



รายงานฉบับสมบูรณ์
โครงการโพล (POLL) เร่งด่วน ความคิดเห็นของประชาชน
ต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจแก้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เสนอ
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

โดย
บริษัท ซูเปอร์โพล จำกัด

พฤศจิกายน ๒๕๖๐
(สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ ลิขสิทธิ์ พ.ศ. ๒๕๓๗)

รายงานฉบับสมบูรณ์
โครงการสำรวจเร่งด่วน ความคิดเห็นของประชาชน
ต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจแก้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เสนอ

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)
หน่วยระบาดวิทยา อาคารบริหาร ชั้น ๖
คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา ๙๐๑๑๐
โทรศัพท์ : (๐๘๓)๕๗๗-๕๕๓๓

โดย

บริษัท ซูเปอร์โพล จำกัด
๘๙๙ / ๑๙๑ หมู่บ้าน นันทวัน พระราม ๙ - อ่อนนุช ถนน อ่อนนุช
แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพฯ ๑๐๒๕๐
โทร. ๐๘๗.๓๓.๕๕๕.๙๙ โทร. ๐๒.๓๐๘.๐๔๔๔
www.superpoll.co.th

พฤศจิกายน ๒๕๖๐

(สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ ลิขสิทธิ์ พ.ศ. ๒๕๓๗)

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

โครงการสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนต่อกลุ่มนายทุนค้า เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อแก้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ครั้งนี้ เป็นการประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจจากตัวอย่าง (Survey Research) กรณีศึกษาตัวอย่างจากกลุ่มประชากรเป้าหมายอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศโดยสุ่มตัวอย่างจังหวัดขึ้นมาศึกษาจำนวน ๑๕ จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง นครราชสีมา ร้อยเอ็ด ขอนแก่น อุบลราชธานี นครปฐม สุพรรณบุรี สงขลา และสุราษฎร์ธานี จำนวนตัวอย่างประชาชนทั้งสิ้น ๒,๒๐๔ ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มเชิงชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-Stage Sampling) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชนต่อผลกระทบของการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ และประเด็นสำคัญอื่น ๆ เกี่ยวเนื่องกับการเคลื่อนไหวของกลุ่มนายทุนค้าเหล้า เบียร์ ไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ แก่กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เมื่อสอบถามถึง การติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชน พบว่า ประชาชนจำนวนมากหรือร้อยละ ๓๙.๖ ติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชนทุกวันหรือเกือบทุกวัน โดยตัวอย่างจำนวนมากเช่นกันหรือร้อยละ ๔๖.๗ ดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา และร้อยละ ๓๗.๕ ดื่มช่วง ๓๐ วัน อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๕ เป็นห่วงกลุ่มเด็กและเยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่

นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๙.๓ ระบุ การดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ มีโทษต่อสังคมมากกว่าประโยชน์ และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๙ ต้องการให้ รัฐบาลและหน่วยงานรัฐป้องกันปัญหาผลกระทบต่อประชาชน และสังคมส่วนรวมมากกว่า รักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัทเหล้า เบียร์ ไวน์

ที่น่าพิจารณาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๐.๙ ระบุ การนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ เครื่องหมายทางการค้า ภาพขวด และอื่น ๆ มาแสดงถือว่าเป็นการสื่อสารทางการตลาด ชักชวนดื่ม เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการค้าของบริษัท น้ำเมา ค่อนข้างมากถึงมากที่สุด โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๒.๕ ระบุ ความพยายามของกลุ่มคน องค์กรและบริษัท ให้แก้ไขกฎหมายเพื่อปกป้องประโยชน์ทางการค้าของพวกเขามากกว่า ต้องการช่วยเหลือประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริง

ที่น่าสนใจคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๔ ระบุ ไม่ควรแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุมการนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และภาพขวดที่มีชื่อและเครื่องหมายการค้าเหล้า เบียร์ ไวน์ และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๑.๓ ไม่ได้รับความเดือดร้อนใดๆ จากกฎหมายควบคุมการนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เผยแพร่ในสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๙ ระบุ บริษัทน้ำเมา กำลังใช้ประชาชนทั่วไปเป็น เครื่องมือ ปกป้องผลประโยชน์การค้าของพวกเขา

เมื่อถามถึง ข้อเสนอแนะของประชาชนรอบแรก เกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะต่อ รัฐบาล คสช. และหน่วยงานรัฐ เข้มงวด กวดขัน ควบคุมการโฆษณาการค้าการตลาด การขายเหล้าเบียร์ไวน์ ให้เป็นของขหวัดปี

ใหม่ แก่เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๗ ระบุ รัฐบาล คสช. และหน่วยงานรัฐ ควร เข้มงวด กวดขัน ควบคุมการโฆษณา การขายเหล้า เบียร์ ไวน์ เป็นของขั้วัญปีใหม่แก่ เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป

ที่น่าพิจารณาคือ ผลเสียต่อประชาชนและสังคมโดยรวมจากการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๖ ระบุ อุบัติเหตุจะมากขึ้น รองลงมาคือร้อยละ ๗๗.๙ ระบุ การทะเลาะวิวาทจะมากขึ้น ร้อยละ ๖๗.๔ ระบุ การใช้ความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ ๖๕.๖ ระบุ เป็นการคุกคามลวนลามทางเพศ และร้อยละ ๕๐.๘ ระบุการก่อเหตุอาชญากรรมต่างๆ จะมีมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๖ ระบุถ้ายกเลิกการควบคุมช่วงเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ จะมีผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า

เมื่อถามถึง ความเหมาะสมของการทำธุรกิจการค้าเหล้า เบียร์ ไวน์ มุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ การค้าและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๔.๓ ระบุ ไม่เหมาะสม

ที่น่าสนใจคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๐.๑ ระบุ เหมาะสมแล้ว และร้อยละ ๒๐.๗ ระบุ ยังไม่เหมาะสมเพราะควรห้ามตลอดเวลา ที่ได้มีการกำหนดเวลาขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ช่วงเวลา ๑๑.๐๐ น.ถึง ๑๔.๐๐ น. และช่วงเวลา ๑๗.๐๐ น. ถึง ๒๔.๐๐ น. มีเพียงร้อยละ ๙.๓ ที่ระบุว่า ไม่เหมาะสมเลย

เมื่อถามถึง รายได้หลักของธุรกิจโรงแรมจากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ร้อยละ ๑๕.๐ และร้อยละ ๓๑.๖ ระบุ มาก ถึง มากที่สุด และร้อยละ ๑๐.๕ ระบุ ธุรกิจโรงแรมจะเดือดร้อนมากที่สุด ร้อยละ ๒๒.๓ ระบุ ธุรกิจโรงแรมจะเดือดร้อนมาก

นอกจากนี้ ร้อยละ ๑๙.๙ ระบุว่า รายได้หลักของธุรกิจท่องเที่ยวจากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้รับผลกระทบมากที่สุด และร้อยละ ๓๑.๘ ระบุ ระดับมาก โดยร้อยละ ๑๓.๔ ระบุ ธุรกิจท่องเที่ยวเดือดร้อนจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ และ ร้อยละ ๑๓.๑ ระบุ อาชีพบางอาชีพ เช่น สาวเชียร์เบียร์ คนแนะนำเหล้า ไวน์ ได้รับความเดือดร้อนมากที่สุด และร้อยละ ๒๓.๑ เดือดร้อนมาก ตามลำดับ

ที่น่าพิจารณาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๗.๖ ระบุ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อ การควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการขายด้วยเครื่องขายอัตโนมัติ ร้อยละ ๘๖.๔ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการเร่ขาย ร้อยละ ๘๑.๙ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การห้ามไม่ให้มีการลดราคา เหล้า เบียร์ ไวน์ ร้อยละ ๘๑.๑ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การห้ามไม่ให้มีการเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดงหรือการชิงโชคชิงรางวัล หรือ สิทธิประโยชน์ใดๆ จาก เหล้า เบียร์ ไวน์ ร้อยละ ๘๒.๓ ระบุ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อการห้ามไม่ให้มีการแจก แดม เหล้าเบียร์ นอกจากนี้ ร้อยละ ๘๓.๔ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การห้าม ไม่ให้มีการส่งเสริมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ในสถานบริการ และร้อยละ ๘๖.๔ ค่อนข้างเห็นด้วยถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การดำเนินถึงผลประโยชน์สุขของประชาชนด้านอื่นๆ มากกว่าผลประโยชน์ทางการค้าของบริษัทเพียงอย่างเดียว

เมื่อถามถึง ประสบการณ์เคยถูกละเมิดสิทธิจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๑.๖ ไม่เคยถูกละเมิด และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๑.๐ ระบุ การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ไวน์ ไม่เป็นการละเมิด นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๓.๑ ไม่เคยมี

ประสบการณ์ปัญหาเดือดร้อนจากการใช้ ดุลพินิจเจ้าหน้าที่ดำเนินคดีจากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ และ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๑.๘ ไม่เดือดร้อนจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์

อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๕๗.๔ กังวลต่อ บริษัท น้ำเมา จะหยิบยื่นผลประโยชน์ให้ เจ้าหน้าที่รัฐเพื่อแก้ไขกฎหมาย เอื้อประโยชน์นายทุน น้ำเมา โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๔.๗ เชื่อมั่น ค่อนข้างมากถึง มากที่สุดต่อการทำงานของคณะกรรมการในการพิจารณากฎหมายควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและสังคมโดยรวม

จากผลโพลเร่งด่วนที่ค้นพบครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอเสนอว่า ศวส. ควรเร่งดำเนินการสร้างกระแสการรับรู้ ความเข้าใจและความเชื่อมั่นต่อสังคม และเพื่อผลักดันให้รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ตระหนัก ถึงสาระสำคัญและประโยชน์สูงสุดของกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นั่นคือ การปกป้องเด็ก เยาวชน และประชาชนจากปัญหาและผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยการใช้สื่อออนไลน์ที่เข้าใจได้ง่าย ตรง ประเด็น ด้วยการทำ Info Graphic และการทำสื่อบูชาผ่านสื่อออนไลน์ในโลกโซเชียล เช่น Website ของ ศวส. และภาคีเครือข่าย Facebook Twitter และ Line เป็นต้น

นอกจากนี้ ศวส. ควรหาภาคีเครือข่ายด้านยุทธศาสตร์ที่มีองค์ความรู้ นวัตกรรมและเครื่องมือจัดเวที และเปิดพื้นที่สื่อสารสังคมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงนโยบายและปฏิบัติการ มาร่วมกำหนด ยุทธศาสตร์ เป้าหมาย แผนและกระบวนการในการขับเคลื่อนประเด็นสำคัญต่างๆ เพื่อให้เท่าทันต่อการ เคลื่อนไหวของกลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่าง ยั่งยืนต่อไป

สารบัญ

		หน้า
บทสรุปผู้บริหาร		ก
สารบัญ		ง
สารบัญตาราง		จ
บทที่ ๑	หลักการและเหตุผล	๑
	๑. หลักการและเหตุผล	๑
	๒. วัตถุประสงค์	๓
	๓. ขอบเขตการศึกษา	๔
	๔. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๔
บทที่ ๒	ทบทวนวรรณกรรม	๕
บทที่ ๓	ระเบียบวิธีวิจัย	๙
	๑. ระเบียบวิธีวิจัย	๙
	๒. กรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย	๙
	๓. รูปแบบการศึกษา	๑๐
	๔. เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล	๑๒
	๕. การเก็บรวบรวมข้อมูล	๑๒
	๖. การวิเคราะห์ข้อมูล	๑๒
	๗. ขั้นตอนการดำเนินงาน/แผนการดำเนินงาน	๑๓
	๘. ข้อจำกัดของการศึกษา	๑๓
บทที่ ๔	ผลการศึกษา	๑๔
บทที่ ๕	ข้อเสนอแนะ	๓๑
แหล่งข้อมูลอ้างอิง		๓๕
ภาคผนวก		๓๖

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ ๔.๑	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชน	๑๔
ตารางที่ ๔.๒	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา	๑๕
ตารางที่ ๔.๓	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ในช่วง ๓๐ วัน	๑๕
ตารางที่ ๔.๔	แสดงคำร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ความน่าเป็นห่วง กลุ่มเด็กและเยาวชน จะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่	๑๕
ตารางที่ ๔.๕	แสดงคำร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ประโยชน์ต่อสังคม หรือ โทษ ต่อ สังคม จากการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์	๑๖
ตารางที่ ๔.๖	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความต้องการต่อ รัฐบาล และ หน่วยงานรัฐ ป้องกันปัญหาผลกระทบต่อ ประชาชนและสังคมส่วนรวม หรือ รักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัท เหล้า เบียร์ ไวน์และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง	๑๖
ตารางที่ ๔.๗	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ เครื่องหมายทางการค้า ภาพขวด และอื่นๆ มาแสดงถือว่าเป็นการสื่อสารทางการตลาด ซักชวนดื่ม เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการค้าของบริษัท น้ำเมา	๑๗
ตารางที่ ๔.๘	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความคิดเห็นต่อความพยายามของกลุ่มคนองค์กรและบริษัทต่างๆ ให้แก้ไขกฎหมายเพื่อปกป้องประโยชน์ทางการค้าของพวกเขา หรือ ต้องการช่วยเหลือประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริง	๑๗
ตารางที่ ๔.๙	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุม การนำภาพ การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และภาพขวดที่มีชื่อและเครื่องหมายการค้า เหล้า เบียร์ ไวน์	๑๘
ตารางที่ ๔.๑๐	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนที่ได้รับจากกฎหมายควบคุมการนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์และเครื่องมือแอลกอฮอล์ เผยแพร่ในสังคมออนไลน์	๑๘
ตารางที่ ๔.๑๑	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อ บริษัท น้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ใช้ประชาชนเป็นเครื่องมือเพื่อปกป้องผลประโยชน์การค้า ธุรกิจของพวกเขา	๑๙
ตารางที่ ๔.๑๒	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ข้อเสนอแนะต่อ รัฐบาล คสช. และ หน่วยงานรัฐ เข้มงวด กวดขัน ควบคุมการโฆษณาการค้าการตลาด การขายเหล้าเบียร์ไวน์ ให้เป็นของขวัญปีใหม่ แก่เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป	๑๙

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ ๔.๑๓	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ผลเสียต่อประชาชนและสังคมโดยรวมจากการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์	๒๐
ตารางที่ ๔.๑๔	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ผลดี ผลเสีย ถ้ามีการยกเลิกการควบคุมช่วงเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์	๒๐
ตารางที่ ๔.๑๕	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเหมาะสมของการทำธุรกิจการค้าเหล้า เบียร์ ไวน์ มุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ การค้าและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ	๒๑
ตารางที่ ๔.๑๖	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเหมาะสมของการกำหนดเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ช่วงเวลา ๑๑.๐๐ น. ถึง ๑๔.๐๐ น. และช่วงเวลา ๑๗.๐๐ น. ถึง ๒๔.๐๐ น.	๒๑
ตารางที่ ๔.๑๗	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ รายได้หลักของธุรกิจโรงแรมจากการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์	๒๒
ตารางที่ ๔.๑๘	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนที่ ธุรกิจโรงแรมได้รับการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์	๒๒
ตารางที่ ๔.๑๙	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ รายได้หลักของ ธุรกิจท่องเที่ยว จากการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์	๒๓
ตารางที่ ๔.๒๐	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนของธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์	๒๓
ตารางที่ ๔.๒๑	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนของอาชีพบางอย่าง เช่น สาวเชียร์เบียร์ คนแนะนำเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้รับจากการกำหนดช่วงเวลาขายเหล้า เบียร์ ไวน์ เป็นช่วงๆ	๒๔
ตารางที่ ๔.๒๒	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อ การควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการขายด้วยเครื่องขายอัตโนมัติ	๒๔
ตารางที่ ๔.๒๓	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ด้วยการห้ามไม่ให้มีการ เร่ขาย	๒๕
ตารางที่ ๔.๒๔	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามไม่ให้มีการลดราคา เหล้า เบียร์ ไวน์	๒๕
ตารางที่ ๔.๒๕	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามไม่ให้มีการเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดงหรือการชิงโชคชิงรางวัล หรือ สิทธิประโยชน์ใดๆ จาก เหล้า เบียร์ ไวน์	๒๖

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ ๔.๒๖	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามไม่ให้มีการแจก แกรม เหล้า เบียร์	๒๖
ตารางที่ ๔.๒๗	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อ การห้าม ไม่ให้มีการส่งเสริมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ในสถานบริการ	๒๗
ตารางที่ ๔.๒๘	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อ การคำนึงถึงผลประโยชน์สุขของประชาชนด้านอื่น ๆ มากกว่าผลประโยชน์ทางการค้าของบริษัทเพียงอย่างเดียว	๒๗
ตารางที่ ๔.๒๙	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์เคยถูกละเมิดสิทธิจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์	๒๘
ตารางที่ ๔.๓๐	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการละเมิดสิทธิ จากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์	๒๘
ตารางที่ ๔.๓๑	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์ปัญหาเดือดร้อนจากการใช้ดุลพินิจเจ้าหน้าที่ดำเนินคดีจากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์	๒๘
ตารางที่ ๔.๓๒	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนจากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้	๒๙
ตารางที่ ๔.๓๓	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความกังวลต่อ บริษัท นำเมา จะหยิบยื่นผลประโยชน์ให้เจ้าหน้าที่รัฐเพื่อแก้ไขกฎหมาย เอื้อประโยชน์นายทุน นำเมา	๒๙
ตารางที่ ๔.๓๔	แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเชื่อมั่นต่อการทำงานของคณะกรรมการในการพิจารณากฎหมายควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและสังคมโดยรวม	๓๐

บทที่ ๑

หลักการและเหตุผล

๑. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันบริษัทเหล่า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุก โดยมีการโฆษณา ณ จุดขาย ที่มีการใช้สื่อบุคคล เช่น ดารา ผู้ที่มีชื่อเสียง สาวเชียร์เบียร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการใช้รูปแบบของการเชิญชวนให้ชิมฟรี และบริการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม หรือการมอบสิทธิประโยชน์อื่นๆ ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดเหล่านี้ มีจุดมุ่งเน้นที่สำคัญ คือ การขายแก่ผู้ที่อยู่ในอาการมึนเมา และการขายพ่วง นอกจากนี้ ยังพบว่า บริษัทเหล่า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังได้ออกแบบการโฆษณาแฝง รวมถึงการทำการตลาดผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล หรือเทคโนโลยีที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรมของนักแสดง นักร้องและบุคคลที่มีชื่อเสียงของบริษัท เหล่า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยังคงส่งผลทำให้ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลกำไรทางการค้าสูงเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลยุทธ์การตลาดเหล่านี้ถือเป็นช่องว่างที่หากรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐ ยังไม่มีมาตรการหรือกฎหมายควบคุม และบทลงโทษที่สอดคล้องเหมาะสม ในขณะที่กระบวนการในการพิจารณาความผิดในฐานความผิดดังกล่าวยังไม่มีความชัดเจนเพียงพอ และระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณาความผิดนั้นค่อนข้างนานเกินไป จนอาจเป็นช่องว่างของกระบวนการในการพิจารณาคดีได้

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ และ มาตรา ๓๒ ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้ เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนด ในกฎกระทรวง บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิด นอกราชอาณาจักร¹และมาตรา ๓๐ ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะ ดังต่อไปนี้ (๑) ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ (๒) การเร่ขาย (๓) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย (๔) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการการชิงโชค การชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อ หรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ (๕) โดยแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือ การให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจ

¹ เล่ม ๑๒๕ ตอนที่ ๓๓ ก ราชกิจจานุเบกษา ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑

สาธารณชนให้บริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์รวมถึงการกำหนด เงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยทางตรงหรือทางอ้อม (๖) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยคำแนะนำของคณะกรรมการ²

หากแต่ผลจากการศึกษา พบว่า มีผลการศึกษาวิจัยที่ระบุ เห็นการโฆษณา ณ จุดขาย โดยสื่อบุคคล เช่น สาวชวนให้ชิมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ฟรีในห้าง โดยตัวอย่างประชาชนที่เคยไปใช้บริการห้างสรรพสินค้า ร้อยละ ๓๓.๐ ระบุ พบเห็นเกือบทุกครั้งถึงทุกครั้งที่ได้ไป ร้อยละ ๓๑.๗ ระบุ เคยพบเห็นการส่งเสริมการขาย ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยร้อยละ ๒๙.๖ ระบุ แบบลดราคา ร้อยละ ๑๘.๑ ระบุ แบบ แลก-แจก-แถม ร้อยละ ๑๓.๔ ระบุ แบบ ให้สิทธิประโยชน์อื่นตอบแทนผู้ซื้อ เช่น แจกบัตรชมคอนเสิร์ต และร้อยละ ๑๒.๑ ระบุ แบบ ขายตรง ในขณะที่ ร้อยละ ๑๐.๗ ระบุ แบบ ให้ลองชิม/ลองตี้ม ร้อยละ ๙.๗ ระบุ แบบ จับฉลาก ซิงรางวัล ร้อยละ ๓.๗ ระบุ แบบ ขายผ่านการเป็นสมาชิก และร้อยละ ๒.๗ ระบุ อื่น ๆ นอกจากนี้ ยังพบว่า ตัวอย่างร้อยละ ๔๔.๐ ระบุ พบเห็นการขายแบบการเร่งขาย ร้อยละ ๓๖.๗ ระบุ พบเห็นการขายแบบขายพ่วง และ ร้อยละ ๑๙.๓ ระบุ พบเห็นการขายแบบขายแก่ผู้ที่อยู่ในอาคารมินิเมา³ ซึ่งผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า บริษัท เหล่า เบียร์และเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ยังมีการใช้กลยุทธ์ที่เป็นการละเมิดต่อพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาพบว่า บริษัทเหล่า เบียร์ และเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ได้มีการเคลื่อนไหว เพื่อเรียกร้องให้มีการปรับปรุงหรือแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ระบุว่า พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้สร้างผลกระทบจากการบังคับใช้ พ.ร.บ. ฉบับนี้และ กฎหมายต่าง ๆ ที่ตามพ.ร.บ. ฉบับนี้ นอกจากนี้ ยังได้ชี้ให้เห็นว่า สำนักคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้ตีความและบังคับใช้กฎหมายโดยไม่เป็นธรรม ต่อผู้ประกอบการ กระทบต่อเสรีภาพในการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการ ตลอดจนสิทธิขั้นพื้นฐาน ของประชาชนทั่วไป และไม่สอดคล้องต่อเจตนารมณ์ของกฎหมายหลายประการ ในขณะเดียวกัน บริษัทเหล่า เบียร์ และเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ยังได้ระบุถึงผลกระทบทางธุรกิจที่เกิดจาก มาตรา ๒๔ ห้ามมิให้ผู้ใดขาย เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใด ๆ เท่าที่จำเป็นไว้ด้วยก็ได้ บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้ บังคับกับการขายของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือตัวแทนของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตาม กฎหมายว่าด้วยสุรา⁴ และประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องกำหนดเวลาห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ โดย ระบุว่า การห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลา ๑๔.๐๐-๑๗.๐๐ น. ตามประกาศ ดังกล่าว จะส่งผลเสียต่อธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศ อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อ

² เล่ม ๑๒๕ ตอนที่ ๓๓ ก ราชกิจจานุเบกษา ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑

³ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล โครงการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนต่อประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และแบบแผนการตี้มของประชาชน ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา หน้า ๕๑-๕๓

⁴ เล่ม ๑๒๕ ตอนที่ ๓๓ ก ราชกิจจานุเบกษา ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑

ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งข้อค้นพบจากการศึกษาในประเด็นข้อเรียกร้องดังกล่าว ได้เน้นย้ำถึงมูลค่าและผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าผลกระทบต่อผู้บริโภค ต่อสังคม และประเทศชาติโดยภาพรวม ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ทศนคติของประชาชนต่อการตีพิมพ์และผลกระทบจากการตีพิมพ์เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์โดยทั่วไป ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๖.๔ ระบุ เครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์มีโทษต่อสังคมมากกว่าประโยชน์ และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๔.๒ เห็นด้วยถึงเห็นด้วยที่สุดว่า การตีพิมพ์และเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์อื่น ๆ เป็นอันตรายมากที่สุดต่อผู้อื่น เช่น อุบัติเหตุ ความรุนแรง อาชญากรรม การทะเลาะวิวาท และการคุกคามทางเพศ⁵ จากสถานการณ์ปัญหาและผลกระทบที่นำไปสู่การขับเคลื่อนเพื่อเรียกร้องให้มีการปรับปรุงหรือแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ในฐานะที่เป็นหน่วยงานวิชาการที่ผลิตและเรียบเรียงความรู้ และพัฒนากลไกการประสานและสนับสนุนกิจกรรมการสร้างความรู้และใช้ความรู้ เพื่อสนับสนุนกระบวนการจัดการกับปัญหาจากเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในประเทศไทย และด้วยพันธกิจที่สำคัญคือ การสร้างงาน ผลิตและเรียบเรียงองค์ความรู้ทางวิชาการเพื่อเติมเต็มส่วนที่ขาดและพัฒนาความเข้มแข็งของกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ และ การสร้างสังคม ด้วยการผลักดันกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ที่มีรากฐานทางวิชาการ ได้ตระหนักถึงความสำคัญเร่งด่วนในการสร้างกระแสการรับรู้ของประชาชนและเพื่อหนุนเสริมความเข้มแข็งของกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ จึงได้จัดให้มีการทำสำรวจความคิดเห็นประชาชน ๑๕ จังหวัดทั่วประเทศ ในประเด็นทัศนคติของคนไทยต่อ ประโยชน์ หรือโทษ ต่อสังคมไทยจากการตีพิมพ์ เบียร์ และมาตรการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น บริษัท ซูเปอร์โพล จำกัด จึงขอเสนอโครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อธุรกิจ เหล้า เบียร์ ไวน์และเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ เกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ พ.ศ.๒๕๕๑ กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ ๑๕ ปีขึ้นไป ใน ๑๕ จังหวัดของประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการสนับสนุนและหนุนเสริมความเข้มแข็งของกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์ และเพื่อขับเคลื่อนนโยบายควบคุมปัญหาสุราให้กับศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) โดยการศึกษาในประเด็นนี้จะนำมาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหามารยาทการบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ที่ตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ

๑) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจแก้กฎหมายควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

๒) เพื่อสำรวจปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนจากการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

⁵โครงการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนต่อประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์

และแบบแผนการตีพิมพ์ของประชาชน ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา หน้า ๑-๒

๓. ขอบเขตการศึกษา

โครงการศึกษาในครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหาที่มุ่งเน้นการศึกษาในประเด็นความคิดเห็นทัศนคติ การรับรู้ ความเข้าใจของประชาชนต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจในการแก้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมิติต่างๆ เช่น การควบคุมเวลาจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และกิจกรรมของกลุ่มธุรกิจในการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการสำรวจความเดือดร้อนของประชาชนจากการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มประชากรเป้าหมายอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปใน ๑๕ จังหวัดได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง นครราชสีมา ร้อยเอ็ด ขอนแก่น อุบลราชธานี นครปฐม สุพรรณบุรี สงขลา และสุราษฎร์ธานี โดยมีกรอบเวลาในการดำเนินโครงการระหว่าง ๑๕ พ.ย. ถึง ๑๐ ธ.ค. พ.ศ.๒๕๖๐

๔. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) มีข้อมูลในการขับเคลื่อนภารกิจรักษากฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลไว้ ตลอดจนสนับสนุนนโยบายสาธารณะในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างยั่งยืน

บทที่ ๒

ทบทวนวรรณกรรม

๑. ทบทวนวรรณกรรม

สถานการณ์เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันมีแนวโน้มรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ทั้งในด้านปัญหาและผลกระทบต่อเด็ก เยาวชน ครอบครัว สังคม และความมั่นคงของประเทศ ในขณะเดียวกัน กลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้มีการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันให้รัฐบาลมีการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ เพื่อให้ขยายเวลาขายสุรา และยกเลิกมาตรการอื่นๆโดยมีการกล่าวอ้างว่าเป็นอุปสรรคในการค้าขายน้ำเมา และมุ่งหวังเปิดทางสะดวกค้าขายเหล้าเบียร์ ส่งเสริมการขายได้เหมือนเดิม โดยข้อเรียกร้องของกลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ได้กล่าวอ้างถึง พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ และ มาตรา ๓๒ ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นตี้มโดยตรงหรือโดยอ้อม การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้ เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนด ในกฎกระทรวง บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิด นอกราชอาณาจักร

และมาตรา ๓๐ ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะ ดังต่อไปนี้ (๑) ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ (๒) การเช่าขาย (๓) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย (๔) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการการชิงโชค การชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อ หรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ (๕) โดยแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือ การให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์รวมถึงการกำหนด เงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยทางตรงหรือทางอ้อม (๖) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ^๖

^๖ เล่ม ๑๒๕ ตอนที่ ๓๓ ก ราชกิจจานุเบกษา ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑

การขับเคลื่อนภาคประชาชนต่อการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นายชวิทย์ จันทรส ผู้ประสานงานเครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัยแอลกอฮอล์ กล่าวว่า “จากการที่สมาคมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไทยเรียกร้องให้รัฐบาลแก้ไข พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ นั้น ทางเครือข่ายทราบว่า เมื่อวันที่ ๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ กลุ่มธุรกิจน้ำเมาได้มีโอกาสในการเข้าชี้แจงต่ออนุกรรมการ พิจารณาปรับปรุงหรือยกเลิกกฎหมายที่สร้างภาระแก่ประชาชนเกินความจำเป็น ซึ่งเป็นชุดที่กรรมการดำเนินการปฏิรูปกฎหมายในระยะเร่งด่วนตั้งขึ้น แต่กลับไม่มีการรับฟังความเห็นจากผู้ได้รับผลกระทบประชาสังคม และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ แต่อย่างใด เป็นการรับฟังเพียงผู้ประกอบการฝั่งธุรกิจเท่านั้น ดังนั้น เครือข่ายจึงแสดงจุดยืนและขอคัดค้านข้อเสนอแก้ไข พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ของกลุ่มสมาคมการค้าผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสุราเพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับเด็กเยาวชน และประชาชน”⁷ ขณะที่เดียวกัน สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ ได้เปิดเผยผลสำรวจเรื่อง “เสียงสังคม ถ้าจะแก้กม.คมน้ำเมา” ต่อกรณีที่ผู้ประกอบการเรียกร้องให้แก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยผลจากการศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ ๘๐.๕ มีความเป็นห่วงเด็กและเยาวชนจะกลายเป็มนักดื่มหน้าใหม่ของธุรกิจน้ำเมา ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ ๘๒.๖ ระบุว่า ผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้นหากมีการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามข้อเรียกร้องของผู้ประกอบการ⁸ ซึ่งผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการปกป้องเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไปจากการเป็นเหยื่อของธุรกิจเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกับเครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัยแอลกอฮอล์

การแก้ไขกฎหมายกับการพิทักษ์สิทธิเด็กและเยาวชนจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการศึกษาพบว่า สถานการณ์ด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจเหล้า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ เด็ก เยาวชน ที่เป็นนักดื่มหน้าใหม่ และมีกำลังในการซื้อค่อนข้างมาก ศ. พญ. สาวิตรี อัจฉางค์กรชัย ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยปัญหาสุรา ได้กล่าวว่า ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพิทักษ์สิทธิเด็กและเยาวชนให้พ้นภัยสุรา ทั้งนี้ การดื่มสุราของเด็กและเยาวชนไทยในปัจจุบันเริ่มต้นที่อายุน้อยลงเรื่อยๆ ทำให้มีนักดื่มหน้าใหม่ที่เป็นเด็กและเยาวชนเกิดขึ้น

⁷ <https://today.line.me/th/pc/article> (วันที่ ๘ ธันวาคม ๒๕๖๐)

⁸ <https://www.posttoday.com/social/general/๕๒๙๗๙๖> (วันที่ ๑๑ ธันวาคม ๒๕๖๐)

ประมาณ ๑ ล้านคนต่อปี⁹ โดย ศ.พญ. สาวิตรี กล่าวว่า ในฐานะนักวิชาการและตัวแทนจากทุกภาคส่วนในสังคม ขอประกาศเจตนารมณ์เรียกร้องต่อรัฐบาลเพื่อปกป้องเด็กและเยาวชนให้มีสิทธิที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสังคมที่ปลอดภัยจากอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้ คือ

๑. ให้คนไทยทุกคนร่วมแสดงฉันทามติให้ผู้ที่มียุ่ต่ำกว่า ๒๐ ปี ต้องไม่ริเริ่มดื่มสุรา
๒. ให้รัฐบาลแก้ไข พ.ร.บ. ๒๕๔๖ จากเดิมกำหนดห้ามผู้ใดให้เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพิ่มเป็นอายุ ๒๐ ปีบริบูรณ์เพื่อให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑
๓. ให้รัฐบาลแก้ไข พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ในมาตรา ๓๒ ให้ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบอย่างสิ้นเชิง และเร่งออกมาตรการห้ามจำหน่ายสุรารอบสถานศึกษาทุกประเภท (โซนนิ่ง) อย่างเป็นทางการและสถานที่สาธารณะที่เยาวชนเข้าไปใช้
๔. ให้รัฐบาลพิจารณาการปรับขึ้นภาษี เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นระยะๆ พร้อมเพิ่มการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างจริงจัง
๕. ให้ปฏิรูปการศึกษามุ่งสู่การแก้ไขปัญหาการใช้สุรา ยาสูบ และยาเสพติดในเด็กและเยาวชน และให้หน่วยงานการศึกษามีระบบการดูแล ฝ้าระวังและให้คำปรึกษาเพื่อป้องกันการดื่มสุรา และลดผลกระทบที่ตามมาด้วยวิธีการที่เป็นมาตรฐานสากล
๖. การทำข้อตกลงการค้าเสรี ต้องไม่ทำให้ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อ่อนแอลง โดยให้ยกเว้นสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากการเจรจาการค้าเสรีทุกประเภท เป็นอิสระจากธุรกิจแอลกอฮอล์ข้ามชาติ เพราะต้องคำนึงถึงผลกระทบด้านสุขภาพที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹⁰

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาข้อเสนอของภาคีเครือข่ายนักวิชาการต่อเจตนารมณ์ที่จะปกป้องเด็กและเยาวชนในพ้นจากภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และทำที่ที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนเพื่อให้รัฐบาลแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าทันกับสถานการณ์ปัจจุบันแล้ว จากการศึกษาพบว่า มีผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่เรียกร้องให้รัฐบาลออกมาตรการและมีการบังคับใช้อย่างเข้มงวด โดยกลุ่มตัวอย่างประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ ๘๓.๗ ระบุ ให้รัฐบาล และ คสช.ควรรออกมาตรการเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เพื่อ

⁹ ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๗

¹⁰ Matichon.co.th/news/๓๗๗๖๓๑

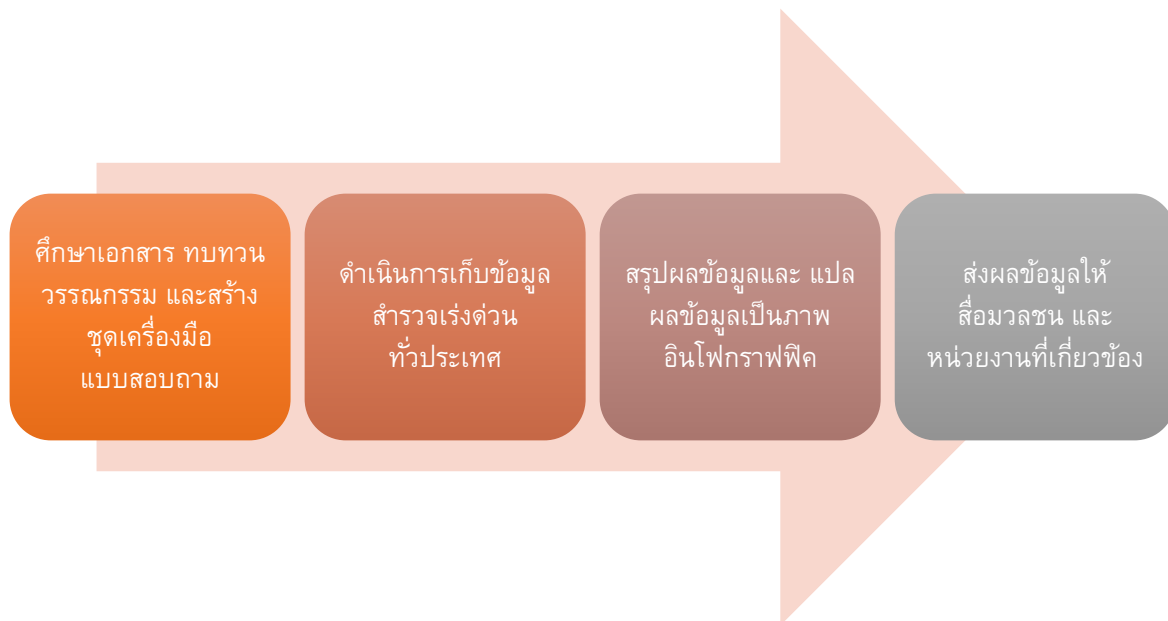
เป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่เด็กและเยาวชน และส่วนใหญ่ร้อยละ ๘๐.๖ ระบุ ถ้าแก้กฎหมาย คุมเกล้า เปียร์ ตาม
ข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า¹¹

¹¹ <https://www.posttoday.com/social/general/&๒๑๙๗๙๖>

บทที่ ๓ ระเบียบวิธีวิจัย

๑. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจตัวอย่าง (Sample Survey) โดยมีกรอบแนวคิดในการดำเนินโครงการเพื่อตอบโจทยัวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ข้อมูลในเชิงทัศนคติของประชาชนต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนจากการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังแผนภาพกรอบแนวคิดของการทำงานดังนี้



๒. กรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย

โครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งนี้มีการกำหนดตัวแปรที่ศึกษา คำถามวิจัยและสมมติฐานงานวิจัย ดังต่อไปนี้

๒.๑ ตัวแปรที่ศึกษา

๑. ทัศนคติของประชาชนต่อ ข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
๒. ความเดือดร้อนปัญหาของประชาชนจากการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
๓. ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้และพื้นที่ภูมิภาคต่างๆ

๒.๒ คำถามวิจัยและสมมติฐาน

๑. คำถามวิจัยและสมมติฐานที่ ๑ ได้แก่ ประชาชนในแต่ละภูมิภาคและลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และภูมิภาคที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างกันหรือไม่
สมมติฐานว่าง คือ ประชาชนในแต่ละภูมิภาคและลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และภูมิภาค มีทัศนคติต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่แตกต่างกัน
สมมติฐานวิจัย คือ ประชาชนในแต่ละภูมิภาคและลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และภูมิภาค มีทัศนคติต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างกัน
๒. คำถามวิจัยและสมมติฐานที่ ๒ ได้แก่ ประชาชนในแต่ละภูมิภาคและลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และภูมิภาค มีระดับปัญหาเดือดร้อนจากการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างกันหรือไม่
สมมติฐานว่าง คือ ประชาชนในแต่ละภูมิภาคและลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และภูมิภาค มีระดับปัญหาความเดือดร้อนจากการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่แตกต่างกัน
สมมติฐานวิจัย คือ ประชาชนในแต่ละภูมิภาคและลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีระดับปัญหาความเดือดร้อนจากการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างกัน

๓. รูปแบบการศึกษา

๓.๑ ระเบียบวิธีการดำเนินโครงการ

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

๓.๒ พื้นที่ ประชากร การเลือกตัวอย่าง และการกำหนดขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงขอแสดงให้เห็นกลุ่มประชากรเป้าหมาย ขึ้นอยู่กับการตกลงร่วมกันของทั้งสองฝ่ายและการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size Determination) ดังต่อไปนี้

- ๑) กลุ่มประชากรเป้าหมาย (Target Population) อายุ ๑๕ ปีขึ้นไป ระดับครัวเรือนใน ๑๕ จังหวัดทั่วประเทศ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง นครราชสีมา ร้อยเอ็ด ขอนแก่น อุบลราชธานี นครปฐม สุพรรณบุรี สงขลา และสุราษฎร์ธานี การเลือกตัวอย่าง (Sampling Method) ได้ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มชั้นภูมิหลายชั้น

(Stratified Multi-stage Cluster Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างที่คำนึงถึงความเป็นไปได้ทางสถิติ (Probability Sampling) โดยมีขั้นตอนในการเลือกตัวอย่างดังนี้

- แบ่งชั้นภูมิหลัก (stratum) ออกเป็น ๕ ชั้นภูมิหลัก ตามเขตพื้นที่การปกครอง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้
 - ชั้นที่ ๑ ในแต่ละชั้นภูมีย่อย สุ่มเลือกจังหวัดตัวอย่าง ในขณะที่ ชั้นภูมิกรุงเทพมหานคร ที่แบ่งออกเป็น ชั้นใน ชั้นกลาง และชั้นนอก สุ่มเลือกเขตตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาด (Sampling with Probability Proportional to Size - PPS)
 - ชั้นที่ ๒ เลือกจังหวัดหรือเขตที่สุ่มได้ สุ่มเลือกตำบล/แขวงตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาด (Sampling with Probability Proportional to Size - PPS)
 - ชั้นที่ ๓ เลือกตำบล/แขวงตัวอย่างที่สุ่มได้ สุ่มเลือกชุมชน/หมู่บ้านตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดความน่าจะเป็นให้เป็นสัดส่วนกับขนาด (Sampling with Probability Proportional to Size - PPS)
 - ชั้นที่ ๔ เลือกชุมชน/หมู่บ้านตัวอย่างที่สุ่มได้ สุ่มเลือกครัวเรือนตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบระบบ (Systematic Sampling) และจากครัวเรือนที่สุ่มได้ จะทำการเก็บหมดทุกหน่วยที่เป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายในครัวเรือนตัวอย่าง
 - ชั้นที่ ๕ เลือกตัวอย่างแต่ละครัวเรือนด้วยการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling : SRS) โดยกำหนดคุณลักษณะทั่วไปของตัวอย่างให้สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรที่ได้จากการทำสำมะโน
- ๒) การกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size Determination) ในโครงการได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง คำนึงถึงความเป็นตัวแทนในระดับประเทศ ประกอบด้วยจำนวนตัวอย่างไม่ต่ำกว่า ๒,๐๐๐ ตัวอย่าง (ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ ๙๕ และความคลาดเคลื่อนอยู่ในระดับบวกลบไม่เกินร้อยละ ๓) ทำสำรวจใน ๑๕ จังหวัด ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ และได้จัดสรรของขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรแต่ละจังหวัด (Proportional Allocation)

๔. เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีโครงสร้างคำถามที่ใช้ออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการเก็บข้อมูลทั้งการลงพื้นที่ภาคสนาม (Survey Research) โดยประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่

- ข้อมูลลักษณะทางประชากร
- ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ ทศนคติต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัญหาเดือดร้อนของประชาชนจากการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

๕. การเก็บรวบรวมข้อมูล

➤ รูปแบบการจัดการในการดำเนินโครงการ

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

➤ ขั้นตอนในกระบวนการดำเนินโครงการ

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

๑. ศึกษา ค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการเบื้องต้น (ถ้ามี)
๒. ร่างแบบสอบถาม ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญและการทดสอบทางสถิติ
๓. ส่งให้คณะกรรมการของบริษัทพิจารณาปรับแก้
๔. ดำเนินการเก็บข้อมูล
๕. ประมวลผลและวิเคราะห์เขียนผลสำรวจ
๖. ส่งผู้เชี่ยวชาญทบทวน และเสนอแนะข้อคิดเห็นต่อสาธารณชน
๗. จัดทำสื่อ และอินโฟกราฟิก ที่สามารถอธิบายผลวิจัยในรูปแบบที่น่าสนใจและใช้ได้จริงเผยแพร่ต่อสาธารณชนกระตุ้นสังคมผ่านเอกสารข่าว ชับเคลื่อนสังคม

๖. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และ สถิติทดสอบความแตกต่างของ สัดส่วนและความถี่ ได้แก่ Chi-Square, t-test, และ Anova เป็นต้น

๗. ขั้นตอนการดำเนินงาน/แผนการดำเนินงาน

๑๕ พฤศจิกายน – ๑๐ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

๘. ข้อจำกัดของการศึกษา

เนื่องจากการสำรวจเร่งด่วน (โพลด่วน) การออกแบบชุดคำถามจำเป็นต้องได้รับการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้เชี่ยวชาญในประเด็นด้านป้องกันการตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ เพื่อที่จะสามารถออกแบบรูปแบบการสำรวจได้ครอบคลุมประเด็นสำคัญได้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

บทที่ ๔ ผลการศึกษา

ตามที่คณะทำงาน บริษัท ซูเปอร์โพล จำกัด ได้เสนอโครงการ “สำรวจแรงต้าน ความคิดเห็นของประชาชนต่อข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจแก๊สทอมป์สันเครื่องต้มแอลกอฮอล์” ระหว่างเดือน พฤศจิกายน ถึง ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยทำการศึกษากลุ่มประชากรเป้าหมายอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ โดยสุ่มตัวอย่างจังหวัดขึ้นมาศึกษาจำนวน ๑๕ จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง นครราชสีมา ร้อยเอ็ด ขอนแก่น อุบลราชธานี นครปฐม สุพรรณบุรี สงขลา และสุราษฎร์ธานี จำนวนตัวอย่างประชาชนทั้งสิ้น ๒,๒๐๔ ตัวอย่าง สู่การวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ตารางที่ ๔.๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชน

ลำดับที่	การติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชน	ร้อยละ
๑	ทุกวัน / เกือบทุกวัน	๓๙.๖
๒	๓ - ๔ วันต่อสัปดาห์	๒๔.๒
๓	๒ - ๑ วันต่อสัปดาห์	๑๔.๕
๔	นาน ๆ ครั้ง	๑๘.๑
๕	ไม่เคยเลย	๓.๖
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑ เมื่อสอบถามถึงการติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชน พบว่า ประชาชนจำนวนมากหรือร้อยละ ๓๙.๖ ติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชนทุกวันหรือเกือบทุกวัน ในขณะที่ร้อยละ ๒๔.๒ ติดตาม ๓ - ๔ วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ ๑๘.๑ ติดตาม นาน ๆ ครั้ง ร้อยละ ๑๔.๕ ติดตาม ๒ - ๑ วันต่อสัปดาห์ และร้อยละ ๓.๖ ไม่เคยติดตามเลย

ตารางที่ ๔.๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา

ลำดับที่	การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ	ร้อยละ
๑	ดื่ม	๔๖.๗
๒	ไม่ดื่ม	๕๓.๓
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒ เมื่อสอบถามถึง การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๔๖.๗ ดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา ในขณะที่ร้อยละ ๕๓.๓ ไม่ดื่ม

ตารางที่ ๔.๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ในช่วง ๓๐ วัน

ลำดับที่	การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง ๓๐ วัน	ร้อยละ
๑	ดื่ม	๓๗.๕
๒	ไม่ดื่ม	๖๒.๕
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๓ เมื่อสอบถามถึง การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ในช่วง ๓๐ วัน พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๒.๕ ไม่ดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ในช่วง ๓๐ วัน ในขณะที่ร้อยละ ๓๗.๕ ดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ในช่วง ๓๐ วัน

ตารางที่ ๔.๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ความน่าเป็นห่วง กลุ่มเด็กและเยาวชน จะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่

ลำดับที่	ความน่าเป็นห่วง	ร้อยละ
๑	เป็นห่วง	๘๐.๕
๒	ไม่เป็น	๑๙.๕
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๔ เมื่อสอบถามถึง ความน่าเป็นห่วง กลุ่มเด็กและเยาวชน จะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๕ เป็นห่วงกลุ่มเด็กและเยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ ในขณะที่ร้อยละ ๑๙.๕ คิดว่า ไม่น่าเป็นห่วง

ตารางที่ ๔.๕ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ประโยชน์ต่อสังคม หรือ โทษ ต่อ สังคม จากการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ประโยชน์ หรือ โทษต่อสังคม	ร้อยละ
๑	มีประโยชน์ต่อสังคม มากกว่า โทษ	๑๐.๗
๒	มีโทษต่อสังคม มากกว่า ประโยชน์	๘๙.๓
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการตารางที่ ๔.๕ เมื่อสอบถามถึง ประโยชน์ต่อสังคม หรือ โทษ ต่อ สังคม จากการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๙.๓ คิดว่า การดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ มีโทษต่อสังคม มากกว่า ประโยชน์ ในขณะที่ร้อยละ ๑๐.๗ คิดว่า การดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ มีประโยชน์ต่อสังคม มากกว่า โทษ

ตารางที่ ๔.๖ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความต้องการต่อ รัฐบาล และ หน่วยงานรัฐ ป้องกันปัญหาผลกระทบต่อ ประชาชนและสังคมส่วนรวม หรือ รักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัท เหล้า เบียร์ ไวน์และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

ลำดับที่	ความต้องการ	ร้อยละ
๑	ต้องการให้รัฐบาล และหน่วยงานรัฐ ป้องกันปัญหาผลกระทบต่อประชาชน และสังคมส่วนรวมมากกว่า	๘๓.๙
๒	ต้องการให้ รักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจของ บริษัทเหล้า เบียร์ ไวน์ มากกว่า	๑๖.๑
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๖ เมื่อสอบถามถึง ความต้องการต่อ รัฐบาล และ หน่วยงานรัฐ ป้องกัน ปัญหาผลกระทบต่อ ประชาชนและสังคมส่วนรวม หรือ รักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัท เหล้า เบียร์ ไวน์และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๙ ต้องการให้รัฐบาลและหน่วยงานรัฐ ป้องกันปัญหา

ผลกระทบต่อประชาชนและสังคมส่วนรวมมากกว่า ในขณะที่ร้อยละ ๑๖.๑ ต้องการให้ รักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจของ บริษัทเหล่า เบียร์ ไวน์ มากกว่า

ตารางที่ ๔.๗ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ การนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ เครื่องหมายทางการค้า ภาพขวด และอื่น ๆ มาแสดงถือว่า เป็นการสื่อสารทางการตลาด ชักชวนดื่ม เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการค้าของบริษัท น้ำเมา

ลำดับที่	การแสดงภาพการดื่ม เครื่องหมายการค้า เอื้อประโยชน์ธุรกิจ	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างมากถึงมากที่สุด	๗๐.๙
๒	ค่อนข้างน้อย ถึง ไม่เลย	๒๙.๑
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๗ เมื่อสอบถามถึง การนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ เครื่องหมายทางการค้า ภาพขวด และอื่น ๆ มาแสดงถือว่า เป็นการสื่อสารทางการตลาด ชักชวนดื่ม เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการค้าของบริษัท น้ำเมา พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๐.๙ ระบุ การนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ เครื่องหมายทางการค้า ภาพขวด และอื่น ๆ มาแสดงถือว่า เป็นการสื่อสารทางการตลาด ชักชวนดื่ม เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการค้าของบริษัท น้ำเมา ค่อนข้างมากถึงมากที่สุด

ตารางที่ ๔.๘ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความคิดเห็นต่อความพยายามของกลุ่มคน องค์กรและบริษัทต่าง ๆ ให้แก้ไขกฎหมายเพื่อปกป้องประโยชน์ทางการค้าของพวกเขา หรือ ต้องการช่วยเหลือประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริง

ลำดับที่	ความคิดเห็นต่อความพยายามของ กลุ่มคน องค์กรและบริษัทต่าง ๆ	ร้อยละ
๑	ปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของพวกเขา มากกว่า	๗๒.๕
๒	ทำไปเพื่อช่วยเหลือประชาชนอย่างแท้จริง	๒๗.๕
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๘ เมื่อสอบถามถึง ความคิดเห็นต่อความพยายามของกลุ่มคน องค์กรและบริษัทต่าง ๆ ให้แก้ไขกฎหมายเพื่อปกป้องประโยชน์ทางการค้าของพวกเขา หรือ ต้องการช่วยเหลือประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริง พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๒.๕ ระบุ ความพยายามของกลุ่มคน องค์กรและ

บริษัท ให้แก้ไขกฎหมายเพื่อปกป้อง ประโยชน์ทางการค้าของพวกเขามากกว่า ต้องการช่วยเหลือประชาชน
ทั่วไปอย่างแท้จริง

ตารางที่ ๔.๙ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุม การนำ
ภาพ การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และภาพขวดที่มีชื่อและเครื่องหมายการค้า เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ความเห็น	ร้อยละ
๑	ควรแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุม	๑๖.๖
๒	ไม่ควรแก้ไข	๘๓.๔
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๙ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุม
การนำภาพ การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และภาพขวดที่มีชื่อและเครื่องหมายการค้า เหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ส่วน
ใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๔ ระบุ ไม่ควรแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุม ในขณะที่ร้อยละ ๑๖.๖ ระบุ ไม่ควร
แก้ไข

ตารางที่ ๔.๑๐ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนที่ได้รับจากกฎหมายควบคุมการนำภาพการ
ดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์และเครื่องมือแอลกอฮอล์ เผยแพร่ในสังคมออนไลน์

ลำดับที่	ความเดือดร้อน	ร้อยละ
๑	ทำให้เดือดร้อน	๑๘.๗
๒	ไม่ได้ทำให้เดือดร้อน	๘๑.๓
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๐ เมื่อสอบถามถึง ความเดือดร้อนที่ได้รับจากกฎหมายควบคุมการนำ
ภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์และเครื่องมือแอลกอฮอล์ เผยแพร่ในสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ
๘๑.๓ ไม่ได้รับความเดือดร้อนใดๆ จากกฎหมายควบคุมการนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์และเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์เผยแพร่ในสังคมออนไลน์ แต่ร้อยละ ๑๘.๗ คิดว่า ทำให้เดือดร้อน

ตารางที่ ๔.๑๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อ บริษัท น้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ใช้ประชาชน เป็นเครื่องมือเพื่อปกป้องผลประโยชน์การค้า ธุรกิจของพวกเขา

ลำดับที่	ความเห็น	ร้อยละ
๑	บริษัทน้ำเมา กำลังใช้ประชาชนทั่วไปเป็น เครื่องมือ ปกป้องผลประโยชน์ การค้าของพวกเขา	๘๒.๙
๒	บริษัทน้ำเมา ที่ทำการค้า เหล้า เบียร์ ทำไปเพื่อปกป้องประชาชนทั่วไป ไม่ได้ มุ่งหวังผลประโยชน์ทางการค้าใดๆ	๑๗.๑
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๑ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อ บริษัท น้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ใช้ ประชาชนเป็นเครื่องมือเพื่อปกป้องผลประโยชน์การค้า ธุรกิจของพวกเขา พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๙ ระบุ บริษัทน้ำเมา กำลังใช้ประชาชนทั่วไปเป็น เครื่องมือ ปกป้องผลประโยชน์การค้าของพวกเขา ในขณะที่ ร้อยละ ๑๗.๑ บริษัทน้ำเมา ที่ทำการค้า เหล้า เบียร์ ทำไปเพื่อปกป้องประชาชนทั่วไป ไม่ได้มุ่งหวัง ผลประโยชน์ทางการค้าใดๆ

ตารางที่ ๔.๑๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ข้อเสนอแนะต่อ รัฐบาล คสช. และ หน่วยงานรัฐ เข้มงวด กวดขัน ควบคุมการโฆษณาการทำการตลาด การขายเหล้าเบียร์ ไวน์ ให้เป็นของขวัลฎปีใหม่ แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ	ร้อยละ
๑	รัฐบาล คสช. และหน่วยงานรัฐ ควร เข้มงวด กวดขัน ควบคุมการโฆษณา การขายเหล้า เบียร์ ไวน์ เป็นของขวัลฎปีใหม่แก่ เด็ก เยาวชน และประชาชน ทั่วไป	๘๓.๗
๒	ไม่ควร	๑๖.๓
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๒ เมื่อถามถึง ข้อเสนอแนะของประชาชนรอบแรก เกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะต่อ รัฐบาล คสช. และ หน่วยงานรัฐ เข้มงวด กวดขัน ควบคุมการโฆษณาการทำการตลาด การ ขายเหล้าเบียร์ไวน์ ให้เป็นของขวัลฎปีใหม่ แก่เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ

๘๓.๗ ระบุ รัฐบาล คสช. และหน่วยงานรัฐ ควร เข้มงวด กวดขัน ควบคุมการโฆษณา การขายเหล้า เบียร์ ไวน์ เป็นของขวัลฎปีใหม่แก่ เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป

ตารางที่ ๔.๑๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ผลเสียต่อประชาชนและสังคมโดยรวมจากการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ผลเสียต่อประชาชนและสังคมโดยรวม	ร้อยละ
๑	อุบัติเหตุ จะมากขึ้น	๘๒.๖
๒	การทะเลาะวิวาท จะมากขึ้น	๗๗.๙
๓	การใช้ความรุนแรง จะมากขึ้น	๖๗.๔
๔	การคุกคามทางเพศ การลวนลามทางเพศ การข่มขืน เด็ก สตรี จะมีมากขึ้น	๖๕.๖
๕	การก่อเหตุอาชญากรรมต่างๆ จะมีมากขึ้น	๕๐.๘
๖	คนเมาเหล้า เมาเบียร์ จะมีมากขึ้น	๔๖.๙
๗	ประชาชนเป็นโรคร้าย เช่น มะเร็ง และ พิษสุรา มากขึ้น	๓๔.๓

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๓ เมื่อสอบถามถึง ผลเสียต่อประชาชนและสังคมโดยรวมจากการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๖ ระบุ อุบัติเหตุจะมากขึ้น รองลงมาคือร้อยละ ๗๗.๙ ระบุ การทะเลาะวิวาทจะมากขึ้น ร้อยละ ๖๗.๔ ระบุ การใช้ความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ ๖๕.๖ ระบุ เป็นการคุกคามลวนลามทางเพศ และ ร้อยละ ๕๐.๘ ระบุ การก่อเหตุอาชญากรรมต่างๆ จะมีมากขึ้น

ตารางที่ ๔.๑๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ผลดี ผลเสีย ถ้ามีการยกเลิกการควบคุมช่วงเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ผลดี ผลเสีย ถ้ายกเลิกการควบคุมช่วงเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์	ร้อยละ
๑	จะมีผลเสียต่อสังคมโดยรวม มากกว่า	๘๐.๖
๒	จะมีผลดีต่อสังคมโดยรวมมากกว่า ผลเสีย	๑๙.๔
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๔ เมื่อสอบถามถึง ผลดี ผลเสีย ถ้ามีการยกเลิกการควบคุมช่วงเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๖ ระบุ ถ้ายกเลิกการควบคุมช่วงเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ จะมีผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า

ตารางที่ ๔.๑๕ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเหมาะสมของการทำธุรกิจการค้า เหล้า เบียร์ ไวน์ มุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ การค้าและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

ลำดับที่	ความเหมาะสมของการทำธุรกิจการค้า เหล้า เบียร์ ไวน์	ร้อยละ
๑	เหมาะสม	๑๕.๗
๒	ไม่เหมาะสม	๘๔.๓
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๕ เมื่อสอบถามถึง ความเหมาะสมของการทำธุรกิจการค้า เหล้า เบียร์ ไวน์ มุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ การค้าและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๔.๓ ระบุ ไม่เหมาะสม

ตารางที่ ๔.๑๖ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเหมาะสมของการกำหนดเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ช่วงเวลา ๑๑.๐๐ น. ถึง ๑๔.๐๐ น. และช่วงเวลา ๑๗.๐๐ น. ถึง ๒๔.๐๐ น.

ลำดับที่	ความเหมาะสมของการกำหนดเวลาขาย	ร้อยละ
๑	เหมาะสมแล้ว	๗๐.๑
๒	ยังไม่เหมาะสม เพราะ ควรห้ามขายตลอดเวลาเลย	๒๐.๗
๓	ยังไม่เหมาะสมเลย	๙.๒
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๖ เมื่อสอบถามถึง ความเหมาะสมของการกำหนดเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ช่วงเวลา ๑๑.๐๐ น. ถึง ๑๔.๐๐ น. และช่วงเวลา ๑๗.๐๐ น. ถึง ๒๔.๐๐ น. พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๐.๑ ระบุ เหมาะสมแล้ว รองลงมาร้อยละ ๒๐.๗ ระบุ ยังไม่เหมาะสม เพราะ ควรห้ามตลอดเวลา และร้อยละ ๙.๒ ระบุ ยังไม่เหมาะสมเลย

ตารางที่ ๔.๑๗ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ รายได้หลักของธุรกิจโรงแรมจากการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ระดับรายได้หลักของธุรกิจโรงแรม	ร้อยละ
๑	มากที่สุด	๑๕.๐
๒	มาก	๓๑.๖
๓	ค่อนข้างมาก	๓๗.๙
๔	ค่อนข้างน้อย	๑๑.๓
๕	น้อย	๔.๑
๖	ไม่มีเลย	๐.๑
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔.๑๗ เมื่อถามถึง รายได้หลักของธุรกิจโรงแรมจากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ร้อยละ ๑๕.๐ รายได้มากที่สุด ร้อยละ ๓๑.๖ ระบุ รายได้มาก ร้อยละ ๓๗.๙ รายได้ค่อนข้างมาก ร้อยละ ๑๑.๓ รายได้ค่อนข้างน้อย ร้อยละ ๔.๑ รายได้น้อย มีเพียงร้อยละ ๐.๑ รายได้ไม่มีเลย

ตารางที่ ๔.๑๘ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนที่ ธุรกิจโรงแรมได้รับการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ความเดือดร้อนของ ธุรกิจโรงแรมจากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์	ร้อยละ
๑	มากที่สุด	๑๐.๕
๒	มาก	๒๒.๓
๓	ค่อนข้างมาก	๓๐.๘
๔	ค่อนข้างน้อย	๒๕.๘
๕	น้อย	๘.๒
๖	ไม่มีเลย	๒.๔
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๘ เมื่อถามถึง ความเดือดร้อนที่ ธุรกิจโรงแรมได้รับการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ร้อยละ ๑๐.๕ เดือดร้อนมากที่สุด ร้อยละ ๒๒.๓ ระบุ เดือดร้อนมาก ร้อยละ ๓๐.๘

เดือดร้อนค่อนข้างมาก ร้อยละ ๒๕.๘ เดือดร้อนค่อนข้างน้อย ร้อยละ ๘.๒ เดือดร้อนน้อย และร้อยละ ๒.๔ ไม่เดือดร้อนเลย

ตารางที่ ๔.๑๙ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ รายได้หลักของ ธุรกิจท่องเที่ยว จากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	รายได้หลักของธุรกิจท่องเที่ยวจากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์	ร้อยละ
๑	มากที่สุด	๑๙.๙
๒	มาก	๓๑.๘
๓	ค่อนข้างมาก	๓๐.๔
๔	ค่อนข้างน้อย	๑๒.๖
๕	น้อย	๓.๗
๖	ไม่มีเลย	๑.๖
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๑๙ เมื่อสอบถามถึง รายได้หลักของ ธุรกิจท่องเที่ยว จากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ร้อยละ ๑๙.๙ ระบุ รายได้มากที่สุด ร้อยละ ๓๑.๘ ระบุ รายได้มาก ร้อยละ ๓๐.๔ รายได้ค่อนข้างมาก ร้อยละ ๑๒.๖ รายได้ค่อนข้างน้อย ร้อยละ ๓.๗ รายได้น้อย และเพียงร้อยละ ๑.๖ รายได้ไม่มีเลย

ตารางที่ ๔.๒๐ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนของธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ความเดือดร้อนของ ธุรกิจท่องเที่ยวจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์	ร้อยละ
๑	มากที่สุด	๑๓.๕
๒	มาก	๒๒.๖
๓	ค่อนข้างมาก	๓๐.๔
๔	ค่อนข้างน้อย	๒๓.๗
๕	น้อย	๖.๑
๖	ไม่มีเลย	๓.๗
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาดารางที่ ๔.๒๐ เมื่อสอบถามถึง ความเดือดร้อนของธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ไวน์ พบว่า ร้อยละ ๑๓.๕ ระบุ ความเดือดร้อนมากที่สุด ร้อยละ ๒๒.๖ ระบุ ความเดือดร้อนมาก ในขณะที่ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๓๐.๔ ระบุ ความเดือดร้อนค่อนข้างมาก ร้อยละ ๒๓.๗ ระบุ ความเดือดร้อนค่อนข้างน้อย ร้อยละ ๖.๑ ระบุ เดือดร้อนน้อย และมีเพียงร้อยละ ๓.๗ ไม่มีความเดือดร้อนเลย

ตารางที่ ๔.๒๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนของอาชีพบางอย่าง เช่น สาวเชียร์เบียร์ คนแนะนำเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้รับจากการกำหนดช่วงเวลาขายเหล้า เบียร์ ไวน์ เป็นช่วงๆ

ลำดับที่	ความเดือดร้อนของบางอาชีพ จากการกำหนดช่วงเวลาขาย	ร้อยละ
๑	มากที่สุด	๑๓.๑
๒	มาก	๒๓.๑
๓	ค่อนข้างมาก	๒๙.๓
๔	ค่อนข้างน้อย	๒๓.๙
๕	น้อย	๗.๖
๖	ไม่มีเลย	๓.๐
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาดารางที่ ๔.๒๑ เมื่อสอบถามถึง ความเดือดร้อนของอาชีพบางอย่าง เช่น สาวเชียร์เบียร์ คนแนะนำเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้รับจากการกำหนดช่วงเวลาขายเหล้า เบียร์ ไวน์ เป็นช่วงๆ พบว่า ร้อยละ ๑๓.๑ ระบุ ความเดือดร้อนมากที่สุด ร้อยละ ๒๓.๑ ระบุ ความเดือดร้อนมาก ในขณะที่ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๒๙.๓ ระบุ ความเดือดร้อนค่อนข้างมาก ร้อยละ ๒๓.๙ ระบุ ความเดือดร้อนค่อนข้างน้อย ร้อยละ ๗.๖ ระบุ เดือดร้อนน้อย และมีเพียงร้อยละ ๓.๐ ไม่มีความเดือดร้อนเลย

ตารางที่ ๔.๒๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อ การควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการขายด้วยเครื่องขายอัตโนมัติ

ลำดับที่	ความเห็นของประชาชน	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง	๗๗.๖

๒	ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๒๒.๔
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒๒ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อ การควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการขายด้วยเครื่องขายอัตโนมัติ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๗.๖ ระบุ ค่อนข้างเห็นด้วย ถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อ การควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการขายด้วยเครื่องขายอัตโนมัติ

ตารางที่ ๔.๒๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการ เร่ขาย

ลำดับที่	ความเห็นของประชาชน	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง	๘๖.๔
๒	ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๑๓.๖
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒๓ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการ เร่ขาย พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ ๘๖.๔ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ด้วยการห้ามไม่ให้มีการ เร่ขาย ในขณะที่ร้อยละ ๑๓.๖ ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ ๔.๒๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามไม่ให้มีการลดราคา เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ความเห็นของประชาชน	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง	๘๑.๙
๒	ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๑๘.๑
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒๔ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อการห้ามไม่ให้มีการลดราคา เหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๑.๙ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การห้ามไม่ให้มีการลดราคา เหล้า เบียร์ ไวน์ และร้อยละ ๑๘.๑ ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ ๔.๒๕ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามไม่ให้มีการเสนอให้สิทธิในการเข้าชม การแข่งขัน การแสดงหรือการชิงโชคชิงรางวัล หรือ สิทธิประโยชน์ใดๆ จาก เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ความเห็นของประชาชน	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง	๘๑.๑
๒	ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๑๘.๙
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒๕ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อการห้ามไม่ให้มีการเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดงหรือการชิงโชคชิงรางวัล หรือ สิทธิประโยชน์ใดๆ จาก เหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๑.๑ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในขณะที่ร้อยละ ๑๘.๙ ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ ๔.๒๖ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการห้ามไม่ให้มีการแจก แกรม เหล้าเบียร์

ลำดับที่	ความเห็นของประชาชน	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง	๘๒.๓
๒	ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๑๗.๗
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒๖ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อการห้ามไม่ให้มีการแจก แกรม เหล้า เบียร์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๓ ระบุ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การห้ามไม่ให้มีการแจก แกรม เหล้าเบียร์ ในขณะที่ร้อยละ ๑๗.๗ ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ ๔.๒๗ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อ การห้าม ไม่ให้มีการส่งเสริมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ในสถานบริการ

ลำดับที่	ความเห็นของประชาชน	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง	๘๓.๔
๒	ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๑๖.๖
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒๗ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อ การห้าม ไม่ให้มีการส่งเสริมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ในสถานบริการ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๔ ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการห้าม ไม่ให้มีการส่งเสริมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ในสถานบริการ ในขณะที่ร้อยละ ๑๖.๖ ไม่ค่อยเห็นด้วยถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ ๔.๒๘ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อ การคำนึงถึงผลประโยชน์สุขของประชาชนด้านอื่น ๆ มากกว่าผลประโยชน์ทางการค้าของบริษัทเพียงอย่างเดียว

ลำดับที่	ความเห็นของประชาชน	ร้อยละ
๑	ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง	๘๖.๔
๒	ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	๑๓.๖
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒๘ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อ การคำนึงถึงผลประโยชน์สุขของประชาชนด้านอื่น ๆ มากกว่าผลประโยชน์ทางการค้าของบริษัทเพียงอย่างเดียว พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๖.๔ ค่อนข้างเห็นด้วยถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการคำนึงถึงผลประโยชน์สุขของประชาชนด้านอื่น ๆ มากกว่าผลประโยชน์ทางการค้าของบริษัทเพียงอย่างเดียว ในขณะที่ร้อยละ ๑๓.๖ ไม่ค่อยเห็นด้วย ถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ ๔.๒๙ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์เคยถูกละเมิดสิทธิจากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ประสบการณ์	ร้อยละ
๑	เคย	๘.๕
๒	ไม่เคย	๙๑.๖
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๒๙ เมื่อสอบถามถึง ประสบการณ์เคยถูกละเมิดสิทธิจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๑.๖ ไม่เคยมีประสบการณ์เคยถูกละเมิดสิทธิจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ในขณะที่ร้อยละ ๘.๕ เคยถูกละเมิดสิทธิจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์

ตารางที่ ๔.๓๐ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการละเมิดสิทธิ จากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ความเห็นของประชาชน	ร้อยละ
๑	ไม่ละเมิด	๙๑.๐
๒	ละเมิด	๙.๐
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๓๐ เมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อการละเมิดสิทธิ จากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๑.๐ ระบุ การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ไวน์ ไม่เป็นการละเมิดสิทธิ ในขณะที่ร้อยละ ๙.๐ ระบุ การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ไวน์ เป็นการละเมิดสิทธิ

ตารางที่ ๔.๓๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ประสบการณ์ปัญหาเดือดร้อนจากการใช้ดุลพินิจเจ้าหน้าที่ ดำเนินคดีจากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ประสบการณ์ความเดือดร้อน	ร้อยละ
๑	เคย ประสบปัญหาความเดือดร้อน	๖.๙

๒	ไม่เคย	๙๓.๑
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๓๑ เมื่อสอบถามถึง ประสบการณ์ปัญหาเดือดร้อนจากการใช้ดุลพินิจเจ้าหน้าที่ดำเนินคดีจากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๓.๑ ไม่เคยมีประสบการณ์ปัญหาเดือดร้อนจากการใช้ ดุลพินิจเจ้าหน้าที่ดำเนินคดีจากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ในขณะที่ร้อยละ ๖.๙ เคยประสบปัญหาความเดือดร้อน

ตารางที่ ๔.๓๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนจากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้

ลำดับที่	ความเดือดร้อนของประชาชน จากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้	ร้อยละ
๑	เดือดร้อน	๘.๒
๒	ไม่เดือดร้อน	๙๑.๘
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๓๒ เมื่อสอบถามถึง ความเดือดร้อนจากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๑.๘ ไม่เดือดร้อนจากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้ ในขณะที่ ๘.๒ เดือดร้อนจากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้

ตารางที่ ๔.๓๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความกังวลต่อ บริษัท น้ำเมา จะหยิบยื่นผลประโยชน์ให้เจ้าหน้าที่รัฐเพื่อแก้ไขกฎหมาย เอื้อประโยชน์นายทุน น้ำเมา

ลำดับที่	ความกังวลต่อ บริษัท น้ำเมา หยิบยื่นผลประโยชน์ให้เจ้าหน้าที่รัฐ เอื้อประโยชน์บริษัท	ร้อยละ
๑	กังวล	๕๗.๔
๒	ไม่กังวล	๔๒.๖
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๓๓ เมื่อสอบถามถึง ความกังวลต่อ บริษัท น้ำเมา จะหยิบยื่นผลประโยชน์ ให้เจ้าหน้าที่รัฐเพื่อแก้ไขกฎหมาย เอื้อประโยชน์นายทุน น้ำเมา พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๕๗.๔ ระบุ กังวล ต่อ บริษัท น้ำเมา จะหยิบยื่นผลประโยชน์ให้เจ้าหน้าที่รัฐเพื่อแก้ไขกฎหมาย เอื้อประโยชน์นายทุน น้ำเมา และ ร้อยละ ๔๒.๖ ระบุ ไม่กังวลต่อ บริษัท น้ำเมา

ตารางที่ ๔.๓๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเชื่อมั่นต่อการทำงานของคณะกรรมการในการ พิจารณากฎหมายควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและสังคมโดยรวม

ลำดับที่	ความเชื่อมั่นต่อการทำงานของคณะกรรมการฯ	ร้อยละ
๑	เชื่อมั่น ค่อนข้างมากถึง มากที่สุด	๖๔.๗
๒	ค่อนข้างน้อย ถึง ไม่เชื่อมั่นเลย	๓๕.๓
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

จากการพิจารณาตารางที่ ๔.๓๔ เมื่อสอบถามถึง ความเชื่อมั่นต่อการทำงานของคณะกรรมการในการ พิจารณากฎหมายควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและสังคมโดยรวม พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๔.๗ เชื่อมั่นค่อนข้างมากถึง มากที่สุดต่อการทำงานของคณะกรรมการในการ พิจารณากฎหมายควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและสังคมโดยรวม ในขณะที่ ๓๕.๓ เชื่อมั่นค่อนข้างน้อย ถึง ไม่เชื่อมั่นเลย

บทที่ ๕

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ

โครงการสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนต่อกลุ่มนายทุนค้า เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อแก้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ครั้งนี้ เป็นการประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจจากตัวอย่าง (Survey Research) กรณีศึกษาตัวอย่างจากกลุ่มประชากรเป้าหมายอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศโดยสุ่มตัวอย่างจังหวัดชั้นมาศึกษาจำนวน ๑๕ จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง นครราชสีมา ร้อยเอ็ด ขอนแก่น อุบลราชธานี นครปฐม สุพรรณบุรี สงขลา และสุราษฎร์ธานี จำนวนตัวอย่างประชาชนทั้งสิ้น ๒,๒๐๔ ตัวอย่าง ดำเนินการระหว่างวันที่ ๑๕ พฤศจิกายน ถึงวันที่ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๐ ที่ผ่านมา โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มเชิงชั้นภูมิหลายชั้น (Stratified Multi-Stage Sampling) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชนต่อผลกระทบของการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ และประเด็นสำคัญอื่นๆ เกี่ยวเนื่องกับการเคลื่อนไหวของกลุ่มนายทุนค้าเหล้า เบียร์ ไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ แก่กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเพื่อสำรวจปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนจากการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ ผลจากการศึกษา พบว่า ประเด็นที่น่าเป็นห่วงและเป็นเรื่องที่รัฐบาลควรตระหนักถึงความสำคัญมากที่สุดคือ การป้องกันเด็ก เยาวชนที่เป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการเป็นนักดื่มหน้าใหม่ ทั้งนี้ จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๕ เป็นห่วงกลุ่มเด็กและเยาวชนจะกลายเป็นักดื่มหน้าใหม่ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า สถานการณ์ด้านการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน สามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยผ่านช่องทางข่าวสารต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ค ไลน์ อินสตราแกรม เป็นต้น ที่น่าสังเกตคือ เทคโนโลยีมือถือนับเป็นช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆของเด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย

อย่างไรก็ตาม เพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้จำแนกข้อค้นพบจากการสำรวจครั้งนี้ออกเป็นมิติต่างๆ โดยในมิติด้านผลกระทบของการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๙.๓ ระบุว่า การดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ มีโทษต่อสังคมมากกว่าประโยชน์ และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๙ ระบุว่า ต้องการให้รัฐบาลและหน่วยงานรัฐเร่งดำเนินการในเชิงรุกเพื่อป้องกันปัญหาผลกระทบต่อประชาชนและสังคมส่วนรวมมากกว่าที่จะรักษา

ผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัทเหล่า เบียร์ ไวน์ นอกจากนี้ ยังค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๐.๙ ระบุ การนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ เครื่องหมายทางการค้า ภาพขวด และอื่นๆ มาแสดง ถือว่า เป็นการสื่อสารทางการตลาด ชักชวนดื่ม เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการค้าของบริษัท น้ำเมา ค่อนข้างมาก ถึงมากที่สุด โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๒.๕ ระบุ ความพยายามของกลุ่มคน องค์กรและบริษัท ให้แก้ไขกฎหมายเพื่อปกป้องประโยชน์ทางการค้าของพวกเขามากกว่า ต้องการช่วยเหลือประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริง ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวได้ชี้ให้เห็นถึงความทุกข์ร้อนของประชาชนต่อผลกระทบจากบริษัทเหล่า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ต้องการทำทุกอย่างโดยคำนึงถึงแต่ประโยชน์ของตนเป็นที่ตั้ง มากกว่าปัญหาและผลกระทบต่อเด็ก เยาวชนที่เป็นกำลังสำคัญของประเทศ ต่อสถาบันครอบครัว ชุมชน สังคม และความมั่นคงของประเทศ

ทั้งนี้ จากข้อค้นพบในมิติด้านปัญหาและผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการขาย และการเรียกร้องให้แก้ไขกฎหมาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า สร้างปัญหาและผลกระทบต่อสังคมมากกว่า คณะผู้วิจัยขอเสนอว่า ศวส. ควรจัดให้มีการ รมรณรงค์เพื่อสร้างกระแสการรับรู้ต่อรัฐบาล และประชาชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา และผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยดำเนินการผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การนำเสนอผลโพล กิจกรรมเวทีวิชาการ เป็นต้น นอกจากนี้ ศวส. ควรเร่งดำเนินการขับเคลื่อนและผลักดันด้านนโยบายให้มีการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเข้มงวดจริงจังอย่างเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

ในมิติด้านการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๔ ระบุ ไม่ควรแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุมการนำภาพ การดื่ม เหล้า เบียร์ไวน์ และภาพขวดที่มีชื่อและเครื่องหมายการค้าเหล่า เบียร์ไวน์ นอกจากนี้ ยังค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๑.๓ ระบุ ไม่ได้ได้รับความเดือดร้อนใดๆ จากกฎหมายควบคุมการนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เผยแพร่ในสังคมออนไลน์ และที่น่าพิจารณาคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๙ ระบุว่า บริษัทน้ำเมา กำลังใช้ประชาชนทั่วไปเป็น เครื่องมือ ปกป้องผลประโยชน์การค้าของพวกเขา ซึ่งผลจากการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่า การที่กลุ่มธุรกิจบริษัทเหล่า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พยายามร้องขอให้รัฐบาลแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยพยายามชี้ให้เห็นกฎหมายดังกล่าวไม่เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศต่อสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่า เหตุผลดังกล่าวของกลุ่มบริษัทเหล่า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยังไม่มีความเป็นเหตุเป็นผลกันเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับปัญหาและผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยขอเสนอว่า ศวส. ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อหาข้อมูลสนับสนุนในการขับเคลื่อนเพื่อผลักดันให้มีการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันมากขึ้น และควรผลักดันให้มีการออกกฎหมายเพิ่มเติมในการควบคุม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการแสดงผลภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจุดจำหน่ายต่างๆให้ครอบคลุมทุกประเภทของจุดจำหน่าย เช่นเดียวกับการควบคุมยาสูบที่จุดจำหน่าย

ในมิติด้านการบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่อกิจกรรมส่งเสริมการขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๗.๖ ระบุว่า ค่อนข้างเห็นด้วยถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการขายด้วยเครื่องขายอัตโนมัติ ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๖.๔ ระบุว่า ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการ เร่ขาย และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๑.๙ ระบุว่า ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การห้ามไม่ให้มีการลดราคา เหล้า เบียร์ ไวน์

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๑.๑ ระบุว่า ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการห้ามไม่ให้มีการเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดงหรือการชิงโชคชิงรางวัล หรือ สิทธิประโยชน์ใดๆ จาก เหล้า เบียร์ ไวน์ และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๓ ระบุว่า ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการห้ามไม่ให้มีการแจก แถม เหล้าเบียร์ อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๔ ระบุว่า ค่อนข้างเห็นด้วยถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การห้าม ไม่ให้มีการส่งเสริมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ในสถานบริการ และร้อยละ ๘๖.๔ ค่อนข้างเห็นด้วยถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อ การคำนึงถึงผลประโยชน์สุขของประชาชนด้านอื่น ๆ มากกว่าผลประโยชน์ทางการค้าของบริษัทเพียงอย่างเดียว ซึ่งผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ควบคุมกิจกรรมการขายและส่งเสริมการขายต่างๆที่สร้างผลกระทบต่อความสุข ความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนและสังคมโดยรวมของประเทศ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า กฎหมายและมาตรการต่างๆดังกล่าวมีความเหมาะสมครบถ้วนและเป็นการปกป้องสิทธิของคนส่วนใหญ่ของประเทศมากกว่าการปกป้องสิทธิและประโยชน์ของกลุ่มบริษัทเหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพียงกลุ่มเดียว

อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยขอเสนอว่า ศวส. ควรเร่งดำเนินการสร้างกระแสการรับรู้ ความเข้าใจและความเชื่อมั่นต่อสังคม และเพื่อผลักดันให้รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงสาระสำคัญและประโยชน์สูงสุดของกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นั่นคือ การปกป้องเด็ก เยาวชน และประชาชนจากปัญหาและผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยการใช้สื่อออนไลน์ที่เข้าใจได้ง่าย ตรงประเด็น ด้วย

การทำ Info Graphic และการทำสื่อกฎีปขาวผ่านสื่อออนไลน์ในโลกโซเซียล เช่น Website ของ ศวส.และภาคี เครือข่าย Facebook Twitter และ Line เป็นต้น

นอกจากนี้ ศวส. ควรหาภาคีเครือข่ายด้านยุทธศาสตร์ที่มีองค์ความรู้ นวัตกรรมและเครื่องมือจัดเวที และเปิดพื้นที่สื่อสารสังคมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงนโยบายและปฏิบัติการ มาร่วมกำหนด ยุทธศาสตร์ เป้าหมาย แผนและกระบวนการในการขับเคลื่อนประเด็นสำคัญต่างๆ เพื่อให้เท่าทันต่อการ เคลื่อนไหวของกลุ่มบริษัทเหล่า เบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่าง ยั่งยืนต่อไป

แหล่งข้อมูลอ้างอิง

โพสต์ทูเดย์. (๒๕๖๐). ข่าวสังคมทั่วไป. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :

<https://www.posttoday.com/social/general/๕๒๙๗๙๖> ๑๑ ธันวาคม ๒๕๖๐

มติชนออนไลน์. (๒๕๖๐). โพลล่าสุดของเรา. (ออนไลน์). แหล่งที่ : Matichon.co.th/news/๓๗๓๖๓๑

๑๑ ธันวาคม ๒๕๖๐

ไลน์ทูเดย์. (๒๕๖๐). ข่าวทั่วไป. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://today.line.me/th/pc/article>

๘ ธันวาคม ๒๕๖๐

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (๒๕๕๗). ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักวิจัยซูเปอร์โพล. (๒๕๖๐). โครงการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนต่อประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และแบบแผนการดื่มของประชาชน, ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา,

๑-๒, ๕๑-๕๓.

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบสอบถาม



สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ การควบคุม การดื่ม เหล้า เบียร์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา คุณติดตามข่าวสารผ่านสื่อมวลชนบ่อยครั้งเพียงไร
[] 1. ทุกวัน / เกือบทุกวัน [] 2. 3-4 วันต่อสัปดาห์ [] 3. 2-1 วันต่อสัปดาห์ [] 4. นานๆ ครั้ง [] 5. ไม่เคยเลย
- ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา คุณดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ หรือไม่
[] 1. ดื่ม [] 2. ไม่ดื่ม
- ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา คุณ ดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ หรือไม่
[] 1. ดื่ม [] 2. ไม่ดื่ม
- คุณคิดว่า ทุกวันนี้ กลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นกลุ่มที่น่าเป็นห่วงจะกลายเป็น นักดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ หน้าใหม่ ของบริษัท ธุรกิจนี้มาหรือไม่ [] 1. เป็น [] 2. ไม่เป็น
- คุณคิดว่า เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อื่นๆ มีประโยชน์ต่อสังคมมากกว่า โทษ หรือ มี โทษต่อสังคมมากกว่า
[] 1. มีประโยชน์ต่อสังคม มากกว่า โทษ [] 2. มีโทษต่อสังคม มากกว่า ประโยชน์
- คุณคิดว่า ระหว่าง การป้องกันปัญหา ผลกระทบ ต่อประชาชนและสังคมส่วนรวมจากการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ กับ การรักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจของ บริษัท เหล้า เบียร์ ไวน์ และ ธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง นั้น รัฐบาล และหน่วยงานของ รัฐ ควร ตัดสินใจอย่างไร
[] 1. ต้องการให้ป้องกันปัญหาผลกระทบต่อประชาชนและสังคมส่วนรวมมากกว่ารักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจของ บริษัท เหล้า เบียร์ ไวน์
[] 2. ต้องการให้รักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจของ บริษัท เหล้า เบียร์ ไวน์ มากกว่า ป้องกันปัญหาผลกระทบต่อประชาชนและสังคมส่วนรวม
- คุณคิดว่า การนำภาพ การดื่ม เหล้า เบียร์ ภาพขวด เหล้า เบียร์ ไวน์ ที่มี ชื่อ หรือ เครื่องหมายการค้าของ เหล้า เบียร์ ฯลฯ เผยแพร่ในสังคมออนไลน์ เช่น facebook ทวิตเตอร์ โลกออนไลน์ ฯลฯ เป็นการสื่อสารทางการตลาด ชักชวนดื่ม เป็นประโยชน์มากหรือน้อยเพียงไร ต่อ ธุรกิจการค้า ของบริษัท นำมาเป็นการสื่อสารทางการตลาด ชักชวนดื่ม เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจการค้าของบริษัท เหล้า เบียร์ ไวน์ ฯลฯ
[] 1. มาก [] 2. ค่อนข้างมาก [] 3. ค่อนข้างน้อย [] 4. น้อย [] 5. ไม่เป็นเลย
- คุณคิดว่า กลุ่มคน หรือ องค์กร บริษัทต่างๆ ที่พยายามขอให้ ยกเลิก การบังคับใช้กฎหมาย ที่กล่าวมาข้างต้น นี้ พวกเขา กระทำไปเพื่อปกป้องผลประโยชน์ ทางการค้าของพวกเขา หรือว่า ต้องการช่วยเหลือประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริง
[] 1. ปกป้องผลประโยชน์ทางธุรกิจของพวกเขา มากกว่า [] 2. ทำไปเพื่อช่วยเหลือประชาชนอย่างแท้จริง
- คุณเห็นด้วยหรือไม่ ที่จะให้มีการแก้ไขกฎหมายยกเลิกการควบคุม การนำภาพ การดื่ม เหล้า เบียร์ และ ไวน์ และภาพขวด ที่มีชื่อ และ เครื่องหมายการค้าเหล้า เบียร์ หรือไม่ [] 1. ควรแก้ไข ยกเลิก [] 2. ไม่ควรแก้ไข
- คุณคิดว่า กฎหมายควบคุม การนำ ภาพการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ เหล่านี้ ไปเผยแพร่ ในสังคมออนไลน์ โดยกฎหมายควบคุมฯ เหล่านี้ ทำให้ ตัวคุณเดือดร้อน หรือไม่
[] 1. กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นี้สร้างภาระให้ตัวคุณ และทำให้ ตัวคุณ เดือดร้อน เพราะ.....
[] 2. ไม่ได้ทำให้ตัวคุณเดือดร้อน เพราะ.....

11. คุณคิดว่า กลุ่ม บริษัทน้ำเมา ที่ทำธุรกิจการค้า เหล้า เบียร์ ไวน์ เหล่านี้ กำลังใช้ ประชาชนทั่วไป เป็นเครื่องมือเพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางการค้า ธุรกิจของพวกเขาหรือไม่
- [] 1. บริษัทน้ำเมา กำลังใช้ประชาชนทั่วไปเป็น เครื่องมือ ปกป้องผลประโยชน์การค้าของพวกเขา
- [] 2. บริษัทน้ำเมา ที่ทำการค้า เหล้า เบียร์ ทำไปเพื่อปกป้องประชาชนทั่วไป ไม่ได้มุ่งหวังผลประโยชน์ทางการค้าใดๆ
12. คุณคิดว่า รัฐบาล และ คสช. และหน่วยงานรัฐ ที่พิจารณาปฏิรูปประเทศ ควรเข้มงวด กวดขัน ควบคุมการโฆษณา การทำการตลาด การขายเหล้าเบียร์ มากขึ้น ให้เกิดผลมากขึ้น เป็นของขวัญปีใหม่ แก่เด็กและเยาวชน และประชาชนทั่วไปหรือไม่
- [] 1. ควร [] 2. ไม่ควร เพราะ.....
13. คุณคิดว่า การดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ จะส่งผลเสียต่อประชาชนและสังคมโดยรวมด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- [] 1. การทะเลาะวิวาท จะมากขึ้น [] 2. การใช้ความรุนแรง จะมากขึ้น [] 3. คนเมาเหล้า เมาเบียร์ จะมีมากขึ้น
- [] 4. อุบัติเหตุ จะมากขึ้น [] 5. การคุกคามทางเพศ การลวนลามทางเพศ การข่มขืน เด็ก สตรี จะมีมากขึ้น
- [] 6. การก่อเหตุอาชญากรรมต่างๆ จะมีมากขึ้น [] 7. ประชาชนเป็นโรคภัย เช่น มะเร็งและพิษสุรา มากขึ้น [] 8. อื่นๆ ระบุ.....
14. คุณคิดว่า ถ้า มีการยกเลิก การควบคุมช่วงเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ จะมีผลเสีย มากกว่า ผลดี หรือไม่
- [] 1. จะมีผลเสียต่อสังคมโดยรวม มากกว่า [] 2. จะมีผลดีต่อสังคมโดยรวมมากกว่า ผลเสีย
15. คุณคิดว่า การทำธุรกิจการค้า เหล้า เบียร์ จะมุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ การค้า และการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ เพียงอย่างเดียว จะเหมาะสมหรือไม่
- [] 1. ไม่เหมาะสม เพราะ..... [] 2. เหมาะสม เพราะ.....
16. คุณคิดว่า การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการกำหนดเวลาขายได้ ในช่วง 11.00 น. ถึง 14.00 น. และ ช่วงเวลา 17.00 น. ถึง 24.00 น. เหมาะสมแล้วหรือไม่
- [] 1. เหมาะสมแล้ว [] 2. ยังไม่เหมาะสม เพราะ ควรห้ามขายตลอดเวลาเลย [] 3. ยังไม่เหมาะสมเพราะควรจะ.....
17. คุณคิดว่า ธุรกิจโรงแรมมีรายได้หลักจากการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ มากน้อยเพียงไร
- [] 1.มากที่สุด [] 2.มาก [] 3.ค่อนข้างมาก [] 4.ค่อนข้างน้อย [] 5.น้อย [] 6.ไม่มีเลย
18. คุณคิดว่า ธุรกิจโรงแรมได้รับความเดือดร้อนมากน้อยเพียงไร จากการควบคุมการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ตามช่วงเวลา
- [] 1.มากที่สุด [] 2.มาก [] 3.ค่อนข้างมาก [] 4.ค่อนข้างน้อย [] 5.น้อย [] 6.ไม่มีเลย
19. คุณคิดว่า ธุรกิจท่องเที่ยว มีรายได้หลักจากการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ มากน้อยเพียงไร
- [] 1.มากที่สุด [] 2.มาก [] 3.ค่อนข้างมาก [] 4.ค่อนข้างน้อย [] 5.น้อย [] 6.ไม่มีเลย
20. คุณคิดว่า ธุรกิจท่องเที่ยว ได้รับความเดือดร้อนมากน้อยเพียงไร จากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ตามช่วงเวลา
- [] 1.มากที่สุด [] 2.มาก [] 3.ค่อนข้างมาก [] 4.ค่อนข้างน้อย [] 5.น้อย [] 6.ไม่มีเลย
21. คุณคิดว่า อาชีพ บางอย่าง เช่น สาวเชียร์เบียร์ คนแนะนำเหล้า เบียร์ ไวน์ ให้ลูกค้า ได้รับความเดือดร้อนมาก น้อยเพียงไร จาก การกำหนดช่วงเวลาขาย เหล้า เบียร์ เป็นช่วงๆ
- [] 1.มากที่สุด [] 2.มาก [] 3.ค่อนข้างมาก [] 4.ค่อนข้างน้อย [] 5.น้อย [] 6.ไม่มีเลย

22. คุณเห็นด้วย มากน้อยเพียงไร กับ การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการขาย ด้วยการ ใช้ เครื่องขายอัตโนมัติ
 ตู้ขายอัตโนมัติ เพื่อลดการเข้าถึงเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้ง่าย
 1.เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2.เห็นด้วย 3.ค่อนข้างเห็นด้วย 4.ไม่ค่อยเห็นด้วย 5.ไม่เห็นด้วย 6.ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
23. คุณเห็นด้วย มากน้อยเพียงไร กับ การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการ เร่ขาย เหล้า ห้ามเร่ขาย เบียร์ ไวน์
 1.เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2.เห็นด้วย 3.ค่อนข้างเห็นด้วย 4.ไม่ค่อยเห็นด้วย 5.ไม่เห็นด้วย 6.ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
24. คุณเห็นด้วย มากน้อยเพียงไร กับ การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการลดราคาเหล้า ห้ามลดราคาเบียร์
 เพื่อป้องกันไม่ให้คนดื่มเหล้า ดื่มเบียร์ ไวน์ มากขึ้น
 1.เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2.เห็นด้วย 3.ค่อนข้างเห็นด้วย 4.ไม่ค่อยเห็นด้วย 5.ไม่เห็นด้วย 6.ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
25. คุณเห็นด้วย มากน้อยเพียงไร กับ การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการ เสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน
 การแสดง หรือการชิงโชค ชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์ใดๆ จาก เหล้า เบียร์ เพราะต้องควบคุม การดื่มเหล้า เบียร์
 1.เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2.เห็นด้วย 3.ค่อนข้างเห็นด้วย 4.ไม่ค่อยเห็นด้วย 5.ไม่เห็นด้วย 6.ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
26. คุณเห็นด้วย มากน้อยเพียงไร กับ การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ด้วยการห้ามไม่ให้มีการแจก แดม
 เหล้า เบียร์ เพื่อควบคุมจำนวนคนดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์
 1.เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2.เห็นด้วย 3.ค่อนข้างเห็นด้วย 4.ไม่ค่อยเห็นด้วย 5.ไม่เห็นด้วย 6.ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
27. คุณเห็นด้วยหรือไม่ ที่ต้องควบคุมการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ และไม่ให้มีการ ส่งเสริมการขายเหล้า เบียร์ ในสถานบริการด้วย เพื่อป้องกัน
 อันตรายจากการดื่มเหล้าเบียร์ ที่มากเกินไปของประชาชน จึงต้องควบคุมป้องกันไม่ให้เกิดเหตุร้ายจากการดื่มเหล้า เบียร์ของ
 ประชาชนต่อไป
 1.เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2.เห็นด้วย 3.ค่อนข้างเห็นด้วย 4.ไม่ค่อยเห็นด้วย 5.ไม่เห็นด้วย 6.ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
28. คุณเห็นด้วยหรือไม่ว่า ธุรกิจน้ำเมา ที่ขายเหล้า เบียร์ ไวน์ ต้องคำนึงถึงประ โยชน์สุขของประชาชนในด้านอื่นๆ ประกอบ
 นอกเหนือจาก ผลประโยชน์ทางการค้า และการเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว
 1.เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2.เห็นด้วย 3.ค่อนข้างเห็นด้วย 4.ไม่ค่อยเห็นด้วย 5.ไม่เห็นด้วย 6.ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
29. คุณเคยประสบปัญหาถูก การควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ละเมิดสิทธิของคุณหรือไม่
 1.เคย ได้แก่..... 2.ไม่เคย
30. คุณคิดว่า การควบคุม การขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้ ได้ ละเมิดสิทธิของคุณ หรือไม่
 1.ไม่ละเมิด 2.ละเมิด เพราะ.....
31. คุณเคยประสบปัญหาเดือดร้อน จากการ ใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ดำเนินการคดีคุณ จากการขายเหล้า เบียร์ ไวน์ หรือไม่
 1.เคย ได้แก่..... 2.ไม่เคย
32. คุณคิดว่า การควบคุม การขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้ ทำให้ คุณเดือดร้อนหรือไม่
 1.เดือดร้อน เพราะ..... 2.ไม่เดือดร้อน

33. คุณกังวลหรือไม่ ว่า บริษัทน้ำเมา จะหยิบยื่นผลประโยชน์ให้เจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อแก้ไขกฎหมาย เอื้อประโยชน์นายทุน น้ำเมา
 1.กังวล 2.ไม่กังวล
34. คุณเชื่อมั่นมากน้อยเพียงไร ในการทำงานของ คณะกรรมการ ที่มาจากหลากหลาย หน่วยงาน ในการพิจารณา กฎหมายที่ควบคุมการ
 ขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆ เพื่อประ โยชน์สูงสุดของประชาชนและสังคมโดยรวม
 1.เชื่อมั่น มากที่สุด 2.มาก 3.ค่อนข้างมาก 4.ค่อนข้างน้อย 5.น้อย 6.ไม่เชื่อมั่นเลย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ 1.ชาย 2.หญิง 2. อายุ.....ปี 3. การศึกษาชั้นสูงสุดที่ จบ มา ได้แก่.....
4. อาชีพประจำที่มีรายได้หลัก คือ..... 5. รายได้ส่วนตัว เฉลี่ยต่อเดือนบาท
6. มีทะเบียนบ้าน อยู่ในจังหวัด.....
7. พักอาศัยอยู่ในเขต ในเขตเทศบาล นอกเขต เทศบาล กรุงเทพมหานคร
8. อาชีพของคุณ เกี่ยวข้องกับ การขายเหล้า เบียร์ หรือไม่ เกี่ยวข้อง ไม่เกี่ยวข้อง
9. คุณมีความหวัง หรือ ความกลัว ต่อสถานการณ์บ้านเมืองในเวลานี้
 มีความหวัง ที่จะก้าวต่อไป เพราะ.....
 มีความกลัว เพราะ.....
10. คุณคิดว่า ปัญหาทุจริตคอร์รัปชั่นในรัฐบาลยุคนี้เกิดขึ้นในทุกหน่วยงานราชการ หรือ บางหน่วยงานราชการ
 ทุกหน่วยงาน ที่มีปัญหาทุจริต คอร์รัปชั่น มากๆ ได้แก่
 หน่วยงานราชการส่วนกลาง หน่วยงานระดับจังหวัด หน่วยงานระดับ ท้องถิ่น
 บางหน่วยงานเท่านั้น
11. คุณคิดว่า ควรปฏิรูป ตำรวจ อย่างเดียว หรือ หน่วยงานอื่น ด้วย
 ปฏิรูป ตำรวจ อย่างเดียว
 ปฏิรูป หน่วยงานรัฐ อื่นๆ ด้วย ได้แก่ 1.....2.....3.....
12. คุณ เชื่อมั่น ต่อ ความซื่อสัตย์ สุจริต ของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา มากน้อยเพียงไร
 มากที่สุด มาก ค่อนข้างมาก ค่อนข้างน้อย น้อย ไม่เลย
13. คุณ ยกย่อง ความดีงาม ของคุณ คุณ ที่วิ่งเพื่อการกุศล ครั้งนี้ มากน้อยเพียงไร
 มากที่สุด มาก ค่อนข้างมาก ค่อนข้างน้อย น้อย ไม่เลย
14. คุณ คิดว่า ควรยกย่อง คุณ คุณ เป็น บุคคลดีเด่นที่สุดแห่งปี พ.ศ. 2560 หรือไม่
 ควร ไม่ควร

ขอบคุณในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ของคุณมากครับ / ค่ะ

ตัวอย่างผลสำรวจ

เรียน กองบรรณาธิการข่าว

จำนวน ๒ หน้า



สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล มุลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ

ผลโพล เรื่อง เสียงสังคม ถ้าจะแก้ ก.ม. คมน้ำเมา

ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผย ผลโพล เรื่อง เสียงสังคม ถ้าจะแก้ ก.ม. คมน้ำเมา กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น ๒,๒๐๔ ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ ๑ - ๑๐ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ ที่ผ่านมา พบว่า

ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๕ เป็นห่วงต่อ เด็กและเยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของ ธุรกิจน้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ในขณะที่ร้อยละ ๑๙.๕ ไม่ห่วง นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๖ ระบุ ผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้น ถ้ามีการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการคุมเหล้า เบียร์ ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ น้ำเมา รองลงมาคือร้อยละ ๗๗.๙ ระบุ การทะเลาะวิวาท จะเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖๗.๔ ระบุ ความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ ๖๕.๖ ระบุ การคุกคามทางเพศ ช่มชู้ เด็ก สตรี จะเพิ่ม ร้อยละ ๕๐.๘ ระบุ เหตุอาชญากรรม จะเพิ่ม ร้อยละ ๔๖.๙ ระบุ คนเมาเหล้า เบียร์ จะเพิ่ม ร้อยละ ๓๔.๓ ระบุ คนเป็นโรคเรื้อรัง มะเร็ง และพิษสุรา จะเพิ่ม ตามลำดับ

ที่น่าพิจารณา คือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๗ ระบุ รัฐบาล และ คสช. ควรเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่ เด็กและเยาวชน และ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๖ ระบุ ถ้าแก้กฎหมาย คุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า

ตารางที่ ๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ความห่วงใยต่อ เด็กและเยาวชน จะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่

ลำดับที่	ความห่วงใยของประชาชน	ร้อยละ
๑	เป็นห่วง	๘๐.๕
๒	ไม่ห่วง	๑๙.๕
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

ตารางที่ ๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ผลกระทบจาก โทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ หากมีการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการคุมเหล้า เบียร์ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจน้ำเมา

ลำดับที่	ผลกระทบจาก โทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์	ร้อยละ
๑	อุบัติเหตุจะมากขึ้น	๘๒.๖
๒	การทะเลาะวิวาท เพิ่ม	๗๗.๙
๓	ความรุนแรงจะมากขึ้น	๖๗.๔
๔	การคุกคามทางเพศ ช่มชู้ เด็ก สตรี เพิ่ม	๖๕.๖
๕	เหตุอาชญากรรม เพิ่ม	๕๐.๘
๖	คนเมาเหล้า เบียร์ เพิ่ม	๔๖.๙
๗	คนเป็นโรคร้าย มะเร็ง และ พิษสุรา เพิ่ม	๓๔.๓

ตารางที่ ๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ รัฐบาล และ คสช. ควรเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เป็นของขวัญปีใหม่แก่ เด็กและเยาวชน

ลำดับที่	ความต้องการของประชาชน	ร้อยละ
๑	รัฐบาล และ คสช. ควรเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เป็นของขวัญปีใหม่แก่ เด็กและเยาวชน	๘๓.๗
๒	ไม่ควร	๑๖.๓
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

ตารางที่ ๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่าง ที่ระบุ ผลดี ผลเสีย ต่อสังคมโดยรวม ถ้า แก้กฎหมาย คุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ

ลำดับที่	การประเมินผลของประชาชน	ร้อยละ
๑	เกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า	๘๐.๖
๒	เกิดผลดีต่อสังคมโดยรวมมากกว่า	๑๙.๔
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

ดร. นพดล กรรณิกา โทร. ๐๘๗.๓๓.๕๕๕.๙๙ สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล (SUPER POLL) โทร ๐๒.๓๐๘.๐๔๔๔

www.superpollthailand.net



สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ
ผลโพล เรื่อง แก้กัญหมายคุ่มน้ำเมา แก่เพื่อใคร

ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผย ผลโพล เรื่อง แก้กัญหมายคุ่มน้ำเมา แก่เพื่อใคร กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น ๒,๒๐๔ ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ ๑๐ – ๑๒ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ ที่ผ่านมา พบว่า

ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๒.๙ ระบุ บริษัทน้ำเมา กำลังใช้ประชาชนทั่วไปเป็น เครื่องมือปกป้องผลประโยชน์การค้าของพวกเขา ในขณะที่ร้อยละ ๑๗.๑ ระบุ บริษัทน้ำเมา ที่ทำการค้า เหล้า เบียร์ ทำไปเพื่อปกป้องประชาชนทั่วไปไม่ได้มุ่งหวังผลประโยชน์ทางการค้าใดๆ และเมื่อสอบถามถึง ความเห็นต่อการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุม การนำภาพการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และภาพขวดที่มีชื่อและเครื่องหมายการค้า เหล้า เบียร์ไวน์ นั้น พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๓.๔ ระบุ ไม่ควรแก้ไข ในขณะที่ร้อยละ ๑๖.๖ ระบุ ควรแก้ไข

ที่น่าสนใจคือ ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๙๑.๘ ไม่เดือดร้อนจากกฎหมายควบคุมน้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้ มีเพียงร้อยละ ๘.๒ เท่านั้นที่เดือดร้อน นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๐.๑ และร้อยละ ๒๐.๗ หรือกว่าร้อยละ ๙๐ ระบุว่าการกำหนดเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ช่วงเวลา ๑๑.๐๐ น. ถึง ๑๔.๐๐ น. และช่วงเวลา ๑๗.๐๐ น. ถึง ๒๔.๐๐ น. เหมาะสมแล้ว และที่บอกว่ายังไม่เหมาะสมเพราะควรห้ามขายตลอดเวลาเลย ในขณะที่ เพียงร้อยละ ๙.๓ ระบุ ยังไม่เหมาะสมเลยต้องแก้ไข

ตารางที่ ๑ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อ บริษัท น้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ใช้ประชาชนเป็นเครื่องมือเพื่อปกป้องผลประโยชน์การค้า ธุรกิจของพวกเขา

ลำดับที่	ความเห็น	ร้อยละ
๑	บริษัทน้ำเมา กำลังใช้ประชาชนทั่วไปเป็น เครื่องมือ ปกป้องผลประโยชน์การค้าของพวกเขา	๘๒.๙
๒	บริษัทน้ำเมา ที่ทำการค้า เหล้า เบียร์ ทำไปเพื่อปกป้องประชาชนทั่วไป ไม่ได้มุ่งหวังผลประโยชน์ทางการค้าใดๆ	๑๗.๑
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

ตารางที่ ๒ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเห็นต่อการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุม การนำภาพ การดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ และภาพขวดที่มีชื่อและเครื่องหมายการค้า เหล้า เบียร์ ไวน์

ลำดับที่	ความเห็น	ร้อยละ
๑	เห็นด้วยควรแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการควบคุม	๑๖.๖
๒	ไม่เห็นด้วย	๘๓.๔
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

ตารางที่ ๓ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเดือดร้อนจากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้

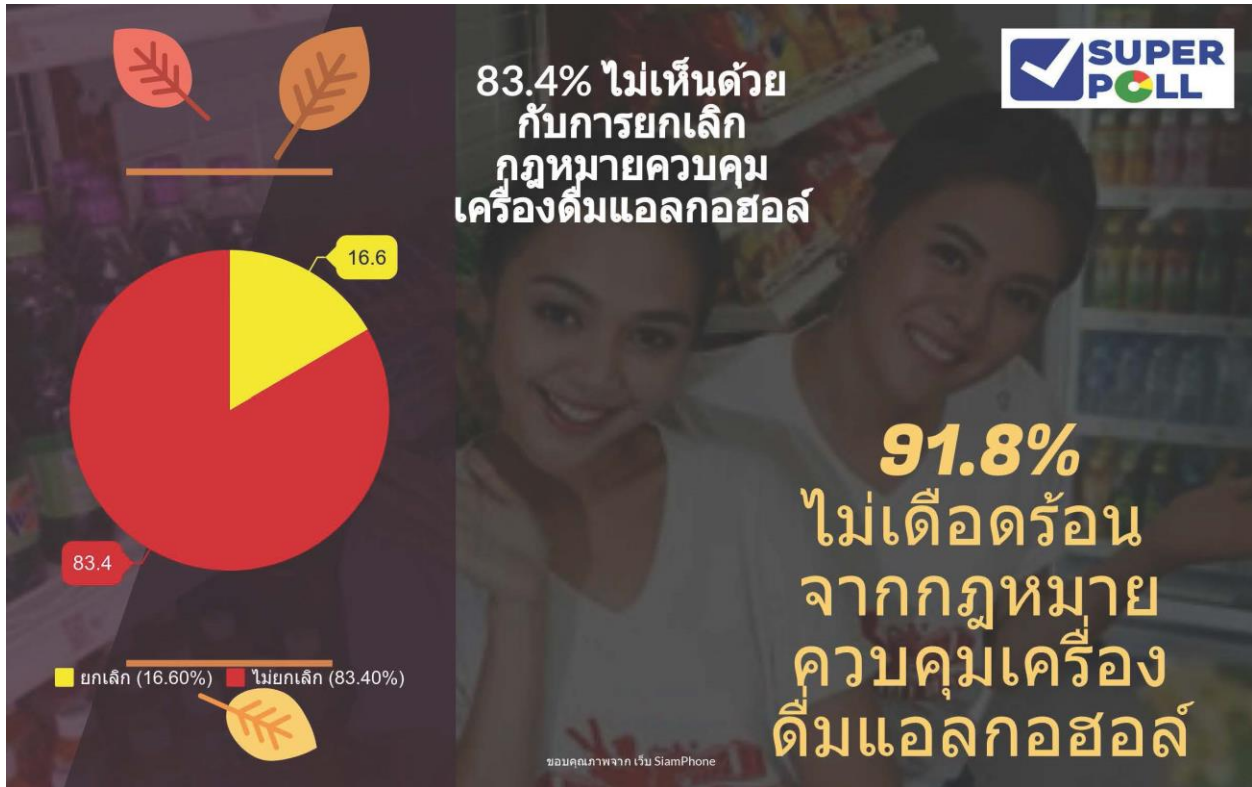
ลำดับที่	ความเดือดร้อนของประชาชน จากการควบคุมการขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ในเวลานี้	ร้อยละ
๑	เดือดร้อน	๘.๒
๒	ไม่เดือดร้อน	๙๑.๘
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

ตารางที่ ๔ แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ ความเหมาะสมของการกำหนดเวลาขาย เหล้า เบียร์ ไวน์ ช่วงเวลา ๑๑.๐๐ น. ถึง ๑๔.๐๐ น. และช่วงเวลา ๑๗.๐๐ น. ถึง ๒๔.๐๐ น.

ลำดับที่	ความเหมาะสมของการกำหนดเวลาขาย	ร้อยละ
๑	เหมาะสมแล้ว	๗๐.๑
๒	ยังไม่เหมาะสม เพราะ ควรห้ามขายตลอดเวลาเลย	๒๐.๗
๓	ยังไม่เหมาะสมเลยต้องแก้ไข	๙.๓
	รวมทั้งสิ้น	๑๐๐.๐

ดร. นพดล กรรณิกา โทร. ๐๘๗.๓๓.๕๕๕.๙๙ สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล (SUPER POLL) โทร ๐๒.๓๐๘.๐๔๔๔

www.superpollthailand.net



เสียงสังคม ถ้าจะแก้ ก.ม. คมน้ำเมา



80.5% ห่วงเด็กเยาวชนเป็นนักดื่มหน้าใหม่



65.5% คุกคามทางเพศเด็กสตรี จะเพิ่ม

83.7% รัฐบาลคสช. ควรคุมเข้มธุรกิจเหล้าเบียร์เป็นของขวัญปีใหม่เด็กและเยาวชน



80.6% บอกจะเกิดผลเสียต่อสังคมมากกว่าถ้าแก้กฎหมายคุมเหล้าเบียร์



photo credits: british council; วัดระฆังโฆสิตาราม; pattaya sport club; สสส

ผลการตอบรับจากสื่อมวลชน

โพลคนห่วงแก่ กม. คมน้ำเรามีผลเสียจึรับ.เข้มดู เหล้าเบียร์

ข่าวการเมือง วันจันทร์ที่ 11 ธันวาคม พ.ศ.2560 10:46 น.

เสียงสังคม ถ้าจะแก่ ก.ม. คมน้ำเรา



80.5% ห่วง
เด็ก เยาวชน
เป็นนักดื่ม
หน้าใหม่



65.5%
คุกคามทาง
เพศ เด็ก
สตรี จะเพิ่ม



83.7% รัฐบาล
คสช. ควรคุมเข้ม
ธุรกิจเหล้าเบียร์
เป็นของขวัญปี
ใหม่เด็กและ
เยาวชน



80.6%บอกจะ
เกิดผลเสียต่อ
สังคมมากกว่า
ถ้าแก้กฎหมาย
คุมเหล้า เบียร์



SUPER โพล เผยคน 83.7 % ขอรัฐบาล คสช. คุมเข้ม เหล้า เบียร์ ป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ ด้านแก้กฎหมายตามกลุ่มธุรกิจเรียกร้อง

สำนักวิจัย ซูเปอร์โพล เปิดเผยผลสำรวจความเห็นประชาชน เรื่อง "เสียงสังคม ถ้าจะแก่ กฎหมายคมน้ำเรา" จากกรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 2,204 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1 – 10 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา พบว่าประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.5 เป็นห่วงต่อ เด็กและเยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของ ธุรกิจน้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ในขณะที่ร้อยละ 19.5 ไม่ห่วง

นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 82.6 ระบุ ผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อับดีเหตจะมากขึ้น ถ้ามีการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการคุมเหล้าเบียร์ ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ น้ำเมา รองลงมา คือ ร้อยละ 77.9 ระบุ การทะเลาะวิวาท จะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 67.4 ระบุ ความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ 65.6 ระบุ การคุกคามทางเพศ ช่มชู้น เด็ก สตรี จะเพิ่ม ร้อยละ 50.8 ระบุ เหตุอาชญากรรม จะเพิ่ม และร้อยละ 46.9 ระบุ คนเมาเหล้า เบียร์ จะเพิ่ม ร้อยละ 34.3 ระบุ คนเป็นโรคร้าย มะเร็ง และ ไข้สรา จะเพิ่ม ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ที่น่าพิจารณา คือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.7 ระบุ รัฐบาล และ คสช. ควรเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่ เด็กและเยาวชน และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.6 ระบุ ถ้าแก้กฎหมาย คุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า

Breaking News

- 11:34 'หมาก'เผยหลังบวชสงบนขึ้นสิ้นไม่กดดันใคร
- 11:33 สปน. เปิดของขวัญปีใหม่เพื่อประชาชน3จุด
- 11:13 ปคท. เค้นสอบเอ้าต์จ้งผิวเมียรสขไลทีสคก้อ
- 11:06 'สมชัย'ปวดใจกับข้อเสนอนักการเมืองใหญ่
- 11:00 นายคานาถกคท. ขอทุกฝ่ายปรับการฟ้าง
- 10:42 มิน พิชญา แสบปีควงไฮโซไฮ้อิตสวิตยูโรป
- 10:39 ทุนเปิดลม 2.24จุดก้งวงร่างคม ปฏิรูปภาษี
- 10:33 DSIแถลงรวบแก๊งข้ามชาติคู่ันเหยื่อเล่นหัว

ข่าวการเมือง

- 11:33 สปน. เปิดของขวัญปีใหม่เพื่อประชาชน3จุด
- 11:06 'สมชัย'ปวดใจกับข้อเสนอนักการเมืองใหญ่
- 11:00 นายคานาถกคท. ขอทุกฝ่ายปรับการฟ้าง
- 09:42 'ทึษา'ล่าข้อคคคคัน'ประวัตร'หวังมากกว่าศา

กับทุกเหตุการณ์กับ
inn news sms
สมัครตอนนี้ฟรี 15 วัน

ข่าวยอดนิยม Hot News

- ▶ พระเทพาทรงเปิดนิทรรศการงานพระราชพิธี-ป
- ▶ สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวขึ้นพระเมรุมาศถวายพระเ
- ▶ ปชช.ร่วมพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศ
- ▶ ปชช. ร่วมถวาย ดอกไม้เงินพันทั่วประเทศ. 19.1ล.ค

แหล่งที่มา : <http://www.innnews.co.th/show/๘๒๘๕๙๔/โพลคนห่วงแก่+กม.+คมน้ำเรามีผลเสียจึรับ.เข้มดูเหล้าเบียร์>

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

โดย ไทยรัฐออนไลน์ 11 ธ.ค. 2560 11:46



"ซูเปอร์โพล" เผยประชาชนส่วนใหญ่ 80.5 หวังเด็ก เยาวชน กลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ธุรกิจน้ำเมา ขอ คสช.เข้มคุม เหล้า-เบียร์ ชี้ไม่แก้ก.ม.หวังเกิดผลเสียสังคมโดยรวม

เมื่อวันที่ 11 ธ.ค.60 ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผย ผลโพลเรื่อง เสียสังคมถ้าจะแก้ ก.ม.คุมน้ำเมา กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 2,204 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1-10 ธ.ค. 60 ที่ผ่านมา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.5 เป็นห่วงต่อเด็กและเยาวชน จะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของธุรกิจน้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ในขณะที่ร้อยละ 19.5 ไม่ห่วง นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 82.6 ระบุผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้น ถ้ามีการแก้ไขกฎหมายยกเลิกการคุมเหล้า เบียร์ ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจน้ำเมา

รองลงมาคือร้อยละ 77.9 ระบุ การทะเลาะวิวาทจะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 67.4 ระบุ ความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ 65.6 ระบุ การคุกคามทางเพศ ช่มชู้เด็ก-สตรีจะเพิ่ม ร้อยละ 50.8 ระบุ เหตุอาชญากรรมจะเพิ่ม ร้อยละ 46.9 ระบุ คนเมาเหล้าเบียร์จะเพิ่ม ร้อยละ 34.3 ระบุ คนเป็นโรคร้าย มะเร็ง และพิษสุรา จะเพิ่มตามลำดับ

ที่น่าพิจารณาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.7 ระบุ รัฐบาลและ คสช.ควรเข้มงวดคุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมายเป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่เด็กและเยาวชน และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.6 ระบุ ถ้าแก้กฎหมายคุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า.



ข่าวอื่นที่เกี่ยวข้อง

MOST VIEWED

MOST SH

HOT CLIPS



หนุ่มนครปฐมร้อง
ถูกคู่กรณีบุกแทง
คอ



ไม่ถึง
เข้าค
เจ็ยว
แน่น
ไฟ!



หนุ่มชมพริโอดโจร
งัดบ้าน 7 ครั้งคดี
ไม่ติด



จับค
ธ.ค.
ไม่ติด

แหล่งที่มา : <https://www.thairath.co.th/content/๑๑๔๙๘๓๗>

โพลชี้ประชาชนมองรถเมย์แน่น เสียงไม่ปลอดภัยทางถนน

ซูเปอร์โพลเผยผลสำรวจเรื่อง"พฤติกรรมเสี่ยงคนไทย"พบประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่ารถเมย์ที่มีผู้โดยสารเบียดแน่นไม่มีความปลอดภัยทางถนน และรัฐควรลงทุนให้มีระบบตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน

เสาร์ที่ 16 ธันวาคม 2560 เวลา 16.07 น.



เมื่อวันที่ 16 ธ.ค.ดร.นพดล กรรณิกา ผอ.สำนักวิจัยซูเปอร์โพล มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ ได้ร่วมกับ นายแพทย์ ธนะพงศ์ จินวงษ์ ผู้จัดการศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยบนทางถนน(ศวปถ.) เปิดเผยผลสำรวจ โพล เรื่อง พฤติกรรมเสี่ยงคนไทยกับความไม่ปลอดภัยทางถนน ทั้งสิ้น 1,196 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่าง วันที่ 1 – 15 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา เมื่อสอบถามถึง พฤติกรรมเสี่ยงของประชาชน กับความไม่ปลอดภัยทางถนน พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 61.9 ระบุรถเมย์โดยสารที่มีผู้โดยสารเบียดแน่นในรถ รองลงมาคือ ร้อยละ 60.9 ระบุ ไม่สวมหมวกนิรภัยขณะขับขี่หรือซ้อนรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 60.8 ระบุ รถโดยสารสองแถวที่มีผู้โดยสารเบียดแน่นในรถ ในขณะที่ร้อยละ 53.3 ระบุ รถคู่ที่รับผู้โดยสารเกินกฎหมายกำหนด ร้อยละ 51.9 ระบุ ขับรถเร็วเกินกฎหมายกำหนด และร้อยละ 50.2 ระบุโทรแล้วขับซัด/จักรยานยนต์

อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 54.6 ระบุ รัฐควรลงทุนให้มีระบบตรวจสอบความปลอดภัยทางถนน รองลงมาคือ ร้อยละ 46.7 ระบุ รัฐควรลงทุนเทคโนโลยีการบังคับใช้กฎหมาย กล้องตรวจความเร็ว ร้อยละ 38.6 ระบุรัฐควรลงทุนหน่วยสืบสวนสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุ ร้อยละ 37.2 ระบุรัฐควรลงทุนฐานข้อมูลรถโดยสารสาธารณะ ร้อยละ 29.5 ระบุ รัฐควรลงทุนให้หน่วยงานจัดการพื้นที่ที่มีความแออัด และ ร้อยละ 26.1 ระบุให้ภาคเอกชนและภาคส่วนอื่นร่วมลงทุนเทคโนโลยีติดตามกล้องตรวจจับ,เครื่องตรวจเมาที่น่าสนใจ คือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 90.8 ระบุ เห็นด้วยต่อการมีสถาบันวิชาการด้านความปลอดภัยทางถนน ในขณะที่ 9.2 ระบุ ไม่เห็นด้วย.

แหล่งที่มา : <https://www.dailynews.co.th/regional/๖๑๖๒๘๑>

ซูเปอร์โพลชี้คนค้านข้อเสนอเอกชนแก้กฎหมายคุ้มครองคุ้มครองเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

11 ธันวาคม 2560 เวลา 11:36 น. | เปิดอ่าน 588 | ความคิดเห็น 0

131 0 G+ ทั้งหมด +



ซูเปอร์โพลเผยคนส่วนใหญ่คัดค้านข้อเสนอเอกชนให้แก้กฎหมายคุ้มครองคุ้มครองเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ชี้เกิดผลเสียต่อสังคมมากกว่าผลดี

เมื่อวันที่ 11 ธ.ค. สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลสำรวจเรื่อง "เสียงสังคม ถ้าจะแก้ กม.คมนาเมา" โดยสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 2,204 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1-10 ธ.ค.ที่ผ่านมา ต่อกรณีนี้ผู้ประกอบการเรียกร้องให้แก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สรุปผลได้ดังนี้

ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 80.5 มีความเป็นห่วงเด็กและเยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของธุรกิจนำเมา ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 82.6 ระบุผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้นหากมีการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามข้อเรียกร้องของผู้ประกอบการ รองลงมาร้อยละ 77.9 ระบุการทะเลาะวิวาทจะเพิ่มขึ้น ตามด้วยร้อยละ 67.4 ระบุความรุนแรงจะมากขึ้น, ร้อยละ 65.6 ระบุการคุกคามทางเพศ เพิ่มขึ้น เด็ก สตรี จะเพิ่มขึ้น, ร้อยละ 50.8 ระบุอาชญากรรมจะเพิ่มขึ้น, ร้อยละ 46.9 ระบุคนเมาเหล้า เบียร์ จะเพิ่มขึ้น และร้อยละ 34.3 ระบุคนเป็นโรคเรื้อรัง มะเร็ง และพิษสุรา จะเพิ่มขึ้น ตามลำดับ

ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 83.7 ระบุให้รัฐบาล และ คสช.ควรรอมาตรฐานการเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เพื่อเป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่เด็กและเยาวชน และส่วนใหญ่ร้อยละ 80.6 ระบุถ้าแก้กฎหมาย คุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า

แหล่งที่มา : <https://www.posttoday.com/social/general/๕๒๙๗๙๖>



อื่นๆ

Lite Version

หน้าหลัก / Breaking News / Breaking News / อื่นๆ

ซูเปอร์โพลเผยสังคมห่วงนักดื่มหน้าใหม่ วอน คสช.ไม่แก้ ก.ม.เอื้อกลุ่มธุรกิจน้ำเมา

เผยแพร่: 11 ธ.ค. 2560 16:32:00 โดย: MGR Online

ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการสำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลโพลเรื่อง เสี่ยงสังคมถ้าจะแก้ ก.ม. คุมน้ำเมา กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวน 2,204 ตัวอย่าง พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 80.5 เป็นห่วงเด็กและเยาวชนจะกลายเป็นักดื่มหน้าใหม่ของ ธุรกิจน้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ในขณะที่ร้อยละ 19.5 ไม่ห่วง นอกจากนี้ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 82.6 ระบุผลกระทบจากโทษของการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่อุบัติเหตุจะมากขึ้น ถ้ามีการแก้ไขกฎหมายยกเลิกการคุมเหล้า เบียร์ ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่ม ธุรกิจน้ำเมา รongลงมา ร้อยละ 77.9 ระบุ การทะเลาะวิวาทจะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 67.4 ระบุ ความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ 65.6 ระบุ การคุกคามทางเพศ ช่มชู้เด็ก สตรี จะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 50.8 ระบุ เหตุอาชญากรรมจะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 46.9 ระบุ คนเมา เหล้า/เบียร์จะเพิ่ม ร้อยละ 34.3 ระบุ คนเป็นโรคร้ายมะเร็งและพิษสุราจะเพิ่มขึ้น ตามลำดับ



ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 83.7 ระบุว่า รัฐบาลและ คสช. ควรเข้มงวดคุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมายเป็นของ ขวัญปีใหม่ให้แก่เด็กและเยาวชน และส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 80.6 ระบุว่า หากแก้กฎหมายคุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้อง ของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า

แหล่งที่มา : <https://mgronline.com/uptodate/detail/๙๖๐๐๐๐๑๒๔๗๒๗>

‘ซูเปอร์โพล’ ซี คสช.คุมเข้มเหล่า-เบียร์ ไม่แก้ ก.ม.เป็นของขวัญปีใหม่

admin 11 December 2017 8 views



“ซูเปอร์โพล” เปิดเผยแพร่ข่าวส่วนมาก 80.5 ห่วงเด็ก เยาวชน แปลงเป็นพวกชอบดื่มคนใหม่ธุรกิจน้ำเมา ขอ คสช.เข้มคุมสุรา-เบียร์สด ซีไม่แก้กฎหมายวันหวาดเป็นผลเสียสังคมโดยรวม

ช่วงวันที่ 11 ธันวาคม60 ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักศึกษาค้นคว้าซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสำคัญชุมชนรวมทั้งความเป็นหัวหน้า เผย ผลโพลเรื่อง เสี่ยงสังคมถ้าเกิดจะแก้ กฎหมายคุมน้ำเมา กรณีศึกษาแบบอย่างพสกนิกรทุกสาขาอาชีพ ปริมาณทั้งหมดทั้งปวง 2,204 แบบอย่าง ดำเนินแผนการระหว่างวันที่ 1-10 ธันวาคม พุทธศักราช60 ก่อนหน้านั้น พบว่า พลเมืองจำนวนมากหรือปริมาณร้อยละ 80.5 เป็นห่วงต่อเด็กรวมทั้งเยาวชน จะแปลงเป็นพวกชอบดื่มคนใหม่ของธุรกิจน้ำเมา สุรา เบียร์สด เหล้าอั่งล้น เวลาที่ปริมาณร้อยละ 19.5 ไม่ห่วง ยิ่งไปกว่านี้ โดยมากหรือจำนวนมากร้อยละ 82.6 กำหนดผลพวงจากโทษของการกินเหล้า เบียร์สด เหล้าอั่งล้น ตัวอย่างเช่น อุบัติเหตุจะมากขึ้นเรื่อยๆ ถ้าหากมีการปรับปรุงแก้ไขข้อบังคับยกเลิกการควบคุมสุรา เบียร์สด เหล้าอั่งล้น ตามคำเรียกร้องของกรุปธุรกิจน้ำเมา รongลงมาเป็นปริมาณร้อยละ 77.9 เจาจะง การทะเลาะจะมากขึ้น ปริมาณร้อยละ 67.4 เจาจะง ความร้ายแรงจะเยอะขึ้นเรื่อยๆ ปริมาณร้อยละ 65.6 กำหนด การคุกคามทางเพศ กระทำชำเราเด็ก-สตรีจะเพิ่ม ปริมาณร้อยละ 50.8 กำหนด เหตุอาชญากรรม จะเพิ่ม ปริมาณร้อยละ 46.9 เจาจะง คนซีเมาสุราเบียร์สดจะเพิ่ม จำนวนร้อยละ 34.3 เจาจะง คนเป็นโรคภัยโรคมะเร็ง รวมทั้งพิษเหล้า จะเพิ่มเป็นลำดับ

ที่น่าพิจารณาเป็นโดยมากหรือปริมาณร้อยละ 83.7 กำหนด รัฐบาลแล้วก็ คสช.ควรจะครัดเคร่งคุม สุรา เบียร์สด ไม่แก้ข้อบังคับเป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่เด็กแล้วก็เยาวชน แล้วก็ส่วนมากหรือจำนวนมากร้อยละ 80.6 เจาจะง ถ้าหากแก้ข้อบังคับคุมสุรา เบียร์สด ตามคำเรียกร้องของกรุปธุรกิจ จะเป็นผลเสียต่อสังคมโดยส่วนกลางมากยิ่งขึ้นกว่า.

ที่มาของเนื้อหา : www.thairath.co.th

Tags:

แหล่งที่มา : <http://khaogrong.com/ซูเปอร์โพล-ซี-คสช-คุมเข/>



ซูเปอร์โพลเผยคนส่วนใหญ่ค้านแก้กม.ควบคุมน้ำเมาเหตุ ส่งผลเสียต่อส่วนรวม

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

ข่าวการเมือง สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (IQ) -- จันทร์ที่ 11 ธันวาคม 2560 10:12:17 น.

สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนกรณีผู้ประกอบการยื่นข้อเรียกร้องให้แก่ไขกฏหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 80.5 มีความเป็นห่วงเด็กและเยาวชนจะกลายเป็ นนักดื่มหน้าใหม่ของธุรกิจน้ำเมา

ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 82.6 ระบุผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้นหากมีการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามข้อเรียกร้องของผู้ประกอบการ รองลงมาร้อยละ 77.9 ระบุการทะเลาะวิวาทจะเพิ่มขึ้น ตามด้วยร้อยละ 67.4 ระบุความรุนแรงจะมากขึ้น, ร้อยละ 65.6 ระบุการคุกคามทางเพศ ช่มชู้ น เด็ก สตรี จะเพิ่มขึ้น, ร้อยละ 50.8 ระบุอาชญากรรมจะเพิ่มขึ้น, ร้อยละ 46.9 ระบุคนเมาเหล้า เบียร์ จะเพิ่มขึ้น และร้อยละ 34.3 ระบุคนเป็นโรคเรื้อรัง มะเร็ง และพิษสุรา จะเพิ่มขึ้นตามลำดับ

ADVERTISEMENT



ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 83.7 ระบุให้รัฐบาล และ คสช.ควรรอกมาตรการเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เพื่อเป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่เด็ก และเยาวชน และส่วนใหญ่ร้อยละ 80.6 ระบุถ้าแก้กฎหมาย คุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยส่วนรวมมากกว่า

ทั้งนี้ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนกรณีผู้ประกอบการเรียกร้องให้แก่ไขกฏหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง "เสียงสังคม ถ้าแก้ กม. คุมน้ำเมา" จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 2,204 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1-10 ธ.ค.ที่ผ่านมา

ส่งความเห็นถึงผู้สื่อข่าว

Facebook

Twitter

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

'เมย์'พ่ายแต่แชมป์กลุ่ม ลีวีตติ เชือกดูไบไฟนอล

ข่าวภูมิภาค: บันรักปืนสุข ทร.ย้ายวินัยผู้ขับชี้ช่วยลดอุบัติเหตุ ช่วงปีใหม่

แนวรุกเต็มสูบ! 'เรือใบ' ร้อยยัง 'โก' 'โต' นำทัพชุดขาวป้องกันแชมป์ ทิมโลก

คอลัมน์: สปอร์ตนิวส์: 'บ๊ิกค์อ ม'เผยคืบหน้าข้อก.2018

หัวข้อที่เกี่ยวข้อง

SUPER Poll เพลอร์ สถาบันกฎหมาย เด็ก มูลนิธิ โพล วิจัยผลสำรวจ ความคิดเห็น ธุรกิจ เครื่องดื่ม poll ความสุข

แหล่งที่มา : <http://www.ryt9.com/s/iqo1๒/๒๗๕๒๘๔๓>

คสช. ยืนยันคุมเข้มชายเหล้า ป้องกันนักดื่มหน้าใหม่

December 11, 2017 admin



จากกรณีที่ "ซูเปอร์โพล" เผยผลวิจัยเสียงสังคมนักดื่มหน้าใหม่เป็นห่วงเด็กและเยาวชนของไทย กำลังจะกลายเป็นักดื่มหน้าใหม่ จึงขอทางคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ (คสช.) เข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ มากกว่าที่จะแก้กฎหมายตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจน้ำเมา เพื่อเป็นของขวัญปีใหม่ ตามที่ได้เสนอข่าวไปก่อนหน้านี้แล้วนั้น

ความคืบหน้า เมื่อวันที่ 11 ธ.ค. แหล่งข่าวจากคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ (คสช.) กล่าวถึงผลวิจัยดังกล่าวว่า ก่อนอื่นต้องจัดการกับเหล้าเถื่อนก่อนเนื่องจากเป็นการนำเข้าที่ผิดกฎหมาย รวมทั้ง คนที่เมาแล้วขับ ต้องยึดใบขับขี่ห้ามขับรถตลอดชีวิต นอกจากนี้ เรื่องของการดื่มสุราในที่สาธารณะ หรือที่ทำงาน โดยเฉพาะเวลาราชการ ต้องอุกกลงโทษทันที เพื่อให้สังคมไทยสงบร่มเย็น ปลอดภัยจากการคุกคามจากคนไร้สติเพราะเสพสุราจนมึนเมา ถ้าทำได้จะทำให้คุณภาพชีวิตของคนไทยสูงขึ้น

"การห้ามขายสุรา เครื่องดื่มมึนเมา ในเขตใกล้กับสถานศึกษา เข้มงวดห้ามขายสุราให้เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี จับได้มีโทษไม่ปรานีอีกต่อไป ถือเป็นเรื่องสำคัญเรื่องใหม่ที่ภาครัฐต้องเข้าไปควบคุมเข้มงวด ซึ่งเชื่อว่าหากดำเนินการอย่างจริงจัง จะสามารถลดอัตราการเพิ่มขึ้นของเยาวชนที่หันมาเสพบุหรื ดื่มสุรา หรือ ลดจำนวนเยาวชนติดยาเสพติดต้องห้ามลงได้ ทั้งนี้ เพื่อยกระดับคุณภาพทางสังคมของไทยให้สูงขึ้นอีกด้วย" แหล่งข่าวจาก คสช. กล่าว.

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

คสช. ควบคุมเข้มงวดน้ำเมา ไม่แก้ก.ม.เป็นของขวัญปีใหม่

ที่มาของเนื้อหา : www.dailynews.co.th

แหล่งที่มา : <https://www.technomai.com/๒๐๑๗/๑๒/๔๙๐๙๙/>

เกาะติดข่าว วันที่ 11 ธันวาคม 2560 เวลา 10.30 น.

5 days ago



(10.30) สถานการณ์น้ำท่วมขังที่ จ.สุราษฎร์ธานี ยังมีน้ำจาก จ.นครศรีธรรมราชและ จ.กระบี่ ไหลลงสู่พื้นที่ลุ่มเขตรอยต่อกับ จ.สุราษฎร์ธานีอย่างต่อเนื่อง ทำให้พื้นที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำตาปี 6 อำเภอ ประกอบด้วย อ.พระแสง ,เวียงสระ ,เคียนซา ,บ้านนาสาร ,บ้านนาเดิม และ อ.พุนพิน ระดับน้ำเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ บางจุดสูง 2-3 เมตร ต้องใช้เรือสัญจรไปมา

(10.30) พ.ต.อ.นิพนธ์ พานิชเจริญ รองผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัดนครนายก เผยความคืบหน้าคดีการเสียชีวิต ของ นายภคพงศ์ ศัญญาจณี หรือ น้องเมย นักเรียนเตรียมทหารชั้นปีที่ 1 ว่า พนักงานสอบสวนยังรอผลการชันสูตรชิ้นส่วนอวัยวะของ น้องเมย จากสถาบันนิติวิทยาศาสตร์ ซึ่งขณะนี้ยังไม่สามารถชี้ชัดหรือสรุปได้ถึงสาเหตุการเสียชีวิต และเข้าข่ายคดีอาญาหรือไม่ พร้อมระบุว่า หากได้รับผลการชันสูตรครบแล้ว จะเดินทางไปพบแพทย์ผู้ชันสูตร ของสถาบันนิติวิทยาศาสตร์ เพื่อสอบถามผลอย่างละเอียดอีกครั้ง ก่อนทำการสรุปผล คาดไม่เกินสัปดาห์หน้าจะมีความชัดเจน

(10.30) SUPER POLL เผยผลสำรวจ ความคิดเห็นของประชาชนกรณีผู้ประกอบการยื่นขอเรียกร้องให้แก่ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยร้อยละ 80.5 มีความเป็นห่วงเด็กและเยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของธุรกิจน้ำเมา / ร้อยละ 82.6 ระบุผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้นหากมีการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามขอเรียกร้องของผู้ประกอบการ / ร้อยละ 83.7 ระบุให้รัฐบาล และ คสช.ควรออกมาตรการเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม้แก้กฎหมาย เพื่อเป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่เด็กและเยาวชน

แหล่งที่มา : <http://www.news1005.fm/view/๕a๒df๖๖๓f๕๔๐๕๔๓f๕๖f๓๓>



หน้าแรก / ข่าววาไรตี้ / สังคมส่วนใหญ่ของรัฐ คุณเข้มเหล้า-เบียร์ ไม่แก้กม.เป็นของขั้วญี่ปุ่นใหม่



สังคมส่วนใหญ่ของรัฐ คุณเข้มเหล้า-เบียร์ ไม่แก้กม.เป็นของขั้วญี่ปุ่นใหม่



เครดิต: nationtv.tv 5 วันที่ผ่านมา แสดงผล 7 ครั้ง

โพลเผยสังคมส่วนใหญ่ของรัฐ-คสช. คุณเข้มเหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมายเป็นของขั้วญี่ปุ่นใหม่ให้เด็ก เยาวชน หวั่นทำตามข้อเรียกร้องกลุ่มน้ำเมาถึงเกิดปัญหารุนแรง 11 ธ.ค. 60 - ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผย ผลโพล เรื่อง เสี่ยงสังคม ถ้าจะแก้กฎหมายคุณน้ำเมา กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 2,204 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1 10 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา พบว่า

ประชาชนส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 80.5 เป็นห่วงต่อ เด็กและเยาวชนจะกลายเมื่อก็ดมึนหน้าใหม่ของ ธุรกิจน้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ในขณะที่ร้อยละ 19.5 ไม่ห่วง นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 82.6 ระบุ ผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้น ถ้ามีการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการคุมเหล้าเบียร์ ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ น้ำเมา ร่องลงมา คือ ร้อยละ 77.9 ระบุ การทะเลาะวิวาท จะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 67.4 ระบุ ความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ 65.6 ระบุ การคุกคามทางเพศ ช่มชู้ เด็ก สตรี จะเพิ่ม ร้อยละ 50.8 ระบุ เหตุอาชญากรรม จะเพิ่ม ร้อยละ 46.9 ระบุ คนเมาเหล้า เบียร์ จะเพิ่ม ร้อยละ 34.3 ระบุ คนเป็นโรคเรื้อรัง มะเร็ง และพิษสุรา จะเพิ่ม ตามลำดับ

ที่น่าพิจารณา คือ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 83.7 ระบุ รัฐบาล และ คสช. ควรเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เป็นของขั้วญี่ปุ่นใหม่ให้แก เด็กและเยาวชน และ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 80.6 ระบุ ถ้าแก้กฎหมาย คุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า.

แหล่งที่มา : <http://www.thainews.easybranches.com/news/varity/๑๖๑๙๘๒>

ปชช.80%ห่วงเด็กรุ่นใหม่ ตกเป็นเหยื่อธุรกิจน้ำเมา



11 ธันวาคม 2560

970

ปชช.83.7%
แนะรัฐบาลคสช.
เข้มงวดคุมเหล้าเบียร์
ไม่แก้ก.ม.เชื่อประโยชน์

โพลล์ชี้ปชช.80%ห่วงเด็กรุ่นใหม่ ตกเป็นเหยื่อนักดื่มหน้าใหม่ ของธุรกิจน้ำเมาเหล้าเบียร์ เผย83.7%แนะรัฐบาลคสช.ควรเข้มงวด คุม เหล้าเบียร์ไม่แก้กฎหมายเชื่อประโยชน์



ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผย ผลโพล เรื่อง เสียงสังคม ถ้าจะแก้กฎหมายคุมน้ำเมา กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 2,204 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1 – 10 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา พบว่า

ประชาชนส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 80.5 เป็นห่วงต่อ เด็กและเยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของ ธุรกิจน้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ในขณะที่ร้อยละ 19.5 ไม่ห่วง นอกจากนี้ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 82.6 ระบุ ผลกระทบจากโทษของการดื่ม เหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้น ถ้ามีการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการคุมเหล้าเบียร์ ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ น้ำเมา รongลงมา คือ ร้อยละ 77.9 ระบุ การทะเลาะวิวาท จะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 67.4 ระบุ ความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ 65.6 ระบุ การคุกคามทางเพศ ช่มชู้ เด็ก สตรี จะเพิ่ม ร้อยละ 50.8 ระบุ เหตุอาชญากรรม จะเพิ่ม ร้อยละ 46.9 ระบุ คนเมาเหล้า เบียร์ จะเพิ่ม ร้อยละ 34.3 ระบุ คนเป็นโรคร้าย มะเร็ง และพิษสุรา จะเพิ่ม ตามลำดับ

ที่น่าพิจารณา คือ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 83.7 ระบุ รัฐบาล และ คสช. ควรเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เป็นของขบวนการใหม่ให้แก่ เด็กและเยาวชน และ ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 80.6 ระบุ ถ้าแก้กฎหมาย คุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า.

Artic by ArtAsia

แหล่งที่มา : <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/๗๘๔๕๗๑>

ข่าวเด่น

Home » ข่าวเด่นวันดี, สังคม - หัวใจ » ขอ คสช. เข้มงวด นำเมา ไม่แก้กม.เป็นของขวัญปีใหม่

ขอ คสช. เข้มงวด นำเมา ไม่แก้กม.เป็นของขวัญปีใหม่

วันจันทร์ 11 ธันวาคม 2560 11:40

ข่าวเด่นวันดี, สังคม - หัวใจ

อ่าน 12 ครั้ง

ยังไม่มีความเห็น

👍 ถูกใจ 2

📧 ส่งต่อ

👍 แบ่งปัน

เสียงสังคม ถ้าจะแก้ ก.ม. คมนำเมา



 <p>80.5% ห่วงเด็ก เยาวชน เป็นนักดื่มหน้าใหม่</p>	 <p>65.5% คุกคามทางเพศ เด็ก สตรี จะเพิ่ม</p>
<p>83.7% รัฐบาล คสช. ควรคุมเข้มธุรกิจเหล้าเบียร์ เป็นของขวัญปีใหม่เด็กและเยาวชน</p>	 <p>80.6% นอกจะเกิดผลเสียต่อสังคมมากกว่า ถ้าแก้กฎหมาย คมเหล้า เบียร์</p>

ซูเปอร์โพล เผยผลวิจัย เสียงสังคม ถ้าจะแก้ ก.ม. คมนำเมา ส่วนใหญ่ห่วงเด็ก เยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ ขอ คสช. เข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เป็นของขวัญปีใหม่ หวังเกิดผลเสียงสังคมโดยรวม

เมื่อวันที่ 11 ธ.ค. ดร.นพดล กรรณิกา ผู้อำนวยการ สำนักวิจัยซูเปอร์โพล (SUPER POLL) มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผย ผลโพล เรื่อง เสียงสังคม ถ้าจะแก้ ก.ม. คมนำเมา กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนทุกสาขาอาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 2,204 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1 – 10 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.5 เป็นห่วงต่อเด็กและเยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของ ธุรกิจนำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ในขณะที่ร้อยละ 19.5 ไม่ห่วง นอกจากนี้ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 82.6 ระบุผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้น ถ้ามีการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการคุมเหล้าเบียร์ ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจนำเมา รองลงมาคือร้อยละ 77.9 ระบุ การทะเลาะวิวาท จะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 67.4 ระบุ ความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ 65.6 ระบุ การคุกคามทางเพศ ช่มชู้ เด็ก สตรี จะเพิ่ม ร้อยละ 50.8 ระบุ เหตุอาชญากรรม จะเพิ่ม ร้อยละ 46.9 ระบุ คนเมาเหล้าเบียร์ จะเพิ่ม ร้อยละ 34.3 ระบุ คนเป็นโรคร้าย มะเร็ง และพิษสุรา จะเพิ่ม ตามลำดับ

ที่น่าพิจารณาคือ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 83.7 ระบุ รัฐบาล และ คสช. ควรเข้มงวด คุม เหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมาย เป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่ เด็กและเยาวชน และ ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.6 ระบุ ถ้าแก้กฎหมาย คุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า

แหล่งที่มา : <http://www.chaoprayanews.com/๒๐๑๗/๑๒/๑๑/ขอ-คสช-เข้มงวด-นำเมา-ไม่/>

เดลินิวส์ กรอบบ่าย Daily News (Mid-Day) Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200	Section: First Section/- วันที่: พุธ 13 ธันวาคม 2560 ปีที่: - ฉบับที่: 24898 Col.Inch: 11.95 Ad Value: 26,290 หัวข้อข่าว: คุณเข้มน้ำเมาบ่อนักดื่มหน้าใหม่	หน้า: 2(ล่าง) PRValue (x3): 78,870 คลิป: สีสี่

คุณเข้มน้ำเมาบ่อนักดื่มหน้าใหม่

เมื่อวันที่ 11 ธ.ค. นายพนพล ภรรณีภา ผอ.สำนักวิจัยซูเปอร์โพล มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นประชาชนในหัวข้อ “เสียงสังคม ถ้าจะแก้ ก.ม. คุณเข้มเมา” ระหว่างวันที่ 1-10 ธ.ค. ที่ผ่านมา ทั้งสิ้น 2,204 ตัวอย่าง พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 80.6 เป็นห่วงเด็กและเยาวชน จะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของธุรกิจกัเมา ในขณะที่ประชาชนร้อยละ 19.5 นั้นไม่ห่วง


เมื่อถามถึงผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 82.6 ระบุว่า อุบัติเหตุจะเพิ่มมากขึ้น ถ้ามีการแก้ไขกฎหมาย ยกเลิกการคุมเหล้า เบียร์ ไวน์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจกัเมา รองลงมาประชาชนร้อยละ 77.9 ระบุว่า การทะเลาะวิวาทจะเพิ่มขึ้น และประชาชนร้อยละ 67.4 ระบุว่า ความรุนแรงจะมากขึ้น ตามลำดับ และที่น่าพิจารณาคือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 83.7 ระบุว่า รัฐบาลและ กสช. ควรเข้มงวดคุมเหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมายเป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่เด็กและเยาวชน และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.6 ระบุว่า ถ้าแก้กฎหมายคุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวมมากกว่า.

รหัสข่าว: B-171213035150 (12 ธ.ค. 60/08:28)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาพรมพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

	Section: First Section/การศึกษา-ศาสนา-สาธารณสุข วันที่: พุธ 13 ธันวาคม 2560 ปีที่: 68 ฉบับที่: 21876 หน้า: 12(กลาง) Col.Inch: 9.75 Ad Value: 15,600 PRValue (x3): 46,800 ศิลปิน: ชาว-ดำ หัวข้อข่าว: โพลจีรัฐคุมเหล้าเบียร์ไม่แก้ ก.ม.		

โพลจีรัฐคุมเหล้าเบียร์ไม่แก้ ก.ม.

ดร.นพพล ภรรยาณีภา ผอ.สำนักวิจัยซูเปอร์โพล มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำเปิดเผยผลโพลเรื่องเสียงสังคมนักกัญหมายคุมน้ำเมา จาก 2,204 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1-10 ธ.ค. พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.5 เป็นห่วงต่อเด็กและเยาวชนจะกลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่ของธุรกิจน้ำเมา เหล้า เบียร์ ไวน์ ร้อยละ 82.6 ระบุผลกระทบจากโทษของการดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ ได้แก่ อุบัติเหตุจะมากขึ้น รองลงมา ร้อยละ 77.9 ระบุการทะเลาะวิวาทจะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 67.4 ระบุความรุนแรงจะมากขึ้น ร้อยละ 65.6 ระบุการคุกคามทางเพศ ข่มขืนเด็กสตรีจะเพิ่ม นอกจากนี้ ร้อยละ 83.7 ระบุรัฐบาล และ คสช. ควรเข้มงวดคุมเหล้า เบียร์ ไม่แก้กฎหมายเป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่เด็กและเยาวชน และ ร้อยละ 80.6 ระบุถ้าแก้กฎหมายคุมเหล้า เบียร์ ตามข้อเรียกร้องของกลุ่มธุรกิจ จะเกิดผลเสียต่อสังคมโดยรวมมากกว่า.

รหัสข่าว: B-171213039210(12 ธ.ค. 60/08:07)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com