

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



249279

ผลทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ "โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่"

นางสาวฉัตรนภา ขำทองทรัพย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



249279

แนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ "โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่"



นางสาวฉัตรนภา อัมพลพีรพันธ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



5 2 8 4 6 6 0 6 2 8

THE PRO-SOCIAL COMMUNICATION APPROACH ON NON-SMOKING CAMPAIGN
AMONG THAI FEMALES

Miss Chatnapha Amphonpheeraphan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์

โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

โดย

นางสาว จัตรีภา อำพลพิรพันธ์

สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

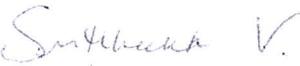
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

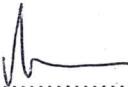
ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์

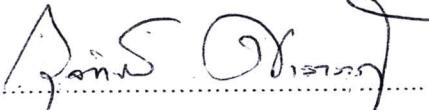
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุธา เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร. สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์)


..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กุลทิพย์ ศาสตร์ระวี)

ฉัตรนภา อัมพลพิรพันธ์ : แนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์
 โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ (THE PRO-SOCIAL COMMUNICATION
 APPROACH ON NON-SMOKING CAMPAIGN AMONG THAI FEMALES)
 อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศ.ดร.ปวีณา ตสาปิตานนท์, 222 หน้า.

249279

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์ “โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่” และแนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่รวมทั้งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มผู้หญิงที่สูบบุหรี่ในเขตกรุงเทพฯ

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ศึกษาหาข้อมูล จากเว็บไซต์ งานวิจัยและผลสำรวจทั้งในและต่างประเทศ (2) พัฒนาแผนงาน ประกอบด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และกำหนดแผนปฏิบัติงาน (3) ดำเนินการผลิตสื่อ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อสารมวลชนและบุคคลในพื้นที่เป้าหมาย (4) การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อันประกอบด้วยการสัมมนาวิชาการและการจัดกิจกรรมรณรงค์กับกลุ่มเป้าหมาย (5) ประเมินผล

ในส่วนของแนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ ผลการวิจัยพบว่าแนวทางหลัก ได้แก่ การสื่อสารผ่านบุคคลใกล้ชิด อาทิ พ่อแม่ พี่น้อง และบุคคลใกล้ชิด อาทิ ดารา นักร้อง (2) แนวทางการใช้เนื้อหาในการรณรงค์ เช่น ประเด็นสุขภาพ ประเด็นความสวยความงาม ประเด็นความรักความห่วงใย ประเด็นความตาย ประเด็นเล่นกีฬา และ (3) แนวทางการใช้เครื่องมือสื่อสาร โดยเฉพาะเครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ อาทิ อินเทอร์เน็ต ในลักษณะของการสื่อสารแบบไวรัล ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิสิต.....ฉัตรนภา อัมพลพิรพันธ์.....
 สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อ อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
 ปีการศึกษา.....2553.....

5284660628 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS: PRO-SOCIAL COMMUNICATION/NON-SMOKING/CAMPAIGN/FEMALES

CHATNAPHA AMPHONPHEERAPHAN : THE PRO-SOCIAL COMMUNICATION

APPROACH ON NON-SMOKING CAMPAIGN AMONG THAI FEMALES. ADVISOR :

PROF. PARICHART SATAPITANONDA,Ph.D.,222 pp.

249279

The purposes of this research were to study public relations process of non-smoking campaign focusing on females who smokes and the pro-social communication approach on non-smoking campaign among Thai females. The research methodology included a documentary of non-smoking campaign for females, and in-depth interview with public relation staffs of "Action on Smoking and Health Foundation Thailand" and smoking females who live in Bangkok

The result of the research indicates that the public relations process included 5 steps : (1) Study of research and polls ; (2) Developing plan includes specifying objective, indicating target group and creating action plan (3)Developing Media both air war media and ground war media (4) Organizing seminar and campaign activities and (6) Evaluating the project.

The pro-social communication approach on non-smoking campaign among Thai females, the research indicates that (1) Major senders include parents, lover and celebrity (2) Major messages include health, beauty, love and care, death and sex appeal; and (3) Communication tools are the internet system, especially viral communication on social networking sites.

Department :Public Relations.....Student's Signature Chatnapha Amphonpheeraphan

Field of Study :Public Relations.....Advisor's Signature [Signature]

Academic Year : ...2010.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยน้ำใจและความกรุณาของบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ที่สละเวลาให้คำแนะนำและตรวจแก้ไข จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณป้าและمامี่ที่คอยให้ความรักและกำลังใจลูกสาวคนนี้อย่างเต็มที่ ถ้าไม่มีป้ากับมีหลังคงไม่มีวันนี้ค่ะ ขอขอบคุณหยงหยง ปิงปิง คังคัง ที่คอยเป็นห่วงทุกอย่างและทำให้หัวเราะได้ในทุกๆวัน

ขอขอบคุณ บุคคลทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ด้วยความเต็มใจ ยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นพี่ๆที่มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาชุมชน และผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ตลอดจนบุคคลที่คอยช่วยเหลือให้การเก็บข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นไปด้วยดี

ขอขอบคุณ เพื่อนๆที่น่ารักทุกคน ทั้งเพื่อนๆที่เซนต์โยเซฟคอนเวนต์ ที่คอยถามไถ่ทุกข์สุข และชวนไปช้อปปิ้ง กินนู่นกินนี่เวลาเครียดๆอย่างสม่ำเสมอ และที่ขาดไม่ได้คือเพื่อนๆที่จุฬาฯที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกันจนจบการศึกษาในวันนี้ เวลาสองปีผ่านไปไวมากแต่จะเป็นสองปีที่ไม่มีวันลืมเลย

สุดท้ายขอขอบคุณวันเวลาดีๆและทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำให้ได้เรียนรู้และเติบโตขึ้น รวมถึงทุกคนที่กล่าวถึงและอาจไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้สำหรับแรงสนับสนุนอันมีค่าที่ทำให้การทำวิทยานิพนธ์นี้ เต็มไปด้วยความรักและความรู้สึกที่ดีๆมากมาย รักทุกๆคนมากๆนะคะ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1	
บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
ปัญหำนำการวิจัย.....	11
ขอบเขตของการวิจัย.....	11
นิยามศัพท์.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
2	
แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารรณรงค์.....	39
แนวคิดด้านการพัฒนาการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ.....	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	62
3	
ระเบียบวิธีการวิจัย.....	73
รูปแบบการวิจัยส่วนที่1.....	73
แหล่งข้อมูล.....	74
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	74

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล.....	76
รูปแบบการวิจัยส่วนที่ 2.....	77
กลุ่มตัวอย่าง.....	77
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	78
การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล.....	78
4 ผลการวิจัย.....	79
ส่วนที่ 1: ข้อมูลเบื้องต้นของมูลนิธิการนึ่งเพื่อการค้าไม่สุบบุหรี.....	80
ส่วนที่ 2: ผลการวิจัยโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สุบบุหรี.....	91
ส่วนที่ 3: ผลวิเคราะห์การสัมภาษณ์กลุ่มหญิงสุบบุหรี.....	130
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	175
สรุปผลการวิจัย.....	175
อภิปรายผลการวิจัย.....	187
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สุบบุหรี.....	208
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต.....	209
รายการอ้างอิง.....	210
ภาคผนวก.....	218
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	222

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงร้อยละของผู้หญิงไทยที่ปัจจุบันสูบบุหรี่.....	6
ตารางที่ 2.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์กับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.....	29
ตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบกระบวนการสูบบุหรี่ระหว่างกลุ่มหญิงสูบบุหรี่จัดและกลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส.....	148
ตารางที่ 5.1 เปรียบเทียบกลวิธีของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่และบริษัทบุหรี่.....	198

สารบัญญภาพ

		หน้า
แผนภาพที่ 1.1	แสดงอัตราการสูบบุหรี่ของประชากรหญิงที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป...	5
แผนภาพที่ 4.1	กระบวนการประชาสัมพันธ์กับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.....	86
แผนภาพที่ 4.2	แสดงบุคคลากรที่เป็นผู้บริหารและบุคคลากรที่เป็นผู้ดำเนินการ ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่	87
แผนภาพที่ 4.3	แสดงฝ่ายกิจกรรมสร้างกระแสของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่.....	94
แผนภาพที่ 4.4	แสดงโครงสร้างการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ของโครงการ ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่.....	95
แผนภาพที่ 4.5	แสดงกระบวนการประชาสัมพันธ์ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่ สูบบุหรี่.....	104
แผนภาพที่ 4.6	แสดงโฆษณาณรงค์ชุด“ รักจริงไม่ยอมให้ผู้หญิงสูบบุหรี่ ”	112
แผนภาพที่ 4.7	แสดงโฆษณาณรงค์ชุด“ เลิกบุหรี่เพื่อแม่ ”.....	112
แผนภาพที่ 4.8	แสดงตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ : โปสเตอร์.....	114
แผนภาพที่ 4.9	แสดงตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ : แผ่นพับ.....	115
แผนภาพที่ 4.10	แสดงตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ : สติกเกอร์ เข็มกลัด และเสื้อยืด....	115
แผนภาพที่ 4.11	แสดงพัฒนาการการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ระหว่างปี พ.ศ.2537-พ.ศ.2553.....	119
แผนภาพที่ 4.12	ภาพการเสวนาเรื่อง “ทำอย่างไรไม่ให้วัยรุ่นหญิงสูบบุหรี่มากขึ้น” ปี พ.ศ.2552.....	122

	หน้า
แผนภาพที่ 4.13	ภาพการจัดกิจกรรมร่วมกับเวทีการประกวดนางงาม..... 123
แผนภาพที่ 4.14	ภาพโปสเตอร์ณรงค์ชุด “ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่” ในปี พ.ศ. 2541..... 124
แผนภาพที่ 4.15	สปอตรณรงค์ทางโทรทัศน์ ชุด “หยุดสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ”..... 126
แผนภาพที่ 4.16	ภาพฟรีเชนเตอร์รณรงค์ประเด็น “เก่ง เด่น โดยไม่ต้องสูบบุหรี่” ในปี พ.ศ.2541..... 126
แผนภาพที่ 4.17	ภาพฟรีเชนเตอร์รณรงค์ประเด็น “สวยและเก่งได้ไม่ต้องพึ่ง บุหรี่” ในปี พ.ศ.2544 127
แผนภาพที่ 4.18	ภาพครอบครัวฟรีเชนเตอร์รณรงค์ในปี พ.ศ.2545..... 128
แผนภาพที่ 4.19	ภาพฟรีเชนเตอร์รณรงค์ประเด็น “สวยเก่งมั่นใจ ไม่สูบบุหรี่” ใน ปีพ.ศ.2548..... 128
แผนภาพที่ 4.20	ภาพกิจกรรมวันผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ (SMART GIRL DAY) ปี พ.ศ. 2545..... 129
แผนภาพที่ 4.21	แสดงกระบวนการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง..... 132
แผนภาพที่ 4.22	แสดงบุคคลใกล้ชิดตัวของกลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่..... 133
แผนภาพที่ 4.23	แสดงบุคคลใกล้ชิดที่สูบบุหรี่เปรียบเทียบกับหญิงสูบบุหรี่ สูบบุหรี่ตามโอกาส..... 134

	หน้า
แผนภาพที่ 4.24	แสดงทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบุหรี..... 135
แผนภาพที่ 4.25	แสดงทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคนสูบบุหรี..... 137
แผนภาพที่ 4.26	แสดงสาเหตุการทดลองสูบบุหรีของกลุ่มตัวอย่าง..... 140
แผนภาพที่ 4.27	แสดงสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างสูบบุหรีเป็นประจำ..... 143
แผนภาพที่ 4.28	แสดงความอยากเลิกบุหรีของกลุ่มตัวอย่าง..... 145
แผนภาพที่ 4.29	แสดงการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี..... 150
แผนภาพที่ 4.30	แสดงสื่อบุคคลที่พึงประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี..... 151
แผนภาพที่ 4.31	แสดงการสูบบุหรีของแฟนของกลุ่มตัวอย่าง..... 153
แผนภาพที่ 4.32	แสดงประเภทเนื้อหาที่พึงประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี..... 157
แผนภาพที่ 4.33	แสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง..... 167
แผนภาพที่ 4.34	แสดงเครื่องมือสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้การประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี..... 168
แผนภาพที่ 5.1	แสดงกระบวนการประชาสัมพันธ์ RACE..... 188

	หน้า
แผนภาพที่ 5.2	แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร SMCR..... 191
แผนภาพที่ 5.3	แสดงภาพแนวทางการสื่อสารที่นำมาประยุกต์ใช้ใน กระบวนการสุบหรีของผู้หญิง..... 205