



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิชา เป้าอารีย์
ผู้อำนวยการศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”

วันอาทิตย์ที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2558
ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โทรศัพท์ 02-727-3594-6 โทรสาร 02-727-3595
<http://www.nidapoll.nida.ac.th> <http://www.twitter.com/nidapoll> และ <http://www.facebook.com/nidapoll>
E-mail : nida_poll@nida.ac.th / nidapoll.nida@hotmail.co.th

“การโพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล”

เรียน บรรณาธิการบริหาร / บรรณาธิการข่าว / หัวหน้าข่าว

ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) เปิดเผยแพร่ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “การโพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล” ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 14 – 15 ตุลาคม 2558 จากประชาชนทั่วประเทศ กระจายทุกระดับการศึกษาและอาชีพ รวมทั้งสิ้น จำนวน 1,250 หน่วยตัวอย่าง เกี่ยวกับการโพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งอาจเข้าข่ายผิดตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 การสำรวจอาศัยการสุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูลตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิด้าโพล” ด้วยความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งภูมิภาคออกเป็น 5 ภูมิภาค จากนั้นในแต่ละภาค สุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95.0 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error: S.E.) ไม่เกิน 1.4

จากผลการสำรวจ เมื่อถามถึงพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เช่น เหล้า เบียร์ รัม ฯลฯ) ของประชาชน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 49.12 ระบุว่า ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รองลงมา ร้อยละ 24.08 ระบุว่า ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แค่เป็นพิธี เฉพาะตามเทศกาล งานเลี้ยง ต่าง ๆ ร้อยละ 9.68 ระบุว่า เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ปัจจุบันเลิกแล้ว ร้อยละ 7.20 ระบุว่า ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 5.12 ระบุว่า ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง และร้อยละ 4.80 ระบุว่า ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกวัน

ด้านการรับทราบของประชาชน เกี่ยวกับการโพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล อาทิ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก ซึ่งอาจถือว่ามีผิดตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 39.44 ระบุว่า เพิ่งทราบเมื่อมีข่าวกรณีดาราและคนดังในสังคมโพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล รองลงมา ร้อยละ 33.12 ระบุว่า ไม่เคยทราบเลย ร้อยละ 27.04 ระบุว่า ทราบมานานแล้ว และ ร้อยละ 0.40 ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ

สำหรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกรณีดาราและคนดังในสังคมโพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล อาทิ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 29.36 เชื่อว่าเป็นสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล トラบใดที่ไม่เมาแล้วขับ หรือก่อความเดือดร้อนให้ผู้อื่น รองลงมา ร้อยละ 24.88 เชื่อว่าเป็นการโฆษณาแฝงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 20.88 เชื่อว่าเป็นไลฟ์สไตล์ส่วนตัวและทำไปโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ร้อยละ 14.56 ระบุว่า เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีแก่เด็กและเยาวชน ร้อยละ 1.12 ระบุว่า ต้องดูที่เจตนาและดู เป็นรายกรณีไป และร้อยละ 9.20 ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ

ท้ายที่สุด เมื่อถามถึงความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการออกกฎหมาย ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อทุกชนิด ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางตรง ทางอ้อม หรือโฆษณาแฝง พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.44 ระบุว่า เห็นด้วย เพราะ เป็นเรื่องที่ไม่ควรส่งเสริม ซึ่งการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นตัวอย่างที่ไม่ดีแก่เด็กและเยาวชน ทำให้เกิดพฤติกรรมกระเสียนแบบ ทำให้คนรู้จักและให้ความสนใจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดน้อยลง ช่วยลดการเกิดอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ การทะเลาะวิวาท และการก่อเหตุอาชญากรรมให้น้อยลงในทางอ้อม ขณะที่ ร้อยละ 28.08 ระบุว่า ไม่เห็นด้วย เพราะ สินค้าทุกชิ้นต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าอยู่แล้ว เป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพทางการค้ามากเกินไป ปกติมีการโฆษณาในช่วงเวลาที่เหมาะสมอยู่แล้ว ประชาชนสามารถแยกแยะได้ ถึงแม้ว่าจะไม่มีโฆษณา ถ้าคนจะดื่มก็สามารถหาซื้อตามร้านได้อยู่ดี ควรหันไปเข้มงวดกับการเมาแล้วขับมากกว่า และร้อยละ 6.48 ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ

เมื่อพิจารณาลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 8.72 มีภูมิลำเนาอยู่ กรุงเทพฯ ร้อยละ 25.44 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง และปริมาตรร้อยละ 17.84 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ร้อยละ 33.84 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 14.16 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ร้อยละ 50.48 เป็นเพศชาย ร้อยละ 49.44 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 0.08 เป็นเพศทางเลือก ตัวอย่างร้อยละ 10.24 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 19.92 มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 22.32 มีอายุ 36 – 45 ปี ร้อยละ 34.88 มีอายุ 46 – 59 ปี ร้อยละ 10.16 มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และร้อยละ 2.48 ไม่ระบุอายุ

ตัวอย่างร้อยละ 92.56 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 3.68 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 1.12 นับถือศาสนาคริสต์ และอื่น ๆ และร้อยละ 2.64 ไม่ระบุศาสนา ตัวอย่างร้อยละ 24.96 สถานภาพโสด ร้อยละ 70.00 สถานภาพสมรส ร้อยละ 2.08 สถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ และร้อยละ 2.96 ไม่ระบุสถานภาพสมรส ตัวอย่างร้อยละ 27.20 ระบุว่าจบการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 29.76 ระบุว่าจบการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 7.12 ระบุว่าจบการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 26.88 ระบุว่าจบการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 5.44 สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และร้อยละ 3.60 ไม่ระบุการศึกษา ตัวอย่างร้อยละ 13.28 ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.20 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 22.56 ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ร้อยละ 14.08 ประกอบอาชีพ เกษตรกร/ประมง ร้อยละ 15.36 ประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 14.24 ประกอบอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน ร้อยละ 3.84 ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 0.08 เป็นพนักงานองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร และร้อยละ 3.36 ไม่ระบุอาชีพ ตัวอย่าง ร้อยละ 16.88 ระบุว่าไม่มีรายได้ ร้อยละ 24.00 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 ร้อยละ 27.60 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 ร้อยละ 12.48 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 ร้อยละ 5.28 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 ร้อยละ 6.72 มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,001 ขึ้นไป และร้อยละ 7.04 ไม่ระบุรายได้

1. ท่านดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เช่น เหล้า เบียร์ รัม ฯลฯ) หรือไม่

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เช่น เหล้า เบียร์ รัม ฯลฯ) ของประชาชน	ร้อยละ
ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย	49.12
ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แค่เป็นพิธี เฉพาะตามเทศกาล งานเลี้ยง ต่าง ๆ	24.08
เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ปัจจุบันเลิกแล้ว	9.68
ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	7.20
ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง	5.12
ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกวัน	4.80
รวม	100.00

2. ท่านทราบหรือไม่ว่า การโพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล อาทิ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก อาจถือว่ามีคามผิดตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

การรับทราบของประชาชน เกี่ยวกับการโพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล อาทิ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก ซึ่งอาจถือว่ามีคามผิดตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	ร้อยละ
เพิ่งทราบเมื่อมีข่าวกรณีดารารและคนดังในสังคม โพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล	39.44
ไม่เคยทราบเลย	33.12
ทราบมานานแล้ว	27.04
ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ	0.40
รวม	100.00

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับ กรณีดารารและคนดังในสังคม โพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล อาทิ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก

ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อดารารและคนดังในสังคม โพสต์ภาพโชว์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโซเชียล อาทิ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก	ร้อยละ
เชื่อว่าเป็นสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล ตราบใดที่ไม่เมาแล้วขับ หรือก่อความเดือดร้อนให้ผู้อื่น	29.36
เชื่อว่าเป็นการ โฆษณาแฝงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	24.88
เชื่อว่าเป็นไลฟ์สไตล์ส่วนตัวและทำไปโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์	20.88
เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีแก่เด็กและเยาวชน	14.56
ต้องคุ้ที่เจตนาและดูเป็นรายกรณีไป	1.12
ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ	9.20
รวม	100.00

4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าควรมีกฎหมาย ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อทุกชนิด ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางตรง ทางอ้อม หรือโฆษณาแฝง

ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการออกกฎหมาย ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อทุกชนิด ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางตรง ทางอ้อม หรือโฆษณาแฝง		ร้อยละ
เห็นด้วย	เพราะ เป็นเรื่องที่ไม่ควรส่งเสริม ซึ่งการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นตัวอย่างที่ไม่ดีแก่เด็กและเยาวชน ทำให้เกิดพฤติกรรมกระเสียนแบบ ทำให้คนรู้จักและให้ความสนใจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดน้อยลง ช่วยลดการเกิดอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ การทะเลาะวิวาท และการก่อเหตุอาชญากรรมให้น้อยลงในทางอ้อม	65.44
ไม่เห็นด้วย	เพราะ สินค้าทุกชิ้นต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าอยู่แล้ว เป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพทางการค้ามากเกินไป ปกติมีการโฆษณาในช่วงเวลาที่เหมาะสมอยู่แล้ว ประชาชนสามารถแยกแยะได้ ถึงแม้ว่าจะไม่มีโฆษณา ถ้าคนจะดื่มก็สามารถหาซื้อมาได้ อยู่ดี ควรหัน ไปเข้มงวดกับการเมาแล้วขับมากกว่า	28.08
ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ		6.48
รวม		100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

1. ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	109	8.72
ปริมณฑลและภาคกลาง	318	25.44
ภาคเหนือ	223	17.84
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	423	33.84
ภาคใต้	177	14.16
รวม	1,250	100.00

2. ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	631	50.48
หญิง	618	49.44
เพศทางเลือก	1	0.08
รวม	1,250	100.00

3. ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	128	10.24
26 – 35 ปี	249	19.92
36 – 45 ปี	279	22.32
46 – 59 ปี	436	34.88
60 ปีขึ้นไป	127	10.16
ไม่ระบุ	31	2.48
รวม	1,250	100.00

4. ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	1,157	92.56
อิสลาม	46	3.68
คริสต์ และอื่น ๆ	14	1.12
ไม่ระบุ	33	2.64
รวม	1,250	100.00

5. ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	312	24.96
สมรส	875	70.00
หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	26	2.08
ไม่ระบุ	37	2.96
รวม	1,250	100.00

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง (ต่อ)

6. ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	340	27.20
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	372	29.76
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	89	7.12
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	336	26.88
สูงกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	68	5.44
ไม่ระบุ	45	3.60
รวม	1,250	100.00

7. ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/ลูกจ้าง/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	166	13.28
พนักงานเอกชน	165	13.20
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	282	22.56
เกษตรกร/ประมง	176	14.08
รับจ้างทั่วไป	192	15.36
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน	178	14.24
นักเรียน/นักศึกษา	48	3.84
องค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร	1	0.08
ไม่ระบุ	42	3.36
รวม	1,250	100.00

8. ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	211	16.88
ไม่เกิน 10,000	300	24.00
10,001 – 20,000	345	27.60
20,001 – 30,000	156	12.48
30,001 – 40,000	66	5.28
มากกว่า 40,001 ขึ้นไป	84	6.72
ไม่ระบุ	88	7.04
รวม	1,250	100.00