

รายงานสืบเนื่องจาก การประชุมวิชาการระดับชาติ งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ทางนิเทศศาสตร์ ครั้งที่ 10



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ
อภิปรายงานวิจัย

- รศ. อวยพร พานิช
- รศ. ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์
- รศ. ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
- รศ. ดร.กฤติดา ธรรมวิวัฒน์
- ผศ. ดร. กาญจนา มีศิลป์วิภักย์
- ผศ. ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง
- ผศ. รัตนา ทิมเมื่อง
- ผศ. ดร.กฤษณ์ คำนนท์
- ผศ. วรวุฒิ อ่อนน่วม

The Proceedings of the 10th Academic Conference
on Communication Research and Creative Works

วันศุกร์ที่ 10 กรกฎาคม 2563
เวลา 08.30 น. - 16.30 น.

นำเสนอผลงานบนระบบออนไลน์
ผ่านแอปพลิเคชัน ZOOM



2020



สารบัญ

หน้า

• รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุมงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 10_____	5
• รายชื่อคณะกรรมการผู้จัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10_____	6
• รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10_____	7
• กำหนดการการจัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10_____	9



กลุ่ม 1: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รศ.ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และ ผศ.ดร.กาญจนา มีศิลป์วิกัย

การสื่อสารในภาวะวิกฤตของเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย

• ประเมศวร์ รัมย์ยากร_____	13
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุไปปฏิบัติของกรุงเทพมหานคร	
• จักริรัตน์ ณ ลำพูน, สุรินทร กปิตถา ณ อยุธยา และวัฒนา เจริญชัยนพกุลี่_____	29
การสร้างกิจกรรมนฤศิลป์บำบัดเพื่อช่วยในการปรับตัวทางสังคมของเด็กดาวนซินโดรม กรณีศึกษา : นักศึกษาทดลองเรียน สาขาวิชาสื่อสารการแสดงร่วมสมัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	
• ภัทราพร เจริญรัตน์_____	38
การศึกษาช่องทางการขายความเชื่อเกี่ยวกับวัตถุมงคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	
• วโรชา สุทธิรักษ์_____	48
นักแคสเกม : ผู้ทรงอิทธิพลแห่งโลกไซเบอร์	
• พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์_____	60
ความสัมพันธ์ระหว่างเพศวิถีกับการมีส่วนร่วมในการใช้แอปพลิเคชันจอยลดาของสาววาย ในเครือข่ายเฟซบุ๊กสาววาย	
• ยุทธนา สุวรรณรัตน์ และอนรรฆอร บุรมัธยานนท์_____	69
กระบวนการสร้างสรรค์บทละครเพลงสำหรับเด็ก เรื่อง “The wild west musical”	
• ชโลธร จันทะวงศ์_____	80
เอกลักษณ์การสร้างสรรค์ละครเวทีเชิงสังเคราะห์แนวฟิวเจอร์ริสม์ของฟิลิปโป โทมมาสโซ มาริเนตตี	
• จุฑารัตน์ การะเกตุ_____	92

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชม ติดตาม ช่องรายการในยูทูป ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขต กรุงเทพมหานคร	
• กัญฉกาจ ตระการบุญชัย	106
การสื่อสารระหว่างบุคคลกับผู้อยู่ในกลุ่มอาการภาวะออทิซึม	
• ชญาณี ฉลาดธัญญกิจ	120



กลุ่ม 2 : ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รศ.อวยพร พานิช และ ผศ.รัตนา ทิมเมือง

การสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับเด็กและเยาวชนในรูปแบบพอดแคสต์	
• จิราพร ยิ่งสุข	133
รู้ให้เท่าทัน สถานการณ์การพนันออนไลน์	
• พสุนาท สร้อยสุวรรณ	142
การถอดบทเรียนสถานการณ์การพนันและแนวทางการสื่อสารเพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิง	
• นิภากร กاجرเมณกุล, สุเทพ เดชะชีพ, เมธาพร มุสิกะपालะ, กอปรพงษ์ กุณทียะ, บริรักษ์ บุญยะรัตพันธุ์ และนฤวรรณ รักสกุล	153
แรงจูงใจและความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok	
• รชิตา สิริตลลธิ	165
การออกแบบโฆษณาบนเฟสบุคในยุคนวัตกรรมดิจิทัลให้โดนใจผู้บริโภค	
• เปรมินทร์ หงษ์โต	177
นวัตกรรมการสื่อสาร : ทิศทางการศึกษาไทยในอนาคตกับการเรียนออนไลน์แบบเปิด MOOC	
• ปิยณัท วงศ์ยอด, ปัญญรัตน์ วันทอง และกรกช แสนจิตร	188
กระบวนการสร้างสรรค์จิตรกรรมชุด “บทกวีที่ร่ายร้องบนทุ่งหญ้ายามรัตติกาล”	
• สุริยะ ฉายะเจริญ	200
ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อควาร์โค้ดไทยขณะในกรณีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	
• สุทธิ เรื่องรัตนสุนทร และชุตติภา สิงห์ศักดิ์เสรี	209
ระดับการรับรู้ข่าวสารและพฤติกรรมการแบ่งปันข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้รับสาร 4 ช่วงวัย	
• ประกิจ อาษา, สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์, จารุณี วรรณศิริกุล และปิยะศักดิ์ ชมจันทร์	219



กลุ่ม 3: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รศ.ดร.กฤษณ์ทองเลิศ, รศ.ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์

ผศ. ดร.องอาจ สิ่งล้ำพอง

การวิพากษ์ตีความทวิบทแนวจินตสภาวะ ผลงานภาพถ่ายชุด The Anatomy 101 ของ ทอม โพรธิลิตี และ สุรชัย แสงสุวรรณ	
• เวทิต ทองจันทร์	237
Omani Consumer Online Shopping Behavior	
• Alhuda Chanitphattana, Chutimun Luangtongkum and Manaskarn Insang	258
งานสร้างสรรค์ภาพถ่ายภาชนะแก้วชุด “OUT LINE”	
• นริศ พิเชษฐพันธ์	267
การสร้างสรรค์ภาพถ่ายกลางคืน	
• ณัฐวุฒิ สิ่งหนองสง และจารุณี วรรณศิริกุล	277
นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์ผ่านรูปแบบเกมมิฟิเคชัน	
• เมธาพร มุสิกปาละ และกันยารัตน์ วรรณัตร	288
กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารการตลาดโดยใช้จุดจูงใจด้านสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อการรับรู้ทัศนคติ และการจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันวาย	
• สุวดี อรุณเรือ	302
การวิเคราะห์สัมพันธบทของซีรี่ส์เกาหลี “รอรักโรงแรมพันปี”	
• เจตน์จันทร์ เกิดสุข และลัทธสิทธิ ทวีสุข	314
เมตาในสตอปโมชัน: กรณีศึกษาของ ‘Komaneko’s First Step’	
• ศักรา ไพบูลย์	320
การบริหารประสบการณ์ลูกค้า : ความท้าทายบนระยะห่างในการเปลี่ยนผ่านสู่ฐานวิถีชีวิตใหม่	
• อีรวัฒน์ โอภาสบุตร และพลอยชนก แสนอาทิตย์	327
การวิเคราะห์เรื่องราวจากภาพยนตร์เรื่องธอร์ เทพเจ้าสายฟ้า โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้างนิทานของวลาดิเมียร์ พรอพพ์	
• สมเกียรติ ศรีเพชร และศิริชัย ศิริกายะ	338



กลุ่ม 4: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

ผศ.ดร.กฤษณ์ คำนนท์ และ ผศ.วรวุฒิ อ่อนน่วม

พฤติกรรมกำรเปิดรับชมและความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในการรับชมการแข่งขัน E-SPORT ในรูปแบบการสตรีมมิ่งผ่านช่องทาง FACEBOOKของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	
• ชาศริต ธนังมาโนชญ์	349
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มสุภาพบุรุษในกรุงเทพมหานคร	
• นพรัตน์ รายภิรมย์ และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	360
แพลตฟอร์มเทคโนโลยีด้านการเรียนการสอนออนไลน์ในช่วงสถานการณ์โควิด-19	
• ไกรเทพ จิตตวรากุล, เอกสิริอร ประภาพรทรงสิทธิ์ และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	370
การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของประเทศไทย	
• เจาะไชยะ เจาะนุ และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	381
การใช้แอปพลิเคชัน “ไวท์ฟลิกซ์” เพื่อการเผยแพร่คาสอนศาสนาอิสลามในประเทศไทยในยุค 4.0	
• เขากี้ ยูซูฟี และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	391
วิกฤตการระบาดโควิด-19 กับการเติบโตของทางการสื่อสารในด้านธุรกิจฟุตบอลเดลิเวอรี่	
• เอกสิริอร ประภาพรทรงสิทธิ์ และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	402
ภาพยนตร์สารนิพนธ์เรื่อง “โลกียะจาริก”	
• วิชชา วรณรัตน์ และบรรจง โกศลวัฒน์	412
การบริหารการผลิตภาพยนตร์ต้นทุนต่ำกรณีศึกษา ภาพยนตร์เรื่อง “โลกียะ จาริก”	
• ณัฐวุฒิ รัชตราเซนชัย	422
ผลงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้น เรื่อง “Non Happy All Happy”	
• อินทร โล่ห์แก้ว และคณะฯ	
ผลงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้น เรื่อง “My Pain”	
• สุรวิช บุญพาวัฒนา และคณะฯ	
พฤติกรรมกำรเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันฟุตบอลเดลิเวอรี่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	
• ฐานทัตน์ ชมพพูล และเอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์	432

รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุม
“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 10



- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยนเรศวร
- มหาวิทยาลัยเนชั่น
- มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มหาวิทยาลัยรังสิต
- มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- มหาวิทยาลัยสยาม
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- สถาบันกัญตนา

รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการ
“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 10



- มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยสยาม
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- สถาบันกัญตนา
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รายชื่อคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ
“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 9

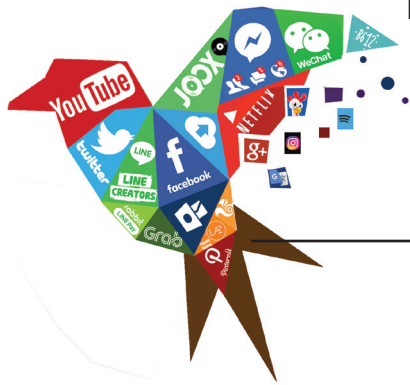
ที่ปรึกษา	รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ
อำนวยการ	ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์
บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม	สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์
ประเมินผล	ธีรวัฒน์ โอภาสบุตร
การเงิน	ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสวาง และ ชญาณี ฉลาดธัญกิจ

ฝ่ายประสานงาน

- กลุ่มที่ 1 จุฑารัตน์ การะเกตุ และชญาณี ฉลาดธัญกิจ
- กลุ่มที่ 2 ประจักษ์ อาษา, สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์ และสุทธิ เรืองรัตนสุนทร
- กลุ่มที่ 3 เวทิต ทองจันทร์ และสมเกียรติ ศรีเพ็ชร
- กลุ่มที่ 4 จารุณี วรรณศิริกุล และเอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

กำหนดการประชุมวิชาการ“งานวิจัยและ งานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 10

The Proceedings of the 10th Academic Conference
on Communication Research and Creative Works



กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลป์พิภักย์

กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตนา ทิมเมือง

กลุ่มที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิทัศน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง

กลุ่มที่ 4 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ คำนนท
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรวิ อ่อนน่วม

กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลปวิกัย



เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.15 น.	ปรเมศวร์ รัมย์ยากร	การสื่อสารในภาวะวิกฤตของเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย	มหาวิทยาลัย สยาม
09.30 น. - 09.45 น.	จักรีรัตน์ ณ ลำพูน สุรินทร์ กปิตถา ณ อยุธยา วัฒนา เจริญชัยนพกุล	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนโยบายนโยบายการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุไปปฏิบัติของกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.00 น. - 10.15 น.	ภัทรภาพร เจริญรัตน์	การสร้างกิจกรรมนาฏศิลป์บำบัดเพื่อช่วยในการปรับ ตัวทางสังคมของเด็กดาวน์ซินโดรมกรณีศึกษา : นักศึกษา ทดลองเรียนสาขาวิชาสื่อสารการแสดงร่วมสมัย คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.30 น. - 10.45 น.	วิโรชา สุทธิรักษ์	การศึกษาช่องทางการขายความเชื่อเกี่ยวกับวัตถุมงคล ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.00 น. - 11.15 น.	พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์	นักแคสเกม : ผู้ทรงอิทธิพลแห่งโลกไซเบอร์	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
13.00 น. - 13.15 น.	ยุทธนา สุวรรณรัตน์ อนรรฆอร บุรมัธนานนท์	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศวิถีกับการมีส่วนร่วมในการใช้แอป พลิเคชันจอยลดตา ของสาววายในเครือข่ายเฟซบุ๊กสาววาย	มหาวิทยาลัย สยาม
13.30 น. - 13.45 น.	ชโลธร จันทะวงศ์	กระบวนการสร้างสรรค์บทละครเพลงสำหรับเด็กเรื่อง “The wild west musical”	มหาวิทยาลัย สยาม
14.00 น. - 14.15 น.	จุฑารัตน์ การะเกตุ	เอกลักษณ์การสร้างสรรค์ละครเวทีเชิงสังเคราะห์แนวฟิว เจอร์ริสม์ของฟิลิป โทมัสโซ มาริเนตตี	มหาวิทยาลัย สยาม
14.30 น. - 14.45 น.	กัญฉกาจ ตระการบุญชัย	ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชม ติดตามช่องรายการในยูทูปของ กลุ่มเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัย สยาม
15.00 น. - 15.15 น.	กัญฉกาจ ตระการบุญชัย	การสื่อสารระหว่างบุคคลกับผู้อยู่ในกลุ่มอาการภาวะออทิสซึม	มหาวิทยาลัย สยาม



กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์อวยพร พานิช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา ทิมเมือง

เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.15 น.	จิราพร ยังสุข	การสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับเด็กและเยาวชนในรูปแบบพอดแคสต์	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
09.30 น. - 09.45 น.	พสุนาท สร้อยสุวรรณ	รู้ให้เท่าทัน สถานการณ์การพนันออนไลน์	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.00 น. - 10.15 น.	นิภากร กاجرเมณกุล และคณะ	การถอดบทเรียนสถานการณ์การพนันและแนวทางการสื่อสารเพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิง	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.30 น. - 10.45 น.	รชิตา สิริดลลณี	แรงจูงใจและความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมใช้งานแอปพลิเคชัน Tik Tok	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.00 น. - 11.15 น.	เปรมินทร์ หงษ์โต	การออกแบบโฆษณาบนเฟสบุ๊คในยุคสื่อดิจิทัลให้โดนใจผู้บริโภค	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.30 น. - 11.45 น.	ปิยฉัท วงศ์ยอด ปัญญรัตน์ วันทอง กรกช แสนจิตร	นวัตกรรมการสื่อสาร : ทิศทางการศึกษาไทยในอนาคตกับการเรียนออนไลน์แบบเปิด MOOC	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
13.00 น. - 13.15 น.	สุริยะ ฉายะเจริญ	กระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมชุด “บทกวีที่ร้ายร้องบนทุ่งหญ้ายามรัตติกาล”	มหาวิทยาลัย สยาม
13.30 น. - 13.45 น.	สุทธิ เรืองรัตนสุนทร ชุตติภา สิงห์ศักดิ์เสรี	ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อคิวอาร์โค้ดไทยขณะในกรณีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	มหาวิทยาลัย สยาม
14.00 น. - 14.15 น.	ประกิจ อาษา สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์ จารุณี วรรณศิริกุล ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์	ระดับการรับรู้ข่าวสารและพฤติกรรมการแบ่งปันข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ เกี่ยวเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของผู้รับสาร 4 ช่วงวัย	มหาวิทยาลัย สยาม

กลุ่มที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิภังค์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง



เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.15 น.	เวทิต ทองจันทร์	การวิพากษ์ด้วยบทแนวจินตสาระ ผลงานภาพถ่ายชุด The Anatomy 101 ของ ทอมโพธิสิทธิ์ และ สุรัชย์ แสงสุวรรณ	มหาวิทยาลัย สยาม
09.30 น. - 09.45 น.	Alhuda Chanitphattana, Chutimun Luangtonkum Manaskarn Insang	Omani Consumer Online Shopping Behavior	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.00 น. - 10.15 น.	นริส พิเชษฐพันธ์	งานสร้างสรรค์ภาพถ่ายภาชนะแก้วชุด “OUT LINE”	มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
10.30 น. - 10.45 น.	ณัฐวุฒิ สิงห์ทองสง จารุณี วรรณศิริกุล	การสร้างสรรค์ภาพถ่ายกลางคืน	มหาวิทยาลัย สยาม
11.00 น. - 11.15 น.	เมธพร มุสิกपालะ กันยารัตน์ วรรณิตร	นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์ผ่าน รูปแบบเกมมิฟิเคชัน	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.30 น. - 11.45 น.	สุวดี อรุณเรื่อ	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารการตลาดโดยใช้จุดจุดใจด้าน สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ทัศนคติ และการจงใจให้เกิด พฤติกรรม ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์
13.00 น. - 13.15 น.	เจตน์จันทร์ เกิดสุข ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข	การวิเคราะห์สัมพันธภาพของซีรี่ส์เกาหลี “รอรักโรงแรม พันปี”	มหาวิทยาลัย สยาม
13.30 น. - 13.45 น.	ศักรา ไพบูลย์	เมตาในสตอปโมชัน: กรณีศึกษาของ ‘Komaneko’s First Step’	มหาวิทยาลัย สยาม
14.00 น. - 14.15 น.	ธีรวันท์ โอภาสบุตร พลอยชนก แสนอาทิตย์	การบริหารประสบการณ์ลูกค้า: ความท้าทายบนระยะห่าง ในการเปลี่ยนผ่านสู่ฐานวิถีชีวิตใหม่	มหาวิทยาลัย สยาม
14.30 น. - 14.45 น.	สมเกียรติ ศรีเพ็ชร ศิริชัย ศิริกายะ	การวิเคราะห์เรื่องราวจากภาพยนตร์เรื่องธอร์ เทพเจ้า สายฟ้า โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้างนิทานของวลาดิมีร์ พรอพพ์	มหาวิทยาลัย สยาม



กลุ่มที่ 4 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ คำนนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรวุฒิ อ่อนน่วม

เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.15 น.	ชาคริต ธนังมาโนชญ์	พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในการรับชมการแข่งขัน E-SPORT ในรูปแบบการสตรีมมิ่งผ่านช่องทาง FACEBOOK ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
09.30 น. - 09.45 น.	นพรัตน์ รวยภิรมย์ จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มสุภาพบุรุษในกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.00 น. - 10.15 น.	ไกรเทพ จิตตวรากล เอกสิริอร ประภาพรทรงสิทธิ์ จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	แพลตฟอร์มเทคโนโลยีด้านการเรียนการสอนออนไลน์ในช่วงสถานการณ์โควิด-19	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.30 น. - 10.45 น.	เจชะชะ เจนะ จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของประเทศไทย	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.00 น. - 11.15 น.	เซากี ยูซูพี จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	การใช้แอปพลิเคชัน “ไวท์ฟลิกซ์” เพื่อการเผยแพร่คำสอนศาสนาอิสลามในประเทศไทย ในยุค 4.0	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.30 น. - 11.45 น.	เอกสิริอร ประภาพรทรงสิทธิ์ จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	วิกฤตการระบาดโควิด-19 กับการเติบโตช่องทางการสื่อสารในด้านธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี่	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
13.00 น. - 13.15 น.	วิชา วรณรัตน์ บรรจง โกศลวัฒน์	ภาพยนตร์สารนิพนธ์เรื่อง “โลกียะจาริก”	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
13.30 น. - 13.45 น.	ณัฐวุฒิ รัชตราเซนชัย	การบริหารการผลิตภาพยนตร์ต้นทุ่นต่ากรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง “โลกียะ จาริก”	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
14.00 น. - 14.15 น.	อินทร โล่ห์แก้ว และคณะฯ	ผลงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้นเรื่อง “Non Happy All Happy”	สถาบัน กัณฑ์นา
14.30 น. - 14.45 น.	สุรวิษ บุญพาวัฒนา และคณะฯ	ผลงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้น เรื่อง “My Pain”	สถาบัน กัณฑ์นา
15.00 น. - 15.15 น.	ฐานทัศน์ ชมพูปล เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์	พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัย สยาม

การถอดบทเรียนสถานการณ์การพนันและแนวทางการสื่อสาร เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิง

Lessons Learned from Gambling Situations and Campaign Communication Guidelines to Reduce Women's Gambling Behavior

นิภากร กำจรเมฆกุล* สุเทพ เดชะชีพ* เมธาพร มุสิกะปาละ*
กอปรพงษ์ กุณทียะ* บริรักษ์ บุญยะรัตพันธุ์* และนฤวรรณ รักสกุล *

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสถานการณ์การพนันของกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง (2) ศึกษาการรับรู้ที่มีต่อการรณรงค์เรื่องการพนันของกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางและ (3) ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันของกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์กลุ่ม และอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างความเข้าใจเพื่อถอดบทเรียนจากกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง จำนวนประมาณ 15-45 คน ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางส่วนใหญ่เล่นการพนันประเภทหวยได้ดั่งกับซื้อลอตเตอรี่ เป็นหลัก ซื้อเพราะเป็นความชอบส่วนตัว และคนในครอบครัวเพื่อนร่วมงานเพื่อนบ้านญาติพี่น้องมีส่วนกระตุ้นให้ซื้อ ด้านการรับรู้ที่มีต่อการรณรงค์ลด-เลิกพนันมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เคยดูสโปตรณรงค์จากสื่อโทรทัศน์ สำหรับสื่อเฉพาะกิจที่รณรงค์ในที่ทำงานเห็นบ้างแต่ไม่บ่อย ส่วนสื่อที่เป็นหนังสือหรือคลิปวิดีโอแทบจะไม่เห็นเพราะเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ที่เฉพาะทางมาก ด้านความคิดเห็นต่อแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิงพบว่าควรทำอย่างต่อเนื่อง เน้นให้ความรู้เรื่องโทษทางกฎหมาย (กรณีซื้อหวยได้คืน) และเรื่องผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม และควรให้ความรู้เชิงเหตุผลที่เข้าใจง่ายว่าคนซื้อหวย/ ลอตเตอรี่มีความเสี่ยงและโอกาสที่จะไม่ถูกมากกว่า

คำสำคัญ: การถอดบทเรียน, การสื่อสารเพื่อรณรงค์

งานวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของโครงการบริการวิชาการเพื่อรณรงค์ต่อต้านการพนัน หัวข้อ “คนยุคใหม่ งดพนัน ร่วมสร้างสรรค์ความสุข” ระยะที่ 2 โดยคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (2562)

* อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Abstract

This research uses the Qualitative Research methodology which aims for (1) Study the situation of gambling among women in working aged with meager income (2) Study the perception of the campaign to reduce gambling for women in working aged with meager income, and (3) studying the opinions towards communication methods to campaign to reduce gambling behavior of for women in working aged with meager income. Use in-depth group interviews and exchange knowledge for training. Make an understanding to take lessons from 15–45 persons of women in working aged with meager income. The results of the study show that women in working aged with meager income buy an underground illegal lottery and buy legal lottery for the main purchase because it is personal preference and family members, colleagues, neighbors, relatives, and siblings also encourage them to buy regarding the perception of the gambling-cessation campaign, and only a few persons who was to saw the television spots have ever been seen in the media. For specialized media that campaigns in the workplace, see some but not often. About a online media such as short movies or video clips are hard to see because they are broadcasted through online channels that are very specialized. About the opinions on communication methods for the campaign to reduce gambling behavior among women, it should be done continuously. Emphasizing knowledge about legal penalties (In the case of buying an underground illegal lottery) and the family economic impact and should provide rational knowledge that is easy to understand that the probability of lottery / lottery shoppers is at risk of not being cheaper.

Keyword: Lessons Learned, Communication Campaign

ที่มาและความสำคัญ

การดำเนินงานด้านการรณรงค์เพื่อลดหรือห้ามไม่ให้คนไทยมีพฤติกรรมการเล่นพนันในสังคมไทยมีมาต่อเนื่องยาวนาน แต่ก็ถือว่ายังไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากยังคงพบว่าจำนวนคนไทยที่นิยมเล่นพนันไม่ลดลง และยังขยายฐานคนเล่นพนันกว้างมากขึ้นโดยพบผู้เล่นการพนันที่มีอายุน้อยเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากวัยทำงาน กลุ่มผู้สูงอายุ อีกทั้งยังพบว่า มีประเภทการพนันให้เล่นมากขึ้น มีช่องทางให้เล่นง่ายขึ้น เร็วขึ้น บ่อยครั้งขึ้น สิ่งที่น่ากังวลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ไม่พนันในสังคมไทยอีกประการคือ ผลของการเล่นพนันในสังคมไทยส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจในระดับตนเอง ครอบครัว สังคม ดังจะเห็นได้จากข่าวที่นำเสนอบ่อยครั้งถึงโทษหรือผลกระทบของการเล่นพนันในเชิงอาชญากรรมที่มีเพิ่มมากขึ้น

จากรายงานสถานการณ์การพนันในสังคมไทย ปี พ.ศ.2561 โดยศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน พบว่าคนไทยเล่นการพนันเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 และเป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 9.8 ในขณะที่เพศชายพบเพิ่มขึ้นไม่ถึงร้อยละ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2558 และพบว่าประเภทการพนันที่คนไทยเล่นในปี พ.ศ.2560 อันดับแรกคือ สลากกินแบ่งรัฐบาล รองลงมาคือ หวยใต้ดินและไพ่ตามลำดับ (อ้างอิงใน http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/book_file/2560-National-Survey-Presentation-for-CGS-Seminar2561.pdf)

ทั้งนี้การรณรงค์เพื่อลดละเลิกการพนันที่ผ่านมา มีหลายรูปแบบแต่ยังไม่มีผลการศึกษาชัดเจนว่าแนวทางการรณรงค์แบบใดเหมาะกับกลุ่มใด สำหรับในกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางถือเป็นอีกกลุ่มที่น่าศึกษาและนำมาถอดบทเรียนเกี่ยวกับสถานการณ์การพนันและแนวทางการสื่อสารเพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนัน เพราะเป็นกลุ่มที่มีบทบาทหลากหลายในสังคม ทั้งบทบาทของคนทำงานที่มีรายได้ไม่มาก บทบาทภรรยาที่เป็นทั้งแม่บ้านและต้องทำงานหาเลี้ยงชีพ บทบาทแม่ที่ต้องดูแลลูกและทำงานควบคู่ไปด้วย ผู้หญิงในกลุ่มนี้ จึงเป็นอีกกลุ่มที่น่าสนใจศึกษาเพราะเป็นกลุ่มที่มีบทบาทในครอบครัว ที่ทำงาน และเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากการพนันด้วยจากการศึกษาเกี่ยวกับ “ห่วย ผู้หญิง กับความหมายที่มองไม่เห็น” (อริยา เศวตามร์, 2556) พบว่าปัจจุบันผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านและมีรายได้เป็นของตนเองมากขึ้น การสามารถหารายได้สู่ครอบครัวมากขึ้นทำให้ผู้หญิงต้องบริหารจัดการการเงินในครอบครัว “การเล่นห่วย” จึงเป็นส่วนหนึ่งของความอยู่รอดที่ต้องเผชิญความเสี่ยงในชีวิต โดยมีเงื่อนไขสำคัญในการเล่นห่วยคือไม่ให้ครอบครัวได้รับผลกระทบจากความเสียหาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัญหาความยากจนเป็นช่องทางให้ธุรกิจห่วยได้เดินเข้ามาเป็นทางเลือกของคนจนในการแก้ปัญหาความยากจนซึ่งผู้หญิงในฐานะผู้เล่นห่วยควรมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีประสบการณ์ (อริยา เศวตามร์, รายงานวิจัยชุดโครงการวิจัยการพนันภาคเหนือตอนบน.2556 อ้างใน http://www.gamblingstudy-th.org/news_act/24/) ทำให้การศึกษาเรื่องผู้หญิงกับการพนันยังคงเป็นประเด็นปัญหาที่ควรให้ความสำคัญและทำการศึกษาในมิติอื่น ๆ เพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะประเด็นความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารเพื่อรณรงค์ลดพนันในกลุ่มผู้หญิงควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีประสบการณ์ตรงในเรื่องนี้ได้ส่งเสียงแสดงความคิดเห็นทั้งประสบการณ์จริงที่เป็นอยู่และแนวทางการแก้ไขในในฐานะผู้มีส่วนร่วมหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นโดยตรง

สำหรับกิจกรรมการถอดบทเรียนสถานการณ์การพนันและแนวทางการสื่อสารเพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิง เป็นกิจกรรมในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกสัมภาษณ์กลุ่ม และจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้ สร้างความเข้าใจเรื่องการพนันผ่านสื่อรณรงค์อาทิ หนังสือ/วิดีโอ โปสเตอร์ ป้ายประกาศ สติกเกอร์ แผ่นพับ ที่ผลิตโดย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และผลิตโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มูลนิธิรณรงค์หยุดพนัน รวมถึงสร้างการรับรู้ใหม่ให้กลุ่มผู้หญิงถึงช่องทางที่เป็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ไม่พนันในประเทศไทย ซึ่งได้แก่ ช่องทางที่เป็นเว็บไซต์ของหน่วยงาน มูลนิธิ เครือข่าย ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เว็บไซต์และเฟสบุ๊กของ สสส. ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน (CGS) และมูลนิธิรณรงค์หยุดพนัน เป็นต้น

โดยมีวิทยากรซึ่งเป็นผู้วิจัยร่วมให้ความรู้ ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมถอดบทเรียนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ให้ข้อมูลคือ ทีมวิจัยกับบุคลากรของมหาวิทยาลัยที่เป็นผู้หญิงและมีรายได้น้อยถึงปานกลางจำนวน 10-14 คน ส่วนการสัมภาษณ์จะสัมภาษณ์บุคลากรที่เป็นผู้หญิงที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางจำนวนประมาณ 35-40 คน เกี่ยวกับสถานการณ์การเล่นพนันและแนวทางการใช้การสื่อสารเพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนัน อันจะทำให้ได้รับรู้สถานการณ์การเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิงที่มีรายได้ปานกลาง และแนวทางการรณรงค์ที่เป็นมุมมองจากกลุ่มผู้หญิงที่ยังคงเล่นการพนัน เคยเล่น ไม่เคยเล่น และเลิกเล่นการพนันแล้ว ซึ่งผลลัพธ์ของการจัดกิจกรรมครั้งนี้ทำให้ได้ความรู้ที่เป็นแนวทางการใช้สื่อและเนื้อหาสารเพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิงซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์เรื่องนี้ได้อีกทางหนึ่งต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- (1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การเล่นพนันของกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง
- (2) เพื่อศึกษาการรับรู้ที่มีต่อการรณรงค์เรื่องการพนันของกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง
- (3) เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางที่มีต่อแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนัน

ขอบเขตการศึกษา

- (1) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์กลุ่ม และให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ รวมถึงถอดบทเรียนโดยการอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ที่ทำงานในมหาวิทยาลัย จำนวนประมาณ 15-45 คน
- (2) ประเด็นที่มุ่งศึกษา คือสถานการณ์การเล่นพนัน และแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

- สถานการณ์การเล่นพนัน _____
หมายถึง ประสบการณ์การเล่นพนันของกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ชนิดของการพนันที่นิยมเล่น เช่น ลอตเตอรี่ หวยใต้ดิน หวยออมสิน หวยชนิดอื่น ๆ ความบ่อยครั้งในการเล่น ช่องทางในการเล่น ระดับการเข้าถึง/เล่นการพนัน เหตุผลของการเล่น ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่น (ครอบครัว สังคม สื่อ ฯลฯ) ทัศนคติที่มีต่อการเล่นพนัน ผลกระทบที่มีจากการเล่นพนัน เป็นต้น
- การรับรู้ที่มีต่อการรณรงค์ลด-เลิกเล่นการพนัน _____
หมายถึง สื่อหรือช่องทางที่กลุ่มผู้หญิงที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางรับรู้ หรือเคยรับรู้เกี่ยวกับเรื่องการรณรงค์ลด-เลิกการเล่นพนัน เนื้อหาที่รับรู้ ผลของการรับรู้เรื่องการรณรงค์ห้ามเล่นการพนัน เช่น ไม่มีผล มีผลอย่างไร (เชิงลบ - เชิงบวก) สิ่งที่กลุ่มผู้หญิงเห็นว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการรณรงค์
- แนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนัน _____
หมายถึง แนวทางการใช้สื่อ เนื้อหาสาร เพื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันที่กลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางเห็นว่าควรจะทำ และหน่วยงานที่ควรเข้ามาร่วมรณรงค์
- การรู้เท่าทันสื่อเรื่องการพนัน _____
หมายถึง ความสามารถของกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางในการเข้าถึงสื่อรณรงค์ไม่พนัน ความสามารถในการทำความเข้าใจ ตระหนักรู้ถึงโทษและผลกระทบเชิงลบของการเล่นพนัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) ผลการวิจัยทำให้ทราบสถานการณ์การเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง และทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนัน
- (2) ผลการวิจัยสามารถสะท้อนปัญหา อุปสรรคของการรณรงค์ และทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาปรับปรุง การประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นการพนันทั้งระดับนโยบาย และระดับปฏิบัติให้เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์อีกแนวทางหนึ่ง

วิธีดำเนินการวิจัย

(1) ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) และจัดกระบวนการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจและถอดบทเรียนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแนวทางการใช้การสื่อสารรณรงค์ลดพฤติกรรมการพนัน (อบรมให้ความรู้และถามความคิดเห็น)

(2) ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ บุคลากรผู้หญิงที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางทำงานในมหาวิทยาลัย จำนวน 15-45 คน โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive) และแบบพอกพูน (Snow Ball)

(3) เครื่องมือในการวิจัย ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ถามคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย และสื่อ บุคคลที่เป็นวิทยากร(นักวิจัย) จัดกระบวนการถอดบทเรียน

(4) การจัดกิจกรรมถอดบทเรียนโดยมีวิทยากรอบรมให้ความรู้ สร้างความตระหนัก (รู้ว่าดี-ไม่ดี-แยกแยะ ได้ว่าซื้อหวยไม่ได้อย่างไร) เรื่องหวย-สลากกินแบ่งฯ ว่าไม่ได้ทำให้ชีวิตมีเงินเพิ่มแถมลดเงินออมของเรา และถอดบทเรียนว่าใช้กิจกรรมการสื่อสารอย่างไรที่สามารถให้ความรู้ สร้างการตระหนักรู้ให้ผู้หญิงที่ซื้อหวย สลากกินแบ่งฯ รู้ได้คิดได้ว่าหวย สลากฯ ทำให้เงินหายไปทุกเดือนอย่างน่าเสียดายแทนที่จะกลายเป็นเงินออมไว้ใช้ในอนาคต เป็นต้น โดยเชิญผู้หญิงที่เลือกแบบเจาะจงมาประมาณ 8-14 คน (เลือกบุคคลที่น่าจะเป็นตัวแทนลดการพนันในกลุ่มผู้หญิงได้) มาร่วมแสดงความคิดเห็นและทำกิจกรรมกับวิทยากร โดยสื่อที่ใช้ประกอบการถอดบทเรียน นอกจากสื่อบุคคลที่เป็นวิทยากรแล้วยังมีสื่อรณรงค์อื่นร่วมด้วย ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการผลิตโดย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตที่ได้รับการสนับสนุนการผลิตจาก สสส. และสื่อประชาสัมพันธ์ขอ ความอนุเคราะห์จาก สสส./มูลนิธิรณรงค์หยุดพนันโดยตรง สื่อออนไลน์ที่เผยแพร่โดยสื่อมวลชน และสสส./มูลนิธิรณรงค์หยุดพนัน เป็นต้น

(5) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์กลุ่มและการ จัดกระบวนการถอดบทเรียนเพื่อค้นหาสถานการณ์การเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง และความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นการพนัน โดยนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเรียบเรียงและจัดกลุ่มแยกตามประเด็นสัมภาษณ์ และเลือกเฟ้นหาจุดที่น่าสนใจ หรือการลดทอน ข้อมูลดิบ (Data Reduction) เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการแยกเนื้อหา แยกประเภท (นิศา ชูโต, 2545) ภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎีเรื่องการพนัน การประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ทางสังคม การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในยุคดิจิทัล กระบวนการเรียนรู้ เป็นต้น และเมื่อได้แนวทางที่ปรากฏจะนำมาพิจารณา ตรวจสอบข้อมูลกับผลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อหาความเหมือนหรือแตกต่างที่ปรากฏอันจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นสถานการณ์การ พนันที่ปรากฏและแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นการพนัน ทั้งเชิงลึกและมุมมองกว้าง

ผลการวิจัย

สถานการณ์การเล่นพนันและพฤติกรรมการเล่นพนันของกลุ่มผู้หญิง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) และจัดกิจกรรมถอดบทเรียน (Lesson Learned) ซึ่งเป็นเพศเป็นหญิงทั้งหมดมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยระหว่าง 9,000-12,000 บาท และมีระยะเวลาการทำงานในหน่วยงานของมหาวิทยาลัยโดยเฉลี่ย 12 ปี และส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าเงินเดือนไม่พอกับค่าใช้จ่าย

สำหรับพฤติกรรมการเล่นพนันพบว่าเกือบทั้งหมดเล่นการพนันประเภทหวยใต้ดินกับซื้อลอตเตอรี่ เป็นหลัก มีซื้อเบอร์ทอง หวยลาว หรือเล่นไพ่บ้างแต่น้อยมาก โดยแต่ละคนมีจำนวนเงินที่เล่นการพนันหรือซื้อหวยลอตเตอรี่ต่อหนึ่งงวดไม่สม่ำเสมอ แต่ก็ไม่มากหรือน้อยไปกว่าเดิมนัก ส่วนการที่แต่ละงวดจะซื้อมากหรือน้อยไปจากเดิมขึ้นอยู่กับเงินที่มีอยู่ ณ ขณะนั้นและปัจจัยแวดล้อมรอบข้างเป็นตัวกระตุ้น เช่น การพูดคุยกับคนรอบข้างหรือเพื่อนร่วมงานที่ซื้อหวยเหมือนกันซึ่งจะทำให้มีโอกาสซื้อเพิ่มมากขึ้นในงวดนั้น ๆ ในขณะที่ถ้าในช่วงนั้นมีรายจ่ายมาก กับเคยซื้อในหลายงวดที่ผ่านมาแล้วไม่เคยถูกก็จะมีผลต่อการซื้อน้อยลง ผลจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จ่ายเงินเพื่อซื้อหวยกับลอตเตอรี่ต่องวดไม่สม่ำเสมอและการซื้อแต่ละครั้งเริ่มตั้งแต่ไม่ถึง 100 บาทจนถึงซื้อประมาณหลักพันแต่ไม่เกิน 2,000 บาท มีเพียงส่วนน้อยที่เคยซื้อมากกว่า 2,000 บาทต่องวด นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้ข้อมูลจำนวน 45 คนมีจำนวนประมาณ 4-5 คนที่เคยซื้อหวยและลอตเตอรี่แต่ปัจจุบันเลิกซื้อแล้ว โดยให้เหตุผลว่าเพราะไม่เคยถูกรางวัลและมีรายจ่ายครอบครัวเพิ่มมากขึ้น และพบว่ามีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ไม่เคยเล่นการพนันทุกประเภท เพราะเห็นว่าโอกาสถูกลittle น้อยมาก รวมถึงที่ไม่เล่นเพราะเป็นข้อห้ามทางศาสนาที่ห้ามเล่นด้วย ส่วนเหตุผลที่จะทำให้ซื้อลดลงหรือเลิกซื้อเลย คือ กรณีที่ไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง หรือซื้อแล้วไม่เคยถูก หรือหากมีรายจ่ายในครอบครัวมากขึ้นแต่มีรายได้เท่าเดิมก็จะอาจจะทำให้ซื้อน้อยลงได้

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหวย ลอตเตอรี่ของผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่เกิดจาก

(1) ปัจจัยส่วนบุคคล คือยอมรับว่าที่ยังเลิกซื้อไม่ได้เพราะเป็นความชอบส่วนตัว ผู้ให้ข้อมูลหลายคนยอมรับว่าถ้าจะเรียกว่าติดก็คงได้เพราะไม่ซื้อไม่ได้ แม้ว่าการซื้อที่ผ่านมาจะไม่เคยถูกรางวัลเลยแต่เมื่อใกล้เวลาหวยออกก็จะซื้อ การซื้อหวย ลอตเตอรี่แม้จะมีโอกาสถูกรางวัลน้อยมากแต่การซื้อแต่ละครั้งทำให้ได้ลุ้น ได้เสี่ยง โชคดีหวังว่าเพื่อถูกรางวัล และอยากรวย ยิ่งบางคนเคยถูกรางวัลมาก่อน ก็จะมีความคิดว่าน่าจะมีโอกาสถูกได้อีก คือมีลักษณะความคิดเข้าข้างตัวเองโดยเห็นว่ามีโอกาสได้มากกว่าเสีย นอกจากเรื่องได้ลุ้น โชคดีหวังว่าจะรวยแล้ว ปัจจัยที่เกิดจากตัวเองที่มีผลต่อการซื้อหวย ลอตเตอรี่ อีกประการคือ การฝัน เช่น ถ้าวันไหนนอนแล้วฝันได้ออกมาเป็นตัวเลข และเป็นตัวเลขที่ชอบหรือเลขที่ตามเป็นประจำ (เลขที่ซื้อประจำ) ก็จะทำให้ต้องการซื้อหรือเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการซื้อง่ายขึ้น ซึ่งการฝันก็มีทั้งที่ตัวเองฝันและญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงานฝัน ทั้งนี้ผลการสัมภาษณ์ทำให้พบว่าปัจจัยที่เกิดจากตัวเองของผู้ให้ข้อมูลที่ซื้อเพราะหวังรายนั้นส่วนใหญ่จะมาจากเหตุผลเรื่องการมีหนี้สิน มีรายได้น้อย ไม่เพียงพอที่จะชำระหนี้สินที่มีอยู่และหวังว่าหากถูกรางวัลจะนำเงินมาใช้หนี้ได้ โดยมีความคิดความเชื่อที่เข้าข้างตัวเองทุกครั้งก่อนจะซื้อ คือ “หวังว่าจะถูกรางวัลมากกว่าคิดว่าเสี่ยงที่จะเสียเงิน” หรือ “คิดว่าจะได้มากกว่าเสีย” ซึ่งสวนทางกับความจริง นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลแทบทั้งหมดเห็นว่า การซื้อแล้วถ้าไม่ถูกรางวัลก็ไม่ได้รู้สึกว่าได้รับผลกระทบมาก อาจเสียความรู้สึกในตอนแรกที่รู้ว่าซื้อไม่ตรงหรือซื้อเฉียดกับเลขที่ออก แต่ก็ไม่ได้คิดว่ามีผลกระทบในเชิงลบต่อชีวิตประจำวัน หรือทำให้เครียดสะสมจนส่งผลกระทบต่อครอบครัว เนื่องจากมองว่าไม่ได้ซื้อโดยใช้เงินจำนวนมาก และเงินที่ซื้อก็เป็นเงินที่หามาได้ด้วยตัวเอง

(2) คนในครอบครัว เพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนบ้าน ญาติ คนรู้จัก ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหวยลอตเตอรี่ด้วยเนื่องจากเป็นตัวกระตุ้นความต้องการของตัวเองที่มีอยู่ก่อนแล้วให้มากยิ่งขึ้น เช่น มีคนในครอบครัวซื้อหรือเล่นเป็นประจำอยู่แล้ว หรือหากบางคนยังไม่คิดจะซื้อก็ถูกกระตุ้นจากคนรอบข้างจนทำให้ต้องการซื้อด้วยเช่นกัน โดยผ่านกิจกรรมที่ทำในชีวิตประจำวัน เช่น การนั่งคุยกันเพราะทำงานที่เดียวกัน หรือเป็นเพื่อนบ้านกัน พูดคุยกันเรื่องนี้ หรือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แชร์ ส่งเลขเด็ด เลขดังต่อ ๆ ให้นักัน หรือทางโทรศัพท์

(3) ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมและบริบททางสังคม เช่น หาซื้อได้ง่าย สะดวกทั้งหวยใต้ดิน และลอตเตอรี่รีคือมีลักษณะที่ง่าย ขายคล่อง มีช่องทางที่จะซื้อได้หลากหลาย นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยเห็นว่าการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนหลังจากหวยออกว่ามีคนถูกรางวัลใหญ่ หรือการฟังจากประสบการณ์ของคนรอบข้างที่เคยถูกหวย ลอตเตอรี่ ก็เป็นตัวกระตุ้นให้อยากถูกบ้างและทำให้ซื้อได้ง่ายขึ้นแม้ว่าไม่มีผลมากแต่ก็มีบ้างเช่นกัน เพราะส่วนใหญ่เห็นว่าการซื้อหรือไม่ซื้อขึ้นอยู่กับตัวเองเป็นหลัก นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยจากสภาพแวดล้อมที่เป็นตัวกระตุ้นให้ซื้อต่อเนื่องในแต่ละงวดได้โดยเฉพาะหวยใต้ดิน และไม่รู้สึกรู้สึกว่ามีผลกระทบต่อการใช้เงินคือ หวยที่ขายราคาไม่แพง โดยเฉพาะหวยใต้ดินมีราคาที่สามารรับได้ ลอตเตอรี่ก็เช่นกันแม้ดกราคาแปดสิบบาทต่อหนึ่งใบแต่ผู้ตอบก็เห็นว่าเป็นราคาที่ยอมรับได้ รวมทั้ง การได้รับเครดิตจากผู้ขาย เช่น สามารถจ่ายเงินค่าหวยหลังจากที่หวยออกได้ หรือถ้าซื้อมาก/ซื้อประจำจะลดราคาให้ และการได้เลขเด็ดเลขดังจากสื่อมวลชน สื่อออนไลน์ สำนัก/วัดที่ไปหวย

นอกจากนี้เมื่อสอบถามความคิดเห็นกับผู้ให้ข้อมูลในด้านผลกระทบที่เกิดจากการเล่นพนัน (ซื้อหวยกับลอตเตอรี่) พบว่าแทบทั้งหมดเห็นว่าการซื้อหวย และลอตเตอรี่ไม่ได้ทำให้เกิดผลกระทบหรือได้รับผลกระทบในลักษณะที่น่าเป็นห่วงหรือร้ายแรงทั้งผลกระทบส่วนตัวและครอบครัว โดยมีเพียงบางส่วนที่เห็นว่าผลกระทบของการซื้อหวยและลอตเตอรี่เป็นผลที่เกิดขึ้นกับอารมณ์ความรู้สึกของตัวเองมากกว่าและเป็นผลที่เกิดในระยะสั้นเท่านั้น เช่น เครียดเวลาไม่ถูกหวย เครียดเวลาซื้อในจำนวนมากแต่ไม่ถูกและต้องหาเงินไปจ่ายผู้ขายหรือเจ้ามือ บางครั้งต้องหยิบบีมเพื่อนฝูงไปจ่ายทำให้เงินไม่พอใช้เพราะต้องหักไปจ่ายค่าหวย หรือมีหนี้เพราะการเล่นหวยก็เป็นไปได้ หรือเกิดความเชิงแต่เมื่อบ่นแล้วก็ไม่เป็นไรความเครียดอยู่ไม่นาน และส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่าการซื้อหวย ลอตเตอรี่ไม่ได้สร้างผลกระทบมากมายเนื่องจาก (1) การซื้อแต่ละครั้งไม่ได้ใช้เงินมาก เพราะหวยใต้ดินที่ซื้อไม่ได้ขายแพงมาก รวมถึงลอตเตอรี่ก็อยู่ในราคาที่รับได้คือราคา 80-100 บาท (2) เงินที่ซื้อเป็นเงินที่หามาได้ด้วยตนเอง (3) การซื้อแต่ละครั้งจะประมาณตนได้ว่าควรซื้อเท่าไรจึงจะไม่เดือดร้อน (4) คนใกล้ชิด/คนในครอบครัวไม่เคยตำหนิหรือว่ากล่าวหรือห้ามไม่ให้ซื้อ บางครอบครัวมีลักษณะร่วมด้วยช่วยเล่น (หวย) คือเล่นกันทั้งสามภรรยา และลูก (5) มองว่าการซื้อหวย ลอตเตอรี่ไม่ได้เป็นปัญหาสังคม ไม่ทำให้เดือดร้อนหรือเป็นการพนันที่ห้ามเล่น เพราะตราบใดที่ยังมีคนขายแสดงว่าซื้อได้ และที่ผ่านมาก็ไม่ได้รู้สึกว่าจะได้รับผลกระทบเชิงลบจากการซื้อ(6) เคยเห็นตัวอย่างคนที่ซื้อหวย ลอตเตอรี่ที่ไม่ประมาณตนแล้วทำให้เป็นหนี้เป็นสินมาก่อน ซึ่งทำให้รู้ตัวว่าควรซื้อมาก-น้อยเพียงใดในแต่ละครั้ง (7) การซื้อแต่ละครั้งไม่คิดว่าถ้าไม่ถูกแล้วตนเองขาดทุน เพราะมองว่าเป็นเรือโชคลาภมีก็มาไม่มีก็ไม่เป็นไรขึ้นอยู่กับดวง (8) คิดว่าการซื้อหวยเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ไม่มีผลต่อการใช้ชีวิตหรืออารมณ์ (9) การซื้อหวย ลอตเตอรี่เป็นความบันเทิงอย่างหนึ่งในชีวิตเพราะได้ลุ้นได้เสี่ยง (10) การซื้อหวยสามารถผ่อนจ่ายหรือซื้องวดนี้จ่ายงวดหน้าได้จึงทำให้ผู้ซื้อไม่รู้สึกรู้สึกว่ามีผลกระทบทางการเงินมากนักแม้ว่าจะซื้อแล้วโอกาสสูญน้อยมากก็ตาม (11) พอมีเงินเก็บเงินออมบ้างแล้วเลยเลยคิดว่าเจียดเงินไปซื้อหวยบ้างก็ไม่มีผลกระทบอะไร (12) มองว่ามีรายได้ไม่มากก็จริงแต่รายจ่ายในครอบครัวที่เป็นอยู่ก็ไม่ได้มากเช่นกันจึงคิดว่าเจียดเงินไปซื้อหวยบ้างก็ไม่ใช่ไร

การรับรู้ที่มีต่อการรณรงค์ลด-เลิกพนันของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และสัมภาษณ์กลุ่มเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นพนันและผลกระทบของการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิงที่มีงานทำแต่มีรายได้น้อย-ปานกลางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่าการเล่นห่วยและการซื้อลอตเตอรี่นั้น คือ การพนัน แต่มองว่าการพนันเหล่านี้ไม่ได้สร้างความเดือดร้อนให้กับตนเอง ครอบครัวและคนรอบข้างแต่อย่างใด นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมองว่าพฤติกรรมดังกล่าวนี้เป็นความชอบส่วนตัว และในบางครั้งสร้างความตื่นเต้น ความหวังในแต่ละเดือนได้เป็นอย่างดี และยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างตนกับเพื่อนร่วมงานเพราะได้พูดคุยกันเรื่องห่วย ลอตเตอรี่ในทุกงวด และถือเป็นความหวังที่อาจจะเป็นช่องทางในการเสี่ยงโชคเพื่อสร้างฐานะความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว โดยมองว่าการถูกรางวัลจากการเสี่ยงโชคเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับต้นทุนที่ได้จ่ายออกไปในแต่ละงวดไม่ได้มีผลกระทบใด ๆ ในการใช้ชีวิตแต่สามารถสร้างความสุขและความพึงพอใจให้แก่ตนเองได้ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีมุมมองต่อห่วยใต้ดินและลอตเตอรี่ว่าในการเล่นห่วยใต้ดินการบังคับใช้กฎหมายยังขาดประสิทธิภาพและตราบไต่ที่ยังมีผู้ขายก็ยังมีผู้ซื้อ ส่วนลอตเตอรี่ มองว่าเป็นช่องทางในการสร้างฐานะให้มีความมั่นคง และหากรัฐบาลยังคงสนับสนุนโดยจัดจำหน่ายในระบบที่ถูกต้องตามกฎหมาย และในราคาที่เหมาะสมได้คนก็ยิ่งจะซื้อมากขึ้น ที่สำคัญการพนันที่เป็นห่วยใต้ดินและลอตเตอรี่เนื่องจาก ช่องทางในการซื้อสะดวกสบาย การซื้อขายทำได้ง่ายตาย

สำหรับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อการรณรงค์ลด-เลิกพนัน ผลการสัมภาษณ์พบว่า มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เคยได้ยินสปอตรณรงค์จากสื่อโทรทัศน์ วิชุกรกระจายเสียง และไม่ได้ยินหรือดูหรือเห็นการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง (นานๆ เห็น) และส่วนใหญ่ตอบตรงกันว่า สื่อรณรงค์ลดพนันไม่ค่อยพบเห็นทั้งจากที่เป็นสื่อมวลชน (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์) ส่วนสื่อเฉพาะกิจ (ที่นักวิจัยนำมาเป็นตัวอย่าง) ก็เห็นบ้างแต่ไม่บ่อยครั้ง และนานๆ จะเห็น สำหรับสื่อที่เป็นหนังสือหรือคลิปวิดีโอ แทบจะไม่เห็นเลยเพราะเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ที่เฉพาะทางมากและไม่ได้สนใจที่เข้าเว็บไซต์หรือเฟซบุ๊กของหน่วยงาน องค์กรที่ผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อเหล่านี้อยู่แล้ว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการรณรงค์เพื่อลดการเล่นห่วย หรือซื้อลอตเตอรี่ฯ ทำยากมากเพราะยังคงมีเจ้ามือขายห่วย และกองสลากยังขายลอตเตอรี่ในราคาที่ยอมรับได้ออกมาทุกงวด ที่สำคัญข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องห่วย ลอตเตอรี่เป็นไปในทิศทางกระตุ้นให้คนซื้อเพิ่มขึ้นมากกว่าจะรับรู้ว่าจะไม่ควรซื้อหรือให้ลดการซื้อ เช่น การนำเสนอข่าวว่ารัฐบาลเข้มงวดกับการควบคุมราคาลอตเตอรี่ ให้เป็นไปในราคาที่กำหนดไว้ไม่เกิน 80 บาทหรือการให้ข้อมูลว่าเงินที่ประชาชนซื้อลอตเตอรี่กองสลากจะนำไปพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ซึ่งทำให้ผู้ซื้อยิ่งรู้สึกว่าได้เล่นพนันใด ๆ แต่เงินที่ซื้อมีส่วนช่วยพัฒนาชาติด้วย นอกจากนี้การนำเสนอข่าวที่เป็นแรงเสริมหรือกระตุ้นให้ต้องการซื้อห่วย ลอตเตอรี่ต่อไป คือ การนำเสนอข่าวคนไปขอห่วย ณ วัดหรือสถานที่ต่างๆ แล้วได้ผลก่อนวันห่วยออก กับการนำเสนอข่าวหลังวันห่วยออกที่มีคนถูกลอตเตอรี่รางวัลที่ 1 ซึ่งมีผลต่อความต้องการซื้อด้วยเช่นกัน โดยข่าวในลักษณะนี้จะพบเจอต่อเนื่องเป็นประจำจนกลายเป็นความเคยชิน ในขณะที่การนำเสนอข่าวการจับกุมเจ้ามือขายห่วยใต้ดินแทบไม่พบเลยว่ามี

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้หญิงที่มีต่อแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนัน

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสัมภาษณ์กลุ่มเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้หญิงที่มีงานทำแต่มีรายได้น้อยถึงปานกลางที่มีต่อแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพนันพบว่า มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ตอบตรงว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ทั้งสื่อบุคคลหรือสื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชนที่เป็นวิทยุ โทรทัศน์

หนังสือพิมพ์ แม้กระทั่งสื่อออนไลน์ก็อาจจะได้ผลบ้างแต่ไม่มาก ซึ่งหากจะได้ผลในระดับตระหนักหรือเปลี่ยนพฤติกรรมคนยากแต่คงได้เพียงระดับรับรู้ว่ายาว และลอตเตอรี่เป็นการพนันเท่านั้น อย่างไรก็ตามเมื่อนักวิจัยนำสื่อรณรงค์ที่ผลิตโดยสสส. และมูลนิธิไม่พนัน (คู่มือครอบครัว 9 สู่วิตพอเพียง จากวาจาสู่หัวใจ จากความตั้งใจสู่การปฏิบัติ /โครงการรณรงค์ส่งเสริมการดำเนินชีวิตตามแนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการนำพระบรมราโชวาทตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวความคิดใช้ชีวิตแบบพอเพียง มาสอบถามผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าหากนำพระบรมราโชวาทหรือพระราชดำรัสในหลวงรัชกาลที่ 9 มาเป็นเนื้อหาในการรณรงค์ด้วยจะมีคนเห็นด้วยมาก

ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมดเห็นว่าการแก้ปัญหาโดยใช้การสื่อสารประชาสัมพันธ์รณรงค์ลดหรือให้เลิกพนันเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุเนื่องจาก ถ้ายังมีคนขาย หรือรัฐบาลให้ขาย หรือไม่เข้มงวดในการจับผู้ขาย-ผู้ซื้อ (กรณีหวยใต้ดิน) ก็ยังคงมีการซื้อขายอยู่ต่อไป โดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิงที่แม้จะมีรายได้น้อย แต่ก็เป็นที่ทำได้ด้วยตัวเอง การตัดสินใจซื้อหวย หรือลอตเตอรี่ยังคงหาซื้อได้ง่ายและไม่ได้รู้สึกว่ามีผลกระทบต่อตนเองและครอบครัวมากเหมือนเล่นพนันบอลหรือพนันออนไลน์เพราะไม่ได้เล่นมากจนหมดตัว แม้ว่าจะให้ผู้บริหารหรือหัวหน้างานมากระตุ้นเตือน ก็ยังไม่ได้ผลนัก โดยเห็นว่าสิ่งที่ผู้บริหารหรือหัวหน้าหน่วยงานกระตุ้นเตือนสามารถสร้างได้แค่รับรู้ว่ายาว เตือน แต่ไม่ถึงขั้นตระหนักและเปลี่ยนทัศนคติได้

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของกิจกรรมการวิจัยที่กำหนดไว้ว่าต้องการศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์การพนันและการรับรู้ของกลุ่มผู้หญิงที่มีต่อการรณรงค์เรื่องการพนัน และความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนัน ทำให้นอกจากมีการศึกษาวิจัยโดยสัมภาษณ์เชิงลึกและสัมภาษณ์กลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลที่เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งได้แก่ผู้หญิงที่ทำงานในหน่วยงานและมีรายได้น้อยถึงปานกลางโดยเป็นทั้งผู้เล่นการพนันและผู้ไม่เล่นการพนันแล้ว ผู้วิจัยยังได้จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้และถอดบทเรียนกับกลุ่มตัวแทนผู้หญิงในหน่วยงาน ซึ่งเป็นคนเดียวกันกับผู้ให้สัมภาษณ์มาก่อนหน้านี้ด้วย เพียงแต่เลือกมาเฉพาะบางส่วนโดยเลือกแบบเจาะจงประมาณ 8-12 คน เลือกบุคคลที่น่าจะเป็นตัวแทนลดการพนันในกลุ่มผู้หญิงได้มาร่วมแสดงความคิดเห็นและทำกิจกรรมกับวิทยากร

การจัดกิจกรรมอบรมในครั้งนี้ดำเนินการในลักษณะอภิปรายกลุ่ม (Group Discussion) โดยมีวิทยากรมาให้ความรู้ สร้างความตระหนักเรื่องการเล่น/ซื้อหวยและลอตเตอรี่ เป็นการให้ความรู้และอภิปรายร่วมกันว่าการซื้อหวย/ลอตเตอรี่ไม่ใช่อะไร และให้แยกแยะได้ว่าซื้อแล้ว ไม่ได้ทำให้ชีวิตมีเงินเพิ่มตามที่เข้าใจแต่กลับเป็นการลดเงินออมของเรา และถอดบทเรียนร่วมกันว่าควรใช้สื่อและกิจกรรมการสื่อสารอย่างไรที่สามารถให้ความรู้ สร้างการตระหนักรู้ให้ผู้หญิงที่ซื้อหวย/ลอตเตอรี่รู้ได้คิดได้ว่าการซื้อทำให้เงินหายไปทุกเดือนอย่างน่าเสียดายแทนที่จะกลายเป็นเงินออมไว้ในอนาคต เป็นต้น

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางต่อการลด-เลิกเล่นพนัน และต่อการจัด กิจกรรมงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ การถอดบทเรียนสถานการณ์การพนันและแนวทางการสื่อสารเพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิง” ในครั้งนี้พบประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

(1) กรณีหวยใต้ดิน ควรกำหนดกฎหมายให้ชัดเจนและเผยแพร่ไปยังประชาชนให้รับรู้ตรงกันว่า ถ้าซื้อหวยใต้ดินจะโดนปรับหรือจำคุกเท่าไร และควรชี้ให้เห็นถึงโทษที่รุนแรง เพราะบางคนอาจมีเงินเสียค่าปรับไม่ได้ รู้สึกกลัวอะไร แต่ถ้าบอกจำคุกคนอาจจะกลัวมากขึ้น และต้องจับจริงทั้งเจ้ามือผู้ขาย และผู้ซื้อ

(2) กรณีลอตเตอรี่ วิธีแก้คือควรเพิ่มราคาลอตเตอรี่ให้สูงขึ้น อาจทำให้คนซื้อน้อยลง

(3) สื่อหรือรายการต่างๆที่ออกทางทีวีในลักษณะใบหอย ชาวคนไปขอหอย ชาวเลขทะเบียนรถยนต์ คนดัง ชาวอุบัติเหตุที่เน้นเลขทะเบียนรถก่อนหอยออก รายการโทรทัศน์ที่พูดเรื่องหอยหรือเลขเด็ดเลขดัง ไม่ควรให้ออกเผยแพร่ เพราะไม่เหมาะสมและอาจกระตุ้นให้คนซื้อหรือสนใจเรื่องหอยมากขึ้น

(4) รัฐบาลควรจริงจังในการรณรงค์ให้คนซื้อน้อยลงเพราะให้เลิกคงอยาก และให้ข้อมูลในด้านดีว่าถ้าซื้อน้อยลงจะมีเงินออมมากขึ้น เช่นจากหนึ่งพันก็ซื้อห้าร้อย เราจะมีอีกห้าร้อยไว้ออม ให้เหตุผลว่าถ้าซื้อน้อยลงเขาจะได้ประโยชน์คือมีเงินออมมากขึ้น

(5) กรณีที่มีวัดบางวัดมีพระมาใบหอย ควรยกเลิกตรงนี้ เพราะไม่เหมาะสม เพราะคนบางกลุ่มไปวัดเพื่อขอหอย และมันเป็นวงจรรูจรูจิก ผลประโยชน์ของวัดและพระบางองค์ด้วย และควรทำให้วัดซึ่งเป็นสถานที่ทำบุญของประชาชนให้เป็นที่ปลอดการซื้อขายลอตเตอรี่ควรห้ามไม่ให้มี หรือควรยกเลิกการไปขอหอยในวัด เพราะนอกจากเป็นสิ่งไม่เหมาะสมพระในวัดยังผิด

(6) กรณีที่เรามีสื่อที่รณรงค์ไม่เล่นหอย เหมือนคลิปที่ได้ดู ควรเอามาแทนพวกรายการหรือแทนข่าวที่เอาคนที่ถูกหอยมาพูด เอามาค้นแทนรายการทีวีที่บอกว่าคนนั้นถูก ดาราคนนั้นถูก คือเอาคนที่ไม่ถูกหรือได้รับผลที่ไม่ดี ตามที่ได้ดูในคลิปมาเปิดแทนจะดีกว่าจะได้ผลกว่า

(7) ควรเอาคลิปที่รณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์ไปออกสื่อโทรทัศน์บ่อย ๆ แทนข่าวที่ชอบเอาคนที่ถูกมาเผยแพร่ เพราะคลิปเหล่านี้ถ้าไม่เข้าไปในเว็บของสสส.หรือไม่มีคนเอามาเผยแพร่ผ่านทีวี ผ่านออนไลน์บ่อยๆ เราก็จะไม่รู้ว่าสื่อพวกนี้รณรงค์อยู่ และสื่อพวกนี้ถ้าได้ดูบ่อยๆ แทนที่ข่าวที่ชอบออกเรื่องใบหอย คนถูกหอย ก็น่าจะทำให้คนจำได้ และคิดได้บ้าง เพราะบางช่องที่สื่อไปรณรงค์เราก็อาจไม่ได้ดูช่องนั้น หรือหากสื่อที่รณรงค์ทำขึ้นมาแล้วแต่เผยแพร่บ่อยมากเราก็ไม่มีโอกาสเห็นบ่อย คือควรเผยแพร่ให้บ่อยขึ้นหรือถ้ามีรายการอะไรก็เผยแพร่ค้นเข้ามาสักคลิปก็ยังดี เพราะแต่ละคลิปก็ไม่ได้ใช้เวลามากจนน่าเบื่อ ก็เหมือนเราได้ดูโฆษณา

(8) ยิ่งช่วงที่เป็นรายการเด็กหรือรายการวัยรุ่นควรเอาคลิปรณรงค์ไปเผยแพร่บ่อยๆจะได้ให้กลุ่มนี้เห็นและตระหนักได้ด้วย

(9) ให้ข้อมูลเพื่อเปลี่ยนความคิดใหม่เรื่องการออม เช่นจากเงินที่ซื้อหอยเอามาออม โดยเน้นแรงจูงใจว่าออมยังไงก็ได้ทุกงวดแต่หอยซื้อทุกงวดมีสิทธิ์เสียทุกงวด

(10) ไม่ควรให้มีโฆษณาชวนเชื่อเกี่ยวกับเงินรางวัล เช่นไม่ควรมีการออกสื่อทางทีวีหรือวิทยุว่ามีคนถูกรางวัล และได้รางวัลเท่าไร เพราะยิ่งกระตุ้นให้คนที่มียาได้น้อยอยากได้ อย่าให้มีสื่อหรือข่าวที่นำเสนอให้เกิดความอยากซื้อหรือกระตุ้นแรงจูงใจให้อยากซื้อ

(11) ควรกำหนดกฎหมายรุนแรงและใช้กฎหมายอย่างจริงจังกรณีมีการโฆษณาขายหอย เล่นการพนันทางอินเทอร์เน็ตจำกัดสถานที่ขายหอยให้มีน้อยลงเพิ่มราคาลอตเตอรี่ให้เป็นหลักร้อย และเพิ่มสื่อรณรงค์/คลิปรณรงค์ไม่เล่นหอยตามสื่อ/ช่องทางต่างๆ ทุกทางให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยและถอดบทเรียน

(1) ผลพบว่ากลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางแทบทั้งหมดเห็นว่าการซื้อหอย/ลอตเตอรี่เป็นพฤติกรรมที่แก้ไขยากเพราะไม่ได้รู้สึกว่ามีผลกระทบต่อตนเอง และครอบครัว ดังนั้นแนวทางการรณรงค์เพื่อทำให้ตระหนักในเรื่องนี้และเพื่อโน้มน้าวให้ลดพฤติกรรมลงเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาและทำอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการให้ความรู้เรื่องโทษทางกฎหมาย (กรณีซื้อหอยใต้ดิน) และเน้นให้เห็นเรื่องโทษทางเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นเรื่องใกล้ตัวว่าการซื้อหอย/ลอตเตอรี่ทำให้ไม่มีเงินออมไว้ใช้ในอนาคต ที่สำคัญควรให้ความรู้เชิงเหตุและผลที่เข้าใจง่ายว่าความน่าจะเป็นของคนซื้อหอย ลอตเตอรี่มีความเสี่ยงที่จะไม่ถูกมากกว่า

(2) ผลพบว่า การนำเสนอข้อมูล ข่าวสารของสื่อมวลชนในช่วงก่อนหวยออกและหลังหวยออกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยผู้ให้ข้อมูลตอบตรงกันว่าก่อนวันหวยออกสื่อมักจะประกอบสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นตัวเลขกับเหตุการณ์ในข่าวและเน้นย้ำตัวเลขนั้น ๆ ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจตัวเลขในข่าวนอกเหนือจากเหตุการณ์ที่เป็นข่าวด้วย รวมทั้งการนำเสนอหลังวันหวยออกที่มีคนถูกลอตเตอรี่ทั่วประเทศซึ่งมีผลต่อความรู้สึกอยากได้ อยากรวย อยากถูกบ้างเช่นเดียวกับคนในข่าวด้วย ดังนั้นแนวทางการรณรงค์ควรให้ความรู้ประเด็นเรื่องการพนันประเภทหวย ลอตเตอรี่แทรกเข้าไปในลักษณะให้รู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ด้วยว่าความจริงในชีวิตจริงกับการประกอบสร้างความจริงของสื่อทำให้ผู้ชมอาจไม่รู้เท่าทันสื่อได้

(3) ผลพบว่า สื่อรณรงค์ลดพนันที่มีอยู่และถูกผลิตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานต่าง ๆ และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ มีจำนวนไม่น้อยแต่กลับถูกนำเสนอผ่านช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายไม่สนใจที่จะเข้าถึงหรือเปิดรับ ทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการรณรงค์ยังจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มเป้าหมายบางส่วน ดังนั้นแนวทางการรณรงค์ควรมีการนำเสนอสื่อหรือเผยแพร่กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลายมากขึ้นและมีจำนวนความถี่ในการนำเสนอบ่อยครั้งเพื่อเน้นย้ำถึงความสำคัญที่จะต้องร่วมกันลดพฤติกรรมการพนันในสังคมไทย เช่น นำวิดีโอรณรงค์มาเผยแพร่ผ่านช่องทางที่เป็นสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ภาพยนตร์ด้วย หรือทำ link วิดีโอรณรงค์แทรกเข้าไปในรายการบันเทิงที่คนนิยมเปิดดูทางสื่อออนไลน์ด้วย

(4) ผลพบว่า ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนเห็นว่า การทำงานในองค์กรถ้าผู้บริหารหรือเจ้าขององค์กรเห็นความสำคัญกับเรื่องรณรงค์ลดพฤติกรรมการซื้อหวย ลอตเตอรี่ และนำมาเป็นประเด็นในการประชุมพูดคุยกับบุคลากรหรือพนักงานในองค์กรร่วมกับประเด็นอื่น ๆ ด้วยก็น่าจะทำให้บุคลากรหรือพนักงานตระหนักในเรื่องเหล่านี้ได้บ้าง ดังนั้นแนวทางการรณรงค์อาจจะขอความร่วมมือกับบริษัท หน่วยงาน องค์กร โรงงาน ที่มีผู้หญิงจำนวนมาก มีรายได้น้อยถึงปานกลาง และนิยมซื้อหวย ลอตเตอรี่เป็นประจำเพื่อขอความร่วมมือนำสื่อเข้าไปประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมรณรงค์ภายในหน่วยงานเป็นครั้งคราว เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่เรียกว่า “องค์กรปลอดพนัน” ขึ้นในสังคมซึ่งถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรในลักษณะของการทำ CSR (Corporate Social Responsibility) หรือการแสดงความรักรับผิดชอบต่อสังคมอีกทางหนึ่งได้ด้วย

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
ที่ให้ทุนสนับสนุนการทำวิจัยในครั้งนี้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กิตติ กันภัย. (2556) *การวิเคราะห์ผู้รับสารสื่อมวลชน*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจริญบุญ
การพิมพ์
- กฤษฎา พรประภาพ. (2560) พฤติกรรมการเล่นการพนันและความคิดเห็นของประชาชนใน
ประเทศไทยที่มีต่อสถานบันเทิงครบวงจร รีสอร์ท คาสิโนในประเทศไทย.บทความใน
*Veridian E-Journal, Silpakorn University. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์ และศิลปะ. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม- สิงหาคม 2560*
- กาญจนา แก้วเทพ กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2543) *มองสื่อใหม่ มองสังคม
ใหม่*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์ จำกัด
- นงนภัส คู่ขวัญ เทียงกมล.(2551) *การวิจัยเชิงบูรณาการแบบองค์รวม*.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิศาชูโต. (2545) *การวิจัยเชิงคุณภาพ*.กรุงเทพฯ: บริษัทแม่ทส์ปอยท์จำกัด
- ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน.(2561) *รายงานศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ปี 2561*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุภางค์ จันทวานิช. (2551) *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคณะ.(2546) *เศรษฐกิจการพนัน ทางเลือกเชิงนโยบาย*. กรุงเทพฯ:
สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554) *การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ:
บริษัท 21 เซ็นจูรี่ จำกัด
- อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล และคณะ. (2549) *เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ แนวคิด ทฤษฎีและ
ประสบการณ์การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก๊อปปี (ประเทศไทย) จำกัด

ระบบออนไลน์

- [http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/book_file/2560-National-Survey-
Presentation-for-CGS-Seminar2561.pdf](http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/book_file/2560-National-Survey-Presentation-for-CGS-Seminar2561.pdf)
- อริยา เสวตามร์.รายงานวิจัยชุดโครงการวิจัยการพนันภาคเหนือตอนบน.2556 อ้างใน[http://
www.gamblingstudy-th.org/news_act/24/](http://www.gamblingstudy-th.org/news_act/24/)