

กลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์โครงการร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือสอง

นางสาวสิริพรรณ ศรีบุญลือ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION STRATEGY IN NETWORK OF SECOND HAND SMOKING PROTECTION
CAMPAIGN

Miss Siriphun Sriboonlue

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

490962

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์โครงการร่วมมือเพื่อลดอันตรายจากควัน
บุหรี่มือสอง

โดย

นางสาว สิริพรรณ ศรีบุญลือ

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ พัทนี เขยจรรยา

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

อาจารย์ ไคลทิพย์ จารุภูมิ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อุดลวรรณ เปรมศรีรัตน์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ พัทนี เขยจรรยา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(อาจารย์ ไคลทิพย์ จารุภูมิ)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

สิริพรรณ ศรีบุญสืบ : กลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์โครงการร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควัน
บุหรี่มือสอง. (Communication Strategy for Network of Second Hand Smoking
Protection Campaign) อ. ที่ปรึกษา : รศ. พัทธนี เขยจรรยา, อ.ที่ปรึกษาร่วม : อ. ไศลทิพย์
จารุภูมิ 138หน้า.

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์โครงการร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือ
สองเป็นโครงการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาถึงการดำเนินกิจกรรมในโครงการรณรงค์ทางด้านบุหรี่ โดย
มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์ที่ใช้ในโครงการ และกลยุทธ์สื่อ กลยุทธ์
สารที่ใช้ในการรณรงค์ โดยใช้วิธีการวิจัยจากข้อมูลเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินการที่เกี่ยวข้อง
ในโครงการจาก 13 เครือข่าย

จากผลการวิจัยพบว่า โครงการร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือสองนั้นเป็นโครงการ
รณรงค์โดยใช้ลักษณะของภาคีเครือข่ายเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนการรณรงค์ การสื่อสารภายในเครือข่ายมี
ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีการแบ่งบทบาทของภาคีไว้อย่างชัดเจน โดยแบ่งเป็น ภาคี
แกนนำ ภาคีผู้ดำเนินการหลัก และภาคีสันับสนุน กลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์ในโครงการแบ่งเป็น 2
ส่วน คือ กลยุทธ์ระดับส่วนกลางและระดับท้องถิ่น ซึ่งกลยุทธ์ระดับส่วนกลางประกอบด้วย กลยุทธ์สาร
กลยุทธ์การกำหนดวาระของสาร กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อมวลชน กลยุทธ์การทำ
กิจกรรมเชิงลึกสร้างกระแส กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล กลยุทธ์การกระตุ้นการสื่อสารกลับโดยใช้ศูนย์
ร้องเรียน กลยุทธ์ระดับท้องถิ่น ประกอบด้วย กลยุทธ์การรณรงค์แบบบูรณาการ และกลยุทธ์การใช้สื่อ
เฉพาะกิจ กลยุทธ์สื่อที่ใช้ในโครงการ ประกอบด้วย กลยุทธ์สื่อบุคคล กลยุทธ์การใช้สื่อมวลชน กลยุทธ์
การใช้สื่อผสม กลยุทธ์การซื้อสื่อเองในราคาพิเศษ กลยุทธ์การซื้อสื่อในช่วงเวลา Prime time หรือ Top
rating กลยุทธ์การซื้อสื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การใช้สารประกอบด้วย กลยุทธ์การ
นำเสนอสารในเชิงบวก กลยุทธ์สารเสนอความเป็นเหตุเป็นผล กลยุทธ์สารเน้นข้อความสะดุดหู กลยุทธ์
สารเสนอข้อเท็จจริง และกลยุทธ์สารเร้าความกลัว

ภาควิชา.....ประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิสิต..... *Siriphan S*
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา 2549..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม..... *Tadnithw cy on*

488 52613 28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: COMMUNICATION STRATEGY / SMOKING CAMPAIGN

SIRIPHUN SRIBOONLUE : COMMUNICATION STRATEGY FOR NETWORK OF SECOND HAND SMOKING PROTECTION CAMPAIGN. THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROF. PATCHANEE CHEYJANYA, THESIS COADVISOR : MISS SALAITHIP JARUPOOM, 138 pp.

The research on Communication Strategy for Network of Second Hand Smoking Protection Campaign is a qualitative research emphasized the communication activities implemented in the smoking protection campaign. The objectives of the research were to study communication campaign strategy, message strategy, and channel strategy used in the campaign. To collect the data, a documentary research and an in-depth interview were used.

The findings were 1.) The campaign was mobilized by the communication network whose communication was formal informal while the roles of associate members were clearly defined; 2.) Communication strategy was divided into two level: Metropolitan and countryside area. The strategies in the Metropolitan area were comprised of agenda setting, message, mass media, personal media, two-way communication strategies and activities campaign. The countryside area strategies were comprised of integration and printed media strategies; 3.) Channel strategies were comprised of personal media, mass media, mixed media, price negotiation, and audience segmentation strategies; 4.) Message strategy were comprised of positive approach, rational message, rhetoric message, and fear arousal strategies.

Department.....Public Relations..... Student's signature.....*Siriphun S.*.....

Field of study....Development Communication....Advisor's signature.....*[Signature]*.....

Academic year 2006..... Co-advisor's signature.....*[Signature]*.....

กิตติกรรมประกาศ

ในที่สุดก็เสร็จแล้วววว.....วิทยานิพนธ์เล่มเล็กๆเล่มนี้คงไม่อาจเกิดขึ้นได้ถ้าไม่มีความช่วยเหลือของผู้คนมากมายรอบข้างผู้วิจัย คำขอบคุณเพียงหน้าเดียวอาจจะไม่เพียงพอ หากตกหล่นท่านใดไปผู้วิจัยต้องขอโทษด้วยนะคะ

ผู้วิจัยคงต้องขอขอบพระคุณคุณแม่ที่น่ารักและครอบครัวของผู้วิจัยที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจ ให้ความรักกับผู้วิจัยเสมอมา ขอขอบคุณที่ให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาร่ำเรียนและได้มีชีวิตที่ดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณ คณะอาจารย์นิเทศจุฬาทุกท่าน ที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และคำปรึกษาตลอดระยะเวลาสองปี ขอขอบคุณ รศ.พัชนี อาจารย์ไศลทิพย์สำหรับคำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ หนูขอโทษค่ะที่ขอส่งงานช้า หวังว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้คงจะไม่ได้ทำให้อาจารย์ผิดหวังนะคะ ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.จิตตราภรณ์ และ รศ. อุบลวรรณ ที่ได้กรุณามาเป็นกรรมการ และประธานสอบวิทยานิพนธ์ให้ตลอดจนให้คำชี้แนะต่างๆ ขอขอบคุณมากค่ะ

ขอขอบพระคุณความอนุเคราะห์ของผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน วิทยานิพนธ์นี้คงจะไม่มีวันเสร็จสมบูรณ์ได้เลยหากขาดพวกท่าน ขอขอบคุณมากสำหรับความใจดี ความช่วยเหลือทุกอย่างที่ผู้วิจัยได้รับ หวังว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้คงจะทำประโยชน์ให้กับนักบรรณารักษ์ด้านบุหรืในประเทศไทยได้ไม่มากนักน้อย

ขอขอบคุณเพื่อนๆ Dev.com ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือมาตลอดระยะเวลาการเรียน ขอไม่เอ๋ยชื่อนะ เดี่ยวหล่นใครไปจะน้อยใจ ขอขอบคุณที่สุดคือน้องเซน ถ้าไม่มีเซนวิทยานิพนธ์เล่มนี้ก็คงไม่มีวันเกิดขึ้น ขอใจนะจ๊ะ

ขอบคุณเพื่อนๆที่บ้านยันทรกรุงเทพฯ พี่ๆที่แสนดี นายที่น่ารักที่ให้ความเข้าใจ กับวันเวลาที่ผู้วิจัยคิดว่าคงจะไม่ลางานอย่างนี้อีกแล้วค่ะ ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่คอยให้กำลังใจตลอดมา ในที่สุดก็เรียนจบจนได้ เฮ้อออออออออออ.....

ขอขอบคุณทุกท่านมากๆนะคะ

สารบัญ

บทที่	หน้า
บทคัดย่อไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
ปัญหานำการวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 กรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์.....	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร.....	24
แนวคิดการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	35
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	35
การรวบรวมเก็บข้อมูล.....	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
ขั้นตอนที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
การนำเสนอข้อมูล.....	42
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	43
ที่มาของโครงการร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือสอง.....	43
ภาคีเครือข่ายโครงการร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือสอง.....	49
กลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์โครงการร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือสอง.....	61

บทที่	หน้า
กลยุทธ์สื่อในโครงการร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือสอง.....	78
กลยุทธ์สารในโครงการร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือสอง.....	83
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	88
อภิปรายผล.....	102
ข้อเสนอแนะ.....	113
รายการอ้างอิง.....	115
ภาคผนวก.....	121
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	128

สารบัญตาราง

ตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 บทบาทของภาคีโครงการร่วมมือเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือสอง.....58

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
แผนภาพที่ 1 กระบวนการประสานงานภาคีเครือข่ายโครงการร่วมใจเพื่อลด อันตรายจากควันบุหรี่มือสอง.....	52
แผนภาพที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารการรณรงค์โครงการร่วมใจเพื่อลด อันตรายจากควันบุหรี่มือสอง.....	62
แผนภาพที่ 3 ขั้นตอนกลยุทธ์การรณรงค์ในระดับส่วนกลาง.....	65
แผนภาพที่ 4 ตัวอย่างโฆษณาการรณรงค์ชุดสวนสาธารณะโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.....	71
แผนภาพที่ 5 ตัวอย่างสื่อประเภทป้ายรณรงค์.....	72