

37.9 % นิว นอร์มอล (New Normal) อยู่นาน 1 ปี

68.4% มาตรการผ่อนปรนจะทำให้เกิด นิว นอร์มอล (New Normal) อีก

ศูนย์สำรวจความคิดเห็นบ้านสมเด็จโพลล์ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้ดำเนินโครงการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) โดยเก็บจากกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สมุทรสาคร ตรัง ชลบุรี ภูเก็ต ราชบุรี จำนวนทั้งสิ้น 1,112 กลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลในวันที่ 18 – 21 พฤษภาคม 2563 กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้ใช้เกณฑ์ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane กำหนดว่า ประชากรเกิน 100,000 คนต้องการความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 3% ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,111 กลุ่มตัวอย่าง

ผลการสำรวจในครั้งนี้ศูนย์สำรวจความคิดเห็นบ้านสมเด็จโพลล์ต่อความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของคนในสังคมเป็นอย่างมาก จากการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อโรคโควิด-19 การสวมหน้ากากอนามัยของผู้คนในสังคมในอดีตคือผู้ป่วย แต่ในปัจจุบันกลายเป็นเรื่องปกติของคนในสังคม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมในครั้งนี้มีการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่แทนการนั่งทานในร้าน การทำงานที่บ้าน (Work From Home) / การเรียนการสอนออนไลน์ การซื้อสินค้าจากออกไปซื้อข้างนอกกลายเป็นซื้อทางออนไลน์ การลดการใช้จ่ายในสิ่งของฟุ่มเฟือย ซึ่งมีการกำหนดว่าในปี 2563 นั้นทำให้เกิดความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่ หรือ นิว นอร์มอล (New Normal) ของคนในสังคม การสำรวจในครั้งนี้เน้นไปที่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมและมาตรการผ่อนปรนระยะที่ 1 และ มาตรการผ่อนปรนระยะที่ 2 จะทำให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมไปอย่างไร โดยมีข้อมูลที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม หรือความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) ร้อยละ 84.2 และคิดว่ามาตรการผ่อนปรนระยะที่ 1 และ มาตรการผ่อนปรนระยะที่ 2 จะทำให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม หรือความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) ร้อยละ 68.4

โดยคิดว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมมากที่สุด ของความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) อันดับหนึ่งคือ หน้ากากอนามัยและเจลล้างมือกลายเป็นอุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้ ร้อยละ 48.3 อันดับสองคือ การทำงานที่บ้าน (Work From Home) / การเรียนการสอนออนไลน์ ร้อยละ 17 อันดับสามคือ การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ร้อยละ 14.6 อันดับสี่คือ การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่แทนการนั่งทานในร้าน ร้อยละ 11 อันดับห้าคือ การซื้อ

สินค้าจากออกไปซื้อข้างนอกกลายเป็นช่องทางออนไลน์ ร้อยละ 6.4 และอันดับสุดท้ายคือ การลดการใช้  
จ่ายในสิ่งของฟุ่มเฟือย ร้อยละ 2.6

และคิดว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม น้อยที่สุด ของความปกติใหม่, ฐานวิถี  
ชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) อันดับหนึ่งคือ การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social  
Distancing) ร้อยละ 22.5 อันดับสองคือ การลดการใช้จ่ายในสิ่งของฟุ่มเฟือย ร้อยละ 20.5 อันดับสาม  
คือ การซื้อสินค้าจากออกไปซื้อข้างนอกกลายเป็นช่องทางออนไลน์ ร้อยละ 19.3 อันดับสี่คือ หน้ากาก  
อนามัยและเจลล้างมือกลายเป็นอุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้ ร้อยละ 12.9 อันดับห้าคือ การทำงานที่บ้าน  
(Work From Home) / การเรียนการสอนออนไลน์ ร้อยละ 12.8 และอันดับสุดท้ายคือ การสั่งอาหาร  
แบบเดลิเวอรี่แทนการนั่งทานในร้าน ร้อยละ 12.1

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม หรือความปกติใหม่,  
ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) จะมีความต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 1 ปี มากที่สุด ร้อย  
ละ 37.9 รองลงมาคือเกิน 1 ปี ร้อยละ 35.7 และไม่ถึง 1 ปี ร้อยละ 26.3

อยากให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม หรือความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่,  
นิว นอร์มอล (New Normal) มากที่สุดอันดับหนึ่งคือ หน้ากากอนามัยและเจลล้างมือกลายเป็น  
อุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้ ร้อยละ 33.5 อันดับสองคือ การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ร้อย  
ละ 22.5 อันดับสามคือ การทำงานที่บ้าน (Work From Home) / การเรียนการสอนออนไลน์ ร้อยละ  
13.7 อันดับสี่คือ การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่แทนการนั่งทานในร้าน ร้อยละ 11.3 อันดับห้าคือ การซื้อ  
สินค้าจากออกไปซื้อข้างนอกกลายเป็นช่องทางออนไลน์ ร้อยละ 10.3 และอันดับสุดท้ายคือ การลดการ  
ใช้จ่ายในสิ่งของฟุ่มเฟือย ร้อยละ 8.5

#### ส่วนที่ 1 ความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal)

1. ท่านคิดว่าโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนใน  
สังคม หรือความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) ใช่หรือไม่  

|          |             |
|----------|-------------|
| ใช่      | ร้อยละ 84.2 |
| ไม่ใช่   | ร้อยละ 6.6  |
| ไม่แน่ใจ | ร้อยละ 9.3  |
2. ท่านคิดว่ามาตรการผ่อนปรนระยะที่ 1 และ มาตรการผ่อนปรนระยะที่ 2 จะทำให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม  
ของคนในสังคม หรือความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) ที่เปลี่ยนไปหรือไม่  
เปลี่ยนพฤติกรรม ร้อยละ 68.4

- |                    |             |
|--------------------|-------------|
| ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม | ร้อยละ 17.8 |
| ไม่แน่ใจ           | ร้อยละ 13.8 |
3. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม หรือความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) ในด้านใดมากที่สุด
- |  |             |
|--|-------------|
| หน้ากากอนามัยและเจลล้างมือกลายเป็นอุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้    | ร้อยละ 48.3 |
| การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)              | ร้อยละ 14.6 |
| การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่แทนการนั่งทานในร้าน             | ร้อยละ 11   |
| การทำงานที่บ้าน (Work From Home) / การเรียนการสอนออนไลน์ | ร้อยละ 17   |
| การซื้อสินค้าจากออกไปซื้อข้างนอกกลายเป็นซื้อทางออนไลน์   | ร้อยละ 6.4  |
| การลดการใช้จ่ายในสิ่งของฟุ่มเฟือย                        | ร้อยละ 2.6  |
4. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม หรือ ความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) ในด้านใดน้อยที่สุด
- |  |             |
|--|-------------|
| หน้ากากอนามัยและเจลล้างมือกลายเป็นอุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้    | ร้อยละ 12.9 |
| การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)              | ร้อยละ 22.5 |
| การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่แทนการนั่งทานในร้าน             | ร้อยละ 12.1 |
| การทำงานที่บ้าน (Work From Home) / การเรียนการสอนออนไลน์ | ร้อยละ 12.8 |
| การซื้อสินค้าจากออกไปซื้อข้างนอกกลายเป็นซื้อทางออนไลน์   | ร้อยละ 19.3 |
| การลดการใช้จ่ายในสิ่งของฟุ่มเฟือย                        | ร้อยละ 20.5 |
5. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม หรือความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) จะมีความต่อเนื่องเป็นระยะเวลาเท่าใด
- |             |             |
|-------------|-------------|
| ไม่ถึง 1 ปี | ร้อยละ 26.3 |
| 1 ปี        | ร้อยละ 37.9 |
| เกิน 1 ปี   | ร้อยละ 35.7 |
6. ท่านอยากให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม หรือความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่, นิว นอร์มอล (New Normal) ในด้านใดมากที่สุด
- |  |             |
|--|-------------|
| หน้ากากอนามัยและเจลล้างมือกลายเป็นอุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้    | ร้อยละ 33.5 |
| การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing)              | ร้อยละ 22.5 |
| การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่แทนการนั่งทานในร้าน             | ร้อยละ 11.3 |
| การทำงานที่บ้าน (Work From Home) / การเรียนการสอนออนไลน์ | ร้อยละ 13.7 |
| การซื้อสินค้าจากออกไปซื้อข้างนอกกลายเป็นซื้อทางออนไลน์   | ร้อยละ 10.3 |
| การลดการใช้จ่ายในสิ่งของฟุ่มเฟือย                        | ร้อยละ 8.5  |

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

|          |  |             |               |             |
|----------|--|-------------|---------------|-------------|
| 1. เพศ   | ชาย  | ร้อยละ 47.9 | หญิง          | ร้อยละ 52.1 |
| 2. อายุ  | ต่ำกว่า 20 ปี                              | ร้อยละ 10.3 | 20 – 25 ปี    | ร้อยละ 17.3 |
|          | 26 – 30 ปี                                 | ร้อยละ 14.4 | 31 – 35 ปี    | ร้อยละ 17.4 |
|          | 36 – 40 ปี                                 | ร้อยละ 14.7 | 41 - 45 ปี    | ร้อยละ 10.8 |
|          | 46 - 50 ปี                                 | ร้อยละ 7.6  | มากกว่า 50 ปี | ร้อยละ 7.5  |
| 3. อาชีพ | นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา                |             |               | ร้อยละ 20.4 |
|          | ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |             |               | ร้อยละ 9.5  |
|          | พนักงานบริษัทเอกชน                         |             |               | ร้อยละ 20.1 |
|          | นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการส่วนตัว             |             |               | ร้อยละ 14.7 |
|          | แม่บ้าน/พอบ้าน                             |             |               | ร้อยละ 11.2 |
|          | รับจ้างทั่วไป                              |             |               | ร้อยละ 17.7 |
|          | เกษตรกร                                    |             |               | ร้อยละ 4.4  |
| อื่นๆ    |  |             | ร้อยละ 2      |             |