



ถอดบทเรียนเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า: กลยุทธ์การสื่อสาร
เพื่อป้องกันและควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา*
LESSONS LEARNED FROM THE ALCOHOL-FREE UNIVERSITY NETWORK:
COMMUNICATION STRATEGIES TO PREVENT AND CONTROL ALCOHOL
CONSUMPTION IN EDUCATION INSTITUTIONS

ฟารีดา เจะเอาะ

Fareeda Jeh-Oh

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

Walailak University

Corresponding Author E-mail: dek_fada@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. วิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อป้องกันและควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา 2. วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา และ 3. วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ชุดคำถามอย่างมีโครงสร้างเพื่อการถอดบทเรียนเป็นเครื่องมือในการวิจัย เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ บุคลากรของเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าที่มีบทบาทหน้าที่ในงานป้องกันและควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา จำนวน 15 สถาบัน

ผลการวิจัยพบว่า 1. เครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าใช้กลยุทธ์การสื่อสาร 5 กลยุทธ์หลัก คือ การสร้างผู้นำความคิดหรือบุคคลต้นแบบ กลยุทธ์การจัดกิจกรรมรณรงค์ กลยุทธ์เครือข่ายการสื่อสาร กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์การชี้แนะผ่านสื่อ 2. ปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา คือ บริบทของมหาวิทยาลัยด้านขนาด ประเภท และที่ตั้ง 3. ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า ประกอบด้วย การรวมกลุ่มและเครือข่ายที่มีความหลากหลาย และผู้ประสานการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า

คำสำคัญ: มหาวิทยาลัยปลอดเหล้า; กลยุทธ์การสื่อสาร; เครื่องดื่มแอลกอฮอล์; สถานศึกษา



Abstract

This paper aims 1. to analyze communication strategies for the prevention and control of alcohol consumption of institutes, 2. to analyze risk factors for alcohol consumption behavior among university students, and 3. to analyze success factors in driving the Alcohol-free University (AFUS). The research methodology is qualitative research and research tool is a set of structured questions for extracting lesson learned. Data were collected through in-depth interviews and non-participant observation. Key informants were instructors of 15 universities in the South of Thailand who played major roles in the prevention and control of alcohol consumption at the university.

The research findings revealed 1. AFUS uses five communication strategies: Personal media or role models, campaigning, networking, public relations, and media advocacy. 2. It was found risk factors for alcohol consumption behavior among university students: university context in terms of size, type, and location. 3. The success factors relating to driving AFUS comprised grouping and diversity of the network, qualifications of the Free-Alcohol University driver participants, participatory poles of AFUS, leaders and coordinators in the Free-Alcohol University drive movement, and the Implemented communication format.

Keywords: Alcohol-Free University; Communication Strategy; Alcohol Drinking; Educational Institution

บทนำ

องค์การอนามัยโลกกำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวการร้ายที่ทำลายสุขภาพ ได้แก่ บุหรี่ อาหารขยะ การไม่ออกกำลังกาย และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และที่ประชุมสมัชชาโลกเมื่อปี พ.ศ. 2553 มีมติรับรองยุทธศาสตร์โลกเพื่อจัดการปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อเป็นกรอบให้ประเทศสมาชิก 192 ประเทศดำเนินการลดการเจ็บป่วย การเสียชีวิตจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากพบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุที่ทำให้ประชากรโลกเสียชีวิตปีละประมาณ 3.3 ล้านคน (World Health Organization, 2018) สำหรับประเทศไทย สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ขยายเข้าสู่กลุ่มเด็กและกลุ่มเยาวชนมากขึ้น โดยประมาณ 1

ใน 7 ของเยาวชนไทยทั้งหมดเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อนอายุตามที่กฎหมายกำหนด (พลเทพ วิจิตรคุณากร และอธิบ ตันอารีย์, 2562) จากรายงานสถานการณ์การบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย พ.ศ. 2560 พบว่า เยาวชนไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 55.9 ล้านคนทั่วประเทศ มีผู้ไม่เคยดื่มสุราเลย ร้อยละ 57.18 ผู้เคยดื่มแต่เล็กแล้วร้อยละ 14.41 และมีนักดื่มร้อยละ 28.41 โดยพบนักดื่มเพศหญิง ร้อยละ 10.62 และนักดื่มเพศชาย ร้อยละ 47.46 สาเหตุของการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพราะตามอย่างเพื่อน เพื่อนชวน (วิทย์ วิชัยดิษฐ์และคณะ, 2561) สำนักงานคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ กรมควบคุมโรค (2559) อธิบายว่า เยาวชนระดับอุดมศึกษาเป็นช่วงวัยเปลี่ยนผ่านจากเด็กนักเรียนสู่นักศึกษา เป็นจังหวะชีวิตของวัยรุ่นในสังคมไทยที่เพิ่งจะได้แยกจากครอบครัว ออกจากมาสู่โลกกว้างของสังคมที่อาจไม่คุ้นเคย ทั้งเพื่อนใหม่ สถานที่ใหม่ และทักษะการใช้ชีวิตแบบใหม่ อิสระภาพใหม่นี้จึงใจให้วัยรุ่นอยากรู้ อยากรลอง และมีโอกาสเข้าถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่าย ขณะที่พระมหากำพล คุณงกร (2557) มองว่า การบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทยส่วนใหญ่เกิดจากความเชื่อและค่านิยมทางสังคมที่คิดว่า การดื่มสุราเป็นวัฒนธรรมหรือเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่แทรกซึม อยู่ในทัศนคติจนทำให้ผู้คนในสังคมมองว่าการดื่มเป็นเรื่องปกติ นอกจากนี้อิทธิพลของการ ส่งเสริมการขายของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการโฆษณาชวนเชื่อที่พยายามรุกเข้าหา สถาบันการศึกษา กระตุ้นให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่ในกลุ่มนักเรียนและนักศึกษามากขึ้น ส่วน สถานที่ที่เยาวชนนิยมซื้อ/ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ ร้านขายของชำ รองลงมา คือร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ผับ คาราโอเกะ ตามลำดับ (สาวิตรี อัจฉนงค์กรชัย และ ดาริกา ไสงาม, 2562)

จากรายงานการสำรวจพื้นที่รอบสถานศึกษา 66 แห่งทั่วประเทศไทย พบว่า ปี 2561 ความหนาแน่นของจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ย 9.6 จุดต่อตาราง กิโลเมตร คาดการณ์ว่าปี พ.ศ. 2568 ปริมาณการดื่มสุราของประเทศในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้จะเพิ่มสูงขึ้นอีก 1.7 ลิตรต่อคนต่อปี โดยปัญหาสำคัญคือกฎหมายห้าม โฆษณาส่วนใหญ่ยังไม่ครอบคลุมสื่อออนไลน์ (สาวิตรี อัจฉนงค์กรชัย, 2562) และมี นักเรียนนักศึกษาที่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 70.7 ในรอบ 1 ปี (2561) มีการ ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาหรือเขตโซนนิ่งรอบสถานศึกษา ร้อย ละ 59.0 (ธีระวุธ ธรรมกุล, 2564) จากการศึกษาการรณรงค์ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษาของต่างประเทศ (McCoppin, 2012) พบว่า ส่วนใหญ่ มุ่งเน้นการควบคุมการดื่มมากกว่าการห้ามดื่ม โดยสถาบันการศึกษาเผชิญกับปัญหาการ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างหนักของนักเรียนและนักศึกษาจนทำให้ต้องใช้กลยุทธ์ มากมายในการต่อสู้กับปัญหา ตัวอย่างการใช้กลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา



อาทิ มหาวิทยาลัยฮาร์เพอร์ใช้วิธีการสอนเรื่องความปลอดภัย โดยจัดสอนเกี่ยวกับการแอบเสพยาและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแห่งอิลลินอยส์มีปัญหเกี่ยวกับนักศึกษาดื่มกันอย่างหนักในช่วงวันสำคัญ เช่น วันฮาโลวีน ใช้วิธีการควบคุมการขายและติดตั้งกล้องวงจรปิด มหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น มีนักศึกษาชั้นปี 1 เสียชีวิตจากพิษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระหว่างงานปาร์ตี้ที่จัดขึ้นในหอพักของมหาวิทยาลัยในปี 2008 จนทางมหาวิทยาลัยต้องทบทวนนโยบายเกี่ยวกับการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใหม่ และบังคับให้มีการประเมินระดับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา หรือในบางมหาวิทยาลัยมีการรณรงค์จัดงานที่ปลอดแอลกอฮอล์ เช่น มหาวิทยาลัยแห่งอิลลินอยส์ จัดโซนปลอดเบียร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น จัดฉายภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยแห่งอลาบามา จัดกิจกรรมรณรงค์ต่อต้านการดื่ม Less Than U Think โดยแสดงให้เห็นว่าการดื่มจนเมาเป็นเรื่องอับอายแค่ไหน (Wolfson, 2012) นอกจากนี้ ข้อมูลของนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยแห่งมินเนโซตา พบว่า มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับกีฬาจะพบปัญหามากที่สุด นอกจากนี้สถาบันการศึกษาการใช้แอลกอฮอล์ในทางที่ผิดและโรคติดสุราแห่งชาติ (National Institute On Alcohol Abuse and Alcoholism, 2002) เสนอวิธีการลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความเสี่ยงสูงในมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย (1) สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในมหาวิทยาลัย ได้แก่ ใส่ใจต่อปัจจัยสภาพแวดล้อม บังคับใช้กฎหมายห้ามเยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมหาวิทยาลัยอย่างเคร่งครัด หมั่นสื่อสารนโยบายเกี่ยวกับการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมหาวิทยาลัย (2) สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมรักสุขภาพผ่านตัวบุคคลและการสนทนากลุ่ม เช่น ชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมและผลกระทบในเชิงลบจากการดื่ม ให้ข้อมูลความรู้ใหม่เรื่องแอลกอฮอล์และหลีกเลี่ยงความรู้ที่เน้นการชี้ให้เห็นถึงอันตรายจากการดื่ม และ 3) สร้างการแทรกแซง เพื่อลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในมหาวิทยาลัยและในชุมชน

กาญจนา แก้วเทพ (2556) กล่าวว่า การทำงานด้านการสื่อสารเพื่อสุขภาพนั้นเครื่องมือที่จะช่วยให้การทำงานประสบผลสำเร็จก็คือการมีกลยุทธ์การสื่อสาร โดยกาญจนาได้ประมวลกลยุทธ์การสื่อสารด้านสุขภาวะออกเป็น 27 กลยุทธ์ ซึ่งการถอดบทเรียนเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการความรู้ (Knowledge Management – Km) ที่สามารถหวนย้อนกลับไปพิจารณาถึงกิจกรรมที่ได้ลงมือทำไปแล้วโดยใช้การตั้งคำถามในระดับของความเป็นนามธรรม (Level of Abstraction) มีเป้าหมายระยะยาว ใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นเครื่องมือในการอ้างอิง และสามารถสร้างความรู้ในองค์กรด้วยการแปลงความรู้ที่อยู่ติดตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ให้เป็นความรู้ภายนอกร่วมกัน (Explicit Knowledge)



การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษาของไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) มุ่งเน้นการรณรงค์และผลักดันให้เกิดเครือข่ายสถาบันอุดมศึกษารู้เท่าทันปัญหาแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา และให้ทุนสนับสนุนการรวมกลุ่มประสานความร่วมมือเป็นเครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศมาตั้งแต่ปี 2556 (ขรั่มพร อัยสานนท์ และคณะ, 2560) ปัจจุบันมหาวิทยาลัยของไทยเข้าร่วมเป็นเครือข่ายมากกว่า 70 สถาบัน มีแนวคิดการทำงานเพื่อป้องกันและควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาที่เกิดจากปัญหา 2 ระดับ ปัญหาภายใน ได้แก่ การทะเลาะวิวาท การขาดเรียน อุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเรียนของเยาวชน และปัญหาภายนอก ได้แก่ ร้านค้าและสถานบันเทิงรายรอบมหาวิทยาลัย จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รุ่นพี่ยังมีวัฒนธรรมสร้างความสัมพันธ์กับน้องโดยใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การส่งเสริมการขายและการโฆษณาผ่านสื่อในช่องทางต่าง ๆ รวมถึงวัฒนธรรมการดื่มของครอบครัวและคนใกล้ชิด เหล่านี้เป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรม การดื่ม และทำให้กลุ่มธุรกิจสุราใช้กลยุทธ์ทางการตลาดกระตุ้นให้เกิดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กาญจนาถ อุดมสุข, 2549) ทั้งนี้สถาบันอุดมศึกษาเขตพื้นที่ภาคใต้มีการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่าย มหาวิทยาลัยปลอดเหล้า มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จำนวน 15 สถาบัน มีความพยายามคิดหาแนวทางสกัดกั้นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ให้กระจายสู่เยาวชน อดช่องว่างการเข้าถึงแหล่งซื้อขาย ปิดโอกาสที่เยาวชนจะอยู่ท่ามกลางวงล้อมของการดื่ม และสนับสนุนการทำกิจกรรมในเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยเห็นว่าสถาบันการศึกษาเป็นภาคปฏิบัติการหนึ่งที่สำคัญในการป้องกันการเกิดนักดื่มหน้าใหม่และลดนักดื่มหน้าเก่าในกลุ่มเยาวชน การวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดโจทย์การวิจัย คือ เครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าของภาคใต้มีปฏิบัติการสื่อสารเพื่อป้องกันและควบคุมปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อป้องกันและควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า



วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้ชุดคำถามอย่างมีโครงสร้างเพื่อการถอดบทเรียนเป็นเครื่องมือในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ บุคลากรที่มีบทบาทในงานป้องกันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมหาวิทยาลัยในเครือข่ายภาคใต้ จำนวน 15 คน จากทั้งหมด 15 สถาบัน

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาในสังกัดของผู้ให้ข้อมูลหลัก 15 สถาบัน

ประเภทสถาบัน	รายชื่อมหาวิทยาลัย	จังหวัด
วิทยาลัยพยาบาล (สังกัดกระทรวงสาธารณสุข)	- วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร	ตรัง
วิทยาลัยนาฏศิลป์ (สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม)	- วิทยาลัยนาฏศิลป์นครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช
มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยของรัฐในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการ การอุดมศึกษา กระทรวงอุดมศึกษา	- มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์	นราธิวาส
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	- มหาวิทยาลัยทักษิณ	สงขลา
	- มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง	พัทลุง
	- วิทยาลัยชุมชนพังงา	พังงา
	- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนคร	นครศรีธรรมราช
	ศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช
	- มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	สุราษฎร์ธานี
	- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี
	- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี	ชุมพร
	- มหาวิทยาลัยแม่โจ้	ภูเก็ต
	- มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	
มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยของเอกชน	- มหาวิทยาลัยฟาฏอนี	ปัตตานี
	- มหาวิทยาลัยหาดใหญ่	สงขลา
	- วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้	นครศรีธรรมราช

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้ชุดคำถามอย่างมีโครงสร้างเพื่อการถอดบทเรียนเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลโดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Dept Interview) ร่วมกับการเก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาด้านระยะเวลา คือการขับเคลื่อนการทำงานเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าตั้งแต่ปี 2558-2561

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์ ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความหมาย เพื่อตอบคำถามหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา



ผลการวิจัย

1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อป้องกันและควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา พบว่า เครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าภาคใต้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารทั้งสิ้น 14 กลยุทธ์ โดยมีกลยุทธ์ที่ใช้เหมือนกันจำนวน 5 กลยุทธ์ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารของเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าภาคใต้ ปี 2558-2561

Educational Institutes	Communication Strategies						
	Health info. management	Role model	Cam paign	Media advocacy	Networking	Communi-ty approach	Public relation
ม.นราธิวาสราชนครินทร์		/	/	/	/		/
ม.ฟาฏอนี		/	/	/	/	/	/
ม.หาดใหญ่		/	/	/	/		/
ม.ทักษิณ		/	/	/	/	/	/
ว.การสาธารณสุขสิรินธร	/	/	/	/	/		/
ม.ทักษิณ (พัทลุง)	/	/	/	/	/		/
ม.วลัยลักษณ์		/	/	/	/		/
ม.เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย		/	/	/	/		/
ว.เทคโนโลยีภาคใต้	/	/	/	/	/	/	/
ว.นาฏศิลป์นครศรีธรรมราช		/	/	/	/	/	/
ม.ราชภัฏสุราษฎร์ธานี		/	/	/	/		/
ม.สงขลานครินทร์ (สุราษฎร์ธานี)	/	/	/	/	/		/
ว.ชุมชนพังกา		/	/	/	/	/	/
ม.แม่โจ้		/	/	/	/		/
ม.ราชภัฏภูเก็ต		/	/	/	/		/

ตารางที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารของเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าภาคใต้ ปี 2558-2561 (ต่อ)

Educational Institutes	Communication Strategies						
	Social support	Negotiation	CSR	Empowerment	Stake holder analysis	Message design and selection	Persua sion
ม.นราธิวาสราชนครินทร์						/	/
ม.ฟาฏอนี	/			/			
ม.หาดใหญ่						/	/
ม.ทักษิณ			/		/	/	
ว.การสาธารณสุขสิรินธร	/						
ม.ทักษิณ (พัทลุง)		/			/		/
ม.วลัยลักษณ์				/		/	
ม.เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย				/			
ว.เทคโนโลยีภาคใต้						/	/
ว.นาฏศิลป์นครศรีธรรมราช			/				/
ม.ราชภัฏสุราษฎร์ธานี	/						/
ม.สงขลานครินทร์ (สุราษฎร์ธานี)	/						/
ว.ชุมชนพังกา	/						
ม.แม่โจ้		/			/		/
ม.ราชภัฏภูเก็ต			/			/	

จากตารางที่ 2 มหาวิทยาลัยเครือข่ายปลอดเหล้าภาคใต้มีการออกแบบรูปแบบการทำงานที่แตกต่างกัน โดยทุกมหาวิทยาลัยมีการประสานกลยุทธ์หลักในการสื่อสารเพื่อป้องกันและควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เหมือนกัน 5 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การ



สร้างผู้นำความคิดหรือบุคคลต้นแบบ (Personal Media or Role Model) กลยุทธ์การจัดกิจกรรมรณรงค์ (Campaign) กลยุทธ์เครือข่ายการสื่อสาร (Networking) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) และกลยุทธ์การชี้แนะผ่านสื่อ (Media Advocacy)

1. กลยุทธ์ที่เน้นการสร้างต้นแบบ (Personal Media or Role Model) แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) การสร้างคนต้นแบบ ได้แก่ แกนนำนักศึกษา และบุคลากรทางการศึกษา และการสร้างสถาบันต้นแบบ ซึ่งทั้ง 2 ลักษณะจะมีการมอบรางวัลทั้งในระดับสถาบัน ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ และ 2) การจัดอบรมให้ความรู้และพัฒนาบุคคลที่จะเป็นแกนนำของมหาวิทยาลัย โดยทุกสถาบันมีการวางโครงสร้างการทำงานโดยอาศัยบทบาทของแกนนำในการขับเคลื่อนประเด็นแอลกอฮอล์โดยเฉพาะ เช่น การจัดโครงสร้างบริหารของแกนนำนักศึกษา สภานักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย หรือระดับคณะ โครงสร้างชมรมด้านภัยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น

เราเองเคยได้รับรางวัล ครูดีไม่มีอบายมุข รู้สึกว่ามันก็เปลี่ยนเราพอสมควรนะเมื่อก่อนเวลามีงานเลี้ยงสังสรรค์เราดื่มได้ แต่พอเราได้รับรางวัลนี้มาก็สามารถปฏิเสธได้ว่าผมไม่ดื่มแล้วนะเพราะไม่อยากมีปัญหากับรางวัล ส่วนเด็กคนหนึ่งของมหาวิทยาลัยที่ได้รางวัลนักศึกษาต้นแบบเมื่อปี 2560 เรารู้ว่าเขาชวนพ่อเลิกเหล้าได้ ตรงนี้เป็นความประทับใจในความสำเร็จของเขา (นันทวุฒิ วงศ์เมฆ, 2561)

มหาวิทยาลัยฟาฏอนี เน้นการสร้างชีวิตก่อนอาชีพ แนวทางการปลูกฝังคุณค่าความเป็นมนุษย์ใช้การบริหารจัดการและควบคุมความประพฤติของนักศึกษาผ่านอาจารย์ที่ปรึกษา ในรูปแบบการล้อมวงเพื่อพูดคุย หรือจัดกิจกรรมพบปะแลกเปลี่ยนกับชุมชนและมัสยิด อีกทั้งใช้วิธีการสื่อสารโดยสอดแทรกอยู่ในวิถีปฏิบัติแห่งอิสลาม โดยอธิการบดีจะใช้ช่วงเวลาหลังละหมาดวันละ 1 ช่วงเวลาของทุกวันเพื่อพูดคุยกับนักศึกษาและบุคลากรเรื่องการใช้ชีวิต ยาเสพติด และการปฏิบัติตัว (มะชัยดี มะโร๊ะ, 2561)

2. กลยุทธ์การรณรงค์ (Campaign) เป็นกลยุทธ์ที่สื่อสารเนื้อหาประเด็นแอลกอฮอล์สู่คนในสังคมโดยผ่านสื่อกิจกรรมการรณรงค์ที่หลากหลาย มีเป้าหมายในการสร้างกระแสสังคม แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น รับน้องปลอดเหล้า การแข่งขันกีฬาต้านภัยแอลกอฮอล์ กิจกรรมจิตอาสา 2) กิจกรรมสุขทางเลือก เช่น คาราวานหมวกกันน็อก การจัดตั้งชมรม และ 3) เทศกาลวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น สงกรานต์ปลอดเหล้า กินนมชมบอล ปริญญาปลอดเหล้า เป็นต้น โดยกิจกรรมรณรงค์ที่ทุกมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญมากที่สุด คือ กิจกรรมการรับน้องปลอดเหล้า เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักศึกษาสร้างสรรค์กิจกรรมรับน้องเพื่อรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการใช้เวลา 4 ปี ในระดับอุดมศึกษาเพื่อตัดวงจรนักดื่มหน้าเก่า และเป็นการผลักดันนโยบายทางสังคมควบคู่ไปกับการรณรงค์



กิจกรรมรณรงค์รับน้องปลอดเหล้าของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ใช้วิธีเชื่อมสัมพันธ์ความเป็นคนในครอบครัวเดียวกันด้วยการถ่ายรูปน้องใหม่และผู้ปกครอง และเขียนสัญญาใจบันทึกถูกผู้ชายใส่กระดาก “ข้าพเจ้า...ขอสัญญาว่าจะไม่ยุ่งเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาเสพติดทุกชนิดตลอดการอาศัยและหาความรู้ในรั้วมหาวิทยาลัยแห่งนี้ (สุพรรณพร วรณเวช, 2561)

3. กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย (Networking) เป็นกลยุทธ์ในการเชื่อมประสานภาคี/เครือข่ายระดับต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เช่น โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สรรพกร ผู้ใหญ่บ้าน นายอำเภอ ห้างร้าน เป็นต้น มีเป้าหมายการทำงานร่วมกัน นั่นคือ การควบคุมและป้องกันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน โดยการลดนักดื่มหน้าเก่า และเฝ้าระวังการเกิดนักดื่มหน้าใหม่ ซึ่งบทบาทของเครือข่ายยังเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการขับเคลื่อนเชิงนโยบายอีกด้วย นอกจากนี้พบว่า มหาวิทยาลัยที่มีความเสี่ยงในระดับสูงจะอาศัยการทำงานประสานภาคีเครือข่ายอย่างเข้มข้นมากกว่า มหาวิทยาลัยที่มีความเสี่ยงในระดับปานกลางและระดับต่ำ เช่น การประสานความร่วมมือในการตรวจสอบบันทึกรอบสถานศึกษา การตั้งด่านตรวจวัดแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาล ร่วมกับการจัดกิจกรรมรณรงค์เมาไม่ขับ เป็นต้น

ปัญหาหลัก ๆ มันเกิดนอกรั้วมหาวิทยาลัย ถ้าในรั้วเราใช้กติกาของวินัยนักศึกษา มาแก้ปัญหา แต่นอกรั้วมหาวิทยาลัยเราไม่มีอำนาจ เราจึงร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ นายอำเภอ ผู้กำกับการตำรวจ ผู้ใหญ่บ้าน อบต.รอบมหาวิทยาลัย ซึ่งเราเองไม่ได้อยากเป็นศัตรูกับร้านเหล้า เราไม่ได้รังเกียจธุรกิจเพราะเขาก็ทำอาชีพสุจริต แต่จะทำยังไงให้เขาอยู่ภายใต้กรอบกฎหมาย ซึ่งการตรวจเยี่ยมสถานบริการร้านเหล้ารายรอบมหาวิทยาลัย งานวินัยนักศึกษามีมาตรการออกตรวจเฉลี่ยปีละ 3-4 ครั้ง โจทย์สำคัญผมมองว่าทำยังไงเราจึงจะสื่อสารให้นักศึกษารู้ว่า เราเป็นห่วงเขา (ปิยวัชน คงอินทร์, 2562)

4. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นกลยุทธ์ที่เครือข่ายจะสื่อสารเรื่องราวให้กับคนทั่วไปหรือสาธารณะและสื่อมวลชนเพื่อสร้างการรับรู้และสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้คน เป็นงานที่เข้ามาจัดการเรื่องของการสื่อสารที่ตกลงร่วมกันโดยการกำหนดทิศทางหรือประเด็นเอาไว้ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ระยะแรก (ปี พ.ศ. 2558-2559) สำรวจข้อมูลสถานการณ์ปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ และการนำเสนอข้อมูลต่อสาธารณะและสื่อมวลชน 2) ระยะที่สอง (ปี พ.ศ. 2559-2560) พัฒนาแกนนำทั้งนักศึกษาและเจ้าหน้าที่/อาจารย์ที่รับผิดชอบโดยตรง และการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ ทั้งภาคปกครอง หน่วยงานรัฐ เอกชน และชุมชน 3) ระยะที่สาม (ปี พ.ศ. 2561) สานต่อและยกระดับการขับเคลื่อนงานป้องกันและแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เชิงพื้นที่ การควบคุมและเฝ้าระวังตามกฎหมายร่วมกับภาคีชุมชนและ



หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสร้างความเข้มแข็งให้กับแกนนำนักศึกษา ทั้ง 3 ประเด็นมีเครือข่ายสื่อในระดับท้องถิ่น ระดับองค์กร และสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เมื่อผมได้รับเชิญเป็นวิทยากรตามที่ต้องการ ๆ ผมจะพูดให้ความรู้เรื่องพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่บ่อย ๆ ส่วนการประชาสัมพันธ์ที่วิทยาลัยใช้ขับเคลื่อนประเด็นแอลกอฮอล์ในวงกว้างก็คือ ทีวีชุมชน รายการวิทยุ และการถ่ายทอดสดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากผมเป็นนักจัดรายการด้วยทำให้สามารถสื่อสารเรื่องราวและสาระดีๆ ได้หลากหลาย และสื่อเหล่านี้ก็มีอิทธิพลกับคนในชุมชนด้วย (พิระ วัชรธรรม, 2561)

5. กลยุทธ์การชี้แนะผ่านสื่อ (Media Advocacy) เป็นกลยุทธ์การสื่อสารจากล่างขึ้นบน เน้นการสื่อสารเชิงรุกกับผู้รับสารซึ่งเป็นผู้มีอำนาจด้านนโยบาย (Policy Maker) เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การสื่อสารกับผู้บริหารสถานศึกษา ทำให้เกิดมาตรการ ระเบียบภายในสถานศึกษา เป็นการปฏิบัติการสื่อสารผ่านชมรม วินัยนักศึกษา และงานทุนการศึกษา เช่น บทลงโทษภาคทัณฑ์หรือการหักคะแนนความพฤติกรรมนักศึกษา กรณีพบนักศึกษาทำผิดวินัยเรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลทำให้ไม่จบการศึกษา นักศึกษาต้องบำเพ็ญประโยชน์เพื่อชดเชยความผิดที่กระทำตามแต่กรณี 2) การสื่อสารเพื่อให้เกิดมาตรการ การบังคับใช้นโยบาย ได้แก่ มาตรการโซนนิ่งรอบมหาวิทยาลัย การตั้งด่านตรวจจับมาแล้วขับ การตรวจสถานบันเทิงรอบสถานศึกษา

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง ใช้มาตรการ 3ป. คือ ป้องกัน ป้องปราม และปรับเปลี่ยน การบังคับใช้มาตรการป้องปรามอย่างจริงจัง ทำให้เกิดกรณีศึกษาขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2561 เมื่อเจ้าหน้าที่งานหอพักนักศึกษาตรวจพบการลักลอบนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไปดื่มในหอพัก การดำเนินการและบทลงโทษเข้าสู่กระบวนการวินัย เป็นแนวทางการดำเนินงานเชิงรุกที่ได้ผลทำให้นักศึกษาปรับเปลี่ยนพฤติกรรม แต่เรื่องการป้องกัน ถามว่านักศึกษารู้ไหม ทุกคนรู้ว่าปัญหาและโทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คืออะไร ดื่มเข้าไปแล้วเป็นอย่างไร แต่เขาอยากมีเพื่อน (ปิตินันท์ คงนุ่นวันแสง, 2561)

2. ปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าภาคใต้พบว่า นักศึกษาร้อยละ 5 มีพฤติกรรมการดื่มที่สืบเนื่องมาจากมัธยมศึกษาและเป็นกลุ่มที่เริ่มจากการสูบบุหรี่มาสู่การดื่มเหล้า เบียร์ และนักศึกษาประมาณร้อยละ 30 บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อเข้าสู่มหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่เริ่มดื่มจากกิจกรรมการรับน้องใหม่หรือกิจกรรมที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างรุ่นพี่และรุ่นน้อง โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกสร้าง



ให้เป็นวัฒนธรรมเชื่อมความสัมพันธ์ กลายเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดนักดื่มหน้าใหม่ในรั้วมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 ระดับความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาบัณฑิตของมหาวิทยาลัย

ระดับความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรม	บริบทของมหาวิทยาลัย		
	ด้านขนาด	ด้านประเภท	ด้านที่ตั้ง
สูง	✓	✓	✓
ปานกลาง		✓	✓
ต่ำ			✓

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาสัมพันธ์กับบริบทของมหาวิทยาลัย ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยที่มีความเสี่ยงสูง คือ มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่และขนาดกลาง มีนักศึกษาจำนวนมาก ตั้งอยู่ในเขตเมือง ผู้คนพลุกพล่าน การคมนาคมสะดวก ประกอบด้วย 7 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตและมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ โดยบริบทของมหาวิทยาลัยด้านขนาด ประเภท และที่ตั้งซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมการดื่มและทำให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่ได้ง่าย กลุ่มธุรกิจสุราเข้าถึงกับวัยรุ่นโดยใช้กลยุทธ์การตลาด ได้แก่ การทำกิจกรรมทางการตลาด สร้างกลยุทธ์การดึงดูดลูกค้า เช่น การส่งเสริมการขายแบบลด แลก แจก แถม การทำการตลาดแฝงด้วยกิจกรรมทางสังคม (CSR) อีกทั้งระยะทางไปยังจุดจำหน่ายไม่ไกลจากมหาวิทยาลัย

2. มหาวิทยาลัยที่มีความเสี่ยงปานกลาง คือ มหาวิทยาลัยหรือวิทยาลัยขนาดเล็กและไม่ได้ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดและอำเภอ มีจำนวน 5 สถาบัน ได้แก่ วิทยาลัยชุมชนพังงา วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ วิทยาลัยนาฏศิลป์นครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง พบว่า บริบทของมหาวิทยาลัยด้านประเภท และที่ตั้งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และประเภทของนักดื่มกล่าวคือ มหาวิทยาลัยที่มีความเสี่ยงปานกลางจะไม่มีสถานประกอบการประเภทผับ บาร์ แต่จะมีร้านขายของชำเป็นจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลักในพื้นที่ ผู้ดื่มส่วนใหญ่จึงเป็นนักดื่มหน้าเก่า

3. มหาวิทยาลัยที่มีความเสี่ยงต่ำ คือ มหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย หรือมหาวิทยาลัยที่นักศึกษาส่วนใหญ่ (มากกว่าร้อยละ 80) มาจากจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีจำนวน 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ และวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ พบว่า บริบทของมหาวิทยาลัยด้านที่ตั้งมีผล



ต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื่องจากเหตุผลเบื้องหลังที่พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ที่มาจากจังหวัดชายภาคใต้ นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งเคร่งครัดเรื่องการปฏิบัติตนตามหลักคำสอน การดื่มของมึนเมาถือว่าเป็น ฮะรอม หรือสิ่งต้องห้าม ทำให้จำนวนนักดื่มมีสัดส่วนที่น้อยมากหรือไม่มีเลย แต่จะพบว่ามีปัญหาจากปัจจัยเสี่ยงอื่น ๆ คือ บุหรี่ น้ำดื่มใบกระท่อม ยาแก้ไอ และกัญชา

3. ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า พบว่า มีปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

3.1 การรวมกลุ่มและเครือข่ายที่มีความหลากหลาย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม ตลอดจนมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าในเครือข่ายภาคใต้ ทุกภาคส่วนต่างใช้รูปแบบความสัมพันธ์และรูปแบบการสื่อสารที่เสมอภาคเท่าเทียมกัน และให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่มีรูปแบบเฉพาะและหลากหลาย คือ ใช้การสื่อสารสองทางในการสื่อสารกลุ่มเล็กระหว่างกลุ่มแกนนำที่ส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจกรรมนักศึกษาของมหาวิทยาลัยและนักศึกษา ใช้การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการระหว่างหน่วยงาน ใช้สื่อบุคคลสร้างความน่าเชื่อถือ ใช้สื่อกิจกรรมสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมกับเยาวชน

3.2 คุณสมบัติของผู้ร่วมขับเคลื่อน คือ การเป็นสมาชิกที่ปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ มีสำนึกรับผิดชอบต่อการไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา กระตือรือร้นที่จะร่วมแก้ปัญหาพฤติกรรมและค่านิยมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษาผ่านกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ และการมีอารมณ์ความรู้สึกร่วมต่อการสร้างการเปลี่ยนแปลง และปรับใช้กลยุทธ์การสื่อสารอย่างเข้าใจภายใต้บริบทและวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกัน เช่น การเป็นมหาวิทยาลัยกลุ่มช่างที่มีวัฒนธรรมการดื่มในชีวิตประจำวัน กลุ่มวิทยาลัยสุขภาพที่ให้ความสำคัญกับมิติสุขภาพและการเป็นแบบอย่างที่ดี

3.3 การมีส่วนร่วมของผู้ร่วมขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) เป็นรูปแบบหลัก ให้ความสำคัญกับการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายในสถาบันรวมถึงองค์กรภาคีต่างๆ เช่น การตรวจจับเยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปีในสถานบันเทิง ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างฝ่ายวินัยของมหาวิทยาลัยและฝ่ายปกครองของจังหวัด

3.4 ผู้นำและผู้ประสานการขับเคลื่อน เป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ และอัธยาศัยที่ดี เป็นกลไกสำคัญของความสำเร็จหรือล้มเหลวในการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า พบว่า มหาวิทยาลัยที่เป็นแกนนำและประสานการทำงานกับเครือข่ายมหาวิทยาลัยในพื้นที่ภาคใต้ คือ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ โดยตัวแทนหรือผู้ประสานงานและดำเนินกิจกรรมของแต่ละมหาวิทยาลัยเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 93.33) เป็น



เจ้าหน้าที่ฝ่ายวินัยหรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการ/กิจกรรมนักศึกษา ขณะอาจารย์มีบทบาทเป็นฝ่ายสนับสนุนภายใต้กิจกรรมต่าง ๆ

3.5 รูปแบบการสื่อสารที่นำมาใช้ มีหลายระดับประสานกัน ตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นพื้นฐาน ต่อด้วยการสื่อสารระดับกลุ่ม เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มชมรม กลุ่มแกนนำนักศึกษา ขยายสู่การสื่อสารภายในชุมชนจนกระทั่งถึงการสื่อสารระดับเครือข่าย ส่วนเป้าหมายของการสื่อสาร คือ เพื่อส่งต่อข้อมูล สร้างความเข้าใจ กระตุ้นปลูกเร้าให้เกิดพฤติกรรมการลด ละ เลิก ผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่แบบปากต่อปาก (Face to Face Communication) สื่อกิจกรรม (Event) สื่อสังคม (Social Media) และสื่อท้องถิ่น (Local Media) ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย

การขับเคลื่อนเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าภาคใต้ มีความสอดคล้องมหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกาตรงที่มุ่งเน้นการควบคุมการดื่ม ไม่ได้มุ่งเรื่องการห้ามดื่ม โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารเกี่ยวกับการรณรงค์ (Campaign) ที่มุ่งเน้นที่การจัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม มีลักษณะ/รูปแบบคล้ายคลึงกัน เช่น การจัดฉายภาพยนตร์ การเดินขบวนรณรงค์ การประกวดแข่งขัน การแข่งขันกีฬา เป็นต้น โดยใช้กลยุทธ์ส่วนบุคคล (Personal Media) เช่น การสอนเรื่องความปลอดภัย การชี้ให้เห็นอันตรายจากการดื่ม กลยุทธ์การชี้แนะ (Advocacy) โดยการออกมาตรการการบังคับใช้ หรือการควบคุมการขาย เป็นต้น (McCoppin, 2012)

การศึกษาปัจจัยเสี่ยงในพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านตัวบุคคล มีความสอดคล้องกับรายงานของสำนักงานคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ กรมควบคุมโรค (2559) เกี่ยวกับการเปลี่ยนช่วงวัยจากเด็กนักเรียนสู่นักศึกษาตลอดจนการเปลี่ยนบริบทใหม่ ๆ มีโอกาสให้เยาวชนเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่าย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทัศนะของ พระมหากำพล คุณงกโร (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัญหาการดื่มสุราในสังคมไทย พบว่า เยาวชนไทยส่วนใหญ่มักคล้อยตามค่านิยมทางสังคมที่คิดว่าการดื่มสุราเป็นวัฒนธรรมหรือเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต และสอดคล้องกับ วิทยุ วิชัยดิษฐ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย ประจำปี พ.ศ. 2560 ที่พบว่า เพื่อนเป็นจุดเริ่มต้นของการเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

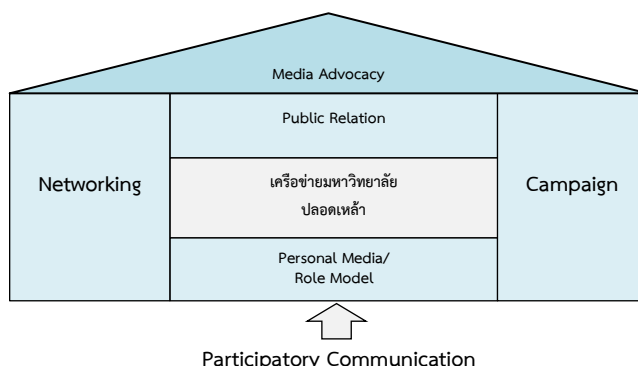
ส่วนบริบทของมหาวิทยาลัยด้านทำเลหรือสถานที่ตั้งของสถาบันการศึกษาเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับ สาวิตรี อัมฉนงค์กรชัย และดาริกา ไสงาม (2562) ได้ศึกษาเรื่อง สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยและของโลก พ.ศ. 2559-2561 พบว่า ร้านค้า



ขายของชำ ร้านสะดวกซื้อเป็นสถานที่ที่เยาวชนเข้าถึงและหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดนั่นหมายถึง มหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองมีโอกาสที่จะหาซื้อและถูกระตุ้นได้ง่ายกว่าแต่พบข้อสังเกตว่ามหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชายแดนใต้มีความเสี่ยงต่ำกว่ามหาวิทยาลัยทั่วไป กล่าวคือ จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นพื้นที่ที่ผู้คนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม หรือเป็นสังคมมุสลิมซึ่งมีข้อห้ามเรื่องการดื่มของมึนเมา สอดคล้องกับงานวิจัยของสาวิตรี อึ้งฉานกรชัย และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง แบบแผนและแนวโน้มพฤติกรรม การดื่มสุราของประชากรไทย พบว่า สามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีดัชนีความเสี่ยงต่อปัญหาแอลกอฮอล์ต่ำที่สุดในประเทศไทย

องค์ความรู้จากการวิจัย

การทำงานป้องกันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันอุดมศึกษาของบุคลากรเครือข่ายภาคใต้เปรียบเสมือนการว่ายน้ำทวนกระแสน้ำ 3 กระแส คือ 1) ปัจจัยด้านลักษณะทางชีววิทยาที่กำหนดให้ธรรมชาติของวัยรุ่นเป็นวัยที่อยากลองทำอะไรแปลกใหม่ การเข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัยให้นักศึกษาหลายคนอยู่ไกลจากผู้ปกครอง เป็นโอกาสที่จะได้ทำอะไรที่ไม่เคยทำได้ หนึ่งในนั้นคือการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) ปัจจัยด้านค่านิยมทางสังคม กล่าวคือ วัฒนธรรมการรับน้องใหม่ หรือการแข่งขันกีฬาภายในมหาวิทยาลัยมักมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้รุ่นพี่มักใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องมือในการเชื่อมความสัมพันธ์ และ 3) ปัจจัยด้านแนวคิดแบบเสรีนิยมใหม่ (Neoliberalism) เนื่องจากนักศึกษาบางส่วนถือว่าการดื่มเป็นเรื่องพฤติกรรมส่วนบุคคล ผู้ดื่มจึงควรมีสติดื่มโดยที่ผู้อื่นไม่ควรมาก้าวร้าว ดังนั้น ทั้ง 3 กระแสล้วนเป็นปัจจัยเสี่ยงด้านพฤติกรรมส่วนบุคคล กลยุทธ์การสื่อสารทั้ง 5 ด้าน เป็นกลยุทธ์ที่เน้นอำนาจของผู้สื่อสาร และในการทำงานเพื่อผลักดันประเด็นการสื่อสารสุขภาพมีการประสานกลยุทธ์ทั้ง 5 ด้านเข้าด้วยกัน โดยอาศัยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างสถาบัน



ภาพที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดภัย (ภาคใต้)



จากภาพที่ 1 หากเปรียบเทียบการสื่อสารทั้ง 5 ด้านกับการสร้างบ้าน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) เป็นกลยุทธ์ที่ทุกมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญเปรียบเสมือนฐานรากของบ้านที่แข็งแรงซึ่งเป็นพื้นฐานของการทำงานการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสู่ภาวะ การสร้างต้นแบบหรือสื่อบุคคล (Role Model/Personal Media) เป็นกำลังสำคัญที่แผ่ขยายจำนวนทรัพยากรบุคคล เป็นกลยุทธ์ที่ทุกมหาวิทยาลัยเลือกใช้เปรียบเสมือนพื้นของบ้านที่เห็นเป็นรูปธรรมจากผลของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ส่วนการเชื่อมประสานภาคี/เครือข่าย (Networking) และกิจกรรมการรณรงค์ (Campaign) เปรียบเสมือนผนังของบ้านที่ช่วยปกป้องตัวบ้านและแสดงออกถึงความสวยงามในสายตาคนภายนอก ส่วนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เปรียบเสมือนเพดานของบ้านทำให้บ้านมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก ซึ่งมีความสำคัญในแง่การจัดการเรื่องของการสื่อสารที่กำหนดทิศทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีร่วมกัน และกลยุทธ์การชี้แนะผ่านสื่อ (Media Advocacy) เปรียบเสมือนหลังคาบ้านที่คอยปกป้อง ค้ำครองให้การขับเคลื่อนงานเกิดผลลัพธ์ที่ดี

นอกจากนี้ ภายในกลยุทธ์การสื่อสาร 5 ด้านข้างต้น ยังพบว่าปัจจัยสำคัญที่สามารถส่งกระทบกับความแข็งแรงของบ้าน ประกอบด้วย 1) วิสัยทัศน์ของผู้นำสถานศึกษากับการกำหนดมาตรการบังคับใช้ 2) งบประมาณสนับสนุนการทำการรณรงค์และการประชาสัมพันธ์ 3) การปรับเปลี่ยนแกนนำนักศึกษาหรือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านยาเสพติดของสถาบันการศึกษา และ 4) การออกแบบสื่อกิจกรรมและการรณรงค์ที่เท่าทันกลุ่มธุรกิจสุรา การที่เครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า 15 สถาบัน ลงมือทำกิจกรรมต่าง ๆ ถือเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ชนิดหนึ่ง (Cultural Production) การขับเคลื่อนการทำงานปี 2558-2561 สะท้อนให้เห็นว่า เครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าภาคใต้พยายามสร้างผลผลิตออกมอย่างน้อย 5 ด้าน SPACE ประกอบด้วย 1) S-Space สร้างกิจกรรมเพื่อให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์ 2) P-Policy เกิดนโยบายทั้งจากส่วนกลางและนโยบายส่วนพื้นที่ 3) A-Actor สร้างคนทำงานที่เป็นตัวจริงเสียงจริง ทั้งระดับองค์กร และระดับเครือข่าย 4) C-Culture Change สร้างการปรับเปลี่ยนค่านิยม วัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5) E-Evidence สร้างความรู้ ทำให้เกิดการขับเคลื่อนงานโดยใช้หลักฐานทางวิชาการรองรับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้บริหารสถานศึกษาเข้มงวดกับกฏมาตรการควบคุมห้ามผู้ประกอบกิจการหรือสถานบริการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และห้ามมิให้มี



สถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาหรือหอพักในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษา ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2558

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรที่รับผิดชอบในประเด็นแอลกอฮอล์มีนโยบายและมาตรการที่ชัดเจนในการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่สามารถออกแบบเป็นรายวิชาเลือกเพื่อให้นักศึกษาตระหนักผลกระทบและสร้างค่านิยมใหม่ ๆ ให้กับนักศึกษา

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง คือ ปี 2562-2566 (รอบ 5 ปี) เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา
2. ขยายพื้นที่การศึกษาวิจัยเพื่อถอดบทเรียนมหาวิทยาลัยปลอดเหล้าเครือข่ายภาคอื่น ๆ ของไทย

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *เริ่มคิดใหม่ สู้ทำใหม่ กับสื่อพื้นบ้านเพื่องานสร้างเสริมสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- _____. (2565). *เครื่องมือจัดการความรู้ในงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อท้องถิ่น.
- กาญจนาถ อุดมสุข. (2549). *กลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ปลอดเหล้าของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ปี 2549* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชรัมพร อัยสานนท์ และคณะ. (2560). *นวัตกรรมการรณรงค์ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในต่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: PNP Group.
- ธีระวุธ ธรรมกุล. (2564). การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนนักศึกษาบริเวณรอบสถานศึกษาเขตเมือง. *วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ*, 14(2), 89-100.
- นันทวุฒิ วงศ์เมฆ. (2561, 22 ตุลาคม). *หัวหน้าสำนักงานกิจการนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ [บทสัมภาษณ์]*.
- ปิยวัชน์ คงอินทร์. (2562, 12 กุมภาพันธ์). *หัวหน้าส่วนกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ [บทสัมภาษณ์]*.
- ปิติฉัตร คงนุ่นวันแสง. (2561, 13 ตุลาคม). *หัวหน้าฝ่ายกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยทักษิณ [บทสัมภาษณ์]*.



- พระมหากำพล คุณงกโร. (2557). ปัญหาการดื่มสุราในสังคมไทย. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, 8(1), 105-114.
- พลเทพ วิจิตรคุณากร และอธิป ตันอารีย์. (2562). รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายจังหวัด พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์.
- พิระ วัชรธรรม. (2561, 2 ธันวาคม). หัวหน้ากิจการนักศึกษา วิทยาลัยชุมชนพังงา [บทสัมภาษณ์].
- มะชัยดี มะโร๊ะ. (2561, 10 ธันวาคม). เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนักศึกษา มหาวิทยาลัยฟาฏอนี [บทสัมภาษณ์].
- วิทย์ วิชัยดิษฐ์ และคณะ. (2561). รายงานสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย ประจำปี พ.ศ. 2560 (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์.
- สาวิตรี อึ้งนางค์กรชัย. (2562). ข้อเท็จจริงและตัวเลขเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย พ.ศ. 2559-2561. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์.
- สาวิตรี อึ้งนางค์กรชัย และดาริกา ไสงาม. (2562). สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยและของโลก พ.ศ. 2559-2561. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- สาวิตรี อึ้งนางค์กรชัย และคณะ. (2565). แบบแผนและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการดื่มสุราของประชากรไทย. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุนิศา เพ็ญโอสธ. (2552). กลยุทธ์บุคคลต้นแบบในการรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพรรณพร วรรณเวช. (2561, 19 ตุลาคม). หัวหน้างานพัฒนานักศึกษา กองวิชาการและพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยมหาวิทยาสงขลานครินทร์ [บทสัมภาษณ์].
- สำนักงานคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ. (2559). ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนางานป้องกันควบคุมโรคในเมืองใหญ่ (Big City). กรุงเทพฯ: กรมควบคุมโรค.
- McCoppin, R. (2012). *Colleges try new tactics in battle against binge drinking*. Retrieved March 20, 2023, from <https://shorturl.asia/uMaJd>
- National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. (2002). *How To Reduce High risk college drinking: college drinking: use proven strategies, Fill Research Gaps*. Retrieved March 20, 2023, from <https://shorturl.asia/AGXYi>



- World Health Organization. (2018). *Global status report on alcohol and health 2018*. Geneva: World Health Organization.
- Wolfson, H. (2012). University of Alabama students design anti-drinking campaign. Retrieved March 20, 2023, from <https://shorturl.asia/QRbVh>