

กระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการ  
จัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546



นางสาวพุดิธร อุดมพงษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-2480-9

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION PROCESS IN ADVOCATING POLICY AND REGULATION  
ON ALCOHOL ADVERTISING RESTRICTIONS IN 2003

Miss Putthitorn Udompong

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 2005

ISBN 974-14-2480-9

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการ  
จัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546

โดย

นางสาวพุดิธร อุดมพงษ์

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์

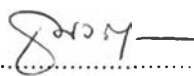
---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

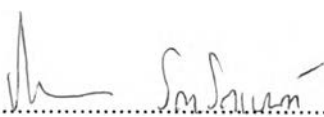


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิโรโสภณ)

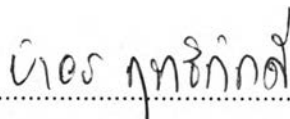
คณะกรรมการวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ)



..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์)



..... กรรมการ  
(คุณบังอร ฤทธิภักดี)

พุดมิธ อุดมพงษ์ : กระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณา  
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546. (COMMUNICATION PROCESS IN ADVOCATING POLICY  
AND REGULATION ON ALCOHOL ADVERTISING RESTRICTIONS IN 2003) อ.ที่ปรึกษา :  
รศ.ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 268 หน้า. ISBN 974-14-2480-9

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาพัฒนาการของกระบวนการสื่อสารในการผลักดันมาตรการจัดระเบียบ  
โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546 และวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มองค์กรมีส่วนร่วมในการสนับสนุน และ  
คัดค้านการผลักดันมาตรการดังกล่าว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการเก็บรวบรวม  
ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบกับการวิเคราะห์เอกสาร

ผลการวิจัย พบว่า

1. พัฒนาการของกระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
พ.ศ. 2546 แบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงเตรียมการผลักดันมาตรการ ช่วงผลักดันมาตรการ และช่วงพลิกวิกฤติเป็นโอกาส

2. กลุ่มองค์กรที่มีส่วนร่วมในการผลักดันนโยบายและมาตรการจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.  
2546 ประกอบด้วย 3 ฝ่าย ได้แก่ (1) ฝ่ายสนับสนุนการผลักดันมาตรการ (2) ฝ่ายคัดค้านการผลักดันมาตรการ (3) ฝ่ายที่  
ได้รับผลกระทบจากมาตรการ โดยแต่ละฝ่ายใช้กลยุทธ์การสื่อสาร ดังนี้

กลยุทธ์การสื่อสารของฝ่ายสนับสนุนการผลักดันมาตรการ ประกอบด้วย (1) กลยุทธ์ด้านสาร – กลยุทธ์สารเชิงรุก  
ได้แก่ การใช้ข้อมูลสร้างความสำคัญให้ประเด็น และการเพิ่มแรงสนับสนุนด้วยข้อคิดเห็น กลยุทธ์สารเชิงรับ ได้แก่ การเสนอ  
ทางเลือกแก่องค์กรที่มีส่วนร่วมสร้างสุขภาวะ และการสร้างภาพศัตรูที่ชัดเจนกับผู้ค้าสุรา (2) กลยุทธ์ด้านสื่อ – กลยุทธ์สื่อเชิงรุก  
ประกอบด้วย กลยุทธ์สื่อบุคคล ได้แก่ การให้บุคคลที่มีชื่อเสียงนำเสนอข้อมูล การใช้พลังพันธมิตรสร้างกระแสกดดัน และ  
การล้อมบีบ กลยุทธ์สื่อกิจกรรม ได้แก่ การใช้สื่อกิจกรรมสร้างกระแสสนับสนุน กลยุทธ์สื่อมวลชน ได้แก่ การดึงดูสื่อมวลชน  
ด้วยข้อมูล กลยุทธ์สื่อเชิงรับ ประกอบด้วย กลยุทธ์สื่อบุคคล ได้แก่ การให้บุคคลที่น่าเชื่อถือนำเสนอข้อมูล

กลยุทธ์การสื่อสารของฝ่ายคัดค้านการผลักดันมาตรการ ประกอบด้วย (1) กลยุทธ์ด้านสาร – กลยุทธ์สารเชิงรุก  
ได้แก่ การยื่นกรณความไม่เหมาะสมของมาตรการ กลยุทธ์สารเชิงรับ ได้แก่ การเสนอทางเลือกเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง (2)  
กลยุทธ์ด้านสื่อ – กลยุทธ์สื่อเชิงรุก ประกอบด้วย สื่อบุคคล ได้แก่ การให้บุคคลที่มีชื่อเสียงนำเสนอข้อมูล และการล้อมบีบ สื่อ  
กิจกรรม ได้แก่ การใช้กิจกรรมทำตัวเองให้เป็นข่าว กลยุทธ์สื่อเชิงรับ ประกอบด้วย สื่อบุคคล ได้แก่ การแสดงพลังพันธมิตร

กลยุทธ์การสื่อสารของฝ่ายที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการ ได้แก่ (1) กลยุทธ์ด้านสาร – กลยุทธ์สารเชิงรับ ได้แก่  
การใช้ข้อมูลชี้ให้เห็นผลกระทบ และการยืนยันความรุนแรงของผลกระทบด้วยข้อคิดเห็น (2) กลยุทธ์ด้านสื่อ – กลยุทธ์สื่อเชิงรับ  
ได้แก่ การให้บุคคลที่น่าเชื่อถือนำเสนอข้อมูล

ภาควิชา .....การประชาสัมพันธ์.....

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

ปีการศึกษา .....2548.....

ลายมือชื่อนิสิต .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## 4585110028 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : COMMUNICATION PROCESS / POLICY ADVOCACY / ADVOCATE / ALCOHOL ADVERTISING / ALCOHOL ADVERTISING RESTRICTIONS

PUTTHITORN UDOMPONG : COMMUNICATION PROCESS IN ADVOCATING POLICY AND REGULATION ON ALCOHOL ADVERTISING RESTRICTIONS IN 2003.

THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PARICHART STHAPITANONDA, Ph.D, 268 pp.

ISBN 974-14-2480-9

The objectives of this research are to study the development of the Communication Process in Advocating Policy and Regulation on Alcohol Advertising Restrictions in 2003 and the communication strategies used by organizations participated in advocating process. In-depth interview with key informants were used to complete this research.

The results are as follows :

1) The evolution of the communication process in advocating policy and regulation on alcohol advertising restrictions in 2003 can be divided into 3 stages; (1) Policy Advocacy Plan (2) Policy Advocacy (3) Turning Crisis into Opportunity.

2) Organizations participated in the communication process can be defined in 3 groups; (1) Advocacy Supporter (2) Advocacy Opposition (3) Policy-affected Group. Communication strategies used by each organization are as follows;

Advocacy Supporter's Communication Strategies include: (1) Message Strategies – Proactive message strategy; Using the facts to highlight the issue and enforcing by giving opinions, Reactive message strategy; giving the alternatives for health promotion organization and conjuring up the clear image of enemy against alcohol entrepreneurs (2) Media Strategies – Proactive media strategy; personal communication - using well-known persons to present facts and opinion, pressuring by the allies and lobby, organized events- using events to create supportive currents, mass media – using interesting information to attract mass media , Reactive media strategy; personal communication - using well-known persons to present facts and opinions.

Advocacy Opposition's Communication Strategies include; (1) Message Strategies – Proactive message strategy; insisting on the policy's misappropriation, Reactive message strategy; giving alternatives to gain bargaining power (2) Media Strategies – Proactive message strategy; personal communication - using well-known persons to present facts and opinion and lobby, organized events – using events to make themselves as news-worthy materials, Reactive media strategy; personal communication – pressuring by the allies.

Policy-affected Group's Communication Strategies include; (1) Message Strategies – Reactive message strategy; using the facts to highlight the problems and enforcing by giving opinions (2) Media Strategies – Reactive media strategy; using reliable persons to present facts and opinions.

Department .....Public Relations..... Student's signature ..... P. Udompong .....  
Field of Study .....Development Communication..... Advisor's signature..... Parichart .....  
Academic Year.....2005..... Co-advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือของรองศาสตราจารย์ ดร. ปรีชาต สถาปิตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางอันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยด้วยความใส่ใจมาโดยตลอด ซึ่งไม่เพียงประสิทธิประสาทความรู้ในเชิงวิชาการแก่ผู้วิจัยเท่านั้น หากยังกรุณาให้แง่คิดในการดำเนินชีวิตหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "การคิดเชิงบวก" อันเป็นกระบวนการที่ช่วยยกระดับประคองผู้วิจัยให้ผ่านพ้นอุปสรรคต่างๆ มาได้ด้วยดี ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และคุณบังอร ฤทธิภักดี กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาดำเนินการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งตรวจสอบ และให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงโดยสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่กรุณาใช้เวลาให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ต่อการศึกษาวិเคราะห์ ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ เจ้าหน้าที่หอสมุดแห่งชาติ และศูนย์ข้อมูลหนังสือพิมพ์มติชน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการค้นคว้าข้อมูลแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณบุคลากรของคณะนิเทศศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่างๆ แก่ผู้วิจัย

ขอบคุณ "เชน" กัลยาณมิตรร่วมรุ่น Dev. Comm. 25 ผู้ร่วมหัวจมท้ายกันมาตลอด รวมถึงพี่เอ๋ อ้อย และป๊อปที่ทำให้ชีวิตการศึกษาปริญญาโทเต็มไปด้วยเรื่องราวที่น่าจดจำ ขอบคุณ "ส้มโอ ปู แอ็ค และแบงค์" ที่เป็นกำลังใจและร่วมแบ่งปันทุกข์-สุขกันมาตลอดเวลากว่าทศวรรษที่คบกัน ขอขอบคุณพี่เจน พี่อ้อย พี่เมย์ และพี่ตัน ที่ให้โอกาสผู้วิจัยพักจากงานประจำและกรุณาแบ่งเบาภาระงานต่างๆ จนผู้วิจัยสามารถแก้ไขวิทยานิพนธ์ได้แล้วเสร็จ ขอขอบคุณพี่นก พี่ผึ้ง อู๋อิ และบีบีโปะ ที่หมั่นถามไถ่และระดมขบไล่ความท้อแท้ให้ผู้วิจัยอย่างสม่ำเสมอ และที่ขาดไม่ได้เลย...ขอบคุณ "พี่แตน" ผู้เป็นทั้งเจ้านายและพี่สาว ที่ให้ความเมตตาและสนับสนุนการศึกษาของน้องมาตลอด รวมถึงเป็นธุระในการจัดหาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กคุณภาพเยี่ยมอันเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ขอบคุณ "ปริญญ์" ที่คอยให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยด้วยความเต็มใจและจริงใจตลอดมา โดยเฉพาะวันที่พาผู้วิจัยฝ่าพายุฝนและน้ำท่วมอย่างทุลักทุเลจนสามารถไปสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ได้ทันเวลา ทั้งยังช่วยทำหน้าที่หน่วยสนับสนุนความครั้นเคร่ง ด้วยการเติมเสียงหัวเราะให้ผู้วิจัยในยามเคร่งเครียดอยู่เสมอ

และสุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ "แม่และพ่อ" ที่ให้ความสำคัญกับการศึกษา และทุ่มเททุกสิ่งเพื่อโอกาสในการเล่าเรียนของลูกโดยมิเคยคำนึงถึงความเหนื่อยยาก...เหนือสิ่งอื่นใด คือ การให้ "อิสระ" อย่างเต็มที่ในการตัดสินใจทำสิ่งดีๆ ที่ลูกรัก อันนำมาซึ่ง "ความสุข" ที่เกิดจากความรักในสิ่งที่ได้ทำมาตลอดชีวิตของลูก และขอขอบคุณ ทุกๆ คนในบ้านของเรา...น้องปิ่นและนุ้ย (เจ้าหน้าที่เทคนิคจำเป็น) พี่เบีวี่ลิ่ง น้องพลอย น้ำตา และน้ำเปี้ยก สำหรับทุกกำลังใจและทุกความช่วยเหลือที่มีส่วนสนับสนุนให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
โจทย์การวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์.....	12
แนวคิดสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขา.....	18
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร.....	22
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร.....	33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	64
กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยและการกำหนดเครื่องมือในการวิจัย.....	64
ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	67
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการวิจัย.....	68
การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล.....	69

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	70
พัฒนาการของกระบวนการสื่อสารในการผลักดันนโยบายและมาตรการ	
จัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2546.....	70
กลุ่มองค์กรที่เกี่ยวข้องและกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มต่างๆ.....	133
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	160
สรุปผลการวิจัย.....	160
อภิปรายผล.....	173
ข้อเสนอแนะ.....	187
รายการอ้างอิง.....	192
ภาคผนวก.....	196
ภาคผนวก ก.....	197
ภาคผนวก ข.....	199
ภาคผนวก ค.....	201
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	268