพสมองของเด็กจะเด่นชัดกว่าผู้ใหญ่หรือไม่?



วิชาเสกวิชาให้เขยกับภรรยาที่สาวทอกลูกสาวของเขยชาวศรีลังกา? ศาสดาพุทธเถรวาท



งานเสกวิชาปลูกต้นไม้ของพระสงฆ์สามเณรที่วัดป่าสักทอง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี (เรื่องพระไตรปิฎก)



บนตึกจับนิกิต้า

bangkokbiznews.com/news/detail/768772

เปิดจองชื่อ วันที่ 17 และ 20 - 21 พ.ย. 2560

Gulf www.gulf.com

กรุงเทพฯธุรกิจ ข่าวพระราชสำนัก การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การเงิน ต่างประเทศ บันเทิง ไลฟ์สไตล์ กีฬา PR

หน้าแรก / การเมือง

อังคาร 21 พฤศจิกายน 2560

ซีดาร์โพสต์นำมามีผลต่อเยาวชน!!

ดร.เพลง วรรณิศา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เป็นแม่งานสำรวจการโหวตด้วยหัวใจ-ซาดเยอร์บนโลกโซเชียลมีเดียของสื่อมวลชนต่างประเทศชาวซีที จำนวนทั้งสิ้น 1,125 ส่วนคน ส่วนนี้โครงการระหว่างวันที่ 8-12 สิงหาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 82.7 ระบุว่า ซาดาร์โพสต์ น่าสนใจ โหวตด้วยหัวใจในแง่ดี ซาดาร์โพสต์ น่าสนใจ สื่อโซเชียลมีเดียโลกโซเชียล โหวตนำมาเป็นงาน คือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 89.7 ระบุ การโหวตด้วยหัวใจของซาดาร์โพสต์ น่าสนใจ มีผลทำให้ได้ผลและหาข้อดีแบบซาดาร์โพสต์

โดยประชาชนที่ศึกษาได้ระบุ คนที่โหวตด้วยหัวใจของซาดาร์โพสต์ด้วยหัวใจ ซาดาร์โพสต์ ได้แก่ ร้อยละ 47.3 ระบุเป็น บริษัท เหล่าเยอร์ ดึงดูดใจของ ร้อยละ 24.7 ระบุ ซาดาร์โพสต์ น่าสนใจ ร้อยละ 11.9 ระบุ เจ้าหน้าที่รัฐที่ดูขี้ขลาด ไม่ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ร้อยละ 9.5 ระบุ ผู้ให้บริการสังคมออนไลน์ โหวตด้วยหัวใจ เช่น เฟซบุ๊ก อิน스타그램 ทวิตเตอร์ เป็นต้น และร้อยละ 6.8 ระบุ สื่อมวลชน ตามลำดับ

ที่น่าพิจารณาคือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 63.8 ระบุ การโหวตด้วยหัวใจ น่าสนใจ โหวตด้วยหัวใจ ซาดาร์โพสต์ บนโลกโซเชียลมีเดีย โหวตด้วยหัวใจเป็นการโฆษณาโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 65.0 ระบุ เจ้าหน้าที่รัฐควรเข้มงวดกับเว็บไซต์ดังกล่าว โหวตด้วยหัวใจร้อยละ 35.0 ระบุ ไม่ควรเข้มงวด

เสดจ์าร์: [Facebook] [Twitter] [Line]

Tags: ซูเปอร์โพล SUPER POLL ซาดาร์ โพสต์ น่าสนใจ โหวตด้วยหัวใจ

ปวดข้อ ปวดเข่า ข้อไหล่ติด นิ้วล็อก น้ำตื้นเขี่ยมือเข่า ข้อไหล่ และฝ่ามือข้อเข่าอ่อนแอ?

ผลิตภัณฑ์ Super Poll มีส่วนผสมของสมุนไพรที่มีคุณภาพสูง ช่วยบรรเทาอาการปวดข้อ ปวดเข่า ข้อไหล่ติด นิ้วล็อก น้ำตื้นเขี่ยมือเข่า ข้อไหล่ และฝ่ามือข้อเข่าอ่อนแอ

โทร: 0-2223-1391

ข่าวที่มีผู้อ่านสูงสุด

- 3ชาติ คว้าดี คว้าดีในทางเศรษฐกิจใหม่DBI
- 4
- 5 หมอหน้าตาดีมีใจดีการ ใต้พุทธศาสนิกชนที่นำความในใจ

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

ซูเปอร์โพล เผยผลวิจัยกว่า 80% หนุนพุทธศาสนิกชน

เจ้าของร้านอาหารซี หนองจอกฯ ดีก่อนเช็คนครบาล

‘หยาบ’ แจกตามมือ-4นักงัดจับบัตร ปกเกล้าหาจุกพรที่

หนุ่มตีเหล็กไล่คนหาเรา ก่อนแฉไม่มีความดี ดีเข้าจับ

30คนบุกกองทัพ โจมเชิงรุกไล่ตำรวจ ปมเปิดลานเบียร์ที่ถ้ำอี3

มหาชัย

Tuesday, November 21, 2017

ประกันรถยนต์ ถูกที่สุด
รับฟรี บัตรน้ำมันอีก 500 บาท เมื่อซื้อประกันชั้น 1 drivee.com

108 NEWS
ครบถ้วน ทันเหตุการณ์

ข่าวหน้าหนึ่ง ข่าวเด่น ข่าวสาร ข่าวต่างประเทศ ข่าวสุขภาพ ข่าวบันเทิง

Advertisement

ประกันรถยนต์ ถูกที่สุด
รับฟรี บัตรน้ำมันอีก 500 บาท เมื่อซื้อประกันชั้น 1 drivee.com

หน้าแรก > ข่าวหน้าหนึ่ง > โพลเผยชช.หนุนใช้ก.ม.คุ้มครองเงินบำนาญ

โพลเผยชช.หนุนใช้ก.ม.คุ้มครองเงินบำนาญ

โดย admin · พฤศจิกายน 18, 2017

SUPER POLL

เมื่อวันที่ 18 พ.ย. สำนักวิจัยซูเปอร์โพล เอ็มเทค แอสโซซิเอตส์เผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนชาวไทยจำนวนทั้งสิ้น 2,218 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1 - 17 พ.ย.60 พบว่าเมื่อถามถึงทัศนคติของชนชั้นกลางที่มีต่อการใช้กฎหมายคุ้มครองเงินบำนาญแล้ว เห็นว่า ชัยชนะ 76.4 % มีโทษต่อสังคมน้อยกว่า ร้อยละ 19.3 % พอๆกัน ที่ไม่พิจารณาว่าเมื่อถูก ร้อยละ 84.2 เห็นว่าหากมีกฎหมายที่ดูแลเงินบำนาญจากกรณีเหล่านี้ เห็นว่า ไม่จำเป็นใดๆ คือ การขาดเงิน สิทธิ การขาดจากอุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การฉ้อโกง การฉ้อโกงทางเทคโนโลยี

เมื่อถามถึง มาตรการควบคุมปัญหาจากธุรกิจนำเงินมาขายว่า ชัยชนะ 77.1 % ระบุห้ามขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระ โบนัส ร้อยละ 73.8 ห้ามขายเหล้า รองสถานบริการกลางห่างจากตัว 300 เมตร หรือ 500 เมตร ร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเบ้าประโยชน์นำมาและบริษัทในเครือทุกชนิด ร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นเพื่อป้องกันภัยคุกคามและมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวด ควบคุมธุรกิจจากเงินบำนาญ เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ทุกชนิด

เมื่อถามถึง มาตรการที่สนับสนุนแล้ว เห็นว่า มากสุด ได้แก่ ร้อยละ 35 ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 27.6 เทศกาลสงกรานต์ ร้อยละ 8 เทศกาลลอยกระทง.

ที่มาของเนื้อหา : www.dailynews.co.th

Facebook Twitter Google+ Line Instagram

เดลินิวส์ Section: First Section/-
 วันที่: ศุกร์ 24 พฤศจิกายน 2560
 ปีที่: - ฉบับที่: 24879 หน้า: 2(บน)
 Col.Inch: 110.98 Ad Value: 244,156 PRValue (x3): 732,468 ศิลป: สีสี่
 Ad Rate: 2,200
 หัวข้อข่าว: นักวิชาการแนะรัฐบาลเอาจริง ร้านเม้าท์สถานศึกษา300ม. เข้มกม.ช่วยเยาวชนพ้นสิ่ง...

นักวิชาการแนะรัฐบาลเอาจริง ร้านเม้าท์สถานศึกษา300ม. เข้มกม.ช่วยเยาวชนพ้นสิ่งชั่ว



กัลยภัทลสร้อยทิพย์กับครอบครัวชาวกำแพงเพชร
 ไทยกำลังก้าวเข้าสู่ พ.ศ. 2561 ทางสถานีวิทยุเพอร์
 โทล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความ
 สุขชุมชนและความปลอดภัย จึงได้จัดทำผลสำรวจ เรื่องกม.ไทย
 กับกม.มา โดยผลวิจัยที่ได้มีผลดีต่ออนาคตเด็กไทยอย่าง
 อิง โดยเมื่อถามถึงทัศนคติของกม.ไทยต่อปะโยชน์โรงเรียน ค่อสังคม
 ไทยจากกรณี เมลล์ เบียร์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 76.4 ระบุ มี
 โทษต่อสังคมไทยมากกว่า โบนัสที่ร้อยละ 19.3 ระบุ พอ ๆ กัน และ
 ร้อยละ 4.3 ระบุ มีปะโยชน์ต่อสังคมไทยมากกว่า
 ที่กัลยภัทลสร้อยทิพย์ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมาก ถึง
 มากที่สุดว่า อัตราของกม.ใหม่ เมลล์ เบียร์ ได้ต่าง ๆ คือ กม.จะ
 เข้ม ทิศทาง ความคืบหน้าของกม. ความรุนแรง อารมณ์ความรู้สึก ความละเอียด
 วิชาท การวางแผนการดำเนินงาน กม.ไทยที่ เข้มร้อยละ 3.2 เห็น
 เห็นด้วยน้อยถึงไม่เห็นด้วยเลย และ ร้อยละ 12.6 ไม่มีความเห็น
 เมื่อถามถึง มาตราการ ความรุนแรงจากธุรกิจกม.มา พบว่า
 ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 77.1 ระบุ ห้ามขายเหล้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 ในบริเวณโรงเรียนลงมาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 79.8 ห้ามขายเหล้า
 รอบสถานศึกษาห่างจากรั้ว 300 เมตร หรือ 500 เมตร
 และส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามเจ้า
 หน่าที่รัฐมีผลประโยชน์ที่ปรึกษา บริษัทกม.มา และบริษัทในเครือ
 ทุกชนิด โดยส่วนใหญ่หรือ ร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้
 กฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ที่เข้มงวด ความรุนแรงจากกม.มา เมลล์
 เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ทุกชนิด
 แต่ที่ต่ำเป็นกึ่ง คือ เทศบาลที่กม.ใหม่ เมลล์ เบียร์ มากสุด
 ได้แก่ ช่างพลาญใหม่ ร้อยละ 35.0 สรรพคดี ร้อยละ 27.6 ลอย
 กระทั่ง ร้อยละ 8.0 วาดโพธิ์ ร้อยละ 7.7 อก
 พรหม ร้อยละ 6.5 เข็พพรหม ร้อยละ 4.4 พอด
 ค้าป่า ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 20.6 ระบุอื่น ๆ
 เช่น งานรับเรื่อง งานบวช งานแต่ง เป็นต้น
ศ.ดร.ทฤษฎี สว่างวงศ์การพิชัย ผอ.
 ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ให้ข้อคิดเห็นว่า
 ข้อมูลผลสำรวจของ ซูเปอร์โพล กรณีนี้ชี้ให้
 เห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลดอันตราย
 จากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหลายควร
 เร่งดำเนินการลดปัจจัยความเสี่ยงของ
 ประชาชน
 ส่วนใหญ่ต้องการมาตรการและการ
 บังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดเพื่อทำให้พฤติกรรม
 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน กับ
 ทัศนคติที่เป็นโทษของเมลล์เบียร์และเครื่องดื่ม
 แอลกอฮอล์อื่น ๆ สอดคล้องกัน โดยที่ห้ามเป็น
 ทั่วทั้ง ช่างพลาญใหม่ที่จะมาถึงนี้จะเป็น
 เป็นเทศบาลที่มีทั้งความสูงและความทุกข์
 ปะปนกัน
 การเฉลิมฉลองกิจการกม.ใหม่ในชวง
 เทศกาลปีใหม่ควรจะได้เป็นโอกาสที่หลาย ๆ
 คนจะเริ่มหันมาคิดสร้างสรรค์ หรือเริ่มสิ่ง
 ใหม่ ๆ ที่ดีในเชิงชีวิต แต่เมื่อมีการดื่มเมลล์ เบียร์
 และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ที่กม.ความ
 เหมาะสมจะไม่ได้เกิดความชัดเจน

ทำให้เกิดผลกระทบในทางลบ อย่างเช่น เมล็ดข้าว เกิดอุบัติเหตุ บาดเจ็บ เสียชีวิต เกิดความรุนแรง การทะเลาะวิวาท และปัญหาสุขภาพทางเพศ



ดร.อุษารัตน์

ส.ดร.พญ.สุวิตรี ชัยดิ้งกานาม ผ่ากร้าวด้วยว่า ปัญหาที่มาจากความไม่เกิดขึ้นซ้ำซากทั้ง ๆ ที่เรายกเอาเพื่อนไปก็มีแค่ความสุขในทุก ๆ เทศกาลที่จริงไม่ใช่หรือ?

“เวลานี้จึงจำเป็นต้องรีบป้องกัน ปัญหาและลดอันตรายจากการดื่มด้วยการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการทางสังคมอื่น ๆ เช่น การสื่อสารเสริมสร้างการรับรู้ ความตระหนักและการปฏิบัติตนที่สังคมคาดหวังจะเห็นพื้นที่ที่ปลอดภัยจากการดื่ม โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่สมควรเข้าถึงแต่ยังไม่ถึงวัยรอนสถาบันการศึกษาและชุมชนที่ก่อภัย”

ดังนั้น รัฐบาลและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องจึงน่าจะทำมาตรการที่ยังไม่ชัดเจนเหล่านี้คือ กำหนดจุดจำหน่ายรายวันเหล้าเบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ให้ออกจากจากรีวิวโรงเรียนร่วมภาควิชาชาย

“ให้ห่างออกไปชัดเจนที่โรงเรียนจะทำให้เด็กและเยาวชนปลอดภัย เพื่อเป็นของขวัญปีใหม่ให้กับพ่อแม่ผู้ปกครอง นักเขียน นักศึกษานและประชาชนที่ต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินอันอย่างแท้จริงต่อไป”

นอกจากผลสำรวจของไทยกับกัมพูชาที่สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) ทำออกมาแล้ว ยังมี Logic Model แสดงเฉพาะเม็ดเงินมาตรการจำหน่ายรายวันเหล้าเบียร์มหาวิทยาลัยในรัศมี 300 เมตร ซึ่งวัดจากจำนวนความหนาแน่นของร้านจำหน่ายสุร้าวระดับรายวัน (GIS (จำนวนร้าน/1 ตารางกิโลเมตร) ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) แผลแพร่ออกมาพร้อมกับ

โลดเมืองพื้นที่ Survey ผลการวิจัย ประกอบกับผลประเมินเปรียบเทียบกับ ระหว่างกลุ่มมหาวิทยาลัยที่ GIS จะรอบรู้มีความหนาแน่นของร้านสุร้าวบาง กับกลุ่มมหาวิทยาลัยที่ GIS จะรอบรู้มีความหนาแน่นของร้านสุร้าวมาก พบว่า

ในพื้นที่ที่มีร้านสุร้าวบาง มีตำรวจ 84% บอกให้เกี่ยวกับมาตรการ คนขาย 80% บอกเห็นแจ้งทั่วทั้งจังหวัดจากร้านเหล้า คนขาย 46.9% บอกยอดขายลดลง ขณะที่คนขาย 83.3% บอกปริมาณ

ลดลงไป มีนักศึกษา 83.3% กับประชาชน 37.5% บอกความถี่การขายลดลง ขณะที่คนขาย ประชาชน 40.6% บอกปัญหาเด็กกับลดลง ส่วนในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของร้านสุร้าวมาก พบว่า มีคนขาย 50% บอกเห็นแจ้งทั่วทั้งจังหวัดจากร้านเหล้า คนขาย 37.7% บอกยอดขายลดลง ขณะที่คนขาย 50% บอกเห็นแจ้งลดลงไป มีนักศึกษา 31.3% กับ ประชาชน 35% บอกความถี่การขายลดลง ขณะที่คนขาย ประชาชน 38.9% บอกปัญหาเด็กกับลดลง

ดร.นพพล กรรณิก ผอ.สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิ สถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ กล่าวเพิ่มเติมว่า ผลวิจัยทั้งสองเรื่องให้ข้อมูลชัดเจนว่า พื้นที่ของเด็กรักเรียน นักศึกษาและเยาวชนของชาติเป็นพื้นที่ที่เสี่ยงปลอดภัยตั้งแต่รอบรั้วโรงเรียน

“ดูจาก GIS ความหนาแน่นของร้านเหล้า เห็นภาพชัดเจนว่า จุดจำหน่ายรายวันเหล้าเบียร์สามารถศึกษาได้ง่ายเคลื่อนที่ทุกที่ที่มีเพื่อทำลายล้างปัญหา ถังสังคมของประเทศ ในขณะที่พื้นที่สนใจของประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่า เหล้าเบียร์มีโทษมากกว่าประโยชน์

“แต่เมื่อเป็นธุรกิจที่ถูกกฎหมาย จึงต้องควบคุมปัญหาและลดอันตรายจากการทำธุรกิจเหล้าเบียร์ โดยคนขอเรียกร้องให้ รัฐบาลและ คสช. ชำยันพิจารณาให้มอบของขวัญปีใหม่ด้วยการกำหนดพื้นที่ปลอดภัยในรัศมี 300 เมตร ออกจากมหาวิทยาลัย ชำยันกันกำลังปัญหาของชาตินี้ให้ปลอดภัยจากร้านเหล้าเบียร์เบียร์ สุราเสพติด ปลอดภัยจากอาชญากรรมและอุบัติเหตุทางท้องถนน”

โดยคนเชื่อว่า หากทำได้ ภาพในอนาคตนอกจากจะเห็นความสวยงามความมีระเบียบเรียบร้อยของหมู่บ้านเมือง เด็กและเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่จะถือกำเนิดตั้งแต่ 7 ที่ รัฐบาล และ คสช. เสนอขอให้ ผลิตอยู่ในความทรงจำ

ปีใหม่นี้มอบของขวัญแด่คุณคนไทยด้วยการกำจัดร้านเหล้าให้ไกลจากสถานศึกษา...



ดร.สุพญ.สุวิตรี

Logic Model เกาะรั้วประเมินมาตรการ
คุมร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัยในรัศมี 300 เมตร

มหาวิทยาลัย	ความหนาแน่นของร้านจำหน่ายสุร้าว		ค่าสัมประสิทธิ์	แปลกลุ่ม
	โดยระบบ GIS (จำนวนร้าน/1 ตารางกิโลเมตร)	ความหนาแน่นเฉลี่ยรายวัน		
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	9.8	34.1	0.407	กลุ่มความหนาแน่นต่ำ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	29.8	48.3	0.613	
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	84.1	125.2	0.672	กลุ่มความหนาแน่นปานกลาง
ศรีนครินทรวิโรฒ มหา	29	39.1	0.742	
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา สุโขทัย	35	40.5	0.864	ในระดับ 300 เมตร
โปลิศ	3.4	3.9	0.872	
ศรีนครินทรวิโรฒ	11	11.5	0.957	จากระดับมหาวิทยาลัย
รามคำแหง	82.4	78.7	1.047	
เกษตรศาสตร์	18.2	17.2	1.058	กลุ่มความหนาแน่นมาก
เกษตรศาสตร์	63.4	58.2	1.128	
นิเทศศาสตร์	37.5	33.1	1.133	ในระดับ 300 เมตร
พัฒนศึกษา	16.8	14.8	1.135	
หอการค้าไทย	101.7	77	1.321	จากระดับมหาวิทยาลัย
สวนดุสิต	10.2	7.6	1.342	
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บ้านสมเด็จ	114.3	79.8	1.432	
จุดตัดไม่กลุ่มที่ 4 นั่นคือ	Average Point		0.881	

'รัฐ-คสช.' ต้องเจอจริงร้านเหล้า จัตุระเบียบห้างร่วมหา'ลัย 300 ม.



บ เมื่อไม่นานมานี้ ทางศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) ได้จัดทำ Logic Model แสดงผลกระทบประเมินมาตรการคุมร้านเหล้ารอบรั้วมหาวิทยาลัยในรัศมี 300 เมตร ซึ่งทำได้จากจำนวนความหนาแน่นของร้านจำหน่ายสุราด้วยระบบ GIS (จำนวนร้าน/ก. ตารางกิโลเมตร) ออกมาเผยแพร่

จากการลงพื้นที่ Survey ผลการรับรู้ ประกอบกับนำผลประเมินมาเปรียบเทียบกับ ระหว่างกลุ่มมหาวิทยาลัยที่ GIS ระบุรอบรั้วมีความหนาแน่นของร้านสุรามาก ก็กลุ่มมหาวิทยาลัยที่ GIS ระบุรอบรั้วมีความหนาแน่นของร้านสุรามาก

พบว่าในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของร้านสุรามาก มีคนขาย 50% บอกเห็นเจ้าหน้าที่ลงตรวจจุดจำหน่ายร้านเหล้า คนขาย 37.7% บอกยอดขายลด ขณะที่คนขาย 50% บอกร้านเหล้าลดลงไม่ มีนักศึกษา 31.3% กับประชาชน 35% บอกความน่ารำคาญลดลง ขณะที่คนขาย 36.9% บอกปัญหาดีที่ลดลง

ส่วนในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของร้านสุรามาก พบว่า มีตำรวจ 84% บอกเห็นด้วยกับมาตรการ คนขาย 80% บอกเห็นเจ้าหน้าที่ลงตรวจจุดจำหน่ายร้านเหล้า คนขาย 46.9% บอกยอดขายลด ขณะที่คนขาย 63.3% บอกร้านเหล้าลดลงไม่ มีนักศึกษา 33.2% กับประชาชน 37.5% บอกความน่ารำคาญลดลง ขณะที่คนขาย 40.6% บอกปัญหาดีที่ลดลง

ดูจากภาพ GIS ความหนาแน่นของร้านเหล้าทั้ง 2 โฉน เปรียบกับผลการ Survey

สรุปได้ชัดเจน การบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดต่อเนื่องในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของร้านสุรามาก ย่อมมีผลดี ร้านเหล้าลดลง การดีที่เบาบางลง การสร้างความเดือดร้อนรำคาญน้อยลง และเป็นผลดีต่อการปกป้องรักษาคุณภาพของนักศึกษาในภาพกว้าง

สอดคล้องกับผลสำรวจที่ทาง **สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชน** และความเป็นผู้นำ ได้จัดทำเรื่องคนไทยมีน้ำใจ การมีทัศนคติต่อต่างประเทศประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 2,218 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1-17 พฤศจิกายน พ.ศ.2560 ที่ผ่านมา

เมื่อถามถึงทัศนคติของคนไทยต่อประเทศอื่น หรือทัศนคติของไทยจากการดีเห็น เบียร์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 76.4 ระบุ มีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า ในขณะที่ยังร้อยละ 19.3 ระบุ พหุ ภัย และ ร้อยละ 4.3 ระบุ มีประโยชน์ต่อสังคมไทยมากกว่า

ที่น่าสนใจมากที่สุดคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมากถึงมากที่สุดว่า ยังตรงจากการดีเห็น เบียร์ ในด้านต่างๆ คือ การลดเจ็บพิการ ความตายจากอุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การฉวยโอกาสจากทางเพศ ในขณะที่เห็นหรือร้อยละ 3.2 เท่านั้นที่เห็นด้วยน้อยถึงไม่เห็นด้วยเลย และร้อยละ 12.6 ไม่มีความเห็น

เมื่อถามถึงมาตรการควบคุมปัญหาจากธุรกิจน้ำเมา พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 77.1 ระบุ ห้ามขายเบียร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันพระใหญ่ รองลงมาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 73.6 ห้ามขายเบียร์รอบสถาบันการศึกษาห่างจากรั้ว 300 เมตร หรือ 600 เมตร และส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามเจ้าหน้ารัฐดูแลและควบคุมเป็นเชิงรุกหาบริษัทน้ำเมา และบริษัทในเครือทุกชนิด โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวด ควบคุมปัญหาจากน้ำเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ทุกชนิด

แต่ที่น่าเป็นห่วงคือ เหตุการณ์คนเฒ่าดื่มเบียร์ เบียร์ มากสุดได้แก่

ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 35.0 สงกรานต์ ร้อยละ 27.6 ลอยกระทง ร้อยละ 8.0 วาเลนไทน์ ร้อยละ 7.7 ออกพรรษา ร้อยละ 5.5 เข้าพรรษา ร้อยละ 4.4 ทอดผ้าป่า ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 20.6 ระบุอื่นๆ เช่น งานรณรงค์ งานบวช งานแต่ง เป็นต้น

ขณะที่ **ดร.นพดล กรรณิกา** ผู้อำนวยการสำนักวิจัยซูเปอร์โพล ยูลงมือศึกษาวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ ก็แสดงความเห็นเอาไว้ว่า พื้นที่ของสังคมนักเรียน นักศึกษาและเยาวชนของชาติเป็นพื้นที่ที่ต้อง **ปลอดภัยตั้งแต่ครอบครัวโรงเรียน ไม่ควรปล่อยให้ร้านเหล้าอบริเวณสถาบัน** การศึกษาเคลื่อนที่ไปทั่วถึงกับทุกปัญหา คลังสมองของประเทศไทย

“ในเมื่อสุราเป็นธุรกิจที่ถูกกฎหมาย จึงต้องควบคุมปัญหาและลดอันตรายจากการทำธุรกิจเหล้านี้เสีย โดยคนของรัฐหรือองค์กรรัฐวิสาหกิจและ คสช. ช่วยกันกำหนดพื้นที่ปลอดภัยในรัศมี 300 เมตรจากวิทยาลัยการศึกษา วิทยาลัยอาชีวศึกษาและโรงเรียนมัธยม บุรี สุราษฎร์ธานี ปลอดภัย จากอาชญากรรมและอุบัติเหตุทางท้องถนน”

โดย **ดร.นพดล** เชื่อว่า หากทำได้ ภาพในอนาคตนอกจากจะเห็น ความสะอาดจากมลพิษและเบียดเบียนของคนในเมือง เด็กและเยาวชน คนรุ่นใหม่จะมีชีวิตที่สดใสที่ สุราษฎร์ และ คสช. เสนอเพื่อให้ได้ดั่งอยู่ใน ความทรงจำ

ซึ่งสื่อโซเชียลได้เห็นแล้วเราควรให้ความสำคัญกับเรื่องการควบคุม ร้านเหล้าอบริเวณสถานศึกษา เพราะมีแนวโน้มว่า นักศึกษาใหม่จะมีช่วง อายุเฉลี่ยต่ำลง และมีกิจกรรมที่ดื่มประจำเพิ่มขึ้น

แม้รัฐบาลปัจจุบันจะมี 44 วิชาควบคุมไม่ให้มีร้านเหล้าใหม่ เกิดขึ้น ส่วนร้านเก่าๆ สถานศึกษาจะต้อง ปฏิบัติตามกฎหมาย แต่ถึงกระนั้นก็ต้องมีกลุ่มผู้ บังคับการพยายามละเมิด เรียกร้องขอแก้ไข เขตโซนนิ่งให้มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน พื้นที่ควบคุม หรือขอเปิดร้านใหม่กันอยู่เรื่อยๆ

ดังนั้น ต้องชี้แจงว่าหากเราจะวางจุด เพื่อให้นักศึกษาได้โดยที่ดื่มแล้วไม่เอื้อ ถ้านายเนั้นเราจะไม่สามารถประจบประแจงความสำคัญ ได้ นอกจากกฎหมายแล้วนโยบายสาธารณะ เป็นสิ่งสำคัญในการควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ซึ่งเรื่องนี้เป็นที่รู้กันทั่วโลก

เราต้องหันมาคำนึงถึงความสำคัญ ของการป้องกันโรคให้มากกว่าการรักษา โดยเฉพาะการสร้างสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมเพื่อ การส่งเสริมสุขภาพที่ดีตามกฎบัตรออกศาวา หากเราปล่อยให้ไม่มีร้านขายเหล้าเบียร์ขาย ใกล้สถานศึกษาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ก็เหมือนนำสิ่ง เข้าเข้าไปถึงจุดอันตรายให้ก้าวเข้ามาสู่ รั้วงนได้ง่ายมากขึ้น

เมื่อเด็กนักเรียนนักศึกษาเดินออกจากวิทยาลัยให้เห็นร้านเหล้าๆ วันย่อมกระตุ้นความรู้สึกอยากเรียนหรืออยากทดลอง พอรู้พื้นที่อันตรายแล้ว นั้ๆ จะไม่ค่อยปฏิเสธ ทำให้เกิดปัญหาหนักหนาใหม่เพิ่มขึ้นอย่าง รวดเร็ว และเป็นปัญหาที่ถ้าถึงกระทบต่อสังคมค่อนข้างชัดเจน

ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาแต่ละแห่งถือเป็นตัวจักรสำคัญของการรับมือปัญหาที่ ท่านต้องเข้มแข็งและมองให้เห็นว่าแอลกอฮอล์ สร้างความเดือดร้อนรบกวนให้แก่นักเรียนนักศึกษาในความปกครองและ สังคมอย่างไร

ไม่ควรปล่อยให้มีการขยับแก้ไขได้บ้าง หรือปล่อยให้มีการค้า สุราเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ วิทยาลัยการศึกษา ภายใน 300 เมตร ผมเชื่อว่า เสียงคำร้องท้วงติงจะและเป็นเสียงที่มีน้ำหนักต่อการตัดสินใจ ร้านเหล้าอบริเวณรอบรั้วของสถานศึกษาที่สุด.

นายสมภรณ์ ภาคโชคดี
ผู้อำนวยการสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.)

 <p>Thai Post Circulation: 950,000 Ad Rate: 950</p>	Section: First Section/- วันที่: อาทิตย์ 26 พฤศจิกายน 2560 ปีที่: 22 ฉบับที่: 7688		หน้า: 10 (ล่างซ้าย) PRValue (x3): 32,130		ศิลป: ชาว-คำ
	Col.Inch: 12.60 Ad Value: 10,710		คอลัมน์: ข่าวสั้น: โพลห้วงวัยรุ่นดื่มช่วงเทศกาล		



โพลห้วงวัยรุ่นดื่มช่วงเทศกาล
กรุงเทพฯ ● ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการสำนักวิจัยซูเปอร์โพล เปิดเผยผลสำรวจโพลเรื่อง โพลเหล้า กับเทศกาลหน้าหนาว พบว่านักท่องเที่ยว เมื่อสำรวจพบกลุ่มเด็กและเยาวชนอายุไม่เกิน 20 ปี กว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 33.3 จะดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ช่วงเทศกาลหน้าหนาว ส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ ในสัดส่วนใกล้เคียงกับผู้ใหญ่หรือร้อยละ 35.3 จะดื่มช่วงเทศกาลเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ทั้งกลุ่มเด็กและเยาวชนและผู้ใหญ่ ส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 80.6 และร้อยละ 87.0 ระบุรัฐบาลและ คสช.ควรระบุให้ชัด ร้านเหล้า เบียร์ ควรห่างจากโรงเรียน วิทยาลัยอาชีวศึกษา 300 เมตร หรือ 500 เมตร และให้นำพิจารณาถือ ทั้งกลุ่มที่สนับสนุนรัฐบาลและไม่สนับสนุนรัฐบาล ส่วนใหญ่หรือ ร้อยละ 86.8 และ 83.4 ระบุรัฐบาลและ คสช. ควรระบุให้ชัด ร้านเหล้า เบียร์ ต้องห่างจากโรงเรียน วิทยาลัยอาชีวศึกษา 300 เมตร หรือ 500 เมตร

 <p>เดลินิวส์ รวมข่าว</p> <p>Daily News (Wed-Fri) Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200</p>	<p>Section: First Section/การเมือง</p> <p>วันที่: จันทร์ 27 พฤศจิกายน 2560</p> <p>ปีที่: - ฉบับที่: 24882</p> <p>หน้า: 3(กลาง)</p> <p>Col.Inch: 22.48 Ad Value: 49,456 PRValue (x3): 148,368 คลิก: 111</p> <p>หัวข้อข่าว: โพลเผยเด็กชดเชยหลังอายุสี่ขวบใหญ่</p>
---	---

เมื่อวันที่ 25 พ.ย. นายพลทศกร พิทักษ์
ผู้อำนวยการสำนักวิจัยซูเปอร์โพล มูลนิธิสถาบัน
วิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผย
ผลสำรวจโพล เรื่อง "โพลเผยเด็กชดเชยหลังอายุ
หกขวบ" ซึ่งสอบถามประชาชนจำนวน 2,218 คน
ระหว่างวันที่ 10-24 พ.ย. ที่ออกมา ว่ามีความ
น่าเป็นห่วงเมื่อสำรวจพบกลุ่มเด็กและเยาวชน
อายุไม่เกิน 20 ปี กว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 33.9
จะดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ช่วงเทศกาลหน้าหนาว
ส่งท้ายปีเก่า คือรับปีใหม่ ในสัดส่วนใกล้เคียง
กับผู้ใหญ่ที่มีอยู่ร้อยละ 36.8 จะดื่มช่วงเทศกาล
เดี๋ยวก่อน อย่างไรก็ตาม ทั้งกลุ่มเด็กและเยาวชน
และผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 83.6 และ
ร้อยละ 87.0 ระบุรัฐบาล และ คสช. ควรระบุ
ให้ชัดเจน เบียร์ ควรห่างจากรั้วโรงเรียน
รวมทั้งวิทยาลัยออกไป 300 เมตร หรือ 500
เมตร และที่พิจารณาเพื่อ ทั้งกลุ่มที่สนับสนุน
รัฐบาล และ ไม่สนับสนุนรัฐบาลส่วนใหญ่หรือ
ร้อยละ 89.8 และ 89.4 ระบุ รัฐบาล และ
คสช. ควรระบุให้ชัดเจน เบียร์ ต้องห่าง
จากรั้วโรงเรียน รวมทั้งวิทยาลัย 300 เมตร หรือ
500 เมตร ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อมี
การสอบถามถึงการจ่ายเพิ่มของบริษัทน้ำมัน
ให้กับสังคม เพื่อลดอัตราจากการดื่ม เช่น

ค่าดูแลรักษาพยาบาลเมื่อเมื่อดื่ม เบียร์ปรุง
สภาพถนน ลดปัญหาการจราจรที่เพิ่ม
ส่วนใหญ่ของเด็กและเยาวชนอายุไม่เกิน 20 ปี
ร้อยละ 64.2 และร้อยละ 70.7 ระบุบริษัทน้ำมัน
ควรจ่ายเพิ่มให้กับสังคมลดอัตราจากการดื่ม
นายพลทศกร กล่าวอีกว่า ผลสำรวจครั้งนี้
ชี้ให้เห็นความน่าเป็นห่วงที่ เด็กและเยาวชน
อายุไม่เกิน 20 ปี จะดื่มกับโดยส่วนใหญ่ จาก
การชักชวนกันระหว่างเพื่อนวัยเดียวกันในช่วง
เทศกาลหน้าหนาวส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่
แต่ก็พิจารณาจากผู้ประกอบการเมืองที่เกี่ยวข้อง
กับนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพที่พบว่า กลุ่ม
สนับสนุนรัฐบาลและไม่สนับสนุนรัฐบาลส่วนใหญ่
ต้องการให้รัฐบาล และ คสช. ที่แม้
ปัญหาประเภทนี้ก็กำหนดให้ชัดเจนว่า รัน
เหล้าต้องห่างออกไปจากรั้วโรงเรียน รวมทั้ง
วิทยาลัย เพื่อปกป้องทั้งความปลอดภัยจาก
เหล้า เบียร์ ไวน์ และสารเสพติดอื่น ๆ ออก
ไป 300 เมตร หรือ 500 เมตร เพื่อประสิทธิภาพ
ในการบังคับใช้กฎหมายและการออกมาตรการ
เข้มงวดป้องกันสุขภาพที่ดีของเด็กและเยาวชน
ต่อไป.



innnews.co.th/shownews/shownewscode=823643

วันจันทร์ที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2560 15:15 น.

SUPERโพล 75.7%ชี้จำเป็นใช้กม.เข้มคุมดื่มสุรา

ข่าวยอดนิยม Super Poll 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 10:53 น.

Super Poll 75.7%ชี้จำเป็นใช้กม.เข้มคุมดื่มสุรา

สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) เป็นผลโพลสำรวจเรื่อง "คนไทย กับ ปัญหา" จากกรณีศึกษา ประชาชนทุก
สาขาอาชีพจำนวน 2,218คนระหว่างวันที่ 1-17 พ.ย. ที่ผ่านมา พบว่า ร้อยละ 76.4 มีทัศนคติดี ต่อ การ
ดื่ม เบียร์ ว่างเว้นจากสังคมไทย โดย ร้อยละ 81.2 เห็นด้วยมาก ถึง มากที่สุดว่า รัฐบาลควรกำหนด
ให้ชัดเจนว่า การขายเหล้า เบียร์ ความห่างจากโรงเรียน ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท การ
ความรุนแรงทางเพศ โดยเฉลี่ยร้อยละ 3.2 เท่านั้นที่เห็นด้วยน้อยถึงไม่เห็นด้วยเลย และ ร้อยละ 12.6 ไม่มี
ความเห็น

ทั้งนี้ เมื่อถามถึงมาตรการ ควรลด ปัญหาจาก ธุรกิจขายเหล้า เบียร์ ร้อยละ 77.1 ระบุ ห้ามขายเหล้า เครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์บริเวณโรงเรียน ร้อยละ 73.8 ห้ามขายเหล้า อนุสถานศึกษาห่างจากรั้ว 300 เมตร หรือ 500
เมตร ร้อยละ 70.7 ระบุควรมี กฎหมาย ห้าม เจ้าหน้าที่ยึด ระบุและระบุโทษเป็นที่ยึดกุม บริษัทน้ำมัน และบริษัท
น้ำมันทุกชนิด และ ร้อยละ 75.7 ระบุ จำเป็นต้อง มีหน่วยงานและมาตรการทาง สังคม
นอกจากนี้ จากผลสำรวจพบว่า เทศกาลสิ้นปีโดยดื่มเหล้า เบียร์ หากสถิติ ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 35.0,
เทศกาลสงกรานต์ ร้อยละ 27.6 ,สงกรานต์ ร้อยละ 8.0 และ วันมาฆบูชา ร้อยละ 7.7

Breaking News

- 14:29 โปศุไม่พร้อมเล่นกีฬาพรตการณ์ของส
- 14:26 สันถาวรอยู่คงกับไปบ้านพระดัง
- 14:19 พมพรรุ่งศาลฎีกาจะส่งฟ้องคดี
- 14:13 เปิดใจใจ ชัยยศฯชี้ขอเรียกร้อง
- 13:44 ออกข้อสั่ง งด ผู้มีคดีอาชญากรรม
- 13:33 น.ได้กม.ลดตร.คนเมือง-ชานชา
- 13:28 คนลี้ภัยร่วมขับขานพระฝัก
- 13:19 สมคิด ชี้ปิดล้อมเมืองหวัง

ข่าวการเมืองล่าสุด

- 14:29 โปศุไม่พร้อมเล่นกีฬาพรตการณ์ของส
- 14:19 พมพรรุ่งศาลฎีกาจะส่งฟ้องคดี
- 13:19 สมคิด ชี้ปิดล้อมเมืองหวัง
- 12:51 ศสพรตแจ้งข่าวสน.ใน. 44

สนุกทุกข่าวนับ
inn news sms
สมัครตอนนี้เลย 15 5

ข่าวเด่น Hot News

- พมพรรุ่งศาลฎีกาจะส่งฟ้องคดี
- สมคิดจะสั่งผู้สื่อข่าวคดีความ
- ปชช.ร่วมรณรงค์ถวายพระเพลิงพระศพ
- ปชช. ร่วมถวาย ดอกไม้จันทน์ที่ป.น. 19.1

โพลเผย ปชช.ส่วนใหญ่หนุนใช้ กม.คุมเข้มการดื่มเหล้า-เบียร์

เผยแพร่: 18 พ.ค. 2560 13:06:00 | โทร: MGR Online

สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เผยผลผลสำรวจเรื่อง คนไทยที่ขานรับนโยบายกับทัศนคติของคนไทยต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากกรม เหล้า เบียร์ พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 76.4 ระบุมีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า โบนัสหรือร้อยละ 19.3 ระบุ ทั้ง ก็น และร้อยละ 4.3 ระบุว่ามีประโยชน์ต่อสังคมไทยมากกว่า

ppn Click PREMIUM PUBLISHER NETWORK

ผลจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 84.2 เห็นว่าอันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่างๆ คือ ความบาดเจ็บ การขาดสติและกลองมือในวัยผู้ใหญ่ ร้อยละ 73.8 ระบุขาดสติหรือสติขาดในการศึกษา ทำงานหรือ 300 เมลหรือ 500 เมล และร้อยละ 70.7 เห็นว่าควรยกโทษนายหน้าเจ้าหน้าที่ยังมีเงินและรับโทษเป็นปีก็ยากกับชีวิต ขาดและรับโทษในครั้งเดียว ร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวด ความปลอดภัยจากน้ำเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ หายขาด

อย่างไรก็ดี สิ่งที่เป็นห่วงคือ เหล้าจากที่คนไทยดื่มเหล้า เบียร์ มากที่สุดคือ ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 35.0 สัปดาห์ ร้อยละ 27.6 สัปดาห์ ร้อยละ 8.0 วันอาทิตย์ ร้อยละ 7.7 สัปดาห์ ร้อยละ 5.5 เช้าหรือเย็น ร้อยละ 4.4 หอศิลป์ ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 20.6 ระบุอื่นๆ เช่น วันฉลอง งานบวช งานแต่ง

THAILAND

2:11 / 19.11.2017 @ THARATATH @ TRUSTED

ซูเปอร์โพล เหนือหน้าเข้ามาในไทย แต่เทศกาลต้องดื่ม

ซูเปอร์โพล เผยผลสำรวจทัศนคติคนไทยต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากกรม เหล้า เบียร์ พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 76.4 ระบุมีโทษต่อสังคมไทยมากกว่า โบนัสหรือร้อยละ 19.3 ระบุ ทั้ง ก็น และร้อยละ 4.3 ระบุว่ามีประโยชน์ต่อสังคมไทยมากกว่า

ผลจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 84.2 เห็นด้วยมาก ถึงมากที่สุดว่า อันตรายจากการดื่มเหล้า เบียร์ ในด้านต่างๆ คือ ความบาดเจ็บ การขาดสติและกลองมือในวัยผู้ใหญ่ ร้อยละ 73.8 ระบุขาดสติหรือสติขาดในการศึกษา ทำงานหรือ 300 เมลหรือ 500 เมล และร้อยละ 70.7 ระบุควรมีกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านหรือ 500 เมล และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 75.7 ระบุจำเป็นต้องบังคับใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวด ความปลอดภัยจากน้ำเมา เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ หายขาด

อย่างไรก็ดี สิ่งที่เป็นห่วงคือ เหล้าจากที่คนไทยดื่มเหล้า เบียร์ มากที่สุดคือ ช่วงเทศกาลปีใหม่ ร้อยละ 35.0 สัปดาห์ ร้อยละ 27.6 สัปดาห์ ร้อยละ 8.0 วันอาทิตย์ ร้อยละ 7.7 เช้าหรือเย็น ร้อยละ 5.5 เช้าหรือเย็น ร้อยละ 4.4 หอศิลป์ ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 20.6 ระบุอื่นๆ เช่น วันฉลอง งานบวช งานแต่ง เป็นต้น

- ซูเปอร์โพล
- น้าเมา
- เหล้า
- แอลกอฮอล์
- บังคับใช้กฎหมาย

เว็บไซต์ข่าวไทยรัฐออนไลน์

วันจันทร์ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2560
ไทยรัฐทีวี | ไทยรัฐออนไลน์

ข่าว หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐทีวี โซเชียลมีเดีย กีฬา บันเทิง ทีวี ภูมิภาคไทยรัฐ คลิปข่าว กิจกรรม

หน้าหลัก / ข่าว / การเมือง

'ซูเปอร์โพล' ซี คสช.คุมเข้มเหล่า-เบียร์ ไม่แก้ ก.ม.เป็นของขวัญปีใหม่

ไทยรัฐออนไลน์ 11 ธ.ค. 2560 11:46

"ซูเปอร์โพล" เผยประชาชนส่วนใหญ่ 80.5 ว่างศึก เมารวม กลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่สุกรักใจน่านา ขอ คสช.เข้มคุม เหล้า-เบียร์ ซีไม่แก้ก.ม.ห้ามกินเหล้าเสียสังคมโดยรวม

เมื่อวันที่ 11 ธ.ค.60 ตานพลอด การนิเทศฯ ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปียมย เผยผลสำรวจ เสียงสะท้อนกักจะแก้ ก.ม.คุมเ้ามา การนิเทศฯด้วยประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 2,204 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1-10 ธ.ค. พ.ศ.60 ที่ผ่านมามีพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.5 เป็นห่วงต่อสังคมเมารวม จะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของสุกรักใจน่านา เหล้า เบียร์ ไวน์ โชกอะหรือร้อยละ 19.5 ไม่ห่วงนอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 82.6 ระบุผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจราจร ก่อให้เกิดการแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการคุมเข้มเหล้า เบียร์ ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกรมสุกรักใจน่านา

รองลงมาคือร้อยละ 77.9 ระบุ การทะเลาะวิวาททะเลาะกัน ร้อยละ 67.4 ระบุ ความรุนแรงมากขึ้น ร้อยละ 65.6 ระบุ การคุกคามทางเพศ ชมชื่นเ้า-สตรี้จะเพิ่ม ร้อยละ 50.8 ระบุ เฮอร์อชญากรรม จะเพิ่ม ร้อยละ 46.9 ระบุ คนเมาเหล้าเบียร์จะเพิ่ม ร้อยละ 34.3 ระบุ คนเป็นโรคภัย มะเร็ง และพิศุรา จะเพิ่มตามลำดับ

ที่น่าสนใจรณาค คือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.7 ระบุ ข้าราชการ คสช.ควรเข้มงวดคุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมายเป็นของขวัญปีใหม่ให้ในศึกและเมารวม และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.6 ระบุ กำนันที่กฎหมายคุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกรมสุกรักใจ จะเก็บแอลกอฮอล์ดื่มโดยส่วนรวมมากกว่า.

tags: ซูเปอร์โพล SUPER POLL โพล เหล้า-เบียร์, 55555555

บริการ INET WebEx : Web and Video Conference

หน้าแรก ข่าวทั่วไทย ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ ภูมิภาค ภูมิภาค ใต้ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม

ค้นหา

'ซูเปอร์โพล' ซี คสช.คุมเข้มเหล่า-เบียร์ ไม่แก้ ก.ม.เป็นของขวัญปีใหม่

admin 11 December 2017 12 views

RECENT POSTS

- » ชุดทหารที่ไต้หวันพบพ่อต๋องซิงเผ่าเซ็ง (คลิป)
- » ดึงลิซ่า "อริส" คลังพิเศษ
- » จับลา "ทุบทุบ" พบ สบช. ยักไหล่ทหารคนนำ ไร้ปัญหาไร้เขตสนธิชก
- » หลังสแปดปีตลาด บัญชี 50 ทุพพรณ ชาชนาทะเล 20,150
- » นาวาเอกสืบตาบะคนขับ เกรงหนีไล่รถกรอแล่า ฐิณณณ สุชาวิท
- » ศาลฎีกัดสินใจ "อุบอิห" เป็นชนง์สาชารณ
- » แคนจายเคียการชื้อนกวาที่สี่ดูถูกพัน (คลิป)
- » สบช.แอมเม้นตัญญูปรกณันนีกภาพได้โอ ไม้โครงการ "ก้าวคนเม้า"
- » อกั จักัญญา เป็นเม็กกี้ ของญญาแอมเม้นตัญญูไ้0กิดีไ้ไ้
- » Almond Crisp Cookies



SUPER POLL เหยียบใหม่ปีนี้ประชาชนส่วนใหญ่มีความ มากถึงมากที่สุดที่ได้เหยียบใหม่-สวดมนต์ข้ามปี

Like Share One person likes this. Be the first of your friends.

ข่าวทั่วไป สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (IQ) -- อากิตยที่ 31 ธันวาคม 2560
12:47:00 น.

นายพอล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มุลนิธิ สถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลสำรวจโพล เรื่อง ลดเร็ว ลดตาย เหยียบปีใหม่ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 93.7 มีความสุขมากถึงมากที่สุดที่ได้เหยียบปีใหม่ นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 92.4 สุขมากถึงมากที่สุด จะเห็นคนไทยสวดมนต์ข้ามปีในอุทยานแห่งชาติ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปลอดภัย ปลอดภัย

ADVERTISEMENT

อย่างไรก็ตาม เรื่องที่กังวลจะเกิดอุบัติเหตุ ขณะเที่ยวทำลายความสุขประชาชน พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 78.5 ระบุ เจอคนขับรถเร็วเกินกฎหมายกำหนด ร้อยละ 74.3 เจอคนเมาแล้วขับ ร้อยละ 71.8 เจอจุดก่อสร้างข้อมทางด้านต่างๆ แจ้งกระชั้นเกินไป เบรกไม่ทัน รถติด ร้อยละ 69.3 ระบุความไม่พร้อมคนขับรถ ง่วง ประมาทเลินเล่อ ร้อยละ 64.1 ระบุ สัญญาณไฟเสีย ไม่ซ่อมแซม ร้อยละ 52.4 ระบุ สภาพถนน หลุมบ่อ ขำรด ร้อยละ 47.9 ระบุ สภาพแวดล้อม สภาพอากาศเลวร้าย มองไม่เห็นทาง และ ร้อยละ 23.2 ระบุอื่นๆ เช่น รถตัดหน้า มอเตอร์ไซด์ สิ่งกีดขวางข้างทาง เป็นต้น

ที่น่าพิจารณาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 95.6 เห็นด้วย ต่อ มาตรการตรวจเลือด ตรวจเหล้า ทุกกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ เจอเมาประกันไม่จ่าย มีเพียงร้อยละ 4.4 ไม่เห็นด้วย นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 90.9 เห็นด้วยและสนับสนุน ลดเร็ว ลดตาย เหยียบปีใหม่ เร็วตามที่กฎหมายกำหนด ในขณะที่เพียง ร้อยละ 9.1 ไม่เห็นด้วย

สำหรับ 10 จังหวัดที่ประชาชนอยากเหยียบปีใหม่มากที่สุด อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 27.2 อันดับสอง ได้แก่ เชียงราย ร้อยละ 14.5 อันดับสามได้แก่ เลย ร้อยละ 10.1 อันดับสี่ ได้แก่ แม่ฮ่องสอน ร้อยละ 9.5 อันดับห้า ได้แก่ น่าน ร้อยละ 7.8 อันดับ หก ได้แก่ พิษณุโลก ร้อยละ 5.4 อันดับเจ็ด ได้แก่ กาญจนบุรี ร้อยละ 4.2 อันดับ แปด ได้แก่ ชัยภูมิ ร้อยละ 3.6 อันดับ เก้า ได้แก่ เพชรบุรี ร้อยละ 3.1 และ อันดับสิบได้แก่ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

SUPER POLL ทำการสำรวจโพลความเห็นประชาชนกรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 1,479 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่าง วันที่ 10 – 30 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา

--อินโฟเควสท์ โดย นิสารัตน์ วิเชียรศรี โทร.02-2535000 ต่อ 322 อีเมล: nisarat@infoquest.co.th--

- ส่งความเห็นถึงผู้สื่อข่าว
- Facebook
- Twitter

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

คอลัมน์: คุณแทน

เลขาธิการ ส.ป.ก. (นายสุรอินทรชิต) ได้ร่วมพิธีเจริญพระพุทธมนต์และสิ้นชองขึ้นต้อนรับปีใหม่ ๒๕๖๑

วธ.เผยคนไทยทั่วประเทศกว่า ๒๐ ล้านคน ร่วมสวดมนต์ข้ามปี ถวายเป็นพระราชกุศล เสริมมงคลทั่วไทย ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่วิถีธรรม ปลื้มมีคนร่วมสวดมนต์เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

วธ.รวมใจ 701 ชุมชนคุณธรรมต้นแบบทั่วประเทศสวดมนต์ถวายเป็นพระราชกุศล เสริมมงคลทั่วไทยส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่วิถีธรรม พุทธศ. 2561

กรุงเทพโพลล์: "นับถอยหลังปีใหม่ 2018 ของคนกรุง"

หัวข้อที่เกี่ยวข้อง

สวดมนต์ข้ามปี นพดล SUPER Poll เหยียบปีใหม่ สถาบัน วิจัย โพล ความสุข ผลสำรวจ poll

ThaiPR.NET สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล มุลนิธิ สถาบันวิจัย

Thailand Press Release ข่าวประชาสัมพันธ์

ความสุขชุมชน และความเป็นผู้นำ ผลโพล เรื่อง ลดเร็ว ลดตาย เทียวปีใหม่

G+ Like Share Be the first of your friends to like this.

ข่าวทั่วไป ThaiPR.net -- โพสต์ที่ 3 มกราคม 2561 10:27:52 u.



ดูรูปทั้งหมด

กรุงเทพฯ--3 ม.ค.--สำนักวิจัยซูเปอร์โพล

ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิ สถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลสำรวจโพล เรื่อง ลดเร็ว ลดตาย เทียวปีใหม่ กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 1,479 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่าง วันที่ 10 – 30 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา พบว่า

ADVERTISEMENT

10 จังหวัดที่ประชาชนอยากเที่ยวปีใหม่มากที่สุด อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 27.2 อันดับสอง ได้แก่ เชียงราย ร้อยละ 14.5 อันดับสาม ได้แก่ เลย ร้อยละ 10.1 อันดับสี่ ได้แก่ แม่ฮ่องสอน ร้อยละ 9.5 อันดับห้า ได้แก่ น่าน ร้อยละ 7.8 อันดับ หก ได้แก่ พิษณุโลก ร้อยละ 5.4 อันดับเจ็ด ได้แก่ กาญจนบุรี ร้อยละ 4.2 อันดับ แปด ได้แก่ ขัยภูมิ ร้อยละ 3.6 อันดับเก้า ได้แก่ เพชรบุรี ร้อยละ 3.1 และ อันดับสิบได้แก่ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ที่น่าสนใจคือ ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 93.7 มีความสุขมากถึงมากที่สุด ที่ได้เที่ยวปีใหม่ นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 92.4 สุขมาก ถึงมากที่สุด จะเห็นคนไทยสวดมนต์ข้ามปี ในอุทยานแห่งชาติ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปลอดภัย ปลอดภัย อย่างไรก็ตาม เรื่องที่กังวลจะเกิดอุบัติเหตุ ขณะเที่ยว ทำลายความสุขประชาชน พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 78.5 ระบุ เจอคนขับรถเร็วเกินกฎหมายกำหนด ร้อยละ 74.3 เจอคนเมาแล้วขับ ร้อยละ 71.8 เจอจุดก่อสร้างข่มทาง ด้านต่างๆ แจกกระชังกันใบ เบรกไม่ทัน รถติด ร้อยละ 69.3 ระบุความไม่พร้อมคนขับรถ วงง ประมาทเลินเล่อ ร้อยละ 64.1 ระบุ สัญญาณไฟเสีย ไม่ซ่อมแซม ร้อยละ 52.4 ระบุ สภาพถนน หลุมบ่อ ขาด ร้อยละ 47.9 ระบุ สภาพแวดล้อม สภาพอากาศเลวร้าย มองไม่เห็นทาง และร้อยละ 23.2 ระบุอื่นๆ เช่น รถติดหน้า มอเตอร์ไซด์ สิ่งกีดขวางข้างทาง เป็นต้น

ที่น่าพิจารณา คือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 95.6 เห็นด้วย ต่อ มาตราการ ตรวจเลือด ตรวจแอลกอฮอล์ กรณีที่เกิดอุบัติเหตุ เจอเมาประกันไม่จ่าย มีเพียงร้อยละ 4.4 ไม่เห็นด้วย นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 90.9 เห็นด้วยและสนับสนุน ลดเร็ว ลดตาย เทียวปีใหม่ เร็วตามที่กฎหมายกำหนด ในขณะที่มีเพียง ร้อยละ 9.1 ไม่เห็นด้วย

Facebook

Twitter

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

รวมภาพประทับใจ ซูเปอร์แมนแฟมิลี เทียวปีใหม่สุดชิว !!!

SUPER POLL เหยียปีใหม่นี้ประชาชนส่วนใหญ่มีความสุขมากถึงมากที่สุดที่ได้เที่ยวปีใหม่-สวดมนต์ข้ามปี

บุรีรัมย์เริ่มแล้ว เทศกาลข้าวมะลิหอม ส่งเสริมของดีท้องถิ่น-ดันท่องเที่ยวปีใหม่

สนพ.แนะเทคนิคเตรียมตัวก่อนเที่ยวปีใหม่ เดินทางประหยัดพลังงาน เงินสะพัดท่องเที่ยวปีใหม่พุ่ง 12.5%

หัวข้อที่เกี่ยวข้อง

นพดล SUPER Poll เทียวปีใหม่กรณีศึกษา โครงการ เฟอร์สถาบัน วิจัย มูลนิธิ อาชีพ โพลความสุข poll ผลสำรวจ

ข่าว poll

กิจกรรมที่ ๕

จัดเวทีรายงานผลสำรวจ พร้อมประชุมรับฟังข้อเสนอแนะ
นำเสนอผลโพล “ปฏิบัติการลดเหล้า ลดตาย สภกรานต์ ๖๐” และเวทีรับฟังความคิดเห็น
ณ อาคารบางกอกทาวเวอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ กรุงเทพมหานคร
วันพุธที่ ๒๙ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ เวลา ๑๐.๐๐-๑๓.๐๐ น.





กิจกรรมที่ ๒

จัดทำ Info graphic สรุปบทเรียนจากการทำชุดโครงการฯและปรับปรุงเครื่องมือ
และการออกแบบการวิจัยในอนาคต



Alcohol Poll

80.1%
ปัญหา
สุขภาพ
ประชาชนและ
อุบัติเหตุ
มาจาก
เหล้า เบียร์



♡ ◉ ✈



Alcohol Poll

เหล้าเบียร์ กับ ความรุนแรง

			
85.1% ความรุนแรง ในบ้านและ ครอบครัว เกี่ยวกับ เหล้า เบียร์	52.5 % เคยมีคนใกล้ชิด ตกเป็นเหยื่อ ของความรุนแรง	36.0% ความรุนแรง เกิดขึ้นใน ผับ บาร์	65.2% เคยมี ประสบการณ์ พบเด็กเล็ก เป็นเหยื่อ ความรุนแรง เหล้าเบียร์



66.5%
สนับสนุนขึ้นภาษี
เหล้า เบียร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
อื่นๆ



95.4 %

ควรมี กฎหมายลงโทษ
ร้านเหล้าใกล้สถาบัน
การศึกษา

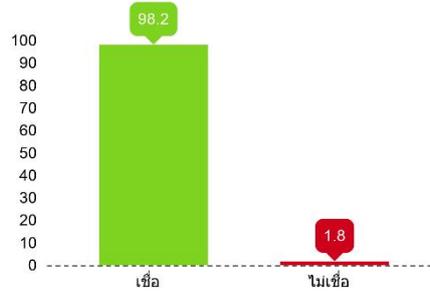


Alcohol Poll



หนุนขึ้นภาษีเหล้า
เบียร์

ความเห็นต่อ
ข้อความเตือนสติ
เมื่อเห็นโฆษณา
เหล้า เบียร์



ความเห็น	ร้อยละ
เชื่อ	98.2
ไม่เชื่อ	1.8

สุราเป็นเหตุทะเลาะวิวาทและอาชญากรรมได้



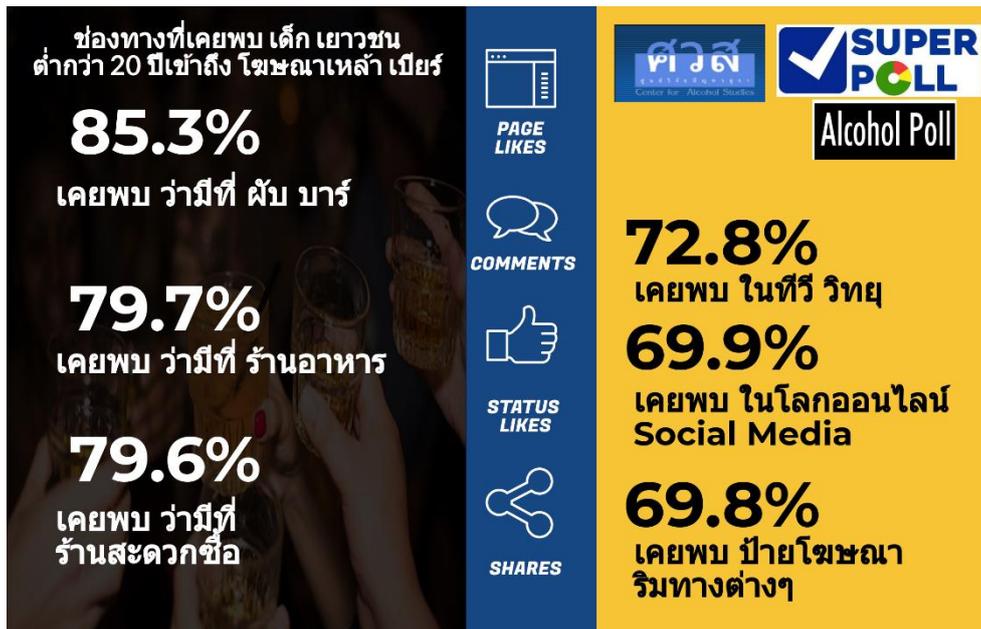

Alcohol Poll

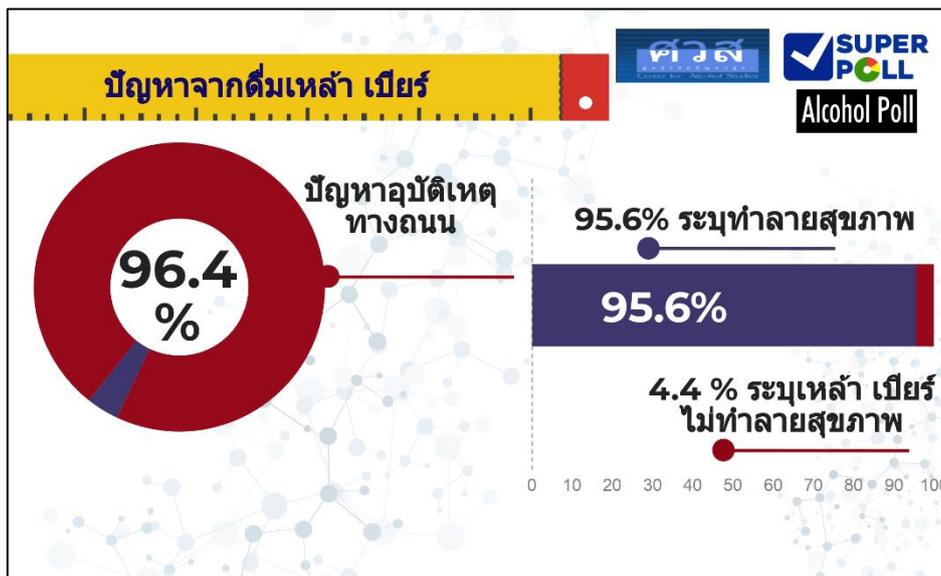
- 

89.1% เชื่อว่า
สุราเป็นเหตุก่อมะเร็ง
ได้
- 

92.7% เชื่อว่า
สุราเป็นเหตุ
พิการได้
- 

91.3% เชื่อว่า
สุราเป็นเหตุ
ให้สมองเสื่อมได้





พฤติกรรมไม่พึงประสงค์
ขณะดื่มเหล้าเบียร์



69.5%

สุบบุหรี



35.6%

ทานอาหาร
เสี่ยงสุขภาพ



32.5%

ใช้สาร
เสพติด



23.7%

มีเพศสัมพันธ์
เสี่ยงโรคร้าย

" 39.0% เคยดื่มเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือน "



41.1% ไม่เคย
ดื่มตลอดชีวิต
ที่ผ่านมา

19.4% เคยดื่ม
แต่ไม่ดื่มใน
ช่วง 12 เดือน

0.5% ไม่ตอบ



เอกสารอ้างอิง

- Babor, T. F., Caetano, R., Casswell, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K., ... Rossow, I. (2010). *Alcohol: No Ordinary Commodity: Research and Public Policy* (2nd). NY: Oxford University Press.
- NIAAA: Understanding the impact of alcohol on human health and well-being, www.niaaa.nih.gov, สืบค้น ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙, National Institute on alcohol abuse and alcoholism
- Look at your drinking, <http://www.lookatyourdrinking.com>, สืบค้น ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙, Tactus International
- พวงรัตน์ จินพล, โครงการระบบสารสนเทศเพื่อการแสดงความหนาแน่นของจุดจำหน่ายสุราใกล้สถานศึกษาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช, ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) Annual Alcohol Poll (2015), <http://fare.org.au/>, สืบค้น ๑๕ มิถุนายน ๒๕๕๙, Foundation for Alcohol Research and Education [FARE], Australia
- Risks of Alcohol Use Disorders Related to Drinking Patterns in the U.S. General Population (2014): *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 2014 Mar; 75 (2): 3 1 9 - 3 2 7 , Thomas K Greenfield, Ph. D. ,^{a,b,*} Yu Ye, M. S. ,^a Jason Bond, Ph. D. ,^a William C Kerr, Ph. D. ,^a Madhabika B Nayak, Ph. D. ,^a Lee Ann Kaskutas, Dr. P. H. ,^{a,c} Raymond F Anton, M. D. ,^d Raye Z Litten, Ph. D. ,^e and Henry R Kranzler, M. D. ,^{f,g}, Rutgers University. Center of Alcohol Studies
- RETHINKING DRINKING Alcohol and your health, <http://rethinkingdrinking.niaaa.nih.gov>, สืบค้น ๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙, National institutes of Health; U.S. Department of Health and Human Services
- ดร.นพดล กรรณิกา, ประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี ๒๕๕๔”: กรณีศึกษา ประชาชนอายุ ๑๕ ปี ขึ้นไปใน ๒๔ จังหวัดทั่วประเทศ; ศูนย์เครือข่ายวิชาการเพื่อสังเกตการณ์และวิจัยความสุขชุมชน (ศูนย์วิจัยความสุขชุมชน) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- อรทัย วลีวงศ์,จินตนา จันทร์โคตรแก้ว, สุรศักดิ์ ไชยสงค์, ทักษพล ธรรมรังสีการศึกษาลผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อบุคคลรอบข้างผู้ดื่ม ในประเทศไทย (ระยะที่ ๑) (๒๕๕๘); สำนักวิจัยนโยบายสร้างเสริมสุขภาพ, สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ; ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา