

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ต

นายมนตรี สุดสม



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-331-446-6

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION STRATEGY FOR TRAFFIC SAFETY IN PHUKET PROVINCE



MR.MONTRI SUDSOM

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

Department of Public Relations

Graduates School

Chulalongkorn University

Academic Year 1998

ISBN 974-331-446-6


หัวข้อวิทยานิพนธ์ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ต

โดย นายมนตรี สุกตม

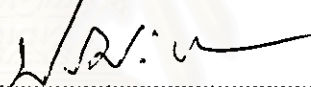
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

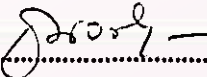
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวดี บุญถือ

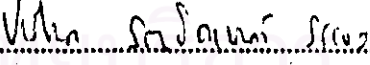
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำหนดกฐตรปริญญามหาบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ ศุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ ณะเวทิน)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวดี บุญถือ)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ ตรีบัณฑิต)

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

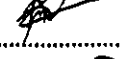
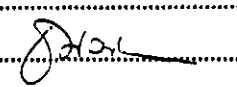
มนตรี สุดสม : กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ต
COMMUNICATION STRATEGY FOR TRAFFIC SAFETY IN PHUKET PROVINCE
อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวิ บุญถิอ, 149 หน้า. ISBN 976-331-446-6

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ต ศึกษาแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในกลยุทธ์การสื่อสาร และแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ทำให้กลยุทธ์การสื่อสารสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งปัจจัยที่ส่งเสริมให้สามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับ ตลอดจนแสวงหาแนวทางการพัฒนากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหาร โครงการจำนวน 10 คน และสนทนากลุ่มในกลุ่มเป้าหมายของโครงการ จำนวน 6 กลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า

1. กระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจร เป็นกระบวนการวางแผนในลักษณะการวางแผนจากบนสู่ล่าง
2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ข่าวสาร และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อชักจูงใจ
3. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ใช้ในกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจร คือ การพัฒนาสินค้า การจัดจำหน่าย การกำหนดราคา การส่งเสริมสินค้า การนำเสนอสินค้า การใช้ตัวบุคคลและกระบวนการเข้าถึงสินค้า
4. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ทำให้กลยุทธ์การสื่อสารสามารถเข้าถึง และได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ได้แก่ แนวคิดการพัฒนาสินค้าและแนวคิดการส่งเสริมสินค้า
5. ปัจจัยที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การสื่อสารสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับ ได้แก่ การผูกขาดสื่อ การสนับสนุนจากสังคม พลังแรงจูงใจของกลุ่มเป้าหมาย การทราบทิศทางกรมรงค์ กลไกในการบริการความพอใจของตัวแทนการเปลี่ยนแปลงและการประเมินระยะทางที่จะไปถึงแรงจูงใจของกลุ่มเป้าหมาย
6. การพัฒนากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพ โดยใช้กระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมจะต้องเน้นจุดเด่นขององค์กรทางด้านประสิทธิภาพ ความพร้อม การประสานงานและระบบข้อมูลที่ดี และพยายามลดจุดด้อยโดยการศึกษาข้อมูลเชิงลึก ผลิตภัณฑ์และบริหารการใช้สื่อโดยมืออาชีพ รวมทั้งพยายามใช้โอกาสทางด้านการสนับสนุนจากสังคมและลักษณะพื้นที่ที่เล็กสะดวกต่อการควบคุมให้เป็นประโยชน์ ตลอดจนขจัดปัญหาทางด้านงบประมาณและระยะเวลาที่ยาวนาน หรือการเผชิญหน้ากับสินค้าคู่แข่งและความซับซ้อนทางสังคม

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิติ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา



#4085099328 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD COMMUNICATION STRATEGY / TRAFFIC SAFETY / PHUKET PROVINCE
MONTRI SUDSOM : COMMUNICATION STRATEGY FOR TRAFFIC SAFETY IN PHUKET
PROVINCE. THESIS ADVISOR ASSO. PROF. THANAWADEE BOONLUE, Ph.D., 149 PP.
ISBN 974 -331- 446 - 6

The purpose of this research was to study the planning process and communication strategies used in the Safety Traffic Project in Phuket province. Social marketing concept used in the project as well as the acceptance of the target group were also assessed. In-depth interview of 10 program managers and 6 focus groups of the project's target groups was used as the main methodology.

The results are as follows :

1. The planning process in the Safety Traffic Project in Phuket province is top-down planning.
2. The communication strategies used in the Safety Traffic Project in Phuket province are (1) education transfer strategy (2) information publicity strategy and (3) persuasive strategy.
3. Social marketing strategy applied in the Safety Traffic Project are (1) product development (2) low price setting (3) availability of products in the province (4) product and sales promotion (5) appropriate time and access of product distribution (6) utilization of interpersonal media to reach the target group and (7) process of product reach.
4. Product development and promotion are two elements of strategy, which is highly accepted by the target group.
5. Factors which promote and obstruct media accessibility and acceptability, are (1) media monopolization (2) canalization (3) supplementation (4) driving force (5) direction (6) mechanism (7) adequacy and (8) distance.
6. To develop more efficient planning and strategy implementation, one has to focus on project's strengths and weaknesses. The strengths of project implementation are previous experience, good preparation, cooperation and efficient information system. The weakness that should be reduced are insufficient information, unskilled media production and implementation. Moreover, social encouragement, small-scale project, adequate budget and project length of time are also motivating factors to the project achievement.

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....
ปีการศึกษา.....2541.....

ลายมือชื่อนิสิตร.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ฉบับนี้ สำเร็จลงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวัติ บุญถิลา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็น ต่างๆ ในการวิจัยมาด้วยดีตลอด และผู้วิจัยใคร่ขอกล่าวขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ประมวศ อดิระวาทิน ที่ได้กรุณาใช้เวลาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ และขอขอบคุณอาจารย์ ดร.ปาริชาติ ธาปิตานนท์ ศโรบล ที่ได้สละเวลาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และเนื่องจากทุนวิจัยครั้งนี้บางส่วนได้รับการ สนับสนุนจากทุนอุดหนุนการวิจัยของบัณฑิตวิทยาลัย จึงขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือด้วยดี ตลอดมาและขอกราบขอบพระคุณ บิดา-มารดา และญาติๆ ที่คอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาตลอดจนสำเร็จ การศึกษา

มนตรี สุคตม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญแผนภูมิ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	7
1.3 ปัญหาในการวิจัย	7
1.4 ขอบเขตการวิจัย	8
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวความคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	10
2.2 แนวความคิดการเปลี่ยนแปลงสังคม	18
2.3 แนวความคิดการตลาดเพื่อสังคม	23
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	43
3.1 การกำหนดประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	43
3.2 การสร้างและเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	45
3.5 การนำเสนอข้อมูล	47
บทที่ 4 ผลการวิจัย	48
4.1 กระบวนการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร โครงการณรงค์ป้องกัน อุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์ในจังหวัดภูเก็ต	49
4.2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อรณรงค์ส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจร	63

สารบัญ (ต่อ)

4.3 แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในกลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ ป้องกัน อุบัติเหตุจากรางในจังหวัดภูเก็ต	69
4.4 แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การสื่อสารสามารถเข้าถึง และได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย	75
4.5 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การสื่อสารที่คำนึงงานตามแนวคิดการตลาด เพื่อสังคมสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับ	79
4.6 ผลการวิเคราะห์การนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาพัฒนากระบวนการ วางแผนและกลยุทธ์การดำเนินงานรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากราง	82
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	90
5.1 สรุปผลการวิจัย	91
5.2 อภิปรายผล	107
5.3 ข้อเสนอแนะ	117
รายการอ้างอิง	120
ภาคผนวก	123
ภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย	123
ภาคผนวก ข โครงการนำร่องการจัดทำแผนแม่บทและจัดทำระบบสารสนเทศ ด้านอุบัติเหตุจากรางบนบก จังหวัดภูเก็ต	130
ประวัติผู้วิจัย	149

สารบัญตาราง

ตาราง : สถิติอุบัติเหตุจราจรเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ.2532-2540	3
ตาราง : การวิเคราะห์เปรียบเทียบจุดเด่นและจุดด้อยขององค์กรที่ดำเนินงานโครงการ รณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร	58
ตาราง : การวิเคราะห์เปรียบเทียบโอกาสและปัญหาอุปสรรคขององค์กรที่ดำเนินงาน โครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร	60
ตาราง : วิเคราะห์แนวทางการลดอุบัติเหตุจราจรในกวดชุดการสื่อสาร	70
ตาราง : วิเคราะห์จุดเด่นและ จุดด้อยการนำแนวทางการลดอุบัติเหตุจราจรมาพัฒนากระบวนการ การวางแผนและกวดชุดการสื่อสาร โครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร	83
ตาราง : วิเคราะห์โอกาสและ ปัญหาการนำแนวทางการลดอุบัติเหตุจราจรมาพัฒนากระบวนการ การวางแผนและกวดชุดการสื่อสาร โครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร	86
ตาราง : แผนแม่บทด้านความปลอดภัยและระบบสารสนเทศด้านอุบัติเหตุจราจร	138
ตาราง : แผนประชาสัมพันธ์รณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร ประจำปี 2541	139

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ : กระบวนการวางแผนการตลาดเพื่อสังคม	27
แผนภูมิ : แบบจำลองการวางแผนการรณรงค์ป้องกันและส่งเสริมสุขภาพ	31
แผนภูมิ : ลักษณะสินค้าทางสังคม	32
แผนภูมิ : กระบวนการวางแผนโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร	49
แผนภูมิ : การวิเคราะห์สถานการณ์ก่อนริเริ่มโครงการ	50
แผนภูมิ : การวิเคราะห์สภาพปัญหาอุบัติเหตุจราจร	51
แผนภูมิ : การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร	55
แผนภูมิ : กฤษฎีการสื่อสารโครงการรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร	64
แผนภูมิ : การใช้สื่อรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจราจร	68
แผนภูมิ : การพัฒนาสินค้าทางสังคม	71



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย