

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์
ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา จังหวัดราชบุรี

นางสาวนาวนิต ยิ้มวัน

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2543

ISBN 974-346-358-5

ลิขสิทธิ์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SOCIAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES IN THE AIDS
PREVENTION CAMPAIGN PROGRAM FOR SECONDARY SCHOOL AND
VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS IN THE RATCHABURI PROVINCE

MISS NOWANIT YIMVON

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

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2000

ISBN 974-346-358-5

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของ
นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา จังหวัดราชบุรี

โดย นางสาวเนาวนิต ชีมวัน
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวนดี บุญลือ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดี
คณะนิเทศศาสตร์
รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวนดี บุญลือ)

.....กรรมการ
(ดร.วิเชียร เกตุสิงห์)

สถาบันวิทยมนธุรกิจ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เนาวนิต ยี่มวัน : กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียน
 มัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา จังหวัดราชบุรี SOCIAL MARKETING COMMUNICATION
 STRATEGIES IN THE AIDS PREVENTION CAMPAIGN PROGRAM FOR SECONDARY
 SCHOOL AND VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS IN THE RATCHABURI PROVINCE
 อ.ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวี บุญถิ์ , 177 หน้า ISBN 974-346-358-5
 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความคิดเห็น ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร
 ในสื่อ และการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และ
 อาชีวศึกษา จังหวัดราชบุรี โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400
 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่
 ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความแตกต่าง และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดย
 คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์หากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อ
 สังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของจังหวัดราชบุรี

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักเรียนจากโรงเรียนทั้ง 2 ประเภทมีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์ในระดับสูงมาก จาก
 ป้ายโฆษณา/แผ่นพับในระดับปานกลางและ จากอินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ
2. นักเรียนจากโรงเรียนทั้ง 2 ประเภท มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่
 สาธารณสุขมากที่สุด จากโทรทัศน์ในระดับสูงมาก จากป้ายโฆษณาในระดับสูง และจากอินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ
3. นักเรียนจากโรงเรียนทั้ง 2 ประเภทมีความต้องการและความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการป้องกันโรค
 เอดส์คล้ายคลึงกัน
4. การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อนิยตสารและหนังสือพิมพ์ของนักเรียนมัธยมศึกษามีความ
 สัมพันธ์กับการป้องกันโรคเอดส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
5. สถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จาก
 หนังสือพิมพ์ของนักเรียนมัธยมศึกษา สำหรับนักเรียนอาชีวศึกษาพบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดา
 มารดา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากวิทยุกระจายเสียงและอินเทอร์เน็ต
6. พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนกับสัมพันธภาพของบิดา
 มารดาในนักเรียนจากโรงเรียนทั้ง 2 ประเภท
7. โครงการป้องกันโรคเอดส์ของจังหวัดราชบุรีมีการนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมมาใช้
 โดยพัฒนากิจกรรมกลุ่มและอุทงขานนามเป็นสินค้าในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคเอดส์มีการส่งเสริมให้
 นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมหรือใช้ผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย สะดวก โดยมี
 สื่อบุคคล ได้แก่ ครู/อาจารย์ นักเรียนแกนนำ และสื่อเฉพาะกิจในการนำเสนอสินค้า ซึ่งมีกระบวนการที่สั้น
 และง่ายที่สุด เพื่อให้การดำเนินงานสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักเรียนทั้ง 2 ประเภท

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์..... **ลายมือชื่อนิติ.....**
 สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... **ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....**
 ปีการศึกษา.....2543..... **ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....**



: MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

EXPOSURE/ COMMUNICATION STRATEGIES/RATCHABURI PROVINCE

NOWANIT YIMVON : SOCIAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES IN THE AIDS PREVENTION CAMPAIGN PROGRAM FOR SECONDARY AND VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS IN THE RATCHABURI PROVINCE THESIS ADVISOR ASSOC. PROF. THANAWADEE BOONLUE, Ph.D., 177 pp. ISBN 974-346-358-5

The objective of this research is to study exposure to and opinion towards media , information needs among secondary school and vocational school students in Ratchaburi Province. Social marketing communication strategies in the AIDS Prevention Campaign Programme is also investigated. The study was divided into 2 parts. The first part surveyed 400 students by questionnaire. Frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's Product Moment Correlation were used for data analysis. The second part, analyzed social marketing communication strategies in the AIDS prevention campaign programme in Ratchaburi" were analyzed.

The results of this study reveals the followings :

1. In general, students from both school types are highly exposed to television, moderately exposed to billboard and pamphlets but minimally exposed to Internet.
2. Students from both school types used to contact MOPH Officers for HIV/ AIDS Information. For HIV/ AIDS information students were highly exposed to television , and Bill Board and humbly exposed to Internet .
3. Students from both school types are similar in information needs and opinion articulation towards media publicity for HIV/AIDS prevention.
4. Exposure to magazines and newspapers on Aids is significantly correlated with the practice of HIV/AIDS prevention.
5. Parents' financial status is significantly correlated with students' practice of HIV/AIDS prevention.
6. There is no significant correlation between HIV/AIDS prevention and relationship between parents.
7. Social marketing communication strategies are used in HIV/AIDS Prevention Programme by creating group activities in order that students can participate in the activities. Condoms are freely distributed to students who participate in the group activities. Condoms are provided and supplied through teachers and students' core leaders so that condoms are easily accessed and accepted among students.

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิติ.....
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา.....2543..... มือลายชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างสูงต่อ รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ อาจารย์
ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและตรวจทานแก้ไขวิทยานิพนธ์ ทั้งให้กำลังใจในการทำวิทยา
นิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร. ประม
สตะเวทิน ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการสอบ
วิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้ความกรุณาช่วยเหลืออย่างมากในการให้การแนะนำตั้งแต่เริ่มต้น ตลอดจน
การตรวจทานแก้ไขในขั้นสุดท้าย

และขอขอบคุณ ผศ.ทพญ.ปิยะนารถ จันทราโชติวิทย์ , คุณสลิลลา รุจนวงศ์
คุณอรสา เหล่าเจริญสุข และคุณบรรพต เชาว์วัตร ที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลตลอดจนอำนวยความสะดวกและช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ และ
คุณป้าจรัญญา สมุทรคนตรี ที่เป็นกำลังใจและคอยดูแลเป็นอย่างดี และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณคุณพ่อ
ที่สนับสนุนทุนการศึกษาตลอดหลักสูตรทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี

อนึ่ง วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนบางส่วนจากบัณฑิตวิทยาลัย จึง
ขอขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

เนาวนิต ยิ้มวัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
1.3 ปัญหาในการวิจัย.....	7
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	7
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	8
1.6 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	11
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 ทฤษฎีทางการสื่อสาร.....	12
2.2 ทฤษฎี “สื่อ” และ “ประสิทธิผลของสื่อ”.....	17
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา.....	21
2.4 แนวคิดการตลาดเชิงสังคม.....	27
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	51
3.1 การกำหนดประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	51
3.2 การสร้างและเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	68
3.4 การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล.....	69
3.5 การประมวลผลข้อมูล.....	60

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	121
รายการอ้างอิง.....	144
ภาคผนวก ก.....	148
ภาคผนวก ข.....	166
ประวัติผู้เขียน.....	178



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามประเภทสถานศึกษา62
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศและประเภทสถานศึกษา..... 63
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการพักอาศัยและ ประเภทสถานศึกษา.....64
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะความสัมพันธ์ของ บิดามารดาและประเภทสถานศึกษา.....65
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะรายได้เฉลี่ยของบิดา มารดาและประเภทสถานศึกษา.....66
6	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการเปิดรับข่าวสาร ทั่วไปของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา.....67
7	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการเปิดรับข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์จากสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา.....68
8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการมีความรู้ เรื่องโรคเอดส์และประเภทการศึกษา69
9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับความรู้เรื่อง โรคเอดส์จากสื่อบุคคลและประเภทสถานศึกษา.....70
10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอิทธิพลของสื่อที่ทำให้ วัยรุ่นสนใจเรียนรู้เรื่องการป้องกัน โรคเอดส์.....71
11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะข่าวสารที่ทำให้ เกิดความตระหนักในการป้องกัน โรคเอดส์และประเภทสถานศึกษา.....72
12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสถานศึกษาและ ข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ที่วัยรุ่นอยากรู้.....73
13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะความต้องการ ให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกัน โรคเอดส์.....74
14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการเข้าร่วม กิจกรรมหรือชมรมป้องกัน โรคเอดส์ใน โรงเรียนและประเภทสถานศึกษา.....75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และประเภทสถานศึกษา.....76
16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อและประเภทสถานศึกษา77
17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมหรือจัดตั้งชมรม ตามประเภทสถานศึกษา.....78
18	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจากสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา.....79
19	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรมเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา.....80
20	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจากสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา.....82
21	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการมีกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนและประเภทสถานศึกษา.....83
22	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์และประเภทสถานศึกษา.....84
23	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมหรือจัดตั้งชมรมและประเภทสถานศึกษา.....85
24	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน.....86
25	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา.....87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
26	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามลักษณะการมีกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนและประเภทสถานศึกษา 89
27	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนและประเภทสถานศึกษา..... 90
28	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมป้องกันโรคเอดส์ของโรงเรียนและประเภทสถานศึกษา 91
29	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ และประเภทสถานศึกษา.....92
30	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่สามารถหาข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์และประเภทสถานศึกษา.....93
31	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสะดวกของสถานที่ในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา.....94
32	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ในโรงเรียนตามประเภทสถานศึกษา.....95
33	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามลักษณะสื่อบุคคลที่ให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์และประเภทสถานศึกษา..... 96
34	แสดงการเปรียบเทียบคะแนนระหว่างความสะดวกและความเพียงพอของสื่อสิ่งพิมพ์แยกตามประเภทสถานศึกษา..... 97
35	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับถุงยางอนามัยจากสื่อ และประเภทสถานศึกษา.....98
36	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะการเปิดรับการเปิดรับข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยจากสื่อและประเภทสถานศึกษา.....99
37	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้สึกรู้สึกของนักเรียนในการขอรับบริการเกี่ยวกับถุงยางอนามัยและประเภทสถานศึกษา.....100
38	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามความคิดเห็นต่อถุงยางอนามัยที่ใช้ในปัจจุบันและประเภทสถานศึกษา.....101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
39	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสถานที่ที่มีความสะดวกในการขอรับบริการดูยางอนามัยและประเภทสถานศึกษา.....	102
40	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาดูยางอนามัยและประเภทสถานศึกษา.....	103
41	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา.....	104
42	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อระหว่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา.....	105
43	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อกับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์แยกตามประเภทสถานศึกษา.....	106
44	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อกับสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดาแยกตามประเภทสถานศึกษา.....	107
45	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนแยกตามประเภทสถานศึกษา.....	108



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โรคเอดส์เป็นโรคติดต่อร้ายแรงและเป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญ เพราะการติดเชื้อเอดส์นั้น นอกจากก่อให้เกิดผลต่อสุขภาพแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อทางสังคมจิตวิทยาและเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง ประเทศไทยพบผู้ป่วยโรคเอดส์ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.2527 หลังจากนั้นพบว่าโรคเอดส์ได้มีการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว ซึ่งเชื้อโรคเอดส์เมื่อเข้าไปอยู่ในร่างกายจะมีระยะฟักตัว 5 – 10 ปี โดยผู้ติดเชื้อส่วนใหญ่ไม่มีอาการแต่สามารถแพร่เชื้อได้ การพบผู้ป่วยเอดส์อาจไม่ช่วยยับยั้งการแพร่ระบาดของโรค ซึ่งเมื่อเกิดในช่วงที่ผู้ป่วยนั้นยังไม่มีอาการ (วิวัฒน์ โรจนพิทยากร, 2540 :123) ผู้ที่ติดเชื้อเอดส์จึงสามารถมีชีวิตอยู่ และดำรงชีวิตอยู่อย่างปกติโดยไม่มีอาการเจ็บป่วยประมาณ 7-10 ปี (วรรณิ กัณฐกมลกุล , 2542 : 14) ผู้ป่วยเอดส์นั้นเป็นผู้ติดเชื้อที่เริ่มมีภูมิคุ้มกันร่างกายบกพร่องและก่อให้เกิดโรคนวโอกาส ดังนั้น จำนวนผู้ป่วยโรคเอดส์ในปัจจุบันจึงเป็นเพียงภาพสะท้อนของการติดเชื้อเมื่อ 5-10 ปีก่อนเท่านั้น (ชัยศ คุณานุสนธิ์และคณะ, 2542 : 10-11)

จากรายงานกองระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุขตั้งแต่ พ.ศ. 2527 จนถึง 31 กรกฎาคม 2542 พบว่ามีผู้ป่วยเอดส์จำนวน 119,259 ราย และมีผู้เสียชีวิต 32,935 ราย เป็นชาย 94,314 ราย เป็นหญิง 24,945 ราย ส่วนใหญ่มีปัจจัยเสี่ยงจากการมีเพศสัมพันธ์ลักษณะรั้งต่างเพศร้อยละ 82.8 ช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 20-39 ปี ร้อยละ 78.61 อัตราส่วนเพศชาย : เพศหญิงระหว่างปี พ.ศ. 2539 – 2541 เท่ากับ 4.62 : 1, 3.26 : 1 และ 2.90 : 1 ตามลำดับ ถ้าพิจารณาจากผู้ป่วยเอดส์จะพบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2527 –2539 มีจำนวน 66,458 ราย พ.ศ. 2540 มีจำนวน 25,151 ราย ปีพ.ศ. 2541 มีจำนวน 23,013 ราย และสิ้นเดือนพฤษภาคม 2542 มีจำนวน 4,637 ราย แสดงให้เห็นว่า จำนวนผู้ป่วยเอดส์ที่ได้รับรายงานมีจำนวนลดลงในแต่ละปี ซึ่งคาดว่าจำนวนผู้ป่วยเอดส์และผู้เสียชีวิตจากโรคเอดส์ที่รายงานทางระบาดวิทยาดังกล่าวมีจำนวนต่ำกว่าความเป็นจริง เนื่องจากมีผู้ป่วยจำนวนหนึ่งที่ไม่ไปใช้บริการหรืออาจเสียชีวิตที่บ้าน

แม้ว่ารัฐบาลไทยจะตระหนักถึงปัญหาเอดส์ และเร่งระดมทรัพยากรเพื่อจัดการกับปัญหาอย่างชัดเจนและเร่งด่วนมาเป็นเวลา 10 ปี จนอัตราการติดเชื้อรายใหม่เริ่มลดลงตั้งแต่ พ.ศ. 2535

แต่จำนวนผู้ติดเชื้อและผู้ป่วยเอดส์ยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อดูการกระจายการติดเชื้อเอดส์ในกลุ่มเพศและกลุ่มอายุต่าง ๆ จากข้อมูลการสำรวจสุขภาพประชากรไทย พ.ศ.2540 พบว่าอัตราการติดเชื้อเอดส์ในกลุ่มอายุที่พบมากคือวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 20-39 ปี ได้แก่ อายุ 25-29ปี คิดเป็นร้อยละ 28.6, 30-34 ปี ร้อยละ 23.5, 35-39 ปี ร้อยละ 14.2, 20-24 ปี ร้อยละ 12.4 (จากรายงานกองระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุข ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 – 31 มกราคม 2542) เชื้อโรคเอดส์เมื่อเข้าไปอยู่ในร่างกายจะมีระยะฟักตัว 5 – 10 ปี จึงมีอาการแสดงออกมาและเสียชีวิตในที่สุด (เกียรติ รักษ์รุ่งธรรม, 2538) จะเห็นได้ว่า แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ที่มีต่อกลุ่มวัยรุ่นนั้น เป็นกลุ่มเสี่ยงที่สำคัญมากกลุ่มหนึ่ง

เมื่อมองสถานการณ์โรคเอดส์ของประเทศไทยในแต่ละภาคพบว่า ภาคที่มีอัตราป่วยด้วยโรคเอดส์สูงที่สุดคือ ภาคเหนือ รองลงมาคือภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือคือ 49.4 , 28.1 , 24.0 และ 13.3 ต่อประชากรแสน ตามลำดับ และแต่ละจังหวัดมีรายละเอียดที่แตกต่างกันโดยอาจดูคร่าว ๆ จากภาระในการดูแลผู้ป่วยเอดส์ในปี 2541 ซึ่งแยกออกเป็น 3 ประเภทดังนี้ จังหวัดที่มีการดูแลมาก (คือมีผู้ป่วยในการดูแลมากกว่า 400 ราย/ปี) จังหวัดที่มีการดูแลสูง (คือมีผู้ป่วยในการดูแลมากกว่า 200 - 400 ราย/ปี) และจังหวัดที่มีการดูแลที่มีแนวโน้มสูงขึ้น (คือมีผู้ป่วยในการดูแลน้อยกว่า 200 ราย/ปี) (สมชาย จักรพันธ์, 2542:3) ซึ่งจังหวัดราชบุรีจัดอยู่ในประเภทที่ 2 คือมีการดูแลผู้ป่วยสูง

จากรายงานสถานการณ์เอดส์ในจังหวัดราชบุรีตั้งแต่ปี พ.ศ.2532 – 30 มิถุนายน 2542 พบว่า จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้ป่วย/ผู้ติดเชื้อเอดส์มากที่สุดในเขต 4 (ได้แก่ จังหวัดราชบุรี , กาญจนบุรี , เพชรบุรี , นครปฐม , ประจวบคีรีขันธ์ , สมุทรสงคราม , และสมุทรสาคร) สถานการณ์เอดส์ในจังหวัดราชบุรี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 – 30 มิถุนายน 2542 พบว่า มีจำนวนผู้ป่วยเอดส์ 1,994 ราย เป็นชาย 1,523 ราย เป็นหญิง 471 ราย ส่วนปัจจัยเสี่ยงส่วนใหญ่มาจากการมีเพศสัมพันธ์ลักษณะรักต่างเพศ ร้อยละ 89.91 ช่วงอายุที่พบผู้ป่วยมากที่สุดคือ 20-39 ปี มีร้อยละ 77.13 ส่วนใหญ่ร้อยละ 60.26 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวนผู้ป่วยเอดส์ย้อนหลัง 3 ปี (พ.ศ.2539 – 2541) จะมีอัตราส่วนเพศชาย : เพศหญิง เท่ากับ 5.37 : 1 , 3.95 : 1 และ 3.15 : 1 ตามลำดับ จะเห็นว่าแนวโน้มอัตราป่วยในกลุ่มอายุ 15 – 19 ปี มีอัตราสูงซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลระดับประเทศที่พบว่าช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 20-39 ปี หากนับถอยหลังไป 5-10 ปี เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ป่วยเอดส์ของจังหวัดราชบุรี จำแนกตามพื้นที่ที่พบผู้ป่วยมากที่สุด 3 อำเภอ คือ อำเภอบ้านโป่ง ร้อยละ 39.21 อำเภอเมือง ร้อยละ 18.71 และอำเภอโพธาราม ร้อยละ 13.75 ตามลำดับ โดยเขตอำเภอเมือง

จะพบผู้ป่วยโรคเอดส์ทั้งสิ้น 347 ราย เป็นเพศชาย 273 ราย เป็นเพศหญิง 74 ราย คิดเป็นอัตราส่วนเพศชาย : เพศหญิง เท่ากับ 3.68 : 1 ซึ่งส่วนใหญ่มีปัจจัยเสี่ยงมาจากการมีเพศสัมพันธ์ลักษณะรักต่างเพศสูงถึง ร้อยละ 94.52 (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี, 2542) จากข้อมูลดังกล่าวทั้งอายุ และปัจจัยเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์สอดคล้องเช่นเดียวกับรายงานของกองระบาดวิทยา

จากการเฝ้าระวังพฤติกรรมเสี่ยงการติดเชื้อเอดส์ของจังหวัดราชบุรีรอบที่ 4 เดือน มิถุนายน 2541 พบว่า ในกลุ่มชายไทยอายุ 21 ปีที่ติดการเกณฑ์ทหารส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.7 เคยมีเพศสัมพันธ์มาก่อนเฉลี่ยการมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกอายุ 17 ปี ในจำนวนนี้ ร้อยละ 51 มีเพศสัมพันธ์กับผู้หญิงอื่น ๆ ที่ไม่ใช่หญิงบริการ สำหรับการมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกพบว่า มีการใช้ถุงยางอนามัยเพียงร้อยละ 35.1 และแนวโน้มการมีเพศสัมพันธ์กับหญิงบริการยังเริ่มลดลงกว่ารอบปีที่ผ่านมา สำหรับกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาชาย พบว่า เคยมีเพศสัมพันธ์ร้อยละ 4.4 เฉลี่ยการมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกอายุ 15 ปี และร้อยละ 53.3 จะมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกกับคนรัก และแฟน แม้จะมีความชุกไม่มาก แต่ก็มีแนวโน้มเหมือนกันคือมีเพศสัมพันธ์กับผู้หญิงอื่น ๆ มากกว่าหญิงบริการ โดยมีอัตราการใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งกับหญิงบริการมากกว่าหญิงทั่วไปด้วย

ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ในประเทศไทยมีสาเหตุสำคัญมาจากพฤติกรรมทางเพศของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดต่อทางเพศสัมพันธ์ลักษณะรักต่างเพศ และแม้ว่าขณะนี้รายงานผู้ป่วยเอดส์ในกลุ่มเยาวชนช่วงอายุ 15 – 19 ปี มีจำนวนไม่มากก็ตาม (ร้อยละ 1.07 ของจำนวนผู้ป่วยเอดส์ทั้งหมด)(กองระบาดวิทยา : 2542) และไม่สามารถทราบอัตราการติดเชื้อเอดส์ในกลุ่มดังกล่าว แต่อัตราการติดเชื้อเอดส์ได้แพร่ระบาดเข้าสู่กลุ่มคนที่ไม่ได้มีพฤติกรรมเสี่ยงโดยตรง ที่ต้องติดเชื้อเพราะรู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยสาเหตุสำคัญส่วนใหญ่เกิดจากพฤติกรรมทางเพศของบุคคล เช่นกลุ่มวัยรุ่นหนุ่มสาวอาจเนื่องจากความกึกคะนอง อยากรู้อยากลอง รักสนุก หรือขาดสติเมื่มาจากสุรายาเสพติดต่าง ๆ (จิราพร แจ่มประเสริฐ, 2540 :5) และธรรมชาติของวัยรุ่นมักต้องการการเรียนรู้ เพื่อหาความใหม่ ใจร้อน ชอบเอาอย่างเพื่อน ชอบเลียนแบบคารา สนใจเพศตรงข้าม อยากเด่นอยากดัง ลักษณะเช่นนี้ทำให้กลุ่มวัยรุ่นมีสัญชาตญาณที่จะทดลองทำในสิ่งที่ถูกห้าม หรือสิ่งที่บุคคลทำกันอย่างแพร่หลาย (วิวัฒน์ โรจนพิทยากร, 2536 :33) บวกกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีระและฮอร์โมนของร่างกาย อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนที่มีส่วนสนับสนุนให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเพิ่มขึ้น เป็นพฤติกรรมที่ไม่ปลอดภัยและเสี่ยงต่อการติดเชื้อทางเพศสัมพันธ์และโรคเอดส์ (พิมพ์วัลย์ บุญมงคล, 2542 : 53)

จากปัญหาด้านพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์ในเด็กนักเรียนนักศึกษาวัยรุ่น กระทรวงศึกษาธิการร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข ได้จัดอบรมความรู้เรื่องโรคเอดส์ในสถานศึกษาทุกระดับ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 (จำริญ เสกธีระ, 2535 : 26) ซึ่งทำให้นักเรียน นักศึกษา มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคเอดส์มากขึ้น และวิวัฒน์ โรจนพิทยากร (2536 : 348-351) ได้กล่าวว่า วิธีการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ที่มีประสิทธิภาพ คือ การให้การศึกษา การให้ข้อมูลข่าวสาร และการส่งเสริมสุขภาพในกลุ่มเสี่ยงต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มเสี่ยงมาก ได้แก่ ชายรักร่วมเพศ หญิงบริการทางเพศ ผู้ติดยาเสพติดและนักโทษ
2. กลุ่มเสี่ยงปานกลาง ได้แก่ กลุ่มชายชอบสำต่อทางเพศ ชายและหญิงวัยเจริญพันธุ์ และนักเรียนระดับมัธยมศึกษา
3. กลุ่มเสี่ยงน้อย ได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไป
4. กลุ่มเสี่ยงน้อยมาก ได้แก่ กลุ่มนักเรียนระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา

จะเห็นว่า วัยรุ่น นักเรียน นักศึกษาเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ (เทพพนม เมืองแมน อังใน จำริญ เสกธีระ, 2535 : 26) ได้กล่าวว่า นักเรียนวัยรุ่นมีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ แต่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงยังไม่ค่อยมี แสดงว่า การให้ความรู้โรคเอดส์เพียงอย่างเดียวอาจไม่ใช่วิธีการที่เหมาะสมเพียงพอที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เนื่องจากยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักเรียนนักศึกษา

คณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ ได้เน้นบทบาท ภารกิจ และหน้าที่ขององค์กรต่าง ๆ โดยกรมอาชีวศึกษา มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบในโครงการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ในด้านบริการทางสังคมสาขาพัฒนากลุ่มเป้าหมาย พิเศษ และเนื่องจากปัจจัยเสี่ยงส่วนใหญ่ของการติดเชื้อเอดส์มาจากการมีเพศสัมพันธ์ จึงต้องมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเยาวชนวัยรุ่น โดยเน้นการสร้างกลไกในบุคลิกภาพของเยาวชนเพื่อควบคุมพฤติกรรมที่เป็นสาเหตุของปัญหา (แผนปฏิบัติการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์แห่งชาติ , 2541-2544 : 1,5)

รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญในการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ โดยเน้นหนักการค้นหา ผู้ติดเชื้อและผู้ป่วยโรคเอดส์ มีการให้สุขศึกษาประชาสัมพันธ์เพื่อเร่งลดและปรับแก้พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์ในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ตำรวจ ทหาร นักท่องเที่ยว หญิงบริการทางเพศโดยตรง ชายชอบเที่ยวโสเภณี (วิวัฒน์ โรจนพิทยากร, 2535 :272) ทั้ง ๆ ที่มีการรณรงค์ป้องกัน และควบคุมโรคเอดส์ในกลุ่มประชาชนแทบทุกกลุ่ม แต่อัตราการติดเชื้อโรคเอดส์ของประชา

ชนกลับเพิ่มขึ้นทุกปีทำให้คาดการณ์ได้ว่า ผลการรณรงค์ป้องกันและควบคุมโรคเอดส์อาจยังไม่เหมาะสมเพียงพอต่อความเข้าใจของประชาชนในเรื่องการติดเชื้อเอดส์จากหญิงบริการทางเพศโดยตรง ทำให้หันไปนิยมเที่ยวหญิงบริการทางเพศแอบแฝงมากขึ้น (ธีระ รามสูตร , 2534 : 10)

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นว่า นักเรียน นักศึกษา ซึ่งอยู่ในช่วงของวัยรุ่นเป็นกลุ่มเสี่ยง และมีปัจจัยเสี่ยงที่ส่งเสริมการติดเชื้อเอดส์สูงกว่าประชากรกลุ่มอื่น และส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการมีเพศสัมพันธ์ ซึ่งหากกลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้มีพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม และไม่ปลอดภัยต่อไปก็ย่อมมีโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์สูงยิ่งขึ้น แม้ว่าการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแพร่กระจายของโรคเอดส์ และการป้องกันตนเองไม่ให้ติดเชื้อเอดส์จะเป็นวิธีการช่วยยับยั้งการแพร่กระจายของโรคนี้ได้ แต่การให้ความรู้เพียงอย่างเดียวนั้นยังไม่เพียงพอที่จะทำให้วัยรุ่นเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมรวมได้ (Kegles SM, Adler ME, Irwin CE. 1988 ; 78 (4) : 460-461) ดังนั้นการป้องกันโรคเอดส์จึงไม่ใช่อยู่ที่การให้ความรู้ในระดับรู้จำ เข้าใจ แต่ควรเสริมสร้างให้เกิดความตระหนักในผลกระทบที่จะได้รับจากการติดเชื้อโรคเอดส์และความชำนาญในระดับของการวิเคราะห์ รวมถึงการฝึกทักษะการตัดสินใจเลือกทำต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม

การทำให้เด็กและเยาวชน มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับโรคเอดส์ และเกิดความตระหนักเกี่ยวกับโรคเอดส์นั้นนับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพราะเมื่อเกิดความตระหนักถึงโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์และการแพร่ระบาดของโรคเอดส์แล้ว จะมีผลทำให้รู้จักแสวงหาวิธีที่ถูกต้องเหมาะสมในการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อโรคเอดส์ และการทำให้กลุ่มนักเรียน นักศึกษา เกิดความเข้าใจในปัญหาของโรคเอดส์นั้นจะต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่เชื่อถือได้ และกลวิธีที่เหมาะสมจึงจำเป็นต้องใช้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นเป็นงานส่วนหนึ่งของงานการตลาดเพื่อสังคม ซึ่งเป็นงานการตลาดเพื่อขยายความคิดแก่วัยรุ่นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการที่จะให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับความคิด เหมือนกับยอมรับผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นที่จะต้องเข้าใจความต้องการ (need) ความปรารถนา (want) ความพึงพอใจ (satisfaction) การรับรู้ (perception) กลุ่มอ้างอิงและรูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

แนวความคิดการตลาดสามารถช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกในสังคม ดังนั้นก่อนที่นักการตลาดจะเริ่มดำเนินการสื่อสาร จะต้องกำหนดตัวผู้บริโภคเหล่านั้น มีคุณลักษณะอย่างไร ต้องการสินค้าที่มีลักษณะอย่างไร

มีทัศนคติ ระดับการศึกษา มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวของสินค้ามากขึ้นเพียงใด เพื่อที่จะได้จัดเตรียมข่าวสารให้เหมาะสมกับระดับความสามารถของผู้บริโภคเหล่านั้นได้

ดังนั้นกลวิธีการตลาดเพื่อสังคม จึงเป็นกลวิธีที่ช่วยสนับสนุนให้ได้ข้อมูลดังกล่าวของกลุ่มเป้าหมายเพื่อการวิเคราะห์ปัญหา ตลอดจนหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนความคิด และพฤติกรรม การป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาได้อย่างถูกต้อง การตลาดเพื่อสังคมจึงเป็นการวิเคราะห์การวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมโครงการที่จัดตั้งขึ้นอย่างรอบคอบและได้มีการออกแบบ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนค่านิยมอย่างสมัครใจกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำไปสู่เป้าประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ ซึ่งจะต้องใช้ความรู้ทางด้านทฤษฎีการสื่อสารและประสบการณ์ดำเนินงานด้านการสื่อสารจากหลายๆ โครงการมารองรับ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมต่อการป้องกันโรคเอดส์ของกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาในการดำเนินงานโครงการป้องกันโรคเอดส์ของจังหวัดราชบุรีและเพื่อการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคเอดส์และปัญหาการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษากลยุทธ์และแนวทางในการปรับปรุงการผลิตสื่อ รวมทั้งแนวทางการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสอดคล้องกับนโยบายด้านสาธารณสุขของชาติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ประยุกต์แนวคิดการตลาดเชิงสังคมและทฤษฎีการสื่อสารมาใช้ในการแก้ไขปัญหา เพราะแนวความคิดและกระบวนการตลาดเพื่อสังคม ตามที่ ฟอกซ์และคอตเลอร์ (Fox and Kotler , 1980) อธิบายไว้ เป็นการใช้นำความคิดทางการตลาดเพื่อจุดประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงสังคมให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ (พรทิพย์ สัมปิตตะวนิช , 2540) ในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารมีการใช้สื่อต่าง ๆ มากมาย เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารให้ผู้รับหรือผู้บริโภคได้รับทราบและก่อให้เกิดปฏิกิริยาด้านการยอมรับ เพื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งเมื่อรวมกับหลักการตลาดที่บ่งชี้ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคนั้น ต้องได้รับการตอบสนอง และได้รับความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยความเต็มใจ นอกจากแนวคิดทางการตลาดแล้ว ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีทางการสื่อสารมาประกอบเพื่อช่วยให้มีความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้รับสารมากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์แก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษาได้อย่างถูกต้อง และยังอาจเป็นแนวทางพัฒนาแก้ไข และปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้ความรู้ด้านสาธารณสุขอื่น ๆ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารทั่วไปของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อศึกษาความต้องการ และความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
4. เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ กับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา
5. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัศึกษากับอาชีวศึกษา
6. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ของบิดามารดากับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา
7. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

ปัญหำนำในการวิจัย

1. นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปอย่างไร
2. นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์อย่างไร
3. นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความต้องการ และความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์อย่างไร
4. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาจะมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์และมีพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์แตกต่างจากนักเรียนอาชีวศึกษาหรือไม่อย่างไร

5. ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา มีความเหมือนหรือแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนอาชีวศึกษา

6. ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ของบิดามารดากับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา เหมือนหรือแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ของบิดามารดากับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนอาชีวศึกษา

7. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมที่สามารถนำมาใช้ในการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเป็นอย่างไร

สมมุติฐานการวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสารทั่วไประหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

2. การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนอาชีวศึกษา

4. ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนอาชีวศึกษา

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนมัศึกษามีความแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนอาชีวศึกษา

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การตลาดเพื่อสังคม หมายถึง การออกแบบการสื่อสารการป้องกันโรคเอดส์ในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเพื่อให้นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเกิดการยอมรับแนวความคิด และนำไปปฏิบัติเพื่อป้องกันตนเองจากโรคเอดส์ รวมถึงการพิจารณาเรื่องการนำกิจกรรมป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียน และดูขงอนามัย ซึ่งถือว่าเป็นสินค้า

ทางการตลาดที่ใช้ในการป้องกันโรคเอดส์มานำเสนอในรูปแบบของการตลาดเพื่อสังคมในด้าน การวางสินค้า การส่งเสริมสินค้า การวางราคา การสื่อสาร การจัดจำหน่าย การนำเสนอสินค้า และกระบวนการในการเข้าถึงสินค้า

การเปิดรับข่าวสารทั่วไป หมายถึง การเปิดรับข่าวสารทุกเรื่องจากสื่อมวลชน และ สื่อเฉพาะกิจ

การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ หมายถึง การได้รับรู้เรื่องโรคเอดส์ จากสื่อ 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

- สื่อมวลชน หมายถึง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร

- สื่อบุคคล หมายถึง เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ครู/อาจารย์ เพื่อนร่วมชั้นเรียน บิดามารดา

และ พระ

- สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง โปสเตอร์ เอกสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว ที่เกี่ยวกับโรคเอดส์

ประเภทสถานศึกษา หมายถึง โรงเรียนมัธยมศึกษาสายสามัญและโรงเรียนอาชีวศึกษา

- นักเรียนมัธยมศึกษา หมายถึง นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้น ม.4-ม.6ในสายสามัญ ปีการศึกษา 2542 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

- นักเรียนอาชีวศึกษา หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับ ปวช. 1-3 ในปีการศึกษา 2542 เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

โรคเอดส์ หมายถึง โรคภูมิคุ้มกันบกพร่อง (Acquired Immuno Deficiency Syndrome หรือ AIDS) เกิดจากเชื้อไวรัสชนิดหนึ่ง

พฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกทุกอย่างของนักเรียน โดยแสดงออกในรูปของการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันโรคเอดส์ เช่น การไม่สำอองทางเพศ การไม่รับเลือดที่ยังไม่ทราบว่าเป็นเลือดบวกหรือไม่ การไม่นิยมให้ทางร้านเสริมสวยใช้ของมีคมที่ไม่สะอาดหรือเปื้อนเลือดกับตัวนักเรียน การหลีกเลี่ยงใช้ของมีคมร่วมกับคนแปลกหน้า การไปตรวจเลือดเพื่อความแน่ใจว่าปลอดภัยจากโรคเอดส์ ไม่คบกับเพื่อนรักสองเพศ หรือเพื่อนชายหญิง ที่สำออง เตือนตนเองและคนรู้จักไม่ให้เที่ยวโสเภณี

ลักษณะทางประชากรของนักเรียน หมายถึง

- เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง
- ประเภทการศึกษา ได้แก่ มัธยมศึกษา และ อาชีวศึกษา
- ลักษณะการพักอาศัย ได้แก่ การพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา ญาติ เพื่อน ครู/อาจารย์
- ลักษณะความสัมพันธ์ของบิดามารดา คือ สภาพความเป็นอยู่ของบิดามารดาที่

อยู่ด้วยกัน หรือแยกกันอยู่

- สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว ได้แก่ รายได้ของบิดา/มารดา หรือผู้ปกครอง ที่ได้จากการทำงานตามหน้าที่การทำงาน คิดเฉลี่ยต่อเดือน

โครงการป้องกันโรคเอดส์นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา หมายถึง โครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ที่ดำเนินงานรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา หมายถึง การออกแบบหรือการนำสื่อมาใช้ในการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษาเพื่อให้มีอิทธิพลต่อการยอมรับในความคิดทางสังคม และป้องกันตนเองจากโรคเอดส์

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยมุ่งศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของจังหวัดราชบุรี
2. ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 สายสามัญ และนักเรียนอาชีวศึกษาที่กำลังศึกษาระดับ ปวช.1-3 ในสถานศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ และอาชีวศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จึงไม่สามารถเป็นตัวแทนของเยาวชนทั้งประเทศได้ เนื่องจากสถานที่ และสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ฉะนั้นการนำผลวิจัยไปสรุปอ้างอิงจึงอยู่ในขอบเขตจำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัย จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุง หรือวางแผนการใช้สื่อในการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภครับข่าวสาร และการเข้าถึงสื่อของกลุ่มนักเรียนนักศึกษา
2. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนในการดำเนินโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาทั่วไปซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในวัยรุ่น
3. ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดและนำเสนอสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยมีดังนี้

1. ทฤษฎีทางการสื่อสาร
2. ทฤษฎีว่าด้วย “สื่อ” และ “ประสิทธิผลของสื่อ”
3. แนวคิดสื่อเพื่อการพัฒนา
4. แนวคิดการตลาดเชิงสังคม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1. ทฤษฎีทางการสื่อสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2533) ให้ความหมายว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ”

การสื่อสารมีองค์ประกอบ 5 อย่าง คือ แหล่งสาร (Source) ข่าวสาร (Message) ผู้รับสาร(receiver) ช่องสาร (channel) และสัมฤทธิ์ผล (effect) ของการสื่อสาร (ชวรัตน์ ใจดีชัย, 2527) ซึ่งการสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากที่สุดต่อเมื่อทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงสุด

การสื่อสารมีบทบาทสำคัญที่จะทำให้การดำเนินโครงการสาธารณสุขทุกๆด้านบรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ ซึ่งกำลังเป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญของประเทศในขณะนี้การสื่อสารจะเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดี และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม ไม่เสี่ยงต่อการรับและแพร่เชื้อเอดส์ โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1. การเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนทราบเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดความสนใจ เห็นความสำคัญของปัญหาโรคเอดส์ และให้ความร่วมมือในการณรงค์ป้องกันและควบคุมโรค

2. การให้ความรู้แก่ประชาชน โดยเฉพาะในเรื่องที่คนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจและยังสงสัย
3. การชักจูงให้คล้อยตาม หรือให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ เช่น ให้ลดการสำส่อนทางเพศ แนะนำการใช้ถุงยางอนามัย เมื่อมีเพศสัมพันธ์กับคนแปลกหน้า
4. การกระตุ้นเตือนให้ทราบถึงสถานการณ์ของโรคเอดส์ ทราบตัวเลขกลุ่มอาชีพผู้ติดเชื้อ เพื่อให้ตระหนักในปัญหาและลดการมีพฤติกรรมเสี่ยง

การสื่อสารจะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ดีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับการใช้ช่องสารที่เหมาะสม ได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media Channels) และสื่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Channel)

1. สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งแหล่งข่าวอาจเป็นบุคคลเดียวหรือมากกว่านั้น สามารถนำข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วเป็นการเพิ่มพูนความรู้ การแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ได้ โรเจอร์ส และ ชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971)

2. สื่อระหว่างบุคคล เป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อแลกเปลี่ยนความคิดของผู้ส่งสารแบบเห็นหน้ากันระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่านั้น ซิงห์ (Singh, 1976)

นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังสื่อมวลชนบุคคลหรือกลุ่มชนสร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลนั้นสื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อระหว่างบุคคลนั้นจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง

โรเจอร์ส (Roger , 1978) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไว้ว่า สื่อมวลชนสามารถเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพแต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนไว้ดังนี้

1. สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อประชาชนโดยตรง แต่จะมีอิทธิพลโดยอ้อม ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ความมีใจโน้มเอียง คือ ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยมและความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างไรอย่างหนึ่งอยู่ก่อนที่จะมาสัมผัสกับสื่อมวลชน

1.2 การเลือกรับสาร ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะเลือกตีความหมายของสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม

1.3 อิทธิพลของบุคคล บางครั้งข่าวสารจากสื่อมวลชนจะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกริเริ่มกติกของตนเข้าไปด้วย ทำให้มีอิทธิพลต่อความคิดของประชาชนอยู่มาก

1.4 กลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่ม

1.5 ระบบสื่อมวลชน

2. สื่อมวลชนจะเป็นเพียงแรงเสริม (Reinforcement) ที่สนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้เข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงออกมา เมื่อมีแรงจูงใจหรือเมื่อโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนได้เพียงเล็กน้อย และมักเป็นทัศนคติที่ยังไม่มั่นคงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึก หรือเปลี่ยนไปในทางตรงกันข้ามนั้น เป็นไปได้ยาก อาจเปลี่ยนได้บ้างแต่ต้องใช้เวลา และบุคคลต้องได้รับข่าวสารเพียงพอ อย่างไรก็ตามอิทธิพลของสื่อมวลชนในด้านการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้ ความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติให้แก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลไม่เคยมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน และต้องได้รับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม ไม่ใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลทันทีทันใด

แคทซ์ และ ลาซาสเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955) ก็เห็นพ้องต้องกันว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสาร โดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวคิดของ ลาซาสเฟลด์ และ เมนเซล (Lazarsfeld and Menzel, 1968) มี 4 ประการ คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็วถ้าหากเนื้อหาได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา

3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงให้คล้อยตาม

4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

เราอาจเปรียบเทียบคุณลักษณะสำคัญที่แตกต่างกัน ระหว่างช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน และช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลได้ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ , 2528)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณลักษณะ	ช่องสารระหว่างบุคคล	ช่องสารมวลชน
การไหลของข่าวสาร	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบบุคคลวิถี	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบเอกทิศทาง
ลักษณะของการสื่อสาร	มีลักษณะแบบตัวต่อตัว	ไม่มีลักษณะแบบตัวต่อตัว
ปริมาณของปฏิกริยาตอบสนองในขณะที่ทำการสื่อสาร	สูง	ต่ำ
ความสามารถในการลดกระบวนการเลือกในทางจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
ความเร็วในการส่งสาร	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
ผลที่อาจเกิดขึ้น	การก่อตัวของทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลงความรู้

ดังนั้น เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารจึงต้องเลือกช่องสาร โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ว่าเป็นไปเพื่อให้ความรู้หรือเพื่อความเข้าใจ เนื้อหาของสารและธรรมชาติของผู้รับสาร

ในการเลือกและใช้สื่อ นั้น ซิงห์ (Singh, 1976) ได้สรุปว่า มักมีวิธีการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร (Type of Audience) ลักษณะของเนื้อหาสาร (Message) และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร (Recipient's Stages in Adoption Process) หากเลือกและใช้สื่อแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการนั้นอาจเป็นไปได้ยาก

2. ทฤษฎีว่าด้วย “สื่อ” และ “ประสิทธิผลของสื่อ”

สื่อ (Channel หรือ Media) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารซึ่งจะเป็นพาหะหรือตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสาร การที่ผู้ส่งสารซึ่งต้องการส่งสารไปยังผู้รับแต่ไม่มีสื่อ การสื่อสารนั้น ๆ ย่อมไม่เกิดขึ้น “สื่อ” นั้น ได้นำมาใช้กันในความหมายที่ค่อนข้างกว้าง เช่น อาจรวมถึง

ตัวสารเข้าไว้ด้วย

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo 1960: 30-38) และนักทฤษฎีทางการสื่อสารได้แยกความหมายของสื่อออกเป็น 3 ประการคือ

1. วิธีการเข้ารหัสและถอดรหัสสาร ได้แก่ กริยาของการสร้างสรรค์ เช่นการพูดหรือการเขียน ถือเป็น การเข้ารหัส
2. ตัวนำสาร ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ ภาพถ่าย เป็นต้น หรือหมายถึงพาหะที่นำข่าวสารไปสู่ผู้รับ
3. ตัวนำพาหะ ได้แก่ ตัวนำซึ่งทำหน้าที่เป็นพาหะที่นำข่าวสาร เช่น สายเคเบิลที่ใช้ส่งสัญญาณเคเบิลทีวีหรือโทรทัศน์ตามสายไปยังบ้านสมาชิก หรือ อากาศซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงวิทยุคววมซึ่งเป็นตัวกลางรับสัญญาณวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์จากสถานีหนึ่งต่อไปยังอีกสถานีหนึ่งที่อยู่ห่างไกลเพื่อออกอากาศในท้องถิ่นนั้น

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Laswell 1948: 37-51) ได้กล่าวถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารและกล่าวถึงสื่อไว้โดยกล่าวเป็นคำถามง่าย ๆ ว่า

Who (ใคร)

Says What (กล่าวอะไร)

In Which Channel (ในช่องทางใด)

To Whom (แก่ใคร)

Which What Effect (เกิดผลอย่างไร)

คำว่า “ช่องทางใด” หมายถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายตามทิศทางที่ผู้ส่งสารกำหนดไว้

ชวรัตน์ เชิดชัย (2527 : 91-92) กล่าวถึงสื่อไว้ว่า สื่อคือช่องทางข่าวสาร (Channel) ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด ตัวอักษรหรืออย่างอื่น ซึ่งเป็นคำที่ยืมมาจากกระบวนการสื่อสารโทรคมนาคม และนำมาประยุกต์ต่าง ๆ กันในกระบวนการสื่อสาร ดังนั้นสื่อจึงหมายถึง หนทางซึ่งแหล่งข่าวสารใช้สำหรับส่งข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่ผู้รับ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ช่องทางข่าวสารอาจจะถือได้เป็นทาง (Paths) หรือ พาหะ (Vehicles) ที่นำข่าวสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทางนั่นเอง

เสถียร เขยประทับ (2528 : 32) จำแนกประเภทของสื่อ ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลสามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนในการวิจัยนี้ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

2. สื่อบุคคล (Parsonal Media) หมายถึงตัวบุคคลผู้ให้นำพาข่าวสาร จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่ทำหน้าที่เป็น “ทูตรักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ”

นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ววิลเบอร์ ชแรมม์ (Willbur Schramm 1973 : 125) กล่าวว่า ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชน บุคคลหรือกลุ่มบุคคลสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนอุปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

การเลือกและใช้สื่อ มักวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับ (Type of Audience) ลักษณะของข่าวสาร (Message) และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร (Recipient's Stage in Adoption Process) หากเลือกและใช้สื่อแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้วความสำเร็จของโครงการนั้นอาจเป็นไปได้ยาก ในการส่งข่าวสารการศึกษาย่อมต้องอาศัยสื่อ (Media) เป็นเครื่องช่วยนำเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับให้เกิดความเข้าใจชัดเจนถูกต้องแต่การจะใช้สื่ออะไร อย่างไร ให้บังเกิดผลตามความต้องการนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ต้องทำความเข้าใจกับสื่อเหล่านั้นให้ดีเสียก่อนและจำเป็นต้องเรียนรู้ถึง ธรรมชาติและหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิด เพื่อวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสม (อนันต์ธนา อังกินันท์ , 2524 : 40)

มีรายงานผลการประชุมที่เมืองจิงสตันประเทศจาไมกาบุคคลที่เข้าประชุมในครั้งนั้นได้ร่วมกันวางแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ ดังนี้ (Caribbean Food and Nutrition Institute , 1976 : 6)

1. การใช้สื่อแต่ละประเภท ควรพิจารณาถึงข้อจำกัดและอุปสรรคในการสื่อสารกับผู้รับสาร เช่น การอยู่ในท้องถิ่นที่ห่างไกลความเจริญ ความยากไร้ ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ ตลอดจนลักษณะสังคมและวัฒนธรรม
2. การพิจารณาใช้สื่อแต่ละประเภท จะต้องพิจารณาถึงการเข้าถึงผู้รับสารพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสาร
3. ขนาดของผู้ฟัง ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่เลือกเปิดรับ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการแพร่กระจายนวัตกรรม (innovation) และการยอมรับข่าวสารจากสื่อ
4. พิจารณาถึงปฏิกิริยาตอบโต้ในพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสาร
5. หากเนื้อหาของสารมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร (To inform) หรือกระตุ้นความสนใจ (Reinforce or Motivate) จะใช้ทัศนใจเลือกได้เหมาะสมที่สุด

สำหรับประสิทธิผลของสื่อ นั้น ปรมา สตะเวทิน(2527 : 59) ได้กล่าวว่าประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่น ๆ การเลือกใช้สื่อย่อมสามารถที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication Situation) ประสิทธิผลของการสื่อสารก็จะมีมาก

นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ใช้ในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิผลมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆตามแนวทางที่มุ่งหวัง ดังเช่น

โรเจอร์ส (Rogers , 1978 : 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิผลของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูน ความรู้ความสามารถเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิผลมากกว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะ ข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตติงเฮาส์ (Erwin P Bettinghaus ,1968 : 180-185) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่อยู่แต่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้าง

ในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

แคทซ์ และลาซาร์เฟลด์ (Katz and Lazarsfeld , 1955 : 27) ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้น สื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสาร โดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวความคิดของ Lazarsfeld และคณะ มี 4 ประการ คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจาก การหลีกเลี่ยงการรับฟังหรือการสนทนาเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนากันนั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเองจึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้ก็จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อ ๆ กันไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งผู้ถ่ายทอดจะสอดแทรกทัศนคติของคู่สนทนาแทรกมาด้วย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะ

ทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม เมนเซล เฮซ และ อี แคทซ์ (Menzel H. and E. Katz , 1955 : 377-452)

ดังนั้นการเลือกและใช้สื่อ ไม่ว่าจะ เป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทกับผู้รับสาร ลักษณะของเนื้อสารและขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร การเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทหากไม่เหมาะสมแล้ว สัมฤทธิ์ผลของกิจการนั้น ๆ อาจจะมีอุปสรรคขัดขวางเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อแต่ละประเภท การเรียนรู้ถึงธรรมชาติ และหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิด จึงเป็นสิ่งจำเป็นมากในการวางแผนใช้สื่อในโครงการใด ๆ

นอกจากนี้ยังมีผู้วิจัยพบว่า สื่อเพียงประเภทเดียว ย่อมไม่มีประสิทธิผลเพียงพอ การใช้สื่อแบบผสมผสานจะสำเร็จผลตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างรวดเร็วกว่า ซิงห์ (Singh 1976 : 54)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา (Development) มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดอื่น ๆ ทั้งในด้านความหมายและปรากฏการณ์ แนวความคิดเหล่านั้นได้แก่ การทำให้ทันสมัย (Modernization) การเปลี่ยนแปลง (Change) การทำให้เป็นอุตสาหกรรม (Industrialization) การทำให้เป็นแบบตะวันตก (Westernization) และการเจริญเติบโต (Growth) แต่แนวคิดที่มีความใกล้เคียง ความเกี่ยวข้องและใช้แทนกันมากที่สุดคือการพัฒนากับความทันสมัย

การพัฒนาสังคม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสังคม (Social Change) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้าง (Structure) และหน้าที่ (Function) ในสังคม การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล (Individual Social Change) เรียกว่า ความทันสมัย (Modernization) และการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคม (Social System Change) เรียกว่า การพัฒนา (Development) โรเจอร์ส และชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker , 1971)

การทำให้ทันสมัย (Modernization) คือ กระบวนการที่ปัจเจกบุคคลในสังคมเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตแบบเก่ามาสู่วิถีชีวิตแบบใหม่ที่สลับซับซ้อนมากขึ้น อาศัยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การพัฒนา (Development) คือ การเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างหนึ่งที่มีความคิดใหม่ถูกนำเข้าสู่สังคม เพื่อเพิ่มรายได้ต่อหัวให้สูงขึ้นและยกระดับการดำรงชีวิตให้ดีขึ้น โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัยและมีสถาบันทางสังคมที่ดีกว่า การพัฒนาเป็นการทำให้ทันสมัยในระดับสังคม

การพัฒนาสังคม หรือ การเปลี่ยนแปลงสังคมทั้งในระดับบุคคลและในระดับสังคมมีความเกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิด และจะต้องเกิดขึ้นควบคู่กันไป ตลอดจนมีผลกระทบซึ่งกันและกันเสมอ

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนา

ถ้ายอมรับว่า การสื่อสารซึ่งปรากฏทุกหนทุกแห่งนั้นเป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตและจำเป็นต่อการอยู่รอดของสังคม และยอมรับว่าสังคมมีการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมย่อมจะต้องมีอิทธิพลต่อกัน ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการพัฒนาด้านการสื่อสารทั้งสองด้านนี้ (เสถียร เขยประทับ , 2528) การพัฒนาด้านการสื่อสารและการพัฒนาสังคมด้านอื่น ๆ ต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกันในการช่วยให้การพัฒนาก้าวหน้าขึ้นไป กล่าวอีกนัยหนึ่งการพัฒนาในด้านหนึ่ง จะส่งเสริมการพัฒนาในอีกด้านหนึ่ง เช่นระบบการสื่อสารที่ได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้นจะทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมง่ายขึ้น และการพัฒนาอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้าก็จะทำให้การพัฒนาด้านการสื่อสารง่ายขึ้น ซึ่งความสัมพันธ์นี้มีทุก ๆ ระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ระดับชุมชน จนถึงระดับประเทศ

นอกจากนี้ การสื่อสารในฐานะที่เป็นสายใยของสังคมและเป็นส่วนประกอบที่แนบแน่น และมีความสำคัญต่อกระบวนการสังคม จึงมีหน้าที่ทั้งในสภาพปกติและสภาพของการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนา ทั้งในระดับบุคคลและสังคม เพื่อส่งเสริม สนับสนุนและขยายงานพัฒนา การสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นกลไกสังคมที่จะผลักดันให้สังคมพัฒนาไปตามเป้าหมายที่วางไว้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารช่วยสร้างสังคม ช่วยทำให้สังคมดำรงอยู่ได้และช่วยในการเปลี่ยนแปลงสังคมด้วย กล่าวคือ การที่สังคมมนุษย์ เกิดจากการที่มนุษย์สามารถทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจและทำความเข้าใจระหว่างกัน เพื่อสร้างกฎเกณฑ์ต่างๆหรือเมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปก็ต้องอาศัยการสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกัน สร้างหลักเกณฑ์ใหม่เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพสังคม การสื่อสารจึงเปรียบเสมือนสายใยของสังคมที่ประสานหน่วยย่อยต่าง ๆ ของสังคมให้รวมเข้าไว้ด้วยกัน

หน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา

การสื่อสารในฐานะที่เป็นองค์ประกอบของสังคม จึงมีหน้าที่ในสังคมทั้งสภาพปกติและสภาพของการพัฒนา ได้มีนักวิชาการหลายคนที่ยุบายมชี้ให้เห็นถึงหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อสังคมในสภาวะปกติทั่วไป ซึ่งพอจะสรุปได้ 4 ประการหลักดังนี้

1. หน้าที่ให้ข่าวสาร คือ การรายงานข่าว
2. การชักจูงใจ คือ การแสดงความคิดเห็น
3. การให้การศึกษา คือ การให้ความรู้
4. การให้ความบันเทิง คือ การสร้างความจรโรใจ

สำหรับหน้าที่ของการสื่อสารเพื่อพัฒนาสังคมในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาไปนั้น จะแตกต่างจากสภาวะปกติ คือ การเน้นในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา ดังนั้นหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนาจึงเน้นที่การให้ข่าวสาร การชักจูงใจ และการให้การศึกษา (เสถียร เขยประทับ , 2528 อ้างถึงใน มนตรี สุขสม , 2541:14)

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Informative Function)

การที่ประเทศชาติจะพัฒนาไปได้นั้นก่อนอื่นประชาชนจะต้องมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตัวเองและสังคมโดยรวม หน้าที่ของการสื่อสารจึงเน้นการให้ข่าวสารแก่ประชาชนในลักษณะที่สร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนา และกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความทะเยอทะยานต้องการพัฒนา ด้วยการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาแก่ประชาชนให้มาก ๆ สารของข่าวสารที่เสนอได้แก่ วิถีชีวิตของสังคมที่พัฒนา โครงการพัฒนาต่าง ๆ ระบบการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของตนเองและประเทศที่พัฒนา เป้าหมายและปัญหาของการพัฒนา การเสนอข่าวในลักษณะนี้เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจต่อการพัฒนา ได้รู้ได้เห็นสิ่งต่าง ๆ เพิ่มขึ้นทำให้หูตากว้างขวางขึ้น และสามารถเปรียบเทียบตัวเองและสังคมตัวเองกับสังคมอื่นและคนในสังคมอื่นได้ เป็นการขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อมว่ามีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรช่วยยกระดับความมุ่งมาดปรารถนาของประชาชนที่จะพัฒนาตนเองให้เป็นที่ไปตามสังคมอื่นที่พัฒนา และดึงดูดความสนใจของประชาชนมาสู่การพัฒนา พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนาให้เกิดขึ้น

2. หน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasive Function)

การพัฒนาก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างและหน้าที่ในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน กล่าวคือ ประชาชนต้องเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมของตน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ในสังคม ตลอดจนการที่ประชาชนจะต้องเข้าร่วมในโครงการพัฒนาต่าง ๆ ของประเทศ หน้าที่ของการสื่อสารในประเทศที่กำลังพัฒนาก็คือการชักจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิตของตน และเข้าร่วมในโครงการพัฒนาอย่างจริงจังด้วยการแสดงความคิดเห็นสนับสนุนโครงการพัฒนาของรัฐบาล และชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ประชาชนและสังคมโดยรวมจะได้จากการพัฒนากระบวนการสื่อสารในสังคม โดยเฉพาะสื่อมวลชน สามารถชักจูงใจประชาชนได้ดังนี้เป็นแหล่งข่าวสารสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล สร้างสถานการณ์ให้บุคคลให้เกิดความน่าเชื่อถือศรัทธาแล้วเป็นแกนนำชักจูงคนอื่นให้เข้าร่วมการพัฒนาสำหรับการมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายอย่างกว้างขวางเพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการพิจารณากำหนดนโยบายของประเทศ ช่วยปลูกฝังปทัสถานและระสนิยมของสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา นอกจากนี้ยังสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่น เพื่อให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงหรือจะพัฒนาสิ่งใหญ่ ๆ ได้

3. หน้าที่ให้การศึกษา (Education Function)

ในการพัฒนาสังคมหรือประเทศนั้น เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับความจำเป็นของการพัฒนาเกิดความรู้สึกกระตือรือร้นและตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนแล้ว สิ่งก็ตามมาก็คือ ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความรู้ ความสามารถในการที่จะปรับตัวเองให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ นั่นคือทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความรู้ ความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนในสังคมใหม่ การสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะทำหน้าที่ในการให้ความรู้ที่จะจำเป็นสำหรับการปรับตัวของประชาชนให้เข้ากับการพัฒนาสังคมได้ โดยการให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งในเรื่องการอ่านออกเขียนได้ การปรับปรุงการกินอยู่ และการประกอบอาชีพ

สื่อเพื่อการพัฒนา

ในการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นจำเป็นต้องใช้สื่อเป็นเครื่องมือเพราะสื่อจะทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน สื่อจะเป็นตัวนำสารจากผู้ส่งสาร ในกรณีของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสื่อก็จะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการนำข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาจากรัฐบาล หน่วยงานของ

รัฐบาล หรือหน่วยงานของเอกชนซึ่งทำงานเกี่ยวกับการพัฒนาไปสู่ประชาชนซึ่งเป็นเป้าหมายของการพัฒนา เช่น ประชาชนในชนบท คนยากจน คนที่อยู่ในสลัม เป็นต้น โดยปกติสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน

1. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้า การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสาร จึงกระทำได้ทั้งในรูปของการสนทนากับผู้รับสารเพียงคนเดียวหรือในรูปของการประชุมกลุ่ม การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิดผลดี 3 ประการ คือ

1.1 สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้โดยตรง และเนื่องจากบุคคลในชุมชนมีการติดต่อสื่อสารสนทนากันเป็นประจำ มีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน มีชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกัน บุคคลผู้ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารจึงได้รับความไว้วางใจและสามารถชักจูงใจประชาชนได้โดยใช้วิธีการพูดคุยกันแบบกันเอง

1.2 การใช้สื่อบุคคลทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่นปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นราย ๆ ไปได้ และยังทำให้ได้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของประชาชนได้ทันที

1.3 เมื่อการตัดสินใจตามคำแนะนำของผู้เผยแพร่แล้วก็จะเกิดความรู้สึกว่าตนได้รับรางวัลทันทีเป็นส่วนตัวจากการที่ผู้เผยแพร่เห็นชอบด้วยกับการตัดสินใจของตน

3. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจได้แก่ หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาสไลด์ นิทรรศการ เทปตลับ ภาพทัศน์ เป็นต้น

คุณลักษณะที่ดีของการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อพัฒนาก็คือ ผู้ใช้สามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งของโครงการพัฒนาโครงการใดโครงการหนึ่ง ซึ่งต้องการที่จะทำการรณรงค์เฉพาะเรื่องนั้นกับประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นเป้าหมายของโครงการพัฒนาได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของประชาชนเป้าหมาย การใช้สื่อเฉพาะกิจในการพัฒนาย่อมสามารถทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายของโครงการพัฒนาได้รับทราบข่าวสาร ความรู้ โดยตรง และถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธี

3. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกัน โดยทั่วไปแล้ว สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ นิตยสารและภาพยนตร์ สื่อมวลชนมีคุณสมบัติที่ดี 3 ประการ คือ

- 3.1 สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
- 3.2 สามารถให้ความรู้และข่าวสารแก่ประชาชนได้อย่างดี
- 3.3 สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นได้

แม้สื่อมวลชนจะมีคุณสมบัติที่ร่วมกันดังกล่าวข้างต้นแต่สื่อมวลชนแต่ละสื่อก็มีขีดความสามารถที่จำกัดแตกต่างกันไป ดังนั้นในการนำสื่อมวลชนแต่ละประเภทมาใช้ในการพัฒนาผู้ใช้จึงควรทราบถึงข้อจำกัดของสื่อแต่ละประเภทด้วย

ในการพัฒนาสังคมหรือประเทศนั้น ทั้งสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคลต่างก็มีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนา สื่อทั้งสองประเภทนี้มีลักษณะและความสามารถเฉพาะตัวที่ต่างต่างกัน ดังได้แสดงไว้ในตารางต่อไปนี้ (ปรมะ สตะเวทิน , 2527 : 148 อ้างถึงใน มนตรี สุกสม , 2541 : 17)

ตาราง : เปรียบเทียบคุณสมบัติของสื่อ

คุณสมบัติในการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
1. ลักษณะของการสื่อสาร	เป็นการสื่อสารแบบสองทาง	เป็นการสื่อสารแบบสองทาง
2. ความรวดเร็วในการส่งสาร ไปยังคนจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความถูกต้องของสารเพื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	น้อย	มาก
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	มาก	น้อย
5. ความสามารถในการที่จะจัดการเลือกของผู้รับสาร	มาก	น้อย
6. โอกาสที่จะได้รับการสื่อสารกลับ	มาก	น้อย
7. ผล	เปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร	เพิ่มพูนความรู้แก่ผู้รับสาร

จากลักษณะซึ่งมีทั้งข้อดีและข้อเสียของสื่อทั้งสองดังกล่าวข้างต้น ตามขีดความสามารถที่จำกัดของแต่ละสื่อ ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นไปอย่างได้ผลจึงได้นำเอาสื่อต่าง ๆ มาใช้ร่วมกันเป็นสื่อผสม (Media Forums) เพราะสื่อทั้งสองสามารถทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกันได้ ในขณะที่สื่อชนิดหนึ่งค่อยประสิทธิภาพในด้านหนึ่ง เช่น สื่อมวลชนมีความสามารถในการเผยแพร่ข่าวสารการพัฒนาไปยังคนจำนวนมากได้ดีกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล

ในขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของประชาชน การใช้สื่อผสม เพื่อการพัฒนามีประโยชน์ที่สำคัญด้วย 3 ประการคือ

1. ทำให้ข่าวสารการพัฒนาเผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง
2. ทำให้ข่าวสารการพัฒนาได้รับความสนใจจากประชาชน
3. ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเข้าร่วมในการพิจารณา

การใช้สื่อผสม เพื่อการพัฒนาสามารถกระทำได้ 2 ลักษณะ คือ การใช้สื่อมวลชนผสม และการใช้สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนพร้อมกัน

การใช้สื่อมวลชนผสม หมายถึง การใช้สื่อมวลชนหลาย ๆ อย่างในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาในช่วงเวลาเดียวกันของโครงการพัฒนาโครงการใดโครงการหนึ่ง เช่น เผยแพร่ทั้งในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์และภาพยนตร์

การใช้สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชนผสมกัน เนื่องจากสื่อบุคคลมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อการชักจูงใจ ในขณะที่สื่อมวลชนก็สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ส่วนสื่อเฉพาะกิจก็มีเนื้อหาเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การนำสื่อทั้ง 3 ประเภทมาใช้ร่วมกันจึงสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้

4. แนวความคิด และกระบวนการการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Concept and Process)

ฟอกซ์ และคอตเลอร์ (Fox and Kotler , 1980) ได้อธิบายว่าการตลาดเพื่อสังคม เป็นการใช้แนวความคิดทางการตลาดเพื่อจุดประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงสังคมให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ ซึ่งมีการเพิ่มองค์ประกอบของแนวความคิดที่ทำให้เกิดความแตกต่างไปจากการสื่อสารเพื่อสังคม 4 องค์ประกอบด้วยกัน คือ

1. การใช้การวิจัยทางการตลาด (Marketing Research) เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับตลาดและใช้เป็นข้อมูลวางแผนให้มีแผนงานที่เหมาะสม เช่น การวิจัยขนาดของกลุ่มเป้าหมาย, การวิจัยถึงการแบ่งกลุ่มทางการตลาด รวมถึงลักษณะของส่วนแบ่งตลาด (Market Segment) แต่ละส่วนด้วยว่ามีลักษณะอย่างไร ฯลฯ เพื่อจะได้ออกแบบแผนรณรงค์ได้อย่างเหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม
2. การพัฒนาสินค้า (Product Development) ซึ่งจะมีแนวทางในการพัฒนาสินค้าสำหรับสังคม คือ

2.1 พิจารณาสินค้าที่มีอยู่แล้ว หรือสินค้าที่มีแนวโน้มที่จะง่ายต่อการยอมรับของสังคม

2.2 เมื่อมีความจำเป็น นักการตลาดเพื่อสังคมอาจจะต้องแสวงหาสินค้าใหม่ที่ดีที่สุดในขณะนั้นเพื่อให้ตอบสนองความต้องการได้มากกว่าสินค้าที่มีอยู่แล้วในสังคม

3. การใช้สิ่งล่อใจ (The Use of Incentives) ตามลักษณะทางการตลาด ถ้ามองจากแง่มุมของนักการสื่อสารเพื่อสังคมแล้วจะเน้นหนักไปที่การออกแบบข่าวสารที่แสดงถึงคุณประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง หรืออันตรายที่จะได้รับถ้าไม่เปลี่ยนแปลงตามที่นักการสื่อสารเพื่อสังคมต้องการ แต่สำหรับนักการตลาดเพื่อสังคมนอกจากจะให้ความสำคัญที่ข่าวสารแล้วยังให้ความสำคัญกับการใช้สิ่งล่อใจต่าง ๆ เพื่อเพิ่มระดับแรงจูงใจให้มากขึ้นแล้ว ในที่สุดก่อให้เกิดพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงตามมา การใช้สิ่งล่อใจนี้อาจทำได้หลายลักษณะตามแนวคิดของการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เช่น การให้ของแถม, ของรางวัล, การลดราคา เป็นต้น

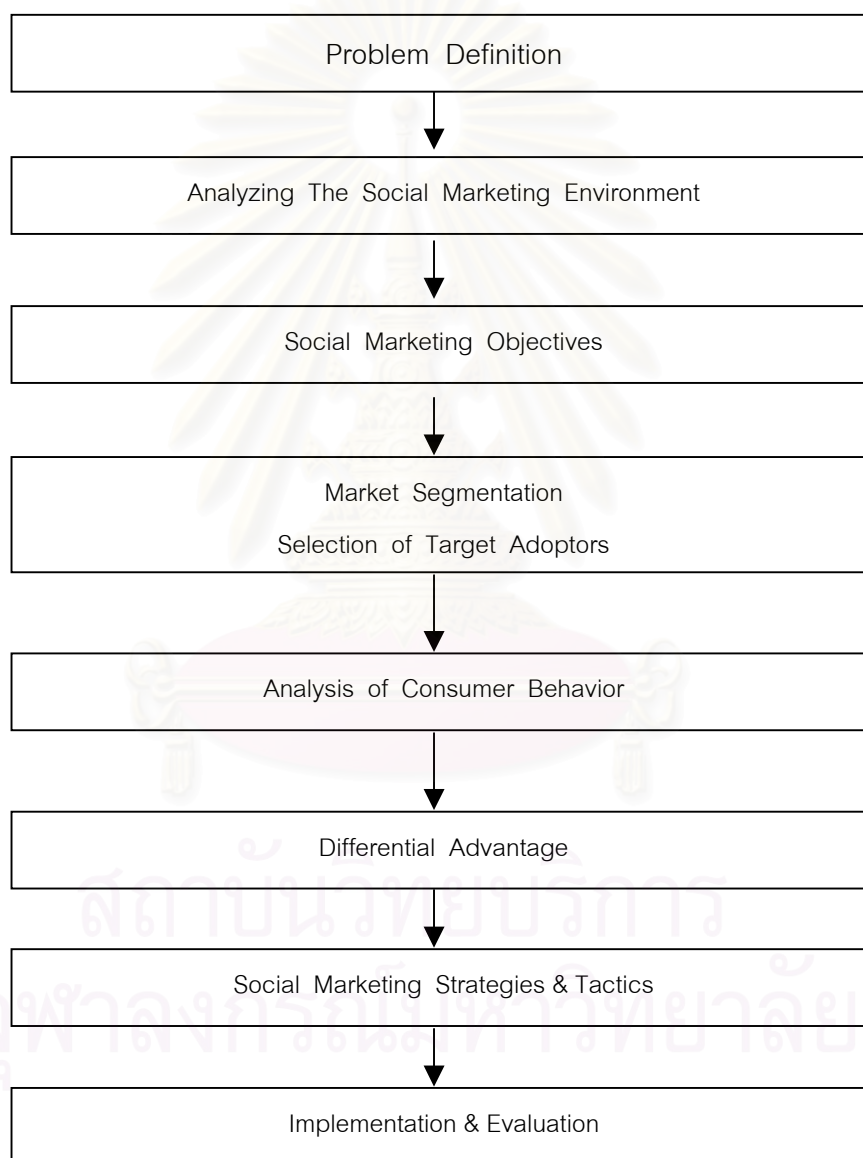
4. การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Facilitation) ซึ่งเป็นแนวคิดที่จะทำให้เกิดความง่ายที่สุดที่จะทำให้สังคมยอมรับพฤติกรรม หรือ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมใหม่ ๆ เพราะการตระหนักว่ามนุษย์ทุกคนจะต้องคิดถึงเรื่องอื่นต่าง ๆ เช่นเวลาหรือความพยายามในการเปลี่ยนพฤติกรรมใหม่ ๆ นักการตลาดจึงต้องพัฒนาช่องทางต่าง ๆ ให้ง่ายต่อการตัดสินใจเปลี่ยนแปลง

แนวคิดทางการตลาดที่สำคัญมากที่สุด แนวคิดหนึ่งก็คือการอิงผู้บริโภคเป็นหลัก (Consumer Orientation) ซึ่งการตลาดเพื่อสังคมก็นำแนวคิดนี้มาเป็นแนวคิดหลักในการวางแผนเช่นกัน เป็นการเริ่มต้นวางแผนและจบแผนด้วยความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย (สมาชิกในสังคม) เป็นหลัก ซึ่งหมายถึงว่า ก่อนและระหว่างการวางแผนใด ๆ เราจะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและรวมถึงลักษณะอื่น ๆ คือ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ เป็นต้น และลักษณะทางด้านจิตวิทยา (Psychographics) เช่น แรงจูงใจ ทศนคติ ความต้องการ บุคลิกภาพ เป็นต้น เพราะข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อนักการตลาดเพื่อสังคมในการออกแบบแผนการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มสมาชิกสังคมโดยมองที่ข้อมูลเหล่านี้เป็นหลักในการวางแผน

กระบวนการวางแผนการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Planning Process)

กระบวนการวางแผนการตลาดเพื่อสังคมนั้นจะเป็นการวางแผนที่มีระบบขั้นตอน โดยพัฒนาขั้นตอนมาจากการวางแผนทางการตลาดโดยปกตินั่นเอง และในแต่ละขั้นตอนนั้นเป็นการ

นำเอาแนวความคิดทางการตลาดที่ได้กล่าวในหัวข้อที่แล้วมาเป็นหลักในการดำเนินแผนงานนั่นเอง
 ขั้นตอนการวางแผนการตลาดเพื่อสังคมนั้นผู้เขียนได้รวบรวมมาจากขั้นตอนของคอตเลอร์
 (Kotler,1989) คอตเลอร์และลีวี (Kotler and Levy,1973 และ คอตเลอร์ (Kotler,1982) สามารถ
 แบ่งออกได้เป็น 7 ขั้นตอนด้วยกัน ดังแบบจำลองที่ 1



แบบจำลองที่ 1 กระบวนการวางแผนการตลาดเพื่อสังคม
 (Social Marketing Planning Process)

1. การกำหนดปัญหาทางสังคมที่ต้องการจะแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลง (Problem Definition)
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Marketing Environment Analysis)
3. การวางวัตถุประสงค์ทางการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Objective)
4. การแบ่งส่วนตลาดและคัดเลือกกลุ่มผู้ยอมรับเป้าหมาย (Social Market Segmentation and Selection of Target Adoptors)
5. การเสนอข้อได้เปรียบในแต่ละส่วนตลาด (Differential Advantages)
6. การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix Strategies)
7. การนำไปปฏิบัติและการประเมินผล (Implementation and Evaluation)

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหา (Problem Definition)

ปัญหาทางสังคมในแต่ละสังคมจะมีความแตกต่างกันไป ก่อนที่จะวางแผนการตลาดเพื่อฝึกงาน นักวางแผนจำเป็นจะต้องกำหนดปัญหาที่ต้องการจะแก้ไขในสังคมนั้น ๆ เสียก่อน เพื่อที่จะได้วางแผนกลยุทธ์ได้ถูกต้องและเหมาะสมกับปัญหา ปัญหาทางสังคมในแง่มุมของการตลาดเพื่อสังคมนั้นจะเป็นปัญหาในเรื่องของความต้องการของสังคม (Social need) เป็นหลัก โดยการเน้นที่การพยายามแก้ปัญหาหรือผลของความพยายามเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการรับรู้ของสมาชิก สังคมนี้อาจก่อให้เกิดการพัฒนาสภาพความเป็นอยู่ของสมาชิกสังคมคุณภาพชีวิต (Quality of life) จึงถือเป็นจุดมุ่งหมายหลักของนักการตลาดเพื่อสังคมโดยรวมต่อไป

ดังนั้น ในเรื่องของคุณภาพชีวิตของแต่ละสังคม หรือแต่ละท้องถิ่น (ซึ่งถือเป็นปัญหาในสังคม) จึงมีความแตกต่างกันตามสภาพสังคม เช่น บางสังคมอาจจะกำลังเผชิญกับปัญหาของการสูบบุหรี่ ในขณะที่บางสังคมอาจจะกำลังเผชิญกับปัญหาจำนวนการตายของเด็กทารกแรกเกิด เนื่องจากการดูแลที่ไม่ถูกต้อง เป็นต้น จึงเห็นได้ว่าประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา จึงมีปัญหาคือต้องแก้ไข หรือมีคุณภาพชีวิตที่ต้องการปรับปรุงที่แตกต่างกันไป โดยวิธีการพิจารณาปัญหาอาจจะใช้เกณฑ์การพิจารณาดังต่อไปนี้ คือ

1. ปัญหาค่อนข้างจะรุนแรงในสังคม เช่น ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผู้ป่วยที่เป็นมะเร็งจากการสูบบุหรี่ถึง 9 ใน 10 จากจำนวนผู้ที่สูบบุหรี่ ทำให้ปัญหาทวีความรุนแรงมากขึ้น เป็นต้น

2. ปัญหาที่มีผลกระทบต่อสังคมค่อนข้างสูงและยาวนาน เช่นปัญหาการเพิ่มของประชากรโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศโลกที่สาม อาทิ อินเดีย ไทย เป็นต้น ซึ่งจะทำให้สังคมไม่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐาน เช่น อาหาร, ยา, ภัยโรค และที่อยู่อาศัย ฯลฯ ให้กับประชากรจำนวนมาก ๆ ได้แก่ ทั้งยังส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ในอนาคตอีกด้วย

3. ปัญหาที่กำลังได้รับความสนใจของสังคมนั้น ๆ อยู่ เช่น ปัญหาเรื่องสุขภาพอนามัยและการโภชนาการที่ถูกต้อง เป็นต้น ดังนั้นในแต่ละสังคมจึงต้องกำหนดและระบุปัญหาที่ต้องการจะแก้ไขให้ชัดเจน พร้อมทั้งค้นหาสาเหตุการเกิดปัญหานั้น ๆ ให้ตรงจุดเพื่อตั้งเป็นโจทย์ที่นักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อแก้ไข หรือพยายามเปลี่ยนแปลงสังคม จนทำให้ปัญหานั้น ๆ คลี่คลายลง

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมการตลาดเพื่อสังคม

(Analyzing The Social Marketing Environment)

หลังจากที่ได้กำหนดปัญหาที่เราพยายามจะแก้ไขแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อแผนรณรงค์การตลาดเพื่อสังคมเพื่อใช้เป็นข้อมูลว่า จะมีโอกาสมากน้อยแค่ไหนในการเลือกใช้เครื่องมือ หรือสถาบันต่าง ๆ ในการสนับสนุนแผนรณรงค์เปลี่ยนแปลงในครั้งนั้นๆ หรือจะมีปัจจัยใดบ้างที่เป็นอุปสรรคนั้นสามารถใช้เทคนิคการรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยในประเทศฟิลิปปินส์ ก่อนการวางแผนจะมีการพิจารณาถึงเรื่องของสถานการณ์และทัศนคติทั่ว ๆ ไปของกลุ่มผู้ยอมรับเป้าหมายว่าเป็นอย่างไรต่อการคุมกำเนิด ต่อไปคือการพิจารณาคูสถาบัน หรือองค์กรต่าง ๆ ว่ามีความสามารถมากน้อยแค่ไหนในการกระจายถุงยางอนามัย ในที่สุดก่อให้เกิดการสรุปได้ว่า วิธีที่ดีที่สุดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือ ต้องดำเนินแผนรณรงค์ไปยังองค์กรเอกชน เพื่อช่วยกระจายวิธีการคุมกำเนิดที่ต้องง่ายต่อความเข้าใจ และไม่ต้องมีกรรมวิธีการแพทย์ เช่น การใช้ถุงยางอนามัย จะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าการใช้ยาคุมกำเนิด เป็นต้น คอตเลอร์ (Kotler , 1989)

นอกจากการวิเคราะห์ดังกล่าวแล้ว รูทส์ชิลด์ (Rothschild , 1979) ได้เสนอว่าแผนการรณรงค์เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้น มิใช่ความพยายามในการขายสินค้าในลักษณะปกติ จึงทำให้มีข้อจำกัดหลายอย่างมาเป็นอุปสรรคต่อความพยายามนั้น ๆ รูทส์ชิลด์ได้สรุปว่า ก่อนการพัฒนาแผนการสื่อสารการตลาดที่มีเชิงธุรกิจนั้น ผู้วางแผนควรพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้เป็นข้อมูลพิจารณาก่อนการวางแผน ด้วย คือ

1. เรื่องของความเกี่ยวข้อง (Involvement) ระหว่างสถานการณ์ นั้น ๆ (สถานการณ์เปลี่ยนแปลง)กับกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในระดับใดซึ่งจะทำให้ทราบว่ามีความยากง่ายแค่ไหนในการจะทำแผนรณรงค์ให้ประสบผลสำเร็จเนื่องจากการตลาดในเชิงธุรกิจต้น สิ้นค้าส่วนใหญ่จะมีระดับความเกี่ยวข้องอยู่ในระดับกลาง ๆ ไม่มากหรือต่ำเกินไป จึงทำให้ใช้เครื่องมือทางการตลาดได้สำเร็จ แต่สำหรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมนั้น การเปลี่ยนแปลงหรือพฤติกรรมที่เราต้องการมักจะมีระดับความเกี่ยวข้องที่สูงมาก หรือไม่ก็ต่ำมากระหว่างการเปลี่ยนแปลงกับกลุ่มเป้าหมายการมีระดับความเกี่ยวข้องที่สูงขึ้นนี้ ทำให้ต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการผสมผสานอย่างรอบคอบในเรื่องการใช้เครื่องมือ รวมทั้งใช้ระยะเวลาที่ยาวนานกว่าการตลาดในเชิงธุรกิจ

2. ระบุทัศนคติเห็นด้วยกับคอตเลอร์ในประเด็นการพิจารณาว่าจะมีผู้ให้ความร่วมมือสนับสนุนแผนรณรงค์นี้หรือไม่มากนักแค่ไหนผู้ที่จะทำให้การสนับสนุนนี้ ถือได้ว่าเป็นตัวเสริม (Reinforcers) ให้แผนประสบความสำเร็จง่ายขึ้น รวมทั้งพิจารณาถึงผู้คัดค้านด้วยว่ามีมากน้อยแค่ไหน การพิจารณาในประเด็นนี้ถือได้ว่าสำคัญอย่างยิ่งที่จะผลักดันให้แผนรณรงค์เกิดผลสำเร็จ เนื่องจากปกติแล้วตัวข่าวสาร (Message) ที่จะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายอาจจะทำให้กลุ่มเป้าหมายมองเห็นถึงคุณประโยชน์ของการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ไม่ชัดเจนนัก ดังนั้นการพิจารณาถึงเครื่องมืออื่น ๆ เช่น กลุ่มผู้สนับสนุนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง

ขั้นตอนที่ 3 วางวัตถุประสงค์ทางการตลาดเพื่อสังคม

(Social Marketing Objective)

การวางวัตถุประสงค์ทางการตลาดเพื่อสังคมหมายถึงจุดมุ่งหมายที่องค์กรได้วางแผนรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมตามต้องการ หรือมุ่งหวังให้กลุ่มเป้าหมายกระทำตามการวางวัตถุประสงค์นี้จะมีลักษณะในการวางคือ ควรจะมีการเขียนอย่างเฉพาะเจาะจง (Specific) สามารถวัดได้ (Measurable) และสามารถที่จะกระทำให้สำเร็จได้ (Attainable) เนื่องจากถ้าเราเขียนวัตถุประสงค์อย่างกว้าง ๆ เช่น เพิ่มคุณภาพชีวิต ป้องกันอาชญากรรม ฯลฯ จะไม่เป็นแนวทางที่ดีในการวางแผนไว้นั้นบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ เนื่องจากไม่สามารถจะวัดได้

หลักการวางวัตถุประสงค์ควรจะเริ่มจากการกำหนดจุดประสงค์อย่างกว้าง ๆ แล้วหลังจากนั้นควรจะชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมหรือการกระทำใด ๆ ที่เราต้องการให้กลุ่มผู้ยอมรับเป้าหมายของเรากระทำ ซึ่งพฤติกรรมหรือการกระทำนั้น ๆ จะเป็นตัวสะท้อนที่ดีถึงวัตถุประสงค์หลักของแผนและเข้าใจได้ง่าย ตัวอย่างเช่น (Samuels , 1977 อ้างใน Kotler , 1989 : 43)

วัตถุประสงค์กว้าง ๆ	พฤติกรรม/การกระทำที่สะท้อนวัตถุประสงค์
1. การป้องกันอุบัติเหตุและการสูญเสียทางเศรษฐกิจและสังคม	ก. การคาดเข็มขัดนิรภัย ข. ลดการเมาสุราขณะขับรถ ค. ทิ้งช่องว่างระหว่างรถคันหน้า ง. ส่งเสริมพฤติกรรมการเดินทางถนนที่ถูกต้อง
2. การป้องกันอาชญากรรมตามท้องถนน	ก. ล้อคประตูรถทุกครั้ง
3. การป้องกันไฟ	ข. อย่าเก็บของมีค่าไว้ในรถ

ที่มา : แปลและดัดแปลงมาจาก แซมมวล (Sammeal , 1997)

การกำหนดพฤติกรรมหรือการกระทำนั้นจะทำให้มีความเฉพาะเจาะจง และอาจวัดความสำเร็จได้โดยการทำการวิจัยประเมินผลนอกจากนี้ กว้างแผนการตลาดเพื่อสังคมยังต้องวางวัตถุประสงค์ไม่ควรที่จะสูงมากจนไม่สามารถทำให้เป็นจริงได้ และก็ไม่ควรวางไว้ต่ำมากเกินไปจนไม่เป็นการท้าทาย

ขั้นตอนที่ 4 การเข้าร่วมตลาดและการเลือกกลุ่มผู้ยอมรับเป้าหมาย

(Market Sepmentation and Selection of Target Adoptors)

องค์กรที่ต้องการเปลี่ยนแปลง จำเป็นจะต้องให้คำจำกัดความ กลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนว่า ตลาด/สังคมนั้น ๆ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นใครเนื่องจากข้อจำกัดทางด้านทรัพยากร เราจึงต้องหาสินค้าให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้ได้ คอตเลอร์ และลีวี (Kotler and Levy , 1973) นั้น ก็คือการที่นักการตลาดเพื่อสังคมกำหนดกลุ่มเป้าหมาย แยกออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ซึ่งแต่ละกลุ่มย่อยของตลาด (Market Sepvnments) จะมีลักษณะแตกต่างกัน และสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันก็จะมีลักษณะตัวแปรบางอย่างที่เหมือนกัน เช่น การใช้ตัวแปรทางลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) เช่น เพศ, อายุ, รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ฯลฯ หรืออาจใช้ลักษณะทางด้านพฤติกรรมมาแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้เช่นกัน วิธีการนี้เป็นแนวความคิดในการใช้การแบ่งส่วนตลาด (Market Sepmentation) ซึ่งเป็นขบวนการในการแบ่งตลาดใหญ่ออกเป็น ส่วน ๆ ที่แตกต่างกันและพัฒนาโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดสำหรับแต่ละส่วนที่เป็นส่วนที่เราเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมาย (Target Sepment) บลูมและ โนวอลลี (Bloom and Novelli, 1981) แนว

คิดการแบ่งส่วนตลาด และคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายนี้ เป็นแนวคิดพื้นฐานทางการตลาดที่นักการตลาดเพื่อสังคมนำมาใช้เพื่อเพิ่มโอกาสของความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้นั้นเอง

ตัวอย่างการแบ่งส่วนตลาดเพื่อสังคม เช่น การรณรงค์ให้เลิกสูบบุหรี่ สามารถแบ่งตลาดออกเป็นตลาดย่อยได้ดังนี้ กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่, กลุ่มผู้ที่เคยสูบบุหรี่, กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่ไม่มากนัก, กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่จัดมาก เป็นต้น โดยใช้ตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดคือ ตัวแปรด้านพฤติกรรมการสูบบุหรี่ หลังจากนั้นก็จะมีการเลือกว่ากลุ่มใดจะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มใดคือกลุ่มเป้าหมายรอง เพื่อทำการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสั่งการให้เหมาะกับกลุ่มแต่ละกลุ่ม

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

(Consumer Behavior Analysis)

ซึ่งวิธีการนี้สามารถทำได้โดยการออกวิจัยตลาด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับการนำออกแบบโปรแกรมต่าง ๆ ให้เหมาะสมนักการตลาดเพื่อสังคมมักจะพบกับปัญหาในการรวบรวมข้อมูลบางอย่างเพราะพฤติกรรมทางสังคมมีแนวโน้มค่อนข้างจะซับซ้อนและปกปิดมักจะตัวแปรอื่น ๆ อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมนั้น ๆ มากมาย บลูม และ โนวेलลี (Bloom and Novelli, 1981) แนะนำว่า วิธีการที่ดีที่สุดวิธีการหนึ่งในการให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการในเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การจัดทำการสัมภาษณ์เชิงกลุ่ม (Focus Group Interview) ถึงแม้ว่าการจัดทำ การสัมภาษณ์เชิงกลุ่มจะเป็นกลุ่มขนาดเล็ก ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดผลสรุปที่ผิดพลาดได้แต่ก็เป็นวิธีการหนึ่งซึ่งจะให้ข้อมูลที่ลึกซึ้งในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคนี้จะทำให้เราทราบถึงการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (Resistance to Change) ในกลุ่มเป้าหมาย ทั้งยังให้ข้อมูลที่เรานำมาใช้เพื่อแก้ไขการต่อต้านนั้น ๆ ด้วย

ข้อมูลที่นักการตลาดเพื่อสังคมจำเป็นต้องวิเคราะห์หลังจากที่ได้แบ่งส่วนตลาดแล้ว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในตลาดย่อยเป้าหมายมากยิ่งขึ้นคือข้อมูลต่อไปนี้ คอตเลอร์และโรเบอร์โต (Kotler and Roberto, 1989)

1. ลักษณะทางสังคมประชากรศาสตร์ (Sociodemographic Characteristics) เป็นลักษณะภายนอกของบุคคล เช่น ชนชั้นทางสังคม (Social Class), รายได้ (Income), การศึกษา (Education), อายุ (Age), ขนาดครอบครัว (Family Size) ฯลฯ
2. ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Profile) เป็นลักษณะภายในบุคคล เช่น ทศนคติ (Attitude), ค่านิยม (Values), แรงจูงใจ (Motivation) และ บุคลิกภาพ (Personality)

3. ลักษณะทางพฤติกรรม (Behavioral Characteristics) คือ รูปแบบของพฤติกรรม เช่น นิสัยการซื้อ (Buying Habits) , ลักษณะการตัดสินใจ (Decision-Making) เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 การเสนอข้อได้เปรียบที่แตกต่างกัน

(Differential Advantages)

เนื่องจากแต่ละส่วนย่อยตลาดนั้น มีความต้องการที่แตกต่างกัน มีลักษณะที่เร้าวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 5 แตกต่างกันไปเพื่อเข้าถึงกลุ่มแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีวิธีการในการเสนอข้อเสนอดอกกลุ่มต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย ข้อได้เปรียบที่จะนำเสนอในแต่ละส่วนย่อยตลาดจะต้องเป็นไปตามมุมมองของผู้บริโภคเป้าหมายเป็นหลัก ทั้งนี้การพิจารณาหาข้อเสนอกควรพิจารณาว่าองค์ประกอบอะไรในการพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงสังคมครั้งนี้สามารถนำมาเป็นข้อเสนอที่เปี่ยมด้วยคุณค่าในใจของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เช่น การวางแผนครอบครัวกลุ่มที่แต่งงานมีบุตรแล้วต้องการวิธีการคุมกำเนิดที่เสนอประโยชน์ของการมีชีวิตครอบครัวที่มีความสุขเมื่อมีบุตรจำนวนน้อย โดยสินค้าที่ต้องการมักจะเป็นการทำหมันมากที่สุด และการใช้ยาคุมกำเนิดรองลงมาแต่สำหรับกลุ่มเพิ่งเริ่มแต่งงาน ข้อเสนอที่มีคุณค่าและเป็นที่ต้องการ คือ การมีลูกเมื่อพร้อม จะก่อให้เกิดชีวิตครอบครัวที่อบอุ่นตามมา สินค้าที่จะใช้เสนออาจเป็นถุงยางอนามัยเป็นอันดับ 1 ที่ต้องการ รองลงมาคือยาคุมกำเนิด เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 7 การวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคม

(Social Marketing Strategies Planning)

หลังจากที่นักการตลาดเพื่อสังคมรู้ถึงปัญหา หรือรับรู้ความเปลี่ยนแปลงที่สังคมต้องการ มีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยแวดล้อมที่จะมีอิทธิพลต่อการวางแผน มีการตั้งวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจงและสามารถวัดได้ รวมทั้งมีการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผู้ยอมรับเป้าหมายจนรู้จักกลุ่มเหล่านี้เป็นอย่างดีแล้วว่าจะนำเสนอในลักษณะใด เสนอให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ขั้นตอนต่อไปนี้เป็นขั้นตอนการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่จะชนะใจ หรือเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม

ในขั้นตอนนี้จะประกอบไปด้วย กลยุทธ์ย่อยหลาย ๆ กลยุทธ์ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดในเชิงธุรกิจ คือ เรื่องของ 4 P's (Product, Price, Place, Promotion) คือการพัฒนา

สินค้าที่ถูกต้อง นำไปวางขายในสถานที่ที่ถูกต้อง ด้วยราคาที่เหมาะสมโดยมีการจัดการส่งเสริมการขายที่ดี คอตเลอร์ และซอลท์แมน (Kotler and Zaltmon, 1971) ดังนั้น ในขั้นของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคมนี้ จึงประกอบไปด้วย กลยุทธ์ทางด้านสินค้า (Product Strategy), กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategy), กลยุทธ์ทางด้านสถานที่ (Place Strategy) ดังที่ คอตเลอร์และซอลท์แมน ได้กำหนดแบบจำลองการวางแผนการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม

การกำหนดกลยุทธ์สินค้า: ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านสินค้านั้น หมายความว่า การให้คำจำกัดความ คำว่า “สินค้า” หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ขั้นที่นักการตลาดเพื่อสังคมรู้ถึงปัญหาในสังคมว่า ปัญหาอะไรที่ต้องการจะแก้ไข แล้วแสวงหาหรือกำหนดสินค้ามาเป็นตัวแทนแก้ปัญหานั้นๆ คอตเลอร์ (Kotler, 1982) ผู้ขายจะต้องทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายมาอย่างดีแล้ว และออกแบบสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มที่เลือกมา ซึ่งสินค้าทางสังคมส่วนใหญ่จะออกมาในลักษณะของแนวความคิด (Concept) หรือความคิด (Idea) ในการแก้ปัญหาที่เราตระหนักถึง เช่น ปัญหาประชากรมากเกินไป ก็สามารถกลายเป็นแนวความคิดทางสังคม ในเรื่องของการวางแผนครอบครัว ซึ่งเป็นสินค้าทางสังคมที่ต้องการจะขาย

หน้าที่ของนักการตลาดเพื่อสังคม คือ การทำความคิดทางสังคมนั้นให้ออกมาในลักษณะที่กลุ่มเป้าหมายรู้สึกต้องการ และเต็มใจที่จะซื้อ และที่สำคัญที่สุดคือ เป็นสินค้าที่สามารถมองเห็นและเข้าใจได้ง่าย ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว การขายความคิดหรือพฤติกรรมใหม่ ๆ นั้นขายได้ยากมากเราสามารถแบ่งชนิดของสินค้าทางสังคมออกได้เป็น 3 ชนิด ดังรูป คอตเลอร์และโรเบอร์โต (Kotler and Roberto, 1989)

1. สินค้าทางความคิด (Social Idea) ซึ่งอาจจะออกมาได้ในหลาย ๆ รูปแบบ เช่น ความเชื่อ,ทัศนคติ หรือค่านิยม เช่น ความเชื่อในเรื่อง “บุญหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ” “ไม่ควรดื่มสุราขณะขับรถ” ทัศนคติในเรื่อง “การมีบุตรเมื่อพร้อมจะดีกว่าการมีบุตรโดยไม่ตั้งใจ” หรือค่านิยมในเรื่อง “สิทธิมนุษยชน” เป็นต้น
2. การประพฤติปฏิบัติทางสังคม (Social Practice) อาจจะเป็นการกระทำครั้งเดียว (Single Act) เช่น การบริจาคโลหิต หรืออาจเป็นการเปลี่ยนแปลงแผนพฤติกรรม เช่น การเลิกสูบบุหรี่ หรือการคุมกำเนิด เป็นต้น
3. วัตถุที่จับต้องได้ (Tangible Object) เช่น ยาคุมกำเนิด, ถุงยางอนามัย, เข็มขัดนิรภัย เพื่อความปลอดภัยขณะขับรถ เป็นต้น

ดังนั้น หลังจากที่เรารู้ได้ให้คำจำกัดความสินค้าทางสังคมของเราว่า สินค้าหลักคืออะไร (เช่น ขับขี่ปลอดภัย, การบริโภคที่ถูกหลักโภชนาการให้ได้คุณค่าอาหาร, การวางแผนครอบครัว ฯลฯ) นักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องพยายามที่จะสร้างสินค้าในเชิงความคิดและการปฏิบัติให้กลายเป็นสินค้าที่จับต้องได้ หรือบริการที่มองเห็นได้ชัด ซึ่งสามารถจะหาซื้อได้ และตอบสนองวัตถุประสงค์ที่เราวางไว้ได้ คอตเลอร์ และซอลท์แมน (Kotler and Zaltman, 1971) เพื่อความง่ายในการขายแต่ถ้าทำไม่ได้ก็อาจจะออกมาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งดังที่กล่าวมาแล้วก็ได้ ดังนั้น สินค้าอาจจะออกมาได้ในหลาย ๆ รูปแบบ เช่น สินค้าจับต้องได้, บริการ, ความคิด, ตัวบุคคล, ตัวองค์กร, การกระทำ, พฤติกรรม ฯลฯ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในแต่ละแผนงาน

แนวคิดในการพัฒนาสินค้าทางสังคมที่คอตเลอร์ และโรเบอร์โต (Kotler, and Roberto, 1989)นำเสนอถือเป็นแนวคิดที่สำคัญที่เพิ่มโอกาสที่ทำให้แผนการเปลี่ยนแปลงสังคมประสบผลสำเร็จได้

นักการตลาดเพื่อสังคมอาจจะทำการสร้าง หรือออกแบบสินค้าทางสังคมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้เหมาะสม หรือเพื่อใช้เป็นเครื่องมือ (ในลักษณะของสินค้าที่จับต้องได้ / บริการ) ในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในกรณีที่ความต้องการนั้นยังไม่ได้รับการตอบรับ หรือปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายรับรู้นั้นยังไม่ได้รับการแก้ไข หรืออาจจะออกแบบสินค้าที่ดีกว่าสินค้าหรือแนวทางการแก้ไขเดิมที่มีอยู่แล้ว ซึ่งเท่ากับนักการตลาดเพื่อสังคมแสวงหาสินค้าใหม่ที่ไม่มียู่ในสังคม นำมาเสนอต่อกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้, เกิดทัศนคติที่ดี และในที่สุดสามารถชักจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังที่นักการตลาดเพื่อสังคมต้องการได้

การกำหนดกลยุทธ์ราคา ราคา หมายถึง การลงทุนที่ผู้ซื้อจะต้องยอมรับเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่ต้องการ ราคาที่เราต้องพิจารณาถึงคือราคาที่เป็นจำนวนเงิน (Money Costs), ราคาค่าเสียโอกาส (Opportunity Costs), ราคาต้องสูญเสียพลังงาน (Energy Costs), ราคาในการเสียเวลา (Time Costs) และราคาทางด้านจิตใจ (Psychic Costs) ในการตั้งราคาสินค้าทางสังคมนั้นเราต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าสมาชิกในกลุ่มเป้าหมายของเราจะมีการวิเคราะห์ถึงการลงทุน-ผลประโยชน์ที่จะได้รับ (Costs-Benefit Analysis) ทุกครั้งเมื่อจะพิจารณาว่า เขาควรที่จะลงทุนเงิน, เวลา, พลังงานและอื่น ๆ ในเรื่องนี้หรือไม่คอตเลอร์ และซอลท์แมน (Kotler and Zaltman, 1971) โดยนำคุณประโยชน์ที่เขาจะได้รับจากความพยายามเปลี่ยนแปลงตามที่นักการตลาดเพื่อสังคมต้องการมีเปรียบเทียบกับการลงทุนต่าง ๆ ที่เขาต้องเสียว่าส่วนใดจะมากกว่ากันหรือการลงทุนครั้งนี้จะคุ้มค่า

หรือไม่ ในหลักของการตลาดเพื่อสังคม บางครั้งกลุ่มเป้าหมายไม่จำเป็นจะต้องใช้เงินซื้อสินค้า หรือบริการหรือความคิดในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่น การเลิกสูบบุหรี่ แต่ราคาในที่นี้มักจะ เป็นเรื่องของเวลา , พลังงาน และจิตใจมากกว่าที่กลุ่มเป้าหมายจะต้องลงทุนให้ความสนใจในข้อมูล ของแผนรณรงค์ที่ออกแบบมา หรือลงทุนเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม เพื่อให้ผลประโยชน์ (Benefit) ที่ผู้บริโภคคิดว่าจะได้รับจากการเปลี่ยนแปลงนี้มีมากกว่าการลงทุน (Cost) ที่ผู้บริโภค แต่ละคนจะต้องลงทุน ข่าวสารที่จะนำมาเสนอควรจะต้องง่ายต่อการให้ความสนใจและง่ายต่อการ เข้าใจ และช่องทางที่จะใช้ต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมากที่สุดและดีที่สุดด้วย การวางแผนจะ ต้องคำนึงถึงการทำให้สมาชิกกลุ่มเสียเวลาเสียพลังงานและเสียสภาพจิตใจให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้

กลยุทธ์การวางสินค้า คือ การกำหนดช่องทางวิธีการจำหน่ายหรือจัดส่งสินค้าไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ในแง่มุมของการตลาดเพื่อสังคม การวางสินค้า หมายถึง การจัดทำให้สินค้านั้นมีอยู่ตาม ร้านค้าต่าง ๆ ที่จะสามารถนำสินค้าไปเข้าถึงได้อาจจะจัดโดยผ่านทางองค์กรรัฐบาลหรือเอกชนก็ได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนแรงจูงใจที่มีอยู่ในตัวสมาชิกสังคมให้กลายเป็นการกระทำ (Action) แทน ดังนั้น เราจะต้องมีการเลือกใช้ตัวกลางที่เหมาะสมเพื่อจัดจำหน่ายสินค้า หรือเพื่อทำให้สินค้า แพร่กระจาย รวมถึงวิธีการใด ๆ ที่จะบังคับให้ตัวกลางเหล่านี้ให้มาช่วยสนับสนุนองค์กรและสินค้านั้น ๆ ด้วย บลูม และ โนวेलลี (Bloom และ Novelli, 1981) ช่องทางการแพร่กระจายจะต้องเป็น ช่องทางที่สอดคล้องเหมาะสมกับสินค้า และง่ายต่อการที่กลุ่มเป้าหมายจะมาหาซื้อสินค้าไปใช้

กลยุทธ์การส่งเสริมสินค้า คือ การกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจให้ ผู้รับ หรือผู้บริโภคคุ้นเคยกับสินค้า ยอมรับสินค้า และมีความต้องการในสินค้า การส่งเสริมสินค้านี้จะประกอบไปด้วยการใช้การโฆษณา (Advertising), การขายตรง (Personal Selling) การ ประชาสัมพันธ์ (Publicity) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เช่นเดียวกับการตลาด โดยปกติกิจกรรมเหล่านี้สามารถสนับสนุนซึ่งกันและกัน ในการจะเพิ่มประสิทธิภาพของแผน รณรงค์ ดังนั้นนักการตลาดต้องกำหนดจำนวนของทีมขาย (Sales Force) , ขอบเขตของผู้ขายแต่ละเขต รวมถึงการจูงใจผู้ขายเหล่านี้ อาทิ การกำหนดจำนวนพนักงานที่จะออกไปกับรถทำหมัน ชายฟรีมีจำนวนกี่คนต่อกี่คัน จำนวนทั้งสิ้นกี่คัน แต่ละคันรับผิดชอบเขตใดบ้าง และรางวัลตอบแทนบุคคลเหล่านี้คืออะไร เป็นต้น ในส่วนของงานประชาสัมพันธ์ นักการตลาดเพื่อสังคม สามารถใช้เครื่องมือต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้การขายสินค้า หรือบริการ หรือความคิดง่ายขึ้น เป็นที่เข้าใจ ยิ่งขึ้น และมีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เราต้องการมากขึ้น เช่น การเขียนบทความ เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว , การรายงานสถิติผู้ป่วยโรคมะเร็งเพราะบุหรี่ เป็นต้น การจัดทำ

การส่งเสริมการขายในแง่ของการจัดทำเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ ขึ้น จะก่อให้เกิดความน่าสนใจและที่สำคัญคือ ก่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมได้ เช่น การทำหมั้นชายฟรี การแจกถุงยางอนามัยฟรี สำหรับการโฆษณาถือได้ว่าเป็นส่วนที่สำคัญอย่างหนึ่งต่อการวางแผนรณรงค์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม เพราะอิทธิพลสร้างความซึ้งใจได้สูง การเลือกจุดจับใจ (Appeals) ของการโฆษณา และการเขียนข้อความโฆษณา (Copy Writing) การเลือกสื่อโฆษณาที่เหมาะสม (Effective Media) การเลือกลงโฆษณาตามเวลา สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นกลยุทธ์ที่ต้องการวางแผนในการโฆษณาทั้งสิ้น คอตเลอร์และ ซอลท์แมน (Kotler and Zaltman, 1971) แมนนอฟ (Manoff, 1985) แนะนำการออกแบบข่าวสาร (Message) ว่าควรจะต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม และที่สำคัญที่สุดคือ ข่าวสารนี้จะต้องเอาชนะแรงต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นต่อสมาชิกแต่ละคน หรือของสังคมโดยรวมให้ได้ด้วย นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะที่สำคัญ อีกประการหนึ่งด้านการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นต่อสมาชิกแต่ละคน หรือของสังคมโดยรวมให้ได้ด้วย นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะที่สำคัญอีกบางประเด็นจากผู้เชี่ยวชาญ คือ แมคคอบี และอเล็กซานเดอร์ (อ้างใน Fox and Kotler, 1980) ที่สรุปได้ดังนี้

1. การสร้างสรรค์ต้องชัดเจน มีประโยชน์และเป็นข่าวสารที่มีความเด่น
2. ต้องมีการใช้สื่อ ตารางเวลา ในการเข้าถึงผู้รับด้วยความถี่ที่เหมาะสม
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต้องชัดเจนว่าให้เปลี่ยนอะไรในข่าวสารแต่ละชิ้น
4. ควรจะใช้แผนรณรงค์ที่เป็นแผนระยะยาวเพื่อกลุ่มเป้าหมายจะได้มีเวลาในการพิจารณาที่ยาวนานขึ้น

นอกจากกลยุทธ์ 4 P's ที่เป็นพื้นฐานของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแล้ว คอตเลอร์และโรเบิร์ต (Kotler and Roberto, 1989) ยังได้มีการแนะนำในการใช้กลยุทธ์อื่นเพิ่มเติมอีก 3P's เพื่อประสิทธิภาพที่มากขึ้นในการจะแพร่กระจายการให้บริการหรือแนวคิดทางสังคมคือ

1. ตัวบุคคล (Personnel) ที่จะทำหน้าที่ในการช่วยขยายความคิดและสินค้าทางสังคมที่อาจจะไม่ใช่ตัวพนักงานขายโดยตรง อาจจะเป็นบุคคลที่คุ้นเคยและมีอิทธิพลต่อกระบวนการทางความคิดและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้นำความคิดในท้องถิ่นตามหลักแนวความคิดทางการสื่อสารแบบสองจังหวะ
2. การนำเสนอ (Presentation) คือ การหาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะมานำเสนอให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นชัดเจน หรือสัมผัสได้เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจยิ่งขึ้น เช่น การสาธิตการใช้ยาคุมกำเนิด เป็นต้น
3. ขบวนการ (Process) คือขั้นตอนที่กลุ่มเป้าหมายจะต้องการการกระทำเพื่อให้ได้มา

ซึ่งสินค้าเพื่อสังคมจะต้องก่อให้เกิดขั้นตอนที่สั้นและง่ายที่สุดเพื่อชักจูงใจให้เกิดความพยายามในการให้ได้มาซึ่งสินค้านั้น

ขั้นตอนที่ 8 การปฏิบัติตามแผนงานและการประเมินผล

(Implementation and Evaluation)

ขั้นตอนสุดท้ายคือ การดำเนินการตามแผนงานที่วางไว้แล้วทำการควบคุมแผนงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และในที่สุดก็ทำการประเมินผลแผนงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ เช่น วิจารณ์การตอบสนองต่อแผนรณรงค์การตลาดเพื่อสังคม โดยการวิจัยถึงผลกระทบที่แผนรณรงค์มีต่อกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ เช่น วิจารณ์การตอบสนองต่อแผนรณรงค์วิจัยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพื่อทราบถึงปัญหาหรืออุปสรรคและนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคมต่อไป

จะเห็นได้ว่าจากการเริ่มพัฒนาแนวคิดทางการตลาดมาเป็นการใช้การตลาดเพื่อสังคมจนถึงกระบวนการวางแผนทางการตลาดเพื่อสังคมดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้สามารถสรุปแนวความคิดและลักษณะที่สำคัญของการตลาดเพื่อสังคมได้ดังนี้คือ คอตเลอร์ และแอนเดรียสัน (Kotler and Andreason , 1991)

1. การแลกเปลี่ยนมีบทบาทสำคัญมาก การตลาดจำเป็นต้องก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน ผู้บริโภคจะพิจารณาถึงการลงทุนและประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับในแต่ละทางเลือก (Alternative) ที่จะกระทำให้สถานการณ์การตลาดเพื่อสังคม การแลกเปลี่ยนย่อมต้องเกิดขึ้นเช่นเดียวกัน แต่การแลกเปลี่ยนนี้จะค่อนข้างซับซ้อน และเป็นส่วนตัว โดยต้องมีการคาดการณ์ล่วงหน้าไว้ด้วย เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางสังคมของสมาชิกแต่ละคน ดังนั้นนักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องทราบว่าใครแลกเปลี่ยนสิ่งใดกับใคร เช่น ความเป็นคนมีสุขภาพดี นำไปแลกเปลี่ยนกับความพยายามแสวงหาอาหารที่มีคุณค่ารับประทานโดยผู้เสนอคือองค์กร ใจองค์กรหนึ่งผู้ซื้อคือสมาชิกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคม

2. นักการตลาดเพื่อสังคมต้องมีความเต็มใจที่จะเปลี่ยนแปลงข้อเสนอได้ตลอดเวลา เมื่อข้อเสนอที่นำมาเสนอต่อสมาชิกในสังคมนั้น ๆ (ซึ่งอาจหมายถึงพฤติกรรมทางสังคมที่ต้องการให้สมาชิกสังคมเปลี่ยน หรือสินค้าใดทางสังคมที่ต้องการให้สมาชิกสังคมใช้)ไม่เป็นดังที่สมาชิกสังคมคิดหรือรับรู้ หรือต้องการ เนื่องจากการตลาดเพื่อสังคม ดำเนินไปตามแนวความคิดการอิงผู้บริโภคเป็นหลักดังนั้น ข้อเสนอต้องเป็นไปตามที่ผู้บริโภคคิด

3. การตลาดเพื่อสังคมเป็นการเน้นถึงกิจกรรมที่ต้องสอดคล้องกัน กลุ่มเป้าหมายของเราส่วนใหญ่ไม่ตอบสนองต่อกิจกรรมของนักการตลาดเพื่อสังคม เพราะเขาเห็นว่าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยเกินไป หรือต้องการลงทุนมากเกินไป ดังนั้น เพื่อให้มองเห็นว่าประโยชน์มากกว่าการลงทุนมากเกินไป ดังนั้น เพื่อให้มองเห็นว่าประโยชน์มากกว่าการลงทุน นักการตลาดเพื่อสังคมจำเป็นต้องวางกิจกรรม หรือใช้เครื่องมือทางการตลาดที่หลากหลายอย่างสอดคล้องกัน

4. การวิจัยตลาดเป็นสิ่งจำเป็นมาก การที่เราจะวางแผนรณรงค์เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมโดยใช้การตลาดให้ได้ผลนั้นเราต้องมองไปถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักในการวางแผน ดังนั้น การให้ได้มาซึ่งข้อมูลเหล่านี้ การวิจัยตลาดจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลที่สำคัญ นอกจากนี้ การวิจัยนับเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการที่จะประกันว่ากลยุทธ์ที่เราได้วางไว้นั้นเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมดีแล้ว โดยใช้การวิจัยเป็นเครื่องมือทดสอบและตรวจสอบการวางแผนงานเพื่อให้แน่ใจว่ากลยุทธ์การตลาดกำลังดำเนินไปอย่างราบรื่น

5. การใช้การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) เป็นเครื่องมือในการวางแผน เนื่องจากนักการตลาดเพื่อสังคมส่วนใหญ่จะมองเห็นถึงปัญหาเรื่องความหลากหลายในกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มเป้าหมายกว้างเกินไป จึงใช้วิธีการแบ่งกลุ่มออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ แล้ววางแผนกลยุทธ์ที่แตกต่างกันเพื่อให้เหมาะกับแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้การใช้ลักษณะภูมิหลังประชากรเป็นฐานในการแบ่งตลาดอาจไม่เพียงพอสำหรับการตลาดเพื่อสังคมเนื่องจากความซับซ้อนของปัญหาที่ต้องการจะแก้ไขรวมทั้งเป็นเรื่องเกี่ยวกับจิตใจเป็นส่วนใหญ่ดังนั้นควรจะมีการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้ฐานอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น การใช้พฤติกรรม, ใช้ลักษณะทางจิตวิทยา เป็นต้น

6. ต้องมีการคำนึงถึงผลที่จะต้องดีที่สุด นักการตลาดที่ดีต้องคำนึงเสมอว่า จุดมุ่งหมายของเราคือ การมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมและตระหนักเสมอว่า เรามีทรัพยากรจำกัดในการที่จะทำการวางแผน ดังนั้น ผู้วางแผนจะต้องให้ความสำคัญกับประสิทธิผล (Efficiency) และประสิทธิภาพ (Effectiveness) ของทุก ๆ สิ่งที่เขาจะกระทำและวางแผน

7. นักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องรับผิดชอบในแผนที่วางไว้ และเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงหรือพฤติกรรมที่เราต้องการให้กลุ่มเป้าหมายกระทำนั้น เป็นสิ่งที่จำเป็นและถูกต้องเหมาะสมดีแล้ว ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการผูกมัดตัวเองต่อการวางแผนนั้น ๆ

8. มีความเต็มใจที่จะเสี่ยงอย่างมีเหตุผล นักการตลาดเพื่อสังคมต้องตระหนักเสมอว่าเรากำลังวางแผนในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับจิตใจของกลุ่มเป้าหมาย แม้ว่าเราใช้การวิจัยค้นหาข้อมูลมากเท่าไรก็ตามแต่จิตใจของมนุษย์นั้นเราไม่สามารถเข้าใจได้อย่างถ่องแท้ ยิ่งถ้าเป็นพฤติกรรมทางสังคมที่

สำคัญและซับซ้อน หรือมีความรู้สึกผิดปะปนอยู่ด้วยแล้ว ยิ่งทำให้วางแผนกลยุทธ์ได้ยากมากขึ้น ผลที่อาจจะออกมา 2 ประการ คือ 1. การตระหนักว่าบางส่วนหรือบางสิ่งที่เราคาดหวังไว้ให้กลุ่มเป้าหมายกระทำอาจล้มเหลว และ 2. สิ่งแวดล้อมในสังคมอาจเปลี่ยนแปลง หรือเราอาจจะรู้จักไม่ดีพอ หรือทำนายคาดเดาไม่ได้ ดังนั้น เราต้องเข้าใจว่า การวางแผนนี้เท่ากับเป็นการทดลองไม่อาจมีกลยุทธ์ใดที่ดีที่สุด ความล้มเหลวอาจจะเกิดขึ้นเมื่อใดก็ได้เพราะฉะนั้นนักการตลาดเพื่อสังคมที่ดี ควรที่จะออกแบบแผนกลยุทธ์ที่สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ด้วย

กล่าวโดยสรุปแล้ว แนวความคิดและกระบวนการในการวางแผนการตลาดเพื่อสังคมนั้นค่อนข้างจะคล้ายคลึงกับการตลาดโดยทั่วไป มีการดึงเอาแนวความคิดที่สำคัญทางการตลาดมาใช้วางแผนกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสังคม เช่น การแบ่งส่วนตลาด, การอิงผู้บริโภคเป็นหลัก, การวิจัยตลาด การประเมินการลงทุนและผลประโยชน์ที่จะได้รับของกลุ่มเป้าหมายเป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการตลาดเพื่อสังคมจะเป็นงานที่ท้าทาย และซับซ้อนมากกว่าการวางแผนการตลาด เพื่อขายสินค้าใดสินค้านึงในเชิงธุรกิจ เพราะนักการตลาดเพื่อสังคมจำเป็นจะต้องทำงานกับจิตใจของมนุษย์ และทำงานกับพฤติกรรมทางสังคมที่เข้าใจได้ยาก นอกจากนี้ สินค้าทางสังคมส่วนใหญ่มักจะเป็นสินค้าในเชิงความคิด ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมองเห็นภาพไม่ชัดเจน ทั้งยังต้องมีความพยายามอย่างยิ่งที่จะเอาชนะแรงต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมักจะเป็นเรื่องของการยอมรับ การรับรู้ทัศนคติ และความเชื่อเดิมที่สังคมนั้น ๆ มีอยู่และยิ่งจะยากมากขึ้นถ้าเป็นการเปลี่ยนแปลงกลุ่มคนมิใช่คนเดียว ซึ่งยังมีการลงทุนในเรื่องการเปลี่ยนแปลงค่านิยม และพฤติกรรมมากเท่าไรยังมีแรงต่อต้านการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นการตลาดเพื่อสังคมจะทำงานได้ดีที่สุดเมื่อชนิดของการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับไม่ลึกนัก คอตเลอร์ (Kotler, 1982)

ในความคล้ายคลึงกันระหว่างการตลาดทั่วไปกับการตลาดเพื่อสังคมนั้น ก็ยังคงมีความแตกต่างมองเห็นอยู่ ดังเช่นที่ คอตเลอร์ และ แอนเดรียสัน (Kotler and Andreasen, 1991) ได้สรุปถึงความรับผิดชอบที่นักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องพิจารณาซึ่งแตกต่างจากการตลาดทั่วไป ดังนี้คือ

1. ต้องเผชิญกับการวิเคราะห์ของสาธารณะ เพราะการตลาดเพื่อสังคมมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่ของสังคมโดยรวมโดยผ่านทางสมาชิกสังคม จึงเป็นเรื่องธรรมดาที่จะต้องมีการวิพากษ์วิจารณ์ และพินิจพิเคราะห์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยสาธารณะในเรื่องของการกระทำต่าง ๆ แผนงานต่าง ๆ หรือเทคนิคต่าง ๆ ของแผนรณรงค์ในแต่ละเรื่อง การวิเคราะห์เช่นนี้อาจทำโดยรัฐบาล โดยกลุ่มบางกลุ่ม หรือโดยประชาชนทั่วไป ซึ่งมีตัวแทน

ที่สำคัญคือ สื่อมวลชน และนักวิชาการ จากสถานการณ์เช่นนี้อาจทำให้มีเรื่องการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง และจำเป็นจะต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญ

2. ต้องเผชิญกับการคาดหวังที่มากเกินไปจากสาธารณะซึ่งเป็นปัญหาที่ค่อนข้างจะทำลายสังคมนั้น ๆ มักจะคาดหวังสิ่งที่นักการตลาดเพื่อสังคมกระทำจะต้องก่อให้เกิดผลที่ดีที่สุด แต่ในความเป็นจริงนั้นมันเป็นงานที่ยากมาก เพราะไม่เพียงแต่จะเป็นการเพิ่มส่วนครองตลาด (Market Share) หรือ ยอดขาย (Sales Volume) ให้สินค้าเหมือนกับการตลาดในเชิงธุรกิจ แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือความคิดของสมาชิกโดยรวมของสังคม ดังนั้นนักการตลาดเพื่อสังคมควรจะพยายามลดกระแสของความคาดหวังให้น้อยลง

3. มักจะต้องทำงานเกี่ยวกับความต้องการที่ไม่มีอยู่จริง (Nonexistent Demand) ทักษะคิดและพฤติกรรมที่นักการตลาดเพื่อสังคมพยายามจะมีอิทธิพลเหนือขึ้น มักจะเป็นเรื่องที่ใหม่สำหรับสังคมนั้น ๆ เช่น การวางแผนครอบครัวโดยการคุมกำเนิด ซึ่งการคุมกำเนิดนี้อาจมิได้เป็นความต้องการที่มีอยู่ในตัวสมาชิกสังคมที่คิดว่าการมีบุตรเป็นเรื่องธรรมชาติหรือเป็นคำสั่งของพระเจ้า

4. มักจะต้องทำงานเกี่ยวเนื่องกับความต้องการในเชิงลบ (Negative Demand) บางครั้ง

นักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องส่งเสริมพฤติกรรมที่กลุ่มเป้าหมายไม่ชอบกระทำ เช่น การคาดเข็มขัดนิรภัย การเลิกสูบบุหรี่ การขับรถด้วยความเร็วจำกัด ทำให้กลุ่มเป้าหมายกลัวที่จะต้องเลิกนิสัยที่ตัวเองเคยกระทำมา

5. กลุ่มเป้าหมายของการตลาดเพื่อสังคม บางครั้งเป็นกลุ่มที่ไม่รู้หนังสือ เพราะส่วนใหญ่แล้วโปรแกรมการตลาดเพื่อสังคมมักจะเกิดขึ้นในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งมีประชากรที่รู้หนังสือจำนวนน้อย ทำให้การใช้สื่อและข่าวสารต่าง ๆ ต้องถูกจำกัดลง เป็นปัญหาที่ทำลายสำหรับนักการตลาดเพื่อสังคมที่จะต้องสร้างสื่อและสัญลักษณ์ทางการสื่อสารอื่น ๆ มาทดแทน

6. นักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องเข้าใจถึงประเด็นที่ค่อนข้างจะอ่อนไหวมาก พฤติกรรมทางสังคมส่วนใหญ่มักจะเป็นพฤติกรรมส่วนตัว จึงทำให้อ่อนไหวง่าย เช่น การคุมกำเนิด การเลี้ยงดูบุตรด้วยนมแม่ การงดเสพยาเสพติด การเลิกสูบบุหรี่ การออกกำลังกาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีระดับความเกี่ยวข้อง (Involvement) สูงต่อกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้ยากต่อการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นนักการตลาดเพื่อสังคมต้องมีความเข้าใจและสามารถดึงข้อมูลที่ต้องการออกมาจากกลุ่มเป้าหมายให้ได้

7. พฤติกรรมที่เราต้องการมักจะมองไม่เห็นคุณประโยชน์ที่ชัดเจน เช่น การฉีดวัคซีน เป็นการป้องกันโรคในอนาคต การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์, การเลิกสูบบุหรี่ ทำให้ไม่เกิดเป็นมะเร็งที่ปอด เป็นต้น ซึ่งเรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องอนาคตและยังมองไม่เห็น ทำให้กลุ่มเป้าหมาย

หมามองไม่เห็น ว่า ถ้าทำตามที่นักการตลาดเพื่อสังคมบอกให้ทำแล้วจะเกิดอะไรขึ้นต่อตัวเขาเองอย่างไร ในขณะที่เดียวกันก็มองไม่เห็น ว่าถ้าทำตามทีบอกแล้วจะเกิดประโยชน์อย่างไร

8. พฤติกรรมที่เราต้องการมักจะเป็นประโยชน์สำหรับบุคคลที่ 3 คือ ผู้เกิดพฤติกรรมมิได้ประโยชน์ใด ๆ แต่ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากพฤติกรรมนั้น ๆ กลับเป็นบุคคลอื่น (ผู้มีรายได้น้อย หรือสังคมโดยรวม) เช่น การประหยัดเชื้อเพลิง ผู้ประหยัดอาจคิดว่าเป็นการทำให้ตัวเองไม่สะดวกสบาย แต่ประหยัดไฟเพื่อสังคมโดยรวม หรือการบริจาคโลหิต ตัวผู้บริจาคมิได้รับอะไร แต่ผู้รับบริจาคกลับเป็นผู้ได้ประโยชน์ ดังนั้น การทำให้กลุ่มเป้าหมายมองถึงประโยชน์โดยรวมของสังคมเป็นหลักจึงเป็นสิ่งจำเป็น

9. พฤติกรรมที่ต้องการมักเกี่ยวข้องกับรางวัลที่ตัวผู้ที่กระทำจะได้รับ ซึ่งแต่ละคนก็จะคิดถึงรางวัลที่ควรจะได้แตกต่างกันไป ทำให้การควบคุมค่อนข้างยากไม่เหมือนกับการตลาดเพื่อสินค้าทางธุรกิจ เราสามารถแสวงหาประโยชน์หลักของสินค้า (Product Benefit) มานำเสนอตรงความต้องการกลุ่มเป้าหมายได้ แต่ในการตลาดเพื่อสังคม การกระทำของกลุ่มเป้าหมายเองจะเป็นตัวที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเอง เช่น การออกกำลังกาย การไม่ดื่มสุราขณะขับรถ ฯลฯ ซึ่งเป็นคุณประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายแต่ละคนคิดไม่เหมือนกัน ทำให้การนำเสนอคุณประโยชน์ของการกระทำหรือพฤติกรรมที่ต้องการค่อนข้างยาก เช่น การคุมกำเนิด บางกลุ่มต้องการคุมกำเนิดเพราะต้องการอยู่สุขสบาย บางกลุ่มต้องการคุมกำเนิดเพราะไม่ต้องการยากจนลง หรือเพราะไม่มีปัจจัยเลี้ยงดูลูกที่ดีพอ เป็นต้น

10. พฤติกรรมส่วนใหญ่เรามองไม่เห็นเป็นรูปธรรม จึงทำให้ยากที่จะทำให้เป็นภาพที่ชัดเจน เพราะผลของการกระทำหรือการเปลี่ยนพฤติกรรมทางสังคมมองไม่เห็น และอาจเป็นผลได้ในระยะเวลายาวนานจึงยากที่จะนำเสนอเพื่อสร้างสรรค์ข่าวสารที่เหมาะสม

11. นักการตลาดเพื่อสังคม ต้องตระหนักว่า การเปลี่ยนแปลงที่เราต้องการนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ต้องใช้ระยะเวลายาวนานเนื่องจากต้องใช้ข้อมูลมากมายสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ต้องมีการเปลี่ยนแปลงค่านิยมพื้นฐานซึ่งทำได้ยาก และบางครั้งต้องการใช้ผู้นำความคิด (Opinion Leaders) (ซึ่งเป็นแนวความคิดทางการสื่อสารแบบ 2 จังหวะ) และกลุ่มผู้สนับสนุนจากภายนอกมากมาย สิ่งเหล่านี้เป็นตัวแปรทำให้ต้องใช้ระยะเวลายาวนาน

12. มีโอกาสในการเปลี่ยนแปลงข้อเสนออย่างมาก เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านทรัพยากร ทำให้การเปลี่ยนแปลงข้อเสนอ (สินค้าที่จะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย) ให้ตรงกับสถานการณ์ และกลุ่มเป้าหมายเป็นไปได้ยาก

13. มีงบประมาณที่จำกัด เนื่องจากส่วนใหญ่การเปลี่ยนแปลงสังคม มักจะเริ่มมาจากหน่วยงานรัฐบาล หรือองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร ทำให้มีงบประมาณที่จำกัด และต้องอาศัยความร่วมมือ

จากองค์กรเอกชนอื่น ๆ ด้วย ซึ่งต้องใช้ความพยายามชักจูงใจให้องค์กรเหล่านั้นเข้าใจ และเห็นความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมนั้น ๆ

14. นักการตลาดเพื่อสังคมจำเป็นต้องทำงานร่วมกับผู้ที่สงสัยในการใช้แนวคิดทางการตลาด ผู้ที่แนะนำแนวคิดการตลาดมาใช้ในการเปลี่ยนแปลงสังคมส่วนใหญ่ มักต้องทำงานกับบุคคลที่มาจากสาขาอื่น ซึ่งไม่มั่นใจและไม่เชื่อใจเท่าไรว่า การตลาดจะเป็นเครื่องมือช่วยเปลี่ยนแปลงสังคมได้จริงหรือไม่ และมองว่าการตลาดเป็นเครื่องมือทางธุรกิจมากกว่า

จากข้อสรุปของคอตเลอร์และแอนเดรียสัน ทำให้เราทราบว่า การตลาดเพื่อสังคมเป็นงานที่ซับซ้อน และแตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไปในหลาย ๆ ประเด็นด้วยกัน เช่น การได้รับความสนใจของสาธารณชนเป็นพิเศษ, ความยากในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย, การที่ต้องอาศัยความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่น ๆ การจัดการกับความต้อการที่มองไม่เห็นหรือความต้อการเชิงลบ ฯลฯ ซึ่งความแตกต่างนี้ทำให้การตลาดเพื่อสังคมเป็นงานที่ท้าทายและยากที่จะวางแผนเป็นอย่างยิ่งโดยสรุปแล้ว การตลาดเพื่อสังคมเป็นการประยุกต์ใช้ความคิดทางการตลาด และเครื่องมือการตลาด ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม ช่วยให้ท้องถิ่นหรือประเทศที่กำลังพัฒนาได้ตอบสนองความต้อการพื้นฐานของตัวเอง ซึ่งเป็นหลักพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจต่อไป การตลาดเพื่อสังคมจึงเหมาะสมและสอดคล้องกับแบบจำลองการพัฒนาประเทศรูปแบบใหม่ (New Paradigm) เพราะการตลาดเพื่อสังคมได้พิจารณาถึงโครงสร้างทางสังคมการเมืองและเศรษฐกิจของแต่ละท้องถิ่นมาพิจารณา เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนรณรงค์เปลี่ยนแปลงสังคมได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ก่อนการวางแผนการตลาดเพื่อสังคมยังจะต้องมีการพิจารณาถึงเงื่อนไขที่สำคัญเพื่อก่อให้เกิดแผนที่ประสบผลสำเร็จได้

นักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องใช้ข้อได้เปรียบของแนวคิดนี้ในเรื่องของการใช้การวิจัย และการวางกลยุทธ์ ค้นหาความต้อการที่แท้จริงของสังคม และค้นหาความเปลี่ยนแปลงที่สมาชิกสังคมต้อการและยอมรับได้อย่างจริงจังความพยายามในการเปลี่ยนแปลงสังคม ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เคยกระทำมา ล้วนแล้วแต่มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาสังคม หรือประเทศนั้น ๆ ให้ดีขึ้น ซึ่งการพัฒนาสังคมหรือประเทศนั้น มีหลากหลายแนวความคิดที่นำมาใช้แผนรณรงค์เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมในอดีตนั้นออกมาในลักษณะใช้แนวความคิดทางการสื่อสารมาวางกลยุทธ์ โดยใช้ทฤษฎีทางการสื่อสารมาเป็นหลักในการเปลี่ยนแปลง แผนรณรงค์ลักษณะนี้มีจุดเริ่มต้นมาจากแผนรณรงค์ที่ต้อการจะให้ข้อมูลข่าวสารที่สมาชิกในสังคมควรจะรู้ภายใต้กระบวนการ

ชักจูงใจ และการเผยแพร่กระจายข้อมูล

การตลาดเพื่อสังคมเป็นแนวความคิดที่ใช้การตลาดเป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับพฤติกรรมต่อเนื่อง โดยใช้หลักเกณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดเช่นเดียวกับการตลาดดั้งเดิม คือ มีการวิจัยตลาด และผู้บริโภคเพื่อค้นหาข้อมูลที่สำคัญมาเป็นพื้นฐานในการวางแผน การนำแนวความคิดการอิงผู้บริโภคเป็นหลักใช้ การแบ่งส่วนตลาดให้เล็กกลง เพื่อความสะดวกในการวางแผนแต่ละแผนให้เหมาะสม และสอดคล้องกับส่วนตลาดย่อยแต่ละส่วน การพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมและเป็นที่ต้องการ การใช้เครื่องมือที่เป็นส่วนผสมในการส่งเสริมสินค้าทุกตัวนำมาผสมผสานอย่างเหมาะสม การให้ความสะดวกสบายต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด การใช้ตัวกระตุ้นที่เป็นสิ่งล่อใจให้เกิดการกระทำ รวมถึงการดำเนินงานอย่างเป็นระบบเป็นขั้นตอนซึ่งทำให้ง่ายต่อการควบคุมและเปลี่ยนแปลงแผนเมื่อจำเป็นซึ่งอาจกล่าวได้ว่า การตลาดเพื่อสังคมถือเป็นแนวความคิดหนึ่งที่น่าจะนำมาใช้เพื่อพัฒนาสังคมและประเทศชาติไปในทิศทางที่เราต้องการ โดยผ่านทาง การเปลี่ยนแปลงสังคมในระดับต่าง ๆ

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุริย์ อินทเนตร (2537) ได้ศึกษาความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติเพื่อป้องกันการติดเชื้อเอดส์ของกลุ่มวัยรุ่นอายุ 13-20 ปี ที่อยู่นอกระบบโรงเรียน อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกกับสามีหรือภรรยา มีร้อยละ 42-59 รองลงมาคือ โสเภณีร้อยละ 20-37 ส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ โดยได้รับจากโทรทัศน์ร้อยละ 74.9 รองลงมาคือบุคลากรทางการแพทย์ วิทยุและหนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 53.9, 45.8 ตามลำดับ ระดับความรู้เรื่องโรคเอดส์ของเพศชายและหญิงอยู่ในระดับสูงคิดเป็น ร้อยละ 67.0 และ 79.6 ตามลำดับ

วรชัย ทองไทและอรพินทร์ พิทักษ์มหาเกตุ (2536) ได้ศึกษาความรู้ การรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมเกี่ยวกับโรคเอดส์ : โครงการสำรวจประสิทธิผลของการสื่อสารเรื่องโรคเอดส์ต่อพฤติกรรมและค่านิยมในกลุ่มผู้ชายและผู้หญิงที่มีอายุ 15-49 ปี พบว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่นิยมมากที่สุด รองลงมาคือวิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูน และนิตยสาร ต้องการข่าวสารเพิ่มเติมในเรื่องสาเหตุ การติดต่อ อาการและการป้องกัน แม้จะรู้เรื่องโรคเอดส์ แต่ร้อยละ 65.0 ยัง

คงไม่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในกลุ่มที่คิดว่าตนเองอยู่ในกลุ่มเสี่ยงและมีความกลัวการเป็นโรคเอดส์ มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้มากขึ้น

วาทีณี บุญชลักย์ และคณะ (2538) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อเอดส์ การศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อพิจารณาสื่อในอนาคตพบว่าสื่อที่ได้รับความรู้เรื่องโรคเอดส์มากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ วิทยุ โปสเตอร์และหนังสือพิมพ์ และมีความเห็นว่าสื่อที่นำเสนอทางโทรทัศน์มีความทันสมัยและน่าเชื่อถือ ควรมีการแยกกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย และมีการนำเสนอเรื่องราวทั้งในเมืองและชนบท

อัญชลี สิงหสุต (2534) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติกับพฤติกรรมป้องกันการติดเชื้อเอดส์ของนักศึกษาในระดับอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความรู้เรื่องโรคเอดส์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตคติต่อโรคเอดส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ และเจตคติต่อโรคเอดส์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ และไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ได้

สุวรรณิ โพธิ์ศรี (2535) ได้ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขต กรุงเทพมหานคร พบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่เปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปมากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสารคู่สมรส และเพื่อน ส่วนในเรื่องโรคเอดส์ก็เปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และเอกสารเผยแพร่ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับหนังสือพิมพ์ เพศ อายุและอาชีพมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับบิดา/มารดา ญาติพี่น้อง และครู อายุและอาชีพมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่สาธารณสุข รายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับคู่สมรส การศึกษามีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับเพื่อนและครู ส่วนในเรื่องโรคเอดส์พบว่า เพศ อายุ รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับนิตยสาร รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับหนังสือพิมพ์และโปสเตอร์ อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับคู่สมรส เพื่อน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขและอาสาสมัครสาธารณสุข และรายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับครู

ปริมาณการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีบทบาทในการให้ความรู้และยอมรับ

ปฏิบัติในการป้องกันโรคเอดส์สูงที่สุดผู้ปกครองแต่ละสังกัดมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน แต่ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ไม่ต่างกัน และพฤติกรรมในการถ่ายทอดข่าวสารโรคเอดส์ของผู้ปกครอง ในแต่ละสังกัดไม่ต่างกัน ในด้านระดับความผูกพัน และความคล้ายคลึงกันด้านเพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา

พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติและคณะ (2531) ศึกษาความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติเกี่ยวกับโรคเอดส์ และการวางแผนครอบครัวของเยาวชนไทยอายุ 15-24 ปี พบว่า

1. เยาวชนเกือบทั้งหมดทราบหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับโรคเอดส์จากสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะทราบเรื่องอาการ การติดต่อ การป้องกันโรค รวมทั้งการรักษาโรคเอดส์อย่างผิดๆ หรือไม่ทราบเลย
2. เยาวชนที่อยู่ในเมืองหรือชนบท มีความแตกต่างกันในเรื่องการทราบอาการ โรคเอดส์ และโรคเอดส์ติดต่อได้อย่างไร
3. เยาวชนชายหรือหญิง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในเรื่องการเคยดูหนังสือและวีดีโอ โป๊ การทราบอาการ โรคเอดส์ และการทราบว่าโรคเอดส์ติดต่อได้อย่างไรและทางไหน

กมลฉวี พลวัน (2535) ทำการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคลเกี่ยวกับความรู้เรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในสถาบันศึกษาของรัฐ เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่” พบว่า นักเรียนในสถาบันศึกษาสายสามัญมีความรู้เรื่องโรคเอดส์ มากกว่านักเรียนในสถาบันศึกษาสายอาชีพ นักเรียนในสถานศึกษาสายอาชีพมีการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับความรู้เรื่องโรคเอดส์มากกว่านักเรียนในสถานศึกษาสายสามัญ และยังพบว่า นักเรียนในสถานศึกษาสายอาชีพมีการสื่อสารระหว่างบุคคลเกี่ยวกับความรู้เรื่องโรคเอดส์มากกว่านักเรียนในสถานศึกษาสายสามัญ

และจากการศึกษาโครงการณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาระบาดของโรคเอดส์ กรมควบคุมโรคติดต่อ กระทรวงสาธารณสุข (2538) พบว่า ได้มีการนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในกระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การดำเนินงาน คือ การพัฒนาสินค้า ได้กำหนดให้ถุงยางอนามัยเป็นสินค้าป้องกันโรคเอดส์ ซึ่งพยายามพัฒนาสินค้าให้ทันสมัย มีการบรรจุหีบห่อที่น่าสนใจและมีคุณภาพที่ดี แล้วทำการจัดจำหน่ายโดยการแจกฟรีตามสถานบริการสาธารณสุขทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังได้วางสินค้าตามโรงแรม สถานบริการทางเพศ สถานเริงรมย์ พร้อมกับการส่งเสริมสินค้าโดยการโฆษณาเผยแพร่ทางสื่อมวลชน ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายผ้า ภาพพลิก โปสเตอร์ แผ่นปลิว สื่อปากกา ดินสอ เสื้อผ้า พวงกุญแจ และอื่น ๆ

นอกจากนี้ยังมีการจัดนิทรรศการ การสาธิตการใช้ถุงยางอนามัยที่ถูกต้องให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้ง กลุ่มแรงงาน กลุ่มหญิงบริการทางเพศ กลุ่มวัยรุ่น และนักเรียน จนสามารถทำให้อัตราการใช้ ถุงยางอนามัยเพิ่มสูงขึ้นและช่วยลดการติดเชื้อ โรคเอดส์ลงได้

งานวิจัยในต่างประเทศ

ไพรัช, เดสมอนด์ และ กูคูดา (อ้างในพรทิพย์ ภิญโญ, 2536 : 12) ได้ทำการวิจัย เรื่อง “ความเข้าใจและความไม่เข้าใจเกี่ยวกับโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา” (High school student perceptions and misperceptions of AIDS) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบ ถึง ความรู้ ความเชื่อและแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียน จากนักเรียนจำนวน 250 คน เป็นนักเรียนชาย 118 คน นักเรียนหญิง 132 คน นักเรียนมีอายุระหว่าง 16-19 ปี พบว่า นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับ โรคเอดส์ค่อนข้างจำกัด

นักเรียนชายมีความรู้เรื่องโรคเอดส์มากกว่านักเรียนหญิง แต่นักเรียนส่วนใหญ่ไม่รู้สึกรังเกียจกลัว เกี่ยวกับโรคเอดส์ แหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักเรียนได้รับเกี่ยวกับโรคเอดส์ คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และวารสาร ส่วนโรงเรียนเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโรคเอดส์น้อยที่สุด

ซีเกล และคณะ (Siegal and other, 1991) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับโรคเอดส์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเมือง” (AIDS knowledge attitude, and behavior among inner city , junior high school students) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับโรคเอดส์ของนักเรียนในระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น 3 ระดับ ในเขตเมือง จำนวน 1,967 คน อายุเฉลี่ย 11-16 ปี ร้อยละ 48.0 เป็นชาย มีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์มากกว่าชาวเอเชีย ลาติน และชาวผิวขาว เด็กนักเรียน ส่วน ใหญ่ต้องการได้รับการสอนเกี่ยวกับโรคเอดส์ในโรงเรียน ซึ่งนักเรียนยังมีความเชื่อผิด ๆ เกี่ยวกับสาเหตุและการติดต่อของโรคเอดส์โดยเชื่อว่า นักเรียนที่เป็นโรคเอดส์ไม่ควรเรียนร่วมโรงเรียนเดียวกันกับนักเรียนปกติ นักเรียนบางส่วนมีพฤติกรรมเสี่ยงด้านเพศสัมพันธ์มีความเชื่อว่า ควรใส่ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์เพื่อป้องกันโรคเอดส์ แสดงให้เห็นว่าควรมีการให้ความรู้ในเรื่องอันตราย และพฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเชื้อโรคเอดส์แก่นักเรียน

เพียร์ เจ. สเวนครูด เออร์วิน ซิงเฮล และมิเชล เจ ปาปา (Peer J. Svenkerud, Arvind Singhal and Michal J. PaPa, 1996) ได้ทำการศึกษาทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรมกับประสิทธิภาพการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โครงการป้องกันโรคเอดส์ ในประเทศไทย (Diffusion of Innovations Theory and Effective Targeting of HIV /AIDS Programmer in Thailand) ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยทฤษฎีทางการสื่อสารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โครงการรณรงค์ เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม โดยทำการศึกษาโครงการป้องกันโรคเอดส์ที่ดำเนินงานในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 55 โครงการ จาก 28 หน่วยงาน และทำการคัดเลือกโครงการที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานจำนวน 10 โครงการ ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) ผู้บริการโครงการที่ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพทั้ง 10 โครงการ และทำการศึกษา กลุ่มเป้าหมายของโครงการในลักษณะกรณีศึกษาตัวอย่าง (Case Study) โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group , Interview) จำนวน 4 กลุ่ม พบว่า แนวคิดการเผยแพร่ นวัตกรรมที่นำมาใช้มากที่สุด ในการดำเนินงาน คือ ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) และลักษณะของนวัตกรรม (Innovation Attributes) ส่วนแนวคิดการเผยแพร่ นวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพสูงต่อการเข้าถึงกลุ่ม เป้าหมาย คือ ความคล้ายคลึงกับประชาชน (Homophily) ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leadership) และกระบวนการตัดสินใจที่จะรับ นวัตกรรม (Innovation decision Process) ส่วนแนวคิดการเผยแพร่ นวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่ำ คือ การจัดประเภทผู้รับ นวัตกรรม (Adopter Categories)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา จังหวัดราชบุรี” นี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. การศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และ 2. เป็นการศึกษาจากเอกสารโครงการดำเนินงานป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของกลุ่มวัยรุ่นจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี ซึ่งการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา และสังกัดคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ประเภทที่ 2 คือ นักเรียนอาชีวศึกษาจากโรงเรียนสังกัดกรมอาชีวศึกษาและสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน รวม จำนวน 16,536 คน โดยแบ่งเป็น

1. นักเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษาและสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จำนวน 3,991 คน

2. นักเรียนอาชีวศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษาและสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จำนวน 12,545 คน

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร 16,536 คน ผู้วิจัยใช้วิธีเปิดตารางของ Taro Yamane (อ้างในวิเชียร เกตุสิงห์, 2537) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % กำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับผลการวิจัยได้ คือ อย่างน้อย 392 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage) ดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแยกประเภท (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งนักเรียนออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสังกัดกรมสามัญศึกษา และสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน และ 2. นักเรียนอาชีวศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษาและสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กำหนดสัดส่วนระหว่างจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษาและสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน : นักเรียนอาชีวศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษาและสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน(3,991 : 12,545) เท่ากับ 1 : 3

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนจึงแบ่งเป็นนักเรียน จากโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จำนวน 104 คน และนักเรียนอาชีวศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษาและสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน จำนวน 296 คน

2. เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสังกัดกรมสามัญศึกษา และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2542 จำนวน 104 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) มา 2 โรงเรียนจากโรงเรียนทั้งหมด 6 โรงเรียน ดังนี้

สังกัดกรมสามัญศึกษา 4 โรงเรียน คือ

- โรงเรียนเบญจมราชูทิศ
- โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์
- โรงเรียนรัฐราษฎร์อุปถัมภ์
- โรงเรียนแคทราย

สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน 2 โรงเรียน คือ

- โรงเรียนนารีวิทยา
- โรงเรียนครุณาราชบุรี

แต่ละสังกัดเลือกมา 1 โรงเรียนทำให้ได้โรงเรียนที่เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง 2 โรงเรียน คือ

1. โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์

2. โรงเรียนครุณาราชบุรี

จะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมนักเรียนทั้ง 2 สังกัด โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษา 104 คน จากนั้นนำจำนวนนักเรียนทั้ง 2 สังกัดมาเทียบหาสัดส่วนจากผลรวมของจำนวนนักเรียนทั้ง 2 โรงเรียน ได้จำนวนนักเรียนจากโรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จำนวน 85 คน โรงเรียนครุณาราชบุรี จำนวน 19 คน

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ นักเรียนอาชีวศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี กำลังศึกษาอยู่ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2542 จำนวน 296 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบง่าย (Sample Random Sampling) มา 2 โรงเรียน จากโรงเรียนทั้งหมด 6 โรงเรียน ดังนี้

สังกัดกรมอาชีวศึกษา 2 โรงเรียน

- วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี
- วิทยาลัยสารพัดช่างราชบุรี

สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน 4 โรงเรียน

- โรงเรียนครุณาราชบุรีโปลีเทคนิค
- โรงเรียนครุณาราชบุรีพาณิชย์การ
- โรงเรียนราชบุรีบริหารธุรกิจ
- โรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันตก

แต่ละสังกัดเลือกมา 1 โรงเรียนทำให้ได้โรงเรียนที่เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง 2 โรงเรียน คือ

- วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี
- โรงเรียนครุณาราชบุรีพาณิชย์การ

จะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมนักเรียนทั้ง 2 สังกัด โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างนักเรียนอาชีวศึกษา 296 คน จากนั้นนำจำนวนนักเรียนทั้ง 2 สังกัด เทียบหาอัตราส่วนจาก 2 โรงเรียนได้จำนวนนักเรียนจากวิทยาลัยเทคนิคราชบุรี จำนวน 205 คน โรงเรียนครุณาราชบุรีพาณิชย์การ จำนวน 91 คน

จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมนักเรียนจากโรงเรียนทั้ง 2 ประเภท โดยกำหนดจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ตามสัดส่วนจำนวนนักเรียนกลุ่มตัวอย่างจาก 4 โรงเรียน ดังนี้

ชื่อโรงเรียน	สังกัดสถานศึกษา	จำนวนนักเรียน (คน)
1. โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์	กรมสามัญศึกษา	85
2. โรงเรียนครุณาราชบุรี	สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน	19
3. วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี	กรมอาชีวศึกษา	205
4. โรงเรียนครุณาราชบุรี พันธชยการ	สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน	91
รวม		400

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จำแนกตามสมมติฐานในการวิจัยดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารทั่วไประหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น ประเภทสถานศึกษา ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา

ตัวแปรตาม การเปิดรับข่าวสารทั่วไป

2. การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น ประเภทสถานศึกษา ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา

ตัวแปรตาม การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนอาชีวศึกษา

ตัวแปรต้น ประเภทสถานศึกษา ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา

ตัวแปรตาม การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ และ การป้องกันโรคเอดส์

4. ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนอาชีวศึกษา

ตัวแปรต้น ประเภทสถานศึกษา ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา

ตัวแปรตาม การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ และ สถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดา

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนมัศึกษามีความแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนอาชีวศึกษา

ตัวแปรต้น ประเภทสถานศึกษา ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา

ตัวแปรตาม การป้องกันโรคเอดส์ และความสัมพันธ์ของบิดามารดา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยการศึกษาจากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้จะเป็นคำถามชนิดปลายปิดโดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของประชากร ได้แก่ เพศ ประเภทการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว และความสัมพันธ์ของบิดามารดา จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อ จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคเอดส์ ซึ่งหมายถึงการยอมรับข่าวสารนั้นไปใช้ปฏิบัติ จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความต้องการ และความคิดเห็นที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ จำนวน 28 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา (Wording) เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสมก่อนการเก็บข้อมูลจริง

2. ผู้วิจัยเลือกวิธีการทดสอบเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่จะใช้ในการศึกษาไปทำการทดลองใช้ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนในแบบสอบถามเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยครั้งนี้หรือไม่

3. ผู้วิจัยนำเครื่องมือกลับมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยในส่วนของพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ ผู้วิจัยคำนวณโดยใช้สูตรของ คูเดอร์ ริชาร์ดสัน (Kuder Richardson's Method) สำหรับการทดสอบที่มีการให้คะแนนแต่ละข้อเป็นแบบ 0,1 (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537 : 114) และได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.649 ซึ่งสูงพอที่จะยอมรับได้

สูตร KR21

$$r^{tt} = \frac{k}{(k-1)} \frac{1-\bar{X}(k-\bar{X})}{kS^2}$$

เมื่อ k = จำนวนข้อ

S^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับที่ได้จากการทดสอบ

\bar{X} = ค่าเฉลี่ยรวมของทั้งฉบับ

การวัดตัวแปรและการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

1. ลักษณะข้อมูลด้านประชากร เศรษฐกิจและสังคม

1.1 เพศ แบ่งเป็น เพศหญิง และเพศชาย

1.2 สถานศึกษา แบ่งเป็น มัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา

1.3 ลักษณะการพักอาศัย แบ่งเป็น พักอาศัยอยู่กับ บิดา/มารดา , ญาติ , เพื่อน, และ

ครู/อาจารย์

1.4 ความสัมพันธ์ของบิดามารดา แบ่งเป็น บิดามารดาแยกกันอยู่ และ บิดามารดาอยู่ด้วยกัน

1.5 สถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดา แบ่งเป็น รายได้เฉลี่ยของบิดามารดา (เฉลี่ยต่อเดือน) < 10,000 บาท , 10,000 – 30,000 บาท และ > 30,000 บาท

2.การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

2.1 การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ
ความบ่อยครั้ง

การเปิดรับสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ		
ทุกวัน	5	คะแนน
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	4	คะแนน
1-3 ครั้ง/สัปดาห์	3	คะแนน
1-2 ครั้ง/เดือน	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับต่ำมาก
2. คะแนนระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับต่ำ
3. คะแนนระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับปานกลาง
4. คะแนนระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับสูง
5. คะแนนระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับสูงมาก

2.2 การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ

ถูกเลือกอันดับที่ 1	7	คะแนน
ถูกเลือกอันดับที่ 2	6	คะแนน
ถูกเลือกอันดับที่ 3	5	คะแนน
ถูกเลือกอันดับที่ 4	4	คะแนน
ถูกเลือกอันดับที่ 5	3	คะแนน

ถูกเลือกอันดับที่ 6	2	คะแนน
ถูกเลือกอันดับที่ 7	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

1. คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับต่ำมาก
2. คะแนนระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับต่ำ
3. คะแนนระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับปานกลาง
4. คะแนนระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับสูง
5. คะแนนระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสารในระดับสูงมาก

พฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์

การวัดตัวแปรพฤติกรรมป้องกันโรคเอดส์ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ 0,1

จากแบบสอบถามในเรื่องการเลือกปฏิบัติตนเองจากโรค มี 7 ข้อเป็นคำตอบที่ถูกต้อง ในทุกข้อมีคะแนนและได้นำมาจัดระดับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์เป็น 3 ระดับ

มีพฤติกรรมป้องกันโรคเอดส์ในระดับดี	5-7	คะแนน
มีพฤติกรรมป้องกันโรคเอดส์ในระดับปานกลาง	3-4	คะแนน
มีพฤติกรรมป้องกันโรคเอดส์ในระดับต่ำ	1-2	คะแนน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำหนังสือจากบัณฑิตเพื่อขออนุญาต และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลไปยังผู้อำนวยการของโรงเรียนแต่ละโรงเรียนที่ได้กำหนด โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยเริ่มทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2543 และกำหนดวันสุดท้ายของการเก็บข้อมูลวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2543

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย อธิบาย ลักษณะของข้อมูล ดังนี้

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 วิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์

1.3 วิเคราะห์ความต้องการและความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการป้องกันโรคเอดส์

1.4 วิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์

2. การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารทั่วไประหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ T-test

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ T- test

สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนอาชีวศึกษา

สถิติที่ใช้ คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนอาชีวศึกษา

สถิติที่ใช้ คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดา
ของนักเรียนมัธยมศึกษามีความแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความ
สัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนอาชีวศึกษา

สถิติที่ใช้ คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product
Moment Correlation Coefficient)

การประมวลผลข้อมูล

หลังจากการเก็บข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการดังนี้

1. ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถาม
2. คัดลอกรหัสที่ลงเรียบร้อยแล้วลงในแบบฟอร์มการลงรหัส (General Coding Form)

เพื่อนำข้อมูลไปบันทึกลงแผ่น Disk

3. นำข้อมูลที่ได้นบันทึกลงแผ่น Disk ไปประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม
สำเร็จรูป SPSS for PC (Statistical Package for the Social Sciences)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจการเปิดรับข่าวสาร ความต้องการข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมใน โครงการป้องกัน โรคเอดส์จังหวัดราชบุรี

ส่วนที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจการเปิดรับข่าวสาร ความต้องการข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ แบ่งเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความต้องการและความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการป้องกันโรคเอดส์

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามประเภทสถานศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	104	26.0
อาชีวศึกษา	296	74.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมาจากโรงเรียน 2 ประเภท คือ นักเรียนมัธยมศึกษา ตอนปลายสายสามัญจำนวน 104 คนคิดเป็นร้อยละ 26.0 และนักเรียนอาชีวศึกษา จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 ซึ่งเป็นอัตราส่วนใกล้เคียงกับที่กำหนดไว้ คือ 1 : 3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศและประเภทสถานศึกษา

เพศ	มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	31	29.8	112	37.8	143	35.8
หญิง	73	70.2	184	62.2	257	64.2
รวม	104	100	296	100	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.2 และ 62.2 ตามลำดับ เป็นเพศชาย ร้อยละ 29.8 และ 35.8 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการพักอาศัยและประเภทสถานศึกษา

ลักษณะการพักอาศัย	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียน อาชีวศึกษา		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บิดา/มารดา	98	94.2	251	84.8	394	87.3
ญาติ	5	4.8	28	9.5	33	8.3
เพื่อน	-	-	5	1.7	5	1.3
ครู/อาจารย์	-	-	3	1.0	3	0.8
อื่นๆ	1	1.0	9	3.0	10	2.5
รวม	104	100	296	100	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ลักษณะการพักอาศัย ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาไม่ต่างกัน โดยนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษาส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับบิดามารดามากที่สุด ร้อยละ 93.3 ,81.1 ตามลำดับ รองลงมาพักอาศัยอยู่กับญาติ ร้อยละ 4.8 , 9.5 ตามลำดับ ไม่มีนักเรียนคนใดพักอาศัยอยู่กับคนรู้จัก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะความสัมพันธ์ของ
บิดามารดา และ ประเภทสถานศึกษา

ลักษณะความสัมพันธ์ ระหว่างบิดามารดา	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ด้วยกัน	97	93.3	240	81.1	337	84.3
แยกกันอยู่	7	6.7	56	18.9	63	15.9
รวม	104	100	296	100	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ส่วนใหญ่บิดา
มารดาที่ยังอยู่ด้วยกัน โดยนักเรียนมัศึกษามีบิดามารดาอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 93.3 มีสภาพบิดามารดา
แยกกันอยู่ ร้อยละ 6.7 และนักเรียนอาชีวศึกษามีบิดามารดาอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 81.1 บิดามารดาแยก
กันอยู่ร้อยละ 18.9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะรายได้เฉลี่ยของบิดามารดา และ ประเภทสถานศึกษา

รายได้เฉลี่ยของบิดามารดา (เฉลี่ยต่อเดือน)	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
< 10,000 บาท	40	38.5	177	59.8	217	54.2
10,001-30,000 บาท	40	38.5	98	33.1	138	34.6
> 30,001 บาท	24	23	21	7.1	45	11.2
รวม	100	100	296	100	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวนักเรียนมัธยมศึกษา พิจารณาจากรายได้ของครอบครัว (เฉลี่ยต่อเดือน) มีรายได้เฉลี่ยของบิดามารดาเฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท และระหว่าง 10,001 – 30,000 บาทมีจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 38.5 รองลงมาเป็นรายได้มากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 23 ซึ่งคล้ายกับรายได้เฉลี่ยบิดามารดาของนักเรียนอาชีวศึกษาที่รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท มีมากที่สุด ร้อยละ 59.8 รองลงมาเป็นรายได้เฉลี่ย 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 33.1 และมีรายได้มากกว่า 30,001 น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ แบ่งเป็น

2 ตอน คือ

2.1 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารทั่วไปของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อ ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

ตัวแปรการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อ	นักเรียนมัธยมศึกษา			นักเรียนอาชีวศึกษา		
	X	S.D.	ระดับ	X	S.D.	ระดับ
วิทยุ	3.62	1.28	สูง	3.80	1.23	สูง
โทรทัศน์	4.82	0.65	สูงมาก	4.66	0.75	สูงมาก
หนังสือพิมพ์	3.93	1.09	สูง	3.49	1.16	ปานกลาง
นิตยสาร	2.54	1.01	ปานกลาง	2.20	0.92	ต่ำ
ป้ายโฆษณา	3.36	1.15	ปานกลาง	3.02	1.32	ปานกลาง
แผ่นพับ/โปสเตอร์	2.65	0.95	ปานกลาง	2.27	0.97	ต่ำ
อินเทอร์เน็ต	1.82	1.07	ต่ำ	1.81	0.96	ต่ำ

จากตารางที่ 6 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก รองลงมาเป็นการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจาก วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ในระดับสูง มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากนิตยสาร แผ่นพับ/โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ในระดับปานกลาง และจากอินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ โดยที่นักเรียนอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์มากที่สุดในระดับสูงมาก รองลงมาเป็นการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากวิทยุ ในระดับสูง จากหนังสือพิมพ์และป้ายโฆษณาในระดับปานกลาง และจากนิตยสาร แผ่นพับ/โปสเตอร์ และอินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ

2.2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา
ได้ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อ ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

ตัวแปรการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อ	นักเรียนมัธยมศึกษา		ระดับ	นักเรียนอาชีวศึกษา		ระดับ
	X	S.D.		X	S.D.	
วิทยุ	4.11	1.61	สูง	5.06	1.33	สูงมาก
นิตยสาร	3.08	1.17	ปานกลาง	3.05	1.18	ปานกลาง
โทรทัศน์	6.60	0.98	สูงมาก	6.68	0.87	สูงมาก
ป้ายโฆษณา	3.89	1.31	สูง	3.72	1.37	สูง
หนังสือพิมพ์ มาก	5.18	1.15	สูงมาก	4.84	1.21	สูง
แผ่นพับ/โปสเตอร์	3.75	1.75	สูง	3.21	1.62	ปาน กลาง
อินเทอร์เน็ต	1.38	1.08	ต่ำมาก	1.50	1.10	ต่ำ

จากตารางที่ 7 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มากที่สุด โดยมีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก รองลงมาเป็นการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจาก วิทยุ ป้ายโฆษณา และแผ่นพับ/โปสเตอร์ในระดับสูง และมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากอินเทอร์เน็ต ในระดับต่ำมาก โดยที่นักเรียนอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มากที่สุดในระดับสูงมาก รองลงมา เป็นการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากป้ายโฆษณาในระดับสูง จากแผ่นพับ/โปสเตอร์ระดับปานกลาง และจากอินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความต้องการและความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการป้องกันโรคเอดส์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ส่วนนี้ จากการถามถึงความต้องการและความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการป้องกันโรคเอดส์ โดยเสนอตัวเลือกทั้งหมด 14 ข้อ โดยแต่ละข้อเป็นความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการป้องกันโรคเอดส์ ซึ่งแตกต่างกันไปตามความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการมีความรู้เรื่องโรคเอดส์ และประเภทสถานศึกษา

ความต้องการมีความรู้เรื่องโรคเอดส์	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์	55	52.9	105	35.5
2. เพื่อให้ทราบถึงวิธีป้องกันที่ถูกต้อง	39	37.5	174	58.8
3. เพื่อให้สามารถแนะนำคนอื่นได้	3	2.9	21	7.1
4. เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้ป่วยเอดส์ได้อย่างปลอดภัย	8	7.7	51	17.2
5. อื่น ๆ	3	2.9	1	0.3

จากตารางที่ 8 พบว่านักเรียนมัศึกษามีความต้องการรู้เรื่องโรคเอดส์มากเป็นอันดับ 1 คือ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ถึงร้อยละ 52.9 อันดับ 2 คือ เพื่อให้ทราบถึงวิธีการป้องกันที่ถูกต้อง ร้อยละ 37.5 อันดับ 3 คือ เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้ป่วยเอดส์ได้อย่างปลอดภัย ร้อยละ 7.7 และอันดับ 4 คือ เพื่อให้สามารถแนะนำคนอื่นได้ร้อยละ 2.9 ซึ่งนักเรียนอาชีวศึกษามีความต้องการทราบถึงวิธีการป้องกันที่ถูกต้อง ร้อยละ 58.8 มากเป็นอันดับ 1 อันดับ 2 คือ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ ร้อยละ 35.5 อันดับ 3 คือ เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้ป่วยเอดส์ได้อย่างปลอดภัย และอันดับ 4 คือ เพื่อให้สามารถแนะนำคนอื่นได้ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับความรู้เรื่องโรคเอดส์จากสื่อบุคคล และประเภทสถานศึกษา

การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ จากสื่อบุคคล	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ครู/อาจารย์	81	77.9	180	60.8
2. บิดา/มารดา	34	32.7	97	32.8
3. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	89	85.6	245	82.7
4. ผู้ปกครอง	16	15.4	53	17.9
5. เพื่อน	13	12.5	42	14.2
6. พระ	2	1.9	1	0.3
7. อื่น ๆ	4	3.8	9	3.0

จากตารางที่ 9 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความคิดเห็นต่อประเภทของสื่อบุคคลที่ให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ไม่ต่างกัน โดยนักเรียนมัธยมศึกษาเห็นว่าสื่อบุคคลที่สามารถให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ได้ดีที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 85.6 อันดับ 2 คือ ครู/อาจารย์ ร้อยละ 77.9 อันดับ 3 คือ บิดามารดา ร้อยละ 32.7 และอันดับสุดท้าย คือ พระ ร้อยละ 1.9 ซึ่งนักเรียนอาชีวศึกษาเห็นว่าสื่อบุคคลที่สามารถให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ได้ดีที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 82.7 อันดับ 2 คือ ครู/อาจารย์ ร้อยละ 60.8 อันดับ 3 คือ บิดามารดา ร้อยละ 32.8 และอันดับสุดท้าย คือ พระ ร้อยละ 0.3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อิทธิพลของสื่อที่ทำให้วัยรุ่นสนใจเรียนรู้เรื่องการป้องกันโรคเอดส์

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่อง การป้องกันโรคเอดส์	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ครู/อาจารย์	57	54.8	127	42.9
2.บิดา/มารดา	21	20.2	62	20.9
3.เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	56	53.8	165	55.7
4.ผู้ปกครอง	13	12.5	31	10.5
5.เพื่อน	28	26.9	60	20.3
6. พระ	1	1.0	7	2.4
7. ผู้ป่วยเอดส์	47	45.2	129	43.6
8. เอกสาร/แผ่นพับ	46	44.2	107	36.1
9. โปสเตอร์	28	26.9	62	20.9
10. อื่น ๆ	8	7.7	8	2.7

จากตาราง 10 พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาสนใจเรียนรู้เรื่องโรคเอดส์มากที่สุด เป็นอันดับ 1 คือ ครู/อาจารย์ ร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 53.8 อันดับ 3 คือ ผู้ป่วยเอดส์ ร้อยละ 45.2 และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่องโรคเอดส์น้อยที่สุด คือ พระ ร้อยละ 1.0 ซึ่งต่างจากนักเรียนอาชีวศึกษาคือสื่อที่มีอิทธิพลทำให้นักเรียนอาชีวศึกษาสนใจเรียนรู้เรื่องโรคเอดส์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 55.7 อันดับ 2 คือ ผู้ป่วยเอดส์ ร้อยละ 43.6 อันดับ 3 คือ ครู/อาจารย์ ร้อยละ 42.9 และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่องโรคเอดส์น้อยที่สุด คือ พระ ร้อยละ 2.4

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะข่าวสารที่ทำให้เกิดความตระหนักในการป้องกันโรคเอดส์และประเภทสถานศึกษา

ลักษณะข่าวสารที่ทำให้เกิดความตระหนัก	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ชี้ให้เห็นผลร้ายของโรคเอดส์	84	80.4	245	82.8
2 รับประทานความรู้สึกละแสบคันของผู้ป่วยโรคเอดส์โดยตรง	60	57.7	161	54.4
3 รายงานสถานการณ์ปัจจุบันของโรคเอดส์	44	42.3	84	28.4
4.มีภาพของผู้ป่วยเอดส์ที่น่ากลัวประกอบ	61	58.7	179	60.5
5.ปลุกจิตสำนึกเรื่องการปฏิบัติตัวที่เหมาะสม	81	77.9	173	58.4
6. อื่น ๆ	2	1.9	13	4.4

จากตารางที่ 11 พบว่า ลักษณะข่าวสารที่ทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเกิดความตระหนักในการป้องกันโรคเอดส์ได้ดีเป็นอันดับ 1 เหมือนกัน คือ ชี้ให้เห็นผลร้ายของโรคเอดส์ ร้อยละ 80.4 และ 82.8 ตามลำดับ ลักษณะข่าวสารที่ทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาเกิดความตระหนักในการป้องกันโรคเอดส์เป็นอันดับ 2 คือ การปลุกจิตสำนึกเรื่องการปฏิบัติตัวที่เหมาะสม ร้อยละ 77.9 อันดับ 3 คือมีภาพของผู้ป่วยที่น่ากลัวประกอบ ร้อยละ 58.7 และลักษณะข่าวสารที่ทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาเกิดความตระหนักในการป้องกันน้อยที่สุดคือ ลักษณะข่าวสารที่รายงานสถานการณ์ปัจจุบันของโรคเอดส์ ร้อยละ 42.3 ซึ่งลักษณะข่าวสารที่ทำให้นักเรียนอาชีวศึกษาเกิดความตระหนักในการป้องกันโรคเอดส์ได้ดีเป็นอันดับ 2 คือ มีภาพผู้ป่วยเอดส์ที่น่ากลัวประกอบ ร้อยละ 60.5 อันดับ 3 คือปลุกจิตสำนึกเรื่องการปฏิบัติตัวที่เหมาะสม ร้อยละ 58.4 และลักษณะข่าวสารที่ทำให้นักเรียนอาชีวศึกษาเกิดความตระหนักในการป้องกันน้อยที่สุดคือ รายงานสถานการณ์ปัจจุบันของโรคเอดส์ ร้อยละ 28.4

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสถานศึกษา และข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ที่วัยรุ่นสนใจอยากรู้

ลักษณะข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ที่วัยรุ่น อยากรู้	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.การป้องกันตนเองเมื่อมีเพศสัมพันธ์	89	85.6	253	85.5
2.ความเป็นมาของโรคเอดส์	39	37.5	98	33.1
3.สถานการณ์ของผู้ติดเชื้อโรคเอดส์ที่ ที่เป็นปัจจุบัน	52	50.0	111	37.5
4.ผลกระทบที่ได้รับจากโรคเอดส์	64	61.5	176	59.5
5.อาการแสดงของผู้ป่วยเอดส์	65	62.5	173	58.4
6. การติดต่อของโรคเอดส์	82	78.8	196	66.2
7. การปฏิบัติตนหลังจากได้รับเชื้อโรคเอดส์	47	45.2	114	38.5
8.วิธีการรักษา	56	53.8	139	47.0
9.สุขภาพจิตของผู้ป่วยเอดส์	50	48.1	116	39.2
10.สถานที่ติดต่อในการขอคำปรึกษา	60	57.7	133	44.9
11. อื่น ๆ	7	6.7	32	10.8

จากตารางที่ 12 พบว่า ลักษณะข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ที่นักเรียนมัธยมศึกษาอยากรู้เป็นอันดับ 1 คือ การป้องกันตนเองเมื่อมีเพศสัมพันธ์ ร้อยละ 85.6 อันดับ 2 คือการติดต่อของโรคเอดส์ ร้อยละ 78.8 อันดับ 3 คือ อาการแสดงของผู้ป่วยเอดส์ ร้อยละ 62.5 และลักษณะข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ที่นักเรียนมัธยมศึกษาอยากรู้น้อยที่สุด คือความเป็นมาของโรคเอดส์ ซึ่งไม่ต่างจากลักษณะข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ที่นักเรียนอาชีวศึกษาอยากรู้เป็นอันดับ 1 คือ การป้องกันตนเองเมื่อมีเพศสัมพันธ์ ร้อยละ 85.5 อันดับ 2 คือ การติดต่อของโรคเอดส์ ร้อยละ 66.2 อันดับ 3 คือ ผลกระทบที่ได้รับจากโรคเอดส์ ร้อยละ 59.5 และลักษณะข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ที่นักเรียนอาชีวศึกษาอยากรู้น้อยที่สุด คือ ความเป็นมาของโรคเอดส์ ร้อยละ 33.1

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และประเภทสถานศึกษา

ความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	38	73.1	211	86.1
ไม่ต้องการ	14	26.9	34	13.9
รวม	52	100	245	100

จากตารางที่ 13 พบว่า ความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนมีความแตกต่างกัน โดยนักเรียนมัศึกษามีความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ร้อยละ 73.1 ซึ่งน้อยกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่มีความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ร้อยละ 86.1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนและประเภทสถานศึกษา

ลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรม	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 เป็นสมาชิกของชมรม	21	39.6	140	56.0
2.เป็นคณะกรรมการบริหารชมรม	6	11.3	24	9.6
3.ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม	27	50.9	111	44.4
4. ชมกิจกรรมที่ชมรมจัด เช่น ดุริยธรรมการ ดูการแสดง	31	58.5	132	52.8
5. ประชาสัมพันธ์ชมรม	9	17.0	33	13.2
6. อื่น ๆ	4	7.5	13	5.2

จากตารางที่ 14 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในลักษณะการชมกิจกรรมที่ชมรมจัดเช่น ดุริยธรรมการ ดูการแสดง เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 58.5 อันดับ 2 คือ ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม ร้อยละ 50.9 อันดับ 3 คือ เป็นสมาชิกของชมรม ร้อยละ 39.6 อันดับ 4 คือ ประชาสัมพันธ์ชมรม ร้อยละ 17.0 และเป็นคณะกรรมการบริหารชมรมน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 11.3 ซึ่งแตกต่างจากนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมในการเป็นสมาชิกของชมรมเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 56.0 อันดับ 2 คือ ชมกิจกรรมที่ชมรมจัด เช่น ดุริยธรรมการ ดูการแสดง ร้อยละ 52.8 อันดับ 3 คือ ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม ร้อยละ 44.4 อันดับ 4 คือ ประชาสัมพันธ์ชมรม ร้อยละ 13.2 และเป็นคณะกรรมการบริหารชมรมน้อยที่สุด ร้อยละ 9.6

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และประเภทสถานศึกษา

ลักษณะการมีชมรม ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. มี	50	48.54	42	14.38
2. ไม่มี	53	51.46	250	85.62
รวม	103	100.00	292	100.00

จากตาราง 15 พบว่า โรงเรียนมัศึกษามีการจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ร้อยละ 48.54 ซึ่งมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาซึ่งมีเพียง ร้อยละ 14.38

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อ และประเภทสถานศึกษา

การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ จากสื่อในโรงเรียน	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.เพื่อน	13	26	4	9.8
2.ครู/อาจารย์	30	60	16	39.0
3.เสียงตามสายของโรงเรียน	1	2	3	7.3
4.บอร์ด,นิทรรศการ	4	8	16	39.0
5.แผ่นพับ	1	2	2	4.9
6. อื่น ๆ	1	2	0	0
รวม	50	100	41	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจากครู/อาจารย์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 60 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 26 และอันดับ 3 คือ เปิดรับข่าวสารจากบอร์ด , นิทรรศการ ร้อยละ 8 นักเรียนอาชีวศึกษาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน จากครู/อาจารย์ และบอร์ดนิทรรศการ ของโรงเรียนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 39 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 9.8 และอันดับ 3 คือ เสียงตามสายของโรงเรียนร้อยละ 7.3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมหรือจัดตั้งชมรม ตามประเภทสถานศึกษา

ความเข้าใจวัตถุประสงค์ เกี่ยวกับการจัดตั้งชมรม	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพื่อให้นักเรียนแกนนำของชมรมมีความรู้ ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอคส์	35	70.0	25	59.5
2. เพื่อให้นักเรียนแกนนำของชมรมตระหนัก ถึงความสำคัญของการป้องกันและหลีกเลี่ยง พฤติกรรมเสี่ยงต่อโรคเอคส์ได้	40	80.0	27	64.3
3. เพื่อให้นักเรียนแกนนำของชมรมสามารถ สามารถเผยแพร่ความรู้และสร้างความ ตระหนักให้กับเพื่อนนักเรียนในการป้องกัน โรคเอคส์ในโรงเรียนได้	46	92.0	26	65.0
4. เพื่อให้นักเรียนแกนนำสามารถให้ความ ช่วยเหลือเพื่อนในการป้องกันปัญหาเอคส์ ในโรงเรียน	35	70.0	20	47.6
5. อื่น ๆ	0	0	3	
7.1				

จากตารางที่ 17 พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมหรือจัดตั้งชมรมไม่ต่างกัน โดยเห็นว่าการจัดกิจกรรมหรือจัดตั้งชมรมป้องกันโรคเอคส์ในโรงเรียนมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ นักเรียนแกนนำของชมรมสามารถเผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักให้กับเพื่อนนักเรียนในการป้องกันโรคเอคส์ในโรงเรียนได้เป็นอันดับ1 อันดับ2 คือ เพื่อให้ นักเรียนแกนนำของชมรมตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกันและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงต่อโรคเอคส์ได้ อันดับ 3 คือ เพื่อให้ นักเรียนแกนนำของชมรมมีความรู้ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอคส์

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย(X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการเปิดรับข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์ของกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจากสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาและ อาชีวศึกษา

การเปิดรับข่าวสารเรื่อง โรคเอดส์จากกิจกรรม หรือชมรม	นักเรียนมัธยมศึกษา		ระดับ	นักเรียนอาชีวศึกษา		ระดับ
	X	S.D.		X	S.D.	
1.เพื่อน	3.10	0.81	ปานกลาง	3.27	1.22	ปานกลาง
2.ครู/อาจารย์	4.36	0.75	สูง	3.76	0.99	สูง
3.นิทรรศการ	3.92	0.80	สูง	3.39	1.00	ปานกลาง
4.เอกสาร/แผ่นพับ	3.88	0.80	สูง	3.32	0.99	ปานกลาง
5.เสียงตามสายของโรงเรียน	3.26	0.83	ปานกลาง	2.56	0.90	ปานกลาง
รวม	3.70	0.80		3.26	1.02	

จากตารางที่ 18 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับความรู้เรื่องโรคเอดส์ของกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจาก ครู/อาจารย์ นิทรรศการ และเอกสาร/แผ่นพับ ในระดับสูง มีการเปิดรับจากเพื่อนและเสียงตามสายของโรงเรียนในระดับปานกลาง และนักเรียนอาชีวศึกษามีการเปิดรับความรู้เรื่องโรคเอดส์ของกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจาก ครู/อาจารย์ในระดับสูง และมีการเปิดรับจาก เพื่อน นิทรรศการ เอกสาร/แผ่นพับ และเสียงตามสายในระดับปานกลาง

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย(X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับ ความคิดเห็นต่อ ลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรมเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาและ อาชีวศึกษา

ความคิดเห็นต่อชมรม เกี่ยวกับโรคเอดส์	นักเรียนมัธยมศึกษา		ระดับ	นักเรียนอาชีวศึกษา		ระดับ
	X	S.D.		X	S.D.	
1.ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัย และน่าเชื่อถือ	4.06	0.65	สูง	3.78	1.06	สูง
2.มีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ	3.86	0.76	สูง	3.59	0.87	สูง
3.สถานที่ที่จะติดต่อกับชมรม สะดวก	3.68	0.91	สูง	3.12	0.98	ปานกลาง
4.มีการประชาสัมพันธ์ชักชวนให้ เพื่อนนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรม หรือเป็นสมาชิกของชมรมอย่าง สม่ำเสมอ	3.66	0.85	สูง	3.29	1.10	ปานกลาง
5.แกนนำของชมรมมีบุคลิกและ กลาง ความประพฤติที่น่าเชื่อถือ	3.88	0.77	สูง	3.39	1.07	ปาน
6.การสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิก ปานกลางของชมรมสามารถกระทำได้ ไม่ลำบาก	3.66	1.06	สูง	2.95	1.22	1.22
รวม	3.80	0.83	-	3.35	1.05	-

จากตารางที่ 19 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรม เกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ในเรื่องเกี่ยวกับ 1.ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยและน่าเชื่อถือ

2 มีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ 3. สถานที่ที่จะติดต่อกับชมรมสะดวก 4. มีการประชาสัมพันธ์ชักชวนให้เพื่อนนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของชมรมอย่างสม่ำเสมอ 5. แกนนำของชมรมมีบุคลิกและความประพฤติดีน่าเชื่อถือ 6. การสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมสามารถกระทำได้ไม่ลำบาก ในระดับสูง และ นักเรียนอาชีวศึกษามีความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรม เกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ในเรื่องเกี่ยวกับ 1. ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยและน่าเชื่อถือ และ 2 มีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ ในระดับสูง และมีความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรม เกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ในเรื่องเกี่ยวกับ 3. สถานที่ที่จะติดต่อกับชมรมสะดวก 4 มีการประชาสัมพันธ์ชักชวนให้เพื่อนนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของชมรมอย่างสม่ำเสมอ 5. แกนนำของชมรมมีบุคลิกและความประพฤติดีน่าเชื่อถือ 6. การสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมสามารถกระทำได้ไม่ลำบาก ในระดับปานกลาง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 วิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมในการป้องกันโรคเอดส์

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย(X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจากสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

การเปิดรับความรู้เรื่อง โรคเอดส์จากกิจกรรม หรือชมรม	นักเรียนมัธยมศึกษา		ระดับ	นักเรียนอาชีวศึกษา		ระดับ
	X	S.D.		X	S.D.	
1.เพื่อน	3.10	0.81	ปานกลาง	3.27	1.22	ปานกลาง
2.ครู/อาจารย์	4.36	0.75	สูง	3.76	0.99	สูง
3.นิทรรศการ	3.92	0.80	สูง	3.39	1.00	ปานกลาง
4.เอกสาร/แผ่นพับ	3.88	0.80	สูง	3.32	0.99	ปานกลาง
5.เสียงตามสายของโรงเรียน	3.26	0.83	ปานกลาง	2.56	0.90	ปานกลาง
รวม	3.70	0.67	-	3.26	1.02	-

จากตารางที่ 20 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับความรู้เรื่องโรคเอดส์ของกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจาก ครู/อาจารย์ นิทรรศการ และเอกสาร/แผ่นพับ ในระดับสูง มีการเปิดรับจากเพื่อนและเสียงตามสายของโรงเรียนในระดับปานกลาง และนักเรียนอาชีวศึกษามีการเปิดรับความรู้เรื่องโรคเอดส์ของกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจาก ครู/อาจารย์ในระดับสูง และมีการเปิดรับจาก เพื่อน นิทรรศการ เอกสาร/แผ่นพับ และเสียงตามสายในระดับปานกลาง

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะการมีกิจกรรมหรือ
ชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และประเภทสถานศึกษา

ลักษณะการมีชมรม ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. มี	50	48.54	42	14.38
2. ไม่มี	53	51.46	250	85.62
รวม	103	100.00	292	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาทราบว่ามีการจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรค
เอดส์ในโรงเรียน ร้อยละ 48.54 ซึ่งมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่ระบุว่าที่โรงเรียนมีกิจกรรมหรือ
ชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนเท่ากับ ร้อยละ 14.38

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ และประเภทสถานศึกษา

ลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรม หรือชมรมป้องกันโรคเอดส์	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม	2	4.0	24	57.1
2 ชมกิจกรรมที่ชมรมจัด เช่น คุนิทรรศการ ดูการแสดง	33	66.0	17	40.5
3.ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม	10	20.0	5	11.9
4.เป็นสมาชิกของชมรม	33	66.0	3	7.1
5. ประชาสัมพันธ์ชมรม	8	16.0	7	16.7
6 เป็นคณะกรรมการบริหารชมรม	3	6.0	2	4.8
7. อื่น ๆ	2	4.0	3	7.3

จากตารางที่ 22 พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความต่างกัน โดยนักเรียนอาชีวศึกษาไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ร้อยละ 57.1 ซึ่งมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษาที่ไม่เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งมีเพียง ร้อยละ 4.0 ซึ่งลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาอันดับที่ 1 คือ ชมกิจกรรมที่ชมรมจัด เช่น คุนิทรรศการ ดูการแสดงละคร และเป็นสมาชิกของชมรม เท่ากันคือร้อยละ 66.0 รองลงมา คือ ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม ซึ่งลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมของนักเรียนอาชีวศึกษาอันดับที่ 1 ชมกิจกรรมที่ชมรมจัดร้อยละ 40.5 อันดับ 2 คือประชาสัมพันธ์ชมรมร้อยละ 16.7 และอันดับ 3 คือ ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม ร้อยละ 11.9

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมหรือจัดตั้งชมรม และประเภทสถานศึกษา

ความเข้าใจวัตถุประสงค์ เกี่ยวกับการจัดตั้งชมรม	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพื่อให้นักเรียนแกนนำของชมรมมีความรู้ ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอคส์	35	70.0	25	59.5
2. เพื่อให้นักเรียนแกนนำของชมรมตระหนัก ถึงความสำคัญของการป้องกันและหลีกเลี่ยง พฤติกรรมเสี่ยงต่อโรคเอคส์ได้	40	80.0	27	64.3
3. เพื่อให้นักเรียนแกนนำของชมรมสามารถ แพร่ความรู้และสร้างความตระหนักให้กับ เพื่อนนักเรียนในการป้องกัน โรคเอคส์ ในโรงเรียนได้	46	92.0	26	65.0
4. เพื่อให้นักเรียนแกนนำสามารถให้ความ ช่วยเหลือเพื่อนในการป้องกันปัญหาเอคส์ ในโรงเรียน	35	70.0	20	47.6
5. อื่น ๆ	0	0	3	7.1

จากตารางที่ 23 พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมหรือจัดตั้งชมรมไม่ต่างกัน โดยเห็นว่าการจัดกิจกรรมหรือจัดตั้งชมรมป้องกันโรคเอคส์ในโรงเรียนมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ นักเรียนแกนนำของชมรมสามารถเผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักให้กับเพื่อนนักเรียนในการป้องกัน โรคเอคส์ในโรงเรียนได้เป็นอันดับ1 อันดับ2 คือ เพื่อให้ นักเรียนแกนนำของชมรมตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกันและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงต่อโรคเอคส์ได้ อันดับ 3 คือ เพื่อให้ นักเรียนแกนนำของชมรมมีความรู้ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอคส์

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ
ชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของนักเรียน และประเภทสถานศึกษา

การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จาก กิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ ในโรงเรียน	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.เพื่อน	13	26	4	9.8
2.ครู/อาจารย์	30	60	16	39.0
3.เสียงตามสายของโรงเรียน	1	2	3	7.3
4.บอร์ด,นิทรรศการ	4	8	16	39
5.แผ่นพับ	1	2	2	9
6. อื่น ๆ	1	2	0	0

จากตารางที่ 24 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมหรือชมรม
ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจากครู/อาจารย์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 60 รองลงมาคือ เพื่อน
ร้อยละ 26 และอันดับที่ 3 คือ เปิดรับข่าวสารจากบอร์ด, นิทรรศการ ร้อยละ 8 และนักเรียนอาชีว
ศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนจากครู/อาจารย์ และ
บอร์ด,นิทรรศการ มากเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 39 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 9.8

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย(X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับ ความคิดเห็นต่อ ลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรมเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาและ อาชีวศึกษา

ความคิดเห็นต่อชมรม เกี่ยวกับโรคเอดส์	นักเรียนมัธยมศึกษา		ระดับ	นักเรียนอาชีวศึกษา		ระดับ
	X	S.D.		X	S.D.	
1.ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัย และน่าเชื่อถือ	4.06	0.65	สูง	3.78	1.06	สูง
2.มีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ	3.86	0.76	สูง	3.59	0.87	สูง
3.สถานที่ที่จะติดต่อกับชมรม สะดวก	3.68	0.91	สูง	3.12	0.98	ปานกลาง
4.มีการประชาสัมพันธ์ชักชวนให้ เพื่อนนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรม หรือเป็นสมาชิกของชมรมอย่าง สม่ำเสมอ	3.66	0.85	สูง	3.29	1.10	ปานกลาง
5.แกนนำของชมรมมีบุคลิกและ ความประพฤติที่น่าเชื่อถือ	3.88	0.77	สูง	3.39	1.07	ปานกลาง
6.การสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิก ของชมรมสามารถกระทำได้ ไม่ลำบาก	3.66	1.06	สูง	2.95	1.22	ปานกลาง
รวม	3.80	0.83	-	3.35	1.05	-

จากตารางที่ 25 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรม เกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ในเรื่องเกี่ยวกับ 1.ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยและน่าเชื่อถือ

2 มีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ 3. สถานที่ที่จะติดต่อกับชมรมสะดวก 4. มีการประชาสัมพันธ์ชักชวนให้เพื่อนนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของชมรมอย่างสม่ำเสมอ 5. แกนนำของชมรมมีบุคลิกและความประพฤติดีน่าเชื่อถือ 6. การสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมสามารถทำได้ไม่ลำบาก ในระดับสูง และนักเรียนอาชีวศึกษามีความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรมเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ในเรื่องเกี่ยวกับ 1. ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยและน่าเชื่อถือ 2 มีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ ในระดับสูง และมีความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดกิจกรรมหรือชมรมเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ในเรื่องเกี่ยวกับ 3. สถานที่ที่จะติดต่อกับชมรมสะดวก 4. มีการประชาสัมพันธ์ชักชวนให้เพื่อนนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของชมรมอย่างสม่ำเสมอ 5. แกนนำของชมรมมีบุคลิกและความประพฤติดีน่าเชื่อถือ 6. การสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมสามารถทำได้ไม่ลำบาก ในระดับปานกลาง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามลักษณะ การมีกิจกรรมหรือ
ชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และ ประเภทสถานศึกษา

ลักษณะการมีชมรม ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. มี	50	48.54	42	14.38
2. ไม่มี	53	51.46	250	85.62
รวม	103	100.00	292	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่า โรงเรียนระบุว่ามีการจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนร้อยละ 48.54 ซึ่งมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาซึ่งมีโรงเรียนระบุว่ามีการจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์เพียง 14.38

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และประเภทสถานศึกษา

ความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	38	73.1	211	86.1
ไม่ต้องการ	14	26.9	34	13.9
รวม	52	100.0	245	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่า ความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนมีความแตกต่างกัน โดยนักเรียนมัศึกษามีความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ร้อยละ 73.1 ซึ่งน้อยกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่มีความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ร้อยละ 86.1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมป้องกันโรคเอดส์ของโรงเรียน และประเภทสถานศึกษา

ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรม ป้องกันโรคเอดส์ของโรงเรียน	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าร่วม	20		38.5	170
69.4				
ไม่เข้าร่วม	27	51.9	63	25.7
อื่นๆ	5	9.6	12	4.9
รวม	52	100.0	245	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของชมรมต่างจากนักเรียนอาชีวศึกษา โดยนักเรียนมัศึกษามีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ร้อยละ 38.5 ซึ่งน้อยกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่มีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของชมรมร้อยละ 69.4

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ และประเภทสถานศึกษา

ลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรม	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 เป็นสมาชิกของชมรม	21	39.6	140	56.0
2.เป็นคณะกรรมการบริหารชมรม	6	11.3	24	9.6
3.ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม	27	50.9	111	44.4
4. ชมกิจกรรมที่ชมรมจัด เช่น คู่มือการดูแลสุขภาพ	31	58.5	132	52.8
5. ประชาสัมพันธ์ชมรม	9	17.0	33	13.2
6. อื่น ๆ	4	7.5	13	5.2

จากตารางที่ 29 พบว่านักเรียนมัศึกษามีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในลักษณะการชมกิจกรรมที่ชมรมจัดเช่น คู่มือการดูแลสุขภาพ เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 58.5 อันดับ 2 คือ ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม ร้อยละ 50.9 อันดับ 3 คือ เป็นสมาชิกของชมรม ร้อยละ 39.6 อันดับ 4 คือ ประชาสัมพันธ์ชมรม ร้อยละ 17.0 และเป็นคณะกรรมการบริหารชมรมน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 11.3 ซึ่งแตกต่างจากนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมในการเป็นสมาชิกของชมรมเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 56.0 อันดับ 2 คือ ชมกิจกรรมที่ชมรมจัด เช่น คู่มือการดูแลสุขภาพ ร้อยละ 52.8 อันดับ 3 คือ ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม ร้อยละ 44.4 อันดับ 4 คือ ประชาสัมพันธ์ชมรม ร้อยละ 13.2 และเป็นคณะกรรมการบริหารชมรมน้อยที่สุด ร้อยละ 9.6

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่สามารถหาข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ และประเภทสถานศึกษา

สถานที่ที่สามารถหาข้อมูลข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์ได้	ระดับมัธยมศึกษา		ระดับอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ห้องพยาบาล	80	76.9	175	59.1
2. ห้องแนะแนว	17	16.3	65	22.0
3.บอร์ดประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน	69	66.3	141	47.6
4. สถานีอนามัย	73	70.2	229	77.4
5. ห้างสรรพสินค้า	15	14.4	47	15.9
6. โรงพยาบาล	93	89.4	225	86.1
7. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด	68	65.4	205	69.3
8. วัด	5	4.8	5	1.7
9. อื่น ๆ	3	2.9	5	1.7

จากตารางที่ 30 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากโรงพยาบาลได้มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 89.4 จากห้องพยาบาลเป็นอันดับ 2 ร้อยละ 76.9 จากสถานีอนามัย เป็นอันดับ 3 ร้อยละ 70.2 และจากวัดได้น้อยที่สุด ร้อยละ 4.8 ซึ่งนักเรียนอาชีวศึกษาสามารถหาข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากโรงพยาบาลได้มากที่สุดเป็นอันดับ 1 เช่นกัน ร้อยละ 86.1 อันดับ 2 คือ สถานีอนามัย ร้อยละ 77.4 อันดับ 3 คือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี ร้อยละ 69.3 และจากวัดน้อยที่สุด ร้อยละ 1.7

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสะดวกของสถานที่ในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

ความสะดวกในการเปิดรับ ข่าวสาร เรื่อง โรคเอดส์จากสื่อ	นักเรียนมัธยมศึกษา		ระดับ	นักเรียนอาชีวศึกษา		ระดับ
	X	S.D.		X	S.D.	
1. ห้องพยาบาล	3.87	0.98	สูง	3.27	1.06	ปานกลาง
2. ห้องแนะแนว	2.27		0.96	ต่ำ	2.44	0.99
3. บอร์ดประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน	3.12	1.06	ปานกลาง	3.02	0.98	ปานกลาง
4. สถานีอนามัย	3.79	1.21	สูง	3.70	1.01	สูง
5. ห้างสรรพสินค้า	2.06	0.95	ต่ำ	2.09	0.95	ต่ำ
6. โรงพยาบาล	4.53	0.75	สูงมาก	4.41	0.83	สูง
7. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด	4.23	0.85	สูง	4.07	1.11	สูง
8. วัด	1.64	0.81	ต่ำ	1.50	0.75	ต่ำ
9. อื่น ๆ	0.09	0.54	ต่ำมาก	0.11	0.61	ต่ำมาก

จากตาราง 31 พบว่านักเรียนมัศึกษามีความสะดวกในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากโรงพยาบาลในระดับสูงมาก จาก ห้องพยาบาล สถานีอนามัยและ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในระดับสูง จากบอร์ดประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในระดับปานกลาง จากห้องแนะแนวและห้างสรรพสินค้าในระดับต่ำ ซึ่งนักเรียนอาชีวศึกษามีความสะดวกในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสถานีอนามัย โรงพยาบาล และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในระดับสูง จากห้องพยาบาล และบอร์ดประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนในระดับปานกลาง จาก ห้องแนะแนว ห้างสรรพสินค้า และวัดในระดับต่ำ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ในโรงเรียนและประเภทสถานศึกษา

ค่าใช้จ่ายในการเปิดรับข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์ในโรงเรียน	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.แพงมาก	1	1.0	1	0.3
2.แพง	0	0	1	0.3
3.ปานกลาง	2	1.9	7	2.4
4 น้อย	3	2.9	11	3.7
5.ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย	98	94.2	276	93.2
รวม	104	100.0	296	100.0

จากตารางที่ 32 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความเห็นไม่ต่างกันในเรื่องการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ในโรงเรียนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 รองลงมาเห็นว่าเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ในโรงเรียนน้อย เป็นอันดับ 2 คือ ร้อยละ 2.9 ในนักเรียนมัธยมศึกษา และร้อยละ 3.7 ในนักเรียนอาชีวศึกษา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามลักษณะสื่อบุคคลที่ให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ และประเภทสถานศึกษา

สื่อบุคคลที่ให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ครู/อาจารย์	81	77.9	180	60.8
2. บิดา/มารดา	34	32.7	97	32.8
3. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	89	85.6	245	82.7
4. ผู้ปกครอง	16	15.4	53	17.9
5. เพื่อน	13	12.5	42	14.2
6. พระ	2	1.9	1	0.3
7. อื่น ๆ	4	3.8	9	3.0

จากตารางที่ 33 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความคิดเห็นต่อ สื่อบุคคลที่ให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ไม่ต่างกัน โดยนักเรียนมัธยมศึกษาเห็นว่าสื่อบุคคลที่สามารถให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ได้ดีที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 85.6 อันดับ 2 คือ ครู/อาจารย์ ร้อยละ 77.9 อันดับ 3 คือ บิดามารดา ร้อยละ 32.7 และอันดับสุดท้าย คือ พระ ร้อยละ 1.9 ซึ่งนักเรียนอาชีวศึกษาเห็นว่าสื่อบุคคลที่สามารถให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ได้ดีที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 82.7 อันดับ 2 คือ ครู/อาจารย์ ร้อยละ 60.8 อันดับ 3 คือ บิดามารดา ร้อยละ 32.8 และอันดับสุดท้าย คือ พระ ร้อยละ 0.3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 การเปรียบเทียบคะแนนระหว่างความสะดวกและความเพียงพอของสื่อสิ่งพิมพ์และประเภทสถานศึกษา

ความสะดวกและเพียงพอในการเข้าถึงสื่อ	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา		t- value	P- value
	X	S.D.	X	S.D.		
1. เอกสาร	3.78	1.11	3.34	1.14	3.37	0.001*
2. โปสเตอร์	3.37	0.99	2.98	1.08	1.01	0.001*
3. หนังสือ	3.32	1.17	3.14	1.08	1.42	0.156
4. วารสาร	3.07	1.08	2.88	0.99	1.60	0.110
5. อื่น ๆ	3.38	1.60	2.17	1.40	2.01	0.53

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความคิดเห็นไม่ต่างกันในเรื่องความสะดวกและความเพียงพอในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องโรคเอดส์ จากหนังสือ และวารสาร แต่มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องความสะดวกและความเพียงพอในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องโรคเอดส์จากเอกสารและโปสเตอร์ โดยพบว่านักเรียนมัศึกษามีความคิดเห็นในเรื่องความสะดวกและความเพียงพอในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโรคเอดส์จากสื่อเอกสารและโปสเตอร์มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของความสะดวกและความเพียงพอในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโรคเอดส์จากเอกสาร และโปสเตอร์เท่ากับ 3.78 และ 3.37 ตามลำดับ และนักเรียนอาชีวศึกษามีค่าเฉลี่ยของความสะดวกและความเพียงพอในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโรคเอดส์จากเอกสาร และโปสเตอร์ เท่ากับ 3.34 และ 2.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ
ถุงยางอนามัยจากสื่อ และ ประเภทสถานศึกษา

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ถุงยางอนามัยจากสื่อ	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ครู	68	65.4	99	33.4
2. ผู้ปกครอง	19	18.3	28	9.5
3. เพื่อน	24	23.1	63	21.3
4. สื่อมวลชน	56	53.8	108	36.5
5. ไม่เคยรู้	4	3.8	32	10.8
6. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	59	56.7	179	60.5
7. อื่น ๆ	8		7.7	10

3.4

จากตาราง 35 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้
ถุงยางอนามัย โดยนักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการใช้ถุงยางอนามัยจากครูมากที่สุด
ร้อยละ 65.4 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ร้อยละ 56.7 และจากสื่อมวลชน ร้อยละ 53.8
ซึ่งนักเรียนอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการใช้ถุงยางอนามัยจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมากที่สุด
ร้อยละ 60.5 รองลงมาคือจากสื่อมวลชน ร้อยละ 36.5 และจากครู ร้อยละ 33.4 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะการเปิดรับข่าวสารเรื่องถุงยางอนามัยจากสื่อ และประเภทสถานศึกษา

การเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับถุงยางอนามัยจากสื่อ	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ครู	59	56.7	81	27.4
2. ผู้ปกครอง	8	7.7	22	7.4
3. เพื่อน	15	14.4	37	12.5
4 แพทย์/เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	66	63.5	188	63.5
5.ไม่เคยรู้	12	11.5	75	25.3

จากตารางที่ 36 พบว่านักเรียนอาชีวศึกษาไม่เคยเรียนรู้เรื่องการใช้ถุงยางอนามัยที่ถูกต้องมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา โดยนักเรียนอาชีวศึกษาไม่เคยเรียนรู้เรื่องการใช้ถุงยางอนามัยที่ถูกต้องร้อยละ 25.3 ซึ่งมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษาซึ่งมีเพียง 11.5 โดยนักเรียนมัธยมศึกษาเรียนรู้เรื่องการใช้ถุงยางอนามัยอย่างถูกต้องจากแพทย์/เจ้าหน้าที่สาธารณสุขมากที่สุดร้อยละ 63.5 รองลงมา คือ ครู ร้อยละ 56.7 และเพื่อนร้อยละ 14.4 ตามลำดับ ซึ่งไม่ต่างจากนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการเรียนรู้เรื่องการใช้ถุงยางอนามัยอย่างถูกต้องจากแพทย์/เจ้าหน้าที่สาธารณสุขมากที่สุดร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ครู ร้อยละ 27.4 และ เพื่อน ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้สึกของนักเรียนในการขอรับบริการเกี่ยวกับดูยางอนามัยและประเภทสถานศึกษา

ความรู้สึกในการขอรับบริการเกี่ยวกับดูยางอนามัย	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อี้อัดใจมาก	5	4.8	15	5.1
2. อาย/เงิน เล็กน้อย	18	17.3	43	14.5
3. เฉยๆ เป็นเรื่องธรรมดา	16	15.4	33	11.1
4. ไม่กล้าแต่จะให้เพื่อนเป็นคนจัดการให้	5	4.8	17	5.7
5. ไม่เคยซื้อหรือขอรับบริการ	83	79.8	231	78.0

จากตารางที่ 37 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเลือกตอบไม่เคยซื้อหรือขอรับบริการดูยางอนามัยมากที่สุด โดยนักเรียนมัธยมศึกษาไม่เคยซื้อหรือขอรับบริการดูยางอนามัยร้อยละ 79.8 มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่ไม่เคยซื้อหรือขอรับบริการดูยางอนามัยร้อยละ 78 ในด้านความรู้สึกของการขอรับบริการเกี่ยวกับดูยางอนามัย นักเรียนมัศึกษามีความรู้สึก อายเงินเล็กน้อย เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 17.3 รองลงมา คือ รู้สึกเฉยๆ เป็นเรื่องธรรมดา ร้อยละ 15.4 ไม่ต่างกับนักเรียนอาชีวศึกษา คือ รู้สึกอายเงินเล็กน้อย เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 14.5 รองลงมาคือ รู้สึกเฉยๆ เป็นเรื่องธรรมดา ร้อยละ 11.1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างแยกตามความคิดเห็นต่อถุงยางอนามัยที่ใช้ในปัจจุบัน และประเภทสถานศึกษา

ความคิดเห็นต่อถุงยางอนามัย ที่ใช้ในปัจจุบัน	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ทนสม้ย	89	85.6	253	85.5
2. ขอดนิยม	39	37.5	98	33.1
3. เข้าใจความรู้สึกของผู้ใช้	52	50.0	111	37.5
4 รูปลักษณ์เป็นสากล	64	61.5	176	59.5
5 คุณภาพดี	65	62.5	173	58.4
6 น่ารัก.	82	78.8	196	66.2
7.ราคาแพง	47	45.2	114	38.5
8.หาซื้อได้ง่าย		56	53.8	139
47.0				
9. อื่น ๆ	50	48.1	116	39.2

จากตารางที่ 38 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีความคิดเห็นต่อถุงยางอนามัยไม่ต่างจากนักเรียนมัธยมศึกษา โดยนักเรียนมัศึกษามีความคิดเห็นต่อถุงยางอนามัยที่ใช้ในปัจจุบันว่ามีความทนสม้ยมากเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 85.6 ถุงยางอนามัยมีความน่ารักเป็นอันดับ 2 ร้อยละ 78.8 และอันดับที่ 3 คือ มีคุณภาพดี ร้อยละ 62.5 ซึ่งนักเรียนอาชีวศึกษามีความคิดเห็นต่อถุงยางอนามัยที่ใช้ในปัจจุบันว่ามีความทนสม้ยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 85.5 มีความน่ารักเป็นอันดับ 2 ร้อยละ 66.2 และอันดับ 3 คือ รูปลักษณ์เป็นสากล ร้อยละ 59.5

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสถานที่ที่มีความสะดวกในการขอรับบริการดูยางอนามัย และประเภทสถานศึกษา

สถานที่ที่สะดวกในการขอรับบริการ ดูยางอนามัย	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ร้านขายยา	37	35.6	97	32.8
2 เซเว่น-อีเลฟเว่น	28	26.9	66	22.3
3.ปั้มน้ำมัน	2	1.9	5	1.7
4 ซุปเปอร์มาร์เก็ต	8	7.7	19	6.4
5 ร้านสะดวกซื้อ (มินิมาร์ท)	6	5.8	11	3.7
6 ดิสโก้เทค/ผับ/บาร์	2	1.9	6	2.0
7.รับฟรีที่สถานศึกษา	1	1.0	8	2.7
8.รับฟรีที่สถานบริการสาธารณสุข	12	11.5	57	19.3
9. อื่น ๆ	8	7.7	27	9.1

จากตารางที่ 39 พบว่า นักเรียนมัศึกษามีความคิดเห็นต่อสถานที่ที่สะดวกในการขอรับบริการดูยางอนามัยไม่ต่างจากนักเรียนอาชีวศึกษา โดยนักเรียนมัศึกษามีความคิดเห็นว่าสถานที่ที่สามารถขอรับบริการดูยางอนามัยได้สะดวกมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือร้านขายยา ร้อยละ 35.6 อันดับ 2 คือ เซเว่น-อีเลฟเว่น ร้อยละ 26.9 และอันดับ 3 คือขอรับฟรีที่สถานบริการสาธารณสุข ร้อยละ 11.5 ซึ่งนักเรียนอาชีวศึกษามีความคิดเห็นว่าสถานที่ที่สามารถขอรับบริการดูยางอนามัยได้สะดวกที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ ร้านขายยา ร้อยละ 32.8 อันดับ 2 คือ ที่เซเว่น-อีเลฟเว่น ร้อยละ 22.3 และอันดับ 3 คือ ขอรับฟรีที่สถานบริการสาธารณสุข ร้อยละ 19.3

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา
ถุงยางอนามัย และ ประเภทสถานศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ราคาถุงยางอนามัย	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.แพงมาก	4	3.8	13	4.4
2.ค่อนข้างแพง	16	15.4	33	11.1
3.เหมาะสม	24	23.1	74	25.0
4.ราคาถูก	2	1.9	4	1.4
5.ได้รับแจกฟรี	5	4.8	16	5.4
6.ไม่มีความคิดเห็น	98	94.2	276	93.2

จากตารางที่ 40 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาไม่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาถุงยางอนามัยมากที่สุด โดยนักเรียนมัธยมศึกษาไม่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาถุงยางอนามัย ร้อยละ 94.2 นักเรียนอาชีวศึกษาไม่มีความคิดเห็น ร้อยละ 93.2 ซึ่งนักเรียนมัธยมศึกษาที่มีความคิดเห็นว่าร่ากาถุงยางอนามัยมีราคาเหมาะสมมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 23.1 รองลงมาคือราคาค่อนข้างแพง ร้อยละ 15.4 และราคาถูกน้อยที่สุด ร้อยละ 1.9 ซึ่งไม่ต่างจากนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีความคิดเห็นว่าร่ากา

ถุงยางอนามัยที่ใช้ในปัจจุบันมีราคาเหมาะสมแล้วเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 25.0 อันดับ 2 คือ มีราคา ค่อนข้างแพง ร้อยละ 11.1 และเห็นว่ามีราคาถูกน้อยที่สุด ร้อยละ 1.4

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในตอนี่ 5 นี้ เป็นการนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

5.1 สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารทั่วไประหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

ตัวแปรการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อ	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา		t	P-value
	X	S.D.	X	S.D.		
วิทยุ	3.62	1.28	3.80	1.23	-1.28	0.200
โทรทัศน์	4.82	0.65	4.66	0.75	1.92	0.055
หนังสือพิมพ์	3.93	1.09	3.49	1.16	3.44	0.001*
นิตยสาร	2.54	1.01	2.20	0.92	3.15	0.002*
ป้ายโฆษณา	3.36	1.15	3.02	1.32	2.28	0.023*
แผ่นพับ/โปสเตอร์	2.65	0.95	2.27	0.97	3.50	0.001*
อินเทอร์เน็ต	1.82	1.07	1.81	0.96	0.14	0.887
รวม	3.73	0.67	3.54	0.63	2.60	0.010

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษากับอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ และ อินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน แต่มีความแตกต่างกันในเรื่องการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อ 4 ประเภทคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา แผ่นพับ/โปสเตอร์ โดยพบว่า นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจาก หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา และแผ่นพับ/โปสเตอร์ มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.1 สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 42 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

ตัวแปรการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อ	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา		t	P-value
	X	S.D.	X	S.D.		
วิทยุ	4.11	1.61	5.06	1.33	5.46	0.000*
นิตยสาร	3.08	1.17	3.05	1.18	0.22	0.825
โทรทัศน์	6.60	0.98	6.68	0.87	-0.81	0.420
ป้ายโฆษณา	3.89	1.31	3.72	1.37	1.15	0.249
หนังสือพิมพ์	5.18	1.15	4.84		1.21	251
0.012*						
แผ่นพับ/โปสเตอร์	3.75	1.75	3.21		1.62	287
0.004*						
อินเทอร์เน็ต	1.38	1.08	1.50		1.10	-1.00
0.318						
รวม	3.16	0.37	3.27	0.35	-2.81	0.005

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อ นิตยสาร โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และอินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน แต่มีความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อ 3 ประเภท คือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และแผ่นพับ/โปสเตอร์ โดยพบว่า นักเรียนอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อวิทยุกระจายเสียง มากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา แต่นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์ และแผ่นพับ/โปสเตอร์มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.3 สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนอาชีวศึกษา

ตารางที่ 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อกับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์แยกตามประเภทสถานศึกษา

การเปิดรับข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์จากสื่อ	พฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์			
	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	r	P-value	r	P-value
วิทยุ	-0.1034	0.296	0.0811	0.165
นิตยสาร	-0.2120	0.031*	0.0516	0.377
โทรทัศน์	0.0308	0.757	-0.0542	0.353
ป้ายโฆษณา	0.0223	0.822	-0.0608	0.297
หนังสือพิมพ์	0.2393	0.014*	0.0243	0.677
โปสเตอร์	-0.0199	0.841	0.0406	0.487
อินเทอร์เน็ต	0.1052	0.288	0.0121	0.836
รวม	0.0089	0.436	0.0135	0.046

จากตารางที่ 43 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ และอินเทอร์เน็ตของนักเรียนมัธยมศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์แต่การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อนิตยสารมีความเชิงลบกับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์และพบว่ามีสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ สำหรับนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อกับการป้องกันโรคเอดส์ จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

5.4 สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนอาชีวศึกษา

ตารางที่ 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อกับสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดาแยกตามประเภทสถานศึกษา

การเปิดรับข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์จากสื่อ	สถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดา			
	นักเรียนมัธยมศึกษา		นักเรียนอาชีวศึกษา	
	r	P-value	r	P-value
วิทยุ	0.1037	0.304	-0.1504	0.010*
นิตยสาร	0.0140	0.890	0.0048	0.934
โทรทัศน์	0.0850	0.400	0.0020	0.972
ป้ายโฆษณา	0.0845	0.403	-0.0186	0.751
หนังสือพิมพ์	-0.2508	0.012*	-0.0346	0.554
โปสเตอร์	-0.0607	0.548	0.0932	0.111
อินเทอร์เน็ต	0.0525	0.604	0.1164	0.046*
รวม	0.0040	0.452	0.0018	0.483

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

จากตารางที่ 44 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อวิทยุ นิตยสาร โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ และ อินเทอร์เน็ต ของนักเรียนมัธยมศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางเศรษฐกิจ(รายได้)ของบิดามารดา แต่พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดา สำหรับนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่าการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อ นิตยสาร โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์และโปสเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดา แต่พบว่ามีสัมพันธ์เชิงลบระหว่างการเปิดรับข่าวสาร

เรื่องโรคเอดส์จากวิทยุกับสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดา และพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดา จึงเป็นไปตาม ไปตามสมมติฐาน

5.5 สมมติฐานที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดา มารดาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่มีความแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับ ความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนอาชีวศึกษา

ตารางที่ 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนัก เรียนจำแนกตามประเภทสถานศึกษา

ความสัมพันธ์ของบิดามารดา ของนักเรียน	พฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคเอดส์	
	t- test	P- value
มัธยมศึกษา	-1.74	0.084
อาชีวศึกษา	0.13	0.898

จากตารางที่ 45 พบว่า ลักษณะความสัมพันธ์ของบิดามารดา กับพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคเอดส์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กันอธิบายได้ว่าไม่ว่าลักษณะความสัมพันธ์ ของบิดามารดาของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา จะมีลักษณะอยู่ด้วยกันหรือแยกกันอยู่ ก็ไม่มีผล ต่อการทำให้พฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนทั้ง 2 ประเภท อยู่ในระดับดี ปานกลาง หรือต่ำ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์จังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาเอกสารโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ปี 2541 – 2542 ของหน่วยงานที่รับผิดชอบในจังหวัดราชบุรี พบว่า การรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาโรคเอดส์ในกลุ่มวัยรุ่น ภายใต้โครงการนำร่องการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน มี 5 โครงการ ได้แก่

1. โครงการรณรงค์วันรวมใจต้านภัยเอดส์ ประจำปี 2541 ดำเนินโครงการโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี กลุ่มเป้าหมายของโครงการคือ นักเรียนมัธยมศึกษา นักเรียนอาชีวศึกษา และนักเรียนชั้นประถมศึกษา

2. โครงการแข่งขันการจัดบอร์ดนิทรรศการโรคเอดส์ในโรงเรียนสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2542 ดำเนินโครงการโดย สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี กลุ่มเป้าหมายของโครงการคือนักเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา

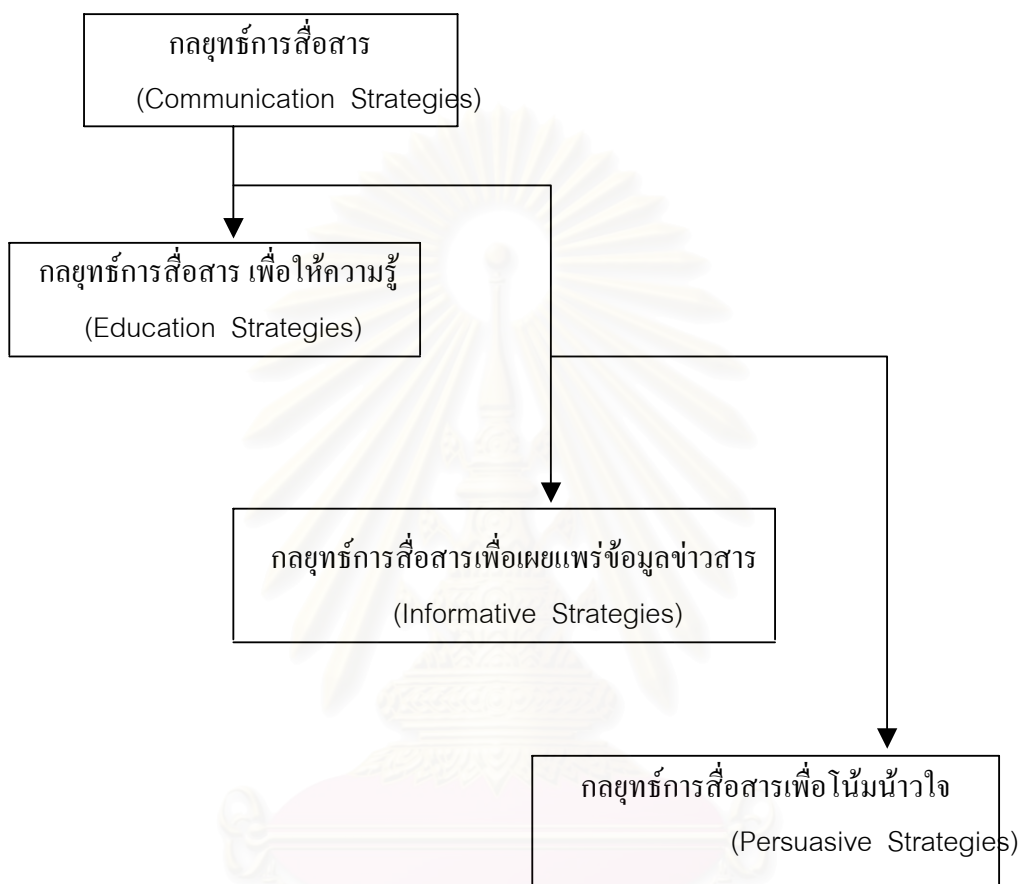
3. โครงการอบรมครูสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรีเรื่องโรคเอดส์ พ.ศ.2542 ดำเนินโครงการโดย สำนักงานควบคุมโรคติดต่อ เขต 4 ราชบุรี กลุ่มเป้าหมายของโครงการคือ ครู/อาจารย์ในโรงเรียนมัธยมสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

4. โครงการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ในโรงเรียนปี พ.ศ. 2541 ดำเนินโครงการโดยสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี กลุ่มเป้าหมายของโครงการคือ นักเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

5. โครงการอบรมนักเรียนแกนนำ “เพื่อนเตือนเพื่อน” พ.ศ.2542 ดำเนินโครงการโดยสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี กลุ่มเป้าหมายของโครงการคือ นักเรียนมัธยมศึกษากรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

ได้มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารสำหรับดำเนินโครงการใน 3 ลักษณะ คือ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ (Education Strategies) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Informative Strategies) และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าว (Persuasive Strategies) ซึ่งสอดคล้องกับการแก้ปัญหาสำคัญของประเทศและสังคมโลกซึ่งการแพร่ระบาดของโรคแพร่ระบาดไปอย่างรวดเร็ว และพบว่าผู้ติดเชื้อเอดส์มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 14-30 ปี มากที่สุด ดังนั้นกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาจึงเป็นบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง (จากเอกสาร โครงการลำดับ 3 โครงการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ในโรงเรียน สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี) ที่ต้องรับทำเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาการแพร่กระจายของโรคเอดส์

แผนภูมิ : กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์



1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ (Education Strategies) เพื่อเสริมสร้างความรู้ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ ตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกัน หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยง และสามารถปฏิบัติกิจกรรมในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Information Strategies) เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในสถานการณ์ความรุนแรงของโรคเอดส์ และความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจ ทรัพย์สิน และทางสังคม เพื่อให้กลุ่มวัยรุ่นที่เป็นนักเรียนนักศึกษาเกิดความตระหนักในความสำคัญและให้ความร่วมมือต่อการแก้ไขปัญหาเอดส์อย่างจริงจัง ซึ่งจากการศึกษาจากเอกสารโครงการทั้ง 5 โครงการ พบว่า วัตถุประสงค์หนึ่งในการจัดทำโครงการก็เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนักในการให้ร่วมมือกันรณรงค์แก้ไขปัญหาโรคเอดส์ซึ่งขึ้นอยู่กับการสร้างจิตสำนึกในการป้องกันโรคเอดส์ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

3.กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Strategies) เมื่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความรู้ มีความเข้าใจในการป้องกันโรคเอดส์ที่ถูกต้อง และมีความเข้าใจถึงสถานการณ์ความรุนแรงของโรคเอดส์ การโน้มน้าวใจให้ปฏิบัติตัวที่ถูกต้องโดยหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงที่จะทำให้ติดเชื้อโรคเอดส์ เป็นสิ่งจำเป็นในปีต่อไป เพื่อให้การรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ในกลุ่มนักเรียนนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดราชบุรี ประสบผลสำเร็จ

สำหรับกลวิธีการดำเนินงานในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษาของจังหวัดราชบุรี ได้ดำเนินงานโครงการป้องกันโรคเอดส์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจเพื่อให้การรณรงค์สามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด อันจะนำไปสู่การมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนการให้ความร่วมมือ และมีส่วนร่วมในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาโรคเอดส์ให้ลดลง ซึ่งจากการศึกษาวิธีการดำเนินงานรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ พบว่า มีรายละเอียดการดำเนินงานตามกลยุทธ์การสื่อสารเป็น 3 ประเด็นหลักดังที่กล่าวมาแล้ว ดังนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ (Education Strategies)

เนื่องจากปัญหาการแพร่ระบาดของโรคเอดส์เป็นปัญหาสำคัญของประเทศและสังคมโลก ซึ่งการแพร่ระบาดเป็นไปอย่างรวดเร็ว และพบว่ามีผู้ติดเชื้อเอดส์ที่มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 14-30 ปีมากที่สุด ซึ่งกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาจึงเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโรคเอดส์สูง จึงได้ดำเนินการเผยแพร่ความรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายคือ นักเรียนนักศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การให้ความรู้ในกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่เป็นแกนนำเพื่อเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ การป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ในโรงเรียน และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยง เพื่อป้องกันมิให้ติดเชื้อเอดส์ โดยใช้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นกลวิธีหลักในการเผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักให้กับนักเรียน โดยจัดทีมวิทยากรซึ่งมีความรู้ความสามารถผ่านการอบรมการเผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ เพื่อให้ให้นักเรียนแกนนำมีความรู้ความเข้าใจการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ และสามารถให้ความช่วยเหลือเพื่อนในการป้องกันปัญหาเอดส์ในโรงเรียน

1.2 การให้ความรู้ในกลุ่มครู/อาจารย์ของโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษาซึ่งเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับนักเรียนและมีบทบาทสำคัญในการจัดการเรียนการสอนสามารถให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคเอดส์ให้กับนักเรียนได้อย่างถูกต้อง ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จึงได้จัดทำโครงการ

อบรมครูสังกัดสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี เรื่องโรคเอดส์โดยจัดอบรมครูสังกัดกรมสามัญศึกษาเพื่อให้ครูได้ปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจ ค่านิยม และทัศนคติที่ถูกต้อง ให้แก่นักเรียนซึ่งเป็นเยาวชนของชาติ ได้นำความรู้ที่ได้รับจากการเรียนการสอนไปปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เหมาะสมในการป้องกันโรคเอดส์

1.3 การให้ความรู้ทางอ้อมโดยจัดทำโครงการแข่งขันการจัดบอร์ดนิทรรศการโรคเอดส์ ในโรงเรียนกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี ซึ่งนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการแข่งขันจำเป็นต้องไปแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องโรคเอดส์มาเพื่อจัดบอร์ดทำให้ได้รับความรู้ไปในตัวด้วย และเพื่อสร้างจิตสำนึกให้ตระหนักถึงอันตรายของโรคเอดส์ เป็นการกระตุ้นและเปรียบเสมือนเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเยาวชนที่เป็นนักเรียน นักศึกษาให้มีความปลอดภัยจากโรคเอดส์

1.4 การให้ความรู้โดยจัดโครงการรณรงค์วันรวมใจต้านภัยเอดส์โดยจัดกิจกรรมสันตนาการ จัดนิทรรศการเกี่ยวกับโรคเอดส์ จัดแข่งขันการแสดงสื่อพื้นบ้านเพื่อให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาเอดส์ และมีพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสมในการป้องกันโรคเอดส์

2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Informative Stratetive)

จากสถานการณ์เอดส์ในจังหวัดราชบุรีในปัจจุบันพบว่ามีจำนวนผู้ป่วยมากที่สุดในเขต 4 ซึ่งกลุ่มที่มีอัตราเสี่ยงมากที่สุดคือกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งวัยรุ่นนักเรียน นักศึกษา เป็นกลุ่มที่น่าสนใจ ซึ่งเทพพนม เมืองแมน อ่างใน จำเริญ เสกธีระ (2535 : 26) ได้กล่าวว่า นักเรียนวัยรุ่นมีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ แต่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงยังไม่ค่อยมี แสดงว่า การให้ความรู้โรคเอดส์เพียงอย่างเดียวอาจไม่ใช่วิธีการที่เหมาะสมเพียงพอ ที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เนื่องจากยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักเรียน นักศึกษา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงได้ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักเรียนนักศึกษาได้รับทราบถึงสถานการณ์โรคเอดส์และผลกระทบต่าง ๆ ที่จะตามมาเพื่อปลูกจิตสำนึกให้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อปัญหาและนำไปสู่การมีพฤติกรรมป้องกันโรคเอดส์

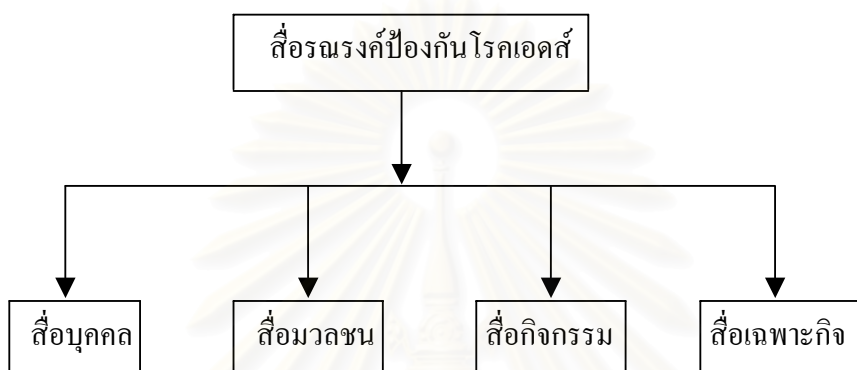
3. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Strategies)

การรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ นอกจากจะใช้กลยุทธ์การให้ความรู้และการให้ข้อมูล ข่าวสารแล้วยังมีกลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ราชบุรี สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัด ได้จัดกิจกรรมเพื่อการโน้มน้าวชักจูงใจนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษาให้เกิดความตระหนักและมีส่วนร่วมในการรณรงค์ ป้องกันโรคเอดส์ เพื่อลดความสูญเสียทางด้านต่าง ๆ โดยได้จัดทำโครงการรณรงค์ ได้แก่ 1. โครงการรณรงค์วันรวมใจต้านภัยเอดส์ 2. โครงการแข่งขันการจัดบอร์ดนิทรรศการโรคเอดส์ในโรงเรียนสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี 3. โครงการอบรมครูสังกัดสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรีเรื่อง โรคเอดส์ 4. โครงการอบรมนักเรียนแกนนำ “เพื่อนเตือนเพื่อน” ป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์, แก้ไขปัญหายาเสพติด 5. โครงการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ในโรงเรียน เป็นต้น โดยจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการรณรงค์ผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่ง เน้นรณรงค์การป้องกันโรคเอดส์ โดยทำให้เกิดความตระหนัก และเห็นความสำคัญในการปฏิบัติตัวที่ ถูกต้องเหมาะสมในการป้องกันโรคเอดส์ โดยละเลิกพฤติกรรมเสี่ยงที่ทำให้เกิดโรค หรือการป้องกัน โดยใช้ถุงยางอนามัย การมีส่วนร่วมในกิจกรรมรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน รวมทั้งการฝึก อบรมนักเรียนแกนนำเพื่อนเตือนเพื่อนป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์เพื่อเป็นแกนนำในการชักจูงใจ เพื่อนนักเรียนในโรงเรียน ให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อไปในทางที่เหมาะสม และ ปลอดภัย การจัดประกวดนิทรรศการ ประกวดการแสดงสื่อพื้นบ้าน ชิงรางวัล

การโน้มน้าวใจเพื่อให้นักเรียนนักศึกษาเกิดความตระหนักในปัญหาโรคเอดส์ หันมา สนใจและให้ความสำคัญต่อการป้องกันโรคเอดส์ โดยได้พยายามสอดแทรกในกิจกรรมการ โน้มน้าวชักจูงใจในกลยุทธ์การสื่อสารทุกด้าน ทั้งกลยุทธ์การสื่อสารด้านการให้ความรู้ และการให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจากการศึกษาจากเอกสาร และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมต่อโครงการป้องกันโรคเอดส์จังหวัดราชบุรี นอกจากจะดำเนินงานทางด้านการให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจแล้วยังส่งผลให้ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีพฤติกรรมที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อความ ปลอดภัยจากโรคเอดส์

การใช้สื่อรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์

แผนภูมิ : การใช้สื่อรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์



1. สื่อบุคคล สำหรับสื่อหรือช่องทางการเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร การโน้มน้าว ผ่านสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่เป็นวิทยากรให้ความรู้ ครู/อาจารย์ นักเรียนแกนนำ

2. สื่อมวลชน สำหรับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน ได้แก่ สถานีวิทยุ และหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนท้องถิ่น โดยความถี่จะเน้นหนักทางด้านสถานีวิทยุเนื่องจากกระทำได้ง่ายและรวดเร็วกว่า ส่วนใหญ่จะทำเป็นสปอตวิทยุและบทความแทรกตามรายการในช่วงต่าง ๆ สำหรับหนังสือพิมพ์นอกจากจะเป็นลักษณะรายงานข่าวการดำเนินกิจกรรมในช่วงรณรงค์แล้วยังมีข้อความรณรงค์ให้เลิกพฤติกรรมเสี่ยงต่อโรคเอดส์เพื่อความปลอดภัยของตนเองและครอบครัว

3. สื่อเฉพาะกิจ ที่ใช้ในโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในโครงการป้องกันโรคเอดส์จังหวัดราชบุรีมีทั้งที่ผลิตขึ้นเอง และรับมาจากส่วนกลาง ได้แก่ สติกเกอร์ แผ่นพับ ป้ายผ้า โปสเตอร์ และหนังสือคู่มือ ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้มีเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสื่อของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรีที่ได้รับสนับสนุนจากกองโรคเอดส์ กระทรวงสาธารณสุข

4. สื่อกิจกรรม การจัดกิจกรรมรณรงค์ในด้านต่าง ๆ เช่น การเดินรณรงค์ การจัดนิทรรศการในช่วงรณรงค์ และสอดแทรกในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดกิจกรรมสันตนาการ การจัดประกวดการแสดงสื่อพื้นบ้าน ประกวดคำขวัญ ในงานวันรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ เป็นต้น

จากการศึกษากลยุทธ์ และกลวิธีการสื่อสารเพื่อรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ได้ดำเนินไปตามบทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ในหน้าที่ของการสื่อสาร 3 อย่าง คือ การให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ เพื่อให้แก่นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความรู้ความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติตัวถูกต้องหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์ ตลอดจนสามารถนำความรู้ความสามารถไปเผยแพร่ต่อไป

แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา จังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาเอกสารโครงการป้องกันโรคเอดส์และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา พบว่า มีการนำเอาแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) มาใช้ในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรี เพื่อให้การดำเนินงานสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มวัยรุ่น โดยเฉพาะนักเรียนมัธยมศึกษา ซึ่งแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีด้วยกันหลายด้านทั้งแนวคิดการพัฒนาสินค้า แนวคิดการส่งเสริมสินค้า แนวคิดการวางสินค้า และจัดจำหน่าย แนวคิดการกำหนดราคา แนวคิดการนำเสนอสินค้า แนวคิดการใช้ผู้นำในการเผยแพร่สินค้า และแนวคิดการใช้กระบวนการเข้าถึงสินค้าที่สั้น สะดวก รวดเร็ว ผลการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง : วิเคราะห์แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

Product	Price	Place	Promotion	Presentation	Personal	Process
กิจกรรม	ไม่เสียค่าใช้จ่าย	โรงเรียน	รางวัลจากการประกวด	สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ	ครู/อาจารย์ นักเรียน	ง่าย สะดวก
ดูขงอนามัข	ราคาเหมาะสม ไม่เสียค่าใช้จ่าย	ร้านขายยา โรงเรียน	แจกฟรี	สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ	ครู/อาจารย์ นักเรียน	สะดวก รวดเร็ว

1. **แนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)** คือขั้นที่นักการตลาดเพื่อสังคมรู้ถึงปัญหาในสังคมว่าปัญหาอะไรที่ต้องการจะแก้ไข แล้วแสวงหาหรือกำหนดสินค้ามาเป็นตัวแทนแก้ปัญหานั้นๆ ซึ่งจะต้องมีการศึกษากลุ่มเป้าหมายและออกแบบสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มที่เลือกมา ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่จะออกมาในลักษณะของแนวความคิด (Concept) หรือ ความคิด (Idea) ในการแก้ปัญหาที่เราตระหนักแล้วทำความคิดที่กลุ่มเป้าหมายต้องการเป็นสินค้าที่สามารถมองเห็น เข้าใจได้ง่าย จับต้องได้ และสามารถหาซื้อได้ กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาได้ตระหนักถึงปัญหาการแพร่ระบาดของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ซึ่งอยู่ในกลุ่มวัยรุ่น จึงนำแนวคิดของการใช้กิจกรรมกลุ่มเป็นแนวคิดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ โดยพัฒนาเป็นสินค้าในทางปฏิบัติ คือ กิจกรรม หรือ ชมรมป้องกันโรคเอดส์ เช่น กิจกรรมป้องกันโรคเอดส์ที่มีในโรงเรียนคือ “เพื่อนเตือนเพื่อน” ที่สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี ได้จัดอบรมนักเรียนแกนนำเพื่อนเตือนเพื่อนให้รู้จักการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อเอดส์หลีกเลี่ยงการใช้ยาเสพติด มีการดำเนินชีวิตที่เหมาะสม สามารถสร้างกลุ่มแกนนำในการปฏิบัติงานตามโครงการเพื่อนเตือนเพื่อนในโรงเรียนของตนเองได้

สินค้าของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ ที่เป็นวัตถุจับต้องได้สามารถหาซื้อและตอบสนองวัตถุประสงค์ในการลดความเสี่ยงการติดเชื้อเอดส์ คือถุงยางอนามัย ซึ่งเดิมถุงยางอนามัยเป็นสินค้าสำหรับการวางแผนครอบครัวกลับกลายมาเป็นสินค้าเพื่อป้องกันการติดเชื้อเอดส์ ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนตำแหน่งของสินค้าใหม่ (Repositioning) ถุงยางอนามัยจึงกลายมาเป็นสินค้าที่จับต้องได้ที่มืออยู่ในขณะนี้ ที่ช่วยยับยั้งการแพร่เชื้อเอดส์ในสังคม ขณะนี้ ถึงแม้ว่าการวางตำแหน่งสินค้าใหม่นี้จะเป็นดาบ 2 คมให้กับสังคมก็สามารถช่วยป้องกันการติดเชื้อได้ รวมทั้งการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันสมควรอย่างไรก็ตามปัญหาหลังนี้ยังรุนแรงน้อยกว่าการกระจายของโรคเอดส์ที่เป็นเรื่องเร่งด่วนที่ต้องกระทำ โดยถุงยางอนามัยเป็นสินค้าในสังคมที่ช่วยยับยั้งการแพร่กระจาย

2. **แนวคิดการส่งเสริมสินค้า (Promotion)** เป็นการกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจให้ผู้รับหรือผู้บริโภคคุ้นเคยกับสินค้า ขอมรับสินค้า และมีความต้องการในสินค้า การส่งเสริมสินค้านี้ประกอบไปด้วยการใช้การโฆษณา (Advertising) การขายตรง (Personel Selling) การประชาสัมพันธ์ (Publicity) และการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การส่งเสริมให้

นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนโดยจัดโครงการแข่งขันจัดบอร์ดนิทรรศการโรคเอดส์ในโรงเรียน การแข่งขันการแสดงสื่อพื้นบ้านซึ่งเป็นแรงจูงใจให้นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรม โดยมีโล่ประกาศเกียรติคุณ พร้อมเงินรางวัล มอบให้แก่โรงเรียนที่ชนะการประกวด และนอกจากโล่ประกาศเกียรติคุณและเงินรางวัลแล้ว ยังส่งผลให้โรงเรียนมีชื่อเสียง และสร้างความภาคภูมิใจให้แก่นักเรียน ครู/อาจารย์ และผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย

สำหรับงานประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และดูขงยามัยนั้น ได้มีการเผยแพร่ทางสื่อบุคคล ได้แก่ ครู/อาจารย์ และนักเรียนแกนนำ ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดและเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและผ่านการอบรมความรู้เรื่องโรคเอดส์มาแล้ว ซึ่งสื่อบุคคลดังกล่าวมีอิทธิพลและเป็นที่ยอมรับของนักเรียน ซึ่งจะทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย และตัดสินใจมีส่วนร่วมกิจกรรม มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อป้องกันมิให้ติดเชื้อเอดส์และมีการจัดบอร์ดนิทรรศการให้ความรู้ เกี่ยวกับดูขงยามัยและแจกฟรีแก่นักเรียนที่ต้องการ เพื่อสร้างความตระหนักให้แก่นักเรียนให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยงเพื่อป้องกันมิให้ติดเชื้อเอดส์

3. แนวคิดด้านราคา (Price) ราคาหมายถึงการลงทุนที่ผู้ซื้อจะต้องยอมรับเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่ต้องการ ราคาที่เราต้องพิจารณาถึงคือ ราคาที่เป็นจำนวนเงิน (Money Costs) ,ราคาในการเสียเวลา (Time Costs) และราคาทางด้านจิตใจ (Psychic Costs) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมต่อโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรีไม่ได้คำนึงถึงแนวคิดด้านราคามากนัก เพราะจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาส่วนใหญ่(มากกว่าร้อยละ 90) ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษายอมรับสินค้า และมีความต้องการสินค้า จากการพัฒนาสินค้าในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาชูประเด็นการจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยง เพื่อป้องกันมิให้ติดเชื้อเอดส์ โดยใช้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นกลวิธีหลักในการเผยแพร่ความรู้ และสร้างความตระหนักให้แก่นักเรียนผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้รับทราบข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ ในส่วนของเรื่องสภาวะด้านจิตใจนั้นนักเรียนมัธยมศึกษาส่วนใหญ่ต้องการให้ทางโรงเรียนจัดตั้งกิจกรรมหรือชมรม ในการตั้งราคาสินค้า ทางสังคมนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานที่สมาชิกกลุ่มเป้าหมายของเรามีการวิเคราะห์ถึงการลงทุนผลประโยชน์ที่จะได้รับ (Cost-Benefit Analysis) ทุกครั้ง จากการศึกษาโดยการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักเรียนมัธยม

ศึกษา และอาชีวศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าดูยางอนามัยที่มีไว้บริการในปัจจุบันมีราคาเหมาะสม แต่มีความรู้สึกเงินอายเล็กน้อยเวลาไปซื้อหรือขอรับบริการดูยางอนามัย

4. **แนวคิดด้านสถานที่ (Place)** เป็นการกำหนดช่องทางวิธีการจำหน่ายหรือจัดส่งสินค้าไปสู่กลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในตัวสมาชิกของสังคมให้กลายเป็นการกระทำ(Action) แทนซึ่งช่องทางการแพร่กระจายจะต้องเป็นช่องทางที่สอดคล้องเหมาะสมกับสินค้า และง่ายต่อการที่กลุ่มเป้าหมายจะมาหาซื้อสินค้าไปใช้การดำเนินงานรณรงค์โครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงสินค้า และบริการได้ค่อนข้างสะดวกเนื่องจากมีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ จากการสอบถามนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาส่วนใหญ่ สะดวกในการขอรับบริการดูยางอนามัยจากร้านขายยามากที่สุด รองลงมาที่เซเว่น-อีเลฟเว่น และรับฟรีที่สถานบริการสาธารณสุขซึ่งสถานที่ดังกล่าวมีบริการครอบคลุมพื้นที่ของจังหวัดราชบุรี

5. **แนวคิดด้านการนำเสนอ (Presentation)** หมายถึงการหาคำประกอบต่าง ๆ ที่จะนำมาเสนอให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นสินค้า หรือบริการทางสังคมอย่างชัดเจน หรือสามารถสัมผัสได้เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับยิ่งขึ้น การนำเสนอสินค้าในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์เกี่ยวกับดูยางอนามัย คือ ต้องให้ความรู้ ความเข้าใจ สาธิตวิธีการใช้ดูยางอนามัยที่ถูกต้อง โดย เจ้าหน้าที่สาธารณสุข นักเรียนแกนนำ และ ครู/อาจารย์ ซึ่งเป็นบุคคลที่นักเรียนให้การยอมรับและวางใจ และอยู่ใกล้ชิดกับกลุ่มนักเรียน อีกทั้งยังมีการนำเสนอในรูปแบบของการจัดบอร์ดนิทรรศการในโรงเรียนโดยกลุ่มแกนนำนักเรียน การเดินรณรงค์ในวันรวมใจต้านภัยเอดส์ซึ่งจัดเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีการตอบปัญหาชิงรางวัล สาธิตการใช้ดูยางอนามัยที่ถูกต้อง ตอบข้อซักถามต่างๆโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ครู/อาจารย์ และนักเรียนแกนนำนอกจากนี้ยังมีการจัดประกวดการแสดงสื่อพื้นบ้านของนักเรียนซึ่งได้มีการนำเสนอเกี่ยวกับดูยางอนามัยสอดแทรกในกิจกรรมของนักเรียน และเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

6. **แนวคิดด้านตัวบุคคล (Personel)** คือ การหาตัวบุคคลเพื่อเป็นตัวแทนองค์กรในการทำหน้าที่ขายความคิดและสินค้าทางสังคมที่ไม่ใช่พนักงานขายตรง (Personal Selling) แต่เป็นลักษณะผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) จากการศึกษาเอกสาร โครงการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนและจากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่สอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา การรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนได้มีการจัดอบรมนักเรียนแกนนำ เพื่อเป็นผู้นำใน

การเผยแพร่กิจกรรมการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ โดยนักเรียนแกนนำสามารถช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ การใช้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นกลวิธีหลักในการเผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักให้กับเพื่อน นักเรียนด้วยกันในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยง เพื่อมิให้ติดเชื้อเอดส์และจากการเก็บรวบรวมข้อมูลนักเรียนมีความคิดเห็นว่าแกนนำของกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์มีบุคลิกและความประพฤติดีน่าเชื่อถือ และยังมีโครงการอบรมให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์แก่ครู/อาจารย์ ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับนักเรียนและมีบทบาทที่สำคัญในการจัดการเรียนการสอนสามารถให้ความรู้ ความเข้าใจ ปลุกฝังค่านิยมและทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับโรคเอดส์ให้แก่นักเรียนเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เหมาะสมในการป้องกันโรคเอดส์

7. แนวคิดด้านกระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนที่กลุ่มเป้าหมายจะต้องกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าเพื่อสังคมจะต้องก่อให้เกิดขั้นตอนที่สั้น และง่ายที่สุดเพื่อชักจูงใจให้เกิดความพยายามในการให้ได้มาซึ่งสินค้านั้น การเข้าถึงสินค้าและบริการทางด้านการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ในจังหวัดราชบุรี เป็นขั้นตอนที่ง่ายสะดวก และรวดเร็ว ไม่มีขั้นตอนยุ่งยาก จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาได้รับความสะดวกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสถานพยาบาลสาธารณสุข และห้องพยาบาลของโรงเรียน ซึ่งในจังหวัดราชบุรีมีสถานพยาบาลกระจายอย่างครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ที่นักเรียนสามารถใช้บริการได้ตลอด และเจ้าหน้าที่สาธารณสุขก็เป็นสื่อบุคคลที่นักเรียนให้การยอมรับและความไว้วางใจในการพูดคุยปรึกษาได้ และสำหรับการจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของนักเรียน พบว่านักเรียนส่วนใหญ่เข้าใจวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมหรือชมรมและมีความต้องการเข้าร่วมชมกิจกรรมชมรมมากที่สุด และสามารถสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมได้จาก ครู เพื่อน หรือ คูจากบอร์ดนิทรรศการซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่ใกล้ตัวภายในบริเวณโรงเรียนจึงสะดวกต่อการรับทราบข้อมูล และจากการสอบถามเกี่ยวกับถุงยางอนามัย ซึ่งเป็นสินค้าที่มีอยู่ในสังคมขณะนี้ ที่ช่วยยับยั้งการแพร่กระจายโรคเอดส์ พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา คิดว่าราคาถุงยางอนามัยมีความเหมาะสม และมีความสะดวกที่จะขอรับบริการจากร้านขายยา เซเว่น - อีเลฟเว่น ซึ่งตามสถานที่ดังกล่าวในจังหวัดราชบุรีมีเป็นจำนวนมาก และมีความเพียงพอต่อการให้บริการ ดังนั้นผู้บริโภคหรือนักเรียนจึงสะดวกต่อการใช้บริการ

โครงการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาของจังหวัดราชบุรีได้ นำเอาแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการรณรงค์ให้นักเรียนเห็นความสำคัญและเกิดความตระหนัก ในการป้องกันโรคเอดส์มาสู่สินค้าที่สามารถจับต้องได้ คือการจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรค เอดส์ในโรงเรียนโดยมีนักเรียนแกนนำที่ผ่านการอบรมเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อนนักเรียน ซึ่งอยู่ในความดูแลของครู/อาจารย์ในโรงเรียนซึ่งทำการส่งเสริมสินค้าทางสื่อต่างๆ ทั้งสื่อบุคคล สื่อ มวลชน และสื่อเฉพาะกิจ รวมทั้งทำการส่งเสริมการขายโดยใช้กิจกรรม และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน เป็นกลวิธีหลักในการเผยแพร่ความรู้ และความตระหนักให้กับเพื่อนนักเรียน ซึ่งผู้นำในการเผยแพร่กิจ กรรม ได้แก่ นักเรียนแกนนำ ครู/อาจารย์ และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ได้รับการยอมรับจากนัก เรียน รวมทั้งมีการเชิญชวนให้เพื่อนนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมซึ่งไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยากเป็นกระบวนการที่ ง่ายและสามารถเข้าถึงสินค้า โดยการร่วมกิจกรรม และบริการที่สะดวก รวดเร็ว ตามแนวคิดการ ตลาดเพื่อสังคม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความต้องการและความคิดเห็นที่มีต่อสื่อในการป้องกันโรคเอดส์ และนำไปศึกษาเปรียบเทียบหากกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์ในการนำแนวคิดและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างไปปรับปรุงการใช้สื่อ ต่าง ๆ ในโครงการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา เพื่อให้ตรงเป้าหมาย และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อันจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ทั่วไปเกี่ยวกับโรคเอดส์ในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และเพื่อการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในกลุ่มวัยรุ่นของไทย ซึ่งจะเห็นประโยชน์ต่อสังคมในการพัฒนาสุขอนามัยของทรัพยากรบุคคลที่มีค่าในอนาคตโดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารทั่วไปของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อศึกษาความต้องการ และความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
4. เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ กับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา
5. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัศึกษากับอาชีวศึกษา
6. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ของบิดามารดากับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา
7. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้กำหนดเป็นสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารทั่วไประหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน
3. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนอาชีวศึกษา
- 4 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างสถานทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนอาชีวศึกษา
5. ความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษามีความแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนระดับอาชีวศึกษา

การวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแยกประเภท (Stratified Random Sampling) แบ่งนักเรียนเป็น 2 กลุ่ม คือ นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน และแจกแบบสอบถามกลุ่มนักเรียนแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ไปตามห้องเรียน และวิทยาลัยที่เลือกมาจากการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาสำหรับใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) สำหรับสถิติที่ใช้อาศัยสถิติในรูปของความถี่ ร้อยละ อธิบายข้อมูลทั่วไปส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ และดูความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างตัวแปรนั้น ๆ โดยใช้ Pearson's Product Moment Correlation และ t-test และ 2 เป็นส่วนการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา โดยการวิเคราะห์จากเอกสาร โครงการ

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 1 การเปิดรับข่าวสาร และความต้องการข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย 104 คน เป็นเพศชาย 31 คน เพศหญิง 73 คน และนักเรียนอาชีวศึกษา จำนวน 296 คน เป็นเพศชาย 112 คน เพศหญิง 184 คน รวมทั้งหมด 400 คน นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดามารดา ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบิดามารดาของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาส่วนใหญ่อยู่ด้วยกัน มีเพียงส่วนน้อยที่แยกกันอยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบิดามารดานักเรียนมัธยมศึกษาอยู่ในระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท รายได้ของบิดามารดาของนักเรียนอาชีวศึกษาเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 บาท

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป

นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ดังนี้ คือ

- สื่อมวลชน

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน พบว่า นักเรียนทั้ง 2 ประเภทมีการเปิดรับจากโทรทัศน์ในระดับสูงมาก

- สื่อเฉพาะกิจ

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อเฉพาะกิจ พบว่า นักเรียนทั้ง 2 ประเภทมีการเปิดรับจากป้ายโฆษณา/แผ่นพับ ในระดับปานกลาง และ เปิดรับจากอินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ

- พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์

นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล ดังนี้ คือ

- สื่อมวลชน

นักเรียนทั้ง 2 ประเภทมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากโทรทัศน์มากที่สุดในระดับสูงมาก

สื่อเฉพาะกิจ

นักเรียนทั้ง 2 ประเภทมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากป้ายโฆษณาและแผ่นพับ/โปสเตอร์ในระดับสูง และจากอินเทอร์เน็ตในระดับต่ำมาก

สื่อบุคคล

นักเรียนทั้ง 2 ประเภทมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมากที่สุด รองลงมาคือครู/อาจารย์

ความต้องการและความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการป้องกันโรคเอดส์เหตุผลที่ต้องการมีความรู้เรื่องโรคเอดส์

เหตุผลที่นักเรียนมัธยมศึกษาต้องการมีความรู้เรื่องโรคเอดส์มากที่สุดคือ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ รองลงมาคือ เพื่อให้ทราบถึงวิธีป้องกันที่ถูกต้องแต่ในนักเรียนอาชีวศึกษามีความต้องการมีความรู้เรื่องโรคเอดส์มากที่สุดคือ เพื่อให้ทราบถึงวิธีป้องกันที่ถูกต้อง รองลงมา คือ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์

ความต้องการให้จัดกิจกรรมหรือชมรม

นักเรียนทั้ง 2 ประเภทมีความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนมากที่สุด

ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน

นักเรียนอาชีวศึกษามีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของชมรมมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา

ลักษณะการมีส่วนร่วมกิจกรรมหรือชมรม

นักเรียนมัธยมศึกษาต้องการมีส่วนร่วมกิจกรรมหรือชมรมในลักษณะการชมกิจกรรมที่
ชมรมจัดมากที่สุด แต่นักเรียนอาชีวศึกษาต้องการมีส่วนร่วมในลักษณะเข้าร่วมเป็นสมาชิกของ
ชมรมมากที่สุด

สื่อบุคคลที่ทำให้นักเรียนรู้จักกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์

สื่อบุคคลที่ทำให้นักเรียนทั้ง 2 ประเภทรู้จักกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์มากที่สุด
คือ ครู/อาจารย์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อบุคคล

สื่อบุคคลที่นักเรียนทั้ง 2 ประเภทเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์มากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่
สาธารณสุข รองลงมาคือ ครู/อาจารย์

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่องการป้องกันโรคเอดส์

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษามากที่สุดคือ ครู/อาจารย์
สำหรับนักเรียนอาชีวศึกษาคือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข

ลักษณะข่าวสารที่นักเรียนสนใจอยากรู้

ลักษณะข่าวสารที่นักเรียนทั้ง 2 ประเภทสนใจอยากรู้มากที่สุดคือ การป้องกันตนเองเมื่อมี
เพศสัมพันธ์ รองลงมาคือ การติดต่อของโรคเอดส์

ลักษณะข่าวสารที่ทำให้เกิดความตระหนัก

ลักษณะข่าวสารที่ทำให้นักเรียนทั้ง 2 ประเภทเกิดความตระหนักในการป้องกันโรคเอดส์
มากที่สุด คือ ชีวีให้เห็นผลร้ายของโรคเอดส์

การทดสอบสมมติฐาน 5 ข้อ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้ง 5 ข้อ ได้ผลการวิจัยดังนี้คือ

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารทั่วไประหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความ
แตกต่างกัน พบว่า

สื่อมวลชน

นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารมากกว่า

นักเรียนอาชีวศึกษา

สื่อเฉพาะกิจ

นักเรียนมัธยมศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากป้ายโฆษณา และแผ่นพับ/โปสเตอร์
มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเรื่อง โรคเอดส์ระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา
มีความแตกต่างกัน พบว่า

สื่อมวลชน

นักเรียนอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่อง โรคเอดส์จากวิทยุมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา
แต่นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์มากกว่านักเรียนอาชีว
ศึกษา

สื่อเฉพาะกิจ

นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากแผ่นพับ/โปสเตอร์มากกว่า
นักเรียนอาชีวศึกษา

สื่อบุคคล

นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และครู/
อาจารย์มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาแต่นักเรียนอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่อง โรคเอดส์จาก
บิดา/มารดา มากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา

สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรค
เอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์
กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า

มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์
จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกจากสื่อหนังสือพิมพ์ในนักเรียนมัธยมศึกษา

และพบว่าไม่มีความสัมพันธ์เรื่องการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อในนักเรียน
อาชีวศึกษา

สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า

มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์ในนักเรียนมัธยมศึกษา

และพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากวิทยุกระจายเสียง และมีความสัมพันธ์เชิงบวกจากอินเทอร์เน็ต ในนักเรียนอาชีวศึกษา

สมมติฐานที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์ กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนมัศึกษามีความแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า

ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาในนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

สรุปผลการวิจัยส่วนที่ 2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์จังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ ทั้ง 5 โครงการซึ่งดำเนินโครงการโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี และสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี พบว่า

มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสาร 3 ลักษณะ คือ 1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ (Education Strategies) 2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Information Strategies) และ 3. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Strategies) เพื่อให้ นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรมการป้องกันโรคเอดส์ โดยดำเนินงานโครงการป้องกันโรคเอดส์ผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้การรณรงค์สามารถเข้าถึง และได้รับการยอมรับจากกลุ่ม

เป้าหมายที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา อันจะนำไปสู่การมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนการให้ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ให้ลดลง โดยการใช้สื่อรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ เช่น

- สื่อบุคคล ได้แก่ ครู/อาจารย์ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข นักเรียนแกนนำ เป็นสื่อในการโน้มน้าวใจ เผยแพร่ข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์แก่นักเรียน
- สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
- สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ สติกเกอร์ แผ่นพับ ป้ายผ้า/โปสเตอร์ และหนังสือคู่มือ
- สื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดเดินรณรงค์ การจัดนิทรรศการในช่วงการรณรงค์ การจัดประกวดการแสดงสื่อพื้นบ้าน ประกวดคำขวัญในวันรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์

นอกจากโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ของจังหวัดราชบุรีได้ใช้กลยุทธ์ และวิธีการสื่อสารเพื่อรณรงค์ป้องกันโรคตามบทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาทั้ง 3 ลักษณะข้างต้นแล้วยังนำแนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการป้องกันโรคเอดส์ในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา เพื่อให้การดำเนินงานเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา โดยนำแนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคมซึ่งประกอบด้วยแนวคิดด้านการพัฒนาสินค้า แนวคิดการส่งเสริมสินค้า แนวคิดการวางสินค้าและจัดจำหน่าย แนวคิดการกำหนดราคา แนวคิดการนำเสนอสินค้า แนวคิดการใช้ผู้นำในการเผยแพร่สินค้า และแนวคิดการใช้กระบวนการเข้าถึงสินค้าที่สิ้น สะดวก รวดเร็ว มาใช้ในโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.แนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์ด้านสินค้า (Product) ของโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ คือ กิจกรรม/ชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และดูยางอนามัย ซึ่งกิจกรรม/ชมรมป้องกันโรคเอดส์เป็นสินค้าที่ออกมาในลักษณะของแนวคิดและพัฒนามาเป็นสินค้าที่นักเรียนสามารถมองเห็น เข้าใจ และเข้าร่วมกิจกรรมได้ และดูยางอนามัย เป็นสินค้าที่ช่วยยับยั้งการแพร่กระจายเชื้อโรคเอดส์ได้

2. แนวคิดการส่งเสริมสินค้า (Promotion) ซึ่งเป็นการกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีในการจูงใจให้นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษายอมรับเข้าร่วมกิจกรรมหรือชมรม ต้องการสินค้าในโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน ได้จัดประกวดจัดบอร์ดนิทรรศการในโรงเรียน และจัดประกวดซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าวจะเป็นการจูงใจให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งนอกจากรางวัลที่จะได้รับจากการชนะการประกวดแล้ว ยังมีรางวัลแห่งความสำเร็จและความภาคภูมิใจซึ่งประเมินค่าไม่ได้เป็นแรงจูงใจด้วย

3.แนวคิดด้านราคา (Price) โครงการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรีไม่ได้คำนึงถึงราคามากนักเพราะในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือรับทราบข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สำหรับถุงยางอนามัยที่ถือว่าเป็นสินค้าที่ช่วยยับยั้งการแพร่เชื้อเอดส์จากการสอบถามนักเรียนมีความเห็นว่ามีราคาเหมาะสม และได้รับแจกฟรีจากสถานบริการสาธารณสุข

4.แนวคิดด้านสถานที่ (Place) การดำเนินงานรณรงค์โครงการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการ ได้ค่อนข้างสะดวก เนื่องจากสถานที่ที่ใช้จัดกิจกรรมอยู่ในบริเวณ โรงเรียน และสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายสามารถขอรับบริการถุงยางอนามัยก็มีไว้บริการที่โรงเรียนซึ่งถ้านักเรียนไม่สะดวกใจที่จะไปขอรับบริการก็สามารถหาซื้อได้ตามร้านขายยาซึ่งมีเป็นจำนวนมากครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดราชบุรี

5.แนวคิดด้านการนำเสนอ (Presentation) การนำเสนอสินค้าในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์เกี่ยวกับกิจกรรม/ชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน โดยนำเสนอผ่านสื่อบุคคลได้แก่ ครู/อาจารย์ นักเรียน สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่การจัดบอร์ด นิทรรศการ และในส่วนของถุงยางอนามัยมีการนำเสนอผ่านสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ครู/อาจารย์ และนักเรียนแกนนำ ในการให้ความรู้ ความเข้าใจ สารคดีวิธีการใช้ที่ถูกต้อง ซึ่งสื่อบุคคลได้รับการยอมรับจากนักเรียน และมีการนำเสนอทางสื่อเฉพาะกิจในรูปแบบของการจัดบอร์ด นิทรรศการ การเดินรณรงค์สอดแทรกผ่านสื่อพื้นบ้าน ในวันรวมใจต้านภัยเอดส์เป็นต้น

6. แนวคิดด้านตัวบุคคล (Personal) โครงการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนได้มีการจัดฝึกรอบรมครู/อาจารย์ และนักเรียน ซึ่งเป็นผู้ที่เหมาะสม มีความใกล้ชิดกับนักเรียนและเป็นผู้ได้รับการยอมรับจากนักเรียนเป็นผู้ให้ความรู้ความเข้าใจ และโน้มน้าวใจให้นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมป้องกันโรคเอดส์ที่โรงเรียนหรือชมรมจัด และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เหมาะสมในการป้องกันโรคเอดส์

7. แนวคิดด้านกระบวนการ (Process) การเข้าถึงสินค้าและบริการด้านการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาที่เป็นกิจกรรมและถุงยางอนามัยนั้น เป็นขั้นตอน

ที่ง่าย และรวดเร็ว ไม่มีขั้นตอนยุ่งยาก นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาได้รับความสะดวกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสถานบริการสาธารณสุข และห้องพยาบาลของโรงเรียนซึ่งในจังหวัดราชบุรีมีสถานบริการสาธารณสุขกระจายอย่างครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ ประกอบกับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเป็นสื่อบุคคลที่นักเรียนให้การยอมรับ และไว้วางใจในการพูดคุยปรึกษาได้ นักเรียนสามารถติดตามข่าวสารกิจกรรมได้จากบอร์ด นิทรรศการที่มีอยู่ในโรงเรียนได้

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การเปิดรับข่าวสาร และความต้องการข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์

การวิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาเปรียบเทียบความต้องการและความคิดเห็นที่มีต่อสื่อในการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเพื่อนำไปศึกษาเปรียบเทียบหากกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ซึ่งปรากฏผลที่น่าสนใจหลายประการดังจะอภิปรายต่อไปนี้ ตามลำดับ

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาจากสื่อมวลชน พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นไปตามทฤษฎีที่ว่าวิทยุโทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากขึ้น และสามารถกระจายข่าวสารได้เร็วกว่าสื่ออื่น ๆ โดยเพิ่มประสิทธิภาพของการเรียนรู้ และความเข้าใจในสิ่งใหม่ให้แก่ผู้ชมมากที่สุดจากภาพและเสียงพร้อมกัน รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลนั้นมีอยู่เดิม

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อเฉพาะกิจ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อป้ายโฆษณา มากที่สุด รองลงมา คือ แผ่นพับ/โปสเตอร์ และอินเทอร์เน็ต น้อยที่สุด เหตุที่มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากป้ายโฆษณามากที่สุดนั้น อาจเป็นเพราะป้ายโฆษณาเป็นอุปกรณ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับแสดงรูปแบบหรือวัสดุอุปกรณ์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการอธิบายเหตุการณ์สำคัญ ๆ เพื่อรายงานกิจกรรม เพื่อเร้าความสนใจ เพื่อสรุปสาระสำคัญ ๆ เนื่องจากการเห็นด้วยตา สามารถสร้างความคิดรวบยอดแก่ผู้ดูได้มาก ถึง 75 % (วัฒนะ จุฑะวิภาค , 2535 : 77-86)

การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมากที่สุด รองลงมาคือ ครู/อาจารย์ และพบว่ามี การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากพระน้อยที่สุดซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ ลาซาสเฟลด์ เมนเซล (Lazarsfeld Menzel , 1968) ที่ว่าปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารผ่าน

สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้น ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย การที่นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมาก อาจเป็นเพราะเห็นว่า เป็นผู้ที่คุณแลรับผิชอบเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพของประชาชนโดยตรง ซึ่งต้องมีความรู้ความชำนาญในเรื่องโรคเอดส์อยู่แล้ว แต่ที่เปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากรพระน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะนักเรียนทั้ง 2 กลุ่มอยู่ในช่วงวัยรุ่นที่ไม่ค่อยนิยมเข้าวัดอยู่แล้ว หรืออาจเป็นเพราะพระไม่ค่อยสนทัดกับการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ได้ดีเท่าเจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือครู/อาจารย์

ความต้องการและความคิดเห็นต่อสื่อที่ใช้ในการป้องกันโรคเอดส์ พบว่า

เหตุผลที่นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาต้องการมีความรู้เรื่องโรคเอดส์ คือ เพื่อต้องการมีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ และเพื่อให้ทราบถึงวิธีการป้องกันที่ถูกต้อง รองลงมาคือ การติดต่อของโรคเอดส์ และลักษณะข่าวสารที่ทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเกิดความตระหนักในการป้องกันโรคเอดส์มากที่สุด คือ ชี้ให้เห็นผลร้ายของโรคเอดส์ รองลงมา คือ ปลุกจิตสำนึกเรื่องการปฏิบัติตัวที่เหมาะสม และมีภาพผู้ป่วยเอดส์น่ากลัวประกอบ

จากเหตุผลข้างต้น เพื่อป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากโรคเอดส์ทำให้ความต้องการที่จะมีความรู้เรื่องโรคเอดส์ และเพื่อให้ทราบถึงวิธีการป้องกันโรคเอดส์มีมาก ทั้งนี้เป็นไปตามทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960)คือ กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและต้องการนำมาใช้เพื่อสนองความต้องการของตน ซึ่งทำให้ตนเองปลอดภัยจากเอดส์

นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาส่วนใหญ่ มีความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรม หรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่ต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรม หรือชมรม แต่พบว่านักเรียนมัศึกษามีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมน้อยกว่านักเรียนอาชีวศึกษา ลักษณะความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาต้องการเข้าร่วมกิจกรรมใน ลักษณะชมกิจกรรมที่ชมรมจัด เช่น นิทรรศการ หรือการแสดง เป็นต้น แต่นักเรียนอาชีวศึกษา ต้องการมีส่วนร่วมในลักษณะการเข้าร่วมเป็นสมาชิกมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะการจัด กิจกรรมในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษา ยังไม่น่าสนใจและมีการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารไม่ สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน หรืออาจเกิดจากการประชาสัมพันธ์ ทำให้นักเรียน ไม่ทราบข้อมูลข่าวสารของการจัดกิจกรรม และทำให้ขาดความสนใจและไม่อยากเข้าร่วมกิจกรรม

สื่อบุคคลที่ทำให้นักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษารับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมหรือ ชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนมากที่สุด คือ ครู/อาจารย์ รองลงมา คือ เพื่อน

สื่อบุคคลที่นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเห็นว่า สามารถให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ได้ ดีที่สุด คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข รองลงมา คือ ครู/อาจารย์ และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่อง การป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนมัธยมศึกษา คือ ครู/อาจารย์ รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข แต่พบว่าสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่องการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนอาชีวศึกษามากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข รองลงมาคือ ผู้ป่วยเอดส์ และพบว่ามี การเปิดรับข่าวสารความรู้เรื่องโรคเอดส์ จากพระน้อยที่สุด ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ ลาซาสเฟลด์ และเมนเซล (Lazarsfeld and Menzel ,1968) ที่อธิบายไว้ในเรื่องการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อบุคคลข้างต้นแล้ว

ในการวิจัยส่วนที่เป็นสมมติฐานนั้น จากสมมติฐานที่ 1 ที่ตั้งไว้ว่าการเปิดรับข่าวสารทั่วไป ระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

หลังจากการวิเคราะห์ผล พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสาร ทั่วไปแตกต่างกัน โดยนักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน คือ หนังสือพิมพ์และนิตยสารมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา กล่าวคือ นักเรียนมัศึกษามีการเปิดรับ ข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์ในระดับสูง ซึ่งมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาซึ่งมีการเปิดรับข่าวสาร ทั่วไปจากหนังสือพิมพ์ในระดับปานกลาง และนักเรียนมัธยมศึกษาเปิดรับข่าวสารทั่วไปจาก นิตยสารมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา คือ มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากนิตยสารในระดับปานกลาง

ซึ่งมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาซึ่งมีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากนิตยสารในระดับต่ำ นักเรียนมัธยมศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากป้ายโฆษณาและแผ่นพับ/โปสเตอร์มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา โดยพบว่านักเรียนมัธยมศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไป จากป้ายโฆษณาและแผ่นพับ/โปสเตอร์ ในระดับปานกลาง ซึ่งมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากป้ายโฆษณา ในระดับปานกลางและแผ่นพับ/โปสเตอร์ในระดับต่ำ

การที่นักเรียนมัธยมศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา อาจเป็นได้ว่าลักษณะการเรียนการสอนในมัธยมศึกษา มีระยะเวลาในแต่ละวันมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาซึ่งเรียนเป็นบางช่วงในแต่ละวันเท่านั้น ทำให้นักเรียนมัธยมศึกษา มีเวลาที่จะอยู่ในโรงเรียนมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา และมีเวลาที่จะเข้าห้องสมุดเพื่ออ่านหนังสือพิมพ์ และนิตยสารมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา รวมทั้งระบบการเรียนการสอนที่มีเวลาปกติตั้งแต่เช้า – เย็น ตามเวลาราชการทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาที่ต้องเดินทางมาศึกษาเล่าเรียนต้องมาเป็นเวลาประจำ จึงทำให้มีโอกาสได้รับข่าวสารจากป้ายโฆษณาและแผ่นพับ/โปสเตอร์มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่บางครั้งเรียนภาคบ่าย ต้องเลิกค่าและมีช่วงเวลาเรียนที่ในแต่ละวันสั้นกว่านักเรียนอาชีวศึกษา

จากสมมติฐานที่ 2 ตั้งไว้ว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ระหว่างนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษามีความแตกต่างกัน

หลังจากวิเคราะห์ผล พบว่า นักเรียนอาชีวศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากวิทยุกระจายเสียงมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา โดยนักเรียนอาชีวศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ในระดับสูงมาก ซึ่งมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา ที่มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากวิทยุกระจายเสียงในระดับสูง

การที่นักเรียนอาชีวศึกษามีคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ จากวิทยุกระจายเสียงมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา อาจเป็นได้ว่าลักษณะการเรียนการสอนในสายอาชีวศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเรียนในภาคปฏิบัติ เมื่อมีการบ้านก็เป็นไปในลักษณะงานฝีมือ เช่น ร้อยมาลัย เย็บแบบ ซึ่งไม่ต้องใช้หัวคิดมากนักจึงสามารถเปิดรับฟังวิทยุไปพร้อม ๆ กับการทำงานได้ แต่นักเรียนมัธยมศึกษา มีการเรียนการสอนที่ต้องนำทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ เวลาทำการบ้านต้องการสมาธิมากกว่า จึงไม่อาจจะฟังวิทยุไปด้วยได้ การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาจึงน้อยกว่า นักเรียนอาชีวศึกษา (กมลนัฐ พลวัน , 2535 : 63)

แต่พบว่านักเรียนมัธยมศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์ และแผ่นพับ/โปสเตอร์มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา

การที่นักเรียนมัธยมศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์ และแผ่นพับ/โปสเตอร์มากกว่า นักเรียนมัธยมศึกษา อาจเป็นได้ว่าลักษณะการเรียนการสอนในมัธยมศึกษา มีระยะเวลาในแต่ละวันมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา ซึ่งเรียนเป็นบางช่วงในแต่ละวันเท่านั้น ทำให้นักเรียนมัศึกษามีเวลาที่อยู่ในโรงเรียนมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา และมีเวลาที่จะเข้าห้องสมุดเพื่ออ่านหนังสือพิมพ์ มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษา รวมทั้งระบบการเรียนการสอนที่มีเวลาปกติตั้งแต่เช้า – เย็น ตามเวลาราชการทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาที่ต้องเดินทางมาศึกษาเล่าเรียนต้องมาเป็นเวลาประจำ จึงทำให้มีโอกาสได้รับข่าวสารจากแผ่นพับ/โปสเตอร์มากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาที่บางครั้งเรียนภาคบ่ายต้องเลิกค่า และมีช่วงเวลาเรียนที่ในแต่ละวันสั้นกว่า นักเรียนมัธยมศึกษา

จากสมมติฐานที่ 3 ตั้งไว้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากนิตยสารกับการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนมัธยมศึกษา อธิบายได้ว่า นักเรียนมัธยมศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากนิตยสารมากแต่ไม่ได้มีพฤติกรรมป้องกันการโรคเอดส์มากตามไปด้วย อาจเป็นเพราะนิตยสารแต่ละฉบับมีหลายเรื่องราวในเล่มเดียวกันซึ่งอาจจะมีเรื่องราวอื่น ๆ ที่นักเรียนมัธยมศึกษาให้ความสนใจมากกว่าเรื่องโรคเอดส์ที่นักเรียนมัศึกษาคิดว่า ตัวเองไม่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์และคิดว่าไม่สำคัญและเป็นเรื่องไกลตัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชน คือ สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อประชาชนโดยตรง แต่จะมีอิทธิพลโดยอ้อม ซึ่งขึ้นอยู่กับ การเลือกรับสาร ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง และจะเลือกตีความหมายของสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม จึงทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากนิตยสารไม่ได้มีพฤติกรรมป้องกันการโรคเอดส์มากตามไปด้วย

และพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง การเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จาก

หนังสือพิมพ์กับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา อธิบายได้ว่า นักเรียนมัธยมศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์มาก จะมีพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์มากตามไปด้วย

แต่ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์เรื่องการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ จากสื่อในนักเรียนอาชีวศึกษา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบ ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ในนักเรียนมัธยมศึกษา อธิบายได้ว่า นักเรียนมัธยมศึกษาที่สถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดาดี ไม่ได้มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์มากตามไปด้วย อาจจะเนื่องมาจากนักเรียนมัธยมศึกษาที่สถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดาดีจะมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์น้อยลง เนื่องจากอาจจะเลือกเปิดรับสื่อชนิดอื่น ๆ มากกว่า เช่น ทีวีดีไอ คู่มือโทรทัศน์ หรือ ฟังวิทยุกระจายเสียง ซึ่งมีความสะดวกสบายในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์มากกว่า จึงเป็นการสมควรอย่างยิ่งที่จะมีการเผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ผ่านสื่อหลาย ๆ สื่อเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

ในนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับการเปิดรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณา อธิบายได้ว่า นักเรียนอาชีวศึกษาที่สถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดาดีไม่ได้มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากวิทยุกระจายเสียง ป้ายโฆษณาและหนังสือพิมพ์มากตามไปด้วย อาจจะเนื่องจากนักเรียนอาชีวศึกษาที่สถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดาดีมีการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณาน้อยลงเพราะ มีโอกาสที่จะเลือกรับสื่อต่าง ๆ มากขึ้น ประกอบกับการเรียนการสอนในอาชีวศึกษาทำให้นักเรียนอาชีวศึกษามีช่วงเวลายาวมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา เด็กอาจจะสนใจเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าเพราะพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจของบิดามารดากับอินเทอร์เน็ตในนักเรียนอาชีวศึกษา จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์ กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนมัศึกษามีความแตกต่างจากความสัมพันธ์ระหว่างการป้องกันโรคเอดส์กับความสัมพันธ์ของบิดามารดาของนักเรียนอาชีวศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาที่มีความสัมพันธ์

ของบิดามารดา อยู่ด้วยกัน หรือแยกกันอยู่ไม่มีความสัมพันธ์กับการป้องกันโรคเอดส์ อธิบายได้ว่า ความสัมพันธ์ของบิดามารดากับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษาไม่แตกต่างกัน อธิบายได้ว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาที่ความสัมพันธ์ของบิดามารดา อยู่ด้วยกันหรือแยกกันอยู่ ไม่มีผลกับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนอาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาส่วนใหญ่ มีลักษณะความสัมพันธ์ของบิดามารดาที่อยู่ในสภาพ อยู่ด้วยกันมากซึ่งคล้ายกับนักเรียนอาชีวศึกษา ประกอบกับการเรียนการสอนในโรงเรียนทำให้ มีความใกล้ชิดกับทางโรงเรียนมากกว่า จึงทำให้ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ของบิดามารดากับการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาซึ่งไม่ต่างจากนักเรียนระดับอาชีวศึกษา จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์จังหวัดราชบุรี พบว่า

โครงการป้องกันโรคเอดส์จังหวัดราชบุรีทั้ง 5 โครงการ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น แต่กลับมุ่งไปที่นักเรียนมัธยมศึกษาเป็นส่วนใหญ่ มีเพียงโครงการเดียวที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นทั้งนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา อย่างไรก็ตามกิจกรรมที่สาธารณสุขจัดนี้อาจยังไม่เพียงพอับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพราะจากผลการวิจัย พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรม โดยนักเรียนอาชีวศึกษา มีความต้องการให้ทางโรงเรียนจัดกิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และต้องการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมมากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา

โครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์มีการนำกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้มาใช้ในนักเรียน โดยใช้อิทธิพลกลุ่มเพื่อนเป็นกลวิธีหลักในการเผยแพร่ความรู้ และสร้างความตระหนักให้กับเพื่อนด้วยกัน ซึ่งจากการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารโดยผู้วิจัยไม่สามารถทราบรายละเอียดได้ว่า นักเรียนแกนนำที่ได้รับความรู้ไปแล้วนั้นสามารถถ่ายทอดความรู้ไปสู่เพื่อนนักเรียนได้แค่ไหน และจากผลการวิจัย พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษายอมรับว่า นักเรียนแกนนำเป็นผู้ที่มีบุคลิกน่าเชื่อถือ แต่พบว่าในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากกลุ่มเพื่อนนักเรียนแกนนำของโรงเรียนนั้น มีน้อยมาก อย่างไรก็ตามเพื่อนเป็นกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่น ดังนั้นเพื่อให้การสร้างเครือข่ายนักเรียนแกนนำประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการป้องกันโรคเอดส์มากยิ่งขึ้นนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินงานป้องกันโรคเอดส์ซึ่งได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี

สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 และสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี ควรขอความร่วมมือจากโรงเรียน ในการสนับสนุนให้นักเรียนแกนนำให้มีโอกาสแสดงบทบาทมากขึ้น เช่น การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ทางเสียงตามสายของโรงเรียนในลักษณะพูดคุย (แบบสบาย ๆ) ไม่ใช่เป็นการสอน เพื่อให้กลุ่มเพื่อนนักเรียนในโรงเรียนมีโอกาสเข้าถึงสื่อบุคคลที่เป็นนักเรียนแกนนำได้มากยิ่งขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์จากอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน เพราะการถ่ายทอดข่าวสารจากเด็กในวัยเดียวกันจะเข้าใจกันได้ดีกว่าการคุยกับผู้ใหญ่ คือ เด็กไม่ต้องกลัวว่าจะถูกคว่ำในขณะที่พูดคุย นอกจากนี้ก็ควรมีการจัดอบรมนักเรียนแกนนำ (ซึ่งเป็นนักเรียนกลุ่มเดิม) อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความรู้ที่ทันสมัยให้เกิดความชำนาญมากขึ้น และเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือแก่สื่อบุคคลกลุ่มนี้ พร้อมทั้งมีหน่วยงานที่คอยให้การสนับสนุนในการให้บริการแก่นักเรียนกลุ่มแกนนำ เช่น เมื่อเด็กเจอปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ก็จะสามารถปรึกษา แพทย์ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ได้และมีการสร้างเครือข่ายในการส่งต่อจากนักเรียนแกนนำในกรณีที่ปัญหาที่พบเกินความสามารถของนักเรียนแกนนำ

นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์ในการให้ความรู้โดยอ้อม โดยจัดทำโครงการแข่งขันการจัดบอร์ดนิทรรศการโรคเอดส์ในโรงเรียนกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี ซึ่งเด็กนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับความรู้จากการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับเรื่องโรคเอดส์ เพื่อมาจัดบอร์ดทำให้ได้รับความรู้ไปในตัว และเป็นการกระตุ้นและสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเยาวชนที่เป็นนักเรียน นักศึกษาให้มีความรู้อันจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสมและปลอดภัยจากโรคเอดส์ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อเฉพาะกิจที่เป็นป้ายโฆษณาในระดับสูง ดังนั้น การเลือกกลยุทธ์การสื่อสารในการให้ความรู้ทางอ้อมในโครงการนี้ จึงมีความสอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ในโรงเรียนของนักเรียน ดังนั้น บอร์ดและนิทรรศการต่าง ๆ นับว่า เป็นช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการประสานกับทางโรงเรียนในการให้การสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร เอกสารต่าง ๆ ในการนำเสนอ เพราะถ้าการจัดบอร์ดได้มีการนำข่าวสารที่กลุ่มเป้าหมายสนใจจะช่วยเพิ่มความสนใจ และเป็นแรงจูงใจให้เพื่อนนักเรียนสนใจที่จะมาชมมากขึ้น

การใช้สื่อณรงค์ป้องกัน โรคเอดส์

พบว่า มีการใช้สื่อรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ผ่านสื่อบุคคลในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การโน้มน้าวใจ โดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ครู/อาจารย์ และเพื่อนนักเรียนแกนนำ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อบุคคล คือเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และครู/อาจารย์มากที่สุด นับว่าการใช้สื่อบุคคลในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ของจังหวัดราชบุรีประสบผลสำเร็จ และได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ครู/อาจารย์ จึงเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญที่ควรได้รับความรู้ และพัฒนาทางด้านทักษะในการถ่ายทอดข่าวสาร ตลอดจนการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปถ่ายทอดแก่นักเรียน ซึ่งจะสามารถจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้นักเรียนกลุ่มเป้าหมายมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสมและปลอดภัยจากโรคเอดส์ได้

สื่อมวลชนที่ใช้ในการเผยแพร่ ได้แก่ สถานีวิทยุ และหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนท้องถิ่น โดยเน้นที่สื่อวิทยุ ซึ่งมีการเผยแพร่โดยการจัดทำเป็นสปอตวิทยุและบทความ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อวิทยุในระดับสูง จึงนับว่าการใช้สื่อรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ผ่านสื่อมวลชนมีความสอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น ในการเผยแพร่ข่าวสารการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง ควรมีการเพิ่มความถี่ให้มากขึ้นเพื่อให้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ประกอบกับควรมีรูปแบบในการผลิตรายการหลาย ๆ รูปแบบโดยมีการสอดแทรกเนื้อหาข่าวสารที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ จะเป็นการช่วยจูงใจให้นักเรียนมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากวิทยุมากขึ้นอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนทัศนคติในการป้องกัน และมีผลให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่ถูกต้องเพิ่มมากขึ้น

สื่อเฉพาะกิจ เช่น สติกเกอร์ แผ่นพับ ป้ายผ้า โปสเตอร์ และหนังสือคู่มือ ซึ่งเป็นสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้มีเป็นจำนวนมาก และจากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อเฉพาะกิจ เช่น ป้ายโฆษณา และแผ่นพับในระดับสูงอยู่แล้ว จึงนับว่าการใช้สื่อเฉพาะกิจในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์มีความสอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของกลุ่มเป้าหมาย แต่เนื่องจากผู้วิจัยไม่ได้ศึกษาเนื้อหาในการนำเสนอสื่อดังกล่าว จึงไม่แน่ใจว่าลักษณะเนื้อหาสาระที่เผยแพร่ผ่านสื่อเฉพาะกิจเหล่านั้นมีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบในการผลิตสื่อเฉพาะกิจดังกล่าวควรมีการสำรวจความคิดเห็น และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำ

ไปวางแผนในการผลิตสื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายอันจะส่งผลให้สื่อจึงมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารมากขึ้น

สื่อกิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์ จากการศึกษาโครงการพบว่า มีความถี่น้อยมากในการจัดกิจกรรมรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์และจากผลการวิจัยพบว่าเด็กนักเรียนเองก็มีความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในลักษณะการคุณิทธิรศการ การชมการเสดงมากกว่า การเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมด้วยตนเอง ดังนั้นในการนำเสนอสื่อกิจกรรมประเภทนี้ซึ่งมีโอกาศได้ทำน้อยมากนั้น จึงควรจัดรูปแบบให้น่าสนใจเพื่อสร้างความประทับใจควรแก่การจดจำ และสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มเป้าหมายในการติดตามการดำเนินกิจกรรมในครั้งต่อไปถ้ามีโอกาศ เพราะความประทับใจจะเป็นจุดหนึ่งที่จะช่วยดึงดูดความสนใจ และสร้างภาพที่ควรแก่การจดจำอันจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และทำให้เกิดพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ที่เหมาะสมต่อไป

และจากการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรี พบว่า มีการนำแนวคิดการสื่อสารการตลาดมาใช้ในการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาโดยชูประเด็นสินค้าหลักในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ 2 ประเด็น คือ กิจกรรมหรือชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนและถุงยางอนามัย ซึ่งเป็นสินค้าที่ช่วยยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตามแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมของโครงการป้องกันโรคเอดส์จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้อาจจะด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

ผลการวิจัย พบว่า กิจกรรม ถือเป็นสินค้าหนึ่งตามแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่นักเรียนนักศึกษาสามารถมองเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมได้ ซึ่งจากการศึกษาโครงการฯ พบว่า มีการอบรมนักเรียนแกนนำ “เพื่อนเตือนเพื่อน” ในนักเรียนจากโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา เพื่อให้ นักเรียนแกนนำสามารถดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมเป็นการนำแนวคิดของการใช้อิทธิพลกลุ่มเพื่อนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เป็นไปในทางที่เหมาะสมและปลอดภัยจากโรคเอดส์ กิจกรรมจึงเป็นสิ่งที่ถูกชูประเด็นให้เป็นสินค้าที่จะช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษา ซึ่งจากการศึกษาโครงการฯ พบว่า มีการใช้กิจกรรมกลุ่มเป็นแนวคิดในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ มีการส่งเสริมให้นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรม โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ โดยมีโรงเรียนเป็นสถานที่ในการเข้าร่วมกิจกรรม และมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อบุคคลเช่น ครู/อาจารย์ นักเรียน และเพื่อน โดยมีกระบวนการที่ง่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งจากการสอบถามข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษา พบว่า ในโรงเรียนมัศึกษามีกิจกรรม/ชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนมากกว่า

โรงเรียนอาชีวศึกษา ซึ่งนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม มีความต้องการให้จัดกิจกรรม/ชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน และพบว่า นักเรียนอาชีวศึกษามีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมป้องกันโรคเอดส์มากกว่านักเรียนมัธยมศึกษา ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะกิจกรรมในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ที่จัดไม่น่าสนใจ ทำให้เด็กนักเรียนมัธยมศึกษาไม่อยากเข้าร่วมกิจกรรม หรืออาจเป็นเพราะ มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเรื่องเวลาของนักเรียนแกนนำ ที่อาจมีภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบหลายอย่าง เช่น เรื่องการเรียน กิจกรรมพิเศษอื่นๆ เพราะในการคัดเลือกนักเรียนแกนนำ นั้นส่วนมากจะคัดเลือกนักเรียนที่มีลักษณะเป็นผู้นำ มีบุคลิกดีน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้นักเรียนแกนนำกลุ่มนี้มีเวลาจำกัดจึงไม่สามารถดำเนินกิจกรรมได้เต็มที่ ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดฝึกอบรมนักเรียนแกนนำ ต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการฝึกอบรมในการเพิ่มทักษะ ในการคิดและดำเนินการจัดรูปแบบการจัดกิจกรรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนให้น่าสนใจและมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียนแก่นักเรียนแกนนำ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมในโรงเรียนต่อไป และต้องร่วมมือกับทางโรงเรียนในการให้การสนับสนุนสื่ออุปกรณ์ ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม รวมทั้งการกระตุ้นและสนับสนุนให้นักเรียนแกนนำแสดงบทบาทของตนเองอย่างชัดเจน และเปิดโอกาสให้เพื่อนสามารถเข้าถึงนักเรียนแกนนำได้

และจากการสำรวจความต้องการของนักเรียนอาชีวศึกษา พบว่า นักเรียนอาชีวศึกษามีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมากแต่มีการจัดกิจกรรมในโรงเรียนน้อยมาก อาจเป็นเพราะหน่วยงานที่รับผิดชอบมองข้ามความสนใจในเด็กกลุ่มนี้เพราะอาจคิดว่า เป็นเด็กที่โตและมีความคิดเป็นผู้ใหญ่แล้ว หรืออาจเป็นได้ว่าระบบการเรียนการสอนที่ต่างกันทำให้นักเรียนอาชีวศึกษาไม่มีเวลาจัดกิจกรรมกลุ่มร่วมกันได้สะดวกจึงทำให้การจัดกิจกรรมทำได้ลำบาก เพราะช่วงเวลาเรียนที่แตกต่างกัน จึงไม่มีความต่อเนื่องในการจัดกิจกรรม อย่างไรก็ตามนักเรียนอาชีวศึกษายังมีความต้องการให้ทางโรงเรียนจัด ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ควรร่วมมือกับทางโรงเรียนในการหาวิธีการในการให้เด็กมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพราะเมื่อกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการที่จะรับสื่อเป็นแรงจูงใจอยู่แล้ว ดังนั้น จึงเป็นการง่ายในการที่จะจัดกิจกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน โดยที่ควรเลือกพิจารณาเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักเรียนจะทำให้ได้รับการยอมรับมากขึ้น

สำหรับดูงานอนามัยซึ่งถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่ง ที่ช่วยในการยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ตามแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่นักเรียนสามารถมองเห็นและสัมผัสได้ ซึ่งจากการศึกษาโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ของจังหวัดราชบุรี พบว่า ได้มีการสนับสนุนดูงานอนามัยให้แก่สถานศึกษาอย่างทั่วถึง มีการวางผลิตภัณฑ์นี้ไว้ตามห้องพยาบาล หรือห้องแนะแนวของโรงเรียน

ซึ่งนักเรียนสามารถขอรับบริการได้ฟรีโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ และจากการสอบถามข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา พบว่า นักเรียนได้รับความรู้เรื่องถุงยางอนามัยที่ถูกต้องจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และครูอาจารย์มากที่สุด และพบว่าเด็กนักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อ หรือขอรับบริการถุงยางอนามัย อาจเป็นไปได้ว่า เด็กไม่กล้าตอบความจริงเพราะรู้สึกอาย กลัวเพื่อนทราบว่าตนเองเคยมีเพศสัมพันธ์และเคยใช้ถุงยางอนามัย หรืออาจเป็นไปได้ว่าเด็กส่วนใหญ่ไม่เคยมีพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ และไม่คอยให้ความสนใจ หรือขอรับบริการถุงยางอนามัย และก็ไม่อาจเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาในการวิจัยในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งไม่ค่อยสนใจเรื่องถุงยางอนามัยอยู่แล้ว เพราะคิดว่าเป็นเรื่องที่น่าอาย และเป็นเรื่องไกลตัวที่ยังไม่ถึงเวลาเหมาะสมในการศึกษาหรือเรียนรู้อาจไม่เคยไปขอรับบริการ และยังพบอีกว่า

นักเรียนที่เคยรับบริการถุงยางอนามัยส่วนใหญ่มีความรู้สึกอาย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรณรงค์เกี่ยวกับถุงยางอนามัยยังไม่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายนักเรียนยังมีความรู้สึกว่าการใช้ถุงยางอนามัยเป็นเรื่องไม่ปกติ จึงควรมีการให้ความรู้ในเรื่องนี้พร้อมกับครู/อาจารย์เพื่อให้มีการสอดแทรกข่าวสารและให้ความรู้เรื่องถุงยางอนามัยในนักเรียนมากขึ้น เพื่อให้นักเรียนรู้สึกคุ้นเคยและเป็นเรื่องปกติที่ไม่น่าอายที่จะใช้ในการป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากพฤติกรรมเสี่ยงที่ไม่สามารถปฏิเสธได้

จากผลการวิจัย ยังพบอีกว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษามีความสะดวกในการขอรับบริการถุงยางที่ร้านขายยามากที่สุดถึงแม้ว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขอรับบริการ ซึ่งจากการศึกษาโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์จังหวัดราชบุรี หน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินงานป้องกันโรคเอดส์ได้มีการสนับสนุนถุงยางอนามัยให้กับสถานศึกษาต่าง ๆ โดยผู้มาขอรับบริการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ แต่นักเรียนส่วนใหญ่ยังสะดวกที่จะขอรับบริการจากร้านขายยามากกว่าขอรับฟรีจากสถานศึกษาหรือสถานบริการสาธารณสุข แสดงให้เห็นว่า การรณรงค์เกี่ยวกับถุงยางอนามัยในกลุ่มนักเรียนนักศึกษายังไม่ได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการเท่าที่ควร นักเรียนยังรู้สึกอาย และอาจเป็นไปได้ว่านักเรียนยังมีความคิดว่าการขอรับบริการถุงยางอนามัยควรเป็นความลับ ซึ่งถ้ามีใครรู้ อาจมีผลกระทบกับตัวเอง จึงเลือกที่จะเสียค่าใช้จ่ายในการขอรับบริการจากร้านขายยามากกว่า ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการร่วมมือกับสถานศึกษาที่มีนักเรียนทั้งสองประเภทอยู่ เพื่อจัดให้มีการอบรมเพิ่มความรู้ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่นักเรียน และหากวิถีในการนำเสนอถุงยางอนามัยให้เป็นสิ่งที่นักเรียนยอมรับและเห็นว่าเป็นเรื่องธรรมชาติ และในขณะที่เดียวกันควรมีการสร้างตระหนักรู้ในการป้องกันตนเองให้ปลอดภัยสอดแทรกไปด้วยซึ่งเจ้าหน้าที่สาธารณสุข

และครู/อาจารย์เป็นผู้ที่สามารถให้ความรู้แก่นักเรียนได้ เพราะเป็นสื่อบุคคลที่นักเรียนให้การยอมรับซึ่งสามารถโน้มน้าวใจให้เด็กมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในการดำเนินโครงการณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษานั้นสามารถจัดกิจกรรมให้แก่เด็กนักเรียนทั้ง 2 กลุ่มไปพร้อม ๆ กันได้ จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในวัยเดียวกันมีความคิด ความต้องการคล้ายกัน และมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์คล้ายกัน ดังนั้น ในการให้ข่าวสารความรู้เรื่องโรคเอดส์แก่นักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม จึงสามารถทำไปพร้อม ๆ กันได้ ซึ่งจะช่วยในการลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการเผยแพร่ข่าวสารในการณรงค์ให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์แก่นักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

2. การนำเสนอข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา นั้น เนื้อหาข่าวสารควรมีลักษณะเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ที่ถูกต้อง และ เรื่องการมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย เนื่องจากนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษายังอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นที่ยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องเพศมากประกอบกับเป็นวัยที่มีความคิดคะนอง ดังนั้น การนำเสนอข่าวสารควรมีการสอดแทรกเนื้อหาของสารที่จะสร้างความตระหนักแก่นักเรียนทั้ง 2 ประเภทนี้ โดยอาจมีภาพผู้ป่วยเอดส์น่ากลัวประกอบด้วย ซึ่งเด็กสามารถเห็นชัดเจนโดยไม่ต้องใช้จินตนาการจะช่วยในการปลูกจิตสำนึกในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสำหรับเด็กที่มีพฤติกรรมเสี่ยงให้มีพฤติกรรมที่เหมาะสมและปลอดภัยมากขึ้น

3. จากการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลได้แก่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขและครูอาจารย์เป็นสื่อบุคคลที่นักเรียนทั้ง 2 ประเภทให้การยอมรับ และมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์มากที่สุด ซึ่งตามทฤษฎีทางการสื่อสารแล้วสื่อบุคคลยังเป็นสื่อที่ช่วยโน้มน้าวใจได้ดีอีกด้วย ดังนั้น ควรมีการจัดอบรมและพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพให้แก่เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และครู/อาจารย์อยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ ทักษะ และสามารถถ่ายทอดข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ แก่นักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ควรมีการนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการวางแผนโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนทั้ง 2 ประเภท จะช่วยให้การดำเนินงานรณรงค์เป็นรูปธรรม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้กิจกรรมกลุ่มเพื่อน(แกนนำนักเรียน)ซึ่งถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ (Product) หนึ่ง ที่นักเรียนทั้ง 2 ประเภทสามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมที่ช่วยในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา แต่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมมากเท่าที่ควร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการประสานงานกับโรงเรียนหรือสถานศึกษาที่มีนักเรียนแกนนำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การสนับสนุนข้อมูลข่าวสารและส่งเสริมให้จัดอบรมนักเรียนแกนนำ (กลุ่มเดิม)อย่างต่อเนื่องเป็นระยะ และสนับสนุนให้มีการขยายเครือข่ายในการจัดกิจกรรม โดยนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมมาเป็นแนวทางในการดำเนินงาน ซึ่งจะช่วยให้ประสิทธิภาพในการดำเนินโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์มากขึ้น

5. หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ควรร่วมมือและประสานกับสถานศึกษาในการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องถุงยางอนามัยแก่นักเรียนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีความคุ้นเคยและให้เกิดการยอมรับและเปลี่ยนพฤติกรรมจากการรับบริการถุงยางอนามัยนอกสถานที่มาขอรับบริการในสถานศึกษาหรือสถานบริการสาธารณสุขมากขึ้น และในสถานศึกษาหรือสถานบริการสาธารณสุข ที่ให้บริการถุงยางอนามัยอาจใช้เทคนิคในการเผยแพร่ความรู้โดยทำเป็นเอกสาร แผ่นพับหรือป้ายโฆษณาถึงวิธีการใช้ถุงยางอนามัยที่ถูกต้อง ซึ่งจะป็นจุดหนึ่งที่จะช่วยให้เด็กที่มารับบริการได้รับความรู้ เกิดความตระหนักในความปลอดภัย และสามารถใส่ถุงยางอนามัยได้ถูกต้องมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. ควรให้มีการวิจัยในลักษณะเดียวกันนี้ให้กว้างขวางครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ผลที่ได้สามารถสรุปอ้างอิงนำไปใช้ได้กว้างขวางยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาว่ากลยุทธ์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ในโรงเรียนกลยุทธ์ใดที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักเรียนนักศึกษามากกว่ากัน
3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินบทบาทของครู/อาจารย์กับการถ่ายทอดข่าวสารเรื่องโรคเอดส์แก่นักเรียน
4. ควรให้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดกิจกรรมการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมลณี ภู่วัน. การเปิดรับสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เกี่ยวกับความรู้เรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในสถาบันการศึกษาของรัฐเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- เกียรติ รักษ์รุ่งธรรม. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโรคเอดส์ ในคู่มือการดูแลผู้ติดเชื้อเอดส์โดยครอบครัวและชุมชน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุภา, 2538.
- จิราพร แจ่มประเสริฐ. การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจเพื่อป้องกันโรคร่วมกับแรงสนับสนุนทางสังคม ต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของสตรีผู้ใช้แรงงานในโรงงานผลิตอาหารทะเลแช่แข็งในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ (สาธารณสุขศาสตร). สาขาสุขศึกษา. มหาวิทยาลัยมหิดล, 2540.
- ชนิษฐ์ วโรทัย. เอกสารวิชาการการประชุมวิชาการสุขศึกษาแห่งชาติครั้งที่ 6 “มุมมองการตลาดเชิงสังคมในงานสาธารณสุข” ภาควิชาสุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชวรัตน์ เจริญชัย. การสื่อสารและสาธารณสุขมติ. กรุงเทพมหานคร : บริษัทพิชการพิมพ์, 2527.
- ชวรัตน์ เจริญชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : บริษัทพิชการพิมพ์, 2527.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2526.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2527.
- พิมพ์วัลย์ บุญมงคล. พฤติกรรมเสี่ยงและพฤติกรรมทางเพศที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์. องค์ความรู้ของงานวิจัยเอดส์ด้านสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล. กองโรคเอดส์ กระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์รุ่งแสง, 2541.
- พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติและคณะ. ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับโรคเอดส์และการวางแผนครอบครัวของเยาวชนไทย อายุ 15-24 ปี. รายงานการวิจัย, สถาบันประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

- พรทิพย์ สัมปตตะวานิช. การตลาดเพื่อสังคม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2540.
- มนตรี สุดสม. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ต.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2541.
- วาทีนิ บุญชลักษ์. สื่อเอคส์ การศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อพัฒนาสื่อในอนาคต. กรุงเทพมหานคร :
สถาบันวิจัยประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล, 2538.
- วิวัฒน์ โรจนพิทยากร. โครงการรณรงค์ขานามัย 100%มาตรการป้องกันโรคเอดส์ในประเทศไทย.
กรุงเทพมหานคร : เรือนแก้วการพิมพ์, 2536.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัยการวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช
จำกัด, 2541.
- วิวัฒน์ จุฑะวิภาต. คู่มือการสร้างสื่อการสอน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธีระการพิมพ์,
2523.
- วรชัย ทองไทย และ อรพินทร์ พิทักษ์มหาเกตุ. ความรู้ การรับข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรม
เกี่ยวกับโรคเอดส์ : โครงการสำรวจประสิทธิผลของการสื่อสารเรื่องโรคเอดส์ต่อพฤติกรรม
และค่านิยม. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2536.
- วรรณิ กัญฐกุลลาภกุล. (2542). การประมวลและสังเคราะห์องค์ความรู้การวิจัยการติดเชื้อ เอช ไอ วี
และโรคเอดส์ด้านชีววิทยาการแพทย์. เอกสารประกอบการสัมมนาแห่งชาติเรื่องโรคเอดส์
ครั้งที่ 7. กองโรคเอดส์ กระทรวงสาธารณสุข โรงแรมแอมบาสเดอร์. กรุงเทพมหานคร.
- เสถียร เชยประทับ. การสื่อสารเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528.
- สมชาย จักรพันธ์. 2542. ทิศทางการให้คำปรึกษาเรื่องโรคเอดส์. เอกสารประกอบการสัมมนา
แห่งชาติเรื่องโรคเอดส์ ครั้งที่ 7. กองโรคเอดส์ กรมควบคุมโรคติดต่อ กระทรวง
สาธารณสุข.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี, งานควบคุมโรคเอดส์และกามโรค. (2541). สรุปการเฝ้า
ระวัง
พฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอคส์เฉพาะกลุ่มเฉพาะพื้นที่ รอบที่ 4. (เอกสารอัดสำเนา).
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี, งานควบคุมโรคเอดส์และกามโรค. (2542). สรุปสถานการณ์
โรคเอดส์จังหวัดราชบุรี. (เอกสารอัดสำเนา).

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี, งานควบคุมโรคเอดส์และกามโรค. (2542). สรุปสถานการณ์

กามโรคจังหวัดราชบุรี. (เอกสารอัดสำเนา).

สุวรรณิ โพธิ์ศรี. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2535.

สุรีย์ อินทเนตร. ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติเพื่อป้องกันการติดเชื้อโรคเอดส์ของกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 13 – 20 ปี ที่อยู่นอกระบบโรงเรียน ในอำเภอพริ้ว จังหวัดเชียงใหม่.
ปริญญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล , 2537.

อัญชลี สิงหสุต. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และเจตคติกับพฤติกรรมการติดเชื้อโรคเอดส์ของนักเรียนระดับอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาพยาบาลศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล , 2535.

อนันต์ธนา อังกินันท์. การผลิตและ การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยรามคำแหง , 2524.

ภาษาอังกฤษ

Berlo, D. K. The Process of communication. New York : Holt, Rinehart and Winston , 1960.

Bloom, P.N. and Novelli, W.D. (1981) Problem and Challenges in Social Marketing. 45
(Spring) : 79 – 88.

Erwin P Bettinghaus. (1968) Persuasive Communication. New York Solt , Rinehart and
Winston , Inc.

Lasswell Harold. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society.

New York : Happer and Row Publishers.

Katz E. and Menzel H.(1955) Social Relations and Innovation in the Medical Profession

Public Opinion Quarterly. New York : The Basic Books.

Klapper, J.T. (1960). The Effect of Mass Communication. New York : The Free Press.

Kotler, P.(1980). Marketing Management : Analysis Planning and Control. New Jersey:Prentice Hall, Inc.

Kotler, P. with Roberto Eduardo L.(1989). Social Marketing. Strategies for changing Public Behavior. New York : The Free Press.

Kotler , P. with Zaltman, G. (1971) . Social Marketing : an Approach to Planned Social

Change.Journal of Marketing. 35, p.3-12

Kegles SM, Ader ME, Irwin CE. (1988). Sexually acitve adolescents and condom in one

year of knowledge, attitude and use. Am J Public Health , 78 (4) , p 460-461.

Kotler, P. and Andreasen, A. (1991). Organization Strategic Marketing : for Nonprofit, 4th

ed., New Jesey :The Prentic – Hall.

Kotler, P. (1982). Marketing for Nonprofit Organization. 2nd , Englewood Cliffs : Prentice –

Hall Inc.

Kotler , P. and Levy. S.J. (1973). Brodening the Concept of Marketing. In Lazer. W. and

Kelly, E.J. (eds.) Social Marketing : Perspectives and Viewpoints. Homewood. Illinois

: Richard D.E. Irwin, Inc.

Katz, E. and Lazarfelds F. P(1955). Personal Influence : The Part Played by People in

- the Flow of Mass Communications. New York : The Free Press, A Division of

Macmillan Publishing Co. .

Lazersfeld, P.E. et al . (1968). The People's Choice. Third edition . New York : Columbia

University Press.

Roger, E.M. and Shoemaker, F.F. (1971). Communication of Innovation : A Cross-culture

Approch. New York : The Free Press.

Rothschild, M.L. (1979). Marketing Communication in Nonbusiness Situations or Why it's

Situations or Why it's so hard to sell brotherhood like soap. Journalism Quarterly.51-91.

Singhal, A.and Law ,S. (1976) "Past, Present, and Future of Development Communication

: A Conversation with Everett M Rogers." Journal of Development Communication 8(2).

Singh, K.N. (1976) "What research says about Communication with rural people"Communication and Rural change. P.R.R. Singh ed. Singapore : Asian

Mass

Communication Research and Information Center.

Schramm, W. (1973). "Channels and Audience" in Handbook of Communication.

Edited by

Ithiel de Sola Pool. Et al. Chicaco : Rand McNally College publishing

Company.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

โครงการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี

โครงการรณรงค์วันรวมใจต้านภัยเอดส์ ประจำปี 2541

หลักการและเหตุผล

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคเอดส์ในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มอายุ 10-24 ปี มีแนวโน้มการติดเชื้อ HIV ที่สูงขึ้น โครงการป้องกันโรคเอดส์แห่งสหประชาชาติ (UNAIDS) จึงมีมติดำเนินการรณรงค์วันรวมใจต้านภัยเอดส์ ปี พ.ศ. 2541 ภายใต้คำขวัญ **“Force for Change : World AIDS Campaign with Young People”** ซึ่งมีความหมายว่า “คนรุ่นใหม่ ร้อยใจ รวมพลัง หยุดยั้งเอดส์”

จังหวัดราชบุรีพบว่าสถานการณ์การติดเชื้อเอดส์(HIV) อยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 25 – 29 ปี มากที่สุด (จากรายงาน 506/1, 507/1 ตั้งแต่ พ.ศ. 2532 – กันยายน 2541) ดังนั้น จังหวัดราชบุรีได้เห็นถึงความสำคัญของการรณรงค์เพื่อลดอัตราการติดเชื้อ HIV ในกลุ่มอายุดังกล่าว จึงจัดทำโครงการวันรวมใจต้านภัยเอดส์ประจำปี 2541ขึ้น โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของเยาวชนเพื่อเป็นพลังในการเปลี่ยนแปลงให้เกิดความเข้าใจตระหนักในปัญหาโรคเอดส์ รวมทั้งมีพฤติกรรมที่ถูกต้อง / เหมาะสมในการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อ HIV

วัตถุประสงค์

1. เพื่อลดจำนวนการติดเชื้อ HIV ในเยาวชน
2. เพื่อกระตุ้นให้เยาวชนตระหนักถึงความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์
3. เพื่อให้เยาวชนเข้าใจปัญหา มีจิตสำนึกที่ดี มีพฤติกรรมที่ถูกต้อง/เหมาะสมในการป้องกันการติดเชื้อเอดส์และสร้างกระแสสังคมให้ยอมรับและช่วยเหลือเยาวชนที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาเอดส์
4. เพื่อประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการร่วมมือแก้ไขปัญหาเอดส์

วิธีดำเนินการ

1. จัดทำโครงการเพื่อขออนุมัติดำเนินการ
2. แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานประกอบด้วย
 - 2.1 คณะกรรมการฝ่ายอำนวยการ
 - 2.2 คณะกรรมการฝ่ายปฏิบัติการ
 - 2.2.1 คณะทำงานฝ่ายสถานที่
 - 2.2.2 คณะทำงานจัดนิทรรศการ
 - 2.2.3 คณะทำงานประชาสัมพันธ์
 - 2.2.4 คณะทำงานฝ่ายพิธีการบนเวที
 - 2.2.5 คณะทำงานฝ่ายลงทะเบียน
 - 2.2.6 คณะทำงานฝ่ายอาหาร/เครื่องดื่ม
 - 2.2.7 คณะทำงานฝ่ายปฐมพยาบาล
 - 2.2.8 คณะทำงานฝ่ายรักษาความปลอดภัย/จราจร
 - 2.2.9 คณะทำงานฝ่ายตัดสินการประกวด
 - 2.2.10 คณะทำงานฝ่ายประเมินผล
3. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. ประชุมคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ
5. ดำเนินการตามแผน/กิจกรรมที่กำหนด

ระดับอำเภอ

1. แต่งตั้งคณะกรรมการ/ดำเนินการคัดเลือกทีมการแสดงพื้นบ้าน ในหัวเรื่อง “คนรุ่นใหม่ ร้อยใจรวมพลัง หยุคยังเฮดส์” จากโรงเรียนต่าง ๆ ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช. (ได้แก่ โรงเรียนระดับมัธยมศึกษาสังกัดสามัญศึกษา/ สังกัดศึกษาธิการ/ วิทยาลัยอาชีวศึกษา) เพื่อเป็นตัวแทนของอำเภอ ส่งเข้าแข่งขันระดับจังหวัด อำเภอละ 1 แห่ง โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดจะสนับสนุนงบประมาณให้แต่ละอำเภอเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมระดับอำเภอ และเป็นค่าพาหนะนำนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อำเภอละ 50 คน มาร่วมกิจกรรม ในวันที่ 1 ธันวาคม 2541

- แข่งรายชื่อทีมการแสดงพื้นบ้าน ที่ได้รับคัดเลือกจากอำเภอและผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่งานควบคุมโรคเอดส์และกามโรค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี ภายในวันที่ 25 พฤศจิกายน 2541

2. ประสานกับโรงเรียนระดับประถมศึกษา (สังกัด สปจ.ราชบุรี/เทศบาล/ศึกษาธิการ) ทุกแห่งในแต่ละอำเภอ โดยเชิญชวนให้นักเรียนระดับ ป.5-ป.6 ส่งคำขวัญเข้าประกวด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ "ให้คนรุ่นใหม่ร่วมพลังต่อต้านหูดซั้งเอดส์" และให้ส่งมาประกวดระดับจังหวัด โดยส่งคำขวัญมาที่งานควบคุมโรคเอดส์และกามโรค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี ภายในวันที่ 15 พฤศจิกายน 2541

ระดับจังหวัด

จัดกิจกรรมในวันที่ 1 ธันวาคม 2541 ประกอบด้วย

- จัดกิจกรรมสันตนาการ
- จัดการแข่งขันการแสดงพื้นบ้าน ของตัวแทนอำเภอต่าง ๆ
- มอบรางวัลแก่ผู้ชนะเลิศการแข่งขันการแสดงพื้นบ้าน รวมทั้งรางวัลประกวดคำขวัญและรางวัลชมเชยแก่ทีมงานที่เข้าร่วมกิจกรรม
- สรุป/ประเมินผลการดำเนินงาน

เป้าหมาย

1. นักเรียนโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา ที่ชนะเลิศการประกวดระดับอำเภอ ๆ ละ 1 แห่ง รวม 10 แห่ง
2. ตัวแทนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/อาชีวศึกษา อำเภอละ 50 คน
3. นักเรียนชั้นประถมศึกษาที่ชนะเลิศการประกวดคำขวัญรวม 10 คน

ระยะเวลาดำเนินการ

1. ธันวาคม 2541 (08.00-12.00 น.)

งบประมาณ

- งบประมาณสนับสนุนจากกองโรคเอดส์ 50,000 บาท
 - กองทุนเอดส์ 21,000 บาท
- รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 71,000 บาท (เจ็ดหมื่นหนึ่งพันบาทถ้วน)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เยาวชนเกิดความตระหนักถึงความสำคัญและปัญหาเอดส์ และมีพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสมในการป้องกันโรคเอดส์
2. มีการประสานงานระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์อย่างมีรูปแบบ

ผู้รับผิดชอบโครงการ

งานควบคุมโรคเอดส์และกามโรค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี

ลงชื่อ จำนวน แส้พฤกษ์ ผู้เขียนโครงการ
(นายจำนวน แส้พฤกษ์)

เจ้าหน้าที่บริหารงานสาธารณสุข 7
ทำหน้าที่หัวหน้างานควบคุมโรคเอดส์และกามโรค

ลงชื่อ วีรพล นิธิพงศ์ ผู้เสนอโครงการ
(นายวีรพล นิธิพงศ์)

นายแพทย์ 9 ด้านเวชกรรมป้องกัน

ลงชื่อ สุพรรณ ศรีธรรมมา ผู้เห็นชอบโครงการ
(นายสุพรรณ ศรีธรรมมา)

นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดราชบุรี

ลงชื่อ มานิต ศิลปอาชา ผู้อนุมัติโครงการ
(นายมานิต ศิลปอาชา)

ผู้ว่าราชการจังหวัดราชบุรี

รหัสโครงการ 11(1)

โครงการลำดับที่ 3

ชื่อโครงการ ส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ในโรงเรียน

แผนงานหลัก ป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ นโยบาย

1. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันเอดส์เป็นปัญหาสำคัญของประเทศและสังคมโลก ซึ่งขณะนี้การแพร่ระบาดของเอดส์เป็นไปอย่างรวดเร็ว ในทุกกลุ่มอายุ/เพศ นับเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ทุกคนต้องร่วมมือกันแก้ไข และในปัจจุบันพบว่า ผู้ติดเชื้อเอดส์มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 14 – 30 ปี มากที่สุด ดังนั้นกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาจึงเป็นบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงในกลุ่มผู้ติดเชื้อกลุ่มหนึ่ง

เพื่อเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ การป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ในโรงเรียน และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยง เพื่อป้องกันมิให้ติดเชื้อเอดส์ โดยใช้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นกลวิธีหลักในการเผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักให้กับนักเรียน สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรีและกลุ่มโรงเรียนกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี จึงได้จัดโครงการนี้ขึ้น เพื่ออบรมนักเรียนแกนนำ ให้มีความรู้ ความเข้าใจในวิธีการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ และสามารถปฏิบัติกิจกรรมเพื่อนเตือนเพื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. จุดประสงค์

2.1 จุดประสงค์ทั่วไป

เพื่อให้ นักเรียนแกนนำเพื่อนเตือนเพื่อน มีความรู้ในการป้องกันและแก้ไข ปัญหาเอดส์ ตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกัน หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยง และสามารถปฏิบัติ กิจกรรมเพื่อนเตือนเพื่อนตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

2.2 จุดประสงค์เฉพาะ

จุดประสงค์เฉพาะ	เครื่องชี้วัด	ผลสำคัญ
- เพื่อให้ นักเรียนแกนนำมีความรู้ความเข้าใจในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ในโรงเรียน	จำนวนนักเรียนแกนนำที่ผ่านการอบรม จำนวนชมรมเพื่อนเตือนเพื่อนในโรงเรียน	นักเรียนแกนนำมีความรู้ความเข้าใจในการป้องกันโรคเอดส์ นักเรียนแกนนำสามารถให้ความช่วยเหลือเพื่อนในการป้องกันปัญหาเอดส์ในโรงเรียน

3. เป้าหมาย

3.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ

1. จัดสัมมนาบุคลากรหลักในการอบรมนักเรียนแกนนำ จำนวน 25 คน
2. จัดอบรมนักเรียนแกนนำเพื่อนเตือนเพื่อน 25 โรงเรียน จำนวน 190 คน
เวลา 3 วัน

3.2 เป้าหมายเชิงคุณภาพ

1. บุคลากรหลักมีความรู้ และสามารถให้ความรู้แก่นักเรียนแกนนำ
2. นักเรียนแกนนำมีความรู้มีเจตคติและทัศนคติที่ดีในการดำเนินชีวิต
3. นักเรียนแกนนำสามารถช่วยดำเนินงานตามโครงการเพื่อนเตือนเพื่อนฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. นักเรียนแกนนำสามารถตั้งชมรมเพื่อนเตือนเพื่อนในโรงเรียน และจัดอบรมสมาชิกชมรมฯ ได้

4. ผู้เกี่ยวข้อง

- 4.1 ผู้บริหาร – ครูแกนนำฯ ครูที่ปรึกษาชมรมเพื่อนเตือนเพื่อนในโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี
- 4.2 กลุ่มโรงเรียนกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี
- 4.3 โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

4.4 ศึกษาวิเคราะห์ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 5

4.5 สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

5.ระยะเวลา

พฤษภาคม 2541 - กันยายน 2542

6. สถานที่

5.1 โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดราชบุรี

5.2 สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

5.3 ศึกษานิเทศก์ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 5

7.ผู้รับผิดชอบโครงการ

7.1 ผู้อำนวยการกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

7.2 ประธานกลุ่มโรงเรียนกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

7.3 นายสมศักดิ์ จันทานุรักษ์

7.4 นางคณินิจ อ่อนกุล

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. แผนปฏิบัติงาน

เพื่อให้นักเรียนแกนนำมีความรู้ความเข้าใจในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ในโรงเรียน

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ผลและเวลาที่ใช้	เหตุผลที่ทำขั้นตอนนี้	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้ปฏิบัติ
1. ประชุมบุคลากรหลัก และวิทยากรแกนนำ 1 วัน	ได้ประสานงานการจัดอบรมและเตรียมวิทยากร 1 วัน	เพื่อเตรียมการจัดการอบรมและจัดวิทยากร	พ.ค. 41	5,500 บาท	คณิงนิจ สมศักดิ์
2. อบรมนักเรียนแกนนำ เพื่อนเตือนเพื่อน	นักเรียนแกนนำได้รับความรู้ตามโครงการ 3 วัน	เพื่อให้นักเรียนแกนนำได้รับความรู้ความเข้าใจในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์	มิ.ย. 41	31,350	ผอ. ศศจ. ประธานกลุ่ม คณิงนิจ สมศักดิ์
3. สัมมนา กำกับติดตาม การดำเนินงานโครงการ	ได้รับทราบผลการดำเนินงาน ชมรมเพื่อนเตือนเพื่อน	เพื่อสรุปผลการดำเนินงานตามแบบรายงานเพื่อนเตือนเพื่อน	มิ.ย. - ก.ย. 41	-	คณิงนิจ

9. หลักฐาน/เนื้อหาสาระ

- 9.1 แนวการดำเนินงาน โครงการเพื่อนเตือนเพื่อน
- 9.2 นโยบายและแนวดำเนินการป้องกันเอดส์ ในสถานศึกษาของกรมสามัญศึกษา
- 9.3 การเรียนรู้เพื่อป้องกันผลและแก้ไขปัญหาเอดส์ในสถานศึกษา
- 9.4 เทคนิคการปฏิเสฐ การจูงใจและการเตือนเพื่อน
- 9.5 ภารกิจของนักเรียนแกนนำหลังการอบรม

10. การควบคุม ประเมินผล และรายงาน

- 10.1 ประเมินการจัดอบรม
- 10.2 ประเมินความเข้าใจของผู้เข้ารับการอบรม
- 10.3 ประเมินจากแบบสอบถามก่อนและหลังการอบรม
- 10.4 ติดตาม การดำเนินงานชมรมเพื่อนเตือนเพื่อนในโรงเรียน

รหัสโครงการ 12 (1) , 13 (1)

โครงการลำดับที่ 3

ชื่อโครงการ อบรมนักเรียนแกนนำ “เพื่อนเตือนเพื่อน”

แผนงานหลัก ป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ , แก้ไขและป้องกันปัญหายาเสพติด

1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันปัญหาการติดเชื้อเอดส์ การติดยาและสารเสพติดในโรงเรียนทวีความรุนแรงขึ้นเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่ออนาคตของเยาวชน สุขภาพของครอบครัวและความมั่นคงของประเทศชาติเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เนื่องจากความอยากรู้อยากลอง การเลียนแบบ ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของเด็กในวัยนี้ รวมถึงอิทธิพลของการสื่อมวลชนต่าง ๆ ดังนั้น เยาวชนส่วนใหญ่ที่กำลังศึกษาเล่าเรียนอยู่ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาของกรมสามัญศึกษาจึงตกเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ

เพื่อเป็นการรณรงค์ ป้องกัน และแก้ไข การติดเชื้อเอดส์ การติดยาและสารเสพติดในโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรีและกลุ่มโรงเรียนกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี จึงได้จัดโครงการอบรมนักเรียนแกนนำ “เพื่อนเตือนเพื่อน” ขึ้น โดยใช้กระบวนการทางการศึกษา ผสมผสานกับการนำอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนซึ่งมีอยู่แล้วเป็นธรรมชาติในกลุ่มเยาวชนมาใช้ เป็นกลวิธีหลักในการดำเนินงานจัดอบรม เพื่อให้นักเรียนแกนนำมีความรู้ความเข้าใจ รู้จักการหลีกเลี่ยงและป้องกันตนเองให้พ้นจากการติดเชื้อเอดส์ การติดยา และใช้สารเสพติด ตลอดจนสามารถเป็นแกนนำในการเตือนเพื่อนให้พ้นจากปัญหาดังกล่าวด้วย

2. จุดประสงค์

2.1 จุดประสงค์ทั่วไป

เพื่อให้ นักเรียนแกนนำเพื่อนเตือนเพื่อน รู้จักการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อเอดส์หลีกเลี่ยงการใช้สารเสพติด มีพฤติกรรมกระดำเนินชีวิตที่เหมาะสมสามารถสร้างกลุ่มแกนนำในการปฏิบัติงานตามโครงการเพื่อนเตือนเพื่อนในโรงเรียนของตนเองได้

2.2 จุดประสงค์เฉพาะ

จุดประสงค์เฉพาะ	เครื่องมือ	ผลสำคัญ
-เพื่อให้นักเรียนแกนนำมีความรู้และตระหนักถึงอันตรายการแพร่ระบาดของโรคเอดส์และรู้จักวิธีป้องกันการติดยาเสพติด และสารเสพติดสามารถปฏิบัติกิจกรรมเพื่อนเตือนเพื่อนตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม	1)จำนวนนักเรียนแกนนำที่ผ่านการอบรม 2)การปฏิบัติงานของชมรมเพื่อนเตือนเพื่อนในโรงเรียน	-นักเรียนแกนนำมีความรู้และตระหนักถึงอันตรายในการแพร่ระบาดของโรคเอดส์และรู้จักวิธีป้องกันการติดยาเสพติด ตลอดจนสามารถปฏิบัติภารกิจตามกิจกรรมเพื่อนเตือนเพื่อนได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

3. เป้าหมาย

3.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ

- 1) ประชุมบุคลากรหลักและวิทยากรแกนนำ 26 คน 1 วัน
- 2) อบรมนักเรียนแกนนำเพื่อนเตือนเพื่อน 26 โรงเรียน จำนวน 210 คน เวลา

3 วัน

3.2 เป้าหมายเชิงคุณภาพ

- 1) นักเรียนแกนนำมีความรู้และสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์ รู้จักป้องกันการติดยา สารเสพติด
- 2) นักเรียนแกนนำสามารถดำเนินกิจกรรมของชมรมเพื่อนเตือนเพื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ผู้เกี่ยวข้อง

- 4.1 ผู้บริหาร - ครูแกนนำฯ ครูที่ปรึกษาชมรมเพื่อนเตือนเพื่อนในโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

- 4.2 กลุ่มโรงเรียนกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี
- 4.3 โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี
- 4.4 ศึกษาพิเศษ กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 5
- 4.5 สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี

5. ระยะเวลา พฤษภาคม - กันยายน 2542

6. สถานที่

โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

7. ผู้รับผิดชอบโครงการ

- 7.1 ผู้อำนวยการสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี
- 7.2 ประธานกลุ่มโรงเรียนกรมสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี
- 7.3 นายสมศักดิ์ จันทานุรักษ์
- 7.4 นางคณินิจ อ่อนกุล

8. แผนปฏิบัติงาน

เพื่อให้นักเรียนแกนนำมีความรู้ความเข้าใจในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาเอดส์
ในโรงเรียน หลีกเลี่ยงและรู้จักป้องกันการติดยา และสารเสพติด

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เหตุผล/ผล/เวลาที่ใช้	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้ปฏิบัติ
1. ประชุมบุคลากรหลัก และวิทยากรแกนนำ	- เพื่อประสานงานการ จัดอบรมและเตรียม วิทยากร 1 วัน	พ.ค. 42	2,500 บาท	คณินิจ สมศักดิ์
2. อบรมนักเรียนแกนนำ เพื่อนเตือนเพื่อน	- เพื่อให้ นักเรียนแกนนำ ได้รับความรู้และความ เข้าใจในการป้องกันและ แก้ไขปัญหาเอดส์ การ	มิ.ย. 42	39,250 บาท	ผอ.สศจ. ประธานกลุ่ม คณินิจ สมศักดิ์

ติดยา และสารเสพติด

3 วัน 2 คืน

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	เหตุผล/ผล/เวลาที่ใช้	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้ปฏิบัติ
4.สัมมนา กำกับติดตาม การดำเนินงานโครงการ	- เพื่อสรุปและรับทราบ ผลการดำเนินงานชมรม เพื่อนเตือนเพื่อนตามแบบ รายงานตลอดปีการศึกษา	มิ.ย. - ก.ย. 2542	-	คณิงนิจ

9. หลักฐาน/เนื้อหาสาระ

- 9.1 แนวการดำเนินงาน โครงการเพื่อนเตือนเพื่อน
- 9.2 นโยบายและแนวดำเนินงานการป้องกันเอดส์ในสถานศึกษา
- 9.3 พฤติกรรมเสี่ยงและสถานการณ์โรคเอดส์ในกลุ่มวัยรุ่น
- 9.4 การป้องกันการติดยาและสารเสพติด
- 9.6 ภารกิจของนักเรียนแกนนำหลังการอบรม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**โครงการแข่งขันการจัดบอร์ดนิทรรศการโรคเอดส์
ในโรงเรียนสามัญศึกษา จังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2542**

หลักการและเหตุผล

ขณะนี้พบผู้ติดเชื้อเอดส์และผู้ป่วยเอดส์ทุกอำเภอในจังหวัดราชบุรี จำนวน 1,749 ราย เสียชีวิตแล้ว 446 ราย สถิติ เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2542 บุคคลกลุ่มนี้อยู่ในวัยเจริญพันธุ์ และวัยทำงานที่จะสร้างครอบครัวต่อไป แต่ต้องมาจบอนาคต เพราะการได้รับเชื้อเอดส์โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือไม่รู้เท่าทันเอดส์ บางคนอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน ดิดเอดส์จากการไปเที่ยวสำส่อนในสถานบริการหรือหญิงเตร็ดเตร่ เพราะความอยากรู้อยากลอง ดังนั้นการสร้างจิตสำนึกให้ตระหนักถึงอันตรายของโรคเอดส์ จึงควรดำเนินการตั้งแต่วัยเรียน โดยเฉพาะระดับมัธยมศึกษาก่อนที่จะจบการศึกษาออกไป โดยการจัดกิจกรรมกระตุ้นให้เด็กนักเรียนได้รับรู้ เป็นการปลูกจิตสำนึกและสร้างกระแสสังคมในการลดพฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์

กลุ่มงานพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี เห็นว่าการแข่งขันการจัดบอร์ดนิทรรศการเอดส์ขึ้นในโรงเรียนระดับสามัญ จังหวัดราชบุรี รวม 26 แห่ง เป็นการกระตุ้นและเสมือนเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเยาวชนต่อไป

วัตถุประสงค์

นิทรรศการจัดได้ถูกต้องตามเกณฑ์และเหมาะสมครบตามเนื้อหามากที่สุด
ครู-นักเรียนในโรงเรียนมีความรู้และตระหนักถึงอันตรายของโรคเอดส์

- กิจกรรม**
1. กำหนดโครงการโดยขออนุมัติในที่ประชุม เขียนโครงการเพื่อขออนุมัติ
 2. ประสานงานกับสำนักงานศึกษาธิการเขต เขตการศึกษา 5 ราชบุรี
 3. ประสานงานกับครู-อาจารย์ที่ดูแลและสอนทางด้านอนามัย จำนวน 26 โรงเรียน
 4. ดำเนินการประเมินโดยคณะกรรมการที่ตั้งขึ้น ตามแบบประเมินวันละ 2 แห่ง
 5. รวบรวมข้อมูลแล้วนำเสนอผู้บังคับบัญชา
 6. จัดพิธีมอบรางวัลผู้ชนะเลิศ

ระยะเวลาดำเนินการ ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน ถึง วันที่ 30 กรกฎาคม 2542

คุณสมบัติของคณะกรรมการตัดสินนิทรรศการ และถือว่าการตัดสินของคณะกรรมการเป็นอันสิ้นสุด ประกอบด้วย

1. นักวิชาการควบคุมโรค 1 คน
2. นักวิชาการควบคุมโรคด้านพัฒนาสื่อ 1 คน
3. ตัวแทนจากคณะอาจารย์สามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี จำนวน 1 คน

งบประมาณ

จากงบโรคเอดส์หมวดสร้างเสริมสมรรถนะชุมชน เป็นเงิน 25,590 บาท โดยแบ่งออกเป็นค่าใช้จ่าย ดังนี้

1. เป็นค่าเบี้ยเลี้ยงเดินทางให้กับคณะกรรมการประเมินผล 1 คน พนักงานขับรถ 1 คน ใช้เวลาดำเนินการ 13 วัน คิดเป็นเงิน 2 คน×90บาท×13 วัน เท่ากับ 2,340 บาท
2. ค่าตอบแทนกรรมการตัดสิน ที่เชิญมาเป็นคณะกรรมการร่วมตัดสิน 2 คน วันละ 400 บาท รวม 13 วัน เป็นเงิน 10,400 บาท (หนึ่งหมื่นสี่ร้อยบาทถ้วน)
3. เป็นเงินรางวัลตอบแทนสำหรับผู้ชนะและค่าจัดทำโล่ประกาศเกียรติคุณสำหรับผู้ชนะ 3 รางวัล
 - 3.1 รางวัลที่ 1 โล่ประกาศเกียรติคุณพร้อมเงินรางวัล 3,000 บาท
 - 3.2 รางวัลที่ 2 โล่ประกาศเกียรติคุณพร้อมเงินรางวัล 2,000 บาท
 - 3.3 รางวัลที่ 3 โล่ประกาศเกียรติคุณพร้อมเงินรางวัล 1,000 บาท
 ค่าจัดทำโล่ประกาศเกียรติคุณ 3 อัน ๆ ละ 1,200 บาท เป็นเงิน 3,600 บาท
4. เป็นค่าน้ำมันเชื้อเพลิง 13 วัน ๆ ละ 250 รวมเป็นเงิน 3,250 บาท

กลุ่มเป้าหมาย

โรงเรียนระดับมัธยม 26 โรงเรียน ในจังหวัดราชบุรี

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

กลุ่มงานพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี

ผู้เสนอโครงการ

สมชาย ศุภผล

(นายสมชาย ศุภผล)

นักวิชาการควบคุมโรค 7

ผู้เห็นชอบโครงการ

สำราญ คงเป็ย

(นายสำราญ คงเป็ย)

นักวิชาการควบคุมโรค 8

ผู้อนุมัติโครงการ

จรัส อริยฤทธิ

(นายจรัส อริยฤทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงการอบรมครูสังกัดสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี เรื่องโรคเอดส์

หลักการและเหตุผล

โรคเอดส์เป็นโรคติดต่อที่มีความรุนแรงและแพร่ระบาดไปได้อย่างรวดเร็ว จนถือได้ว่าเป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญ ก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจ แม้ว่าในปัจจุบันจะมีการณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ด้วยวิธีต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ แต่จำนวนผู้ติดเชื้อเอดส์ยังเพิ่มขึ้น จากรายงานของกองระบาดวิทยา เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2541 มีจำนวนผู้ป่วยเอดส์วัยเจริญพันธุ์อายุ 15 – 49 ปี 90,035 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.43 ของผู้ป่วยทั้งหมด และช่องทางแพร่และรับเชื้อที่สำคัญ คือ เพศสัมพันธ์ ร้อยละ 82.2 ทางการใช้ยาเสพติดชนิดฉีดเข้าเส้นร้อยละ 5.2 (กองโรคเอดส์เอกสารอัดสำเนา) จากสถานการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าวัยเจริญพันธุ์ตั้งแต่อายุ 15-18 ปี เป็นกลุ่มที่มีโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์เนื่องจากเป็นวัยที่อยากรู้ อยากรทดลอง และอยู่ในโรงเรียนซึ่งมีกลุ่มเพื่อจะสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมเสี่ยงได้ง่าย

ครูสังกัดสามัญศึกษา เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับนักเรียนและมีบทบาทที่สำคัญในการจัดการเรียนการสอนสามารถให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคเอดส์ให้กับนักเรียนได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี จึงได้จัดอบรมครูสังกัดสามัญศึกษาเพื่อให้ครูได้ปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจ ค่านิยม และทัศนคติที่ถูกต้องให้กับนักเรียนซึ่งเป็นเยาวชนของชาติได้นำความรู้ที่ได้รับจากการเรียนการสอนไปปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เหมาะสมในการป้องกันโรคเอดส์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เข้าอบรมเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีในเรื่องโรคเอดส์
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมถ่ายทอดความรู้เรื่องโรคเอดส์ การป้องกันให้กับนักเรียนได้

ตามความเหมาะสม

วิธีดำเนินการ

1. ติดต่อประสานงานกับสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรี
2. จัดทำโครงการและขออนุมัติดำเนินการ
3. ติดต่อเรียนเชิญวิทยากร

4. จัดทำเอกสารประกอบการอบรม
5. จัดตั้งคณะทำงานและดำเนินการจัดอบรม

ผู้เข้าประชุม

- ครูสังกัดสามัญศึกษาจังหวัดราชบุรีจำนวน 26 โรงเรียน ๆ ละ 4 คน
- ผู้บริหารโรงเรียนหรือผู้แทน
- ครูผู้สอน
- ครูพยาบาล
- ครูแนะแนว

วิธีการอบรม

บรรยาย
ทัศนศึกษา

ระยะเวลา วันที่ 15- 16 มิถุนายน 2542

สถานที่จัดอบรม โรงแรมโกลเด้นซิตีราชบุรี

งบประมาณ จากงานเสริมสร้างสมรรถนะชุมชนสำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี

- | | |
|--|------------|
| - ค่าสมนาคุณวิทยากร | 4,000 บาท |
| - ค่าอาหารบางมื้อผู้เข้าอบรมวิทยากรคณะทำงาน | 45,000 บาท |
| - ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่มผู้เข้าอบรมวิทยากรคณะทำงาน | 11,400 บาท |
| - ค่าเบี้ยเลี้ยงผู้เข้าอบรมวิทยากรคณะทำงาน | 13,680 บาท |
| - ค่าพาหนะผู้เข้าอบรมวิทยากร | 20,800 บาท |
| - ค่าวัสดุอุปกรณ์ | 3,000 บาท |
| - ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง | 1,000 บาท |
| - ค่าใช้จ่ายพิธีเปิด-ปิด | 1,000 บาท |
| - ค่าเช่ารถทัศนศึกษา 2 คัน ๆ ละ 8,000 บาท | 16,000 บาท |
| - ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ | 3,520 บาท |

รวม 120,000 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับโรคเอดส์เพิ่มมากขึ้น
2. ผู้เข้าอบรมสามารถถ่ายทอดความรู้ เรื่องโรคเอดส์และการป้องกันให้กับนักเรียนและส่งเสริมให้นักเรียนมีกิจกรรมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ได้

การประเมินผล

จากการสังเกต การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การสอนในโรงเรียนจากนิเทศงาน

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. สำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี
2. สำนัศึกษาศาสตร์จังหวัดราชบุรี

ผู้เสนอโครงการ

สำราญ คงเป็ย
(นายสำราญ คงเป็ย)
หัวหน้ากลุ่มงานพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ

ผู้อนุมัติโครงการ

จรัส อริยฤทธิ์
(นายจรัส อริยฤทธิ์)
ผู้อำนวยการสำนักงานควบคุมโรคติดต่อเขต 4 ราชบุรี

สถาบันวิจัยประชากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

เรื่อง

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
และอาชีวศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามมี 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านสังคมประชากร

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ จากสื่อประเภทต่าง ๆ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์

ตอนที่ 4 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

2. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คำตอบที่ท่านให้ไว้ในแบบสอบถามนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของท่าน (ซึ่งเป็นการลับและไม่มีการเขียนชื่อ – สกุล ในแบบสอบถาม) ข้อมูลที่รวบรวมได้จะนำไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และกำหนดรูปแบบในการผลิตสื่อเพื่อการรณรงค์เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

3. ให้นักเรียน อ่านคำชี้แจงแต่ละตอนในแบบสอบถามก่อนลงมือทำ และโปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพราะถ้าตอบไม่ครบทุกข้อจะทำให้แบบสอบถามชุดนี้ไม่สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยได้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงตามความต้องการของนักเรียนมากที่สุด ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการนำข้อมูลที่ไ้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อการปรับปรุงวิธีการนำเสนอข่าวสารที่มีประสิทธิภาพต่อไป

ขอขอบคุณนักเรียนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

นางสาวเนาวนิต ยี่มวัน

นิสิตภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามแบบสอบถาม

สำหรับเจ้าหน้าที่

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านสังคมประชากร

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความต่อไปนี้

- | | | | |
|----|--|--------------------------|-------|
| 1. | เพศ | | |
| | 1 ชาย | 2 หญิง | 4 |
| 2. | ระดับการศึกษา | | |
| | 1 ม.ปลาย | 2 อาชีวศึกษา | 5 |
| 3. | ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่กับใคร | | |
| | 1 บิดา/มารดา | 2 ญาติ | 6 |
| | 3 เพื่อน | 4 คนรู้จัก | |
| | 5 ครู/อาจารย์ | 6 อื่น ๆ (โปรดระบุ | |
| 4. | ปัจจุบันบิดามารดาของท่าน มีความสัมพันธ์ในลักษณะใด | | 7 |
| | 1 อยู่ด้วยกัน | 2 แยกกันอยู่ | |
| 5. | รายได้ของบิดามารดาหรือรายได้ของผู้ปกครองที่ให้การอุปการะท่านอยู่ในขณะนี้ (คิดรวมกันเฉลี่ยต่อเดือน) โปรดระบุ
จำนวน.....บาท/เดือน | | 8-12 |
| 6. | ท่านได้รับเงินค่าใช้จ่ายในการเรียนเฉลี่ยเดือนละเท่าไร
จำนวน.....บาท/เดือน | | 13-16 |

10 ท่านคิดว่าวิธีต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ วิธีใดที่มีประสิทธิภาพหรือปลอดภัย
จากโรคเอดส์มากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1)

- 1 ไม่สำส่อนทางเพศ
- 2 ไม่รับเลือดที่ยังไม่ทราบว่าเป็นเลือดบวกหรือไม่
- 3 ไม่นิยมให้ทางร้านเสริมสวยใช้ของมีคมที่ไม่สะอาด
หรือเปื้อนเลือดกับตัวท่าน
- 4 หลีกเลี่ยงการใช้เครื่องมือมีคมร่วมกับคนแปลกหน้า
- 5 ไปตรวจเลือดเพื่อความแน่ใจว่าปลอดภัยจากโรคเอดส์
- 6 ไม่คบกับเพื่อนรักสองเพศ หรือ เพื่อนชายหญิงที่สำส่อน
- 7 เตือนตนเองและคนรู้จักไม่ให้เที่ยวโสเภณี

40 - 46

11. เมื่อท่านมีความสัมพันธ์ทางเพศ ท่านปฏิบัติอย่างไรในการป้องกันการ
เป็นโรคเอดส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 สวมถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์
- 2 มีเพศสัมพันธ์กับแฟนเท่านั้น หญิงอื่นหรือชายอื่น ไม่ยุ่งเกี่ยว
- 3 ไม่สวมถุงยางอนามัย แต่จะทำความสะอาดอวัยวะเพศก่อน
และหลังการร่วมเพศ
- 4 อื่น ๆ โปรดระบุวิธีการ.....
- 5 ไม่เคยมีเพศสัมพันธ์

47 - 51

ตอนที่ 4 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในการป้องกันโรคเอดส์ในนักเรียนระดับมัธยม
ศึกษา และอาชีวศึกษา

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความต่อไปนี้

12.ท่านสามารถหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์จากที่ใดได้บ้าง
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ห้องพยาบาล
- 2 ห้องแนะแนว
- 3 บอร์ดประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน
- 4 สถานีอนามัย
- 5 ห้างสรรพสินค้า
- 6 โรงพยาบาล
- 7 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
- 8 วัด
- 9 อื่น ๆ (โปรดระบุ))

52 - 60

- 17 ใครเป็นผู้ให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ได้ดีที่สุดสำหรับท่าน(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | | |
|------------------------------|--------------|---------|
| 1 ครู/อาจารย์ | 2 บิดา/มารดา | 88 - 94 |
| 3 เจ้าหน้าที่สาธารณสุข/แพทย์ | 4 ผู้ปกครอง | |
| 5 เพื่อน | 6 พระ | |
| 7 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) | | |

- 18 สื่อใดต่อไปนี้มีอิทธิพลทำให้ท่านสนใจเรียนรู้เรื่องการป้องกันโรคเอดส์มากขึ้น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 95 - 104
- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| 1 ครู/อาจารย์ | 2 บิดา/มารดา |
| 3 เจ้าหน้าที่สาธารณสุข/แพทย์ | 4 ผู้ปกครอง |
| 5 เพื่อน | 6 พระ |
| 7 ผู้ป่วยเอดส์ | 8 เอกสาร/แผ่นพับ |
| 9 โปสเตอร์โปสเตอร์ | 10 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

- 19 บุคคลดังต่อไปนี้สะดวกหรือพร้อมที่จะให้ท่านพบปะหรือพูดคุยหรือให้ข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคเอดส์มากน้อยเพียงใด

105 - 111

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ครู/อาจารย์.....					
2 บิดา/มารดา					
3 เจ้าหน้าที่สาธารณสุข.....					
4 ผู้ปกครอง.....					
5 เพื่อน.....					
6 พระ.....					
7 ผู้ป่วยเอดส์.....					

- 20 ในสถานศึกษาของท่านมีเอกสารต่อไปนี้อย่างไรที่ท่านสามารถศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องโรคเอดส์ได้อย่างสะดวกและเพียงพออย่างไร

112 - 116

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย
1 เอกสาร/แผ่นพับ					
2 โปสเตอร์					
3 หนังสือ/คู่มือ					
4 วารสาร					
5 อื่นๆโปรดระบุ					

- 21 ท่านคิดว่าข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ลักษณะใดที่ทำให้วัยรุ่นเกิดความตระหนักในการป้องกันโรคเอดส์มากขึ้น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

117 - 122

- 1 ชี้ให้เห็นผลร้ายของโรคเอดส์
- 2 รับทราบความรู้สึก และประสบการณ์ของผู้ป่วยโรคเอดส์โดยตรง
- 3 รายงานสถานการณ์ปัจจุบันของโรคเอดส์
- 4 มีภาพของผู้ป่วยเอดส์ที่น่ากลัวประกอบ
- 5 ปลุกจิตสำนึกเรื่องการปฏิบัติตัวที่เหมาะสมและปลอดภัยจากโรคเอดส์
- 6 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

- 22 ข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ที่วัยรุ่นมีความสนใจและอยากรู้คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

123 - 133

- 1 การป้องกันตนเองเมื่อมีเพศสัมพันธ์
- 2 ความเป็นมาของโรคเอดส์
- 3 สถานการณ์ของผู้ติดเชื้อ โรคเอดส์ที่เป็นปัจจุบัน
- 4 ผลกระทบที่ได้รับจากโรคเอดส์
- 5 อาการแสดงของผู้ป่วยโรคเอดส์
- 6 การติดต่อของโรคเอดส์
- 7 การปฏิบัติตนหลังจากได้รับเชื้อโรคเอดส์
- 8 วิธีการรักษา
- 9 สุขภาพจิตของผู้ป่วยเอดส์
- 10 สถานที่ติดต่อในการขอคำปรึกษา

11 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

23 ถ้าท่านจะมีเพศสัมพันธ์ท่านคิดว่าจะมีวิธีป้องกันโรคเอดส์อย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 สวมถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์
- 2 มีเพศสัมพันธ์เฉพาะกับแฟนเท่านั้น 134-137
- 3 ไม่สวมถุงยางอนามัย แต่จะทำความสะอาดอวัยวะเพศก่อนและหลังการร่วมเพศ
- 4 อื่น ๆ (โปรดระบุวิธีการ).....

24 ท่านรับรู้ข้อมูลการใช้ถุงยางอนามัยจากใคร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ครู 2 ผู้ปกครอง 138 - 144
- 3 เพื่อน 4 สื่อมวลชน
- 5 ไม่เคยรู้ 6 เจ้าหน้าที่สาธารณสุข
- 7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

25 ท่านเคยเรียนรู้เรื่องการใช้ถุงยางอนามัยอย่างถูกต้องจากใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ครู 2 ผู้ปกครอง
- 3 เพื่อน 4 แพทย์/เจ้าหน้าที่สาธารณสุข 145-149
- 5 ไม่เคยรู้

26 ท่านรู้สึกอย่างไรในการเดินเข้าไปซื้อถุงยางหรือขอรับจากสถานที่ที่มีไว้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 อึดอัดใจมาก 2 อาย/เงิน เล็กน้อย
- 3 เฉย ๆ เป็นเรื่องธรรมดา 4 ไม่กล้าแต่จะให้เพื่อนเป็นคนจัดการให้
- 5 ไม่เคยซื้อหรือขอรับบริการ

27 ท่านรู้จักถุงยางอนามัยยี่ห้ออะไรบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 แฟร์ (Faire) 2 กิงเท็กซ์ (Kingtex) 155 - 161
- 3 ดูเร็กซ์ (Durex) 4 เพลสเซอร์ (Pleasure)
- 5 ดูโอ (Duo) 6 ซีโร-โอ (Zero-O)
- 7 อื่น ๆ (โปรดระบุชื่อ).....

- 28 ท่านมีความคิดเห็นต่อถุงยางอนามัยที่มีชื่ออยู่ในปัจจุบันอย่างไร
(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) 162 - 170
- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| 1 ทนสมัย | 2 ยืดนิยมน |
| 3 เข้าใจความรู้สึของผู้ใช้ | 4 รูปลักษณ์เป็นสากล (อินเตอร์) |
| 5 คุณภาพดี | 6 น่ารัก |
| 7 ราคาแพง | 8 หาซื้อได้ง่าย |
| 9 อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |
- 29 สถานที่ใดที่ท่านคิดว่าสามารถซื้อถุงยางอนามัยได้สะดวกที่สุด 171
- | | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1 รั้วชายยา | 2 เซเว่น-อีเลฟเว่น |
| 3 ปั้มน้ำมัน | 4 ซูเปอร์มาร์เก็ต |
| 5 ร้านสะดวกซื้อ(มินิมาร์ท) | 6 คิสโก้/เทค/พับ/บาร์ |
| 7 รั้วฟรีที่สถานศึกษา | 8 รั้วฟรีที่สถานบริการสาธารณสุข |
| 9 อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |
- 30 ท่านคิดว่าราคาถุงยางอนามัยที่มีไว้บริการในปัจจุบันมีราคาอย่างไร 172
- | | |
|---|-------------------|
| 1 ราคาแพงมาก | 2 ราคาค่อนข้างแพง |
| 3 ราคาเหมาะสมแล้ว | 4 ราคาถูก |
| 5 ได้รับแจกฟรีจากหน่วยงาน (โปรดระบุชื่อ.....) | |
| 6 ไม่มีความคิดเห็น | |
- 31 ในโรงเรียนของท่านมีชมรมที่รณรงค์เกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์หรือไม่ 173
- | |
|------------------------------|
| 1 มี (โปรดระบุชื่อชมรม)..... |
| 2 ไม่มี |

สอบถามเกี่ยวกับชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียน

คำชี้แจง : ในข้อ 31 หากตอบว่า **มี** ให้นักเรียนทำต่อตั้งแต่ข้อ 32-36

หากตอบว่า **ไม่มี** ให้นักเรียนทำต่อตั้งแต่ข้อ 37-39

สำหรับโรงเรียนที่มีชมรมป้องกันโรคเอดส์
--

- 32 ท่านรู้จักชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของท่านจากใคร 174
- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1 เพื่อน | 2 ครู/อาจารย์ |
| 3 เสียงตามสายของโรงเรียน | 4 บอร์ด, นิทรรศการ |
| 5 แผ่นพับ | 6 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |
- 33 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) 175 - 181
- | | |
|---|--|
| 1 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม | |
| 2 ชมกิจกรรมที่ชมรมจัด เช่น ดูนิทรรศการ, ดูการแสดงละคร | |
| 3 ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม | |
| 4 เป็นสมาชิกของชมรมชม | |
| 5 ประชาสัมพันธ์ชมรม | |
| 6 เป็นคณะกรรมการบริหารชมรม | |
| 7 อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |
- 34 ท่านคิดว่าชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของท่านจัดตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใด 182 - 186
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|--|
| 1 เพื่อให้นักเรียนแกนนำของชมรม มีความรู้ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์ | |
| 2 เพื่อให้นักเรียนแกนนำของชมรมตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกันและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงต่อโรคเอดส์ได้ | |
| 3 เพื่อให้นักเรียนแกนนำของชมรมสามารถเผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักให้กับเพื่อนนักเรียนในการป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนได้ | |
| 4 เพื่อให้นักเรียนแกนนำสามารถให้ความช่วยเหลือเพื่อนในการป้องกันปัญหาเอดส์ในโรงเรียน | |
| 5 อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

- 35 ท่านเคยได้รับความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์จากชมรมป้องกันโรคเอดส์จากสื่อหรือบุคคล
ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

187 – 192

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยได้รับ
1 เพื่อน					
2 ครู/อาจารย์					
3 นิทรรศการ					
4 เอกสาร/แผ่นพับ					
5 เสียงตามสายของ โรงเรียน					
6 อื่น ๆ โปรดระบุ					

- 36 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในลักษณะต่อไปนี้จากชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนของท่าน

193 – 198

ระดับความคิดเห็น ลักษณะเฉพาะต่าง ๆ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยและน่าเชื่อถือ.....					
2. มีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ.....					
3. สถานที่ที่จะติดต่อกับชมรมสะดวก.....					
4. มีการประชาสัมพันธ์ชักชวนให้เพื่อนนักเรียน เข้าร่วม กิจกรรมหรือเป็นสมาชิกของชมรม อย่างสม่ำเสมอ					
5. แกนนำของชมรมมีบุคลิกและความประพฤติดี น่าเชื่อถือ					
6. การสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรม..... สามารถกระทำได้ไม่ลำบาก					

สำหรับโรงเรียนที่ยังไม่มีชมรมป้องกันโรคเอดส์
--

- 37 ท่านต้องการให้ทางโรงเรียนจัดตั้งชมรมป้องกันโรคเอดส์ในโรงเรียนหรือไม่ 199
- 1 ต้องการ
 - 2 ไม่ต้องการ
- 38 ถ้ามีการจัดตั้งชมรมเกี่ยวกับโรคเอดส์ในโรงเรียนท่านจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมหรือไม่ 200
- 1 เข้าร่วมเป็นสมาชิก
 - 2 ไม่เข้าร่วมเป็นสมาชิก
 - 3 อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 39 ท่านจะเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) 201 - 206
- 1 สมาชิกของชมรม
 - 2 เป็นคณะกรรมการบริหารชมรม
 - 3 ร่วมแสดงความคิดเห็นในชมรม
 - 4 ชมกิจกรรมที่ชมรมจัด เช่น ดุริยธรรมการ, การแสดงละคร
 - 5 ประชาสัมพันธ์ชมรม
 - 6 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ประวัติผู้วิจัย

นางสาวเนาวนิต ชัยวัน เกิดเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2512 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาสุศึกษา สถาบันราชภัฏนครปฐม ปี พ.ศ. 2537 เข้ารับการศึกษาระดับศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขานิติศาสตรพัฒนการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี พ.ศ. 2541 ปัจจุบันรับราชการในตำแหน่งนักวิชาการควบคุมโรค โรงพยาบาลดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย