



รายงานฉบับสมบูรณ์

การพัฒนานวัตกรรมสื่อเพื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
ด้วยความคิดเชิงออกแบบ

Development of Media Innovation to Prevent Alcohol Consuming among
Children Using Design Thinking Process

(เลขที่สัญญา 61-02029-0050)

โดย

สาวตรี พรหมสิทธิ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

แผนงานศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ธันวาคม 2564

เลขที่สัญญา 61-02029-0050

รายงานฉบับสมบูรณ์

การพัฒนานวัตกรรมสื่อเพื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
ด้วยการคิดเชิงออกแบบ

Development of Media Innovation to Prevent Alcohol Consuming among

Children Using Design Thinking Process

(เลขที่สัญญา 61-02029-0050)

โดย

สาวิตรี พรหมสิทธิ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

แผนงานศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Final Report

Development of Media Innovation to Prevent Alcohol Consuming among
Children Using Design Thinking Process

(Project code 61-02029-0050)

By

Sawitree Promsit

Faculty of Management Science

Chiang Rai Rajabhat University

This project was support by

Center for Alcohol Studies

Faculty of Medicine Prince of Songkla University

December, 2021

บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ทักษะคิดต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคเหนือ 2) เพื่อพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ และ 3) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคเหนือ โดยกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 จำนวน 90 คน จากโรงเรียนแม่ลาววิทยาคม จังหวัดเชียงราย โรงเรียนแมริมวิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่ และโรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคม จังหวัดพะเยา

ผลการศึกษาด้านทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนภาคเหนือ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยด้านครอบครัว ปัจจัยด้านเพื่อน และปัจจัยด้านสังคม ชุมชน และสภาพแวดล้อม ทางด้านผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า เยาวชนมองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เสียสุขภาพและการเรียน เป็นสาเหตุของการทะเลาะวิวาท อุบัติเหตุ พฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม และกระทบต่อเศรษฐกิจของตนเอง

ผลจากการดำเนินโครงการพัฒนานวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ ทำให้ได้นวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน 4 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อภาพประกอบเรื่อง (Content Album) 2) สื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) 3) สื่อภาพยนตร์สั้น (Short Film) และ 4) สื่อโมชั่นกราฟิก (Motion Graphic) โดยจากการประเมินผลด้านความพึงพอใจสื่อรณรงค์ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 พบว่าเยาวชนมีระดับความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น

ด้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน พบว่า หลังจากได้เปิดรับสื่อรณรงค์ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ทั้ง 4 ประเภท เยาวชนตระหนักถึงอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น และมีความเห็นว่าสื่อรณรงค์ทั้ง 4 ประเภทส่งผลต่อความรู้สึกลึกซึ้งเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น

คำสำคัญ: นวัตกรรมสื่อรณรงค์ ป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เยาวชน การคิดเชิงออกแบบ

ABSTRACT

This project aims to study about the attitudes towards alcohol drinking, the change in attitudes and trends in alcohol consumption behavior among youth in the northern region of Thailand. And to develop a media campaign to prevent alcohol use among youths through design thinking and study. The target group in this study were 90 students studying in senior high school from Mae Lao Wittayakhom School Chiang Rai, Mae Rim Wittayakhom School Chiang Mai and Dok Khamtai Wittayakhom School in Phayao Province.

The results of the study on attitudes towards alcohol consumption found that factors that affecting alcohol consumption among northern youths were personal factors, alcohol factors, family, friend, social, community and environmental factors. In terms of the effects of alcohol consumption, it was found that young people note the alcohol is a detriment to their health and education. It is the cause of quarrels, accidents, inappropriate sexual behavior and affect their own economy.

The project to develop of media innovation to prevent alcohol consuming among youths using design thinking process resulting in 4 types of innovative media campaigns, content album, Infographic, Short film and Motion graphic. Compared the media satisfaction assessment before and after adjustment, it was found that the youth's satisfaction level increased in the second assessment.

Regarding the change in attitudes towards alcohol consumption among youths, it was found that after receiving the media campaign two times in all 4 types of media campaigns, youth became more aware of the dangers of drinking alcohol. And there was an opinion that this four types of media campaigns had a greater effect on the desire to avoid alcohol.

Keywords: innovative media campaign, prevent alcohol consumption, youth, design thinking

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยการเอื้อเฟื้อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ภายใต้โครงการศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงได้

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.โอม พัฒนโชติ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาศิลปกรรมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่กรุณาเป็นที่ปรึกษาโครงการวิจัย

ขอขอบพระคุณ ผศ.รัตนพรชัย สุชาติ อาจารย์ประจำหลักสูตรคอมพิวเตอร์กราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือและให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาสื่อเพื่อการรณรงค์

ขอขอบพระคุณอาจารย์ลลิตา จิตต์การุญ อาจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ให้คำแนะนำอย่างอันเป็นประโยชน์

ขอขอบพระคุณ พญ.นิธิตา นันทตันติ อาจารย์ประจำภาควิชาอายุรศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ให้คำแนะนำและปรึกษาด้านข้อมูลทางการแพทย์

ขอขอบพระคุณ อาจารย์รัฐกานต์ จำเริญ อาจารย์ประจำ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม สำหรับคำแนะนำและมุมมองแง่คิดใหม่ๆ

ขอขอบพระคุณ พญ.ณัชชาธิ์ กุลศิริรุ่งโรจน์ แพทย์เฉพาะทางสาขาเวชศาสตร์ครอบครัว โรงพยาบาลนครพิงค์ ที่ให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาด้านข้อมูลทางการแพทย์

ขอขอบพระคุณ คุณรพีพร ชุ่มภิรมณ์ คุณแม่ลูก 1 ที่ให้คำแนะนำอย่างเดี่ยวเกี่ยวกับมุมมองสื่อและเยาวชน

ขอขอบคุณ โรงเรียนแม่ลาววิทยาคม โรงเรียนแม่ริมวิทยาคม และโรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคม รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ที่กรุณาเอื้อเฟื้อเวลาและข้อมูลอันเป็นประโยชน์ และให้ความร่วมมือในด้านต่างๆ และให้กำลังใจด้วยดีตั้งแต่เริ่มต้นทำวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าโครงการวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ในด้านการพัฒนาสื่อเพื่อการรณรงค์ และการสื่อสารสุขภาพในอนาคตต่อไป

ทีมผู้วิจัย

ธันวาคม 2564

คำนำ

โครงการวิจัยเรื่องโครงการพัฒนานวัตกรรมสื่อเพื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ โดยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ภายใต้โครงการศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคเหนือ เพื่อพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคเหนือหลังจากได้เปิดรับนวัตกรรมสื่อรณรงค์ ซึ่งทำให้ได้แนวทางการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ประเด็นปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนที่สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากสถานการณ์ของนักดื่มหน้าใหม่ และอายุของผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มน้อยลงเรื่อยๆ ประกอบกับสถิติของผู้ที่ได้รับผลจากสุราในมิติต่างๆ เช่น การเกิดความรุนแรงในครอบครัว ทะเลาะวิวาท อุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ ปัญหาสุขภาพทั้งเฉียบพลันและเรื้อรัง ปัญหาเศรษฐกิจ รวมไปถึงการล่วงละเมิดทางเพศ ปัญหาเหล่านี้มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง

ทางคณะผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษาหาแนวทางการสื่อสารเพื่อ เปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนด้วยการใช้องค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์มาเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนทัศนคติ อย่างไรก็ตาม การจะเปลี่ยนความรู้สึกนึกคิดของคนต้องเริ่มจากการทำความเข้าใจคนอย่างลึกซึ้งรอบด้าน และผู้วิจัยตระหนักดีว่า วิธีการสื่อสารเพื่อรณรงค์หรือโน้มน้าวใจที่ได้ผลดีและมีประสิทธิภาพมากที่สุดต้องคำนึงถึงผู้รับสารเป็นหลัก สอดคล้องกับหลักการ คิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ซึ่งเป็นกระบวนการคิดแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยคำนึงถึงผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User Centered Design) เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการจริงของผู้ใช้หรือตอบ โจทย์กลุ่มเป้าหมายได้อย่างรอบด้าน เน้นกระบวนการการทำงานที่เริ่มต้นจากการทำความเข้าใจมนุษย์อย่างลึกซึ้ง (Consumer Insights) เพื่อนำมา กำหนดเป็นโจทย์ในการสร้างสรรค์และพัฒนาสื่อรณรงค์ประเด็นปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบเป็นเครื่องมือในการพัฒนา

ทั้งนี้ การดำเนินโครงการผู้วิจัยมุ่งเน้นพัฒนาสื่อรณรงค์ 2 รูปแบบ ได้แก่สื่อภาพนิ่งและสื่อภาพเคลื่อนไหว ด้วยตระหนัก ดีว่าพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันเน้นความรวดเร็วและเข้าใจง่าย ขณะเดียวกันสื่อที่สามารถเข้าถึงเยาวชนได้ดีที่สุดในปัจจุบันคือสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ทางคณะผู้จัดทำหวังว่าผลการศึกษาโครงการดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและสามารถต่อยอดความรู้จากคณะผู้จัดทำต่อไปได้ในอนาคต

สารบัญ

	หน้า
รายการ	
บทคัดย่อ-ภาษาไทย	ก
บทคัดย่อ-ภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
คำนำ	ง
สารบัญ	จ
เนื้อหาการดำเนิน โครงการ	1
- ชื่อ โครงการ	1
- ความเป็นมา หลักการ และเหตุผล	1
- วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
- กรอบแนวคิด	21
- วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย	21
- กลุ่มเป้าหมาย และพื้นที่ดำเนินการ	21
- ระยะเวลาดำเนินงาน	22
- ผลการดำเนินงาน	23
- ผลการดำเนินงานที่ได้ตามตัวชี้วัด/เป้าหมายโครงการ	23
- วิจัยและสรุปผลการดำเนินงาน	94
ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	98
ภาคผนวก	
- บรรณานุกรม	103
- ชื่อและรายละเอียดผู้รับผิดชอบโครงการและคณะ	105
- ภาควิชาเครื่องช่างและการให้การสนับสนุน	107
- ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินงานมา และผล ที่ได้รับตลอดโครงการ	107
- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์	108
- ภาพถ่ายการดำเนินโครงการ	109

โครงการพัฒนานวัตกรรมสื่อเพื่อณรงค์ป้องกัน การดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ

ความเป็นมา หลักการ และเหตุผล

รายงานจากองค์การอนามัยโลกในปี พ.ศ. 2561 เปิดเผยว่า แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุของการเสียชีวิตของผู้คนราว 1 ใน 20 คนทั่วโลกทุกปี หรือเท่ากับร้อยละ 5 ซึ่งรวมทั้งการเมาแล้วขับ การใช้ความรุนแรง หรือทำร้ายร่างกาย รวมทั้งโรคติดต่อและความผิดปกติของร่างกายจากอิทธิพลของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งถือเป็นตัวเลขที่สูงกว่าการเสียชีวิตด้วย HIV/AIDS ที่ร้อยละ 1.8 การเสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนท้องถนนร้อยละ 2.5 และการเสียชีวิตจากความรุนแรงที่ร้อยละ 0.8 ขณะที่ในรายงานยังระบุอีกว่า คนทั่วโลกจำนวนมาก รวมถึงสมาชิกในครอบครัวและคนในชุมชน ต่างได้รับผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ของคนใกล้ชิดตัวกัน ทั้งสิ้น ตั้งแต่การใช้ความรุนแรง การบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ ปัญหาสุขภาพจิต และโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ มากกว่า 200 ชนิด อาทิ มะเร็ง ตับแข็ง วัณโรค HIV และโรคหลอดเลือดสมองต่างๆ (องค์การอนามัยโลก เผย 1 ใน 20 คนทั่วโลกเสียชีวิตจากแอลกอฮอล์, 2561)

ด้านศูนย์วิจัยปัญหาสุราได้สรุปผลกระทบของแอลกอฮอล์ที่มีต่อการพัฒนาไว้ว่า แอลกอฮอล์เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนใน 5 ประเด็นต่อไปนี้ ได้แก่ 1) แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุของความยากจน ความหิวโหย การเจ็บป่วย พิกัด ตาย 2) การทำหน้าที่พ่อแม่ลูกเลว เด็กถูกทอดทิ้ง สูญเสียรายได้ เกิดหนี้สิน ตกงาน 3) แอลกอฮอล์เป็นสาเหตุให้เกิดการคุกคามความปลอดภัยในพื้นที่สาธารณะ การใช้ทรัพยากรและแหล่งน้ำ และ 5) ก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจมหาศาล ความไม่เท่าเทียมในสังคม (12 ข้อมูลสำคัญประเด็นสุราในรอบปี 2561, 2562)



ภาพที่ 1 อินโฟกราฟิกแสดงผลกระทบของแอลกอฮอล์ที่มีต่อสุขภาพและแนวทางแก้ไขสถานการณ์
ที่มา : <https://www.voathai.com/a/who-alcohol-responsible-for-one-in-20-deaths-worldwide/4582056.html>

จากอินโฟกราฟิกของ WHO ดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นผลกระทบของแอลกอฮอล์ต่อสุขภาพและสังคม โดยมีส่วนเสียชีวิตจากแอลกอฮอล์ 3 ล้านคนต่อปี หรือมีส่วนเสียชีวิต 6 คนต่อนาที ข้อมูลยังแสดงให้เห็นอีกว่าผลกระทบของแอลกอฮอล์ 100% มาจากความผิดปกติของพฤติกรรมดื่ม 27% เป็นสาเหตุทำให้เกิด

อุบัติเหตุบนท้องถนน 18% ทำให้เกิดการไร้ความรุนแรงและการฆ่าตัวตาย และอีก 13% เป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคลมชักและอาการหมดสติ

ในส่วนสถานการณ์ด้านพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย จากผลสำรวจพฤติกรรมเครื่องดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2560 พบว่า จังหวัดที่มีอัตราผู้ดื่มสุราอย่างสม่ำเสมอเกินกว่าร้อยละ 40 ได้แก่ เชียงราย ลำพูน พะเยา น่าน และสุรินทร์ (สำนักงานสถิติฯ เผยผลสำรวจพฤติกรรมเครื่องดื่มสุรา พ.ศ. 2560, 2561) ด้านรายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปี พ.ศ. 2556 พบว่า พะเยา เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง และแม่ฮ่องสอน เป็นจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มความเสี่ยงและมีอัตราการดื่มสูงที่สุดในประเทศติดต่อกันหลายปี โดยเฉพาะมีนักดื่มในกลุ่มวัยทำงานและวัยรุ่นมากที่สุด (เผย 6 จังหวัดภาคเหนือแชมป์คนเมามากสุดในประเทศ, 2556)

ขณะที่เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมเครื่องดื่มสุราของประชากรระหว่างภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนนักดื่มปัจจุบันสูงสุด คือ ร้อยละ 35.4 และร้อยละ 32.8 ตามลำดับ ภาคเหนือมีนักดื่มประจำในสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 16 รองลงมาคือภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.7 นอกจากนี้ยังพบว่าภาคกลางและภาคเหนือมีสัดส่วนนักดื่มหนักประจำสูงสุด คือ ร้อยละ 3.8 และ 3.7 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มผู้ไม่เคยดื่มสุราเลยนั้นพบว่า ภาคเหนือมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.1 (แผนงานวิจัยด้านการป้องกัน ควบคุมโรคและภัยสุขภาพ พ.ศ. 2562-2564, 2562)

จากข้อมูลสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นประเด็นสำคัญคือ ภาคเหนือยังเป็นภูมิภาคที่มีสัดส่วนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงที่สุดในประเทศไทยทั้งในด้านสัดส่วนของนักดื่มปัจจุบัน สัดส่วนของนักดื่มประจำ สัดส่วนของนักดื่มหนักประจำ นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบจังหวัดในภาคเหนือด้วยกันจะเห็นได้ว่าเชียงรายและพะเยายังมักจะเป็นจังหวัดที่คิดอันดับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงที่สุดอย่างต่อเนื่อง ตามด้วยจังหวัดลำปาง น่าน และเชียงใหม่

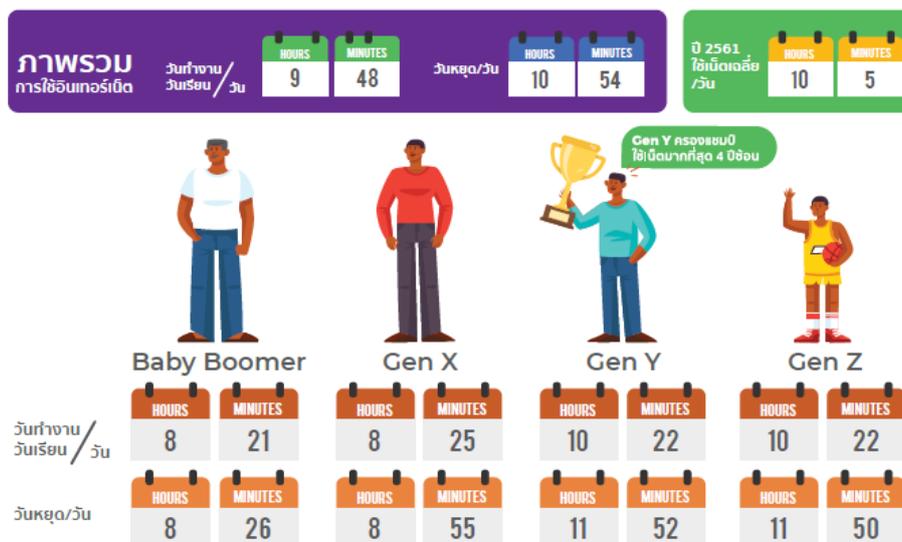
อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่าผลสำรวจข้อมูลด้านทัศนคติหรือความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดื่มแอลกอฮอล์มีความไม่สอดคล้องกับสถิติตัวเลขของจำนวนนักดื่มที่เพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ แม้ผลสำรวจด้านความคิดเห็นของประชาชนในภาพรวมจะมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโทษและผลกระทบของการดื่มสุราเป็นอย่างดี แต่สถานการณ์ปัญหาและจำนวนนักดื่มแอลกอฮอล์กลับมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเยาวชน ซึ่งจากผลสำรวจพบว่า ภาพรวมเด็กไทยดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น จากผลสำรวจเด็กไทยดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นเป็น 26% ในปี 2560 (จาก 19% ในปี 2550) ดื่มในรอบ 30 วันที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นเป็น 28% ในปี 2560 (จาก 14% ในปี 2550) และดื่มหนักใน 30 วันที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นเป็น 8% ในปี 2560 (จาก 6% ในปี 2550) (12 ข้อมูลสำคัญประเด็นสุราในรอบปี 2561, 2562)

และยังสอดคล้องกับผลสำรวจที่ระบุว่า สถานการณ์การดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มวัยรุ่นไทยอายุ 15 – 19 ปี กลับพบว่าแนวโน้มความชุกของการดื่มแอลกอฮอล์แทบไม่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือ จากร้อยละ 14.0 ในปี 2554 เป็นร้อยละ 13.6 ในปี 2560 สะท้อนให้เห็นว่ามาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านมาไม่สามารถลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่ได้เท่าที่ควร หรืออาจเป็นผลมาจากการรูกีบของอุตสาหกรรม

แอลกอฮอล์ที่เน้นการเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนมากขึ้น ดังนั้น การป้องกันการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประชากรอายุต่ำกว่า 20 ปี จึงมีความสำคัญมาก (พลเทพ วิจิตรคุณากร, 2562)

ด้วยสถิติข้อมูลและสถานการณ์ที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นจึงเป็นที่มาของความต้องการศึกษาหาแนวทางการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนด้วยการใช้องค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์มาเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนทัศนคติ อย่างไรก็ตาม การจะเปลี่ยนความรู้สึคนึกคิดของคนต้องเริ่มจากการทำความเข้าใจคนอย่างลึกซึ้งรอบด้าน และผู้วิจัยตระหนักดีว่าวิธีการสื่อสารเพื่อรณรงค์หรือโน้มน้าวใจที่ได้ผลดีและมีประสิทธิภาพมากที่สุดต้องคำนึงถึงผู้รับสารเป็นหลัก สอดคล้องกับหลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ซึ่งเป็นกระบวนการคิดแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยคำนึงถึงผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User-Centered Design) เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการจริงของผู้ใช้หรือตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้อย่างรอบด้าน เน้นกระบวนการการทำงานที่เริ่มต้นจากการทำความเข้าใจมนุษย์อย่างลึกซึ้ง (Consumer Insights) เพื่อนำมากำหนดเป็นโจทย์ในการสร้างสรรค์และพัฒนาสื่อรณรงค์ประเด็นปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบเป็นเครื่องมือในการพัฒนา

ทั้งนี้ การดำเนิน โครงการผู้วิจัยมุ่งเน้นพัฒนาสื่อรณรงค์ 2 รูปแบบ ได้แก่ สื่อภาพนิ่งและสื่อภาพเคลื่อนไหว ด้วยตระหนักดีว่าพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันเน้นความรวดเร็วและเข้าใจง่าย ขณะเดียวกันสื่อที่สามารถเข้าถึงเยาวชนได้ดีที่สุดในปัจจุบันคือสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยจากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 พบว่า คนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน โดย Generation Y (ผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524 – 2543) และ Generation Z (ผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นไป) เป็นกลุ่มที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ขณะที่กิจกรรมที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุดเป็นอันดับแรกได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter และ Instagram มีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลและเศรษฐกิจเพื่อสังคม, 2562)



ภาพที่ 2 แสดงจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวัน รายเจนเนอเรชัน

จำแนกตามช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือและช่วงวันหยุด

ที่มา : <https://www.eta.or.th/download-publishing/126/>

จากทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นที่มาของโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนานวัตกรรมสื่อเพื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ” โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาและพัฒนาสื่อรณรงค์ประเด็นปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์จากกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อเปลี่ยนทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนภาคเหนือ ตลอดจนเพื่อให้ได้แนวทางการสื่อสารรณรงค์ประเด็นปัญหาสังคมที่สอดคล้องเหมาะสมกับเยาวชนไทยที่เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพต่อไป

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารรณรงค์

นิยามของการสื่อสารรณรงค์

Rogers (1973, อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551) กล่าวว่า การรณรงค์เป็นชุดของกิจกรรมต่างๆ ด้านการสื่อสารซึ่งได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า และได้มีการออกแบบโดยนายหน้าการเปลี่ยนแปลง (change agents) เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมของผู้รับในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ

กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2558) กล่าวว่า การรณรงค์ คือ การออกแบบกระบวนการในการสื่อสารเพื่อกลุ่มเป้าหมายหนึ่งในระยะเวลาที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ ตามที่ผู้รณรงค์ต้องการให้เกิดขึ้น

McQuail (1983, อ้างถึงใน จินตวิรี เกษมสุข, 2554) กล่าวว่า การรณรงค์ คือ สถานการณ์ที่สื่อจำนวนมากถูกใช้กับประชากรที่ถูกเลือก เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงข้อมูลข่าวสารและการโน้มน้าวใจ ตัวอย่างของการรณรงค์ที่พบบ่อย คือ การรณรงค์ทางการเมือง การโฆษณาสินค้าหรือบริการ การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร หรือ โครงการรณรงค์เกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัยของประชาชน

นอกจากนี้ จินตวิรี เกษมสุข (2554) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสังคมไว้ว่า คือ โครงการรณรงค์ที่มีจุดประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทางที่ดีขึ้น โดยมีการวางแผนล่วงหน้าและมีการปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้อย่างเป็นขั้นตอน เพื่อรณรงค์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่อย่างชัดเจน มีการกระตุ้นชักจูงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมในกลุ่มประชาชนเป้าหมาย หรือเพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้ประชาชนมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต นอกจากนี้ บางโครงการยังมีเป้าหมายเพื่อปลูกฝังให้ประชาชนตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมในสังคมด้วย

ทั้งนี้ โครงการรณรงค์โดยทั่วไปมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1) เป็นโครงการที่ต้องมีเป้าหมายประสงค์และมีการวางแผนล่วงหน้าทั้งระยะสั้นและระยะยาว เนื่องจากต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ อย่างกว้างขวาง เช่น สื่อมวลชน รัฐบาล ผู้ปฏิบัติงานตามโครงการ ภาคธุรกิจเอกชนในการอุปถัมภ์กิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

2) ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง และต้องการให้เกิดผลอย่างรวดเร็ว

3) มีการระบุระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างชัดเจน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการ

4) มีลักษณะของการผสมผสานสื่อประเภทต่างๆ เพื่อนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่แล้ว โครงการรณรงค์ที่ใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการเร่งรัดพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายจะมีการใช้สื่อและกิจกรรมประเภทต่างๆ เพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ โดยมีการออกแบบเนื้อหาของสารและรูปแบบการนำเสนอสารที่เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภทตามประเด็นและแนวคิดหลักของโครงการที่ตั้งไว้

องค์ประกอบของการสื่อสารในการรณรงค์

กมลรัฐ อินทรทัศน (2558) กล่าวถึงองค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อนำไปสู่การรณรงค์ที่ประสบความสำเร็จ มักจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) ความน่าเชื่อถือ (credibility) การรณรงค์ที่ประสบผลสำเร็จ โดยปกติจะพยายามสื่อสารถึงความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ บุคคลหรือแนวคิด เราจะทำตามคำแนะนำของคนที่มีศรัทธา คุณสมบัติที่สร้างความน่าเชื่อถือ คือ ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ความเป็นผู้มีน้ำใจ และความเป็นผู้มีภาวะดีหรือร้อน

2) ความนิยมของประชาชน (climate of opinion) ความนิยมของประชาชนเปลี่ยนแปลงได้ง่าย คนที่จะทำการณรงค์ได้สำเร็จต้องติดตามและจับกระแสนี้ให้ได้ ยกตัวอย่างเช่น กระแสความนิยมของผู้เฝ้าบางคน กระแสความนิยมของพรรคการเมืองบางพรรค

3) ผู้นำความคิด (opinion leader) การณรงค์ที่ได้ผลจะมุ่งส่งสาร ไปยังผู้นำความคิดในประเด็นหรือเรื่องนั้นๆ เช่น กลุ่มดารา กลุ่มนักกีฬาคนดังต่างๆ เป็นต้น

4) ความเป็นหนึ่งเดียว (uniqueness) การณรงค์ที่ประสบความสำเร็จ พยายามทำของธรรมดาให้เป็นของไม่ธรรมดา เช่น การณรงค์การประหยัดพลังงานในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการปิดไฟทุกครั้งเมื่อไม่ใช้งาน การร่วมใจกันขับรถที่ความเร็ว 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เป็นต้น

5) ความรู้สึก “ใช้ได้” (“OK-Ness”) กล่าวคือ มนุษย์ทุกคนต้องการจะรู้สึกกว่าตัวเองใช้ได้ คุณดี แต่จริงๆ แล้วทุกคนหาได้ประสบความสำเร็จเสมอไป ความรู้สึกไม่โอเคเกิดขึ้นเมื่อเราไม่สามารถทำหลายสิ่งหลายอย่างด้วยตัวเองได้ เช่น การทำกับข้าว การขับรถ หรือการอยู่คนเดียว ซึ่งความรู้สึกไม่โอเคนี้จะแฝงแน่นอยู่ในตัวเรา และมักจะบังคับให้เราหาหนทางที่จะทำตัวให้เป็นที่ยอมรับ ทำตัวให้เป็นที่ชื่นชอบ ทำตัวให้เป็นคนฉลาดหรือมีไหวพริบ เพราะฉะนั้น การโฆษณาหรือการณรงค์ต่างๆ จึงพยายามเน้นการกระทำที่จะทำให้ผู้รับสารรู้สึกกว่าตัวเอง “ใช้ได้” หรือ “โอเค” เช่น การเป็นที่หนึ่งโดยไม่ต้องพึ่งสารเสพติดของกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น

6) สภาพภายในของจิตใจ (internal states) การณรงค์ที่สัมฤทธิ์ผล ปกติจะใช้ข้อมูลประสบการณ์ ความทรงจำของผู้รับสารมากกว่าจะสอนข้อมูลใหม่ๆ ให้แก่ผู้รับสาร โดยการหาเหตุผลดีๆ มานำเสนอเพื่อสนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยที่เหตุผลดังกล่าวจะต้องสามารถตอบประเด็น หรือตอบปัญหาที่ฝังลึกอยู่ในความทรงจำระดับจิตใต้สำนึกและจิตสำนึกของกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ ได้ ผู้โน้มน้าวใจที่เชี่ยวชาญจะต้องมีความสามารถที่จะดึงความทรงจำเหล่านี้ขึ้นมา และใช้มันให้เป็นประโยชน์ในการณรงค์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้สมัครหรือแนวคิดใหม่ต่างๆ เช่น การณรงค์เรื่องการควบคุมดูแลไฟฟ้าด้วยเทคนิควิธีต่างๆ ให้แก่กลุ่มชาวเขาที่เคยประสบกับปัญหาไฟป่ามาแล้ว ผลที่เกิดขึ้นคือการเข้าใจที่ถ่องแท้ เพราะมองเห็นปัญหาที่จะเกิดขึ้นอย่างชัดเจน พร้อมๆ กับการเห็นความสำคัญ และลงท้ายด้วยการให้ความร่วมมือในโครงการณรงค์ดังกล่าว

ทั้งนี้ กมลรัฐ อินทรทัศน์ ยังได้ระบุถึงหลักการพื้นฐานที่ไม่ว่าจะเป็นการณรงค์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้คน แนวคิดหรืออุดมการณ์ใดๆ ที่มักจะมีส่วนร่วม ได้แก่

1) การไหลอย่างเป็นระบบของข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และจากผู้รับสารกลับมา ยังผู้ส่งสารผ่านวงจรของปฏิกริยาตอบกลับ (feedback loop)

2) การจัดเตรียมเป้าหมาย กลยุทธ์ เทคนิคและวิธีการต่างๆ ที่มักพบว่าเป็นวิธีการที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จในการณรงค์ต่างๆ ได้แก่

- การพยายามสร้าง “ตำแหน่งของสิ่งที่นำเสนอ” ขึ้นในใจของผู้รับสารขั้นตอนต่างๆ ที่การณรงค์ต้องผ่านกระบวนการการวางแผนที่ชัดเจน

- กระบวนการทำให้ผลิตภัณฑ์ ผู้แทน อุดมการณ์หรือแนวคิดเป็นที่จับใจ (dramatization) ผู้ฟังได้รับการเชิญชวนให้มีส่วนร่วมในการรณรงค์ทั้งโดยตรงและผ่านทางสัญลักษณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- การเชื่อมโยงการจูงใจประเภทต่างๆ ซึ่งจะสามารถผูกพันกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการเข้าด้วยกัน ได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

นิยามของการคิดเชิงออกแบบ

ไปรมา อิสรเสนา ณ อยุธยา และชฎิต ตรีรัตนพันธ์ (2560) การคิดเชิงออกแบบเป็นการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง เน้นการลงมือปฏิบัติและการเรียนรู้จากการทดลอง กระบวนการทำงานซ้ำจากการสร้างความเข้าใจมนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์ และการทดสอบกับผู้ใช้เพื่อเรียนรู้และลดข้อผิดพลาด หลายๆ ครั้ง เอื้อให้สามารถพัฒนาความคิดและทางออกใหม่ที่ดีขึ้นเรื่อยๆ และเพิ่มโอกาสความสำเร็จของโครงการ

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2555) ได้ระบุถึงกระบวนการคิดเชิงออกแบบไว้ว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบ คือ การมองปัญหาอย่างรอบด้าน รับฟังมุมมองจากหลายฝ่าย ทั้งด้านกายภาพ จิตวิทยา ความงาม การตลาด สังคมและวัฒนธรรม พฤติกรรมและการดำรงชีวิต เพื่อให้ผลงานที่ได้จากการออกแบบสามารถตอบโจทย์ของทุกฝ่ายได้อย่างครอบคลุมและรอบด้าน

ทั้งนี้ การคิดเชิงออกแบบ คือ การที่นักออกแบบลดตัวเองจนเล็กน้อย แล้วเข้าไปนั่งฟังเสียงในใจผู้บริโภคผ่านการสัมภาษณ์ สังเกตการณ์ วิจัยและทดลอง เพื่อให้เข้าใจปัญหาที่แท้จริงของผู้ใช้ บริบทในการใช้งาน และความรู้สึกของผู้ใช้รอบด้าน ทั้งหมดนี้เพื่อให้ผลงานออกแบบสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้ได้ โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ใช้ประกอบด้วย

- ปัจจัยทางด้านกายภาพ (Physiological Human Factor) ปัจจัยที่ศึกษาข้อจำกัดของมนุษย์
- ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Human Factor) ปัจจัยที่ศึกษาการตอบสนองของมนุษย์ต่อสิ่งต่างๆ ทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก การรับรู้ การตีความหมาย อันจะมีผลต่อความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ
- ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Human Factor) ปัจจัยที่ศึกษามนุษย์ในด้านความชอบ ความเชื่อ การประเพณีปฏิบัติตน และวิถีชีวิต เพื่อศึกษาความต้องการที่แตกต่างและความต้องการร่วมของมนุษย์ เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองผู้ใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมภายใต้บริบทของสังคมและวัฒนธรรมหนึ่ง

Michael Lewrick, Patrick Link and Larry Leifer (2019) ระบุว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบมีการใช้คำที่หลากหลายแตกต่างกันแต่ล้วนมุ่งไปสู่เป้าหมายเดียวกัน โดยพื้นฐานจะมีการกำหนดปัญหาในตอนต้น และวิธีการแก้ปัญหาในตอนท้าย และวิธีแก้ปัญหาก็จะเกิดขึ้นจากกระบวนการทำซ้ำๆ สิ่งนี้

มุ่งเน้นจะถูกเลือกโดยคำนึงถึงมนุษย์ ดังนั้นการคิดเชิงออกแบบจึงมักถูกเรียกว่า การออกแบบที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง

ขั้นตอนการทำงานของความคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)

Michael Lewrick, Patrick Link and Larry Leifer (2019) ระบุกระบวนการทำงานของแนวคิดเชิงออกแบบ 6 ขั้นตอนที่ใช้ในสถาบันแฮสโซเพลตเนอร์ (Hasso Plattner Institute - HPI) ประกอบไปด้วย 1) การทำความเข้าใจ 2) ตั้งเหตุการณ์ 3) กำหนดมุมมอง 4) สร้างไอเดีย 5) สร้างตัวต้นแบบ และ 6) ทดสอบ โดยเพื่อให้การทำงานไม่ซับซ้อน ทำให้การประสานความคิดเป็นไปอย่างรวดเร็ว สามารถสรุปขั้นตอนการทำงานออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ฟัง – สร้าง – ส่งมอบ

ช่วง	คำอธิบาย	เครื่องมือพื้นฐาน
 ฟัง	<ul style="list-style-type: none"> - ทำความเข้าใจโครงการ - ทำความเข้าใจปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย - หาข้อมูลทั้งจากภายในและภายนอก - เก็บข้อมูลประสบการณ์จากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง 	<ul style="list-style-type: none"> - โจทย์การออกแบบ - การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย
 สร้าง	<ul style="list-style-type: none"> - เปลี่ยนสิ่งที่ได้เรียนรู้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ - สร้างผลิตภัณฑ์และความเป็นไปได้หลายๆ ทาง - กำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ความเชื่อหลัก - หัวข้อประสบการณ์ของกลุ่มเป้าหมาย
 ส่งมอบ	<ul style="list-style-type: none"> - ทำไอเดียให้เป็นรูปเป็นร่าง - สร้างและทดสอบต้นแบบ - ทดสอบ ผลักดัน หรือปฏิเสธไอเดีย - สร้างความรู้และทำความเข้าใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - ความต้องการ วิธีการ ประโยชน์ - แผนการสร้างตัวต้นแบบ - การพิสูจน์ตัวเอง

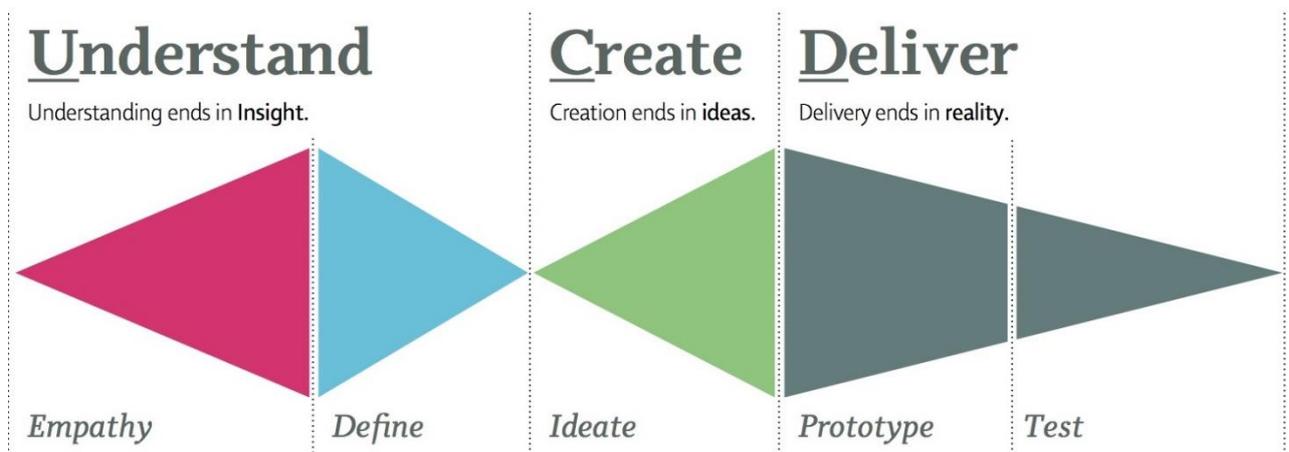
ภาพที่ 3 แสดงกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 3 ช่วง (Michael Lewrick, Patrick Link and Larry Leifer, 2019)

ขณะที่ ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตรีรัตนพันธ์ (2560) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการทำงานของกระบวนการคิดเชิงออกแบบของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford d.school) ไว้ว่าประกอบไปด้วยการทำงาน 5 ขั้นตอน ได้แก่ การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathize) การตั้งกรอบโจทย์ (Define) การสร้างความคิด (Ideate) การสร้างต้นแบบ (Prototype) และการทดสอบ

นอกจากนี้ หากเปรียบเทียบกับกระบวนการออกแบบ Double Diamond Design Process ของ UK Design Council ซึ่งแบ่งการทำงานออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ Discover, Define, Develop และ Deliver จะเห็นได้ว่ามีความคล้ายคลึงกัน คือ ขั้นตอนที่หนึ่งและสอง Discover และ Define เป็นขั้นตอนการสร้างทำความเข้าใจและตีความปัญหาอย่างลึกซึ้ง เพื่อกำหนด โจทย์หรือตั้งเป้าหมายของโครงการ ขั้นตอน

สาม Develop คือ ขั้นตอนแห่งการสร้างสรรค์ความคิดใหม่อันหลากหลาย และขั้นตอนที่สี่ Deliver เป็นขั้นตอนแห่งการทดสอบช่วงสุดท้ายก่อนที่จะนำนวัตกรรมออกสู่ตลาดหรือนำไปใช้จริง

จากขั้นตอนการทำงานที่กล่าวมา ไปมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตริรัตน์พันธ์ จึงได้สรุปขั้นตอนการทำงานของกระบวนการคิดเชิงออกแบบเป็น 3 ช่วงใหญ่ๆ กล่าวคือ ช่วงที่หนึ่งคือช่วงแห่งการสร้างความเข้าใจ (Understand) ได้แก่ การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathize) และการตั้งกรอบโจทย์ (Define) ช่วงที่สองคือช่วงแห่งการสร้างสรรค์ (Create) ได้แก่การสร้างแนวคิด (Ideate) และช่วงที่สามคือช่วงแห่งการทดสอบและพัฒนาเพื่อเตรียมการส่งมอบสู่ผู้ใช้หรือการนำออกสู่ตลาด (Deliver) ได้แก่การสร้างต้นแบบ (Prototype) และการทดสอบ (Test)



ภาพที่ 4 แผนภูมิแสดงกระบวนการทำงานของการคิดเชิงออกแบบ

ที่มา : <http://designthinking.co.nz/design-thinking-for-execs/>

3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปตตะวานิช (2551, อ้างถึงใน Allport, 1935) ให้คำจำกัดความของคำว่า ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Predisposition) ที่จะตอบสนอง (to Respond) ต่อวัตถุใดๆ ในแบบที่ชอบหรือไม่ชอบ โดยสามารถแยกได้เป็น 3 ประเด็นหลัก คือ

1. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ จึงเกิดจากการที่บุคคลได้รับข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุนั้นๆ
2. ทัศนคติเป็นความโน้มเอียง หมายถึง ยังไม่ได้เกิดเป็นพฤติกรรมจริง แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในใจ บางคนเรียกว่าเป็นพฤติกรรมในใจ (Mental Behavior)
3. ทัศนคติทำให้เกิดการตอบสนองที่สม่ำเสมอต่อวัตถุ หมายความว่า เมื่อใดก็ตามที่เจอวัตถุนั้นๆ บุคคลจะตอบสนองแบบเดิม ในทิศทางที่ชอบหรือไม่ชอบ

ดังนั้น ทัศนคติจึงสามารถใช้เป็นปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมได้ ขณะเดียวกัน พฤติกรรมที่เกิดขึ้นก็สามารถอ้างอิงถึงทัศนคติได้

องค์ประกอบของทัศนคติ (Three Component Model of Attitude)

1. องค์ประกอบทางด้านความเชื่อ/ความคิด (Cognitive Component) คือ ความรู้ ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับวัตถุ ซึ่งจะเป็พื้นฐานขององค์ประกอบที่ 2 ต่อไป ความเชื่อเกี่ยวกับวัตถุ (ตราสินค้า) จึงเป็นความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของวัตถุหรือตราสินค้าในลักษณะต่างๆ

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) คือ ความรู้สึกที่มีต่อวัตถุหรืออารมณ์ (Emotion) ที่ถูกกระตุ้นขึ้นมาโดยวัตถุนั้นๆ เช่น ความรู้สึกชอบ/ไม่ชอบ รัก/ไม่รัก เป็นต้น

3. องค์ประกอบทางด้านแนวโน้มพฤติกรรม (Conative Component) คือ พฤติกรรมที่บุคคลต้องการกระทำต่อวัตถุ หรือความตั้งใจที่จะเกิดพฤติกรรม

โดยปกติตามลำดับขั้นการเกิดทัศนคติ จะเกิดจากความรู้เป็นพื้นฐานทำให้เกิดความรู้สึกต่อวัตถุ และก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะกระทำต่อวัตถุนั้นๆ อย่างไรก็ตาม ลำดับขั้นขององค์ประกอบอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปได้ตามสถานการณ์ เช่น ลำดับอาจเปลี่ยนไปเป็นความรู้สึกเกิดขึ้นก่อน แล้วจึงเกิดแนวโน้มพฤติกรรม โดยอาจไม่ต้องผ่านองค์ประกอบด้านความรู้สึกก็ได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สมาน พุตระกูล (2548) ได้ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า คือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของสารเคมีกึ่งธรรมชาติกึ่งสังเคราะห์ เรียกว่า แอลกอฮอล์ (Alcohol) มีชื่อทางเคมีว่าเอทานอล (Ethanol) หรือที่เรียกว่า เอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl Alcohol) มีประวัติที่สืบค้นได้จากการวิจัยว่ามนุษย์รู้จักการทำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาตั้งแต่ 7,000 ปีมาแล้ว โดยนักโบราณคดีได้ขุดพบภาชนะเก่าคล้ายหม้อมีอายุประมาณ 7 พันปี ที่โบราณสถานวิหาร โกลดินของชนเผ่าซูเมอร์เรียนส์ (Sumerians) ที่มีเศษผงเป็นคราบผงเหล้าไวน์ติดอยู่

ทรงเกียรติ ปิยะกะ (2546) กล่าวว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หมายถึง สารเสพติดชนิดหนึ่งที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ โดยเมื่อบริโภคเข้าไปแล้วจะสร้างความเสียหายหลายประการ ได้แก่ ทำลายสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ทำลายความสัมพันธ์ในครอบครัว ก่อให้เกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น

ถนัด ศรีบุญเรือง (2551) ได้ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า เป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบ ได้จากการหมักผลไม้หรือพืชบางชนิดกับยีสต์ เมื่อดื่มเข้าไปจะออกฤทธิ์กดประสาท ทำลายตัว และสุขภาพทรุดโทรม

บุญชัย พิทักษ์ดำรงกิจ (2524) กล่าวว่า เหล้า หมายถึงน้ำเมา หรือเครื่องดื่มประเภทมีวัตถุธาตุเมาผสมอยู่ เมื่อดื่มทำให้มีอาการมึนเมา ธาตุเมาที่ผสมในเหล้าเรียกว่าแอลกอฮอล์ ถ้าผสมแอลกอฮอล์ในปริมาณมาก เมื่อดื่มกินจะรู้สึกมึนเมาตามแรงและปริมาณของแอลกอฮอล์นั้น

อำนาจ พิรุณสาร (2538) ให้ความหมายว่า เหล้า หรือสุรา คือของเหลวที่สามารถดื่มกินได้ โดยมีส่วนประกอบของแอลกอฮอล์ เมื่อดื่มแล้วทำให้เกิดความมึนเมา

ประเภทของแอลกอฮอล์

อุทัย ตีปาละ (2550) ได้แบ่งประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

1. เหล้า หมายถึง ของที่ผสมแอลกอฮอล์ซึ่งสามารถบริโภคได้ เกิดจากการหมักประเภทแป้งและน้ำตาลผสมกับยีสต์ เรียกว่าเอธิลแอลกอฮอล์ หรือเอทานอล มีลักษณะเป็นของเหลว กลิ่นฉุน ระเหยง่าย สามารถดื่มกินได้ ทำให้มีเมตามตามความแรงของดีกรี โดยเหล้านั้นมีหลายประเภท ได้แก่ เหล้าขาว สุรา กลั่น สุราผสม เหล้าปรุงพิเศษ

2. เบียร์ หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลายๆ รูปแบบที่ผ่านกระบวนการหมักจากผลิตภัณฑ์พวกธัญพืช

3. ไวน์ หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งเกิดจากการหมักน้ำตาลในองุ่น แบ่งออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ๆ คือ ไวน์ขาว และไวน์แดง ส่วนประกอบส่วนใหญ่ของไวน์ คือแอลกอฮอล์ที่ละลายในน้ำ และส่วนผสมทางเคมีอื่นๆ อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นสารระเหย และสารไม่ระเหย สารละลายและสารแขวนลอย โดยปกติแล้วปริมาณของแอลกอฮอล์จะอยู่ระหว่าง 9-15 % ต่อปริมาณน้ำ 85%

แม้ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีหลากหลายประเภทตามชนิดของวัตถุดิบและกระบวนการในการผลิตก็ตาม แต่สิ่งหนึ่งที่เหมือนกันคือพิษภัยที่มีอยู่ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อบริโภคเข้าไปแล้วจะทำให้เกิดผลเสียแก่ร่างกาย และส่งผลกระทบต่อทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และนำมาซึ่งความสูญเสียต่อชีวิตและทรัพย์สิน

ระดับการติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. การดื่มเป็นนิสัย ระดับนี้จะดื่มเพราะรู้สึกว่าการดื่มแล้วอารมณ์ครึกครื้น กระปรี้กระเปร่า ทำให้เลือดฝาดดี และเจริญอาหาร แต่ก็จำกัดการดื่มอยู่ที่ 30-60 ซีซี แล้วก็เลิก แต่ไม่ดื่มไม่ได้ เหมือนขาดอะไรไปซักอย่าง

2. ต้องพึ่งพาแอลกอฮอล์ ระดับนี้ถ้าไม่ดื่มจะหงุดหงิด มีอาการแสดงออกทางพฤติกรรมหรือปฏิกิริยาโต้ตอบ เช่น การพูด บ่น คำว่า หรืออาจแสดงอาการก้าวร้าว และเกิดอาการทางร่างกาย เช่น คลื่นไส้ มือ เท้าสั่นถ้าได้ดื่มจะรู้สึกสบายใจ

3. การติดแอลกอฮอล์ ระดับนี้ผู้ดื่มจะมีความต้องการรุนแรง ขนาดที่ต้องพยายามหาดื่มให้ได้ และจะดื่มมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะร่างกายทนทานต่อแอลกอฮอล์มากขึ้น ถ้าขาดหรือหยุดดื่มจะมีอาการรุนแรง เช่น เห็นภาพลวงตา ประสาทหลอน หรืออาจถึงขั้นชักได้ คนที่ติดแอลกอฮอล์จะถือว่าเป็นยาสำหรับตนเองและต้องพึ่งพาไปตลอดชีวิต

ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ด้านสุขภาพ

เอธิลแอลกอฮอล์ที่ผสมอยู่ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสารที่มีคุณสมบัติที่สามารถละลายได้ดีในน้ำและไขมัน เมื่อนำมาผสมกับน้ำ หรือโซดา จะสามารถดูดซึมได้ทันทีเช่นเดียวกับน้ำ จึงเป็นสาเหตุให้เมื่อดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วส่วนใหญ่จะถูกดูดซึมในกระเพาะอาหารประมาณ 20-30% ที่เหลือถูก

ซึมในลำไส้ใหญ่เข้าสู่ตับ และถูกย่อยเผาผลาญในตับ บางส่วนถูกดูดซึมเข้าสู่หัวใจ และกระแสเลือดภายในเวลาเพียง 5 นาที และอวัยวะต่างๆ ทั่วร่างกายภายใน 10-30 นาที แล้วถูกขับออกทางลมหายใจ ปัสสาวะ และเหงื่อ

ทั้งนี้ หลังจากการดื่มอวัยวะในร่างกายจะเริ่มเกิดปฏิกิริยาต่างๆ เช่น

1. ช่องปากและลำคอ เกิดความระคายเคือง จากการดื่มแอลกอฮอล์
2. ผิวหนังและหลอดเลือด ฤทธิ์ของแอลกอฮอล์จะส่งผลให้เห็นชัดเจนตั้งแต่ผิวหนังที่เปลี่ยนไป และหลอดเลือดที่ขยายตัวจากฤทธิ์แอลกอฮอล์ทำให้ผู้ดื่มหน้าแดง ตัวแดง หรือในบางรายอาจมีอาการเส้นเลือดหดตัวทำให้หน้าซีด ซึ่งเป็นอันตรายต่อชีวิต
3. สมอ อแอลกอฮอล์ทำให้สมอขยายตัว เกิดอาการสมอบวม เซลล์สมอเกิดการสูญเสียของเหลว ทำให้เซลล์สืบเสื่อมสภาพ และตาย
4. หัวใจ แอลกอฮอล์ทำให้หัวใจสูบฉีดโลหิตเร็วขึ้น ในระยะยาวการทำงานของกล้ามเนื้อหัวใจจะแปรปรวนมีโอกาสเกิดโรคหัวใจโต หัวใจวาย หรือหัวใจล้มเหลว
5. ภาวะอาหาร แม้แอลกอฮอล์ที่มีความเข้มข้นเพียงร้อยละ 10 ก็มีผลในการกระตุ้นน้ำย่อยในกระเพาะอาหาร ทำให้เกิดแผลในกระเพาะอาหารและลำไส้ ขณะที่แอลกอฮอล์ที่มีความเข้มข้นสูงทำให้เยื่อกระเพาะอาหารอักเสบเฉียบพลัน ในระยะยาวจะทำให้มีเลือดออกในกระเพาะอาหาร อาเจียนเป็นสีดำ อุจจาระดำ หรืออาจมีการฉีกขาดของเยื่อหลอดเลือดอันเนื่องมาจากการอาเจียนอย่างรุนแรง
6. ตับ แอลกอฮอล์ถือเป็นสารพิษที่ร่างกายไม่ต้องการ และถูกย่อยโดยตัว ตับจึงเป็นอวัยวะที่ได้รับสารพิษจากแอลกอฮอล์มากที่สุด การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจทำให้เกิดโรคตับอักเสบ ตัวแข็ง ยิ่งเมื่อดื่มมากเท่าไร โอกาสที่ผู้ป่วยจะเสียชีวิตก็มีโอกาสสูงเท่านั้น
7. ไอคิวลดลง การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่อายุยังน้อย ทำให้ผู้ดื่มมีเซาว์ปัญญาที่ลดลง
8. ทำให้เกิดโรคจิต สารพิษที่เกิดจากการเผาผลาญเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรียกว่า เตตราไฮโดรไอโซควิโนลีนส์ ซึ่งสารตัวนี้จะทำลายสารเคมีในสมองที่ช่วยทำให้คนมีความสุขและสงบ หากดื่มเครื่องดื่มในระยะยาวมีโอกาสที่จะจิตใจและอารมณ์อ่อนไหว อดทนต่อสิ่งต่างๆ ได้น้อย ขาดสมาธิ และนำไปสู่บุคลิกภาพที่เสื่อมโทรม
9. ทำให้อวัยวะเสื่อมก่อนวัย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีฤทธิ์กระตุ้นให้อวัยวะสำคัญต่างๆ ในร่างกายทำงานหนักกว่าปกติ เป็นผลให้อวัยวะเสื่อมสภาพเร็วกว่าวัยอันควร หรือหยุดการทำงาน
10. อันตรายสำหรับทารกในครรภ์ ทารกในครรภ์รับสารอาหารจากมารดา หากแม่ตั้งครรภ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สารพิษจะส่งผลต่อทารกในครรภ์โดยตรง แม้เพียงเล็กน้อยก็ตาม ซึ่งแอลกอฮอล์มีผลต่อพัฒนาการของทารกในครรภ์ มีโอกาสที่ทารกจะไม่สมประกอบ รวมถึงเสี่ยงต่ออาการตกเลือด และแท้งได้

ด้านครอบครัว

1. เกิดปัญหาเศรษฐกิจในครัวเรือน ปัจจุบันแต่ละครอบครัวต่างช่วยกันทำงานเพื่อเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัว หากสมาชิกคนใดคนหนึ่งใส่ครอบครัวใช้จ่ายเงินส่วนหนึ่งเพื่อการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ ก็จะทำให้รายจ่ายในครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น โดยที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกอื่นๆ ในครอบครัวเลย

2. เกิดการทะเลาะวิวาทและการทำร้ายร่างกาย การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้ผู้ดื่มขาดสติ และความยับยั้งชั่งใจลดลง ส่งผลให้เกิดการทะเลาะวิวาทได้ง่าย อาจเกิดเหตุการณ์บานปลายในเรื่องของชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงเด็กและเยาวชนที่เติบโตในครอบครัวที่มีการใช้ความรุนแรง อาจส่งผลต่อพฤติกรรมได้ในระยะยาว

ด้านสังคม

1. ภาระของการบริการสาธารณสุข โรงพยาบาลเองต้องรักษาผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุ เพราะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยังคงรักษาผู้ป่วยจำนวนมากที่เกิดจากพิษของแอลกอฮอล์

2. สาเหตุในการเกิดคดีหลากหลายรูปแบบ ข้อมูลจากสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (2547) พบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดความรุนแรงและคดีอาชญากรรมประมาณ ร้อยละ 7 ของคดีอาญาทั้งหมด ซึ่งมาในรูปแบบต่างๆ เช่น การทำให้เสียทรัพย์ ความผิดเกี่ยวกับเพศ และความผิดเกี่ยวกับร่างกาย

3. ดื่มแล้วขับเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุมากกว่าปกติ ข้อมูลจากหน่วยจัดการความรู้เพื่อถนนปลอดภัยคณะแพทยศาสตร์ รามาธิบดี ระบุว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนการขับรถทำให้มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุมากกว่าปกติ และหากมีปริมาณความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ปริมาณมากเท่าไร ก็ยิ่งเพิ่มโอกาสในการเกิดอุบัติเหตุมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้ การเกิดอุบัติเหตุทางถนนเนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีได้หลากหลายรูปแบบ เช่น บาดเจ็บ พิการ เสียชีวิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้นำมาซึ่งความสูญเสียโอกาสรายได้ อาชีพ รวมถึงชีวิตและทรัพย์สิน

ด้านเศรษฐกิจ

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจในระดับจุลภาค เช่น การสูญเสียเงินส่วนตัว หรือกระทบต่อรายจ่ายของครอบครัวเพียงอย่างเดียว แต่ยังกระทบในระดับมหภาคด้วย เช่น การเกิดอุบัติเหตุทำให้เกิดการบาดเจ็บ ล้มตาย พิการ ซึ่งถือเป็นภาระหนักของระบบบริการสุขภาพที่สำคัญ ประเทศยังขาดแรงงานที่สำคัญในการช่วยกันขับเคลื่อนประเทศอีกด้วย

5. วัยรุ่นกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

วัยรุ่นเป็นช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายในลักษณะที่พร้อมจะมีเพศสัมพันธ์ เป็นระยะที่มีการพัฒนาทางจิตใจมาจากความเป็นเด็กไปเป็นผู้ใหญ่ และมีการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจไปสู่ภาวะที่ต้องรับผิดชอบและพึ่งพาตนเอง (WHO, 2002)

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2549) ได้แบ่งช่วงของวัยรุ่นออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ช่วงอายุ 12-15 ปี เป็นช่วงวันแรกเริ่ม ซึ่งมีพฤติกรรมค่อนข้างเด็กอยู่มาก ช่วงอายุ 16-17 ปี เป็นช่วงวัยรุ่นตอนกลาง จะมีพฤติกรรมกำลังระหว่างความเป็นเด็กกับผู้ใหญ่ ช่วงอายุ 18-25 ปี เป็นระยะวัยรุ่นตอนปลาย ที่มีพฤติกรรมค่อนข้างเป็นผู้ใหญ่

สุชา จันน์เอม (2540) แบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นเป็น 3 ระยะ คือ วัยรุ่นตอนต้น ช่วงอายุ 11-15 ปี ระยะนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายอย่างรวดเร็ว มีรูปร่างสูงใหญ่ขึ้น ก่อนข้างหลังตัว เพื่อฝัน มีความเป็นอิสระ แต่ยังคงพึ่งพาพ่อแม่ ยังสนใจเพศเดียวกัน วัยรุ่นตอนกลาง ช่วงอายุ 15-18 ปี เป็นระยะที่คือร้อนโมโหง่าย มักมีความขัดแย้งกับผู้ปกครอง เพื่อนมีอิทธิพลสูง เริ่มสนใจเพศตรงข้ามการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายเริ่มสมบูรณ์เต็มที่ เป็นระยะที่เริ่มทดลองเกี่ยวกับเพศ และวัยรุ่นตอนปลาย ช่วงอายุ 18-21 ปี เป็นระยะที่เจริญเติบโตเข้าสู่วัยรุ่นเต็มที่ รู้จักบทบาทของเพศตนเองเต็มที่ มีความเป็นอิสระเต็มที่ในการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพค่อนข้างยอมรับกรให้คำแนะนำได้ง่ายกว่าวัยอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อคำแนะนำต่างๆ รวมทั้งเรื่องการป้องกันปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่เหมาะสม

ลักษณะและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น

สาวิตรี อัยรงค์กรชัย และคณะ (2543) ได้อธิบายลักษณะและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความเสี่ยงน้อย คือ การดื่มที่ไม่ทำให้เกิดปัญหาต่อตัวผู้ดื่มเองและสังคมรอบข้าง ซึ่งถือว่าเป็นการดื่มอย่างปลอดภัย
2. การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความเสี่ยงต่ออันตรายสูง คือ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมาก และเพิ่มความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ
3. การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นอันตราย คือ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นผลเสียต่อสภาพร่างกายและจิตใจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นลักษณะของวัยรุ่นที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ เพศ พันธุกรรม บุคลิกภาพ อารมณ์ สุขภาพจิต และพฤติกรรม

1. เพศ

บัณฑิต ศรีไพศาล (2550) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่านักเรียนชายดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 51.6 และนักเรียนหญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 48.4 แม้เพศชายจะพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง แต่จากการศึกษาพบว่าเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น โดยเพศหญิงมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 2.3 ในปีพ.ศ. 2539 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 3 ในปีพ.ศ. 2549

2. พันธกรรม

พันธกรรมเป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด และถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนดื่มสุราคือพฤติกรรม (สุพธลักษ์ณ์ ตั้งกุลบริบูรณ์, 2549)

3. พฤติกรรมอยากรู้ อยากลอง ในวัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นวัยที่อยากรู้ อยากลองสิ่งใหม่ๆ และเริ่มมีการค้นหาเอกลักษณ์ที่เป็นของตนเอง การคิดและการตัดสินใจแตกต่างกันตามระยะของการพัฒนาการ และอายุ

4. ปัญหาสุขภาพจิต บุคลิกภาพ และพฤติกรรมส่วนบุคคล

ปัญหาสุขภาพจิต บุคลิกภาพ และพฤติกรรมส่วนบุคคล อาจส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกัน วัยรุ่นที่มีความผิดปกติทางอารมณ์และปัญหาสุขภาพจิต เป็นคนที่มีจิตใจอ่อนแอ รู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่ำ ขาดความมั่นใจในตนเอง มีมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่นไม่ดี มีพฤติกรรมก้าวร้าวชอบใช้ความรุนแรงมักมีพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูง (รุจา ภูไพบูลย์, 2549)

5. ความรู้ ทักษะคิด และการรับรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อพฤติกรรมกรรมการดื่ม

ความรู้ ทักษะคิด และการรับรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อพฤติกรรมกรรมการดื่ม มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นยังขาดความรู้ถึงโทษและพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถึงแม้มีความรู้ก็ไม่นำไปปฏิบัติ วัยรุ่นมักมีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าเป็นเรื่องธรรมดา ไม่ใช่ความผิดปกติแต่อย่างใด (จินตนา วงศ์วาน, 2548)

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

1. ครอบครัว

การอบรมเลี้ยงดู เศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ในครอบครัว และการทำหน้าที่ของครอบครัวมีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น โดยพบว่าครอบครัวที่ขาดครอบครัวที่ขาดความอบอุ่น พ่อแม่ไม่ได้ใส่ใจลูกเท่าที่ควร ขาดระเบียบวินัย ขาดการติดตามดูแล ซึ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการศึกษาของรุจา ภูไพบูลย์ (2549) พบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่นเกิดจากการเลียนแบบพ่อแม่ ครอบครัวที่มีปัญหาจากการดื่ม ยิ่งส่งผลให้เด็กมีการดื่มมากยิ่งขึ้น และยังพบว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กเล็กเริ่มต้นที่บ้าน

2. เพื่อน

เพื่อนเป็นปัจจัยหนึ่งของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการศึกษาของสุวรรณิ แสงอาทิตย์ (2550) พบว่า วัยรุ่นที่มีเพื่อนสนิทมีพฤติกรรมสูบบุหรี่ ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใช้สารเสพติด ก็มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเช่นเดียวกันนอกจากนี้ยังพบว่า เพื่อเป็นปัจจัยที่ทำให้วัยรุ่นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก โคนเพื่อนนอกโรงเรียนจะมีผลต่อการตัดสินใจดื่มครั้งแรกของนักเรียนมัธยมปลาย ส่วนเพื่อนในโรงเรียนมีผลต่อการดื่มในครั้งต่อๆ มา

3. โรงเรียน

วิไลรัตน์ ปรีดาอุทชนา (2550) พบว่านักเรียนดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์เพื่อคลายความเครียดสูงเป็นอันดับต้นๆ รองจากเพื่อชวน และดัดเพื่อความสนุกสนาน นักเรียนรับรู้กฎระเบียบข้อบังคับ และบทลงโทษของโรงเรียนต่อการดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์เป็นอย่างดีแต่ส่วนใหญ่มองว่ากฎระเบียบข้อบังคับไม่เคร่งครัด และขาดประสิทธิภาพในการป้องกันไม่ให้นักเรียนดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์

4. ชุมชน

สภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ค่านิยมของคนในชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม สื่อมวลชน กฎหมาย นโยบายของประเทศ การโฆษณา ล้วนมีผลต่อการดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น

วัฒนธรรมการดัดของไทยมักดัดในโอกาสฉลองเทศกาลต่างๆ และเป็นการดัดในโอกาสการรวมกลุ่มผสมผสานเข้าไปกับเทศกาล รวมถึงมีการดัดตามโอกาสที่อยากดัดมากขึ้น รวมไปถึงกิจกรรมต่างๆ ในโรงเรียนก็มักพบพฤติกรรมการดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์มากขึ้นเช่นกัน (สุทธิลักษณ์ ตั้งกุลบริบูรณ์, 2549)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุทัย ดีปาละ (2551) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดัดแอลกอฮอล์ของประชาชน อำเภอแมริม จังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดัดแอลกอฮอล์ของประชาชน จากผลการศึกษาพบว่าแนวทางการแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดัดแอลกอฮอล์คือขยายกลุ่มเครือข่ายไปยังกลุ่มวัยสังคม ควรเน้นหนักไปที่กลุ่มเยาวชน และควรมีการขยายความร่วมมือและกระทำอย่างต่อเนื่อง

สมชาย ชัยจันทร์ (2553) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวิเคราะห์การป้องกันการดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักเรียนมัธยมปลาย โรงเรียนแห่งหนึ่งในจังหวัดหนองคาย จากผลการศึกษาพบว่านักเรียนมัธยมปลายทั้งชายและหญิงดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์ร้อยละ 92 และดัดเป็นประจำสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 42 โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมดัด ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ค่านิยม ความอยากลอง ปัจจัยด้านเครื่องดัดแอลกอฮอล์ เช่น ราคา การโฆษณา ปัจจัยด้านครอบครัว ปัจจัยด้านเพื่อน ปัจจัยด้านชุมชนและสังคม แนวทางการป้องกันการดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์ของกลุ่มวัยรุ่นคือ การให้ความรู้เกี่ยวกับโทษและพิษภัยของเครื่องดัดแอลกอฮอล์ การเสริมสร้างทักษะชีวิต การปลูกฝังค่านิยมที่เหมาะสม การมีต้นแบบที่ดี การหากิจกรรมหรืองานอดิเรก การสร้างเครือข่ายพ่อแม่

เขมณัญญ์ สินสายอ (2548) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์ในเพศหญิง หมู่บ้านแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา จากการศึกษาพบว่าวัยรุ่นมักนิยมดัดเครื่องดัดแอลกอฮอล์ที่สีสันนำดัด ดิกรีไม่สูง ราคาดีมีง่าย แสดงถึงความทันสมัย ไม่นิยมดัดเกล้า เพราะมีราคาและมีวิธีการดัดที่ยุ่งยาก จากการใช้กระบวนการการมีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

ในการดื่มมีด้วยกัน 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ขั้นที่ 2 การมีส่วนร่วมในการวางแผนในการกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดวิธีการ และแนวทางดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิง ขั้นที่ 3 การมีส่วนร่วมในการพัฒนา ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ สนับสนุนทรัพยากร และแรงงาน ประสานงานขอความร่วมมือช่วยเหลือทั้งจากภายในและภายนอก ขั้นที่ 4 ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้จากการพัฒนาหรือยอมรับผลกระทบอันเกิดจากการพัฒนาในทุกด้าน ร่วมกันคิดและติดตามผลการดำเนินงาน โดยชุมชนได้รับรู้ผลจากการดำเนินงานที่เกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชน ขั้นที่ 5 ประชาชนมีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนา ทั้งประเมินผลความก้าวหน้าที่ทำเป็นระยะในช่วงระหว่างดำเนินกิจกรรม และมีการประเมินผลรวบยอดโดยรวมหลังจากดำเนินการ ทำให้ได้แนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เกษมณี ขัติยะ (2548) ศึกษาเรื่องการใช้กระบวนการกลุ่มเพื่อสร้างทักษะการป้องกันตนเองในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาสังกัดเทศบาลนครเชียงใหม่ การศึกษารังนี้มวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทักษะการป้องกันตนเองในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนกลุ่มเสี่ยงด้วยกระบวนการกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่ากระบวนการกลุ่มก่อให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างและกิจกรรมมีความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเกิดทักษะในการป้องกันตนเองด้านการตระหนักรู้ในตนเอง และเห็นใจผู้อื่น มีความภาคภูมิใจในตนเอง ความรับผิดชอบต่อสังคม ความสามารถในการสร้างสัมพันธภาพและการสื่อสาร ความสามารถในการจัดการอารมณ์อารมณ์และความเครียด สามารถคิดวิเคราะห์และเกิดความคิดสร้างสรรค์

ชลวิทย์ บุญศรี (2549) ศึกษาเรื่องแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จากผลการศึกษาพบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูง แต่มีเจตคติเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แก่ ปัจจัยด้านครอบครัว ปัจจัยด้านอารมณ์ ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยด้านทรัพยากร แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาพบว่า ตนเองต้องรู้จักการปฏิเสธเมื่อมีคนชวน การสร้างความอบอุ่นในครอบครัว การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และชุมชน ครอบครัวมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และเป็นแบบอย่างที่ดี

เทวรัตน์ ชันเดช (2553) ศึกษาเรื่องการศึกษาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในหมู่บ้านชนบทแห่งหนึ่ง จังหวัดกาฬสินธุ์ จากการศึกษาพบว่านักเรียนหญิงดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเมื่ออายุ 14.3 ปี บุคคลที่ดื่มด้วยครั้งแรกคือเพื่อน สถานที่ดื่มครั้งแรกคือบ้านเพื่อน สาเหตุของการดื่มคืออยากลอง ความถี่และเป้าหมายในการดื่มคือใน โอกาสเทศกาลงานบุญและโอกาสพิเศษ และสามารถหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จากร้านค้าในชุมชน เหตุผลในการดื่มเพื่อเข้าสังคม แสดงความเป็นพวกพ้อง และเพื่อให้เกิดความสนุกสนาน และแอลกอฮอล์ส่งผลต่อชีวิตของตนเอง เช่น ขาดเรียน ผลการเรียนตกต่ำ ประสบอุบัติเหตุ และนำมาซึ่งยาเสพติดประเภทอื่นๆ

พจนานาวรัตน์ (2551) ศึกษาเรื่องการออกแบบสารในการรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อมวลชนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการออกแบบสาร การถ่ายทอดสาร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและการออกแบบสาร จากผลการวิจัยพบว่ากระบวนการการถ่ายทอดสารประกอบไปด้วยการกำหนดประเด็นและเป้าหมายในการรณรงค์ การสร้างสาร และการปรับปรุงและคัดเลือกสารก่อนนำไปสู่การผลิตเป็นสโปตโฆษณาเพื่อการรณรงค์เผยแพร่ทางโทรทัศน์ต่อไป ในขณะที่การถ่ายทอดสารเริ่มจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์ของการวางแผนสื่อ การกำหนดกลยุทธ์แผนสื่อ และการติดตามและประเมินผล ซึ่งผู้ส่งสารเพื่อการรณรงค์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ส่งสารที่ทำหน้าที่กำหนดประเด็นหลัก กลุ่มเป้าหมาย และเป้าหมายของการรณรงค์ให้เป็นไปตามแนวทาง และผู้ส่งสารจากฝ่ายสร้างสรรค์ของบริษัทโฆษณา ซึ่งทำหน้าที่ออกแบบองค์ประกอบด้านภาพ เสียง และข้อความ ให้ปรากฏในสื่อรณรงค์ ซึ่งสื่อรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพต้องสามารถโน้มน้าวใจกลุ่มผู้รับสารให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สารสามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และส่งผลต่อความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรม

ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ให้ข้อเสนอแนะจากการจัดทำโครงการประเมินผล การรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2560” กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไปใน 12 จังหวัดทั่วภูมิภาคของ ประเทศว่า 1) การจัดกิจกรรมหรืออีเว้นท์ (Ground War) สร้างการรับรู้ต่อการรณรงค์ได้น้อยเพราะยังไม่ มีมาก ซึ่งการจัดกิจกรรมจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้โดยตรง และมีอิทธิพลสูงกว่าการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ (Air War) จึงควรขยายการทำกิจกรรมให้มากขึ้น 2) แคมเปญ “พักดับ” เป็นมิติด้านสุขภาพที่ใช้ รณรงค์ นับเป็นการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ตรงประเด็น เพราะคนส่วนใหญ่ต่างเข้าใจดีว่าการดื่มมีผลเสียต่อดับ จึงควรนำเสนอในประเด็นดังกล่าวต่อไป และอาจเสริมมิติด้านเศรษฐกิจเข้าไปด้วย ทั้งเศรษฐกิจครัวเรือน และเศรษฐกิจของประเทศ 3) โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด จึงยังควรใช้เป็นช่องทางหลัก ในการรณรงค์ต่อไป และควรใช้ประโยชน์จากสื่อ Social Network ให้มากขึ้น เพราะมีอิทธิพลสูงต่อการ สร้างกระแสสังคม 4) จากที่พบว่านักดื่มปัจจุบันมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นสูงที่สุดในรอบ 5 ปี จึงควรมีการทบทวน ในเชิงนโยบายหรือมาตรการ โดยกลุ่มเป้าหมายควรครอบคลุมทั้งเยาวชนที่มีโอกาสเข้ามาเป็น “นักดื่มหน้า ใหม่” และกลุ่มผู้ใหญ่ที่เป็น “นักดื่มหน้าเก่า” อีกทั้งควรเฝ้าระวังการดื่มของผู้หญิงที่มีแนวโน้มดื่มเพิ่ม มากขึ้น

จากการทบทวนรายงานสถานการณ์ สถิติข้อมูล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถสรุป ประเด็นสำคัญเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ ได้ดังนี้

1. การแก้ไขและป้องกันปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ควรเน้นที่เยาวชนที่มีแนวโน้มเป็น “นักดื่มหน้า ใหม่”
2. แนวทางการป้องกันปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์จะมีประสิทธิภาพต้องอาศัยความร่วมมือจากหลาย ฝ่าย การร่วมมือกันทั้งในระดับครอบครัว เพื่อน ชุมชน ผู้นำชุมชน โรงเรียนในชุมชน ผู้นำสถานศึกษา

มหาวิทยาลัย หน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชน กล่าวได้ว่า แนวทางการป้องกันปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ หรือการลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่ต้องอาศัยความร่วมมือเป็นเครือข่าย

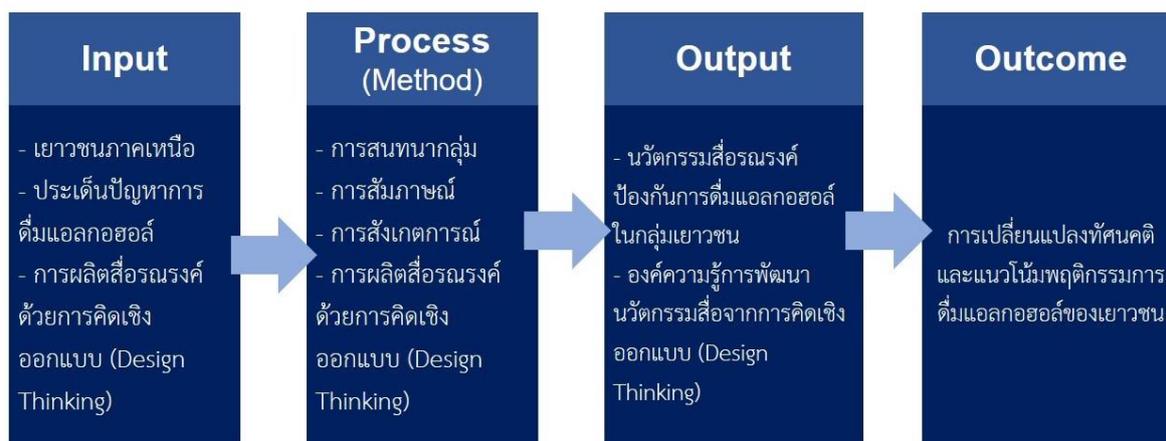
3. เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของการดื่มสุราเป็นอย่างดี แต่มีทัศนคติ หรือความคิดต่อการดื่มแอลกอฮอล์ในเชิงบวก

4. การทำกิจกรรมกลุ่มก่อให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้เกิดทักษะในการ ป้องกันตนเองด้านการตระหนักรู้ในตนเอง ความภาคภูมิใจในตนเอง ความรับผิดชอบต่อสังคม ความสามารถในการสร้างสัมพันธ์ภาพและการสื่อสาร ความสามารถในการจัดการอารมณ์และความเครียด สามารถคิดวิเคราะห์และเกิดความคิดสร้างสรรค์

จะเห็นได้ว่าประเด็นจากข้อค้นพบในงานวิจัยและรายงานสถานการณ์ปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ ต่างๆ เห็นสอดคล้องกันว่าหนึ่งในแนวทางการรณรงค์ประเด็นปัญหาแอลกอฮอล์แนวควรมุ่งเน้นไปที่ เยาวชนเพื่อลดจำนวน “นักดื่มหน้าใหม่” ผ่านการดำเนินกิจกรรมที่จะทำให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมในการ วิเคราะห์ปัญหาและร่วมระดมความคิดเห็นหาทางออกของปัญหาไปด้วยกัน และยังสอดคล้องกับ ข้อเสนอแนะจากนักวิชาการและภาคประชาสังคมที่ได้ยื่น 20 ข้อเสนอควบคุมสุราในการประชุมวิชาการ สุราระดับชาติ วันที่ 21-22 พ.ย. 61 ว่า ควรเพิ่มกิจกรรมเชิงบวกให้เด็กและเยาวชนเข้าถึงช่องทางที่เป็น ทางเลือก

ทั้งนี้ โครงการวิจัยนี้จึงตั้งใจต่อยอดตามแนวทางการรณรงค์ดังกล่าวผ่านองค์ความรู้วิธีคิดเชิง ออกแบบ (Design Thinking) ได้แก่ การค้นหาปัญหา การสร้างสรรค์ไอเดีย และการทดสอบ มาเป็นแนวทาง ในการทำกิจกรรมกับกลุ่มเยาวชนใน 3 จังหวัดภาคเหนือ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประเด็นการดื่ม แอลกอฮอล์และมุมมองความคิดเห็นต่อปัญหาที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ นำมาสร้างสรรค์พัฒนาสื่อ รณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อแอลกอฮอล์ซึ่งนำไปสู่แนวโน้มพฤติกรรมการปฏิเสธการดื่ม แอลกอฮอล์ของเยาวชน ป้องกันปัญหาการเพิ่มขึ้นของจำนวน “นักดื่มหน้าใหม่” ต่อไปในอนาคต ตลอดทั้ง ผลจากการศึกษาครั้งนี้ยังจะได้แนวทางหรือองค์ความรู้ในการสื่อสารรณรงค์ประเด็นปัญหาสังคม (Social Issue) ด้วยการใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบมาเป็นกลไกในการทำงานเพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่ออื่นๆ ที่ เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 5 แสดงกรอบแนวคิด

วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคเหนือ
2. เพื่อพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)
3. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคเหนือ

กลุ่มเป้าหมาย และพื้นที่ดำเนินการ

กลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินโครงการออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มเป้าหมายหลักในการดำเนินโครงการ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการพัฒนานวัตกรรมสื่อสำหรับเยาวชนและการประเมินผลนวัตกรรมสื่อเชิงคุณภาพผ่านการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ เยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 จากโรงเรียนมัธยมศึกษา 3 แห่ง ใน 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย พะเยา และเชียงใหม่ โดยแบ่งกลุ่มที่ทำการศึกษาออกเป็น โรงเรียนละ 30 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเลือกโรงเรียนมัธยมศึกษาด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยคัดเลือกโรงเรียนที่มีความเต็มใจและสะดวกในการให้นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 30 คนเข้าร่วมการดำเนินกิจกรรมของโครงการทุกขั้นตอน

2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของกับโครงการและประเด็นปัญหาการดื่มสุราในกลุ่มเยาวชน (Stakeholders) อาทิ นักวิชาการด้านสื่อ นักวิชาการด้านศิลปะและการออกแบบ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ครู โรงเรียนมัธยมศึกษา กลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้องในโรงเรียนมัธยมศึกษา พ่อแม่หรือผู้ปกครอง เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมใน

กระบวนการประเมินผลนวัตกรรมสื่อครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 เพื่อเป็นข้อมูลการประเมินผลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์ (Interview)

3) บุคคลที่ได้รับชมผลงานสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งจะมีส่วนร่วมในกระบวนการประเมินผลสื่อครั้งที่ 2

พื้นที่ดำเนินการ

การศึกษาในครั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยได้อ้างอิงจากข้อมูลของผลสำรวจพฤติกรรมการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2560 พบว่า จังหวัดที่มีอัตราผู้ดื่มสุราอย่างสม่ำเสมอเกินกว่าร้อยละ 40 ได้แก่ เชียงราย ลำพูน พะเยา น่าน และสุรินทร์ ด้านรายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปี พ.ศ. 2556 พบว่า พะเยา เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง และแม่ฮ่องสอน เป็นจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มความเสี่ยงและมีอัตราการดื่มสูงที่สุดในประเทศติดต่อกันหลายปี โดยเฉพาะมีนักดื่มในกลุ่มวัยทำงานและวัยรุ่นมากที่สุด ด้วยเหตุนี้ทางผู้วิจัยจึงได้เลือกพื้นที่ในการศึกษาเป็นโรงเรียนมัธยมศึกษา 3 แห่ง ใน 3 จังหวัด ได้แก่

- 1) โรงเรียนแม่ลาววิทยาคม จังหวัดเชียงราย
- 2) โรงเรียนแมริมวิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่
- 3) โรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคม จังหวัดพะเยา

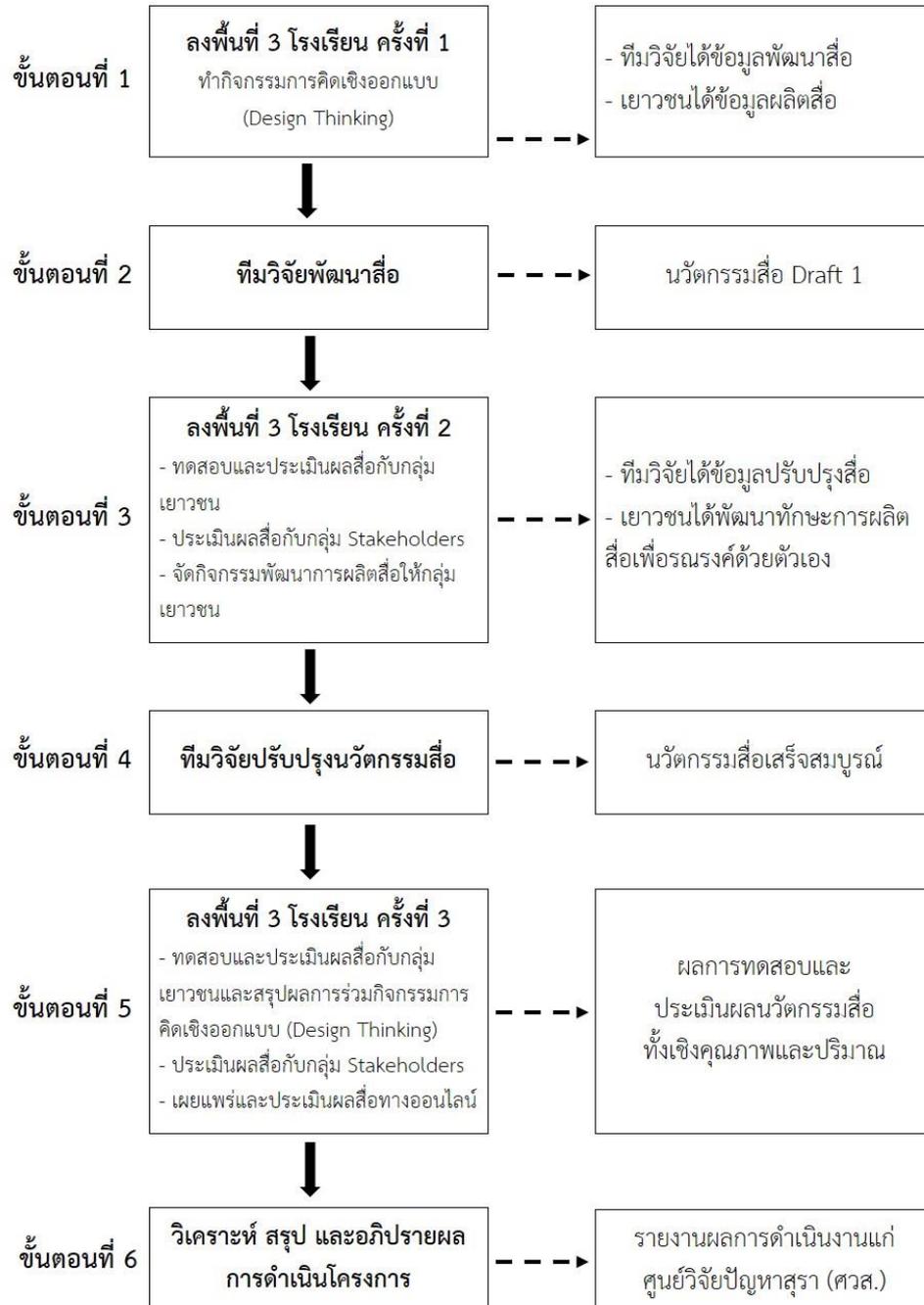
ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน คือ 1 เมษายน 2563 – 31 มีนาคม 2564 แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถดำเนินกิจกรรมกับโรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่เป้าหมายได้ จึงจำเป็นต้องขอขยายระยะเวลาในการดำเนินโครงการจนถึง 31 ธันวาคม 2564

ผลการดำเนินงาน

1. ผลการดำเนินงานที่ได้ตามตัวชี้วัด/เป้าหมายของโครงการ

ผลการดำเนินโครงการตั้งแต่ 1 เมษายน 2563 – 31 ธันวาคม 2564 ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามขั้นตอนการดำเนินโครงการทั้งสิ้น 6 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 6 แผนงาน (Flow Chart) แสดงขั้นตอนการดำเนินงานโครงการ

ขั้นตอนที่ 1 ได้แก่ การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมกับโรงเรียนมัธยมศึกษาเป้าหมาย 3 แห่ง ครั้งที่ 1
การดำเนินงาน ผู้วิจัยลงพื้นที่ 3 โรงเรียน ใน 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ และพะเยา ครั้งที่ 1
เพื่อจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) และทำกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

เป้าหมาย 1) ผู้วิจัยได้ข้อมูลเชิงลึกและต้นแบบสื่อ (Prototype) จากเยาวชนกลุ่มเป้าหมายสำหรับ
นำมาใช้ในขั้นตอนการพัฒนาวัตกรรมการสื่อ และ 2) เยาวชนได้ข้อมูลและต้นแบบสื่อ (Prototype) สำหรับ
นำมาใช้ในกิจกรรมสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ด้วยตัวเอง

รายละเอียดการดำเนินงาน

ส่วนที่ 1 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อทราบข้อมูล 1) สภาพการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ของนักเรียนมัธยมปลายในโรงเรียนในพื้นที่เป้าหมาย 2) ทักษะด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่ม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 3) ทักษะด้านผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. สภาพการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย

1.1 พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย

จากการศึกษานักเรียนชั้นมัธยมปลายใน 3 จังหวัดภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่
จังหวัดเชียงราย และจังหวัดพะเยา จำนวน 90 คน พบว่ามีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบนานๆ
ครั้ง โดยจะสังสรรค์เมื่อมีงานเทศกาล หรือวาระโอกาสต่างๆ เช่น งานวันเกิด สำเร็จการศึกษา หรืองานที่มี
การรวมกลุ่มกันในรูปแบบของเครือข่าย เช่น งานบุญ หรืองานศพ นักเรียนหญิงคนหนึ่งกล่าวว่า “ปกติก็จะ
กินช่วงงานเลี้ยง วันเกิด ปอยหลวง ขึ้นบ้านใหม่ งานเทศกาลทั่วไป เพราะถ้าไม่ใช่พวกวันพิเศษหรืองาน
เทศกาลก็จะไม่ได้เงินจากพ่อ แต่ที่เริ่มกินครั้งแรกคือตอนวันเกิดยาย ญาติๆ ชวนก็เลยลองดู” ส่วนนักเรียน
ชายอีกคนที่จุดเริ่มต้นมาจากการดื่มเหล้าในงานเลี้ยงจบการศึกษา จนกลายเป็นนักดื่มในปัจจุบันเล่าว่า “ครั้งแรก
ที่กินคือเพื่อนชวนวันที่เรียนจบม.3 ก็คิดว่าเป็นงานเลี้ยงฉลองที่เรียนจบ ก็เลยโอเคลองดู หลังจากนั้นก็
กินมาเรื่อยๆ”

สำหรับกลุ่มที่มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำตั้งแต่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
ไปจนถึง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จะเป็นลักษณะของการรวมกลุ่มของเพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้องที่รู้จักกัน หรือทำ
กิจกรรมร่วมกัน นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “แล้วแต่ว่ารุ่นพี่ หรือเพื่อนจะชวนวันธรรมดาที่กิน กินวันวัน
วัน วันพิเศษ ถ้ารุ่นพี่ชวนบ่อยก็หลายวันติดๆ กัน บางทีไปทำกิจกรรมข้างนอก เสร็จงานก็จะแวะตามบ้าน
เพื่อนหรือรุ่นพี่” เด็กนักเรียนหญิงอีกคนที่มีนิสัยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อนเป็นประจำ กล่าวว่า “ส่วน
ใหญ่จะไปกินกับเพื่อนในชั้นเรียนเดียวกันหรือพี่ที่สนิทๆ ชวน โดยมีโค้ดลับคือหมูกระทะ ถ้าพูดถึงหมู
กระทะก็ต้องมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ค่ะ เพราะว่าของมันต้องมี”

ค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละครั้งจะเริ่มตั้งแต่ 100 บาท ไปจนถึง 1,000
บาทต่อครั้ง ทำให้ความถี่ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นอยู่กับจำนวนเงินที่นักเรียนมีอยู่ ณ ขณะนั้น
ด้วย เด็กนักเรียนชายคนหนึ่งบอกว่า “ไปกินครั้งนึงก็ 300 บาทขึ้น ถ้าไปกินบ้านเพื่อนก็ไม่ค่อยแพง แต่ถ้าไป

กินที่ร้าน บางทีก็จ่ายเป็นพัน” เด็กนักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าถึงค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งสำหรับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า “จ่ายกันบางทีก็ร้อย สองร้อยบ้าง หารๆ กัน ถ้าคนเยอะก็จ่ายน้อยหน่อย มีคนช่วยหาร”

1.2 อายุเริ่มแรกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กลุ่มตัวอย่างเริ่มทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกเริ่มตั้งแต่ชั้นประถม แต่ส่วนใหญ่เริ่มเมื่อเข้าสู่ชั้นมัธยมต้น โดยยอมรับว่าเริ่มจากการชักชวนของเพื่อน และครอบครัว โดยพบว่าบางคนแค่อยากลองชิมรสชาติของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าประสบการณ์การดื่มครั้งแรกของเขาว่า “ตอนนั้นอยู่ประมาณประถม ที่บ้านมีงานเลี้ยง เห็นญาติๆ กินก็เลยเดินเข้าไปถามเขาว่าอร่อยมั๊ย เขาก็เลยยื่นให้ลองกินดู ก็เลยลองกิน” นักเรียนหญิงอีกคนเล่าว่า “กินตอนม.ต้น เพื่อนชวนกิน ตอนนั้นก็อยากรู้ว่ารสมันเป็นแบบไหน ก็ชิมๆ ดู ครั้งแรกไม่ชอบนะรู้สึกฝืด กลัวพ่อแม่รู้ด้วย แต่ไปๆ มาๆ ตอนนี้ก็กินเรื่อยๆ”

1.3 การเป็นนักดื่มเต็มตัว

หลังจากประสบการณ์ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครั้งแรก บางคนตั้งใจในรสชาติหรือเกิดจากความสนุกสนาน ดื่มแล้วไม่มีใครห้าม หรือพ่อแม่ผู้ปกครองไม่รู้ ทำให้ในครั้งต่อๆ มา การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องง่ายขึ้น เด็กนักเรียนหญิงที่กลายมาเป็นนักดื่มเต็มตัวเล่าว่า “กินเพราะว่าอร่อยดี แล้วเวลาอยู่ด้วยกันกับเพื่อนก็สนุกดี เลยแอบไปกินกับเพื่อนบ่อยๆ หรือวันที่พ่อแม่ไม่อยู่บ้านก็กินอยู่บ่อยๆ ทั้งที่บ้านตัวเองกับแอบไปกินที่บ้านเพื่อน บางทีได้อยู่กับเพื่อนมันได้ระบาย บรรเทาความเครียด”

ในกรณีที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครอง เพราะมองว่าเป็นทักษะในการเอาตัวรอดในสังคม นักเรียนหญิงคนหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผู้ปกครองเล่าว่า “ที่บ้านเป็นคนให้ลองเพื่อให้รู้ลิมิตตัวเอง เลยกินแต่พอดีเพราะที่บ้านมีกรณีศึกษาจากพ่อ และพี่ที่เคยพลาดมาแล้ว แต่ที่บ้านก็เตือนเป็นพักๆ และชอบให้ซื้อหมากินที่บ้านมากกว่า ตอนที่กินก็ชอบนะ ชอบบรรยากาศในวงเหล้า บางทีไม่ได้กินก็ไปนั่งฟังผู้ใหญ่เค้าพูดกัน” เด็กนักเรียนชายอีกคนเล่าว่า “ดื่มที่บ้านกับพ่อวันเว้นวัน เพราะว่าพ่อดื่มทุกวันเลยชวนทุกวัน พ่อก็บอกว่ากินให้รู้ไว้”

1.4 การรวมกลุ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นักเรียนมีการรวมกลุ่มกันดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังเลิกเรียน และช่วงวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ โดยการรวมกลุ่มกันมีทั้งที่เป็นเพื่อนวัยเดียวกัน และเพื่อนที่เป็นรุ่นพี่ที่เรียนหนังสืออยู่ในโรงเรียนเดียวกัน และจบออกไปแล้ว หรือเพื่อนต่างโรงเรียน นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า “ก็กินกับเพื่อนๆ หรือไม่ก็กินกับรุ่นพี่ที่จบไปแล้ว หรือบางทีก็เพื่อน โรงเรียนอื่นที่ไปเจอกัน ตอนแข่งบอล ส่วนใหญ่ก็จะกินกันค้ำๆ ตามบ้านเพื่อนหลังเลิกเรียน ไม่ก็เสาร์ อาทิตย์ เพราะไม่มีเรียน”

นอกจากนี้ ยังมีการดื่มกันภายในครอบครัว ซึ่งมาจากการชักชวนของคนในครอบครัวหรือเครือญาติ นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าว่า “พ่อกินเหล้าทุกวัน แล้วพ่อก็จะชวนกิน ก็กินด้วย ไม่รู้จะปฏิเสธยังไง” เด็กนักเรียนหญิงอีกคนหนึ่งเล่าว่า “กินกับพี่สาวที่บ้าน หรือบางทีที่บ้านมีงาน ญาติๆ เค้าชวน ก็จะมีกินบ้าง”

1.5 ช่วงเวลาที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ช่วงเวลาตอนเย็น และค่ำหลังเลิกเรียน เป็นเวลาที่นักเรียนแต่ละคนมีเวลาว่าง เนื่องจากเป็นเวลากลางเลิกเรียนและไม่มีกิจกรรมอื่นๆ ที่ต้องทำ รวมไปถึงช่วงวันหยุดเสาร์ และอาทิตย์ ก็เป็นช่วงเวลาที่นักเรียนมีเวลาว่าง สามารถไปรวมกลุ่มเพื่อดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ เด็กนักเรียนหญิงคนหนึ่งบอกว่า “ส่วนใหญ่ก็กินหลังเลิกเรียน หรือบางทีถ้าไปตามร้านเหล้าก็ไปกินช่วงเสาร์อาทิตย์ เพราะไม่มีเรียน นอนดึก ตื่นสายได้”

1.6 สถานที่ดื่ม

1.6.1 บ้านเพื่อน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้านเพื่อนเนื่องจากง่ายและสะดวกในการรวมกลุ่ม นักเรียนหญิงคนหนึ่ง的去สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนที่บ้านเพื่อนเล่าว่า “ปกติถ้าจะไปก็จะไปกินที่บ้านเพื่อน หรือไม่ก็หอพักเพื่อนตามโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด ก็จะไปกิน”

1.6.2 บ้านตนเอง

จากการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าบุตรหลานของตนเองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือในบางคนมีประสบการณ์ครั้งแรก และครั้งต่อๆ มาจากการชักชวนของคนในครอบครัว นักเรียนชายคนหนึ่งที่ผู้ปกครองมักชักชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งเล่าว่า “ที่บ้านพ่อกินบ่อยกินทุกวัน จนพอผมโตขึ้นเค้าก็ชวนผมกินด้วย ผมก็กินบ้าง ไม่กินบ้าง ไม่บางทีก็กินกับพี่ชายเพราะพี่ชายมีร้านอาหาร ก็จะไปกินที่นั่น”

นอกจากนี้ นักเรียนบางคนยังเปิดบ้านของตนเองเพื่อต้อนรับเพื่อนในการรวมกลุ่มกันดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นักเรียนหญิงคนหนึ่งที่มีเมื่อมีการสังสรรค์ บ้านของนักเรียนหญิงคนนี้มีมักเป็นสถานที่ในการสังสรรค์บ่อยครั้ง “พ่อแม่เค้าเป็นห่วงถ้าจะออกไปที่ไหน ก็เลยบอกว่าถ้าจะกินก็มากินที่บ้าน แม่เค้าก็เตรียมกับแกล้มไว้ให้ด้วย แต่ถ้าเพื่อนมาบ้านหนูก็คือมีกฎเหล็กเลยว่ายึดกฎจราจรทุกคน ถ้ากินกินอนที่บ้านเลย ไม่ต้องขับรถ”

1.6.3 ร้านเหล้า

ร้านเหล้าเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างเลือก เนื่องจากมีความหลากหลายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เลือก ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกเข้าร้านเหล้าต่างๆ ครั้ง นักเรียนชายคนหนึ่งที่จบไปแล้วชอบชวนไปร้านเหล้าแถวๆ บ้าน เพราะไม่ค่อยเคร่งเรื่องการตรวจบัตร หรือบางทีไปร้านในเมือง คนที่ร้านก็จะรู้จักกับรุ่นพี่ เค้าก็จะไม่ว่าอะไร ให้เราเข้าไปได้ แต่จะไปกินนานๆ ครั้งเพราะว่ามันแพง แต่ที่ร้านก็จะมีเหล้าปั่นแบบที่เราไม่ค่อยได้กิน มีให้เลือกเยอะดี”

1.7 การได้มาซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การได้มาซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาจากการที่นักเรียนมัธยมปลายเสียเงินกันภายในกลุ่ม ซึ่งค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งเริ่มต้นตั้งแต่ 100 บาท ไปจนถึง 1,000 บาท ซึ่งเงินที่ใช้จ่ายเป็นค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นักเรียนได้มาจากค่าใช้จ่ายที่ผู้ปกครองจ่ายให้ หรือขอเพิ่มเติม หรือเป็นเงินที่นักเรียนเก็บออม

ไว้ เด็กนักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “จ่ายแต่ละทีก็แล้วแต่ ร้อยกว่าบาท สองร้อยกว่าบาท ถ้ามีคนไปเยอะก็จ่ายถูกหน่อย หนูก็จะมีเงินเก็บนิดหน่อยๆ ก็จะเอามาจ่ายตรงนี้” นักเรียนชายคนหนึ่งกล่าวว่า “เคยจ่ายเป็นพันก็มี แต่อันนั้นต้องไปร้านเหล้าจะแพง เงินที่ได้มาจากค่าขนม ถ้าไม่พอก็ขอเพิ่ม”

สำหรับแหล่งที่นักเรียนได้มาซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่หาซื้อได้จากร้านค้าในชุมชน เนื่องจากไม่มีการตรวจบัตร หาซื้อง่าย และราคาไม่แพง เด็กนักเรียนชายคนหนึ่งเล่าประสบการณ์การได้มาซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า “เวลาไปซื้อก็ซื้อจากร้านขายของแถวบ้าน เค้าก็ไม่ได้ตรวจอะไร บางทีก็แบ่งขายให้ ถ้าซื้อร้านแถวบ้านก็จะถูกกว่าไปซื้อที่เซเว่น”

2. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลายนั้น ประกอบไปด้วยหลากหลายปัจจัย ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย ได้แก่

2.1.1 ค่านิยม “ดื่มแล้วทำให้ดูเท่”

นักเรียนมีทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ตัวเองดูดี ดูเท่ เป็นการแสดงตัวตนว่าตนเองเป็นผู้ใหญ่แล้ว นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าว่า “ก็กินเหล้าแล้วมันก็ดูเท่ที่ดี แบบบางทีเห็นคนอื่นเอาลงในไอจีสตอรี่ว่าไปกินมานะ” นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “มันก็เหมือนเราโตแล้ว เรากินได้ ดูแลตัวเองได้ ดูแลเพื่อนได้”

2.1.2 การรับรู้ “แค่อยากรู้ว่ารสชาติเป็นอย่างไร”

นักเรียนมัธยมปลายส่วนใหญ่บอกว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะอยากรู้ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีรสชาติอย่างไร และอยากลองเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ นักเรียนหญิงคนหนึ่งที่เคยมาเป็นนักดื่มบอกว่า “ครั้งแรกที่ลองก็อยากรู้ว่ามันรสชาติยังไง ก็เลยลองหลังจากนั้นก็กินมาเรื่อยๆ”

2.1.3 การดื่มเป็นเครื่องมือที่ไว้สร้างความสนุกสนาน

นักเรียนหลายคนมองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วยสร้างความสนุกสนานในกลุ่มที่สังสรรค์กัน และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในกลุ่ม ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “ไม่ได้ชอบกิน แต่รู้สึกจะไปสังสรรค์กับเพื่อนแล้วสนุก รู้สึกดี รู้สึกสนุกสนานที่ได้คุยกับเพื่อนไปเรื่อยๆ ชอบบรรยากาศตอนนั้น” นักเรียนชายอีกคนเล่าว่า “ครั้งแรกตอนม.2 เคาท์ดาวนั้กับพี่ชายกินหนักมาก จนหลับไปเลย ไม่ชอบกินเพราะร่างกายแสงก็ แต่กินอีกเพราะบรรยากาศในวงเหล้ามันสนุก กินเหล้ากับคนที่เกลียดก็ได้ เพราะเดี๋ยวจินตึกันได้”

2.1.4 การดื่มเป็นเรื่องปกติที่ยอมรับได้

จากการศึกษา พบว่านักเรียนมองการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่พบเห็นได้ทั่วไป นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าว่า “เห็นบ่อยที่บ้านพ่อแม่จะกินกินกับญาติๆ หรือว่าเพื่อนก็จับกลุ่มกันบ่อย ผมก็เฉยๆ นะ ก็ไม่ได้รู้สึกแปลกอะไร”

นักเรียนที่แม้ว่าไม่ได้มีพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือไม่เคยทดลองมองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่พบเห็นได้ทั่วไป และนักเรียนบางคนยอมรับว่าตนเองไม่ได้มีทัศนคติทางด้านลบเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นักเรียนหญิงคนหนึ่งที่ไม่ได้มีพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่มีทัศนคติว่าแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่ยอมรับได้ “ไม่ได้รู้สึกบวกรหรือลบกับมัน เห็นคนในครอบครัวกิน พ่อกินที่เฉยๆ ถ้าในอนาคตมีแฟนแล้วแฟนดื่มก็รับได้ไม่ได้ว่าอะไร”

2.1.4 การดื่มเพื่อลืมปัญหา

ปัญหาที่นักเรียนส่วนใหญ่มองว่าตนเองต้องเผชิญและหาทางออกไม่ได้ คือปัญหาทางด้านความรัก และบุคคลที่นักเรียนมักเลือกปรึกษาและคิดถึงเป็นอันดับแรกคือเพื่อน นอกจากนี้ นักเรียนมองว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องมือที่ทำให้บรรเทาความรู้สึกเจ็บปวด และช่วยให้ลืมเหตุการณ์อันเจ็บปวด แม้ชั่วครั้งชั่วคราวก็ยังดี นักเรียนหญิงคนหนึ่งที่มีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื่องจากผิดหวังในความรักเล่าว่า “ออกหักก็เลยกิน พอมาแล้วก็ลืม ก็เหมือนเราได้ระบายความรู้สึกของเราออกมาด้วย” เด็กนักเรียนชายคนหนึ่งกล่าวว่า “บางทีเครียดๆ จากเรื่องเรียน เรื่องที่บ้านก็กินมันก็คลายเครียดได้”

จากการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า นักเรียนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเกิดจากทัศนคติที่มองว่าบุคคลที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ดื่มแล้วเท่ คุยเป็นผู้ใหญ่นอกจากนี้มองว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะช่วยสร้างบรรยากาศที่สนุกสนาน เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่ม และดื่มเพื่อให้อืมปัญหา

2.2 ปัจจัยด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ปัจจัยด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการดื่มของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องตลาดมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบแม้ว่าไม่เคยดื่ม แต่การพบเห็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากร้านค้า ก็สามารถชักจูงใจให้อยากลิ้มลองได้เช่นกัน โดยกลุ่มตัวอย่างหลายคนบอกว่า เลือกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะติดใจในรสชาติ นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “ถ้าเป็นเหล้าเลยไม่ชอบค่ะ มันไม่อร่อย หนูชอบที่มันหวานๆ แบบน้ำผลไม้ กินง่ายกว่า อร่อยกว่า ชอบกว่า” นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าถึงความรู้สึกต่อรสชาติของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เขาเคยลองว่า “ผมว่าเบียร์กินง่ายกว่าเหล้ากินเข้าไปแล้วเสບคอเสบท้อง”

นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อยากทดลองดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามรูปแบบและเนื้อหาของสื่อที่ตนเปิดรับ แม้ว่าในประเทศไทยจะมีกฎหมายควบคุมการโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดเจน แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างหลากหลาย รวมไปถึงการรับชมซีรีส์จากต่างประเทศผ่านทางสื่อ

อินเทอร์เน็ต จึงสามารถพบเห็นสินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์จากสื่อเหล่านั้นได้ และนำไปสู่การอยากลิ้มลองรสชาติของเครื่องดื่ม นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าถึงการเปิดรับชมซีรีส์จากต่างประเทศ และพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า “เคยเห็น โชนูในซีรีส์เกาหลี หนูไม่เคยลองแต่เห็นพระเอกนางเอกกินก็อยากรู้ว่ามันเป็นยังไง ถ้ามีโอกาสก็จะลองดู” นักเรียนหญิงอีกคนหนึ่งบอกว่า “เห็นในซีรีส์ เลยลองกินดู บางรสก็อร่อย บางรสก็ไม่อร่อย แต่ไม่ได้กินอีกแล้วเพราะว่าแพงเกินไป” นักเรียนหญิงคนหนึ่งซึ่งชอบคิดปินจากต่างประเทศกล่าวว่า “อยากลองที่มีฟริเซนเตอร์มากกว่าเพราะว่าชอบเคเนี่ยลคะ พอเห็นเขาเป็นฟริเซนเตอร์เลยอยากลองคะ” นักเรียนหญิงอีกคนหนึ่งกล่าวว่า “อยากลองเหมือนกันคะเพราะว่าชอบไอยู แต่ไม่ได้ชอบตัวโชนูมากขนาดนั้น”

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความหลากหลายในรูปแบบและรสชาติ และการเปิดรับสื่อ ก็สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความอยากรู้อยากลอง หรือติดใจในรสชาติได้เช่นกัน

2.3 ปัจจัยด้านครอบครัว

2.3.1 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลในครอบครัวเป็นเรื่องปกติ

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง อีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลได้แก่ปัจจัยด้านครอบครัว เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่บุคคลในครอบครัวมีพฤติกรรมกรรมการดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำมีโอกาสมองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป เด็กนักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “เห็นพ่อกับแม่กินบ่อยๆ ก็ไม่ได้รู้สึกอะไรเหมือนมันเป็นกิจวัตรของเขา”

2.3.2 ผู้ใหญ่ในบ้านเป็นคนให้เด็กดื่ม

กลุ่มตัวอย่างหลายคนบอกว่าประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรกมาจากบุคคลใกล้ชิด เครือญาติ หรือพ่อแม่เป็นคนชักชวนให้ดื่ม เด็กนักเรียนชายคนหนึ่งเล่าว่า “เห็นพ่อตั้งวงกินกับลุงทุกวัน บางทีพ่อชวน ลุง พี่ชายชวนผมก็ไปกินด้วยบ้าง” เด็กนักเรียนหญิงอีกคนเล่าว่า “กินครั้งแรกตอนเด็กๆ พ่อกับแม่ให้ลองกินเพื่อจะรู้ว่ามันเป็นยังไง พอโตขึ้นมาหน่อยก็เลยดื่ม”

นอกจากนี้ บุคคลในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างยังมีความเชื่อว่าการหัดให้บุตรหลานมีประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันการถูกมอมเหล้าจากบุคคลอื่น เด็กนักเรียนชายคนหนึ่งเล่าว่า “พ่อบอกถ้าจะลองกินก็ลองกินไป แต่ถ้าหลังจากนั้นไม่รู้เรื่องก็ไม่ต้องกินก็ได้ ให้ลองไปเลย ลองเต็มที่ถ้าเกิดมันรู้แล้วมันจะหยุดเอง” เด็กนักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “พ่อแม่รู้ว่ากิน แต่ไม่ได้ทำอะไร พ่อบอกว่าลองให้รู้เวลาโดนมอมจะได้เอาตัวรอดได้”

2.4 ปัจจัยด้านเพื่อน

ปฏิเสธไม่ได้ว่า สำหรับนักเรียนมัธยมปลาย เพื่อนเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสำหรับช่วงชีวิตวัยรุ่น และการต้องการได้รับการยอมรับจากเพื่อน หรือการสร้างเอกลักษณ์ประจำกลุ่ม รวมถึงพฤติกรรมกลุ่มนั้น ล้วนมีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย โดยพบว่าหนึ่งในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนหนึ่งเกิดจากการชักชวนของเพื่อน เด็กนักเรียนชายคนหนึ่ง

เล่าว่า “กินจริงจังก่อนม.5 ที่บ้านเพื่อนเพราะเพื่อนชวน ไม่ได้กินบ่อย กิน3ครั้งต่ออาทิตย์” เด็กนักเรียนชายคนหนึ่งกล่าวว่า “รู้สึกว่าการเข้านั้นเป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม”

นอกจากนี้ยังพบการนัดรวมกลุ่มเพื่อนนักเรียนเพื่อชักชวนกันดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือเปิดบ้านของตนเองเพื่อให้เป็นสถานที่สังสรรค์กันในกลุ่มเพื่อน เด็กนักเรียนหญิงที่มักเปิดบ้านให้กลุ่มเพื่อนไปสังสรรค์กล่าวว่า “บ้านหนูเป็นแหล่งที่เพื่อนๆ จะมา คิดว่ากินที่บ้านเราก็ปลอดภัยกว่าไปกินที่อื่น”

2.5 ปัจจัยด้านสังคม ชุมชน และสภาพแวดล้อม

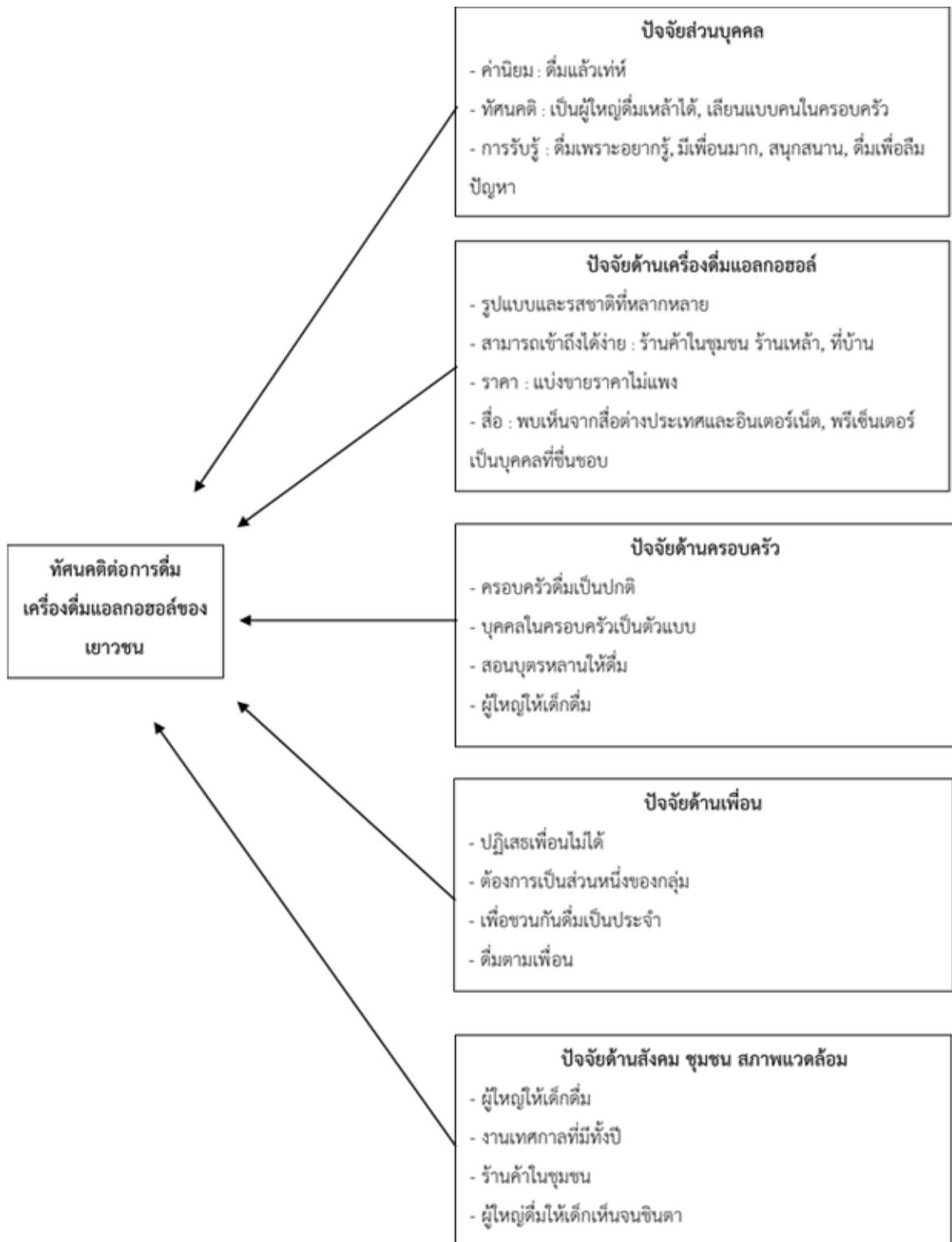
บริบทของสังคม ชุมชน และสภาพแวดล้อมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย

การที่ผู้คนในชุมชนมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เห็นจนชินตา ทำให้นักเรียนมัธยมปลายมองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติที่ใครๆ ก็ทำกัน เด็กนักเรียนชายคนหนึ่งเล่าว่า “ก็เห็นได้ทั่วไปนะ ตกเย็นตอนกลับบ้านก็จะเห็นลุงๆ แถวบ้านไปนั่งกินกันตามร้านขายของ”

บริบททางวัฒนธรรมที่มักจะมีการกินดื่มสังสรรค์กันในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ งานบุญ งานศพ งานคอนเสิร์ต งานวันเกิด ล้วนแล้วแต่เป็น โอกาสให้มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น นักเรียนชายคนหนึ่งที่ปัจจุบันเป็นนักดื่มเล่าว่า “กินครั้งแรกตอนงานวันเกิดเพื่อนตอนม.2 จนตอนนี้ก็กินทุกวัน” นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “พ่อแม่จะให้กินแค่ช่วงเทศกาล เช่นปีใหม่ สงกรานต์ ลอยกระทง หรืองานวันเกิดเพื่อน”

รวมไปถึงร้านค้าในชุมชน ร้านขายของชำ ร้านเหล้า เป็นแหล่งที่นักเรียนมัธยมปลายสามารถซื้อหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาได้ นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าว่า “ถ้าจะซื้อก็จะฝากพี่ที่รู้จักซื้อ แต่ถ้าไปซื้อเองก็จะซื้อร้านขายของแถวบ้าน” นักเรียนหญิงคนหนึ่งบอกว่า “ปกติไปร้านเหล้าก็จะไปกับพวกรุ่นพี่ ก็จะเป็นร้านที่รู้จักของพวกรุ่นพี่แถวๆ บ้าน เพราะเค้าไม่เคร่ง เค้าไม่มาตรวจบัตร”

สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลายประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ความอยากรู้อยากลอง ความสนุกสนาน ดื่มแล้วเท่ หรือเจตคติที่มีต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความหลากหลายของรสชาติ รูปกลิ่น และสีกลิ่น ปัจจัยด้านครอบครัว เช่น เจตคติที่ผู้ปกครองมีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การชักชวนให้บุตรหลานดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยด้านเพื่อน เช่น การชักชวนกันในกลุ่มเพื่อน การอยากเป็นที่ยอมรับหรือการไม่สามารถปฏิเสธเพื่อนได้ ปัจจัยด้านสังคม ชุมชน และสภาพแวดล้อม เช่น การสังสรรค์ของผู้คนในชุมชน งานเทศกาลต่างๆ และร้านค้าในชุมชน ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเชื่อมโยงสัมพันธ์กันและมีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย



ภาพที่ 7 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย

3. ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการศึกษานักเรียนมัธยมปลายใน 3 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดพะเยา พบผลกระทบและโทษจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

3.1 ทำให้เสียสุขภาพและกระทบต่อการเรียน

นักเรียนมัธยมปลายทราบถึงผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าทำให้ผู้ดื่มมีอาการมึนเมา บางคนดื่มจนเสียสุขภาพ และเกิดอาการเจ็บป่วยตามมา นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าถึงประสบการณ์การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า “เคยดื่มตอนปีใหม่ที่บ้านกับพี่ชาย กินหนักเลยกินจนหลับไป พอตื่นมาก็อ้วกและก็แสงค์ ปวดหัวไปหมด กินข้าวไม่ได้เลย” นักเรียนชายคนหนึ่งกล่าวว่า “รู้ว่ากินเหล้าแล้วไม่ดีส่งผลต่อร่างกาย กินแล้วไม่มีสติ ส่งผลต่อดัชนี ไต ส่งผลต่อเรื่องเรียน กินแล้วความจำไม่ดีเวลาเรียนจำอะไรไม่ค่อยได้ มีกลิ่นปากด้วย”

นอกจากนี้ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีผลทำให้ร่างกายอ่อนเพลีย ง่วงนอน ในบางคนมีผลกระทบต่อการเรียน เรียนไม่รู้เรื่อง นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “เคยไปกินงานวันเกิดเพื่อน แล้วเมา ตื่นมาแล้วมันแสงค์ มันอื่นๆ วันนั้นก็เรียนไม่ได้ทั้งวันเลย”

3.2 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้สุ่มเสี่ยงต่อการทะเลาะวิวาท

ในบางครั้งการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็นำมาซึ่งเหตุของการทะเลาะวิวาท เนื่องจากขาดสติ และการยับยั้งชั่งใจลดลง นักเรียนชายเล่าถึงประสบการณ์ที่ตนเองพบเจอขณะดื่มสังสรรค์ว่า “เคยครั้งหนึ่ง ก็นั่งกินอยู่ด้วยกันเนี่ยแหละ แล้วเพื่อนมันพูดอะไรไม่รู้ไม่เข้าใจกันมันก็ลุกขึ้นชกกันเลย” นักเรียนหญิงอีกคนเล่าว่า “ถ้าพ่อกินเหล้ากลับมาที่ทะเลาะกับแม่ทุกครั้ง ก็จะมีเรื่องใช้กำลังกัน”

3.3 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เกิดอุบัติเหตุขณะขับขี่

ฤทธิ์ของแอลกอฮอล์ทำให้การรับรู้และความสามารถในการตัดสินใจลดน้อยลง ร่างกายรู้สึกอ่อนเพลีย การประสานงานของการเคลื่อนไหวร่างกายและความระแวดระวังลดลง ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้ผู้ที่ขับขี่ขณะมึนเมามีโอกาสเกิดอุบัติเหตุได้ นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าเรื่องของเพื่อนรุ่นพี่ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับขี่รถจนเกิดอุบัติเหตุ “เพื่อนรุ่นพี่เคยกินเหล้าแล้วเมา จั๊มมอเตอร์ไซค์และรถชนหัวฟาด เกือบตายนะจนตอนนี้ก็ไม่กลับมาเป็นเหมือนเดิม” นักเรียนชายคนหนึ่งเล่าว่า “ผมเคยกินแล้วเมาแล้วเอารถไปล้มกับเพื่อนอีกคน ก็เจ็บเข้าโรงพยาบาล”

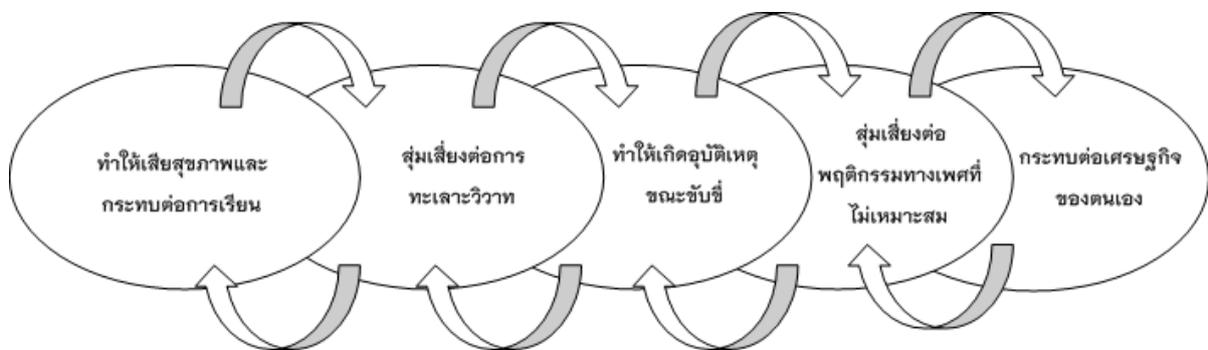
3.4 การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการสุ่มเสี่ยงต่อพฤติกรรมทางเพศ

ดังที่กล่าวมาข้างต้น ว่าฤทธิ์จากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้การรับรู้ และความสามารถในการตัดสินใจลดลง ช่วยเหลือตัวเองได้น้อย ขาดความระแวดระวัง ขาดความยับยั้งชั่งใจ ซึ่งอาจนำไปสู่การถูกล่วงละเมิดทางเพศ หรือการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาต่างๆ เช่น การตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ หรือโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าว่า “พี่สาวดื่มกับวงเพื่อนๆ ด้วยกันแล้วเมาพลาด ไปจนท้อง ก็เรียนไม่จบต้องออกมาเลี้ยงลูก” นักเรียนหญิงคนหนึ่งเล่าเรื่องที่ตน

เคยถูกถามว่า “ไปกินเหล้ากับเพื่อนแล้วไปเข้าห้องน้ำคนเดียว ตรงแถวห้องน้ำมันมีผู้ชายยืนอยู่หลายคน ตอนแรกเค้าก็แซว พออีกครึ่งก็เริ่มดึงแขนจับมือ คีก็ไปกับเพื่อนหลายคนก็เลยไม่เป็นอะไร”

3.5 กระทบต่อสภาพเศรษฐกิจของตนเอง

เนื่องจากการรวมกลุ่มในแต่ละครั้ง มีการเรียไ้รเงินกันเพื่อในการใช้จ่ายเพื่อหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาดื่ม ซึ่งในบางครั้งนำมาสู่ปัญหาเงินไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายในเรื่องอื่นๆ เนื่องจากหมดไปกับค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นักเรียนชายเล่าว่า “ถ้าช่วงไหนกินบ่อยเงินก็ไม่พอใช้ ก็ต้องขอเพิ่มบ้าง ถ้าไม่ได้ก็ยืมเพื่อนก่อน” นักเรียนหญิงคนหนึ่งบอกว่า “ช่วงที่กินบ่อยวันเว้นวันก็เงินไม่เหลือ เลยต้องลดลงเป็นเดือนละครั้ง หรือเวลายังงานสำคัญ”



ภาพที่ 8 ผลกระทบต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย

สรุป การศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลายใน 3 จังหวัดภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดพะเยา พบว่า เกือบทั้งหมดเคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเริ่มดื่มครั้งแรกตั้งแต่ช่วงประถม และเริ่มดื่มมากขึ้นตอนช่วงชั้นมัธยม ในครั้งแรกของการดื่มอาจยาก เพราะกลุ่มตัวอย่างกลัวการลงโทษ หรือรู้สึกผิดต่อตนเอง แต่การตัดสินใจดื่มในครั้งถัดมาง่ายขึ้น เนื่องจากเพราะติดใจในรสชาติ ความสนุกสนาน และเพื่อการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม โดยส่วนใหญ่จะดื่มกันในช่วงเวลากลางคืนตามบ้านเพื่อน ร้านเหล้า โดยจะเรียไ้รเงินกันเพื่อหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาดื่ม

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น มีทัศนคติว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แสดงถึงความเป็นผู้ใหญ่ ดื่มแล้วทำให้ดูเท่ การรับรู้ว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วมีเพื่อนเยอะ ช่วยสร้างความสนุกสนาน เมื่อประสบปัญหาหมักแค้นไขปัญหาด้วยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรืออยากทดลองในรสชาติ ปัจจัยรองลงมาคือ ปัจจัยด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีหลากหลายรูปแบบ รสชาติ ราคา และการรับสื่อก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อตัวนักเรียนมัธยมปลาย ปัจจัยด้านครอบครัว เช่น การลอกเลียนแบบบุคคลในครอบครัว หรือการพบเห็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน

ครอบครัวจนเป็นเรื่องปกติ การสอนบุตรหลานให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยด้านเพื่อนก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักเรียนมัธยมปลาย เช่น ปฏิเสธเพื่อนไม่ได้ หรือเป็นเรื่องของการที่ตนรู้สึกเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ผ่านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ชุมชนและบริบททางสังคมก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ เช่น พฤติกรรมการดื่มของคนในชุมชน การสังสรรค์ในที่ชุมชน การมีขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมที่ผูกโยงเรื่องของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาล ล้วนแต่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมปลาย

ผลที่เกิดตามมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นผลเสียต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจ ผลกระทบต่อการเรียน เมาค้าง เรียนไม่รู้เรื่อง การเกิดอุบัติเหตุ การทะเลาะวิวาท และการถูกล่วงละเมิดทางเพศ

ส่วนที่ 2 การทำกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อทราบ 1) ข้อมูลเชิงลึกและได้ต้นแบบสื่อ (Prototype) จากเยาวชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาเป็นการพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนครั้งที่ 1 (Draft 1) และ 2) นักเรียนกลุ่มเป้าหมายได้ข้อมูลและต้นแบบสื่อ (Prototype) สำหรับนำมาใช้ในกิจกรรมสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ด้วยตัวเองในการลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งถัดไป

รายละเอียดการทำกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ มีดังนี้

กิจกรรมย่อย 1 ได้แก่ กิจกรรม “เราคือใคร?” ทีมวิจัยให้เยาวชนกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน (แบ่งกลุ่มๆ ละ 10 คน) ออกแบบ Persona เพื่อทำความเข้าใจ (Empathize) ความต้องการและสภาพแวดล้อมของเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย

กิจกรรมย่อย 1 : เราคือใคร?

ตัวอย่าง



ภาพที่ 9 กิจกรรม “เราคือใคร”

ผลการดำเนินกิจกรรมย่อย 1 พบว่า เยาวชนจากทั้ง 3 โรงเรียนเป็นนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้แก่ มัธยมศึกษาปีที่ 4 - 5 เพศชายและเพศหญิง จากโรงเรียนแม่ลาววิทยาคม อ.แม่ลาว จ.เชียงราย โรงเรียนแมริมวิทยาคม อ.แมริม จ.เชียงใหม่ และโรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคม อ.ดอกคำใต้ จ.พะเยา โดยกลุ่มเยาวชนเป้าหมายส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในแผนกวิชาวิทย์-คณิต แผนกศิลป์-ภาษาจีน และมีกลุ่มเป้าหมายอีกส่วนหนึ่งที่ศึกษาในแผนกวิชาอื่นๆ อาทิ แผนกศิลป์-ภาษาอังกฤษ แผนกศิลป์-ภาษาฝรั่งเศส เป็นต้น

ด้านความสนใจหรืองานอดิเรก พบว่า กลุ่มเยาวชนเป้าหมายส่วนใหญ่ชื่นชอบการเล่นเกมดูภาพยนตร์และซีรีส์ ฟังเพลง เทียว เล่นดนตรี เล่นกีฬา อ่านหนังสือ ช้อปปิ้ง (Shopping) ใช้เวลาว่างในร้านกาแฟหรือคาเฟ่ (Cafe) กับเพื่อนฝูง

ด้านสื่อที่ใช้บ่อย พบว่า กลุ่มเยาวชนเป้าหมายทั้งหมดใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ไลน์ (Line) และยูทูป (YouTube) โดยกลุ่มเป้าหมายชอบดูรายการซิตคอม (Sit-Com) รายการทำอาหาร รายการทอล์กโชว์ (Talk Show) รายการกีฬา รายการร้องเพลง (ไม่คัปคดหน้า)

ด้านบุคคลต้นแบบ (Idol) พบว่า กลุ่มเยาวชนจากโรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคมส่วนใหญ่มองว่า “ครูต๋อ” ครูสอนวิชาศิลปะที่โรงเรียนเป็นบุคคลต้นแบบ เนื่องจากครูต๋อเป็นครูที่สนุก ตลก ใจดี เป็นผู้นำ และมีเหตุผล สามารถควบคุมนักเรียนได้และไม่เคยดูถูกนักเรียน สำหรับเยาวชนจากโรงเรียนแม่ลาววิทยาคมมองว่า พลอย-ชิดจันทร์ (นักแสดง) ก๊อตจิ-ทัชชกร บุญถักยานันท์ (พิธีกรและนักแสดง) และตูน-อาทิวราห์ คงมาลัย หรือตูน บอดี้สแลม (นักร้อง) เป็นบุคคลต้นแบบ ด้านโรงเรียนแมริมวิทยาคม พบว่า เยาวชนกลุ่มเป้าหมายมองว่า Jackson Wang (ศิลปิน วง GOT7) Lady Gaga (นักร้อง) Lisa (ศิลปิน วง Blackpink) และตูน-อาทิวราห์ คงมาลัย หรือตูน บอดี้สแลม (นักร้อง) เป็นบุคคลต้นแบบ

นอกจากนี้ยังพบว่า สิ่งที่มีค่าที่สุดในชีวิตของเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ครอบครัว คนรอบข้าง เพื่อน การมีชีวิตที่ดี เงิน ตัวเอง การเรียน ความฝัน และอนาคต ส่วนประเด็นความใกล้ชิดกับแอลกอฮอล์ พบว่า เยาวชนจากโรงเรียนแม่ลาววิทยาคมมีความใกล้ชิดกับแอลกอฮอล์ค่อนข้างมาก โดยมีพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้งหรือทุกวัน ขณะที่เยาวชนกลุ่มเป้าหมายจากโรงเรียนแมริมวิทยาคมส่วนใหญ่มีความใกล้ชิดกับแอลกอฮอล์ค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นเด็กชอบทำกิจกรรมของโรงเรียน ส่วนเยาวชนกลุ่มเป้าหมายจากโรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคมส่วนใหญ่มีความใกล้ชิดกับเหล้าไม่มากหรือมีพฤติกรรมไม่ดื่มแอลกอฮอล์ เพราะมองว่าแอลกอฮอล์เป็นอุปสรรคต่อการเรียนและมีกิจกรรมอื่นที่ชอบทำมากกว่าการดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การเล่นเกมและการดูภาพยนตร์ เป็นต้น

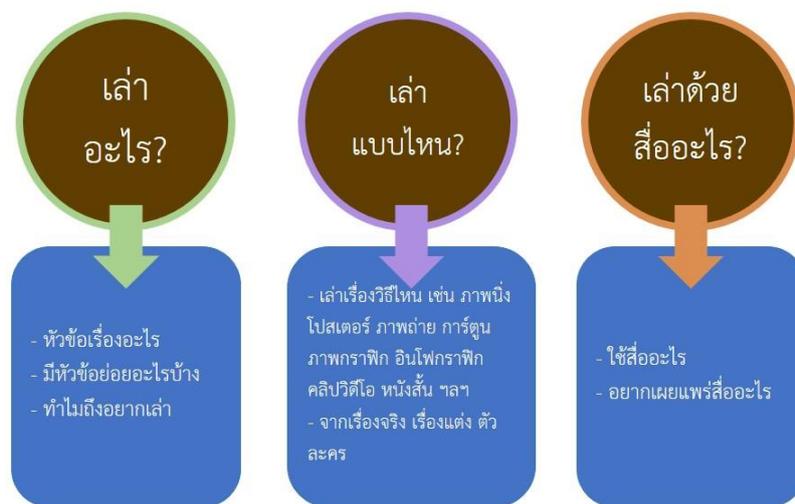


ภาพที่ 10 การทำกิจกรรมย่อยที่ 1 “เราคือใคร”

กิจกรรมย่อย 2 ได้แก่ กิจกรรม “นึกถึงแล้วนึกถึง...” เพื่อทราบทัศนคติของเยาวชนกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อแอลกอฮอล์ และทราบแนวทาง “ประเด็นเนื้อหา” (Content) ที่สอดคล้องกับทัศนคติของเยาวชนเพื่อนำมาประกอบใช้ในการพัฒนาสื่อรณรงค์ ทั้งนี้ ทีมวิจัยแบ่งกลุ่มนักเรียนออกเป็น 3 กลุ่ม (กลุ่มละ 10 คน) และให้แต่ละกลุ่มช่วยกันระดมสมอง (Brainstorming) เพื่อตอบคำถามจากกิจกรรมนี้ว่า นึกถึงแล้วแล้วนึกถึงอะไรบ้างด้วยการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากประสบการณ์ตัวเองหรือใกล้เคียงกับประสบการณ์จริงของตัวเองมากที่สุด

กิจกรรมย่อย 3 ได้แก่ กิจกรรม “เรื่องเล่าของเรา” ทีมวิจัยให้เยาวชนกลุ่มเป้าหมายจำนวน 3 กลุ่ม (กลุ่มละ 10 คน) ระดมสมอง (Brainstorming) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสื่อรณรงค์โน้มน้าวใจให้เยาวชนไม่ต้องการดื่มแอลกอฮอล์หรือเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทางบวกให้กลายเป็นทัศนคติทางลบ ผลจากการดำเนินกิจกรรมย่อยนี้ทำให้ทีมวิจัยได้แนวทางการพัฒนาสื่อหรือต้นแบบสื่อ (Prototype) เพื่อนำไปประกอบกับข้อมูลจากกิจกรรมอื่นๆ และนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อรณรงค์ Draft ที่ 1 ต่อไป ทั้งนี้ ต้นแบบสื่อจากกิจกรรมนี้ประกอบด้วย 3 ส่วนด้วยกัน ได้แก่ 1) เนื้อหา (Content) หรือการเล่าอะไร (What) 2) รูปแบบ/วิธีการเล่าเรื่อง หรือการเล่าแบบไหน (How) และ 3) ช่องทางการนำเสนอ หรือใช้สื่ออะไรในการนำเสนอ (Platform)

กิจกรรมย่อย 3 : เรื่องเล่าของเรา



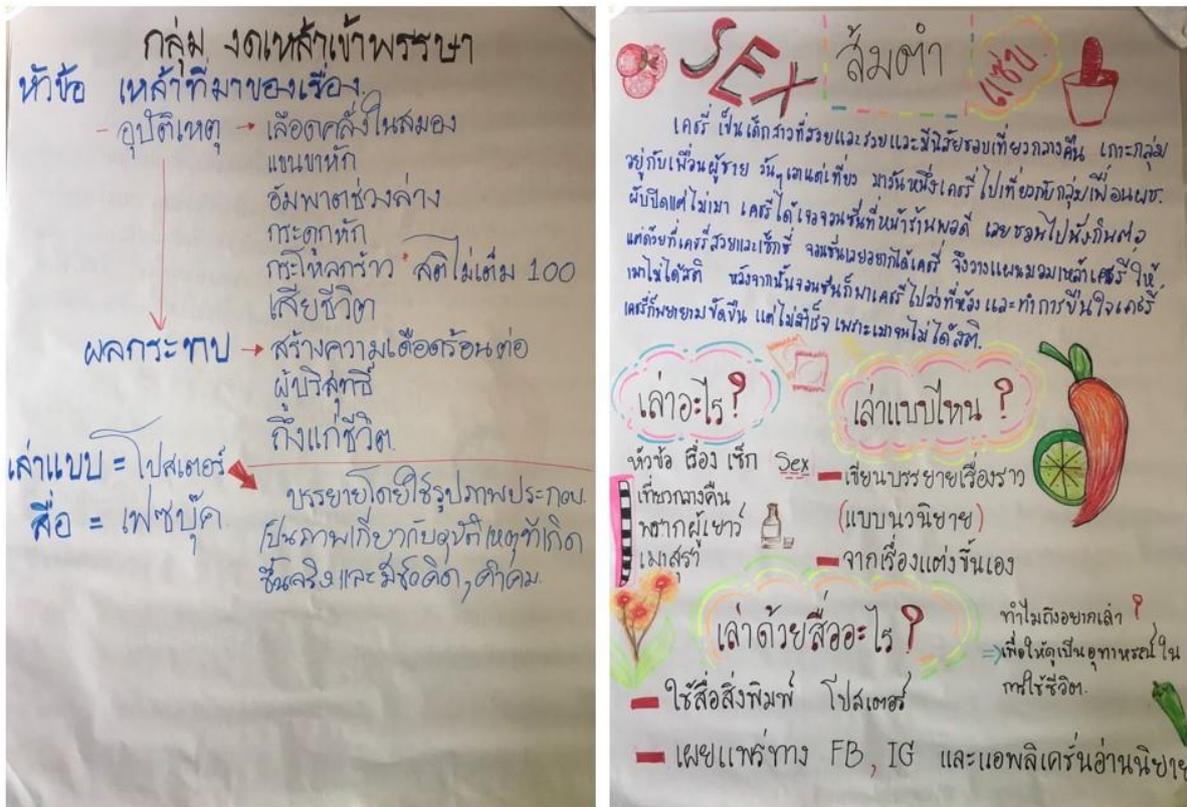
ภาพที่ 13 กิจกรรม “เรื่องเล่าของเรา”

ผลการดำเนินกิจกรรมย่อยที่ 3 มีดังนี้

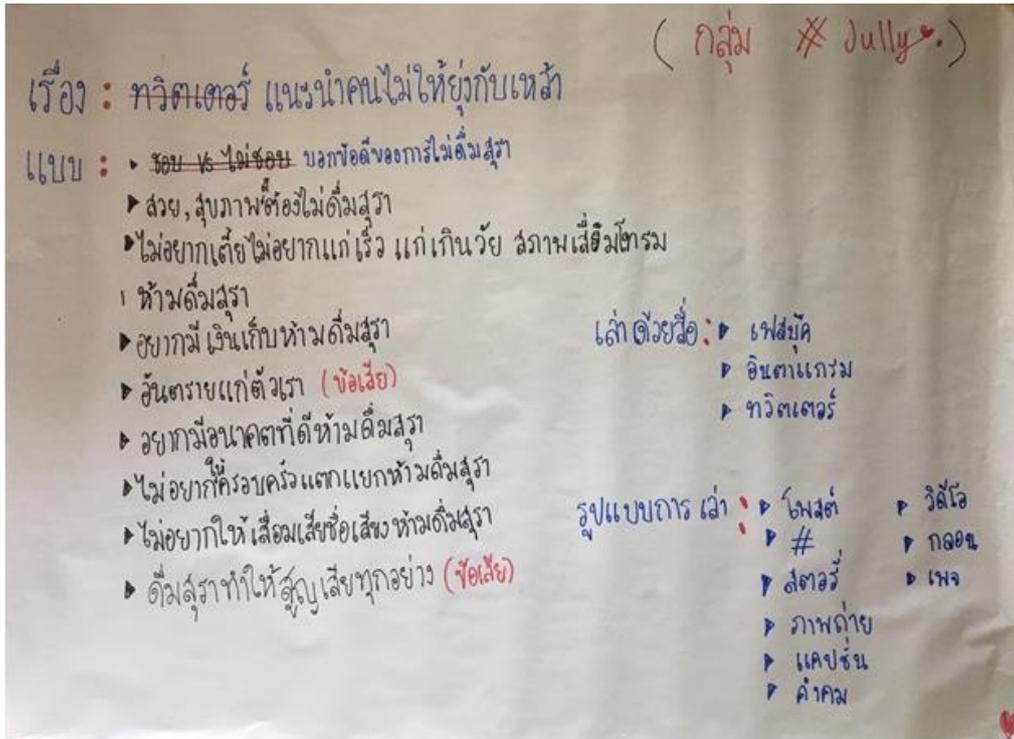
1) ด้านเนื้อหา (What) พบว่า กลุ่มเยาวชนเป้าหมายจากโรงเรียนแม่ริมวิทยาคมส่วนใหญ่สนใจประเด็นด้านผลเสียหรือผลกระทบต่อการใช้สุรา อาทิ อุบัติเหตุ การตั้งครรภ์โดยไม่พร้อม เพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ครอบครัวแตกแยก ความยากจน สุขภาพร่างกายเสื่อมโทรมและผิวพรรณหน้าตาไม่ดี ด้านเยาวชนกลุ่มเป้าหมายจากโรงเรียนแม่ลาววิทยาคมเห็นสอดคล้องกันว่าประเด็นที่อยากนำเสนอ ได้แก่ ผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ 3 เรื่องหลัก คือ อุบัติเหตุ โรคร้าย และการล่วงละเมิดทางเพศ สำหรับ ด้านโรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคมเห็นเช่นเดียวกันว่าเนื้อหาเพื่อรณรงค์ไม่ให้วัยรุ่นอยากดื่มแอลกอฮอล์ควรเป็นการบอกข้อเสียจากการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ประเด็นเรื่องการขาดสติและผลที่ตามมาจากการขาดสติ โรคร้าย ข้อมูลสถิติตัวเลขต่างๆ ด้านผลจากการดื่มสุรา การทะเลาะและใช้ความรุนแรงในครอบครัว การถูกล่วงละเมิดทางเพศ การตั้งครรภ์โดยไม่พร้อม และความจน

2) ด้านรูปแบบ/วิธีการเล่าเรื่อง (How) พบว่า กลุ่มเยาวชนเป้าหมายจากโรงเรียนแมริมวิทาศูนย์ส่วนใหญ่สนใจการเล่าเรื่องด้วยรูปแบบหนังสือ/คลิปวิดีโอ ภาพถ่าย โปสเตอร์พร้อมคำบรรยาย การใช้แฮชแท็ก (Hashtag) เพื่อสร้างการรับรู้ เช่นเดียวกับเยาวชนจากโรงเรียนแม่ลาววิทาศูนย์ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจคือรูปแบบโปสเตอร์ (Poster) โดยใช้รูปภาพประกอบคำบรรยาย มีคำคมประกอบชวนให้คิด นอกจากนี้มีเยาวชนบางส่วนมองว่าการเล่าเรื่องในรูปแบบนวนิยาย (เรื่องแต่ง) ที่สามารถอ่านได้ในแอปพลิเคชัน (Application) นิยายอาจสามารถดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นได้ สำหรับเยาวชนจากโรงเรียนดอกคำใต้วิทาศูนย์เห็นใกล้เคียงกันว่า รูปแบบการเล่าเรื่องที่น่าสนใจคือคลิปวิดีโอขนาดสั้น และเล่าเรื่องด้วยภาพยนตร์แอนิเมชัน (Animation)

3) ด้านช่องทางการนำเสนอ (Platform) กลุ่มเยาวชนเป้าหมายจากทั้ง 3 โรงเรียน เห็นสอดคล้องกันว่าควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทางในการนำเสนอ อีกทั้ง ด้วยลักษณะช่องทางการสื่อสารของเฟซบุ๊กที่สามารถนำเสนอข้อมูลได้ทุกรูปแบบ ได้แก่ ตัวหนังสือ (Text) ภาพนิ่ง (Picture) ภาพเคลื่อนไหว (Clip Video) และรูปแบบกราฟิก (Graphic) ทำให้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการถ่ายทอดข้อมูลได้ครบถ้วนที่สุดในแพลตฟอร์มเดียว



ภาพที่ 14 การทำกิจกรรมย่อยที่ 3 “เรื่องเล่าของเรา”



ภาพที่ 17 การทำกิจกรรมย่อยที่ 3 “เรื่องเล่าของเรา”

ขั้นตอนที่ 2 ได้แก่ การพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน (Draft 1)

การดำเนินงาน ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาสื่อ 2 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) สื่อภาพนิ่ง ได้แก่ ภาพประกอบเรื่อง (Content Album) และอินโฟกราฟิก (Infographic) 2) สื่อภาพเคลื่อนไหว ได้แก่ คลิปวิดีโอ (Clip Video) และโมชั่นกราฟิก (Motion Graphic)

เป้าหมาย นวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ Draft 1

รายละเอียดการดำเนินงาน

จากการลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมสนทนากลุ่มและกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อผลิตสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนดังตารางดังนี้

สื่อ	ประเด็นเนื้อหา	เป้าหมายการสื่อสาร	
		ด้านข้อมูล (Rational Appeal)	ด้านอารมณ์ (Emotional Appeal)
1. ภาพประกอบเรื่อง (Content Album)	- ความรุนแรงในครอบครัว - ความจน (เศรษฐกิจ)	เป็นเนื้อหาประกอบภาพ ที่มุ่งเน้นให้ข้อมูลเพื่อ ชวนขบคิดหรือกระตุ้น ให้วัยรุ่นคิดตามถึงผลดี ของการไม่ดื่ม แอลกอฮอล์และผลเสีย จากการดื่มแอลกอฮอล์	-
2. อินโฟกราฟิก (Infographic)	- ความรุนแรงในครอบครัว - อุบัติเหตุ - ความจน (เศรษฐกิจ) - โรค - การคุกคามทางเพศ	ให้ข้อมูลทางด้านจำนวน และสถิติตัวเลขเพื่อให้ มองเห็นสถานการณ์ของ ปัญหาการดื่ม แอลกอฮอล์	-
3. ภาพยนตร์สั้น (Short Film)	ผลกระทบจากการดื่ม แอลกอฮอล์เพียงครั้งเดียวที่ สามารถเปลี่ยนอนาคตคน ได้	-	กระตุ้นด้านอารมณ์ให้ วัยรุ่นเกิดความรู้สึกร่วม หรือหวนนึกจากการ เห็นผลลัพธ์ที่ได้รับจาก การดูภาพยนตร์สั้น
4. มอชันกราฟิก (Motion Graphic)	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผล ต่อสมองและร่างกายเรา ได้อย่างไร	ให้ความรู้และข้อมูลใน เชิงวิทยาศาสตร์และ สุขภาพ โดยใช้กราฟิก เคลื่อนไหวในการ อธิบายเรื่องยากให้เข้าใจ ได้ง่ายและดึงดูดความ สนใจของวัยรุ่นมากขึ้น	-

ตารางที่ 1 การพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ Draft 1

จากตารางที่ 1 ในการดำเนินงานโครงการนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบสื่อเพื่อใช้ในการรณรงค์ป้องกันการการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) สื่อภาพนิ่ง ประกอบด้วย ภาพประกอบเรื่อง

(Content Album) และอินโฟกราฟิก (Infographic) และ 2) สื่อภาพเคลื่อนไหว ประกอบด้วย ภาพยนตร์สั้น (Short Film) และ มอชันกราฟิก (Motion Graphic) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สื่อภาพนิ่ง

1.1 ภาพประกอบเรื่อง (Content Album) เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบบทความ (Text) ประกอบภาพ (Picture) ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ทำกิจกรรมกับกลุ่มเยาวชนทั้ง 3 โรงเรียน ทีมวิจัยจึงดำเนินการพัฒนาสื่อภาพประกอบเรื่อง โดยเน้นประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ความรุนแรงในครอบครัว อุบัติเหตุ ความจน โรคภัยที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ การล่วงละเมิดทางเพศ และความยากจน โดยจะนำเสนอเป็นข้อมูลที่มุ่งเน้นให้ข้อมูลเพื่อชวนขบคิดหรือกระตุ้นให้วัยรุ่นนึกตามถึงผลดีของการไม่ดื่มแอลกอฮอล์และผลเสียจากการดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากคุณลักษณะของการนำเสนอในรูปแบบภาพประกอบเรื่องสามารถนำเสนอเนื้อหาได้ค่อนข้างมาก จึงมีความเหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหาที่มีรายละเอียดมุ่งเน้นการให้ข้อมูล

1.2 อินโฟกราฟิก (Infographic) เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบภาพกราฟิก (Data Visualization) ที่สามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว เข้าใจง่าย และน่าสนใจ ดังนั้น ทีมวิจัยจึงดำเนินการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก โดยเน้นประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลเสียที่เกิดขึ้นจากการดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ความรุนแรงในครอบครัว อุบัติเหตุ ความจน โรคภัยที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ การล่วงละเมิดทางเพศ และความยากจน โดยนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบตัวเลขและสถิติเพื่อแสดงให้เห็นถึงความรุนแรงของปัญหาในภาพรวมและแนวโน้มของสถานการณ์หรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2. สื่อภาพเคลื่อนไหว

2.1 คลิปวิดีโอ (Clip Video) เป็นการนำเสนอในรูปแบบภาพยนตร์สั้น (Short Film) มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเพื่อต้องการสะท้อนให้เห็นถึงความน่ากลัวของผลกระทบที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ทำกิจกรรมกับกลุ่มเยาวชนพบว่า กลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่รู้และเข้าใจถึงอันตรายและผลเสียจากการดื่มแอลกอฮอล์เป็นอย่างดี แต่ก็ยังมีทัศนคติค่อนข้างบวกหรือยังดื่มสุราเนื่องจากสภาพแวดล้อม ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน และคนในชุมชนมีพฤติกรรมการดื่มสุรา ดังนั้น ทีมวิจัยจึงวางแผนผลิตสื่อภาพยนตร์สั้นที่แสดงให้เห็นถึงผลเสียร้ายแรงจากการดื่มแอลกอฮอล์ ที่ถึงแม้ว่าจะดื่มเพียงนิดเดียวแต่สามารถส่งผลกระทบต่อชีวิตอื่นๆ อีกมากมายหรือส่งผลร้ายแรงเกินกว่าที่คิดได้ การนำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอดังกล่าวนี้จึงมุ่งเน้นเป้าหมายด้านอารมณ์ (Emotion) เพื่อให้เยาวชนเกิดความรู้สึกหวาดหวั่นหรือกลัวผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดื่มสุรา สร้างความตระหนักเกี่ยวกับความน่ากลัวของการดื่มสุราให้กับเยาวชนมากขึ้น

2.2 มอชันกราฟิก (Motion Graphic) เป็นการนำเสนอในรูปแบบกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อใช้ในการอธิบายเรื่องราวหรือข้อมูลต่างๆ ที่ยากหรือซับซ้อนให้เข้าใจได้ง่ายและน่าสนใจมากขึ้น ทั้งนี้ ด้วยคุณลักษณะของงานกราฟิกที่อาจไม่ตอบโจทย์การเล่าเรื่องที่มุ่งเน้นสร้างความกลัว เนื่องจากความเป็นการ์ตูนกราฟิกอาจทำให้ความน่ากลัวถูกลดทอนลง แต่ขณะเดียวกันความน่ารักของกราฟิกการ์ตูนสามารถ

ดึงดูดความสนใจให้ติดตามเรื่องราวได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงดำเนินการผลิตสื่อโมชันกราฟิกโดยนำเสนอข้อมูลผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ในมิติทางด้านสุขภาพและการแพทย์ เพื่อให้เยาวชนที่ได้ดูสื่อนี้เข้าใจง่าย และชัดเจนขึ้นว่าการดื่มสุราเป็นอันตรายต่อร่างกายและจิตใจมนุษย์ได้อย่างไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 3 ได้แก่ การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมกับโรงเรียนมัธยมศึกษาเป้าหมาย 3 แห่ง ครั้งที่ 2

การดำเนินงาน 1) ผู้วิจัยลงพื้นที่ 3 โรงเรียน ใน 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ และพะเยา ครั้งที่ 2 เพื่อนำสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน Draft 1 ไปทดสอบและประเมินผลกับกลุ่มเยาวชนเป้าหมาย 2) ผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เพื่อประเมินผลคุณภาพสื่อรณรงค์ Draft 1 และ 3) ผู้วิจัยจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะการผลิตสื่อรณรงค์เบื้องต้นให้กลุ่มเยาวชน

เป้าหมาย 1) ผู้วิจัยได้ข้อมูลการประเมินผลสำหรับนำมาแก้ไขปรับปรุงสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์จากกลุ่มเยาวชนเป้าหมายและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และ 2) เยาวชนกลุ่มเป้าหมายได้พัฒนาทักษะการผลิตสื่อรณรงค์ด้วยตัวเอง

รายละเอียดการดำเนินงาน

ส่วนที่ 1 ผลการประเมินสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์จากกลุ่มเยาวชนเป้าหมาย

การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง

ออกแบบ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	33	36.67
เพศหญิง	48	53.33
เพศทางเลือก	9	10.00
รวม	90	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 และเพศทางเลือก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามโรงเรียน

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
โรงเรียนแมริมวิทาคม	30	33.33
โรงเรียนแม่ลาววิทาคม	30	33.33
โรงเรียนดอกคำใต้วิทาคม	30	33.33
รวม	90	100

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเท่ากันคือ โรงเรียนแมริมวิทาคม โรงเรียนแม่ลาววิทาคม และ โรงเรียนดอกคำใต้วิทาคม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตอนที่ 2 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบ

2.1 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album)

ตารางที่ 4 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านเนื้อหา

ประเด็นด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เนื้อหาเข้าใจง่าย	4.33	0.63	มากที่สุด
2. เนื้อหาเรียงลำดับถูกต้องเหมาะสม	4.24	0.68	มากที่สุด
3. เนื้อหา มีความสอดคล้องกับภาพประกอบ	4.25	0.75	มากที่สุด
4. ปริมาณเนื้อหามีความถูกต้องเหมาะสม	4.20	0.75	มาก
5. เนื้อหามีความเหมาะสมกับเยาวชน	4.18	0.78	มาก
6. ขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหามีความเหมาะสม	4.20	0.72	มาก
7. การจัดเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหามีความเหมาะสม	4.29	0.72	มากที่สุด
8. การอธิบายเนื้อหามีความชัดเจน	4.28	0.78	มากที่สุด
รวม	4.24	0.73	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านเนื้อหามากที่สุด คือ เนื้อหาเข้าใจง่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการจัดเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหาที่มีความเหมาะสม ที่ค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด และการอธิบายเนื้อหาที่มีความชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านภาพ

ประเด็นด้านภาพ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ภาพและข้อความมีความเข้าใจง่าย	4.23	0.73	มาก
2. ภาพและข้อความมีความต่อเนื่อง	4.18	0.71	มาก
3. การสื่อความหมายของภาพและข้อความ	4.33	0.74	มากที่สุด
4. ความน่าสนใจของภาพและข้อความ	4.00	0.87	มาก
5. ความสอดคล้องของภาพและข้อความ	4.15	0.81	มาก
6. ความสอดคล้องของภาพและเนื้อหา	4.18	0.73	มาก
รวม	4.18	0.77	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านภาพมากที่สุด คือ การสื่อความหมายของภาพและข้อความ ที่ค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือภาพและข้อความมีความเข้าใจง่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.23 อยู่ในระดับมาก อันดับที่สามค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ ภาพและข้อความมีความต่อเนื่อง และความสอดคล้องของภาพและเนื้อหา ที่ค่าเฉลี่ย 4.18 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 6 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านการนำเสนอ

ประเด็นด้านการนำเสนอ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ข้อความมีขนาดและสีที่น่าสนใจ	4.09	0.83	มาก
2. การนำเสนอของภาพและข้อความมีความ เหมาะสม	4.05	0.83	มาก
3. การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.14	0.79	มาก
4. การนำเสนอภาพช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึก ต่อการรับรู้	3.98	0.91	มาก
5. การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสาร ความหมายได้ชัดเจน	4.19	0.71	มาก
6. การนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อ ความหมายได้	4.13	0.74	มาก
รวม	4.09	0.80	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านการนำเสนอมากที่สุด คือ การนำเสนอ
สามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือการใช้
เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม ที่ค่าเฉลี่ย 4.14 อยู่ในระดับมาก และการนำเสนอสามารถเป็นตัวแทน
ในการสื่อความหมายได้ ที่ค่าเฉลี่ย 4.13 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 7 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ

ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ท่านได้รู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม	4.30	0.82	มากที่สุด
2. ท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน	4.16	0.86	มาก
3. สื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.21	0.84	มาก
4. สื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์	4.41	0.77	มากที่สุด
5. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ	4.21	0.79	มาก
6. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากมีส่วนร่วม	4.09	0.93	มาก
รวม	4.23	0.84	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติมากที่สุด คือ สื่อนี้
มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.41 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือท่านได้รู้ถึงอันตราย
ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม ที่ค่าเฉลี่ย 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่สามค่าเฉลี่ย
เท่ากันคือ สื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยาก
ไปบอกต่อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.21 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.2 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic)

ตารางที่ 8 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านเนื้อหา

ประเด็นด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เนื้อหาเข้าใจง่าย	4.45	0.63	มากที่สุด
2. เนื้อหาเรียงลำดับถูกต้องเหมาะสม	4.29	0.70	มากที่สุด
3. เนื้อหามีความสอดคล้องกับภาพประกอบ	4.32	0.69	มากที่สุด
4. ปริมาณเนื้อหามีความถูกต้องเหมาะสม	4.33	0.70	มากที่สุด
5. เนื้อหามีความเหมาะสมกับเยาวชน	4.38	0.65	มากที่สุด
6. ขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหามีความ เหมาะสม	4.33	0.62	มากที่สุด
7. การจัดเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหามี ความเหมาะสม	4.40	0.68	มากที่สุด
8. การอธิบายเนื้อหามีความชัดเจน	4.38	0.71	มากที่สุด
รวม	4.36	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Infographic ประเด็นด้านเนื้อหามากที่สุด เนื้อหาเข้าใจง่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.45
อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการจัดเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหามีความเหมาะสม ที่ค่าเฉลี่ย 4.40
อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่สามค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ เนื้อหามีความเหมาะสมกับเยาวชน และการอธิบาย
เนื้อหามีความชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 4.38 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 9 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านภาพ

ประเด็นด้านภาพ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ภาพและข้อความมีความเข้าใจง่าย	4.38	0.72	มากที่สุด
2. ภาพและข้อความมีความต่อเนื่อง	4.29	0.67	มากที่สุด
3. การสื่อความหมายของภาพและข้อความ	4.34	0.65	มากที่สุด
4. ความน่าสนใจของภาพและข้อความ	4.12	0.79	มาก
5. ความสอดคล้องของภาพและข้อความ	4.35	0.65	มากที่สุด
6. ความสอดคล้องของภาพและเนื้อหา	4.36	0.70	มากที่สุด
รวม	4.30	0.70	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Infographic ประเด็นด้านภาพมากที่สุด ภาพและข้อความมีความเข้าใจง่าย
ที่ค่าเฉลี่ย 4.38 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือความสอดคล้องของภาพและเนื้อหา ที่ค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ใน
ระดับมากที่สุด และความสอดคล้องของภาพและข้อความ ที่ค่าเฉลี่ย 4.35 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 10 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ประเด็นด้านการนำเสนอ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ข้อความมีขนาดและสีที่น่าสนใจ	4.27	0.82	มากที่สุด
2. การนำเสนอของภาพและข้อความมีความ เหมาะสม	4.21	0.77	มาก
3. การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.27	0.73	มากที่สุด
4. การนำเสนอภาพช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึก ต่อการรับรู้	4.22	0.82	มาก
5. การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสาร ความหมายได้ชัดเจน	4.27	0.68	มากที่สุด
6. การนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อ ความหมายได้	4.26	0.73	มากที่สุด
รวม	4.25	0.76	มากที่สุด

จากตารางที่ 10 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เทคนิคเชิงออกแบบประเภท Infographic ประเด็นด้านการนำเสนอมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับข้อความมีขนาดและสีที่น่าสนใจ การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม และการนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 4.27 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้ ที่ค่าเฉลี่ย 4.26 อยู่ในระดับมากที่สุด และการนำเสนอภาพช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อการรับรู้ ที่ค่าเฉลี่ย 4.22 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 11 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เทคนิคเชิงออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ

ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม	4.36	0.75	มากที่สุด
2. ท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน	4.26	0.83	มากที่สุด
3. สื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.26	0.85	มากที่สุด
4. สื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์	4.32	0.64	มากที่สุด
5. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ	4.21	0.76	มาก
6. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากมีส่วนร่วม	3.99	0.89	มาก
รวม	4.23	0.80	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เทคนิคเชิงออกแบบประเภท Infographic ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติมากที่สุด คือ ท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม ที่ค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือสื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่สามค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ ท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน และสื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.26 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.3 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film)

ตารางที่ 12 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านเนื้อหา

ประเด็นด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เนื้อหาเข้าใจง่าย	4.36	0.61	มากที่สุด
2. เนื้อหาเรียงลำดับถูกต้องเหมาะสม	4.27	0.66	มากที่สุด
3. เนื้อหาที่มีความทันสมัย	4.02	0.74	มาก
4. เนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับเยาวชน	4.39	0.68	มากที่สุด
รวม	4.26	0.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 12 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทหนังสั้นพบว่าประเด็นด้านเนื้อหาที่มากที่สุดคือ เนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับเยาวชนที่ค่าเฉลี่ย 4.39 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เนื้อหาเข้าใจง่ายที่ค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด และเนื้อหาเรียงลำดับถูกต้องเหมาะสมที่ค่าเฉลี่ย 4.27 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 13 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านการผลิตภาพยนตร์สั้น

ประเด็นด้านเทคนิคการผลิตภาพยนตร์สั้น	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เทคนิคที่ใช้มีความสวยงาม	3.74	0.76	มาก
2. เทคนิคพิเศษที่ใช้มีความสมจริง	3.89	0.84	มาก
3. เทคนิคพิเศษที่ใช้มีความเหมาะสม	4.06	0.72	มาก
4. การสื่อความหมายช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึก	4.21	0.75	มาก
5. เสียงที่ใช้มีความเหมาะสม	4.02	0.72	มาก
6. เสียงประกอบมีความเหมาะสม	4.01	0.70	มาก
รวม	3.99	0.76	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทหนังสั้น ประเด็นด้านการผลิตหนังสั้นมากที่สุด คือ ประเด็นด้านการสื่อความหมายช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกที่ค่าเฉลี่ย 4.21 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เทคนิคพิเศษที่ใช้มีความ

เหมาะสมที่ค่าเฉลี่ย 4.06 อยู่ในระดับมาก และเสียงที่ใช้มีความเหมาะสมที่ค่าเฉลี่ย 4.02 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 14 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ประเด็นด้านการนำเสนอ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ความน่าสนใจของการดำเนินเรื่อง	4.04	0.78	มาก
2. การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.17	0.66	มาก
3. การนำเสนอภาพและเสียงช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อการรับรู้	4.29	0.75	มากที่สุด
5. การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน	4.45	0.70	มากที่สุด
6. การนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้	4.18	0.68	มาก
รวม	4.22	0.73	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทหนังสั้น ประเด็นด้านการนำเสนอมากที่สุด คือ การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 4.45 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การนำเสนอภาพและเสียงช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อการรับรู้ ที่ค่าเฉลี่ย 4.29 ที่ค่าเฉลี่ย 4.18 อยู่ในระดับมาก และการใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม ที่ค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 15 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ

ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม	4.35	0.70	มากที่สุด
2. ท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน	4.27	0.73	มากที่สุด
3. สื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.21	0.88	มาก
4. สื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์	4.29	0.65	มากที่สุด
5. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ	4.02	0.84	มาก
6. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากมีส่วนร่วม	3.75	0.82	มาก
รวม	4.15	0.80	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทหนังสั้น ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติมากที่สุด คือ ท่านได้รับรู้
ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม ที่ค่าเฉลี่ย 4.35 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา
คือ สื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด และท่านมีความตระหนักถึง
อันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อนที่ค่าเฉลี่ย 4.27 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.4 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic)

ตารางที่ 16 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านเนื้อหา

ประเด็นด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เนื้อหาเข้าใจง่าย	4.54	0.67	มากที่สุด
2. เนื้อหาเรียงลำดับถูกต้องเหมาะสม	4.51	0.53	มากที่สุด
3. เนื้อหามีความสอดคล้องกับภาพประกอบ	4.63	0.51	มากที่สุด
4. ปริมาณเนื้อหามีความถูกต้องเหมาะสม	4.50	0.57	มากที่สุด
5. เนื้อหามีความเหมาะสมกับเยาวชน	4.49	0.61	มากที่สุด
6. ขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหามีความเหมาะสม	4.45	0.63	มากที่สุด
7. การจัดเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหามีความเหมาะสม	4.50	0.63	มากที่สุด
8. การอธิบายเนื้อหามีความชัดเจน	4.65	0.57	มากที่สุด
รวม	4.53	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ประเด็นด้านเนื้อหามากที่สุด คือ การอธิบายเนื้อหามีความชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 4.65 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับภาพประกอบ ที่ค่าเฉลี่ย 4.63 อยู่ในระดับมากที่สุด และเนื้อหาเข้าใจง่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.51 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 17 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านภาพเคลื่อนไหวและเสียง

ประเด็นด้านภาพเคลื่อนไหวและเสียง	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ภาพเคลื่อนไหวมีความเข้าใจง่าย	4.48	0.69	มากที่สุด
2. ภาพเคลื่อนไหวมีความต่อเนื่อง	4.27	0.63	มากที่สุด
3. การสื่อความหมายของภาพเคลื่อนไหว	4.39	0.64	มากที่สุด
4. ความน่าสนใจของภาพเคลื่อนไหว	4.26	0.75	มากที่สุด
5. ภาพเคลื่อนไหวมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.39	0.66	มากที่สุด
6. เสียงประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.43	0.68	มากที่สุด
7. เสียงบรรยายมีความชัดเจน	4.52	0.65	มากที่สุด
8. ความสอดคล้องของเสียงบรรยายกับเนื้อหา	4.36	0.71	มากที่สุด
รวม	4.39	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ประเด็นด้านภาพเคลื่อนไหวและเสียงมากที่สุด คือ เสียงบรรยายมีความชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 4.52 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือภาพเคลื่อนไหวมีความเข้าใจง่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.48 อยู่ในระดับมากที่สุด และเสียงประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา ที่ค่าเฉลี่ย 4.43 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 18 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ประเด็นด้านการนำเสนอ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ข้อความมีขนาดและสีสันท่าสนใจ	4.43	0.68	มากที่สุด
2. ความน่าสนใจของการดำเนินเรื่อง	4.25	0.73	มากที่สุด
3. การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.32	0.62	มากที่สุด
4. การนำเสนอภาพและเสียงช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อการรับรู้	4.10	0.91	มาก
5. การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน	4.46	0.61	มากที่สุด
6. การนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้	4.36	0.72	มากที่สุด
รวม	4.32	0.73	มากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ประเด็นด้านการนำเสนอมากที่สุด คือ การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 4.46 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อความมีขนาดและสีสันท่าสนใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.43 อยู่ในระดับมากที่สุด และการนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้ ที่ค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 19 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ

ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ท่านได้รู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม	4.49	0.72	มากที่สุด
2. ท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน	4.29	0.78	มากที่สุด
3. สื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.32	0.78	มากที่สุด
4. สื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์	4.48	0.72	มากที่สุด
5. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ	4.35	0.75	มากที่สุด
6. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากมีส่วนร่วม	4.07	0.89	มาก
รวม	4.33	0.78	มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติมากที่สุด คือ ท่านได้รู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม ที่ค่าเฉลี่ย 4.49 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือสื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.48 อยู่ในระดับมากที่สุด และสื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.35 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) อาทิ นักวิชาการด้านสื่อ นักวิชาการด้านศิลปะและการออกแบบ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ แพทย์ พยาบาลวิชาชีพ ครู โรงเรียนมัธยมศึกษา ครอบครัวหรือผู้ปกครองของเยาวชน กลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้องในโรงเรียน เป็นต้น โดยผลการประเมินสื่อคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนมีรายละเอียดที่สามารถสรุปเป็นประเด็นดังนี้

2.1 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album)

ตารางที่ 20 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านเนื้อหา

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาโดยรวมน่าสนใจ - สามารถออกแบบสื่อให้เห็นผลลัพธ์ของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเชิงเศรษฐกิจแบบเข้าใจง่าย - ช่วยทำให้ผู้รับสารตระหนักรู้และเชื่อมโยงเข้ากับเรื่องราวในชีวิตประจำวันได้ - เปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจน เป็นรูปธรรม - เนื้อหาดี นำเสนอมุมมองเบาๆ แต่ทำให้ฉุกคิดทั้งเรื่องของเศรษฐกิจและสังคม - เนื้อหาแปลกใหม่ ทำให้ผู้รับสารขบคิดถึงทางเลือกของตนเองได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาสารยังไม่รุนแรงพอให้เกิดการตระหนักรู้ - เพิ่มเติมข้อมูลให้เห็นถึงผลเสียที่รุนแรงตามความเป็นจริง - แก้ไขคำผิด

ตารางที่ 21 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านภาพ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - ภาพประกอบดี มีการใช้สัญลักษณ์ที่น่าสนใจและสื่อถึงเนื้อหาได้ดี - ภาพประกอบที่ใช้สวยงาม น่ามอง ดึงดูด น่าสนใจ สื่อสารได้ชัดเจน - เลือกใช้โทนสีให้ความรู้สึกถึงการสื่อสารเนื้อหาในประเด็นเชิงลบได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - บางหัวข้อควรปรับภาพและเนื้อหาให้สอดคล้องกัน - รูปภาพไม่สะท้อนใจกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 22 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เลือกรูปแบบการสื่อสารได้ดีและน่าสนใจ สามารถเข้าถึงได้ เหมาะสมกับการเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เผยแพร่และส่งต่อได้อย่างรวดเร็ว - สื่อสารในภาษาเดียวกันกับกลุ่มเป้าหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> - การนำเสนอผลกระทบทางลบเชื่อว่าเป็นสิ่งที่นักดื่มทราบกันดี ส่วนในประเด็นผลดีจากการเลิกดื่มเชื่อว่า ยังไม่สามารถหักล้างความสุขที่ได้จากการดื่มของนักดื่มได้อยู่ดี

ตารางที่ 23 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านทัศนคติและความพึงพอใจ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เหมาะสมกับการเป็นสื่อรณรงค์ กระตุ้นให้เกิดความตระหนักรู้ และทบทวนตนเอง - เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ที่เน้นการตั้งคำถาม และให้กลุ่มเป้าหมายขบคิดเองว่าตนเองเลือกเส้นทางไหน 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อสารได้ชัดเจน ถ้านำเสนอต่อเนื่องกันจะสร้างข้อมูลที่นำไปสู่การตัดสินใจที่ชัดเจนมาก

2.2 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic)

ตารางที่ 24 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านเนื้อหา

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - มีจุดเด่นเรื่องการสกัดเนื้อหาได้ครอบคลุมประเด็นสำคัญและการใช้ภาพเพื่อเล่าเรื่องในการสื่อสาร - สามารถสกัดและเรียบเรียงข้อมูลจากแหล่งต่างๆ มานำเสนอให้อยู่ภายใต้ประเด็นเดียวกัน - ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย นำเสนอเนื้อหาใกล้ตัวในเรื่องของกระแสนิยมและความงาม - เนื้อหาน่าสนใจ สามารถชักจูงใจผู้รับได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลบางส่วนค่อนข้างไกลตัวกลุ่มผู้รับสาร

ตารางที่ 25 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นภาพ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ภาพสื่อความหมายและชักจูงใจได้ดี - ภาพและสีที่เลือกใช้สื่อความหมายได้ดี - ภาพและเนื้อหาสอดคล้องกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาเพิ่มภาพที่เป็นสัญลักษณ์ หรือภาพประกอบเกี่ยวกับเนื้อหาให้มากขึ้น - ตัวหนังสือเยอะเกินไป - สีที่ใช้ไม่สบายตา - พิจารณาการเข้ากันของภาพกราฟิก และการเว้นพื้นที่ว่างเพื่อให้งานไม่อึดอัด

ตารางที่ 26 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นวิธีการนำเสนอที่ช่วยให้เห็นภาพได้ชัดเจน สอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการสื่อสาร - ให้ข้อมูลได้ดี - เป็นรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ และสามารถ ชักจูงใจได้ดี - เหมาะสมกับการเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ 	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาปรับปรุงลักษณะเพื่อให้ตรงกับ ความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย - ปรับเช็กรูปแบบการจัดวางให้เหมาะสม - พิจารณานำเสนอข้อมูลทางสถิติให้ดูง่ายและเข้าใจมากกว่านี้ - พิจารณาปรับภาษาให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 27 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านทัศนคติและความพึงพอใจ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เหมาะสมกับการเป็นสื่อรณรงค์ - สามารถกระตุ้นให้ลูกคิดและกลับมาย้อนดูตนเองได้เป็นอย่างดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ระมัดระวังเรื่อง การนำเสนอข้อมูลเชิงสถิติและในเชิงวิชาการมากเกินไปจนอาจสร้างความอึดอัดให้ ผู้รับสาร - การนำเสนอเรื่องภาพลักษณ์วัยรุ่นน่าอาจกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจมากขึ้น

2.3 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film)

ตารางที่ 28 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านเนื้อหา

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เลือกประเด็นการนำเสนอที่น่าจะสร้างความรู้สึกร่วมแก่ผู้รับสารหลายๆ คน และสื่อสารประเด็นที่สำคัญได้ครอบคลุม อาจทำให้คนคล้อยตามได้ - สื่อให้เห็นถึงผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์เพียงครั้งเดียวที่อาจส่งผลกระทบต่อชีวิตของตนเอง ครอบครัว หรือบุคคลรอบข้าง - เนื้อหาน่าสนใจ เข้าใจง่าย สื่อสารไปยัง Pain Point ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กนักเรียนมัธยม ได้เป็นอย่างดี สื่อสารด้วยประเด็นใกล้ตัว - เนื้อหาดี ปลูกเร้าอารมณ์ความรู้สึกให้คล้อยตามได้ อย่างดี โดยเน้นย้ำเรื่องของครอบครัวและอนาคตที่จะสูญเสียไปจากการดื่มเหล้าเพียงครั้งเดียว 	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาบางช่วงบางตอนดูไม่สมจริง ทำให้รู้สึกขัดกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับชม - เนื้อหาส่วนที่แม่ต้องดูแลลูกในฐานะของผู้ป่วยติดเตียงยังไม่แสดงออกถึงความลำบากของแม่เท่าที่ควร สามารถปรับปรุงให้เห็นถึงผลเสียต่อครอบครัวและสังคมได้มากกว่านี้ - เพิ่มส่วนครามาตอนท้ายเรื่องเพื่อกระตุ้นอารมณ์ผู้ชมได้มากขึ้น

ตารางที่ 29 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านเทคนิคการผลิตภาพยนตร์สั้น

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - การเล่าเรื่อง ลำดับภาพ การนำเสนอ เสียง แสง สวยงามเหมาะสมดี - การเปิดเรื่อง ดำเนินเรื่อง และปิดเรื่องมีความกระชับ ชัดเจน ไม่ยืดเยื้อ เหมาะกับการนำเสนอในรูปแบบภาพยนตร์สั้น - ฉากที่ใช้มีความเหมาะสม บทพูดกระชับ เข้าใจง่าย บุคลิกของนักแสดงเหมาะสมกับบทบาทที่ได้รับ - โครงเรื่องเหมาะสมดี มีปมที่น่าเสนอได้เข้าใจง่าย เชื่อมโยงกับผู้รับสารได้เป็นอย่างดี 	<ul style="list-style-type: none"> - เสียงบางช่วงฟังไม่ค่อยชัดเจนว่าตัวละครพูดอะไร - ฉากที่ตัวละครประสบอุบัติเหตุอาจพิจารณาเพิ่มแสงสว่างให้เกิดความสมจริง - พิจารณาเพิ่มคำบรรยายได้ภาพ - พิจารณาเพิ่มเพลงประกอบเพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงผู้รับสารให้เข้าถึงเนื้อหาได้มากยิ่งขึ้น - ปรับโทนสีช่วงเวลาย้อนอดีตเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างอดีตกับปัจจุบัน เนื่องจากบางช่วงของเนื้อเรื่องทำให้ผู้ชมสับสนระหว่างอดีตกับปัจจุบัน

ตารางที่ 30 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - วิธีการนำเสนอด้วยภาพยนตร์สั้นมีความเหมาะสม เพราะสามารถถ่ายทอดเรื่องราว ประสบการณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ชัดเจน และยังสามารถกระตุ้นให้เกิดความตระหนักแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นสื่อประเภทภาพและเสียง สามารถเชื่อมโยงกับความรู้สึกของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี - เป็นการเล่าเรื่องที่เป็นกรณีตัวอย่างให้กับกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่ได้เป็นอย่างดี - เล่าเรื่องดี จับจุดเรื่องครอบครัวและอนาคตที่เด็กวัยรุ่นไฟฝันได้ดี - วิธีการเล่าเรื่องได้น่าสนใจ เหมือนฉายภาพให้กลุ่มเป้าหมายเห็นว่าอยากให้อนาคตตนเองเป็นแบบไหน หากไม่ระมัดระวังอาจสูญเสียอนาคต - ใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องด้วยความกลัวมานำเสนอได้เป็นอย่างดี - สามารถนำเสนอเพื่อสร้างความตระหนักให้กลุ่มเป้าหมายเห็นโทษของสุราได้ดี - ชัดเจน น่าสนใจ สื่อถึงประเด็นสำคัญ และชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้ผู้รับสารพิจารณาด้วยตนเองได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับปรุงเพิ่มเติมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเป็นสื่อรณรงค์ได้

ตารางที่ 31 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านทัศนคติและความพึงพอใจ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เหมาะสมสำหรับเป็นสื่อรณรงค์ - เป็นแนวทางการเล่าเรื่องที่มีประสิทธิภาพและสร้างแรงบันดาลใจ - สามารถชี้ให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่ผู้รับสารสามารถนำ วิจรรย์ญาของตนเองได้ ทำให้รู้สึกว่าคุณเองได้รับการยอมรับ มีความรับผิดชอบในฐานะผู้ใหญ่ และสามารถตัดสินใจดำเนินชีวิตในแบบของตนเอง - ผู้จัดทำมีการวางแผนมาก่อนล่วงหน้า ทำให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวของจุดเปลี่ยนในการตัดสินใจดื่มแอลกอฮอล์เพียงครั้งเดียวได้ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถปรับปรุงเพื่อเพิ่มอารมณ์ความรู้สึกให้ผู้รับสารตระหนักได้มากขึ้น - อาจสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับสารด้วยการเล่าเรื่องในลักษณะเปรียบเทียบให้เห็นประเด็นของครอบครัว คนรัก

2.4 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง ออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic)

ตารางที่ 32 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง ออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านเนื้อหา

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - สามารถนำเสนอได้ครบถ้วน ตรงประเด็น เข้าใจ ง่าย อธิบายถึงแอลกอฮอล์ประเภทต่างๆ และ ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้ชัดเจน - เนื้อหาที่นำเสนอเปรียบเทียบผลกระทบของ แอลกอฮอล์ในระดับต่างๆ ได้เข้าใจง่าย - ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายสำหรับการรับรู้ของประชาชน ทั่วไป - สามารถสรุปข้อมูลนำเสนอได้ดีมาก ครบถ้วน ตรง ประเด็น ที่ต้องการ สื่อสารให้ผู้รับสารเข้าใจ ผลกระทบต่อร่างกายได้ดี - เนื้อหาค่อนข้างครอบคลุมสื่อให้เห็นถึงผลกระทบ ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เป็นอย่างดี - สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน - เนื้อหาร่วมสมัยเหมาะกับผู้รับสาร 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มเนื้อหาในการส่งผลกระทบร้ายแรงต่ออวัยวะ อื่นๆ ในร่างกายซึ่งอาจทำให้ถึงแก่ชีวิตหรือทุพพล ภาพจะทำให้เห็นถึงผลเสียของแอลกอฮอล์ได้ดีกว่า นี้

ตารางที่ 33 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านภาพเคลื่อนไหวและเสียง

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เสียงประกอบน้ำเสียงน่าฟัง ผู้บรรยายออกเสียงได้ถูกต้อง ชัดเจน มีการเว้นวรรคตอนควบกล้ำชัดเจน - ความเร็วที่ใช้มีความเหมาะสมไม่ช้าหรือเร็วเกินไป - ในภาพรวมสอดคล้องของภาพเคลื่อนไหวทั้งเสียงและคำบรรยาย - การยกตัวอย่างเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจน สอดคล้องกับความรู้และความคิดของกลุ่มเป้าหมาย - มีการใช้ภาพและสีสันทันได้เหมาะสม เป็นมิตร - เนื้อหาสนุกและเข้าใจง่าย - เลือกเสียงเอฟเฟกต์ที่ดึงดูดความสนใจได้ดี - น่าสนใจและนำไปสู่ความเข้าใจ หรือสื่อถึงเนื้อหาได้ดี - ชวนให้ติดตาม ช่วยส่งเสริมเนื้อหาสาระให้เข้าใจง่ายมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาคำบรรยายและเสียงบรรยายให้สอดคล้องกัน - การแบ่งเป็น 2 ตอนอาจมีผู้ชมรับชมไม่ครบทั้ง 2 ตอน อาจทำให้วัตถุประสงค์ในการเชิญชวนให้ลด ละ เลิกแอลกอฮอล์ไม่สามารถส่งไปถึงผู้รับสารได้ - ภาพกราฟิกที่เลือกใช้ควรเลือกให้เข้ากันทั้งคลิป - พิจารณาภาพกราฟิกแบบไม่ตัดเส้นเพราะดูทันสมัยเข้ากับรูปแบบที่ใช้ - เช็กความถูกต้องของตัวสะกด - พิจารณาเลือกใช้เสียงเอฟเฟกต์เฉพาะช่วงที่เป็นประเด็น และจำเป็นเท่านั้น เสียงเอฟเฟกต์ในบางช่วงกลบความน่าสนใจของเนื้อหา - ความดังเบาของเสียงทั้ง 2 คลิปไม่เท่ากัน

ตารางที่ 34 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบ Motion Graphic เป็นวิธีการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ที่น่าสนใจ เพราะสามารถช่วยให้ผู้รับสารทำความเข้าใจเนื้อหาสาระได้ง่ายขึ้นจากภาพเคลื่อนไหวและเสียงประกอบ - รูปแบบการสื่อสารสามารถใส่รายละเอียดที่ซับซ้อนให้เข้าใจได้ง่ายและพิจารณาประเด็นต่างๆ ที่ต้องการสื่อสารได้ครบถ้วน - สามารถอธิบายเนื้อหาสาระให้เห็นภาพชัดเจนเป็นรูปธรรม - วิธีการนำเสนอเข้าถึงง่าย รู้สึกเหมือนดูการ์ตูน ทำให้เปิดใจกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ดึงดูดความสนใจได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลในแง่ของความตระหนักคิด สื่อประเภทนี้อาจยังไม่สามารถทำให้เกิดประสิทธิภาพได้ขนาดนั้น - การนำเสนอควรคำนึงถึงหลักจิตวิทยาของผู้รับสาร ช่วงอายุ เพศ ที่อยู่ในช่วงของเยาวชน การชี้นำลักษณะบังคับ อาจทำให้ไม่สามารถทำให้เกิดการยอมรับ หรือสร้างความรู้สึกรอคอยค่าได้ - รูปแบบการนำเสนอเป็นการบรรยายไปเรื่อยๆ ค่อนข้างยากในการดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 35 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านทัศนคติและความพึงพอใจ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เหมาะสมกับการเป็นสื่อรณรงค์ - มีการอ้างอิงข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ทำให้เนื้อหาสารมีความน่าเชื่อถือ - เป็นสื่อรณรงค์ที่น่าติดตามและสามารถใช้เป็นสื่อเพื่อกระตุ้น สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับแอลกอฮอล์ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดการกระตุ้นให้เกิดการตระหนักรู้ - เพิ่มเติมข้อมูลจากพิษสุราเรื้อรังที่รักษาไม่หายกลายเป็น โรคเรื้อรังที่สร้างความทรมานให้กับผู้ป่วยและครอบครัว ทำให้เห็นภาพว่าเป็นผลเสียต่อตนเองอย่างไร

ส่วนที่ 3 การดำเนินกิจกรรมพัฒนาทักษะการผลิตสื่อให้กลุ่มเยาวชน

การดำเนินงาน จัดอบรมพัฒนาทักษะการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อรณรงค์ประเด็นการไม่ดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน

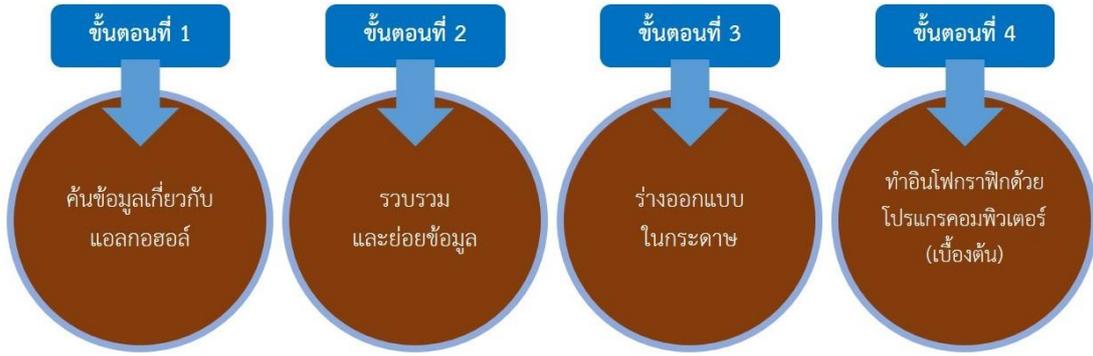
เป้าหมาย นักเรียนได้รับทักษะความรู้ในการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อรณรงค์ประเด็นสาธารณะหรือประเด็นปัญหาสังคม

รายละเอียดการดำเนินงาน

ในการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 ในโรงเรียนใน 3 จังหวัด ได้แก่ โรงเรียนแม่ลาววิทยาคม จังหวัดเชียงราย โรงเรียนแม่ริมวิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่ และโรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคม จังหวัดพะเยา ผู้วิจัยได้ดำเนินกิจกรรมจัดอบรมพัฒนาทักษะการผลิตสื่อให้กับนักเรียน เพื่อให้นักเรียนสามารถนำทักษะความรู้ไปประยุกต์ใช้หรือต่อยอดกับการผลิตสื่อเพื่อรณรงค์ประเด็นทางสังคมได้ด้วยตัวเองต่อไป

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความพร้อมและทักษะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมปลาย ตลอดจนพิจารณาถึงระยะเวลาในการจัดอบรมให้เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทการจัดการเรียนการสอนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการจัดกิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกเบื้องต้นให้กับนักเรียนทั้ง 3 โรงเรียน โดยกำหนดประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน ซึ่งนักเรียนเคยได้ทำกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบและระดมสมองในประเด็นดังกล่าวมาแล้วในขั้นตอนการดำเนินงานที่ 1 (การทำกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ หรือ Design Thinking)

ขั้นตอนการจัดกิจกรรมอบรมผลิตสื่ออินโฟกราฟิกเบื้องต้น เพื่อรณรงค์การไม่ดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับแอลกอฮอล์และประเด็นปัญหาจากการดื่มแอลกอฮอล์ 2) การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและนำมาย่อให้เข้าใจง่าย 3) ร่างไอเดียการออกแบบข้อมูลและรูปแบบอินโฟกราฟิกที่ต้องการนำเสนอ และ 4) นำร่างแบบที่ได้ไปทำในโปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน อาทิ โปรแกรม PowerPoint โปรแกรมผลิตอินโฟกราฟิกสำเร็จรูป เป็นต้น



ภาพที่ 18 ขั้นตอนการจัดอบรมผลิตสื่อธรรมรงค์ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสื่ออินโฟกราฟิก



ภาพที่ 19 การจัดกิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะการผลิตสื่ออินโฟกราฟิก

โรงเรียนแมริวิทวิทยา

รู้ร่าเมามันไม่ดี...แต่เป็นคดี เรอก็ไม้อ่า

ที่มา: <https://www.thaihealth.or.th>

โรงเรียนแมริวิทวิทยา

โรงเรียนแมริวิทวิทยา

รู้หรือไม?

แอลกอฮอล์ มีผลต่อร่างกายและสมอง ทำให้วัยรุ่นเสี่ยงต่ออาการต่างๆ การพัฒนาของสมองจะช้ากว่าวัย การเรียน การทำงาน การตัดสินใจ การขับขี่ และการเจริญเติบโตจะล่าช้ากว่าวัยนั่นเอง

Note เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้วัยรุ่นเสี่ยงต่ออาการต่างๆ การเรียน การทำงาน การตัดสินใจ การขับขี่ การเจริญเติบโตจะล่าช้ากว่าวัยนั่นเอง

ที่มา: แผนสุขภาพจิตโรงเรียนแมริวิทวิทยา

โรงเรียนแมริวิทวิทยา

ภาพที่ 20 ผลงานการผลิตอินโฟกราฟิกธรรมรงค์ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน

ขั้นตอนที่ 4 ได้แก่ ปรับปรุงนวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
การดำเนินงาน ผู้วิจัยแก้ไขปรับปรุงสื่อ 2 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) สื่อภาพนิ่ง ได้แก่ ภาพประกอบ
 เรื่อง (Content Album) และอินโฟกราฟิก (Infographic) 2) สื่อภาพเคลื่อนไหว ได้แก่ ภาพยนตร์สั้น (Short
 Film) และโมชั่นกราฟิก (Motion Graphic)

เป้าหมาย นวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนเสร็จสมบูรณ์

รายละเอียดการดำเนินงาน

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยนำข้อมูลผลการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่ม
 เยาวชนจากทั้งนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย 3 โรงเรียน และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)
 อาทิ นักวิชาการด้านสื่อ นักวิชาการด้านศิลปะและการออกแบบ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ แพทย์
 พยาบาลวิชาชีพ ครูโรงเรียนมัธยมศึกษา ครอบครัวหรือผู้ปกครองของเยาวชน กลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้องในโรงเรียน
 เป็นต้น โดยแนวทางการปรับปรุงคุณภาพสื่อรณรงค์สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 36 แนวทางการปรับปรุงคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์จากผลการประเมิน

สื่อ	การปรับปรุง/แก้ไข	
	เนื้อหา	รูปแบบการนำเสนอ
1. ภาพประกอบเรื่อง (Content Album)	-	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับปรุงภาพให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่องมากขึ้น - ปรับปรุงภาพให้สื่อสารถึงความรุนแรงที่เกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ให้ชัดเจนมากขึ้น - ปรับปรุงภาพให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในบริบทของประเทศไทย เช่น ภาพเงินสกุลต่างประเทศ เป็นสกุลเงินไทย - เลือกใช้ภาพที่สว่างและเชิงบวกมากขึ้น เพื่อให้เนื้อหาสร้างความรู้สึกหมั่นหมองจนเกินไป ทำให้ไม่รู้สึกอยากเปิดอ่าน เนื่องจากเป้าหมายของการสื่อสารด้วยรูปแบบ Content Album อาจไม่ได้มุ่งเน้นการสร้างความรู้สึกกลัว แต่มุ่งเน้นให้ข้อมูลเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายจุกคิดหรือเปิดโอกาสให้

สื่อ	การปรับปรุง/แก้ไข	
	เนื้อหา	รูปแบบการนำเสนอ
		คิดตามเองบนหลักเหตุผล
2. อินโฟกราฟิก (Infographic)	-	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอใหม่ด้วยการออกแบบโดยใช้ภาพกราฟิกแทนข้อความให้มากขึ้น ลดปริมาณตัวหนังสือให้น้อยลง เพื่อสื่อสารได้เร็วและลดความตึงเครียดของประเด็นเนื้อหาที่อาจไม่สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย - เลือกใช้โทนสีที่เป็นมิตร อ่านง่าย - จัดวางองค์ประกอบให้น่าอ่านมากขึ้น ไม่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกอึดอัดหรือตึงเครียดเกินไป เนื่องจากเนื้อหาในอินโฟกราฟิกเป็นตัวเลขและสถิติที่ค่อนข้างย่อยยาก (เข้าใจยาก) หรือไม่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น
3. ภาพยนตร์สั้น (Short Film)	- ปรับเนื้อหาในบางฉากเพื่อให้เรื่องราวสื่อสารได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น ผลจากการดื่มสุราทำให้ครอบครัวทะเลาะกัน	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มคำบรรยาย (Subtitle) - ใส่เสียงประกอบให้เรื่องน่าสนใจและกระตุ้นอารมณ์กลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น - ปรับคุณภาพของภาพในบางฉากที่อาจมืดเกินไป และลำดับเรื่องราวใหม่เพื่อให้เนื้อหากำหนดเรื่องเข้าใจง่ายมากขึ้น เช่น ฉากอดีตและฉากในปัจจุบัน
4. มอชันกราฟิก (Motion Graphic)	- แก้ไขเนื้อหาส่วนตอนจบของคลิปโมชันไม่ให้เป็นการชี้แนะหรือตัดสินกลุ่มเป้าหมายจนเกินไป	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มความสอดคล้องของคลิปที่ 1 และ 2 ให้เป็นต่อเนื่องจากเป็นเรื่องราวเดียวกันมากขึ้น - ใส่เสียงประกอบในคลิปให้มากขึ้นในฉากที่ควรใส่เพิ่มเติม เพื่อดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายไม่ให้รู้สึกเบื่อและอยากดูคลิปต่อจนจบ

สื่อ	การปรับปรุง/แก้ไข	
	เนื้อหา	รูปแบบการนำเสนอ
		- ปรับปรุงคุณภาพเสียงบรรยายให้ดีขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 ได้แก่ การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมกับโรงเรียนมัธยมศึกษาเป้าหมาย 3 แห่ง ครั้งที่ 3 การดำเนินงาน 1) ผู้วิจัยลงพื้นที่ 3 โรงเรียน ใน 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ และพะเยา ครั้งที่ 3 เพื่อนำสื่อธรรมะชิ้นงานสมบูรณ์ไปทดสอบและประเมินผลกับเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย พร้อมสรุปผลการดำเนินโครงการทั้งหมด 2) ผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เพื่อประเมินผลสื่อชิ้นงานสมบูรณ์ และ 3) ผู้วิจัยเผยแพร่สื่อธรรมะผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) เพื่อเป็นการประเมินผลสื่อในวงกว้าง

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 5 ดังกล่าวนี้เป็นช่วงระยะเวลาของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่กลับมารุนแรงมากขึ้นอีกครั้ง โรงเรียนมัธยมศึกษาและมหาวิทยาลัยจำเป็นต้องจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์เกือบทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมในครั้งที่ 3 ในโรงเรียนทั้ง 3 แห่งได้ ผู้วิจัยจึงได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการดำเนินกิจกรรมมาเป็นในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้ช่องทาง Google Classroom เป็นช่องทางในการนำสื่อธรรมะที่เสร็จสมบูรณ์ให้นักเรียนทั้ง 3 โรงเรียนประเมินผลคุณภาพสื่อแทนการลงพื้นที่จริง

เป้าหมาย ผลการประเมินนวัตกรรมสื่อเพื่อทราบการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรม การดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนภาคเหนือ

รายละเอียดการดำเนินงาน

ส่วนที่ 1 ผลการประเมินสื่อธรรมะป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์จากกลุ่มเยาวชนเป้าหมาย ครั้งที่ 2 การประเมินคุณภาพสื่อธรรมะเพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	19	33.30
เพศหญิง	35	61.40
เพศทางเลือก	3	5.30
รวม	57	100

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 61.40 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และเพศทางเลือก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามโรงเรียน

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
โรงเรียนแมริมวิทาคม	15	26.32
โรงเรียนแม่ลาววิทาคม	17	29.82
โรงเรียนดอกคำใต้วิทาคม	25	43.86
รวม	57	100

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ โรงเรียนดอกคำใต้วิทาคม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 43.86 รองลงมาคือ โรงเรียนแม่ลาววิทาคม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 29.82 และโรงเรียนแมริมวิทาคม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32

ตอนที่ 2 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิง
ออกแบบ

2.1 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album)

ตารางที่ 39 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านเนื้อหา

ประเด็นด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เนื้อหาเข้าใจง่าย	4.36	0.70	มากที่สุด
2. เนื้อหาเรียงลำดับถูกต้องเหมาะสม	4.33	0.67	มากที่สุด
3. เนื้อหา มีความสอดคล้องกับภาพประกอบ	4.42	0.71	มากที่สุด
4. ปริมาณเนื้อหา มีความถูกต้องเหมาะสม	4.36	0.73	มากที่สุด
5. เนื้อหา มีความเหมาะสมกับเยาวชน	4.40	0.74	มากที่สุด
6. ขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหา มีความ เหมาะสม	4.38	0.71	มากที่สุด
7. การจัดเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหา มี ความเหมาะสม	4.31	0.69	มากที่สุด
8. การอธิบายเนื้อหา มีความชัดเจน	4.33	0.75	มากที่สุด
รวม	4.36	0.71	มากที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด โดย
ประเด็น เนื้อหา มีความสอดคล้องกับภาพประกอบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 4.42 รองลงมาคือเนื้อหา มีความ
เหมาะสมกับเยาวชน ที่ค่าเฉลี่ย 4.40 และขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหา มีความเหมาะสม ที่ค่าเฉลี่ย 4.38
ตามลำดับ

ตารางที่ 40 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านภาพ

ประเด็นด้านภาพ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ภาพและข้อความมีความเข้าใจง่าย	4.40	0.78	มากที่สุด
2. ภาพและข้อความมีความต่อเนื่อง	4.29	0.71	มากที่สุด
3. การสื่อความหมายของภาพและข้อความ	4.49	0.66	มากที่สุด
4. ความน่าสนใจของภาพและข้อความ	4.28	0.71	มากที่สุด
5. ความสอดคล้องของภาพและข้อความ	4.36	0.78	มากที่สุด
6. ความสอดคล้องของภาพและเนื้อหา	4.38	0.71	มากที่สุด
รวม	4.36	0.72	มากที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดย
ประเด็นด้านการสื่อความหมายของภาพและข้อความ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 4.49 รองลงมาคือ ภาพและ
ข้อความมีความเข้าใจง่าย ที่ค่าเฉลี่ยที่ 4.40 และความสอดคล้องของภาพและเนื้อหา ที่ค่าเฉลี่ย 4.38
ตามลำดับ

ตารางที่ 41 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ประเด็นด้านการนำเสนอ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ข้อความมีขนาดและสีที่น่าสนใจ	4.31	0.77	มากที่สุด
2. การนำเสนอของภาพและข้อความมีความ เหมาะสม	4.33	0.70	มากที่สุด
3. การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.33	0.77	มากที่สุด
4. การนำเสนอภาพช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึก ต่อการรับรู้	4.42	0.71	มากที่สุด
5. การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสาร ความหมายได้ชัดเจน	4.35	0.75	มากที่สุด
6. การนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อ ความหมายได้	4.55	0.66	มากที่สุด
รวม	4.38	0.72	มากที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านการนำเสนอโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นด้านการนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 4.55 รองลงมาคือ การนำเสนอภาพช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อการรับรู้ ที่ค่าเฉลี่ย 4.42 และการนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 4.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เชิงออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ

ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม	4.51	0.66	มากที่สุด
2. ท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน	4.45	0.66	มากที่สุด
3. สื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.49	0.69	มากที่สุด
4. สื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์	4.44	0.69	มากที่สุด
5. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ	4.40	0.74	มากที่สุด
6. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากมีส่วนร่วม	4.38	0.76	มากที่สุด
รวม	4.44	0.70	มากที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เชิงออกแบบประเภท Content Album ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นด้านท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 4.51 รองลงมาคือสื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.49 และท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน ที่ค่าเฉลี่ย 4.45 ตามลำดับ

2.2 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic)

ตารางที่ 43 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านเนื้อหา

ประเด็นด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เนื้อหาเข้าใจง่าย	4.50	0.68	มากที่สุด
2. เนื้อหาเรียงลำดับถูกต้องเหมาะสม	4.39	0.70	มากที่สุด
3. เนื้อหามีความสอดคล้องกับภาพประกอบ	4.44	0.66	มากที่สุด
4. ปริมาณเนื้อหา มีความถูกต้องเหมาะสม	4.35	0.79	มากที่สุด
5. เนื้อหา มีความเหมาะสมกับเยาวชน	4.40	0.62	มากที่สุด
6. ขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหา มีความ เหมาะสม	4.42	0.68	มากที่สุด
7. การจัดเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหา มี ความเหมาะสม	4.42	0.69	มากที่สุด
8. การอธิบายเนื้อหา มีความชัดเจน	4.40	0.64	มากที่สุด
รวม	4.41	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Infographic ประเด็นด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็น
ด้านเนื้อหาเข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.50 รองลงมาคือเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับภาพประกอบ ที่
ค่าเฉลี่ย 4.44 และขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเหมาะสม และการจัดเรียงลำดับความสำคัญของ
เนื้อหาที่มีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านภาพ

ประเด็นด้านภาพ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ภาพและข้อความมีความเข้าใจง่าย	4.39	0.70	มากที่สุด
2. ภาพและข้อความมีความต่อเนื่อง	4.30	0.67	มากที่สุด
3. การสื่อความหมายของภาพและข้อความ	4.39	0.70	มากที่สุด
4. ความน่าสนใจของภาพและข้อความ	4.20	0.75	มากที่สุด
5. ความสอดคล้องของภาพและข้อความ	4.36	0.69	มากที่สุด
6. ความสอดคล้องของภาพและเนื้อหา	4.39	0.72	มากที่สุด
รวม	4.33	0.70	มากที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Infographic ประเด็นด้านภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็น
ด้านภาพและข้อความมีความเข้าใจง่าย การสื่อความหมายมีความต่อเนื่อง และความสอดคล้องของภาพและ
เนื้อหา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากันอยู่ที่ 4.39 รองลงมาคือความสอดคล้องของภาพและข้อความ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่
4.36 และภาพและข้อความมีความต่อเนื่อง ที่ค่าเฉลี่ย 4.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ประเด็นด้านการนำเสนอ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ข้อความมีขนาดและสีที่น่าสนใจ	4.28	0.75	มากที่สุด
2. การนำเสนอของภาพและข้อความมีความ เหมาะสม	4.26	0.81	มากที่สุด
3. การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.37	0.77	มากที่สุด
4. การนำเสนอภาพช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึก ต่อการรับรู้	4.32	0.76	มากที่สุด
5. การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสาร ความหมายได้ชัดเจน	4.35	0.74	มากที่สุด
6. การนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อ ความหมายได้	4.46	0.66	มากที่สุด
รวม	4.34	0.74	มากที่สุด

จากตารางที่ 45 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เทคนิคเชิงออกแบบประเภท Infographic ประเด็นด้านการนำเสนอโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นการนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 4.46 รองลงมาคือ การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสมที่ค่าเฉลี่ย 4.37 และการนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจนที่ค่าเฉลี่ย 4.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เทคนิคเชิงออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ

ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม	4.46	0.68	มากที่สุด
2. ท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน	4.51	0.73	มากที่สุด
3. สื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.49	0.71	มากที่สุด
4. สื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์	4.42	0.71	มากที่สุด
5. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ	4.49	0.72	มากที่สุด
6. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากมีส่วนร่วม	4.32	0.74	มากที่สุด
รวม	4.44	0.71	มากที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการใช้เทคนิคเชิงออกแบบประเภท Infographic ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นด้านท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 4.51 รองลงมาคือสื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.49 และ ท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม ที่ค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ

2.3 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film)

ตารางที่ 47 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านเนื้อหา

ประเด็นด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เนื้อหาเข้าใจง่าย	4.40	0.68	มากที่สุด
2. เนื้อหาเรียงลำดับถูกต้องเหมาะสม	4.47	0.63	มากที่สุด
3. เนื้อหาที่มีความทันสมัย	4.45	0.69	มากที่สุด
4. เนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับเยาวชน	4.54	0.72	มากที่สุด
รวม	4.46	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 47 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทหนังสั้นพบว่าประเด็นด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดย
ประเด็นเนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับเยาวชนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.54 รองลงมาคือ เนื้อหาเรียงลำดับ
ถูกต้องเหมาะสมที่ค่าเฉลี่ย 4.47 และเนื้อหาที่มีความทันสมัยที่ค่าเฉลี่ย 4.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านการผลิตภาพยนตร์สั้น

ประเด็นด้านการผลิตหนังสั้น	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เทคนิคที่ใช้มีความสวยงาม	4.25	0.69	มากที่สุด
2. เทคนิคพิเศษที่ใช้มีความสมจริง	4.33	0.72	มากที่สุด
3. เทคนิคพิเศษที่ใช้มีความเหมาะสม	4.53	0.66	มากที่สุด
4. การสื่อความหมายช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึก	4.28	0.75	มากที่สุด
5. เสียงที่ใช้มีความเหมาะสม	4.37	0.70	มากที่สุด
6. เสียงประกอบมีความเหมาะสม	4.43	0.68	มากที่สุด
รวม	4.36	0.70	มากที่สุด

จากตารางที่ 48 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทหนังสั้น ประเด็นด้านการผลิตหนังสั้นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดย

ประเด็นด้านเทคนิคพิเศษที่ใช้มีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.53 รองลงมาคือ เสียงประกอบมีความเหมาะสมที่ค่าเฉลี่ย 4.43 และเสียงที่ใช้มีความเหมาะสมที่ค่าเฉลี่ย 4.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ประเด็นด้านการนำเสนอ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ความน่าสนใจของการดำเนินเรื่อง	4.21	0.73	มากที่สุด
2. การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.46	0.71	มากที่สุด
3. การนำเสนอภาพและเสียงช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อการรับรู้	4.44	0.71	มากที่สุด
4. การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน	4.53	0.66	มากที่สุด
5. การนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้	4.44	0.63	มากที่สุด
รวม	4.41	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 49 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทหนังสั้น ประเด็นด้านการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นด้านการนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 4.53 รองลงมาคือ การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสมที่ค่าเฉลี่ย 4.46 และการนำเสนอภาพและเสียงช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อการรับรู้และการนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้ค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ

ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม	4.51	0.66	มากที่สุด
2. ท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน	4.49	0.73	มากที่สุด
3. สื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.51	0.68	มากที่สุด
4. สื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์	4.54	0.66	มากที่สุด
5. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ	4.44	0.73	มากที่สุด
6. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากมีส่วนร่วม	4.40	0.70	มากที่สุด
รวม	4.48	0.82	มากที่สุด

จากตารางที่ 50 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทหนังสั้น ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ใน
ระดับมากที่สุด โดยประเด็นด้านสื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.54 รองลงมา
คือ ท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชมและสื่อมีผลต่อความรู้สึกใน
การหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.51 และท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของ
แอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อนมีค่าเฉลี่ยที่ 4.49 ตามลำดับ

2.4 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic)

ตารางที่ 51 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านเนื้อหา

ประเด็นด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เนื้อหาเข้าใจง่าย	4.60	0.66	มากที่สุด
2. เนื้อหาเรียงลำดับถูกต้องเหมาะสม	4.57	0.73	มากที่สุด
3. เนื้อหามีความสอดคล้องกับภาพประกอบ	4.65	0.71	มากที่สุด
4. ปริมาณเนื้อหามีความถูกต้องเหมาะสม	4.55	0.69	มากที่สุด
5. เนื้อหามีความเหมาะสมกับเยาวชน	4.51	0.68	มากที่สุด
6. ขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหามีความ เหมาะสม	4.50	0.73	มากที่สุด
7. การจัดเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหามี ความเหมาะสม	4.53	0.65	มากที่สุด
8. การอธิบายเนื้อหามีความชัดเจน	4.67	0.71	มากที่สุด
รวม	4.57	0.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 51 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน
โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ประเด็นด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่มระดับมากที่สุด โดย
ประเด็นด้านการอธิบายเนื้อหามีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.67 รองลงมาคือ เนื้อหามีความ
สอดคล้องกับภาพประกอบ ที่ค่าเฉลี่ย 4.65 และเนื้อหาเข้าใจง่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านภาพเคลื่อนไหวและเสียง

ประเด็นด้านภาพเคลื่อนไหวและเสียง	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ภาพเคลื่อนไหวมีความเข้าใจง่าย	4.55	0.69	มากที่สุด
2. ภาพเคลื่อนไหวมีความต่อเนื่อง	4.46	0.63	มากที่สุด
3. การสื่อความหมายของภาพและข้อความ	4.42	0.64	มากที่สุด
4. ความน่าสนใจของภาพเคลื่อนไหว	4.28	0.75	มากที่สุด
5. ภาพเคลื่อนไหวมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.43	0.66	มากที่สุด
6. เสียงประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.50	0.68	มากที่สุด
7. เสียงบรรยายมีความชัดเจน	4.55	0.65	มากที่สุด
8. ความสอดคล้องของเสียงบรรยายกับเนื้อหา	4.44	0.71	มากที่สุด
รวม	4.45	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 52 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ประเด็นด้านภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นด้าน ภาพเคลื่อนไหวมีความเข้าใจง่าย และเสียงบรรยายมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากันที่ 4.55 รองลงมาคือเสียงประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา ที่ค่าเฉลี่ย 4.50 และภาพเคลื่อนไหวมีความต่อเนื่อง ที่ค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ประเด็นด้านการนำเสนอ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ข้อความมีขนาดและสีสันท่าสนใจ	4.47	0.78	มากที่สุด
2. ความน่าสนใจของการดำเนินเรื่อง	4.42	0.71	มากที่สุด
3. การใช้เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.46	0.71	มากที่สุด
4. การนำเสนอภาพและเสียงช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อการรับรู้	4.44	0.73	มากที่สุด
5. การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน	4.53	0.66	มากที่สุด
6. การนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้	4.46	0.68	มากที่สุด
รวม	4.46	0.71	มากที่สุด

จากตารางที่ 53 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ประเด็นด้านการนำเสนอ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นด้าน การนำเสนอสามารถให้ข้อมูลและสื่อสารความหมายได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.53 รองลงมาคือข้อความมีขนาดและสีสันท่าสนใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.47 และการนำเสนอสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อความหมายได้ ที่ค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ

ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม	4.52	0.73	มากที่สุด
2. ท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน	4.53	0.66	มากที่สุด
3. สื่อมีผลต่อความรู้สึกในการหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.46	0.67	มากที่สุด
4. สื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์	4.50	0.68	มากที่สุด
5. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากไปบอกต่อ	4.49	0.68	มากที่สุด
6. สื่อนี้ทำให้ท่านรู้สึกอยากมีส่วนร่วม	4.46	0.68	มากที่สุด
รวม	4.49	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 54 พบว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นด้านท่านมีความตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.53 รองลงมาคือท่านได้รับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชม ที่ค่าเฉลี่ย 4.52 และสื่อนี้มีความเหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) อาทิ นักวิชาการด้านสื่อ นักวิชาการด้านศิลปะและการออกแบบ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ แพทย์ พยาบาลวิชาชีพ ครู โรงเรียนมัธยมศึกษา ครอบครัวหรือผู้ปกครองของเยาวชน กลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้องในโรงเรียน เป็นต้น โดยผลการประเมินสื่อคุณภาพสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนมีรายละเอียดที่สามารถสรุปเป็นประเด็นดังนี้

2.1 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album)

ตารางที่ 55 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านเนื้อหา

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาสื่อสารออกมาได้ดี เป็นเรื่องที่คนไม่ค่อยจะนำเสนอเท่าไร ส่วนใหญ่เน้นเรื่องสุขภาพ แต่สื่อเปรียบเทียบให้เห็นเรื่องของเงินที่ต้องเสียไปด้วย - การเล่าเรื่องมีความเข้าใจง่าย มีการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาเหมาะสม เนื้อหามีปริมาณเหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาไม่แปลกใหม่ - พิจารณาเนื้อหาการดื่มอย่างปลอดภัย

ตารางที่ 55 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านภาพ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - ภาพสอดคล้องกับเนื้อหา มีความเหมาะสม 	

ตารางที่ 56 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - ดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี - การสื่อสารด้วย Content Album ถือเป็น ช่องทางการสื่อสารที่ใช้สื่อ Social Media ได้เป็นอย่างดี และกำลังเป็นที่แพร่หลาย และได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน - น่าสนใจในแง่ของการนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งของหรือไลฟ์สไตล์ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - อาจนำเสนอตัวเลขความสูญเสียในหัวข้อความรุนแรงที่เกิดขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับหัวข้อความสูญเสียทางเศรษฐกิจและสร้างความตระหนักที่ชัดเจนขึ้น

ตารางที่ 57 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพประกอบเรื่อง (Content Album) ประเด็นด้านทัศนคติและความพึงพอใจ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - เหมาะสมเป็นสื่อเพื่อการรณรงค์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ถ้ามีการจัดวางตกแต่งออกมาในรูปแบบโน้ตหรือไดอารี่และเลือกใช้ตัวหนังสือที่ดึงดูดสายตามากขึ้น อาจจะทำให้ดูน่าอ่านมากขึ้น

2.2 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic)

ตารางที่ 58 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านเนื้อหา

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - สวยงาม ภาพและเนื้อหาเหมาะสมเข้าใจง่าย - เนื้อหามีประสิทธิภาพดี ช่วยลดความยากต่อการเข้าใจเนื้อหา และช่วยดึงดูดผู้ชม 	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาสาเหตุของปัญหาในกลุ่มเป้าหมายให้ลึกซึ้ง อาจต้องอาศัยการวิเคราะห์พฤติกรรม สัมภาษณ์เชิงลึก - พิจารณาเพิ่มตัวเลขเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นว่าสุราเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความรุนแรงในครอบครัว

ตารางที่ 59 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านภาพ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - รูปภาพสวยงามเหมาะสม มีการใช้สีเพื่อดึงดูด ความสนใจและทำให้เกิดการจดจำได้เป็นอย่างดี - สวยงาม มีการจัดองค์ประกอบให้เหมาะสม - กระจับเข้าใจง่าย ตัวหนังสือไม่เยอะจนเกินไป 	<ul style="list-style-type: none"> - ยังสามารถจัดวางและทำภาพให้ดูดึงดูดสายตาและ น่าสนใจได้มากกว่านี้

ตารางที่ 60 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - สามารถนำเสนอภาพและเนื้อหาออกมาได้ สอดคล้องกันดี ตรงประเด็น มีการปรับปรุงจากครั้ง ที่แล้วได้ค่อนข้างดี อ่านแล้วเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น - รูปแบบการนำเสนอมีความชัดเจน ตรงประเด็น - เป็นรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม สามารถ สื่อสารได้กับคนหลากหลายกลุ่มและวัย 	

ตารางที่ 61 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทอินโฟกราฟิก (Infographic) ประเด็นด้านทัศนคติและความพึงพอใจ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - การสื่อสารเข้าใจง่าย มีความน่าสนใจ เหมาะสมใน การนำไปเผยแพร่ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรนำสื่อนี้ไปใช้ควบคู่กับการทำกิจกรรมรณรงค์ หรือกิจกรรมเสริมในชั้นเรียน เพื่อพัฒนาต่อไป

2.3 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film)

ตารางที่ 62 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านเนื้อหา

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
- สื่อถึงผลกระทบของการดื่มสุราต่อตัวเองและ ครอบครัวได้ดี	- พิจารณาเนื้อหาที่เน้นความรับผิดชอบต่อสังคม - พิจารณาเนื้อหาเรื่องการดื่มอย่างปลอดภัย - พิจารณาเนื้อหาหลังอุบัติเหตุเพื่อดึงดูความ ความรู้สึกได้มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 63 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านเทคนิคการผลิตภาพยนตร์สั้น

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
- เหมาะสมดี	- พิจารณาปรับปรุงรายละเอียดต่างๆ เพื่องานที่ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ตารางที่ 64 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
- เหมาะสมดี	- ปรับปรุงเพิ่มเติมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเป็น สื่อรณรงค์ได้ เช่น ฉาก องค์ประกอบฉาก ตัวละคร บทพูด ยังสามารถพัฒนาให้ดีขึ้นได้ - เป็นการนำเสนอด้านลบเพียงด้านเดียว ควรให้ ข้อมูลทั้งแง่บวกและแง่ลบ

ตารางที่ 65 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น (Short Film) ประเด็นด้านทัศนคติและความพึงพอใจ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
- เหมาะสมเป็นสื่อรณรงค์	- พิจารณาปรับปรุงให้เห็นในเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น

2.4 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic)

ตารางที่ 66 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านเนื้อหา

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
- เนื้อหาดี นำไปต่อยอดได้ - เนื้อหาเหมาะสมดี จัดเรียงลำดับการเล่าเรื่องได้ดี สร้างความรู้ความตระหนักผู้ได้	- แนะนำวิธีดื่มอย่างปลอดภัย - พิจารณาทักษะการปฏิเสธเวลาเพื่อนชวนดื่ม หรือ การดื่มอย่างปลอดภัย

ตารางที่ 67 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิง
ออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านภาพเคลื่อนไหวและเสียง

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
- สื่อสารภาพเคลื่อนไหวและเสียงได้เหมาะสมดี ตรง กับเนื้อหา - มีคุณภาพในเรื่องขององค์ประกอบศิลป์ สี ตัวอักษร ขนาดของภาพกราฟิกและตัวอักษร - ภาพเคลื่อนไหวมีความต่อเนื่อง - ภาพและเสียงสอดคล้องกันดี สนับสนุนซึ่งกันและ กัน สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- ปรับปรุงคุณภาพเสียงบรรยายให้ดีขึ้น (เสียงเอฟ เฟกต์ประกอบบางช่วงกลบเสียงบรรยาย)

ตารางที่ 68 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านการนำเสนอ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - ใช้รูปแบบการนำเสนอได้เหมาะสมดี - เข้าใจง่าย คมชัด 	<ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาปรับให้เหลือเพียงตอนเดียว - เป็นการให้ข้อมูลทางการแพทย์อย่างเดียวยังไม่นำไปสู่การป้องกันการดื่มได้มากนัก

ตารางที่ 69 การประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภทโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ประเด็นด้านทัศนคติและความพึงพอใจ

ข้อดี	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> - ก่อให้เกิดทัศนคติที่ถูกต้องต่อการบริโภคแอลกอฮอล์ได้ สื่อมีคุณภาพน่าพึงพอใจ - เหมาะสมเป็นสื่อเพื่อการรณรงค์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มเติมในกรณีของการดื่มอย่างปลอดภัย

ส่วนที่ 3 เผยแพร่สื่อรณรงค์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) เพื่อดูผลการตอบรับในวงกว้าง

การดำเนินงาน เผยแพร่สื่อรณรงค์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

เป้าหมาย เพื่อดูผลการตอบรับสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนในวงกว้าง รายละเอียดการดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ สื่อภาพประกอบเรื่อง (Content Album) สื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) สื่อภาพยนตร์สั้น (Short Film) และสื่อโมชันกราฟิก (Motion Graphic) ไปเผยแพร่ลงในกลุ่มเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) ได้แก่ 1) กลุ่ม “จดเกล้าเข้าพรรษา” และ 2) กลุ่ม “ArtWork สื่อจดเกล้า” เพื่อทราบผลการตอบรับจากสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบในวงกว้างมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากการติดตามผลการตอบรับหลังจากนำสื่อเผยแพร่ลงกลุ่มเฟซบุ๊กแฟนเพจเรียบร้อยแล้ว พบว่า สื่อรณรงค์ทั้ง 4 ประเภท ไม่ได้รับการตอบรับทั้งในด้านการถูกเห็น (เห็นแล้ว) การกดถูกใจ (Like) การส่งต่อ (Share) หรือการแสดงความคิดเห็นตอบกลับ (Comment) ทั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เนื่องจากสื่อรณรงค์ทั้ง 4 ประเภทได้รับการพัฒนาเพื่อมุ่งสื่อสารกับกลับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (กลุ่มวัยรุ่น) ดังนั้น ประเด็นเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอจึงอาจไม่สอดคล้องกับความสนใจของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจดังกล่าวนี้ซึ่งมีความหลากหลายของสมาชิกสูง โดยเฉพาะเรื่องวัย ทัศนคติ และรูปแบบพฤติกรรมการใช้ชีวิต นอกจากนี้ จากการติดตามและสังเกตโพสต์ (Post) ในเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้ง 2 เพจดังกล่าวพบว่า ผลตอบรับในแต่ละโพสต์เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด กล่าวคือ การถูกเห็น (เห็นแล้ว)

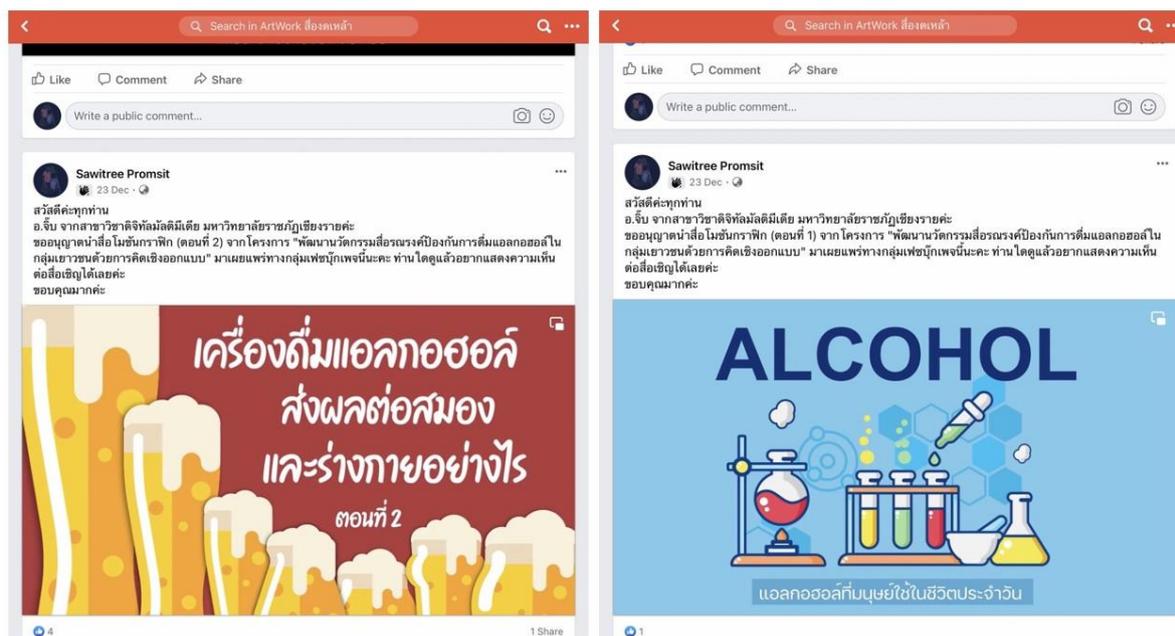
การกดถูกใจ (Like) การส่งต่อ (Share) หรือการแสดงความคิดเห็นตอบกลับ (Comment) ไม่ค่อยได้ปรากฏให้เห็นเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 21 เผยแพร่สื่อรณรงค์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ



ภาพที่ 22 เผยแพร่สื่อรณรงค์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ



ภาพที่ 23 เผยแพร่สื่อรณรงค์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ

ขั้นตอนที่ 6 ได้แก่ วิเคราะห์และสรุปผลการดำเนิน โครงการ

การดำเนินงาน วิเคราะห์และสรุปผลการดำเนิน โครงการการพัฒนา นวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกัน การดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ

เป้าหมาย รายงานผลการดำเนินงานแก่ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

รายละเอียดการดำเนินงาน

ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ ร่างสรุปผลงานสำหรับเผยแพร่ ร่าง Press ข่าว และร่าง Infographic สรุปผลการวิจัย เพื่อนำส่งศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) เพื่อพิจารณาและเข้าสู่กระบวนการจัดทำ เล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ สรุปผลงานสำหรับเผยแพร่ Press ข่าว และ Infographic สรุปผลการวิจัยต่อไป

2. วิจัยและสรุปผลการดำเนินงาน

พฤติกรรม การเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนในภาคเหนือ

จากการศึกษาพบว่านักเรียนชั้นมัธยมปลายใน 3 จังหวัดภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัด เชียงราย และจังหวัดพะเยามีพฤติกรรม การเปิดรับสื่อประเภทสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก แม้ว่าในประเทศไทยจะมีกฎหมายควบคุมการ โฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดเจน แต่เนื่องจากกลุ่ม ตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างหลากหลาย รวมไปถึงการรับชมซีรีส์จากต่างประเทศ จึงสามารถพบเห็น สินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และนำไปสู่การอยากลิ้มลอง รวมไปถึงกลุ่มตัวอย่างสามารถพบเห็น

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในชีวิตประจำวันผ่านทางเพื่อน ครอบครัว ญาติ ร้านค้า หรือบุคคลในชุมชน ก็ล้วนมีส่วนกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างริเริ่มการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่นกัน

สำหรับทัศนคติที่มีต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ค่านิยมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อทำให้ตนเองดูดี ก้าวข้ามผ่านสู่ความเป็นผู้ใหญ่ หรือมองว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสนุกสนานเวลารวมกลุ่ม ไปจนกระทั่งการใช้เป็นเครื่องมือเพื่อให้ลืมความทุกข์โศก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางคนมองดื่มเพื่ออยากรับรู้รสชาติ และการดื่มเป็นเรื่องปกติที่ยอมรับได้

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างบางคนมีทัศนคติที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างบางคนมีประสบการณ์ร่วมด้านลบซึ่งเป็นผลพวงของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งกลุ่มนี้มองว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นตัวต้นเหตุให้เกิดความรุนแรงในครอบครัว อาการป่วยเรื้อรัง หรืออุบัติเหตุที่นำมาซึ่งความสูญเสีย

การพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

กระบวนการออกแบบสาร

ผู้วิจัยได้เลือกใช้กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบเพื่อทราบข้อมูลเชิงลึกและได้ต้นแบบสื่อจากเยาวชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ และได้ข้อมูลและต้นแบบสื่อสำหรับนำมาใช้ในกิจกรรมสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ด้วยตัวเอง

องค์ประกอบในการออกแบบสาร

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการประชุมกลุ่ม (Focus Group) และการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาออกแบบสื่อที่คำนึงถึงการเล่าเรื่องและการสื่อความหมายด้วยภาพและเสียง ลักษณะการใช้ภาษาเพื่อและรูปแบบการสื่อสารที่ดึงดูดและโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. เนื้อหาสาระสะท้อนชีวิตกลุ่มเป้าหมาย
2. ตัวละครที่เป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและบุคคลที่มีความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมาย
3. ภาษาที่ใช้เพื่อโน้มน้าวใจ
4. การใช้จุดดึงดูดใจที่เหมาะสมกับบริบทของการรณรงค์
5. การออกแบบสิ่งกระตุ้นที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

ด้วยองค์ประกอบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบสื่อที่เหมาะสม และสามารถเผยแพร่ได้ง่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับเป็นประจำ มีทั้งหมด 4 รูปแบบ คือ สื่อภาพประกอบเรื่อง (Content Album) สื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) สื่อภาพยนตร์สั้น (Short Film) และสื่อโมชั่นกราฟิก (Motion Graphic)

จากนั้นทางทีมผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลการประเมินผลสื่อเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 ครั้ง โดยมีผลการประเมิน ดังนี้

ตารางที่ 70 ตารางเปรียบเทียบประเมินคุณภาพสื่อธรรมรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้น ก่อนและหลังการปรับปรุงคุณภาพสื่อ

ประเด็นการประเมินคุณภาพสื่อ	ก่อนการปรับปรุงคุณภาพสื่อ			หลังการปรับปรุงคุณภาพสื่อ		
	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ประเด็นด้านเนื้อหา	4.26	0.69	มากที่สุด	4.46	0.68	มากที่สุด
2. ประเด็นด้านเทคนิคการผลิตภาพยนตร์สั้น	3.99	0.76	มาก	4.36	0.70	มากที่สุด
3. ประเด็นด้านการนำเสนอ	4.22	0.73	มาก	4.41	0.68	มากที่สุด
4. ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	4.15	0.80	มาก	4.48	0.82	มากที่สุด

เมื่อเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพสื่อธรรมรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภทภาพยนตร์สั้นพบว่าก่อนและหลังการปรับปรุงสื่อพบว่า หลังการปรับปรุงสื่อมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนการปรับปรุงสื่อในทุกประเด็น

ตารางที่ 71 ตารางเปรียบเทียบประเมินคุณภาพสื่อธรรมรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ก่อนและหลังการปรับปรุงคุณภาพสื่อ

ประเด็นการประเมินคุณภาพสื่อ	ก่อนการปรับปรุงคุณภาพสื่อ			หลังการปรับปรุงคุณภาพสื่อ		
	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ประเด็นด้านเนื้อหา	4.53	0.59	มากที่สุด	4.57	0.69	มากที่สุด
2. ประเด็นด้านภาพเคลื่อนไหวและเสียง	4.39	0.68	มากที่สุด	4.45	0.67	มากที่สุด
3. ประเด็นด้านการนำเสนอ	4.32	0.73	มากที่สุด	4.46	0.71	มากที่สุด
4. ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	4.33	0.78	มากที่สุด	4.49	0.68	มากที่สุด

จากผลการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพสื่อธรรมรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนโดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Motion Graphic ก่อนและหลังการปรับปรุง

คือพบว่า หลังจากการปรับปรุงคุณภาพสื่อค่าเฉลี่ยในประเด็นด้านเนื้อหา ประเด็นภาพเคลื่อนไหวและเสียง ประเด็นด้านการนำเสนอ และประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนการปรับปรุงคุณภาพสื่อ

ตารางที่ 72 ตารางเปรียบเทียบประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Content Album ก่อนและหลังการปรับปรุงคุณภาพสื่อ

ประเด็นการประเมินคุณภาพสื่อ	ก่อนการปรับปรุงคุณภาพสื่อ			หลังการปรับปรุงคุณภาพสื่อ		
	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ประเด็นด้านเนื้อหา	4.24	0.73	มากที่สุด	4.36	0.71	มากที่สุด
2. ประเด็นด้านภาพ	4.18	0.77	มาก	4.36	0.72	มากที่สุด
3. ประเด็นด้านการนำเสนอ	4.09	0.80	มาก	4.38	0.72	มากที่สุด
4. ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	4.23	0.84	มาก	4.44	0.70	มากที่สุด

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Content Album ก่อนและหลังการปรับปรุงสื่อพบว่าค่าเฉลี่ยหลังจากการปรับปรุงสื่อมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนการปรับปรุงสื่อในทุกๆ ประเด็น

ตารางที่ 73 ตารางเปรียบเทียบประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Infographic ก่อนและหลังการปรับปรุงคุณภาพสื่อ

ประเด็นการประเมินคุณภาพสื่อ	ก่อนการปรับปรุงคุณภาพสื่อ			หลังการปรับปรุงคุณภาพสื่อ		
	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. ประเด็นด้านเนื้อหา	4.36	0.67	มากที่สุด	4.41	0.68	มากที่สุด
2. ประเด็นด้านภาพ	4.30	0.70	มากที่สุด	4.36	0.70	มากที่สุด
3. ประเด็นด้านการนำเสนอ	4.25	0.76	มากที่สุด	4.34	0.74	มากที่สุด
4. ประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	4.23	0.80	มาก	4.44	0.71	มากที่สุด

จากการศึกษา สามารถสรุปได้ว่าการประเมินคุณภาพสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน โดยการคิดเชิงออกแบบประเภท Infographic ก่อนและหลังการปรับปรุงคุณภาพสื่อพบว่า

หลังจากการปรับปรุงคุณภาพสื่อในประเด็นด้านเนื้อหา ประเด็นด้านภาพ ประเด็นด้านการนำเสนอ และประเด็นด้านความพึงพอใจและทัศนคติมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นกว่าก่อนการปรับปรุงคุณภาพสื่อ

สรุปผลการดำเนินงาน

โครงการ “การพัฒนานวัตกรรมสื่อเพื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ” มีวัตถุประสงค์ในดำเนินกิจกรรมเพื่อทราบทัศนคติและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนภาคเหนือ 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ และพะเยา และดำเนินกิจกรรมโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาเป็นกรอบในการดำเนินกิจกรรมตลอดโครงการ (6 ขั้นตอน) โดยเริ่มต้นจากการลงพื้นที่ทำกิจกรรมย่อยต่างๆ ครั้งที่ 1 เพื่อทราบข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มตัวอย่างแล้วผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์เพื่อนำไปพัฒนาเป็นสื่อรณรงค์รอบที่ 1 (Draft ที่ 1) ได้แก่ สื่อภาพประกอบเรื่อง (Content Album) สื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) สื่อภาพยนตร์สั้น (Short Film) และสื่อโมชั่นกราฟิก (Motion Graphic) ขณะที่จากการทำกิจกรรมย่อยต่างๆ ไปพร้อมกันนี้ กลุ่มตัวอย่างก็ได้ข้อมูลหรือต้นแบบสื่อ (Prototype) ที่จะนำมาฝึกอบรมการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในครั้งต่อไปด้วย

เมื่อผู้วิจัยพัฒนาสื่อรณรงค์ Draft ที่ 1 แล้วจึงนำสื่อไปเผยแพร่เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างประเมินผลความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อในการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 ซึ่งผลการประเมินพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์ Draft ที่ 1 ทั้ง 4 ประเภทอยู่ในเกณฑ์มาก – มากที่สุด ขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างได้ฝึกปฏิบัติผลิตสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อใช้รณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตัวเองไปพร้อมกันในช่วงเวลานี้ โดยผู้วิจัยต้องการให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างได้ตระหนักถึงผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ผ่านการค้นคว้าหาข้อมูลเนื้อหาด้วยตัวเองและนำมาสร้างสรรค์เป็นสื่อรณรงค์ตามรูปแบบที่ตัวเองอยากนำเสนอ ตลอดจนต้องการเพิ่มทักษะการผลิตสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิกเพื่อเป็นความรู้ในการต่อยอดของนักเรียนต่อไป

จากการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทราบผลการประเมินความพึงพอใจสื่อรณรงค์จากนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งได้ทราบข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) แล้วนำมาปรับปรุงพัฒนาสื่อรณรงค์ให้เสร็จสมบูรณ์ จากนั้นนำสื่อไปเผยแพร่ให้กลุ่มตัวอย่างประเมินผลความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อในการลงพื้นที่ครั้งที่ 3 (จัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19) ซึ่งผลการประเมินพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์ ทั้ง 4 ประเภทอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยเมื่อเปิดรับนวัตกรรมสื่อรณรงค์ทั้ง 4 ประเภทแล้ว พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มิ่ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมต่อประเด็นด้าน 1) การรับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชมสื่อ 2) การตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน และ 3) สื่อรณรงค์มีผลต่อความรู้สึกอยากหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการพัฒนานวัตกรรมสื่อผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) สามารถนำมาใช้กับกระบวนการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน

ภาคเหนือได้มีประสิทธิภาพ เนื่องจาก “วัตถุประสงค์” ในการผลิตสื่อ ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเป็นสิ่งที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกกับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการทำให้ผู้วิจัยสามารถผลิตสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ได้สอดคล้องกับความสนใจและความรู้สึกอยากเปิดรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

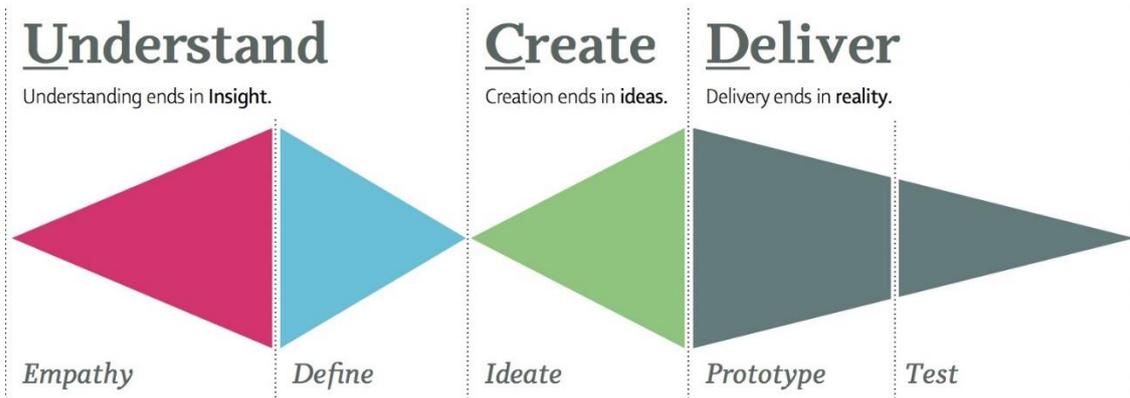
ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

ประเด็นที่ 1

การดำเนินโครงการ “การพัฒนานวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ” มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการพัฒนาสื่อรณรงค์เพื่อเปลี่ยนทัศนคติด้านบวกที่มีต่อการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีแนวโน้มเป็น “นักดื่มหน้าใหม่” โดยใช้วิธีการเข้าถึงข้อมูลด้านทัศนคติและพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักเรียนผ่านการจัดกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับนำมาพัฒนาสื่อรณรงค์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารมากที่สุด

ทั้งนี้ การสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบทั้ง 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย 2) ขั้นตอนการสร้างสรรค์ และ 3) ขั้นตอนการทดสอบ ไม่สามารถทำให้เกิดนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพได้ดีที่สุดจากการทำกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบเพียงครั้งเดียว กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การพัฒนานวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนให้ได้ประสิทธิภาพมากที่สุดจำเป็นต้องผ่านกระบวนการทำความเข้าใจ การสร้างสรรค์ และการทดสอบซ้ำวนกันหลายครั้ง (ดังแผนภาพที่ 22) ซึ่งจากการดำเนินโครงการครั้งนี้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินโครงการจำกัด ผู้วิจัยจึงกำหนดการทดสอบ (ประเมินผลสื่อ) กับกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร ได้แก่ นักเรียนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด 2 ครั้ง ซึ่งอาจยังทำให้เห็นนวัตกรรมสื่อรณรงค์ประเด็นปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารมากขึ้น

ดังนั้น ในประเด็นนี้ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าหากเป็นไปได้ควรมีการพัฒนาต่อยอดโครงการเพื่อให้มีระยะเวลาการดำเนินงานที่มากขึ้นสำหรับการปรับปรุงและทดสอบคุณภาพสื่อให้เหมาะสมและตรงกับพฤติกรรมเปิดรับสื่อของกลุ่มวัยรุ่นให้มากที่สุด



ภาพที่ 22 แผนภูมิแสดงกระบวนการทำงานของการคิดเชิงออกแบบ
ที่มา : <http://designthinking.co.nz/design-thinking-for-execs/>

ประเด็นที่ 2

การพัฒนาสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนมีแนวทางการพัฒนามาจากข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารผ่านการจัดกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ ดังนั้น ทั้งประเด็นเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของสื่อรณรงค์ที่ได้จากดำเนินโครงการนี้จึงมาจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง อย่างไรก็ตาม นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายแขนงได้ให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจไว้ว่า ประเด็นเนื้อหาการรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์นอกจากการพูดถึงผลกระทบต่อด้านลบของการดื่มแอลกอฮอล์แล้วในมิติต่างๆ แล้ว ควรนำเสนอเนื้อหาที่ให้ข้อมูลความรู้อย่างถูกต้องกับเยาวชนในมิติที่ไม่ใช่การห้ามหรือหลีกเลี่ยงเพียงอย่างเดียว อาทิ การดื่มแอลกอฮอล์อย่างไรให้ปลอดภัย การดูแลตัวเองหลังจากการดื่มแอลกอฮอล์ แนวทางการปฏิเสธการได้รับคำชวนให้ดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น ซึ่งหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้เยาวชนกลายเป็น “นักดื่มหน้าใหม่” ได้แก่ การชวนให้ดื่มของคนในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าข้อเสนอแนะดังกล่าวเป็นข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์และควรนำมาพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ในโอกาสหน้าต่อไป นอกจากนี้จะทำให้ได้ประเด็นเนื้อหาที่แปลกใหม่หลากหลายขึ้นแล้ว ประเด็นต่างๆ เหล่านี้ยังเป็นสถานการณ์ที่เป็นปัจจัยกระตุ้นให้เยาวชนเป็น “นักดื่มหน้าใหม่” เพิ่มมากขึ้น การนำจุด Pain Point ในเรื่องนี้มาพูดถึงเพื่อหาแนวทางป้องกันอาจเป็นอีกหนึ่งวิธีรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน ได้อีกหนึ่งแนวทางเช่นกัน

ประเด็นที่ 3

จากการดำเนินโครงการขั้นตอนที่ 1 ได้แก่ การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับนักเรียนระดับชั้นมัธยมปลายทั้ง 3 โรงเรียน เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และทัศนคติด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบนานๆ ครั้ง โดยจะสังสรรค์เมื่อมีงานเทศกาล หรือวาระโอกาส

พิเศษต่างๆ ขณะที่กลุ่มที่ดื่มเป็นประจำมีพฤติกรรมการดื่มตั้งแต่ 1-2 ครั้ง ไปจนถึง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเป็นลักษณะของการรวมกลุ่มดื่มกับเพื่อนหรือรุ่นพี่รุ่นน้อง นอกจากนี้ การทดลองดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งแรกและการกลายเป็น “นักดื่มหน้าใหม่” รวมทั้ง “นักดื่มเต็มตัว” พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มทดลองดื่มจากคำชักชวนของบุคคลในครอบครัวเอง ได้แก่ พ่อแม่และญาติพี่น้องที่มองว่าการให้ลูกหลานดื่มแอลกอฮอล์เป็นการฝึกทักษะการเอาตัวรอดในสังคมหรือเป็นลักษณะ “การดื่มให้รู้” ตลอดจนในอีกหลายครอบครัวพบว่า กลุ่มตัวอย่างเริ่มดื่มแอลกอฮอล์จากการเห็นตัวอย่างคนใกล้ชิด อาทิ พ่อแม่ดื่มให้เห็นเป็นปกติ ขณะที่มีส่วนเริ่มทดลองดื่มแอลกอฮอล์จากคนข้างนอก แต่เมื่อคนในครอบครัวทราบกลับไม่ห้ามและสนับสนุนให้ดื่มต่อไป เป็นต้น

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยพบว่าหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อการกลายเป็น “นักดื่มหน้าใหม่” หรือ “นักดื่มเต็มตัว” ของเยาวชนในภาคเหนือ ได้แก่ ปัจจัยจากคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวที่ชักชวน – สนับสนุน – ไม่ห้ามให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น แนวทางการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน ผู้วิจัยเห็นว่ายังควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบอย่างร้ายแรงจากการทดลองดื่ม ตลอดจนชี้ให้เห็นและทำให้ตระหนักมากขึ้นถึงผลกระทบด้านอื่นๆ ที่ตามมาจากการดื่มแอลกอฮอล์ อาทิ อุบัติเหตุ ความรุนแรงภายในครอบครัวและสังคม และคุณภาพชีวิต ขณะเดียวกัน การสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ควรพิจารณาถึงประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างทักษะการปฏิเสธคำชักชวนให้ดื่ม แนวทางการหลีกเลี่ยง ไม่เข้าไปอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องเกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ เป็นต้น ซึ่งประเด็นด้านนี้ยังสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่ได้ให้มุมมองต่อการทำสื่อรณรงค์ในครั้งต่อไปเช่นกัน ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าแนวทางการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ควรทำให้เยาวชนตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมาจากการดื่มควบคู่ไปกับแนวทางการปฏิเสธคำชักชวน และทักษะการหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ต้องเกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ เพื่อเป็นแนวทางในการลดโอกาสเสี่ยงต่อการเป็น “นักดื่มหน้าใหม่” ของเยาวชนในอนาคต

ภาคผนวก

บรรณานุกรม

- กนิษฐา ไทยกกล้า. 2550. สถานภาพการบริโภคสุรา พ.ศ. 2550. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.).
- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2558). เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 1-8. ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1. สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เกษมณี จัตติยะ. (2548). การใช้กระบวนการกลุ่มเพื่อสร้างทักษะการป้องกันตนเองในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาสังกัดเทศบาลนครเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เจนัญฐ์ สีนสายออ. (2548). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเทศหญิง หมู่บ้านแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา. สาขารณาสวมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชลวิทย์ บุญศรี. (2549). แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. สาขารณาสวมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จินตนา วงศ์วาน. 2548. ความชุกและพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดกรมสามัญศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จินตวีร์ เกษมสุข. (2554). การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทรงกลด บางยี่ขัน. (บ.ก.). (2555). *ท่วมได้...ออกแบบได้*. ค้นจาก http://www.tcdc.or.th/upload/downloads/ebook/design_for_flood.pdf.
- ทรงเกียรติ ปิยะกะ. 2546. *เวชศาสตร์โรคติดยา: หลักการบำบัดรักษาผู้ติดยาเสพติดทักษะในการบำบัดและคลินิกจิตอาสา*. สงขลา: กองทุนพัฒนาสุขภาพจิต.
- บุญชัย พิทักษ์ดำรงกิจ. 2551. *ตีมันต์สุราขาว-ผสมในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512-2521*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2551). *การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพบรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตรีรัตนพันธ์. (2560). *การคิดเชิงออกแบบ: เรียนรู้ด้วยการลงมือทำ*. ค้นจาก <http://resource.tcdc.or.th/ebook/Design.Thinking.Learning.by.Doing.pdf>.

- พจนานา นวรัตน์. (2551). การออกแบบสารในการรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อมวลชนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). สาขาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไมเคิล ลูว์ริก, แพทริก ลิงก์ และลาร์รี่ ไลเฟอร์. (2563). *The Design Thinking Playbook คู่มือการคิดเชิงออกแบบ*. (วิญญู กิ่งหิรัญวัฒนา, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ Move Publishing.
- รุจา ภูไพบูลย์. 2549. การสร้างเสริมสุขภาพวัยรุ่นแบบมีส่วนร่วม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาพยาบาลศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิไลรัตน์ ปรีดาอุทสนา. 2550. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดจันทบุรี. วสารการศึกษาและพัฒนาสังคม ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 ปีการศึกษา 2555. หน้า 115-128.
- ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2560). โครงการประเมินผลการรณรงค์ “งดเหล้าเข้าพรรษาปี 2560” : กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไปใน 12 จังหวัดที่ภูมิภาคของประเทศ. ได้รับทุนสนับสนุนโดยศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). ค้นจาก http://cas.or.th/cas/wp-content/uploads/2019/07/53.-60-AC-0015-Final-Report_StopDrink2017_24Nov17.pdf.
- สมชาย ชัยจันทร์. (2553). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวิเคราะห์การป้องกันการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มวัยรุ่นมัธยมปลาย โรงเรียนแห่งหนึ่งในจังหวัดหนองคาย. คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมาน พุทธระกูล. 2548. มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มสุรา. กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. การประชุมวิชาการครั้งที่ 1. 13-15 กรกฎาคม 2548.
- สุวรรณิ แสงอาทิตย์. 2550. ปัจจัยทำนายพฤติกรรมเสี่ยงด้านการสูบบุหรี่ ดื่มสุรา และเสพยาเสพติดในวัยรุ่น 2550. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สาวิตรี อัยรงค์กรชัยและคณะ. (2545). การติดตามพฤติกรรมการใช้สารเสพติดในนักเรียนมัธยมศึกษาภาคใต้. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อำนวยการ พิรุณสาร. 2538. การดื่มสุราและการให้คุณค่าของเหล้าของเยาวชนชายในกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ขับขี่มอเตอร์ไซค์รับจ้าง. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อุทัย ดีปาละ. (2551). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน อำเภอแมริม จังหวัดน่าน. สาขาการบริการและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.

ประวัติผู้รับผิดชอบโครงการและคณะ

1. ประวัติหัวหน้าโครงการ

ชื่อ- นามสกุล นางสาวสาวิตรี พรหมสิทธิ์

การศึกษา

ปริญญาโท พ.ศ. 2559 ว.ม. (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต)

สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปริญญาตรี พ.ศ. 2552 ว.บ. (วารสารศาสตรบัณฑิต)

สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประสบการณ์ (ประสบการณ์ด้านวิชาการและงานวิจัย)

ผลงานตำรา

สาวิตรี พรหมสิทธิ์. (2561). *ภูมิทัศน์สื่อ*. โครงการทุนอุดหนุนการทำตำรา, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ผลงานวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่

เสริมศิริ นิลคำ, กรกนก นิลคำ, กฤษณะ แสงจันทร์, อภิสรา กฤตวณิชย์ และสาวิตรี พรหมสิทธิ์.

(2563). การพัฒนาศักยภาพการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลของเกษตรกร ผู้ปลูกสับปะรดนางแล. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. 15(1), 217-238.

สาวิตรี พรหมสิทธิ์. (2563). รูปแบบการทำการตลาดเชิงเนื้อหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจวงใน. *วารสารการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – เมษายน 2563 หน้า 22 – 44.

สาวิตรี พรหมสิทธิ์. (2561). บทบาทของเฟซบุ๊กแฟนเพจกับการสื่อสารเพื่อสร้างความเกลียดชังบนโลกออนไลน์. *วารสารการสื่อสาร ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2561)*. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. เชียงราย.

เสริมศิริ นิลคำ, กรกนก นิลคำ, สาวิตรี พรหมสิทธิ์, กฤษณะ แสงจันทร์ และอภิสรา กฤตวณิชย์.

(2561). การเผยแพร่ข่าวสารเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายของสื่อมวลชน ท้องถิ่นกับความเข้าใจ การยอมรับและการใช้ประโยชน์ของประชาชนจังหวัดเชียงราย. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*. 21(2), 35-47.

คุณสมบัติพิเศษ/ความเชี่ยวชาญ/ความสนใจพิเศษ

สื่อใหม่, การเล่าเรื่องข้ามสื่อ, การออกแบบกราฟิกและอินโฟกราฟิก, การสื่อสารรณรงค์, การเคลื่อนไหวทางสังคม, การสื่อสารสิ่งแวดล้อม,เยาวชน

2. ประวัตินักวิจัยร่วม

ชื่อ- นามสกุล นางสาวณัฏฐา นันทันติ

การศึกษา

ปริญญาโท พ.ศ. 2557 ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา
คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปริญญาตรี พ.ศ. 2550 ศศ.บ. คณะกรรมการสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (เอกหนังสือพิมพ์)

ประสบการณ์ (ประสบการณ์ด้านวิชาการและงานวิจัย)

ณัฏฐา นันทันติ. (2561). สภาพปัญหา ความคาดหวัง และการพัฒนาการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมสุขภาพ
ของผู้สูงอายุในจังหวัดพะเยา. ทุนอุดหนุนการวิจัย ประจำปี พ.ศ. 2561 มหาวิทยาลัยพะเยา.

ณัฏฐา นันทันติ. (2559). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรม
การซื้อเครื่องสำอางของผู้ชายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ทุนอุดหนุนวิจัย
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.

ผลงานตีพิมพ์

ณัฏฐา นันทันติ. (2557). การสื่อสารการตลาดของเครื่องสำอางเกาหลีผ่านสื่อออนไลน์และการ
รู้เท่าทันสื่อของผู้บริโภค. วารสารสื่อสารมวลชน. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 หน้า 59-67.

คุณสมบัติพิเศษ/ความเชี่ยวชาญ/ความสนใจพิเศษ

การสื่อสารการตลาด, สื่อใหม่, การรู้เท่าทันสื่อ, การสื่อสารสุขภาพ, ผู้สูงอายุ

ภาคีเครือข่ายและการให้การสนับสนุน (ภาครัฐ, ภาคเอกชน, ภาคประชาชน)

1. โรงเรียนแม่ลาววิทยาคม จังหวัดเชียงราย
2. โรงเรียนแมริมวิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่
3. โรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคม จังหวัดพะเยา
4. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
5. มหาวิทยาลัยพะเยา
6. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
7. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินงานมา และผลที่ได้รับตลอด

โครงการ

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรมที่วางแผน	กิจกรรมที่ดำเนินงาน	ผลการดำเนินโครงการ
1) ทักษะการคิด แอลกอฮอล์ของเยาวชน ในภาคเหนือ	การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 1 เพื่อจัดกิจกรรม สนทนากลุ่ม (Focus Group) และกิจกรรมการคิดเชิง ออกแบบ (Design Thinking)	การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 1 เพื่อจัดกิจกรรม สนทนากลุ่ม (Focus Group) และกิจกรรมการคิดเชิง ออกแบบ (Design Thinking)	ทราบทักษะการคิด แอลกอฮอล์ของเยาวชน ในภาคเหนือ
2) พัฒนาศื่อรณรงค์ป้องกัน การดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่ม เยาวชนด้วยการคิดเชิง ออกแบบ	1 การลงพื้นที่เก็บข้อมูล 2 การพัฒนาร่างสื่อรณรงค์ (สื่อ Draft 1) 3 การประเมินผลสื่อครั้งที่ 1 4 การปรับปรุงสื่อ 5 การประเมินผลสื่อครั้งที่ 2	1 การลงพื้นที่เก็บข้อมูล 2 การพัฒนาร่างสื่อรณรงค์ (สื่อ Draft 1) 3 การประเมินผลสื่อครั้งที่ 1 4 การปรับปรุงสื่อ 5 การประเมินผลสื่อครั้งที่ 2	ได้นวัตกรรมการสื่อสาร ป้องกันการดื่ม แอลกอฮอล์ในกลุ่ม เยาวชน 4 ประเภท ได้แก่ - Content Album - Infographic - Short Film - Motion Graphic
3) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การดื่มแอลกอฮอล์ของ เยาวชนในภาคเหนือ	การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 3 เพื่อประเมินผลสื่อ และทราบการเปลี่ยนแปลง ด้านทัศนคติที่มีต่อการดื่ม แอลกอฮอล์	การประเมินผลสื่อครั้งที่ 2 ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อ ทราบการเปลี่ยนแปลงด้าน ทัศนคติที่มีต่อการดื่ม แอลกอฮอล์	ผลการเปรียบเทียบด้าน ทัศนคติที่มีต่อการดื่ม แอลกอฮอล์ของเยาวชน ในภาคเหนือหลังจากการ เปิดรับนวัตกรรมสื่อ รณรงค์ป้องกันการดื่ม แอลกอฮอล์ด้วยการคิดเชิง ออกแบบ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

ผลจากการดำเนินโครงการ “การพัฒนานวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ” ทำให้ได้สื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ที่มุ่งเน้นสื่อสารกับกลุ่มนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 4 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อภาพประกอบเรื่อง ที่มีเป้าหมายให้ข้อมูลเพื่อกระตุ้นการขบคิดถึงเหตุผลของการไม่ควรดื่มแอลกอฮอล์ 2) สื่ออินโฟกราฟิก มีเป้าหมายเพื่อให้ข้อมูลในภาพใหญ่ด้านสถิติและตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ 3) สื่อภาพยนตร์สั้น มีเป้าหมายเพื่อทำให้มองเห็นผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ที่สามารถเปลี่ยนอนาคตได้ ซึ่งเน้นกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกกลัวหรือตระหนักถึงความน่ากลัวของผลจากการดื่มแอลกอฮอล์ และ 4) สื่อโมชันกราฟิก มีเป้าหมายเพื่ออธิบายข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์ในเชิงวิชาการ โดยใช้ภาพกราฟิกการ์ตูนมาช่วยทำให้เนื้อหาที่ค่อนข้างยากเข้าใจได้ง่ายและน่าติดตามขึ้น

ดังนั้น สื่อทั้ง 4 ประเภทนี้สามารถนำไปใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในชั้นเรียนหรือในการกิจกรรมอบรมเพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นได้ทุกกิจกรรม

ภาพถ่ายการดำเนินกิจกรรมโครงการการพัฒนานวัตกรรมสื่อธรรมะ
เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ

การดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 1 ในโรงเรียน 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ และพะเยา
โรงเรียนแม่ลาววิทยาคม จังหวัดเชียงราย



กิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group)



กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ
(กิจกรรมย่อย 1 เราคือใคร)



กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ
(กิจกรรมย่อย 3 เรื่องเหล่านี้ของเรา)

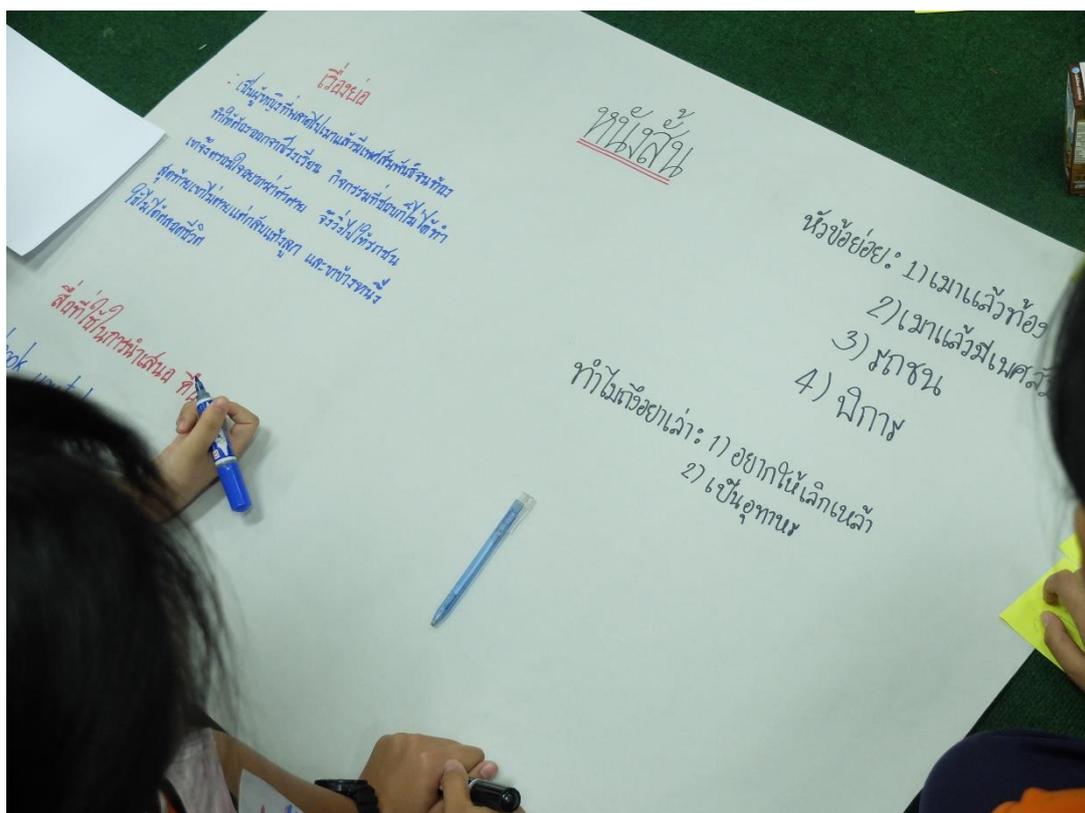
โรงเรียนแมริมวิทยาคม อ.แมริม จ.เชียงใหม่



กิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group)



กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ
(กิจกรรมย่อย 1 เราคือใคร)



กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ
(กิจกรรมย่อย 3 เรื่องเหล่านี้ของเรา)

โรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคม อ.ดอกคำใต้ จ.พะเยา



กิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group)



กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ
(กิจกรรมย่อย 1 เราคือใคร)



กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ
(กิจกรรมย่อย 2 นึกถึงเหล่าแล้วนึกถึง...)



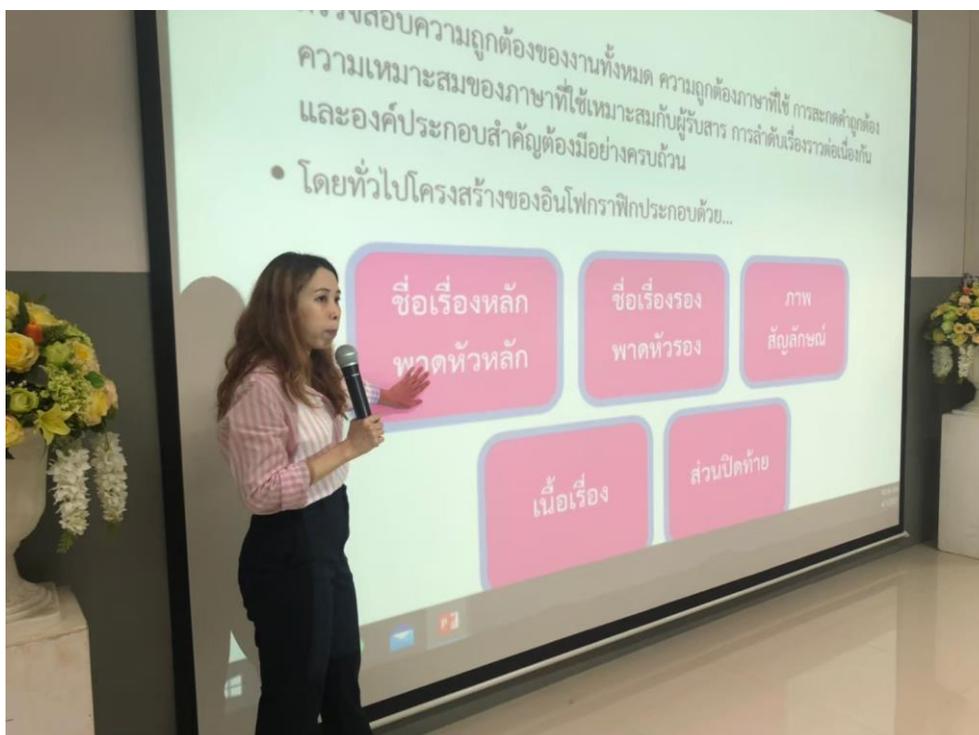
กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบ
(กิจกรรมย่อย 3 เรื่องเล่าของเรา)

การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 2
โรงเรียนแม่ลาววิทยาคม จังหวัดเชียงราย



การประเมินผลคุณภาพสื่อรณรงค์ครั้งที่ 1

การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 2
โรงเรียนแม่ลาววิทยาคม จังหวัดเชียงราย



การจัดกิจกรรมอบรมผลิตสื่ออินโฟกราฟิก

การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 2
โรงเรียนแม่ลาววิทยาคม จังหวัดเชียงราย



การจัดกิจกรรมอบรมผลิตสื่ออินโฟกราฟิก

การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 2
โรงเรียนแมริมวิทวิทยาฯ จังหวัดเชียงใหม่



การประเมินผลคุณภาพสื่อรณรงค์ครั้งที่ 1

การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 2
โรงเรียนแมริมวิทวิทยาฯ จังหวัดเชียงใหม่



การจัดกิจกรรมอบรมผลิตสื่ออินโฟกราฟิก

การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 2
โรงเรียนแมริมวิทวิทยาฯ จังหวัดเชียงใหม่



การจัดกิจกรรมอบรมผลิตสื่ออินโฟกราฟิก

การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 2
โรงเรียนแม่ออกคำใต้วิทยาคม จังหวัดพะเยา



การประเมินผลคุณภาพสื่อรณรงค์ครั้งที่ 1

การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 2
โรงเรียนแม่ดอกคำใต้วิทยาคม จังหวัดพะเยา



การจัดกิจกรรมอบรมผลิตสื่ออินโฟกราฟิก

การลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรมครั้งที่ 2
โรงเรียนแม่ดอกคำใต้วิทยาคม จังหวัดพะเยา



การจัดกิจกรรมอบรมผลิตสื่ออินโฟกราฟิก

