

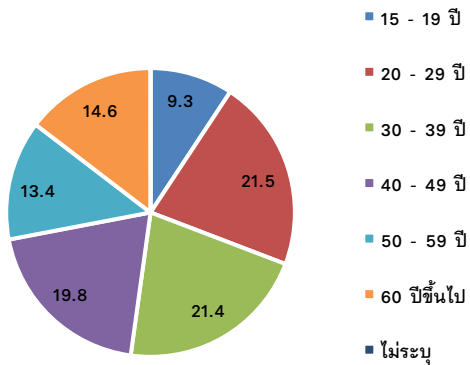
รายงานการประเมินผล
การรณรงค์
งดเหล้าเข้าพรรษา
ปี 2557
ภาพรวมระดับประเทศ

งดเหล้า
เข้าพรรษา

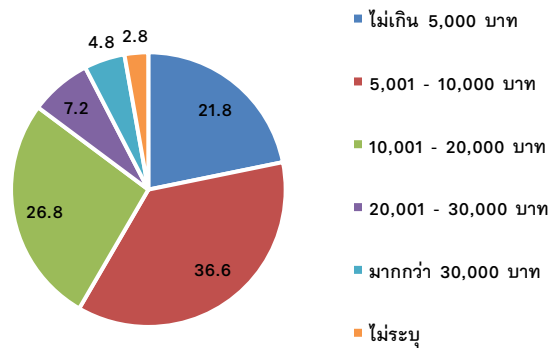
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ร่วมกับ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ดำเนินการ “โครงการประเมินผลการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2557” เพื่อสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในช่วงเข้าพรรษา การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์งดเหล้าเข้าพรรษา รวมถึงผลการรณรงค์/ประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการงดเหล้าเข้าพรรษา ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และลงภาคสนามภายหลังออกพรรษา 2 สัปดาห์ คือในช่วงระหว่างวันที่ 21 ตุลาคม 2557 ถึง 10 พฤศจิกายน 2557 โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ใน 25 จังหวัดทั่วประเทศ จำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 7,081 ตัวอย่าง

รายงานฉบับนี้จะนำเสนอผลการศึกษภาพรวมจากการสรุปพอสังเขปเฉพาะประเด็นที่น่าสนใจทั้งนี้ 25 จังหวัดที่ได้จากการสุ่มตามหลักสถิติ ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี ชลบุรี กาญจนบุรี นครนายก สระบุรี เพชรบุรี เชียงใหม่ พะเยา พิษณุโลก สุโขทัย นครสวรรค์ มุกดาหาร นครพนม ยโสธร มหาสารคาม ชัยภูมิ สุรินทร์ อุตรดิตถ์ นครศรีธรรมราช สงขลา สุราษฎร์ธานี และตรัง สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแบบตัวต่อตัวโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 7,081 ตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศชาย 3,396 คน หรือร้อยละ 48.0 และเพศหญิง 3,685 คน หรือร้อยละ 52.0 กว่าครึ่งหรือร้อยละ 58.6 มีสถานภาพสมรส โดยมีบุตรเฉลี่ย 2 คน ส่วนที่เหลือร้อยละ 37.1 เป็นโสด และร้อยละ 4.2 หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

แผนภูมิที่ 1 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามอายุ



แผนภูมิที่ 2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามรายได้



เมื่อจำแนกตามอายุและระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ 76.1 มีอายุระหว่าง 20-59 ปี ร้อยละ 14.6 อายุ 60 ปีขึ้นไป และร้อยละ 9.3 อายุระหว่าง 15-19 ปี (ดูแผนภูมิที่ 1 ประกอบ) และกว่าครึ่งหรือร้อยละ 58.4 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 34.0 มีรายได้ 10,001-30,000 บาท และร้อยละ 4.8 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท (ดูแผนภูมิที่ 2 ประกอบ)

ผลการสำรวจ มีดังนี้

1

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

ในปี 2557 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 63.5 ระบุว่าไม่ดื่ม ที่เหลือร้อยละ 36.5 ระบุว่า ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เมื่อเทียบกับปี 2556 (ร้อยละ 39.0) พบว่าผู้ดื่มมีสัดส่วนลดลง

เฉพาะกลุ่มผู้ดื่มในปี 2557 ร้อยละ 27.6 เป็นกลุ่มที่ดื่มแบบประจำ คือ ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน (ร้อยละ 9.2) และดื่มทุกสัปดาห์ (ร้อยละ 18.4) เมื่อจำแนกกลุ่มผู้ดื่มตามเพศและอายุ พบว่า เพศชายดื่มแบบประจำมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 16.6 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 1 ประกอบ) ขณะที่กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนที่ดื่มแบบประจำคิดเป็นร้อยละ 45.2 มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ อย่างชัดเจน (ดูตารางที่ 2 ประกอบ)

ตารางที่ 1 แสดงร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามเพศ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่ม ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	ความถี่ในการดื่ม	ชาย	หญิง	รวม
1	ดื่ม 1-2 วัน ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา	28.6	50.9	36.2
2	ดื่มทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)	38.1	32.5	36.2
3	ดื่มทุกสัปดาห์ (1-4 วันต่อสัปดาห์)	21.8	11.9	18.4
4	ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน (5-7 วันต่อสัปดาห์)	11.5	4.7	9.2
	รวม	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 2 แสดงร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกตามอายุ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่ม ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา)

ลำดับ	ความถี่ในการดื่ม	15-19 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
1	ดื่ม 1-2 วัน ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา	52.8	42.5	32.3	31.3	30.2	28.0	36.2
2	ดื่มทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)	30.1	35.3	39.0	38.7	37.3	26.8	36.2
3	ดื่มทุกสัปดาห์ (1-4 วันต่อสัปดาห์)	12.5	15.6	18.5	20.0	21.1	28.7	18.4
4	ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน (5 - 7 วันต่อสัปดาห์)	4.6	6.6	10.2	10.0	11.4	16.5	9.2
	รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่มมากที่สุดคือ เบียร์ ร้อยละ 80.5 รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 68.1 เมื่อจำแนกตามเพศและอายุ พบว่า ทุกกลุ่มต่างก็นิยมดื่มเบียร์และเหล้า แต่สังเกตได้ว่าเหล้าป่น ไวน์องุ่นหรือไวน์ผลไม้ และไวน์คูลเลอร์หรือเครื่องดื่มผสมพร้อมดื่ม เป็นที่นิยมในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ดูตารางที่ 3 ประกอบ) และยังเป็นที่ยอดนิยมในกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ขณะที่กลุ่มที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป สังเกตได้ว่านิยมดื่มเหล้ามากกว่าเบียร์ (ดูตารางที่ 4 ประกอบ)

ตารางที่ 3 แสดงร้อยละของตัวอย่างที่ระบุประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม จำแนกตามเพศ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่ม ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้ มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ชาย	หญิง	รวม
1	เบียร์	82.5	76.9	80.5
2	เหล้า	72.9	58.7	68.1
3	เหล้าป่น	14.5	23.9	17.7
4	ไวน์องุ่นหรือไวน์ผลไม้	10.6	18.9	13.4
5	เหล้ายาดอง	12.5	10.7	11.8
6	สุราพื้นบ้าน เช่น สาโท กระแช่ เป็นต้น	11.5	6.7	9.9
7	ไวน์คูลเลอร์หรือเครื่องดื่มผสมพร้อมดื่ม	8.3	12.5	9.7
8	อื่นๆ อาทิ เชียงซุน	2.3	1.0	1.9

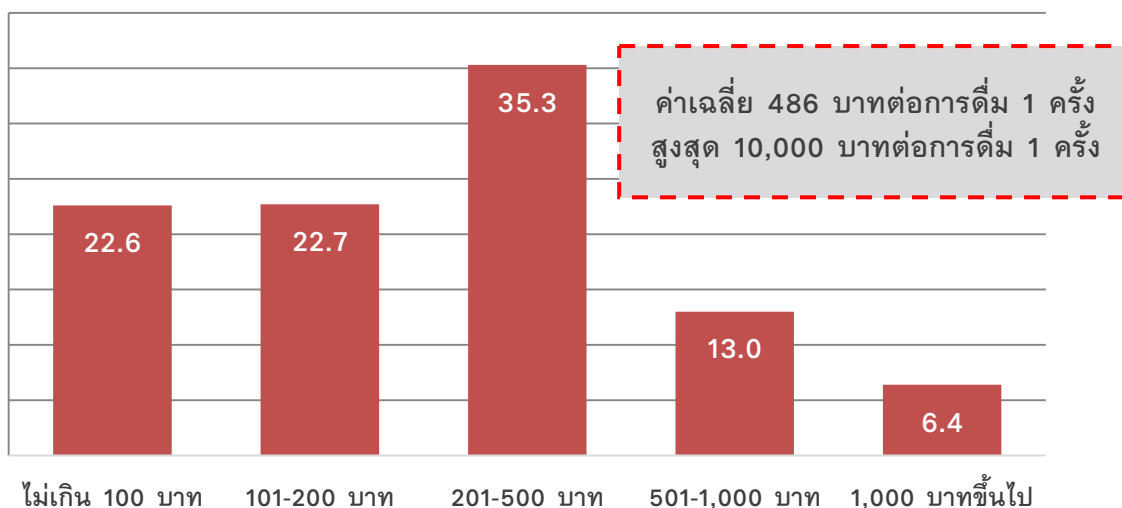
**ตารางที่ 4 แสดงร้อยละของตัวอย่างที่ระบุประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม
จำแนกตามอายุ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่ม ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้
มากกว่า 1 ข้อ)**

ลำดับ	ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	15-19 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
1	เบียร์	72.4	82.7	83.6	83.3	78.1	65.6	80.5
2	เหล้า	64.5	70.6	68.0	65.5	69.0	70.1	68.1
3	เหล้าปั่น	36.9	29.5	12.4	10.5	5.5	7.0	17.7
4	ไวน์องุ่นหรือไวน์ผลไม้	24.0	18.3	13.3	10.1	4.8	5.7	13.4
5	เหล้ายาดอง	14.7	11.5	10.1	13.5	10.0	15.3	11.8
6	สุราพื้นบ้าน เช่น สาโท กระแช่ เป็นต้น	11.5	9.8	8.4	11.6	5.5	16.6	9.9
7	ไวน์คูลเลอร์หรือเครื่องดื่ม ผสมพร้อมดื่ม	12.9	14.7	11.5	5.8	2.6	3.2	9.7
8	อื่นๆ อาทิ เชียงซุน	0.9	1.5	2.0	1.3	3.5	3.2	1.9

ด้านค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง มีตั้งแต่ 10 บาท จนถึงสูงสุด 10,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 486 บาท เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการดื่มต่อครั้งพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 80.6 มีค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้งไม่เกิน 500 บาท ขณะที่ร้อยละ 19.4 มีค่าใช้จ่ายสูงกว่า 500 บาท (ดูแผนภูมิที่ 3 ประกอบ)

แผนภูมิที่ 3

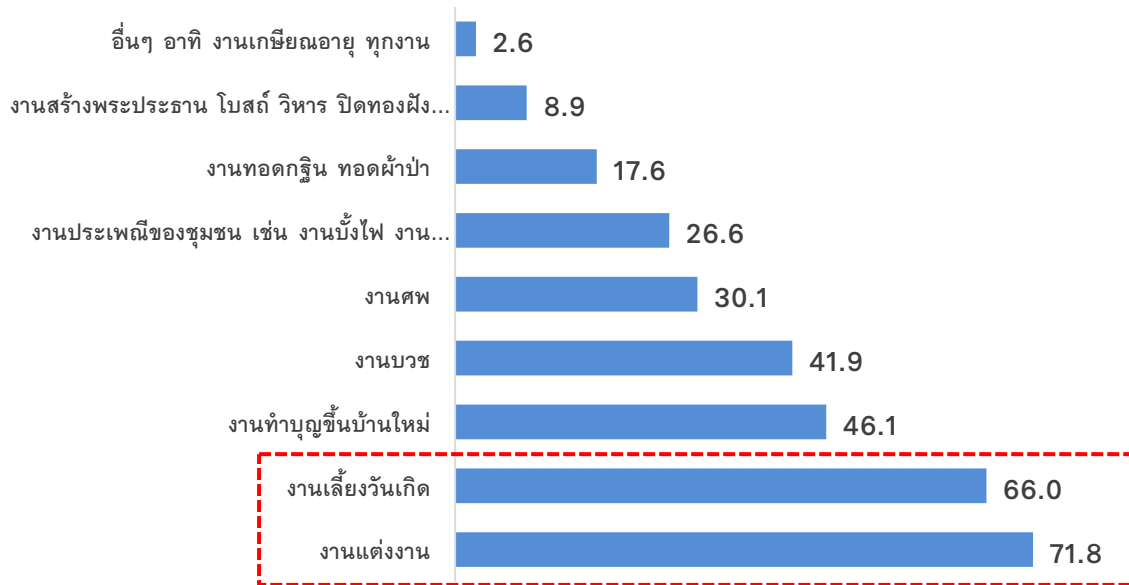
ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง



นอกจากนั้น กลุ่มผู้ดื่มสูงถึงร้อยละ 85.9 ระบุว่าในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานต่างๆ โดยเฉพาะงานแต่งงาน และงานเลี้ยงวันเกิด มีสัดส่วนการดื่มมากที่สุด คือ ร้อยละ 71.8 และ 66.0 ตามลำดับ (ดูแผนภูมิที่ 4 ประกอบ)

แผนภูมิที่ 4

ร้อยละของงานต่างๆ ที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)



ที่น่าสนใจคือเกือบครึ่งหรือร้อยละ 47.5 ระบุว่าเคยพบเห็นปัญหาความขัดแย้งหรือการใช้ความรุนแรงภายในครอบครัวที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยส่วนใหญ่เป็นการทะเลาะโต้เถียงไม่ถึงกับลงไม้ลงมือ (ร้อยละ 75.3) รองลงมาคือ พุดจาหยาบคาย (ร้อยละ 58.7) และดุด่า (ร้อยละ 55.9) นอกจากนี้ยังพบการทำร้ายร่างกายกัน และการละเมิดทางเพศ (ร้อยละ 45.2 และ 15.7 ตามลำดับ) ขณะเดียวกันร้อยละ 52.2 เคยพบเห็นปัญหาความขัดแย้งหรือการใช้ความรุนแรงกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/เพื่อนบ้าน ลักษณะที่พบส่วนใหญ่คือ การทะเลาะโต้เถียงไม่ถึงกับลงไม้ลงมือ (ร้อยละ 71.9) รองลงมาคือ พุดจาหยาบคาย (ร้อยละ 60.1) และดุด่า (ร้อยละ 50.0) นอกจากนี้ยังมีการทำร้ายร่างกายกัน และการละเมิดทางเพศอีกด้วย (ร้อยละ 49.8 และ 10.2 ตามลำดับ)

2

การรับรู้ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และการรับรู้สื่อการประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”

ตัวอย่างส่วนใหญ่ต่างเคยเห็น/รับรู้ทั้งต่อตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสื่อการประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” แม้ว่าสื่องดเหล้าฯ จะมีสัดส่วนการเคยเห็น/รับรู้มากกว่าตลอดช่วงสองปีที่ผ่านมา แต่กลับพบว่าโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มพบเห็น/รับรู้ได้มากขึ้น กล่าวคือ ในปี 2557 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 79.6 ระบุว่าเคยเห็น/รับรู้ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งสูงกว่าปี 2556 (ร้อยละ 74.8) อย่างชัดเจน ขณะที่ ร้อยละ 82.1 เคยเห็น/รับรู้สื่อการประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2557 ในช่วงเข้าพรรษาที่ผ่านมา ซึ่งลดลงเล็กน้อยจากปี 2556 (ร้อยละ 84.2) (ดูตารางที่ 5 ประกอบ)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุ เคยเห็น/รับรู้ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเคยเห็น /รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” เปรียบเทียบระหว่างปี 2556 และปี 2557

การเคยเห็น/รับรู้	ตราสัญลักษณ์(โลโก้)เครื่องดื่มแอลกอฮอล์				สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา”			
	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2556		ปี 2557	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	5,049	74.8	5,636	79.6	5,687	84.2	5,811	82.1
ไม่เคย	1,703	25.2	1,445	20.4	1,065	15.8	1,270	17.9
รวม	6,752	100.0	7,081	100.0	6,752	100.0	7,081	100.0

กลุ่มตัวอย่างมากถึง 6,512 คน หรือร้อยละ 92.0 เห็นด้วยกับการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” มีเพียงร้อยละ 2.0 ที่ไม่เห็นด้วย โดยระบุเหตุผลที่ไม่เห็นด้วยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ควรทำอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่สร้างกระแสเฉพาะบางช่วง 2) ไม่ได้ทำให้เลิกอย่างถาวร จำนวนผู้ดื่มไม่ลดลง 3) การรณรงค์ไม่มีผลอะไร ยิ่งช่วงเทศกาลคนนำดื่มมากขึ้น 4) ทำไม่ได้ น้อยคนจะทำได้ และ 5) เปลี่ยนเป็นงด 9 เดือนเต็ม 3 เดือน เป็นต้น

อย่างไรก็ดี กลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าเคยเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2557 มากถึงร้อยละ 79.7 ระบุว่า การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มีผลทำให้เกิดความตระหนักหรือสำนึกในการลด ละเลิก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3

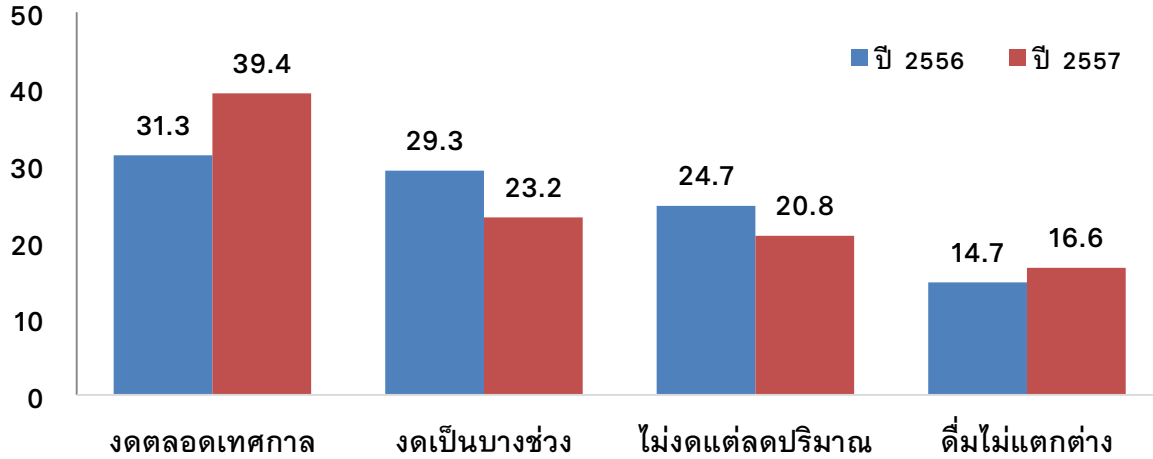
การลด ละ เลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา ปี 2557

ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปี 2557 กลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (คือร้อยละ 36.5) ระบุว่างดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 83.4 จำแนกเป็นร้อยละ 39.4 งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา ร้อยละ 23.2 เป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) และร้อยละ 20.8 งดแค่ลดปริมาณ ขณะที่มียังร้อยละ 16.6 ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา คือไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่

แม้ว่าสัดส่วนการงดดื่มในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปี 2557 จะน้อยกว่าสัดส่วนการงดดื่มในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปี 2556 (คือร้อยละ 85.3) อยู่บ้างเล็กน้อย แต่สัดส่วนผู้งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษากลับมีมากกว่า (ดูแผนภูมิที่ 5 ประกอบ)

แผนภูมิที่ 5

ร้อยละของตัวอย่างที่ ลด ละ เลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเข้าพรรษา
เปรียบเทียบปี 2556 และปี 2557



3 เหตุผลสำคัญที่กลุ่มงดดื่มตลอดเทศกาลเข้าพรรษาปี 2557 ระบุ ได้แก่ ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว (ร้อยละ 55.6) งดเป็นประจำทุกปี (ร้อยละ 29.9) และมีการรณรงค์ให้งดเหล้าเข้าพรรษา (ร้อยละ 24.2) ส่วนเหตุผลที่ต้องการรักษาศีลช่วงเข้าพรรษามีอยู่ร้อยละ 16.8 (ดูตารางที่ 6 ประกอบ) สำหรับกลุ่มที่ลดปริมาณการดื่มหรืองดดื่มบางช่วง และกลุ่มที่ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่ ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ให้เหตุผลคล้ายๆ กันคือ ต้องไปงานเลี้ยง มีคนชวนดื่ม จึงขัดไม่ได้ และชอบเที่ยวสังสรรค์ นอกจากนี้ยังมีส่วนหนึ่งที่ระบุดื่มเป็นประจำ/ดื่มจนติด (อดไม่ได้)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุสาเหตุที่ทำให้งดเหล้าได้ตลอดพรรษา ปี 2557 (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มแล้วมางดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	สาเหตุที่ทำให้งดตลอดได้	จำนวน	ร้อยละ
1	ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว	562	55.6
2	งดเป็นประจำทุกปี	302	29.9
3	มีการรณรงค์ให้งดเหล้าเข้าพรรษา	244	24.2
4	ต้องการรักษาศีลช่วงเข้าพรรษา	170	16.8
5	ถือเป็นช่วงฟื้นฟูสุขภาพ	161	15.9
6	ครอบครัวขอให้งด	128	12.7
7	เพื่อนงด / ไม่มีเพื่อนดื่ม / เพื่อนชวนงด	68	6.7
8	อื่นๆ อาทิ ไม่มีเวลาดื่ม	20	2.0

ผลของการงดดื่มในช่วงเข้าพรรษา 2 อันแรกที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ สุขภาพร่างกายดีขึ้น (ร้อยละ 47.8) และประหยัดค่าใช้จ่ายได้ (ร้อยละ 46.3) ถัดมาคือ สุขภาพจิตใจดีขึ้น (ร้อยละ 32.9) (ดูตารางที่ 7 ประกอบ) เมื่อพิจารณาเฉพาะการประหยัดเงินจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงงดเหล้าเข้าพรรษา ปี 2557 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 38.8 สามารถประหยัดเงินจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ตั้งแต่ 10 บาท จนถึง 20,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยเป็นเงิน 1,455 บาท

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความคิดเห็นถึงผลของการลด ละ เลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	ผลของการงดดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
1	สุขภาพร่างกายดีขึ้น	1,234	47.8
2	ประหยัดค่าใช้จ่ายได้*	1,196	46.3
3	สุขภาพจิตใจดีขึ้น	851	32.9
4	ช่วยลดความรุนแรงในครอบครัวลง	472	18.3
5	ไม่ทราบ เพราะยังไม่เคยเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา	427	16.5
6	ไม่แน่ใจ	273	10.6
7	ไม่ส่งผลกระทบต่อ	326	12.6

*ค่าต่ำสุด 10 บาท ค่าสูงสุด 20,000 บาท ค่าเฉลี่ย 1,455 บาท



ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

**ห้อง 517 คณะเศรษฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพญาไท เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ 10330**

**โทรศัพท์/โทรสาร 02-218-6299
โทรศัพท์มือถือ 086-309-5570
และ 085-357-7170**

**email: contactcas.th@gmail.com
website: www.cas.or.th**