



รายงาน DRINKER PERSONA

“ตัวตนนักดื่ม”



ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร. ศรีรัช ลากใหญ่

รายงานนี้ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ
การศึกษาตัวตนนักดื่ม DRINKER
PERSONA และการผลิตสื่อสร้างสรรค์
รู้เท่าทันธุรกิจแอลกอฮอล์



DRINKER

PERSONA

การศึกษาตัวตนนักดื่ม



DRINKER PERSONA

“ตัวตนนักดื่ม”



วิธีการศึกษา

“ตัวตนนักดื่ม”

About Drinker Persona

การศึกษา drinker persona หรือ customer persona เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพแบบเจาะลึกถึงจิตใจ อารมณ์ ความชอบ ความรู้สึก ความอยาก pain point และอื่นๆของกลุ่มเป้าหมาย โดยทั่วไป แรนด์ต่างๆทำ customer persona เพื่อต้องการเจาะ insight และรับรู้ความรู้สึกและเหตุผลของกลุ่มลูกค้า การศึกษาเรื่องนี้จึงได้นำวิธีการศึกษา customer persona มาปรับใช้กับการศึกษากลุ่มนักดื่ม เพื่อหา insight ของนักดื่มและนำสิ่งที่ค้นพบไปสร้างเป็น creative message ในการสื่อสารในช่องทาง digital media ต่างๆของโครงการ ได้แก่ Tik Tok, Youtube, IG, Facebook, Twitter, Dek-D และ Pantip ต่อไป เพื่อให้เข้าถึงใจของผู้รับสาร

Customer persona ประกอบไปด้วย 1. basic profile 2. buying profile ซึ่งได้ปรับเป็น drinking profile หรือประวัติการดื่ม 3. purchase criteria หรือเกณฑ์ในการซื้อหรือเลือกเครื่องดื่ม 4. feeling ความรู้สึกในการดื่ม 5. wish and what's hot เครื่องดื่มที่อยากดื่ม เครื่องดื่มที่สนใจ ชอบ อยากลอง 6. pain point ปัญหา 7. interest ความสนใจ การติดตาม 8. reason เหตุผลในการดื่มและเหตุผลในการไม่เลิกดื่ม

วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา drinker persona ใช้แนวทางการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบ small group interview กับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีโครงคำถามทั้งหมด 8 ประเด็นตามกรอบของ customer persona

การสัมภาษณ์ได้รับความยินยอม (consent) จากผู้ตอบทุกราย และไม่ใช้ชื่อจริง นามสกุล สถาบันการศึกษาหรือที่ทำงานของผู้ตอบ การอัดเทป อัดเพียงเสียงเท่านั้น ไม่มีการบันทึกภาพบุคคล การเลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นแบบเจาะจง รูปภาพที่ใช้ในรายงาน ไม่ใช่ภาพของกลุ่มเป้าหมาย

จำนวนผู้ตอบทั้งหมด 222 ราย แบ่งเป็น 4 กลุ่ม 1.กลุ่มเพศที่ 3 จำนวน 30 ราย 2. กลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน โสด จำนวน 31 3. กลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน มีลูก จำนวน 30 4. กลุ่มชายวัยทำงาน มีครอบครัวแล้ว จำนวน 30 5. กลุ่มนักศึกษาหญิง ระดับอุดมศึกษา จำนวน 41 6. กลุ่มนักศึกษาชาย ระดับอุดมศึกษา จำนวน 40 และ 7. กลุ่มผู้สูงอายุ ชาย+หญิง วัยหลังเกษียณ จำนวน 30

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์เชิงคุณภาพตามกรอบ 8 ข้อดังกล่าว

consumer persona

เพศที่ 3



วันไหนที่ได้ดื่ม คือ
"กำไรชีวิต"



basic profile

กลุ่มอายุ 20-30 เรียน และ ทำงานแล้ว อาชีพรับราชการ-เอกชน

drinking profile

ดื่มมาตั้งแต่มัธยมปลาย เครื่องดื่มที่เลือกดื่มครั้งแรก คือ SPY เพราะคิดว่าตัวเองเป็นผู้หญิง จึงเลือกดื่มเครื่องดื่มผู้หญิง การดื่มครั้งแรกคือเข้าวงผู้ใหญ่ที่เป็นหญิง ดื่มเบียร์เป็นหลัก ณ ปัจจุบัน ดื่มกับกลุ่มตนเอง ดื่มบ่อยประมาณ 2-3 วัน/ week บางรายดื่มทุกวัน เทศกาลเป็นช่วงที่ดื่มมากที่สุด แทบทุกเทศกาลเพราะคิดว่าเป็นการ "คืนความสุขให้ตัวเอง" ไม่เมาไม่กลับ เทศกาลคือสีสันชีวิต รอคอยการดื่มในเทศกาลมากที่สุด

purchase criteria

ดื่มได้ทุกอย่าง ส่วนใหญ่ดื่มตามร้าน หรือหน้าเทศกาลก็ซื้อไว้

feeling

ดื่มแล้วได้ปลดปล่อย ได้แสดงตัวตน ได้แสดงความรู้สึก ได้เต้นได้ร้องและสนุกไปกับงาน รู้สึกว่ามันยิ่งกว่าสบายใจ มันคือความสุข ความสุขที่สุด

การดื่มผูกโยงกับ สถานภาพเพศที่3ในด้าน ความรู้สึกแสวงหาพื้นที่ ปลดปล่อยตัวตนและความ สนุกที่ไม่มีข้อจำกัด

การดื่ม = การปลดปล่อย=ความสุข

wish and what's hot

รอคอยเทศกาลทุกเทศกาล เทศกาลเป็นช่วงที่ดื่มหนักที่สุดและสนุกที่สุด เพราะเทศกาล คือ วาระการดื่มที่มีสีสันมากที่สุด

pain point

แอลกอฮอล์เป็นสิ่งจำเป็นในชีวิต อดอาหารหรือให้ลดค่าใช้จ่ายด้านอื่นได้ แต่ลดเรื่องการดื่มไม่ได้ ยอมกินนมมาส์นเดือนได้แต่ต้องได้ดื่ม

interest

การดื่มกับแก๊งเพื่อนคือการให้รางวัลชีวิตตัวเอง เป็นความสนุกแบบปลดปล่อยตัวตนที่แท้จริงที่แก๊งเพื่อนจะเข้าใจ ดังนั้นให้เลิกดื่มจึงเลิกไม่ได้ แอลกอฮอล์เป็นราคาที่ต้องจ่าย แลกกับความสนุกสนานแบบ unlimit ดังนั้นไม่ว่าแอลกอฮอล์จะแพงแค่ไหน ก็ยอมจ่ายและยอมจ่ายหนักในเทศกาล เพราะจะดื่มหนักที่สุดในรอบปีก็ในเทศกาล ดื่มจามวันจามคืนและชอบเทศกาลสงกรานต์มากที่สุดเพราะมีสีสันมีเสียงเพลงและทุกคนดื่มกันทั้งถนนอยู่แล้ว รวมทั้งมีวันไหลอีกด้วย ทำให้เป็นเทศกาลแห่งการดื่มที่สนุกที่สุดจริงๆ ถ้าไม่เมาเราก็ไม่กลับ เวลาดื่มก็ดื่มเป็นเรื่องเป็นราวไปเลย ดื่มเยอะดื่มนาน เมาและๆก็จำๆ มีเพื่อนพร้อมช่วยกันอยู่แล้ว และไม่เคยมีปัญหาวิวาทกันแบบผู้ชายด้วย

reason

วันไหนที่ได้ดื่มคือกำไรชีวิต แอลกอฮอล์มีผลต่อการแสดงออกของเพศที่3 การได้ดื่มคือ "องคฺลง" ได้ปลดปล่อยตัวตนที่แท้จริง กรีดเต้น หรือแสดงออกแบบยิ่งใหญ่ การได้ดื่มและได้แสดงออกหลังการดื่ม มันคือการเดินออกจากกรอบของชีวิต ได้ทำและได้เป็นในสิ่งที่ตัวเองเป็นจริงๆเพราะในสังคม ในที่ทำงาน ที่บ้าน เราต้องเก็บตัวตน ดังนั้นการดื่มคือการปลดตัวตนของเราออกมา ดังนั้น การเลิกดื่มจึงไม่คิดเลิกดื่ม เพราะการดื่มคือความสุข ทำไมเราต้องทิ้งความสุขนี้?

consumer persona
ชายวัยทำงาน

การดื่มคือ เสริมเรื่องงานและ ดื่ม “อย่างรับผิดชอบ”



basic profile

กลุ่มอายุ 26-40 ทำงานแล้ว อาชีพรับราชการ-เอกชน

drinking profile

ดื่มมาตั้งแต่มัธยม เครื่องดื่มที่เลือกดื่มครั้งแรก คือ สุรา เริ่มดื่มกับเพื่อนและครอบครัว ปัจจุบัน ก็ยังคงดื่มกับเพื่อนกลุ่มเดิมๆ เพิ่มเติมคือดื่มกับที่ทำงาน เช่น นาย ลูกค้า เพื่อนร่วมงาน วงสังคมนใหม่ๆ พฤติกรรมการดื่มเปลี่ยนจากการดื่มแบบขยับขยับมาเป็น การดื่มที่ผูกกับเรื่องงาน และอยากคลายเครียดในวิธีที่ง่ายที่สุด ไม่คิดจะเลิกดื่มเลย ถึงแม้ชีวิตผู้ใหญ่จะมีปัญหาเรื่องเงิน ก็จะลดค่าใช้จ่ายทางอื่นแทนเพื่อการดื่ม เช่น ลดค่าอาหาร มาเป็นค่าดื่ม เพราะไม่เลิกดื่มแน่นอน เป็นความสุขเดียวที่มีอยู่

purchase criteria

ไม่จำกัดยี่ห้อมากนัก เท่าที่ร้านมีขาย ส่วนใหญ่เน้นสุรา ส่วนเบียร์ บางคนไม่ดื่มเพราะดื่มแล้วบวม เครื่องดื่มอื่นๆ ไม่ดื่ม

feeling

ดื่มแล้วรู้สึกสนิทกับคนอื่นมากขึ้น ได้รู้จักนิสัยของคนอื่น มีอะไรก็พูดกันได้ในช่วงเหล้า คลายเครียด สบายใจเร็วที่สุด

การดื่มของวัยทำงานจะเปลี่ยนจากการดื่มเอาสนุกอย่างเดียวในวัยรุ่น มาเป็นการดื่มที่นำไปผูกกับเรื่องงาน สร้างสังคม หาโอกาสใหม่ในวงดื่ม สร้างความใกล้ชิดในเรื่องงานและคิดว่าตนเองควรดื่ม “อย่างรับผิดชอบ” และ “ดื่มในปริมาณที่เหมาะสม”
การดื่ม = สร้างสัมพันธ์เรื่องงาน

wish and what's hot

อยากลองดื่มเหล้าออกแพคเกจดูบ้าง ได้ยินว่ารสชาตินุ่ม ดื่มไม่บาดคอ และไม่เมา ยี่ห้อที่ไม่ชอบ คือ ดื่มแล้วบาดคอ เมาหนัก กลัวไปทำงานไม่ได้

pain point

เคยเมากันทุกคน เคยเมาจนเสียดสี สติหลุดก็มี เคยเมาแล้วจับก็มี เพราะไม่มีสติกันแล้ว เคยเมาแล้วถูกโต๊ะข้างๆ รุมทำร้ายร่างกาย หรือหลงเข้าไปอยู่ในที่ๆ เมาแล้วมีเรื่องกันพอดี เคยอุบัติเหตุจนเจ็บ เคยถูกลูกหลงจนเจ็บ ครอบครัวตกใจ ตนเองก็เจ็บต้องรักษาตัว แต่เจ็บใหม่ ไม่เจ็บ แค่ปรับการดื่มให้น้อยลง และระวังไม่ให้ดื่มมาก และเปลี่ยนการดื่ม จากเอามันส์ ดื่มหนักๆ ไม่ครบโหลไม่ลุก มาเป็น ดื่มน้อยลงเพื่อเข้าสังคมและสังสรรค์ให้พอสนุกนานมากกว่า และคิดว่าต้องดื่ม “อย่างรับผิดชอบ” และ ดื่ม “ในปริมาณที่เหมาะสม” กับตัวเรามากที่สุด

interest

การดื่มคือการปลดปล่อยปัญหาและภาระในใจ ชีวิตหนักอยู่แล้ว ก็มีแค่การดื่มเรื่องเดียวเท่านั้นที่ทำให้ผ่อนคลาย สบายใจได้ดีที่สุด ส่วนการผ่อนคลายแบบไปเที่ยวกับครอบครัว ออกกำลังกาย หรือทำอย่างอื่น มันไม่ผ่อนคลายเท่าการดื่ม ไม่คิดจะเลิกดื่มด้วยเหตุผลนี้

reason

การดื่มทำให้ได้โอกาสเรื่องงานมากขึ้น เช่น ได้ใกล้ชิดนาย ได้สนิทกับเพื่อนร่วมงานมากขึ้น และถ้าได้เจอวงคนใหม่ๆ ก็อาจมีโอกาสดำงานเพิ่มหรือเปลี่ยนงานได้ หรือมีคนจ้าง ถ้าเป็นลูกค้า ก็สนิทกันมากขึ้น ว่างงานได้ง่ายขึ้น การดื่มจึงจำเป็นมาก แต่ก็ไม่ได้ดื่มจนเมา การดื่มคือการสังสรรค์ที่มีประเด็นเรื่องงานมากกว่า เวลางานหนัก ภาระ ความรับผิดชอบมีมาก ปัญหามากมาย การดื่มเป็นทางออกเดียวที่ทำให้สบายใจได้ง่ายที่สุดและเร็วที่สุด

consumer persona
หญิงวัยทำงาน ยังไม่มีครอบครัว

การดื่มคือ ปาร์ตี้ สวรรค์เบาๆ เนนรสชาติ แคร่ภาพลักษณ์



basic profile

กลุ่มอายุ 26-35 ทำงานแล้ว อาชีพรับราชการ-เอกชน

drinking profile

ดื่มมาตั้งแต่ปี 1-2 เครื่องดื่มที่เลือกดื่มครั้งแรก คือ SPY เพราะคิดว่าเป็นเครื่องดื่มเบาๆ สีสวยใส และคนมักแนะนำให้ลองดื่มสพายก่อนเพราะ “เบาที่สุด” ส่วนใหญ่จะเริ่มดื่มด้วย RTD และต่อมาเป็นเบียร์ ไม่ค่อยดื่มสุรา และการดื่มไม่ใช่ประเด็นหลักในการตั้งวงพบกัน แต่อยากนัดเจอเพื่อนกลุ่มเดิมๆมากกว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นแค่ส่วนประกอบที่สั่งมาพร้อมอาหารเพื่อสร้างสีสันในปาร์ตี้แบบเบาๆ เครื่องดื่มส่วนใหญ่จะเป็นเบียร์ RTD คอกเทล เหล้าปั่น ไวน์ หรือเครื่องดื่ม signature ของทางร้าน หรือเครื่องดื่มตามกระแส เช่น คราฟท์เบียร์ หมักเหล้าบิวเอจ

purchase criteria

เบียร์เป็นหลัก คนละ 1-3 แก้วหรือ 1ขวด/3 คน ถ้าร้านมีเครื่องดื่มอื่นพวกคราฟท์เบียร์ เบียร์ผลไม้ คอกเทล ก็จะสั่งมาลอง

feeling

การดื่มเพื่อประกอบการสังสรรค์กับเพื่อนกลุ่มเดิมมากกว่าที่จะมาตั้งใจดื่มให้เมา แต่สั่งมาสร้างสีสันให้ปาร์ตี้

การดื่มผูกโยงกับความ สนุกสนานในกลุ่มเพื่อนใหม่ๆ ไม่ผูกกับเรื่องงาน เน้นสินค้า เครื่องดื่มมีรสชาติ ชอบลอง สินค้าใหม่ # กลุ่มชายวัย ทำงาน การดื่ม = ความสนุกสนานแบบเบาๆ

wish and what's hot

เครื่องดื่มแปลกๆใหม่ๆที่กำลังเป็นกระแส รู้สึกน่าลองมากที่สุดคือ คราฟท์เบียร์ เบียร์ผลไม้ เครื่องดื่มเกาหลี่ ญูปูนต่างๆ

pain point

ที่เลือกเบียร์ เพราะเบียร์ดื่มแล้วไม่เมาและเหมือนเหล้า ดื่มเหล้าแล้วเมาเร็ว เมาและ วันรุ่งขึ้นจะทำงานไม่ได้ มีข้างที่เมา แต่แค่มึนๆ หรือถ้าสายเต็น ก็จะไม่ดื่มเหล้าเพราะมันเมาเร็ว พุงง่าย จะไม่สนุก แต่หลังๆ ยิ่งอายุเลยเลข 3 ไปแล้ว จะรู้สึกว่าแค่ดื่มนิดหน่อยก็เมาแล้ว และถ้าเมา วันรุ่งขึ้นจะเละมาก คือ หน้าบวม ตาบวม ทำงานไม่ค่อยได้ เบลอง่าย และตื่นเช้าไปทำงานไม่ไหว เคยตื่นสายจนขาดงานก็มี เพราะไม่คิดว่าพออายุมากจะคออ่อนมากขึ้น จึงทำให้ระวังการดื่มมากขึ้น และแคร่ภาพลักษณ์มากขึ้น

interest

พอทำงานแล้วการนัดเจอเพื่อนกลุ่มใหม่ๆก็ทำได้ยากขึ้น พอนัดเจอกันก็ถ้าเจอกันตอนค่ำ ใครสักคนในกลุ่มก็จะสั่งเครื่องดื่มมาข้าง เป็นการสร้างสีสันให้ปาร์ตี้ ส่วนใหญ่จะเลือกคอกเทลที่ทำมาสวยๆสีสวยๆ หรือบางทีไปร้านหมุกกระทะกับเพื่อนๆก็จะมีเบียร์ง่าย ก็จะสั่งมาดื่มด้วยกันข้างคิดว่าการดื่มเป็นเรื่องเล็กน้อยมากสำหรับตัวเอง เพราะดื่มไม่มากเท่าผู้ชาย ไม่ได้ห้เหล้าแบบ “ล่ายอง” ด้วย ไม่กล้าเมา กลัวเสียภาพลักษณ์

reason

คิดว่าดื่มไม่มาก ควบคุมการดื่มของตนเองได้ รับผิดชอบได้ และเป็นการดื่มที่เบาๆและเล็กน้อย จึงไม่คิดว่าจะต้องเลิก เพราะไม่ใช่ใจเมา แต่ถ้าจะลดการดื่ม ก็คงเพราะห่วงเรื่องน้ำหนัก ตัวบวมหน้าบวมมากกว่า หรือถ้าอายุมากกว่านี้ 40+ แล้วไม่มีครอบครัว ไม่มีลูกหลาน ก็คงต้องเลิก เพราะกลัวว่าดื่มแล้วมีผลต่อสุขภาพ จะไม่มีใครช่วยดูแล ยิ่งภาระเยอะ ก็คิดว่าต้องลดลงเพราะจะสามารถประหยัดเงินค่าดื่มเพื่อเก็บเงินให้ตัวเองได้บ้างเพราะการเที่ยวแต่ละครั้งใช้เงินระดับ 1000+ ก็ต้องลดลงบ้าง

consumer persona
ผู้หญิงที่มีลูกแล้ว

การดื่มคือ สังสรรค์กับครอบครัว นานๆที มีการหยอแหย่ แคร่ภาพ ลักษณ์



basic profile

กลุ่มอายุ 35-40 ทำงานแล้ว มีครอบครัวแล้ว มีลูก

drinking profile

ดื่มมาตั้งแต่วัยรุ่นเหมือนกับคนอื่นๆทั่วไป คือ ดื่มมาตั้งแต่สมัยเรียนมหาวิทยาลัย เพื่อนหรือรุ่นพี่เป็นคนชวนดื่ม ก็ดื่มกันมาเรื่อยๆ แต่สมัยนั้นก็ดื่มแบบระมัดระวังเพราะไม่อยากให้พ่อแม่รู้และไม่กล้าเมา กลัวมหาวิทยาลัยจะเอาเรื่องถ้ามีใครไปฟ้อง การดื่มก็ดื่มเครื่องดื่มเบาๆ ดื่มสไปรตส์ ดื่มเบียร์ เพราะคิดว่าเป็นเครื่องดื่มผู้หญิงเบาๆ ดื่มกับเพื่อนพอสบายกันสนุกสนาน ปกติก็สนิทกับเพื่อนอยู่แล้ว แต่การดื่มมันเป็นแค่การนั่งคุยกันนานๆ โดยมีอะไรให้ทำคือนั่งดื่มมากกว่า การดื่มในสมัยเรียนมันก็หยอหยอกรู้หยอกลองเหมือนวัยรุ่นทั่วไป

purchase criteria

ดื่มเครื่องดื่มเบาๆเป็นหลัก สไปรตส์และเบียร์ ไม่ค่อยดื่มสุรากัน เพราะรู้ว่ามันแรงไปและภาพลักษณ์ดูไม่ดี

feeling

การดื่มเพื่อประกอบการสังสรรค์กับครอบครัวเวลารวมญาติ ดื่มน้อยแค่ 1-2 แก้ว พอให้เข้ากับบรรยากาศได้

การดื่มผูกโยงกับภาพลักษณ์ ไม่อยากมีภาพลักษณ์ไม่ดี ไม่ สามารถออกไปดื่มแบบเดิมได้ กลัวลูกเห็นเวลาดื่ม # กลุ่ม ชายวัยทำงาน การดื่ม = ลดลง เพราะภาระ และภาพลักษณ์

wish and what's hot

คิดว่าดื่มไวน์ เหล้าบิวรี่หมักเองที่บ้าน อาจจะคิดว่าและน่าจะดีต่อสุขภาพมากกว่า ตัดว่าการออกไปดื่มสังสรรค์นอกบ้าน

pain point

ดื่มมากไม่ได้ เพราะต้องเก็บเงินเพื่อครอบครัวด้วย และไม่สามารถออกไปเที่ยวกลางคืนเพื่อดื่มกับเพื่อนได้ ถึงแม่เพื่อนที่ไม่มีครอบครัวจะชวนเพราะไม่สามารถปล่อยให้ลูกอยู่บ้านได้ตอนกลางคืน หรือถ้าไป ก็ไปไม่ได้ไม่นานและไม่กล้าดื่ม กลัวเมาแล้วจับกลับบ้านไม่ได้ ทำอะไรจะคิดถึงลูกก่อน การดื่มตอนกลางคืนหรือนิสัยที่เคยออกไปดื่มกับเพื่อน ก็จะเปลี่ยนไปหรือลดลงไปมาก รวมถึงเรื่องเงินด้วย รวมถึงยังต้องคอยดูแลลูกอีกภาระก็เยอะขึ้น ทำให้ไม่จอยกับการดื่มกับเพื่อนๆเหมือนเมื่อก่อนอีก

interest

พอทำงานแล้วการนัดเจอเพื่อนกลุ่มเดิมๆก็ทำได้ยากขึ้น พอนัดเจอกันที่ถ้าเจอกันตอนค่ำ ใครสักคนในกลุ่มก็จะสั่งเครื่องดื่มมาบ้าง เป็นการสร้างสีสันให้ปาร์ตี้ ส่วนใหญ่จะเลือกคอกเทลที่ทำมาสวยๆสีสวยๆ หรือบางทีไปร้านหมุ่กระทะกับเพื่อนๆก็จะเบียร์จาย ก็จะสั่งมาดื่มด้วยกันบ้าง คิดว่าการดื่มเป็นเรื่องเล็กน้อยมากสำหรับตัวเอง เพราะดื่มไม่มากเท่าผู้ชาย ไม่ได้จี๋เหล้าแบบ “ล่ายอง” ด้วย

reason

การดื่มก็ลดลงเรื่อยๆ เหลือเพียงการดื่มกับครอบครัวเวลารวมญาติกันในแต่ละครั้ง แต่ก็ดื่มเบาๆเพราะต้องดูแลลูกด้วย คอยดูแลผู้ใหญ่ด้วยหรือคอยทำอาหารมาเสริมทำให้უნวายมากกว่าจะมานั่งดื่มซิลๆได้ และลูกมักจะชอบพูดเวลาผู้ใหญ่ดื่ม คงจะจำมาจากที่โรงเรียนว่าไม่ให้ดื่มทำให้ไม่อยากดื่มให้ลูกเห็นอีก อยากสร้างภาพลักษณ์แม่ที่ดีให้ลูก

consumer persona
แพศหญิง วัยเรียนมหาวิทยาลัย

“การดื่มคือสิทธิ”
“my choice, my rights”



basic profile

กลุ่มอายุ 20-23 ผู้หญิง กำลังเรียนระดับอุดมศึกษา ปริญญาตรี

drinking profile

ดื่มมาตั้งแต่มัธยมปลาย การเริ่มดื่มตอนมอปลาย คือ “เหล้าป็น” ซึ่งก็จะทำตามแถวโรงเรียนอยู่แล้ว เรายุ่เองก็ชอบน้ำป็นอยู่แล้ว เพื่อนก็ชวนๆดื่มด้วยความอยากรู้อยากลอง ดื่มแล้วก็อร่อยดีมีรสชาติ ก็ยับจากเหล้าป็นมาเป็นเบียร์และสุรา และได้ลองทุกอย่างแล้ว การดื่มก็จะดื่มกับกลุ่มเพื่อนเท่านั้น มันเป็นการผ่อนคลายกับเพื่อน ได้นั่งแชร์เรื่องราวกัน เวลาทุกจก็ก็ชวนเพื่อนไปนั่งดื่ม ไม่ได้จะดื่มเอาเมาหรือเป็นจ้เหล้า แต่การดื่มของเราเพื่อ “แชร์สิ่งที่อยู่ในใจ” และผ่อนคลายกับเพื่อนเท่านั้น

purchase criteria

ดื่มเบียร์มากกว่า ส่วนใหญ่จะไปดื่มที่ร้านนั่งชิลล์บรรยากาศดี ๆ อยู่แล้ว และร้านจะเสนอโปรโมชัน ถ้าโปรเบียร์ยี่ห้อที่เราดื่มประจำ ก็มักจะสั่งตามโปรอยู่แล้ว หรือดื่มเหล้าเป๊ก

feeling

ดื่มเบียร์มากกว่าดื่มสุรา ยิ่งดื่มในบรรยากาศดี ๆ เช่นนั่งชิลล์ริมทะเล จะรู้สึกผ่อนคลายและสนุกมากขึ้น

การดื่มคือสิทธิ my drink,
my choice ไม่ควรเป็นสิ่งที่
ผิดและคิดว่ารับผิดชอบตัว
เองได้ สนใจคราฟท์เบียร์
อยากสนับสนุนรายย่อย
มากกว่านายทุนใหญ่ การดื่ม
คือเสพบรรยากาศ

wish and what's hot

การดื่มเป็นสิทธิของทุกคน การเมาก็เป็นสิทธิ ทุกคนมีสิทธิที่จะดื่มหรือทำเหล้าดื่มได้เอง มันไม่ควรเป็นเรื่องผิดอะไร my body, my choice

pain point

การดื่มต้องใช้เงิน บางครั้งแค่ออกไปดื่มชิลล์กับเพื่อน ก็จ่ายไปแล้ว 600-800 บาท ก็ไม่อยากจะบอกพ่อแม่ให้รู้ พ่อแม่ก็คอยเตือน ก็ไม่ค่อยอยากขอเงินเพิ่มจากพ่อแม่ เพื่อนก็เคยมาแล้วจับ บางคนก็เจ็บหนักก็มี แต่ตัวเราคิดว่าเรารับผิดชอบตัวเราได้

interest

สนใจคราฟท์เบียร์ ไปร้านคราฟท์เบียร์มากขึ้นและคอยตามหาร้านคราฟท์เบียร์เก๋ๆและคราฟท์เบียร์ market เพราะรู้สึกว่าร่อยด้วยสนุกด้วย บรรยากาศชิลล์ ได้ชิมจนกว่าจะพอใจ และรู้ว่ามีคราฟท์เบียร์ผลิตในเมืองไทยหลายที่ รสชาติอร่อยดี เบาๆ และต้องการที่จะสนับสนุนผู้ผลิตคราฟท์เบียร์รายย่อยในเมืองไทยด้วย ชอบดื่มที่มันมีรสชาติใหม่ๆ หรือคอกเทล หรือเบียร์ที่มีรสชาติใหม่ๆ เช่นร้านที่ขายเบียร์ทำเอง เเขาจะมีรสใหม่ๆออกมาให้ดื่ม และเราอยากสนับสนุนร้านพวกนี้ซึ่งเป็นร้านเล็กมากกว่าอยากสนับสนุนนายทุนใหญ่ด้วย

reason

ไม่ได้ติดเหล้าแต่เราดื่มเพื่อเสพบรรยากาศ ดื่มเอา mood มากกว่าเวลาอยู่กับเพื่อน การดื่มคือการคลายใจในวงเพื่อน แชร์ใจกัน มันทำให้สนุกและสนิทกันมากขึ้น กิจกรรมในมหาวิทยาลัยทำให้แค่รู้จักแต่ไม่สนิท จะมาสนิทก็ได้นั่งชิลล์ด้วยกันในร้านและได้นั่งคุยกันนานๆมากกว่า และเราไม่ได้เป็นจ้เมา กินเอาบรรยากาศและเราสรรหาเครื่องดื่มใหม่ๆรสชาติดี ๆ เสมอ การดื่มของเราก็ไม่เคยละเทะ เรารับผิดชอบตัวเองได้เสมอ ถึงเมาก็ยังมีเพื่อนคอยดูแล ระวังตัวกัน ดื่มที่ห้องได้ใหม่ ได้ แต่มันไม่หายเครียดเท่าออกมานั่งชิลล์กับเพื่อน การดื่มมันแค่ส่วนประกอบ เรื่องหลักคือบรรยากาศกับเพื่อนต่างหาก

consumer persona
เพศชาย วัยเรียนมหาวิทยาลัย

“สายชีว การดื่มคือ วัฒนธรรม”



basic profile

กลุ่มอายุ 20-23 กำลังเรียนระดับอุดมศึกษา ปริญญาตรี

drinking profile

ดื่มมาตั้งแต่มัธยมปลาย เริ่มต้นด้วยการดื่มเบียร์เลย แล้วยับมาเป็นสุราตอนปี1 รุ่นพี่ชวนเพื่อนชวน ดื่มสุรากับเบียร์ความรู้สึกต่างกัน ดื่มสุราแล้วรู้สึกว่ไปรุ่งโล่งสบายมากกว่าดื่มเบียร์ ซึ่งดื่มเบียร์แค่ซิลล์ แต่การดื่มอะไร จะขึ้นอยู่กับเพื่อนหรือเป็นคนชวน ปัจจุบัน ดื่มแล้วทุกอย่าง เพราะมีตัวเลือกให้เลือกมากขึ้น เช่นคราฟท์เบียร์ หรือเหล้าผสมเอง เบียร์ทำเอง การดื่มเราจะดื่มในพื้นที่ของเราเท่านั้นคือรอบๆมหาวิทยาลัย จะไม่ไปดื่มในที่ๆไม่คุ้นเคย ยกเว้นพวกตลาดนัดหรืองานแฟร์

purchase criteria

ดื่มได้ทุกอย่าง ทั้งเบียร์และสุรา ขึ้นอยู่กับว่าดื่มกับใครและดื่มด้วยกันกี่คน ถ้าดื่ม10 คนก็สุรา ถ้านั่งดื่ม2คนก็เบียร์ แล้วแต่ว่าร้านมีโปรอะไรมาเสนอด้วย และต้องดูเงินด้วยว่าพอไหม

feeling

ดื่มแล้วสบายใจ ผ่อนคลาย การดื่มเป็น culture ที่อยู่ในทุกสังคม

การดื่มเป็น culture ของ ทุกวัฒนธรรม บางสังคม การทำเหล้าดื่มเองคือ passion อยากให้สังคม ไทยเปิดกว้าง เพราะการ ดื่ม = การผ่อนคลายและ เป็น culture

wish and what's hot

เครื่องดื่มใหม่ๆ เครื่องดื่มหมักเองทำเองบ้าน อย่าง Gin อยากลองทำเอง ชอบไปพวกบาร์ลับที่เปิดขายเหล้าทำเอง น่าสนใจ

pain point

เรื่องเงินเป็นเรื่องใหญ่ การดื่มที่ห้องมันเจ็บเหงามากแต่การออกไปดื่มเป็นเรื่องบรรยากาศ แต่มันเสียเงิน ต้องหาตัวหารเรื่อยๆ แต่ถ้าคุณไม่เยอะก็เสียเงินมาก บางเดือนซื้อตเงินหมดจนรู้สึกว่ตัวเองถูกลงเงินที่พ่อแม่ให้มามากเกินไปจนไม่กล้าบอกพ่อแม่

interest

สนใจพวกคราฟท์เบียร์ใหม่ๆในเมืองไทยเดี๋ยวนี้นี้มีเยอะมาก มีทุกจังหวัดที่มีคราฟท์เบียร์ประจำจังหวัดซึ่งเราชอบและอยากลอง และชอบไปพวกงานแฟร์ที่มีคราฟท์เบียร์หรือสุราชุมชนยี่ห้อต่างๆมาเปิดบูธ ชอบชิม อันไหนชอบก็ซื้อกลับไปดื่มต่อ บางยี่ห้อก็สามารถสั่งใน IG ได้ด้วย การดื่มเป็น culture สำหรับบางคน เช่น พวกคนที่ทำเบียร์มันเป็น passion ของเขาเลยที่มาเปิดร้านขายเบียร์ที่ตัวเองรสแปลกใหม่ เราชอบเบียร์ที่มีรสแปลกใหม่อยู่แล้วเพราะเท่ากับเราได้ลองอะไรใหม่ๆเสมอ ยิ่งรู้ว่าต่างประเทศเขามีวัฒนธรรมการดื่ม เช่น มีเหล้าดื่มหลังอาหารก่อนอาหาร เรารู้สึกชอบ และคิดว่า การดื่มควรเปิดกว้างในสังคมเรามากกว่านี้

reason

เคยเมา เพื่อนก็เคยเมาแล้วทุกคนและเคยประสบอุบัติเหตุกันแล้วหลายคนแต่คิดว่เป็นเพราะเราประมาท เราก็จะระวังตัวมากขึ้นและจะมีเพื่อนไปด้วยเสมอ แต่จะให้เลิกดื่ม คงไม่ได้และไม่ใช่วัยเราเป็นวัยที่แสวงหาความสนุกอยู่ ยังอยากซิลล์อยากอยู่กับเพื่อน มีแสงสีในชีวิตยังเลิกไม่ได้ และการดื่มเป็นเรื่องปกติที่มีอยู่ในทุกสังคมอยู่แล้ว เราแค่ต้องไม่ประมาทเท่านั้น ดื่มพอประมาณ และดื่มเท่าที่เรไหวไม่เมาเราก็จะรอดได้

consumer persona
เพศหญิง-ชาย วัยเกษียณ

“กินเบียร์พอย้อมคอ ให้ มันเย็นชื่นใจ”



basic profile

กลุ่มอายุ 60 ชาย+หญิง วัยเกษียณอายุ ไม่ได้ทำงานแล้ว

drinking profile

ถ้าเป็นชาย จะดื่มมาตั้งแต่อายุก่อน 20 ถ้าเป็นหญิงจะดื่มมาตั้งแต่อายุ 25+ การดื่มเริ่มมาจากที่ทำงาน ต้องดื่มตามนาย ส่วนชาย การดื่มมาจากครอบครัวสมัยก่อน เริ่มมาจากการดื่มสาโท เหล้าหมักตามบ้าน ปัจจุบัน ดื่มเวลาออกไปกับครอบครัวหรือเพื่อนฝูงวัยเดียวกันเท่านั้น ไม่ได้ดื่มประจำ เครื่องดื่มที่ดื่มกันตอนนี้ก็ไม่ดื่มสุราแล้ว เพราะรู้สึกที่แรงไป จะดื่มเบียร์หรือไวน์กันเป็นส่วนมาก ถ้าสั่งเบียร์ ก็จะแบ่งกันดื่ม 1 ขวด/3-4 คน ละแ้ว ให้พอนั่งสังสรรค์กันได้

purchase criteria

ดื่มเบียร์เท่านั้น ทั้งเบียร์ไทยและดื่มเบียร์นอก เพราะราคาจับได้และดื่มจนชิน ซื้อดื่มประกอบการทานอาหาร ไม่เข้าร้านเหล้า ไม่ซื้อใน7/11 จะสั่งดื่มในร้านอาหารเท่านั้น

feeling

ดื่มแล้ว "ชื่นใจ" เย็น สดชื่น กินพอ "ย้อมคอ" ให้เย็นๆเวลาสังสรรค์

การดื่มคือความเคยชิน การดื่มเบียร์ให้ความชื่นใจ ไม่ ดื่มสุรา ไม่ซื้อตาม7/11 แต่จะสั่ง ดื่มเพื่อประกอบการทานอาหาร ตามร้านเท่านั้น คิดว่าการดื่ม ของตนเอง “เบา” มาก ไม่น่ามี ปัญหา

wish and what's hot

ดื่มเบียร์แบบใส่น้ำแข็ง เพื่อให้การดื่มสดชื่นและเย็นชื่นใจ
ไม่คิดดื่มจนเมา ดื่มแล้วหลับสบาย แบบนี้คือดื่มเบาๆ

pain point

รู้ว่าผู้สูงอายุไม่ควรดื่มแล้ว แต่คิดว่านานๆดื่มสักที คงไม่เป็นไร และ
ไม่ได้ดื่มเอาสนุกหรือเอาเมาแบบวัยรุ่น
ลูกหลานก็ไม่อยากให้ดื่มแล้ว เพราะกลัวเรื่องสุขภาพ แต่คิดว่าดื่มแค่
เล็กน้อย ไม่น่ามีปัญหาอะไร และดื่มไวน์บ้างเพราะคิดว่าดีต่อสุขภาพ

interest

เข้าใจประเด็นเรื่องสุขภาพ แต่ไม่คิดว่า การดื่มของตนเองและกลุ่ม
เพื่อน จะก่อปัญหา ในชมรมผู้สูงอายุ ก็มีการดื่มสังสรรค์กันเสมอ
เวลามีงานจัดเลี้ยง ซึ่งก็ดื่มกันไม่มากเพราะรู้ว่าเป็นผู้สูงอายุกันทุก
คน แต่ดื่มเพื่อให้ชื่นใจ สนุกกันเล็กน้อยมากกว่า และไม่ได้เสีย
เงินมากมายกับการดื่ม และดื่มพร้อมกับอาหาร คิดว่าอาหารมัน
ช่วยเผาผลาญแอลกอฮอล์ได้ ไม่น่ามีปัญหา เวลาดื่มก็แค่ 1 ขวด
ดื่มกัน 2-3 คน พอกุ้ยกันสนุก และเย็นชื่นใจด้วย ตามด้วยดื่มน้ำ
เปล่าหรือน้ำชาเพื่อให้แอลกอฮอล์มันเจือจางเร็วๆ บางคนก็เปลี่ยน
เป็นดื่มไวน์แทนแล้ว

reason

ดื่มจนชินแล้ว และไม่เคยเมา ไม่เคยเกิดอุบัติเหตุจากการเมาเลย ไม่
เคยเมาแล้วจับ จึงคิดว่าการดื่มของตนเอง “เบา” มากและไม่น่าก่อ
ปัญหาอะไร ส่วนสุขภาพนั้นก็เสื่อมไปตามวัยอยู่แล้ว การดื่มไม่น่าก่อ
ผลกระทบต่อสุขภาพมากนักเพราะดื่ม “เบาๆ”
คิดว่าจะเลิกไหม ก็ลดลงไปเรื่อยๆตามวัยอยู่แล้ว และลูกหลานก็ไม่
ค่อยอยากให้ดื่มด้วย

สรุป Drinker persona เพศที่3 20-30 ปี

วันไหน
ได้ดื่ม
คือ
ทำอะไร
ชีวิต



What's in their mind เมื่อ
การดื่มผูกโยงกับ gender

- การดื่มคือ การปลดปล่อยจากกรอบชีวิต
- การเมาคือ ความสุขแบบ unlimit
- รอเทศกาล ทุกเทศกาลคือสีสันของชีวิต ทุกเทศกาลต้องเมา ไม่เมาไม่กลับ ไม่เมาไม่สนุก
- เครื่องดื่มอะไรก็ได้ เน้นเมา
- แอลกอฮอล์ เป็นราคาที่ต้องจ่าย แพงแคไหนก็ต้องจ่าย กินมาฆ่าสิ้นเดือนไม่เป็นไร แต่แอลต้องกิน ก็รางวัลตัวเอง
- วันไหนได้ดื่ม คือทำอะไรชีวิต เหล้ามีผลต่อการแสดงออก ต้ององคฺลง
- อยากเลิกไหม? ตอบได้เลยว่า ไม่ ทำไมเราต้องทิ้ง "ความสุข"?

เพราะการดื่มคือ “ความสุข” และ
การได้ปลดปล่อยตัวตนที่แท้จริง

สรุป Drinker persona เพศชาย วัยเรียนอุดมศึกษา

เพลง
เพื่อน
ที่มี
มีพื้นที่
clear
ใจ



What's in their mind เมื่อ
การดื่มคือประวัติศาสตร์

- การดื่มคือ สังคมเล็กๆของเรา
- การเมาคือ เรื่องบังเอิญ เป็นสีสัน
- เพื่อนเตือนกันใหม่? ไม่ ทุกคนก็กินเหมือนกัน
เมาก็เมาเหมือนกัน ใครจะฟัง
- ไม่ได้ขี้เหล้า แต่กินเอาบรรยากาศ
- วงเหล้าคือพื้นที่ clear ใจ ไม่รู้จักกันก็ได้รู้จัก
มีอะไรค้างคาใจก็ตกลงกันง่ายหน่อย
- คราฟท์เบียร์ใหม่ๆน่าสนใจ เหล้าแต่ละอย่างก็มีประวัติ เราดื่มประวัติศาสตร์นะ
- การดื่ม คือ สิทธิ ประชาชนต้องมีสิทธิเลือก
- มีสูตรเยอะแยะให้ลองเล่น "เบียร์ปุยหิมะ"
น่าสนใจ

การดื่มคือ วัฒนธรรมที่อยู่ในทุก
สังคม เราดื่มเพื่อมีพื้นที่เคลียร์ใจ

สรุป Drinker persona

เพศชาย วัยทำงาน

สบายใจ

ให้ชีวิตมี

เสียง

หัวเราะ

ข้าง



What's in their mind เมื่อ
การดื่มผูกโยงกับ "งาน"

- การดื่มคือ การเติมเสียงหัวเราะให้ชีวิต
- การเมาคือ ความตลก มีบ้างให้ช่าง
- เรื่องเงินกินเหล้า เดี่ยวลดๆค่ากับข้าวบ้างก็ได้ เพราะกินเหล้าจำเป็นกว่า มันได้งานด้วย
- จะไม่กินยังงี้ กิ่งสังคมเขากิน ปฎิเสธแล้วโดนล่อว่าป๊อด ได้รู้จักกัน เชื่อมเรื่องงาน จำเป็น
- สบายใจแบบอื่นๆ เช่น อยู่กับครอบครัว เกี่ยวกับคนละ "สบาย" กับการกินเหล้า
- กินเหล้าหายเครียดเรื่องงานเร็วสุด
- แฟนดำ ครอบครัวนั้น จะเลิกก็ปุ่น 60 หรือรอให้หมอด่าถึงที่สุดจริงๆ

การดื่มเชื่อมเรื่องงานและเป็นวิธี

สบายใจได้เร็วที่สุด กลั้วผลตรวง

สุขภาพที่สุด

สรุป Drinker persona เฟด หญิง วัยเรียนอุดมศึกษา

เพื่อน
เพลง
สนุก
เหงา
เศร้า
และสิทริ



What's in their mind การดื่มคือสิทริ

- การดื่มคือ สิทริ my drink, my choice
- การเผาคือ สิทริ my body, my choice
- ไปร้านเบียร์คราฟท์มากขึ้น เพราะเป็นเหล่าประชาชน เหล้าของ "คนตัวเล็ก" ที่สู้กับคนตัวใหญ่ และมีเครื่องดื่มหลากหลาย
- สุราชุมชน คือ สิทริ ต้องสนับสนุน
- ไปร้านเหล้าคือไป heal ใจ
- พ่อแม่เตือน แต่เชื่อว่าตนกินเหล้าอย่างมีสติ
- ไม่คิดจะเลิก ไม่ใช่ขี้เหล้า เลิกทำไม
- #สุราพาเพื่อน #โลกของคนเหงา

การดื่มคือสิทริ my body, my
choice สนับสนุนคนทำเหล้าราย
ย่อยดีกว่านายทุน

สรุป Drinker persona เพศ หญิง วัยทำงาน โสด

เพื่อน
กลุ่มเดิมๆ
ส่งมา
สร้าง
บรรยากาศ
พอ



What's in their
mind การดื่มคือ
สังสรรค์ “เบาๆ”

--การดื่มเปลี่ยนไป แต่ยังคงดื่มกับเพื่อนกลุ่ม
เดิมๆแนวสังสรรค์ ปาร์ตี้ เครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์เป็นแค่ตัว “สร้างสีสัน” ให้กับงาน
มากกว่าตั้งใจมาดื่มให้เมา แคร่ภาพลักษณ์
มากขึ้น และคิดว่าตนเองดื่ม “เบา” แล้ว จาก
การสังสรรค์ที่คิดว่าเบา
คิดว่าการดื่มคือ “สร้างบรรยากาศ” และดื่ม
กับเพื่อนหน้าเดิมๆแบบเบาๆพอสวย

ดื่ม “เบาๆ” เอาภาพลักษณ์
ตรงกับเพื่อนกลุ่มเดิม
เอาสีสันเบาๆพอ

สรุป Drinker persona เพศ หญิง วัยทำงาน มีลูก

แคร์
ภาพ
ลักษณ์
มีภาระ
เยอะ



What's in their
mind การดื่มเปลี่ยน
ไป

--การดื่มเปลี่ยนไป กลายเป็นดื่มในวงญาติ
ในครอบครัวตามเทศกาลหรือวันรวมญาติ ดื่ม
เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศในกลุ่มญาติ สักแก้ว
สองแก้วพอแบบวงปิ้งย่าง ไม่ดื่มหนัก ไม่ดื่ม
จนเมา ไม่ดื่มเยอะ แคร์ญาติ แคร์ลูก แคร์
ภาพลักษณ์มากขึ้น ไม่กล้าดื่มหรือเมาให้ลูก
เห็น มีภาระเยอะทำให้มีโอกาสดื่มน้อยลง
เงินที่จะใช้ดื่มก็ต้องคิด พบเพื่อนก็น้อยลง
ออกไปดื่มก็ห่วงครอบครัว การดื่มก็ลดลงไป
มากกว่าสมัยสาว ๆ

การดื่มเปลี่ยนไป จากเพื่อน เป็นวง
ครอบครัว แคร์ภาพลักษณ์ ภาระ
เยอะทำให้ลดดื่มลงได้

สรุป Drinker persona เพศ หญิง-ชาย วัยเกษียณแล้ว

ดื่ม
พอ
ชื่นใจ



What's in their
mind ดื่มเบาและคิด
ว่าเพื่อสุขภาพ

--การดื่มเปลี่ยนไป กลายเป็นดื่มในวงผู้สูง
อายุด้วยตัวเอง คิดว่าตนเองดื่มเขามาก และ
เปลี่ยนไปดื่มไวน์แทนเพราะเชื่อว่าดีต่อสุขภาพ
มี trick ต่างๆในการทำให้การดื่ม "เบา" ลง
เช่น ดื่มเบียร์ใส่น้ำแข็ง ดื่มน้ำเปล่าหรือชาตาม
หลังการดื่มเบียร์ เพื่อให้แอลกอฮอล์เจือจาง
เชื่อว่า จิบนิดๆหน่อยๆ ดีต่อสุขภาพมากกว่า
ดื่มนิดๆหน่อยๆเวลาพบเพื่อนหรือเลี้ยงรุ่น

ดื่มเบาๆคิดว่าไม่มีปัญหา ดื่มไวน์
เพื่อสุขภาพดีกว่า

สรุปประเด็น pain point จาก

Drinker persona เพื่อการสื่อสาร

สุขภาพ

**Pain
point
stop
drink**



ป่วย

หมอเตือนจริงจัง

ตรวจร่างกายประจำปี

อุบัติเหตุ

เหตุร้ายต่างๆ

ภาพลักษณ์

ผลตรวจร่างกายและการพบ

แพทย์ มีผลมากต่อความกลัว

สรุปประเด็น pain point จาก Drinker persona ที่ได้ผลน้อยกับ กลุ่มเป้าหมาย

disinterested

ศาสนา

ศีล5

small

เข้าพรรษา

effect



ยุติการดื่มทันที

การใช้จ่าย

การหยุดดื่มทันทีหรือเลิกดื่มเลย
ได้ผลน้อยกว่าการลด

สรุปประเด็น มายาคติ จาก Drinker persona ที่กลุ่มเป้าหมาย เชื่อมากที่สุด

myth



ดื่มอย่าง

รับผิดชอบ

คิดว่ารับผิดชอบ

ตัวเองได้

moderate drinking ดื่มตามปริมาณที่เหมาะสม

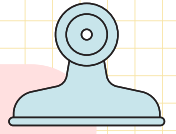
อกหัก เหงา เศร้า วงเหล้าคือพื้นที่

safe zone

ถึงเมา เราก็เอาอยู่ รู้ตัวเสมอ

ดื่ม “เบาๆ” ไม่เป็นอะไร

* ทำไมไม่เลิกดื่ม?



สาเหตุการดื่ม

- ดื่มจนชิน
- นายชวน ลุกค้าชวน และคิดว่าสัมพันธ์กับเรื่องงาน
- ไม่รู้จะทำอะไรตอนเย็น ไม่มีกิจกรรมอื่น
- อยากสบายใจ ดื่มแล้วคลายเครียดได้เร็วที่สุด ไปรุ่งไล่
- วงเพื่อนนั่งดื่มด้วยกันคือเพื่อนสนิท แซ่ใจกันได้
- เวลาทุกข์ เหงาๆ ต้องแวะร้านนั่งดื่ม
- เสพบรรยากาศ ติดแสงสี ไม่อยากอยู่ห้องเงียบๆ อยู่คนเดียวไม่เป็น
- เวลาว่างมีมาก
- คิดว่าการดื่มเป็นเรื่องปกติ เป็นวัฒนธรรม เป็นเรื่องเล็กน้อย
- ชอบรสชาติของเครื่องดื่ม ชอบรสแปลกใหม่ อยากลอง
- มีคนชวนแต่ไม่รู้จะปฏิเสธอย่างไรก็ตามน้ำไป
- คิดว่าการดื่มสร้างความสัมพันธ์มากกว่า
- ไม่เห็นผลกระทบทางลบหรือเห็นแต่มองข้าม

ความเชื่อผิดเกี่ยวกับการดื่ม ทำให้มองข้ามผลกระทบจากการดื่ม

- ความเชื่อผิดเรื่องสำคัญ 3 เรื่อง ที่มีผลต่อการทำให้นักดื่มมองข้ามผลกระทบจากการดื่ม มีดังนี้
1. Moderate drinking นักดื่มจะคิดว่าสามารถดื่มในปริมาณที่ตนเองรับได้ ไม่จำเป็นต้องเลิกดื่ม
 2. การดื่มอย่าง "รับผิดชอบ" นักดื่มจะคิดว่าตนเองดื่มอย่างรับผิดชอบแล้วคือรู้ตัว ไม่เมา ระวังตัว มีเพื่อนคอยช่วยถ้าเมา
 3. Light drinking นักดื่มจะคิดว่าตนเองดื่ม "เบา" ทำให้ไม่เคยคิดที่จะเลิกดื่ม

ความเชื่อที่จจะเลิกแล้ว

- มีผลกระทบต่อสุขภาพชนิดรุนแรง
- แพทย์เป็นผู้สั่ง หรือเตือนตรงๆ
- อุบัติเหตุที่ใกล้ตัว
- ข่าวมาแล้วขับ
- ทางเลือกใหม่ในชีวิต เช่น เก็บเงินท่องเที่ยวต่างประเทศ มีลูก แต่งงาน

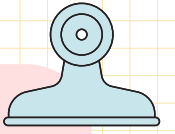
ความเชื่อผิดที่คำให้การไม่เลิกดื่ม

- ดื่มเบาๆ ไม่เป็นอะไรหรอก
- ดื่มพอเป็นยา เลือดลมเดินดี กินอาหารอร่อย ดื่มไวน์มีสารต้านอนุมูลอิสระ
- รับผิดชอบตัวเองได้ หยุดเป็น
- ถึงเมาก็ไม่ละ ขำๆ
- อกหัก เศร้า เสียใจ ระบาย ต้องดื่ม

ความเชื่อผิดอันดับ1 = drink responsibly อันเป็นนักดื่มที่ดี

ความเชื่อผิดเรื่องความรัก
อกหัก = ดื่มแล้ว ระบายในวงเหล้า

ทำอย่างไรจึงจะเลิกดื่ม?



สาเหตุการไม่เลิกดื่ม



- คิดว่าตนเอง “ไม่ติดเหล้า” ไม่ได้เป็น “ขี้เหล้า” มีแต่ขี้เหล้าเท่านั้นที่ต้องเลิก
- เคยชิน ดื่มจนชินแล้ว เลิกไม่ได้
- กลัวไม่มีใครคบ ไม่มีเพื่อน
- ตามสังคม ตามกลุ่ม ฝืนใจแต่ก็ต้องตามๆกลุ่มไป
- รู้สึกเหมือนใช้ชีวิตไม่คุ้ม ยังอายุน้อย ก็ต้องดื่มต้องเที่ยว
- เหงา ไม่รู้จะทำอะไรตอนเย็น
- ทำเป็นประจำ แวะ 7/11 ต้องซื้อเบียร์โดยไม่ได้ตั้งใจแต่ทำเป็นประจำหรือนั่งร้านอาหาร จะสั่งเบียร์โดยอัตโนมัติเสมอ
- ดื่มแล้วมีความสุข สบายใจ ไม่เห็นเหตุผลต้องเลิก
- คิดว่าตนเอง “ดื่มเบาๆ”
- คิดว่าไม่มีผลกระทบอะไรกับตนเอง
- คิดว่าเรื่องมาแล้วขับเป็นเรื่องไกลตัว ตนเองรับผิดชอบได้
- นานๆดื่มที ไม่เห็นต้องเลิก

ไม่ยอมรับว่า “ติดเหล้า” และ “ขี้เหล้า” คืออะไรในสายตาค้นดื่ม

นักดื่มส่วนใหญ่มองภาพตนเองว่า “ดื่มเบา” ดื่มนานๆที ดื่มเข้าสังคมพอสนุกๆ ลดได้ รู้ตัว ถึงแม้จะไปดื่มประจำ นักดื่มก็จะไม่มองว่าตนเอง “ติด” แอลกอฮอล์หรือติดบรรยากาศ แต่จะมีภาพลักษณ์ “ขี้เหล้า” หรือติดเหล้า แบบ extreme แบบ “ลำยอง” ในละคร คือ เป็นบ้า เป็นโรค มีลักษณะหลุดจากความเป็นจริง ควบคุมร่างกายไม่ได้ ฯลฯ ทำให้นักดื่มมองภาพการดื่มตนเองว่า “เบา” จึงไม่คิดว่าควรจะเลิกดื่ม

ประเด็นที่ได้ผลดี

- อุบัติเหตุ
- ข่าวมาแล้วขับ
- อุบัติเหตุตามเทศกาล
- ชวนลด ละ ได้ผลดีกว่าชวนเลิกแบบหักดิบหรือเลิกทันที

ประเด็นที่ได้ผลน้อยในการชวนเลิกเหล้า

- ศาสนา ศีล5
- ค่าใช้จ่าย เพราะนักดื่มบอกว่าจะประหยัดส่วนอื่นมาจ่ายค่าเหล้าได้
- คนในครอบครัว เพราะจะไม่ฟังคนไกลตัว ฟังคนอื่นมากกว่า

ข่าวมาแล้วขับ พบว่า มีผลมากต่อการรับรู้

ประเด็นชวนเข้าวัด งดเหล้าเข้าพรรษา พบว่าได้ผลน้อย

Pain Point Stop Drink



ประเด็น "ความกลัว" ในใจนักดื่มที่มีผลต่อการลด ละเลิกการดื่มได้ และสามารถสื่อสารได้ในประเด็น การสื่อสารสุขภาพ



การป่วย

ตนเองเจ็บป่วย
รุนแรงเอง จึงจะรู้สึก
ว่าควรลดละเลิกการ
ดื่ม และแพทย์ต้อง
เป็นผู้บอกหรือเตือน
ให้เลิก



อุบัติเหตุ ใกล้ตัว

เปลี่ยนวิถีชีวิต

เช่น เริ่มออกเดินทางท่องเที่ยว หรือ
ตั้งใจจะทำอะไรบางอย่าง เช่น เก็บเงิน
จะแต่งงาน



น้ำหนักขึ้น

มีผลในกลุ่มผู้หญิง รวมทั้ง
ประเด็นความสวยความงาม

มีชีวิตใหม่

มีผลในกลุ่มผู้ใหญ่และวัย
ทำงาน ทั้งการแต่งงาน เริ่มมี
ลูกและผลกระทบต่อลูก



ผลตรวจ สุขภาพ ประจำปี

มีผลในกลุ่มผู้ใหญ่และวัยทำงานที่
จะรู้สึก "กลัว" ผลตรวจสุขภาพ



ข่าวมาแล้วขับ

มีผลต่อทุกวัยในด้านการรับรู้และเข้าใจผลกระทบ
จากการดื่มที่สูงกว่าทุกสาเหตุ การมาแล้วขับ
กลายเป็นประเด็นที่สามารถเป็น social concern
ได้และสื่อสารได้ในทุกวาระ รวมทั้งเน้นย้ำใน
เทศกาลแต่จำเป็นต้องสื่อสารต่อเนื่อง

Effective Point

Stop Drink



ประเด็นที่สื่อสารแล้วพบว่าได้ผลสูงในการรับรู้ มี reaction สูงจากผู้รับสาร สามารถสื่อสารได้ในประเด็นการสื่อสารสุขภาพ ประเด็นเหล่านี้ ทางโครงการฯ ได้นำไปสื่อสารแล้วในทุก platform

การใช้ชีวิต

นำเสนอแนวทางการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ๆ เช่น การเดินทาง การพจญภัย ชีวิตมีอะไรให้เรียนรู้อีกมาก

อาหาร และ ชีวิตประจำวัน

เพื่อสื่อสารว่า การไม่ดื่มก็เป็นเรื่องปกติเช่นเดียวกัน และชีวิตยังมีกิจกรรมอื่นๆในแต่ละวันอีกมาก

อารมณ์ขัน

สามารถใช้ได้ในทุกวาระและทุกโอกาส

การเป็นตัวของตัวเอง

เพื่อเสริมทักษะในการปฏิเสธและยืนยันว่าการไม่ดื่มไม่เข้าฝับ = ปกติ

สุขภาพ

มีผลในกลุ่มผู้ใหญ่และวัยทำงาน สามารถใช้ในการอธิบายการเมาอาละวาด ชิมเศร้าหรือผลอื่นๆได้

ทักษะ การ ปฏิเสธ

เพื่อเสริมทักษะในการ “ไม่” ปฏิเสธเป็นและไม่จำเป็นต้องตามน้ำเสมอไป

สุขภาพจิต และความรัก

มีผลต่อทุกวัยและใช้ได้ในทุกประเด็น เช่น ความเศร้าเหงา การเติบโตทางใจ วัยทำงานและความเครียด สามารถใช้ได้ในทุกวาระและทุกโอกาส

สรุป การวิเคราะห์การสื่อสารจากธุรกิจเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ 3 ประเด็นหลักในการสื่อสาร



1

สินค้าไม่เมา
 เมา หวาน หอม
 ผลิตภัณฑ์ปรุงรส
 Canned pop drinks
 แอปเปิ้ลเกอูน่ารัก
 เครื่องดื่ม DIY ผสมเอง

2

ความ light ของเครื่องดื่ม
 ดื่มจนสามารถดื่มได้ทุก
 ที่ ทุกเวลา ทุกกาละเทศะ
 และทุกเพศ สื่อว่าดื่ม
 แล้วหายเหนื่อยจากงาน
 เลิกงานแล้วแวะดื่ม

3

การผูก lifestyle เข้า
 กับการดื่ม: ทำงาน
 ก่อ่งเที่ยว ดนตรี
 กีฬา
 การพักผ่อน เพื่อน



Lifestyle
 ดื่มแบบไม่เมา
 เมาๆ กลืนไปกับ
 ชีวิตประจำวัน
 low cal
 0 sugar
 party ดนตรี
 กีฬา
 festival
 กิจกรรม
 ก่อ่งเที่ยว
 การใช้ชีวิต



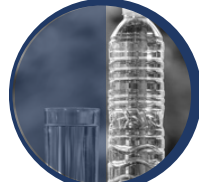
ผลิตภัณฑ์ใหม่
 ผลิตภัณฑ์กลุ่ม
 ปรุงรส
 คราฟท์เบียร์
 เหล้าแช่
 สุราขาวรุ่นใหม่
 สินค้าเกาหลี
 สุรานอก เบียร์
 นอก
 สินค้ากระป๋อง



โฆษณารสชาติ
 โฆษณาเน้น
 รสชาติ ความไม่
 เมา หวาน หอม
 รสผลไม้ ความ
 ซาบซ่า
 โฆษณาเหมือน
 น้ำอัดลม
 แสดงภาพสินค้า
 กลุ่มผู้หญิงและ
 สินค้าสำหรับผู้
 หญิง



สูตรผสม
 แนะนำสูตรผสม
 ผลิตสูตรเอง
 จากสินค้าที่หาได้
 ใน 7/11 โดยมี
 แบรินด์หลักเป็น
 ตัวยื่น
 สอนทำเบียร์เอง
 แนะนำทำเครื่อง
 ดื่ม DIY



สุราขาว วอดก้าไทย
 สุราขาว วอดก้า
 ไทย รีแบรนด์
 ด้วยการสร้าง
 สูตร ให้ดื่มแบบ
 เหล้าปั่นหรือ
 คอกเทลด้วย
 การแนะนำสูตร
 เหล้าถึง เหล้า
 ปั่น
 เหล้าเป๊ก
 เน้นสีสวย
 รสชาติดี มี
 Topping



รีวิว เล่าแบรนด์
 reviewer
 Tik Tok เล่า
 แบรนด์
 ชี้เป้าสินค้า ราคา
 ที่ซื้อ
 คำคมวงเหล้า
 แนะนำบาร์ลับ
 เล่าประวัติเหล้า
 ดื่มให้ชม ผสมให้ดู
 รีวิวรสชาติ

ศึกษาติดตามจาก: FB Singha life/Leo Thailand/ FB L-ก-ง/ FB เมาศาสตร์ /Tik Tok: Shark wow, Witbenmorealight สายเลี้ยวจว/ Bermkanyanan/ Wiskyschool ศึกษา content เป็นระยะเวลา 3 เดือน

ตัวอย่าง

Twitter “รูตชิปใจ”

Effective Point Stop Drink

ประเด็นที่สื่อสารแล้วพบว่าได้ผลสูงในการรับรู้ มี reaction สูงจากผู้รับสาร สามารถสื่อสารได้ในประเด็นการสื่อสารสุขภาพ ประเด็นเหล่านี้ ทางโครงการฯ ได้นำไปสื่อสารแล้วในทุก platform

ประเด็นที่สื่อสาร เรื่อง การใช้ชีวิต
Reaction: ยอด view 77,100 ครั้ง

ยอด Like 173 ครั้ง

ยอด retweet 96 ครั้ง

ยอด DM 2 ครั้ง



*หมายเหตุ ยอด 29/11/66

ไม่กินเหล้า ไม่เข้าฝับ
ไม่ได้แปลว่าใช้ชีวิตไม่
คุ้ม

คนใช้ชีวิตคุ้ม
คือคนที่ได้ทำในสิ่งที่
อยากทำ
โดยไม่ต้องฝืน
ทำตามคนอื่น

ตัวอย่าง

Twitter “รูดชิปใจ”

Effective Point Stop Drink

ประเด็นที่สื่อสารแล้วพบว่าได้ผลสูงในการรับรู้ มี reaction สูงจากผู้รับสาร สามารถสื่อสารได้ในประเด็นการสื่อสารสุขภาพ ประเด็นเหล่านี้ ทางโครงการฯ ได้นำไปสื่อสารแล้วในทุก platform



ประเด็นที่สื่อสาร เรื่อง ผนกระหนาบต่อสมอง

Reaction: ยอด view 23,800 ครั้ง

ยอด Like 33 ครั้ง

ยอด retweet 10 ครั้ง

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66



ไขข้อข้องใจ ทำไมคนเราชอบพรั้าเพื่อ รำพันความหลัง?

แอลกอฮอล์กดการทำงานสมองส่วนฮิปโปแคมปัส (Hippocampus)

ทำให้ความจำเสื่อม ตื่นมาจะจำอะไรไม่ได้ เวลาเราจะจำได้อย่างเดียวคือ ความหลังที่เจ็บปวด คนเราจึงชอบร้องไห้พรั้าเพื่อความหลัง ออกอาการ "เก็บทรงไม่อยู่"

เพราะแอลกอฮอล์มีผลต่อสมอง

ตัวอย่าง

Twitter “รูดชิปใจ”

Effective Point Stop Drink

ประเด็นที่สื่อสารแล้วพบว่าได้ผลสูงในการรับรู้ มี reaction สูงจากผู้รับสาร สามารถสื่อสารได้ในประเด็นการสื่อสารสุขภาพ
ประเด็นเหล่านี้ ทางโครงการฯ ได้นำไปสื่อสารแล้วในทุก platform

“ ไขข้อข้องใจ ทำไมคนเราชอบอาละวาด? ตีกัน ใช้ความรุนแรง ”



- แอลกอฮอล์กดการทำงานสมองกลีบหน้า (Frontal lobe) ทำให้ความคิด บุคลิก และพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากปกติ สามารถทำในสิ่งที่ตัวเองก็คาดไม่ถึงได้

เรียนจบ ทำงานแล้ว ก็ได้ค้นพบว่า

ความสุขคือ “วันที่ได้อยู่บ้าน”
วันศุกร์คือ “วันที่ไม่ต้องแหกตาตื่นเช้าพรุ่งนี้”
ความสุขคือ “หาอะไรอร่อยกินวันอาทิตย์”
ไปเที่ยวร้านเหล้าเข้าผับ ขอบาย เหนื่อยแล้ว จะนอน ยิ่งโตขึ้น ความสุขของเราก็ยิ่งธรรมดามากขึ้นทุกวัน



พ่อแม่ต้อง เป็นต้นแบบ ที่ดีให้ลูก

อยากให้ลูกโตมามีสุขภาพจิตดี สร้างพื้นที่ safe zone ให้ลูก
อยากให้ลูกโตมาไม่ขี้เหล้า ต้องไม่ดื่มให้ลูกเห็น
อยากให้ลูกโตมาแบบไหน พ่อแม่ต้องทำตัวแบบนั้นก่อน



คนเท่าเทียม

ไม่กินเหล้า
คือ
สิทธิ์
ของผม

อย่ามองว่าผมประหลาด
ผู้ชายไม่กินเหล้า ไม่ได้แปลว่าอ่อนแอ



เที่ยวชาร์จพลัง มีความสุขกับ ธรรมชาติ

ไม่ต้องพกพาเหล้า
ธรรมชาติสวยแล้ว
เหล้าไม่ต้องเสีบก็ได้

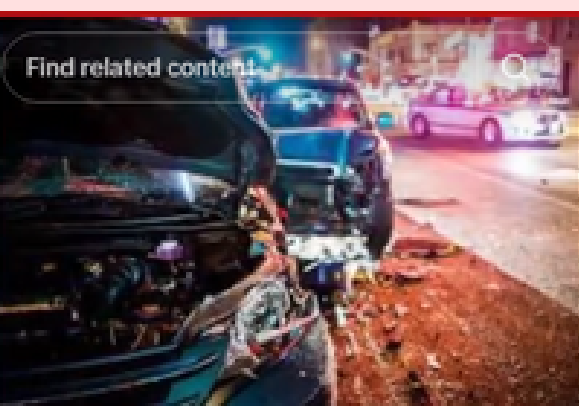


ตัวอย่าง

Effective Point Stop Drink

ประเด็นที่สื่อสารแล้วพบว่าได้ผลสูงในการรับรู้ มี reaction สูงจากผู้รับสาร สามารถสื่อสารได้ใน ประเด็นการสื่อสารสุขภาพ ประเด็นเหล่านี้ ทางโครงการฯ ได้นำไปสื่อสารแล้วใน ทุก platform

Tik Tok “ไม่เมาแล้วเรายังเมารัก”



คนไทย 15 ล้านคนดื่ม 49.8% เมาแล้วขับ ผลที่เกิดขึ้นคือ ตาย พิการ บาดเจ็บ

มึนแล้วมีผลต่อสมอง

ชักช้า และ ชักขวา

หลังจากงดการทำงานของสมอง ความจำเสื่อม สมองไม่มีความจำ จะเสื่อมในระยะยาว



ประเด็นที่สื่อสาร เรื่อง การใช้ชีวิตประจำวันที่ไม่ต้องดื่มเหล้า

Reaction: ยอด view 8,776 ครั้ง ยอด Like 99 ครั้ง

ประเด็นที่สื่อสาร เรื่อง อุบัติเหตุ

Reaction: ยอด view 27,300 ครั้ง ยอด Like 34 ครั้ง

ประเด็นที่สื่อสาร เรื่อง ผลกระทบต่อสมอง

Reaction: ยอด view 9,199 ครั้ง ยอด Like 19 ครั้ง

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66

ตัวอย่าง

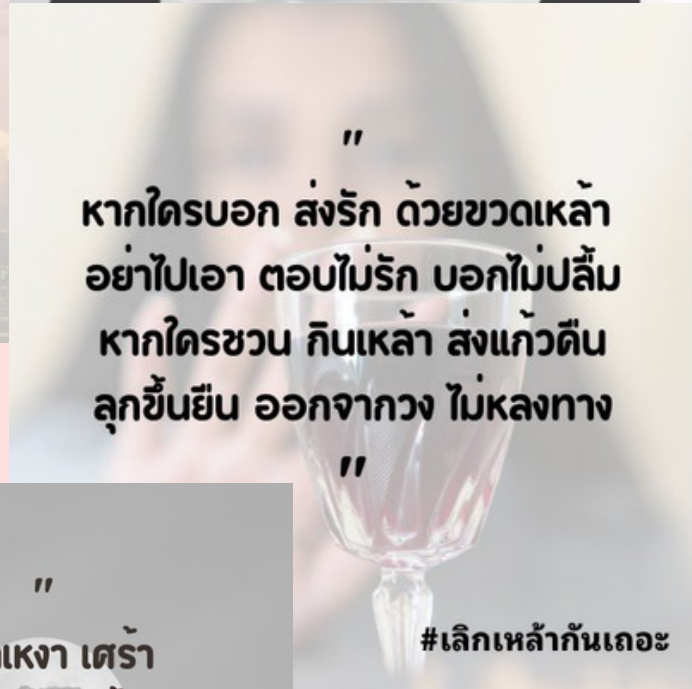
Twitter “นักจิตตอบ”

Effective Point Stop Drink

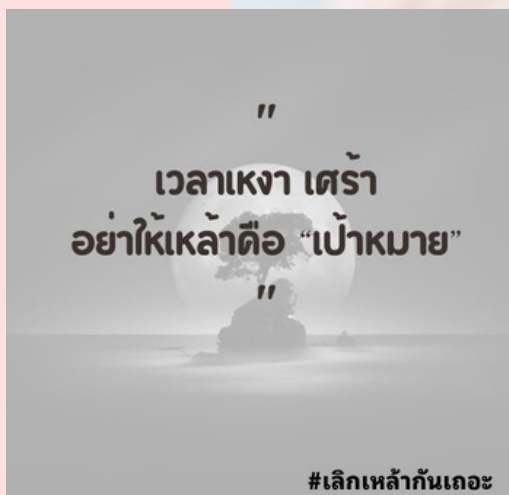
ประเด็นที่สื่อสารแล้วพบว่าได้ผลสูงในการรับรู้ มี reaction สูงจากผู้รับสาร สามารถสื่อสารได้ในประเด็นการสื่อสารสุขภาพ ประเด็นเหล่านี้ ทางโครงการฯ ได้นำไปสื่อสารแล้วในทุก platform

สิ่งที่ทำลายความรักที่สุดคือ
“เหลา”
เพราะ “ความเมา”
ไม่เคยทำให้นคนมีสติ
ไม่เคยทำให้นคนยับยั้งชั่งใจ
ดังนั้น ความเมา
มีแต่แรงกิลเลส
และสร้างแต่ “ความทุกข์”

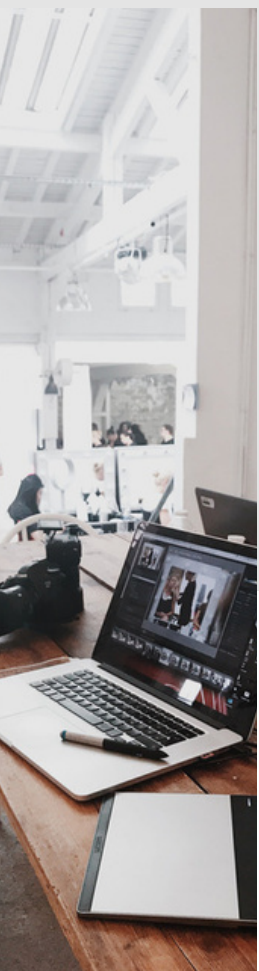
#เลิกเหล้ากันเถอะ



ประเด็นที่สื่อสาร เรื่อง เลิก
เหล้าและความทุกข์
Reaction: ยอด view
10,500 ครั้ง
ยอด Like 13 ครั้ง



*หมายเหตุ ยอด 29/11/66



สรุปรายงาน
การนำข้อมูลจาก
**DRINKER
PERSONA**ไป
ใช้ในการ
สร้างสรรค์สื่อ
และเผยแพร่ผล
งานสื่อของ
โครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร. ศิริรัช ลากใหญ่

ข้อมูลจาก **DRINKER PERSONA**
ในฐานะ **CREATIVE MESSAGE**
เพื่อการผลิตและเผยแพร่สื่อใน
โครงการ

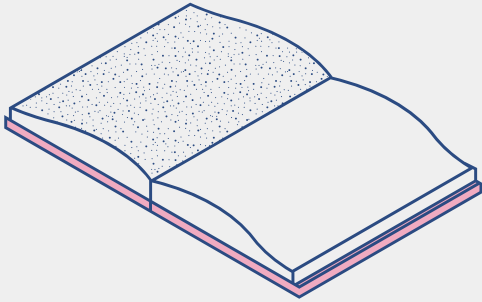
CREATIVE

MESSAGE



3 องค์ประกอบหลักของโครงการ การศึกษาตัวตน DRINKER PERSONA และการผลิตสื่อ สร้างสรรค์รู้ทันแอลกอฮอล์

1



1.1 การศึกษา drinker persona
222 ราย

1.2 การวิเคราะห์การสื่อสารจาก
ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2



media production

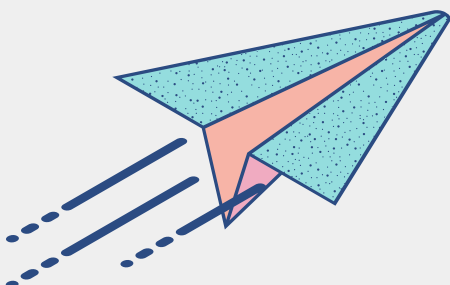


รวม 9
platform



นำข้อมูลจาก
DRINKER
PERSONA ไป
ใช้ในการ
สร้างสรรค์สื่อ
และเผยแพร่ผล
งานสื่อของ
โครงการ

3



จัดอบรม

ผลิตสื่อ รวม 4 ครั้ง

2 ครั้งแรกจัดไปแล้วในเฟส 1

2 ครั้งจัดในเฟส 2

สรุปประเภทของ content ในแต่ละ platform

มี content ทั้งหมด 37 ประเภท

- อุบัติเหตุ
- มาแล้วขับ
- เทศกาล
- เลิกดื่ม
- กฎหมาย
- เด็ก
- สุขภาพจิต
- ปัญหาชีวิต
- เพื่อน
- เพศที่3
- ครอบครัว
- ความเชื่อผิด
- สุขภาพ
- การเมา
- lifestyle
- ศาสนา
- คนดัง
- วัยรุ่น
- เทคนิคปฏิเสธ
- กำลังใจ
- ทางเลือกอื่น
- ผู้สูงอายุ
- การบำบัด
- ผู้หญิง
- สุราเสรี
- แม่
- การสูญเสีย
- การท่องเที่ยว
- ทำอาหาร
- ผลกระทบ
- อารมณ์ขัน
- การใช้ง่าย
- คำคม
- ความสัมพันธ์
- วัยเรียน
- ออกกำลัง
- กำลังใจ



PANTIP
อุบัติเหตุจริง
เคลสมมาแล้วขับ
โพลล์



DEK-D
วัยรุ่น รุ่นพี่
การเรียนรู้
การปฏิเสธ



TIK TOK
ทุก
CONTENT



IG
แม่
ผู้หญิง
ครอบครัว



PODCAST
การสูญเสีย
มาแล้วขับ



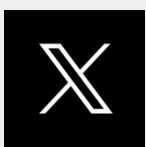
TWITTER
ทุก
CONTENT



FACEBOOK
สุขภาพ
สุขภาพจิต
ผลกระทบ
ทางลบ
กำลังใจ



YOUTUBE
ทุก
CONTENT



สรุปจำนวนโพสต์ทั้งหมดที่เผยแพร่ไปแล้ว = 920
ผลที่ได้รับ = 831,089 view



TIK TOK
37
ประเภท
CONTENT

TikTok 293 Clips
จำนวน 3 ช่อง
ยอด view รวม 225,667



PANTIP
อุบัติเหตุจริง
เคลสมาแล้วขับ
โพลล์

10 post
กระทู้ "มาแล้วขับ" ติด
อันดับกระทู้แนะนำ 2 week



YOUTUBE
37
CONTENT

Youtube+Shorts 86
คลิป



PODCAST
การสูญเสีย
มาแล้วขับ

ยอด view รวม 60,669



TWITTER
37
ประเภท
CONTENT

Twit 351 posts
ยอด view รวม 534,067



FACEBOOK
สุขภาพ
สุขภาพจิต
ผลกระทบทางลบ
กำลังใจ

Post 114 posts
3705 Like



DEK-D
วัยรุ่น รุ่นพี่
การเรียนรู้
การปฏิเสธ

5 กระทู้



IG
แม่
ผู้หญิง
ครอบครัว

Post 61 posts
ยอดวิว 6981

ยังมีคลิปและโพสต์ที่รอการเผยแพร่อยู่อีกจำนวน 60 คลิป/โพสต์



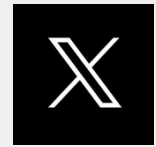
TIK TOK
ปีใหม่
เมาไม่ขับ
เทศกาล
เล่าข่าว



YOUTUBE
VLOG
เทศกาล



TWITTER
เทศกาล
สุขภาพ
สุขภาพจิต



รวมคลิป/โพสต์ที่เผยแพร่แล้ว
920 คลิป/โพสต์
รวมคลิป/โพสต์ที่ยังรอการเผยแพร่ในเดือน ธค. 60 คลิป/โพสต์
รวมสื่อทั้งหมดที่โครงการผลิต
= 980 คลิป/โพสต์



Tik Tok “ไม่เมาเหล้าแล้วเรายังเมารัก”

@diymedia9 Total grand view 151,193 V

**content ที่ลงใน Tik Tok ลงทั้ง 37
ประเภท จำนวนคลิปทั้งหมด 182 คลิป**



diymedia9

ไม่เมาเหล้าแล้วเรายังเมารัก

ข้อความ



20 คำถึงติดตาม 2505 ผู้ติดตาม 2989 ถูกใจ

แค่เธอเลิกขี้นเมา เราจะรักเธอ

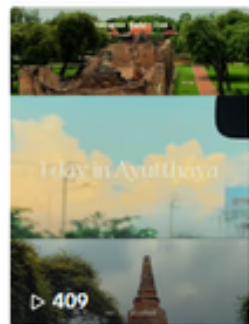
reaction: 2,501 Fol

3,017 Like

64 comment

วิดีโอ

ถูกใจ



**content with highest view
สถิติเมาแล้วขับ 27,300 V**

กลุ่ม viewer ผู้ใหญ่/วัยรุ่น

**content ที่ลงใน Tik Tok ลง
ทั้ง 37 ประเภท**

**รูปแบบการนำเสนอ คลิปสั้น/
เพลง/ POV/ พากย์เสียงใน
ข่าว/เต้น/ VLOG**

**คนไทย 15 ล้านคนดื่ม
49.8% เมาแล้วขับ
ผลที่เกิดขึ้นคือ ตาย
พิการ บาดเจ็บ**

จำนวนคลิปทั้งหมด

***หมายเหตุ ยอด 29/11/66**



Tik Tok "Sooklife1 ความสุข"

@Sooklife1 Total grand view 56,728 v

จำนวนคลิปทั้งหมด 63 คลิป



sooklife1

ความสุข

ข้อความ



reaction: 123 Fol

7,161 Like

54 comment

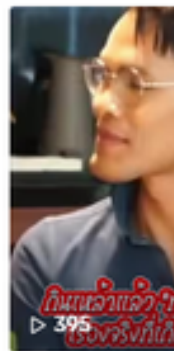
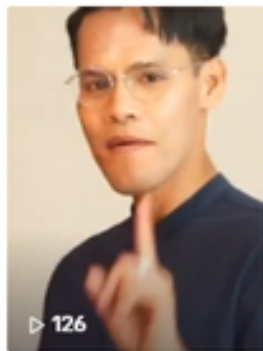
15 กำลังติดตาม 121 ผู้ติดตาม 4131 ถูกใจ

ความสุขที่แท้จริงคือการมีชีวิตที่ปราศจากโรคและสามารถทำกิจกรรมงานได้อย่างมีรอยยิ้ม

วิดีโอ

ถูกใจ

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66



ชวนเพื่อนกินเหล้า #sooklife

#sooklife

เซ้า #sooklife

กินเหล้า ทำให้ "sex" พัง ...

กินเหล้าแล้ว...จริงที่...



content with highest view

เทคนิคปฏิเสธเวลาเพื่อนชวนไปดื่มเหล้า/เข้าพรรษา 15,600 v

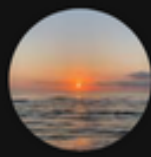
content ที่ลงใน Tik Tok เลิกดื่ม/ ผลกระทบ/ คำคม/ กำลังใจ/ สุขภาพจิต/ ทางเลือกอื่น/ สุขภาพ/ การเมา

รูปแบบการนำเสนอ คลิปสั้น/ เพลง/ พุด/ ข้อเขียนสั้น / พากย์เสียง/ VLOG



Tik Tok "เคว้ง"

@likeko89 Total grand view 17,746 v
จำนวน 48 คลิป



likeko89

เคว้ง

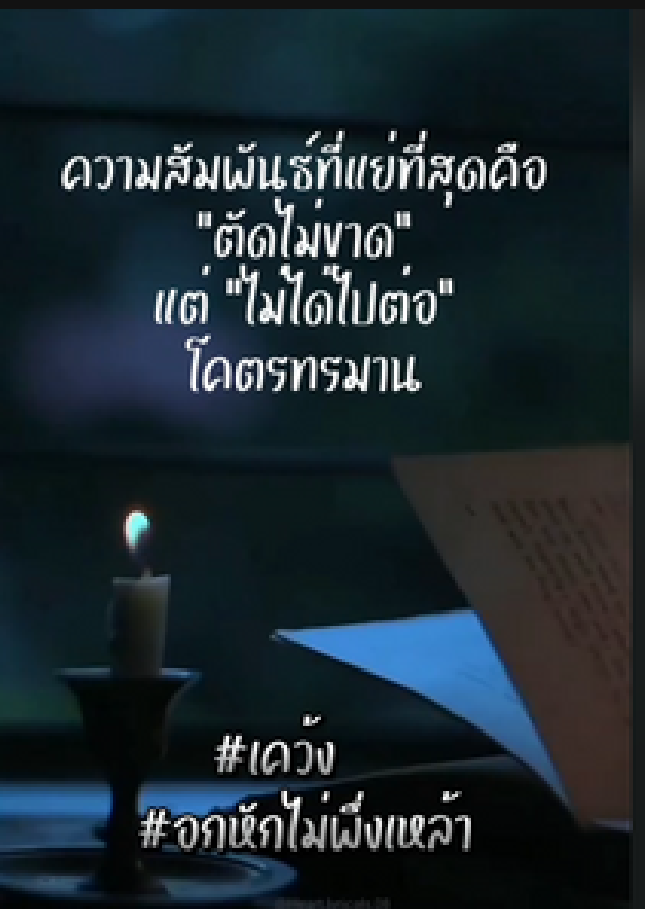
Messages

6 Following 49 Followers 1232 Likes

เคร่า เหวง คือ ชีวิต

Videos

Liked



Content เรื่องสุขภาพจิต
ด้านความเหงา ความรัก
พ่ายแพ้ อหังก / คำคม /
กำลังใจ / ผลกระทบในทาง
ลบ / ชวนเลิกดื่ม VS การไม่
ดื่มเมื่อมีความรู้สึกในทางลบ

รูปแบบการนำเสนอ :
พากย์เสียงประกอบข้อเขียน
สั้น

content with highest view
อหังกไม่ดื่มเหล้า 2,882 v



Twitter “รูตซีปใจ”

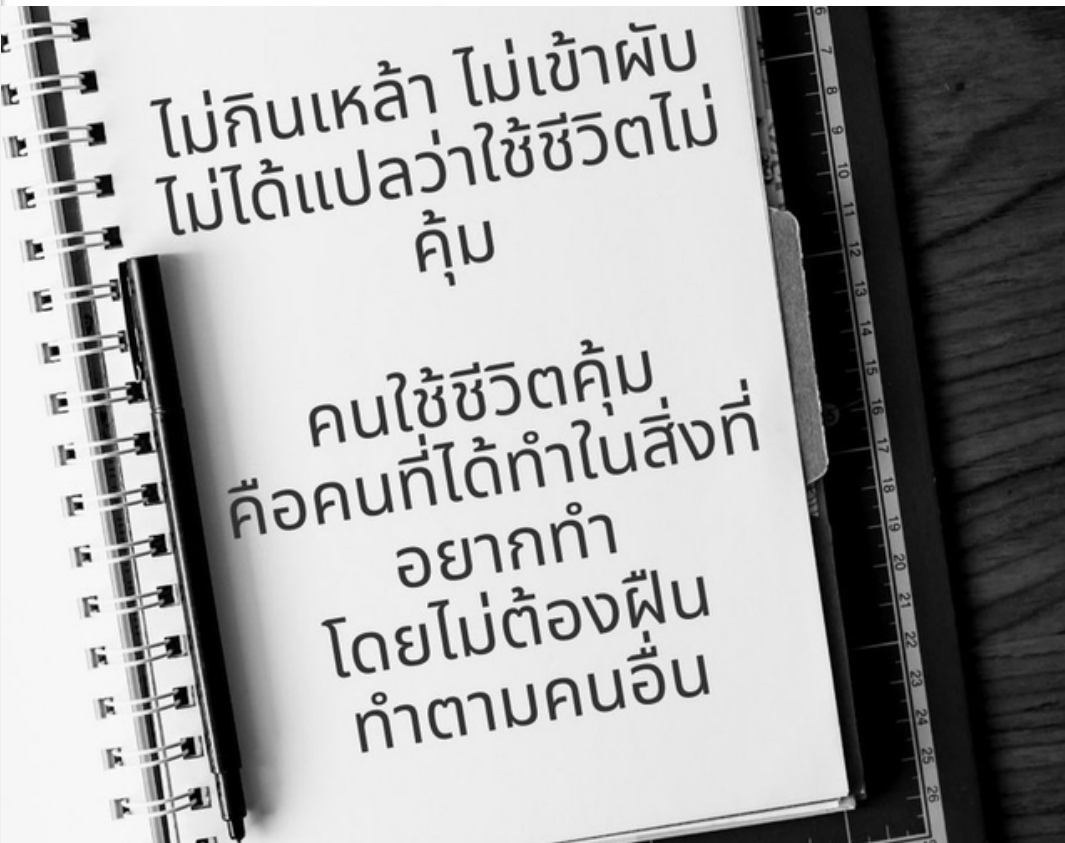
@rootzipjai Total grand view 213,303 v

จำนวนโพสต์ 94 โพสต์



Content ทั้ง 37 ประเภท

รูปแบบการนำเสนอ: โพสต์ caption ประกอบภาพ และข้อเขียนสั้นในภาพ



content with highest view ไม่ได้แปลว่าใช้ชีวิตไม่คุ้ม
77,000 View
171 Like
96 Retweet
2 Reply



Twitter "รูตซีปใจ"

@rootzipjai Total grand view 213,303 v
จำนวนโพสต์ 94 โพสต์

583 Like
168 Retweet
24 comment

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66

รูตซีปใจ

รูตซีปใจ



รูตซีปใจ
@rootzipjai Follows you

think on พี่พีดีลปอองไฟ 13 เหมโด

Joined July 2023



content with high view
แอลลกอฮอล์มีผลต่อสมอง
23,800 View
33 Like
10 Retweet

“ ไบข้อบ้องใจ ทำไมคนเขาชอบพรั้าเนื้อ รำพันความหลัง?

แอลลกอฮอล์กดการทำงานสมองส่วนฮิปโปแคมปัส (Hippocampus) ทำให้ความจำเสื่อม ตื่นมาจะจำอะไรไม่ได้ เวลาเราจะจำได้อย่างเดียวคือ ความหลังที่เจ็บปวด คนเขาจึงชอบร้องไห้พรั้าเพื่อความหลังออกอาการ "เก็บทรงไม่อยู่"

เพราะแอลลกอฮอล์มีผลต่อสมอง

“ ไบข้อบ้องใจ ทำไมคนเขาชอบอาละวาด? ดีกัน ใช้ความรุนแรง

แอลลกอฮอล์กดการทำงานสมองกลีบหน้า (Frontal lobe) ทำให้ความคิด บุคลิก และพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากปกติ สามารถทำในสิ่งที่ตัวเองก็คาดไม่ถึงได้

content with high view
แอลลกอฮอล์มีผลต่อสมอง
3,600 View

“ ไบข้อบ้องใจ ทำไมดื่มเหล้าแล้วเป็นซึมเศร้า?

แอลลกอฮอล์ลดระดับ serotonin และ norepinephrine ในสมอง สารเหล่านี้เป็นสารที่ทำให้รู้สึกดี มีความสุข การดื่มเหล้าเบียร์ลดระดับสารเหล่านี้ จึงทำให้เกิดภาวะซึมเศร้าได้ หรือเป็นหนักขึ้นในคนที่เป็โรคซึมเศร้าอยู่แล้ว

แอลลกอฮอล์มีผลต่อสมอง



Twitter “**benjai chunghua** นักจิตวิทยาตอบ”

@nangsea35 Total grand view 278,089 v

จำนวนโพสต์ 168 โพสต์

246 Like

184 Retweet

21 comment

***หมายเหตุ ยอด 29/11/66**

benjai chunghua

นักจิตวิทยาสุขภาพจิต



นักจิตวิทยาตอบ

@nangsea35

content with highest view

ผลกระทบบจากการดื่ม 10,500 View

สิ่งที่ทำลายความรักที่สุดคือ “เหล้า”

เพราะ “ความเมา”
ไม่เคยทำให้นคนมีสติ
ไม่เคยทำให้นคนยับยั้งชั่งใจ
ดังนั้น ความเมา
มีแต่แรงกิลเลส
และสร้างแต่ “ความทุกข์”

#เลิกเหล้ากันเถอะ

**content with high view
ผลกระทบบจากเมาแล้วขับ 2,300 View**

”

เมาทุกขวด

โดนตรวจทุกด่าน

อุบัติเหตุก็เจอ

เปลอ ๆ นอนหน้าถนน

”

**ประเภทcontent ที่ลง ชวนเลิกดื่ม/
สุขภาพจิต/ผลกระทบบ/ปัญหา/
ความสัมพันธ์ / การเมา / เมาแล้ว
ขับ**

#เลิกเหล้า



Twitter "One good quit"

@Onegoodquit Total grand view 42,675 v

จำนวนโพสต์ 89 โพสต์



One GOOD QUIT

ONE GOOD QUIT

@Onegoodquit

Joined September 2023

ประเภทcontent ที่ลง
ชวนเลิกดื่ม/สุขภาพ/
ทักษะการปฏิเสธ

43 Like

59 Retweet

7 comment

content with
highest view
แอลกอฮอล์มีผล
ต่อสมอง
2,200 View



ไขข้อข้องใจ ทำไมคนเมาชอบพรวดเพื่อ รำพันความ
หลัง?

แอลกอฮอล์กดการทำงานสมองส่วนฮิปโปแคมปัส
(Hippocampus)

ทำให้ความจำเสื่อม ตื่นมาจะจำอะไรไม่ได้ เวลาเมาก็จำได้อย่างเดียว
คือ ความหลังที่เจ็บปวด คนเมาก็จึงชอบร้องไห้พรวดเพื่อความหลัง
ออกอาการ "เก็บทรงไม่อยู่"

เพราะแอลกอฮอล์มีผลต่อสมอง

หมอเตือนแล้วนะ

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66



Facebook อย่าหาว่าหมอสอน by หมอตัน
จำนวนโพสต์ 61 โพสต์ 2,170 Like

อย่าหาว่าหมอสอน

“หมอตัน”



จะเลิกเหล้าต้องใช้กำลังใจ
ต้องมีเพื่อนช่วย ต้องมีคู่คิด
มีคนสนับสนุน
หาใครสักคน support คุณนะ

“
ผู้หญิงชิมเต๋า
ไม่ควรดื่ม
แอลกอฮอล์
เพราะเสียงชิม
เต๋านั้นหนักกว่าเดิม
”

“
ผู้ชายอย่างผม ไม่กินเหล้า
ไม่ได้แปลว่าผมไม่มีตั้งค์
ไม่มีสังคม หรือไม่มีคนคบ
มีเพื่อน มีเงิน มีชีวิตของผมปกติ
เมาดิบก็ได้อ เพื่อนยกเหล้า ผมยกเบียร์
ชายแท้ 100%
แปลกตรงไหนครับ
ไม่ดื่ม = ลิส my body, my rights, my choice
กูไม่กินครับ

แอลกอฮอล์ทำให้สารเคมี
ในสมองเปลี่ยนแปลง

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66



Facebook รูดชิปใจ

จำนวนโพสต์ 53 โพสต์ 1,535 Like



รูดชิปใจ นักจิตวิทยาสุขภาพจิต



*หมายเหตุ ยอด 29/11/66

รูดชิปใจ นักจิตวิทยาสุขภาพจิต



ติดหล่าหนัก!

วูบคาเวที

ที่มาของเพลงฮิต "จั่งซีมันต้องถอน" ของปอยฟ้า ย มาลัยพร

เพลงนี้มีที่มาจาก การอยากเลิกเหล้าของ ปอยฟ้า ย มาลัยพร ที่ติดเหล้าจนเกือบตาย คาเวที่คอนเสิร์ต

จั่งซีมันต้องถอน! เหล้านี้ เลิกได้เลิก



Instagram

Instagram trustonme_m เชื่อแม่นะ จำนวนโพสต์ 61 โพสต์

reaction: 107 Fol
6,981 View
450 Like
14 comment

← trustonme_m 🔔 ⋮



เชื่อแม่นะ

สุขภาพ/ความงาม

บอกเล่าเรื่องราวสุขภาพครอบครัว 🤱by คุณแม่มือใหม่ (เชื่อแม่นะ)

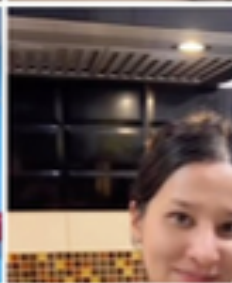
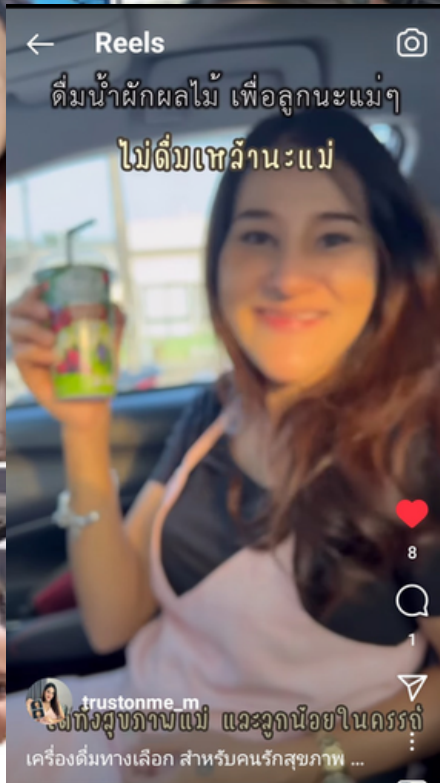
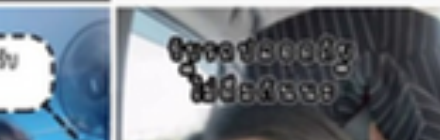
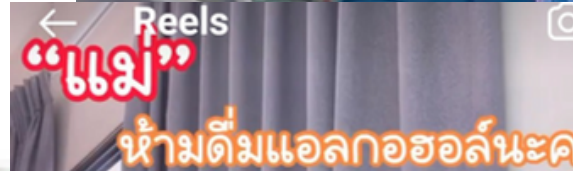
content with highest view
= เลิกเหล้าวันที่1 เมื่อตั้งครรภ์
1,500 view

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66



ประเภท content : แม่/ผู้หญิง/ครอบครัว

รูปแบบการนำเสนอ: วิดีโอสั้นแบบ Reels/ คลิปสั้น/พากย์เสียงพร้อมภาพ/เล่าข่าว





PODCAST

Anchor[®]
by Spotify

Podcast เผยแพร่ใน Spotify และ
ใน Youtube

Total listening ใน Spotify
1000 ครั้ง

ชื่อรายการ "ในวันที่ฉันเป็นเหยื่อ"

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66

ประเภทcontent
ที่ลง เคสจริง
จากกรณีมา
แล้วขับ/ผลกระท
ทบจากมาแล้ว
ขับ

Podcast TAPE 1

ในวันที่ฉันเป็น เหยื่อ

เรื่องจริงจากคดีมาแล้วขับ เสียงที่คุณอาจไม่เคยได้ฟัง
ตอน "เพราะเบียร์ 5 ขวด"

LISTEN NOW

Podcast TAPE 4

ในวันที่ฉันเป็น เหยื่อ

ตอน "พ่อไปกดขี่บ้านวิชาสงคราณ"

LISTEN NOW

Podcast TAPE 2

ในวันที่ฉันเป็นเหยื่อ

เรื่องจริงจากคดีมาแล้วขับ เสียงที่คุณอาจไม่เคยได้ฟัง
ตอน "ดื่มแล้วเพี้ยน เพี้ยนแล้วตาย"

LISTEN NOW

Podcast TAPE 3

ในวันที่ฉัน เป็นเหยื่อ

เรื่องจริงจากคดีมาแล้วขับ เสียงที่คุณอาจไม่เคยได้ฟัง
ตอน "ไม่คุ้มค่า"

LISTEN NOW



Pantip ในชื่อ account ว่า sober club Saturday



เรื่องที่ 1 "เรื่องจริงจาก
ท้องถนน: 1 คนขับ
หลายคนตาย
เล่าจากประสบการณ์ตรง"

เรื่องที่ 2 "อาหารรสขม:
พื้สมกับโรคตับแข็ง"

เรื่องที่ 3 "เมาแล้วขับ ต้อง
ยกระดับกฎหมาย"

ขึ้นเป็นกระทู้แนะนำใน 10 ที่สมาชิกโหวตให้ (member voted) โดยติดใน list แนะนำ ในพื้นที่ปอยู่ 5 วัน

Pantip ชื่อ account Sober club Saturday
กระทู้ เรื่องจริงจากท้องถนน: 1 คนขับ หลายคนตาย เล่าจาก
ประสบการณ์ตรง! **ขึ้นกระทู้แนะนำอันดับ 1**

กระทู้แนะนำโดยสมาชิก

ให้เพื่อนขับรดเพราะไว้ใจ จนเพื่อนเอาเราไปซดฟุตบอล!!
สมาชิกหมายเลข 4262401 · 9 มี.ค.

เพราะเหตุใด ที่ vios ราคาตก เมื่อนำไปเทิร์น
สมาชิกหมายเลข 5595165 · 12 มี.ค.

เล่าประสบการณ์บูรณะรถ Land Rover เก่า หนักกลับมาใช้อีกครั้ง
Bug James · 4 ชั่วโมง

ต่างประเทศเขาทำอย่างไรถึงแก้ปัญหาแก๊สพิษที่ปฏิเสธโดยสารโคคาร์บอน
สมาชิกหมายเลข 2879784 · 12 มี.ค.

ผิดหวัง และ เชิดที่สุดในชีวิต ที่ซื้อรถ MG มาใช้ !!!

เรื่องจริงจากท้องถนน: 1 คนขับ หลายคนตาย เล่าจากประสบการณ์ตรง!
สมาชิกหมายเลข 7447679 · 10 มี.ค.

ถามคนที่วิ่งในหลทาง เพื่อไปแข่งคิวคนที่ขับมา... ข้างหน้า คุณไม่ละอายแก่ใจบ้างหรือ?
สมาชิกหมายเลข 3139760 · 13 มี.ค.

@@@@ รัดคันต่อไปเพื่อนสมาชิกวาง... จะซื้อกันเมื่อไหร่และเป็นเครื่องยนต์ประเภทใด? ตั้งงบไว้เท่าไร? @@@@
สมาชิกหมายเลข 1418342 · 7 ชั่วโมง

รถไฟความเร็วสูง กรุงเทพ-โคราช ใช้เวลา 1.30 ชั่วโมง ขับรถยนต์ใช้เวลา 2.30 ชั่วโมง ห่างกันแค่ 1 ชั่วโมงเอง??
สมาชิกหมายเลข 6603034 · 14 มี.ค.

ขอเถาะครับ ถ้าเลนสำหรับเสีย... ขอให้ท่านไปกลับรถแยกหน้าครับ

★ **เรื่องจริงจากท้องถนน: 1 คนขับ หลายคนตาย เล่าจากประสบการณ์ตรง!**

เมาไม่ขับ | ปัญหาสังคม | อุบัติเหตุบนท้องถนน | ปัญหาชีวิต | ครอมครว

กระทู้สนทนา

✓ ติดตามแล้ว

สวัสดีค่ะ
เราขอเรียกแทนตัวเองว่า "Sober club Saturday" นะคะ ก่อนอื่น เราออกตัวก่อนว่าเราทำงานด้านสุขภาพ อยู่ในตำแหน่งหน้าที่ๆเกี่ยวข้องกับการส่งต่อผู้ติดยาเข้ากระบวนการบำบัด ให้คำปรึกษา เยียวยาผลกระทบทางจิตใจ ช่วยติดตามการดำเนินการทางกฎหมายคดีเมาแล้วขับค่ะ ซึ่งเราจะบอกว่า คดีเมาแล้วขับ เป็นคดีที่มีเยอะมากจริงๆค่ะ แค่นี้ใหม่ 2566 ที่ผ่านมา เชื่อไหมคะ คดีเมาแล้วขับมีจำนวน 8,567 คดี! ศาลสั่งคุมประพฤติคนขับไปแล้ว 1,646 คดี ปริมาณคดีเมาแล้วขับปี 66 เพิ่มขึ้นนะค่ะ เพิ่มจากปีก่อน 8% ค่ะ เมาแล้วขับที่เราพบมักเกิดวันศุกร์และเทศกาลค่ะ
การทำงานในจุดนี้ของเรา ทำให้เราได้พบเรื่องราวมากมาย แต่ละเรื่องสะเทือนใจ เพราะเป็นเรื่องการสูญเสียทั้งสิ้น หลากยุค คดีที่เมาแล้วขับไม่เสียชีวิตหรือไม่เป็นอะไร แต่คนที่ถูกชน เสียชีวิตหรือพิการ และหลายๆครั้ง คนเมาแล้วขับจะออกอาการ "ไม่มี ไม่หนี ไม่จ่าย" และจะพูดแบบเดียวกันคือ "ไม่เมา" หรือ "กินไปนิดเดียวเองมาได้ใจ แค่อุบัติเหตุ" และ "ไม่ได้ตั้งใจ แคไปกินเหล้าสนุกๆ" โดยที่ไม่ได้ดูต้นเหตุคือการดื่มเหล้าของตัวเอง และคิดสั้นๆ



Pantip ในชื่อ account ว่า sober club Saturday



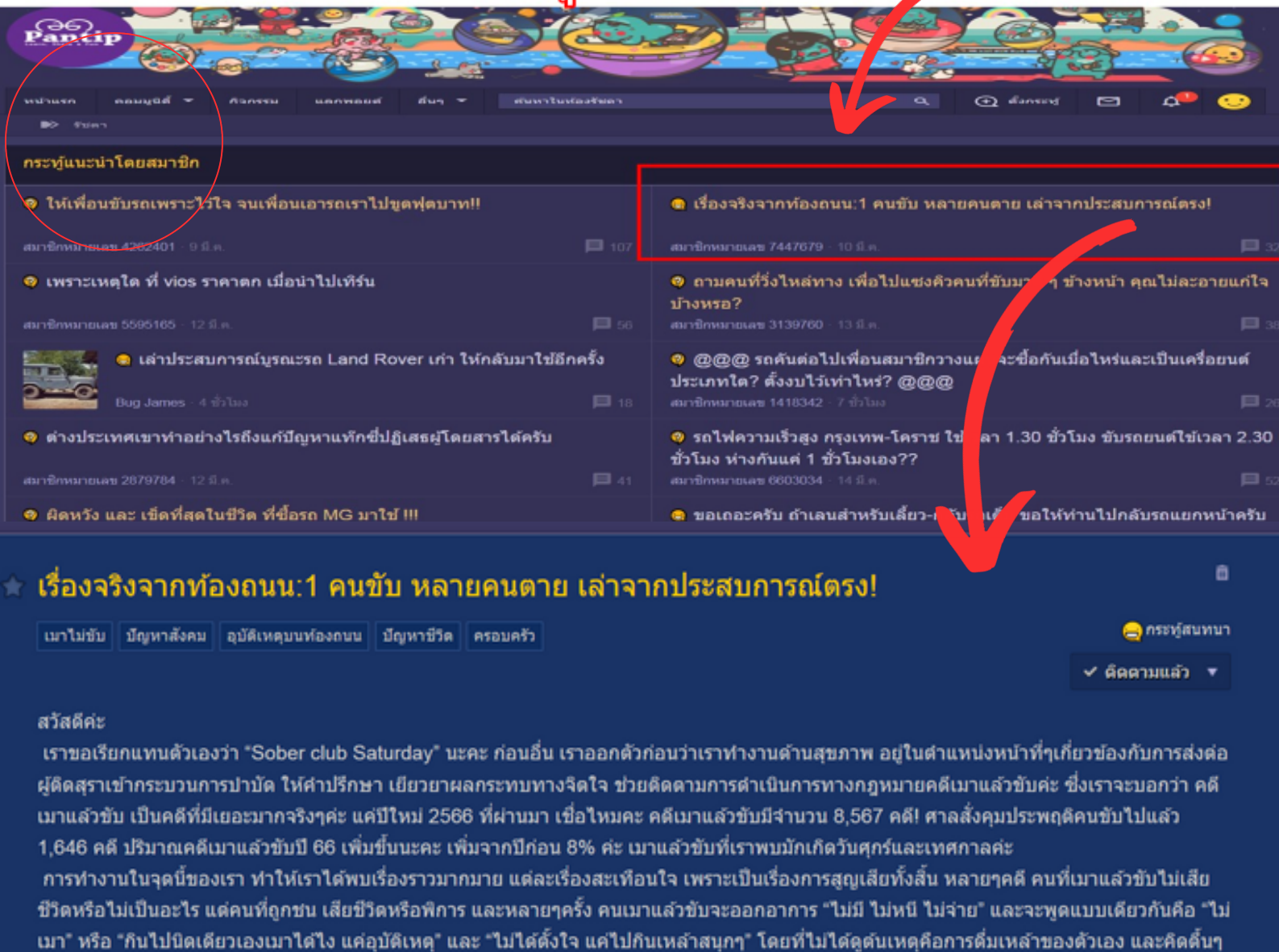
เรื่องที่ 1 "เรื่องจริงจาก
ท้องถนน: 1 คนขับ
หลายคนตาย
เล่าจากประสบการณ์ตรง"

เรื่องที่ 2 "อาหารรสขม:
พื้สมกับโรคตับแข็ง"

เรื่องที่ 3 "เมาแล้วขับ ต้อง
ยกระดับกฎหมาย"

ประเภท content ที่ลง: เคสจริงมาแล้วขับ/การดื่มและ
ผลกระทบ รูปแบบการนำเสนอ: เล่าเรื่องจริง และโพส

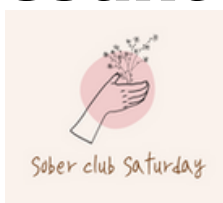
Pantip ชื่อ account Sober club Saturday
กระทู้ เรื่องจริงจากท้องถนน: 1 คนขับ หลายคนตาย เล่าจาก
ประสบการณ์ตรง! **ขึ้นกระทู้แนะนำอันดับ1**



รวมมีผู้ตอบ comment 76 comment
สมาชิกพันทิปโหวต (ดัน) เป็นกระทู้แนะนำ



Pantip ในชื่อ account ว่า sober club Saturday



comment ของผู้ใช้นามว่า juti ได้ตอบกระทู้ที่โครงการได้โพสต์ไว้



จากการขึ้นเป็นกระทู้แนะนำ 1 ใน 10 ที่สมาชิกโหวตให้ (member voted) โดยติดใน list แนะนำ ในพันทิปอยู่ 5 วัน มีสมาชิกรายหนึ่งใช้นามว่า Juti ได้ตอบคอมเมนต์และลงเรื่องราวของตนเองจากคนเฒ่าแล้วขับที่เกดกับครอบครัวตนเอง ตอบกระทู้ที่โครงการฯ ได้โพสต์ไว้ในเรื่อง “เรื่องจริงจากท้องถนน 1 คนขับ หลายคนตาย” โดยคอมเมนต์และเรื่องราวของคุณ Juti มีผู้มาตอบต่อและแสดงความเห็นใจกันอย่างมากมาย



- กระโหลกศีรษะแตก ร้าว
- เลือดออกเหนือหนังศีรษะ
- ได้เชื้อเห็บสมองชั้นใน
- เลือดออกใต้เยื่อสมองชั้นบาง
- กระดูกสันหลังคอข้อที่ 7 หัก อาจเป็นอัมพาตทั้งตัว
- กระดูกสันหลังส่วนอกข้อที่ 12 หัก
- มีเลือดออกในสมองจำนวนมาก
- สมองบวม
- ไตแตก
- มีเลือดออกในช่องท้อง
- กระดูกโหนกหน้าแข้ง
- ภาวะแทรกซ้อนเกี่ยวกับอาหารไม่ไต่
- กระดูกเบ้าตาแตก
- เลือดออกในตา (อาจมีปัญหาเรื่องการมองเห็น)
- อื่นๆ เช่นขนาดแผลภายนอก



Pantip ในชื่อ account ว่า sober club Saturday



เรื่องที่ 2 อุทากรณ์สายดื่ม เดือน
ใจวัยครอบครัว: พี่สม ความสูญเสียจากโรคตับแข็ง

★ อุทากรณ์สายดื่ม เดือนใจวัยครอบครัว: "พี่สม" ความสูญเสียจากโรคตับแข็ง

ปัญหาสังคม สุขภาพ โรคตับแข็ง ปัญหาครอบครัว สุขภาพกาย

กระทู้สนทนา

✓ ติดตามแล้ว

สวัสดีค่ะ

จขกท. Sober club Saturday นะคะ จขกท.ทำงานสายสุขภาพ พบเห็นเรื่องเศร้าโรคภัยไข้เจ็บและความสูญเสียมากมาย อยากมาเล่าสู่กันฟังเป็นอุทากรณ์ เดือนใจกัน ทุกเรื่องที่เราเล่าเป็นเรื่องจริงและขออนุญาตเจ้าของเรื่องแล้ว เรื่องเล่าเรื่องแรกของ จขกท. อยู่ที่ลิงค์นี้นะคะ

<https://pantip.com/topic/41908645?sc=1oTRC4Q>

วันนี้กลับมาพบกับเรื่องเล่า ep.2 กันต่อค่ะ

"พี่สม" (นามสมมติ) โดยหน้าที่การงาน พี่สมต้องไปลงพื้นที่เป็นประจำ เพื่อนเยอะ ลูกน้องเยอะ สายเฮฮา เวลาไปไหน ดอนเย็นจะจบด้วยการสังสรรค์ทุกวัน มีงานเลี้ยงบ่อยมาก

แทบทุกครั้งทีสังสรรค์กับเพื่อน รับผิดชอบ วันเกิดใครก็ตาม ก็จะมีคนเหล้ากันเสมอ เรื่องมาแล้วขับพี่สมไม่ห่วง เพราะมีคนไปส่ง

★ มาแล้วขับ ต้องยกระดับกฎหมาย! "เห็นด้วยหรือไม่"

มาไม่ขับ อุบัติเหตุบนท้องถนน กฎหมายชาวบ้าน ปัญหาสังคม กฎจราจร

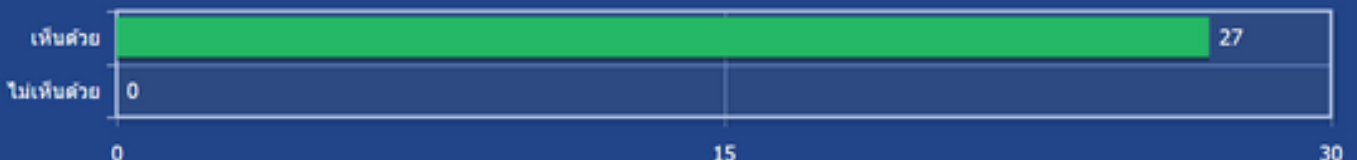
ติดตาม

ถ้าจะเรียกร้องการยกระดับกฎหมายและบทลงโทษ ในกรณีเมาแล้วขับ ชนคนเสียชีวิต บาดเจ็บ พิการ สูญเสียทั้งชีวิต ร่างกายและทรัพย์สิน ทั้งปัญหาและภาระให้คนข้างหลังอีกมากมาย มาแล้วขับชนคนตาย บาดเจ็บ พิการ รับผิดชอบเท่าเจตนาฆ่า

เรื่องที่ 3 Poll มาแล้วขับต้อง
ยกระดับกฎหมาย เห็นด้วยหรือไม่



1. ยกระดับกฎหมายและบทลงโทษ ในกรณีเมาแล้วขับ



Dek-D ในชื่อ account ว่า Windbreaker

ประเภท content: รุ่นพี่ชวนไปดื่ม/ ปัญหาร้านเหล้า/ การปฏิเสธเพื่อนหรือรุ่นพี่

ถูกรุ่นพี่ชวนไปรับน้อง คอยกันที่ร้านเหล้า ไม่อยากไป ปฏิเสธยังไงดี ช่วยหาคำพูดหน่อย

รุ่นพี่มาชวนแล้วทำให้มันง่วงไปคุยกันที่ร้านเหล้าหลังมอ รุ่นพี่ระบุชื่อร้านมากแต่เราไม่รู้จักร รุ่นพี่บอกว่าตอนกลางคืนทำกิจกรรมที่ในมอ ตอนเย็นไปคุยกันที่ร้าน รุ่นพี่จะเลี้ยง แต่ไม่ถามว่าพวกเราอยากไปไหม บางคนต้องรีบกลับบ้าน บางคนบ้านไกล หลายคนไม่อยากกิน เหล้าด้วย แต่โดนพูดตักและประกบ เพื่อนๆมีวิธีปฏิเสธยังไง ใช้คำพูดไหน แนะนำหน่อย

กระทู้นี้ใช้ชื่อบัญชี Windbreaker มียอดวิวกระทู้นี้ 1032 view



windbreaker 4 มี.ย. 66 เวลา 12:09 น.



1,032 views



CUPER 4 มี.ย. 66 เวลา 19:12 น.
ยุคนี้ พูดตรงๆได้เลยว่า ไม่ดื่ม

1

ถูกใจ ตอบกลับ อนุ



เพลงในหมู่ป้าพจ 4 มี.ย. 66 เวลา 20:04 น.
ก็ไม่มีปกรับสำผันยังไม่เล็กก็ไปแจ้งตำรวจได้เลขคริบเพราะการรับน้องแบบนี้อันตราย
1. บังคับให้เข้าร่วมกิจกรรมรับน้อง ชมพูให้เกิดความกลัวว่าหากไม่เข้าจะส่งผลกระทบต่อชีวิตในด้านต่างๆ เข้าช่วยความผิด ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 309 ช่มชืนใจผู้อื่นให้กระทำการใด ไม่กระทำการใด หรือจำยอมต่อสิ่งใด โดยทำให้กลัวว่าจะเกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย เสรีภาพ ชื่อเสียงหรือทรัพย์สินของผู้ถูกช่มชืนใจนั้นเองหรือของผู้อื่น หรือโดยใช้กำลังประทุษร้ายจนผู้ถูกช่มชืนใจต้องกระทำการนั้น ไม่กระทำการนั้นหรือจำยอมต่อสิ่งนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือ ปรับไม่เกิน 6 หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ตัวอย่างคำตอบที่มีสมาชิก Dek-D มาตอบโพสต์นี้ ส่วนใหญ่แนะนำ คำปฏิเสธ



ฉันทาม 9 มี.ย. 66 เวลา 08:28 น.
ตอบปฏิเสธไปครับ
เป็นสิทธิเสรีภาพที่ตัวเรา จะเลือก ทำ หรือ ไม่ทำ ก็ได้ ซึ่งคนที่มีความกังวลมากเพียงพอ จะต้องเข้าใจในหลักการนี้ และ ไม่ไปบังคับคนอื่นให้รู้สึกไม่สบายใจ ส่วนตัวเองคนที่ไม่เข้าใจในหลักการนี้ ก็แนะนำว่า ไม่ต้องไปยุ่งเกี่ยวกับพวกเขาในเรื่องเหล่านั้น ไม่ต้องไปติดต่อกับพูดคุยด้วย และ พยายามออกห่างจากพวกเขา

Dek-D

Dek-D ในชื่อ account ว่า Smile

ประเภท content: รุ่นพี่ชวนไปดื่ม/ ปัญหาร้านเหล้า/ การปฏิเสธเพื่อนหรือรุ่นพี่

เดือนหน้าอายุครบ18ปีแล้ว เลยชวนเพื่อนไปกินหมูกระทะ แต่เพื่อนอยากไปร้านเหล้า ปฏิเสธยังไงดีคะ

เดือนหน้าอายุครบ18ปีแล้ว เลยชวนเพื่อนไปกินหมูกระทะเลี้ยงวันเกิด แต่เพื่อนบอกว่าอายุครบ18ทั้งที ควรออกไปเปิดหูเปิดตา ไปร้านเหล้ากับเพื่อนสักครั้ง ควรปฏิเสธยังไงดี ที่ไม่ให้เสียเพื่อน แนะนำหน่อยค่ะ

#ปฏิเสธยังไง

กระทู้นี้ใช้ชื่อบัญชี

Windbreaker มียอดวิวกระทู้

นี้ 253 view

1 like

253 views



Smile_sathita

6 มี.ย. 68 เวลา 21:48 น.



ดาวทง่า 6 มี.ย. 68 เวลา 22:33 น.

อ้างมปลค.

หรือไมก็อ้างว่าติดธุระตอนดึกๆ ปกติร้านเหล้าเข้ากันดึกๆใช้มี๊ยล้า ก็บอกว่ามีธุระ ว่างแค่ตอนเย็นๆ พอมีเวลากินหมูกระทะอย่างเดียว

ดูตใจ ตอบกลับ แงู

ตัวอย่างคำตอบที่มีสมาชิก Dek-D มาตอบโพสต์นี้ ส่วนใหญ่แนะนำ คำปฏิเสธ



จ่านาน 7 มี.ย. 68 เวลา 07:55 น.

แก๊แอลกอฮอล์ กินแล้วตายได้

ดูตใจ ตอบกลับ แงู



จ่านาน 7 มี.ย. 68 เวลา 07:57 น.

แม่ไม่ให้กินเหล้า กินแล้วโดนเคียน

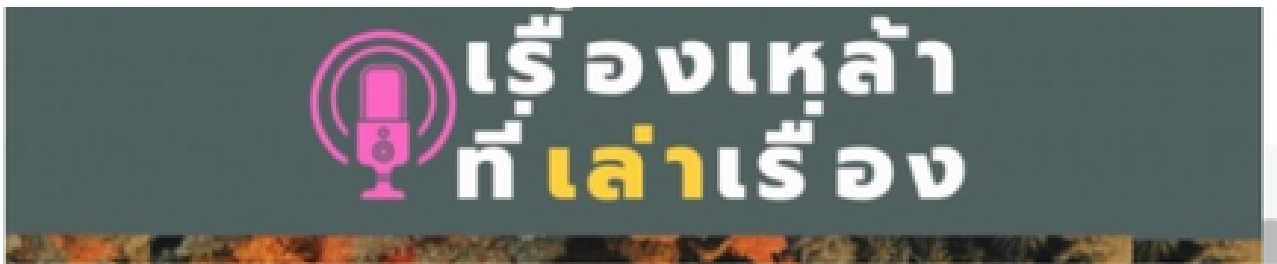
ดูตใจ ตอบกลับ แงู

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66



Youtube ในชื่อช่อง ว่า "เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง" @diymedia9

ประเภท content: คนดังกับการตีและการเลิกตี/ข่าวเมาแล้วขับ/ข่าวอุบัติเหตุ/ปัญหาการตี/ความเชื่อผิด/สุขภาพ/การเลิกตี/เทศกาล/ครอบครัว/ผู้สูงอายุ/ปัญหาความสัมพันธ์/วิธีเลิกเหล้า / กฎหมาย



เรื่องเล่า ที่เล่าเรื่อง

@diymedia9 - ผู้ติดตาม 629 คน · วิดีโอ 69 รายการ

รายการเพื่อสุขภาพที่ดี >

ติดตามแล้ว

รูปแบบการนำเสนอ: เทป
วิดีโอยาว 5-12 นาที



Changing star เปลี่ยนไปเพราะเหล้า ฟอนดรอยด์ แฮร์รี่ พอตเตอร์กับการเลิก...



ดาราดังที่ติดเหล้า ชีรลฟังก์! Robin Williams Johnny Debb และเจ้าแม่ค...



เมาแล้วขับ ดาราวิชุนศาห์ส์! การละ 637 ครั้ง · 5 เดือนที่ผ่านมา



Expert say หมอสมาน talk แลกของสอ... ไม่ได้ช่วยให้ Sex ดีขึ้น!



กินเหล้าแล้วทะเลาะกัน ถูกตมดีเพราะ



เล่าว่า... เข้างเหล้าแล้วกระซิบมิตรจริง



กินเหล้าแล้ว SEX มึงจริงมั๊ยครั้



พม่าถูกสารอายุ16 หนีกินเหล้าจะสอน



EXPERT SAY นักจิตวิทยาสุขภาพจิต TALKชวนแฟนเลิกเหล้าอย่าง...



เปลี่ยนไป เพราะเหล้า คุณอ๋า อัมรินทร์ นักร้อง หักดื่มเหล้าได้ด้วยใจตัวเอง



คนดงเลิกเหล้าได้ด้วยใจตัวเอง #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง

*หมายเหตุ ยอด 29/11/66



Shorts ในชื่อช่อง ว่า "เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง" @diymedia9

จำนวนโพสต์ 86 โพสต์

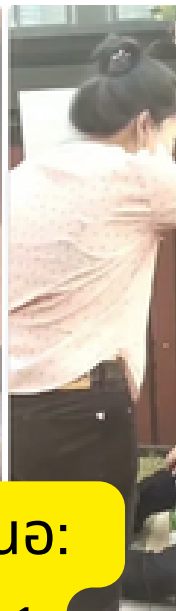
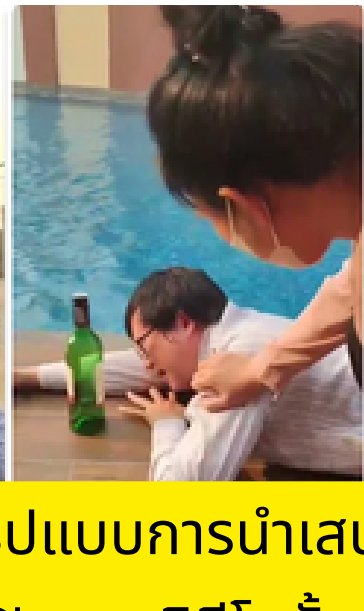
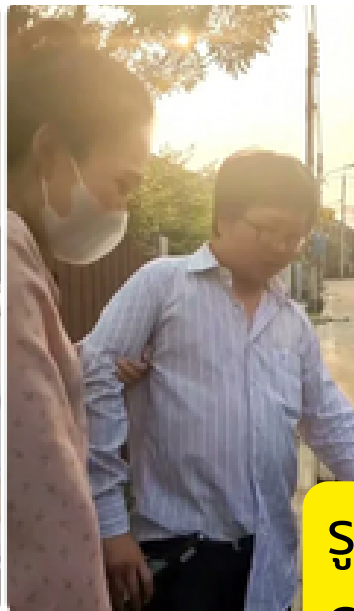
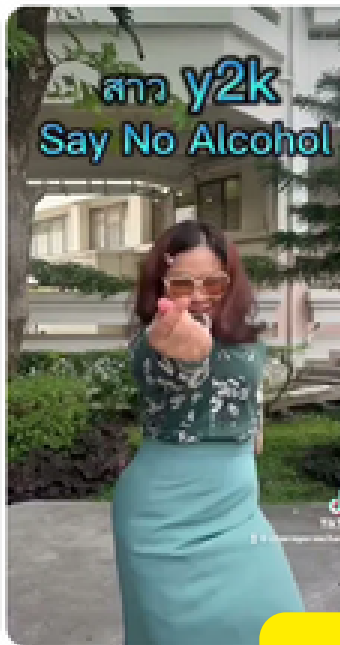
reaction: 666 Fol
60,669 View
1043 Like



เรื่องเล่า ที่เล่าเรื่อง

@diymedia9 · ผู้ติดตาม 666 คน
รายการเพื่อสุขภาพที่ดี.

***หมายเหตุ ยอด 29/11/66**

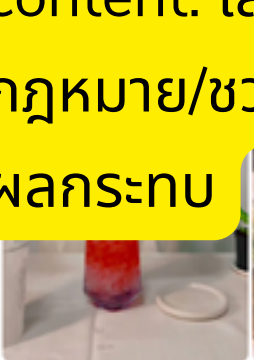


content: เลิกเหล้า/
กฎหมาย/ชวนเลิกดื่ม/
ผลกระทบ

รูปแบบการนำเสนอ:
Shorts วิดีโอสั้น 1 นาที



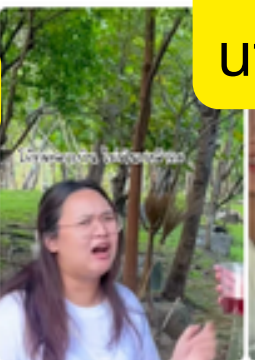
1 day in ayutthaya #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง 32 คลิป



Drink no alcohol #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง 44 คลิป



Hang out ไทลีสี่ ถ้าไม่ไปบ้านเหล้า #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง 208 คลิป



ดูนั่นสิ เหล้าก็ไม่กินนั่งอยู่คนเดียว #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง 56 คลิป



ชวนกินเหล้าแต่ที่อื่นชอบซัด #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง 2.4 พัน คลิป



เมื่อคุณลองเป็นเงินค่าเหล้า มาเป็นค่าปาร์ตี้ #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง... 2.4 พัน คลิป

ฉบับโหลด ▶ เล่นทีไรหมด



6 ข้อดีไม่ดื่มเหล้าในวันออกพรรษา #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง... 4 คลิป • 7 ชั่วโมงที่ตามมา



ดื่มไวน์ก็เพื่อนในวันว่าง สนุกกับชีวิตที่ไม่ต้องทิ้งเหล้า #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง... 17 คลิป • 4 ชั่วโมงที่ตามมา



คนดื่มเหล้าเพราะครอบครัว #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง 335 คลิป • 1 เดือนที่ตามมา



ออกหักแล้วหาอะไรไปกินเหล้าดีไหมนะ #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง 344 คลิป • 1 เดือนที่ตามมา



สามีดื่มเหล้าทำใจดีละ #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง 356 คลิป • 2 เดือนที่ตามมา



รวมออกต่ออย่างไรให้เลิกเหล้า #เรื่องเล่าที่เล่าเรื่อง 525 คลิป • 2 เดือนที่ตามมา



รายงานการ อบรมผลิตสื่อ สร้างสรรค์

โครงการนี้มีการจัด
อบรมการผลิตสื่อ
สร้างสรรค์
จำนวน 4 ครั้ง



การอบรมนี้ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ
การศึกษาตัวตนนักดื่ม **DRINKER
PERSONA** และการผลิตสื่อสร้างสรรค์
รู้เท่าทันธุรกิจแอลกอฮอล์

WORKSHOP

CREATIVE

PRODUCTION



การอบรมผลิตสื่อสร้างสรรค์รู้ เท่าทันแอลกอฮอล์ ครั้งที่ 1



PROJECT WORKSHOP

DIY MEDIA โครงการอบรมผลิต สื่อและ CONTENT สร้่างสรรค์รู้ เท่าทันเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

หัวข้อในการอบรมผลิตสื่อ

- เข้าใจ content marketing funnel และเทคนิคการผลิตคอนเทนต์
 - Tik Tok marketing
 - DIY media เทคนิคผลิตสื่อด้วยตนเอง
 - แอลกอฮอล์กับสุขภาพ
- และ workshop ผลิตสื่อ อบรมโดยวิทยากรด้านผลิตสื่อ และเจ้าหน้าที่
พร้อมผู้เชี่ยวชาญและแพทย์

วันอบรม

10 กันยายน 2565

9.00-16.00

โรงแรม Lit (ตรงข้ามสยามดิสคัฟเวอร์)



รับจำนวนจำกัด
ไม่เสียค่าใช้จ่าย

diymedia9@gmail.com

คุณอันติกา 0645654615



ผู้เข้าร่วม นักเรียน/นักศึกษา/ครูอาจารย์/ภาคี สสส=49
ราย ได้คลิปจำนวน 36 คลิป ผู้เข้าร่วมเผยแพร่คลิปในบัญชี
TIK TOK ของตนเอง ได้ยอดวิวรวม 8123 VIEW และ
ทางโครงการได้นำคลิปทั้งหมดมาลงในช่วง TIK TOK ของ
โครงการอีกครั้ง (การอบรมนี้อยู่ในโครงการเฟส1)

การอบรมผลิตสื่อสร้างสรรค์รู้ เท่าทันแอลกอฮอล์ ครั้งที่ 2



PROJECT WORKSHOP

DIY MEDIA โครงการอบรมผลิต สื่อและ CONTENT สร้างสรรค์รู้

เท่าทันเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



หัวข้อในการอบรมผลิตสื่อ

- เข้าใจ health content marketing funnel และเทคนิคการผลิตคอนเทนต์สุขภาพ
 - Tik Tok marketing
 - DIY media เทคนิคผลิตสื่อด้วยตนเอง เรียนรู้แอปผลิตสื่อ
 - แอลกอฮอล์กับสุขภาพ
- และ workshop ผลิตสื่อ อบรมโดยวิทยากรด้านผลิตสื่อและเจ้าของเพจ พร้อมผู้เชี่ยวชาญและแพทย์

วันอบรม

28 ตุลาคม 2565

โรงแรม Lit (ตรงข้ามสยามดิสคัฟเวอรี)

รับจำนวนจำกัด

ไม่เสียค่าใช้จ่าย

ลงทะเบียนโดยแจ้งชื่อ-สังกัดได้ที่

diymedia9@gmail.com



ผู้เข้าร่วม ภาคี สสส/เครือข่ายพ่อแม่/เครือข่ายชุมชน=45 ราย ได้คลิปปจำนวน 36 คลิปผู้เข้าร่วมเผยแพร่คลิปในบัญชี TIK TOK ของตนเอง ได้ยอดวิวรวม 7911 VIEW และทางโครงการได้นำคลิปทั้งหมดมาลงในช่อง TIK TOK ของโครงการอีกครั้ง(การอบรมนี้อยู่ในโครงการเฟส1)

MINI WORKSHOP



การอบรมผลิตสื่อสร้างสรรค์
เท่าทันแอลกอฮอล์ ครั้งที่ 3

โครงการอบรมผลิตสื่อสร้างสรรค์

หัวข้อในการอบรมและผลิตสื่อสร้างสรรค์

- การรู้เท่าทันปัจจัยเสี่ยงสุขภาพทางสังคม (social risk factor) ที่ส่งผลต่อการดื่ม
- การอบรมผลิตสื่อ Content create ทักษะการผลิต content ใน Tik Tok
- ฝึกปฏิบัติการผลิตสื่อด้วยตนเอง
- การนำเสนอผลงานสื่อสร้างสรรค์

วิทยากร



ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์
ดร.ศิริรัช ลาภ
ใหญ่/อดีตนักข่าว/
content writer
อาจารย์
นิเทศศาสตร์ และ
ผู้จัดการโครงการ

วันอบรม
21 กรกฎาคม 2566

ห้อง PH303 อาคารเรียนรวมชั้น 3
คณะวารสารศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร

รับจำนวนจำกัด

ไม่เสียค่าใช้จ่าย

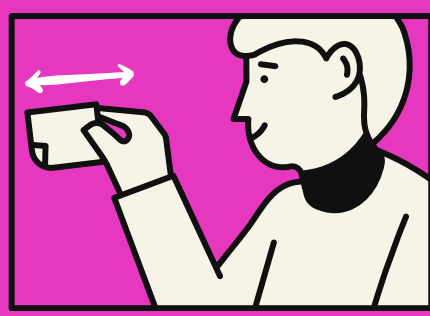
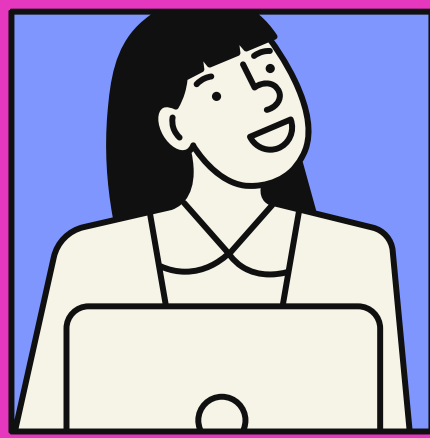
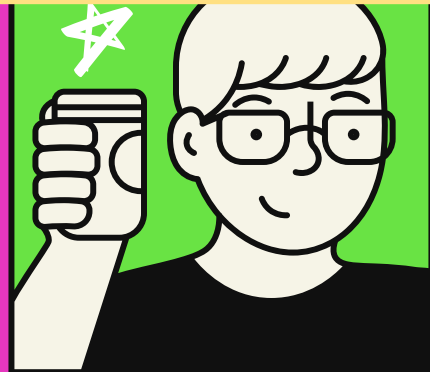
9.00-12.30

ผู้เข้าอบรมจะได้รับเกียรติบัตร
หลังการนำเสนอผลงาน
ผู้เข้าอบรมกรุณาลงทะเบียนหน้างาน
แบบสำเนาบัตรประชาชน

ผู้เข้าร่วม: นักศึกษาม.นเรศวร
จำนวน 46 ราย
คลิปที่ได้จำนวน 12 คลิป
ทางโครงการได้เผยแพร่คลิป
ทั้งหมดใน TIK TOK ของ
โครงการ



การอบรมผลิตสื่อสร้างสรรค์
เท่าทันแอลกอฮอล์ ครั้งที่ 4



INNOVATIVE PR NEWS WRITING WORKSHOP

- ฝึกผลิต PR news รูปแบบใหม่
- ฝึกการค้นหาและคิด single message ในการสื่อสารเรื่องการไม่ดื่มแอลกอฮอล์กับสังคมยุคใหม่ ผ่านสื่อ PR news
- เรียนรู้การผลิตสื่อ PR ด้วย app ทำได้ด้วยตนเอง

29 กันยายน 2566 | 9- 16.00PM

ห้อง IT'S NOT A CLASSROOM

IT BANGKOK (หลังหอศิลป์ กทม.)

ผู้เข้าร่วม: ภาค สสส/ สคอ. และ สคค จำนวน 30 ราย

PR NEWS ที่ได้, ผู้เข้าอบรมเผยแพร่ในช่องทางสื่อของตนเอง

บรรยายโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัริช ลากใหญ่ อดีตนักข่าวและMARKETING COMMUNICATOR

ผู้เข้าอบรมกรุณานำ NOTEBOOK มาด้วย *รับจำนวนจำกัด*