

คู่มือแนวปฏิบัติ

การเฝ้าระวัง การโฆษณาเชิญชวน การเล่นพนันฟุตบอล ในสื่อออนไลน์

GUIDELINE : MEDIA MONITORING
ON ONLINE FOOTBALL
GAMBLING ADVERTISING



▶ สถานการณ์การพนันออนไลน์ในปัจจุบัน

ONLINE GAMBLING SITUATION

สถานการณ์ปัญหาพนันที่หนักหน่วง

ผลการสำรวจในปี 2560 ที่น่ากังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ปัญหาพนันออนไลน์ คือ

1. ผลการสำรวจสถานการณ์การเล่นพนันทายผลฟุตบอล พฤติกรรมและผลกระทบการพนันในประเทศไทย (ปี 2560) โดยศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน พบว่ามีนักพนันเด็กประมาณ 1.4 แสนคน เยาวชน ประมาณ 4.7 แสนคนที่มีพฤติกรรมการเล่นพนัน

2. รายงานสถานการณ์การพนันในสังคมไทย ปี 2560 โดยศูนย์ศึกษา ปัญหาการพนัน พบว่า คนไทยร้อยละ 54.6 หรือประมาณ 28.9 ล้านคนเล่นการพนัน ในจำนวนนี้เป็นเด็กและเยาวชนประมาณ 3.6 ล้านคน โดยการพนันทายผลฟุตบอลเป็นการพนันที่ได้รับความนิยมอันดับ 4 รองจากสลาก กินแบ่งรัฐบาล หวยใต้ดิน และไพ่ มีนักพนันฟุตบอล 2.47 ล้านคน **โดยต้องเผื่อระวังในกลุ่มเด็ก และเยาวชน 15-25 ปี ที่มีถึงประมาณ 6.09 แสนคน ในจำนวนนี้เป็นเด็กอายุ 15-18 ปีถึง 1.38 แสนคน** ทั้งนี้การบำบัดผู้ที่มีปัญหาติดการพนันในกลุ่มผู้ใหญ่สามารถเลิกได้ร้อยละ 30 มีร้อยละ 5 กลับไปติดซ้ำ ขณะที่กลุ่มเยาวชนสามารถเลิกได้ร้อยละ 9 และกลับไปติดซ้ำร้อยละ 5 นอกจากนี้ผลการสำรวจการเล่นพนันทายผล ฟุตบอลโลก 2014 พบร้อยละ 9.4 หรือประมาณ 4.6 ล้านคน เล่นพนันทายผลฟุตบอล **โดยประมาณ 2 ล้านคนเป็นนักพนันหน้าใหม่**

ความสำคัญของการเฝ้าระวังปัญหาการพนัน

GAMBLING PROBLEMS MONITOR

ปัจจุบันธุรกิจการพนันออนไลน์ได้เข้ามาทำการตลาด โฆษณาสื่อสารผ่านช่องทางเว็บไซต์ เว็บเพจ กลุ่มหรือเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเชิญเชิญให้เข้าชม ผู้ใช้งานเว็บไซต์ ได้เข้ามาเห็นสื่อโฆษณาเชิญชวน ชักชวน ชักจูงเล่นการพนันออนไลน์มากขึ้น บริษัทพนันออนไลน์ต่างๆ เหล่านี้ ทำผิดกฎหมายประเทศไทยเรื่องการห้ามสื่อสารชักชวนเล่นการพนัน ทั้งโดยตัวพนันที่เชิญชวนให้เล่นนั้น ก็มีความผิดในตัวของมันเองอยู่เป็นทุนเดิม ความน่ากลัวและอันตรายยิ่งยกระดับไปกว่า สื่อโฆษณาเชิญชวนเล่นพนันที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ตนี้ มุ่งเป้าอย่างทั่วไป แบบที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะเป็นใคร อายุเท่าไร เพศใดก็ได้ หรืออาจจะเลือกจำเพาะเจาะจงไปที่เว็บไซต์บางกลุ่มเนื้อหา หรือสามารถเจาะลงตรงไปที่สายตาของผู้ใช้งานที่เป็นเด็กและเยาวชนก็ย่อมได้ เหล่านี้ถือว่ารัฐไทยและทีมงานด้านการปกป้องคุ้มครอง หรือลดผลกระทบจากการพนันที่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน จำเป็นต้องเร่งสร้างมาตรการเฝ้าระวังสื่อและสร้างระบบแจ้งเตือน รายงานเตือนภัยไปยังหน่วยงานรัฐให้ปราบปรามให้เว็บไซต์พนัน สื่อโฆษณาออนไลน์เหล่านี้ปิดตัวลงหรือมีการปิดกั้นการเข้าถึงจากภายในให้ได้

ที่มาและความสำคัญของคู่มือฉบับนี้

BACKGROUND OF ONLINE GAMBLING ADVERTISING MONITOR

คู่มือแนวปฏิบัติการเฝ้าระวังการโฆษณาเชิญชวนการเล่นพนันฟุตบอลในสื่อออนไลน์ ฉบับนี้ ออกแบบขึ้นมาเพื่อให้ใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่จะเฝ้าระวังสื่อโฆษณาพนันฟุตบอล หรือ การพนันออนไลน์ ที่มีเนื้อหาชักชวน จูงใจผู้เล่นเข้าสู่การพนัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเฝ้าระวัง และมีการออกแบบคิด การสร้างตัวชี้วัด นิยามการวัดและกระบวนการขั้นตอนเริ่มต้นจนจบในการเฝ้าระวังสื่อ และการเขียนรายงานฉบับสมบูรณ์

กฎหมายการพนันที่เกี่ยวข้อง

ONLINE GAMBLING LAW

พระราชบัญญัติ การพนัน พุทธศักราช 2478

มาตรา 12 (1) ผู้ใดจัดให้มีการเล่น หรือทำอุบายล่อ ช่วยประกาศโฆษณาหรือชักชวนโดยตรงหรือทางอ้อมให้ผู้อื่นเข้าเล่นหรือเข้าพนันในการเล่นซึ่งมิได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานหรือรับอนุญาตแล้วแต่เล่น พลิกแพลงหรือผู้ใดเข้าเล่นหรือเข้าพนันในการเล่นอันขัดต่อกบทแห่งพระราช บัญญัตินี้ หรือกฎกระทรวง หรือข้อความในใบอนุญาต ผู้นั้นมีความผิดต่อไปนี้

(1) ถ้าเป็นความผิดในการเล่นตามบัญชี ก. หมายเลข 1 ถึงหมายเลข 16 หรือการเล่นตามบัญชี ข. หมายเลข 16 เฉพาะสลากกินรวบหรือการเล่นซึ่งมีลักษณะคล้ายกันนี้ ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปจนถึง 3 ปี และปรับตั้งแต่ 500 บาท ขึ้นไปจนถึง 5,000 บาท ด้วยอีกโทษหนึ่งเว้นแต่ผู้เข้าเล่นหรือเข้าพนันที่เรียกว่าลูกค้ำ ให้จำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 5,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(2) ถ้าเป็นความผิดในการเล่นอื่นใดตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 2,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เว้นแต่ความผิดตามมาตรา 4 ทวิ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 1,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 (ฉบับที่ 2)

ในพระราชบัญญัติการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มิได้ระบุไว้ชัดเจน เกี่ยวกับเรื่องการพนันออนไลน์ เพียงแต่อาศัยการตีความจากตัวบท โดยมาตราที่เกี่ยวข้องคือ **มาตรา 20** ที่บัญญัติไว้ว่า **“ให้พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถขอให้ศาลมีคำสั่งระงับการเผยแพร่ข้อมูลอัน มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน”**

แนวปฏิบัติของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารกีฬา ของสภากาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

สภากาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ได้ออกประกาศแนวปฏิบัติ เรื่อง การนำเสนอข่าวและภาพข่าวกีฬา พ.ศ. 2560 กำหนดไว้ในข้อ **2.2 การรายงานข่าวกีฬา โดยเฉพาะในบทวิเคราะห์ ความเห็น และการคาดการณ์การแข่งขัน ฟังใช้วิจารณญาณด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เป็นการชี้นำ และส่งเสริมการพนัน** นอกจากนี้ยังพึงหลีกเลี่ยงการโฆษณาแฝงที่เข้าข่ายส่งเสริมอบายมุข

วัตถุประสงค์ของคู่มือนี้

PUSPOSE OF GUIDELINE

1. เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์สื่อและสถานการณ์การให้ข้อมูลการพนันหรือการโฆษณาพนันฟุตบอลทั้ง ในช่วงก่อนแข่ง ระหว่างแข่ง และหลังแข่ง รูปแบบ เทคนิค การสื่อสาร ของการให้ข้อมูลการพนัน หรือการโฆษณาการพนันฟุตบอลในสื่อออนไลน์ ที่เป็นภาษาไทย ในช่วงเทศกาลฟุตบอลโลก 2018
2. การวิเคราะห์/สังเกตการณ์ในการออกแบบแนวการเฝ้าระวังและจัดทำคู่มือ (ต้นฉบับ) แนวปฏิบัติการเฝ้าระวังการโฆษณาเชิญชวนการเล่นพนันฟุตบอลในสื่อออนไลน์
3. เพื่อนำเอาเครื่องมือในการเฝ้าระวังสื่อออนไลน์สำหรับประชาชนและเครือข่ายให้สามารถนำไปใช้ในการติดตาม ตรวจสอบ เฝ้าระวังสื่อพนันออนไลน์ได้ในเทศกาลฟุตบอลโลก 2018

ข้อมูลที่น่าไปใช้ในการเฝ้าระวัง

ONLINE GAMBLING MONITOR DATA

1. ข้อมูลที่น่าไปสู่การแก้ไขปัญหา ที่ต้องการความรวดเร็ว

เช่น รายชื่อเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาโฆษณาการพนัน >> นำไปสู่การปิดเว็บ ของตำรวจ สื่อสังคม (ไลน์ ไลน์ ยูทูป) ที่เป็นช่องทางของการโฆษณา หรือ รับแทงพนัน รายการวิทยุ โทรทัศน์ >> นำไปสู่การสั่งปรับ ลงโทษ ของ กสทช.

2. ข้อมูลที่น่าไปสู่การแก้ไขปัญหา ที่ต้องการรายละเอียด

เช่น พิธีกร ดาราฟรีเซ็นเตอร์ ลักษณะเนื้อหา รูปแบบ วิธีการ ช่องทาง ที่ใช้เพื่อการเล่นพนัน ข้อความที่สื่อสาร (ภาษา) กลวิธีการทางการเงิน การลงทะเบียนเข้าเล่นพนัน ข้อมูลทางธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง

3. ข้อมูลที่น่าไปสู่การแก้ไขปัญหา ที่ต้องการการตีความ

การเปรียบเทียบกับกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ ของหน่วยงานรัฐ เช่น พ.ร.บ. การพนัน 2478, พ.ร.บ. วิทยุโทรทัศน์ 2550 พ.ร.บ.คุ้มครองเด็ก 2546, พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค 2522

ขั้นตอนการเฝ้าระวังสื่อ/กระบวนการทำงาน

MEDIA MONITOR PROCESS

1. สรุปประเด็นปัญหา ว่าทำไมต้องมอนิเตอร์

- การตั้งประเด็นปัญหา, ระดับความร้ายแรงของปัญหา
- ปัญหานั้นพุ่งเป้าไปที่ใครเป็นกลุ่มหลัก-รอง
- หน่วยงานใดมีส่วนร่วมกับการแก้ปัญหานั้นบ้าง
- ปัญหานั้น เคยถูกศึกษา วิเคราะห์ รวบรวมจริง ๆ อย่างไร
- ถ้าเก็บรวบรวม ข้อมูลการเฝ้าระวังสื่อแล้ว จากนั้นจะเอาไปทำอะไรต่อ

- + **กำหนดวัตถุประสงค์** อย่างน้อย 3 ข้อ
 - > เพื่อศึกษา รูปแบบ ลักษณะปัญหา วิธีการ ของพฤติกรรมปัญหาโฆษณา
 - > เพื่อศึกษา ความเข้ม ที่ ระดับ ชุก รุนแรง ของปัญหา การโฆษณาพนัน
 - > เพื่อศึกษา หากหากกำกับ เตือนภัย มาตรการแก้ไขปัญหาการโฆษณาพนัน

2. สร้างกรอบ/หน่วยการวัด/นิยามการวัด

- สำรองแนวคิด ทฤษฎี กฎหมาย งานวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- สำรองไฟล์ การวิจัยภาคสนามทัศน- มุมมองทางวิชาการ
- สำรองท่าที ทัศน- ความเห็น ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- + **ออกแบบหน่วยการวัด** ตามตัวแปรตั้งต้นที่ต้องการทราบ
 - > หน่วยการวัด (จะวัดอะไรบ้าง 4-8 ตัว)
 - > ค่าพารามิเตอร์ (ค่าของการวัด, เชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ)
 - > การสรุปผลการวัด แปรผลของหน่วยการวัด

3. กำหนดหน่วยในการศึกษา/ระยะเวลาที่ใช้

- หน่วยที่จะวิเคราะห์ (นำเข้าเอามาวิเคราะห์) แบ่งหน่วยที่จะวิเคราะห์เป็นกลุ่ม/รูปแบบของสื่อเดียวกัน
- ลักษณะของสื่อ วิธีการเข้าถึงข้อมูล การบันทึกข้อมูล (ความเป็นไปได้ที่จะเข้าถึงเข้าถึงเก็บข้อมูล)
- อุปสรรคของการเก็บ โอกาสที่จะได้ข้อมูลที่มีคุณภาพ วิธีการ
- อ้างอิงว่าเก็บข้อมูลนั้นจริง เพื่อไว้ใช้ตรวจสอบในภายหลัง)

- + **ออกแบบวิธีการเก็บข้อมูล** ตามหน่วยการศึกษา
 - > หน่วยการศึกษา (จะเฝ้าระวังผ่านสื่อช่องทางไหน แบบตามเวลาจริง หรือรอให้ผ่านพ้นไปก่อนแล้วค่อยเอามาวิเคราะห์)
 - > กำหนดช่วงเวลา จำนวน ปริมาณ เป้าหมายคาดการณ์ข้อมูล

4. การออกแบบเครื่องมือเก็บบันทึก

- แบบฟอร์ม ตาราง เทมเพลตที่จะใช้ในการเก็บข้อมูล
- Coding Sheet ที่ใช้ต้องออกแบบได้แม่นยำเพื่อเก็บข้อมูล
- อธิบายวิธีการใช้ Coding Sheet ที่จะใช้ ให้ตรงกันในทีม
- แจกจ่าย สำเนาแบบบันทึกข้อมูล และทดลองใช้งาน

- + **ออกแบบแบบบันทึกข้อมูล** (Coding Sheet/Templat) ตามหน่วยการวัด
 - > ต้องแน่ใจว่า Coding Sheet ทั่วออกแบบมาเพื่อให้ใช้งานจริงได้
 - > เป็นไฟล์ เอ็กเซล หรือ เวิร์ด ก็ได้ แต่ต้องมีการคีย์ข้อมูลและระบุรายชื่อคนเก็บข้อมูล และการตรวจทานข้อมูลอย่างดี

5. การเฝ้าระวังสื่อ (โฆษณาพนันออนไลน์)

- ระยะเวลา จุดเริ่มต้นในการมอนิเตอร์ (ตามหน่วยการวัด)
- จำนวนสื่อที่จะมอนิเตอร์ได้ ต่อคน/ต่อวัน
- เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมจริงในการมอนิเตอร์
- มาตรฐาน การตีความเครื่องมือวัด ความล่าช้า ปัญหา อุปสรรค จากการมอนิเตอร์

- + **เริ่มมอนิเตอร์เมื่อที่งานมีความพร้อม+เข้าใจ**
 - > มีหัวหน้าทีม คอยกำกับ ควบคุม ติดตามการเฝ้าระวังทุกวัน
 - > นำข้อมูลที่ค้นพบในแต่ละวันมาคุยกันเพื่อปรับความเข้าใจแลกเปลี่ยนกัน
 - > อาจมีการปรับ Coding Sheet หรือหน่วยการวัดระหว่างทาง

6. การรวบรวมผลและการวิเคราะห์

- นำผลที่ได้จากแต่ละคน/สื่อ มารวมกันใบ และสรุปผลเชิงปริมาณ และคุณภาพ
- การวิเคราะห์ (นับความถี่ ความชุก ความถี่น้อย) สรุปแยกประเด็นที่สำคัญในมุมมองรับฟังผล
- วิเคราะห์เปรียบเทียบ (ส่วนที่เหมือนกัน ต่างกัน) หลักชน- แนวโน้ม ความนิยมเชิงของข้อมูล

- + **ออกแบบหน่วยการวัด** ตามตัวแปรตั้งต้นที่ต้องการทราบ
 - > หน่วยการวัด (จะวัดอะไรบ้าง 4-8 ตัว)
 - > ค่าพารามิเตอร์ (ค่าของการวัด, เชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ)
 - > การสรุปผลการวัด แปรผลของหน่วยการวัด

7. การแปรผลและสังเคราะห์ข้อมูล

- จากข้อมูลที่รวบรวมได้ นำมาประชุม พุดคุยแลกเปลี่ยน
- อ่านค่าข้อมูลที่ค้นพบ หาส่วนที่มากที่สุด น้อยที่สุด นำเสนอ
- กำหนด จำนวนประเด็น ที่จะสรุปข้อมูล เพื่อนำเสนอ
- วิเคราะห์ข้อมูลนั้น ในระดับที่ 2 (แปรผล ความหมาย เทียบเข้ากับแนวคิด ทฤษฎี ที่นำมาอ้างอิง)

- + **การแปรผลและการสังเคราะห์ข้อมูล**
 - > แปรผลได้ 3 แบบ คือ จากวัตถุประสงค์ หน่วยการวัด สื่อการวัด
 - > การสังเคราะห์ข้อมูล (พรรณนาวิเคราะห์เปรียบเทียบพร้อมทั้งทฤษฎี)

8. การเขียนรายงานสรุปผลและข้อเสนอแนะ

- มีบรรณาธิการรวมเล่ม มือเขียนหนึ่งหรือสองคน
- เขียนรายงานตามโครงสร้างวิจัย (5 บท)
- เขียนรายงาน คั่นเฉพาะส่วนที่สำคัญ เพื่อเป็น Fact Sheet
- ประชุมทีม เพื่อกำหนดประเด็นข้อค้นพบสำคัญที่สื่อจะสนใจ นำไปสื่อสาร อย่างง่าย
- เขียนพรีสรีลีส (เอกสารเผยแพร่ข่าว)

- + **รายงานฉบับสมบูรณ์** ข้อมูลดิบต้องเก็บเอาไว้จนเพื่อใช้พิสูจน์
 - > กำหนดเดดไลน์ที่รายงานจะต้องเสร็จก่อนแถลงข่าว
 - > Fact Sheet หรือ Press Release จะต้องนำเสนอ พร้อมแถลง
 - > มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เป็นไปได้จริงต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

9. การนำเสนอผลการมอนิเตอร์

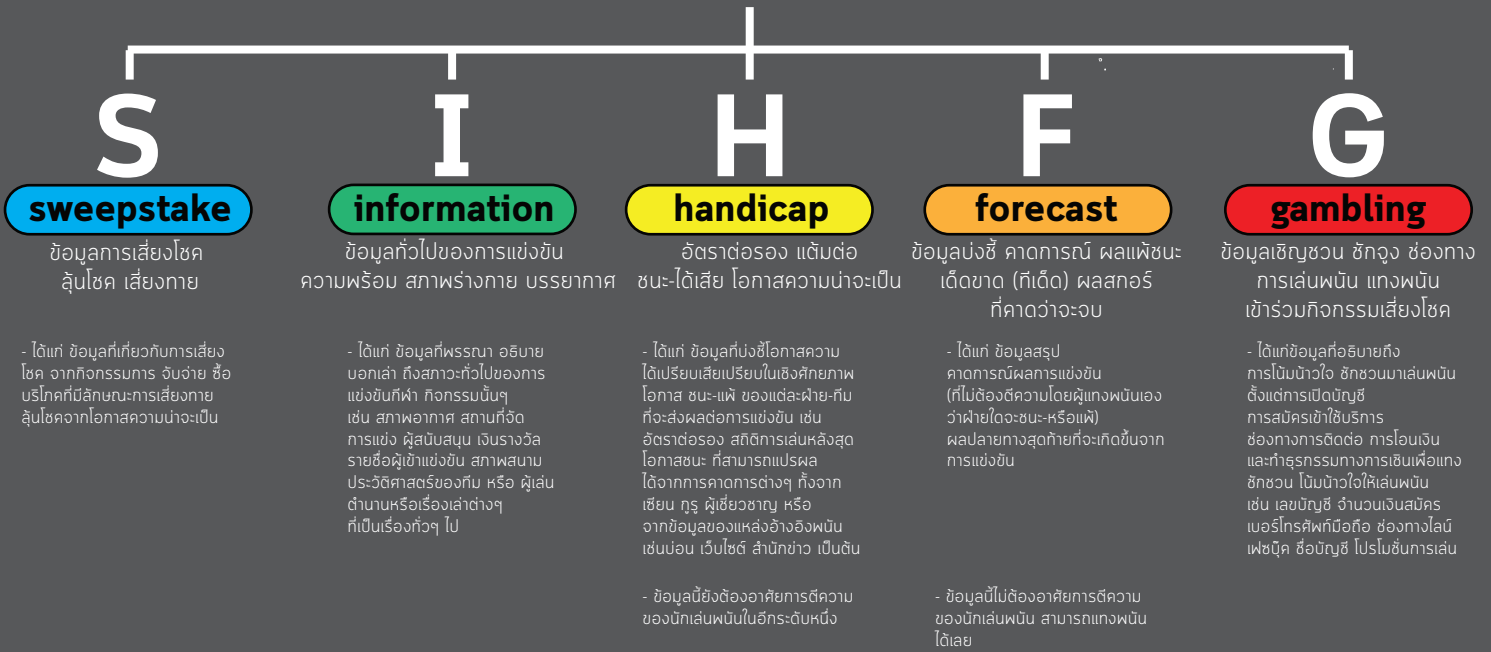
- กำหนดวันเวลาที่แถลงผลการศึกษาคือสื่อ สาธารณ-
- เลือกผู้ที่เกี่ยวข้อง มารับฟังการแถลงผลการศึกษา
- รูปแบบของการแถลงผลการศึกษา (เสวนา สัมมนา)
- เลือกผู้วิพากษ์ผลการศึกษา (มีหรือไม่มีก็ได้)
- ประสานสื่อมวลชนเพื่อหวังผลจากสื่อในการนำเสนอ

- + **การนำเสนอผลการเฝ้าระวัง**
 - > มีตัวแทนผู้ที่จะนำเสนอ (ควรเป็นผู้เขียนรายงานฉบับสมบูรณ์)
 - > เตรียมประเด็นที่สื่ออาจตั้งคำถาม (วิธีการเฝ้าระวัง จุดอ่อนของข้อมูล)
 - > สิ่งที่รายงานไม่ได้เขียน ข้อมูลบ่งชี้ ที่ต้องตีความในระดับสูง

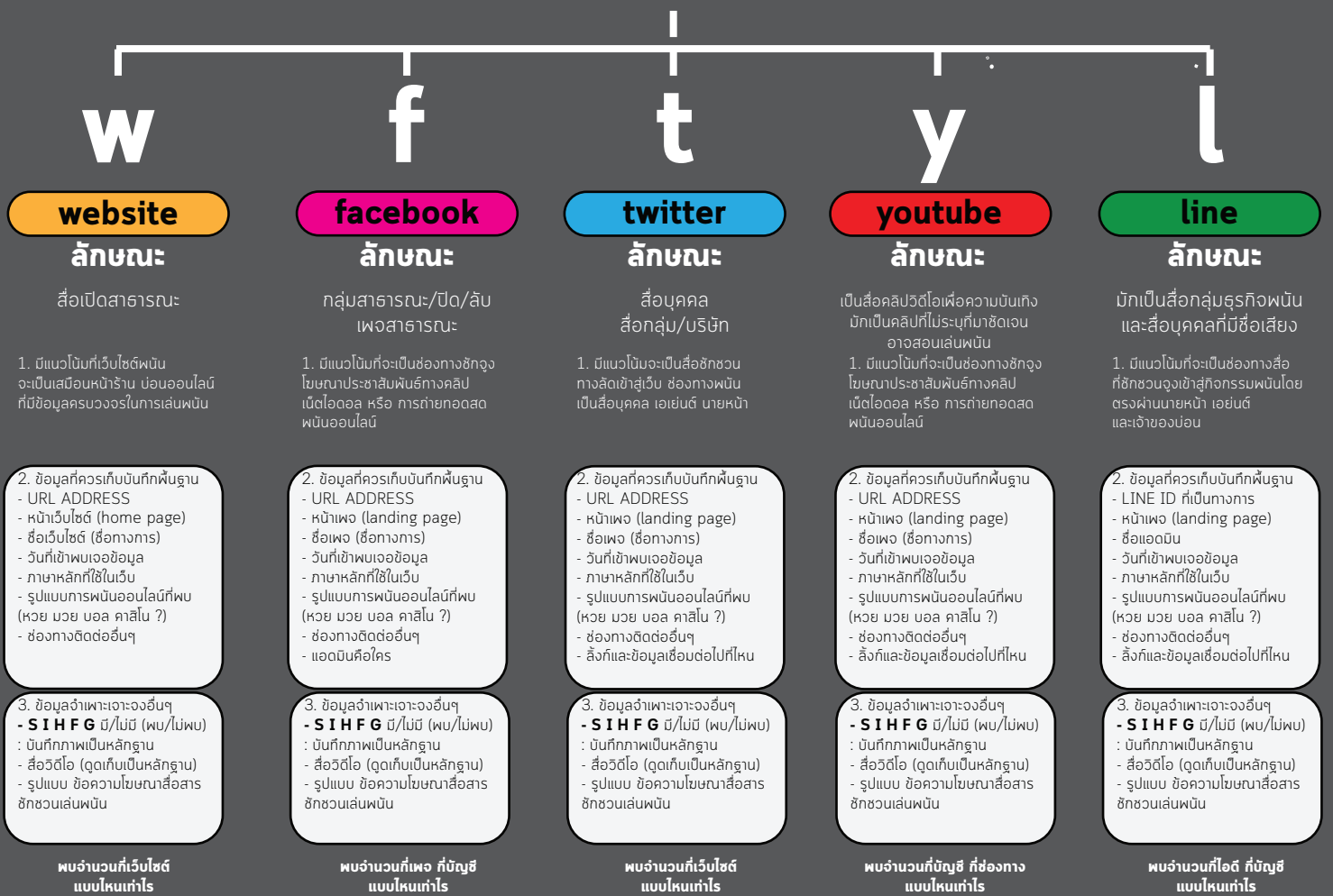
กรอบแนวคิดการเฝ้าระวังโฆษณาเชิญชวนเล่นพนัน

ONLINE GAMBLING ADVERTISING MONITOR FRAMEWORK

ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้



สื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาพนัน



การกำหนดหน่วยการศึกษาวิเคราะห์

UNIT OF ANALYSIS

หน่วยศึกษา



- การกำหนดประเภทของสื่อที่เหมาะสมว่าจะพิจารณา/คัดเลือกสื่อใด

สื่อ : (สื่อเก่า) โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ / (สื่อใหม่) เว็บไซต์ สื่อสังคม

เช่น เนื้อหาจาก รายการโทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์ (ที่เป็นข่าว ถ่ายทอดสด วิเคราะห์ โฆษณา)

รายการ/คอลัมน์/การถ่ายทอดสด

ช่องทางสื่อ เครือข่าย เว็บไซต์ ไลน์ไอดี ชื่อเพจ

เช่น ช่องสถานี คลื่นวิทยุ รายชื่อหนังสือพิมพ์

เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูป ทีวีเตอร์ ไลน์

ระยะเวลา



- ระยะเวลาที่ศึกษา มี 2 แบบ คือ (1) ระยะเวลาของสื่อ-หน่วยที่จะถูกศึกษา (2) ระยะเวลาของกระบวนการที่ทีมงานจะใช้ ในการดำเนินงานศึกษาจนเสร็จสิ้น

ช่วงเวลาปกติหรือช่วงเทศกาลมหกรรมกีฬาขนาดใหญ่ เช่น ฟุตบอลโลก

เช่น เนื้อหาจาก รายการโทรทัศน์/วิทยุ/หนังสือพิมพ์ (ที่เป็นข่าว ถ่ายทอดสด วิเคราะห์ โฆษณา)

* ระยะเวลาหน่วยการศึกษา อย่างน้อยควรเลือกระยะเวลาที่ครอบคลุมปัญหา (ตั้งแต่ก่อนเริ่ม ระหว่าง และสิ้นสุด)

นิยามศัพท์



- ระยะเวลาที่ศึกษา มี 2 แบบ คือ (1) ระยะเวลาของสื่อ-หน่วยที่จะถูกศึกษา (2) ระยะเวลาของกระบวนการที่ทีมงานจะใช้ ในการดำเนินงานศึกษาจนเสร็จสิ้น

สื่อที่โฆษณาพนัน คือ “ข้อความ ภาพเสียง สัญลักษณ์ใดก็ตามที่สื่อความหมายให้ข้อมูล ชักจูงใจ เชื้อเชิญให้เข้าร่วมเล่นการพนันใดก็ตาม”

การพนัน คือ “กิจกรรมเสี่ยงได้เสียเสีย โดยวางเดิมพัน ด้วยทรัพย์สินผ่านเกม กิจกรรม การเสี่ยงโชคเสี่ยงทาย ที่มีเจ้ามือและมีผู้เล่น”

คำค้นหลัก



- ในการศึกษา ให้ใช้คำหลักนี้ในการสืบค้นในกรณีเริ่มพิจารณาจากสื่อออนไลน์ แต่หากเป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ให้คัดกรองสื่อที่จะวิเคราะห์ จากผังรายการหรือส่วนเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับแม่กีฬา หรือ การถ่ายทอดสดโดยตรง

หากเน้นพิจารณาสื่อออนไลน์ ให้ใช้คำว่า **พนันบอล พนันออนไลน์ ที่เด็ด บอลเด็ด แทงบอล โต๊ะบอล โต๊ะบอลออนไลน์ ลัมโต๊ะ** ในการค้นหา

ในการคัดเลือกรายการถ่ายทอดสด รายการข่าว รายการวิเคราะห์ (หรือคอลัมน์วิเคราะห์) ให้พิจารณาจากผังรายการหรือ เปิดเลือกจากสื่อที่จะพิจารณาที่สื่ออื่นๆ โดยตรง

หน่วยวัด



- ในการศึกษา ให้ใช้คำหลักนี้ในการสืบค้นในกรณีเริ่มพิจารณาจากสื่อออนไลน์ แต่หากเป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ให้คัดกรองสื่อที่จะวิเคราะห์ จากผังรายการหรือส่วนเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับแม่กีฬา หรือ การถ่ายทอดสดโดยตรง

เนื้อหาที่พบนั้น ปรากฏ/ไม่ปรากฏ ข้อมูลใดบ้างในหน่วยการวัด โดยแบ่งออกเป็น 5 ลักษณะเนื้อหา

S

sweepstake

ข้อมูลการเสี่ยงโชค
ลุ้นโชค เสียทาย

I

information

ข้อมูลทั่วไปของการแข่งขัน
ความพร้อม สภาพร่างกาย บรรยากาศ

H

handicap

อัตราต่อรอง แตะต่อ
เด็ดขาด (ที่เด็ด) ผลสกอร์
ที่คาดว่าจะจบ

F

forecast

G

gambling

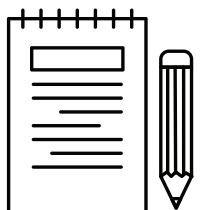
ข้อมูลเชิญชวน ชักจูง ช่องทาง
การเล่นพนัน แทงบพนัน
เข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชค

แบบบันทึก



- บันทึกข้อมูลลงแบบฟอร์ม ที่ออกแบบขึ้นมาเพื่อการเก็บข้อมูล ได้ดั่งซิก (บันทึกการค้นพบ) และ เกมเพลก (บันทึกการสรุปข้อมูลตัวแปรต่างๆ)

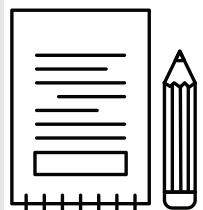
บันทึกข้อมูลการพิจารณาที่ค้นพบ ลง แบบบันทึก (Coding Sheet) โดยแบบบันทึกจะต้องแจกจ่ายให้ทีมพิจารณาทุกคนเหมือนกัน



แบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)

- ใช้ระบุพิจารณา บันทึกค่าต่างๆ ที่พบขณะพิจารณาสื่อ ลงไว้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ
- บันทึกเฉพาะการปรากฏ ความถี่(หากมี)
- บันทึกรายละเอียดข้อมูลอื่นๆ และลงลายมือชื่อผู้บันทึกข้อมูล วันที่พิจารณาและข้อมูลภาพถ่าย สิ่ง ที่ รายละเอียด ข้อความ การโฆษณาเชิญชวน
- อาจออกแบบในรูปของตาราง (ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์) หรือ แบบเขียน (ไฟล์เวิร์ด) ก็ได้

รูปแบบข้อมูลที่บันทึก :
พบ/ไม่พบ, มี/ไม่มี, มีอะไรบ้าง, มีอย่างไร



แบบการเขียนข้อมูล (Template Sheet)

- ใช้หลังจากรวบรวมข้อมูลดิบ จากโค้ดดิ้งซิกเสร็จแล้ว เพื่อมาเขียนลงในแบบการเขียนเดียวกัน เนื่องจากการพิจารณาจะทำงานด้วยทีมงานหลายคน จึงต้องมีแบบฟอร์มแนวทางการเขียนสรุปข้อมูลไปในทางเดียวกัน
- แบบฟอร์มนี้มักออกแบบโดยไฟล์เวิร์ด และมีตัวอย่างการบันทึกข้อมูลที่เหมาะสม ใส่เรียงไปในลักษณะเดียวกันจนเสร็จสิ้นแล้วจึงนำไปวิเคราะห์ประมวลผลสุดท้าย

รูปแบบข้อมูลที่บันทึก :
พบ/ไม่พบ, มี/ไม่มี, มีอะไรบ้าง (มีมาก มีน้อย เท่าไร มีอย่างไร)

ตัวอย่างแบบบันทึกข้อมูลและแบบฟอร์มเขียนข้อมูล

CODING SHEET & TEMPLATE FORM

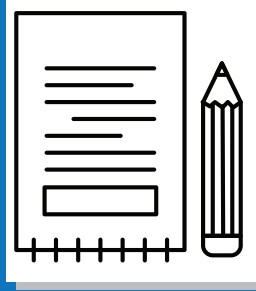


แบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)

- ใช้ขณะเฝ้าระวัง บันทึกค่าต่างๆ ที่พบขณะเฝ้าระวังสื่อ ลงไว้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ
- บันทึกเฉพาะการปรากฏ ความถี่(หากมี)
- บันทึกรายละเอียดข้อมูลอื่นๆ และลงลายมือชื่อผู้บันทึกข้อมูล วันที่เฝ้าระวังและข้อมูลภาพถ่าย
- ลิงก์ รายละเอียด ข้อความ การโฆษณาเชิญชวน
- อาจออกแบบในรูปแบบของตาราง (ไฟล์เอ็กเซล) หรือ แบบเขียน (ไฟล์เวิร์ด) ก็ได้

รูปแบบข้อมูลที่บันทึก :

พบ/ไม่พบ, มี/ไม่มี, มีอะไรบ้าง, มีอย่างไร



แบบการเขียนข้อมูล (Template Sheet)

- ใช้หลังจากรวบรวมข้อมูลดิบ จากได้ตั้งช้กเสร็จแล้ว เพื่อมาเขียนลงในแบบการเขียนเดียวกัน เนื่องจากทำการเฝ้าระวังจะทำงานด้วยกับงานหลายคน จึงต้องมีแบบฟอร์มแนวทางการเขียนสรุปข้อมูลไปในทางเดียวกัน
- แบบฟอร์มมีกรอบแบบโดยไฟล์เวิร์ด และมีตัวอย่างการบันทึกข้อมูลที่พบ ใส่เรียงไปในลักษณะเดียวกันจนเสร็จสิ้นแล้วจึงนำไปไปวิเคราะห์ประมวลผลสุดท้าย

รูปแบบข้อมูลที่บันทึก :

พบ/ไม่พบ, มี/ไม่มี, มีอะไรบ้าง (มีมาก มีน้อย เท่าไร มีอย่างไร)

แบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)

รูปแบบข้อมูลที่บันทึก : พบ/ไม่พบ, มี/ไม่มี, มีอะไรบ้าง, มีอย่างไร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้เก็บข้อมูล

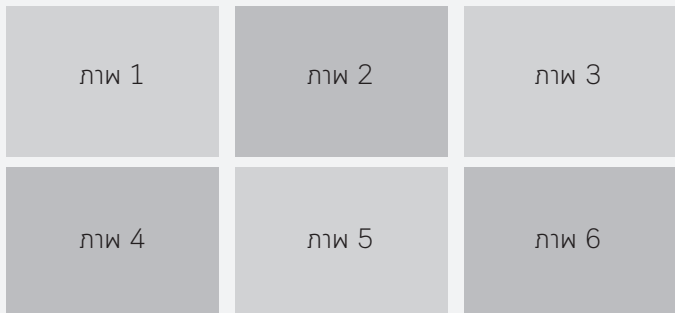
1. ชื่อ-นามสกุล ผู้บันทึกข้อมูลนี้ : _____
2. วันที่เก็บข้อมูลนี้ : _____ เวลาที่เก็บข้อมูลนี้ _____

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของสื่อที่เฝ้าระวัง

2. ข้อมูลของสื่อที่บันทึก
- 2.1 รูปแบบสื่อที่เฝ้าระวัง : [โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ สื่อสังคม]
- 2.2 ชื่อของสื่อ : [ชื่อยุทธศาสตร์ ชื่อช่องสถานี ชื่อคลื่นวิทยุ ชื่อหนังสือพิมพ์ ชื่อเว็บไซต์ หรือ ชื่อเพจ]
- 2.3 ลักษณะข้อมูล/เนื้อหาที่พบ (ตามตัวชี้วัด S,I,H,F,G)

	พบ/ไม่พบ - อย่างไร?
	S-sweepstakes (เสี่ยงโชค) (อธิบายรายละเอียดข้อมูล)
	I-information (ข้อมูลทั่วไป) (อธิบายรายละเอียดข้อมูล)
	H-handicap (อัตราต่อรอง) (อธิบายรายละเอียดข้อมูล)
	F-forecast (ทำนายผล) (อธิบายรายละเอียดข้อมูล)
	G-gambling (วิธีเล่นพนัน) (อธิบายรายละเอียดข้อมูล)

2.4 ภาพตัวอย่างข้อมูลที่พบ (บันทึกเป็นภาพ *.jpg)



2.5 ข้อมูลประกอบ (1) โดยสรุป (ข้อมูลเชิงปริมาณ/คุณภาพ)

- 2.5.1 ลิงก์/ยูอาร์แอล : _____
- 2.5.2 ไลน์ไอดี หรือ ไลน์แอด (ถ้ามี) : _____
- 2.5.3 ชื่อบัญชีธนาคาร (ถ้ามี) : _____
- 2.5.4 เลขที่บัญชีธนาคาร (ถ้ามี) : _____
- 2.5.5 เบอร์โทรศัพท์มือถือ (แอดมิน) : _____

2.6 ข้อมูลประกอบ (2) โดยสรุป (ข้อมูลเชิงปริมาณ/คุณภาพ)

- 2.6.1 โปรโมชันสมัครสมาชิก : (ราคา เงินแรกเข้า เครดิต เงินโบนัส ฯลฯ)
- 2.6.2 פרเซ็นเตอร์โฆษณาพนัน : (บันทึกค่า ดารา פרตตี้ นางแบบ คนดัง)
- 2.6.3 เกมการเล่นพนันที่พบ : (ฟุตบอล คาสีโน หว่ย ไพ่ วิดีโอเกม ฯลฯ)

แบบฟอร์มเขียนข้อมูล (Template)

รูปแบบข้อมูลที่บันทึก : พบอะไร อย่างไร ครอบคลุม ข้อมูล คัดแยก จัดกลุ่ม และสรุปจำนวน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้เขียนสรุปข้อมูล

1. ชื่อ-นามสกุล ผู้เขียนข้อมูลนี้ : _____
2. วันที่เขียนข้อมูลนี้ : _____ เวลาที่เขียนข้อมูลนี้ _____

ส่วนที่ 2 สรุปข้อมูล

2. ข้อมูลของสื่อที่บันทึก (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์)
- 2.1 รูปแบบสื่อที่เฝ้าระวัง : [โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ สื่อสังคม]
- 2.2 ประเภทสื่อ : [ชื่อยุทธศาสตร์ ชื่อช่องสถานี ชื่อคลื่นวิทยุ ชื่อหนังสือพิมพ์ ชื่อเว็บไซต์ หรือ ชื่อเพจ]
- 2.3 ลักษณะข้อมูล/เนื้อหาที่พบ (ตามตัวชี้วัด S,I,H,F,G)

	โดยสรุป (ข้อมูลเชิงปริมาณ/คุณภาพ)
	โทรทัศน์ (หากเฝ้าระวัง) (สรุปข้อมูล S,I,H,F,G มีเท่าไร (จำนวน, %))
	วิทยุ (หากเฝ้าระวัง) (สรุปข้อมูล S,I,H,F,G มีเท่าไร (จำนวน, %))
	หนังสือพิมพ์ (หากเฝ้าระวัง) (สรุปข้อมูล S,I,H,F,G มีเท่าไร (จำนวน, %))
	เว็บไซต์ (สรุปข้อมูล S,I,H,F,G มีเท่าไร (จำนวน, %))
	สื่อสังคม (เฟซบุ๊ก ยูทูปว ไลน์ ทวิตเตอร์) (สรุปข้อมูล S,I,H,F,G มีเท่าไร (จำนวน, %))

2.4 ภาพตัวอย่างข้อมูลที่พบ (บันทึกเป็นภาพ *.jpg) เลือกเฉพาะตัวอย่างสำคัญ



2.5 ข้อมูลสรุป (1) โดยสรุป (ข้อมูลเชิงปริมาณ/คุณภาพ)

- 2.5.1 ลิงก์/ยูอาร์แอล (ทั้งหมด) : _____
- 2.5.2 ไลน์ไอดี หรือ ไลน์แอด (ทั้งหมด) : _____
- 2.5.3 ชื่อบัญชีธนาคาร (ทั้งหมด) : _____
- 2.5.4 เลขที่บัญชีธนาคาร (ทั้งหมด) : _____
- 2.5.5 เบอร์โทรศัพท์มือถือ (ทั้งหมด) : _____

2.6 ข้อมูลสรุป (2) โดยสรุป (ข้อมูลเชิงปริมาณ/คุณภาพ)

- 2.6.1 โปรโมชันสมัครสมาชิก : (ราคา เงินแรกเข้า เครดิต เงินโบนัส ฯลฯ)
- 2.6.2 פרเซ็นเตอร์โฆษณาพนัน : (บันทึกค่า ดารา פרตตี้ นางแบบ คนดัง)
- 2.6.3 เกมการเล่นพนันที่พบ : (ฟุตบอล คาสีโน หว่ย ไพ่ วิดีโอเกม ฯลฯ)

“การเฝ้าระวังแจ้งเหตุการณ์โฆษณาพนันฟุตบอลออนไลน์ ผ่านสื่อออนไลน์และวิทยุโทรทัศน์” MEDIA MONITOR ON GAMBLING ADVERTISING DURING WORLD CUP 2018

“การเฝ้าระวังแจ้งเหตุการณ์โฆษณาพนันฟุตบอลออนไลน์ ผ่านสื่อออนไลน์และวิทยุโทรทัศน์” ฟุตบอลโลก 2018 ระหว่างวันที่ 14 มิ.ย. 61 - 15 ก.ค. 61 ที่ประเทศรัสเซีย ซึ่งประเทศไทย บริษัท ทรูวิชั่นส์ กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดอย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม ในช่วงการแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศนี้ สิ่งที่มาพร้อมกับ การแข่งขันคือการพนันเพื่อเพิ่มรรถรสในการรับชมและเสี่ยงโชคผ่านช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะการโฆษณาพนันฟุตบอลผ่านสื่อออนไลน์ จากการเฝ้าระวังสื่อออนไลน์ผ่าน **เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์และไลน์** ระหว่างวันที่ 21 มิ.ย. 61 - 11 ก.ค. 61 ด้วยการวิเคราะห์คำสำคัญ เช่น แทงบอล พนันบอลหรือที่เด็ดพิมพ์ในช่องค้นหาและเลือกผลการค้นหา เฉพาะบัญชีที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอลออนไลน์ในช่วงการแข่งขันฟุตบอลโลก 2018 ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ โดยแบ่งออกเป็น 5 รูปแบบ คือ (S) เชิญชวนเสี่ยงโชคชิงรางวัล, (I) ข้อมูลข่าวสารทั่วไป, (F) ข้อมูลการถ่ายทอดสด, (H) ข้อมูลอัตราต่อรอง และ (G) ข้อมูลช่องทางรับพนันผ่านช่องทางออนไลน์

จากการสำรวจ พบว่า มี 10 website วิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลที่มียอดการเข้าดูลำดับต้น ๆ (ตามผลการจัดลำดับ ของ truehit) มีเนื้อหาครบทั้งห้าประเภท แต่น่าสนใจ คือ มีการแปะโฆษณาแนะนำช่องทางเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ (G) และการเชิญชวนให้แอดไลน์ไอดี โดยอ้างว่า เป็นนักวิเคราะห์บอล เช่น **ผู้ที่ใช้ชื่อว่า ต... หรือ ปา...** เมื่อแอดไป ก็จะมีการให้ข้อมูลวิเคราะห์ผลบอล และเชิญชวนสมัคร เว็บไซต์พนันออนไลน์ โดยมีลักษณะเป็นการให้ข้อมูลลับ การเชิญชวนสมัครพนันออนไลน์

ยกตัวอย่างเว็บไซต์เล่นพนัน 20 อันดับที่แสดงผลค้นหาใน Google คือ sbobet, mm88th, sbobet24hr, sbobet888, sbobetstep, fifa555, UFABET, ufa007, sboibc888, betway88, bettingtop10, Maxbet.co, vegus69, sportonlinethai, mm88new, sbobet24hr, mm88rich, mm88bet, vegus567, zeanhot และ copa69 เป็นต้น

โดยในช่วงฟุตบอลโลก 2018 นี้ยังมีเว็บไซต์สื่อพนันอีกกว่า 150 เว็บไซต์ (ภาษาไทย) ที่มีเนื้อหาหรือส่วนเกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล ซึ่งในจำนวน 150 เว็บไซต์นี้ เจ้าของเว็บไซต์จะลงข้อมูลทั่วไปบรรยายการความพร้อมของทีมฟุตบอลต่าง ๆ (S) เชิญชวนเสี่ยงโชคชิงรางวัล (I) วิเคราะห์ทำนายผลบอล (F) หรือประกาศผลบอลหลังการแข่งขัน (H) รวมถึงช่องทางรับพนันผ่าน เบอร์โทรศัพท์หรือบัญชีไลน์ (G) ซึ่งเชิญชวนให้ผู้ใช้สนใจเปิดบัญชีธนาคารและรับรหัสสมาชิกที่ใช้สำหรับโอนเงินทางตรง เช่นเดียวกับ 10 website ยอดนิยม อย่างก็ตาม การสำรวจล่าสุดหลังจากยื่นข้อมูลให้กับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พบว่า มี 13 เว็บไซต์ ที่มีการถอดโฆษณาเชิญชวนเล่นพนันออนไลน์ออกไป

บัญชี Facebook

พบว่ามีประมาณ 50 บัญชี ที่มีการให้ข้อมูลโฆษณาชักชวนเล่นพนันซึ่งสามารถจำแนกได้เป็นเพจสาธารณะ 37 เพจ, กลุ่มสาธารณะ 2 กลุ่ม กลุ่มปิด 9 กลุ่มและบัญชีส่วนบุคคล 2 บัญชี โดยส่วนใหญ่มีกระบุช่องทางการเล่นพนันออนไลน์ว่า ให้ผู้ที่สนใจเล่นพนันบอลเพิ่มเพื่อนในบัญชีไลน์ ส่งข้อความหรือ Inbox มา หากต้องการเข้าร่วมกลุ่มเสี่ยงโชคหรือรับผลวิเคราะห์บอลที่รวดเร็วแม่นยำยิ่งขึ้น เช่น บัญชีส่วนบุคคลที่ใช้ชื่อว่า เซียน สายเกรียน ได้ชักชวนให้ผู้อ่านที่สนใจรับผลวิเคราะห์ฟุตบอลพิมพ์อักษร ร เรือ กิ่งไว้ด้วยข้อความที่บอกว่า “บอลไม่ได้เต็ม 100% เสมอไป ใครสนใจเข้ากลุ่ม VIP กด ร ไว้ ” โดยมีการตั้งค่าข้อความให้เป็นสาธารณะ

บัญชี Twitter

พบว่ามีประมาณ 32 บัญชี ที่ชักชวนให้เล่นพนันบอลออนไลน์ โดยใช้คำตรงตัว มี Link หรือช่องทางการติดต่อชัดเจน ทั้งนี้เนื้อหาบนทวิตเตอร์มักมีเนื้อหาชักชวนให้เปิดบัญชีสมาชิกผ่านโปรแกรมชักชวนต่างๆ อย่างไรก็ตาม ผู้รับพนันส่วนใหญ่จะไม่เปิดเผยตัวตนของตน แต่ผู้ที่สนใจเล่นพนันสามารถเข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะการใช้ Hashtag อย่างโจ่งแจ้ง ซึ่งนักพนัน หน้าใหม่และเก่าใช้เพื่อเข้าถึงช่องทางการเล่นพนัน ยกตัวอย่าง Hashtag ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดใน Twitter ได้แก่ #แทงบอล #แทงบอลออนไลน์ #พนันออนไลน์ #พนันบอล #บอล #บอลสด #คาสิโนออนไลน์ ซึ่งการติด Hashtag โฆษณาเชิญชวนเหล่านี้ช่วยให้ผู้ที่ต้องการเล่นพนันค้นหาได้ง่ายขึ้น ก่อนนำไปสู่บัญชีไลน์ ตามที่บัญชี Twitter นั้น ๆ ได้แปะช่องทางการติดต่อไว้ เช่น บัญชี @ISC88KICK ได้เขียนข้อความพร้อมติด Hashtag ว่า “#แทงบอลออนไลน์ รหัสส่วนลด KK88 #รับฟรี โบนัส 5% ทุกยอดฝาก #บอลโลก2018 #มวยไทย #มวย #ล็อตเตอรี่ #คาสิโน #ไท่ชน #บิงโป้แตก สมัครวันนี้รับฟรี 50% มีกิจกรรมแจกเครดิตฟรีทุกวันรหัสส่วนลด KK88 LINE ID : @ISC888VIP2 คลิก :<https://t.co/qoNky>”

Line ID

พบว่ามีมากกว่า 51 บัญชี ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการโฆษณาส่งเสริมกิจกรรมการเล่นพนันฟุตบอลหรือให้โปรแกรมชักชวนต่างๆ สำหรับสมาชิก โดยบัญชี ส่วนใหญ่มักเป็น Official Line ที่มีการตอบรับอัตโนมัติ สามารถโต้ตอบกับผู้เล่นพนันได้ โดยเนื้อหามักมีการ ชักชวนเพื่อให้สมัครสมาชิกหรือให้ข้อมูลรายละเอียดแก่ผู้เล่นหน้าใหม่ ทั้งนี้ ยอดผู้ติดตามที่แสดงให้เห็นใน หน้าบัญชี ก่อนกดเป็นสมาชิก ยังแสดงให้เห็นถึงปริมาณผู้ที่สนใจและต้องการข้อมูลที่สามารถเข้าถึง ผลวิเคราะห์และช่องทางการเล่นพนัน ได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์

นอกจากผู้เล่นจะสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจเล่นพนันผ่าน Line ได้แล้ว ในบรรดาสื่อออนไลน์ ทั้งหมด Line ยังเป็นสื่อกลางที่สำคัญที่สุดที่นำไปสู่การฝากถอนเงินและแจ้งผลการพนันบอลที่รวดเร็วกว่า Website Facebook หรือ Twitter

เช่น บัญชี **vg567** มีผู้ติดตาม 15,007 คน หรือ บัญชี **Vegus24hr/11** มีผู้ติดตาม 10,593 คน ทั้งสองบัญชีนี้มีวิธีการสอบถามผู้ที่สนใจเล่นพนันดังนี้ **หนึ่ง "คุณลูกค้ารู้จักเว็บของทางเราจากช่องทางไหนคะ 1.บอญู 2.ไลน์ ที่เด็ดล้มโต๊ะ 3.กูเกิ้ล 4.เพื่อนแนะนำ 5.โพสต์ในกลุ่มเฟสอื่นๆ 6.เฮียเปรี๊ยะ"** โดยเมื่อผู้เล่นพิมพ์ตอบกลับไปก็จะมีข้อความอื่น ๆ โต้ตอบ เช่น "รบกวนแจ้ง 1.ชื่อ-นามสกุล 2.เลขบัญชี ธนาคาร 3.เบอร์โทรกลับ 4.ID line *แจ้งรายละเอียดทั้งหมดก่อนสมัครด้วยนะคะ*" เป็นต้น

การวิเคราะห์ผล แปลผล และสรุปผล

ANALYSIS, INTERPRETATION AND CONCLUSION

การวิเคราะห์ผลการเฝ้าระวัง จะเน้นทำตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้แต่แรก (เช่น ไล่เรียงข้อที่ 1-2-3 ตอบคำถามสมมติฐาน (หากมี) ไปทีละข้อ หลังจากนั้น อาจจะมีขมวดผลการเฝ้าระวัง แจกแจงตามชนิดของสื่อ ประเภทของสื่อ หรือตามหน่วยการวัดแต่ละตัว ผ่านแผนภูมิ ตาราง ตัวเลข และเข้าสู่การสรุปผลสุดท้าย ซึ่งผู้วิจัยอาจประชุมกับทีมงาน เพื่อสังเคราะห์ประเด็นขึ้นมาใหม่ที่ได้จากการศึกษาที่น่าสนใจในมุมมองของผู้อ่าน

ประเด็นที่สามารถพัฒนาเป็นแนวทางในการสรุปผลการเฝ้าระวัง ได้แก่ ประเด็นเรื่อง ความถี่ มากน้อย เซึ่งปริมาณของสื่อพื้นที่พบ และประเด็นเชิงคุณภาพ เช่น เนื้อหา รูปแบบสื่อโฆษณาเชิญชวนการเล่นพนัน สถานที่ที่พบโฆษณาเหล่านี้ในโลกออนไลน์ หรือประเด็นเรื่องต้นตอเว็บไซต์พนัน กลุ่มทุนธุรกิจและประเทศต้นทางที่อยู่เบื้องหลังเว็บไซต์พนันเหล่านี้

รูปแบบการพนันออนไลน์ที่พบในสื่อมีอะไรบ้าง

อาจพบว่า

1. รูปแบบการพนันในออนไลน์ที่พบ คือ การวางเดิมพันแทงพนันผ่านผลการแข่งขันกีฬา (ฟุตบอล) หรือการแข่งขันวิดีโอเกม (อีสปอร์ต)
2. การพนันแบบแทงพนัน (gambling) เช่น ไพ่ รูเล็ต สล็อต เกม หรือ วงล้อหมุน ลูกเต๋า
3. การพนันส่วนมากเป็นการวางเดิมพัน (betting) โดยเฉพาะฟุตบอล เพราะเล่นง่าย ไม่จำกัด สุกกว่า

วิธีการสื่อสารโฆษณาให้น่าสนใจ ชักจูงมาเล่นพนัน

อาจพบว่า

1. วิธีการโฆษณาเว็บพนันออนไลน์ ฟุตบอลออนไลน์ที่พบมากที่สุด คือ แอดแบนเนอร์ที่แทรกตัวฝังลงในเว็บไซต์ประเภทหนึ่งออนไลน์ ข่าวสารบันเทิงออนไลน์ เว็บไซต์หรือเว็บท่าที่รวมข่าวสารบันเทิงแต่ละชิ้นทั้งเอาไว้
2. ลักษณะแถบโฆษณาออนไลน์ มักเป็นภาพเคลื่อนไหวหรือภาพนิ่งที่มีเนื้อหาเชิญมาสมัครสมาชิก โดยมีโปรโมชันเครดิตเงินที่เพิ่มเติมให้ในครั้งแรกเข้า และโฆษณาว่าเชื่อมั่นได้ เช่นสนุก เบิกถอนเงินได้จริง โอนไว และการันตียอดแทงยอดจ่ายเงินคืน และมักใช้ไลน์แอด (line@ หรือ line id) ในการติดต่อในขั้นแรกนำไปสู่เว็บพนัน
3. ภาพโฆษณาพนัน มักให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับช่องทางติดต่อเพื่อเข้าเล่นพนัน ผ่านรูปนางแบบสาวสวยหรือภาพนักเตะฟุตบอล



การพนันออนไลน์

การทดลองสมัคร เล่นพนัน และการได้เงินคืน

อาจพบว่า

1. การทดลองเข้าสมัครเล่นนั้น จะใช้ยูสเซอร์ หรืออีเมลในการลงทะเบียน จากนั้นก็ให้ข้อมูลบัญชีธนาคาร ชื่อบัญชีและโอนเงินเพื่อลงคำสั่งสมัครแรกเข้า ซึ่งจะโอนเป็นเครดิตที่ใช้ในการแทงพนันหรือวางเดิมพัน
2. เงินขั้นต่ำของการสมัครเล่นพนันออนไลน์นั้น แตกต่างกันไป แต่โดยมากมักเริ่มต้นที่หลัก 300 บาทขึ้นไป และการแทงก็ไม่ขึ้นต่ำในแต่ละครั้ง ขึ้นอยู่กับเกมที่เล่นและแต่ละเว็บไซต์ที่ให้บริการ การแทงพนันก็กระทำผ่านตัวโปรแกรมเกมที่เล่นเป็นแบบเสมือนจริง เมื่อแทงพนันจนหมด ก็จะใช้วิธีการโอนเงินผ่านบัญชี และหรือแอปพลิเคชันของธนาคารนั้นๆ เข้าบัญชีเจ้ามือเมื่อเมื่อเติมเงินเสร็จ ต้องแจ้งสลิป/หรือยอดเงินไปทางแอดมิน(หรือเอเยนต์) ว่าโอนเข้าไปแล้วเท่าไร จากนั้นเงินที่เติมเข้าบัญชีเจ้ามือ ก็จะเปลี่ยนมาเป็นยอดเครดิต (เงินสด เพชร เหรียญ ทองสมมติ)
3. การได้เงินคืนหลังจากแทง ก็จะเป็นยอดเงินที่โอนเข้ามาในบัญชีเสมือนจริงในเกม ส่วนการถอนเงินจากเกมออกมาเป็นเงินจริงนั้น จะทำได้ก็ต่อเมื่อโอนเงินจำนวนเท่ากันลงไปในระบบเครดิต จึงจะถอนเงินออกมาได้

ระดับของเนื้อหาโฆษณาพนันที่พบในแต่ละช่องทางสื่อ

อาจพบว่า

1. เว็บไซต์พนันออนไลน์ส่วนมาก พบเจอเนื้อหาการโฆษณาพนัน ในระดับที่น่าไปใช้ในการพนันได้เลยทันที เช่น ข้อมูลอัตราต่อรอง เกมที่เล่น บัญชีโอนเงิน หรือ ช่องทางการติดต่อสมัครสมาชิก แต่หากเป็นเว็บไซต์ข่าวสารกีฬา มักเป็นการให้ข้อมูลทั่วไปของเกมการแข่งขัน อัตราต่อรอง แต่จะไม่ให้ข้อมูลเรื่องการเล่น-วางเดิมพัน แทงพนันโดยตรง แต่จะผ่านการคลิกเข้าสู่การเล่นพนันออนไลน์ที่ลิงก์โฆษณาที่แฝงตัววางแสดงในเว็บไซต์นั้นๆ โดยตรง ซึ่งทำให้ทราบเว็บไซต์เหล่านั้นก็มีสปอนเซอร์จากเว็บพนันและใช้หน้าเว็บของตัวเองเป็นเสมือนหน้าร้านต้อนรับคนเข้าสู่การเล่นพนันออนไลน์
2. การโฆษณาที่พบ มีทั้งพบในเว็บไซต์ข่าวทั่วไป สืบค้นได้จากการค้นหาในเสิร์ชเอนจินเช่นกูเกิล และเมื่อหาที่ชัดเจนว่าต้องการให้มาเล่นพนันออนไลน์ โฆษณาส่วนมากเป็นการสื่อสารเพื่อให้เห็นแบบสมัครเป็นสมาชิก นอกจากนั้นยังพบว่าการใช้โฆษณาจะใช้เซียนบอล นักข่าว นักพากย์มาเป็นคนชักชวนด้วย

เจ้าของเว็บพนันใช้เกมการเล่นกีฬา/เกมพนันใดบ้าง

อาจพบว่า

1. ฟุตบอลโลก หรือ ฟุตบอลลีกต่างประเทศ เป็นเกมการพนันที่มักพบโฆษณาเชิญชวนมากที่สุด รองลงมาคือคาสิโนออนไลน์
2. คาสิโนออนไลน์ หรือ บ่อนออนไลน์ มักเชื่อมโยงกับเว็บไซต์และต้องสมัครสมาชิกและมีเครดิตหรือวงเงินก่อนเข้าเล่นได้
3. อีสปอร์ต ก็เป็นตัวเกมใหม่ที่เริ่มเข้ามาเป็นที่นิยม เกมพนันออนไลน์อื่นๆ ที่คนมักเล่น มักเป็นเกมแทงพนันอื่นๆ ง่ายๆ ไม่ซับซ้อน ซึ่งเล่นได้ทั้งผ่านหน้าเว็บ หรือ ผ่านแอปพลิเคชันที่เจ้าของเว็บสร้างเกมขึ้นขึ้นมาเพื่อให้บริการโดยตรง และผู้เล่นจะไม่รู้จักเจ้าของบ่อนออนไลน์ แต่เล่นผ่านระบบ/เอเยนต์อีกด้วย

รูปแบบการสมัครสมาชิกเข้าสู่เว็บพนันบอลออนไลน์

อาจพบว่า

1. ผู้เล่นพนันจะต้องสมัครสมาชิกผ่านช่องทางที่เจ้ามือกำหนด เช่น หน้าเว็บไซต์ หรือ ผ่านทางเอเยนต์ ในไลน์แอดหรือไลน์ไอดี (บัญชีสื่อสังคมออนไลน์ กว่า 90% ของทุกเว็บจะต้องมี เพื่อใช้ในการพูดคุย สอบถาม และแจ้งธุรกรรมทางการเงินแก่ตัวแทน)
2. การสมัครมักกระทำผ่านมือถือ หรือคอมพิวเตอร์ ด้วยการใช้อีเมล หรือ เบอร์โทรศัพท์ หรือ ไลน์ไอดีส่วนตัวของผู้เล่น และมีเลขที่บัญชีธนาคารผูกเข้ากับบัญชีของผู้เล่นในระบบ
3. การโฆษณารับสมัครนักเล่นพนันรายใหม่ มักมีโปรโมชัน เช่น สมัคร 300 เดิมเครดิตให้อีกเท่าตัว หรือยังเติมเงินเข้าระบบมาก ก็จะได้รับเครดิตพิเศษเพิ่มอีกมากขึ้น

ฟรีเซ็นเตอร์ บุคลากรในวงการที่เกี่ยวข้องกับพนัน

อาจพบว่า

1. ฟรีดี นางแบบเซ็กซี่ จะปรากฏในสื่อโฆษณาเชิญชวนเล่นพนันมากที่สุด รองลงมา คือ ภาพนักฟุตบอลมีชื่อเสียงของต่างประเทศ และ อาจมีนักข่าว เซียนพนัน นักพากย์ด้วย
2. ฟรีดี นางแบบเซ็กซี่จะถูกใช้มากที่สุด ทั้งแบบภาพนิ่ง และการใช้เฟสบุ๊คไลฟ์สดในลักษณะว่าหว้าววาม พุดจาชักชวนคนดูมาสนใจเริ่ดร้างและนำเนื้อหาเข้าสู่การสมัครสมาชิกเว็บไซต์พนัน
3. เอเยนต์ หรือ แอดมิน จะเป็นบุคคลที่ผู้เล่นพนันไม่สามารถเห็นหน้า หรือรู้จักชื่อเสียงเรียงนามได้จริงเลย ขณะที่ฟรีเซ็นเตอร์จะทำหน้าที่กวาดต้อนนักเล่นพนันรายใหม่เข้าระบบสมาชิกให้มาก
4. บางครั้ง อาจพบว่า ภาพดาราร หรือนักกีฬา มักถูกแอบอ้างเอามาใช้ในการโฆษณาโปรโมทเว็บพนันบอลออนไลน์ และการใช้บัญชีเฟสบุ๊ค หรือ ทวิตเตอร์ หรือไลน์ ในการพูดคุยติดต่อกับเจ้าตัวว่าโปรเด็ด หรือ ข้อมูลเด็ดที่จะแทงพนันแล้วชนะได้เงินแน่นอน
5. ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ หรือ เน็ตไอดอล ที่มีความนิยมมักใช้ชื่อบัญชีของตัวเอง (หรือถูกจ้าง) ให้โพสต์ข้อความในเฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ พร้อมกับระบุลิงก์ หรือ ชื่อเว็บไซต์นำพาผู้คนไปที่เว็บพนันโดยตรงเช่นกัน หรือให้สมัครสมาชิกกับเว็บพนัน

“การเฝ้าระวังแจ้งเหตุการณ์โฆษณาพนันฟุตบอลออนไลน์ ผ่านสื่อออนไลน์และวิทยุโทรทัศน์” MEDIA MONITOR ON GAMBLING ADVERTISING DURING WORLD CUP 2018

ข้อสรุป

การเฝ้าระวังสื่อออนไลน์ผ่าน Website, Facebook, Twitter และ Line ระหว่างวันที่ 21 มิ.ย. 61 - 11 ก.ค 61 พบข้อสังเกตดังนี้

1. บัญชี เฟซบุ๊ก และ ทวิตเตอร์ เปรียบเสมือนเป็นเพียงหน้าร้านที่ให้ข้อมูลเชิญชวนผ่านรูปภาพ หรือคำโฆษณาและชี้ช่องทางการเล่นพนันออนไลน์ต่อไปยัง Line หรือ Website อื่น ๆ ที่เป็นผู้สนับสนุนและผู้รับเล่นพนันอยู่ปลายทาง ซึ่งมักมี URL ดังนี้ ufa***, m88**, sbobet***, fifa*** หรือ vegas*** เป็นต้น

2. สื่อออนไลน์ เช่นเฟซบุ๊กมักมีช่องทางหรือหน้าร้านอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกันและมีการกระจายความเสี่ยงที่จะถูกปิดบัญชีไว้เป็นอย่างดี เช่น เพจกว่าแล้วมันต้องยิง ที่มีมากกว่า 10 เพจบน Facebook โดยมีบางเพจที่ใช้ชื่อซ้ำกันหรือต่างกันเล็กน้อย เช่น เพจที่ใช้ชื่อว่า กว่าแล้ว มันต้องยิง v2 ที่มีถึง 3 เพจและเพจกว่าแล้ว มันต้องยิง v3 เป็นต้น ทั้ง ๆ ที่เนื้อหาในเพจนั้นมีลักษณะเดียวกัน

3. การชำระเงินเพื่อเล่นการพนันออนไลน์ภายหลังเข้าชมเว็บไซต์ หรือเป็นสมาชิกไลน์ ตามที่มีการแนะนำบนสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ พบว่ามักเชิญชวนผู้สนใจให้เปิดบัญชีและทำธุรกรรมผ่านธนาคาร เช่น ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรและธนาคารไทยพาณิชย์ รองลงมาจึงเป็นการทำธุรกรรมผ่าน True Wallet ทั้งนี้ การทำธุรกรรมพนันบอลออนไลน์ซึ่งสามารถเข้าถึง ข้อมูลบัญชีในการฝากถอนได้ผ่านไลน์ เป็นส่วนใหญ่ นี้ มักมีช่องทางหรือตัวเลือกในการทำธุรกรรม ระหว่างผู้รับพนันและผู้เล่นที่หลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น Official Line ที่ชื่อว่า Omg918 พบว่า เมื่อผู้เล่นทดลองพิมพ์ไปในระบบว่า สามารถสมัครได้อย่างไร ระบบจะตอบอัตโนมัติกลับมาให้ผู้เล่นเลือกช่องทางการสมัคร ทั้งนี้ เมื่อตอบกลับไปแล้วว่าต้องการสมัครด้วยวิธีการเติมเงิน ระบบจะตอบกลับโดยบอกขั้นตอนและวิธีการอย่างละเอียดโดยไม่มีการปกปิดชื่อเจ้าของบัญชี ตัวอย่างข้อความที่ได้รับกลับมา ผลการศึกษายังพบว่าการใช้โฆษณาและให้ข้อมูลชี้ช่องทางการเล่นบางครั้งมีการหลีกเลี่ยงการใช้คำว่า พนัน โดยเลี่ยงไปใช้คำอื่นอันเป็นที่รู้จักในกลุ่มเฉพาะเช่นกีฬาออนไลน์ หรือการใช้ช่องทางการเล่นพนันลงบนรูปภาพประกอบคำบรรยายแทนการบรรยายภาพผ่านข้อความ **ทีเด็ดวีไอพี** ซึ่งส่งผลให้การเฝ้าระวังการโฆษณาพนันฟุตบอลออนไลน์ผ่านการพิมพ์คำสำคัญลงในช่องค้นหาไม่เพียงพอ

การนำเสนอรายงานต่อสาธารณะและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง REPORT AND PUBLICATION



หลังเสร็จสิ้นการจัดทำรายงาน และการแถลงข่าวแล้ว กระบวนการต่อไป คือ การนำเสนอรายงานการเฝ้าระวังฉบับสมบูรณ์ พร้อมข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อ การแก้ไขปัญหา ไปสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทาง เช่น

1. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
3. กระทรวงการพัฒนาความมั่นคงของมนุษย์
4. กระทรวงศึกษาธิการ
5. กระทรวงวัฒนธรรม
6. คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
7. สภาวิชาชีพสื่อมวลชน เช่น สมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย หรือ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ควรกล่าวถึง

- (1) รัฐควรควาระ แก้ไขปัญหา "การควบคุมพนัน" ให้เป็นวาระแห่งชาติเร่งด่วน และมีการบูรณาการคณะทำงานแก้ไขปัญหาพนันในระดับชาติ เป็นกลไกถาวร ที่มีทรัพยากรสนับสนุนภารกิจพร้อม
- (2) ควรมีมาตรการเฉพาะกิจที่เป็นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่มีหน้าที่ปิดกั้นเว็บไซต์และสื่อพนันออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพเร่งด่วน ปิดกั้นได้โดยง่าย โดยเร็วและถูกต้อง
- (3) ในระหว่างองค์กรวิชาชีพสื่อ สมาคม ตัวแทนบริษัทและผู้ประกอบการ ควรรับรู้ปัญหาและเร่งหามาตรการปิดกั้นเว็บไซต์ และการเข้าถึงข้อมูลเว็บไซต์พนันนี้ รวมทั้งไม่มีการให้พื้นที่โฆษณาเว็บไซต์พนันเหล่านี้ทั้งหมดในประเทศไทย
- (4) หน่วยงานด้านการปราบปราม ควรเร่งดำเนินการสืบสวนในทางลึก ขยายผลจากการเฝ้าระวังเว็บไซต์และสื่อพนันนี้ ไปจับกุมและทำลายแหล่งต้นตอ นายทุน ธุรกิจพนันที่ผิดกฎหมายเหล่านี้อย่างเข้มงวด แข็งขัน
- (5) ควรมีการปรับปรุงกฎหมายการพนันในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต สื่อสังคม และปรับโทษให้มากขึ้นตามสภาพปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะต่อส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการพนัน ONLINE GAMBLING STAKEHOLDER

- (1) ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการการพนันแห่งชาติ เพื่อแก้ไขปัญหาการพนันในระดับยุทธศาสตร์ชาติ และการบูรณาการกลไกหน่วยงาน รัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน ปราบปราม และลดผลกระทบปัญหาพนันในเด็กและเยาวชนเป็นการเร่งด่วน** เนื่องจากข้อเท็จจริงทั้ง จากงานวิจัย งานสำรวจ ในระยะ 10 ปีหลังพบว่า สื่อเว็บไซต์พนันมีมากขึ้น และแพร่กระจายจากสื่อเว็บไซต์ออนไลน์ลงสู่การโฆษณา ในพื้นที่สื่อสังคม เพจส่วนตัว กลุ่มลับ กลุ่มสาธารณะและผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์มากขึ้นที่ผันตัวมาเป็นพรีเซ็นเตอร์เว็บไซต์พนันบอล
- (2) การเฝ้าระวังสื่อเกี่ยวกับการพนันออนไลน์ สามารถกระทำและเฝ้าระวังได้ตลอดทั้งปี ไม่จำเป็นเฉพาะในช่วงเทศกาลมหกรรมกีฬา ควรมีการกำหนดให้กลไกการเฝ้าระวังนี้ เชื่อมโยงกับคณะกรรมการระดับชาติที่บูรณาการภารกิจจากทุกส่วนเข้าไว้ด้วยกันเป็นการถือการ อาจพัฒนากลไกการเฝ้าระวังนี้ เชื่อมโยงกับการสนับสนุนกิจกรรมไปที่สภาเด็กและเยาวชน หรือ เครือข่ายเฝ้าระวังปัญหาพนัน เพื่อให้มีการ จัดทำฐานข้อมูลการเฝ้าระวังเว็บไซต์และสื่อพนันทุกปี**
- (3) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงเศรษฐกิจและดิจิทัลเพื่อสังคม และ กระทรวงศึกษาธิการ รวมถึงกระทรวงการพัฒนาความ มั่นคงของมนุษย์** ซึ่งเป็นหน่วยงานหลัก ที่ทำงานด้านการป้องกัน ปราบปราม แก้ไขปัญหาการพนันออนไลน์ ที่มีเด็กและเยาวชนเกี่ยวข้อง โดยตรง ควรเร่งหามาตรการปิดกั้นเว็บไซต์พนันออนไลน์ ป้องกันการเข้าถึงทั้งจากภายในประเทศ และ ร่วมมือกับโอเปอเรเตอร์ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างๆ เร่งปิดกั้นเว็บไซต์ และห้ามการทำธุรกรรมทางการเงินกับเว็บไซต์และเครือ ข่ายธุรกิจพนันออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย
- (4) ควรมีการออกกฎหมาย ข้อประกาศ กำหนดในระดับกระทรวง เกี่ยวกับการโฆษณาพนัน เว็บพนัน ที่เป็นมาตรการชัดเจนในการ ป้องกัน และปราบปราม เว็บไซต์พนัน** และมีการกำหนดมาตรการร่วมกันเพื่อเป็นกลไกบูรณาการปิดกั้นเว็บไซต์โดยใช้มาตรฐานการปฏิบัติงาน เดียวกันทุกหน่วยงาน
- (5) รัฐบาล ควรมีการทำข้อตกลงความร่วมมือ กับองค์กรวิชาชีพสื่อ สมาคมผู้ดูแลเว็บไซต์แห่งประเทศไทย และตัวแทนเอเจนซีโฆษณา ออนไลน์ และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ตัวแทนบริษัทสื่อต่างชาติในประเทศไทย** เช่น กูเกิล เฟซบุ๊ก ไลน์ ในการร่วมกันปิดกั้นการเข้าถึง สื่อเว็บไซต์ หรือเพจ บัญชี ที่มีเนื้อหาชักชวนประชาชนเข้าสู่การเล่นพนันออนไลน์
- (6) ควรมีการจัดทำหรือพัฒนาหลักสูตรความรู้เท่าทันสื่อ-เท่าทันพนันออนไลน์ในโรงเรียน (Gambling & Media Literacy)** ทั้งในระดับผู้เรียน (นักเรียน เด็ก เยาวชน) ผู้สอน (เช่น ครู ผู้บริหารสถานศึกษา) และระดับผู้ปฏิบัติงานสนับสนุน สร้างองค์ความรู้ ให้กับผู้ปฏิบัติงานทุกระดับให้เท่าทันสถานการณ์และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปและธุรกิจการพนันที่ย้ายไปสู่อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม

ดาวน์โหลดคู่มือฉบับออนไลน์ ได้ที่
<https://bit.ly/2TOmb0X>



ศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน
มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ

ที่อยู่ : เลขที่ 1168 ซอยพหลโยธิน 22 ถ.พหลโยธิน แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0-2511-5855 โทรสาร 0-2939-2122 Email : icgp@thainhf.org
Facebook : เครือข่ายนโยบายสาธารณะเพื่อลดปัญหาจากการพนัน
<https://www.facebook.com/ICGCP/>

