

กลยุทธ์การสื่อสาร "โครงการรณรงค์ปลอดเหล้า" ของสำนักงาน  
กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ปี 2549

นางสาวกาญจนาต อุคมสุข

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2549  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION STRATEGIES OF “FRESHY ANTI-ALCOHOL 2006”  
PROJECT SPONSORED BY THE THAI HEALTH PROMOTION FOUNDATION  
(THAI HEALTH)

Miss Kanchanat Udomsook

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University

492057



กาญจนาถ อุดมสุข : กลยุทธ์การสื่อสาร “โครงการรณรงค์ปลอดเหล้า” ของสำนักงาน  
กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ปี 2549 COMMUNICATION  
STRATEGIES OF “FRESHY- ANTI ALCOHOL 2006” PROJECT SPONSORED BY  
THE THAI HEALTH PROMOTION FOUNDATION (THAI HEALTH)  
อ.ที่ปรึกษา : รศ.อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์, 145 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของ “โครงการรณรงค์ปลอดเหล้าปี 2549”  
สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่างแบบ  
เฉพาะเจาะจงจำนวน 21 คน การวิเคราะห์เอกสาร และการร่วมสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในงานถอดบทเรียนของ  
สสส. ผลการวิจัยพบว่า

1. โครงการรณรงค์ปลอดเหล้า ใช้แนวคิดแบบ counter balance ที่ส่งเสริมให้นิสิตนักศึกษาคิดสร้างสรรค์  
กิจกรรมรณรงค์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารณรงค์ และกลยุทธ์การสื่อสาร  
แบบมีส่วนร่วมมาเป็นหลักในการดำเนินการของโครงการ ซึ่งช่วงแรกสสส. ใช้สื่อมวลชนสื่อสารโครงการในวงกว้าง  
ด้วยการออกสปอตรณรงค์ และขอความร่วมมือกับบริษัทแกรมมี่ จำกัด (มหาชน) แต่งเพลงที่เกี่ยวกับการรณรงค์ใหม่  
ออกเผยแพร่เพื่อกระตุ้นให้นิสิตนักศึกษาเข้าร่วมโครงการ จากนั้นใช้สื่อบุคคลโดยร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรงดเหล้า  
ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มเยาวชนลงพื้นที่สื่อสารไปยังสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ ส่วนกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม  
สสส. วางเงื่อนไขกับนิสิตนักศึกษาผู้เข้าร่วมโครงการ ให้มีการสำรวจแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่มมึนเมารอบมหาวิทยาลัย  
สารที่ใช้เน้นสารเชิงบวก ใช้ถ้อยคำที่สะดุดหูเพื่อให้เข้าถึงจิตใจวัยรุ่น ประกอบกับใช้สื่อเฉพาะกิจ อาทิ แบนเนอร์ ป้าย  
แขวนคอ เสื้อ ผ้าพันคอ ฯลฯ ที่มีสัญลักษณ์และสีสันดึงดูดใจเข้ามาเสริม นอกจากนี้ยังมีสื่ออินเทอร์เน็ต คือเว็บไซต์  
ของสสส. และเครือข่ายเชิงชวนอีกทางหนึ่ง ส่วนสื่อกิจกรรม สสส. จัดงานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ และเมื่อสิ้นสุด  
โครงการมีการประเมินผลกิจกรรมด้วยงานถอดบทเรียนโครงการรณรงค์ปลอดเหล้าที่จัดขึ้นในทุกภูมิภาคเพื่อประเมิน  
ความสำเร็จ รับผิดชอบต่อปัญหาและอุปสรรคเพื่อนำมาปรับใช้ในปต่อไป ทั้งหมดนี้เป็นกลยุทธ์การสื่อสารในโครงการที่  
ดำเนินไปควบคู่กับการผลักดันด้านนโยบายทางสังคม

2. แนวทางการสื่อสารเพื่อลดค่านิยมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนิสิตนักศึกษา พบว่า สสส. ใช้ 4 กลยุทธ์  
ที่สำคัญ ได้แก่ การใช้ช่วงเวลา 4 ปีในระดับอุดมศึกษาเพื่อตัดวงจรนักดื่มรุ่นเก่า การสร้างต้นแบบโครงการรณรงค์  
ปลอดเหล้าดีเด่นระดับภูมิภาคและระดับประเทศเป็นตัวอย่างแก่สถาบันอื่น การสกัดกั้นแหล่งจำหน่ายเครื่องดื่ม  
มึนเมารอบมหาวิทยาลัย และการผลักดันนโยบายทางสังคมควบคู่ไปกับการรณรงค์

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....

ลายมือชื่อนิสิต..... 

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ปีการศึกษา 2549.....

## 4885206928 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

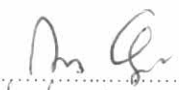

KEY WORD: COMMUNICATION STRATEGIES / ALCOHOL DRINKING / VALUES / STUDENT

KANCHANAT UDOMSOOK: COMMUNICATION STRATEGIES OF "FRESHY ANTI ALCOHAL 2006" PROGRAM SPONSERED BY THE THAI HEALTH PROMOTION FOUNDATION (THAI HEALTH) THESIS ADVISOR: ASSOC.PROF.UBONWAN PREAMSRIRAT, 145 pp.

The research is designed as Qualitative Research aimed to study Communication Strategies of "Freshy-anti Alcohol 2006" Project Sponsored by The Thai Health Promotion Foundation (Thai Health). Methods of study are; in-depth interview with 21 purposive key informants, document review and non-participatory observation in Thai Health meeting. The research findings are:

1. "Freshy-anti Alcohol 2006" Project ,underpinned by counter balance that encouraged university students to create innovative activities for the orientation.This was to promote alcohol consumption reduction scheme in their institutions.The principal Communication Strategies in the project were communication campaign and participatory communication. *Communication Campaign*, Air war (mass communication) was employed to encourage students joining the Project.Specifically, Ad-spots was produced and publicized. Moreover, special songs were cooperatively provided by Grammy Public company Ltd. Subsequently, Ground war (human media) proactive contact was applied. The method was co-operated by student representatives from 'Stop Drinking' Network. *Participatory Communication*; In order to participate in the project, the students were assigned to conduct a survey of places that sell alcohol nearby their institutions.This was one process of Participatory Communication.For "Message Strategy", positive message was selected. To make the message appropriate for adolescent, trendy and catchy words were included in the messages. At the same time,Specialized Media, such as banner, T-shirt and scarf etc. come in the same logo were attractively designed for the student. Besides,Thai Health website and Stop Drinking network, helped promoting the project. For Activities Media, Thai Health formerly organized a press conference at the beginning of the project.At the end of the project, meetings among staffs were regionally organized. The purpose is to evaluate and share lessons ones had learned.The entire comments were intended to be used for the project improvement. It should be noted that all mentioned strategies were accompanied by social policy movement.

2. **Strategies used to alter values and norms on alcohol consumption among students:** It is found 4 strategies; Using '4 year study period in university' by cutting down cycle of existing drinkers, Promoting good models of university orientation project in both local and national levels, Eliminating places that sell alcohol nearby universities, Employing social policy to direct alcohol sellers/providers as well as launching campaigns.

Department ..... Public Relations ..... Student's Signature.....  .....  
Field of Study ..... Development Communication ..... Advisor's Signature.....  .....  
Academic year ..... 2006 .....

## กิตติกรรมประกาศ

“พัฒนาการ” คำลงท้ายของสาขา คือ สิ่งที่ดีงคุณข้าพเจ้าให้เข้ามาที่มหาวิทยาลัยแห่งนี้ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยกับภาควิชาการประชาสัมพันธ์สาขา“นิเทศศาสตร์พัฒนาการ” ถือเป็นอุดมการณ์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตการทำงานที่ข้าพเจ้าเลือก ด้วยความมุ่งมั่นที่ต้องการทำงานเพื่อสาธารณะและมีคุณค่าต่อสังคม ข้าพเจ้าจึงได้ดำเนินตามปณิธานเช่นนี้มาโดยตลอด จนกระทั่งเปลี่ยนบทบาทจากคนทำงานกลับสู่การเป็นนิสิตอีกครั้งที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปี 2548

กว่าจะฝ่าฟันอุปสรรค เรียนรู้แนวทางการเรียนการสอนในระดับปริญญาโทมาได้ในปีแรก ต้องอาศัยทักษะการเอาตัวรอดได้ลองผิดลองถูกกับเพื่อนๆ Dev.Comm.ทุกคน โดยเฉพาะได้คำชี้แนะจากคณาจารย์ทั้งในคณะและนอกคณะช่วยให้สามารถสอบผ่าน Course work มาได้จนเข้าสู่ปีที่ 2

การลงทุนด้านความเมตตาที่คณาจารย์นิเทศศาสตร์มีให้กับข้าพเจ้า เป็นสิ่งที่ข้าพเจ้าประทับใจเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็น รศ.ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ ศาสตราจารย์กิตติคุณช่อม ประเสริฐสกุล รศ.ดร.ประมะ สตะเวทิน รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ รวมถึง อาจารย์จระไน แกลโกศล ผู้ได้จากไปอย่างไม่มีวันกลับ รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆที่มีได้เอ่ยนามไว้ ณ ที่นี้ ด้วย

ส่วนรศ.อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความดูแลข้าพเจ้าอย่างดีโดยตลอด ทั้งยังเป็นผู้แนะนำทุนผู้ช่วยสอน (TA) ช่วยบรรเทาความฝืดเคืองเรื่องค่าเล่าเรียนมาได้ และมี รศ.พัชนี เขยจรรยา และอาจารย์ไศลทิพย์ จารุมณี คอยชี้ทางสว่างเป็นกรรมการวิทยานิพนธ์ให้ข้าพเจ้าซึ่งถือเป็นโอกาสที่ช่วยให้สามารถขยายมุมมองการนำองค์ความรู้ไปใช้ได้กว้างขึ้นและถูกทิศทางมากขึ้น

การลงทุนด้านความมั่นคงคือพลังใจจากครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ คุณป้า พี่น้องและทุนสนับสนุนการศึกษาจากคุณยายโดยไม่คิดมูลค่า ถือเป็นความเมตตาสูงสุดหาที่เปรียบมิได้

นอกจากนี้ รุ่นพี่ Dev. Com และบุคลากรทางการศึกษาทุกคนล้วนเป็นแรงขับเคลื่อนให้การเรียนในห้องเรียนและการเรียนรู้นอกห้องเป็นไปอย่างสมบูรณ์เท่าที่กำลังความสามารถของข้าพเจ้า จะทำได้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณทุกคนเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

สุดท้าย ความรู้ที่ได้จากในตำราและนอกตำรา ประสบการณ์ และต้นแบบที่ดีงามซึ่งได้จากคณาจารย์ในคณะนิเทศศาสตร์ ข้าพเจ้าจะนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม ปณิธานใหม่ที่จะก้าวต่อไป ข้าพเจ้าได้เรียนรู้ว่า รากฐานที่สำคัญที่สุดของการเรียนวิชานิเทศศาสตร์ คือการสื่อสารกับตัวเองให้มุ่งมั่นทำสิ่งดีๆ ที่ตั้งใจให้สำเร็จได้ก่อน แล้วเมื่อนั้น ความฝันที่จะช่วยเหลือผู้อื่นและสังคมจะสัมฤทธิ์ผลได้เช่นกัน

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
1.3 ปัญหำนำการวิจัย.....	9
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.5 นิยามศัพท์การวิจัย.....	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
<b>บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>12</b>
2.1 แนวคิดเรื่องการรณรงค์ทางการสื่อสาร.....	12
หลักพื้นฐานทั่วไปของการรณรงค์.....	17
องค์ประกอบของการรณรงค์ด้านสุขภาพ.....	21
สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ.....	26
2.2 แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	38
ขั้นตอนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	40
เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	41
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม.....	42
ประเภทของค่านิยม.....	43
ทฤษฎีการทำค่านิยมให้กระจ่างชัด.....	45
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	45

<b>บทที่ 3</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย .....</b>	<b>48</b>
3.1	รูปแบบการวิจัย.....	48
3.1.1	การสัมภาษณ์เจาะลึก.....	48
3.1.2	การวิเคราะห์เอกสาร.....	50
3.2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	51
3.3	ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
3.5	การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	55
3.6	วิเคราะห์ข้อมูลการนำเสนอข้อมูล.....	57
3.7	การนำเสนอข้อมูล.....	57
3.8	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	58
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการวิจัย.....</b>	<b>59</b>
	<u>ผลการวิจัยในส่วนที่ 1</u>	
	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้วางกลยุทธ์โครงการรับน้องปลอดภัย.....	60
	<u>ผลการวิจัยในส่วนที่ 2</u>	
	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้เข้าร่วมโครงการรับน้องปลอดภัย.....	61
	<u>ผลการวิจัยในส่วนที่ 3</u>	
	กลยุทธ์การสื่อสารโครงการรับน้องปลอดภัย.....	62
	ก. กลยุทธ์การรณรงค์.....	69
	ข. กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	94
	<u>ผลการวิจัยในส่วนที่ 4</u>	
	แนวทางเพื่อลดค่านิยมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนิสิตนักศึกษา.....	99
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>105</b>
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	105
5.2	อภิปรายผลการวิจัย.....	115
5.3	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโครงการ.....	119
5.4	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	120



รายการอ้างอิง.....	122
ภาคผนวก.....	125
ภาคผนวก ก	
รายงานผลการสำรวจเรื่องความคิดเห็นต่อการรับน้องใหม่ ปี 2549.....	127
ภาคผนวก ข	
โครงการรับน้องปลอดเหล้าของมหาวิทยาลัยทักษิณ.....	139
โครงการรับน้องปลอดเหล้าของมหาวิทยาลัยนเรศวร วิทยาเขตพะเยา.....	142
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	145