

งดเหล้า เข้าพรรษา

รายงานการประเมินผล

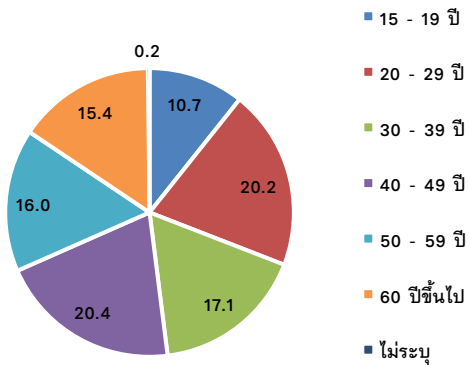
การรณรงค์ งดเหล้าเข้าพรรษา ปี 2557

ภาคเหนือ

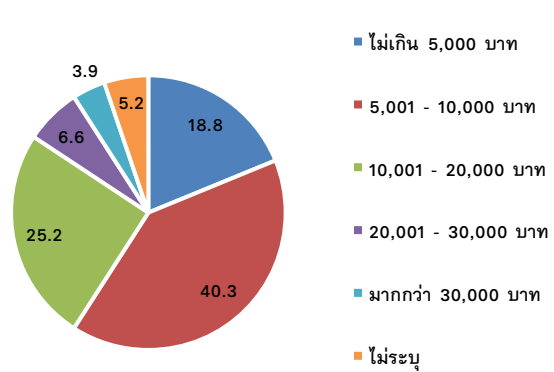
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ร่วมกับ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ดำเนินการ “โครงการประเมินผลการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2557” เพื่อสำรวจพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในช่วงเข้าพรรษา การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์งดเหล้าเข้าพรรษา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

รายงานฉบับนี้จะนำเสนอผลการศึกษาดูเฉพาะภาคเหนือ ซึ่งมีจังหวัดที่สุ่มรวม 5 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ พะเยา พิษณุโลก สุโขทัย และนครสวรรค์ สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแบบตัวต่อตัวโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 1,260 ตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศชาย 558 คน หรือร้อยละ 46.7 และเพศหญิง 672 คน หรือร้อยละ 53.3 มากกว่าครึ่งหรือร้อยละ 60.2 มีสถานภาพสมรส โดยมีบุตรเฉลี่ย 2 คน ที่เหลือน้อยละ 36.0 เป็นโสด และร้อยละ 3.8 หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

แผนภูมิที่ 1
ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
แยกตามอายุ



แผนภูมิที่ 2
ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
แยกตามรายได้



เมื่อจำแนกตามอายุและระดับรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ 73.7 มีอายุระหว่าง 20-59 ปี ร้อยละ 15.4 อายุ 60 ปีขึ้นไป และร้อยละ 10.7 อายุระหว่าง 15-19 ปี (ดูแผนภูมิที่ 1 ประกอบ) และมากกว่าครึ่งหรือร้อยละ 59.1 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 31.8 มีรายได้ 10,001-30,000 บาท และร้อยละ 3.9 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท (ดูแผนภูมิที่ 2 ประกอบ)

ผลการสำรวจ มีดังนี้

1

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

ในปี 2557 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 73.3 ระบุว่าไม่ดื่ม ที่เหลือร้อยละ 26.7 ระบุว่า ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เมื่อเทียบกับปี 2556 (ร้อยละ 33.9) พบว่าผู้ดื่มมีสัดส่วนลดลง

เฉพาะกลุ่มผู้ดื่มในปี 2557 ประมาณ 1 ใน 3 หรือร้อยละ 34.7 เป็นกลุ่มที่ดื่มแบบประจำ คือ ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน (ร้อยละ 11.5) และดื่มทุกสัปดาห์ (ร้อยละ 23.2) เมื่อจำแนกกลุ่มผู้ดื่มตามเพศและอายุ พบว่า เพศชายดื่มแบบประจำมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 39.7 และ 25.4 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 1 ประกอบ) และกลุ่มอายุ 50-59 ปี มีสัดส่วนที่ดื่มแบบประจำสูงถึงร้อยละ 51.6 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	28.5	40.7	32.8
2	ดื่มทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)	31.8	33.9	32.5
3	ดื่มทุกสัปดาห์ (1-4 วันต่อสัปดาห์)	25.2	19.5	23.2
4	ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน (5-7 วันต่อสัปดาห์)	14.5	5.9	11.5
	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	51.7	34.2	34.4	27.6	21.0	41.4	32.8
2	ดื่มทุกเดือน (1-3 วันต่อเดือน)	31.0	39.7	31.1	35.5	27.4	24.1	32.5
3	ดื่มทุกสัปดาห์ (1-4 วันต่อสัปดาห์)	17.3	15.1	19.7	29.0	33.9	20.7	23.2
4	ดื่มทุกวันหรือเกือบทุกวัน (5 - 7 วันต่อสัปดาห์)	-	11.0	14.8	7.9	17.7	13.8	11.5
	รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่มมากที่สุดคือ เบียร์ ร้อยละ 82.4 รองลงมาคือ เหล้า ร้อยละ 75.0 เมื่อจำแนกตามเพศและอายุ พบว่า ทุกกลุ่มต่างนิยมดื่มเบียร์และเหล้าเช่นเดียวกัน แต่สังเกตได้ว่าเหล้าปั่น และไวน์องุ่นหรือไวน์ผลไม้ เป็นที่นิยมดื่มในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ดูตารางที่ 3 ประกอบ) ทั้งยังเป็นที่ยอดนิยมในกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มากกว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า นอกจากนี้ยังสังเกตพบอีกว่า กลุ่มที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป นิยมดื่มเหล้ามากกว่าเบียร์ และเป็นกลุ่มที่ดื่มสุราที่บ้านมากกว่ากลุ่มอายุอื่น (ดูตารางที่ 4 ประกอบ)

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

ลำดับ	ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ชาย	หญิง	รวม
1	เบียร์	82.9	81.7	82.4
2	เหล้า	76.4	72.5	75.0
3	เหล้าปั่น	13.9	19.2	15.8
4	เหล้ายาดอง	13.4	13.3	13.4
5	ไวน์องุ่นหรือไวน์ผลไม้	10.2	16.7	12.5
6	สุราพื้นบ้าน เช่น สาโท กระแช่ เป็นต้น	12.0	10.8	11.6
7	ไวน์คูลเลอร์หรือเครื่องดื่มผสมพร้อมดื่ม	7.9	11.7	9.2

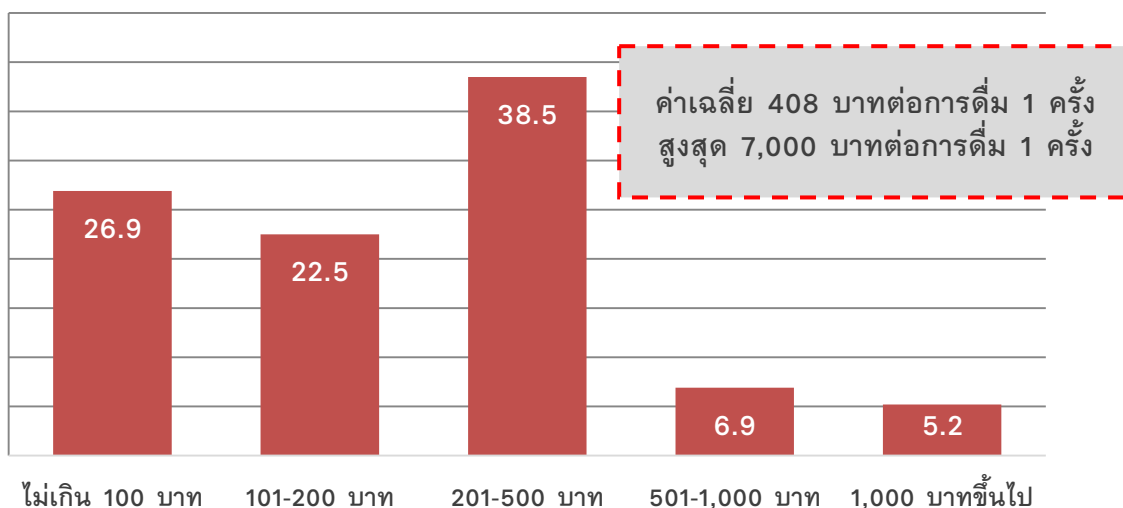
**ตารางที่ 4 แสดงร้อยละของตัวอย่างที่ระบุประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม
จำแนกตามอายุ (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่ม ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และเลือกได้
มากกว่า 1 ข้อ)**

ลำดับ	ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	15-19 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	รวม
1	เบียร์	86.7	83.8	80.3	88.3	84.1	58.6	82.4
2	เหล้า	73.3	71.6	78.7	76.6	77.8	69.0	75.0
3	เหล้าปั่น	33.3	31.1	11.5	2.6	11.1	10.3	15.8
4	เหล้ายาดอง	20.0	14.9	6.6	15.6	14.3	10.3	13.4
5	ไวน์องุ่นหรือไวน์ผลไม้	23.3	24.3	11.5	3.9	7.9	6.9	12.5
6	สุราพื้นบ้าน เช่น สาโท กระแช่ เป็นต้น	23.3	17.6	8.2	2.6	6.3	27.6	11.6
7	ไวน์คูลเลอร์หรือเครื่องดื่มผสม พร้อมดื่ม	13.3	14.9	11.5	6.5	3.2	6.9	9.2

ด้านค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง มีตั้งแต่ 20 บาท จนถึงสูงสุด 7,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 408 บาท เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการดื่มต่อครั้งพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 87.9 มีค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้งไม่เกิน 500 บาท ขณะที่ร้อยละ 12.1 มีค่าใช้จ่ายสูงกว่า 500 บาท (ดูแผนภูมิที่ 3 ประกอบ)

แผนภูมิที่ 3

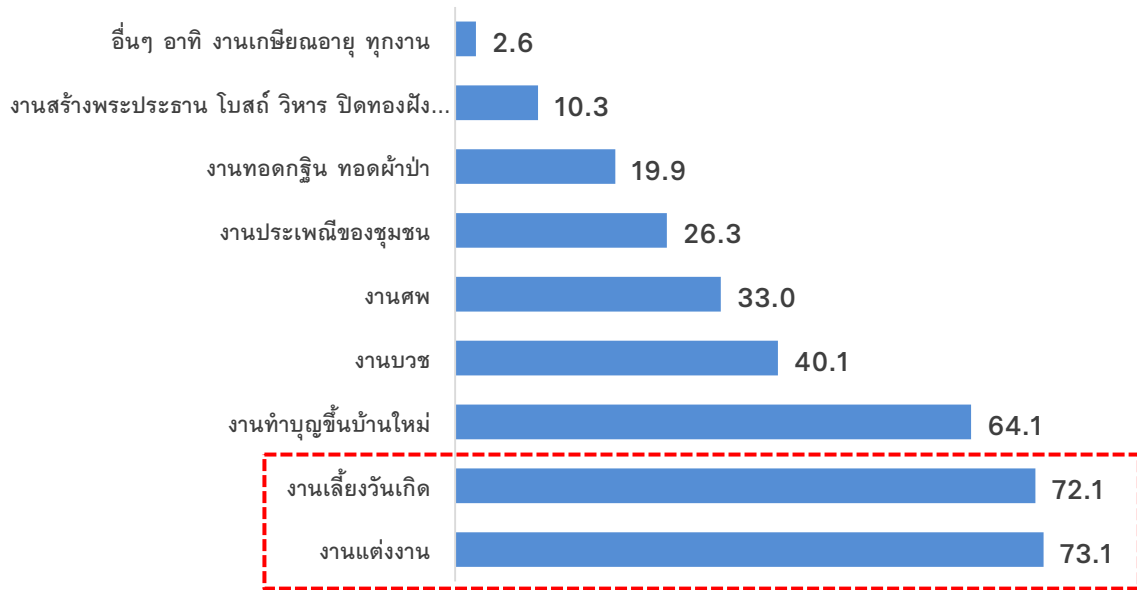
ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามค่าใช้จ่ายในการดื่มแต่ละครั้ง



นอกจากนั้น กลุ่มผู้ดื่มร้อยละ 92.6 ระบุว่าในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานต่างๆ โดยเฉพาะงานแต่งงานและงานเลี้ยงวันเกิด มีสัดส่วนการดื่มมากที่สุด คือ ร้อยละ 73.1 และ 72.1 ตามลำดับ (ดูแผนภูมิที่ 4 ประกอบ)

แผนภูมิที่ 4

ร้อยละของงานต่างๆ ที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)



ที่น่าสนใจคือ ร้อยละ 43.0 ระบุว่าเคยพบเห็นปัญหาความขัดแย้งหรือการใช้ความรุนแรงภายในครอบครัวที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยส่วนใหญ่เป็นการทะเลาะโต้เถียงไม่ถึงกับลงไม้ลงมือ (ร้อยละ 81.4) รองลงมาคือ ดุด่า (ร้อยละ 68.6) และพุดจาหยาบคาย (ร้อยละ 66.4) นอกจากนี้ยังพบการทำร้ายร่างกายกัน และการละเมิดทางเพศ (ร้อยละ 43.9 และ 14.0 ตามลำดับ) ขณะเดียวกันร้อยละ 43.3 เคยพบเห็นปัญหาความขัดแย้งหรือการใช้ความรุนแรงกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/เพื่อนบ้าน ลักษณะที่พบส่วนใหญ่คือ การทะเลาะโต้เถียงไม่ถึงกับลงไม้ลงมือ (ร้อยละ 81.0) รองลงมาคือ พุดจาหยาบคาย (ร้อยละ 64.8) และดุด่า (ร้อยละ 62.2) โดยยังพบการทำร้ายร่างกายกัน และการละเมิดทางเพศอีกด้วย (ร้อยละ 39.3 และ 10.1 ตามลำดับ)

2

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

กลุ่มตัวอย่าง ประมาณ 3 ใน 4 เคยเห็น/รับรู้ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสัดส่วนพอๆ กับที่เคยเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” กล่าวคือ ในปี 2557 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 74.7 ระบุว่า เคยเห็น/รับรู้ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากกว่าปี 2556 เล็กน้อย (ร้อยละ 73.2) ขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 74.3 เคยเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2557 ในช่วงเข้าพรรษาที่ผ่านมา ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยกว่าปี 2556 ค่อนข้างมาก (ร้อยละ 89.0) (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	914	73.2	941	74.7	1,111	89.0	936	74.3
ไม่เคย	334	26.8	319	25.3	137	11.0	324	25.7
รวม	1,248	100.0	1,260	100.0	1,248	100.0	1,260	100.0

กลุ่มตัวอย่างมากถึง 1,169 คน หรือร้อยละ 92.8 ระบุความคิดเห็นว่า เห็นด้วยกับการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” มีเพียงร้อยละ 2.7 ที่ไม่เห็นด้วย โดยระบุเหตุผลที่ไม่เห็นด้วยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ควรทำอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่สร้างกระแสเฉพาะบางช่วง 2) ทำไม่ได้ น้อยคนจะทำได้ 3) การรณรงค์ไม่มีผลอะไร ยิ่งช่วงเทศกาลคนนำดื่มมากขึ้น และ 4) ไม่ได้ทำให้เลิกอย่างถาวร จำนวนผู้ดื่มไม่ลดลง นอกจากนั้นในระดับประเทศมีกลุ่มตัวอย่างบางคนให้เหตุผลที่แตกต่างออกไปอีก 3 เหตุผล ได้แก่ เปลี่ยนเป็นงด 9 เดือนดื่ม 3 เดือน วยรุ่มักต่อต้านการรณรงค์ และไม่ได้จัดการที่ต้นเหตุปัญหา

อย่างไรก็ดี กลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าเคยเห็น/รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ “งดเหล้าเข้าพรรษา” ปี 2557 มากถึงร้อยละ 79.2 ระบุว่า การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มีผลทำให้เกิดความตระหนักหรือสำนึกในการลด ละเลิก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3

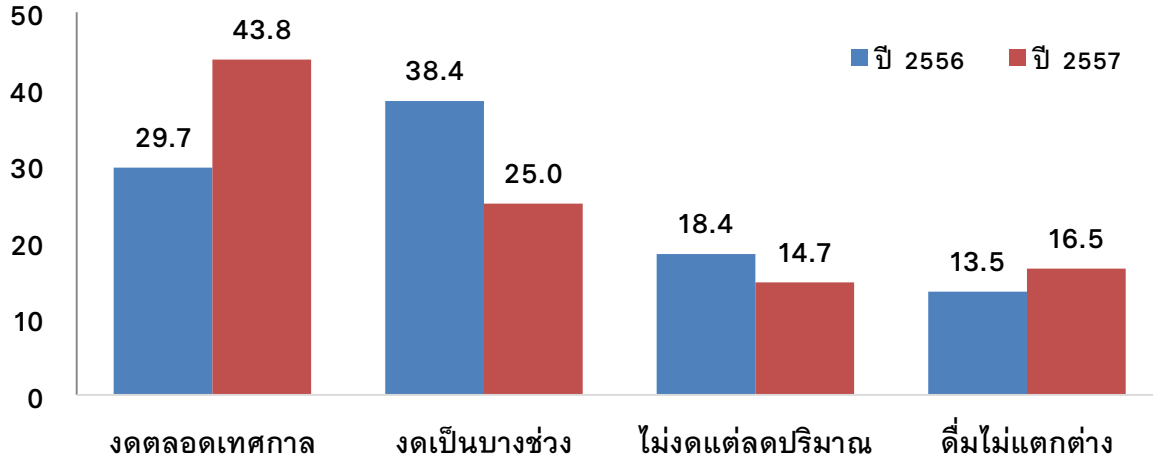
การลด ละ เลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา ปี 2557

ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปี 2557 กลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (คือร้อยละ 26.7) ระบุว่างดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาในสัดส่วนที่สูงมากถึงร้อยละ 83.5 จำแนกเป็นร้อยละ 43.8 งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา ร้อยละ 25.0 งดเป็นบางช่วง (ไม่ครบพรรษา) และร้อยละ 14.7 ไม่งดแต่ลดปริมาณ ขณะที่ม่ร้อยละ 16.5 ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา คือไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่

แม้ว่าสัดส่วนการงดดื่มในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปี 2557 จะน้อยกว่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่งดดื่มในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาปี 2556 (คือร้อยละ 86.5) แต่สัดส่วนผู้งดตลอดเทศกาลเข้าพรรษากลับมีมากกว่า (ดูแผนภูมิที่ 5 ประกอบ)

แผนภูมิที่ 5

ร้อยละของตัวอย่างที่ ลด ละ เลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเข้าพรรษา
เปรียบเทียบปี 2556 และปี 2557



3 เหตุผลสำคัญที่กลุ่มงดดื่มตลอดเทศกาลเข้าพรรษาปี 2557 ระบุ ได้แก่ ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว (ร้อยละ 52.2) มีการรณรงค์ให้งดเหล้าเข้าพรรษา (ร้อยละ 44.1) และงดเป็นประจำทุกปี (ร้อยละ 33.8) ส่วนเหตุผลที่ต้องการรักษาศีลช่วงเข้าพรรษามีอยู่ร้อยละ 21.3 (ดูตารางที่ 6 ประกอบ) สำหรับกลุ่มที่ลดปริมาณการดื่มหรืองดดื่มบางช่วง และกลุ่มที่ไม่ลดทั้งปริมาณและความถี่ ดื่มไม่แตกต่างจากช่วงก่อนเข้าพรรษา ให้เหตุผลคล้ายๆ กันคือ ต้องไปงานเลี้ยง ชอบเที่ยวสังสรรค์ และมีคนชวนดื่มจึงขัดไม่ได้ นอกจากนี้ยังมีส่วนหนึ่งที่ระบุดื่มเป็นประจำ/ดื่มจนติด (อดไม่ได้)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ระบุสาเหตุที่ทำให้งดเหล้าได้ตลอดพรรษา ปี 2557 (เฉพาะตัวอย่างที่ดื่มแล้วมางดตลอดเทศกาลเข้าพรรษา และเลิกได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับ	สาเหตุที่ทำให้งดตลอดได้	จำนวน	ร้อยละ
1	ปกติดื่มน้อย ไม่ค่อยได้ดื่มอยู่แล้ว	71	52.2
2	มีการรณรงค์ให้งดเหล้าเข้าพรรษา	60	44.1
3	งดเป็นประจำทุกปี	46	33.8
4	ต้องการรักษาศีลช่วงเข้าพรรษา	29	21.3
5	ครอบครัวขอให้งด	29	21.3
6	ถือเป็นช่วงฟื้นฟูสุขภาพ	26	19.1
7	เพื่อนงด/ไม่มีเพื่อนดื่ม/เพื่อนชวนงด	15	11.0
8	อื่นๆ อาทิ ไม่มีเวลาดื่ม	2	1.5

ผลของการงดดื่มในช่วงเข้าพรรษา 2 อันแรกที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ (ร้อยละ 50.3) และสุขภาพร่างกายดีขึ้น (ร้อยละ 46.6) ถัดมาคือ สุขภาพจิตใจดีขึ้น (ร้อยละ 34.9) (ดูตารางที่ 7 ประกอบ) เมื่อพิจารณาเฉพาะการประหยัดเงินจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงงดเหล้าเข้าพรรษา ปี 2557 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 45.1 สามารถประหยัดเงินจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ตั้งแต่ 40 บาท จนถึง 10,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยเป็นเงิน 1,334 บาท

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

ลำดับ	ผลของการงดดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
1	ประหยัดค่าใช้จ่ายได้*	163	50.3
2	สุขภาพร่างกายดีขึ้น	151	46.6
3	สุขภาพจิตใจดีขึ้น	113	34.9
4	ไม่ทราบ เพราะยังไม่เคยเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา	58	17.9
5	ช่วยลดความรุนแรงในครอบครัวลง	55	17.0
6	ไม่แน่ใจ	40	12.3
7	ไม่ส่งผลกระทบใดๆ	36	11.1

*ค่าต่ำสุด 40 บาท ค่าสูงสุด 10,000 บาท ค่าเฉลี่ย 1,334 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**