

การวิเคราะห์กลยุทธ์และการนำเสนอความรู้เรื่องยาของ รายการ "ยาน่ารู้" ทางโทรทัศน์



นาย บุญฤทธิ์ กิจเจริญรัตน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พศ. 2537

ISBN. 974-584-564-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

An Analysis of the Strategies and Presentation of  
Television "YANARUE" Program.

(DRUG INFORMATION:WHAT PEOPLE NEED TO KNOW)

Mr.Boonyarit Kitcharoenroj

A Thesis Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

1994

ISBN.974-584-564-7

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การวิเคราะห์กลยุทธ์และการนำเสนอความรู้เรื่องยา

ของรายการ "ยาน้ำรู้" ทางโทรทัศน์

โดย

นาย บุญฤทธิ์ กิจเจริญรัตน์

ภาควิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาโต



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตร ปริณญามหาบัณฑิต

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรภักย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาโต)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)



พิมพ์ต้นฉบับบทความวิจัยวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

บุญฤทธิ์ กิจเจริญโรจน์ : การวิเคราะห์กลยุทธ์และการนำเสนอความรู้เรื่องยาของรายการ "ยาน่ารู้" ทางโทรทัศน์ (AN ANALYSIS OF THE STRATEGIES AND PRESENTATION OF TELEVISION "YANARUE" PROGRAM (DRUG INFORMATION : WHAT PEOPLE NEED TO KNOW)) อ.ที่ปรึกษา : รศ. ดร.นันทวัน สุชาโค, 98 หน้า.  
ISBN 974-584-564-7

การวิจัยเรื่องนี้ต้องการที่จะวิเคราะห์วัตถุประสงค์ แนวนโยบาย และกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการ "ยาน่ารู้" ในการเผยแพร่ความรู้ที่ถูกต้อง เรื่องยาให้กับประชาชน รวมทั้งการประเมินถึงปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการผลิตรายการ โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม และบทบาทของเภสัชกรในฐานะสื่อมวลชนที่มีต่อการกำหนดประเด็นปัญหาในการใช้ยา

ผลการวิจัยพบว่า ถึงแม้ว่ารายการ "ยาน่ารู้" มุ่งหวังที่จะให้ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการใช้ยา เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ยาที่ผิดให้ เป็นไปในทางที่ถูกต้องยิ่งขึ้น แต่เนื่องจากปัญหาการขาดบุคลากร งบประมาณ ทักษะและความชำนาญของกลุ่มคณะทำงาน เป็นเหตุให้การวางแผนนโยบายและกลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาสาระไม่ชัดเจน รวมไปถึงการใช้ประสบการณ์ส่วนบุคคลมา เป็นปัจจัยในการกำหนดประเด็น เรื่องยาที่เลือกนำเสนอแทนการเทียบสภาพปัญหาการใช้ยาชนิดที่กำลัง เป็นปัญหาของคนในสังคมส่วนใหญ่ขณะนั้น

อย่างไรก็ตาม รายการ "ยาน่ารู้" นับว่าเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามที่จะรณรงค์เผยแพร่ความรู้พื้นฐาน เรื่องยา เพื่อให้ประชาชนรู้จักป้องกันตนเอง ไม่ตกอยู่ในภาวะความเสี่ยงจากการใช้ยาอย่างผิด ๆ โดยที่ยังไม่อาจมีบทบาทในอันที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในเรื่องนี้อย่างจริงจัง โดยเฉพาะช่วยลดการใช้ยาอย่างฟุ่มเฟือย และการติดยาของประชาชนทั่วไปที่ยัง เคยกู้กับการซื้อและใช้ยาเกินเอง ทั้งนี้คงต้องพึ่งอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากหน่วยงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องช่วยกันวางแผนและดำเนินงานร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหาการใช้ยาผ่านสื่อมวลชนอย่างมีประสิทธิภาพและความต่อเนื่อง

ภาควิชา ..... การสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชา ..... การสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา 2536 .....

ลายมือชื่อนิติ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## C450391 : MAJOR MASS COMMUNICATION  
KEY WORD: ANALYSIS/STRATEGIES/PRESENTATION/TELEVISION PROGRAM

BOONYARIT KITCHAROENROJ : AN ANALYSIS OF THE STRATEGIES AND  
PRESENTATION OF TELEVISION "YANARUE" PROGRAM (DRUG INFORMATION:  
WHAT PEOPLE NEED TO KNOW)) THESIS ADVISOR: ASSO. PROF. NUNTHAWAN  
SUCHATOE, Ph.D., 98 PP. ISBN 974-584-504-7

An analysis of objectives, policy, and strategies of public information distribution concerning nonprescription drugs through "Yanarue" program is the main purpose of this study. Possible problems and obstacles involving in the production process were also evaluated. Theoretical ground for the analysis was derived from social marketing communication and agenda setting conceptual frameworks.

The results show that the program was not successful in terms of causing changes in public misuse of certain drugs as stated in their main objectives. Serious problems which caused a lack of clarification of policy planning and message presentation strategies were due to inadequacy of personnels, insufficient budget, and unskilled teamwork. Moreover, the selection of topic agendas was rather dependent upon staffs' personal experience than a current issue of high risk drug abuses faced by the public at the time.

However, the "Yanarue" program was pioneered to create public "awareness" of life danger in taking wrong drugs. Basic knowledge of high risk improper drug use helped prevent the public from health hazards. To make some important changes in people's addiction behaviorism required a great deal of effort from all relevant organizations. Effective planning and implementation to resolve the long standing drug habits of the Thai people through media-based campaigning is urgently needed.

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา 2536

ลายมือชื่อนิติกร  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



## กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าได้รับความกรุณาอย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุชาโรต , ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และ รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดตาดี อาจารย์ผู้ให้ความรู้คำแนะนำต่างๆ ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในโครงการปริญญาโทภาคนอกเวลาราชการ ของภาควิชาการสื่อสารมวลชนทุกท่าน ที่ได้กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาการอีกแขนงหนึ่งให้แก่ข้าพเจ้า จนมีความรู้ในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของเกสซกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ที่ได้ให้ความสะดวกในเรื่องเกี่ยวกับเอกสารต่างๆ ขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ และน้องๆ ร่วมชั้นเรียนทุกคนที่ได้ให้ความสุข และความทรงจำที่งดงามของชีวิตในวัยเรียนกลับมาสู่ข้าพเจ้าอีกครั้ง

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณสมาชิกทุกคนในครอบครัวของข้าพเจ้าที่สละเวลาให้ข้าพเจ้าได้มีโอกาศศึกษาในโครงการนี้ และที่จะลืมมิได้คือ คุณสมจิตต์ กิจเจริญโรจน์ ผู้เป็นกำลังใจและผลักดันข้าพเจ้าในการทำวิทยานิพนธ์นี้ด้วยดีตลอดมา

บุญฤทธิ์ กิจเจริญโรจน์

เมษายน 2537



## สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาท้าววิจัย.....	12
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	13
ขอบเขตของการวิจัย.....	13
ข้อสันนิษฐานของการวิจัย.....	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	14
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับ Social marketing Campaign.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับ Hierarchy - of - Effects.....	18
ทฤษฎี Agenda Setting.....	26
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	27
แหล่งข้อมูล.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
วิธีคัดเลือกข้อมูล.....	33
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
4. บริบทราชการยานาฐ.....	37
5. การวิเคราะห์เนื้อหา รูปแบบ และการนำเสนอรายการ.....	48
6. บทสรุปและอภิปราย.....	68
บรรณานุกรม.....	82
ประวัติผู้เขียน.....	98