

# **โครงการ Co-sponsor**

**ประจำปี 2555**

## ทำไมจึงต้องทำ

เพื่อให้ภารกิจหลักของ สคส. ในการสนับสนุนกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ รวมทั้งสร้างค่านิยมและกระตุ้นจิตสำนึกที่ดีของคนไทยในปัจจุบัน ซึ่งงบประมาณการสนับสนุนที่ สคส. ได้รับการสนับสนุนมาจาก สสส. ไม่เพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรมให้ครอบคลุมทุกพื้นที่เป้าหมายที่เสี่ยงต่อการบาดเจ็บหรือเสียชีวิตจากอุบัติเหตุหรือการทะเลาะวิวาท รวมทั้งเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนสังคมให้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สสส. จึงแนะนำให้ สคส. ประสานขอความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ให้เข้ามามีบทบาทในการสร้างสังคมที่ดี และขอรับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานบางส่วน จำนวน 15% จากงบประมาณที่ได้รับจาก สสส.

# เริ่มดำเนินโครงการมาตั้งแต่ปี 2553-2554

## ผลงานที่ผ่านมา ปี 2553-2554

1. ได้รับการสนับสนุน Banner วรรณกรรมสงกรานต์ปี 2553 จาก Advance Info Service จำนวน 600 ชิ้น
2. บ. โอ ซี ซี จำกัด แต่งหน้า และมอบของรางวัลประกวดสาวงาม เชียงใหม่ ปี 2553 จำนวน
3. หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ จัดทำ Scoop เต็มหน้า 4 สี งานสงกรานต์ ปี 2553 สัมภาษณ์ผู้ว่าราชการจังหวัด นายกเทศมนตรี ตำรวจภาค 5 และ ผู้จัดการแผนงานทุนฯ
4. G-Next Advertising and Media Co., Ltd. จัดทำป้ายผ้าค่าความรณรงค์ดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 4 ผืน ติดบริเวณแจ้งคูเมืองในงานเทศกาลสงกรานต์ ปี 2553 (เพิ่มเติมจากที่งานของเทศบาล)
5. นิตยสาร Beauty จ.เชียงใหม่ สนับสนุนการจัดประกวดหนุ่มสาววัยใส ไร้แอลกอฮอล์ ณ เวทีประชาคมรณรงค์งดเหล้า สงกรานต์ปลอดภัย ไร้แอลกอฮอล์ และลงสื่อโฆษณา เต็มหน้า 4 สี
6. บ.ฟุตบอลไทยสปอร์ตกู๊๊ด จำกัด มอบส่วนลดพิเศษเพื่อทดแทนการเข้าร่วม ออกบูช และนำ Logo ปราบก๊บบนเสื้อ ฝ้ายในการแข่งขันเรือพายประเพณี ปี 2553 จำนวน 20 สนาม รวม 8,000 ตัว และปี 2554 จำนวน 7,000 ตัว
7. TV.Thai จัดทำ Scoop ข่าวประชาสัมพันธ์ และ ถ่ายทอดสดการแข่งขันเรือยาวประเพณี ประจำปี 2553 จำนวน 10 สนาม (งบประมาณการค่าใช้จ่าย หากใช้สถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ถ่ายทอด) ปี 2554 จัดทำ Scoop ข่าวประชาสัมพันธ์ และ ถ่ายทอดสด จำนวน 10 สนาม
8. AIA จัดทำสื่อรณรงค์งานสงกรานต์ปลอดภัย ปี 2554 จำนวน 7,500 ตัว และมอบหมวกกันน็อค 200 ใบ

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ด้วยข้อจำกัด ดังนี้

### ข้อจำกัดภายในองค์กร

1. การมอบสิทธิประโยชน์ให้ผู้สนับสนุนยังไม่ชัดเจน
2. สดล./สสส. มองภาพการทำงานเพื่อสังคมเป็นหลัก จึงมีข้อจำกัดการทดแทนผู้สนับสนุนเชิงธุรกิจ
3. การขอรับการสนับสนุนเป็นเงิน ยังไม่ชัดเจนเรื่องการรับเงินเข้าสู่องค์กรทางใด
4. รายละเอียดของสื่อรณรงค์/สื่อ PR ต้องมีความชัดเจน เช่น ขนาดเท่าใด วัสดุทำมาจากอะไร สีอะไร ราคาผลิตเป็นอย่างไร เพื่อนำเสนอกลุ่มเป้าหมายที่จะขอรับการสนับสนุน

5. ผู้ประสานงาน co-sponsor ขาดรายละเอียดของแต่ละโครงการ เพื่อนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมายที่จะขอรับการสนับสนุน ซึ่งเท่าที่ผ่านมาเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจสนับสนุนเพื่อให้ได้สิทธิประโยชน์สูงสุด

### ข้อจำกัดภายนอกองค์กร

1. เป้าหมายผู้สนับสนุนมองเรื่องสิทธิประโยชน์ทางธุรกิจที่องค์กรของตนจะได้รับเป็นหลัก
2. เป้าหมายผู้สนับสนุนคาดว่าหากเข้าร่วมโครงการกับ สคส./สสส.แล้วจะทำให้เกิดความไม่คล่องตัวในการดำเนินกิจการของตน เพราะปัจจุบันตนเองมีการประสานงานกับบริษัทธุรกิจแอลกอฮอล์ หรือเคยได้รับการสนับสนุนจากบริษัทธุรกิจแอลกอฮอล์ ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ
3. การขอสนับสนุนธุรกิจในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ หากนำสื่อนั้นไปใช้ในพื้นที่จัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่มีอยู่ในแผนการตลาดของธุรกิจนั้น ก็ไม่เป็นที่น่าสนใจที่จะให้การสนับสนุน
4. การนำสื่อที่ปรากฏเครื่องหมายการค้า (logo) ไปปรากฏในบางพื้นที่ซึ่งไม่ได้รับผลตอบแทนจากธุรกิจนั้น ๆ มักจะเป็นปัญหากับพื้นที่ จึงทำให้การตอบแทนธุรกิจไม่เป็นที่พอใจ

## แนวทางในการดำเนินงานปี 2555

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชน และภาครัฐ ในรูปแบบต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมรณรงค์ลด ละ เลิก การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานประเพณีวัฒนธรรม ปี 2555
2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์การร่วมสร้างสรรค์สังคม
3. เพื่อปรับเปลี่ยนค่านิยมของนักดื่มในงานประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ ให้ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น และรับรู้ว่า กิจกรรมต่าง ๆ นั้น สนุกปลอดภัยได้โดยไร้แอลกอฮอล์

## กลุ่มเป้าหมาย

นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเพื่อขอรับการสนับสนุนร่วมกับ สคส./สสส. ในการจัดงานงดเหล้าเข้าพรรษา งานลอยกระทง งานบุญบั้งไฟ งานแข่งเรือ งานเทศกาลอาหาร งานเคาน์ตาวอร์ และงานสงกรานต์ ปี 2556

โดยจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

### 1. กลุ่มเป้าหมายที่ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ

#### 1.1 กลุ่มธุรกิจเอกชน

1.1.1 โรงพยาบาลเอกชน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และมีงบประมาณเพื่อสร้างสรรค์สังคม

- โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลปิยะเวท

1.1.2 สถาบันการเงิน

- ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกสิกรไทย

1.1.3 ธุรกิจประกันภัย

- เมืองไทยประกันชีวิต หรือไทยประกันชีวิต

1.1.4 ธุรกิจพลังงาน/เชื้อเพลิง

- ปตท. หรือ Chevron หรือกลุ่ม ECCO

1.1.5 ธุรกิจการบริการ

- สายการบิน หรือ บริษัทท่องเที่ยว (ทัวร์)

1.2 กลุ่มหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมด้านวัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของชาติ ได้แก่

1.2.1. ปูนซิเมนต์ไทย

1.2.2 การสื่อสารแห่งประเทศไทย (CAT)

1.2.3 TOT

1.2.4 การไฟฟ้าฝ่ายผลิต

1.2.5 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

## 1.2.6 การประสานครหลวง

### 2 กลุ่มเป้าหมายที่ขอจัดทำสื่อรณรงค์ ซึ่งแบ่งออกเป็น

2.1 ภาคธุรกิจเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจเอกชนทั่วไปที่ไม่ใช่ธุรกิจ แอลกอฮอล์ หรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มธุรกิจ ในพื้นที่จัดกิจกรรม เพื่อทำให้เกิดสิทธิประโยชน์ด้านธุรกิจแก่ผู้สนับสนุน

2.2 สื่อมวลชนต่าง ๆ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ และสื่อมวลชนอื่น ๆ ที่ให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์

2.2หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ

### ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. นำเสนอนโยบายหลัก และเหตุผลที่แท้จริง ของ สคส./สสส. ต่อเป้าหมาย ผู้สนับสนุนร่วมในการเข้าร่วมสนับสนุนการจัดกิจกรรมกับพื้นที่ต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการสร้างพื้นที่ต้นแบบของการจัดงานที่ปราศจากแอลกอฮอล์ ภายใต้คำขวัญ “สนุก ปลอดภัย ไร้แอลกอฮอล์”
2. นำเสนอพื้นที่เป้าหมายที่จะเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์อย่างชัดเจน
3. นำเสนอรูปแบบการเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์กับเจ้าภาพจัดงานอย่าง ชัดเจน
4. เสนอแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า อย่างเข้มข้น และต่อเนื่อง

- จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ (โบชัวร์ แผ่นปลิว โปสเตอร์) เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรม และตอกย้ำนโยบายหลักที่มุ่งสร้างสรรค์สังคม
  - จัดทำ โรดโชว์ ไปยังสื่อมวลชนต่าง ๆ และเข้าถึงพื้นที่ที่ต้องการขยายผลการจัดงานที่ปราศจากแอลกอฮอล์
  - จัดงานแถลงข่าว เพื่อให้เกิดกระแสการสร้างเสริมสุขภาพ ด้วยการลดดื่ม และจำหน่ายบุหรี่/แอลกอฮอล์ อย่างเข้มแข็ง
5. นำเสนอสิทธิประโยชน์ที่หน่วยงานองค์กรผู้สนับสนุนร่วมจะได้รับร่วมกับ สคส./สสส. ตามสัดส่วนที่เหมาะสม ดังตัวอย่างเช่น
- สิทธิประโยชน์สำหรับผู้สนับสนุนงบประมาณ
  - สิทธิประโยชน์สำหรับผู้สนับสนุนกิจกรรม หรือสิ่งของ

## ระยะเวลาในการดำเนินการ

ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2555 – เมษายน 2556

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคมต่อกลุ่มเป้าหมายที่ให้การสนับสนุน
2. การปรับเปลี่ยนค่านิยมให้คนทั่วไปภาคภูมิใจในวัฒนธรรมที่ดิงงามในท้องถิ่นของตน และงดดื่มในงานบุญประเพณีได้มากขึ้น
3. ค้นพบพื้นที่ต้นแบบในการจัดงานบุญประเพณีวัฒนธรรมที่ไม่มีแอลกอฮอล์
4. สามารถขยายพื้นที่รณรงค์ได้มากขึ้น จนในที่สุดสามารถผลักดันเป็นนโยบายสาธารณะได้ในที่สุด
5. ลดงบประมาณในการจัดกิจกรรมรณรงค์ได้ตามเป้าหมาย 15% ที่ สสส. ตั้งไว้

## ตัวชี้วัด

- เชิงปริมาณ** - สามารถขยายพื้นที่ในการจัดกิจกรรมเพื่อเป้าหมายของการสร้างพื้นที่เสี่ยงให้เป็นสีเทา ได้มากขึ้น

- มีการกระจายสื่อรณรงค์ได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และทุกกลุ่มเสียงมากขึ้น
- เกิดพื้นที่ต้นแบบในการจัดกิจกรรมด้านประเพณีวัฒนธรรมมากขึ้นหลายพื้นที่

**เชิงคุณภาพ**

- มีผู้สนับสนุนจัดระบบประมาณสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพร่วมรณรงค์กับพื้นที่จัดกิจกรรม
- มีผู้สนับสนุนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์

\*\*\*\*\*