

กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร



นายสรรเพชญ ภูมิรินทร์

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต


สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

STRATEGIES AND PROCESS OF THE YOUNG FDA CAMPAIGN
IN PARTICIPATING SCHOOLS IN BANGKOK



Mr. Sanpetch Poommarin

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

Department of Public Relations
Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียน
ที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นายสรรเพชญ ภูมิรินทร์

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์พัชณี เขยจรรยา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจวงศ์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา)

.....
(รองศาสตราจารย์พัชณี เขยจรรยา)

.....
(รองศาสตราจารย์วาสนา จันทร์สว่าง)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุพบทญ ภุมรินทร : กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. (STRATEGIES AND PROCESS OF THE YOUNG FDA CAMPAIGN IN PARTICIPATING SCHOOLS IN BANGKOK) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ.พัชนี เที่ยจรรยา, 362 หน้า.

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง (1) กลยุทธ์ที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย (2) กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย (3) การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำ และ (4) ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ การศึกษาถึงกลยุทธ์ของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ซึ่งใช้การวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รับผิดชอบการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย และส่วนที่สองคือ การศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยในโรงเรียน ซึ่งรวมถึงการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำ และปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารโรงเรียนและครูแกนนำ และการจัดกลุ่มสนทนากับนักเรียนแกนนำ รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น 48 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. โครงการ อย.น้อยใช้กลยุทธ์การประสานความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพ นอกจากนี้ยังใช้แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมเป็นกรอบในการวางแผนและออกแบบแนวทางการดำเนินงาน โดยพบการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร รวมถึงการให้วิธีการให้การสนับสนุน การให้ความรู้โดยใช้แนวทางสาธิตแบบเห็นจริง และการโน้มน้าวใจ อีกทั้งมีการใช้สื่อแบบผสมผสาน โดยการบูรณาการสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจในการดำเนินงานร่วมกัน ส่วนทางด้านเนื้อหาที่ใช้ในโครงการนั้นจะเน้นการให้ข้อมูลเชิงลบ

2. กระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย ประกอบด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (1) การเตรียมความพร้อมของโครงสร้างการดำเนินงาน (2) การวางแผนการปฏิบัติงาน (3) การดำเนินการปฏิบัติและการปรับเปลี่ยนตามแผนการปฏิบัติงาน (4) การตรวจสอบและการประเมินผลการปฏิบัติงาน และ (5) การปรับปรุงและพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน

3. กลยุทธ์การรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย พบว่ามีการใช้แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมเป็นกรอบในการวางแผนและออกแบบแนวทางการดำเนินโครงการเช่นกัน โดยพบการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย กลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร และกลยุทธ์การผลักดันนโยบาย นอกจากนี้ยังพบการใช้กลยุทธ์การให้การสนับสนุน การให้ความรู้โดยใช้แนวทางสาธิตแบบเห็นจริงและการโน้มน้าวใจ รวมถึงการใช้สื่อแบบผสมผสาน โดยการบูรณาการสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ส่วนทางด้านเนื้อหาที่ใช้ในการรณรงค์นั้นจะเน้นการให้ข้อมูลเชิงลบเช่นกัน

4. การมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำ อย.น้อยในการรณรงค์ผ่านทางกิจกรรม อย.น้อยนั้น พบว่า นักเรียนแกนนำมีส่วนร่วมในการดำเนินการรณรงค์ทุกขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วย (1) การศึกษาสภาพแวดล้อม (2) การวางแผน (3) การดำเนินการพัฒนา (4) การรับผลประโยชน์จากการพัฒนา และ (5) การติดตามผลและการประเมินผลการพัฒนา

5. ปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย โดยแต่ละปัจจัยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ปัจจัยย่อย คือ ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม ปัจจัยทางด้านโรงเรียน และปัจจัยทางด้านชุมชน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ (1) การสนับสนุนของบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (2) การมีวิสัยทัศน์และความสามารถในการบริหารงานของผู้บริหารโรงเรียน (3) ความมุ่งมั่นและการอุทิศตนของครูแกนนำ (4) ความรู้ ความสามารถของนักเรียนแกนนำ (5) การมีส่วนร่วมและความร่วมมือของบุคลากร (6) การดำเนินกิจกรรมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (7) การให้ความร่วมมือของผู้ปกครองและชุมชน

5.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ (1) การไม่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (2) ผู้ปกครองมีทัศนคติต่อเรื่องของการบริโภคไม่เหมาะสม (3) สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนเป็นอุปสรรคต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (4) การดำเนินกิจกรรมกระทบกับการเรียนการสอน (5) ความร่วมมือของบุคลากรในโรงเรียน (6) งบประมาณและการสนับสนุน (7) สภาพแวดล้อมภายนอกโรงเรียนเอื้อต่อการมีพฤติกรรมกาบริโภคที่ไม่เหมาะสม (8) ความไม่สอดคล้องในการบริหารจัดการระหว่างหน่วยงาน

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิลิต..... ลายมือชื่อนิพนธ์.....
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
ปีการศึกษา.....2550.....

4985161328 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: CAMPAIGN STRATEGIES / CAMPAIGN PROCESS / SOCIAL MARKETING / HEALTH / PARTICIPATION / SCHOOLS / FDA

SANPETCH POOMMARIN : STRATEGIES AND PROCESS OF THE YOUNG FDA CAMPAIGN IN PARTICIPATING SCHOOLS IN BANGKOK. THESIS PRINCIPAL ADVISOR : ASSOC. PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA, 362 pp.

The objectives of the qualitative research are to study: (1) The strategies of the Young FDA campaign (2) The strategies and process of the Young FDA campaign in the participating schools (3) The student leaders participation in the campaign and (4) The success and obstructive factors of the campaign. The research is divided into 2 parts. The first part is to study the organization that responsible for the Young FDA campaign by using the in-depth interview with the officials and documentary analysis that pertain to this campaign. The second part is to study the strategies of the Young FDA campaign in the schools including the participating of the student leaders. The key success factors and the obstructive factors of this project are also carefully analyzed. This research used different methods of data collection, which are the non-participant observation; the documentary analysis; the in-depth interview with school administrators and teacher leaders; and the focus group interview with student leaders. There are 48 key interviewees participated in this interview.

The following are the results of this research.

1. The Young FDA campaign integrates the cooperation between academic and public sectors for health development. Furthermore, this campaign uses the social marketing concept to determine the scope of the operation. The social marketing concept consists of product, price, place, promotion and partnership strategies. In addition, the campaign uses the facilitation, the edutainment, the persuasive and the integrated media strategies, which included mass, personal and specialize media. The media content are concentrated on using the negative approach method.

2. The campaign process of the participating schools consist of the following stages: (1) Preparation; (2) Planning; (3) Implementation; (4) Auditing and Evaluation and (5) Post implementation review and revising the plan.

3. The campaign of the participating schools are also use the social marketing concept to determine the scope of the operation as mentioned earlier. The social marketing concept consists of product, price, place, promotion, partnership and policy strategies. In addition, the campaign uses the facilitation, the edutainment, the persuasive and the integrated media strategies, which included personal and specialize media. The media content are concentrated on using the negative approach method.

4. The results show that the student leaders are participated in every stage of the campaign which can be describe as follow: (1) Environmental study; (2) Planning; (3) Developing and Implementation; (4) The benefits of the campaign and (5) Follow up and evaluation.

5. The success and obstructive factors of this campaign are divided into 3 factors: Environmental, School and Community factors, which can be describe as follow:

5.1 The success factors are: (1) The support from personnel and organization that involved in this campaign; (2) The vision and the management skills of the school administrators; (3) The determination and the dedication of teacher leaders; (4) The ability and knowledge of student leaders; (5) The participation and cooperation of the personnel; (6) The campaign development and ongoing activities; and (7) The cooperation from parents and communities.

5.2 The obstructive factors are: (1) No support from the participating organizations; (2) The incorrect perception of parents toward consumption behaviors; (3) The school environment that interfere with changing the behaviors; (4) The impacted of the campaign toward the school curriculums; (5) The school official participation; (6) The school supports and budgeting; (7) The environment outside schools that create the improper consumption behaviors; and (8) The inconsistency of management style among organizations.

Department:Public Relations..... Student's signature: *Sanpetch Poommarin*

Field of study:Development Communication.... Principal advisor's signature: *Patchanee Cheyjunya*

Academic year:2007.....

กิตติกรรมประกาศ

“...หากความดีของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะพอมีอยู่บ้าง ขออุทิศให้กับคุณยายสนอง จันทรตรี คุณยายที่ล่วงลับไปแล้ว และ พันโทบุญเหลือ จันทรตรี คุณตาผู้ที่พึ่งจากไปก่อนที่จะเห็นความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เพียงไม่กี่วัน...”

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากผู้มีพระคุณหลายๆ ฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์พัชรี เชยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาในการให้คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขเนื้อหาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี อีกทั้งขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.พนม คลีฉายา ที่กรุณารับเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ วาสนา จันทรสว่าง ที่กรุณาสละเวลารับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งร่วมให้ความกรุณาในการตรวจทานและให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัยในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะ คณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่านที่ได้มอบความรู้ในศาสตร์ที่สำคัญ

ขอขอบพระคุณ คุณศุภกานัญญา โภคัย และ คุณสินีนางู โจรจนประดิษฐ์ นักวิชาการจากกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ที่กรุณาเอื้อเพื่อข้อมูลและสละเวลาให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณผู้บริหารโรงเรียนและครูแกนนำ อีกทั้งขอขอบคุณนักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยม วัดดุสิตาราม โรงเรียนอัสสัมชัญ และโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) ที่กรุณาเอื้อเพื่อข้อมูล สละเวลาและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ จัดกลุ่มสนทนา ศึกษาสภาพแวดล้อมของโรงเรียนและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และให้ประสบการณ์ชีวิตที่ดีแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณในความมีน้ำใจโดยเฉพาะ มะเหมี่ยว สุธิษณา, มะเหมี่ยว ธัญสุดา, ตั้ว รัตติ ที่ช่วยผู้วิจัยออกไปเก็บข้อมูลตามโรงเรียนต่างๆ ด้วยความเต็มใจ ขอขอบคุณเพื่อนๆ นิเทศศาสตร์พัฒนาการรุ่นที่ 29 สำหรับกำลังใจ การสอบถามข่าวคราว และแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันตลอดระยะเวลา 2 ปี ขอขอบคุณรุ่นพี่รุ่นที่ 28 ที่ให้คำแนะนำในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ พระจอมเกล้า ลาดกระบัง, เพื่อนๆ โรงเรียนหอวังและบุคคลที่เกี่ยวข้องซึ่งไม่ได้กล่าวไว้ใน ณ ที่นี้ สำหรับมิตรภาพ การให้กำลังใจ การสนับสนุนและความเป็นห่วงเป็นใย ผู้วิจัยมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับคุณพ่อ คุณแม่ สมาชิกในครอบครัวภุมรินทร์และครอบครัวจันทรตรีทุกคน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้าน เป็นกำลังใจและแรงบันดาลใจให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	8
ขอบเขตในการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารสุขภาพ.....	11
แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารในการรณรงค์.....	25
แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม.....	55
แนวคิดด้านกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง.....	70
แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	79
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	93
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	103
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	104
รูปแบบการวิจัย.....	104
กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย.....	105
ขั้นตอนในการทำการวิจัย.....	107

	หน้า
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	108
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	110
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	111
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	113
การนำเสนอข้อมูล.....	113
บทที่ 4 ผลการวิจัย: กลยุทธ์และการดำเนินงานโครงการ อย.น้อย.....	115
ส่วนที่ 1: โครงการ อย.น้อยและการบริหารจัดการการดำเนินโครงการ.....	115
- ข้อมูลทั่วไป.....	115
- แผนการดำเนินงานของโครงการ อย.น้อย.....	123
- บทบาทและหน้าที่ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในโครงการ อย.น้อย..	128
- กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงานโครงการ อย.น้อย.....	130
- สื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย.....	142
- ข้อค้นพบและข้อสรุป.....	155
ส่วนที่ 2: กิจกรรมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น.....	157
- กิจกรรมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น.....	157
- กรอบแนวคิดในการดำเนินการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น.....	159
- แนวทางการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น.....	162
บทที่ 5 ผลการวิจัย: กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วม	
โครงการ อย.น้อย.....	168
ส่วนที่ 1: ข้อมูลเบื้องต้นของโรงเรียน.....	169
ส่วนที่ 2: กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ.....	177
- กระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ...	178
- ข้อค้นพบและข้อสรุป.....	245
- กลยุทธ์การรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ.....	248
- สื่อที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย.....	255
- ข้อค้นพบและข้อสรุป.....	259
ส่วนที่ 3: การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำ.....	261
- กระบวนการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำ.....	261

ส่วนที่ 4: ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรค.....	267
- ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย.....	267
- ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย.....	273
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	281
สรุปผลการวิจัย.....	282
ส่วนที่ 1: ภาพรวมของโครงการ อย.น้อย.....	282
ส่วนที่ 2: โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย.....	288
อภิปรายผลการวิจัย.....	304
ข้อเสนอแนะ.....	323
- ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้.....	323
- ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	332
รายการอ้างอิง.....	334
ภาคผนวก.....	344
- ภาคผนวก ก.....	345
- ภาคผนวก ข.....	348
- ภาคผนวก ค.....	360
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	362

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ผลการตรวจวิเคราะห์อาหารของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ทางจุลชีววิทยาปี 2542.....	4
ตารางที่ 2 องค์ประกอบการสื่อสารประสิทธิภาพและประสิทธิผล.....	21
ตารางที่ 3 ตัวอย่างของส่วนประสมการตลาดทางการตลาดเพื่อสังคม.....	66



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารสุขภาพของ King, I.M. ปี 1981.....	16
ภาพที่ 2 การสื่อสารสองทาง.....	20
ภาพที่ 3 แบบจำลองการสื่อสารในการรณรงค์.....	28
ภาพที่ 4 องค์ประกอบสำคัญในการรณรงค์ด้านสุขภาพผ่านสื่อมวลชน.....	33
ภาพที่ 5 มิติต่างๆ ในประเด็นวัตถุประสงค์และผลกระทบจากการรณรงค์.....	37
ภาพที่ 6 การสื่อสารในการสร้างความรู้สึกเกี่ยวข้องและผูกพัน.....	82
ภาพที่ 7 แบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	86
ภาพที่ 8 ภาพรวมของแผนการดำเนินงานโครงการ อย.น้อย.....	125
ภาพที่ 9 ภาพรวมของกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินการโครงการ อย.น้อย.....	130
ภาพที่ 10 โลโก้โครงการ อย.น้อย.....	136
ภาพที่ 11 สื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในโครงการ อย.น้อย.....	144
ภาพที่ 12 บทวิทยุ อย.น้อย.....	145
ภาพที่ 13 คู่มือต่างๆ และจุลสารสัมพันธ์ อย. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.....	146
ภาพที่ 14 แผ่นพับและใบความรู้ต่างๆ ที่ใช้ประกอบการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย.....	146
ภาพที่ 15 โปสเตอร์ต่างๆ ที่ใช้ประกอบการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย.....	147
ภาพที่ 16 สติกเกอร์รณรงค์ต่างๆ ที่ใช้ประกอบการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย.....	147
ภาพที่ 17 ชุดทดสอบสารปนเปื้อนต่างๆ ที่ใช้ในการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย.....	150
ภาพที่ 18 สื่อต่างๆ ที่ผลิตเพื่อใช้ประกอบการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย.....	151
ภาพที่ 19 หน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น..	159
ภาพที่ 20 การเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยของโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม.....	170
ภาพที่ 21 การเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยของโรงเรียนอัสสัมชัญ.....	173
ภาพที่ 22 การเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยของโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราชานุวัตรรังสรรค์)	176
ภาพที่ 23 ภาพรวมของการจัดทำแผนการปฏิบัติงาน.....	183
ภาพที่ 24 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม อย.น้อยภายในโรงเรียน.....	195
ภาพที่ 25 การจัดโครงการอบรมแกนนำสุขภาพให้แกนนำ อย.น้อยในโรงเรียน.....	198
ภาพที่ 26 ภาพรวมของการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์.....	201
ภาพที่ 27 การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยหน้าเสาธง.....	202
ภาพที่ 28 นักเรียนแกนนำจัดรายการเสียงตามสายภายในโรงเรียน.....	203

ภาพที่ 29	การจัดป้ายนิเทศกิจกรรม อย.น้อยต่างๆ ภายในโรงเรียน.....	204
ภาพที่ 30	ป้ายนิเทศกิจกรรมขนมติดดาว ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย.....	204
ภาพที่ 31	นิทรรศการ อย.น้อยภายในโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์)	206
ภาพที่ 32	การเดินทางรงค์ภายในชุมชนของนักเรียนแกนนำ อย.น้อย.....	207
ภาพที่ 33	การจัดกิจกรรมนันทนาการในกิจกรรม อย.น้อย.....	209
ภาพที่ 34	ผลงานของนักเรียนที่มีการบูรณาการเรื่องของ อย.น้อยในสาระการเรียนรู้ต่างๆ..	211
ภาพที่ 35	ผังมโนทัศน์แผนการเรียนรู้แบบบูรณาการ.....	214
ภาพที่ 36	ซ้อมโครงการธนาคารขยะ ภายในโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม.....	216
ภาพที่ 37	การศึกษาดูงานโรงนมของนักเรียนแกนนำ อย.น้อย.....	218
ภาพที่ 38	โครงการและผลงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรม อย.น้อยของนักเรียน.....	219
ภาพที่ 39	นักเรียนแกนนำ อย.น้อยตรวจสอบคุณภาพอาหารของร้านค้าบริเวณโรงเรียน....	220
ภาพที่ 40	ภาพการตรวจสอบสารปนเปื้อนสารอาหารในอาหาร.....	221
ภาพที่ 41	การตรวจสอบความสะอาดของมือและภาชนะใส่อาหาร.....	222
ภาพที่ 42	การจัดอบรมเสริมความรู้ให้ผู้ประกอบการในโรงเรียน.....	226
ภาพที่ 43	การเดินทางรงค์ในตลาดบางรักของนักเรียนแกนนำ อย.น้อย.....	227
ภาพที่ 44	การเดินทางรงค์โครงการ อย.น้อยในชุมชนทั้ง 3 ศาสนา.....	227
ภาพที่ 45	กิจกรรม อย.น้อยสอนน้องของโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม.....	229
ภาพที่ 46	กิจกรรม อย.น้อยสอนน้องที่โรงเรียนอัสสัมชัญ.....	230
ภาพที่ 47	เว็บไซต์ อย.น้อยของโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม.....	231
ภาพที่ 48	การจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม.....	234
ภาพที่ 49	โครงการเกษตรผักดีไม่มีสารพิษ ภายในโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์).....	236
ภาพที่ 50:	กระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ.....	247
ภาพที่ 51	กลยุทธ์การรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ.....	248
ภาพที่ 52	การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของนักเรียนแกนนำ.....	263
ภาพที่ 53	นักเรียนแกนนำช่วยกันผลิตสื่อในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย.....	265
ภาพที่ 54	ภาพรวมของการดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อย ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร.....	303

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

“...สุขภาพอนามัยนี้เป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นพื้นฐานของสิ่งมีชีวิตทั้งหมด ดังคำกล่าวที่ว่า จิตใจที่แจ่มใสย่อมอยู่ในร่างกายที่แข็งแรง หากประชาชนมีสุขภาพอนามัยสมบูรณ์ ไม่เจ็บไข้ได้ป่วย เขาก็จะมีสติปัญญาเล่าเรียน ประกอบสัมมาอาชีพ สร้างสรรค์ความเจริญต่างๆ ให้แก่ชาติ บ้านเมือง...” พระราชดำรัสในสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ วันที่ 11 สิงหาคม 2531 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548)

จากพระราชดำรัสในสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ แสดงให้เห็นถึงความห่วงใย และเอาใจใส่ผ่านทางพระราชกรณียกิจด้านความปลอดภัยของอาหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อสุขภาพของพลกนิกรไทย ซึ่งในปี 2548 ทางองค์การอนามัยโลกได้ทูลเกล้าฯ ถวายรางวัลเกียรติยศอาหารปลอดภัย (Food Safety Award) รางวัลแรกของโลก เพื่อเทิดทูนพระเกียรติอย่างยิ่งใหญ่แต่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในฐานะที่ทรงเป็นผู้ริเริ่ม ผลักดัน ให้การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานความปลอดภัยด้านอาหาร เพื่อส่งเสริมสุขภาพของประชาชนทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ทรงเห็นว่าทุกวันนี้มีการนำสารเคมีมาใช้ในการกระบวนการผลิตอาหารมากขึ้น ทั้งยาปราบศัตรูพืช ยาฆ่าแมลง สารเคมีที่ใช้ในการถนอมอาหารหรือปรุงอาหาร ซึ่งเป็นพิษภัยต่อผู้บริโภคโดยตรง อีกทั้งยังทรงมอบหมายให้กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกันจัดทำแผนยุทธศาสตร์ความปลอดภัยด้านอาหาร เพื่อให้ไทยเป็นประเทศที่ผลิตอาหารปลอดภัย

ในปัจจุบันแต่ละบุคคลเริ่มหันมาสนใจและใส่ใจในเรื่องสุขภาพกันเพิ่มมากขึ้น ทำให้เรื่องของการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) เข้ามามีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติและสร้างพฤติกรรมในการสร้างสุขภาพที่ดี ซึ่งทั้งหน่วยงานทางราชการ ภาคเอกชนและองค์กรสาธารณะประโยชน์ ต่างก็ใช้หลักการเผยแพร่รณรงค์และส่งเสริมแนวคิดต่างๆ ในการส่งเสริมสุขภาพไปสู่ประชาชน โดยเฉพาะในเรื่องอาหารและโภชนาการ เนื่องจากอาหารจัดเป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการเจริญเติบโตและพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม ตลอดจนสติปัญญา อีกทั้งส่งเสริมสุขภาพอนามัยของมนุษย์ให้สมบูรณ์แข็งแรง ทั้งนี้การบริโภค

อาหารอย่างถูกหลักโภชนาการ จะทำให้ร่างกายเจริญเติบโตอย่างเหมาะสม เป็นไปตามศักยภาพ ที่ควรจะเป็น มีสุขภาพดีทั้งกายและจิตใจ ซึ่งเป็นรากฐานของการมีคุณภาพชีวิตที่ดี

“อาหาร” จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์ทุกคนและทุกวัย โดยเฉพาะในกลุ่มเด็ก และวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่กำลังมีการเจริญเติบโตเต็มที่ ร่างกายจึงต้องการสารอาหารไปใช้ในการเสริมสร้างและการเจริญเติบโตของร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเจริญเติบโตและพัฒนาของ สมอง ซึ่งส่งผลให้มีสติปัญญาดีมีความพร้อมในการเรียนรู้ โดยที่คุณภาพของนักเรียนนั้นขึ้นอยู่กับ สุขภาพและภาวะโภชนาการ ในทางตรงข้ามหากเด็กได้รับอาหารไม่ถูกสุขลักษณะ ผลกระทบที่ เกิดขึ้นก็คือ เด็กจะมีร่างกายเจริญเติบโตไม่สมส่วน สุขภาพอ่อนแอ ขาดเรียนบ่อย การเรียนรู้มี อุปสรรค ส่งผลให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำและพัฒนาการทางด้านอื่นๆ ดำเนินไปได้ไม่ดี เท่าที่ควร อีกทั้งเมื่อเติบโตก็จะเป็นผู้ใหญ่ที่ด้อยคุณภาพและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากเด็กและวัยรุ่นที่มีคุณภาพ จัดเป็นทรัพยากรมนุษย์อันมีค่าและเป็นกำลังสำคัญในการ สร้างความเจริญให้แก่ประเทศชาติในอนาคต

ภาวะโภชนาการของประชาชนในปัจจุบันที่เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร วัฒนธรรมและเทคโนโลยี ซึ่งสามารถถ่ายทอดถึงกันอย่างรวดเร็วทั่วทุกมุมโลก รวมถึงสภาพการเปลี่ยนแปลง ทางด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในเขตเมืองต่างๆ ที่ไม่แตกต่างจากสภาพสังคมของ กรุงเทพมหานคร ที่ทำให้ประชากรต้องรีบเร่ง มีการแข่งขันทั้งในเรื่องของการศึกษาเล่าเรียนและ การทำงานหาเลี้ยงชีพ ซึ่งส่งผลให้วิถีชีวิตของคนไทยเปลี่ยนไปจากเดิม โดยผู้หญิงต้องมีภาระ ทำงานนอกบ้าน ทำให้มีเวลาในการประกอบอาหารให้ครอบครัวน้อยลง มีการพึ่งพาอาหาร สำเร็จรูปบรรจุถุง บรรจุกล่อง หรืออาหารพร้อมปรุงเพื่อลดเวลาในการทำอาหาร ซึ่งโดยปกติ อาหารมื้อเช้าเป็นมื้อที่เตรียมง่าย สะดวก บริโภคได้เร็วและสามารถนำติดตัวไปได้ สำหรับนักเรียน ในเขตเมืองหลายๆ โรงเรียนมีการพึ่งพาอาหารหน้าโรงเรียน ซึ่งอาจพบปัญหาด้านความปลอดภัย ของอาหาร อีกทั้งมื้อกลางวันมีการบริโภคอาหารจานด่วนทั้งไทยและตะวันตก มื้อเย็นบริโภคตาม ร้านอาหารก่อนกลับบ้านหรือซื้ออาหารสำเร็จรูปกลับบ้าน รวมถึงอาหารว่างต่างๆ ที่มักเป็นอาหาร ทอดซึ่งมีปริมาณไขมันสูง ส่วนผักผลไม้ไม่มีการบริโภคน้อยลง นอกจากนี้ยังนิยมบริโภคอาหารหวาน ซึ่งมีปริมาณน้ำตาลสูงมากขึ้น ทำให้คนไทยในภูมิภาคเขตเมืองได้รับอาหารที่มีไขมันและน้ำตาล เพิ่มขึ้น (กระทรวงสาธารณสุข, กรมอนามัย, 2549: 24)

สถานการณ์ข้างต้นก่อให้เกิดปัญหาทั้งการขาดสารอาหาร ภาวะโภชนาการเกิน รวมไปถึง มีความเสี่ยงต่อการได้รับอาหารที่ไม่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการน้อย โดยเฉพาะกลุ่มเด็ก

วัยเรียนและประชากรวัยทำงานทั้งชายและหญิง ซึ่งประเด็นเรื่องความปลอดภัยในอาหารจะรวมถึงเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัย โดยความสะอาดหมายถึง การปราศจากเชื้อจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค ทั้งนี้ยังรวมถึงการดูแลในเรื่องของการทำลายเชื้อโรคและกำจัดความสกปรกที่ปะปนอยู่กับอาหารก่อนปรุง ส่วนเรื่องของความปลอดภัยนั้นหมายถึง การปราศจากสารเคมีที่มีโทษชนิดต่างๆ โดยอาจจะเป็นส่วนผสมอาหาร สารช่วยเปื่อย สารทำให้เกิดความกรอบหรือ น้ำประสานทอง ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้กันมาก โดยผสมลงไปในลูกชิ้น ก๋วยเตี๋ยวทอด มันทอด หมูยอ สารปรุงแต่งชนิดต่างๆ และอื่นๆ โดยผู้ขายอาหารจงใจใส่เข้าไปเพื่อเพิ่มรสชาติ ทำให้อาหารอร่อย แต่ในขณะเดียวกันก็ส่งผลเสียต่อสุขภาพและอนามัยอีกด้วย (ทรวง เหลี่ยมรังสี, 2548: 39)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคทุกคนต้องการ ถึงแม้การศึกษาและเทคโนโลยีต่างๆ ของประชาชนได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความปลอดภัยในการบริโภคได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทันเหตุการณ์และมีความถูกต้องน่าเชื่อถือมากขึ้น แต่สิ่งที่ยังคงเป็นปัญหาที่จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนา ก็คือ พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนที่ยังไม่ถูกต้อง เช่น การขาดการเอาใจใส่ต่อสุขภาพ การมีวิถีชีวิตที่รีบเร่ง การพึ่งพาอาหารนอกบ้านมากขึ้น ซึ่งบ่อยครั้งผู้บริโภคมีความเสี่ยงต่อโรคอาหารเป็นพิษ อันเกิดจากกระบวนการเตรียม การปรุง การเก็บรักษา ไม่ถูกสุขลักษณะของผู้ประกอบการ ร้านค้า รถเร่แผงลอยหรือตามบาทวิถี ทั้งนี้อาจมีโอกาที่อาหารจะปนเปื้อนสิ่งที่เป็นอันตราย ซึ่งได้แก่ โรคอาหารเป็นพิษ อหิวาตกโรค ไทฟอยด์ วัณโรค โรคพยาธิ คางทูม ไซนัสหลังอักเสบและโรคจากสารเคมีหรือสารพิษต่างๆ รวมถึงมีวัตถุดิบปลอมอยู่ในอาหาร เป็นต้น (บัญญัติ บุญญา, 2546: 20-31)

จากการทดสอบสารที่ปนเปื้อนในอาหารนั้น พบว่าโลหะที่ปนเปื้อนจากสิ่งแวดล้อมแล้วส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อาหาร ซึ่งโลหะที่เป็นปัญหาและปนเปื้อนในอาหาร ได้แก่ ตะกั่ว แคดเมียมปรอท โดยตะกั่วถูกให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ เนื่องจากพิษของตะกั่วจะมีผลต่อระดับ IQ โดยเฉพาะเด็กที่กำลังเจริญเติบโต ทั้งนี้มีเกณฑ์กำหนดตะกั่วในอาหารตามมาตรฐานสาธารณสุข ซึ่งกำหนดให้อาหารทั่วไปมีตะกั่วได้ไม่เกิน 1.0 มิลลิกรัม/กิโลกรัม นอกจากนี้ยังมีการเปรียบเทียบสารตะกั่วที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารระหว่างภายในประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ เช่น จีน ญี่ปุ่นและไต้หวัน ซึ่งพบว่า เมื่อเปรียบเทียบปริมาณที่ได้รับสารตะกั่วที่คนไทยได้รับ (มิลลิกรัมของตะกั่ว/คน/วัน) เมื่อเทียบกับประเทศจีนแล้ว คนไทยได้รับปริมาณสารตะกั่วสูงกว่าคนจีนและญี่ปุ่นเล็กน้อย แต่สูงกว่าประเทศไต้หวันกว่า 3 เท่า (บัญญัติ บุญญา, 2546: 52-53)

อีกทั้งยังพบสารปนเปื้อนในอาหารต่างๆ อีก เช่น สาร Aflatoxin (แอลฟาทอกซิน) โดยผลการตรวจของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ พบสาร Aflatoxin ในอาหาร 9.5% (24 ตัวอย่างจาก 253 ตัวอย่าง) เกินมาตรฐาน 67% ส่วนยาปฏิชีวนะและสารต้านจุลชีพ ซึ่งในอุตสาหกรรมฟาร์มสัตว์ที่จะนำมาเป็นอาหาร มีการใช้สารในสัตว์กันอย่างกว้างขวาง ซึ่งตรวจพบในอาหารประเภทเนื้อสัตว์คิดเป็น 8.7% (28 ตัวอย่างจาก 321 ตัวอย่าง) นอกจากนี้ยังพบการใช้สารในสัตว์ประเภทเครื่องในสัตว์ถึง 80.4% (197 ตัวอย่างจาก 245 ตัวอย่าง) (บัญญัติ บุญญา, 2546: 57)

หากผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่มีเชื้อจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรคปนเปื้อนหรือมีสารพิษที่จุลินทรีย์สร้างขึ้นปะปนในอาหารปริมาณสูงเพียงพอ ก็จะทำให้เกิดอาการผิดปกติและอันตรายต่อร่างกายได้ โดยเฉพาะอาหารหยาบเร่งแฉงลอยซึ่งมีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้สูง โดยมีการวิจัยที่สรุปได้ว่า 40% ของการท้องเดินมาจากการบริโภคอาหารภายในบ้าน ส่วน 60% เป็นอาหารที่บริโภคนอกบ้าน โดยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ได้ทำการสรุปผลการตรวจวิเคราะห์อาหารทางจุลชีววิทยาเมื่อปี 2542 ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ผลการตรวจวิเคราะห์อาหารของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ทางจุลชีววิทยาปี 2542

อาหาร	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	ที่ต่ำกว่าเกณฑ์กำหนด (%)
1. อาหารกึ่งสำเร็จรูป	106	35 (33.02)
2. อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท	362	57 (15.75)
3. อาหารพร้อมบริโภค	97	21 (21.65)
4. น้ำแข็งหลอด, น้ำบรรจุขวด	698	165 (23.64)
5. นมสดและนมปรุงแต่ง	165	18 (10.91)
6. เครื่องดื่มบรรจุภาชนะปิดสนิท	442	115 (26.02)
7. ไอศกรีม	221	13 (5.88)
รวม	2,091	424 (20.28)

ที่มา : บัญญัติ บุญญา (2546: 63)

อีกทั้งตามที่หนังสือพิมพ์ผู้จัดการได้ตีพิมพ์เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2550 สามารถสรุปใจความได้ว่า ขณะนี้ประชาชนไทยมีความเสี่ยงต่อการบริโภคสารอันตรายที่ปนเปื้อนในอาหาร ซึ่งสังเกตได้จากภายในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา อัตราการเจ็บป่วยจากโรคติดเชื้อที่เกิดจากน้ำและอาหารที่ไม่สะอาด พบปีละประมาณ 2 ล้านราย ในขณะที่ตัวที่กำลังเป็นปัญหารุนแรงก็คือ การป่วยและเสียชีวิตจากโรคมะเร็ง ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการกินอาหารที่มีสารก่อมะเร็ง โดยมีอาการป่วยเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไปโดยไม่รู้ตัว ซึ่งเป็นผลให้ในปี 2549 พบผู้เสียชีวิตจากโรคมะเร็งสูงเกือบ 60,000 ราย นอกจากนี้จากหนังสือพิมพ์มติชนที่ได้ตีพิมพ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2549 สามารถสรุปใจความได้อีกว่า ปัจจุบันคนไทยมีแนวโน้มสุขภาพที่แย่ลง โดยมีอัตราการป่วยที่ขึ้นจากเดิมคนละ 2 ครั้งต่อปีเพิ่มเป็น 3 ครั้งต่อปี และยังพบอีกว่ามีผู้ป่วยเป็นโรคกระเพาะอาหารเรื้อรังมากเกือบ 5 ล้านคน, โรคความดันโลหิตสูงกว่า 4 ล้านคน, โรคเบาหวานเกือบ 2 ล้านคน และโรคไขมันในเลือดสูงเกือบ 1 ล้านคน ซึ่งจำเป็นต้องเร่งแก้ไขที่พฤติกรรมการบริโภคของประชาชน

กระแสของการรับรู้ถึงภัยร้ายของสารเคมีในเมืองไทยได้ขยายวงกว้างขึ้น ทำให้ภาครัฐบาลจึงต้องมีระบบในการดูแล ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพความปลอดภัยของอาหารทุกขั้นตอน ซึ่งการสร้างเสริมเข้มแข็งในการกำกับดูแลทางด้านอาหารให้ปลอดภัยนั้น จะช่วยลดปัญหาสุขภาพของประชาชนในระยะยาว เช่น โรคมะเร็ง โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคต่อมไร้ท่อ ฯลฯ อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาสุขภาพในระยะสั้น เช่น โรคระบบทางเดินอาหาร อาหารเป็นพิษ ฯลฯ นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งยังเอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศอีกด้วย

จากปัญหาที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น รัฐบาลจึงได้กำหนดให้ปี 2547 เป็นปีแห่งสุขอนามัยเพื่อรณรงค์คุณภาพอาหารและมาตรฐานอาหารของไทย อีกทั้งยังกำหนดให้ปี 2551 เป็นปีแห่งการรณรงค์คุ้มครองผู้บริโภคให้มีความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร ยาและเครื่องสำอาง ดังนั้นทางภาครัฐจึงได้มีนโยบายที่มุ่งหวังให้ประชาชนมีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับสังคมและประเทศชาติ จึงได้สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและมีการออกโครงการต่างๆ มากมายที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและอนามัยของประชาชนโดยมีกระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้ดูแล รับผิดชอบ ตลอดจนการให้การสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสุขภาพและอนามัยของประชาชน โครงการหนึ่งซึ่งมีส่วนสำคัญต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาทั่วประเทศ ก็คือ “โครงการ อย.น้อย” ซึ่งโครงการนี้มีการใช้กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ต่างๆ เพื่อให้เด็กนักเรียนมีความรู้ ความ

ตระหนัก เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกซื้อและประกอบอาหารที่มีคุณภาพ สะอาดและปลอดภัย โดยผ่านทางกรดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่บูรณาการความรู้ด้านอาหารและยา การคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัยและอื่นๆ เข้าไปกับหลักสูตรการเรียนการสอน อีกทั้งยังเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการรณรงค์ของโครงการ ทั้งทางด้านการศึกษาถึงปัญหา การวางแผน การดำเนินการรณรงค์ เป็นต้น ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาเกิดการมีส่วนร่วมในดำเนินงาน การแสดงความคิดเห็น การแสดงออกและมีการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการสร้างและการขยายเครือข่ายโครงการ อย.น้อยอีกด้วย

โครงการ อย.น้อย ถือกำเนิดขึ้นในปี 2545 ในลักษณะโครงการนำร่องและมีการดำเนินการอย่างจริงจังในปี 2546 โดยมีการสร้างความร่วมมือระหว่างกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขกับกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งทางโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาได้มีการจัดตั้งชมรมคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียน และทำกิจกรรม อย.น้อย จังหวัดละ 5 โรงเรียน จากนั้นในปี 2547 ได้ขยายกิจกรรมให้ครอบคลุมโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาทั่วประเทศ ทั้งโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) และสังกัดสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร (กทม.) รวม 10,256 โรงเรียน ซึ่งมีสมาชิกมากกว่า 1 ล้านคน โดยในแต่ละปีจะมีการจัดกิจกรรมการประกวด “โรงเรียน อย.น้อยดีเด่น” เพื่อให้นักเรียนได้เรียนรู้กิจกรรมและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ทั้งในระดับเขตและระดับประเทศ

จากความสำเร็จของโครงการนี้ ในปี 2549 ได้มีการเน้นการทำกิจกรรมในลักษณะเครือข่ายมากขึ้นและมีการส่งเสริมให้เกิดการเอื้ออาทรโรงเรียนระดับที่เล็กกว่าในลักษณะ “อย.น้อยสอนน้อง” ซึ่งมีเป้าหมายว่า ในปี 2549 จะมีโรงเรียนระดับประถมศึกษาทั่วประเทศได้รับการเอื้ออาทรลักษณะ “อย.น้อย สอนน้อง” ไม่น้อยกว่า 5,000 โรงเรียน นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้โรงเรียนอาชีวศึกษาทำกิจกรรม อย.น้อย โดยใช้ชื่อว่า “อย.อาชีวะ” โดยในปี 2549 ได้มีการดำเนินการใน 26 สถานศึกษา และในปี 2550 ได้มีการขยายผลไปสู่โรงเรียนอาชีวศึกษาทั่วประเทศไม่น้อยกว่า 200 แห่ง

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง กลยุทธ์การรณรงค์ของโครงการ อย.น้อย, กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย, การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย รวมทั้งศึกษาถึง

ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อย อย่างไรก็ตามเพื่อประโยชน์ในการศึกษาแนวทางการดำเนินงานของโรงเรียนที่ต้องการที่จะเข้าร่วมโครงการ หรือต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาให้ครอบคลุมโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) และสังกัดสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร (กทม.) อีกทั้งยังเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลจากกิจกรรมการประกวด “โรงเรียน อย.น้อยดีเด่น” ในระดับเขตกรุงเทพมหานครประจำปี 2550 ซึ่งได้แก่ โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม โรงเรียนอัสสัมชัญ และโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชวรวิหาร) ตามลำดับ ซึ่งโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชวรวิหาร) นั้นเคยได้รับรางวัลโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นทั้งระดับกรุงเทพมหานครและระดับประเทศ อีกทั้งเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลทุกปีตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา เพื่อที่จะได้ทราบถึงจุดร่วมของแนวทางการดำเนินการรณรงค์ การบริหารจัดการการรณรงค์ กลยุทธ์ต่างๆ ที่ทางโรงเรียนได้ใช้ในการรณรงค์ รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการ อย.น้อย ซึ่งโรงเรียนอื่นๆ ที่สนใจสามารถนำแนวทางต่างๆ มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับการดำเนินการรณรงค์ภายในโรงเรียนของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การรณรงค์โครงการ อย.น้อยที่ผ่านมา นั้น มีทั้งปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจากการรณรงค์เพื่อให้เด็กไทยเกิดพลังร่วมกันและมีส่วนร่วมในการดำเนินการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การสร้างความตระหนักและการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคอาหารปลอดภัยนั้น การรณรงค์จะต้องอาศัยการใช้กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ที่เหมาะสม และสอดคล้องกับการดำเนินงาน โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลจากผลการวิจัยนี้ จะเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโครงการอื่นๆ อีกทั้งการใช้กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วม นั้น จะช่วยผลักดันให้โครงการประสบความสำเร็จและเกิดการพัฒนาที่ตัวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการรณรงค์อื่นๆ สามารถที่จะนำแนวทางการดำเนินงานโครงการ อย.น้อยมาเป็นตัวอย่างในการสร้างความเข้มแข็งให้ภาคประชาชนเป็นผู้ขับเคลื่อนการรณรงค์เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การรณรงค์ของโครงการ ออย.น้อย
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ร่วมโครงการ ออย.น้อย

ปัญหานำการวิจัย

1. โครงการ ออย.น้อย ใช้กลยุทธ์การรณรงค์อย่างไร
2. โรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ ออย.น้อย ใช้กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์อย่างไร
3. นักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย มีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ในโครงการอย่างไร
4. ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อยประกอบด้วยอะไรบ้าง

ขอบเขตในการวิจัย

ในการเก็บข้อมูลจากโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย นั้นผู้วิจัยจะศึกษาจากโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาที่ได้เข้าร่วมกับโครงการ ออย.น้อย อีกทั้งยังเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลจากกิจกรรมการประกวด “โรงเรียน ออย.น้อยดีเด่น” ในระดับเขตกรุงเทพมหานครประจำปี 2550 ซึ่งครอบคลุมถึงโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) และสังกัดสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร (กทม.) รวมจำนวน 3 โรงเรียน

นิยามศัพท์

กลยุทธ์การรณรงค์ หมายถึง วิธีการกำหนดรูปแบบหรือลักษณะการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ที่นำมาใช้ในการดำเนินการรณรงค์โครงการ ออย.น้อยที่คาดว่าจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผลมากกว่าวิธีการทั่วไป เพื่อให้การดำเนินงานสามารถเป็นไปได้อย่างสอดคล้อง ตรงตาม วัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

กระบวนการรณรงค์ หมายถึง การดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งประกอบไปด้วย การสื่อสารในการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการ

การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ หมายถึง การมีส่วนร่วมในการดำเนินการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย ซึ่งประกอบด้วย การศึกษาสภาพแวดล้อม การวางแผน การดำเนินการพัฒนา การรับผลประโยชน์จากการพัฒนา รวมถึงการติดตามและการประเมินผลการพัฒนา

ครูแกนนำ หมายถึง ครูประจำโรงเรียนที่ทำหน้าที่ในการรับผิดชอบในการดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อยในโรงเรียน ซึ่งทำหน้าที่ในการประสานงานกับหน่วยงานและบุคลากรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน อีกทั้งยังเป็นผู้ให้คำแนะนำ ควบคุมและเป็นที่ปรึกษาให้กับนักเรียนแกนนำในการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ทั้งภายใน ภายนอกและระหว่างโรงเรียน

นักเรียนแกนนำ หมายถึง นักเรียนที่มีหน้าที่รับผิดชอบหลักหรือเป็นคณะกรรมการ อย.น้อยในโรงเรียน ซึ่งมีหน้าที่ในการดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อยทั้งภายใน ภายนอกและระหว่างโรงเรียน เพื่อดำเนินงานรณรงค์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโรงเรียน

ปัจจัยเอื้อ หมายถึง สิ่งที่สนับสนุนให้การดำเนินงานของโครงการ อย.น้อย ให้ประสบความสำเร็จทางด้านต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม ปัจจัยทางด้านโรงเรียน และปัจจัยทางด้านชุมชน

ปัจจัยอุปสรรค หมายถึง สิ่งที่ขัดขวางการดำเนินงานโครงการ อย.น้อย ไม่ให้ราบรื่นหรือสำเร็จตามเป้าหมายทางด้านต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม ปัจจัยทางด้านโรงเรียน และปัจจัยทางด้านชุมชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้ทราบแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการรณรงค์ให้เด็กไทยมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัยได้อย่างเหมาะสม และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนงานรณรงค์ในโครงการอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกันในอนาคต
2. เพื่อให้โรงเรียนที่จะเข้าร่วมโครงการ อย.น้อย ได้ทราบถึงแนวทางการดำเนินโครงการ อย.น้อยที่ประสบความสำเร็จ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการในอนาคต
3. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการ ซึ่งเกี่ยวกับการศึกษากลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโครงการอื่นๆ ตลอดจนนำผลวิจัยไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการอ้างอิงทางวิชาการต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบและแนวทางในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการอ้างอิงเพื่อการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication)
2. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารในการรณรงค์ (Communication Campaign)
3. แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing)
4. แนวคิดด้านกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง (Change Strategies)
5. แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participation and Participatory Communication)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication)

การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) มีวิวัฒนาการตั้งแต่เริ่มมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง “การสื่อสาร” (Communication) และ “สุขภาพ” (Health) เมื่อประมาณ 35 ปีที่ผ่านมา (Costello, 1977; Pantell et al., 1982; Rogers, 1994) โดยเริ่มจากความสนใจของกลุ่มนักวิชาการที่สนใจร่วมกันเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารเพื่อนำไปใช้ในกระบวนการซ่อมแซมสุขภาพ หรือการป้องกันโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ต่อจากนั้นในช่วงประมาณปี ค.ศ. 1970s ได้มีการผลักดันให้มีการจัดตั้ง The International Communication Association's Division of Health Communication ขึ้นพร้อมๆ กับเริ่มมีผลงานศึกษาวิจัยชุดแรกเผยแพร่ออกมาในรูปของ The Communication Yearbook I ในช่วงปี ค.ศ.1977 จากนั้น The Speech Communication Association ได้ริเริ่มให้มีการจัดตั้ง The Health Communication Commission ขึ้นในปี ค.ศ. 1986 และในปีนั้นเองได้เริ่มมีการตีพิมพ์เผยแพร่ผลการศึกษาวิจัยในสาขา “การ

สื่อสารสุขภาพ” เป็นเล่มแรก จากนั้นในปี ค.ศ. 1993 The Centers for Disease Control and Prevention (CDC) ได้ประกาศจัดตั้ง The Office of Health Communication ขึ้น นับจากนั้นมา ผลงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสาขาการสื่อสารสุขภาพก็มีการตีพิมพ์เผยแพร่สู่สังคมอย่างต่อเนื่อง (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547: 1-2)

การสื่อสารสุขภาพเป็นกลไกที่สำคัญในการสร้างและขับเคลื่อนด้านการส่งเสริมและสร้างเสริมสุขภาพด้วยการบูรณาการความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์และสาธารณสุขศาสตร์ รวมทั้งศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สังคมศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์ ฯลฯ ให้เกิดองค์ความรู้ด้านการสื่อสารสุขภาพตามแนวทางของการสื่อสาร การสาธารณสุข การส่งเสริมและสร้างเสริมสุขภาพที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้มีนักนิเทศศาสตร์ นักวิชาการและองค์กรต่างๆ ได้ให้ความหมายของการสื่อสารสุขภาพไว้ ดังนี้ (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547: 3-10)

Cassata. (1980) ให้นิยามการสื่อสารเพื่อสุขภาพว่า เป็นการศึกษาองค์ประกอบของการสื่อสาร เช่น ระดับการสื่อสาร หน้าที่ และวิธีการในการสื่อสาร เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับสถานการณ์หรือบริบทด้านสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Ratzan และคณะ (1994) กล่าวว่า การสื่อสารสุขภาพ คือ การใช้ศิลปะและเทคนิคในการบอกกล่าว หรือการแจ้งให้ทราบ รวมทั้งการสร้างอิทธิพลและการจูงใจแก่กลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ระดับองค์กรและสาธารณชน เกี่ยวกับประเด็นด้านสุขภาพ ส่วนขอบเขตของการสื่อสารเพื่อสุขภาพนั้น จะรวมถึงการป้องกันโรค (Disease Prevention) การสร้างเสริมสุขภาพ (Health Promotion) นโยบายและธุรกิจเกี่ยวกับการบริการสุขภาพ (Health Care Policy and Business) อีกทั้งยังรวมถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและในระดับสังคมโดยรวมด้วย

WHO Washington. (1996) ให้ความหมายการสื่อสารสุขภาพว่า เป็นการใช้กลยุทธ์หลักๆ ในการบอกกล่าวหรือการแจ้งให้สาธารณชนทราบเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพด้วยการใช้การสื่อสารมวลชนและการใช้สื่อประสมประเภทต่างๆ (Multimedia) รวมทั้งนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ โดยมุ่งเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน เพื่อให้เกิดความตระหนักในประเด็นดังกล่าว ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและในระดับสังคม อีกทั้งยังรวมถึงการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพ (Health Development) ด้วย การสื่อสารสุขภาพจึงเป็นกระบวนการที่ส่งผลโดยตรงต่อการปรับปรุงสุขภาพทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคม

โดยรวม โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมใหม่ๆ (Modern Cultures) ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ตามความเหมาะสมเพื่อให้สามารถที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายตามที่ต้องการได้ การสื่อสารเพื่อสุขภาพจะประกอบด้วยศาสตร์หลายๆ สาขา ดังเช่น สารบันเทิง (Edutainment) การสื่อสารระหว่างบุคคล การชี้นำด้านสื่อ (Media Advocacy) การสื่อสารในองค์กร การสื่อสารเพื่อสังคมและการตลาดเพื่อสังคม (Social Communication and Social Marketing) ฯลฯ ซึ่งประเด็นเนื้อหาด้านสุขภาพต่างๆ จะถูกนำเสนอโดยใช้สื่อที่มีความหลากหลายรูปแบบ เช่น การเล่าเรื่อง การแสดงละครหุ่นเชิด การนำเสนอด้วยเพลง รวมทั้งการใช้สื่อประสมที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยต่างๆ ในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพแก่กลุ่มเป้าหมายให้ได้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

Freimuth และคณะ (1998) กล่าวว่า การสื่อสารสุขภาพ คือ การให้ศึกษาหรือการให้เรียนรู้ โดยการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการบอกกล่าวหรือการแจ้งให้ทราบ เพื่อก่อให้เกิดอิทธิพลต่อปัจเจกบุคคลและต่อสังคมต่อการสร้างเสริมสุขภาพตามที่ต้องการ

กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2547: 15) กล่าวว่า การสื่อสารสุขภาพเป็นศาสตร์ที่มีความหลากหลายจำเป็นต้องเชื่อมโยงองค์ประกอบที่สำคัญต่างๆ เข้ามาร่วมกันอย่างสมดุล เป็นสหมิติ (Multidimensional) รูปแบบการสื่อสาร 2 ประเภทที่ได้รับความนิยมมากคือ การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน แต่ประเด็นที่สำคัญก็คือ การสามารถเชื่อมประสานกับการสื่อสารประเภทอื่นๆ และการเชื่อมประสานกับประเด็นสุขภาพ ประเด็นจริยธรรม เพื่อจุดมุ่งหมายที่จะนำไปสู่การป้องกันโรคและการส่งเสริมสุขภาพให้กับสังคมโดยรวมได้อย่างทั่วถึงและยุติธรรม

วาสนา จันทร์สว่าง (2550: 157) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การสื่อสารสุขภาพ คือ การศึกษาและการใช้กลยุทธ์ของศาสตร์ด้านการสื่อสารในงานสุขภาพ โดยการนำเสนอข้อมูลการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อต่างๆ เช่น การใช้สื่อมวลชนเผยแพร่ให้สาธารณชนได้ทราบเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ หรือการใช้สื่อผสม การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้ประชาชนทั่วไปหรือกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ สนใจ ตระหนัก เกิดจิตสำนึกในการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ ซึ่งแนวคิดของการสื่อสารสุขภาพสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในงานสุขภาพ การส่งเสริมและสร้างเสริมสุขภาพ เช่น กลยุทธ์ของการรณรงค์ด้านสุขภาพ เป็นการใช้กลวิธีการสื่อสารในการสร้างกระแสสังคม กระตุ้น ดึงดูดใจ ให้ประชาชนสนใจ รับรู้ ตระหนัก เกิดจิตสำนึก เกิดค่านิยมด้านสุขภาพ ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติตนด้านสุขภาพในแต่ละบุคคล ครอบครัว ชุมชนและสังคม

อีกทั้งวาสนา จันทรสว่าง (2549: 170) ได้กล่าวอีกว่า การสื่อสารสุขภาพ คือ การผสมผสานการสื่อสารและแนวคิดหรือองค์ความรู้ด้านสุขภาพ มาใช้ประกอบกันในการดำเนินงานตามโครงการด้านสุขภาพ โดยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อต่างๆ เช่น การใช้สื่อสารมวลชนเผยแพร่ให้สาธารณชนทราบเองเกี่ยวกับสุขภาพ หรือการใช้สื่อผสมและการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้ประชาชนทั่วไปหรือกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้รับรู้ สนใจ ตระหนัก เกิดจิตสำนึกในการปฏิบัติตนด้านสุขภาพและมีพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องเหมาะสมเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี

อรสา ปานขาว (2549: 101) ได้ให้คำนิยามของ การสื่อสารด้านสุขภาพแบบมีส่วนร่วม (Participatory Health Communication) ว่าเป็นการเปิดโอกาสในการสื่อสารด้านสุขภาพให้ประชาชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในระบบการสื่อสาร และในทางกลับกันก็เป็นการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยเช่นกัน

จากความหมายของการสื่อสารสุขภาพ ที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารสุขภาพ คือ การใช้การสื่อสารเพื่อยกระดับหรือปรับปรุงสุขภาพของประชาชน ภายใต้การใช้กลยุทธ์ด้านการสื่อสารและด้านสาธารณสุข เพื่อใช้ขับเคลื่อนพลังของประชาชนเพื่อก่อให้เกิดความเข้มแข็งทางด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี โดยใช้การสื่อสารเป็นกลไกให้เกิดการพัฒนาการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงและให้เกิดจิตสำนึกในการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ ซึ่งต้องใช้ความละเอียดในการดำเนินงานและมีการเชื่อมโยงข้อเท็จจริงด้านสุขภาพกับการโน้มน้าวใจเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์

กระบวนการสื่อสารในงานด้านสุขภาพ

กระบวนการสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลหนึ่งซึ่งถูกเรียกว่าผู้ส่งสารไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสารโดยผ่านสื่อ เป็นการสื่อสารของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งต่างฝ่ายต่างก็ผลักดันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารและในบางทีระหว่างกระบวนการสื่อสารอาจมีอุปสรรคในการสื่อสาร เป็นสิ่งที่ทำให้การสื่อสารลดประสิทธิภาพลง โดยหลังจากกระบวนการสื่อสารก็จะเกิดผลที่ตามมาจากการสื่อสารหรือผลกระทบจากการสื่อสาร

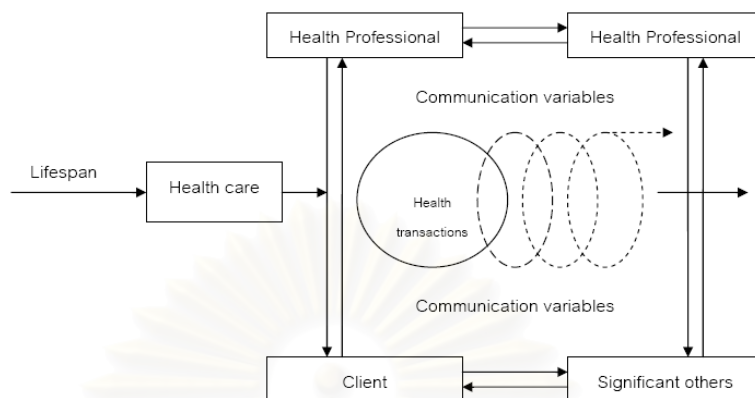
วาสนา จันทรสว่าง (2550: 84-85) ได้เสนอว่า ในกระบวนการสื่อสารในงานด้านสุขภาพประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่ S-M-C-R-E-I ในการสื่อสารเชิงเส้นตรง ซึ่งสามารถอธิบายองค์ประกอบการสื่อสารได้ดังนี้

1. **ผู้ส่งสาร** หมายถึง ผู้นำด้านสุขภาพ หรือผู้ปฏิบัติการด้านสุขภาพซึ่งมีบทบาทฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่กลุ่มเป้าหมาย
2. **เนื้อหาของสาร** ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ การสร้างจิตสำนึกเพื่อการส่งเสริมปรับเปลี่ยนและคงไว้ซึ่งพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อพัฒนาสุขภาพและคุณภาพชีวิต
3. **สื่อหรือช่องทาง** – กิจกรรม – รูปแบบ – วิธีการ
4. **กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์** ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายรองและประชาชนทั่วไป
5. **ผลของการสื่อสาร** อาจเกิดขึ้นในรูปของการรับรู้ ความสนใจ ความตระหนักและการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ
6. **ผลกระทบ** คือ ประโยชน์หรือโทษที่เกิดขึ้นตามมาจากการดำเนินงานโครงการสื่อสาร

แบบจำลองการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication Model: HCM)

แบบจำลองการสื่อสารสุขภาพของ King, I.M. เป็นแบบจำลองที่อยู่ภายใต้คำจำกัดความว่า การสื่อสารสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ในกระบวนการดูแลสุขภาพ และแนวคิดที่ว่า ความต้องการความรู้และทักษะในการสื่อสารสุขภาพนั้นจำเป็นต่อผู้ทำงานสาธารณสุขทุกแขนง ตลอดจนประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้รับบริการด้านสุขภาพต่างๆ ซึ่งจำเป็นต้องใช้กระบวนการสื่อสารนี้ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งสามารถแสดงแบบจำลองได้ ดังนี้ (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2547: 20-21)

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 1: แบบจำลองการสื่อสารสุขภาพของ King, I.M. ปี 1981

แบบจำลองนี้เสนอแนวคิดว่าการสื่อสารสุขภาพ หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสารด้านสุขภาพระหว่างผู้ให้บริการด้านสุขภาพ (แพทย์ พยาบาล บุคลากรสาธารณสุขหรือสาขาวิชาต่างๆ) ที่มีความสัมพันธ์ต่อผู้รับบริการด้านสุขภาพ แบบจำลองนี้เสนอภาพวงกลมตรงกลางที่แสดงว่า การถ่ายทอดข่าวสารสุขภาพเป็นลักษณะวงกลมมีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องและไม่มีที่สิ้นสุด ทำการเคลื่อนไหวเพื่อส่งต่อข่าวสารสุขภาพระหว่างผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการ ทั้งผู้ให้บริการสุขภาพ (Health Professional) ผู้รับบริการสุขภาพ (Client) บุคคลอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ (significant others) ในบริบทของการดูแลสุขภาพ (Health care contexts) เช่น สมาชิกในครอบครัว เพื่อนญาติพี่น้องและเครือข่ายทางสังคมอื่นๆ ที่มีการสื่อสารถึงกัน ลักษณะการสื่อสารสองทาง มีความเคลื่อนไหวของการสื่อสารอย่างไม่หยุดนิ่ง (Communication variable) ที่มีตัวแปรตามเหตุการณ์ สภาวะแวดล้อมของแต่ละในสังคม และสถานการณ์ที่มีการผันแปรอย่างต่อเนื่อง (วาสนา จันทรสว่าง, 2550: 82-84)

องค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพ

Ratzan และคณะ (1994 อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547: 10-11) กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อสุขภาพจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่เชื่อมประสานซึ่งกันและกัน เพื่อตอบสนองต่อการมีสุขภาพที่ดีในกลุ่มเป้าหมายในระดับที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นระดับสังคม ระดับกลุ่มหรือระดับปัจเจกบุคคล ทั้งนี้แนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพดังกล่าวมักจะประกอบด้วย

1. **สุขศึกษา (Health Education)** เป็นกิจกรรมที่มุ่งสู่การส่งเสริมการมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดีโดยการแจ้งให้ทราบ การให้การศึกษากับปัจเจกบุคคลผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ

2. **การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing)** เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ให้เกิดการขับเคลื่อนในสังคม เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาพหรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสุขภาพสู่พฤติกรรมทางบวก โดยใช้หลักการตลาดเข้ามาเสริมกับสื่อมวลชนประเภทต่างๆ

3. **การชี้นำ (Advocacy)** มักเป็นกิจกรรมที่ใช้สื่อสารมวลชนในการส่งเสริมนโยบาย กฎระเบียบและโครงการต่างๆ เพื่อการส่งเสริมสุขภาพในระดับต่างๆ

4. **การสื่อสารเกี่ยวกับภาวะเสี่ยง (Risk Communication)** มักเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับเฉพาะกลุ่ม ที่จะต้องมีการพิจารณาภาวะการณ์แวดล้อมและวิธีการ ตลอดจนทางเลือกต่างๆ ในการจัดการกับภาวะเสี่ยงนั้นๆ เช่น การให้คำปรึกษาส่วนตัว (Individual counseling) เป็นต้น

5. **การสื่อสารกับผู้ป่วย (Patient Communication)** จะเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะด้านสุขภาพเพื่อการบำบัดรักษา การให้ความรู้ ความเข้าใจในรูปแบบและวิธีการต่างๆ เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการรักษากับคนไข้ (Provider-Patient Communication) และที่กำลังเป็นที่นิยมคือ การสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อน กลุ่มที่อยู่ในสภาพเดียวกัน หรือที่เคยอยู่ในสภาพเดียวกันมาก่อน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันและกันที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Peer-to-Peer Communication)

6. **การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ (Consumer Health Information)** จะเป็นการช่วยให้บุคคลเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเอง และสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองหรือของครอบครัวได้ รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพในลักษณะต่างๆ เช่น การประกันสุขภาพ การป้องกันและการดูแลสุขภาพของตนเอง ฯลฯ

7. **การใช้สื่อใหม่ประเภทต่างๆ (New Media)** ซึ่งในที่นี้หมายถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่างๆ ทั้งนี้เป็นเพราะกระแสความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบัน โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตที่นำมาเสริมกับสื่อประเภทเดิมที่มีการใช้กันมากในการสื่อสารสุขภาพคือ สื่อสารมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อที่จะทำให้มีการ

แพร่กระจายแนวคิด วิธีการเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสุขภาพให้สามารถกระจายได้มากและทั่วถึงยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการสื่อสารสุขภาพ

Scott C. Ratzan (1996 อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547: 4-10) ได้กำหนดแนวคิดในการแบ่งขอบเขตของการสื่อสารสุขภาพออกเป็น 2 แนวคิดและวิธีการ คือ

1. ใช้ระดับการสื่อสารเป็นตัวกำหนดขอบเขต (The Communication-Levels Approach)

การสื่อสารมีการกำหนดโครงสร้างของตัวมันเองออกเป็นการสื่อสารระดับต่างๆ เช่น การสื่อสารภายในตนเอง, การสื่อสารระหว่างบุคคล, การสื่อสารในกลุ่มย่อย, การสื่อสารในองค์กร, การสื่อสารมวลชนและการสื่อสารสาธารณะ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสามารถที่จะใช้วิธีการเช่นเดียวกับศาสตร์ด้านการสื่อสารสุขภาพได้เช่นกัน เพราะจากผลงานด้านการสื่อสารสุขภาพที่ปรากฏออกมาในช่วงประมาณกว่า 3 ทศวรรษที่ผ่านมา พบว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชนเป็นประเภทการสื่อสารที่มีการนำไปใช้มากที่สุดใ้ในกระบวนการสื่อสารที่เกี่ยวกับประเด็นสุขภาพ โดยที่การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเน้นที่การสื่อสารระหว่างบุคคล การเผชิญหน้า การพบปะพูดคุย ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักวิชาชีพสุขภาพกับคนไข้ ส่วนที่เกี่ยวกับการใช้สื่อสารมวลชนเพื่อการสื่อสารประเด็นสุขภาพต่างๆ นั้น จะเน้นที่การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค รวมทั้งการตลาดสุขภาพ (Health Marketing) และนโยบายสุขภาพต่างๆ (Jackson, 1992; Payne et al., 1989) อีกทั้ง Maibach และคณะ (1993) กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อสุขภาพเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในโครงการรณรงค์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการป้องกันโรคและการสร้างเสริมสุขภาพ เพราะการชักจูงด้วยข้อมูลสุขภาพต่างๆ นับว่าเป็นกระบวนการทางสังคมที่สามารถเพิ่มศักยภาพให้กับผู้คนเพื่อให้ผู้คนสามารถที่จะดูแลสุขภาพของตนเองได้

2. ใช้บริบทและประเด็นการสื่อสารเป็นตัวกำหนดขอบเขต (Operational Approach)

การใช้บริบทของการสื่อสาร (Context of Communication) เป็นตัวกำหนดขอบเขตของการสื่อสารสุขภาพ เป็นการมองกระบวนการสื่อสารทั้งในประเด็นสิ่งแวดล้อมและในประเด็นที่เป็นส่วนของกระบวนการสื่อสารที่มุ่งการถ่ายทอดประเด็นสุขภาพ เพื่อให้สามารถส่งผลต่อการมี

สุขภาพดีทั้งกายและจิตของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนการใช้ประเด็นการสื่อสาร (Topic of Communication) เป็นตัวกำหนดขอบเขต จะมีจุดเน้นเพียงประเด็นเดียวก็คือ ต้องเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเท่านั้น การสื่อสารสุขภาพจึงนับว่าเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งของการสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication)

เป้าหมายของการสื่อสารด้านสุขภาพแบบมีส่วนร่วม

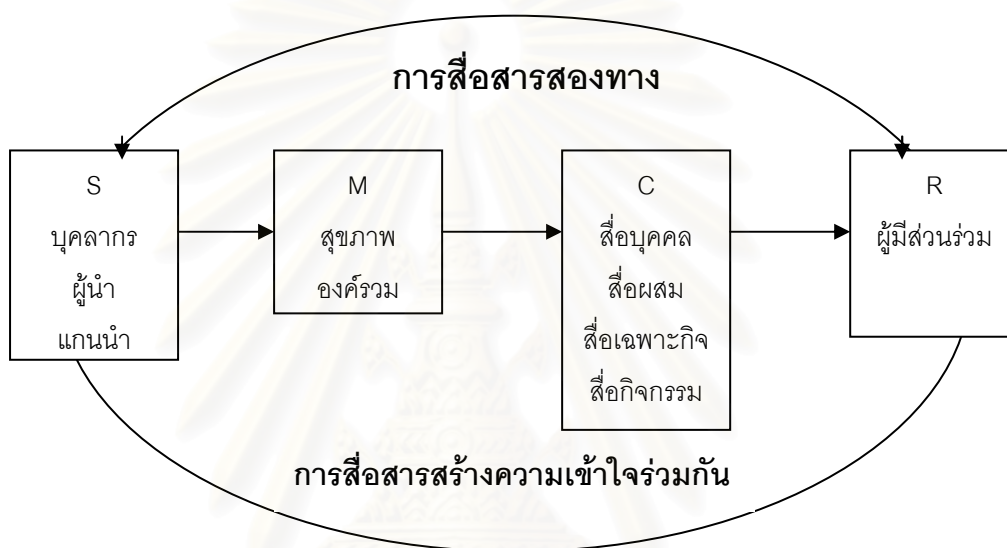
วิธีการสื่อสารด้านสุขภาพแบบมีส่วนร่วมเน้นการแสวงหาวิธีการสื่อสารด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้รับสารมากกว่าวิธีการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น ทั้งนี้การสื่อสารจะต้องดำเนินไปตามแนวคิดและความต้องการของชุมชน ซึ่งเป้าหมายของการสื่อสารด้านสุขภาพแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ (อรสา ปานขาว, 2549: 101)

1. การกระตุ้นให้ประชาชนมองเห็นคุณค่าของตนเองในด้านสุขภาพ
2. การสร้างความมั่นใจให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมและเพื่อให้เห็นคุณค่าความคิดและความเชื่อด้านสุขภาพของกลุ่มเป้าหมาย
3. การพิสูจน์ความเชื่อของเป้าหมายที่มักจะคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนในงานด้านสุขภาพได้
4. การสร้างทักษะในการสร้างสื่อด้านสุขภาพให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนส่งสารออกไปจากจุดยืน มุมมองและทัศนคติของตนเอง
5. เพื่อให้ชุมชนได้แสดงถึงความรู้สึกถึงปัญหา วิเคราะห์ปัญหา รวมถึงวิธีการแก้ปัญหา ด้านสุขภาพจากทัศนคติของชุมชน
6. ผลจากการสื่อสารด้านสุขภาพของชุมชนหรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับชุมชนหรือชุมชนอื่นๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
7. เนื้อหาของการสื่อสารชุมชนเน้นเรื่องราวด้านสุขภาพที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตชุมชน ดังนั้นสื่อประเภทนี้จะช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น เพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิง

กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพในงานด้านสุขภาวะ

การสื่อสารสุขภาพที่สามารถเป็นกลยุทธ์ในการสร้างพลังและความสำเร็จในงานด้านสุขภาวะได้นั้น จะต้องพิจารณาจากแนวคิดด้านการสื่อสารสุขภาพ ดังต่อไปนี้ (วาสนา จันทรส์ว่าง, 2550: 158-161)

1. รูปแบบการสื่อสาร



ภาพที่ 2: การสื่อสารสองทาง

รูปแบบการสื่อสารจะเป็นการสื่อสารสองทาง ผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นคู่สื่อสารที่ได้ตอบแลกเปลี่ยนกันเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่มีใครผูกขาดการเป็นผู้ส่งสารหรือรับสารตลอดเวลา และสื่อสารในแนวระนาบหรือแนวนอน เน้นรูปแบบการกระจายอำนาจไม่ใช่การสั่งการสื่อสารในแนวตั้ง ซึ่งการสื่อสารในแนวระนาบนี้ จะก่อให้เกิดการปฏิบัติตนด้านสุขภาพด้วยความสมัครใจมากกว่าเพราะเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ปรัชญาหารือและทำความเข้าใจร่วมกันในกลุ่มเดียวกันในระดับที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

2. องค์ประกอบการสื่อสารประสิทธิภาพ-ประสิทธิผล รายละเอียดขององค์ประกอบทั้ง 4 คือ ผู้ส่งสาร – สาร – สื่อ/ ช่องทาง – ผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ดังนี้คือ

ตารางที่ 2: องค์ประกอบการสื่อสารประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ผู้ส่งสาร	สาร	สื่อ/ ช่องทาง	ผู้รับสาร
<ul style="list-style-type: none"> - มีความรู้ความสามารถ - มีทักษะการสื่อสาร - บุคลิกดี - น่าเชื่อถือ ศรัทธา - รับผิดชอบ - จิตสาธารณะ - มาจากทุกกลุ่ม ไม่เฉพาะบุคคลากรสุขภาพเท่านั้น - สามารถเปลี่ยนแปลงความรู้ ถ่ายทอดให้ปฏิบัติได้ - สื่อสารเพื่อเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลเพียงพอนำไปปฏิบัติได้ - จัดเก็บเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้ - เนื้อหาง่ายเป็นรูปธรรม - สารสร้างสรรค์ไม่น่าเบื่อ - ข้อมูลท้องถิ่น ข้อมูลชุมชน - ทดสอบก่อนนำไปใช้ ปรับแต่งให้เหมาะสมกับผู้รับ - สารชัดเจน เข้าใจง่าย - สารสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ - กระตุ้นอารมณ์ เข้ากับบริบทชุมชนและสังคม - เนื้อหาองค์รวมด้านสุขภาพครอบคลุมทุกมิติ 	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าถึงผู้รับ - สื่อมวลชนและสื่อ ชุมชน ใน ส ี ด ส ่วน น ที่ เหมาะสม - สื่อผสม - จัดกิจกรรมพิเศษ พอเหมาะพอควรเพื่อสร้างกระแสสังคม - ย้ำ ซ้ำ ต่อเนื่องครบวงจร - สื่อบุคคลเป็นหลัก สื่ออื่นเป็นรอง - ความนิยมและน่าเชื่อถือของสื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีปฏิกิริยาโต้ตอบ - แบ่งเป็นกลุ่มย่อยๆ (Audience Segmentation) เพื่อส่งสารเฉพาะเหมาะกับกลุ่มผู้รับ - เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักตัวจริง

ที่มา: วาสนา จันทร์สว่าง (2550: 159)

3. ความสำคัญและความสัมพันธ์ของทุกองค์ประกอบ องค์ประกอบคือผู้ส่งสาร-สาร-สื่อหรือช่องทาง-ผู้รับสาร ล้วนมีความสำคัญเท่าเทียมกัน จะขาดส่วนใดส่วนหนึ่งการสื่อสารไม่อาจเกิดขึ้นได้ ซึ่งการสื่อสารที่จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น ผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงผู้รับสารเป็นอันดับแรก การเลือกสารและสื่อให้ตรงกับการรับรู้สนใจ และการเปิดรับของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ เพื่อความสำเร็จนั้น ความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการในการสื่อสารจะประสบความสำเร็จและเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากกว่า

4. การสื่อสารมวลชนและการสื่อสารชุมชน ศักยภาพของการสื่อสารมวลชนนั้นเป็นการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ สนใจ ตระหนักและเกิดจิตสำนึกได้ เพราะเป็นการสื่อสารที่กระตุ้น ให้อารมณ์และน่าสนใจ สื่อสารไปถึงทุกคน ทุกสถานที่ ไปไกลครอบคลุมได้ทั่วถึง กำหนดความถี่และจำนวนครั้งที่เข้าถึงได้และมีความรวดเร็วสามารถย้าย ข้าม อย่างต่อเนื่องได้ สื่อมวลชนถูกใช้เพื่อสร้างกระแสสังคม แต่ในประเด็นสุขภาพสื่อมวลชนไม่สามารถก่อให้เกิดการปฏิบัติตนเพื่อสร้างสุขภาพได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ต้องใช้การสื่อสารชุมชน โดยมีสื่อบุคคลเป็นหลักและสื่ออื่นๆ ในชุมชน เช่น สื่อท้องถิ่น สื่อพื้นบ้าน เสียงตามสาย การจัดกิจกรรมภายในชุมชน และการสร้างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อและปัจจัยเสริมประกอบ จึงจะก่อให้เกิดการปฏิบัติตนด้านสุขภาพได้ ทั้งนี้เพราะคุณสมบัติของสื่อมวลชนนั้น เป็นการสื่อสารที่สามารถโน้มน้าวใจ สร้างกระแสสังคม รวมทั้งการกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคล ดึงดูดประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ โดยการสื่อสารชุมชนเป็นการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจและนำไปปฏิบัติตนด้านสุขภาพได้ในบริบทของชุมชน

5. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร ซึ่งทำได้หลายระดับ คือ

- การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ ผู้ใช้สาร
- การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ ผู้แสดง ผู้ผลิต
- การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารเพื่อความสำเร็จตามองค์ประกอบหลัก คือ ผู้ส่งสาร-สาร-สื่อ/ ช่องทางและผู้รับสาร ซึ่งแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้ เป็นการพัฒนาสุขภาพแนวใหม่ที่เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมจากผู้รับสารหรือภาคประชาชน การให้ความสำคัญกับบทบาทของประชาชนที่จะร่วมพัฒนาการสื่อสารนั้นด้วย โดยมีหลักสำคัญคือการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ การมีจิตสาธารณะ การมีจิตสำนึกในการที่จะปฏิบัติตนด้านสุขภาพ รวมทั้งสิ่งสำคัญ คือ กระบวนการทำงานด้านสุขภาพที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายหรือภาคประชาชนมีส่วนร่วม ในกระบวนการคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจและปฏิบัติในสิ่งที่เป็นความต้องการของชุมชนเอง มีกระบวนการเรียนรู้และจัดการการเรียนรู้ที่สามารถนำไปสู่ความยั่งยืนได้ โดยมีเป้าหมายร่วมกัน คือ ความอยู่เย็นเป็นสุขในสังคมและชุมชน

การสื่อสารสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพที่ผ่านมา ผู้ที่มีประสบการณ์ในสาขาการสื่อสารสุขภาพต่างให้ข้อสรุปพร้อมกันว่า การสื่อสารสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ ควรจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ (Franklin Apfel, 1998 อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547: 12-13)

1. การสามารถเข้าถึงเนื้อหาด้านสุขภาพ ของกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่มีความต้องการที่หลากหลายต่างกันได้ โดยโอกาสในการเข้าถึงอาจอยู่ในรูปแบบของสื่อประเภทต่างๆ ทั้งที่เป็นสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่หรือสื่อประสม เป็นต้น
2. ความต่อเนื่องและการทวนซ้ำ ที่จะต้องมีความต่อเนื่องและอาจจะต้องมีการทวนซ้ำในบางประเด็นเพื่อให้เกิดผลกระทบตามที่คาดหวัง และ/ หรือเพื่อเป็นการส่งต่อสู่คนกลุ่มใหม่ คนรุ่นใหม่ในประเด็นสุขภาพที่ต้องการให้เกิดขึ้นถาวร
3. ความถูกต้องของเนื้อหาหรือข้อมูล
4. ความเชื่อถือได้ของเนื้อหาหรือข้อมูล ที่จะต้องมีการตรวจสอบหรือปรับให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา หรือสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นจริง
5. ความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีจำนวนมาก
6. ความต่อเนื่องของเนื้อหาหรือข้อมูล ที่จะต้องมีความต่อเนื่องและสอดคล้องกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย
7. การทันต่อเวลา โดยที่เนื้อหาหรือข้อมูลจะต้องสามารถสนองตอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือสถานการณ์ปัญหาต่างๆ ตามที่ต้องการได้
8. ความสมมูล ของเนื้อหาหรือข้อมูล รวมทั้งวิธีการต่างๆ ต้องมีความสมมูลในการนำเสนอทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์หรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ซึ่งการนำเสนอต้องมีความเที่ยงตรง
9. ความเหมาะสมกับความแตกต่างในเชิงวัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อม ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม
10. ความสามารถในการที่จะสื่อสารทำความเข้าใจ กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่มีความหลากหลายแตกต่างกัน
11. การมีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ทั้งนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นมากโดยอาจได้มาจากการสำรวจการศึกษาวิจัย หรือแม้แต่ได้มาจากผลการดำเนินงาน การถอดบทเรียนจากกิจกรรม หรือจากโครงการอื่นๆ เป็นต้น

12. การเชื่อมประสาน ต้องมีการเชื่อมประสานจากหลากหลายมิติไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมประสานสื่อในรูปแบบของการใช้สื่อประสม การเชื่อมประสานภาคีเครือข่าย การเชื่อมประสานนโยบายกิจกรรม โครงการต่างๆ ที่สอดคล้องซึ่งกันและกัน

ฉะนั้นการสื่อสารสุขภาพจะทำให้ผู้ดำเนินงานด้านสุขภาพเกิดแนวคิดและมีการเรียนรู้ในด้านการสื่อสารสุขภาพ เพื่อก่อให้เกิดความคิด สติปัญญา มีความรู้อย่างเท่าทันสุขภาพ มีจิตวิญญาณแห่งการมีชีวิตที่ดีงาม (Spiritual Well Being) เพราะการศึกษาด้านการสื่อสารสุขภาพเป็นการศึกษาและการใช้กลยุทธ์ของการสื่อสารสุขภาพ/ การสื่อสารเพื่อสุขภาพในงานสุขศึกษา การส่งเสริมสุขภาพและการสร้างเสริมสุขภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ใหม่ในด้านสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทิศทางของการสร้างเสริมสุขภาพในกระบวนทัศน์สุขภาพใหม่ ซึ่งจะบรรลุสู่ความเป็นธรรมด้านสุขภาพและความมั่นคงของมนุษย์ (Equitable Health and Human Security) ในการดำเนินงานด้านสุขภาพ คือ (วาสนา จันทรสว่าง, 2550: 56-72)

1. การมุ่งให้เกิดความเป็นธรรม (Equity) ได้แก่ ความเสมอภาคทางสถานะสุขภาพ การเข้าถึงบริการด้านสุขภาพ การกระจายทรัพยากรสุขภาพ ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพและความเท่าเทียมกันของสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์
2. คุณภาพของบริการสุขภาพ (Quality) ได้แก่ คุณภาพมาตรฐานของบริการสุขภาพที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน รวมทั้งประสิทธิภาพในการจัดงบประมาณด้านสุขภาพ ความคุ้มค่าด้านสุขภาพ
3. การมุ่งให้เกิดความมั่นคงของมนุษย์ในด้านสุขภาพ (Human Security) ได้แก่ การพัฒนาให้ประชาชนมีความสามารถในการดูแลตนเอง มีอิสระในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานสื่อสารเพื่อสุขภาพ

โครงการ อย.น้อย ถือเป็นโครงการรณรงค์ด้านสุขภาพ เนื่องจากวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการนั้น ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเด็กนักเรียนมัธยมศึกษาทั่วประเทศมีความรู้ ตระหนัก เปลี่ยนแปลงทัศนคติและเกิดพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัย โดยใช้การสื่อสารเป็นกลไกและเป็นเครื่องมือในการสร้างกระบวนการและกิจกรรมต่างๆ สู่การสร้างสุขภาพที่ดี เช่น การวางแผนถ่ายถอดประเด็นสุขภาพ ผ่านสื่อประเภทต่างๆ การใช้กลยุทธ์ในการรณรงค์ ทั้งทางด้านสื่อและด้านสาร ซึ่งจะต้องมีการใช้แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเด็นทางด้านสุขภาพ เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการพัฒนายั่งยืน

2. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารในการรณรงค์ (Communication Campaign)

ในปัจจุบันการรณรงค์ได้ถูกนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาด้านต่างๆ มากมายทั้งในระดับประเทศและระดับโลก โดยการรณรงค์เริ่มมีบทบาทครั้งแรกในประเทศโลกที่สาม เมื่อศตวรรษที่ 19 (1960-1970) เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นแก่สมาชิกของสังคม ซึ่งอาจเป็นเพียงแค่งานรณรงค์ ชุมชนขนาดเล็ก ไปจนถึงขั้นประชากรทั้งหมดของประเทศ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจำเป็นต้องอาศัยพลังของมวลชน ไม่เฉพาะปัจเจกบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ในการรับรู้ข่าวสารเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมไปตามวิถีของโครงการรณรงค์นั้นๆ ต้องการ การทำการรณรงค์โครงการหนึ่งจึงมีแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารรองรับอยู่มากมาย (กิตติ กันภัย, 2543, 226-233)

การสื่อสารในการรณรงค์ จัดอยู่ในประเภทการสื่อสารแบบวางแผน (Planned Communication) โดยเป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายของการสื่อสารตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล ไปจนถึงการรณรงค์ในหมู่สาธารณชน โดยอาศัยกลยุทธ์การใช้สารและช่องทางการสื่อสารหลายรูปแบบ ทั้งนี้มีนักนิเทศศาสตร์และนักวิชาการต่างๆ ได้ให้ความหมายของการรณรงค์ไว้หลายท่าน ดังนี้

บุษบา สุธีธร และวรรณิ ลีลาเวชบุตร (2530: 328) ให้ความหมายของการรณรงค์ว่า การรณรงค์ คือ โครงการที่จัดทำขึ้นโดยใช้การสื่อสารในลักษณะของการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดสาร ผ่านสื่อหรือกิจกรรมรูปแบบต่างๆ พร้อมกันอย่างต่อเนื่อง โดยทุกสื่อหรือกิจกรรมจะเน้นไปที่ประเด็นสำคัญในการรณรงค์ประเด็นเดียวกัน โดยต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรับรู้ในประเด็นที่ต้องการนำเสนอหรือต้องการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจหรือต้องการสร้างความปรารถนาที่จะเข้าร่วมกิจกรรมและตัดสินใจเข้าร่วม

Rogers (1976 อ้างถึงใน พิริยาภรณ์ แวงจินดา, 2547: 37) ได้กล่าวว่า การรณรงค์ที่พัฒนาขึ้นในประเทศโลกที่สามเพื่อมุ่งเน้นที่จะเกิดผลเพียงอย่างเดียว คือการให้ประชาชนได้มาซึ่งความรู้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจที่จะรับเอาความคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับสุขภาพ การเกษตรและการวางแผนครอบครัว หลักการใหญ่ๆ เกี่ยวกับผลลัพธ์ต้องการให้เกิดขึ้น คือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ เพื่อโน้มน้าวใจ อันจะนำไปสู่การระดมให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

และท้ายที่สุดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงการกระทำปรากฏให้เห็น กล่าวโดยสรุปจุดมุ่งหมายของการรณรงค์เพื่อให้มีอิทธิพลต่อความเชื่อหรือพฤติกรรมของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

Rogers และคณะ (1979: 60 อ้างถึงใน พรดี สะสมบัติ, 2548: 50) กล่าวว่า “การสื่อสารในการรณรงค์” (Communication Campaign) คือ ชุดของกิจกรรมการสื่อสารที่ถูกวางแผนไว้ล่วงหน้า ได้รับการออกแบบขึ้นมาเพื่อเข้าถึงและจูงใจประชาชน โดยการสื่อสารที่มีความหมายเฉพาะ การรณรงค์นั้นทำในช่วงเวลาสั้นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เชิงทัศนคติและพฤติกรรม โดยการรณรงค์มักจะใช้สื่อที่หลากหลาย (Multi-media Approach) เสมอ

Rice และ Atkins (2001 อ้างถึงใน วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล, 2549: 9) ให้คำนิยามของการรณรงค์ว่า การรณรงค์เป็นความพยายามโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ข้อมูล การโน้มน้าวใจหรือกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมให้ไปในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น โดยมุ่งที่ผู้รับสารจำนวนมากและไม่แสวงหาผลประโยชน์จากการรณรงค์ ซึ่งผลที่ได้นั้นก็มักจะตกอยู่กับปัจเจกบุคคลและสังคมโดยรวม การรณรงค์มักจะมีการดำเนินการภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยผ่านทางกิจกรรมการสื่อสารที่เป็นระบบ ซึ่งอาศัยสื่อมวลชนและการสนับสนุนระหว่างบุคคลในการทำให้การรณรงค์นั้นสำเร็จลุล่วง

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2548: 83) ให้คำนิยามของการรณรงค์ว่า การรณรงค์เป็นแผนการสื่อสารที่มีการเลือก การกำหนดเวลา ความคลอบคลุมในการกระจายข่าวสาร โดยผ่านสื่อ ณ เวลาใดที่จะให้สารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดหรือคุ้มค่ามากที่สุดต่อความพยายามที่ได้มีการลงทุนลงแรงนั้น ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนและมีลำดับการนำเสนอเนื้อหาและสาระของสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การสื่อสารนั้นมีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อและพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น

ลักษณะของกระบวนการสื่อสารในการรณรงค์

Rogers และ Storey (1987) ได้อธิบายถึงลักษณะของกระบวนการสื่อสารในการรณรงค์ไว้ดังนี้ (Windhal, Signitizer และ Olson, 1992: 101)

1. การรณรงค์เป็นการกระทำที่มีเป้าหมาย (A campaign is purposive)

ผู้ทำการรณรงค์ต้องมีเป้าหมายที่จะคาดหวังผลตอบรับที่จะเกิดจากการสื่อสารของตนเอง ซึ่งผลตอบรับดังกล่าวนั้นจะครอบคลุมตั้งแต่ระดับบุคคลไปจนถึงระดับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมโดยรวม ซึ่งผลตอบรับดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้รับหรือผู้ส่งในกระบวนการรณรงค์ก็ได้

2. การรณรงค์เจาะเป้าหมายไปยังผู้คนจำนวนมาก (A campaign is aimed at a large audience)

คำว่า การรณรงค์ จะเป็นการสื่อสารกับผู้คนจำนวนมาก ซึ่งเป็นการแยกการรณรงค์ออกมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มย่อย อย่างไรก็ตามกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์จะถูกกำหนดโดยวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการรณรงค์นั้นๆ โดยกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์นั้นอาจเป็นไปได้ตั้งแต่กลุ่มพนักงานไม่กี่ร้อยคนในองค์กรไปจนถึงกลุ่มประชากรทั้งหมดของประเทศก็ได้เช่นกัน

3. การรณรงค์จะต้องมีการกำหนดช่วงเวลาในการรณรงค์อย่างแน่นอน (A campaign occur during the time period)

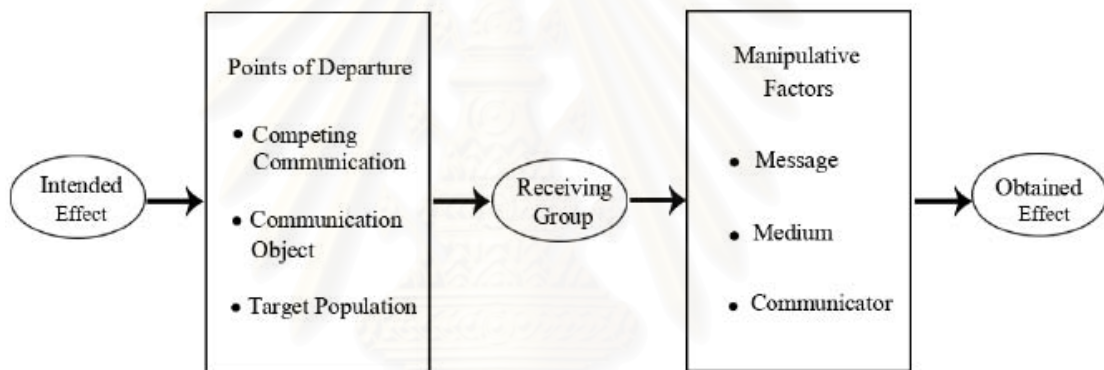
โดยช่วงเวลาในการรณรงค์นั้นจะเริ่มตั้งแต่กระบวนการรณรงค์ไปจนถึงการประเมินผล การรณรงค์ การรณรงค์ป้องกันและลดอุบัติเหตุในช่วงเทศกาลวันสงกรานต์ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีช่วงเวลาที่กำหนดไว้ชัดเจน คือ หมดช่วงเทศกาลสงกรานต์ก็จะมีประเมินผลของการรณรงค์ต่างๆ ซึ่งเป็นการวัดว่าการรณรงค์นั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยทั่วไปแล้วการรณรงค์แต่ละชิ้นมักจะกำหนดช่วงเวลาการรณรงค์ได้อย่างชัดเจน แต่บางครั้งการกำหนดช่วงเวลาในการรณรงค์ของบางโครงการยากที่จะกำหนดลงไปได้อย่างชัดเจน ในกรณีที่เป็นโครงการรณรงค์ระยะยาวอาจจะมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการสื่อสารไปตามช่วงระยะเวลา แต่วัตถุประสงค์หลักของโครงการก็ยังเป็นไปในลักษณะเดิม

4. การรณรงค์นั้นเกี่ยวข้องกับกลุ่มองค์กรและมีชุดกิจกรรมการสื่อสารต่างๆ (A campaign involves an organization set of communication activities)

การรณรงค์ต้องมีชุดกิจกรรมการสื่อสารต่างๆ ซึ่งโยงไปตั้งแต่ตัวผลิตภัณฑ์ สารที่จะนำไปเผยแพร่ตามสื่อต่างๆ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการรวมกลุ่มขององค์กรในการเป็นพันธมิตร เช่น การแถลงข่าว การจัดการรณรงค์ในระดับภูมิภาค การประสานงานกับบริษัทโฆษณาหรือองค์กรซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือในการจัดกิจกรรมทางการสื่อสารร่วมกับองค์กรอื่นๆ ด้วยเช่นกัน

แบบจำลองการสื่อสารในการรณรงค์

แบบจำลองการสื่อสารในการรณรงค์เริ่มจากการตั้งเป้าหมาย โดยพิจารณาถึงการสื่อสารของฝ่ายตรงข้ามและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร หลังจากนั้นจะศึกษาถึงกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งจะมีปัจจัยในเรื่องของสาร การใช้สื่อที่ผู้ส่งสารใช้ และการประเมินประสิทธิผลของโครงการรณรงค์ โดยพิจารณาความสำเร็จของกระบวนการสื่อสารว่าประสบความสำเร็จหรือไม่ ซึ่งในแบบจำลองนี้ทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ อย่างไรก็ตามเมื่อนักรณรงค์เปลี่ยนเป้าหมาย องค์ประกอบบางส่วนหรือทั้งหมดของกระบวนการรณรงค์อาจเปลี่ยนแปลงได้ โดยในแบบจำลองจะมีองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้ (Nowak และ Warneryd, 1968 อ้างถึงใน Windhal, Signitzer และ Olson, 1992: 105-110)



ภาพที่ 3: แบบจำลองการสื่อสารในการรณรงค์

1. ผลที่พึงประสงค์ (The Intended Effect)

การกำหนดเป้าหมายเป็นส่วนสำคัญในทุกๆ การรณรงค์ ปัญหาประการสำคัญในการรณรงค์หลายโครงการ คือ เป้าหมายของการรณรงค์ และกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องไม่ได้ถูกนิยามไว้อย่างเหมาะสม การนิยามเป้าหมายที่ไม่ดีทำให้ยากที่จะบรรลุผลตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ แม้ว่าการรณรงค์จะประสบความสำเร็จหรือไม่ก็ตาม การกระทำที่ผิดพลาดและพบเป็นประจำของนักรณรงค์มือใหม่ คือ การตั้งเป้าหมายของการรณรงค์ไว้สูงเกินไป (ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ, 2548: 41)

Bonfadelli (อ้างถึงใน Windahl และคณะ, 1992: 106) ให้ความสำคัญของการกำหนดวัตถุประสงค์ของเป้าหมาย โดยอาจแยกเป็นการให้ความรู้ การให้เกิดผลลัพธ์ เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระดับปัจเจกบุคคลหรือในระดับสังคม หรือเพื่อสร้างความรู้สึกต้องการที่

จะเปลี่ยนแปลงโดยความสมัครใจ ซึ่งในช่วงเวลาการกำหนดเป้าหมายนั้นมีทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2. ประเด็นที่ต้องคำนึงถึงในการรณรงค์ (Point of Departure)

2.1 การสื่อสารจากฝ่ายตรงข้าม (Competing Communication)

การสื่อสารของฝ่ายตรงข้ามส่งผลกระทบต่อสารที่จะนำเสนอในงานรณรงค์ ซึ่งกระบวนการรณรงค์จะต้องไม่ถูกรบกวนหรือขัดขวางจากฝ่ายตรงข้ามทั้งทางตรงและทางอ้อม แม้ว่าการรณรงค์จะไม่มีลักษณะของคู่แข่งเหมือนการตลาดเชิงพาณิชย์ (Commercial Marketing) ที่มีการแข่งขันกันทั้งเรื่องของกลยุทธ์ต่างๆ เช่น การออกสื่อ กลยุทธ์ด้านราคา แต่การรณรงค์ก็ยังคงระมัดระวังสารจากฝ่ายตรงข้ามและหาทางบริหารจัดการกับสารนั้น รวมถึงการมองหาช่วงเวลาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามช่วงระยะเวลาที่โครงการรณรงค์นั้น ถ้ามีโครงการที่รณรงค์ในลักษณะคล้ายกันหรือใกล้เคียงกันอาจส่งผลทำให้โครงการรณรงค์ดำเนินไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ กลุ่มเป้าหมายอาจให้ความสนใจหรือใส่ใจกับโครงการรณรงค์อื่นๆ มากกว่า ทั้งนี้โครงการรณรงค์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอาจช่วยสร้างกระแสในสังคมร่วมกันได้เช่นกัน

2.2 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (The Communication Object)

นักวางแผนการรณรงค์ ต้องพิจารณาว่าจะกำหนดวัตถุประสงค์อย่างไร ซึ่งการกำหนดวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันย่อมต้องการรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้บทบาทที่สำคัญของนักรณรงค์จะต้องกำหนดนิยามวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เพื่อที่จะทำให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ได้ตระหนักและเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ที่แท้จริง เช่น โครงการรณรงค์เรื่องโรคเอดส์มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่า ต้องการยับยั้งการแพร่กระจายของจำนวนผู้ที่ติดเชื้อและทำให้ผู้ติดเชื้อมีจำนวนลดลง

2.3 กลุ่มเป้าหมาย (The Target Population)

กลุ่มเป้าหมายที่กระบวนการรณรงค์ต้องการให้ความรู้ ปรับทัศนคติและพฤติกรรมนั้นไม่จำเป็นที่ว่าจะต้องได้รับสารที่สื่อออกมาโดยตรง สิ่งสำคัญก็คือเรื่องของวัตถุประสงค์ของโครงการ ส่วนกลุ่มผู้รับสารอาจแยกให้เป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มเป้าหมาย หรืออาจจะเป็นกลุ่มที่เล็กกว่าที่อยู่ภายในหรือภายนอกของกลุ่มเป้าหมายก็ได้ เช่น ผู้ส่งสารตั้งใจส่งสารไปยังกลุ่มผู้รับสารของผู้นำทางความคิดซึ่งอยู่ในกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่

ยากที่สุดในการเข้าถึง คือ กลุ่มคนที่ไม่ต้องการรับข่าวสารและไม่เปิดรับช่องทางการสื่อสาร (ณัฐวิภา ลินสุวรรณ, 2548: 42)

3. กลุ่มผู้รับสาร (Receiving group)

กลุ่มผู้รับสารกับกลุ่มเป้าหมายอาจมีความใกล้เคียงหรือมีความแตกต่างกันก็ได้ เช่น กลุ่มเป้าหมายของโครงการรณรงค์เป็นเด็กและเยาวชนอายุ 14-25 ปี แต่กลุ่มผู้รับสารอาจเป็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า หรือเป็นผู้ใหญ่ที่ได้รับข่าวสารจากโครงการ ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้รับสารนี้สามารถเป็นได้ทั้งกลุ่มที่เล็กกว่าหรือใหญ่กว่ากลุ่มเป้าหมาย

4. ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ (Manipulate Factor)

4.1 สาร (Message)

ความแตกต่างของผู้รับสาร สารที่จะสื่อออกไปก็จะต้องมีลักษณะที่แตกต่างกันด้วย เช่น ถ้ากลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ต้องการให้ผู้รับสารสื่อสารไปยังกลุ่มบุคคลอื่นด้วย เช่น คนใกล้ชิด ครอบครัว หรือเพื่อน สารที่ออกไปต้องมีลักษณะที่ส่งเสริมเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเน้นการกระจายข่าวสารออกไปในวงกว้าง และลดการสร้างสารที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือความสับสนในการสื่อสารกับคนกลุ่มอื่นได้ง่ายออกไปอย่างไรก็ตามนี้มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการนำเสนอสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. สารต้องเข้าได้กับค่านิยมและความเชื่อของกลุ่มผู้รับสาร
2. สารต้องสามารถแสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของโครงการได้
3. สารต้องสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงให้ผู้รับสารคาดหวัง เห็นผลของเป้าหมายที่จะได้รับ

4.2 สื่อ (The Medium)

ช่องทางการสื่อสารอาจมีหลายช่องทางขึ้นอยู่กับความแตกต่างของสารและกลุ่มเป้าหมาย สื่อและช่องทางการสื่อสารในรูปแบบที่ต่างกันจะมีผลทางด้านจิตวิทยา เช่น ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล การเข้าถึง ฯลฯ ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของสื่อต่างๆ และบุคคลที่เป็นผู้รับ กล่าวได้ว่า สื่อทุกประเภทนั้นมีจุดเด่นและข้อจำกัดในตัวของมันเอง

Hornik ได้ทำการเปรียบเทียบการใช้สื่อหลายอย่างเปรียบเทียบกับการใช้สื่อชนิดเดียวในการรณรงค์พบว่า การใช้สื่อที่หลากหลายทำให้เข้าถึงผู้รับสารได้ดี ซึ่งการใช้สื่อชนิดเดียวทำไม่ได้ เกิดการถกเถียงโต้แย้งในสังคมน้อยกว่า ซึ่งสารเดียวกันนั้นสามารถแพร่กระจายไปยังคนจำนวนมาก (Windahl และคณะ, 1992: 109)

4.3 ผู้สื่อสาร (Communicator)

ผู้สื่อสารหรือผู้ส่งสารนั้นเป็นองค์ประกอบที่จะต้องพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์ สาร ช่องทาง ผู้รับสาร เพื่อให้โครงการรณรงค์ประสบความสำเร็จ จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสารนั้น ได้แก่ ความน่าไว้วางใจ ความชำนาญและความตั้งใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการรณรงค์ด้วย

Rogers (1983 อ้างถึงใน Windahl และคณะ, 1992: 109) ยังได้อธิบายถึงหลักเกี่ยวกับผู้สื่อสารว่ามี 2 ประเภทในการแพร่กระจายนวัตกรรมว่า ประเภทแรกคือความคล้ายกันของผู้สื่อสาร (Homophily) โดยผู้ส่งสารที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมายจะสื่อสารได้มีประสิทธิภาพมากกว่า ดังนั้นจึงต้องอาศัยการให้บทบาทของนักพัฒนาเข้ามาช่วยในการเผยแพร่ นวัตกรรม ส่วนความแตกต่างของผู้สื่อสาร (Heterophily) จะเห็นในลักษณะการรับนวัตกรรมเข้ามาจากสังคมภายนอก ซึ่งในบางครั้งการรณรงค์หลายโครงการจะใช้บุคคลที่เรียกว่า นักสื่อสารเทียม (Pseudo-Communicator) เนื่องจากบางกรณีผู้รับสารจะเชื่อในผู้ส่งสารเทียมมากกว่าผู้ส่งสารที่แท้จริง

5. ผลที่ได้รับ (Effect Obtain)

ในขั้นนี้ที่วางแผนการรณรงค์จะต้องประเมินว่า เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการในตอนแรกกับผลที่ออกมาหลังจากการรณรงค์เป็นอย่างไร ซึ่งวิธีการประเมินจะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้วางไว้ เช่น ถ้าการรณรงค์เป็นลักษณะต่อเนื่องหวังผลระยะยาว การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายก็ต้องเป็นไปในระยะยาวตามไปด้วย โดยการประเมินผลเป็นขั้นตอนการตรวจสอบการดำเนินงานในขั้นวางแผนและการปฏิบัติ ผลจากการประเมินจะถูกนำไปใช้ในขั้นวางแผนการรณรงค์ครั้งต่อไป การประเมินผลการรณรงค์ทั้งหมดไม่ใช่แค่การประเมินผลเบื้องต้นหรือเพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งในขั้นตอนการปฏิบัติในการรณรงค์จำเป็นต้องมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ก่อนการเริ่มทำการรณรงค์ ระหว่างการทำการรณรงค์และหลังจากการ

ดำเนินการรณรงค์เสร็จสิ้นไปแล้ว เพื่อให้สามารถประเมินความสำเร็จหรือค้นหาข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่างๆ ได้ ผลของการรณรงค์อาจเป็นได้ทั้งผลที่พึงประสงค์ และผลที่ไม่พึงประสงค์หรือเป็นผลทางลบหรือทางบวก

องค์ประกอบที่สำคัญในการรณรงค์ด้านสุขภาพ

การสื่อสารในการรณรงค์ด้านสุขภาพ (Health Communication Campaign) เป็นการใช้กลยุทธ์การสื่อสารให้บุคคลหันมาเอาใจใส่ดูแลสุขภาพของตนเอง โดยมีเป้าหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตที่คำนึงถึงสุขภาพมากขึ้น ซึ่งต้องอาศัยสารและช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารมวลชน เพื่อที่จะสื่อสารให้ประชาชนได้ตระหนักปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมในการหันมาเอาใจใส่ด้านคุณภาพชีวิตและการใส่ใจสุขภาพของตนเองและคนในสังคม

องค์ประกอบในการรณรงค์ด้านสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยในการขับเคลื่อนและส่งผลให้การรณรงค์ด้านสุขภาพนั้นๆ ดำเนินการได้อย่างบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้ ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญในการรณรงค์ด้านสุขภาพ ประกอบด้วย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2546: 127-152)

1. องค์ประกอบเชิงบุคคล/ องค์การรณรงค์ ได้แก่ แกนนำ และกลุ่มพันธมิตร
2. องค์ประกอบเชิงกระบวนการรณรงค์ ได้แก่ เป้าหมายในการรณรงค์ กลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลและประเด็นในการรณรงค์ ช่องทางการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และการวิจัย
3. องค์ประกอบเชิงระบบที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ ได้แก่ การพัฒนากลไกการเชื่อมประสานการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ในระบบสังคม และการร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรในการพัฒนามาตรการเชิงระบบอื่นๆ ในสังคม

ซึ่งมีรายละเอียดดังภาพ



ภาพที่ 4: องค์ประกอบสำคัญในการรณรงค์ด้านสุขภาพผ่านสื่อมวลชน

1. องค์ประกอบเชิงบุคคล/ องค์การรณรงค์

เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากในการดำเนินการรณรงค์ เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดการริเริ่มโครงการ/โครงการรณรงค์ต่างๆ ประกอบด้วย

1.1 **แกนนำ** เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการรณรงค์ โดยผลการวิจัยพบว่าแกนนำในการรณรงค์ด้านสุขภาพในประเทศไทย ได้แก่ บุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กรที่สังเกตเห็นปัญหาและความจำเป็นในการแก้ไขปัญหา หรือมีหน้าที่เกี่ยวข้องและมีความรับผิดชอบต่อประเด็นดังกล่าวโดยตรง

1.2 กลุ่มพันธมิตร แบ่งย่อยได้เป็น

1.2.1 บุคคล บุคคลที่ให้การสนับสนุนแกนนำ ได้แก่

1.2.1.1 บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือได้รับการยอมรับในแวดวงต่าง ๆ
ในสังคม อาทิ บุคคลที่ได้รับการยอมรับในแวดวงสาธารณสุข การเมือง สังคม ตลอดจนบุคคลที่มีชื่อเสียงในฐานะดารา ศิลปินและนักแสดงต่างๆ การเข้าร่วมของบุคคลเหล่านี้เกิดจากการที่แกนนำได้ทาบตามหรือเชิญชวนให้เข้าร่วมโครงการ หรือเกิดจากการที่บุคคลเหล่านี้ติดต่อกับแกนนำและอาสาสมัครที่จะเข้าร่วมโครงการ ซึ่งบุคคลเหล่านี้อาจทำหน้าที่แตกต่างกันไป อาทิ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข้อมูลจากแกนนำผ่านสื่อมวลชนสู่ประชาชน หรือเชิญชวนให้คนร่วมมือกันทำ

กิจกรรมต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาหรืออาจทำหน้าที่ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน แต่ทำหน้าที่ซึ่งเกี่ยวข้องกับโครงการรณรงค์ เช่น การบริหารโครงการ การผลิตประเด็นรณรงค์ให้ลู่วง อาทิ ช่วยสนับสนุนด้านการระดมทุน

1.2.1.2 บุคคลที่เผชิญหน้ากับปัญหาหรือ ผลจากการมีพฤติกรรมที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งอาจเกิดจากการที่รู้จักกับแกนนำ เป็นการส่วนตัวและได้รับการเชิญชวนจากแกนนำ หรืออาจเผชิญกับปัญหาและได้รับการติดต่อโดยตรงจากสื่อมวลชน โดยบุคคลเหล่านี้จะทำหน้าที่ถ่ายทอดประสบการณ์ตรงของตนให้สาธารณชนรับทราบและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงดังกล่าว

1.2.2 หน่วยงานภาครัฐ

เป็นพันธมิตรอีกกลุ่มที่มีความสำคัญต่อโครงการรณรงค์ โดยหน่วยงานภาครัฐดังกล่าวมักเป็นหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังรณรงค์ หรือเป็นหน่วยงานที่ผู้บริหารระดับสูงเล็งเห็นความจำเป็นในการเข้าร่วมรณรงค์ หรือเป็นหน่วยงานที่ได้รับคำเชิญจากแกนนำ โดยหน่วยงานภาครัฐจะให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ อาทิ การจัดทำฐานข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับสถานการณ์ การอนุมัติบุคลากรให้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ การจัดสรรงบประมาณ หรือบุคลากรของตนในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ เป็นต้น

1.2.3 องค์กรพัฒนาเอกชน

หมายถึง มูลนิธิ ชมรม หน่วยงานที่ดำเนินกิจกรรมทางสังคมโดยไม่แสวงหากำไรต่างๆ ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้มักเข้าร่วมเป็นพันธมิตรผ่านทาง การเชิญชวนจากแกนนำ ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ สำหรับการให้การสนับสนุนเป็นไปในลักษณะของการให้ข้อคิดและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับหลักการและแนวปฏิบัติ การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ หรือการจัดกิจกรรมของกลุ่มตนเองในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

1.2.4 องค์การภาคธุรกิจเอกชน

ปัจจุบันองค์การภาคธุรกิจเอกชนได้เข้ามามีบทบาทในการรณรงค์มากขึ้น โดยเฉพาะองค์การภาคธุรกิจขนาดใหญ่ การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรขององค์การภาคธุรกิจอาจเกิดจากสาเหตุหลายประการ อาทิ ได้รับการทาบทามอย่างไม่เป็นทางการและเป็นทางการจากแกนนำ การเล็งเห็นความจำเป็น การมีนโยบายด้านกิจกรรมเพื่อสังคม การเห็นประโยชน์ร่วมในเชิงสร้างภาพลักษณ์ เป็นต้น โดยการให้การสนับสนุนขององค์การภาคธุรกิจเอกชน มักเป็นไปในลักษณะของการเข้าร่วมเป็นสปอนเซอร์ในการจัดกิจกรรม หรือบริจาคสิ่งของเพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ

1.2.5 องค์การสื่อมวลชน

ประกอบด้วย องค์การสื่อมวลชนของภาครัฐและภาคเอกชน โดยการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรอาจเกิดจากการที่นักรณรงค์เชิญชวนหรือขอความร่วมมือการจัดเวทีพบปะพูดคุยกับสื่อมวลชนกลุ่มต่างๆ ตลอดจนการที่สื่อมวลชนมีเจตนาarmiที่จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่เรื่องราวผ่านสาธารณชน หรือเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหา สำหรับการให้การสนับสนุนของสื่อมวลชน จะทำหน้าที่รายงานข่าวความเคลื่อนไหว และสภาพของผลกระทบที่เกิดขึ้นกับบุคคลต่างๆ ตลอดจนอาจให้ความร่วมมือในการผลิตและเผยแพร่สปรตรณรงค์ต่างๆ

2. องค์ประกอบเชิงกระบวนการรณรงค์ ประกอบด้วย

ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2546: 135-136) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบเชิงกระบวนการรณรงค์ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปกระบวนการรณรงค์ด้านสุขภาพได้ ดังนี้

2.1 เป้าหมายในการรณรงค์

เป้าหมายในการรณรงค์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการรณรงค์ ซึ่งประกอบด้วย การตั้งวัตถุประสงค์และผลกระทบที่นักรณรงค์อยากให้เกิดขึ้นหลังจากดำเนินการรณรงค์ หรือหลังโครงการรณรงค์สิ้นสุด

2.1.1 เป้าหมายในการรณรงค์ สามารถแบ่งได้ 2 ระดับ คือ

2.1.1.1 เป้าหมายระดับบุคคล สามารถแบ่งได้ 4 ด้านดังนี้

1. การกระตุ้นให้ตื่นตัวต่อสภาพปัญหา
2. การปรับเปลี่ยนทัศนคติไปในทางที่เหมาะสม
3. การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์
4. การสร้างความสำนึกหรือความภูมิใจให้กับบุคคล

2.1.1.2. เป้าหมายระดับโครงสร้าง

บ่อยครั้งที่การรณรงค์มีเป้าหมายที่การผลักดันด้านต่างๆ ในเชิงโครงสร้างของระบบสังคม เช่น การรณรงค์ในการสร้างกระแสตื่นตัวของชุมชน การรณรงค์เพื่อผลักดันนโยบายหรือปรับเปลี่ยนกฎหมาย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างของระบบสังคมอย่างจริงจัง

2.1.2 วัตถุประสงค์และผลกระทบของการรณรงค์

Rogers และ Storey (1987 อ้างถึงใน กิตติ กัณภัย, 2543: 234) นักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงและควบคุมสังคม ได้อธิบายถึงมิติต่างๆ ของวัตถุประสงค์และผลกระทบของการรณรงค์ว่าสามารถพิจารณาได้ 3 ลักษณะ ดังนี้

2.1.2.1 ระดับของวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของการรณรงค์อาจเป็นได้หลากหลาย แต่หากจะจัดวัตถุประสงค์เหล่านั้นโดยอาศัยเกณฑ์ระดับของความยากง่ายและความท้าทายต่อนักรณรงค์แล้ว จะพบว่าวัตถุประสงค์ของการรณรงค์จัดเป็นพวกๆ ได้ 3 ระดับ คือ

- เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร (to inform)
- เพื่อโน้มน้าวใจให้กระทำตาม (to persuade)
- เพื่อระดมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (to mobilize overt behavior change)

2.1.2.2 ระดับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมของผู้รับสาร

ผลของการรณรงค์สามารถเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ระดับภายในบุคคล (intrapersonal) ไปจนถึงระดับโครงสร้างสถาบัน (institutional) กล่าวคือ ระดับ/สถานะของการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงในระดับการรับรู้ (perception change) ของปัจเจกบุคคล ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงในแง่โครงสร้างของระบบสังคม (structure of a social system)

2.1.2.3 ระดับของผู้รับประโยชน์จากผลของการรณรงค์

ในการรณรงค์โครงการใดโครงการหนึ่งนั้น บุคคลที่จะได้รับประโยชน์จากผลของการรณรงค์นั้นๆ ได้แก่ องค์กรผู้ส่งสาร และ/หรือ ปัจเจกบุคคลผู้รับสาร เช่น โครงการรณรงค์เพื่อสาธารณสุข (Public Health Campaign) จะพบว่าคนได้รับประโยชน์เต็มๆ คือ ปัจเจกบุคคลผู้รับสารและองค์กรผู้ส่งสารที่ได้รับประโยชน์จากการยกระดับสาธารณสุขอยู่บ้าง (กิตติ กันภัย, 2543: 239)



ภาพที่ 5: มิติต่างๆ ในประเด็นวัตถุประสงค์และผลกระทบจากการรณรงค์

2.2 กลุ่มเป้าหมาย

นักบรรณรค์ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มย่อยต่างๆ ได้ตามความเหมาะสม โดยกลุ่มเป้าหมายในการบรรณรค์ด้านสุขภาพ แบ่งออกได้ 2 ประเภท ได้แก่

2.2.1 กลุ่มเป้าหมายที่นักบรรณรค์ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาโดยตรงและมีพฤติกรรมเสี่ยงด้านสุขภาพ ตลอดจนเป็นกลุ่มที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ประสงค์ โดยในการตัดสินใจเลือกว่ากลุ่มใดเป็นกลุ่มเป้าหมาย นักบรรณรค์นิยมใช้เกณฑ์ความเสี่ยงต่อโรคเข้ามาเป็นตัวกำหนด เช่น วัย พื้นที่เป้าหมาย อาชีพ เป็นต้น

2.2.2 กลุ่มเป้าหมายที่นักบรรณรค์ต้องการให้เป็นแนวร่วม

เป็นกลุ่มที่นักบรรณรค์คาดหวังว่าจะทำหน้าที่กระตุ้นให้บุคคลกลุ่มเสี่ยงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แบ่งออกได้ 3 กลุ่มย่อย ได้แก่

2.2.2.1 กลุ่มเคยเสี่ยงและยินดีเป็นแนวร่วม เป็นกลุ่มที่เคยเกี่ยวข้องและเคยมีพฤติกรรมเสี่ยงกับประเด็นปัญหาโดยตรง แต่ได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้น ประสงค์ต่อการบรรณรค์และยินดีที่จะร่วมเป็นแนวร่วมในการสื่อสารกับสาธารณชน เช่น กลุ่มคนที่เคยสูบบุหรี่ กลุ่มบุคคลที่ติดเชื้อ HIV

2.2.2.2 กลุ่มที่ยังเสี่ยงแต่สมัครใจเป็นแนวร่วม เป็นกลุ่มที่มีโอกาสเสี่ยงในการเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาต่างๆ แต่สมัครใจที่จะทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครในการประสานงานกับกลุ่มเสี่ยงด้วยกันให้พ้นจากความเสี่ยง เช่น กลุ่มเพื่อนเตือนเพื่อนในการแก้ไขปัญหาด้านยาเสพติด

2.2.2.3 กลุ่มที่ไม่เสี่ยงแต่พร้อมที่จะเป็นแนวร่วม เป็นกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มเสี่ยง แต่เป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มเสี่ยงและพร้อมที่จะทำหน้าที่สื่อสารไปยังกลุ่มเสี่ยง เพื่อให้เลิกพฤติกรรมในทางที่ไม่ดี ประสงค์ เช่น กลุ่มเด็กอนุบาลที่ต้องการให้พ่อแม่เลิกบุหรี่

2.3 ประเด็นและข้อมูลในการรณรงค์

องค์กรที่ดำเนินการรณรงค์นั้นจำเป็นที่จะต้องมามีข้อมูลที่ทันสมัยและมีความชัดเจนในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.3.1 ข้อมูลระดับพื้นฐาน เช่น ข้อมูลที่เป็นตัวเลข สถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในการรณรงค์ บัญชีรายชื่อบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ หรือบัญชีรายชื่อแหล่งหรือฐานข้อมูลต่างๆ

2.3.2 ข้อมูลเชิงแนวปฏิบัติตนของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ลักษณะพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ทักษะชีวิตที่ควรเรียนรู้และปฏิบัติ

2.3.3 ข้อมูลเชิงลึก เช่น รายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับผลและผลกระทบของพฤติกรรมเสี่ยงต่างๆ และการไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำด้านสุขภาพ ความก้าวหน้าทางวิทยาการจากนานาประเทศ โดยเฉพาะข้อมูลที่น่าสนใจในเชิงวิชาการหรือเรื่องจริงที่อิงชีวิตบุคคล

2.4 ช่องทางการสื่อสาร

ในการดำเนินการรณรงค์ด้านสุขภาพนั้น ส่วนใหญ่จะเน้นการเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางการสื่อสารมวลชนควบคู่กับช่องทางการสื่อสารอื่นๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรม โดยในการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่เหมาะสม จะพิจารณาจากประเด็นต่างๆ ที่ต้องการ เช่น การเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย การให้เกิดความตระหนักและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ทำการรณรงค์ควรศึกษาถึงประสิทธิผลของสื่อ ข้อดีและข้อจำกัดของการใช้สื่อประเภทต่างๆ และจะต้องเลือกสื่อที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สื่อที่ใช้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้ รวมถึงการใช้สื่อผสมในกระบวนการรณรงค์ด้วย ซึ่งข้อเด่นและข้อด้อยของสื่อแต่ละประเภทมีลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถจำแนกออกได้ ดังนี้

2.4.1 สื่อบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่ประกอบไปด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาทำการสื่อสารกันในลักษณะต่อต่อตัว โดยทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคล

บางครั้งอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อยซึ่งมีคนมากกว่าสองคนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้อย่างตรง

Rogers (1969, อ้างถึงใน พิริยาภรณ์ แววจินดา, 2547: 30) กล่าวว่า สื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ด้วยสื่อบุคคลมีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการชักจูงและโน้มน้าวใจ ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคลดำเนินไปอย่างง่าย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับ คู่สื่อสารมีความใกล้ชิดกัน ซึ่งกระบวนการกลุ่มสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลได้
2. การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาหรือเผชิญหน้า เป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้มีการซักถามได้ทันที ทั้งยังสามารถยืดหยุ่นการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งหากผู้ส่งสารได้รับการต่อต้านจากผู้ฟังก็อาจเปลี่ยนหัวข้อสนทนาได้
3. ผู้รับสารบางคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือและยอมรับความคิดเห็น หรือทัศนคติของสื่อบุคคลที่เขารู้จักคุ้นเคยมากกว่าที่จะเชื่อบุคคลที่เขาไม่รู้จักคุ้นเคย

Roger และ Shoemaker (1971 อ้างถึงใน ภัทธราภา เพชรแก้ว, 2548: 26) กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งผู้ส่งสารสามารถเปลี่ยนแปลง แก้ไขหรือปรับปรุงตัวสารที่ส่งออกไปให้ตรงกับความต้องการและความเข้าใจในสารได้ทันที ซึ่งในขณะที่ผู้รับสารเองนั้นก็ยังสามารถสอบถามหรือมีปฏิริยาตอบกลับเพื่อแสดงถึงความเข้าใจร่วมกันได้ ระดับของปฏิริยาตอบกลับที่สูงจะลดอุปสรรคในการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับหรือเลือกจำสารได้ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าสื่อบุคคลมีความสามารถในการโน้มน้าวใจให้เกิดการสร้างและเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ซึ่งเมื่อเทียบกับสื่อมวลชนจะได้เพียงแค่ว่าความรู้ อีกทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์ส่วนใหญ่ก็นั้นมักจะเป็นผลที่เกิดมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลเช่นกัน

2.4.2 สื่อเฉพาะกิจ

Adams (1971 อ้างถึงใน โสภิตสุตา มงคลเกษม, 2539: 35) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจว่าสื่อเฉพาะกิจมีส่วนสำคัญต่อการเผยแพร่นวัตกรรม

และข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน

สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะ อีกทั้งการใช้สื่อเฉพาะกิจยังเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน ซึ่งตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือ กิจกรรมต่างๆ นิทรรศการ วิทยุทัศน์ เทป เป็นต้น ซึ่งการใช้สื่อเฉพาะกิจนั้นสามารถใช้สื่อที่หลากหลายโดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับเนื้อหาของโครงการณรงค์ อีกทั้งเราสามารถแบ่งประเภทของสื่อเฉพาะกิจได้ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2542: 159-164)

2.4.2.1 สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจควรมีลักษณะที่สำคัญ คือ จะต้องตอบสนองวัตถุประสงค์ของการพัฒนาอย่างชัดเจน เนื้อหาหรือสารจะต้องมีความชัดเจน อีกทั้งรูปแบบจะต้องมีความน่าสนใจด้วย ที่สำคัญที่สุดคือ การแจกจ่ายไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ จะต้องแจกจ่ายให้ทั่วถึง และตรงกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่สำคัญ มีดังนี้

1. โบปลิวหรือแผ่นปลิว
2. แผ่นพับ
3. หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก
4. เอกสารแนะนำประกอบ
5. แผ่นโฆษณา
6. คู่มือสื่อมวลชน
7. จดหมายข่าว
8. จดหมาย
9. หนังสือฉบับพิเศษ

2.4.2.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สื่ออิเล็กทรอนิกส์เฉพาะกิจ คือ สื่อเฉพาะกิจที่ผลิตออกมาในรูปแบบแสงและเสียง เช่น สปอตวิทยุ สปอตโทรทัศน์ เทปบันทึกเสียง วีดิทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์และสื่ออินเทอร์เน็ตต่างๆ เป็นต้น

2.4.2.3 สื่อกิจกรรม

ลักษณะที่สำคัญของการใช้สื่อกิจกรรมเป็นสื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยเน้นในกลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์และความบันเทิงไปพร้อมกัน การใช้สื่อเฉพาะกิจนั้นจะทำให้ผู้ใช้สามารถสื่อข่าวสารข้อมูลสำหรับเผยแพร่รณรงค์เรื่องใดเรื่องหนึ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงและเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติ เหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งคือ สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่สามารถควบคุมได้ ทั้งในแง่ความถูกต้องของเนื้อหาตามข้อเท็จจริงและแนวคิด อีกทั้งเป็นสื่อที่ค่อนข้างมั่นใจได้ว่าเข้าถึงตัวผู้รับสารอย่างแน่นอน นอกจากนี้สื่อนี้มีจุดเด่นในการสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทั้งนี้ควรจะศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วย โดยรูปแบบของกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

1. การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Days and Weeks)

โดยการเลือกกำหนดเอาวันสำคัญหรือสัปดาห์สำคัญ โดยเฉพาะเจาะจงขึ้นมาเองแล้วถือเอาวันหรือสัปดาห์ช่วงนั้นจัดกิจกรรมขึ้น

2. การจัดกาแสดงและนิทรรศการ (Displays and Exhibitions)

เป็นการจัดแสดงผลงานความก้าวหน้าของโครงการ หรือ อาจจะเป็นการจัดแสดงเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

3. *การประชุมและการประชุม (Meetings and Conferences)* เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่ายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เช่น การจัดประชุมวิชาการ การประชุมเชิงปฏิบัติการ จัดอบรมให้ความรู้ เฉพาะด้านกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

4. *การจัดประกวด (Contest)* เป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายได้ส่งผลงานเข้าร่วมการประกวด ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงปัญหาในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

5. *การเดินขบวน จัดขบวนแห่ (Parades and Pageants)* ส่วนใหญ่จะจัดร่วมกับกิจกรรมประเภทการแสดงหรือนิทรรศการ เพื่อเป็นการสร้างสีสันและบรรยากาศที่เร้าใจ

กิจกรรมที่จัดขึ้นต้องจะต้องมีความสอดคล้องกับสภาพสังคม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารการจัดกิจกรรม ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงเรื่องของวันและเวลา ในการจัดกิจกรรมให้เหมาะสม และไม่ควรที่จะจัดกิจกรรมตรงกับช่วงที่มีเหตุการณ์สำคัญ หรือมีเรื่องที่ตั้งความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่ เพราะจะทำให้งานที่จัดไม่เกิดกระแสเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามสื่อเฉพาะกิจยังมีข้อจำกัดอยู่ คือ มีลักษณะที่เป็น Passive ซึ่งถ้ากลุ่มเป้าหมายไม่เปิดรับหรือเข้าร่วมก็ไม่สามารถสื่อสารข้อมูลใดออกไปได้ ดังนั้นจะต้องอาศัยการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างรอบคอบ

2.4.3 สื่อผสม

เกศินี จุฑาวิจิตร (2542: 170) ให้คำนิยามของการใช้สื่อผสมว่า เป็นการเลือกช่องทางการสื่อสารหลายๆ ช่องทางมาใช้ร่วมกันในการส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด ความเหมาะสมและความพยายามที่จะจัดให้การสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ นั้นเป็นไปอย่างสอดคล้องและส่งเสริมซึ่งกันและกัน

การนำเอาสื่อต่างๆ มาใช้ร่วมกันเป็นสื่อผสม (Media Forums) เพราะสื่อแต่ละชนิดสามารถทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกันได้ ในขณะที่สื่อชนิด

หนึ่งด้วยประสิทธิภาพในด้านหนึ่ง เช่น สื่อมวลชนมีความสามารถในการเผยแพร่ข่าวสารการพัฒนาไปยังคนจำนวนมากได้ดีกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล ในขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของประชาชน ซึ่งการใช้สื่อผสมเพื่อการพัฒนา นั้นสามารถแบ่งกลยุทธ์การใช้สื่อผสมได้ดังต่อไปนี้

1. การใช้สื่อมวลชนผสม

หมายถึง การใช้สื่อมวลชนหลายๆ อย่างในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา ในช่วงเวลาเดียวกันของโครงการพัฒนาโครงการใดโครงการหนึ่ง เช่น เผยแพร่ทั้งในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์และภาพยนตร์

2. การใช้สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชนผสมกัน

หมายถึง การบูรณาการสื่อหลายๆ ชนิดเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งสื่อบุคคลมีอิทธิพลอย่างสูงในการชักจูงใจ ขณะที่สื่อมวลชนก็สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ส่วนสื่อเฉพาะกิจก็มีเนื้อหาเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการนำสื่อทั้ง 3 ประเภทมาใช้ร่วมกันจึงสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้

การเลือกสื่อเพื่อการพัฒนาด้านสุขภาพ

กระบวนการรณรงค์ที่จะประสบความสำเร็จนั้น ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อที่ใช้ในการรณรงค์เป็นสิ่งที่ เป็นเครื่องมือให้การรณรงค์สำเร็จไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย โดยเกณฑ์การเลือกสื่อเพื่อการพัฒนาด้านสุขภาพมี ดังนี้

1. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เลือกสื่อที่ให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมในการสื่อสารและสามารถมีปฏิริยาตอบกลับ เพื่อให้ผู้รับสารได้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามเป้าหมายที่ผู้รณรงค์ต้องการ

2. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับผู้รับสารและเนื้อหา ควรมีลักษณะที่เข้าใจได้ง่าย เนื่องจากเรื่องเกี่ยวกับการแพทย์และสาธารณสุขมักจะเป็นเรื่องที่ยากแก่การเข้าใจของคนทั่วไปอยู่แล้ว เพื่อช่วยให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ อีกทั้งยังเพื่อประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจมากกว่าที่จะมุ่งเน้นในการให้ความรู้แต่เพียงอย่างเดียว เพื่อให้เกิดการตอบสนองและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

3. เลือกสื่อที่เหมาะสมกับความสามารถและประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร โดยจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล กลุ่มคนและบริบทแวดล้อมด้วย

4. เลือกสื่อที่หาได้ง่ายและสะดวกต่อการใช้ ไม่จำเป็นต้องมีราคาแพง อาจใช้สื่อทางด้านเทคโนโลยีและช่องทางวิธีการสื่อใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

อีกทั้ง Davies ได้เสนอหลักการพิจารณาการเลือกสื่อที่ใช้ในโรงเรียน 6 ประการ ได้แก่ (กิดานันท์ มลิทอง, 2543: 99)

1. สื่อต้องสัมพันธ์กับบทเรียนและจุดมุ่งหมายในการสอน
2. เลือกสื่อที่มีเนื้อหาถูกต้อง ทันสมัย น่าสนใจ และเป็นสื่อที่จะให้ผลต่อการเรียนการสอนมากที่สุด ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาวิชานั้นได้ดีเป็นลำดับขั้นตอน
3. เป็นสื่อที่เหมาะสมกับวัย ระดับชั้น ความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียน
4. สื่อต้องมีความสะดวกในการใช้ มีวิธีใช้ที่ไม่ซับซ้อนเกินไป
5. เป็นสื่อที่มีคุณภาพ เทคนิคการผลิตที่ดี มีความชัดเจนและเป็นจริง
6. ราคาไม่แพงจนเกินไป ถ้าจะผลิตเองควรจะคุ้มค่างับเวลาและการลงทุน

การใช้สื่อเพื่อการพัฒนาด้านสุขภาพ

กิติมา สุรสนธิ (2548:18-19) กล่าวว่า การใช้สื่อเป็นกลยุทธ์ของผู้ส่งสารว่าจะสามารถใช้สื่อออกไปได้ถูกต้อง เหมาะสมกับสถานการณ์ของการสื่อสารต่างๆ ซึ่งรูปแบบวิธีการใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพมีลักษณะดังนี้

1. **การใช้สื่อเดียว** เป็นการใช้สื่อใดสื่อหนึ่งในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับ เช่น การใช้สื่อบุคคลในการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ให้แก่ผู้รับ การใช้สื่อเพียงสื่อเดียวอาจเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ไม่ทั่วถึงและไม่สามารถสร้างความสนใจผู้รับจำนวนมากได้ ซึ่งทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารเกิดขึ้นได้น้อยกว่าการใช้สื่อหลายๆ สื่อ

2. **การใช้สื่อผสม** เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยการใช้สื่อหลายประเภทเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างความน่าสนใจ การเข้าใจและการรับรู้ข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการใช้สื่อผสม ผู้ส่งอาจจะใช้สื่อตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไปในการสื่อสาร เช่น การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในการดูแลรักษาสุขภาพ

สื่อเป็นปัจจัยพื้นฐานของการรณรงค์ด้านสุขภาพ ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะระบุระยะเวลาการใช้สื่อ เนื่องจากว่าสื่อที่มีความจำเป็นที่ต้องใช้ทุกขั้นตอนและตลอดเวลาที่ดำเนินโครงการรณรงค์ ซึ่งแน่นอนว่าการใช้สื่อจะมีมากขึ้นเมื่อโครงการเข้าสู่ระยะปฏิบัติการในพื้นที่เป้าหมาย อีกทั้งต้องใช้เวลาพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะเอื้อให้เกิดการพัฒนาด้านสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.5 กลยุทธ์การสื่อสาร

การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญของการรณรงค์ การเลือกกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมจะนำไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินโครงการรณรงค์ ซึ่งต้องใช้เทคนิคและวิธีการวางแผนกลยุทธ์ทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ ทั้งนี้จะต้องวางแผนการเตรียมขั้นตอนในการดำเนินงานรณรงค์แต่ละขั้นตอนให้มีเหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์ ระยะเวลาและบริบทที่แปรเปลี่ยนไป

เราสามารถแบ่งกลยุทธ์การสื่อสารด้านสุขภาพได้ออกเป็น 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านสารและกลยุทธ์ด้านสื่อ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

2.5.1 กลยุทธ์ด้านสาร (Message Strategies)

การออกแบบและพัฒนาสารถือเป็นเรื่องสำคัญในการรณรงค์ เพื่อให้เกิดการสร้างอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายและเข้าถึงผู้รับสาร อีกทั้งให้เกิดผลกระทบตามที่โครงการรณรงค์ต้องการ ซึ่งสารที่สื่อออกไปนั้นจะต้องมีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ เพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในทางที่พึงประสงค์ ซึ่งประสิทธิผลของสารส่วนใหญ่จะอยู่กับลักษณะการรื้ออารมณ์ของที่ใช้ (Type of Appeal) รูปแบบการนำเสนอ (Presentation Style) รวมไปถึงปัจจัยด้านผู้ส่งสารที่มีอิทธิพลต่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย โดยการออกแบบและพัฒนาสารสามารถใช้กลยุทธ์ด้านสารได้ 3 แนวทาง ได้แก่ การใช้แนวทางเชิงลบ การใช้แนวทางเชิงบวกและการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

2.5.1.1 การใช้แนวทางเชิงลบ (Negative Approach)

งานรณรงค์ด้านสุขภาพส่วนมากการใช้ความน่ากลัว เพื่อสร้างความอ่อนไหวทางอารมณ์ (Emotional Appeal) ให้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อบอกเล่าความรุนแรงของผลที่เกิดขึ้นจากการไม่ใส่ใจดูแลสุขภาพ หรือชူးและตักเตือนกลุ่มเป้าหมายเพื่อไม่ให้ทำพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ต่อสุขภาพ โดยอาจออกมาในรูปของสำนวนภาษาต่างๆ หรือรูปภาพที่สะท้อนถึงความรุนแรง เช่น “เป็นเอดส์แล้วตาย” หรือภาพคนทุกข์ทรมานจากการติดยา ซึ่งเป็นกรนำเสนอข้อเท็จจริงเพื่อให้เกิดการตระหนัก และมีการนำข้อมูลเหล่านั้นมาบอกต่อบุคคลอื่นหรือใช้ในการประกอบการตัดสินใจ อีกทั้งวิธีการใช้บุคคลที่ทำหน้าที่ตักเตือนกลุ่มเป้าหมาย โดยให้คนที่กลุ่มเป้าหมายให้ความเชื่อถือและศรัทธาทำหน้าที่ในการตักเตือนหรือบอกเล่าข้อมูลต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายไม่กระทำพฤติกรรมที่ไม่เป็นผลดีต่อสุขภาพซึ่งก็เป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพเช่นกัน

2.5.1.2 การใช้แนวทางเชิงบวก (Positive Approach)

ส่วนมากการใช้แนวทางเชิงบวกในการรณรงค์ด้านสุขภาพจะเป็นแนวทางในด้านการเสริมสร้างกำลังใจและสนับสนุนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมักใช้สื่อบุคคลหรือสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ที่มีการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ภาพหรือบรรยากาศที่ทันสมัยเป็นการกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติตน อีกทั้งยังมีการใช้กลยุทธ์บุคคลที่มีชื่อเสียงเพื่อเป็นแม่แบบในการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

ในการที่จะให้สังคมเกิดกระแสความตื่นตัวนั้นควรจะมีการออกแบบและพัฒนาสารหรือข้อความที่สะดุดหู สะดุดตาเพื่อให้เกิดการพูดกันปากต่อปากและให้เกิดเป็นกระแส เพื่อสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการแก้ไขปัญหา เช่น เกิดความรู้สึกร่วม เกิดจิตสำนึก ค่านิยม และให้เกิดความร่วมมือและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ร่วมกัน อีกทั้งการโน้มนำให้บุคคลกลุ่มเสี่ยง เห็นความสำคัญของปัญหาและเข้ามามีบทบาทในการลดปัญหา อีกทั้งช่วยสะท้อนให้เห็นว่ายังมีคนให้กำลังใจและสนับสนุน หากจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้การรวมพลังกันโดยการสร้างความร่วมมือในการสร้างสภาพแวดล้อมที่คาดหวังร่วมกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาเรื่องดังกล่าวให้เกิดขึ้นจริงและมีความยั่งยืน

2.5.1.3 การให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง (Pro and Con Approach)

ในโครงการที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่มีความรู้สูง มีวิจาร์ณญาณในการตัดสินใจหรือมีความตื่นตัวในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่นักรณรงค์จะให้การให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง ทั้งแนวทางเชิงลบและแนวทางเชิงบวก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ใช้วิจาร์ณญาณในการพิจารณาในมิติต่างๆ ด้วยตนเอง

2.5.2 กลยุทธ์ด้านสื่อ (Media Strategies)

การเลือกและการใช้สื่อที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายและสถานการณ์ของการรณรงค์นั้นๆ จะช่วยให้การรณรงค์ประสบความสำเร็จและเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับเปลี่ยนความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายไปในทิศทางที่พึงประสงค์ หากตัวสารมีประสิทธิภาพแต่ด้านสื่อไม่มีประสิทธิภาพแล้ว เป้าหมายที่การรณรงค์คาดหวังไว้อาจไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดก็เป็นได้ โดยกลยุทธ์ด้านสื่อมี 3 แนวทางเช่นกัน ได้แก่ การใช้แนวทางเชิงลบ การใช้แนวทางเชิงบวกและแนวทางอื่นๆ ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

2.5.2.1 การใช้แนวทางเชิงลบ (Negative Approach)

งานรณรงค์ด้านสุขภาพส่วนมากการใช้แนวทางเชิงลบจะมุ่งเน้นการเข้าถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผ่านเหตุการณ์จริงหรือผ่านบุคคลที่ประสบปัญหาจริง เพื่อตอกย้ำและถ่ายทอดประสบการณ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรงเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

การใช้สื่อบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ น่าเชื่อถือ หรือใช้กลุ่มแนวร่วมในภาคีต่างๆ ในการให้ความร่วมมือในการเพิ่มศักยภาพของกระบวนการรณรงค์ด้านสุขภาพ ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการที่จะโน้มน้าวใจให้บุคคลกลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญว่า ควรที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์นั้นๆ

2.5.2.2 การใช้แนวทางเชิงบวก (Positive Approach)

การจัดกิจกรรมเชิงทางเลือก เป็นแนวทางที่ได้รับความนิยม เพราะเป็นแนวทางที่หลีกเลี่ยงการข้องเกี่ยวกับสภาพปัญหาโดยตรง เนื้อหาสาระของการรณรงค์อาจชี้ให้เห็นความสำคัญของการใช้เวลาว่างในรู้นะทางออกจากพฤติกรรมที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งนิยมใช้

ศิลปิน ดาราบุคคลที่มีชื่อเสียงเข้ามาเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจหรือเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่เป้าหมาย

2.5.2.3 การใช้แนวทางอื่นๆ

ในปกตินักบรรณรักษ์จำเป็นต้องติดตามข้อมูลข่าวสารในสื่อต่างๆ ประเภทอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตนเองและกระแสสังคม อีกทั้งต้องสนใจรูปแบบและประเภทของสื่อต่างๆ เช่น รูปแบบรายการ วิธีการนำเสนอ เพื่อที่จะทำการติดต่อสร้างความร่วมมือซึ่งกันและกัน ในด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาต่างๆ ในการนำเสนอประเด็นนั้นๆ ให้สอดคล้องกับรูปแบบและวิธีการนำเสนอของรายการที่เราขอความร่วมมือ ซึ่งนักบรรณรักษ์ก็ต้องทำหน้าที่ที่จะพร้อมให้ข้อมูลอยู่เสมอ

2.6 การวิจัย

กระบวนการวิจัยและข้อมูลจากการวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการบรรณรักษ์ด้านสุขภาพ โดยการวิจัยจะทำให้ทราบถึงข้อมูล ดังต่อไปนี้

- พื้นฐานเกี่ยวกับประชาชน สถานการณ์แวดล้อมและประเด็นปัญหา
- ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย
- การเลือกกลุ่มเป้าหมาย
- การจัดลำดับความสำคัญและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- การคิดกลยุทธ์ รูปแบบของกระบวนการบรรณรักษ์และหาช่วงเวลาที่เหมาะสม
- การทดสอบสื่อที่ใช้ในการบรรณรักษ์ก่อนการบรรณรักษ์
- การติดตามผลที่เกี่ยวข้องกับการบรรณรักษ์

โครงการบรรณรักษ์ต่างๆ มีการนำการวิจัยมาใช้ในช่วงเวลาต่างๆ ของการบรรณรักษ์ดังนี้

2.6.1 ระยะเวลาเริ่มดำเนินโครงการ ได้แก่ ช่วงเวลาที่นักบรรณรักษ์ศึกษาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับประเด็นในการบรรณรักษ์ ไปจนถึงการตัดสินใจเลือกกิจกรรมต่างๆ ในการบรรณรักษ์

2.6.2 **ระยะดำเนินโครงการรณรงค์** ได้แก่ ช่วงเวลาที่นักรณรงค์เริ่มเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและจัดกิจกรรมรณรงค์ต่างๆ โดยการติดตามความคืบหน้าของโครงการรณรงค์และการวิเคราะห์ข่าวที่เสนอผ่านทางสื่อ

2.6.3 **ระยะเวลาหลังโครงการรณรงค์สิ้นสุด** ได้แก่ ช่วงเวลาที่นักรณรงค์ยุติกิจกรรมการสื่อสารเชิงรุกต่างๆ กับสาธารณชนตามแผนที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งจะออกมาในรูปของงานวิจัยประเมินผลโครงการรณรงค์

3. องค์ประกอบเชิงระบบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

3.1 การพัฒนากลไกในการเชื่อมประสานการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ในระบบสังคม

กล่าวคือ ผลจากการวิจัยพบว่า กลไกในการเชื่อมประสานการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ในระบบสังคมเป็นสิ่งจำเป็นหากนักรณรงค์ต้องการที่จะให้เกิดกระแสความตื่นตัวในสังคม

3.2 การพัฒนาระบบส่งเสริมศักยภาพของชุมชนในการรณรงค์ในพื้นที่

กล่าวคือ หากต้องการให้เกิดความยั่งยืนและสมาชิกในพื้นที่เป้าหมายมีความรู้สึกผูกพันกับการรณรงค์ ตลอดจนเป็นการสื่อสารแนวระนาบ นักรณรงค์พบว่า ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนเป้าหมายสามารถพัฒนากระบวนการรณรงค์ในพื้นที่ตนเอง

3.3 การร่วมมือกับพันธมิตรในการพัฒนามาตรการเชิงระบบอื่นๆ ในสังคม

กล่าวคือ การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในการพัฒนามาตรการเชิงระบบอื่นๆ ในสังคมเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะมาตรการด้านการศึกษา การบำบัดฟื้นฟูและการกำกับดูแลกันในชุมชน

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการรณรงค์ด้านสุขภาพ

วาสนา จันทร์สว่าง (2550: 136-151) กล่าวว่า ในการดำเนินงานรณรงค์ให้ประสบความสำเร็จ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการรณรงค์ด้านสุขภาพมี ดังนี้

1. ผู้นำโครงการมีความรับผิดชอบ อุดมการณ์และจิตสาธารณะ

ผู้นำโครงการซึ่งทำหน้าที่เป็นนักสื่อสารสุขภาพหรือนักรณรงค์ด้านสุขภาพจะมีหน้าที่และความรับผิดชอบเกือบทุกอย่างในการดำเนินงานรณรงค์ ตั้งแต่ตำแหน่งประธานโครงการ เลขานุการ ที่ปรึกษา ผู้ประสานงาน เป็นวิทยากรหลัก มีบทบาทในการเป็นผู้นำในการนำนโยบายและแผนงานของโครงการมาปฏิบัติ รับผิดชอบดำเนินงาน ติดต่อประสานงานและอำนวยความสะดวกต่างๆ ตลอดจนประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ให้คำปรึกษาโดยตัวเองเป็นสื่อบุคคลและใช้สื่อต่างๆ ในการสื่อสาร

ฉะนั้นผู้นำโครงการรณรงค์จะต้องมีความรับผิดชอบทุกอย่าง มีความอดทน เข้มแข็ง กระตือรือร้น เอาจริงเอาจัง ต้องมีอุดมการณ์ มีจิตสาธารณะ เป็นแบบอย่างที่ดี และเป็นผู้นำที่กลุ่มเป้าหมายให้ความเชื่อมั่น เชื่อถือ ศรัทธา ซึ่งคุณสมบัตินี้มีอิทธิพลต่อความร่วมมือที่จะได้รับจากกลุ่มเป้าหมายและสามารถส่งผลให้โครงการประสบความสำเร็จ

2. แรงสนับสนุนทางสังคม โดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ/ เอกชน/ ธุรกิจ/ ท้องถิ่น/ ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

แรงสนับสนุนทางสังคม หมายถึง สิ่งที่คุณคได้รับโดยตรงจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคล อาจจะเป็นข้อมูล ข่าวสาร ทู่น การให้คำแนะนำในด้านที่เกี่ยวข้องและเป็นเครือข่ายที่ช่วยสนับสนุน ทั้งในเรื่องทรัพยากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการที่โครงการได้รับสิ่งตอบแทนอื่นๆ เช่น การได้รับรางวัล ได้รับการยกย่องจากสมาชิกในสังคม

โดยการสื่อสารระหว่างผู้ให้และผู้รับจะเป็นไปในลักษณะแนวระนาบ ซึ่งคู่สื่อสารที่สร้างความเข้าใจร่วมกัน ปฏิบัติงานร่วมกันในโครงการรณรงค์ ไม่ใช่การสั่งการจากเจ้าหน้าที่ของรัฐไปยังชุมชนกลุ่มเป้าหมาย

3. งบประมาณจากรัฐ เอกชน ธุรกิจหรือชุมชน

งบประมาณเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานรณรงค์ทางด้านสุขภาพ ที่จะทำ ให้โครงการเริ่มต้นเกิดขึ้นและดำเนินต่อไปได้ โดยงบประมาณอาจได้จากทั้งภาครัฐ องค์กรเอกชน ธุรกิจหรือชุมชน ร่วมมือให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

4. การมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึง การใช้การสื่อสารต่างๆ กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในการรณรงค์ใน

รูปแบบและกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น ตลอดจนการที่กลุ่มเป้าหมายเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร โดยเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารเอง จัดการผลิตสื่อผลิตสารเอง การริเริ่มเป็นผู้จัดงานต่างๆ หรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ด้วยตนเอง

5. การสร้างเครือข่ายและการสื่อสารเครือข่าย

การสร้างเครือข่ายและการสื่อสารเครือข่ายเพื่อสร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ตีร่วมกัน เป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในโครงการรณรงค์ด้านสุขภาพ การรวมตัว การรวมกลุ่ม การมีเครือข่ายเพื่อการดำเนินงานไปด้วยกัน พร้อมกัน ประสานงานกัน มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเครือข่าย ทำให้เครือข่ายได้มีโอกาสร่วมคิดและหาแนวทางดำเนินงานไปสู่จุดมุ่งหมายร่วมกันและเกิดพลังสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ยังก่อให้เกิดการรวมตัวกันของประชาชนเป็นกระแสสังคมในการรวมพลังสร้างสุขภาพ การสร้างจิตสำนึกที่จะก่อให้เกิดค่านิยมทางด้านสุขภาพ และเกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

6. การสร้างสุขภาพองค์กร

การรณรงค์ของโครงการควรมีเนื้อหาที่หลากหลาย ครอบคลุมเรื่องของสุขภาพองค์กร การให้ความรู้ ให้คำปรึกษาหรือแนะนำเรื่องสุขภาพต่างๆ ทั้งทางด้านสุขภาพกาย จิต สังคม สิ่งแวดล้อมและดำเนินการอย่างครบวงจร

7. ความต่อเนื่องและการดำเนินงานครบวงจร

การรณรงค์ต้องมีการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและครบวงจร ตลอดจนมีการกระตุ้นเตือนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างค่านิยมทางด้านสุขภาพให้คนปฏิบัติจนติดเป็นนิสัย เป็นกิจวัตรประจำวัน หรือเป็นวิถีชีวิตครอบครัว ชุมชนและสังคม อีกทั้งยังต้องมีปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมด้วยเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องแบบครบวงจร เช่น มีงบประมาณต่อเนื่อง การติดตามผลและการสนับสนุนปัจจัยต่างๆ การจัดกิจกรรมต่อเนื่องที่หลากหลาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ ติดตามและมีส่วนร่วมตลอดไป

8. ชุมชนเป็นศูนย์กลาง

การรณรงค์ด้านสุขภาพที่ประสบผลสำเร็จไม่ใช่ว่าจะต้องใช้สื่อมวลชนในการสร้างกระแสสังคมเท่านั้น ซึ่งเป้าหมายของการรณรงค์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสุขภาพที่ยั่งยืน ต้องเป็นการรณรงค์ของชุมชนและสมาชิกชุมชนด้วย ในฐานะ

ศูนย์กลางแห่งการรณรงค์ หรืออาจบอกได้ว่า การรณรงค์ด้านสุขภาพต้องรณรงค์ให้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Community Center)

9. การสื่อสารสองทาง

การรณรงค์เป็นการสื่อสารในรูปแบบการโน้มน้าวใจ เป็นการสื่อสารในแนวระนาบ ระหว่างคู่สื่อสารในการสร้างความเข้าใจร่วมกัน (Share Meaning) และมีการดำเนินงานแบบกระจายอำนาจ มอบอำนาจให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือชุมชน โดยการทำงานอย่างไม่มีช่องว่างระหว่างกัน อีกทั้งการสื่อสารจะใช้กลยุทธ์ของการสื่อสารสองทาง ไม่มีใครผูกขาดในการเป็นผู้ส่งสารและรับสาร มีวัตถุประสงค์ที่จะทำงานและสร้างความเข้าใจร่วมกัน

10. พลังของความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการ

ในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการรณรงค์นั้น ความสำคัญของทุกองค์ประกอบของการสื่อสารนั้นมีความทัดเทียมกัน ทั้งผู้ส่งสาร สาร สื่อ ช่องทางหรือกิจกรรม รูปแบบหรือวิธีการ และผู้รับสาร ซึ่งสิ่งที่บ่งชี้ถึงความสำเร็จของโครงการ ก็คือความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในการสื่อสาร ซึ่งพบว่าความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการในการสื่อสารมีความสัมพันธ์มากกว่าความสัมพันธ์ที่เป็นทางการที่มีระบบระเบียบที่แน่นอนชัดเจน

อุปสรรคที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการรณรงค์ด้านสุขภาพ

วาสนา จันทรสว่าง (2550: 153-156) กล่าวว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของโครงการรณรงค์ด้านสุขภาพ มีดังนี้

1. งบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงานมีไม่ครอบคลุมทั่วถึง ไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง
2. การสื่อสารภายในหน่วยงานของกลุ่มเป้าหมายหรือภายในชุมชนไม่ครอบคลุมทั่วถึง
3. ขาดการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน
4. การสื่อสารเครือข่ายรณรงค์ด้านสุขภาพไม่ต่อเนื่อง
5. ขาดผู้นำที่มีพลังและศักยภาพในการดำเนินงาน
6. เป็นการรณรงค์สร้างภาพลักษณ์ให้แก่หน่วยงานหรือการสร้างกระแสสังคมเพียงอย่าง

เดี่ยว

7. ลักษณะ/ รูปแบบการรณรงค์ด้านสุขภาพไม่ชัดเจน เข้าใจยาก ทำให้สับสน ไม่น่าสนใจ
8. ขาดบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทางในการรณรงค์สร้างสุขภาพ
9. ขาดวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน
10. ขาดแหล่งข้อมูล ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพ
11. ขาดข้อมูลข่าวสาร ความรู้และการปฏิบัติตนด้านสุขภาพทางสื่อมวลชนและสื่ออื่นๆ
12. ประชาชนขาดจิตสำนึกและค่านิยมในการสร้างสุขภาพ

การรณรงค์โครงการ ออย.น้อย นั้นมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายคือ ต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก็คือนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาได้มีความรู้ ตระหนัก เปลี่ยนทัศนคติ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูแกนนำนักเรียนแกนนำ เป็นต้น ในการที่จะช่วยกันขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่พึงประสงค์ เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคลและสังคม โดยควรมีการคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก นอกจากนี้ในการดำเนินการรณรงค์นั้นควรมีการวางแผนใช้กลยุทธ์ทางด้านสื่อและสารที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งควรศึกษาถึงปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ด้วย ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีทางการสื่อสารในการรณรงค์ เป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์การรณรงค์โครงการ ออย.น้อยของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค, กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ ออย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ ออย.น้อยทางด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

3. แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing)

แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม เป็นแนวคิดที่มีการประยุกต์ใช้แนวทางวิธีการด้านการตลาดในเชิงธุรกิจมาใช้วิเคราะห์วางแผนและประเมินการดำเนินงานกิจกรรมที่จะจัดขึ้น เพื่อให้มีอิทธิพลต่อเป้าหมายที่เราต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคลหรือสังคมโดยรวม เพื่อความ เป็นอยู่ที่ดีขึ้น เช่น การนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมไปปรับใช้ในการส่งเสริมหรือรักษาสุขภาพอนามัย (Health Care Marketing) เพื่อใช้ในการรณรงค์ให้ประชาชนรู้จักวิธีการดูแลสุขภาพ

อนามัยให้แข็งแรง รวมทั้งป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ เป็นต้น อีกทั้งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของการตลาดเพื่อสังคมไว้ ดังนี้

Kotler และ Zaltman (1971: 3-12) ให้ความหมายของการตลาดเพื่อสังคมว่า เป็นการออกแบบ (Design) การใช้ส่งเสริมหรือสนับสนุน (Implementation) และการควบคุม (Control) แผนที่จัดทำขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลต่อการยอมรับความคิดทางสังคม รวมถึงการพิจารณาในเรื่องของการวางแผนในรูปของสินค้า (Product) การกำหนดราคา (Pricing) การสื่อสาร (Communication) การจัดจำหน่าย (Distribution) และการวิจัยตลาด (Marketing Research)

Kotler และ Roberto (1989 อ้างถึงใน พรดี สะสมบัติ, 2548: 78) ให้ความหมายของการตลาดเพื่อสังคมว่า เป็นกลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม ซึ่งรวมเอาส่วนประกอบที่ดีของแนวทางการเปลี่ยนแปลงสังคมแบบดั้งเดิมในลักษณะที่มีกรอบความคิด การวางแผน การปฏิบัติการอย่างผสมผสาน และมีการใช้ประโยชน์ของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารและทักษะการตลาด

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2547: 37-38) กล่าวว่า การตลาดเพื่อสังคม คือ การใช้ทักษะการตลาดเพื่อให้เกิดการกระทำบางอย่างในสังคม ให้กลายเป็นแผนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จนผู้รับมีการตอบสนองหรือเปลี่ยนแปลงไปตามที่ผู้วางแผนต้องการ หรือเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมภายในโครงสร้างสังคมให้เกิดการเอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดและลักษณะของการตลาดเพื่อสังคม

การตลาดเพื่อสังคม เป็นการใช้แนวคิดทางการตลาดเพื่อจุดประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงสังคมให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ เช่น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองในการดูแลรักษาสุขภาพ ป้องกันการบาดเจ็บ คุ้มครองสิ่งแวดล้อมหรือช่วยเหลือชุมชน โดยแนวคิดของการตลาดเพื่อสังคมมีลักษณะเด่น 5 ประการ ดังนี้ (Kotler, Roberto และ Lee, 2002: 5-8)

1. การตลาดเพื่อสังคมขายการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ซึ่งนักพัฒนามักต้องการให้กลุ่มเป้าหมายปฏิบัติหนึ่งในสี่สิ่งต่อไปนี้ 1. ยอมรับพฤติกรรมใหม่ 2. ปฏิเสธพฤติกรรมแฝง 3. ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นอยู่ หรือ 4. เลิก

พฤติกรรมเก่า ซึ่งมาตรฐานการปฏิบัติอาจถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ทัศนคติ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดเตรียมวิธีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

2. การตลาดเพื่อสังคมเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยความสมัครใจ

บางทีลักษณะที่ทำหายที่สุดของการตลาดเพื่อสังคม คือ ความเชื่อมั่นในความร่วมมืออย่างสมัครใจ มากกว่ากฎหมาย เศรษฐกิจ หรือการบีบบังคับในรูปแบบต่างๆ ของอิทธิพลใดๆ

3. การตลาดเพื่อสังคมยังคงใช้หลักการและเทคนิคต่างๆ ทางการตลาด

หลักการตลาดที่สำคัญที่สุด คือ การประยุกต์ใช้การอ้างอิงผู้บริโภคเป็นหลัก (Customer Oriented) เพื่อเข้าใจว่า กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมอย่างไร โดยการวิเคราะห์ตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน และใช้ 4 เครื่องมือหลักทางการตลาด คือ 4 P's เพื่อให้มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย หรือที่เรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย โดยจะมีการเลือกใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ ราคา ช่องทาง การจัดจำหน่าย เนื้อหาสารและช่องทางสื่อ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์จะถูกวางตำแหน่งให้เกิดการชักจูงใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการดูแลรักษาสุขภาพ ป้องกันอุบัติเหตุ หรือช่วยเหลือชุมชนของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเมื่อแผนนั้นได้ถูกนำไปใช้แล้ว จะต้องมีการติดตามตรวจสอบและประเมินผล รวมถึงการที่สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ในเวลาที่จำเป็น

4. การตลาดเพื่อสังคมเลือกและมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียว

นักการตลาดแบ่งลักษณะของตลาดออกเป็นกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกันและตรวจสอบความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มในการตอบสนองของวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือการตลาด จากนั้นจึงเลือกกลุ่มออกมาหนึ่งกลุ่มหรือมากกว่านั้น เพื่อที่จะพิจารณาในการที่จะเข้าถึงทรัพยากรที่มีอยู่ รวมทั้งส่วนประสมทางการตลาดที่เฉพาะเจาะจงจะถูกพัฒนาขึ้นตามแต่ละเป้าหมายและมีตัวเลือกเดียวเท่านั้นที่ใช้ในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

5. ผู้รับประโยชน์คือ บัณฑิตบุคคล กลุ่มบุคคลหรือสังคมโดยรวม

ซึ่งต่างจากการตลาดของภาคธุรกิจที่เน้นผู้รับประโยชน์เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทแต่ในโครงการรณรงค์ทางการตลาดเพื่อสังคม กลุ่มผู้รับประโยชน์จะเป็นปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคลหรือสังคมโดยรวม

อีกทั้งยังมีองค์ประกอบของลักษณะของการตลาดเพื่อสังคมที่ทำให้เกิดความแตกต่างไปจากการสื่อสารเพื่อสังคม 4 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ (Fox และ Kotler, 1980 อ้างถึงใน จันท์สุดา ตันติวิชญวานิช, 2546: 38-39)

1. **การใช้การวิจัยทางการตลาด (Marketing Research)** เพื่อศึกษาเกี่ยวกับตลาดและใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนให้มีแผนงานที่เหมาะสม เช่น งานวิจัยต่างๆ ที่แสดงถึงขนาดของกลุ่มเป้าหมาย การแบ่งกลุ่มทางการตลาด รวมถึงลักษณะของส่วนแบ่งตลาด (Market Segment) แต่ละส่วนด้วยว่ามีลักษณะอย่างไร อีกทั้งต้องจำแนกส่วนต่างๆ ออกมาให้ได้ โดยวิธีการอิงผู้บริโภคเป็นหลัก เนื่องจากแต่ละกลุ่มจะมีความแตกต่างทั้งทางด้านลักษณะทั่วไปของประชากรด้านจิตวิทยา ด้านพฤติกรรม รวมถึงปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรมและอื่นๆ ซึ่งการออกแบบหรือวางแผนการตลาดเพื่อสังคมนั้นต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับลักษณะต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะได้ออกแบบแผนรณรงค์ได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2. **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)** ที่ เป็นความคิดหรือการปฏิบัติทางสังคม ซึ่งอาจอยู่ในรูปของความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม หรืออยู่ในรูปวัตถุที่จับต้องได้ โดยแนวทางในการพัฒนาสินค้าสำหรับสังคม คือ

2.1 การพิจารณาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้ว หรือผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มที่จะง่ายต่อการยอมรับของสังคม

2.2 การผลิตหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ เหมาะสมและสอดคล้องในขณะนั้น เพื่อให้ตอบสนองความต้องการได้มากกว่าผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่

3. **การใช้สิ่งล่อใจ (The Use of Incentives)** ตามลักษณะทางการตลาด ถ้ามองจากแง่มุมของนักสื่อสารเพื่อสังคมซึ่งจะเน้นไปที่การออกแบบสารโดย แสดงถึงประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง หรือผลเสียที่จะได้รับหากไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่สำหรับนักการตลาดเพื่อสังคมนอกจากจะให้ความสำคัญต่อสารแล้ว ยังให้ความสำคัญกับการใช้สิ่งล่อใจต่างๆ เพื่อเพิ่มระดับแรงจูงใจให้มากขึ้นและให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการใช้สิ่งล่อใจ

สามารถทำได้หลายลักษณะตามแนวคิดของการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เช่น การลด แลก แจก แถม หรือการจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น

4. การอำนวยความสะดวก (Facilitation) ซึ่งเป็นแนวคิดที่จะทำให้เกิดความเอื้อที่จะให้บุคคลหรือสังคมมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้นๆ ซึ่งจะต้องมีการพัฒนาช่องทางต่างๆ ให้ง่ายต่อการตัดสินใจเปลี่ยนแปลง

โดยเราจะพบข้อแตกต่างระหว่างกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสังคมแบบดั้งเดิม (Traditional Social Change Strategies) กับการตลาดเพื่อสังคม ซึ่งก็คือ การตลาดเพื่อสังคมนั้นจะนำองค์ความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการดำเนินงานในภาคธุรกิจ เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ การศึกษาความต้องการของมนุษย์/ กลุ่มเป้าหมาย การวางเป้าหมายผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย การใช้เทคโนโลยีในการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังใช้การสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นประโยชน์ต่างๆ ซึ่งสามารถที่จะปรับส่วนประกอบต่างๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความคล้ายคลึงกันระหว่างแนวคิดด้านการตลาดกับการตลาดเพื่อสังคม

Kotler (1982, อ้างถึงใน เนาวนิต ยิ้มวัน, 2543: 42) กล่าวว่า แนวความคิดและกระบวนการในการวางแผนการตลาดเพื่อสังคมนั้นค่อนข้างจะคล้ายคลึงกับการตลาดโดยทั่ว ๆ ไป โดยมีการดึงเอาแนวความคิดที่สำคัญทางการตลาดมาใช้วางแผนกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสังคม เช่น การแบ่งส่วนตลาด, การอิงผู้บริโภคเป็นหลัก, การวิจัยตลาด การประเมินการลงทุนและผลประโยชน์ที่จะได้รับของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการตลาดเพื่อสังคมจะเป็นงานที่ท้าทายและซับซ้อนมากกว่าการวางแผนการตลาด เพื่อขายสินค้าใดสินค้าหนึ่งในเชิงธุรกิจ เพราะนักการตลาดเพื่อสังคมจำเป็นจะต้องทำงานกับจิตใจของมนุษย์และทำงานกับพฤติกรรมทางสังคมที่เข้าใจได้ยาก

นอกจากนี้สินค้าทางสังคมส่วนใหญ่มักจะเป็นสินค้าในเชิงความคิดซึ่งกลุ่มเป้าหมายมองเห็นภาพไม่ชัดเจน เช่น ในการรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์นั้น ผลิตภัณฑ์ของเราคือถุงยางอนามัย ซึ่งหากกลุ่มเป้าหมายมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกัน ก็อาจมีความเสี่ยงที่จะติดโรคที่เกิดจากการมีเพศสัมพันธ์ได้ ซึ่งบางครั้งกลุ่มเป้าหมายตามต่างจังหวัดอาจไม่สนใจ ไม่ตระหนักหรือมีความเชื่อที่

ผิดถึงการป้องกัน ไม่เข้าใจว่าทำไมจำเป็นต้องป้องกันและผลจากการป้องกันจะทำให้เกิดผลอย่างไรกับตนเองจึงปฏิเสธการป้องกัน ดังนั้นนักทฤษฎีการนำเสนอที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะเอาชนะแรงต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมักจะเป็นเรื่องของกรอบรับ การรับรู้ทัศนคติและความเชื่อเดิมที่สังคมนั้น ๆ มีอยู่และยิ่งจะยากมากขึ้น ถ้าเป็นการเปลี่ยนแปลง กลุ่มคนมีใจคนเดียว ซึ่งยังมีการลงทุนในเรื่องการเปลี่ยนแปลงค่านิยมและพฤติกรรมมากเท่าไร ก็ ยิ่งมีแรงต่อต้านการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นการตลาดเพื่อสังคมจะทำงานได้ดีที่สุดเมื่อ ชนิดของการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับไม่ลึกนัก

ความแตกต่างกันระหว่างแนวคิดด้านการตลาดกับการตลาดเพื่อสังคม

Alcalay และ Bell (2000 อ้างถึงใน พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2547: 39-40) กล่าวถึงความแตกต่างกันระหว่างแนวคิดด้านการตลาดกับการตลาดเพื่อสังคมว่า แม้ว่าการตลาดเพื่อสังคมจะ นำเอาเทคนิคด้านการตลาดธุรกิจมาใช้ แต่ก็มีข้อแตกต่างอย่างชัดเจน ดังนี้

1. เรื่องของความต้องการเปลี่ยนแปลง (Promoted change)

วัตถุประสงค์ของการตลาดเพื่อสังคม คือ การเปลี่ยนแปลงระดับพฤติกรรมเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งการพยายามเปลี่ยนสภาพแวดล้อมและระบบสังคมที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งการตลาดเพื่อการขายสินค้าจะมุ่งเน้นไปที่การพยายามกระตุ้นให้เกิดทัศนคติที่ดีหรือความโน้มเอียงให้กระทำมากกว่า

2. ความคาดหวัง (Expectation)

การตลาดเพื่อสังคมมีวัตถุประสงค์ต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนจำนวนมากในสังคม ในขณะที่การตลาดเพื่อการขายสินค้าจะเน้นการเพิ่มส่วนครองตลาดแบบค่อยเป็นค่อยไป

3. ความสำคัญ (Salience)

การตลาดเพื่อสังคมมักจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เป็นพฤติกรรมหลักที่สำคัญของกลุ่มเป้าหมายหรือเกี่ยวข้องกับค่านิยมหลักๆ ที่เป็นศูนย์กลางการเกิดพฤติกรรมมากกว่าการตลาดเชิงธุรกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภคอาหาร

4. ความแน่นอนในเรื่องของความพึงพอใจ (Certainty of Gratification)

การตลาดเพื่อสังคมเป็นการให้สัญญาในโอกาสที่จะได้รับประโยชน์หรือความพึงพอใจจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใดๆว่าจะได้รับความพอใจมากขึ้น แต่ประโยชน์เหล่านี้ไม่สามารถพิสูจน์ให้มองเห็นได้ชัดเจนหรือไม่สามารถพิสูจน์ในประโยชน์ที่จะได้รับว่าจะเกิดประโยชน์หรือสร้างความพอใจแบบนั้นได้แน่หรือไม่ และมากน้อยแค่ไหน ตรงข้ามกับการตลาดเพื่อขายสินค้าซึ่งสามารถนำเสนอประโยชน์ได้ชัดเจนและมองเห็นถึงความพึงพอใจจากการใช้สินค้านั้นได้แน่นอนกว่า

5. ระยะเวลาของความพึงพอใจ (Timing of Gratification)

การตลาดเพื่อสังคมอาจจะต้องใช้ระยะเวลายาวนาน จึงจะก่อให้เกิดถึงผลประโยชน์ที่น่าเสนอ แต่การตลาดเพื่อขายสินค้าจะได้รับความพึงพอใจหลังจากซื้อและใช้สินค้านั้นแล้ว

6. การนำเสนอ (Presentation)

นักการตลาดเพื่อสังคมจะต้องนำเสนอโดยหลีกเลี่ยงการขายเกินจริงในเรื่องของประโยชน์ที่ได้รับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม จึงออกมาในลักษณะของการให้ข้อมูล ในขณะที่การตลาดเพื่อขายสินค้าสามารถกล่าวอ้างในประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้ามากกว่า

7. ความไว้วางใจ (Trust)

นักการตลาดเพื่อสังคมจะได้รับความไว้วางใจจากผู้รับสารมากกว่าการตลาดทั่วไป เพราะเชื่อว่านักการตลาดเพื่อสังคมไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียและไม่มีแรงจูงใจซ่อนเร้น ซึ่งต้องการแค่ให้สังคมดีขึ้นแต่ผลประโยชน์ตกอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย ตรงข้ามกับการตลาดเพื่อขายสินค้าที่ประโยชน์ส่วนใหญ่จะตกอยู่กับผู้ผลิต

8. ข้อจำกัดด้านงบประมาณ (Budgetary Constraints)

นักการตลาดเพื่อสังคมต้องทำให้เป้าหมายบรรลุผล โดยใช้งบประมาณที่น้อยมาก ทำให้ต้องอาศัยการได้รับบริการช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่น อาศัยอาสาสมัครและการบริจาคเงิน ซึ่งต่างจากการตลาดทั่วไปที่มีทรัพยากรต่างๆ รวมถึงงบประมาณที่มากด้วย

การวางแผนกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Strategies Planning)

การวางแผนกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อสังคม ได้ใช้แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 P's มาจากด้านการตลาดเชิงธุรกิจ ซึ่งในขั้นตอนของการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม จะประกอบไปด้วย การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) การกำหนดกลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย (Place Strategy) และการกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion Strategy) ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้

1. การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง การกำหนดปัญหาทางการตลาดเพื่อสังคม ซึ่งส่วนใหญ่จะออกมาในรูปของแนวคิดหรือความคิดในการแก้ปัญหาที่กำหนดหรือเป็นผลิตภัณฑ์ทางสังคมที่ต้องการจะขาย ซึ่งต้องออกมาในลักษณะที่กลุ่มเป้าหมายต้องการจะซื้อและเต็มใจซื้อ อีกทั้งต้องเป็นวัตถุที่สามารถจับต้องได้ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้ โดยสามารถแบ่งชนิดผลิตภัณฑ์ทางสังคมออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (Kotler and Roberto, 1989 อ้างถึงใน จันทสุดา ตันติวิชญวานิช, 2546: 35)

- 1) ความคิดทางสังคม (Social Idea) อาจจะมีได้หลายรูปแบบ ทั้งด้านความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม เช่น ความเชื่อในเรื่องบุญหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ การมีบุตรเมื่อพร้อมดีกว่าการมีบุตรโดยไม่ตั้งใจ เป็นต้น
- 2) การประพฤติปฏิบัติทางสังคม (Social Practice) อาจจะเป็นการกระทำเพียงครั้งเดียว หรือการเปลี่ยนแปลงแบบแผนพฤติกรรม
- 3) วัตถุที่จับต้องได้ (Tangible Product) เช่น ยาคุมกำเนิด ถุงยางอนามัย

ก่อนการนำสินค้ามาใช้นั้น เราควรศึกษากลุ่มเป้าหมายก่อนว่า กลุ่มเป้าหมายมีความตระหนักหรือทราบวาสินค้านี้สามารถทำการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามความต้องการของตนและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ เมื่อนั้นกลุ่มเป้าหมายถึงจะมีการยอมรับผลิตภัณฑ์ไปใช้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพ มีความสวยงาม ง่ายต่อการใช้ มีการพัฒนาหรือปรับปรุงให้มีความทันสมัย ซึ่งอาจนำมาซึ่งความแตกต่าง

จากผลิตภัณฑ์อื่นเพื่อแสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ของเราเป็นการเจาะจงในการแก้ปัญหาเฉพาะหรือเสนอถึงประโยชน์ที่จะได้รับในลักษณะการจูงใจมากกว่าลักษณะการแข่งขัน ซึ่งสิ่งนั้นเรียกว่า ตำแหน่งครองใจ (Positioning) การจะอธิบายถึงคุณลักษณะ (Attribute) และคุณประโยชน์ (Benefit) จะช่วยในการวางตำแหน่งสินค้าได้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย

2. การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ราคา หมายถึง การลงทุนที่ผู้ซื้อจะต้องยอมรับเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ราคาที่ต้องพิจารณาถึง คือ ราคาที่เป็นจำนวนเงิน (Money Cost) ราคาเสียโอกาส (Opportunity Costs) ราคาสูญเสียพลังงาน (Energy Costs) ราคาในการเสียเวลา (Time Costs) และราคาทางด้านจิตใจ (Psychic Costs) ทั้งนี้ในการตั้งราคาสินค้าทางสังคมนั้นจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์การลงทุนและผลประโยชน์ที่จะได้รับ (Cost-Benefit Analysis) โดยนำผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงมาเปรียบเทียบกับการลงทุนต่างๆ ที่ต้องเสียไปเพื่อให้ได้การเปลี่ยนแปลงนั้น ว่าจะคุ้มค่ากันหรือไม่ ซึ่งราคาในด้านการตลาดเพื่อสังคมนี้มักจะเป็นเรื่องของเวลา พลังงานและจิตใจมากกว่าที่ราคาในการซื้อสินค้าและบริการ

ฉะนั้นการออกแบบสารที่จะนำมาเสนอ ควรจะต้องง่ายต่อการให้ความสนใจและง่ายต่อการเข้าใจ อีกทั้งทางด้านช่องทางที่จะใช้ต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากและดีที่สุด อย่างไรก็ตามทางด้านกรกำหนดราคาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ควรมีการตั้งราคาที่มีความสมดุล ซึ่งอาจเป็นการให้เปล่าหรือการตั้งราคาถูกหรือแพงมากจนเกินไป เพื่อให้เกิดการเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งสิ่งสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา คือ จะต้องคำนึงถึงการทำให้กลุ่มเป้าหมายเสียเวลา เสียพลังงาน เสียเงินและสภาพจิตใจให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้

3. การกำหนดกลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย (Place Strategy)

การกำหนดกลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย หมายถึง การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายหรือการจัดส่งผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการจัดให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีอยู่ตามสถานที่ต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ โดยอาจจัดวางผ่านทางองค์กรต่างๆ เพื่อให้เกิดการมีแลกเปลี่ยนแรงจูงใจของสมาชิกในสังคมให้เกิดการ

กระทำ โดยจะต้องมีการเลือกใช้ตัวกลางที่เหมาะสมเพื่อจัดจำหน่ายและวางผลิตภัณฑ์ รวมถึงใช้วิธีการต่างๆ ที่จะให้ตัวกลางมาช่วยสนับสนุนองค์กรและผลิตภัณฑ์นั้นๆ ด้วย อีกทั้งข้อสำคัญอีกประการก็คือ ในการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่ายนั้นควรจัดให้มีความเหมาะสม สะดวกและมีความสอดคล้องต่อกลุ่มเป้าหมายในการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้

4. การกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion Strategy)

Kotler และ Zaltman (1971: 3-12) การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีในการสื่อสาร เพื่อชักจูงใจให้ผู้รับ หรือผู้บริโภคคุ้นเคยกับสินค้า ยอมรับสินค้าและมีความต้องการในสินค้า การส่งเสริมสินค้าประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายตรง (Personal Selling) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการรณรงค์ เช่น การโฆษณา มีอิทธิพลมากในการโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย การสร้างจุดเย้ายวน (Appeal) การเขียนข้อความโฆษณา (Copy Writing) การเลือกสื่อที่เหมาะสม (Effective Media) ตลอดจนการออกแบบสาร (Message) อีกทั้งในส่วนของการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องใช้เครื่องมือต่างๆ ที่ช่วยให้การขายสินค้าและบริการง่ายขึ้น และสร้างทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทิศทางที่ต้องการมากขึ้น สำหรับการมีเหตุการณ์พิเศษต่างๆ นั้นก็สามารถก่อให้เกิดความสนใจได้เป็นอย่างดี (พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2546: 73-74)

นอกจากกลยุทธ์ 4 P's ที่เป็นพื้นฐานของการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การตลาดแล้ว ยังได้มีการแนะนำในการใช้กลยุทธ์อื่นเพิ่มเติมอีก 4 P's เพื่อประสิทธิภาพที่มากขึ้นในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม โดยสามารถสรุปได้ดังนี้ (Weinrich, 1999 อ้างถึงใน พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2546: 75-76)

1. สาธารณชน (Publics)

สาธารณชน หมายถึง กลุ่มบุคคลทั้งภายนอกและภายในสังคมนอกเหนือจากกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย เช่น เพื่อน สมาชิกในครอบครัว โรงเรียน เป็นต้น นอกจากนี้ในส่วนของกลุ่มบุคคลภายนอกยังรวมถึง กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย (Policy Makers) ที่มีความสามารถในการชักจูงและทำสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือดำรงไว้ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังมีกลุ่มที่ทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตู (Gatekeepers) ที่ควบคุมและกั้นกรงขาวสารที่จะมาถึงกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการรณรงค์ทางการตลาดเพื่อสังคม ซึ่งกลุ่มสาธารณชนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ผู้วางแผนต้องพิจารณาและค้นหาให้เข้ามาเป็นแนวร่วม เพื่อสนับสนุนให้โครงการดำเนินไปได้อย่างประสบผลสำเร็จ

2. การหาพันธมิตร (Partnership)

ประเด็นปัญหาในสังคมมักเป็นเรื่องที่ซับซ้อน จนบางครั้งองค์กรที่จะทำการเปลี่ยนแปลงไม่อาจทำสำเร็จได้ด้วยตนเอง จึงมีความจำเป็นต้องขอความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ ในสังคม เพื่อที่จะได้รับประโยชน์ในด้านมีทรัพยากรมากขึ้น โดยการหาพันธมิตรนั้นต้องคำนึงถึงลักษณะการดำเนินงานที่มีกลุ่มเป้าหมายและเป้าหมายในการดำเนินงานที่ใกล้เคียงกัน เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน อีกทั้งแผนงานที่มีองค์กรอื่นๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนก็จะมีโอกาสที่โครงการนั้นๆ จะประสบความสำเร็จมากขึ้น

3. นโยบาย (Policy)

การใช้แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในการรณรงค์ต่างๆ สามารถที่จะกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลได้ แต่กระนั้นก็เป็นเพียงช่วงสั้นๆ และไม่มีคามยั่งยืน ถึงแม้จะมีสิ่งแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงก็ตาม ในหลายกรณีจึงใช้วิธีการผลักดันให้มีการกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหา เพื่อช่วยส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมที่พึงปรารถนาอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เช่น การรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ รัฐบาลได้มีการกำหนดข้อบังคับนโยบาย เพื่อบังคับใช้ลงโทษกับผู้ฝ่าฝืน

4. การหาแหล่งเงิน (Purse Strings)

หมายถึงแหล่งที่ให้เงินทุนมาดำเนินการตามแผนรณรงค์ที่วางไว้ เนื่องจากการตลาดเพื่อสังคมมักดำเนินการโดยองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรหรือองค์กรของรัฐบาล ทำให้ขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุนในการดำเนินงานซึ่งบางทีก็จะต้องพิจารณาหาแหล่งทุนจากแหล่งอื่นด้วย หรืออาจจะหาแหล่งเงินในรูปของการขายของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์ การจัดงานต่างๆ เพื่อหาเงินเข้าโครงการ หรือการได้รับความสนับสนุนจากพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมการตลาดทางการตลาดเพื่อสังคม
(The Four P's of Social Marketing)

ส่วนประสมการตลาด	ตัวอย่าง
<p>1. ผลิตภัณฑ์ (Product)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความคิด (Idea) - การปฏิบัติ (Practice) - ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Products) 	<ul style="list-style-type: none"> - สารเคมีและสารปนเปื้อนในอาหารเป็นอันตรายต่อสุขภาพ - การเลือกบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ - การเลิกบริโภคอาหารที่ไม่ปลอดภัย/ การร่วมกิจกรรมรณรงค์ - ชุดตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร
<p>2. ราคา (Price)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ที่เป็นรูปตัวเงิน (Monetary) - โอกาส (Opportunity) - ทางจิตวิทยาและทางกายภาพ (Psychological/ Physical) 	<ul style="list-style-type: none"> - โอกาสที่เสียไป ถ้าบริโภคอาหารที่ไม่ปลอดภัย - เวลาที่เสียไปจากการร่วมกิจกรรม - ความภาคภูมิใจในการร่วมกิจกรรม - ความพยายามที่ต้องเลือกอาหารในการบริโภค
<p>3. การวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย (Place)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางจำหน่ายจ่ายแจก (Delivery of Product) 	<ul style="list-style-type: none"> - โรงเรียนและสถานที่อื่นๆ
<p>4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) - การโฆษณา (Advertising) - การใช้สื่อบุคคล (Personnel Selling) - การส่งเสริมการตลาด (Market Promotion) 	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้สื่อต่างๆ อาทิ เสียงตามสาย ไปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ - การโฆษณาสโปตผ่านสื่อต่างๆ - พ่อ-แม่/ ครู-อาจารย์/ ครูแกนนำ/ วิทยากร/ นักเรียนแกนนำ - กิจกรรมพิเศษ ฯลฯ

ตารางที่ 3: ตัวอย่างของส่วนประสมการตลาดทางการตลาดเพื่อสังคม

หลักสำคัญ 10 ประการที่ช่วยให้การทำการตลาดเพื่อสังคมประสบความสำเร็จ

Weinreich Communication (2007) ได้แนะนำ หลักสำคัญ 10 ประการที่ช่วยให้การทำการตลาดเพื่อสังคมประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ต้องการพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมาย

คือ ให้ความสำคัญกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ โดยวิธีที่จะให้ได้ข้อมูลที่ง่ายและประหยัดที่สุดก็คือ การพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมายในสถานที่ต่างๆ

2. ต้องมีการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย

โดยการแบ่งกลุ่มเป้าหมายนั้น ส่วนใหญ่จะแบ่งตามหลักลักษณะทางประชากรหรือลักษณะทางจิตวิทยา และจะต้องให้ความสำคัญกับสื่อมวลชน องค์กรหรือผู้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้อง โดยเราควรมีการย่อยกลุ่มเป้าหมายให้เฉพาะเจาะจงขึ้น เพราะจะทำให้ประสิทธิภาพในการส่งข้อมูลต่างๆ มากขึ้นไปด้วย ซึ่งจะช่วยให้เลือกเครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการสื่อสารได้ตรงกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งจะส่งผลให้โครงการรณรงค์มีโอกาสประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้น

3. ต้องรู้จักใช้การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในแนวคิดทางการตลาดเพื่อสังคม มีลักษณะทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายประสบอยู่ อีกทั้งพยายามนำเสนอเกี่ยวกับประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับและวิธีขจัดสิ่งที่เป็นอุปสรรคในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะช่วยให้ออกแบบเกิดความตระหนักถึงปัญหาและมีโอกาสในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากขึ้น

4. ต้องรู้จักคู่แข่ง

ต้องมีการวิเคราะห์ถึงคู่แข่งและสถานการณ์ทางการตลาดในด้านต่างๆ ซึ่งคู่แข่งในการตลาดเพื่อสังคมหมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ส่งมายังกลุ่มเป้าหมายแล้วมีผลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่ต้องการเกิดขึ้นได้ยาก หรืออาจหมายถึง พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่นั่นรณรงค์ไม่ต้องการให้เกิดซึ่ง

พฤติกรรมเหล่านี้มักเป็นพฤติกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสามารถปฏิบัติได้ง่ายกว่าพฤติกรรมที่นำเสนอ

ส่วนสถานการณ์ทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางสังคม ได้แก่ เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง เทคโนโลยี สังคมและสิ่งต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อโครงการรณรงค์ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม ฉะนั้นจะต้องมีการปรับปรุงแผน รวมถึงการเลือกใช้กลยุทธ์ที่สามารถดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับโครงการรณรงค์นั้นๆ

5. ต้องใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม

นักรณรงค์ต้องเลือกส่งข้อมูลข่าวสารไปยังช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูล ดังนั้นก่อนการวางแผนงานจึงต้องมีการศึกษาวิจัยลักษณะและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะสามารถส่งข้อมูลข่าวสารได้ถูกต้องและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

6. จงใช้ประโยชน์จากวิธีการสื่อสารหลายๆ วิธีรวมกัน

หมายถึง การใช้เครื่องมือในการสื่อสารหลายๆ ประเภทรวมกัน เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ การจัดกิจกรรมหรือเหตุการณ์พิเศษในชุมชน การจัดบริการสายตรงไว้รับคำปรึกษาปัญหาแก่กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น ส่วนการสื่อสารหลายกลุ่ม คือ การทำการสื่อสารผ่านทางองค์กรหลายๆ องค์กร เช่น ผ่านสื่อมวลชน ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งแต่ละกลุ่มจะใช้วิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน ซึ่งการใช้การสื่อสารหลายๆ วิธีจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำ ตระหนักในปัญหาและการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะต้องดูในเรื่องของงบประมาณในการรณรงค์ อีกทั้งต้องมีการสื่อสารที่สม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อให้โครงการรณรงค์ประสบความสำเร็จ

7. ต้องใช้ตัวแบบแผนให้ประโยชน์และเหมาะสมในแต่ละแผนงาน

การออกแบบตัวแบบแผนของการรณรงค์ให้มีประสิทธิภาพ เป็นแบบแผนที่สำคัญที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม เช่น แบบแผนขั้นตอนการเปลี่ยนแปลง (Stage of Change) ซึ่งกล่าวถึงขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ก่อนที่จะเกิดพฤติกรรม ดังนี้ 1. ขั้นตระหนักถึงปัญหา 2. ขั้นพิจารณา 3. ขั้นเกิดพฤติกรรม 4. ขั้นการรักษาพฤติกรรมให้คงอยู่ตลอดไป ทั้งนี้การศึกษาและทำความเข้าใจตัวแบบแผนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้ง จะช่วยให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. ต้องมีการทดลองหรือการวิจัยก่อนการนำไปใช้

ในการจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องนำตัวแบบแผนที่ออกแบบไว้มาทดลองก่อนนำไปใช้เสมอ ซึ่งวิธีการที่ได้รับความนิยมก็คือ การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) เพื่อแลกเปลี่ยนความเห็น ซึ่งจะทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความเห็นหรือมีปฏิกิริยาต่างๆ ต่อตัวแบบแผนที่วางไว้อย่างไร รวมถึงทราบถึงลักษณะของภาษาที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการสื่อสาร หรืออาจจะใช้วิธีการสำรวจเพื่อให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นถึงความรู้ ทักษะและพฤติกรรมที่มีต่อโครงการรณรงค์ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงข้อบกพร่องและสามารถปรับปรุงแก้ไขตัวแบบแผนที่ก่อนนำไปใช้ เพื่อให้โครงการมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น

9. พยายามสร้างพันธมิตรเข้าร่วมการดำเนินงาน

การดำเนินโครงการมีโอกาสประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น โดยการหาพันธมิตรสนับสนุนการดำเนินงานด้านต้นทุนและทรัพยากรระหว่างองค์กร ซึ่งพันธมิตรอาจหมายถึง สื่อมวลชน โรงเรียน องค์กรหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยใช้วิธีการชักชวนองค์กรต่างๆ ให้เข้าร่วมโครงการรณรงค์จากการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ และพยายามชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่สังคมจะได้รับ

10. ต้องมีการประเมินและปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ

จะต้องทำการประเมินว่า การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้หรือไม่ และมีส่วนใดบ้างที่ทำให้โครงการไม่บรรลุผล รวมถึงการพยายามปรับปรุงแก้ไขส่วนนั้นให้ดีขึ้น อย่างไรก็ตามการวัดผลของการทำโครงการด้านการตลาดเพื่อสังคมทำได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติหรือพฤติกรรม ซึ่งเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นการวัดผลตอบกลับจากกลุ่มเป้าหมายจึงไม่สามารถทำได้อย่างชัดเจนและแน่นอน แต่การประเมินผลสามารถช่วยให้การทำการตลาดเพื่อสังคมมีประสิทธิภาพและมีโอกาสบรรลุผลตามวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น

การศึกษากลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อยนั้น ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเด็กและเยาวชน ตระหนักถึงการบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัย เพื่อให้มีทัศนคติและพฤติกรรมบริโภคที่เหมาะสม จึงควรนำแนวคิดเรื่องการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ เป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับพฤติกรรมต่อเนื่อง โดยใช้

หลักเกณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดเช่นเดียวกับการตลาดดั้งเดิม คือ มีการวิจัยตลาดและ ผู้บริโภคเพื่อค้นหาข้อมูลที่สำคัญมาเป็นพื้นฐานในการวางแผน การนำแนวความคิดการอิง ผู้บริโภคเป็นหลักใช้ การแบ่งส่วนตลาดให้เล็กลง เพื่อความสะดวกในการวางแผนแต่ละแผนให้ เหมาะสมและสอดคล้องกับส่วนตลาดย่อยแต่ละส่วน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและเป็น ที่ต้องการ การใช้เครื่องมือที่เป็นส่วนผสมในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทุกตัวนำมาผสมผสานอย่าง เหมาะสม การให้ความสะดวกสบายต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด การใช้ตัวกระตุ้นที่เป็นสิ่งล่อใจ ให้เกิดการกระทำ รวมถึงการดำเนินงานอย่างเป็นระบบเป็นขั้นตอน ซึ่งทำให้ง่ายต่อการควบคุม และเปลี่ยนแปลงแผน เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปใช้ก่อนการดำเนินโครงการรณรงค์ ในการกำหนด กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ในโครงการให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลบรรลุ ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ

4. แนวคิดด้านกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง (Change Strategies)

ในชีวิตของมนุษย์จะต้องประสบกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเกิดขึ้นกับสิ่งที่มีชีวิตหรือสิ่งที่ไม่มีชีวิต ซึ่งมนุษย์ล้วนจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อการยอมรับ ความอยู่รอดและ เจริญก้าวหน้าในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นควรจะต้องมีการวางแผนการ เปลี่ยนแปลงที่มีความเหมาะสมเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์และลดผลกระทบในทางไม่ดีต่อการ เปลี่ยนแปลง ซึ่งจะทำให้การดำเนินชีวิตของตนเอง สังคมและประเทศเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ราบรื่น สามารถอยู่รอดและเจริญก้าวหน้าต่อไปได้ ทั้งนี้มีนักวิชาการให้นิยามของการเปลี่ยนแปลงไว้ดังนี้

Zaltman และ Duncan (1977: 29-31) ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงไว้ว่า เป็นการ เรียนรู้ของตัวบุคคลหรือกลุ่ม ในการที่จะเตรียมความพร้อมที่จะรับต่อสถานการณ์และการปฏิบัติ ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจส่งผลเชิงด้านโครงสร้าง ส่วนประกอบของระบบสังคม บััจจัยที่ ส่งผลต่อวัตถุประสงค์ในการวางแผนการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้การปรับเปลี่ยนในระดับ ต่างๆ ทั้งในระดับบุคคล ระดับองค์กรหรือระดับของสังคมไม่เกิดประสิทธิภาพก็คือการขาดการ กำหนดปัญหาและเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงไว้อย่างชัดเจน ซึ่งทำให้ตัวบุคคลอาจเกิดการ ต่อต้านการเปลี่ยนแปลงได้ โดยเราสามารถแบ่งเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงได้ 3 ระดับ คือ การ เปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม และการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้าน ทัศนคติและพฤติกรรม

Lippitt (1973, อ้างถึงใน วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล, 2549: 34) อธิบายว่า การวางแผนการเปลี่ยนแปลง (Planned Change) เป็นการออกแบบอย่างมีวัตถุประสงค์ของความพยายามที่แน่ชัดเพื่อเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบเดิมหรือสถานการณ์เดิมที่เป็นอยู่ ทั้งในระดับบุคคล องค์กร หรือระดับสังคม ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้วางแผน (Unplanned Change) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้พิจารณาอย่างรอบคอบหรือมีเป้าหมายที่แน่ชัด โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบสนองของสังคม

ระดับของการเปลี่ยนแปลง

Kotler (1982 อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2549: 120-121) ได้แบ่งระดับของการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับผู้คนในสังคมไว้ 4 ระดับ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด (Cognitive Change)

หรือเรียกว่าการรณรงค์เพื่อสาธารณะ (Public Campaign) เป็นระดับการเปลี่ยนแปลงที่ง่ายที่สุด เพราะไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงให้ลงลึกถึงขั้นทัศนคติและพฤติกรรม จุดมุ่งหมายก็คือการสร้างตระหนักหรือความรู้ในเรื่องต่างๆ เท่านั้น เช่น การให้ความรู้ด้านสุขภาพแนวใหม่ ซึ่งหากเรามองแบบผิวเผินแล้วอาจมองว่าเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ไม่ยากนัก แต่จากผลการวิจัยพบว่าถ้าตัวแบบแผนการรณรงค์ที่วางไว้ไม่สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งที่จะเกิดขึ้นก็คือแม้ว่าจะมีการรณรงค์ในเรื่องต่างๆ อย่างมากมายมักจะพบว่าคนไทยส่วนใหญ่ยังอ้างว่าตนไม่รู้เรื่อง ดังนั้นควรจะมีการออกแบบตัวสารและมีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2. การเปลี่ยนแปลงการกระทำ (Action Change)

คือ ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่นักรณรงค์ต้องการ ซึ่งการทำให้พฤติกรรมที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจะต้องมีการวางแผนเพื่อใช้ในการออกแบบกิจกรรมต่างๆ ให้สามารถสอดคล้องกับความต้องการตลอดจนวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดยอาจจะต้องมีการศึกษาถึงปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ทัศนคติ การลงทุนในการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมาย หรืออาจใช้การอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งนักรณรงค์สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้อง

กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กิจกรรมที่อยู่ในลักษณะการเป็นผู้นำ ความเป็นผู้เสียสละ หรือมีสิ่งของหรือรางวัลต่างๆ

3. การเปลี่ยนแปลงระดับพฤติกรรม (Behavioral Change)

พฤติกรรมคือชุดของการกระทำที่ต่อเนื่องซึ่งกระทำจนเป็นลักษณะนิสัย โดยพฤติกรรมดังกล่าวค่อนข้างที่จะเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะเป็นสิ่งที่ได้มีการกระทำมาอย่างต่อเนื่อง เป็นลักษณะนิสัยเฉพาะตัวหรือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดังนั้นจะต้องใช้การวางแผนกิจกรรมต่างๆ บนพื้นฐานของข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยรอบด้าน เพื่อให้การวางแผนในแต่ละกิจกรรมสามารถที่จะก่อให้เกิดกระบวนการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่มุ่งหวังได้

4. การเปลี่ยนแปลงระดับค่านิยมหรือทัศนคติ (Value Change)

เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ยากที่สุด เพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและค่านิยมที่บ่มเพาะหล่อเลี้ยงหรือที่สะสมอยู่ในจิตใจ อยู่ในบรรทัดฐานของสังคม ดังนั้นเมื่อจะสร้างกระบวนการเปลี่ยนแปลงในระดับนี้ จำเป็นต้องใช้เวลาใช้กระบวนการวางแผนที่ครอบคลุม เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งมากจนเกินไปซึ่งอาจก่อให้เกิดความไม่ลงรอย (Dissonance) ของทัศนคติและความรู้ในตัวบุคคล โดยเมื่อบุคคลเกิดความไม่ลงรอยในเรื่องทัศนคติและความรู้ของตนเองต่อการเปลี่ยนแปลง ก็จะช่วยลดความขัดแย้งโดยการหาข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติเดิมหรือหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง โดยจะเลือกเปิดรับและหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดกับทัศนคติเดิมของตน ดังนั้นเป็นเรื่องยากมากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะต้องอาศัยการใช้เครื่องมือทางการตลาดอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง

นอกจากนั้น Kotler และ Andreasen (1991 อ้างถึงใน พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2547: 47-49) กล่าวอีกว่า ยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่สามารถส่งผลเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ซึ่งตัวแปรดังกล่าว ได้แก่

1. ระดับความเกี่ยวข้อง (Involvement)

หมายถึง การที่สมาชิกในสังคมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมองความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับการเปลี่ยนแปลงในครั้งนั้นๆ ว่ามีความสัมพันธ์หรือความสำคัญกันมาก-น้อยแค่ไหน ถ้ามีความสัมพันธ์หรือสำคัญต่อชีวิตตนเองมากก็就会有การคาดหวังจากการ

เปลี่ยนแปลงสูงก็จะทำให้ระดับความเกี่ยวข้องสูง ในทางตรงข้ามหากกลุ่มเป้าหมายมองไม่เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับการเปลี่ยนแปลงในครั้งนั้นๆ หรือมองไม่เห็นความสัมพันธ์และความสำคัญต่อชีวิตตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดการคาดหวังจากการเปลี่ยนแปลงน้อยและจะมีระดับความเกี่ยวข้องต่ำ

2. การเปลี่ยนแปลงแบบครั้งเดียว (One-Time Behavior Change)

การเปลี่ยนแปลงลักษณะนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจบางสิ่งบางอย่างและก่อให้เกิดการกระทำบางสิ่งตามความเข้าใจนั้น แต่การทราบถึงคุณประโยชน์จากการกระทำนั้นยังไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดการกระทำ โดยเป้าหมายจะพิจารณาถึงการลงทุนในการกระทำว่าคุ้มหรือไม่ หากมีทัศนคติที่ดีต่อการกระทำก็ไม่ได้หมายความว่า จะเกิดการกระทำเสมอไป ซึ่งนักบรรณรค์จะต้องทำให้ตัวแปรที่กลุ่มเป้าหมายพิจารณานั้นดูง่ายและลงทุนน้อยที่สุด

3. การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง (Continuing Behavior Change)

การทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างถาวรทำได้ยากกว่าการให้เขาเปลี่ยนแปลงเพียงครั้งเดียว เพราะต้องทำให้เกิดการยกเลิกพฤติกรรมเก่าๆ ก่อนแล้วค่อยเรียนรู้พฤติกรรมใหม่และทำให้พฤติกรรมนี้ติดอยู่กับตัวเขานานๆ นักบรรณรค์จึงต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการสร้างบรรยากาศที่น่าพึงพอใจและส่งเสริมให้เกิดการยอมรับเพื่อให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมนั้นๆ

กลยุทธ์การวางแผนการเปลี่ยนแปลง (Strategies for Planned Change)

การนำกลยุทธ์การวางแผนการเปลี่ยนแปลงในตัวเองคนมาใช้นั้นจะต้องพิจารณาว่า นักบรรณรค์หรือผู้ที่จะทำการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องศึกษาถึงสถานการณ์และบริบทที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะทำการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันก่อน เพื่อที่จะใช้ในการตัดสินใจว่าจะใช้กลยุทธ์ใดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์นั้นๆ ซึ่งเราสามารถแบ่งกลยุทธ์โดยใช้เกณฑ์การนำไปใช้เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ 4 กลยุทธ์ ซึ่งได้แก่

1. กลยุทธ์การสนับสนุนหรือการอำนวยความสะดวก (Facilitative Strategy)
2. กลยุทธ์การให้ความรู้ (Reeducative Strategy)
3. กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ (Persuasive Strategy)

4. กลยุทธ์การใช้อำนาจบังคับ (Power Strategy)

ทั้งนี้เราสามารถสรุปกลยุทธ์การวางแผนการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคล ดังนี้ (Zaltman และ Duncan, 1977: 90-165)

1. กลยุทธ์การสนับสนุนหรือการอำนวยความสะดวก (Facilitation Strategies)

เป็นกลยุทธ์ที่เน้นความง่ายในการปฏิบัติการและใช้การสื่อสารเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยการลดความซับซ้อน การเข้าถึงและความแตกต่างในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งแนวทางการใช้กลยุทธ์นี้กลุ่มเป้าหมายจะต้องเข้าใจและตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น โดยยอมรับว่าการเปลี่ยนแปลงนี้มีความจำเป็น มีความต้องการที่จะปรับเปลี่ยนและเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมทางด้านต่างๆ เช่น การประเมินและการสนับสนุนเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยน อีกทั้งยังต้องมีการออกแบบตัวแบบแผนงานโครงการต่างๆ ให้มีความสอดคล้องเพื่อที่จะช่วยให้ความตระหนักต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดสรรทรัพยากรที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ถ้าหากกลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมที่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลงสูง อีกทั้งยังยึดทัศนคติเดิมไว้ไม่เปลี่ยนแปลง การใช้กลยุทธ์การสนับสนุนและการอำนวยความสะดวกจะไม่เกิดประสิทธิผล เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายขาดแรงกระตุ้น แรงจูงใจและความใส่ใจกับปัญหาที่ตนเองจะได้รับจากพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์นี้ไม่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่อตัวบุคคลและเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงได้ช้ากว่ากลยุทธ์อื่น

2. กลยุทธ์การให้ความรู้ (Reeducative Strategy)

เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการนำเสนอความรู้ ความเข้าใจและใช้เหตุผลทางด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะให้เกิดการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งความรู้หรือข้อมูลที่นำเสนอไปนั้นอาจจะเป็นความรู้ใหม่ๆ ที่แตกต่างจากความรู้เดิมเพื่อไม่ให้เกิดกลับไปมีพฤติกรรมเดิมที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งการใช้กลยุทธ์การให้ความรู้เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น จะต้องอธิบายถึงที่มาและสาเหตุ

ของปัญหา เพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงปัญหาและเสนอทางออกในการแก้ปัญหา รวมทั้งบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ทำการเปลี่ยนแปลงจะต้องมีความรู้ความสามารถและมีทรัพยากรทางด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะทำการเปลี่ยนแปลง เพื่อที่จะใช้ในการเสนอให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ เข้าใจ ตระหนักถึงปัญหา และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่พึงประสงค์

เราอาจจะเรียกกลยุทธ์นี้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการวางรากฐานที่จะเอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง โดยเป็นการปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจในสิ่งที่พึงประสงค์แก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจจะใช้หรือเห็นระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลงนานกว่ากลยุทธ์อื่นๆ ซึ่งถ้าหากเราเทียบกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรม (Adoption Process) นั้น จะถือว่าขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการยอมรับเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือขั้นตระหนักรู้ (Awareness Stage) ซึ่งหากในกรณีที่ต้องการจะให้เกิดผลกับระดับสังคมนั้น การใช้เฉพาะกลยุทธ์การให้ความรู้เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพียงกลยุทธ์เดียวนั้นก็จะไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งส่วนมากก็จะมีการใช้กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์อื่นร่วมด้วย

3. กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ (Persuasive Strategy)

เป็นกลยุทธ์ที่จะมีการใช้นำมาใช้เมื่อกลุ่มเป้าหมายนั้นไม่ได้มองเห็นความสำคัญของปัญหาหรือไม่เข้าใจและคิดว่าทางออกของปัญหานั้นไม่ได้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ อีกทั้งยังไม่เห็นประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบกับ การเปลี่ยนแปลง ซึ่งเพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดการเปลี่ยนแปลงจะต้องใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ โดยการโน้มน้าวใจจะใช้วิธีการนำเสนอผ่านสารที่มีการวางแผนให้เกิดการกระตุ้นขึ้น การชักจูงใจโดยใช้เหตุผล ซึ่งกลยุทธ์การโน้มน้าวใจจะใช้ได้ก็ต่อเมื่อไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มเป้าหมายไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์การโน้มน้าวใจเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยลดปัญหาด้านการบังคับ การต่อต้าน ในการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังเหมาะกับการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมเพราะว่าในการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมจะมีความเสี่ยงและความขัดแย้งที่สูง ซึ่งถ้าหากเราเทียบกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรม (Adoption Process) นั้น จะถือว่าขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สามของกระบวนการยอมรับเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือขั้นประเมิน (Evaluation

Stage) เนื่องจากการโน้มน้าวใจเป็นกลยุทธ์ในการใช้ความรู้สึกและอารมณ์ช่วยกระตุ้นในการตัดสินใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

4. กลยุทธ์การใช้อำนาจบังคับ (Power Strategy)

เป็นกลยุทธ์ที่มีการนำมาใช้เมื่อกลุ่มเป้าหมายไม่ให้ความสนใจกับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งกลยุทธ์การใช้อำนาจบังคับจะต้องดูความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทำการเปลี่ยนแปลงกับกลุ่มเป้าหมายว่ามีความสัมพันธ์หรือการยอมรับในระดับใด ทั้งนี้ก่อนที่จะใช้กลยุทธ์นี้ควรจะมีการจัดสรรและเตรียมทรัพยากรที่เอื้อต่อการเริ่มและสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงก่อน

กลยุทธ์การใช้อำนาจบังคับจะใช้การจัดการเพื่อควบคุมให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ซึ่งเหมาะที่จะใช้กับสถานการณ์ที่ต้องการการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและไม่ต้องการให้เกิดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ในกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการในการเปลี่ยนแปลงต่ำก็จะต้องตัดสินใจใช้กลยุทธ์การใช้อำนาจบังคับ ซึ่งในบางครั้งการใช้กลยุทธ์นี้อาจจะไม่ได้ทำให้จำนวนของผู้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้น

อีกทั้ง Newsom และคณะ (2000: 444-445) ได้เสนอ กลยุทธ์ที่พบในงานรณรงค์ที่ประสบความสำเร็จและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ประกอบด้วย 5E's ซึ่งประกอบไปด้วย

1. Education

การรณรงค์นั้นต้องกระตุ้นให้สาธารณชนตื่นตัว โดยให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารที่น่าสนใจต่างๆ ในประเด็นที่เกี่ยวกับการรณรงค์ โดยใช้วิธีการนำเสนอในมุมมองที่แตกต่างจากสิ่งเดิมที่มีอยู่ หรือเสริมความรู้ความเข้าใจให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันได้มีการประยุกต์ในเรื่องของการให้ความรู้ (Education) เข้ามารวมกับการให้ความบันเทิง (Entertainment) กลายเป็นคำใหม่ คือ “Edutainment หรือ สารบันเทิง” โดยการใช้กลยุทธ์นี้เป็นการใช้ความบันเทิงผสมผสานกับการให้ความรู้ ทำให้ได้รับความรู้พร้อมกับความบันเทิงไปในเวลาเดียวกัน ซึ่งจะสามารถสร้างความสนใจและก่อให้เกิดการเรียนรู้กับผู้รับสารได้มากกว่าการให้ความรู้อย่างเดียว โดยมีลักษณะของการสื่อสารที่ลดความเป็นทางการลง

ผ่านสื่อต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารมีความรู้ ทักษะและพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์ของสังคม

แนวคิดเรื่อง Edutainment นั้นไม่ใช่เรื่องใหม่ ซึ่งมีการปรากฏอยู่ในรูปแบบของนิทานพื้นบ้าน นิยายปรัมปรา นิทานอีสป นิทานกล่อมเด็ก ฯลฯ (Rogers และ Shefner, 1994 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2543: 286) บุคคลมักเลือกรูปแบบของสื่อสำหรับใช้ในการถ่ายทอดสาระบันเทิงอย่างหลากหลาย ตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีหรือนิยมของผู้บริโภคและความเหมาะสมในแต่ละยุคสมัย ซึ่งในปัจจุบันการใช้กลยุทธ์สาระบันเทิงนั้นสามารถประยุกต์ใช้ผ่านสื่อสมัยใหม่ที่มีความหลากหลาย เช่น การใช้ในสื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ หรือระบบอินเทอร์เน็ต

2. Engineering

ต้องมีกลไกในการจัดโครงสร้างที่ใช้ในการรณรงค์ เพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์ เช่น ในการรณรงค์ให้คนทิ้งขยะลงในถังขยะจะต้องมีการอำนวยความสะดวกหรือจัดสภาพที่เหมาะสม โดยจัดเตรียมถังขยะในที่ที่เหมาะสมและเพียงพอ หรือเรื่องของการจัดโครงการป้องกันอุบัติเหตุทางถนน ก็จะเกี่ยวกับการจัดการวิศวกรรมบนท้องถนนให้มีความปลอดภัย เป็นต้น

3. Enforcement

การบังคับ การใช้มาตรการหรือนโยบายต่างๆ มาสนับสนุนในการรณรงค์ ก็จะช่วยให้การรณรงค์ประสบผลสำเร็จได้มากขึ้น อย่างเช่นในกรณีของการรณรงค์การลดอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยการให้คาดเข็มขัดนิรภัยซึ่งก็มีการออกกฎหมายลงโทษปรับผู้ที่ไม่คาดเข็มขัดนิรภัย เป็นต้น

4. Entitlement

ในการรณรงค์ต้องได้รับการสนับสนุน การส่งเสริมและการเสริมแรง (Reinforcement) จากภาคสาธารณะ (Public Support) ซึ่งต้องอาศัยเรื่องของการกำหนดวาระสาธารณะ (Public Agenda) โดยใช้สื่อซึ่งมีอิทธิพลต่อระดับการสร้างความคิดเห็นของประชาชน ให้เกิดความรู้ ความสนใจต่อประเด็นหรือเรื่องราวที่สื่อนำเสนอ พัฒนาเป็นนโยบายสาธารณะ นอกจากนี้องค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้อง

สนับสนุนหรือผลักดันให้กลุ่มเป้าหมายนั้นเห็นคุณค่าและประโยชน์จากการรณรงค์มากขึ้น

5. Evaluation

การประเมินนั้นจะใช้ในการพิจารณาถึงความสำเร็จของแผนงานการรณรงค์ว่า ประสพผลตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ทำให้ด้านข้อมูลย้อนกลับที่ช่วยในการตัดสินใจ และปรับเปลี่ยนแก้ไขปัญหาที่พบ เพื่อใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลง (Barriers to Change)

Zaltman และ Duncan (1977: 61-89) ได้อธิบายถึง อุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Barriers)

นักรณรงค์จะต้องให้ความสำคัญต่อค่านิยมและความเชื่อทางวัฒนธรรม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ด้านชาติพันธุ์วิทยา ความไม่ลงรอยกันของลักษณะทางวัฒนธรรมกับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งในการทำการเปลี่ยนแปลงจะต้องศึกษาถึงข้อมูลเบื้องต้นและบริบทแวดล้อมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่สามารถออกแบบและดำเนินโครงการรณรงค์ที่สามารถเข้ากันได้กับ ลักษณะทางวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม เพื่อลดความขัดแย้งและเพิ่มประสิทธิภาพของโครงการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

2. ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Barriers)

โดยส่วนมากปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมจะมีความเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งปัจจัยทางด้านสังคมนั้น นักรณรงค์จะต้องให้ความสำคัญต่อการรวมตัวกันของสังคม การไม่เปิดรับสังคมภายนอก บรรทัดฐานของสังคม ความขัดแย้งและความเข้าใจสังคม ทั้งนี้จะต้องศึกษาถึง ลักษณะทางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การดำเนินโครงการรณรงค์สร้างการเปลี่ยนแปลงต่อกลุ่มเป้าหมายและให้โครงการรณรงค์ประสบความสำเร็จ

3. ปัจจัยทางด้านองค์กร (Organizational Barriers)

ปัจจัยทางด้านองค์กรก็สามารถเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลงของบุคคลที่เกี่ยวข้องได้ เช่น การมีอำนาจหรืออิทธิพลในองค์กร โครงสร้างขององค์กร พฤติกรรมของผู้บริหารระดับสูง บรรยากาศของการเปลี่ยนแปลงในองค์กรและการไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Barriers)

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาส่วนมากจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของแต่ละปัจเจกบุคคล ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ ภาวะที่เหมาะสมโดยปกติ การทำตามและข้อผูกมัดและปัจจัยส่วนบุคคล

โครงการ อย.น้อย นั้นประกอบไปด้วยหลายแผนงานทั้งในส่วนของการผลักดันกระแสสังคมเรื่องของการบริโภคอาหารปลอดภัยและส่วนของแผนงานรณรงค์ในระดับพื้นที่ที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลง กลยุทธ์ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงนั้นมีความแตกต่างกันไปในแต่ละโรงเรียน และพื้นที่ ซึ่งแต่ละโรงเรียนอาจใช้กลยุทธ์หลายกลยุทธ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยเกื้อหนุนและอุปสรรคต่างๆ ในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน เช่น ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงของโรงเรียน ความเข้าใจในประเด็นการรณรงค์ของครูแกนนำและนักเรียนแกนนำ การมีส่วนร่วมของบุคคลที่เกี่ยวข้อง วิธีการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียน ทัศนคติของผู้บริหาร เป็นต้น ดังนั้นการเข้าใจถึงแนวคิดเรื่องการปรับเปลี่ยนจะเป็นทั้งกรอบในการดำเนินงานวิจัยและทำให้ผู้ที่มีส่วนในการรณรงค์เข้าใจถึงกลยุทธ์ต่างๆ ที่ใช้ในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

5. แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participation and Participatory Communication)

กระบวนการมีส่วนร่วมเป็นหัวใจที่สำคัญของการพัฒนา ตั้งแต่ระดับองค์การจนถึงระดับประเทศที่ต้องใช้มติของภาคประชาชนในการจัดการและแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมก่อให้เกิดพลังของทุกฝ่ายในการร่วมกันคิด ร่วมกันทำและร่วมกันรับผิดชอบต่อผลการที่ได้ทำงานร่วมกัน ทั้งนี้ผลตอบแทนที่ได้จะนำไปสู่การพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ

แนวคิดและความหมายของการมีส่วนร่วม

จรัญญา วงษ์พรหม (2536 อ้างใน ปาริชาติ วลัยเสถียร, 2548: 195) ได้กล่าวว่า แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา (People Participation for Development) ได้รับการยอมรับและใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในงานพัฒนา ซึ่งความสำเร็จที่ได้จากกระบวนการมีส่วนร่วมขึ้นอยู่กับประชาชนที่ต้องมาเข้าร่วมในกระบวนการอย่างเป็นอิสระ เน้นการทำงานในรูปกลุ่มหรือ

องค์การที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอย่างชัดเจน ซึ่งจำเป็นต้องมีการรวมพลังกันทั้งด้านภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน นักวิชาการและประชาชนเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา

ชลลดา กิจกรีนภิรมย์สุข (2549: 33) กล่าวว่า แนวคิดของการมีส่วนร่วม คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมกันอย่างแข็งขันของประชาชน ให้ความสำคัญสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก้ไขปัญหา ร่วมกับการใช้ทรัพยากรที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

สหประชาชาติ (UN) โดย UNESCO ได้รวบรวมเอกสารที่มีการศึกษาโดยนักวิชาการสาขาต่างๆ ซึ่งได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาไว้ ดังนี้ (ชลลดา กิจกรีนภิรมย์สุข, 2549: 33-34)

1. การพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือโดยสมัครใจ โดยประชาชนผู้ได้รับผลกระทบต่อโครงการใดโครงการหนึ่งของโครงการสาธารณะด้านต่างๆ ซึ่งคาดว่าจะมีผลต่อการพัฒนาประเทศชาติ แต่ไม่ได้คาดหวังว่าจะให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือวิจรรณเนื้อหา ของโครงการ
2. การให้ประชาชนรู้สึกตื่นตัวเพื่อที่จะทราบถึงการรับความช่วยเหลือหรือสนองตอบต่อโครงการพัฒนา ขณะเดียวกันก็สนับสนุนความคิดริเริ่มของคนในท้องถิ่น
3. การยอมให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการดำเนินโครงการและร่วมรับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนา นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้กับความพยายามที่จะประเมิผลอีกด้วย
4. การให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันต่อกระบวนการตัดสินใจต่างๆ ที่จะมีต่อพวกเขาเหล่านั้น
5. การที่ประชาชนมีทั้งสิทธิและหน้าที่ที่จะร่วมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรับผิดชอบ โดยมีการระดมทรัพยากรในท้องถิ่นและเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาใหม่ๆ เช่นเดียวกับการก่อตั้งและดำรงรักษาองค์กรต่างๆ ในท้องถิ่น

นเรศ สงเคราะห์สุข (2541: 10) ให้นิยามของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า เป็นลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ได้แก่ การวิจัย การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน การบริหารจัดการ การติดตามและประเมินผล ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น

WHO/ UNICEF (1978: 11) ได้อธิบายถึงการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน ก่อให้เกิดกระบวนการและโครงสร้างที่ประชาชนสามารถที่จะแสดงออกซึ่งความต้องการของตนเอง การจัดอันดับความสำคัญของการเข้าร่วมในการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการพัฒนานั้น โดยเน้นการให้อำนาจการตัดสินใจแก่ประชาชน

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2548: 198-199) ได้สรุปการมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็น กระบวนการของการพัฒนา ว่าเป็นกระบวนการที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมใน กระบวนการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดโครงการ ได้แก่ การร่วมกันค้นหาปัญหา การวางแผน การตัดสินใจ การระดมทรัพยากรและเทคโนโลยีในท้องถิ่น การบริหารจัดการ การติดตามประเมินผล รวมทั้งการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยโครงการดังกล่าวจะต้องมีความสอดคล้องกับ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

กระบวนการมีส่วนร่วม

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2547: 7-9) กล่าวว่า การใช้กลยุทธ์การมีส่วนร่วมในงาน ทางด้านการส่งเสริมสุขภาพนั้น ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวบุคคลและสังคม ดังนี้

1. การสร้างความรู้สึกรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging)

ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกที่ เราจำเป็นที่จะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการที่จะทำอะไรที่เกี่ยวกับด้านสุขภาพหรือร่างกายของเรา ซึ่งเรื่องสุขภาพเป็นเรื่องใกล้ตัวเรา ไม่ใช่เราจะฝากเรื่องสุขภาพไว้กับบุคลากรสาธารณสุขเท่านั้น ซึ่งโครงการรณรงค์ต่างๆ ที่ออกมา ต้องการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและอยากให้มองว่าโครงการนี้ไม่ใช่เป็นโครงการของทางภาครัฐแต่เป็นโครงการของประชาชน ซึ่งการที่ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการดำเนินโครงการ การทำกิจกรรม ก็สามารถสร้างความรู้สึกรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันได้

2. การมีส่วนร่วมทำให้เกิด “อัตลักษณ์” ที่หลากหลาย

เมื่อบุคลากรด้านสาธารณสุขต้องการให้ประชาชนมีสุขภาพดี ซึ่งบุคคลแต่ละกลุ่ม ก็จะมี ความแตกต่างกันในด้านสภาพแวดล้อม ทำให้นิยามเรื่องสุขภาพต่างก็มีเอกลักษณ์แตกต่างกัน ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนจะทำให้ได้รับทราบความคิดเห็นและความต้องการต่างๆ ทำให้บุคลากรสาธารณสุขสามารถออกแบบวิธีการส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่นั้นๆ

3. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดความเกี่ยวข้องและผูกพัน (Concern)

เป็นการใช้กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความรู้สึกเกี่ยวข้องผูกพันในเรื่องที่ดูไกลตัวให้เกิดขึ้น ให้เขามองเห็นว่าเรื่องสุขภาพเป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวและทุกสิ่งทุกอย่างก็เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ซึ่งการสื่อสารจะมีบทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเกี่ยวข้องได้อย่างมาก ซึ่งสามารถเขียนแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 6: การสื่อสารในการสร้างความรู้สึกเกี่ยวข้องและผูกพัน

4. การมีส่วนร่วมช่วยให้สามารถระดมพลังทางสังคมมาใช้ได้

การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่สามารถกระตุ้นเรื่องความรู้สึก อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการลงมือกระทำได้ กระบวนการมีส่วนร่วมเป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดในการระดมความร่วมมือแรงร่วมใจจากสังคม

กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนานั้น ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน โดยมีนักวิชาการจากภายนอกหรือนักพัฒนาเป็นผู้สนับสนุนในด้านต่างๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่กระบวนการมีส่วนร่วมจะประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ (ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2548: 199-205)

1. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพแวดล้อม

เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนได้ร่วมเรียนรู้เกี่ยวกับบริบทที่เกี่ยวข้องกับชุมชน การดำเนินชีวิต ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำงานและร่วมกันค้นหาปัญหาและสาเหตุ ตลอดจนช่วยกันจัดลำดับความสำคัญของปัญหา

2. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการวางแผน

โดยจะมีการรวมกลุ่มอภิปรายและแสดงความคิดเห็น เพื่อกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงานและทรัพยากรที่จะต้องใช้

3. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนา

โดยการสนับสนุนด้านวัสดุ อุปกรณ์ แรงงาน เงินทุน หรือเข้าร่วมบริหารงาน การใช้ทรัพยากร การประสานงาน และการดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภายนอก

4. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา

เป็นการนำเอากิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทั้งด้านวัตถุและจิตใจ โดยอยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกันของบุคคลและสังคม

5. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการพัฒนา

เป็นขั้นที่ประชาชนมีการเข้าร่วมประเมินว่า การพัฒนาที่ได้กระทำไปนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด อาจอยู่ในรูปของการประเมินย่อยหรือการประเมินผลรวม เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ทันที

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2549: 220) ได้แบ่งรูปแบบของการมีส่วนร่วมไว้ 3 รูปแบบ ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมแบบชายขอบ (Marginal Participation)

เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจไม่เท่าเทียมกัน ฝ่ายหนึ่งรู้สึกด้อยอำนาจกว่าหรือมีทรัพยากรหรือความรู้ด้อยกว่า เป็นต้น

2. การมีส่วนร่วมแบบบางส่วน (Partial Participation)

รัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายลงมาว่าต้องการอะไร โดยที่รัฐรับรู้ความต้องการของชาวบ้าน ดังนั้นการมีส่วนร่วมก็เพียงแสดงความคิดเห็นในการดำเนินกิจกรรมบางส่วนเท่านั้น

3. การมีส่วนร่วมแบบสมบูรณ์ (Full Participation)

เป็นการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนตั้งแต่การกำหนดปัญหา ความต้องการ การตัดสินใจในแนวทางการแก้ไขปัญหา และความเท่าเทียมกันของทุกฝ่าย

ลักษณะของการมีส่วนร่วม

ในลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา ประชาชนจะใช้กระบวนการตัดสินใจว่าตนเองจะทำอะไร ในขั้นตอนใดและจะมีการเข้าร่วมในลักษณะใด ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะของการมีส่วนร่วมได้ ดังนี้ (ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2548: 208-209)

1. การมีส่วนร่วมในลักษณะการสนับสนุนทรัพยากร

ซึ่งอาจเป็นการสนับสนุนทางด้านเงิน วัสดุอุปกรณ์ แรงงานหรือช่วยทำกิจกรรม เช่น การเข้าร่วมในการวางแผน การประชุมแสดงความคิดเห็น การดำเนินการ การติดตามและประเมินผล

2. การมีส่วนร่วมในลักษณะอำนาจหน้าที่ของผู้เข้าร่วม

โดยอาจทำหน้าที่เป็นผู้นำ กรรมการหรือสมาชิก ซึ่งการมีส่วนร่วมในลักษณะนี้จะแสดงถึงระดับอำนาจของผู้เข้าร่วม ดังนั้นในบางที่อาจจะเป็นเพียงการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีโอกาสเข้าร่วมเพียงบางส่วน เพราะประชาชนไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

UNESCO (1977 อ้างถึงใน พิรงรอง รามสูตร รัตนันท์ และคณะ 2549: 23) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ว่าเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะของ

1. การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การใช้สื่อเพื่อให้บริการแก่สาธารณชน โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างหลากหลาย และมีวิธีการที่จะให้ประชาชนได้ตอบกลับหรือแสดงความต้องการในวิธีการจัดการการผลิตรายการหลากหลายวิธี (Demands to production organizations)

2. การมีส่วนร่วม (Participation) ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้นในระบบการสื่อสาร ทั้งการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต การบริหารจัดการและการวางแผนระบบการสื่อสาร

3. การมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าการแสดงความคิดเห็นและการให้คำปรึกษา คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือการจัดการด้วยตนเอง ซึ่งเป็นรูปแบบของการมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด โดยประชาชนมีอำนาจในการตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน กำหนดนโยบาย การบริหารและการผลิตสื่อด้วยตนเอง

Shirley A. White, et al (1994: 15-31) ได้สรุปแนวคิดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้ว่า หัวใจสำคัญของกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Process) คือ กระบวนการร่วมกันคิด ร่วมรับฟัง และเคารพในความคิดของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกในชุมชน ร่วมวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ตลอดจนกระบวนการร่วมกันค้นหาแนวทางโดยอาศัยพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคมจะนำไปสู่การเปิดสำนักสาธารณะร่วมกัน (Public Conscientization) และกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน (Learning Process) ระหว่างสมาชิกในสังคม เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เหมาะสมและเห็นพ้องต้องกันของสมาชิกในสังคม

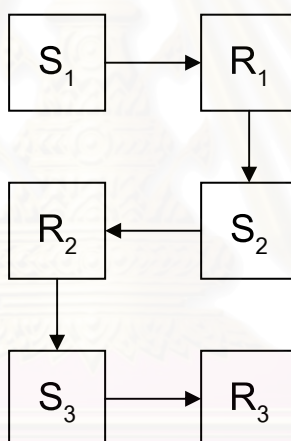
วาสนา จันทรสว่าง (2550: 161) กล่าวถึงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในมุมมองด้านการสร้างเสริมสุขภาพว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสาร เพื่อความสำเร็จตามองค์ประกอบหลัก คือ ผู้ส่งสาร-สาร-สื่อ/ ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร ซึ่งแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้ เป็นการพัฒนาสุขภาพแนวใหม่ ที่เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมจากผู้รับสารหรือภาคประชาชน การให้ความสำคัญกับบทบาทของประชาชนที่จะร่วมพัฒนาการสื่อสารนั้นด้วย โดยมีหลักสำคัญคือ การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ การมีจิตสาธารณะ การมีจิตสำนึกในการที่จะปฏิบัติตนด้านสุขภาพ รวมทั้งสิ่งที่สำคัญ คือ กระบวนการทำงานด้านสุขภาพที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายหรือภาคประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจและปฏิบัติในสิ่งที่เป็นความต้องการของชุมชนเอง มีกระบวนการเรียนรู้และจัดการการเรียนรู้ที่สามารถนำไปสู่ความยั่งยืนได้

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้ความสนใจกับกระบวนการและบริบทเพิ่มมากขึ้น คือ การเปลี่ยนจากการให้ความสำคัญที่ผู้ทำการสื่อสารมาสู่การให้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง นักพัฒนาจะเป็นผู้ตอบสนองมากกว่าผู้ออกคำสั่ง โดยเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิริยาโต้ตอบกันตลอดเวลาและเป็นกระบวนการที่มีส่วนร่วมของคนในสังคมทุกระดับ กลยุทธ์ทางการสื่อสารจึงขึ้นอยู่กับหลักการที่เชื่อมโยงกันระหว่างการสื่อสาร สันติภาพ ความเป็น

ประชาธิปไตย และการพัฒนาแบบขนานแท้ (Authentic Development) ซึ่งเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ

1. การกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเห็นคุณค่าของตนเอง
2. สร้างความมั่นใจและเชื่อมั่น
3. เพื่อให้มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารได้
4. เพื่อสร้างทักษะในการผลิตสื่อและใช้สื่อ
5. เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วม ในการคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจ วางแผนและดำเนินการแก้ไขปัญหาได้

แบบจำลองและคุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม



ภาพที่ 7: แบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

แบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมหรือที่เรียกว่าแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) มีคุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. เป้าหมายหลัก คือ การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร
2. ความสำคัญอยู่ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องทำความเข้าใจร่วมกัน
3. ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นแบบสองทาง (Two-way Flow) และเป็นแนวระนาบ (Horizontal)
4. บทบาทของผู้ส่งและผู้รับจะสลับสับเปลี่ยนกันไม่มีการผูกขาด

5. หลังจากการสื่อสารสิ้นสุดแล้ว ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็นของกันและกัน

แบบจำลองของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีลักษณะของกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพราะจะไม่มีกรอบที่ชัดเจนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในกระบวนการสื่อสารนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้ส่งสาร สิทธิในการที่จะเป็นผู้รับสาร สิทธิในการที่จะเลือกตัดสินใจว่า จะร่วมกระบวนการสื่อสารนั้นๆ ในขั้นตอนใดที่ตนเองต้องการหรือมีความพร้อม และประเด็นที่มีความสำคัญที่สุดในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมคือ การเปิดกว้างระหว่างกันและกัน การเปิดกว้างระหว่างสมาชิกทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ความโปร่งใสและความชัดเจนระหว่างกัน เพื่อเป็นการนำไปสู่เป้าหมายหรือความสำเร็จของกระบวนการสื่อสารครั้งนั้นๆ ร่วมกัน (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2549: 174)

อีกทั้ง ปารีชาติ สถาปัตตานนท์ และคณะ (2549: 33-42) ได้กล่าวถึง หลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนา 7 ประการ ได้แก่

1. ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (Various Participants) กล่าวคือ สิ่งสำคัญในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไม่ใช่ “สื่อ” แต่เป็น “เสียง” ของบุคคลที่หลากหลาย ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเน้นหนักในการรับฟังความคิดเห็นและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น

2. การเข้าถึงสื่อ (Media Accessibility) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้ความสำคัญกับโอกาสของบุคคลในการเข้าถึงสื่อหรือช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ บุคคลมีสิทธิเสรีภาพอย่างเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อประเภทต่าง ๆ ตลอดจนบ่งชี้ให้เห็นว่า บุคคลมีสิทธิในการสื่อสารและการแสดงความคิดเห็นของตนเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ และการมีสิทธิในการใช้ประโยชน์จากสื่อสาธารณะ

3. ความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ (Human Potential) ความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการริเริ่มกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

4. ความโดดเด่นของสาร (Salient Message) ประเด็นที่มักสามารถกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ ประเด็นที่มีเนื้อหาสาระสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนหรือการ

ตอบสนองความต้องการของชุมชน หรือการเป็นประเด็นที่ชุมชนสามารถนำเนื้อหาสาระดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้

5. การปรึกษาหารือ (Dialogue) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมิใช่การโน้มน้าวใจบุคคลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่พึงประสงค์ของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ผู้เกี่ยวข้องหันหน้าเข้าหากันและดำเนินการปรึกษาหารือร่วมกันเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ

6. การสนับสนุน (Facilitation) สืบเนื่องจากการที่กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนให้บุคคลที่หลากหลายได้มีโอกาสสื่อสารในลักษณะของการ “ปรึกษาหารือ” ร่วมกันในท่ามกลางประเด็นปัญหาที่ซับซ้อนและส่งผลกระทบอย่างกว้างขวาง ดังนั้นการดำเนินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องเกิดขึ้นภายใต้การออกแบบระบบสนับสนุนต่าง ๆ และการกำหนดบทบาทให้บุคคลกลุ่มหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนกระบวนการมีส่วนร่วมให้เป็นไปได้โดยมีประสิทธิภาพ

7. กระบวนการเชิงประชาธิปไตย (Democratic Process) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมคือ กระบวนการเชิงประชาธิปไตยซึ่งต้องมีการลงประชามติ เนื่องจากการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการประชาธิปไตยซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนอุดมการณ์ การปรึกษาหารือร่วมกัน การพัฒนาความเข้าใจซึ่งกันและกัน การใช้วาทกรรมและการแสวงหาทางออกต่างๆ ร่วมกัน

ระดับของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

เมื่อใช้องค์ประกอบของการสื่อสารเข้ามาเป็นเกณฑ์ สามารถอธิบายถึงระดับการมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้ ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2543: 71-73)

1. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ ใ้สาร (Audience/ Receiver/ User)

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่ต่ำที่สุด กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ไปจนกระทั่งถึงการเลือกช่องทางสื่อที่จะเผยแพร่และผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่อย่างเดียว แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปในฐานะของผู้รับสารในการสื่อสาร

แบบมีส่วนร่วม คือ มีการทำความเข้าใจให้ผู้รับสารได้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรู้และบอกเล่า ข้อมูลข่าวสารของตนสู่สาธารณะ มีการสร้างหลักประกันในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสารทั้งในช่วงขาเข้าและขาออก และที่สำคัญที่สุดคือมีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ทั่วถึงในชุมชน

2. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ ผู้ผลิต/ ผู้ร่วมผลิต/ ผู้ร่วมแสดง (Sender/ Producer/ Co-Producer/ Performance)

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับสูงขึ้นมาและจำเป็นต้องสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เพิ่มเติม หรือต้องมีการปฏิรูปเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเก่าๆ ที่มีอยู่ การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตหรือผู้ร่วมผลิตนั้น ยังแบ่งออกได้เป็นหลายขั้นตอนตามหลักแนวคิดของการผลิตสื่อคือ ในขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิตและขั้นหลังการผลิต ซึ่งกลุ่มเป้าหมายอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งก็ได้ แต่ในแต่ละขั้นตอนนั้น จะต้องมีการสร้างเงื่อนไขใหม่กำกับไว้ด้วย เช่น จะต้องมีกรอบระเบียบความรู้การใช้อุปกรณ์ก่อนการผลิต

3. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Policy Maker/ Planner)

การมีส่วนร่วมในรูปแบบนี้ถือได้ว่าเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม มีข้อสังเกตคือ ยิ่งระดับของการมีส่วนร่วมสูงขึ้นมาเท่าใดสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามามีส่วนร่วมก็จะน้อยลง กล่าวคือในระดับของผู้รับสาร คนในชุมชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ แต่ถ้าขึ้นมาถึงขั้นการผลิต ก็อาจจะมีคนบางกลุ่มในชุมชนเท่านั้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วม จนกระทั่งมาถึงขั้นตอนสุดท้าย คือ ระดับการวางแผนและนโยบาย ก็จะมีตัวแทนบางคนเท่านั้นจากชุมชนที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมในระดับนี้

การส่งเสริมการมีส่วนร่วม

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมเป็นการพัฒนาวิธีการสื่อสารระหว่างฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือถูกกระตุ้นจากบุคคลภายนอกการพัฒนาที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นได้ เมื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดและตัดสินใจอนาคต (อรพินท์ สฟโชคชัย, 2538: 2-3) โดยประเด็นในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมนั้นได้มีการแบ่งขอบเขตในการพิจารณาไว้หลายด้าน ซึ่งจะช่วยให้การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนให้เกิดการปฏิบัติงานพัฒนา ทั้งนี้สามารถอธิบายเรื่องในประเด็นต่างๆ พอสังเขปได้ดังนี้ (ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2548: 209-233)

1. ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญต่างๆ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 4 ปัจจัย ได้แก่

1.1 ปัจจัยทางด้านกลไกของรัฐ

ในการกำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น และสนับสนุนกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการเมือง อีกทั้งจะต้องสร้างช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน โดยระบบของทางราชการจะต้องเอื้ออำนวยและเพิ่มโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และจะต้องมีการติดตามประเมินผลและให้การสนับสนุนในภายหลัง

1.2 ปัจจัยด้านประชาชน

ประชาชนต้องมีความรู้ ความเข้าใจและมีประสบการณ์ในการทำงานพัฒนาซึ่งจะต้องเป็นฝ่ายตัดสินใจ ริเริ่มกิจกรรมและรับผลประโยชน์ โดยประชาชนควรเป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคมเพื่อที่จะมีการติดต่อ ประสานงานกับเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งได้รับการฝึกอบรม ทุน และรับรู้ข่าวสารต่างๆ อย่างต่อเนื่องด้วย

1.3 ปัจจัยด้านนักพัฒนา

นักพัฒนาควรมีการศึกษาถึงบริบทและสภาพแวดล้อมของชุมชนเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนา อีกทั้งควรจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเนื้อหาของกระบวนการมีส่วนร่วมและสามารถหาผู้นำที่มีประสิทธิภาพในชุมชนเพื่อที่จะเป็นผู้กระตุ้นให้ชาวบ้านเกิดการเปลี่ยนแปลง เพราะนักพัฒนาต้องเป็นผู้สนับสนุนทางด้านการศึกษา การให้ข้อมูล ทรัพยากรและประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ซึ่งนักพัฒนาควรมีความจริงใจ ผูกพันกับท้องถิ่น และมีการดำเนินงานพัฒนาที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพท้องถิ่น

1.4 ปัจจัยจิตใจ

คือการได้รับผลประโยชน์จากการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนา และโครงการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้

2. เทคนิคการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วม

สามารถแบ่งออกเป็น 3 วิธีการหลักๆ ดังนี้

2.1 เทคนิคทางจิตวิทยา

จะใช้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยการกระตุ้นและให้การศึกษาแบบไม่เป็นทางการ เช่น การจับกลุ่มพูดคุย การถกเถียงปัญหาและสร้างแรงจูงใจเพื่อให้ประชาชนรวมกลุ่มกันทำงาน อีกทั้งสร้างความภาคภูมิใจให้กับสมาชิก

2.2 เทคนิคการประชาสัมพันธ์

การใช้สื่อบุคคลหรือสื่อมวลชนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสถานการณ์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม โดยข้อมูลที่น่าเสนอต้องมีความถูกต้องและชัดเจน

2.3 เทคนิคด้านการบริหาร

ต้องทำการศึกษาถึงชุมชนก่อนการพัฒนา อีกทั้งการวางแผนดำเนินงาน ตั้งอยู่บนความต้องการของประชาชน ซึ่งมีวิธีการหลายวิธีเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมเช่น การใช้กระบวนการกลุ่ม การฝึกอบรมผู้นำ การจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม การสนับสนุนทรัพยากร และผู้นำจะต้องมีการวางตัวเป็นกลาง ซื่อสัตย์และมีความเสียสละ

3. บทบาทและวิธีการทำงานของฝ่ายต่างๆ

ฝ่ายต่างๆ ที่เข้ามามีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการพัฒนานั้น ควรเน้นการทำงานเป็นทีม รวมทั้งควรมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 4 ฝ่าย ซึ่งแต่ละฝ่ายต่างมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

3.1 องค์กรประชาชนหรือชุมชน

มีบทบาทในการตัดสินใจหาทางแก้ไขปัญหาโดยการระดมความคิดเห็น ทรัพยากรแล้วทำการแก้ปัญหาและประเมินผลร่วมกัน

3.2 องค์กรพัฒนาของรัฐและเอกชน

มีบทบาทในการศึกษาชุมชน จัดกระบวนการเรียนรู้ ประสานงานกับผู้นำ และหน่วยงาน อีกรทั้งสนับสนุนทรัพยากร งบประมาณ การอบรมและข่าวสารด้าน วิชาการ

3.3 นักวิชาการ

มีบทบาทในการเป็นนักวิจัย วิทยากร ผู้เชื่อมประสานให้ข้อมูลกับ ชาวบ้านและนักพัฒนา เป็นผู้ติดตามและประเมินผลงาน จัดกระบวนการเรียนรู้ และร่วมแก้ไขปัญหา

3.4 องค์กรพัฒนาระหว่างประเทศ

มีบทบาทในการประสานงานระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดประโยชน์ใน ด้านวิทยาการสมัยใหม่และการพัฒนาบุคลากร

ระดับของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากกระบวนการมีส่วนร่วม

กาญจนา แก้วเทพ (2546 อ้างถึงใน วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล 2549: 43-44) ยังได้กล่าวถึง ระดับของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากกระบวนการมีส่วนร่วม ได้แก่ 1. การเปลี่ยนแปลงระดับ บุคคล 2. การเปลี่ยนแปลงระดับกลุ่ม และ 3. การเปลี่ยนแปลงในระดับพื้นที่

1. **ในการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล** การสื่อสารด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมจะทำให้ผู้ สื่อสารได้มีโอกาสคิดวิเคราะห์ถึงปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ อย่างรอบคอบ อันเป็นผลให้เกิด การเปลี่ยนแปลงตนเองในลักษณะต่างๆ เช่น ความมั่นใจในความคิดเห็นของตน กล้าที่จะแสดง ความเห็น การค้นพบตนเอง (Self-discovery) และสามารถพัฒนาศักยภาพในการสื่อสารของตน (Communication Competency) ให้มากขึ้นได้

2. **การเปลี่ยนแปลงในระดับพื้นที่** การสื่อสารด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมได้ถูกนำมาใช้ เป็นแนวทางในการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาต่างๆ ในสังคม ตลอดจนเป็นแนวทางในการดำเนินการ วิจัยและแก้ปัญหาในระดับพื้นที่ การร่วมมือการพัฒนาต่อกับกลุ่มภาคีพันธมิตรในการพัฒนาสังคม และชุมชน

3. การเปลี่ยนแปลงในระดับคู่มือสื่อสารและกลุ่มบุคคล กลุ่มบุคคลจะมีโอกาสในการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน ได้แลกเปลี่ยนมุมมอง ความคิดเห็นทำให้เกิดการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างคู่มือสื่อสาร การยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง และการใช้เหตุผลในการแก้ปัญหาโดยคำนึงถึงประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก

เมื่อพิจารณาถึงการรณรงค์ในกระแสของกระบวนทัศน์ใหม่ที่เน้นการสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและแก้ปัญหาแล้ว ในการดำเนินงานรณรงค์ทางด้านสุขภาพในโครงการ อย.น้อยนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากครูแกนนำ ครู นักเรียนแกนนำ รวมถึงผู้จำหน่ายสินค้าภายในและภายนอกบริเวณโรงเรียนด้วย การแก้ปัญหานั้นต้องเกิดขึ้นมาจากความรู้สึกรู้สึกของคนในชุมชนมากกว่าที่จะเป็นการผลักดันหรือการสื่อสารจากภาครัฐหรือหน่วยงานต่างๆ เป็นที่แน่ชัดว่าการสร้างการมีส่วนร่วมในการรณรงค์นั้น จะสามารถแก้ไขปัญหาได้ในระยะยาวได้ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จะศึกษาถึงกระบวนการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย อีกทั้งปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินโครงการ ดังนั้นการใช้กรอบแนวคิดนี้จะทำให้เข้าใจถึงกระบวนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในมิติต่างๆ ที่ใช้ในดำเนินการรณรงค์ในโครงการได้

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มณฑนา อุเทน (2539) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการบริโภคอาหารหยาบแฉะ แฉะลอยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารหยาบแฉะ แฉะลอยโดยรวมในระดับดี แต่ควรปรับปรุงในเรื่องการปนเปื้อนเชื้อราและโรคที่เกิดจากการบริโภคอาหารหยาบแฉะลอยเป็นประจำ อีกทั้งพบว่านักเรียนมีทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารหยาบแฉะลอยโดยรวมอยู่ในระดับดีในการรณรงค์เรื่องความสะดวกและการสอนเรื่องอันตรายของอาหารหยาบแฉะลอยในหลักสูตร แต่มีทัศนคติในระดับพอใช้ในเรื่องอาหารหยาบแฉะลอยเป็นอาหารที่หาซื้อได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว และการซื้ออาหารหยาบแฉะลอยไม่ใช่เรื่องเสียหาย นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบอีกว่า นักเรียนมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารหยาบแฉะลอยโดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ในเรื่องการรับประทานอาหารหยาบแฉะลอยเพื่อประทังความหิว

สุรินทร์ เปี้ยผล (2539) ได้ศึกษาถึง ปัญหาในการจัดดำเนินงานโครงการสาธารณสุขมูลฐานในโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดย

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาในการจัดดำเนินงานในโรงเรียนนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาลงในรายละเอียดพบปัญหาในเรื่องของงบประมาณด้านวัสดุอุปกรณ์และด้านการจัดกิจกรรม โดยพบว่ากลุ่มที่ดำเนินงานไม่ต่อเนื่องเป็นปัญหามากกว่ากลุ่มที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการเปรียบเทียบความคิดเห็นของครูและผู้บริหารโรงเรียน พบว่าครูและผู้บริหารโรงเรียนมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งในด้านการวางแผน ด้านงบประมาณ ด้านการติดตามและประเมินผล

มนตรี สุตสม (2541) ได้ศึกษาถึง กระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัด ภูเก็ตและแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในกลยุทธ์การสื่อสาร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจร เป็นการวางแผนในลักษณะการวางแผนจากบนสู่ล่าง โดยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจร ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ความรู้และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อชักจูงใจ อีกทั้งพบว่าแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ใช้ คือ การพัฒนาสินค้า การจัดจำหน่าย การกำหนดราคา การส่งเสริมสินค้า การนำเสนอสินค้า การใช้ตัวบุคคลและกระบวนการเข้าถึงสินค้า โดยแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมที่ทำให้กลยุทธ์การสื่อสารสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ได้แก่ แนวคิดการพัฒนาสินค้าและแนวคิดการส่งเสริมสินค้า

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมให้กลยุทธ์การสื่อสารสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับ ได้แก่ การผูกขาดสื่อการสนับสนุนจากสังคม พลังแรงจูงใจของกลุ่มเป้าหมาย การทราบทิศทางการรณรงค์ อีกทั้งการพัฒนากระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ โดยเน้นจุดเด่นขององค์กรทางด้านประสบการณ์ ความพร้อม การประสานงานและระบบข้อมูลที่ดี

เนาวนิต ยิ้มวัน (2543) ได้ศึกษาถึงเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความคิดเห็น ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารในสื่อ และการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียนมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์ในระดับสูงมากและจากป้ายโฆษณา/แผ่นพับในระดับปานกลาง อีกทั้งมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขมากที่สุดและจากโทรทัศน์ในระดับสูงมาก ส่วนสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากหนังสือพิมพ์ของนักเรียนมัธยมศึกษา ส่วนนักเรียนอาชีวศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จาก

วิทยุกระจายเสียงและอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังมีการนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมมาใช้ โดยพัฒนากิจกรรมกลุ่มและดูงานอนามัยเป็นสินค้าในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ มีการส่งเสริมให้นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมหรือใช้ผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย สะดวก โดยมีสื่อบุคคล ได้แก่ ครู/อาจารย์ นักเรียนแกนนำ และสื่อเฉพาะกิจในการนำเสนอสินค้า ซึ่งมีกระบวนการที่สั้นและง่ายที่สุด เพื่อให้การดำเนินงานสามารถเข้าถึงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักเรียน

สุทธิภา วงศ์ยะลา (2543) ได้ศึกษาถึง รูปแบบและประสิทธิผลของการสื่อสารในการดำเนินงานตามแนวทางการสร้างเสริมสุขภาพคนทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษารูปแบบการสื่อสาร และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสาร ซึ่งผลการวิจัยในเฉพาะส่วนของรูปแบบพบว่า มีรูปแบบการสื่อสาร จำแนกตามประเภทของสื่อดังนี้ 1. การใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การใช้สื่อโปสเตอร์ แผ่นพับ โบปลิว วารสาร ประกาศบริษัท ข่าว ประชาสัมพันธ์ เสียงตามสายและวิดีโอเทป เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพในการเผยแพร่ความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำและให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ รวมทั้งการประชุมสัมมนา กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาพ 2. การใช้สื่อมวลชนเพื่อให้ความรู้และผ่อนคลายความเครียดแก่พนักงาน ได้แก่ การใช้สื่อโทรทัศน์ วิทยุภาพยนตร์และหนังสือพิมพ์ 3. การใช้สื่อกิจกรรม ได้แก่ การตรวจสุขภาพประจำปี การออกกำลังกาย การแข่งขันกีฬาประจำปี การอบรมสัมมนา การจัดนิทรรศการ และกิจกรรมรณรงค์เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพนั้นๆ

จันท์สุดา ตันติวิชญวานิช (2546) ได้ศึกษาถึง ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับกลยุทธ์รูปแบบการสื่อสารและสาระที่สื่อสารในโครงการรณรงค์เพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในกลุ่มเยาวชน อีกทั้งศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากผลการวิจัยของกลุ่มเยาวชนพบว่า ผู้นำเสนอสารที่เยาวชนในระบบการศึกษาให้ความสนใจ ได้แก่ ศิลปิน-ดารา นักพูด ในขณะที่เยาวชนนอกระบบการศึกษาให้ความสนใจผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับยาเสพติด พ่อ-แม่หรือผู้ปกครอง อีกทั้งเนื้อหาสารที่เยาวชนทั้ง 2 กลุ่ม ให้ความสนใจมากที่สุด คือ เนื้อหาสารที่นำเสนอทั้งเชิงบวกและลบ ในรูปแบบของสารบันเทิง โดยสื่อมวลชนที่เยาวชนทั้ง 2 กลุ่มให้ความสนใจคล้ายคลึงกัน คือ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อบุคคลที่เยาวชนทั้ง 2 กลุ่มให้ความสนใจในการพูดคุย อันดับแรก คือ เพื่อน รองลงมา คือ พ่อ-แม่หรือผู้ปกครอง

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า สำหรับการกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมจะต้องเป็นกิจกรรมที่ไม่เสียเวลาหรือเงินในการร่วมกิจกรรม สถานที่ควรเป็นที่ห้างสรรพสินค้าหรือสถาบันการศึกษา โดยมีการแจกของแถมเป็นกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย ซึ่งครอบครัวและชุมชนควรมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรม และที่สำคัญคือความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีนโยบายที่ชัดเจนและการมีงบประมาณที่เพียงพอ ส่วนในด้านแนวทางการมีส่วนร่วมของเยาวชนพบว่า กิจกรรมการแจกของแถมและกิจกรรมการมีส่วนร่วมเป็นกิจกรรมที่เยาวชนให้ความสนใจ โดยเน้นเนื้อหาสาระที่มีความทันสมัยและการมีข้อความที่สะดุดตา โดยให้บุคคลที่มีชื่อเสียง

นอกจากนี้ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของเจ้าหน้าที่ดำเนินโครงการรณรงค์ พบว่า ทุกหน่วยงานใช้แนวคิดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม โดยที่ไม่ต้องให้กลุ่มเป้าหมายเสียค่าใช้จ่ายในการร่วมกิจกรรมและคำนึงถึงสถานที่ๆ มีความสะดวกในการจัดและร่วมกิจกรรม อีกทั้งกลยุทธ์ส่งเสริมกิจกรรมจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของหน่วยงาน เช่น การแจกของที่ระลึก เป็นต้น โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของครอบครัว ชุมชนและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังพบปัญหาและอุปสรรค คือ หน่วยงานราชการขาดบุคลากรและงบประมาณไม่เพียงพอ รวมถึงการมีกรอบหรือกฎเกณฑ์ในการดำเนินงาน สำหรับหน่วยงานอื่นๆ ประสบปัญหาเรื่องกระบวนการดำเนินงาน เช่น การขาดความร่วมมือของครอบครัวและชุมชน เป็นต้น

นิภา ไชยรินคำ (2546) ได้ศึกษาถึง การพัฒนารูปแบบโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพเพื่อนำไปสู่การพัฒนาสุขภาพที่ยั่งยืน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จากผลการวิจัยพบว่า การพัฒนารูปแบบนั้นแบ่งเป็น 2 ระยะ ระยะที่ 1 เป็นการพัฒนารูปแบบโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ และระยะที่ 2 เป็นการศึกษาประสิทธิผลของรูปแบบโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพที่พัฒนาขึ้นโดยการวิจัยเชิงทดลองในสถานการณ์จริง โดยศึกษารูปแบบโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพที่ใช้โรงเรียนเป็นฐานและมีผู้บริหารเป็นหลัก ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงการพัฒนารูปแบบสุขภาพที่ยั่งยืนในโรงเรียนนั้น กระบวนการต้องมีขั้นก่อนเตรียมการ ขั้นเตรียมการและขั้นดำเนินการ ผลการทดสอบประสิทธิผลของรูปแบบโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพที่พัฒนาขึ้นพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยความรู้เรื่องสุขภาพ ทักษะติดต่อการส่งเสริมสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของนักเรียน ครู ผู้ปกครอง สูงขึ้นกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญ

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) ได้ศึกษาถึง การสื่อสารสุขภาพ: ศักยภาพของสื่อมวลชนในการนำเสนอประเด็นด้านสุขภาพในประเทศไทย โดยใช้วิธีวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสัมภาษณ์โดยใช้เทคนิค Ethnographic Future Research ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

1. สื่อมวลชนเป็นเพียงช่องทางหนึ่งในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพสู่สาธารณชน หากจะใช้เป็นช่องทางหลักจำเป็นต้องวางแผนอย่างรัดกุมและคำนึงถึงศักยภาพที่แท้จริงของสื่อมวลชนที่ว่า สื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์แต่ต้องผนวกรวมกับสื่ออื่นๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

2. กระบวนการกำหนดวาระด้านสุขภาพในสื่อมวลชนไทย พบว่าภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนจะแข่งขันสร้างความสนใจให้กับสื่อมวลชน โดยสื่อจะเป็นตัวหลักในการตัดสินใจเลือกประเด็นให้เป็นวาระ โดยคำนึงถึงกระแสหรือความร้อนของประเด็นและปัจจัยตัวผู้ผลิตสื่อเอง ก่อนที่สื่อจะนำเสนอวาระต่อสาธารณชน สื่อแต่ละประเภทก็จะสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับวาระในระดับที่แตกต่างออกไป ขึ้นอยู่กับระดับความพึงพาทุนและข้อมูล ธรรมชาติของตัวสื่อเอง และอุดมการณ์ผู้ผลิต เป็นต้น

3. องค์ประกอบที่สำคัญในการรณรงค์ด้านสุขภาพผ่านสื่อมวลชน ได้แก่ องค์ประกอบเชิงกระบวนการรณรงค์ ได้แก่ เป้าหมายในการรณรงค์ กลุ่มเป้าหมาย ข้อมูล/ประเด็นในการรณรงค์ ช่องทางการสื่อสารกลยุทธ์การสื่อสาร และการวิจัย องค์ประกอบเชิงระบบที่เกี่ยวกับการรณรงค์ ได้แก่ การพัฒนากลไกในการเชื่อมประสานการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ในระบบสังคม การพัฒนาระบบส่งเสริมศักยภาพของชุมชนในการรณรงค์ในพื้นที่ และการร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรในการพัฒนามาตรการเชิงระบบอื่นๆ ในสังคม

4. รูปแบบการรณรงค์ด้านสุขภาพที่มุ่งเสนอประเด็นสุขภาพผ่านสื่อมวลชนในประเทศไทย ประกอบด้วย 5 รูปแบบ ได้แก่ กิจกรรมเฉพาะกิจ ส่วนกลางกับส่วนภูมิภาค แคนหลักกับพันธมิตร หน่วยงานกับผู้รับจ้าง และองค์กรกับการผลักดัน

5. แนวทางในการทำงานร่วมกันระหว่างนักรณรงค์และสื่อมวลชนในประเทศไทย ประกอบด้วย 7 แนวทางหลัก ได้แก่ การติดต่อตามลำดับชั้น การขอความอนุเคราะห์ การประสานพันธมิตร การซื้อสื่อ การชี้แจง การสร้างกระแส การสร้างพันธมิตรทางใจ

6. ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการรณรงค์ด้านสุขภาพผ่านสื่อมวลชนในประเทศไทย พบว่าประกอบด้วย

6.1 องค์ประกอบเชิงบุคคล/องค์กรรณรงค์ ได้แก่ การที่แกนนำมีความสามารถในการประสานงานกับองค์กรพันธมิตรต่างๆ ได้อย่างใกล้ชิด การหลีกเลี่ยงการสร้างศัตรู การมีพันธมิตรหลากหลาย การแบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของพันธมิตร การที่พันธมิตรทุกฝ่ายมีความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์ และสัมพันธ์ภาพกับพันธมิตรด้านสื่อมวลชนและด้านนักการเมือง

6.2 องค์ประกอบเชิงกระบวนการรณรงค์ ได้แก่ การรณรงค์แบบไม่ประกาศตัวว่าเป็น "การรณรงค์" การรณรงค์อย่างต่อเนื่อง การวางแผนเชิงระบบ การดำเนิน

โครงการด้วยความคล่องตัว การกำหนดเป้าหมายในลักษณะที่สามารถชี้ให้เห็นผลที่เป็นรูปธรรมได้ นักรณรงค์ของกลุ่มเป้าหมายในฐานะพันธมิตรและพัฒนากลุ่มเป้าหมายให้เป็นสื่อบุคคล การมอบหมายให้กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ริเริ่มโครงการรณรงค์ในแนวระนาบ การมีข้อมูลมากเพียงพอข้อมูลเชื่อมโยงกับสังคมไทย การออกแบบระบบการจัดเก็บข้อมูลอย่างเหมาะสม การมีทักษะในการนำเสนอข้อมูลสู่สาธารณะ การมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย การเน้นสร้างสรรค์ประเด็นให้ปรากฏในสื่ออย่างรวดเร็ว การนำเสนอประสบการณ์ตรงของกลุ่มที่เผชิญปัญหา การใช้สื่อบุคคลที่น่าเชื่อถือทำหน้าที่เป็นผู้พูด การสื่อในเรื่องที่ง่าย ใกล้ตัวและเป็นรูปธรรม การวิจัยเบื้องต้นก่อนการพัฒนาสื่อ การวิจัย/ทดสอบ "สาร" ที่ใช้ในการรณรงค์ก่อนนำไปใช้จริง

6.3 องค์ประกอบเชิงระบบที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ ได้แก่ การผลักดันมาตรการเชิงนโยบาย และกระแสต่างประเทศสนับสนุน

7. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการรณรงค์ด้านสุขภาพผ่านสื่อมวลชนไทย พบว่าประกอบด้วย

7.1 องค์ประกอบเชิงบุคคล/องค์การรณรงค์ ได้แก่ การมองการรณรงค์แค่เฉพาะด้านที่เป็นที่กิจกรรมย่อยๆ ภาพการเป็น "งานฝาก" ของการรณรงค์ การเน้นสร้างภาพลักษณ์ การทำงานแบบต่างคนต่างทำโดยไม่ประสานงานกันใกล้ชิด

7.2 องค์ประกอบเชิงกระบวนการรณรงค์ ได้แก่ การบริหารโครงการรณรงค์โดยอิงระบบการสั่งการ การยึดติดกับงบประมาณ การอิงระบบข้อมูล ความยากลำบากในการสร้างสรรค์ประเด็น การขาดความเข้าใจประเด็นปัญหาอย่างลึกซึ้ง การออกแบบสารโดยไม่ได้คำนึงถึงสถานการณ์อย่างรอบคอบ การที่ผู้บริหารทำตนเป็นนักสร้างประเด็น การสร้างสรรค์ประเด็นโดยไม่ได้คำนึงถึงความสอดคล้องกับพัฒนาการของกลุ่มเป้าหมาย การพึ่งพิงเฉพาะช่องทางสื่อมวลชน การคำนึงแต่กลยุทธ์ของด้านสื่อโดยมองข้ามกลยุทธ์ด้านสาร การให้ความสำคัญกับคำ "เท่ๆ" โดยมองข้ามแก่นของสาระ

7.3 องค์ประกอบเชิงระบบ ได้แก่ สภาพปัญหาในการมุ่งเน้นประโยชน์เชิงธุรกิจในระบบสื่อมวลชน ข้อจำกัดของมาตรการเชิงกฎระเบียบในการจัดสรรเวลาในสื่อโทรทัศน์ระบบการคัดเลือกประเด็นข่าวในสื่อมวลชนไทย ผลกระทบจากระบบการโยกย้ายบุคลากรในองค์กรสื่อมวลชน ระบบการแข่งขันในการแย่งพื้นที่ในสื่อมวลชน และโครงข่ายสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกในสังคมขาดประสิทธิภาพ

จากงานวิจัยของ ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ จะเห็นได้ว่า ในงานรณรงค์ทางการสื่อสารสุขภาพนั้น ควรจะมีการพิจารณาโครงการในฐานะงานเชิงนโยบายสาธารณะ (Public Policy) และควรผลักดันให้เกิดการรณรงค์ในระดับชุมชนมากขึ้น (Community Base Campaign)

ตลอดจนมีการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในการผลักดันให้เกิดมาตรการเชิงนโยบายอื่นๆ ควบคู่กับมาตรการด้านการรณรงค์ มีการผลักดันกฎหมาย การบริหารงานรณรงค์ การวางแผน และให้เกิดการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน ให้เกิดการใช้ยุทธศาสตร์สามเหลี่ยมเข็มนาฬิกา ส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารสองทางและเครือข่าย อีกทั้งควรให้การสนับสนุนให้มีการรณรงค์ในลักษณะการเรียกร้อยผ่านสื่อ

อารีย์ ต่านประดิษฐ์ (2546) ได้ศึกษาถึง วิธีการดำเนินงานตามกระบวนการและองค์ประกอบโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพและศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า มีการดำเนินงานตามกระบวนการและองค์ประกอบโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพตามขั้นตอนครบถ้วน โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายคือ จากกลุ่มพลังทางวิชาการ กลุ่มพลังทางประชาสังคมและกลุ่มพลังทางการเมือง ท้องถิ่น ในการพัฒนางานให้สำเร็จ โดยมีปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการพัฒนาโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ คือ 1. ภาวะผู้นำและความกระตือรือร้นของผู้บริหารโรงเรียน 2. ความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการและการทำงานเป็นทีมของบุคลากรในโรงเรียน 3. การมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ปกครอง และนักเรียน และ 4. การสนับสนุนและแนะนำของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพคือ 1. ผู้บริหารโรงเรียนมีองค์ความรู้ในการดำเนินงานโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพน้อยในระยะแรก 2. ความไม่เต็มใจในการเข้าร่วมโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพของบุคลากรในโรงเรียนบางท่านในระยะเริ่มต้นและ 3. การเมืองท้องถิ่นให้การสนับสนุนงบประมาณน้อย

ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) ได้ศึกษาถึง กระบวนการประชาสัมพันธ์รณรงค์และปัญหาอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการลดอุบัติเหตุทางการจราจรของเครือข่ายลดอุบัติเหตุ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการลดอุบัติเหตุทางการจราจรของเครือข่ายลดอุบัติเหตุประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1. ขั้นการวิจัย-รับฟัง 2. ขั้นการวางแผน 3. ขั้นการสื่อสาร 4. ขั้นการประเมินผล อีกทั้งยังพบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการ ประกอบด้วย 1. กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อ ได้แก่ การซื้อสื่อเองในราคาพิเศษ เป็นผู้ให้การสนับสนุนในรายการต่างๆ ซื้อสื่อตามจุดใจกลางเมือง ออกสื่อข่าวหรือย่อบ่อยๆ ใช้สื่อผสม ใช้สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง นำเสนอประสบการณ์ตรง ใช้สื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายสร้างพันธมิตรสื่อ วางตนพร้อมที่จะให้ข่าว และใช้การสื่อสารสองทาง 2. กลยุทธ์ด้านการใช้สาร ได้แก่ กลยุทธ์สารที่เร้าความกลัว เสนอความเป็นเหตุเป็นผล เสนอข้อเท็จจริง เสนอสารจากกลุ่มอ้างอิง สารที่เป็นแนวคิดหลักและแนวคิดย่อย สารที่เน้นข้อความสะดุดหู และสารที่

สร้างสัญลักษณ์ร่วม และ 3. กลยุทธ์ด้านคนหรือองค์การ คือ การทำงานในรูปแบบของเครือข่าย สร้างพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบถึงปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ในโครงการว่าเกิดจากปัญหาเรื่องระยะเวลากระชั้นชิด ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร ปัญหาด้านการประสานงาน ปัญหาด้านสารประชาสัมพันธ์และปัญหาความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินโครงการ ส่วนอุปสรรค ได้แก่ อุปสรรคด้านกลุ่มเป้าหมายไม่ยอมเปลี่ยนพฤติกรรม อุปสรรคด้านวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม

พิริยาภรณ์ แววจินดา (2547) ได้ศึกษาถึง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการรณรงค์โครงการอาหารปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุขและประสิทธิผลของโครงการดังกล่าว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาถึงกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ ร่วมกับการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณในส่วนหนึ่งของประสิทธิผลของกระบวนการรณรงค์ จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์หลักที่ใช้ประชาสัมพันธ์ในโครงการเป็นการใช้สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และวิทยุ และยังพบการใช้กลยุทธ์สร้างการมีส่วนร่วมในการให้ความรู้ สร้างความตระหนัก เพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรมบริโภคอาหารปลอดภัย นอกจากนี้ในส่วนหนึ่งของประสิทธิผลของโครงการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับโครงการอาหารปลอดภัยระดับปานกลาง มีความรู้ในการเลือกบริโภคอาหารที่ปลอดภัยในระดับสูง มีความตระหนักในการเลือกบริโภคอาหารปลอดภัยในระดับสูงมาก และมีพฤติกรรมในการเลือกบริโภคอาหารที่ปลอดภัยในระดับสูง

พรดี สะสมบัติ (2548) ได้ศึกษาถึง กระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมมารดาของกลุ่มนมแม่ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากผลการวิจัยพบว่า ในการรวมกลุ่มของกลุ่มนมแม่แบ่งออกเป็น 5 ระยะ คือ 1. ระยะก่อตั้ง 2. ระยะหาแนวร่วม 3. ระยะดำเนินการ 4. ระยะขยายข่าย และ 5. ระยะกลุ่มเข้าสู่โครงสร้างของระบบสังคม อีกทั้งพบว่า กระบวนการสื่อสารที่ใช้ในการรณรงค์ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน คือ 1. การกำหนดเป้าหมาย 2. ตั้งวัตถุประสงค์ 3. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย 4. กำหนดข้อมูลและประเด็น 5. กำหนดช่องทางการสื่อสาร 6. กำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร 7. กำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อ และ 8. ประเมินผลจากการวิจัย

ประเด็นที่สำคัญที่กลุ่มนมแม่ใช้ในการกระบวนการรณรงค์ คือ ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบปากต่อปากและการสื่อสารผ่าน Connection เป็นหลักในการสร้างและขยายกลุ่ม รวมถึงการใช้สื่อสารระหว่างบุคคลผ่านทางสื่อกิจกรรมในรูปแบบคุณแม่อาสาเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างคุณแม่คนอื่นๆ ซึ่งจะมีผลต่อการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม มีการสื่อสารผ่านหน่วยงานที่หลากหลาย โดยดึงความชำนาญเฉพาะด้านของแต่ละฝ่ายมาสนับสนุน

การดำเนินงาน และมีการใช้สื่อมวลชนในการสร้างกระแสเรื่องเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ โดยมีการจับกระแสช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

ภัทรภา เพชรแก้ว (2548) ได้ศึกษาถึง กระบวนการสื่อสารในโครงการ “โรงเรียนรักการอ่าน” ของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพพบว่ากระบวนการสื่อสารประกอบด้วย 4 ขั้นตอนได้แก่ 1. การวางแผนงาน 2. การเปิดตัวกิจกรรม 3. การประเมินผล และ 4. ขันทบทวนเพื่อพัฒนาแผนงาน โดยสื่อที่ครูใช้เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่านมี 2 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ โดยใช้กิจกรรมที่หลากหลายถึง 13 กิจกรรม ครูผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินงานเป็นผู้สื่อสารในทุกขั้นตอน ส่วนนักเรียนผู้ช่วยครูได้ทำการสื่อสารในขั้นเปิดตัวกิจกรรมเพียงขั้นตอนเดียว นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการได้แก่ การให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานของบุคลากรในโรงเรียน ได้แก่ ครู ผู้บริหารและนักเรียน และการให้ความสำคัญในการดำเนินงานของบุคลากรภายนอกโรงเรียน ได้แก่ คีษานิเทศน์ และผู้ปกครอง

วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล (2549) ได้ศึกษาถึง กลยุทธ์ที่ใช้ในการรณรงค์ของโครงการเด็กไทยไม่กินหวานและกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการเด็กไทยไม่กินหวาน รวมถึงปัจจัยเกื้อหนุนและอุปสรรคที่มีผลต่อความสำเร็จของการรณรงค์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า โครงการเด็กไทยไม่กินหวานใช้ยุทธศาสตร์ประสานระหว่างภาควิชาการ ภาคประชาชน และภาคนโยบายเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และใช้กลยุทธ์สาระบันเทิง ภายใต้กรอบแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม ส่วนทางด้านกลยุทธ์ในการรณรงค์ทางโรงเรียนได้ใช้กลยุทธ์การให้ความรู้ กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน และกลยุทธ์การสนับสนุนในการดำเนินงาน อีกทั้งพบว่ากระบวนการรณรงค์ที่โรงเรียนใช้มีขั้นตอนทั้งหมด 4 ขั้นตอน คือ 1. วิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดวัตถุประสงค์ 2. กำหนดประเด็น 3. ปฏิบัติและปรับเปลี่ยน และ 4. ประเมินผล

ส่วนทางด้านการศึกษาปัจจัยเกื้อหนุนและอุปสรรคในการดำเนินโครงการพบว่า ปัจจัยเกื้อหนุนภายใน ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนมีวิสัยทัศน์และความสามารถในการบริหารงาน อีกทั้งครูมีความเข้าใจในประเด็นรณรงค์ มีความเอาใจใส่กับนักเรียนและมีความใกล้ชิดกับผู้ปกครอง อีกทั้งยังพบปัจจัยเกื้อหนุนภายนอกซึ่ง ได้แก่ ผู้ปกครองและชุมชนให้ความร่วมมือและองค์การหน่วยงานภายนอกโรงเรียนให้การสนับสนุน ส่วนปัจจัยอุปสรรคภายใน ได้แก่ สิ่งแวดล้อมในโรงเรียนเอื้อต่อการให้เด็กกินหวาน โรงเรียนมีกิจกรรมและโครงการรณรงค์อื่นๆ ความร่วมมือของบุคลากรในโรงเรียนมีน้อย และโรงเรียนขาดรายได้จากการงดขายอาหารและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล นอกจากนี้

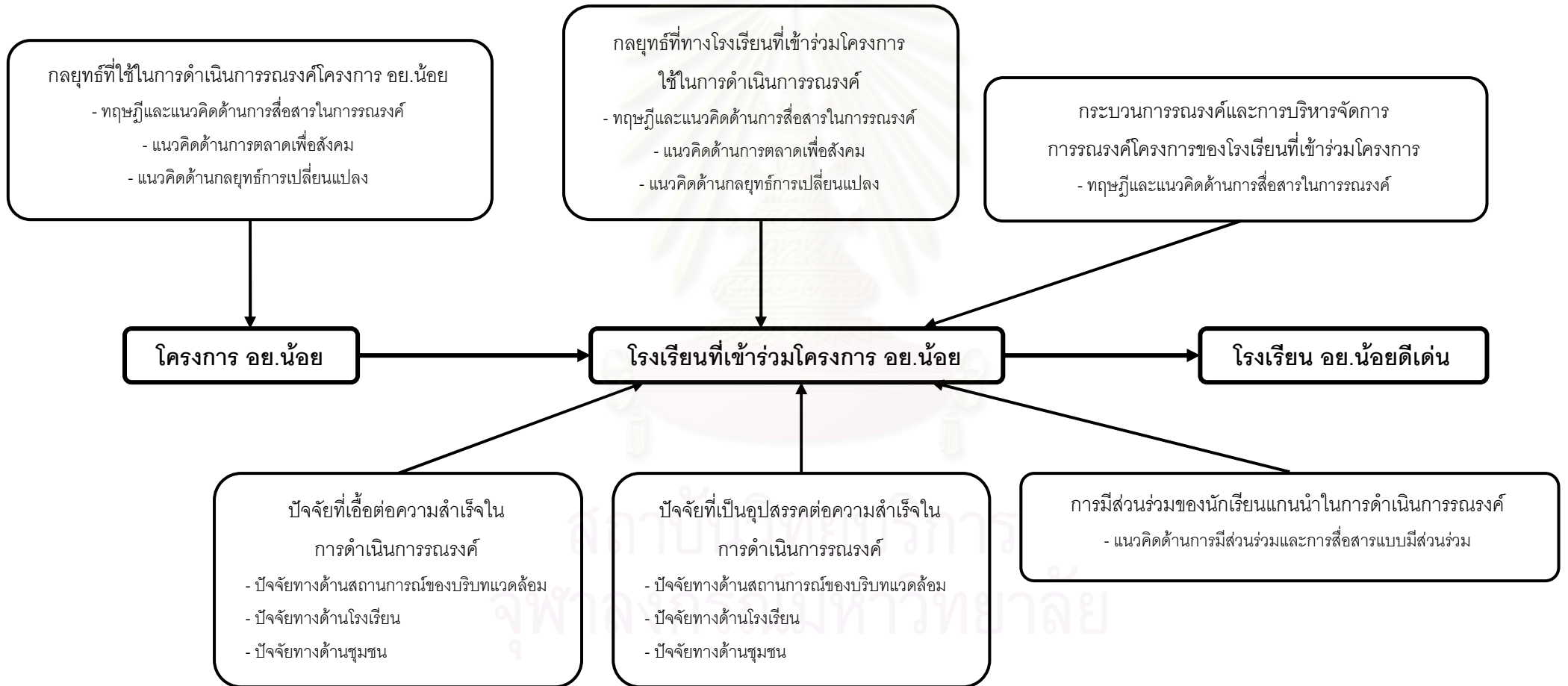
ยังพบปัจจัยอุปสรรคภายนอกซึ่งได้แก่ ร้านค้ารอบโรงเรียนยังจำหน่ายอาหารที่มีน้ำตาลมากและ ผู้ปกครองบางส่วนไม่ให้ความร่วมมือ

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ คือ แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร สุขภาพ แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารในการรณรงค์ แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม แนวคิด ด้านกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลง แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นกรอบ แนวคิดในการศึกษาวิจัยถึง กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีขั้นตอนและรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการทำการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. การนำเสนอข้อมูล

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมการรณรงค์ของโครงการ อย.น้อย กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย และศึกษาการมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย อีกทั้งยังศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อย อีกด้วย

โดยการวิจัยเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ในเรื่องนี้ เป็นการวิจัยที่ใช้วิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis)
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
3. การจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group Interview)
4. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation)

2. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group Interview) โดยผู้ที่ให้ข้อมูลแต่ละท่านมีลักษณะเป็นที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ซึ่งสามารถตอบปัญหานำการวิจัยทั้ง 4 ข้อ รวมจำนวนกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 48 คน โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อให้ครอบคลุมกับปัญหานำการวิจัย ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1. ผู้รับผิดชอบการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อยในส่วนของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 2 คน โดยผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. คุณศุภกาญจน์ โภคัย | หัวหน้าโครงการ อย.น้อย
ตำแหน่ง: เกสเซอร์ 8 ว |
| 2. คุณสินีนางู โรจนประดิษฐ | ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย
ตำแหน่ง: นักวิชาการเผยแพร่ 8 ว |

กลุ่มที่ 2. บุคลากรของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ อย.น้อย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำและนักเรียนแกนนำในโรงเรียน รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 46 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีเกณฑ์ในการเลือกโรงเรียนมาศึกษา ดังนี้

โรงเรียนที่ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษานั้นเป็นโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย อีกทั้งยังเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลจากกิจกรรมประกวด “โรงเรียน อย.น้อยดีเด่น” ในระดับเขตกรุงเทพมหานครประจำปี 2550 ซึ่งครอบคลุมถึงโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) และสังกัดสำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร (กทม.) รวมจำนวน 3 โรงเรียน ซึ่งได้แก่ โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม โรงเรียนอัสสัมชัญ และโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) ตามลำดับ ซึ่งโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) นั้นเคยได้รับรางวัลโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นทั้งระดับกรุงเทพมหานครและระดับประเทศ อีกทั้งยังเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลทุกปี ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา

โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารโรงเรียนและครูแกนนำ และใช้การจัดกลุ่มสนทนากับนักเรียนแกนนำในแต่ละโรงเรียนจำนวน 3 โรงเรียน รวมจำนวนทั้งสิ้น 46 คน ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารโรงเรียน โรงเรียนละ 1 คน ได้แก่

- | | |
|--------------------------|---|
| 1.1 นางฤทัยวรรณ ศุภเกษร | รองผู้อำนวยการฝ่ายกลุ่มบริหารงานบุคคล
โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม |
| 1.2 นางชลดา เกื้อนเนาว์ | หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา และหัวหน้าโครงการ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ |
| 1.3 นางดวงหทัย เปลีียนดี | ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์) |

2. การสัมภาษณ์เชิงลึกครูแกนนำ โรงเรียนละ 2 คน ได้แก่

- | | |
|------------------------------|--|
| 2.1 นางสาวจรีรัตน์ พิกุลแย้ม | ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม, ผู้ช่วยรองผู้อำนวยการฝ่ายบริหารงานบุคคล และหัวหน้าฝ่ายสำนักงานและแผนงบประมาณ โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม |
| 2.2 นางสาวสมจิตต์ แก้วอำไพ | ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี และหัวหน้างานโภชนาการ โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม |
| 2.3 นายวีรวัฒน์ สุวรรณศร | ผู้ช่วยหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ |
| 2.4 นางสาวเจริญสุข คงชาติ | ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ โรงเรียนอัสสัมชัญ |
| 2.5 นางวิมล พิศเพ็ง | ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์) |
| 2.6 นายสาธิต ทองสม | ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์) |

3. การจัดกลุ่มสนทนานักเรียนแกนนำ จำนวน 37 คน โดยมีการจัดกลุ่มสนทนานักเรียนแกนนำโรงเรียนละ 1 กลุ่ม รวมทั้งสิ้นจำนวน 3 กลุ่ม ซึ่งสามารถจำแนกได้ ดังนี้

3.1 กลุ่มนักเรียนแกนนำโครงการ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม
จำนวน 16 คน

3.2 กลุ่มนักเรียนแกนนำโครงการ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ จำนวน 11 คน

3.3 กลุ่มนักเรียนแกนนำโครงการ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) จำนวน 10 คน

3. ขั้นตอนในการทำการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร มีลำดับขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเรื่องที่จะทำการวิจัย โดยศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์หน่วยงานต่างๆ ก่อนที่จะเข้าไปทำการเก็บข้อมูล

2. ทำหนังสือถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้อำนวยการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อย ในกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข และผู้บริหารโรงเรียนทั้ง 3 แห่ง ในการขอความอนุเคราะห์ข้อมูลและการให้สัมภาษณ์ พร้อมทั้งเริ่มทบทวนแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะทำการศึกษา เพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษาข้อมูลจริงในสถานที่จริง

3. เตรียมเก็บรวบรวมข้อมูล โดยติดต่อทางโทรศัพท์เพื่อนัดหมายการสัมภาษณ์โดยเข้าไปดูพื้นที่ปฏิบัติการจริง แนะนำตัวผู้วิจัย และทำความรู้จักกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความคุ้นเคยในเบื้องต้น พร้อมทั้งเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการสัมภาษณ์และการสังเกตในสถานที่จริงเพื่อเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ข้อมูล แบบสังเกตการณ์ สมุดจดบันทึก กล้องถ่ายรูป ที่บันทึกเสียง เป็นต้น

4. เตรียมคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดกลุ่มสนทนากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และเตรียมแบบสังเกตการณ์เพื่อใช้ศึกษาในสถานที่จริง

5. ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดกลุ่มสนทนากับกลุ่มเป้าหมายที่ได้ทำการคัดเลือกและนัดหมายไว้ รวมทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ในช่วงที่มีเหตุการณ์/ ประเด็นต่างๆ เช่น การทำและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อย เป็นต้น ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2550

6. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับรวบรวมมาทั้งหมด

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยอาศัยวิธีการต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยให้ได้มากที่สุด ดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis)

การวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ (Documentary Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อย ซึ่งผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ เอกสาร ข้อมูลทางสถิติ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข่าวประชาสัมพันธ์ การศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์โครงการ อย.น้อย (<http://www.fda.moph.go.th/youngfda/>) และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เว็บไซต์หน่วยงานของกระทรวงสาธารณสุข เว็บไซต์ของโรงเรียนที่จะเข้าไปทำการเก็บข้อมูล รวมไปถึงสื่อและสารสนเทศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดเบื้องต้นที่เกี่ยวกับ

1. ความเป็นมาของโครงการ อย.น้อย
2. การดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย
3. แนวทางและรูปแบบการจัดกิจกรรม อย.น้อย
4. ตัวอย่างสื่อต่างๆ ที่ใช้ในโครงการรณรงค์
5. ความเคลื่อนไหวของโครงการในปัจจุบัน เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยจำนวน 11 คน ซึ่งได้แก่ ผู้รับผิดชอบการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อยในส่วนของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ผู้บริหารโรงเรียนและครูแกนนำในโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น ประจำปี 2550 จำนวน 3 โรงเรียน เพื่อให้ทราบถึง

1. กลยุทธ์การรณรงค์ของโครงการ อย.น้อย
2. กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย
3. การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

4. ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อย

3. การจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group Interview)

ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยใช้การจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group Interview) กับกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยจำนวน 37 คน ซึ่งก็คือ นักเรียนแกนนำในโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น ประจำปี 2550 จำนวน 3 โรงเรียนเพื่อให้ทราบถึง

1. กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย
2. การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย
3. ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อย

4. การสังเกต (Observation)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) เพื่อเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อได้ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งได้แก่ ที่ตั้งของโรงเรียน สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน การดำเนินกิจกรรมต่างๆ พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ลักษณะการสื่อสาร การใช้สื่อต่างๆ การดำเนินการรณรงค์และการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ในโรงเรียนและนอกโรงเรียน ในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนจนถึงเดือนธันวาคม 2550 ทั้งนี้ โดยจะใช้การสังเกตในช่วงเวลาที่มีการเรียนการสอนเป็นปกติร่วมกับการสังเกตในวันที่มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ในโรงเรียนด้วย เพื่อศึกษาถึง

1. ลักษณะของการดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียน
2. ระดับและลักษณะการมีส่วนร่วมในการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของบุคลากรในโรงเรียน
3. สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของโรงเรียน
4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อย

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีดังนี้ คือ

1. แบบสัมภาษณ์โดยอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-structure interview) ในการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดกลุ่มสนทนา ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบเอง โดยที่ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการสัมภาษณ์ไว้แล้ว โดยเน้นการใช้คำถามปลายเปิด (Open – ended Questions) ในการสัมภาษณ์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถให้รายละเอียดได้อย่างเต็มที่และไม่ชี้นำคำตอบ สามารถบอกเล่าเรื่องราว ต่าง ๆ ได้อย่างละเอียดและมีความยืดหยุ่นสูง
2. แบบสังเกตการณ์
3. ที่บันทึกเสียงและสมุดบันทึก โดยผู้วิจัยใช้ในการบันทึกระหว่างการสัมภาษณ์ ซึ่งจะขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทุกครั้ง
4. กล้องถ่ายรูป โดยผู้วิจัยนำมาใช้ในการเก็บภาพในระหว่างการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม
5. ผู้สัมภาษณ์ และคณะ

โดยแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัยสามารถจำแนกออกเป็น 4 แบบ ซึ่งเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยแต่ละกลุ่ม อีกทั้งทำให้ได้ข้อมูลในประเด็นที่ต้องการในแต่ละกลุ่มอีกด้วย ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบการดำเนินการรณรงค์ ในส่วนของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข มีดังนี้
 - 1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์
 - 1.2 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การรณรงค์ของโครงการ อย.น้อย
2. ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียน มีดังนี้
 - 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์
 - 2.2 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงความเป็นมาของโครงการ อย.น้อย ในโรงเรียน
 - 2.3 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ในโรงเรียน

2.4 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

3. ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ครูแกนนำ มีดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

3.2 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงความเป็นมาของโครงการ อย.น้อย ในโรงเรียน

3.3 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ในโรงเรียน

3.4 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโครงการ อย.น้อย

3.5 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

4. ประเด็นคำถามสำหรับการจัดกลุ่มสนทนานักเรียนแกนนำ มีดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

4.2 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ในโรงเรียน

4.3 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโครงการ อย.น้อย

4.4 ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

6. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนที่ผู้วิจัยจะนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยจะดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์เพื่อวัดความตรงในด้าน “ความตรงด้านเนื้อหา” (Content validity) ซึ่งผู้วิจัยจะตรวจสอบว่าเนื้อหาในแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายนั้น มีความตรงและครบถ้วนตามประเด็นที่ต้องการในงานวิจัยและมี “ความตรงด้านโครงสร้าง” (Construct validity) หรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะตรวจสอบว่าประเด็นต่างๆ ในแบบสัมภาษณ์นั้นครบถ้วนตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมมา

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์โดยอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-structure Interview) โดยเน้นการใช้คำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) ซึ่งได้กำหนดประเด็นในแบบสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนาเพื่อนำมาวิเคราะห์และอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การรณรงค์ของโครงการ อย.น้อย
2. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย
3. เพื่อศึกษาถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย
4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อย

อย่างไรก็ตามในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยวิธีการตรวจสอบความครบถ้วนของประเด็นคำถาม อีกทั้งข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนาผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบหลายวิธี คือ

1. แบบสัมภาษณ์และแบบสัมภาษณ์กลุ่มที่ใช้ในการวิจัย ได้ผ่านการตรวจสอบแนวทางการสัมภาษณ์ ตลอดจนข้อคำถามจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาถึงความครอบคลุมของคำถาม การสื่อความหมายในประเด็นคำถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด
2. การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ และสื่ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดกลุ่มสนทนากับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้นั้นมีความถูกต้องตรงกันและสอดคล้องหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ รวมถึงการใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการเก็บข้อมูลด้วย จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้ผลการวิจัยให้มีคุณภาพมากขึ้น
3. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยพิจารณาจากแหล่งบุคคลที่ทำการสัมภาษณ์ โดยบุคคลที่ให้ข้อมูลนั้นมีจำนวนหลายคนและครอบคลุมผู้ที่เกี่ยวข้องทุกด้าน
4. หลังจากการเข้าไปทำการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์หรือการจัดกลุ่มสนทนาในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยจะทำการบันทึกในสถานที่จริง และจัดแยกประเภทข้อมูลเป็นหมวดหมู่แบบคร่าวๆ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่ได้รับและที่ขาดหายไป อีกทั้งยังช่วยให้เกิดความสะดวกต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งต่อไป

5. การตรวจสอบหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว โดยให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้อ่านบททวนดูว่าข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวนั้นมีความเที่ยงตรงและมีความถูกต้องจริงหรือไม่

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลหลากหลายรูปแบบมาใช้ในการวิเคราะห์ ทั้งข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดกลุ่มสนทนาและข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์และเป็นไปตามหลักวิชาการ ซึ่งจะทำให้มองเห็นภาพรวมที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยข้อมูลทั้งหมดเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่ไม่สามารถแจกแจงได้ จึงต้องสรุปแต่ละประเด็นที่ศึกษา แล้วนำมาวิเคราะห์สรุปรวม โดยนำข้อมูลสาระสำคัญของแต่ละประเด็นมาพิจารณาและตีความหมายของข้อมูล เพื่อนำไปสู่การสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยต่อไป ทั้งนี้สามารถแจกแจงขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยต่อไป ทั้งนี้สามารถแจกแจงขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้ คือ

1. จากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา นำมาพิจารณาว่าเป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีที่มีอยู่หรือไม่ อย่างไร
2. ตรวจสอบข้อมูลที่ได้อ่านว่าครบถ้วนเพียงพอที่จะตอบคำถามนำวิจัยที่ได้ตั้งไว้หรือไม่
3. จัดกลุ่มข้อมูลที่ได้มาให้อยู่ในประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้
4. สร้างข้อสรุปชั่วคราวโดยนำแนวคิดและทฤษฎีมาเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ได้จัดกลุ่มแล้ว เพื่อแสดงให้เห็นผลของการพิสูจน์ข้อค้นพบเบื้องต้นว่าเป็นไปตามทฤษฎีหรือไม่ อย่างไร
5. เชื่อมโยงข้อมูลให้สมบูรณ์และพิจารณาอีกครั้งว่าข้อสรุปที่ได้มานั้น สามารถตอบคำถามนำวิจัยที่ได้ตั้งไว้หรือไม่

8. การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปแบบของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analysis description) เพื่อชี้ให้เห็นถึงกลยุทธ์การรณรงค์ของโครงการ อย.น้อย กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์

ของนักเรียนแกนนำ รวมถึงศึกษาปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคที่มีต่อความสำเร็จในการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย โดยนำเสนอใน 4 ประเด็นหลักๆ ได้แก่

1. กลยุทธ์การรณรงค์ของโครงการ ออย.น้อย ซึ่งจะอธิบายถึงลักษณะการดำเนินงานที่นำมาใช้ในการวางแผนและดำเนินการรณรงค์ในโครงการ ออย.น้อย ในส่วนของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคนำสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

2. กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ซึ่งจะศึกษาถึงกลยุทธ์ต่างๆ ที่ทางโรงเรียนใช้ในการดำเนินการรณรงค์ และกระบวนการรณรงค์ในโครงการ ออย.น้อย ซึ่งประกอบไปด้วย การสื่อสารในการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์ของโรงเรียนที่ได้รับรางวัลจากกิจกรรมการประกวด “โรงเรียน ออย.น้อยดีเด่น” ในมุมมองของบุคลากรในโรงเรียนซึ่งได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำและนักเรียนแกนนำในโรงเรียน จำนวน 3 โรงเรียน

3. การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ซึ่งจะอธิบายถึง การมีส่วนร่วมในการดำเนินการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ออย.น้อย ในระดับต่างๆ ตั้งแต่เริ่มต้นการรณรงค์จนถึงสิ้นสุดการรณรงค์ ในมุมมองของครูแกนนำและนักเรียนแกนนำในโรงเรียนจำนวน 3 โรงเรียน

4. ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ร่วมโครงการ ออย.น้อย ซึ่งจะอธิบายถึง สิ่งที่สนับสนุนให้การดำเนินงานของโครงการ ออย.น้อย ให้ประสบความสำเร็จและสิ่งที่ขัดขวางการดำเนินงานโครงการ ออย.น้อย ไม่ให้ราบรื่นหรือสำเร็จตามเป้าหมาย ในมุมมองของบุคลากรในโรงเรียนซึ่งได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำและนักเรียนแกนนำในโรงเรียน จำนวน 3 โรงเรียน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

กลยุทธ์และการดำเนินงานโครงการ ออย.น้อย

การวิจัยในเรื่อง กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ ออย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยในส่วนของการศึกษาถึงหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบโครงการ ออย.น้อย ซึ่งก็คือ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขนั้นผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการ ออย.น้อย ทั้งนี้ผลการวิจัยในบทนี้ผู้วิจัยจึงได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: โครงการ ออย.น้อยและการบริหารจัดการการดำเนินโครงการ ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไป แผนการดำเนินงาน บทบาทและหน้าที่ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารในโครงการ กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงานโครงการ ออย.น้อย รวมถึงสื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ ออย.น้อย

ส่วนที่ 2: กิจกรรมการประกวดโรงเรียน ออย.น้อยดีเด่น

ส่วนที่ 1: โครงการ ออย.น้อยและการบริหารจัดการการดำเนินโครงการ

ในส่วนของตัวโครงการ ออย.น้อยนั้น ผู้วิจัยได้ทำศึกษาในประเด็นข้อมูลทั่วไปของโครงการ แผนการดำเนินงานของโครงการ ออย.น้อย บทบาทและหน้าที่ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารในโครงการ ออย.น้อย รวมถึงกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงานโครงการ ออย.น้อย ผลการวิจัยพบว่า

ข้อมูลทั่วไป

จากหลักสูตรการศึกษาใหม่ของกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมีการสนับสนุนและเปิดโอกาสให้นักเรียนได้มีการเรียนรู้อย่างบูรณาการ โดยมีชั่วโมงสำหรับกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนประมาณร้อยละ 20 ของเวลาเรียน เพื่อให้ให้นักเรียนได้มีโอกาสทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน และได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากกิจกรรมเหล่านั้นควบคู่ไปด้วย ทั้งนี้ในกิจกรรมด้านการส่งเสริมสุขภาพให้แก่นักเรียนในโรงเรียน จะมีการดำเนินกิจกรรมทางด้านสุขอนามัย สาธารณสุข การบริโภคและการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการพัฒนาผู้เรียนโดยตรง โดยเปิดโอกาสให้ได้ให้นักเรียนได้

เรียนรู้สิทธิของผู้บริโภค การตระหนักและมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ โรงเรียนต่างๆ ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการจึงได้มีโครงการเกี่ยวกับสุขภาพในรูปแบบหรือชื่อเรียกต่างๆ แตกต่างกันไป ดังนี้

1. ชมรมกิจกรรมผู้นำเยาวชนสาธารณสุขในโรงเรียน (ยสร.) ภายใต้งานอนามัยโรงเรียน
2. ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายหลัง ชมรม ยสร. โดยมีรูปแบบแตกต่างกัน คือ

2.1. เป็นส่วนหนึ่งภายใต้ชมรมกิจกรรมผู้นำเยาวชนสาธารณสุขในโรงเรียน (ยสร.) บางโรงเรียนจะจัดเป็นส่วนหนึ่งของชมรม ยสร. โดยจะใช้ชื่อว่า “กิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภค” ซึ่งจะหมายรวมถึง กิจกรรม อย.น้อย ด้วย

2.2 จัดตั้งเป็นชมรมคุ้มครองผู้บริโภค หรือ ชุมนุมคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีกิจกรรม อย.น้อย เป็นหลักในการดำเนินกิจกรรมภายใต้ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมักหมายถึง โครงการ อย.น้อย

ปี พ.ศ.2544 กระทรวงสาธารณสุข จึงได้มีการประสานความร่วมมือเพื่อจัดทำโครงการ อย.น้อยในโรงเรียน โดยกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้รับมอบภารกิจในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ และให้เป็นไปตามนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุข ทั้งนี้กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้เล็งเห็นความสำคัญของเด็กที่อยู่ในวัยเรียน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการทำกิจกรรม มีความคิด จินตนาการในทางสร้างสรรค์ และเป็นผู้ที่มีศักยภาพในตนเอง อีกทั้งยังสามารถชี้แนะเพื่อนและผู้ปกครองให้สนับสนุนการดำเนินงานที่ดี จึงได้จัดทำ “โครงการ อย.น้อย” เพื่อพัฒนาศักยภาพที่มีอยู่ในนักเรียนดังกล่าว โดยเลือกเป้าหมายคือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาทั่วประเทศ และเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงศึกษาธิการ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้ดำเนินกิจกรรมพร้อมกันทั่วประเทศ ในทิศทางการดำเนินการและรูปแบบเดียวกัน เพื่อให้เกิดพลังร่วมกันในการรณรงค์เผยแพร่ความรู้ เข้าใจในความปลอดภัยในการบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ การสร้างความตระหนักและการคุ้มครองผู้บริโภค โดยผ่านกิจกรรมของโครงการ อย.น้อยในสถานศึกษา ซึ่งในระยะแรกเป็นความร่วมมือระหว่างสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมอนามัย และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)

“...โครงการ อย.น้อย คือ การที่ให้นักเรียนรู้ถึงสิทธิของผู้บริโภค โดยปกติ อย.ดูแลในเรื่องของผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งนักเรียน อย.น้อยก็เรียนรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ อย.กำกับดูแล และเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อเป็น ไม่ว่าจะในเรื่องของ ยา อาหาร เครื่องสำอาง ความปลอดภัยของร่างกายและอื่นๆ...” (สินีนางู โรจนประดิษฐ, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

“...โครงการนี้เป็นโครงการที่ฝ่ายการเมืองเห็นว่าควรจะมีโครงการนี้ขึ้นมา เพื่อให้นักเรียนเข้ามาคุ้มครองผู้บริโภค ดูแลกันภายในโรงเรียนและท้องถิ่นของตนเอง ที่จริงมีโครงการที่มีมาตั้งแต่เดิม เช่น โครงการชุมชนส่งเสริมสุขภาพ หรือชุมชนคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ โดยรูปแบบการจัดกิจกรรม จะอยู่ในรูปแบบการให้ความรู้เบื้องต้น แต่ของ อย.น้อยเมื่อมีการเริ่มทำก็เริ่มมีการประกวดซึ่งเป็นโครงการที่มีความแตกต่างจากโครงการอื่น ซึ่งทำให้เกิดการกระตุ้นการทำกิจกรรมให้มีความแพร่หลายและเกิดการรับรู้มากขึ้น...” (สินีนางู โรจนประดิษฐ, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

โครงการ อย.น้อย ถือกำเนิดขึ้นในปี 2545 ในลักษณะโครงการนำร่อง และมีการดำเนินการอย่างจริงจังในปี 2546 ซึ่งได้เริ่มมีการจัดการประกวดโรงเรียนที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ในระดับเขตพื้นที่การศึกษาและระดับประเทศซึ่งเรียกว่า “การประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น” อีกทั้งในปี 2547 ได้มีเครือข่าย อย.น้อยเกิดขึ้นโดยเป็นการเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากิจกรรม อย.น้อยทุกฝ่าย โดยเฉพาะเครือข่ายในรูปของโรงเรียนกับโรงเรียน หรือโรงเรียนกับครอบครัวหรือชุมชน ซึ่งเป็นเครือข่ายที่มีการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมสนับสนุนทรัพยากร เช่น วิทยากร วัสดุ อุปกรณ์ ซึ่งการขยายผลโครงการ อย.น้อย ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของแต่ละโรงเรียน อีกทั้งเพื่อให้ นักเรียนได้นำไปใช้ในการพัฒนามุมมองของตนเองและพัฒนากิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง เกิดการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนที่ดำเนินโครงการนี้ในรูปของเครือข่ายลักษณะต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดเริ่มต้นผ่านการจัดกิจกรรม “เดย์แคมป์” (Day Camp) เพื่อให้แกนนำกิจกรรมจากโรงเรียนทั่วประเทศได้มีโอกาสพบปะ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกัน และพัฒนาสู่เครือข่ายการทำงาน ซึ่งทำให้การพัฒนาเกิดขึ้นในหลายๆ ด้าน เช่น

1. ด้านการบูรณาการเข้ากับหลักสูตรการเรียนการสอนในระบบการศึกษาที่ยึดเอาผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

2. ด้านพลังของเยาวชนในการเรียนรู้ที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้พิทักษ์และปกป้องสวัสดิภาพ และสุขภาพของตนเองและบุคคลรอบข้าง โดยผ่านทางกิจกรรมรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
3. ด้านการขยายผลจากภายในโรงเรียนออกไปสู่ครอบครัวและชุมชน

จากการที่เครือข่าย อย.น้อยได้มีการขยายผลและมีการประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนรวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้ตั้งแต่ปี 2548 ถึงปัจจุบัน โครงการ อย.น้อย ได้ขยายผลสู่โรงเรียนทั่วประเทศ 10,256 แห่ง และมีสมาชิกที่เข้าร่วมในโครงการกว่า 1,000,000 คน อีกทั้งโรงเรียนในระดับประถมศึกษาทั่วประเทศยังได้รับการเลือกอาทรลักษณะ “อย.น้อย สอนน้อง” ไม่น้อยกว่า 5,000 โรงเรียน นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้โรงเรียนอาชีวศึกษาทำกิจกรรม อย.น้อย โดยใช้ชื่อว่า “อย.อาชีวะ” ซึ่งในปี 2549 มีการดำเนินการใน 26 สถานศึกษา และในปี 2550 ได้มีการขยายผลไปสู่โรงเรียนอาชีวศึกษาทั่วประเทศไม่น้อยกว่า 200 แห่ง ซึ่งพลังสำคัญที่ขับเคลื่อนอยู่ด้านหลังที่ทำให้โครงการนี้เกิดความสำเร็จและเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คือ ความจริงจัง ความเอาใจใส่ ความจริงใจ ของทั้งผู้บริหาร ครู อาจารย์และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่คอยสนับสนุนโครงการเป็นอย่างดี อีกทั้งบวกกับความกระตือรือร้นและความสนใจเรียนรู้ของนักเรียนที่สวมบทบาท อย.น้อย

ทั้งนี้สิ่งที่เป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มโรงเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อย ก็คือมีการจัดตั้งชมรมหรือชุมนุม อย.น้อยขึ้นในโรงเรียน โดยสมาชิกชมรมซึ่งเป็นนักเรียนในโรงเรียนจะทำหน้าที่อาสาสมัครในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพทั้งในโรงเรียนและชุมชน นอกจากนี้ชมรมหรือชุมนุม อย.น้อย ของโรงเรียนแต่ละโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้นจะต้องมีลักษณะร่วมกัน ดังนี้

1. มีโครงสร้างชมรมหรือชุมนุมที่แน่นอน
2. มีนักเรียนเป็นสมาชิกไม่น้อยกว่า 30 คน และถ้าเป็นไปได้ควรมีนักเรียนแกนนำจากทุกห้องอย่างน้อย 1 คนต่อห้อง
3. มีครู อาจารย์เป็นที่ปรึกษาไม่น้อยกว่า 2 คน
4. ผู้บริหารโรงเรียนให้การสนับสนุนงบประมาณและคำแนะนำในการดำเนินงาน
5. มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

อีกทั้งโรงเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อยนั้น มีการดำเนินโครงการด้วยความสมัครใจและมีความพร้อมที่จะสามารถถอดแบบแผนงานและกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างเป็นอิสระ โดยทาง อย.

กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และกรมอนามัย จะเป็นหน่วยสนับสนุนสิ่งจำเป็น เช่น งบประมาณ ชุดสารทดสอบสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายในอาหาร หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “เทสต์คิท” (Test Kit) สื่อและเอกสารเผยแพร่ความรู้ต่างๆ รวมทั้งการบริการด้านวิชาการเพื่ออบรมให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการทุกระดับ ซึ่งนอกจากจะมีการดำเนินกิจกรรมการรณรงค์แล้วนั้น ทุกๆ ปีก็จะมีกิจกรรมการประกวดโรงเรียน ออย.น้อยดีเด่น เพื่อให้นักเรียนแกนนำได้เรียนรู้การดำเนินกิจกรรม แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังมีการสร้างเครือข่ายโครงการ ออย.น้อยทั่วประเทศ เพื่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาและความยั่งยืนในเรื่องของความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของโครงการ ออย.น้อย

วัตถุประสงค์ของโครงการ ออย.น้อย สามารถแบ่งออกได้ 2 วัตถุประสงค์ คือ

1. วัตถุประสงค์ทั่วไป

1.1 เพื่อรณรงค์สร้างความรู้ ความเข้าใจในการบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพแก่กลุ่มเป้าหมาย

1.2 เพื่อให้หน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้ง ส่วนกลางและภูมิภาค สามารถดำเนินการรณรงค์ไปในทิศทางและช่วงเวลาเดียวกัน เพื่อให้เกิดการเสริมแรงซึ่งกันและกัน

2. วัตถุประสงค์เฉพาะ

2.1 เพื่อให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง ผู้สัมผัสอาหาร เกิดความตระหนักและมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องของการเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย และเผยแพร่ความรู้ให้กลุ่มเป้าหมายทราบอย่างทั่วถึง โดยผ่านการดำเนินการรณรงค์ของโครงการ ออย.น้อย

2.2 เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านค้าในโรงเรียน ได้ตระหนักถึงความปลอดภัยในอาหาร คัดเลือกวัตถุดิบที่ปราศจากสารเคมีปลอมปน ปรงประกอบ และเก็บรักษาอาหาร อย่างถูกสุขลักษณะ ปราศจากการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรค

2.3 เพื่อให้นักเรียนได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัย เต็มโตมีสุขภาพที่ดีและเป็น
ผู้บริโภคที่เข้มแข็ง

2.4 เพื่อให้มีการจัดกิจกรรมประกวด “โรงเรียน อย.น้อยดีเด่น” ในโรงเรียน
มัธยมศึกษาทั่วประเทศ

2.5 เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในการเป็นผู้ร่วมเผยแพร่ความรู้ผู้อื่น ด้วย
ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ร่วมกับการมีส่วนร่วมใน
การผลิต การใช้สื่อสนับสนุนและการดำเนินงานต่างๆ ในการรณรงค์

2.6 เพื่อศึกษาหาแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียนให้เกิด
ความยั่งยืนต่อเนื่อง

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของโครงการ อย.น้อย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มเป้าหมายทั่วไป ประกอบด้วย

1.1 **ครู** เนื่องจากครูเป็นผู้ที่คอยดูแลนักเรียนแทนผู้ปกครองในขณะที่นักเรียนอยู่ใน
โรงเรียน ซึ่งในปกติหน้าที่ของครู คือ การสอนหนังสือและอบรมสั่งสอน ให้ความรู้
ทางด้านศาสตร์ต่างๆ และแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตัวนักเรียน ทั้งนี้โครงการ อย.น้อย
ต้องการให้เกิดการเคลื่อนไหว การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตามเป้าหมายและ
วัตถุประสงค์ของโครงการ ทำให้ครูที่อยู่ในโรงเรียนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับโครงการ อย.
น้อย โดยใช้การบูรณาการโครงการ อย.น้อยให้เข้ากับหลักสูตรการเรียนการสอนและกลุ่ม
สาระการเรียนรู้ที่ตนเองเป็นผู้รับผิดชอบ

1.2 **นักเรียน** ทั้งนี้จะรวมถึงนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าระดับ
มัธยมศึกษา ซึ่งเป็นบุคคลที่จะเติบโตขึ้นมาเป็นอนาคตของชาติ โดยจะได้รับความรู้ต่างๆ
จากโครงการ อย.น้อย ผ่านทางการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยสอนน้อง นอกจากนี้ยังเป็น
การเรียนรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภค การเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ
เบื้องต้น อีกทั้งได้รู้ถึงแนวทางการดำเนินกิจกรรมและการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม
ในโครงการอีกด้วย

1.3 **ผู้ปกครอง** ซึ่งเป็นผู้ดูแลเด็กนักเรียนในช่วงเวลาที่นักเรียนอยู่ที่บ้าน โดยที่
ผู้ปกครองอาจได้รับความรู้ทางด้านความปลอดภัยในการบริโภคและการเลือกซื้ออาหาร
และผลิตภัณฑ์สุขภาพ จากสื่อต่างๆ ที่พบเห็นอีกทั้งยังสามารถช่วยสอนและให้คำแนะนำ

ต่างๆ แก่นักเรียนด้วย หรือบางที่ผู้ปกครองก็ได้รับความรู้ความเข้าใจจากการที่นักเรียนได้นำความรู้ที่ตนเองได้รับมาเผยแพร่และขยายผลสู่ครอบครัวและชุมชนของตน

1.4 ผู้สัมผัสอาหารและผู้ประกอบการร้านค้า ซึ่งรวมถึงผู้ที่ปรุงอาหารหรือผู้ประกอบการร้านค้าทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน โดยกลุ่มคนเหล่านี้จะได้รับความรู้ความเข้าใจ ในการเลือกใช้ส่วนผสม ผลิตภัณท์ การปรุงหรือประกอบอาหารที่ให้ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การปลูกจิตสำนึกให้แก่ผู้ปรุงอาหารและผู้ประกอบการต่างๆ ในการคำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภค และยังมี การสอดส่องดูแล ช่วยเป็นหูเป็นตาจากนักเรียนในโครงการ อย.น้อย ในการที่จะช่วยกันดูแลรักษาผลประโยชน์ของตนในการบริโภคและเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณท์สุขภาพ

2. กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษา เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถเป็นแกนนำหรือเป็นพลังในการขับเคลื่อนโครงการ ซึ่งนักเรียนเหล่านี้จะมีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพของตนเองได้มากกว่ากลุ่มเป้าหมายทั่วไป อีกทั้งยังสามารถเป็นผู้ดำเนินโครงการผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองในการดำเนินโครงการ อย.น้อย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ตนเองต้องการ

“...กลุ่มเป้าหมายในโครงการเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาทั่วประเทศ อีกทั้งขยายฐานไปถึงนักเรียนประถมศึกษา ที่ต้องการให้เด็กโตเป็นกลุ่มเป้าหมาย เพราะจะต้องมีการใช้สารทดสอบ อีกทั้งต้องการให้มีการลงไปตรวจพื้นที่ในการทำหน้าที่เป็นสารวัตรอาหาร ตามต่างจังหวัดเด็กๆ ต้องตามไปปฏิบัติหน้าที่กับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในการตรวจสอบคุณภาพอาหารอีกด้วย...” (สินีนางู โจรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

จำนวนกลุ่มเป้าหมาย

ในปัจจุบัน (พ.ศ.2550) มีนักเรียนทั้งในส่วนของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะและทั่วไปรวมทั้งสิ้นกว่า 1,000,000 คน จากโรงเรียนทั่วประเทศ 10,256 แห่ง โดยแบ่งออกเป็นโรงเรียนในสังกัดหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

1. โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) รวมจำนวน 2,589 แห่ง
2. โรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) รวมจำนวน 7,032 แห่ง

3. โรงเรียนในสังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) รวมจำนวน 573 แห่ง
4. โรงเรียนในสังกัดสำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร (กทม.) รวมจำนวน 62 แห่ง

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้มีการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายในการดำเนินโครงการ อย.น้อย เพื่อให้เกิดการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ดังนี้

1. ร้อยละ 70 ของนักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี คือ
 - ไม่บริโภคน้ำอัดลม
 - ไม่บริโภคอาหารหวานจัด
 - ไม่บริโภคอาหารขยะ
 - บริโภคนม ผักและผลไม้
 - การใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างถูกต้อง
 - อ่านฉลากอาหาร ยาและเครื่องสำอางก่อนใช้
2. ร้อยละ 70 ของนักเรียน อย.น้อย มีการบูรณาการโครงการที่กระทรวงสาธารณสุขรับผิดชอบเข้ากับโครงการ อย.น้อย อาทิ โครงการเด็กไทยไม่กินหวาน โครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ
3. ร้อยละ 70 ของนักเรียน อย.น้อย มีกิจกรรมเกี่ยวกับการบริโภคอย่างไรให้ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม
4. มีการนำร่องการใช้คู่มือบูรณาการความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่การเรียนการสอนในโรงเรียน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญของโครงการ อย.น้อย ได้ดังนี้

โครงการ อย.น้อย เป็นโครงการรณรงค์ทางด้านสุขภาพเชิงรุกโครงการหนึ่งของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีการรณรงค์คู่ขนานไปพร้อมๆ กับการรณรงค์โครงการอาหารปลอดภัย โดยโครงการ อย.น้อยนั้นมุ่งเน้นการรณรงค์เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้มแข็ง โดยเน้นที่ตัวเด็กและเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาทั่วประเทศ อีกทั้งมุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ เพื่อให้เด็กและเยาวชนเป็นกลไกในการ

ขับเคลื่อนการรณรงค์ในโครงการผ่านทาง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคนั้นจะเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักที่เป็นผู้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานพันธมิตรต่างๆ ในการสนับสนุนสื่อและอุปกรณ์ต่างๆ ในการรณรงค์เบื้องต้น นอกจากนี้การรณรงค์ในกิจกรรม ออย.น้อยยังช่วยสร้างและขยายเครือข่ายในการแลกเปลี่ยน เผยแพร่ความรู้ ข้อมูลต่างๆ ให้แก่ครอบครัว ชุมชนและระหว่างโรงเรียนอีกด้วย ซึ่งประเด็นและวัตถุประสงค์หลักที่ทางกระทรวงสาธารณสุขได้มีการริเริ่มการรณรงค์โครงการ ออย.น้อยก็คือ ต้องการให้เด็กเกิดความรู้ ความตระหนัก มีทัศนคติและพฤติกรรมที่เอื้อต่อการบริโภคอาหารปลอดภัย ซึ่งมีการเน้นในประเด็นเรื่อง 1. การคุ้มครองผู้บริโภค, 2. การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัย, 3. สิทธิของผู้บริโภค และ 4. การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

แผนการดำเนินงานของโครงการ ออย.น้อย

โครงการ ออย.น้อยเป็นโครงการรณรงค์ทางด้าน การส่งเสริมสุขภาพเชิงรุก โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ซึ่งจะใช้การดำเนินกิจกรรมทางด้าน สุขอนามัย สาธารณสุข การบริโภคและการคุ้มครองผู้บริโภค อีกทั้งเปิดโอกาสให้นักเรียนได้เรียนรู้สิทธิของผู้บริโภค การตระหนักและมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยโครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมอนามัย และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) โดยกลุ่มผู้รับผิดชอบหลักของโครงการ คือ กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

โครงการนี้ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้มีความรู้ความเข้าใจในการเลือกบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดี มีความปลอดภัยในการบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิของผู้บริโภค การคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร่วมกัน ซึ่งการดำเนินงานโครงการ ออย.น้อยนั้นเป็นโครงการที่ดำเนินการไปพร้อมๆ กับโครงการอาหารปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีการกำหนดประเด็นในการรณรงค์ที่มีความชัดเจน อีกทั้งมีการใช้แนวคิดด้านการสื่อสารสุขภาพเข้ามาใช้ในโครงการ เพื่อที่สามารถนำมาบูรณาการกับโครงการส่งเสริมสุขภาพโครงการอื่นๆ ได้อีกด้วย

“...ความคาดหวังของโครงการ ออย.น้อยในเบื้องต้น คือ การให้ผู้บริโภคเลือกเป็น ชื้อเป็น รู้จักอ่านสลาก ก่อนหน้านั้นเราก็มีโครงการอ่านสลากก่อนซื้อ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากสื่อที่เราเคย

ทำ เช่น อ่านสลากข้างเลือก อ่านสลากชักนิต คือ เน้นว่าผู้บริโภคจะซื้ออะไรไปกินให้อ่านสลากดู ซึ่งผู้บริโภครวมจะใส่ใจเพราะว่าจะได้รู้ว่าเรากินอะไรเข้าไป มีส่วนผสมอะไรบ้าง แสดงต่อเราหรือเปล่า อีกทั้งสลากยังช่วยจำแนกประเภทของผู้ซื้อได้ด้วย...” (สินีนานู โจนประดิษฐ, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

“...ทางโครงการใช้การบูรณาการ โดยการเอาโครงการอื่นมารวมด้วย เช่น โครงการอาหารปลอดภัย เด็กไทยไม่กินหวาน เด็กไทยสุขภาพดีไม่อ้วน ตอนนี้อย.น้อยก็เข้ามาดูเรื่องยาด้วย ยาในตู้ยาของห้องพยาบาล หรือ เครื่องสำอางก็เหมือนกับเป็นการต่อยอดกันไป โดยในเรื่องของยากี่จะให้เด็กรู้วิธีเก็บรักษา วิธีวางให้ถูกวิธี การซื้อ ใช้อะไรก็ต้องมีฉลากกำกับเอาไว้ มีการให้เด็กไปสำรวจในถึงสังฆทาน ตู้เย็นในห้องพักครู ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้นำความรู้ไปปฏิบัติได้ ให้เด็กค่อยๆ เรียนรู้ อย่างน้อยๆ ให้จำแนกได้ว่ายา ควรจะบริโภคต่อ หรือว่าอะไร...” (สินีนานู โจนประดิษฐ, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบหลักในโครงการ อย.น้อยในประเด็นของโครงสร้างการทำงานของโครงการ อย.น้อยนั้น สามารถสรุปได้ว่า โครงสร้างการทำงานของโครงการ อย.น้อยจะประกอบไปด้วยบุคลากรจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมอนามัย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) และนักวิชาการจากหลายๆ สาขาวิชา ซึ่งมีการประสานความร่วมมือในการวางแผนและออกแบบโครงการ โดยทุกฝ่ายตกลงความร่วมมือในการบูรณาการการทำงานร่วมกันบนพื้นฐานอำนาจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน เพื่อรองรับให้เกิดความปลอดภัยด้านอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพในสถานศึกษา อีกทั้งเพื่อให้เกิดการทำงานที่เป็นระบบ มีความยั่งยืนและการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในการที่จะดำเนินงานตามแผนงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการดำเนินโครงการ อย.น้อย จะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานกับหน่วยงานต่างๆ ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปแผนการดำเนินงานของโครงการ อย.น้อย ได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 8: ภาพรวมของแผนการดำเนินงานโครงการ ออย.น้อย

1. การศึกษา ค้นคว้า วิจัย พัฒนาและผลิตองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ขั้นตอนนี้กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคนจะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการต่างๆ ของกระทรวงสาธารณสุข รวมถึงการประเมินสถานการณ์ต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้เป็นเนื้อหาในการผลิตสื่อต่างๆ เพื่อที่จะใช้ในการเผยแพร่ โดยการนำนักวิชาการทางด้านสาธารณสุข เกษัชกร นักวิชาการทางด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบุคลากรในกระทรวงศึกษาธิการมาร่วมกันประชุม ระดมความคิดเห็นในการกำหนดรูปแบบเนื้อหา และวิธีการรณรงค์ในโครงการร่วมกัน ซึ่งองค์ความรู้ที่ได้นั้นจะนำมาใช้ในการขับเคลื่อนประเด็นเนื้อหาที่โครงการต้องการสื่อออกมาสู่สาธารณชนและรวมถึงการให้บริการทางด้านวิชาการอีกด้วย

2. การกำหนดเกณฑ์ รูปแบบและวิธีการดำเนินการรณรงค์รวมถึงการหาเครือข่ายสนับสนุนการทำงานของโครงการ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคนจะกำหนดเกณฑ์ รูปแบบและวิธีการรณรงค์เพื่อนำเสนอให้แก่กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ เพื่อที่จะได้มีความเข้าใจในการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งหาเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการทำงานของโครงการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการประสานงาน การบริหารจัดการ งบประมาณ วัสดุหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในโครงการ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนที่จะนำเสนอต่อสาธารณชน การเตรียมเครือข่ายสนับสนุนการทำงานของโครงการ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค กองส่งเสริมงานผู้บริโภคนด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น กรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และกระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น

3. การดำเนินการรณรงค์ การสร้างกระแสและผลักดันสังคม

ขั้นตอนนี้จะเป็นการให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นโรงเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาทั่วประเทศ และหน่วยงานพันธมิตรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการรณรงค์และเผยแพร่องค์ความรู้ ได้ดำเนินการรณรงค์ในกิจกรรม อย.น้อยเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาพฤติกรรม การบริโภค การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ผลิต ผู้สัมผัสและผู้ประกอบอาหาร อีกทั้งเพื่อให้เกิดสร้างกระแส และผลักดันให้เกิดการตื่นตัวในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การบริโภคที่ไม่ถูกสุขลักษณะ การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ และเกิดการขยายผลของโครงการจากโรงเรียนสู่ครอบครัวและชุมชน โดยผ่านทางารรณรงค์และการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ที่เป็นทั้งสื่อมวลชนที่ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นผู้ดำเนินการผลิต หรือผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์และสร้างกระแสสังคมในส่วนกลาง นอกจากนี้ยังมีสื่อเฉพาะกิจบางชนิดที่ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคจัดผลิตขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ โดยจะมีการจัดส่งไปตามหน่วยงานเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ซึ่งการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยนั้นจะมีการรณรงค์ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการเข้าร่วมได้มีส่วนร่วมในการดำเนินการรณรงค์เพื่อที่จะเป็นพลังในการขยายผลสู่ครอบครัวและชุมชนต่อไป

4. การสร้างการมีส่วนร่วมและการเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มเป้าหมายและเครือข่าย

ขั้นตอนนี้กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคจะใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย โดยจะใช้การสนับสนุนและการจัดสภาพเพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การสนับสนุนการใช้ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหารโดยใช้ Test Kit เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง การนำครูแกนนำและนักเรียนแกนนำมาอบรมก่อนการดำเนินโครงการ การผลิตจุลสารสัมพันธ์ การจัดให้มีการสร้างเครือข่าย อย.น้อยในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินโครงการ อย.น้อยแต่ละโรงเรียน ท้องถิ่นและภูมิภาค ซึ่งรวมถึงการจัดกิจกรรมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นในระดับต่างๆ อีกด้วย

“...เด็กที่ทำโครงการ อย.น้อยช่วยสร้างความสำเร็จของโครงการได้มาก เพราะโครงการนี้เป็นโครงการที่ได้รับความนิยมเพราะเป็นเรื่องของเด็ก ของตัวผู้เรียน แล้วนำไปบอกเพื่อนๆ พ่อแม่ พี่น้อง ลุงป้าน้าอา อีกทั้งในชุมชน ซึ่งเป็นเรื่องที่สนุก แล้วเด็กเป็นฮีโร่ ที่ผ่านมาโครงการต่างๆ ในโรงเรียนครูเป็นคนทำและบางครั้งครูก็คิดว่าเป็นภาระที่จะต้องมานั่งสอนนักเรียน แต่โครงการนี้เป็นโครงการที่ติดอาวุธทางปัญญาให้เด็ก และเด็กเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมเอง

โดยมีครูเป็นที่ปรึกษาโครงการ จากการศึกษาโครงการ จากการศึกษาโครงการที่เราจัดการประกวดมาหลายๆ ครั้ง เด็กก็จะคิดว่า จะใช้ การนำเสนออย่างไรให้โดนใจกรรมการ..." (สินีนางู โจรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

นอกจากนี้ในการเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มเป้าหมายและเครือข่ายนั้น จะใช้การ ประสานความร่วมมือระหว่างสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการที่จะเข้าถึงเป้าหมายร่วมกัน การนำรถโมบายเคลื่อนที่ออกตรวจรณรงค์ ตามท้องถิ่นพร้อมกับแกนนำนักเรียน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและการพัฒนาศักยภาพของตนเอง รวมถึงการสร้างความรู้ความภาคภูมิใจว่าตนก็เป็นส่วนหนึ่งในการทำให้เกิดการพัฒนาขึ้นในสังคม อีกทั้ง เครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มก็必将มีความเข้มแข็งและสามารถพัฒนาการดำเนินงานได้อย่าง มีประสิทธิภาพ

5. การบริหารและจัดการการดำเนินงาน

ขั้นตอนนี้ของพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคนั้นใช้ในการบริหารและการจัดการการดำเนินงานใน โครงการให้เป็นไปตามแผนและปฏิทินปฏิบัติงานที่ได้ตั้งเอาไว้ และสามารถที่จะปรับเปลี่ยน แผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างยืดหยุ่น ซึ่งจำเป็นที่จะต้อง มีระบบการบริหารและการจัดการแผนการดำเนินงานของโครงการที่ดี เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการดำเนินโครงการ

6. การประเมินผล การพัฒนาและปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคจะมีการทำการประเมินระหว่างและหลังจากการดำเนิน โครงการเสร็จในหนึ่งรอบงบประมาณ เพื่อที่จะศึกษาถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินโครงการใน ภาพรวม อีกทั้งเพื่อให้เกิดการพัฒนา การปรับเปลี่ยนกฎเกณฑ์ต่างๆ ในแต่ละปี เพื่อให้สอดคล้อง กับวาระที่ต้องการที่จะนำเสนอต่อไปในปีงบประมาณถัดไป อีกทั้งยังสามารถนำผลการประเมินที่ ได้มาใช้ในการพัฒนาทางด้านนโยบาย เช่น การปรับเปลี่ยนบทลงโทษและมาตรการทางกฎหมาย ของผู้ที่กระทำความผิด นอกจากนี้การประเมินผลโครงการนั้นยังสามารถที่จะบอกถึงข้อคิดเห็นและข้อ ควรปรับปรุงในการดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้โครงการดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและเป็นการ สร้างความพึงพอใจร่วมกันในแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยทางโครงการ อย.น้อยนั้นจะใช้ วิธีการประเมินทั้งวิธีการประเมินตนเองและการประเมินจากแหล่งภายนอก ซึ่งวิธีการประเมิน ตนเองนั้นเพื่อที่จะทำให้ทราบว่าการทำงานของตนเองในขณะนั้นดำเนินงานถึงขั้นตอนไหน แล้ว ตรงกับแผนการดำเนินงานที่วางเอาไว้หรือไม่ รวมถึงผลตอบรับและผลลัพธ์เบื้องต้นจากการ

ดำเนินโครงการในระยะนั้นๆ ว่าประสบความสำเร็จในแต่ละด้านอย่างไรบ้าง นอกจากนั้นยังมีการใช้วิธีการประเมินจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งจะเป็นการประเมินจากบุคคลากรที่เป็นนักวิชาการจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่เข้ามาประเมินผลการดำเนินงานโดยภาพรวมของโครงการ ว่าการดำเนินโครงการประสบความสำเร็จทางด้านใดบ้าง เช่น ด้านความร่วมมือ ด้านกระบวนการดำเนินงาน ด้านผลและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ได้จากการดำเนินโครงการ เป็นต้น โดยหลังจากที่มีการทำการประเมินผลแล้วก็จะทำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาแผนการดำเนินการต่อไป

“...จะมีการประเมินโครงการ โดยดูว่าเราประสงค์จะประเมินอะไร ก็หาผู้ประเมินมาให้เค้าทำ ส่วนมากก็จะเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย เรื่องที่ประเมินนั้นก็ดูว่าภาพรวมของโครงการนี้เป็นยังไง จุดดี จุดเสีย ก็มีเรื่อยๆ ทั้งเราประเมินเอง และ สฟฐ. ที่ให้เงินมา เค้าก็มาประเมินของเรา เค้าก็จะดูว่าได้ผลมั๊ย คุ่มค่าอะไรมั๊ย ซึ่งมีประเมินมาประมาณ 3 ครั้งแล้ว ผลการวิจัยก็ออกมาค่อนข้างจะดีเกือบทุกอัน ก็โอเคเลยที่โครงการนี้มาถูกทางแล้ว โครงการนี้ไม่เหมือนกับโครงการอื่น เพราะสามารถนำเอามาใช้ได้จริง นำไปบูรณาการได้อีกหลายๆ สาขา...” (ศุภกาญจน์ โภคัย, หัวหน้าโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

บทบาทและหน้าที่ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารโรคในโครงการ อย.น้อย

ในเรื่องของบทบาทและหน้าที่ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารโรคในการดำเนินโครงการ อย.น้อยนั้น ในฐานะที่กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารโรคเป็นผู้ที่รับผิดชอบหลักในการวางแผนการดำเนินงานของโครงการ จะต้องรับผิดชอบหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการ อย.น้อยต่างๆ ซึ่งสามารถอธิบายแนวทางการปฏิบัติงาน ได้ดังนี้

1. การบูรณาการโครงการ อย.น้อย กับโครงการอื่นที่กระทรวงสาธารณสุขดำเนินการโดย
 - 1.1 ใส่งิจกรรมโครงการอื่นของกรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เข้าไปในแนวทางการดำเนินงานโครงการ อย.น้อยหรือบรรจุลงไปในหลักเกณฑ์การประกวด/คัดเลือกโครงการ อย.น้อย ซึ่งในการบูรณาการแบบนี้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้เคยดำเนินการมาแล้วตั้งแต่ปี 2548 ได้แก่ การใส่งิจกรรมต่าง ๆ ลงไปในเกณฑ์การให้คะแนนในการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น คือ
 - การตรวจสอบอาหารโดยใช้ชุดทดสอบของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
 - การตรวจสอบโรงอาหารในโรงเรียน

- การตรวจสอบห้องสุขาในโรงเรียน
- การมีกิจกรรมส่งเสริมสุขลักษณะในโรงเรียน เช่น การล้างมือ 7 ขั้นตอนของกรมอนามัย

1.2 การเพิ่มเกณฑ์ที่จะใส่ลงในตัวชี้วัดมากขึ้น ได้แก่

- การไม่กินอาหารกรูบกรอบ/ อาหารที่รสหวานจัด
- การไม่ดื่มน้ำอัดลม
- นักเรียน อย.น้อย มีฟันดี
- การรับประทานผัก/ ผลไม้
- การออกกำลังกายหรือมีกิจกรรมที่เคลื่อนไหวร่างกายสม่ำเสมอ

1.3 การปรับระยะเวลาในการทำโครงการ อย.น้อยให้สอดคล้องกับกิจกรรมอื่นๆ ของกระทรวงสาธารณสุข

2. การนำร่องนำคู่มือบูรณาการความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน ไปทดลองดำเนินการเรียนการสอนในสถานศึกษา

3. การประชาสัมพันธ์โครงการโดย

3.1 การจัดทำรายการเพื่อเผยแพร่กิจกรรม อย.น้อยทางสถานีโทรทัศน์

3.2 การจัดให้ผู้บริหารไปเยี่ยมโรงเรียน อย.น้อย ที่มีผลงานดีเด่นและทำข่าว

ประชาสัมพันธ์หรือทำเป็นสื่อบูชาเผยแพร่ทางโทรทัศน์

4. การผลิตสื่อสนับสนุนการทำกิจกรรม อย.น้อย ได้แก่

- แบบสอบถามการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพในครัวเรือน โดยจะสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหาร ยา และเครื่องสำอาง
- บทความรู้เพื่อเผยแพร่ทางเสียงตามสายในโรงเรียนหรือวิทยุชุมชน
- แผ่นพับ/ โปสเตอร์

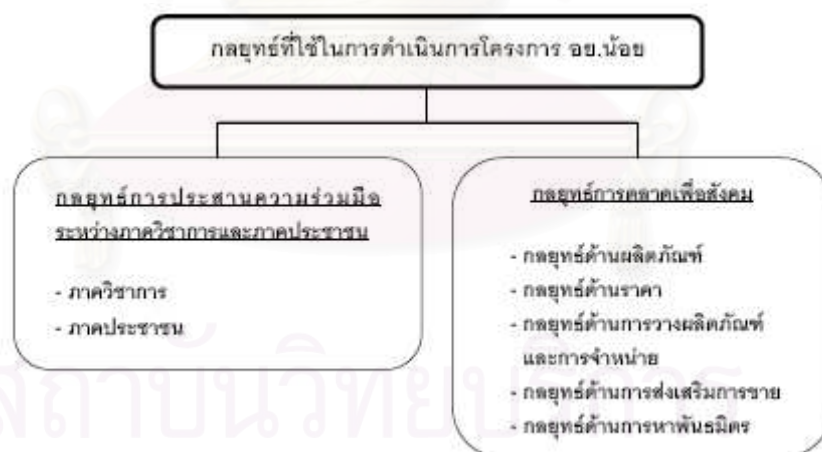
5. การสนับสนุนงบประมาณให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในการทำโครงการ อย.น้อย จากงบประมาณของโครงการ อย.น้อย

6. การจัดการประกวดโครงงานเพื่อพัฒนาด้านสุขภาพในโรงเรียนในระดับภาคและระดับประเทศ การจัดทำทัศนศึกษาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ด้านที่พัก

อาหาร และการเดินทางของนักเรียนและครูที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยใช้งบประมาณของโครงการ อย.น้อย

กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงานโครงการ อย.น้อย

การดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อยนั้นมีวัตถุประสงค์หลักคือ การให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนักและมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของการเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย อีกทั้งการหาแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียนให้เกิดความยั่งยืน ต่อเนื่อง ดังนั้นในการที่จะทำให้เกิดความการเคลื่อนไหว การปรับเปลี่ยน การพัฒนาพฤติกรรมดังกล่าว นอกจากจะต้องอาศัยการสื่อสารเป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนด้านสุขภาพแล้ว ยังจะต้องอาศัยกลยุทธ์ต่างๆ ในการขับเคลื่อนการรณรงค์ ซึ่งการที่จะทำให้โครงการเกิดการประสบความสำเร็จ ตัวโครงการได้รับการตอบรับ การดำเนินโครงการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมายของโครงการ และมีการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น ก็จะต้องอาศัยการบูรณาการกลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งจากการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รับผิดชอบในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ผู้วิจัยสามารถอธิบายกลยุทธ์ที่ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคใช้ในการดำเนินงานโครงการ อย.น้อย ได้ดังนี้



ภาพที่ 9: ภาพรวมของกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินการโครงการ อย.น้อย

1. กลยุทธ์การประสานความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและภาคประชาชน

ในการที่จะทำให้การรณรงค์โครงการ อย.น้อยเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น พบว่าทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้มีการใช้กล

ยุทธศาสตร์ประสานความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและภาคประชาชนเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการขับเคลื่อนการรณรงค์โครงการ อย.น้อย เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานรณรงค์ของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเด็กและเยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาให้เข้ามาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนโครงการรณรงค์ โดยจะมีการทำงานที่ใช้การขับเคลื่อนความร่วมมือในการดำเนินงานไปพร้อมๆ กัน นอกจากนี้เมื่อต่างฝ่ายต่างดำเนินงานตามบทบาทของตนแล้วก็ยังมีการป้อนข้อมูลไปกลับระหว่างกัน ในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างยืดหยุ่น ซึ่งสามารถอธิบายถึงความร่วมมือในการดำเนินกรรณรงค์โครงการ อย.น้อย โดยแยกตามบทบาทและหน้าที่ของภาควิชาการและภาคประชาชนได้ดังต่อไปนี้

1. ภาควิชาการ

ด้านภาควิชาการจะเป็นฝ่ายที่สร้างองค์ความรู้ให้ชัดเจนในประเด็นที่ต้องการจะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและใช้องค์ความรู้ที่ได้นั้นสร้างกฎ ระเบียบหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในการรณรงค์ เพื่อกำหนดโครงสร้างระบบ กลไกเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทางด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการสร้างและการจัดการองค์ความรู้มีความจำเป็นอย่างมากในการแก้ปัญหาและสนับสนุนการทำงานของภาคประชาชน

ทั้งนี้โครงการ อย.น้อยได้มีการรวบรวมนักวิชาการทางด้านสาธารณสุข เกษษกรหรือนักวิชาการที่เกี่ยวข้องทั้งจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ รวมถึงกระทรวงศึกษาธิการและหน่วยงานพันธมิตรต่างๆ มาร่วมกันผลิตและออกแบบรูปแบบและเนื้อหาที่จะใส่ลงไปนสื่อแต่ละประเภท ซึ่งมีหลากหลายชนิด เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยในแต่ละปีโครงการมีการกำหนดหัวข้อโครงการหรือประเด็นหลักในการรณรงค์ (Theme) โดยจะเน้นไปทางเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปอย่างชัดเจน เช่น ปีนี้ด้านสิ่งแวดล้อม ปีที่แล้วด้านเครื่องสำอาง ห้องสุขาสะอาด ซึ่งก็จะกำหนดไว้ในแต่ละปีเพื่อที่จะให้นักเรียนแกนนำได้รณรงค์ในโครงการ อย.น้อยในประเด็นที่กำหนดไว้ได้อย่างมีแบบแผน ซึ่งข้อมูลต่างๆ ที่นักเรียนแกนนำใช้ในการรณรงค์นั้นอาจมีการใช้องค์ความรู้จากภาควิชาการ เช่น จากแผ่นพับ โปสเตอร์ เว็บไซต์โครงการ อย.น้อย เป็นต้น หรืออีกวิธีหนึ่งก็คือการที่นักเรียนแกนนำไปค้นคว้าตามแหล่งข้อมูลต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำมาผลิตสื่อ

ประกอบการรณรงค์ด้วยตนเอง ซึ่งการกำหนดประเด็นหลักในการรณรงค์นั้นก็จะมีมาจากประเด็นที่เป็นกระแสจากการป้อนข้อมูลกลับของทางภาคประชาชนอีกด้วย

นอกจากนี้ยังพบว่าทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้มีการประสานความร่วมมือกับสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการจัดทำโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตร อย.น้อยสู่หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน

“...ตอนนี้ยังมีการจัดทำถึงขั้นมีคู่มือ การเรียน การสอน อย.น้อยแล้ว ก็มีการทดลองนำไปใช้ ซึ่ง อาจารย์จากจุฬาฯ ก็ทำวิจัย เพื่อนำไปใช้ใน รร. ซึ่งจะเห็นว่ากลุ่มสาระ หรือแบบสาระการเรียนรู้มีอยู่แล้ว แต่เราอยากจะทำให้เห็นชัดเจนว่าเป็นของ อย.น้อย เพื่อไม่ให้เกิดการซ้ำซ้อนกัน จะต้องแบ่งบทบาทกันไป เพราะมีหลายส่วนที่เสริมกันไป...” (สินีนางู โจรนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

โดยวัตถุประสงค์ของการจัดทำโครงการวิจัยนี้ คือ การจัดการเรียนรู้ร่วมกันในการทำงานโครงการตลอดจนพัฒนาหลักสูตร อย.น้อย การบูรณาการในสถานศึกษาระดับต่างๆ เพื่อให้ได้ทราบแนวทางในการจัดทำหลักสูตรและแผนการจัดการเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่อง อย.น้อย อีกทั้งยังสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อย และยังได้พัฒนาหลักสูตร อย.น้อย กิจกรรมต่างๆ นอกจากนี้ยังได้จัดการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้เรื่อง อย.น้อย 3 ช่วงชั้น คือ ช่วงชั้นระดับประถมศึกษาตอนปลาย ช่วงชั้นระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และช่วงชั้นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าว จะนำไปสู่กระบวนการดำเนินกิจกรรมโครงการ อย.น้อยที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความยั่งยืน ทั้งยังช่วยขยายผลกระบวนการพัฒนาศักยภาพด้านความรู้ ทักษะ ทศนคติและพฤติกรรม ในเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ให้กับเด็กทุกคนได้มีโอกาสเรียนรู้และเข้าร่วมกิจกรรม อันจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อเด็กในฐานะผู้ผลิตและผู้บริโภค อีกทั้งขยายผลสู่ครอบครัว สังคม ซึ่งเป็นพลังในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคของตนเองและผู้อื่นได้

นอกจากนี้การดำเนินงานรณรงค์ในโครงการ อย.น้อยร่วมกันระหว่างภาควิชาการและภาคประชาชนที่เห็นได้ชัดเจนอีกประการหนึ่งก็คือ การที่โรงเรียนออกไปดำเนินกิจกรรม อย.น้อยตามชุมชนแล้วตรวจสอบพบสารปนเปื้อนในอาหาร ซึ่งได้มีการตักเตือน

แล้วในเบื้องต้น แต่ร้านค้านั้นก็ยังไม่ได้ปรับปรุงแก้ไข ดังนั้นทางนักเรียนแกนนำ อย.น้อย จึงได้แจ้งเข้ามาในกระทรวงสาธารณสุข เพื่อช่วยจัดการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

“...ถ้ามีการตรวจสอบความปลอดภัยด้านอาหาร นักเรียนแกนนำจะใช้วิธีเชิญชวนให้เอาสิ่งของที่นำเอามาจำหน่าย เอามาที่โต๊ะของเค้า ถ้าสงสัยว่าสิ่งที้นำมาขายไม่ปลอดภัย เด็กก็จะมาบอกเรา เราก็จะมีขั้นตอนดำเนินการ ซึ่งเราทำได้อยู่แล้วเพราะเรามีเจ้าหน้าที่ ที่ดูแลเรื่องกฎหมายอาหารและยา ซึ่งในโครงการ อย.น้อยจะทำในลักษณะที่เอามาดูก่อนแล้วค่อยนำไปปรับปรุง เช่น การตรวจสอบสารปนเปื้อนภายในโรงเรียน ในโรงเรียนอาหาร หรือผลิตภัณฑ์อะไรก็ตาม เราจะเอา Test kit ไปตรวจ หากพบสารบอแรกซ์เราก็จะมีมาตรการ โดยถ้าหากเคยไปตรวจสอบแล้วและยังไม่มีปรับปรุงอีก เราก็จะมีการบันทึกไว้ถ้ายังไม่ปลอดภัยอีกก็อาจจะมีการลงจำหน่าย ซึ่งเราก็จะมีมาตรการเป็นขั้นๆ ไป...” (สินีนางู โรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

2. ภาคประชาชน

ด้านภาคประชาชนนั้นในที่นี้ก็คือกลุ่มเด็กนักเรียนแกนนำ อย.น้อยในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาทั่วประเทศ ซึ่งทำหน้าที่ในการดำเนินการรณรงค์ การสร้างกระแสและผลักดันสังคม อีกทั้งยังมีการทำงานร่วมกันเป็นเครือข่ายต่างๆ เช่น เครือข่าย อย.น้อยระดับต่างๆ เพื่อที่จะได้นำองค์ความรู้ที่ได้จากภาควิชาการและองค์ความรู้ที่ได้จากการค้นคว้าและศึกษาด้วยตนเอง มาใช้ประกอบการรณรงค์ผ่านทางการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน โดยในที่นี้ภาคประชาชนนั้นก็ยังรวมถึงผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำ ครู นักการภารโรง พ่อค้าแม่ค้าทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน อีกทั้งครอบครัวของเด็กนักเรียนและชุมชนบริเวณโรงเรียนอีกด้วย ซึ่งจะเป็นผู้ขับเคลื่อนการรณรงค์เพื่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ตนต้องการ ทั้งนี้จากการดำเนินงานที่ผ่านมาทำให้พบว่าการสร้างการมีส่วนร่วมในภาคประชาชนนั้นสามารถช่วยให้เกิดการแก้ไขปัญหาทางด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“...ในเรื่องของการที่ให้เด็กได้ดำเนินการรณรงค์นั้น การที่เด็กๆ ดูแลตัวเองได้ ก็ถือว่าประสบความสำเร็จแล้ว ในการคาดหวังให้คนรุ่นใหม่ตระหนักและใส่ใจด้านสุขภาพ

และถ้าหากมีการทำไม่ดีไม่งามเกิดขึ้นที่ถึงขั้นดำเนินคดีทางกฎหมาย เช่น โรงเรียนที่ร่วมโครงการในจังหวัดเชียงใหม่ เคยนำเสนอตรงนี้มา อย่างที่เค้าเคยพบอาหารที่ไม่ปลอดภัย แล้วมีการแจ้งไปถึงสำนักงานสาธารณสุขซึ่งยังสามารถสาวถึงต้นตอแหล่งผลิต ซึ่งไม่ได้ อยู่ในเขตจังหวัดนั้นเลย อันนี้เป็นอะไรที่ดีมาก แม้กระทั่งครูในโรงเรียนเค้าก็ไปซื้ออาหาร จากห้างๆ หนึ่ง และปรากฏว่าคุณภาพไม่ดีก็ส่งมาให้เด็ก อย.น้อยตรวจ แล้วเด็กก็ ดำเนินการเหมือนผู้ใหญ่เลย ทำงานเป็นขั้นตอนไป อันนั้นเก่งมากๆ เลยค่ะ จะเห็นว่ามัน เกิดการขยายผลอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ถ้าไม่มีการมาตรวจเราก็จะไม่ได้ทราบถึงตรงนี้เลย พอมีการตรวจทุกคนก็จะเล่าสิ่งเหล่านี้ให้ฟัง ทำให้เราได้เห็นเป็นภาพกว้างขึ้น..." (สินี นานู โรจนประดิษฐ, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

ทั้งนี้ในการดำเนินงานของภาคประชาชน ทุกคนในสังคมสามารถร่วมกันเป็นพลัง และกลไกในการขับเคลื่อนโครงการ อย.น้อยโดยผ่านทางกรรณรงค์ การประชาสัมพันธ์ การช่วยกันเป็นหูเป็นตาในการดูแลและตรวจสอบอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆ รวมถึงการช่วยกันสร้างและการขยายผลการดำเนินกิจกรรมสู่ครอบครัวและชุมชน อีกทั้งยังมีส่วนในการกระตุ้นการสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคต่อบุคคล อื่นๆ และการสร้างจิตสำนึกของพ่อค้าแม่ค้า ผู้สัมผัสและประกอบอาหารในการเลือกใช้ วัตถุดิบในการประกอบอาหารหรือการซื้อขายผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆ อีกด้วย

2. กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม

ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รับผิดชอบในการ ดำเนินโครงการ อย.น้อย พบว่า ในเรื่องของกลยุทธ์ที่ทางโครงการ อย.น้อยใช้ในการดำเนินงาน กรรณรงค์นั้น ทางโครงการ อย.น้อยได้มีการนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการวางแผนและ ออกแบบแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย โดย ทางโครงการมีวัตถุประสงค์หลักก็คือ การที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดความตระหนักและมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องของการเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยและเผยแพร่ ความรู้ อีกทั้งยังสามารถหาแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียน ครอบครัวและ ชุมชนได้ ซึ่งทางโครงการ อย.น้อยนั้นต้องการที่จะขยายความคิดในเรื่องของความปลอดภัยด้าน อาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

“...ที่มาของชื่อโครงการ ออย.น้อยนั้นจะต้องให้เครดิตกับทีมงานของคุณสุภารัตน์ คำเป็นคนคิด เพราะง่าย และมีสโคปของงานที่ชัดเจน ถ้าจะให้อธิบายถึง ออย.น้อย ก็จะหมายถึงผู้พิทักษ์ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคปลอดภัย ชื่อนี้จริงๆ คนในกระทรวงบางคนคิดว่าไม่เหมาะสม เพราะคนก็จะรู้จักอยู่กับแค่ ออย.ฝ่ายเดียว แต่จริงๆ แล้วเราแค่ต้องการให้เข้าใจง่าย ว่าเป็นผู้พิทักษ์ เป็นพลังของเด็กๆ...” (สินีนางู โจรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ ออย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

“...เราใช้กลยุทธ์ Social Marketing ในการดำเนินงานด้วย คือ เราก็มีการหาลูกค้าเพิ่ม โดยการหาสมาชิกใหม่ เข้ามาแทนสมาชิกเก่า เมื่อมีที่ไหนต้องการให้ไปพูดถึง ออย.น้อย เราก็จะไปทันที บางแห่งที่เราไปก็มีความสนใจที่จะทำโครงการนี้ พอเห็นว่าเค้าเริ่มสนใจ เราก็มีการนำอธิบายเข้าไปเพื่อกระตุ้นให้เค้าเริ่มทำกัน การลงไปหาสมาชิก การสนับสนุนเรื่องสื่อและไปให้ความรู้ เรื่องการใช้ชุดทดสอบ...” (สินีนางู โจรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ ออย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

การดำเนินโครงการ ออย.น้อยได้ใช้การประยุกต์กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมในการวางแผนและออกแบบแผนการดำเนินงานของโครงการในขั้นตอนต่างๆ ทั้งในขั้นตอนของการศึกษาค้นคว้า วิจัย พัฒนาและผลิตองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม, ขั้นตอนการกำหนดเกณฑ์รูปแบบและวิธีการดำเนินการรวมถึงการหาเครือข่ายสนับสนุนการทำงานของโครงการ, ขั้นตอนการดำเนินการรณรงค์ การสร้างกระแสและผลักดันสังคม อีกทั้งยังรวมถึงขั้นตอนการสร้างการมีส่วนร่วมและการเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มเป้าหมายและเครือข่าย ทั้งนี้จากขั้นตอนที่กล่าวมาผู้วิจัยสามารถอธิบายการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อสังคมในโครงการ ออย.น้อย ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่รับผิดชอบโครงการ ออย.น้อยสามารถสรุปใจความได้ว่า ทางโครงการ ออย.น้อยได้มีการวางแผนและออกแบบโครงการในรูปของการสร้างประเด็นหรือแนวคิดในการแก้ปัญหาจากการมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่ปลอดภัยและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ซึ่งจะต้องเป็นลักษณะที่กลุ่มเป้าหมายสามารถนำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ มีความพึงพอใจในโครงการและเป็นวัตถุประสงค์ที่สามารถจับต้องได้ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่โครงการต้องการ ซึ่ง

จะต้องมีการศึกษาและวิจัยกลุ่มเป้าหมายก่อนว่ากลุ่มเป้าหมายเราเป็นกลุ่มใด โดยการที่จะออกแบบแนวคิดของตัวโครงการ อย.น้อยที่จะสื่อออกมาเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นถึงประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับและช่วยในการแก้ไขความเสี่ยงทางด้านต่างๆ กับกลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อให้ตัวโครงการนั้นๆ เป็นเอกลักษณ์และสามารถใช้ในการชักจูงใจโรงเรียนต่างๆ ให้สนใจที่จะมาเข้าร่วมโครงการได้ อีกทั้งยังช่วยเอื้อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและเข้าถึงแนวทางการดำเนินกิจกรรมได้โดยง่าย

โครงการ อย.น้อยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเด็กที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษา ดังนั้นในการออกแบบและวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้ใช้การออกแบบโลโก้ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถทำจับต้อง นำไปใช้ประโยชน์ สามารถจดจำได้ง่าย มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย ซึ่งโครงการ อย.น้อยมีการออกแบบโลโก้ที่ดูแล้วสามารถเข้าใจและสื่อออกมาได้ว่า ถ้าพบเห็นโลโก้แล้วก็จะทราบได้เลยว่านี่คือโครงการ อย.น้อย เพราะโลโก้มีการใช้รูปเด็กนักเรียนชายและหญิง โดยเด็กผู้ชายจะถือแว่นขยายซึ่งสื่อถึงการสอดส่อง ตรวจสอบดูแลผลิตภัณฑ์ต่างๆ ส่วนเด็กผู้หญิงจะยกนิ้วโป้งซึ่งสื่อถึงการสนับสนุนเด็กชายว่าการทำงานที่สอดส่อง ตรวจสอบดูแลผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นสิ่งที่ดีและน่าสนับสนุน พร้อมกับมีชื่อโครงการอยู่ในโลโก้อีกด้วย



ภาพที่ 10: โลโก้โครงการ อย.น้อย

ตัวโครงการ อย.น้อยนั้น เป็นตัวโครงการที่ออกแบบมาเพื่อที่จะตอบโจทย์ของวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะสื่อออกมา คือในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันและการพัฒนาพฤติกรรมและศักยภาพผู้บริโภค ซึ่งประเด็นหลักที่ทางโครงการได้สื่อออกมานั้นทางโรงเรียนที่ได้เข้าร่วมโครงการสามารถทำความเข้าใจถึงการดำเนินกิจกรรมที่

เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวได้โดยง่าย และยังสามารถออกแบบสื่อและกิจกรรมต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในประเด็นที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย ทั้งนี้การใช้การวางแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์นั้นจะช่วยให้เกิดศักยภาพในเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินการรณรงค์ให้สำเร็จลุล่วงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ

2.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ได้พิจารณาถึงราคาในกลุ่มเป้าหมายจะต้องเสียเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ โดยในที่นี้จะหมายถึง การที่ทางโครงการกำหนดแนวคิดและประเด็นในการรณรงค์โครงการ อย.น้อยเบื้องต้น การผลิตสื่อและอุปกรณ์ที่สามารถพร้อมนำไปใช้ได้ทันที ซึ่งจะเป็นการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อลดค่าเสียโอกาส เวลา พลังงาน และจิตใจของทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้ทางโครงการ อย.น้อยต้องการที่จะสื่อให้เห็นถึงการป้องกันและดูแลสุขภาพนั้นย่อมเป็นสิ่งที่ดีกว่าการรักษาโรค หลังจากมีอาการผิดปกติจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัย ซึ่งเราจะเห็นว่าหากเราเกิดการเจ็บไข้ได้ป่วยนั้นเราก็จะต้องเสียค่าเสียโอกาสในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์หลายๆ อย่าง เสียทั้งเวลา เงิน พลังงาน รวมถึงสภาพจิตใจอีกด้วย

อย่างไรก็ตามยังพบอีกว่าทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคจะมีการให้การสนับสนุนสื่อต่างๆ ในโครงการ อย.น้อยให้แก่ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ โดยผ่านทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เช่น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ซึ่งสื่อสนับสนุนส่วนใหญ่จะเป็นการให้เปล่า โดยอาจจะมีสื่อสนับสนุนบางตัว เช่น ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร ซึ่งบางทีอาจจะต้องใช้ทุนของตนเอง ครอบครัวยุหรือทางโรงเรียนในการจัดซื้ออุปกรณ์ต่างๆ มาใช้ในการรณรงค์ อีกทั้งมีสื่อบางชนิดที่กลุ่มเป้าหมายสามารถ Download ข้อมูล เนื้อหา รายละเอียดของโครงการและสื่อต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการรณรงค์จากทางเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย

2.3 กลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย

ในการดำเนินงานโครงการ ออย.น้อยนั้น ได้มีการกำหนดช่องทางการจัดส่งผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้โดยง่าย ดังนั้นทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคดีจึงใช้การจัดวางผลิตภัณฑ์ผ่านทางหน่วยงานเครือข่ายที่สนับสนุนการทำงานของโครงการ ทั้งในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน หน่วยงานสาธารณสุขต่างๆ ฝ่ายสิ่งแวดล้อมของสำนักงานเขตเพื่อให้เกิดการกระจายผลิตภัณฑ์ในโครงการให้ครอบคลุมทุกพื้นที่

“...การประสานความร่วมมือในการทำโครงการ ออย.น้อย นั้นถ้าเป็นโรงเรียนในต่างจังหวัด เราก็ติดต่อผ่านทางสาธารณสุขจังหวัด เมื่อผ่านเสร็จก็จะทางสาธารณสุขก็จะติดต่อผ่านผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต่างๆ ลงพื้นที่ไปที่โรงเรียนและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ถ้าเป็นโรงเรียนในเขตกรุงเทพฯ ส่วนมากจะติดต่อกับสังกัดการศึกษาทั้งสามคือ สพฐ. สช. และกทม. ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกและช่วยให้การจัดการดำเนินการรณรงค์มีประสิทธิภาพมากขึ้น...” (ศุภกาญจน์ โภคัย, หัวหน้าโครงการ ออย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

ผลการวิจัยยังพบว่า ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคดีได้มีการใช้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อที่จะลดความซับซ้อนของการเข้าถึงและความแตกต่างทางด้านต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เช่น ด้านงบประมาณ การเข้าถึงเทคโนโลยี ซึ่งทางกองฯ จะให้การสนับสนุนทั้งทางด้านงบประมาณและสื่อต่างๆ เช่น ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร คู่มือการจัดกิจกรรม ออย.น้อย ซึ่งจะเป็นการให้การสนับสนุนและเสนอแนวทางการรณรงค์ในแต่ละโรงเรียน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและมีการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งยังให้การสนับสนุนวิทยากรหรือวิทยากรในการออกไปให้ความรู้ตามสถานที่ต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการอำนวยความสะดวกในการรวมเครือข่ายของโครงการเพื่อที่จะช่วยสนับสนุนในสิ่งที่ขาดตกบกพร่องทั้งหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

“...ทางเราจะมียงบประมาณสนับสนุนให้ทางโรงเรียนทุกปี โดยโรงเรียนในเขตกรุงเทพฯ จะมาติดต่อขอเราโดยตรง ที่ ออย. หรือไม่ก็ฝ่ายสิ่งแวดล้อมของสำนักงานเขตที่โรงเรียนตั้งอยู่ ในขณะที่โรงเรียนตามต่างจังหวัดก็มีสาธารณสุขจังหวัด ซึ่งจะเป็นในรูปแบบ

ของเงินหรือสื่อสนับสนุนต่างๆ โดยทางเราก็จะมีการจัดแบ่งเป็นแพ็คเกจ เพื่อแบ่งให้ไปตามโรงเรียน เช่น ปากกา เลื่อยตัด หมวก พวงกุญแจ สื่อความรู้ต่างๆ เป็นต้น...” (ลินีนางู โรจนประดิษฐ, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

ในเรื่องของการกระจายสื่อและอุปกรณ์สนับสนุนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยนั้น โดยปกติตัวโครงการมักจะใช้การดำเนินการรณรงค์ภายในโรงเรียน ทั้งนี้จึงได้ใช้วิธีการกระจายผลิตภัณฑ์ตามพื้นที่ต่างๆ ดังนี้ ถ้าเป็นโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร ก็สามารถขอรับสื่อและอุปกรณ์ในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมได้ที่ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค กระทรวงสาธารณสุข หรือฝ่ายสิ่งแวดล้อมที่สำนักงานเขต แต่ถ้าหากเป็นโรงเรียนนอกเขตกรุงเทพมหานครนั้น ก็สามารถที่จะเข้ารับสื่อและอุปกรณ์สนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยได้จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดหรือสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งจะเป็นการอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมในโครงการ นอกจากนี้ก็ยังมีสื่อสนับสนุนสื่อที่สามารถพร้อมนำไปใช้ได้ ซึ่งสามารถ Download ผ่านทางเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับโครงการมาใช้ในการรณรงค์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อีกวิธีหนึ่ง

นอกจากนี้ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคยังมีหน้าที่ในการวางแผนงานโครงการ การจัดสภาพในการดำเนินงานให้มีความเหมาะสม การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการ การหาพันธมิตร การให้คำแนะนำในการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ที่สนับสนุนให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมในการดำเนินการรณรงค์อย่างเต็มที่ ซึ่งกลยุทธ์นี้ช่วยให้การดำเนินงานของโครงการ อย.น้อยสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายตามที่ได้ตั้งเป้าเอาไว้

2.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

การดำเนินโครงการ อย.น้อยนั้นจะมีการรณรงค์โดยการนำเสนอความรู้ ความเข้าใจและเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ได้มีการตั้งเป้าไว้ เพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบว่าโครงการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและสังคมใน การที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภค การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัย และเกิดการพัฒนาศักยภาพในการที่เป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็ง ซึ่งองค์ความรู้ที่ทางกองพัฒนาศักยภาพ

ผู้บริโภครู้จักมากขึ้นนั้นจะมีทั้งองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้นและองค์ความรู้ที่ปรับปรุงจากองค์ความรู้เดิม อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการจุดประกายการเข้ามาเป็นแนวร่วมและเป็นกลไกในการขยายผลของโครงการ

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ทางโครงการ อย.น้อย มีการออกแบบรูปแบบและเนื้อหาของสารและสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มอีกด้วย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของกลยุทธ์นี้มีหลายกลุ่ม ทั้งที่จะสื่อไปทางกลุ่มเป้าหมายหลักซึ่งเป็นเด็กนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาและการสื่อไปถึงกลุ่มเป้าหมายรองที่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเด็กนักเรียน กลุ่มเป้าหมายหลักหรือกลุ่มบุคคลทั่วไป เพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้รับความรู้ เข้าใจ ตระหนักถึงปัญหาและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ โดยพบว่า การให้ความรู้ที่ทางโครงการ อย.น้อยใช้นั้นออกมาในรูปแบบของการประยุกต์ในเรื่องของการให้ความรู้ผสมการให้ความบันเทิง ซึ่งเป็นการสร้างรูปแบบของการนำเสนอที่มีความน่าสนใจ คือ เป็นการที่ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้พร้อมกับความบันเทิง ซึ่งเป็นการสร้างความสนใจและก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้มากกว่าการให้ความรู้เพียงอย่างเดียว

“...เราจะดูว่าเด็กกลุ่มเป้าหมายชอบอะไร เราก็พยายามจะสื่อแบบนั้น หนังสือการ์ตูน ก็เป็นอีกสื่อหนึ่งที่เราใช้ การให้ความรู้ เราก็จะเน้น Edutainment คือ การให้ความรู้ผสมกับความบันเทิง เพราะว่ากับเด็กๆ จะให้เป็นสาระหนักๆ อะไรไม่ได้ ซึ่งอะไรที่ทำให้เด็กสนุกสนานและมีความสนใจ เด็กจะสามารถทำได้ดีกว่า...” (สินีนางู โจรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

อย่างไรก็ตามทางโครงการ อย.น้อย ก็ยังมีการใช้การสร้างจุดดึงดูดต่างๆ ทั้งจากความน่าสนใจของประเด็นที่ต้องการที่จะนำเสนอ หรือรูปแบบในการดำเนินการณรงค์ ผ่านทางการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยใช้วิธีการโน้มน้าวใจเพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ทั้งที่เป็นโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการแล้วหรือโรงเรียนที่กำลังที่จะเข้าร่วมโครงการได้เข้ามาร่วมทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งนี้ยังมีการใช้แนวทางการขายตรงในลักษณะของการหาสมาชิกเข้าโครงการ อย.น้อย ซึ่งจะเป็นการที่เพื่อนแนะนำเพื่อนต่อๆ กันไปเพื่อขยายฐานสมาชิก เพิ่มเครือข่ายและขยายผลการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน รวมถึงครอบครัวและชุมชนของตนเอง

“...เราจะหาแหล่งจูงใจให้เด็ก และใช้การประกวดเป็นหลัก ซึ่งผลก็ค่อนข้างดี เพราะว่าเด็กมีชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหารที่ทำได้ด้วยตัวเอง กิจกรรมพวกนี้ถ้าเด็กได้ทำด้วยตัวเองก็จะมีความสุข เราพยายามดูเอาที่เด็กชอบ...” (ศุภกาญจน์ โภคัย, หัวหน้าโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

“...เราต้องหาแรงจูงใจให้เด็กทำงาน แรงจูงใจของเราที่ค่อนข้างจะต่างกับคนอื่นก็คือ ปกติคนที่เค้าจะไปประเมิน เค้าจะลงไปดูเด็กทำงาน เด็กทำก็ทำไป คนดูก็ดูไป ของเราหาที่ให้เด็กออกมาข้างนอก เป็นการ Entertain ทำเสร็จแล้วก็ได้กำลังใจ จะออกแนวกึ่งงาน กึ่งประสบการณ์ เพราะเด็กของเราไม่ใช่แค่กลุ่มเมืองอย่างเดียว มีเด็กต่างจังหวัดด้วย ซึ่งเค้าไม่ค่อยได้ออกไปไหน ดังนั้นถ้าเราได้พาเค้าออกไปข้างนอก เค้าก็จะมีความสุขไปด้วย...” (ศุภกาญจน์ โภคัย, หัวหน้าโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

นอกจากนี้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่สำคัญ อีกประการหนึ่งก็คือ การที่กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคจัดให้มีการเหตุการณ์พิเศษต่างๆ เช่น การจัด Day Camp, การประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สามารถช่วยให้เกิดการสร้างและการขยายเครือข่ายการดำเนินโครงการ ผ่านทางการดำเนินกิจกรรมร่วมกันระหว่างโรงเรียน โดยช่วยทำให้โครงการนี้กลายเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับและเป็นอีกกลไกหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาทางด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันในเรื่องของอาหารปลอดภัยและการพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคได้ประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น

2.5 กลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร

จากการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าทางโครงการ อย.น้อยได้มีการหาแนวร่วมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ และหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ทั้งทางภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรอิสระหรือสื่อมวลชนแขนงต่างๆ เพื่อที่จะได้เข้าใจแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน อีกทั้งมีส่วนร่วมในการพัฒนาตัวโครงการและมีผลประโยชน์ร่วมกัน รวมถึงสามารถช่วยให้การดำเนินการรณรงค์ในโครงการสามารถทำได้โดยราบรื่น ปราศจากอุปสรรค ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเอื้อต่อความสำเร็จของการดำเนินโครงการ โดยการสนับสนุนนั้นจะออกมาในรูปแบบของทรัพยากร เช่น

งบประมาณ สื่อและอุปกรณ์สนับสนุนการรณรงค์ รางวัลทุนการศึกษาหรือตัวเครื่องบินบินไปทัศนศึกษาที่ต่างประเทศของโรงเรียนที่ได้รับรางวัลชนะเลิศโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศ

“...ในส่วนการสนับสนุนของรัฐบาล จะมี ส.พ.ฐ. กรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ซึ่งให้การสนับสนุนด้านบุคลากร ทั้งการลงไปตัดสินใจการประกวด มีการทำงานร่วมกันอยู่แล้ว แล้วโรงเรียนตามต่างจังหวัดยังมี อบต.ให้การสนับสนุนงบประมาณอีกด้วย ถ้าเป็นองค์กรอิสระ เค้ายะสนับสนุนเรื่ององค์ความรู้ และเรื่องของการปฏิบัติงานและเรื่องงบประมาณ...” (ศุภกาญจน์ โภคัย, หัวหน้าโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

“...เราก็มีความร่วมมือกับทางภาคเอกชน คือ มี บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) ที่สนับสนุนงบประมาณไปศึกษาดูงานที่ต่างประเทศโดย มีการพาเด็กที่ชนะเลิศไปฮ่องกง และปีที่ผ่านมาไป สิงคโปร์ ซึ่งทาง บริษัท ซี.พี. เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) เองก็มีเครือข่ายกับบริษัท Tetra Pak ซึ่งก็ให้ไปดูงานที่บริษัทซึ่งผลิตกล่องนมที่สิงคโปร์ ซึ่งเป็นอะไรที่ดีมากๆ ดูในด้านของสิ่งแวดล้อมการผลิตกล่องนมที่ใช้แล้วก็มารีไซเคิลเป็นปากกา สมุดโน้ต โต๊ะ ไม่พึงปองได้ แม้กระทั่งนามบัตรของพนักงานก็เป็นกระดาษรีไซเคิล เด็กๆ ไปเห็นก็ประทับใจ โดยเราคาดหวังที่จะเห็นเด็กๆ มีแนวคิดลักษณะนี้คือ ได้ประหยัดพลังงาน ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ซึ่งการดูงานเราพึ่งเอกชนค่อนข้างมาก เพราะถ้าเราติดต่อเองก็จะยากมาก ต้องใช้เวลาในการติดต่อ ใช้ค่าใช้จ่ายสูง เป็นอะไรที่ไม่ง่ายเลยในการที่เราจะต้องดำเนินการเอง...” (สินีนานู ไรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

สื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย

การศึกษาในเรื่องของสื่อที่ใช้ในการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยนั้น ผลจากการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการ อย.น้อย ผู้วิจัยสามารถสรุปถึงประเภทของสื่อ รูปแบบเนื้อหาของสาร และวิธีการนำเสนอที่ทางโครงการใช้ในการดำเนินงานรณรงค์ ได้ดังต่อไปนี้

1. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย

ประเภทของสื่อที่ทางโครงการ อย.น้อยใช้ในการดำเนินงานนั้น ผู้วิจัยพบว่า มีการใช้สื่อแบบผสมผสานในการรณรงค์ โดยการบูรณาการสื่อหลายๆ ประเภทในการรณรงค์ซึ่งประกอบไปด้วย การใช้สื่อมวลชนร่วมกับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจในการดำเนินงาน เพื่อให้สื่อทุกประเภทและทุกชนิดสามารถสนับสนุนในการดำเนินงานซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการรณรงค์ในโครงการอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการเลือกใช้สื่อที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มอีกด้วย ซึ่งสามารถอธิบายช่องทางการสื่อสาร ดังนี้

1.1 สื่อมวลชน

โครงการ อย.น้อย มีการใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ตัวโครงการ ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และการดำเนินโครงการ อย.น้อยในโรงเรียนต่างๆ ผ่านทางรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดการเผยแพร่และกระจายโครงการได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านทางทางประชาสัมพันธ์ การจัดการแถลงข่าว อีกทั้งยังให้เกิดการรับรู้และเกิดกระแสถึงตัวโครงการที่กำลังดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน เช่น

- รายการ Happy Life กับคุณหรีด ช่วงสุขภาพดีกับ อย. ทุกวันเสาร์ เวลา 8.40 - 9.10 น. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- รายการกล้าคิดกล้าทำ ช่วงกล้าคิดกล้าทำกับ อย.น้อย ทุกวันเสาร์ เวลา 7.00 - 7.30 น. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

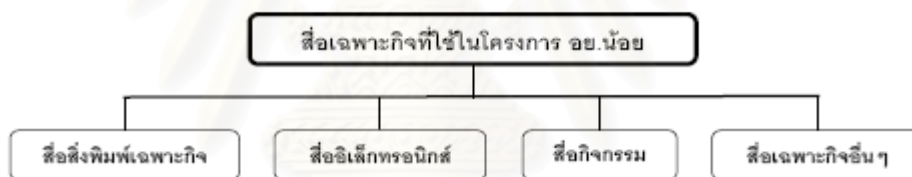
1.2 สื่อบุคคล

โครงการ อย.น้อย มีการใช้สื่อบุคคลในการสนับสนุนด้านวิทยากรของกระทรวงสาธารณสุข เพราะในการให้ความรู้ การชักจูงใจ การฝึกสอนการใช้ทักษะต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมโครงการ อย.น้อยนั้นต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาและประเด็นต่างๆ ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการถ่ายทอดไปยังกลุ่มเป้าหมายนั้นจะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากกว่าสื่ออื่นๆ เช่น การใช้เครื่องมือตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหารก็จะต้องมีการสาธิตให้กลุ่มเป้าหมาย การออกไปให้ความรู้ตามสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงสาธารณสุขส่วนกลาง สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและโรงเรียนที่เข้าร่วม

โครงการ ทั้งนี้ซึ่งหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามก็สามารถสอบถามเพื่อขอให้วิทยากรอธิบายเพิ่มเติมได้ อีกทั้งข้อมูลที่ได้จากสื่อบุคคลนั้นสามารถเชื่อถือได้มากกว่าสื่ออื่นๆ

1.3 สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการดำเนินโครงการ ออย.น้อยนั้น เป็นเพราะสื่อนี้มีความเป็นเอกลักษณ์ เนื่องจากมีการจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ในโครงการ ออย.น้อย ซึ่งสามารถให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการบริโภคอาหารปลอดภัย ผลิตภัณฑ์สุขภาพและเรื่องสุขภาพและสุขอนามัย ทั้งนี้ยังสามารถออกแบบเนื้อหาและรูปแบบให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างๆ กันได้อีกด้วย ซึ่งประกอบด้วยสื่อที่ผลิตออกมาสำหรับโครงการ ออย.น้อยโดยเฉพาะและสื่อที่ผลิตออกมาใช้ในโครงการที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ออย.น้อยอีกด้วย ซึ่งสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในโครงการ ออย.น้อยนั้น ประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้



ภาพที่ 11: สื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในโครงการ ออย.น้อย

1.3.1 สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเป็นสื่อที่มีเนื้อหาชัดเจนและมีรูปแบบต่างๆ ที่น่าสนใจ โดยส่วนใหญ่สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ใช้ในโครงการ ออย.น้อย จะอ้างอิงจากตัวโครงการ ออย.น้อยเองและจากโครงการอาหารปลอดภัย ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำลังดำเนินโครงการนี้อยู่เช่นกัน เพราะสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจในแต่ละชนิดที่มีการนำมาใช้นั้น จะมีจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไปและมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้เหมาะสมกับการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ใช้นั้นสามารถเน้นย้ำให้ระลึกถึง อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทั้งนักเรียนแกนนำ นักเรียน ครูแกนนำ พ่อค้าแม่ค้า มีโอกาสที่จะพบเห็นได้ในระยะเวลาอันนานเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ ความรู้ ความเข้าใจ และช่วยในการโน้มน้าวใจให้เกิดพฤติกรรมที่เอื้อต่อสุขภาพ นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์

เฉพาะกิจยังออกแบบให้มีความสะดวกตา ง่ายต่อการทำความเข้าใจ มีความคงทน มีรูปภาพประกอบพร้อมคำอธิบาย และเชื่อมต่อการนำไปใช้ในการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ โดยตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ใช้ในโครงการ อย.น้อย ประกอบด้วย

สื่อที่ใช้สนับสนุนในแต่ละโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ได้แก่

- คู่มือการจัดกิจกรรม อย.น้อย
- ชุดเอกสารถอดบทเรียน อย.น้อย
- คู่มือการจัดซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ภาพพลิกเรื่องสารปนเปื้อนในอาหาร
- บทวิทยุ อย.น้อย กว่า 30 บท เช่น
 - สารปนเปื้อนในอาหาร
 - การเลือกซื้ออาหาร
 - การเลือกซื้อเครื่องสำอาง
 - การเลือกซื้อยา
 - สิทธิของผู้บริโภค เป็นต้น
- จุลสารสัมพันธ์ อย. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- คู่มือ แผ่นพับ ใบความรู้ โปสเตอร์ และสติ๊กเกอร์รณรงค์ต่างๆ



ภาพที่ 12: บทวิทยุ อย.น้อย



ภาพที่ 13: คู่มือต่างๆ และจุดสารสัมพันธ์ อย. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา



ภาพที่ 14: แผ่นพับและใบความรู้ต่างๆ ที่ใช้ประกอบการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 15: โปสเตอร์ต่างๆ ที่ใช้ประกอบการรณรงค์ในโครงการ ออย.น้อย



ภาพที่ 16: สติกเกอร์รณรงค์ต่างๆ ที่ใช้ประกอบการรณรงค์ในโครงการ ออย.น้อย

สื่อที่สมาชิก ออย.น้อยทุกคนที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับ ได้แก่

- บัตรสมาชิก ออย.น้อย
- สมุดบันทึกความดีและผลงาน ออย.น้อย
- หนังสือการ์ตูน ชมรมนี้ไม่มีถูกหลอก (จริงอะ)
- หนังสือการ์ตูน สะกิดเตือนใจ ห่วงใยจาก ออย.

1.3.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในโครงการ อย.น้อย มีหลายประเภท ซึ่งบางประเภทก็อ้างอิงสื่อจากโครงการอื่นๆ ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาดำเนินการอยู่ อีกทั้งยังสามารถนำมาบูรณาการซึ่งกันและกันได้เช่นกัน ซึ่งการใช้สื่อชนิดนี้สามารถอธิบายถึงประเด็นต่างๆ ที่ต้องการจะสื่อสารออกไปโดยเฉพาะ และสามารถนำมาเผยแพร่ซ้ำได้และมีรูปแบบที่มีความน่าสนใจมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้ อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ที่สามารถทำการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตและยังลดระยะเวลาที่ใช้ในการติดต่อกับทางหน่วยงานในการขอรับการสนับสนุนทางด้านต่างๆ ได้

โดยตัวอย่างสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในโครงการ อย.น้อย ได้แก่

- วัตถุประสงค์การตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร
- วัตถุประสงค์คดีสั้น อย.น้อย ทำรายการทุ่งแสงตะวัน
- วัตถุประสงค์อย่าหลงเชื่อง่าย
- เว็บไซต์โครงการ อย.น้อย (<http://www.fda.moph.go.th/youngfda/>)

เว็บไซต์นี้ถือเป็นเว็บไซต์หลักของโครงการ อย.น้อย โดยภายในเว็บไซต์นี้จะประกอบไปด้วย ข่าวประชาสัมพันธ์ ข่าวกิจกรรม ข่าวจากสื่อสนับสนุน สารความรู้ต่างๆ ผลงานจากโครงการ อย.น้อย และลิงค์เว็บไซต์ต่างๆ อีกทั้งโรงเรียนที่สนใจที่จะเข้าร่วมโครงการก็สามารถสมัครผ่านทางเว็บไซต์ได้เช่นกัน นอกจากนี้ผู้ที่สนใจในโครงการยังสามารถเข้าไปค้นหาข่าว สารความรู้ต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินการรณรงค์และการเผยแพร่ตัวโครงการได้ ซึ่งเนื้อหาภายในเว็บไซต์จะมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

- เว็บไซต์ อย.คอต คอม ของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงาน

คณะกรรมการอาหารและยา (<http://www.oryor.com/oryor/index.html>)

เว็บไซต์นี้เป็นเว็บไซต์ที่สนับสนุนโครงการต่างๆ ของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งจะภายในเว็บไซต์จะมีรูปลักษณะที่มีสีสันสวยงาม มีรูปแบบทันสมัย เน้นด้านสารบันเทิง โดยจะประกอบไปด้วยสารความรู้ เนื้อหาจากสื่อสนับสนุนต่างๆ หลากหลายรูปแบบ เช่น การ์ตูนนิเมชัน สารคดีโทรทัศน์ สปอตโทรทัศน์ สารคดีวิทยุ สปอตวิทยุ เพลง และเกมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งมีการปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความทันสมัยอยู่

สมัครสมาชิกเช่นกัน ทั้งนี้ยังสามารถนำเนื้อหาในเว็บไซต์มาใช้สนับสนุนในการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อยได้อีกด้วย

- สายด่วนผู้บริโภคกับ อย. 1556

1.3.3 สื่อกิจกรรม

การใช้สื่อกิจกรรมในโครงการ อย.น้อยนั้น เป็นการช่วยให้กลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ได้ซึ่งส่วนมากจะได้รับทั้งเนื้อหาสาระและความบันเทิงไปพร้อมๆ กัน อีกทั้งยังสามารถโน้มน้าวใจและกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมหรือการเข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้สื่อกิจกรรมต่างๆ ที่ทางโครงการจัดนั้นสามารถดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการได้อีกด้วย ซึ่งสื่อกิจกรรมที่ใช้ในโครงการ อย.น้อย มีดังต่อไปนี้

- การจัดการแสดงและนิทรรศการ โดยจะแทรกกิจกรรม อย.น้อยตามนิทรรศการต่างๆ โดยการเชิญนักเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อยมาเข้าร่วมจัดแสดงผลงานและมีส่วนร่วมในโครงการหรือมหกรรมที่ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้จัดขึ้นตามหน่วยงานต่างๆ

- การพบปะและการประชุม โดยจะมีการจัดขึ้นเพื่อให้ทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมในโครงการ อย.น้อยมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันซึ่งจะจัดเป็นการจัดประชุมวิชาการ การประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือการจัดอบรมให้ความรู้เฉพาะด้านกับกลุ่มเป้าหมายตามสถานที่ต่างๆ เช่น การประชุมครูแกนนำ นักเรียนแกนนำ การเข้าค่าย Day Camp เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การประชุมทางวิชาการ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการดำเนินโครงการต่างๆ เป็นต้น

- การจัดกิจกรรมประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น เป็นกิจกรรมการประกวดที่มีการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าร่วมการประกวด ทั้งนี้รูปแบบของการประกวดจะเป็นในลักษณะของการประกวดโครงงาน ซึ่งรวมถึงกระบวนการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนต่างๆ ที่เข้าร่วมโครงการ โดยจะเป็นการนำเสนอในสิ่งต่างๆ ที่นักเรียนได้ทำ นอกจากนั้นการจัดการประกวดนี้ยังเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงปัญหาเรื่องความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการรณรงค์และการแลกเปลี่ยน

ประสบการณ์ ซึ่งยังทำให้เกิดเครือข่าย อย.น้อย และยังทำให้โครงการเกิดการขยายผลและพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น

1.3.4 สื่อเฉพาะกิจอื่นๆ

นอกจากสื่อต่างๆ ข้างต้นแล้ว ยังมีสื่อเฉพาะกิจอื่นๆ ที่ทางโครงการ อย.น้อยใช้เป็นสื่อที่สนับสนุนการดำเนิน ซึ่งมาจากการสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ โดยจะเป็นสื่อพิเศษที่ใช้สนับสนุนโครงการ อย.น้อยเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ การมีส่วนร่วม การเน้นย้ำให้เกิดการระลึกและกระตุ้นการจดจำถึงตัวโครงการในกลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อชนิดนี้มีการออกแบบ ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจอื่นๆ เช่น

- รถโมบายยูนิต ในการออกไปช่วยสนับสนุนการรณรงค์ในสถานที่ต่างๆ
- ชุดทดสอบสารปนเปื้อนต่างๆ เช่น
 - ชุดทดสอบสารบอแรกซ์
 - ชุดทดสอบสารฟอร์มาลิน
 - ชุดทดสอบสารฟอกขาว
 - ชุดทดสอบสารกันรา
 - ชุดทดสอบไอโอเดตในเกลือเสริมไอโอดีน
 - ชุดทดสอบความสะอาดของภาชนะสัมผัสอาหารและมือ



ภาพที่ 17: ชุดทดสอบสารปนเปื้อนต่างๆ ที่ใช้ในการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย

- เข็มกลัด อย.น้อย
- กระดาษชำระพกพา อย.น้อย
- ปากกา อย.น้อย
- เสื้อแจ็กเก็ต อย.น้อย



ภาพที่ 18: สื่อต่างๆ ที่ผลิตเพื่อใช้ประกอบการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย

“...ทางโครงการ อย.น้อย จะมีการใช้สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล และการสื่อสารกับ สาธารณะ ซึ่งในช่วงแรกของการรณรงค์ก็จะเป็นการดูแลสุขภาพ 3 ตรา คือ Food Safety, Clean Food Good Taste และการดูแลสุขภาพ อย. หลังจากนั้นก็จะเป็นการให้ความรู้ที่เกี่ยวกับเรื่องยา อาหาร เครื่องสำอาง วิธีการตรวจ เป็นประเด็นหลัก...” (ศุภกาญจน์ โภคย์, หัวหน้าโครงการ อย. น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

“...เราใช้สื่อต่างๆ ในการสนับสนุนซึ่งกันและกันโดยมีการใช้วิทยากร ร่วมกับสื่อที่เรา จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เพราะว่าตัวกิจกรรมหลักในการประกวด อย.น้อย จะอยู่ได้ ด้วยตัวของตัวเอง เพราะเราพัฒนาศักยภาพของนักเรียน ซึ่งเค้าทำแล้วได้เลยแน่นอน เพียงแต่ ต้องมีการสนับสนุนเท่านั้นเอง...” (สินีนางู โจรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าทาง *โครงการ อย.น้อย* ได้ใช้วิธีการใช้สื่อแบบผสมผสาน โดยใช้ การบูรณาการสื่อ ซึ่งประกอบด้วยการใช้สื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ร่วมกันในการ ดำเนินกิจกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง กว้างขวาง สร้างความน่าสนใจ ความเข้าใจ การรับรู้ข่าวสาร การมีส่วนร่วม นอกจากนี้ทาง โครงการยังมีการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับความสามารถและประสบการณ์ของกลุ่มเป้าหมายใน แต่ละกลุ่ม และยังพบมีการใช้วิธีการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น การนำเสนอความรู้โดยใช้ รูปแบบสารบันเทิง เพื่อที่จะช่วยให้การรณรงค์ประสบความสำเร็จและเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการปรับเปลี่ยนความรู้ ทศนคติและพฤติกรรมในเรื่องของพฤติกรรมกรรมการบริโภคของ กลุ่มเป้าหมายให้ไปในทิศทางที่พึงประสงค์อีกด้วย

2. รูปแบบเนื้อหาของสารที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ *อย.น้อย*

รูปแบบเนื้อหาของสารที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ *อย.น้อย* นั้น จากการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า ทางโครงการได้มีวิธีการนำเสนอในรูปแบบการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง โดยจะ ประกอบด้วย การให้ข้อมูลเชิงบวกและเชิงลบ แต่จะมีการเน้นการให้ข้อมูลเชิงลบมากกว่าการให้ ข้อมูลเชิงบวก ซึ่งผู้วิจัยสามารถอธิบายการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง ได้ดังนี้

2.1 การให้ข้อมูลเชิงลบ

การให้ข้อมูลเชิงลบนั้น จะพบว่าส่วนใหญ่จะมีการใช้ข้อความหรือข้อมูลที่มีความ น่ากลัว ซึ่งมีการแสดงให้เห็นถึงโทษและอันตรายของผลจากการบริโภคสิ่งที่เป็นอันตราย และไม่ใส่ใจต่อสุขภาพ โดยมีการนำเสนอในรูปแบบคำเตือนหรือคำขู่ต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการเน้นจุดจูงใจในรูปแบบของ Fear Appeal โดยจะเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงโดยใช้ ความกลัว เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายใช้วิจารณญาณของตนเองในการตัดสินใจว่าจะปฏิบัติตาม พฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือไม่ ตัวอย่างของสารที่ใช้แนวทางข้อมูลเชิงลบ เช่น "น้ำมัน ทอดซ้ำ อันตราย ตายผ่อนส่ง", "บริโภคน้ำมันทอดซ้ำ ทำให้เป็นมะเร็ง", "อันตราย! ยา แผนโบราณผสมสเตียรอยด์", "แอฟลาทอกซิน ภัยร้ายใกล้ตัว" เป็นต้น

2.2 การให้ข้อมูลเชิงบวก

การให้ข้อมูลเชิงบวกนั้น จะพบว่ามีการใช้ข้อความหรือข้อมูลเพื่อสร้างกำลังใจ และสนับสนุนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังสร้างบรรยากาศให้เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาและกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติ ซึ่งรวมถึงการโน้มน้าวใจ ให้กำลังใจ และผลักดันเกิดแรงสนับสนุนในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอีกด้วย ซึ่งเป็นวิธีเน้นจุดจูงใจ แบบ Rational Appeal โดยเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงซึ่งเป็นเหตุเป็นผลกัน ตัวอย่างของสารที่ใช้แนวทางข้อมูลเชิงบวก เช่น “บริโภคปลอดภัย ล้างผัก ผลไม้ ถูกวิธี”, “เครื่องสำอางปลอดภัย ถ้าใช้ถูกวิธี”, “โก๋, ไข่โก๋สุก ปลอดภัย รับประทานได้”, “สืบสาน ปลอดภัย อาหารปลอดภัย ถวายแด่แม่ของแผ่นดิน” เป็นต้น

ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าโครงการ ออย.น้อยมีการใช้วิธีการให้ข้อมูลในการรณรงค์ทั้งสองทางโดยใช้วิธีการให้ข้อมูลเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นได้ใช้วิจารณญาณในการพิจารณาด้วยตนเอง ว่าความรู้หรือสารสนเทศที่ทางโครงการ ออย.น้อย สื่อก่อนหน้านั้นจะทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถนำมาประกอบการตัดสินใจได้ว่า สิ่งใดที่ควร จะนำมาปฏิบัติกับตนเองเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสม หรือควรหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการมีพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม

3. วิธีการนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์โครงการ ออย.น้อย

จากการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการ ออย.น้อยนั้น พบว่าทางโครงการได้ใช้วิธีการนำเสนอเนื้อหาทั้งในลักษณะของข้อความ รูปภาพ ซึ่งถ่ายทอดออกมาผ่านเหตุการณ์จริงหรือผ่านผู้ที่เคยประสบกับปัญหา เหล่านั้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น โทษของการบริโภคของที่ไม่ถูกสุขลักษณะ การเกิดโรคต่างๆ จากการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ อาการหรือผลข้างเคียงจากการใช้เครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งสามารถพบเห็นได้ตามสปอตต่างๆ ทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยสปอตที่นำเสนอผ่านทางสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะเป็นสื่อที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการรณรงค์โครงการอาหารปลอดภัยเป็นหลัก นอกจากนี้ยังพบ การใช้วิธีนำเสนอให้เห็นถึงประโยชน์และผลที่ได้จากการมีพฤติกรรมบริโภคที่เหมาะสม ซึ่งจะเป็นการถ่ายทอดโดยใช้นักวิชาการที่มีความน่าเชื่อถือ ดารา นักแสดงที่มีชื่อเสียงในการเป็นผู้ให้ข้อมูล หรือชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายได้ปฏิบัติตามพฤติกรรมที่พึงประสงค์

ทั้งนี้อาจจะมีการใช้วิธี *การนำเสนอทางเลือกอื่นๆ* ที่จะสามารถดึงความสนใจกลุ่มเป้าหมายไปยังประเด็นอื่น เช่น การรณรงค์การออกกำลังกาย เป็นต้น

นอกจากกลยุทธ์ที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนั้นแล้ว ผู้วิจัยยังพบอีกว่าทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยานั้น เป็นองค์กรที่มีจุดเด่นทางด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการด้านงบประมาณในการดำเนินโครงการ และการบูรณาการแนวทางการดำเนินการรณรงค์ในทุกๆ ด้าน ซึ่งส่งผลให้โครงการ อย.น้อยเป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับในสังคม อีกทั้งจุดเด่นทางด้านการบริหารจัดการงบประมาณนั้นจะเน้นในเรื่องของความคล่องตัว ซึ่งสามารถนำงบประมาณที่ได้มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะมีการจำแนกเป็นงบประมาณในการดำเนินโครงการเป็นงบประมาณประชาสัมพันธ์ส่วนกลางและงบประมาณที่ใช้ในแต่ละโครงการ ทั้งนี้งบประมาณประชาสัมพันธ์ส่วนกลางนั้นจะใช้เป็นงบในการทำข่าว การประชาสัมพันธ์ การทำสื่อมวลชนสัมพันธ์ สปอตโฆษณา สกู๊ปข่าวและการซื้อสื่อ นอกจากนี้งบประมาณในการดำเนินโครงการทั้งหมดจะต้องใช้ในการสนับสนุนการดำเนินโครงการทั่วประเทศ ดังนั้นในการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย จึงต้องจัดสรรงบประมาณบางส่วนไปให้ทางสาธารณสุขจังหวัดเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนในส่วนภูมิภาคอีกส่วนหนึ่ง

“...ทาง อย. ใช้กลยุทธ์ในการรณรงค์ในโครงการนี้หลายกลยุทธ์ ทั้งการวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีการประกวดเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม มีการออกข่าว ทำสารคดีโทรทัศน์ มั่นก็เลยไปได้ไกล แล้วเราก็ทำในลักษณะของการตลาดด้วย ในเรื่อง *Direct Sale* ในการหาสมาชิกใหม่ การจัดการรณรงค์ และการสนับสนุนการดำเนินโครงการ อย.น้อยของหน่วยงานต่างๆ...”
(สินีนางู โจรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, *สัมภาษณ์*, 14 พฤศจิกายน 2550)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อค้นพบและข้อสรุป

จากผลการวิจัยในเรื่องของโครงการ อย.น้อยและการบริหารจัดการการดำเนินโครงการ นั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ อย.น้อย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พบข้อค้นพบและข้อสรุปที่น่าสนใจในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การรณรงค์ และวิธีการใช้สื่อ รูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการดำเนินโครงการรณรงค์ ซึ่งมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ต่างจากโครงการรณรงค์อื่นๆ โดยสามารถอธิบายตามประเด็นที่กล่าวไว้ได้ดังนี้

กลยุทธ์การรณรงค์

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อย มีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานรณรงค์ ดังต่อไปนี้

1. **กลยุทธ์การประสานความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและภาคประชาชน** ในการที่จะร่วมเป็นกลไกในการขับเคลื่อนโครงการเพื่อให้การดำเนินโครงการเกิดการพัฒนายั่งยืน ซึ่งสามารถอธิบายวิธีการดำเนินงานรณรงค์ของแต่ละภาคส่วน ดังนี้

1.1 **ภาควิชาการ** จะใช้วิธีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทำหน้าที่ในการสร้างองค์ความรู้ในประเด็นที่ทางโครงการต้องการรณรงค์ อีกทั้งสร้างกฎระเบียบหรือแนวทางต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์เพื่อกำหนดโครงสร้างระบบ กลไก เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทางด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งเพื่อให้เกิดแก้ปัญหาและสนับสนุนการทำงานของภาคประชาชน

1.2 **ภาคประชาชน** จะเป็นผู้ขับเคลื่อนการรณรงค์ในโครงการ ซึ่งโครงการ อย.น้อยนั้นต้องการให้เด็กนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาทั่วประเทศเป็นตัวเอกในการรณรงค์ด้วยตนเอง โดยทางโครงการ อย.น้อยจึงได้ใช้วิธี *การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน* ในการดำเนินงานรณรงค์ โดยทางภาควิชาการจะให้การอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านความคิดทัศนคติและพฤติกรรมเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ทางโครงการต้องการ นอกจากนี้ยังเอื้อให้นักเรียนแกนนำเกิดการสร้างและการขยายเครือข่ายการดำเนินกิจกรรมในโครงการอีกด้วย

2. **กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม** ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคใช้กลยุทธ์นี้เป็นกรอบในการวางแผนและออกแบบแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทางโครงการ ออย.น้อย ต้องการที่จะขยายความคิดในเรื่องของความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัย สิทธิผู้บริโภค และการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนในขั้นตอนต่างๆ โดยพบว่ามีการใช้ **กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร** ซึ่งภายใต้แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคมนั้น ทางโครงการ ออย.น้อยได้ใช้วิธีการให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในประเด็นของกลยุทธ์ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย อีกทั้งยังใช้วิธีการให้ความรู้โดยใช้แนวทางสาระบันเทิงและการใ้มน้ำวใจในประเด็นของกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

วิธีการใช้สื่อ รูปแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่ใช้ในการดำเนินการรณรงค์

ในเรื่องของวิธีการใช้สื่อ รูปแบบและเนื้อหาของสาร ที่ทางโครงการ ออย.น้อยใช้ในการดำเนินงานรณรงค์นั้น พบว่าโครงการ ออย.น้อยมีลักษณะที่ใช้ในการดำเนินการรณรงค์ ดังนี้

1. **การใช้สื่อแบบผสมผสาน** โดย การบูรณาการการใช้สื่อมวลชนร่วมกับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้สื่อต่างๆ สามารถสนับสนุนในการดำเนินงานซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการรณรงค์ในโครงการอีกด้วย

2. **รูปแบบเนื้อหา** ทางโครงการ ออย.น้อยได้มีวิธีการนำเสนอในรูปแบบการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง โดยจะประกอบด้วยการให้ข้อมูลเชิงบวกและเชิงลบ แต่จะมีการเน้นการให้ข้อมูลเชิงลบมากกว่าการให้ข้อมูลเชิงบวก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นได้ใช้วิจารณญาณในการพิจารณาด้วยตนเอง สิ่งใดที่ควรจะนำมาปฏิบัติกับตนเองเพื่อให้เกิดพฤติกรรมกรบริโภคที่เหมาะสม หรือควรหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการมีพฤติกรรมกรบริโภคที่ไม่เหมาะสม

3. **วิธีการนำเสนอ** ทางโครงการ ออย.น้อยมีการใช้ข้อความ รูปภาพ โดยถ่ายทอดออกมาผ่านเหตุการณ์จริงหรือผ่านผู้ที่เคยประสบกับปัญหา รวมถึงการใช้วิธีนำเสนอให้เห็นถึง ประโยชน์และผล จากการมีพฤติกรรมกรบริโภคที่ดี รวมถึงวิธี การนำเสนอทางเลือกอื่นๆ อีกด้วย

ส่วนที่ 2: กิจกรรมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น

ในผลการวิจัยส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่ทำหน้าที่หลักในการรับผิดชอบการดำเนินโครงการ โดยสามารถสรุปประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น ได้ดังต่อไปนี้

กิจกรรมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น

กิจกรรมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น เป็นกิจกรรมหลักอีกกิจกรรมหนึ่งที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะใช้ในการขยายกระบวนการและผลการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อย เพราะการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเดนนั่น เป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มนักเรียนเป้าหมายได้เกิดการแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์ การกล้าแสดงออกทางการปฏิบัติ การทำงานร่วมกันกับผู้อื่น การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การออกมาทัศนศึกษาตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งทั้งหมดนั้นเป็นการเพิ่มแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ อีกทั้งยังสามารถได้พบปะแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์กับเพื่อนใหม่ๆ ทั่วประเทศ ทำให้เกิดการขยายเป็นเครือข่าย อย.น้อยอีกด้วย

“...การจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น เป็นการกระตุ้นการรณรงค์โครงการ อย.น้อยให้ต่อเนื่อง ซึ่งแต่ละปีก็มีการคิดพัฒนางานที่จะคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ถ้าเรากำหนดโจทย์ไปทุกคนก็ต้องมานั่งคิดว่าจะทำยังไง ซึ่งบางคนก็อาจจะทำได้มากกว่าที่โจทย์ให้ไป บางแห่งก็มีจัดเป็น Walk Rally, Road Show, Talk Show, มโนราห์, ลำตัด, ลิเก, ผญา ซึ่งทั้งหมดแทรกเรื่องเกี่ยวกับ อย.น้อยทั้งหมดเลย มีการแทรกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งถ้าเอา อย.น้อยสี่ภาคขึ้นเวทีจะแสดงให้เห็นความหลากหลายมาก ทุกคนเอาศิลปวัฒนธรรมของตนเองเข้ามาผสมผสานในงานตรงนี้ด้วยก็เป็นอะไรที่อลังการจริงๆ บางแห่งเอาเข้าไปร่วมอยู่ในวันสุนทรภู่ วันเอดส์โลก ก็จะมีขบวน อย.น้อย เข้าไปแจมด้วย ซึ่งตอนนี้ถือว่าเค้าก็มีตัวตน และเราสามารถดึงสมาชิกมาได้เลยในแต่ละโรงเรียน และในตอนนี้ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคก็มีแนวคิดว่าจะรวมสมาชิก อย.น้อย ทั่วประเทศมาทำอะไรซักอย่างร่วมกัน...” (สินีนางู โรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

“...จากการประกวดเราจะเห็นการพัฒนาของตัวเองในการเป็นผู้นำ แสดงบทบาทต่างๆ เช่น เป็นดีเจ และเด็กหลายๆ คน ก็เข้าเรียนมหาวิทยาลัยได้ จากเด็กส่วนหนึ่งที่เคยเป็นเด็ก

เกอร์ แต่พอมาทำกิจกรรม ก็สามารถเข้ามหาวิทยาลัยได้ เป็นการพลิกชีวิตของเด็กไปแล้ว จากการศึกษาที่ครูมองเห็นว่าเด็กคนนี้มีศักยภาพ อาจจะเป็นเด็กที่ชอบแสดงออกเกินไป แต่ไม่ใช่แสดงออกในทางที่ไม่ดี ซึ่งแนวคิดของเด็กส่วนมากจะสะท้อนออกมาในด้านการแสดงกิจกรรม บางทีเราเองก็คิดไม่ถึงเพราะเด็กเก่งและเข้าใจได้ถูกด้วย...” (สินีนางู โรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

ในการดำเนินการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นในแต่ละปีนั้น จะมีการเริ่มจัดการประกวดกันในช่วงเดือนสิงหาคมจนถึงเดือนกันยายนของทุกปี ซึ่งมีการเริ่มประกวดตั้งแต่ปี 2546 โดยในปี 2550 ถือเป็นปีที่ 5 ซึ่งหลักเกณฑ์ในการประกวดนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงเกณฑ์ในการให้คะแนนไปทุกๆ ปี แต่เกณฑ์การให้คะแนนหรือการจัดระดับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้นจะมีมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ ซึ่งผลการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศ ในแต่ละปีปรากฏผลดังนี้

รางวัลชนะเลิศในปี 2546 ได้แก่	โรงเรียนสวนบุญญูปถัมภ์ลำพูน จังหวัดลำพูน
รางวัลชนะเลิศในปี 2547 ได้แก่	โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี
รางวัลชนะเลิศในปี 2548 ได้แก่	โรงเรียนมารีวิทยาकिनทร์บุรี จังหวัดปราชญ์บุรี
รางวัลชนะเลิศในปี 2549 ได้แก่	โรงเรียนวัดจันทราวาส (ศุขประสารราษฎร์) จังหวัดเพชรบุรี

ในปี 2550 ได้เริ่มมีการแบ่งประเภทในการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นออกเป็น 2 ประเภท คือ โรงเรียนที่มีนักเรียนไม่เกิน 1,500 และโรงเรียนที่มีนักเรียนตั้งแต่ 1,501 คนขึ้นไป โดยผลการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นในระดับประเทศ ประจำปี 2550 ได้แก่

รางวัลชนะเลิศในปี 2550 สำหรับโรงเรียนที่มีนักเรียนไม่เกิน 1,500 คน ได้แก่ โรงเรียนวัดประชาสรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

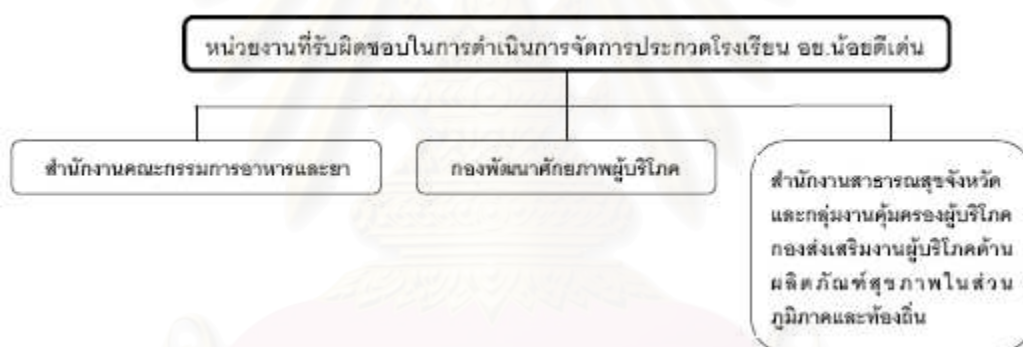
รางวัลชนะเลิศในปี 2550 สำหรับโรงเรียนที่มีนักเรียนตั้งแต่ 1,501 คนขึ้นไป ได้แก่ โรงเรียนวัดโนนทัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่

หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการดำเนินการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น คือ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งจะมีเครือข่ายของกระทรวงสาธารณสุข สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน และสำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร มาทำหน้าที่ในการดูแลและจัดการประกวดในระดับต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย ระดับเขตพื้นที่การศึกษา ระดับเขตตรวจราชการ และระดับประเทศ ทั้งนี้โดยปกติกำหนดการจัดการประกวดโรงเรียน อย. น้อยดีเด่นระดับเขตตรวจราชการจะมีการจัดในช่วงเดือนสิงหาคมของทุกปี ส่วนกำหนดประกวดโรงเรียน อย. น้อยดีเด่นระดับประเทศจะมีการจัดในช่วงเดือนกันยายนของทุกปี

กรอบแนวคิดในการดำเนินการจัดการประกวดโรงเรียน อย. น้อยดีเด่น

การดำเนินการจัดการประกวดโรงเรียน อย. น้อยดีเด่นนั้น หน่วยงานต่างๆ ที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการ จะมีการแบ่งแยกหน้าที่ในการดูแลและรับผิดชอบโครงการตามที่หน่วยงานตนได้รับมอบหมาย ซึ่งสามารถอธิบายกรอบแนวคิดในการดำเนินการจัดการประกวดโรงเรียน อย. น้อยดีเด่น ของหน่วยงานต่างๆ ได้ดังนี้



ภาพที่ 19: หน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการจัดการประกวดโรงเรียน อย. น้อยดีเด่น

ภาพรวมของกรอบแนวคิดในการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในการจัดการประกวดโรงเรียน อย. น้อยดีเด่น

1. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ร่วมกันจัดทำหลักเกณฑ์การดำเนินการประกวดโรงเรียน อย. น้อยดีเด่น และประชาสัมพันธ์ให้โรงเรียนทั่วประเทศได้รับรู้และเข้าร่วมโครงการ
2. อย. และ สพฐ. ร่วมกันจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรม อย. น้อยดีเด่นและสื่อต่างๆ เพื่อแจกจ่ายไปยังโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั่วประเทศ
3. คัดเลือกโรงเรียนเพื่อเข้าร่วมการประกวดโรงเรียน อย. น้อยดีเด่น ในระดับเขตพื้นที่การศึกษาและระดับเขตตรวจราชการ ซึ่งแต่ละเขตพื้นที่การศึกษาจะคัดเลือก

โรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาของตนมาเข้าร่วมในการประกวด โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ โรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานครกับโรงเรียนนอกเขตกรุงเทพมหานคร

4. การจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศ
5. ประกาศผลการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศ พร้อมรับรางวัล และสื่อสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
6. โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยแต่ละโรงเรียนดำเนินกิจกรรมรณรงค์ตามแผนงานโครงการในแต่ละโรงเรียน
7. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สรุปลงและประเมินผลการดำเนินงานโครงการ อย.น้อยในแต่ละปีงบประมาณ

กรอบแนวคิดในการดำเนินงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารในการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น

1. ประสานงานกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) หรือกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค กองส่งเสริมงานผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น (คบ.) เพื่อหาผู้จัดประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับกลุ่มเขตตรวจราชการ
2. โอนเงินจัดประกวดให้กับ สสจ. หรือ คบ. ที่เป็นเจ้าภาพจัดการประกวด
3. จัดทำโล่และเสื้อแจ็กเก็ต สำหรับแจกโรงเรียนที่ชนะเลิศโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นในระดับกลุ่มเขตตรวจราชการ (แจกที่กรุงเทพมหานคร)
4. จัดทำประกาศนียบัตรในการประกวด และส่งให้ สสจ. หรือ คบ. ที่เป็นเจ้าภาพจัดประกวด สำหรับแจกอาจารย์และนักเรียนที่เข้าประกวด
5. จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับกลุ่มเขตตรวจราชการและระดับประเทศ
6. ประสานงานกับ สสจ. หรือ คบ. ในการเชิญกรรมการการประกวดจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาพร้อมกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
7. ประสานงานกับ สสจ. หรือ คบ. ในการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับกลุ่มเขตตรวจราชการ
8. รับผิดชอบการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศในกรุงเทพมหานคร

9. รับผิดชอบงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อย และการประกวดโรงเรียน
 อย.น้อยดีเด่น

**กรอบแนวคิดในการดำเนินงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) และกลุ่ม
 งานคุ้มครองผู้บริโภค กองส่งเสริมงานผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและ
 ท้องถิ่น (คป.) ที่เป็นเจ้าภาพจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น**

1. กำหนดวัน เวลา และสถานที่จัดประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับกลุ่มเขต
 ตรวจราชการ
2. ประสานงานเชิงัญจังหวัดที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประกวด
3. ทำหนังสือเชิญกรรมการและผู้เกี่ยวข้อง
4. รับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของโรงเรียนเข้าร่วมประกวด
5. พิมพ์ใบประกาศนียบัตรแก่นักเรียนและอาจารย์ที่เข้าร่วมการประกวด
6. รับผิดชอบค่าเดินทาง ค่าที่พักและค่าตอบแทนกรรมการ
7. กำหนดเวลาในการนำเสนอของโรงเรียนอยู่ในช่วง 12 – 15 นาที ในการ
 ประกวดระดับประเทศให้นำเสนอผลงานได้ 15 นาที
8. รวบรวมรายชื่อโรงเรียน นักเรียนและอาจารย์ที่นำนักเรียนเข้าร่วมประกวด ที่
 อยู่ของโรงเรียน พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ในการประกวดระดับกลุ่มเขต
 ตรวจราชการ ทั้ง 2 กลุ่มโรงเรียน ให้ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ใน
 รูปแบบ Floppy Disk หรือ CD เพื่อเก็บไว้เป็นฐานข้อมูลในการประกวดปีต่อไป
9. แจ้งผลการประกวดให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาทราบ พร้อม CD
 ภาพการประกวดในระดับกลุ่มเขตตรวจราชการ
10. รับผิดชอบงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับ
 กลุ่มเขตตรวจราชการ

จากกรอบแนวคิดในการดำเนินการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นของหน่วยงานที่
 รับผิดชอบในการจัดการประกวดนั้น จะเห็นว่าหน่วยงานต่างๆ จะมีการทำงานในลักษณะเป็น
 เครือข่ายสนับสนุนในการทำงานร่วมกันในลักษณะแม่ข่ายและลูกข่าย โดยมีการใช้รูปแบบการ
 ทำงานแบบกระจายอำนาจจากส่วนกลาง ซึ่งแต่ละหน่วยงานจะต้องทำหน้าที่ในการวางแผน
 ประสานความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงาน เพื่อให้การจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อย
 ดีเด่นในระดับต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ซึ่งจะมีการวางแผน การวางรูปแบบ การออกแบบแนว

ทางการจัดการประกวด หลักเกณฑ์ในการจัดการประกวด อีกทั้งมีการออกแบบแบบประเมินตนเองสำหรับโรงเรียน อย.น้อยเบื้องต้น เพื่อใช้ในการประเมินถึงระดับของศักยภาพการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยในโรงเรียนของตนเองว่าอยู่ในระดับใดอีกด้วย

แนวทางการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น

ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคนั้นในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการ จะทำหน้าที่ในการประสานความร่วมมือกับกลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานต่างๆ อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการแจ้งรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับโครงการให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละปีงบประมาณว่า ในแต่ละปีจะมีการกำหนดรูปแบบ ลักษณะและแนวทางการประกวดอย่างไร ซึ่งแนวทางการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น มีรายละเอียดดังนี้

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จะใช้การแบ่งกลุ่มในการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มโรงเรียนที่มีนักเรียนไม่เกิน 1,500 คน
2. กลุ่มโรงเรียนที่มีนักเรียนตั้งแต่ 1,501 คนขึ้นไป

โดยในแต่ละกลุ่มโรงเรียนจะมีการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับเขตพื้นที่การศึกษา
2. ระดับเขตตรวจราชการ
3. ระดับประเทศ

ซึ่งสามารถอธิบายถึงแนวทางการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นทั้ง 3 ระดับ ดังนี้

1. การจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับเขตพื้นที่การศึกษา

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคจะให้ทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดร่วมกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาทำการคัดเลือกโรงเรียนที่มีนักเรียนไม่เกิน 1,500 คน 1 โรงเรียน และโรงเรียนที่มีนักเรียนตั้งแต่ 1,501 คนขึ้นไป 1 โรงเรียน รวมเป็น 2 โรงเรียน โดยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งจะใช้กับโรงเรียนที่อยู่นอกเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จะร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในการคัดเลือกตัวแทนในระดับเขต

พื้นที่การศึกษา ซึ่งจะคัดเลือกโรงเรียนจากเขตพื้นที่การศึกษาทั้ง 175 เขต ทั้ง 2 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์จำนวนนักเรียนในโรงเรียน ในการเข้าร่วมประกวดต่อไปในระดับเขตตรวจราชการ

“...ส่วนมากโรงเรียนจะเข้าร่วมด้วยความสมัครใจจริงๆ ไม่จำเป็นว่าต้องเป็น ทุกโรงเรียนที่เข้าประกวด ถ้าเค้าพร้อม เค้าก็จะส่งรายละเอียดไปที่ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา บางแห่งมีการคัดสรร ก่อนที่จะส่งประกวดกับเรา บางแห่งก็หยิบชื่อมาเลย ก็จะมีกรรมการตามไปดูว่าเข้าเกณฑ์หรือไม่ โรงเรียนที่เข้ามาประกวดก็เยอะเหมือนกัน เป็นหลักร้อย อันนี้ก็มาจากการคัดสรร จากทาง จังหวัดเอง หลายๆ แห่งก็ยกกันที่จะเข้าประกวด แต่ที่ต่างจังหวัดจะน่าประทับใจมาก เค้าจ้างที่จะเข้าประกวดเลย แต่ละโรงเรียนไม่มีการยอมกันและกันเลย...” (สินีนางู โจรนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

2. การจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับเขตตรวจราชการ

ในการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับเขตตรวจราชการนั้น จะมีการแบ่งเขตตรวจราชการออกเป็น 16 กลุ่ม (โดยเป็นการรวมกันระหว่างสังกัดของโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร 3 สังกัดกับเขตตรวจราชการ 13 เขตของโรงเรียนนอกเขตกรุงเทพมหานคร) ซึ่งแบ่งตามเขตตรวจราชการของกระทรวงสาธารณสุข 13 เขต โดยแต่ละเขตจะมีจังหวัดที่รับผิดชอบในเขตของตน ซึ่งจะรับหน้าที่เป็นเจ้าภาพในการจัดการประกวด โดยทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) จะร่วมกันคัดเลือกตัวแทนในระดับเขตตรวจราชการ ในการเข้าประกวดโรงเรียน อย.น้อย ทั้ง 2 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์ของจำนวนนักเรียนในโรงเรียน ซึ่งในการแบ่งเขตตรวจราชการของกระทรวงสาธารณสุขทั้ง 13 เขต สามารถแจกแจงรายละเอียด ได้ดังนี้

เขต 1: เชียงราย, เชียงใหม่, น่าน, พะเยา, แพร่, แม่ฮ่องสอน, ลำปาง, ลำพูน

เขต 2: ตาก, พิษณุโลก, เพชรบูรณ์, สุโขทัย, อุตรดิตถ์

เขต 3: กำแพงเพชร, นครสวรรค์, พิจิตร, อุทัยธานี

เขต 4: นนทบุรี, ปทุมธานี, พระนครศรีอยุธยา, อ่างทอง, ชัยนาท, ลพบุรี, สระบุรี, สิงห์บุรี

เขต 5: กาญจนบุรี, นครปฐม, ราชบุรี, สุพรรณบุรี, ประจวบคีรีขันธ์, เพชรบุรี, สมุทรสงคราม, สมุทรสาคร

เขต 6: ฉะเชิงเทรา, นครนายก, ปราจีนบุรี, สมุทรปราการ, สระแก้ว, จันทบุรี, ชลบุรี, ตราด, ระยอง

- เขต 7: หนองคาย, หนองบัวลำภู, เลย, อุดรธานี, ขอนแก่น, มหาสารคาม, ร้อยเอ็ด
- เขต 8: กาฬสินธุ์, นครพนม, มุกดาหาร, สกลนคร
- เขต 9: ชัยภูมิ, นครราชสีมา, บุรีรัมย์, สุรินทร์
- เขต 10: ยโสธร, ศรีสะเกษ, อำนาจเจริญ, อุบลราชธานี
- เขต 11: ชุมพร, ระนอง, สุราษฎร์ธานี, กระบี่, พังงา, ภูเก็ต
- เขต 12: นราธิวาส, ปัตตานี, ยะลา, สงขลา, สตูล
- เขต 13: ตรัง, นครศรีธรรมราช, พัทลุง

ส่วนในเขตกรุงเทพมหานครจะมีการจัดการประกวดระดับเขตตรวจราชการ โดยแบ่งตามสังกัดของโรงเรียน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 สังกัด ซึ่งได้แก่ กลุ่มโรงเรียนที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กลุ่มโรงเรียนที่สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) กลุ่มโรงเรียนที่สังกัดสำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร (กทม.) โดยแต่ละสังกัดจะร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการคัดเลือกตัวแทนในระดับสำนักการศึกษา ในการเข้าประกวดโรงเรียน ออย.น้อย ทั้ง 2 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์ของจำนวนนักเรียนในโรงเรียน

วิธีการประกวด มี 3 ขั้นตอน คือ

1. ให้นักเรียนที่ชนะเลิศการประกวดโรงเรียน ออย.น้อยดีเด่นระดับเขตพื้นที่การศึกษา นำเสนอผลการดำเนินกิจกรรม ออย.น้อยต่อคณะกรรมการภายในเวลาที่กำหนด แล้วกรรมการจะคัดเลือกให้เหลือ 3 โรงเรียน
2. คณะกรรมการชุดเดิมลงไปดูโรงเรียนทั้ง 3 ที่ผ่านการคัดเลือกและตัดสินหาผู้ชนะเลิศ 1 โรงเรียนเข้าประกวดโรงเรียน ออย.น้อยดีเด่นในระดับประเทศ
3. วิธีการนำเสนอ ผู้นำเสนอต้องเป็นนักเรียน ออย.น้อย จำนวนไม่เกิน 5 คน หากจะมีการแสดงประกอบ เช่น แสดงดนตรี การแสดงรับบทบาทสมมุติ ให้มีผู้แสดงประกอบได้อีกไม่เกิน 5 คน

ทั้งนี้คณะกรรมการในการตัดสินในระดับนี้จะประกอบด้วย สาธารณสุขนิเทศก์, นักวิชาการอาหารและยา 9 ชช. หรือ เกสัชกร 9 วช., ผู้แทนจากศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ ศูนย์กรมอนามัย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประจำเขต

“...การจัดประกวดจะจัดเป็นภาคเหนือ ใต้ อีสาน กลาง แล้วก็มาแข่งรวมกันที่ภาคกลาง อีกทีหนึ่ง หรือจะเอากรรมการของเราไปตัดสิน เกณฑ์ก็จะเปลี่ยนไปอีกอย่างหนึ่ง รอบ Final ก็จะมีกรรมการชุดใหญ่เลย จะมีการนำเสนอพร้อมกันที่ กทม. ก็ได้ หรือจะเอากรรมการชุดนี้ไปตัดสินในแต่ละภาคก็ได้...” (สินีนางู โจรจนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, **สัมภาษณ์**, 14 พฤศจิกายน 2550)

วิธีการการตัดสินการประกวดในระดับนี้ ทางคณะกรรมการให้คะแนนตามแบบฟอร์มที่กำหนด จากนั้นกรรมการแต่ละคนจะคัดเลือกโรงเรียนที่ได้คะแนนสูงสุดเรียงตามลำดับ 5 โรงเรียน จากนั้นใช้วิธีให้คะแนนแบบ Ranking คือ โรงเรียนที่ได้คะแนนสูงสุดให้ 5 คะแนน รองลงมา 4, 3, 2 คะแนน และโรงเรียนสุดท้ายได้ 1 คะแนน แล้วนำคะแนนของกรรมการมาบวกกัน จากนั้นเมื่อได้โรงเรียนที่มีคะแนนสูงสุด 3 โรงเรียนแล้ว คณะกรรมการจะลงไปดูพื้นที่จริงในโรงเรียนเพื่อให้คะแนนหาผู้ชนะเลิศ โดยในรอบนี้จะมีการประกวดออกเป็น 2 กลุ่ม ซึ่งจำแนกตามจำนวนนักเรียนในโรงเรียน โดยในแต่ละกลุ่มจะมีการประกาศผลการประกวดต่างๆ ดังนี้ รางวัลชนะเลิศ, รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 และรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 เพื่อที่จะหาผู้ชนะเลิศในการเข้าร่วมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยระดับประเทศต่อไป

3. การจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศ

โรงเรียน อย.น้อย ที่ชนะการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับเขตตรวจราชการ จะมานำเสนอผลงานที่โรงเรียนตัวเองดำเนินการรณรงค์มานำเสนอต่อคณะกรรมการ โรงเรียนละประมาณ 15 นาทีที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งจะมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนและตัวชี้วัดในแต่ละรายการ เพื่อที่จะค้นหาโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศ โดยในรอบนี้จะมีการประกวดออกเป็น 2 กลุ่ม ซึ่งจำแนกตามจำนวนนักเรียนในโรงเรียน โดยในแต่ละกลุ่มจะมีการประกาศผลการประกวดต่างๆ ดังนี้ รางวัลชนะเลิศ, รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1, รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 และรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 3

“...เด็กเข้ามาประกวดทีหนึ่ง 3-4 วัน เมื่อวันแรกเข้ามาประกวดเสร็จ วันต่อมาก็พาเด็กไปดูงาน วันถัดไปก็มีการประกาศรางวัล ซึ่งเราก็เห็นความสามารถของเด็ก ในเวลาที่มีการแสดงก็จะมีเด็กที่มีความถนัดด้านการแสดงออก ความคิดสร้างสรรค์ออกมาทำกิจกรรม บางครั้งก็มีร้องรำทำเพลง ชุดการแสดง อย. มีเยอะมากไม่ต่ำกว่า 30-50 ชุด เป็นอะไรที่เด็กๆ คิดและทำของตัวเอง

แล้วก็มีเนื้อหา อย.น้อยในนั้นทั้งหมด...” (สินีนางู โจรจนประดิษฐ, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

ในการตัดสินใจการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศ จะประกอบไปด้วย คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้ รองเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา, นักวิชาการระดับ 9 จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, ผู้แทนจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมอนามัย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กองคุ้มครองผู้บริโภค และกองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภค

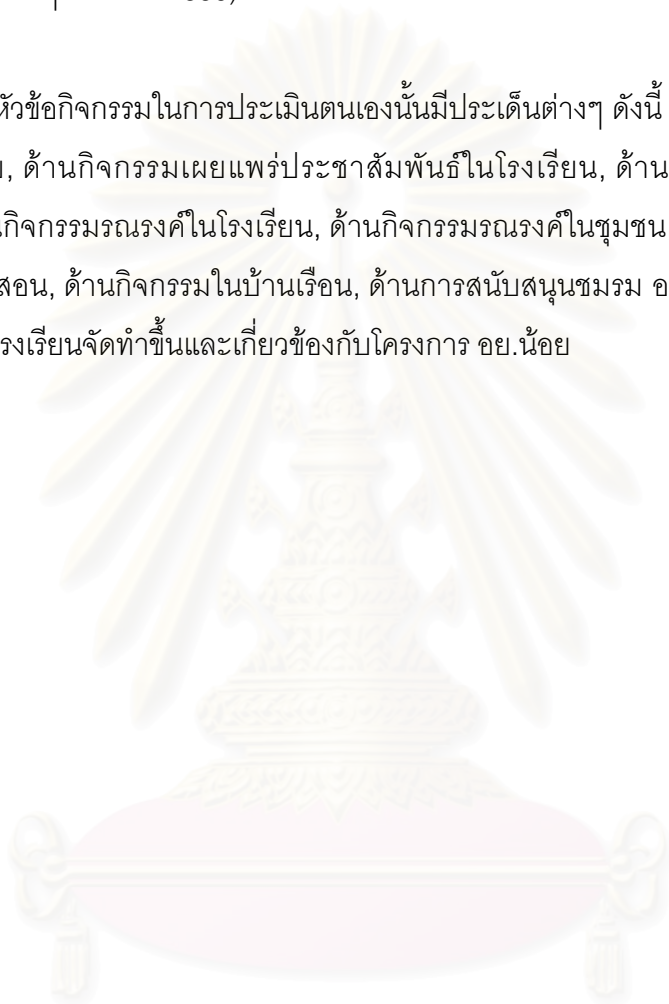
หลังจากการประกาศผลการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นแล้ว ทางกองพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภคจะจัดสรรของรางวัล เช่น ถ้วยรางวัล ใบประกาศเกียรติคุณ การไปศึกษาดูงานและทัศนศึกษาที่ต่างประเทศ อีกทั้งยังสนับสนุนสื่อต่างๆ ที่จะใช้ในการดำเนินการรณรงค์จากทางกระทรวง สาธารณสุขและหน่วยงานสนับสนุนอื่นๆ เพื่อมอบให้แก่โรงเรียนที่ชนะเลิศการประกวดในระดับ ต่างๆ ทั้งโรงเรียนที่ชนะเลิศในเขตกลุ่มตรวจราชการและโรงเรียนที่ชนะเลิศในระดับประเทศ

หลักเกณฑ์ในการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น จะมีการจำแนกรายละเอียดการ ให้คะแนนในรายการและตัวชี้วัดต่างๆ โดยชัดเจน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการให้คะแนนของ คณะกรรมการ ซึ่งจะมีการแบ่งสัดส่วนการให้คะแนนตามด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการ ดำเนินงาน อย.น้อยในโรงเรียน, ด้านการบริโภคและการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพในครัวเรือน, ด้านการสร้างเครือข่าย อย.น้อย, ด้านการขยายผล อย.น้อยสู่ชุมชน และด้านการนำเสนอผลงาน ของนักเรียน

แบบประเมินตนเองของโรงเรียนเพื่อเข้าร่วมโครงการ อย.น้อย จะให้โรงเรียนที่ ดำเนินโครงการ อย.น้อยประเมินตนเองว่า โรงเรียนของตนมีความพร้อมและศักยภาพในการ ดำเนินการรณรงค์อยู่ในระดับใด ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับดี ระดับดีมาก และระดับดี เยี่ยม ซึ่งทางโรงเรียนจะต้องประเมินตามหัวข้อที่กำหนดไว้ในแบบประเมินและลงนามในแบบ ประเมิน พร้อมกับให้ผู้อำนวยการเขตพื้นที่การศึกษาลงนามแล้วส่งให้สำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา เพื่อที่ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะสามารถสนับสนุนการดำเนิน โครงการ อย.น้อยในโรงเรียนแต่ละระดับได้ดียิ่งขึ้น

“...เกณฑ์ในการประเมินตนเองมีชัดเจน ซึ่งสามารถขอแบบฟอร์มได้เลย ล่าสุดเราเอาครูที่ทำโครงการมาดูเป็นข้อๆ เช่น เกณฑ์ จำนวนสมาชิก เราก็จะกำหนด ว่าเท่าไร สัดส่วนยังไง และมีในเรื่องของการทดสอบสารปนเปื้อนมีการทดสอบกันที่ตัว ซึ่งโดยสรุปรวมแล้ว เราสามารถระบุได้เลยว่า รร. นี้อยู่ในเกณฑ์ไหน...” (สินีนางู โจรนประดิษฐ์, ผู้รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2550)

ทั้งนี้หัวข้อกิจกรรมในการประเมินตนเองนั้นมีประเด็นต่างๆ ดังนี้ ด้านโครงสร้างชมรมและองค์ประกอบ, ด้านกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน, ด้านกิจกรรมด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ, ด้านกิจกรรมรณรงค์ในโรงเรียน, ด้านกิจกรรมรณรงค์ในชุมชน, ด้านกิจกรรมเชื่อมโยงสู่การเรียนการสอน, ด้านกิจกรรมในบ้านเรือน, ด้านการสนับสนุนชมรม อย.น้อย และด้านกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ที่โรงเรียนจัดทำขึ้นและเกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

การวิจัยนี้จะศึกษาถึง กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการศึกษาในส่วนของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย นั้นจะใช้การวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารโรงเรียนและครูแกนนำ อีกทั้งการจัดกลุ่มสนทนากับนักเรียนแกนนำ โดยโรงเรียนที่คัดเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นในเขตกรุงเทพมหานครประจำปี 2550 ซึ่งครอบคลุมโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) และสังกัดสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร (กทม.) รวมจำนวน 3 โรงเรียน ซึ่งได้แก่ โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม โรงเรียนอัสสัมชัญ และโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราชวรจักรรังสรรค์) ตามลำดับ

ทั้งนี้ในแต่ละโรงเรียนก็จะมี ความแตกต่างกันในเรื่องของความเป็นมาของโครงการ อย.น้อยในโรงเรียน ความหลากหลายของกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย การมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำในการดำเนินการรณรงค์ อีกทั้งปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จ และเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อย ดังนั้นเพื่อที่จะอธิบายถึงผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้แบ่งผลการวิจัยดังกล่าวออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลเบื้องต้นของโรงเรียน

ส่วนที่ 2: กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

ส่วนที่ 3: การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำ

ส่วนที่ 4: ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรค

ส่วนที่ 1: ข้อมูลเบื้องต้นของโรงเรียน

1. โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม

โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2504 ปัจจุบันเป็นโรงเรียนในสังกัดสำนักคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากทมมหานครเขต 3 เป็นโรงเรียนขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 4 ไร่ 2 งาน 47 ตารางวา ปัจจุบันเปิดสอนตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 รวมทั้งสิ้น 54 ห้องเรียน โดยมีจำนวนครู-อาจารย์กว่า 90 คน และจำนวนนักเรียนกว่า 1,800 คน ตั้งอยู่ที่ 1/13 ถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้า แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700

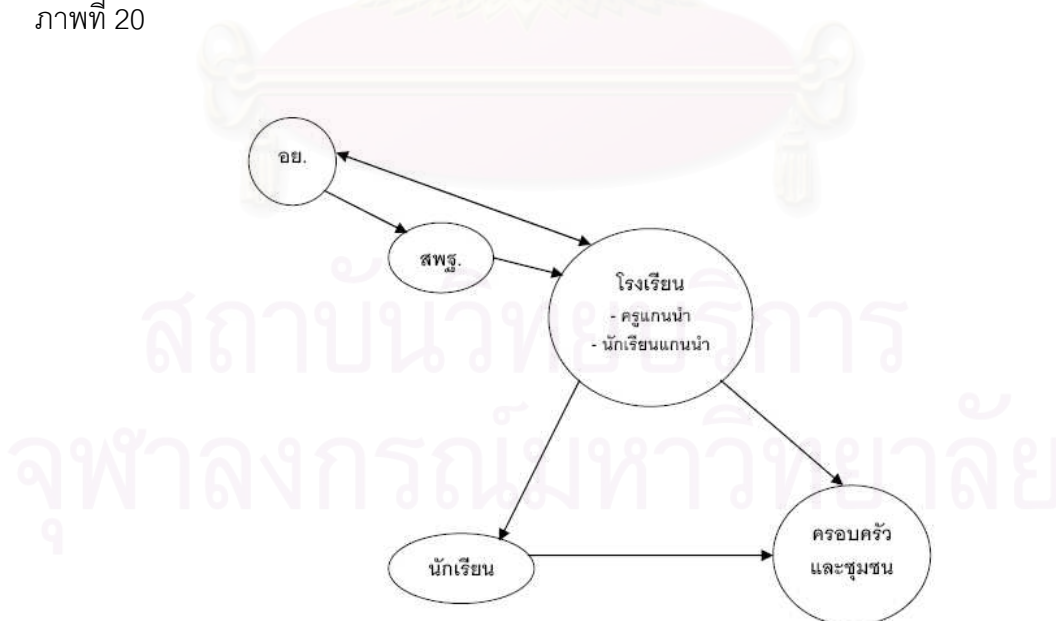
สภาพแวดล้อมรอบบริเวณโรงเรียนเป็นชุมชนขนาดใหญ่ใกล้ริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีร้านค้าต่างๆ มากมาย รวมถึงหอพัก ตลาดสด วัด สถานีรถไฟ ซึ่งสามารถเดินทางได้สะดวกเพราะสามารถเดินทางได้โดยทางรถยนต์ รถไฟหรือเรือ เป็นต้น อีกทั้งมีสถาบันการศึกษาทั้งระดับอนุบาล ประถมศึกษา เช่น โรงเรียนวัดดุสิตาราม และยังมีใกล้สถาบันอุดมศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทั้งนี้โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตารามยังเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลชนะเลิศโรงเรียน ออ.น้อยดีเด่นประจำปี 2550 ของโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานอีกด้วย

สภาพแวดล้อมในบริเวณโรงเรียนประกอบไปด้วยตึกเรียนรายรอบ มีสวนหย่อมไว้ให้นักเรียนพักผ่อน ซึ่งมีการจัดที่ไว้สำหรับผลิตปุ๋ยอินทรีย์ น้ำชีวภาพและในโรงเรียนมีการดำเนินโครงการอื่นๆ อีกด้วย ส่วนห้องพยาบาลมีความสะอาดและจัดสภาพไว้สำหรับให้บริการเป็นอย่างดี มีร้านสหกรณ์ไว้บริการนักเรียนซึ่งจำหน่ายของเบ็ดเตล็ดต่างๆ ส่วนด้านสภาพโรงอาหารจะเป็นโรงอาหารเปิดโล่งมีร้านค้าซึ่งได้ประมูลเข้ามากกว่า 10 ร้าน เช่น ร้านข้าวราดแกง อาหารตามสั่ง ก๋วยเตี๋ยว ขนมหวาน ผลไม้ ไอศกรีม สติ๊กและเครื่องดื่ม เป็นต้น โดยมีแหล่งจัดเก็บภาชนะไว้สำหรับให้บริการ มีน้ำร้อนไว้ลวกภาชนะ อีกทั้งที่จัดเก็บภาชนะหลังรับประทานเสร็จจะมีแยกมาซึ่งจะมีพนักงานเฝ้าอยู่ประจำ นอกจากนี้บริเวณที่ล้างภาชนะนั้นจะอยู่บริเวณด้านหลังซึ่งแยกออกมาจากบริเวณโรงอาหารอีกด้วย

ความเป็นมาของโครงการ อย.น้อยในโรงเรียน

การดำเนิน “ชมรมคุ้มครองผู้บริโภครและอย.น้อย” ในโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม ได้ก่อตั้งมาตั้งแต่ปลายปี 2548 โดยทางโรงเรียนเล็งเห็นความจำเป็นในการที่จะเสนอแนวทาง เพื่อให้ นักเรียนได้รู้ถึงประโยชน์ของการบริโภคอาหารที่ดี ถูกสุขลักษณะ อีกทั้งได้เรียนรู้ถึงการบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ หลีกเลียงอาหารและสิ่งต่างๆ ที่ปราศจากสารปนเปื้อน และยังได้ขยายความรู้ไปสู่ชุมชนและครอบครัว

โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตารามเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยได้ เนื่องจากสังกัดสำนักคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้ส่งจดหมายเชิญชวนมาทางโรงเรียน โดยขอความร่วมมือให้ทางโรงเรียนส่งตัวแทนไปสัมมนาในตัวโครงการ หลังจากนั้นครูแกนนำเห็นว่าโครงการนี้มีประโยชน์ต่อเด็กนักเรียน จึงขออนุญาตทางโรงเรียนให้มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียนซึ่งต่อมาก็ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ ทั้งนี้ก่อนมีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทางโรงเรียนก็มีความพร้อมอยู่บ้างแล้ว ซึ่งโดยปกติครูจะดูแลในเรื่องความสะอาดของโรงอาหาร งานโภชนาการอยู่แล้ว แต่ทางโรงเรียนไม่มีอะไรที่เป็นรูปธรรมที่จะไปชี้แจงพ่อค้าแม่ค้าในการขายอาหาร ก็เลยทำให้พ่อค้าแม่ค้าไม่ค่อยใส่ใจต่อผู้บริโภค แต่หลังจากการที่ได้มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย โดยการประสานงานกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำให้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยดำเนินไปได้ด้วยดีและได้เกิดการดำเนินกิจกรรมหลายๆ อย่างและเกิดการขยายผลตามมา ซึ่งแสดงได้ดังภาพที่ 20



ภาพที่ 20: การเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยของโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม

“...ครูต้องดูแลในเรื่องโรงอาหาร งานโภชนาการ ซึ่งเราจะช่วยกันในเรื่องความสะอาดของโรงอาหาร แต่เราไม่มีตัวที่จะไปชี้แจงแม่ค้า ก็เลยทำให้แม่ค้าสบายๆ ถึงแม้ว่าโรงเรียนเราจะมีกฎอะไรก็ตาม แต่เราไม่มีแนวที่จะตรวจสอบว่า แม่ค้าเอาอาหารที่ดีมาไหม แต่เดิมก็เอาเศษหมูมาขายเด็ก อีกอย่างที่ล้างจานก็จะสกปรกและหนูก็เต็มโรงอาหารเลย เมื่อก่อนเยอะมาก จากการที่เราเอา อย. น้อยเข้ามาแล้ว เราก็จะอ้างว่าเราประสานงานกับ อย. ส่วนในเรื่องทำอย่างไรให้โรงอาหารสะอาด แต่เดิมก็จะไม่มีน้ำลวกช้อน และจะมีฝุ่นละอองเนื่องจากโรงเรียนเราอยู่ติดถนน ก็เลยบอกว่าช้อน ทำไมล้างไม่สะอาด พอดีว่าครูได้ไปอบรม อย.น้อย กับนักเรียนโรงเรียนบางกะปิ โรงเรียนธัญบุรี เด็กก็มีตัวอย่างให้เค้าดู ทำให้เด็กเข้ามาเสนอแนะว่าเราควรมีมาตรการยังไง นอกจากนี้เมื่อก่อนแม่ค้าของเรามือก็สกปรก หมวกและผ้ากันเปื้อนก็ไม่ได้ใส่ อยากจะหยิบอะไรมาใส่ก็ใส่ เสื้อผ้าก็สีสารพัดสี ซึ่งเมื่อเราเอาโครงการเข้ามา ก็เริ่มใส่หมวกสีขาว เสื้อผ้าเป็นสีฟ้า...” (จรัรัตน์ พิภูลรัมย์, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

การเข้าร่วมกิจกรรม อย.น้อยของครูแกนนำและนักเรียนแกนนำ ในส่วนของครูแกนนำก็จะหาเครือข่ายของตนเองว่าครูที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการเรียนการสอนหรือทำกิจกรรมในลักษณะที่สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นมีใครบ้าง ซึ่งก็จะได้ครูแกนนำหลักประมาณ 2-3 คน ส่วนนักเรียนแกนนำนั้นก็มาจากการที่นักเรียนในห้องเรียน 1 ห้อง อาสาเข้ามาเป็นแกนนำในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งในปีการศึกษานี้เป็นนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5/2 โดยมีจำนวนนักเรียนแกนนำกว่า 40 คน ทั้งนี้นักเรียนในแต่ละห้องจะรับผิดชอบโครงการแต่ละโครงการแตกต่างกัน โดยมีครูที่ปรึกษาหลักโครงการละ 1 คน อีกทั้งการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นจะมีรุ่นพี่ที่ให้คำปรึกษาซึ่งเป็นนักเรียนแกนนำปีที่แล้วซึ่งปัจจุบันเรียนอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/2 มาคอยให้คำแนะนำอยู่เสมอ อีกทั้งในแต่ละปีจะมีการคัดเลือกประธาน รองประธาน หัวหน้าฝ่าย และตำแหน่งอื่นๆ ในการดำเนินโครงการ อย.น้อยในโรงเรียนอีกด้วย นอกจากนี้นักเรียนแกนนำก็จะหาสมาชิกเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม อย.น้อยและมีการดำเนินการรณรงค์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอยู่เป็นประจำ

2. โรงเรียนอัสสัมชัญ

โรงเรียนอัสสัมชัญ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2428 ปัจจุบันเป็นโรงเรียนสังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เป็นโรงเรียนขนาดใหญ่ ปัจจุบันเปิดสอนตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยมีจำนวนครู-อาจารย์ กว่า 500

คน จำนวนนักเรียนกว่า 3,300 คน ตั้งอยู่เลขที่ 36 ซอยเจริญกรุง 40 แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

สภาพแวดล้อมนอกบริเวณโรงเรียนเป็นเขตชุมชนตั้งอยู่ใจกลางเมือง ซึ่งมีร้านค้ามากมาย และใกล้กับชุมชนไทย คริสต์ อิสลาม มีโรงเรียนต่างๆ วัด โบสถ์ มัสยิด โรงพยาบาล ตลาดสดและห้างสรรพสินค้า ซึ่งสามารถเดินทางสะดวกโดยทางรถยนต์ รถไฟฟ้าและทางเรือ ทั้งนี้โรงเรียนอัสสัมชัญยังมีโรงเรียนในเครือของมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทยซึ่งประกอบด้วย โรงเรียนอัสสัมชัญศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญคอนเวนต์ เป็นต้น นอกจากนั้นโรงเรียนอัสสัมชัญยังเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลชนะเลิศโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นประจำปี 2550 ของโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ในสังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนอีกด้วย

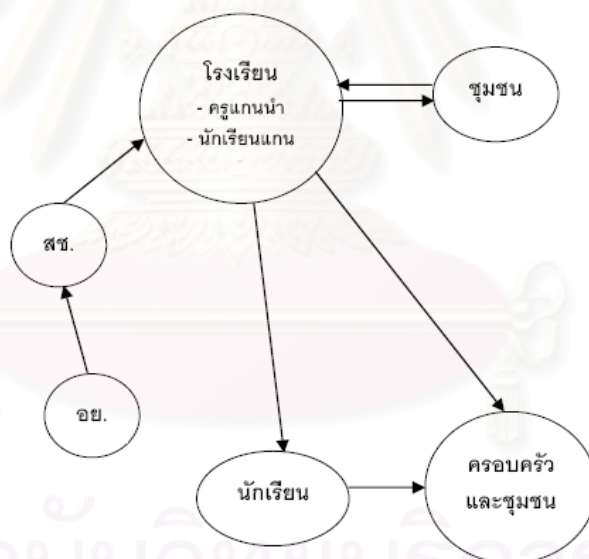
สภาพแวดล้อมในบริเวณโรงเรียนประกอบไปด้วยตึกเรียนมีลานกีฬา และเนื่องจากโรงเรียนเป็นโรงเรียนชายล้วนจึงมีแต่ห้องน้ำสำหรับนักเรียนชาย สำหรับครูผู้หญิงจะมีห้องน้ำแยกออกไป บริเวณตึกโรงอาหารจะอยู่บนตึกซึ่งมีการจัดตู้น้ำดื่มไว้บริการ ส่วนห้องพยาบาลมีความสะอาดและจัดสภาพไว้สำหรับให้บริการเป็นอย่างดี ส่วนด้านสภาพโรงอาหารจะเป็นโรงอาหารห้องแอร์ มีการใช้บัตรแทนเงินสดในการซื้ออาหารโดยจะต้องแลกบัตรเงินสดบริเวณด้านหน้า และร้านค้าทางโรงเรียนได้มีการจ้างเชฟมาประกอบอาหาร โดยมีการแบ่งเป็นโซน เช่น โซนอาหาร โซนเครื่องดื่ม โซนเบเกอรี่ มีแหล่งจัดเก็บภาชนะไว้สำหรับให้บริการ อีกทั้งด้านหลังของสถานที่จำหน่ายอาหารจะเป็นครัวซึ่งมีอุปกรณ์การประกอบและปรุงอาหารจัดเก็บเป็นส่วนๆ มีเครื่องล้างจาน ห้องแช่เย็นและห้องแช่แข็ง และที่สำหรับประกอบอาหารมีลักษณะคล้ายคลึงกับห้องครัวภายในโรงแรม อีกทั้งยังมีห้องโกดังเก็บของอยู่ชั้นล่างอีกด้วย

ความเป็นมาของโครงการ อย.น้อยในโรงเรียน

การดำเนิน “โครงการยุวพยาบาล (ชมรม อย.น้อยคุ้มครองผู้บริโภค)” ในโรงเรียนอัสสัมชัญ ได้ดำเนินการจัดตั้งมาตั้งแต่ปี 2545 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ นักเรียน ครู ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการร้านค้า คนในชุมชนที่ร่วมทำกิจกรรม จะเกิดทัศนคติที่ดีในการเลือกซื้อ บริการและบริโภคสินค้า เพื่อลดปัญหาในเรื่องสุขภาพและการเจ็บป่วยในอนาคต ซึ่งจำเป็นที่จะต้องสร้างสุขนิสัยอย่างยั่งยืน อีกทั้งเพื่อให้ นักเรียนที่เข้าร่วมทำกิจกรรมได้พัฒนาความคิด ประชุม วางแผนการปฏิบัติงานและจัดกิจกรรมร่วมกัน รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่างๆ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความ

ภาคภูมิใจของนักเรียนที่ได้บำเพ็ญประโยชน์เพื่อส่วนรวม และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตนเอง คนในสังคม โรงเรียน บ้านและชุมชน ได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีด้านการบริโภคอย่างปลอดภัย

การดำเนินกิจกรรมชมรมต่างๆ ในโรงเรียนอัสสัมชัญ จะมีจุดเด่นในการดำเนินงาน คือ ชมรมแต่ละชมรมนั้นจะมีการดำเนินงานที่เป็นอิสระต่อกัน ครูผู้รับผิดชอบชมรมจะไม่ขึ้นตรงกับผู้บริหารโรงเรียน เพียงแต่จะต้องรายงานผลการดำเนินงานของชมรมให้ผู้บริหารโรงเรียนทราบเท่านั้นเอง ทำให้กระบวนการดำเนินกิจกรรมในโครงการ อย.น้อยมีความคล่องตัวสูงและมีความรวดเร็วในการดำเนินการมากกว่าโรงเรียนอื่นๆ ทั้งนี้โรงเรียนอัสสัมชัญเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยได้โดยเริ่มจากการที่โรงเรียนมีโครงการยุวพยาบาลและโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพก่อน อีกทั้งยังมีความร่วมมือกับชุมชนรอบๆ โรงเรียนอยู่ก่อนแล้ว หลังจากนั้นทางโรงเรียนก็ได้รับการติดต่อจากทางสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนให้มาเข้าร่วมโครงการนี้ โดยก็ได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งทางโรงเรียนก็มีความพร้อมทุกด้านอยู่แล้วก่อนการเข้าร่วมในโครงการ อย.น้อย ซึ่งแสดงได้ดังภาพที่ 21



ภาพที่ 21: การเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยของโรงเรียนอัสสัมชัญ

“...เราทำโครงการอื่นมาก่อน เริ่มต้นที่โครงการยุวพยาบาลมาก่อน 3 ปีแล้วมาเป็น อย.น้อยต่ออีก 2 ปี รวมมาก็ 5 ปีกว่าๆ จนมาถึงตอนนี้ ซึ่งมันก็จะมีส่วนอย่างหนึ่งที่ตอนนั้นมันเกี่ยวข้องแล้วเราก็ได้รับจดหมายจากสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน แล้วก็ พอมีเรื่อง อย.น้อยเข้ามา เราก็ส่งเข้าไป แต่ก็ไม่ตรงประเด็น โครงการยุวพยาบาลมันเยอะ เกี่ยวกับงานในห้องพยาบาล ช่วยเหลือกิจกรรมก็ช่วยๆ กัน พอมาเป็น อย.น้อยมันก็เลย แคบขึ้นมา เจาะลึก

เรื่อง อย. โดยเฉพาะ อีกโครงการหนึ่งก็เป็นโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ เป็นกิจกรรมทั่วๆ ไปเกี่ยวกับสุขภาพ นักเรียนที่เป็นสมาชิกในโครงการต่างๆ ก็จะทำตามเด็กที่เป็นแกนนำในโครงการ อย.น้อย...” (ชลดา เกื้อนเนาว์, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เด็กพวกนี้เค้ามาจากการเข้าค่าย คือ อย.น้อยไม่มีหรอก ที่นี้เวลามีเข้าค่ายยุวพยาบาล มันจะมีปฐมพยาบาล ช่วยผู้ป่วย มีการทดสอบอาหารปนเปื้อน มีเป็นกิจกรรมหลายๆ อย่าง มันก็เลยเกิดความซึ่มซั่มเข้ามา แล้ววันดีคืนดีก็มีโครงการประกวดส่งมาจากกระทรวง ซึ่งไม่เคยเข้ามาอยู่ในสารบบพวกนี้เลย เราก็เลยลองดู ซึ่งดูแล้วมันมีแต่ได้กับได้ ไม่เสียอะไร แล้วก็ทำงานของกลุ่มสาระซึ่งเชื่อมโยงได้กับหลายๆ กลุ่มสาระ ก็ดูเข้าท่าดี น่าทำ เด็กก็จะได้อะไรขึ้นมาด้วย ก็เลยจัดโครงการนี้ขึ้นมา แล้วมาปรึกษากัน ว่าเราควรจะไปทำเต็มตัวดูนะ ดูว่าเค้าทำอะไรกัน เพราะเราก็ทำอยู่แล้ว เพียงแค่ว่าจัดให้เข้ากลุ่ม เข้าเซต ก็เลยเป็นแรงผลักดันให้ทำตรงนี้ขึ้นมา เด็กพวกนี้เค้ามีประสบการณ์เข้าค่ายมาตั้งแต่ ม.1-ม.5 คือมีรุ่นพี่วางรากไว้แล้ว ก็เลยลองเรียกพวกนี้มาทำดู...” (ชลดา เกื้อนเนาว์, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

การเข้าร่วมกิจกรรม อย.น้อยของครูแกนนำและนักเรียนแกนนำ ในส่วนของครูแกนนำก็จะมีประธานโครงการ อย.น้อยในโรงเรียนซึ่งเป็นหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียน พร้อมทั้งกับหาครูแกนนำจากครูในกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่างๆ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการเรียนการสอนหรือทำกิจกรรมในลักษณะที่สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งครูแกนนำก็เลยปรึกษากันว่าเราจะดำเนินกิจกรรมกันอย่างไร ซึ่งเด็กๆ ในโรงเรียนนี้ก็มีกิจกรรมที่สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยอยู่แล้ว ก็เลยสามารถนำมาต่อยอดและพัฒนาการดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนทางด้านนักเรียนแกนนำจะแบ่งหน้าที่เป็นระดับชั้นในการดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสมกับระดับของตนเอง โดยในแต่ละห้องเรียนจะมีแกนนำ อย.น้อย อย่างน้อยห้องละ 1 คน และจะมีการคัดเลือกหัวหน้า รองประธานแกนนำ อย.น้อยในระดับชั้นต่างๆ ส่วนด้านการบริหารจัดการโครงการในภาพรวมก็จะมีคัดเลือกประธานแกนนำนักเรียน รองประธาน หัวหน้าฝ่ายต่างๆ และตำแหน่งอื่นๆ อีกด้วย ซึ่งก็จะมีแกนนำรุ่นพี่ที่คอยมาให้คำแนะนำอยู่เสมอ

3. โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์)

โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2477 ปัจจุบันเป็นโรงเรียนสังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร เป็นโรงเรียนขนาดเล็ก ปัจจุบันเปิดสอนตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลศึกษาปีที่ 1 ถึงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยมีจำนวนครู-อาจารย์ กว่า 50 คน จำนวนนักเรียนกว่า 1,200 คน ตั้งอยู่ที่ซอย 33 ถนนพระราม 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150

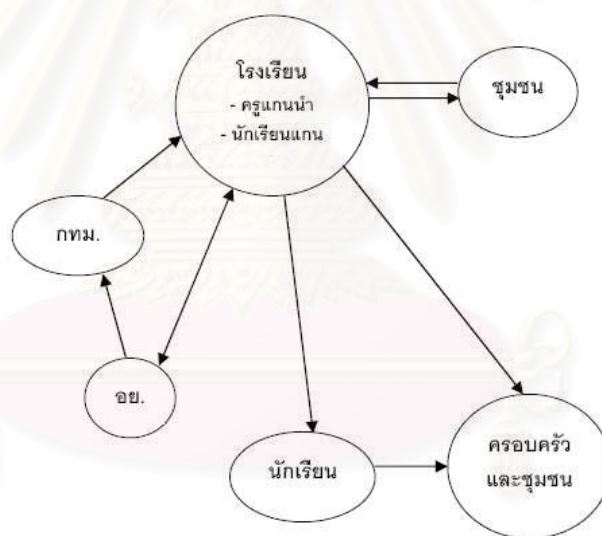
สภาพแวดล้อมนอกบริเวณโรงเรียนเป็นเขตชุมชนตั้งอยู่ในเขตชานเมือง ซึ่งมีร้านค้าบ้างประปราย โดยตอนเย็นหลังเลิกเรียนจะมีพ่อค้าแม่ค้ามาขายสินค้าหน้าโรงเรียน อีกทั้งบริเวณโรงเรียนยังมีตลาดสดและวัด ซึ่งสามารถเดินทางได้โดยทางรถยนต์ ทั้งนี้โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) ยังเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลชนะเลิศโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น 4 ปีซ้อน คือตั้งแต่ปี 2547-2550 ของโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ในสังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังได้รับรางวัลรองชนะเลิศโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศในปี 2549 อีกด้วย

สภาพแวดล้อมในบริเวณโรงเรียนประกอบไปด้วยตึกเรียนรายรอบ มีสวนผีเสื้อ สวนเกษตร สวนสุขภาพ สนามเด็กเล่นและแหล่งการเรียนรู้ในโรงเรียนอีกมากมาย ส่วนห้องพยาบาลมีความสะอาดและจัดสภาพไว้สำหรับให้บริการเป็นอย่างดี ส่วนสภาพโรงอาหารจะเป็นโรงอาหารเปิดโล่ง มีแม่ครัวทำกับข้าว โดยอาหารที่แจกให้กับนักเรียนจะเป็นอาหารถาดซึ่งครูและนักเรียนทั้งโรงเรียนก็จะรับประทานเหมือนกัน มีร้านค้าขายของบริเวณที่จำหน่ายโดยครูในโรงเรียน และมีการจัดนมถั่วพร้อมดื่มให้เด็กรับประทานด้วย

ความเป็นมาของโครงการ อย.น้อยในโรงเรียน

การดำเนิน “ชุมชนคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียน” ในโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) ได้ดำเนินการจัดตั้งมาตั้งแต่ปี 2546 ซึ่งมีวัตถุประสงค์คือ การส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน ที่ต้องใช้เวลาและภาระที่ต้อง การอาศัยความร่วมมือกันของภาครัฐ เอกชน องค์กรต่างๆ และประชาชน ในการผลักดันให้มีการสนับสนุนในเรื่องของผลิตภัณฑ์สุขภาพ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการร้านค้าได้คัดกรองสินค้าก่อนจะสั่งซื้อหรือวางขายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค การให้ความรู้ความเข้าใจกับผู้บริโภคทั้งในส่วนที่เป็นกฎหมายและข้อมูลในการเลือกผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยต่อตนเอง ครอบครัวและชุมชน

การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราชนิเวศน์รังสรรค์) ซึ่งภายในโรงเรียนมีนักเรียนหลายช่วงชั้นการศึกษา ตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ทำให้ต้องมีการดำเนินกิจกรรมที่คำนึงถึงความปลอดภัยและความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยจุดเริ่มต้นของโครงการ อย.น้อยในโรงเรียน มาจากการที่กระทรวงสาธารณสุขได้ส่งจดหมายประสานกับสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร หลังจากนั้นทางสำนักฯ ก็ส่งจดหมายมาทางโรงเรียน ซึ่งทางโรงเรียนก็มีการประชุมระดมความเห็นร่วมกันทั้งครูที่เคยเข้ารับการอบรมในเรื่องของ อย. ทั้งนี้ก็ได้ข้อสรุปว่าทางโรงเรียนมีความสนใจ เพราะว่าทางโรงเรียนก็ทำโครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางด้านนี้อยู่แล้ว และก็มีโครงการอื่นๆ อีกมากมาย โดยสามารถนำกิจกรรม อย.น้อย มาต่อยอดได้ ซึ่งทางโรงเรียนก็มีความพร้อมมากในระดับหนึ่ง เพราะครูในโรงเรียนก็จะต้องคอยดูแลทุกอย่าง ทั้งเรื่องการปรุงอาหาร ภาชนะต่างๆ ในโรงอาหาร หวังนำรวมถึงการจำหน่ายสินค้า และอาหารภายในโรงเรียน รวมถึงผู้บริหารโรงเรียน พี่เลี้ยง และนักการภารโรงยังสนับสนุนในการดำเนินโครงการอีกด้วย ซึ่งแสดงได้ดังภาพที่ 22



ภาพที่ 22: การเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยของโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราชนิเวศน์รังสรรค์)

“...มีหนังสือจากกระทรวงสาธารณสุขประสานมาทางโรงเรียนใน กทม.ต่างๆ ซึ่งเราสนใจ เพราะเราทำอยู่แล้ว เราก็เลยสานต่อไปเลยในสิ่งที่เราทำดีอยู่แล้ว โดยใช้ระยะเวลาไม่เกิน 1 เดือน จากการต่อยอดโครงการอื่นๆ มา...” (ดวงหทัย เปลียนดี, ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราชนิเวศน์รังสรรค์), สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ก่อนที่จะมีโครงการนี้ขึ้นมา ผอ.คำนึงถึงอยู่แล้วเรื่องโครงการอาหารกลางวันในโรงเรียน ในเรื่องของภาชนะที่ใส่อาหารกลางวัน สุขภาพในการทานโดยใช้กระบอกน้ำร่วมกัน ที่จะต้องมีภาชนะที่ใส่ที่ดี...” (ดวงหทัย เปลี่ยนดี, ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ก่อนที่จะมาเข้าโครงการนี้ ในเรื่องการให้ความรู้เด็กเราก็ให้ความรู้กันอยู่แล้ว แต่เด็กก็ยังไม่รู้ว่า อย. คืออะไร เพียงแต่เราใส่ในเรื่องของคุณธรรม จริยธรรม และการเลือกซื้ออาหารเข้าไปในบทเรียน...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

การเข้าร่วมกิจกรรม อย.น้อยของครูแกนนำและนักเรียนแกนนำ มาจากการที่ครูแกนนำที่เคยเข้าร่วมการอบรมที่เกี่ยวข้องกับ อย. หาเครือข่ายครูภายในโรงเรียนที่จะร่วมเป็นแกนนำในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งก็ได้ครูมาส่วนหนึ่งที่เป็นแกนนำหลัก ส่วนด้านนักเรียนแกนนำส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 และ 3 ซึ่งเป็นระดับชั้นที่โตที่สุดในโรงเรียน โดยจะมีนักเรียนแกนนำห้องละ 1 คน และก็มีสมาชิกสมทบอีกประมาณกว่า 150 คน ซึ่งก็จะมีภาคตัดเลือกประธาน รองประธาน และตำแหน่งอื่นๆ ในโครงการ เช่นเดียวกับโรงเรียนอื่นๆ อีกทั้งยังมีแกนนำรุ่นพี่มาให้คำแนะนำอยู่เสมออีกด้วย

ส่วนที่ 2: กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยแต่ละโรงเรียนมีการใช้ชื่อเรียกที่แตกต่างกันแต่มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการรณรงค์ที่เหมือนกัน นอกจากนี้ชมรมหรือชุมนุมที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ของโรงเรียนแต่ละโรงเรียนจะมีลักษณะร่วมกัน ดังนี้

1. มีโครงสร้างชมรมหรือชุมนุมที่แน่นอน
2. มีนักเรียนเป็นสมาชิกไม่น้อยกว่า 30 คน
3. มีครู อาจารย์เป็นที่ปรึกษาไม่น้อยกว่า 2 คน
4. ผู้บริหารโรงเรียนให้การสนับสนุนงบประมาณและคำแนะนำในการดำเนินงาน
5. มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม การใช้กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ในกิจกรรม อย.น้อยของแต่ละโรงเรียน จะมีทั้งความคล้ายคลึงกันและความแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทแวดล้อม ความ

พร้อมและความเหมาะสมของโรงเรียนแต่ละโรงเรียน ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ รวมถึงประเด็นของสื่อที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย โดยผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงประเด็นต่างๆ ที่ได้กล่าวไว้ดังนี้

กระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการจากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารโรงเรียนและครูแกนนำ การจัดกลุ่มสนทนานักเรียนแกนนำ อีกทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งพบว่าทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีการดำเนินการรณรงค์ผ่านทางการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ และมีการใช้เนื้อหาที่มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ ที่โครงการ อย.น้อยกำหนด ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ได้ดังต่อไปนี้

1. การเตรียมความพร้อมของโครงสร้างการดำเนินงาน

ผู้วิจัยพบว่าขั้นตอนแรกของการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยผ่านทางกรดำเนินการกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ทั้ง 3 โรงเรียนจะมีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินการรณรงค์ โดยนักเรียนแกนนำจะร่วมกันตัดสินใจในการที่จะดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งมีการวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพปัญหา การระดมความคิดเห็นของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง การประชุมเพื่อวางแผนการปฏิบัติงานและสร้างความเข้าใจร่วมกัน รวมถึงการวางแผนการปฏิบัติงานและปฏิทินปฏิบัติงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปขั้นตอนการเตรียมความพร้อมของโครงสร้างการดำเนินงาน ได้ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพปัญหา

ผู้วิจัยพบว่า นักเรียนแกนนำจะร่วมกับครูแกนนำในการวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาที่ตนเองได้พบภายใต้บริบทแวดล้อมของทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งรวมถึงบริเวณบ้านนักเรียนและชุมชนอีกด้วย โดยจะเป็นการวิเคราะห์และประเมินในประเด็นเรื่องของคุณภาพปลอดภัยในการบริโภค การเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งใช้การสังเกตและการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก

โรงเรียน เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคและศักยภาพของตนเองและบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์และสภาพปัญหาดังกล่าวแล้วว่าจะมีความสมควรและความจำเป็นในการที่จะต้องแก้ไขปัญหานี้ ก็จะใช้วิธีการการระดมความคิดเห็นร่วมกันในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

“...เราเห็นว่าสภาพของโรงอาหารก่อนทำโครงการนี้ใช้ไม่ได้เลย ไม่สะอาด รวมถึงตัวผู้ประกอบการเอง พ่อค้าแม่ค้าไม่มีการดูแลที่ดี การแต่งกาย การจัดเก็บภาชนะ และขั้นตอนการทำความสะอาด ไม่มีความเป็นระเบียบ เมื่อก่อนนี้นักเรียนเราเคยกินแล้วพบพลาสติก เส้นผม หรือแม้แต่ฝอยขี้ดหม้ออยู่ในอาหาร เมื่อเราไปบอกแม่ค้า แม่ค้าก็บอกให้กินๆ ไปแค่ว่าเอาออกไปก็กินได้แล้ว แทบจะเป็นอย่างนี้มาตลอด เราก็เลยมาคุยกันดูว่า ถ้าเรามาเจออย่างนี้อีกเราจะทนกันต่อไปอีกหรือ ถ้าหากตัวเราไม่ปลอดภัยแล้วสักวันหนึ่งอาจจะเป็นเรื่องใหญ่กว่านี้ก็ได้...” (นักเรียนแกนนำ ออย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

1.2 การระดมความคิดเห็นของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

หลังจากที่การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพปัญหาแล้ว นักเรียนแกนนำก็จะระดมความคิดเห็นร่วมกับครูแกนนำและครูในโรงเรียน ซึ่งจะใช้วิธีการลงมติด่วนร่วมกันว่าจะดำเนินการกิจกรรมในการรณรงค์ในโครงการ ออย.น้อยหรือไม่ นอกจากนี้จะมีการประชุมเพื่อหาข้อสรุปในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งถ้าหากมติที่ได้ออกมาว่าจะมีการจัดทำกิจกรรม ออย.น้อยก็จะต้องมีการเตรียมการอื่นๆ ทั้งในเรื่องของการบริหารจัดการโครงการ เช่น ลักษณะหรือรูปแบบในการจัดกิจกรรม การเตรียมความพร้อมในการขอความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม การหาสมาชิก การเตรียมการดำเนินกิจกรรมรณรงค์ การจัดเตรียมสื่อและอุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น

1.3 การประชุมเพื่อร่างแผนการปฏิบัติงานและสร้างความเข้าใจร่วมกัน

นักเรียนแกนนำและครูแกนนำ ออย.น้อย จะร่างรายละเอียดถึงโครงสร้างการดำเนินกิจกรรม ออย.น้อยในโรงเรียน ซึ่งจะต้องนำเสนอแก่ผู้บริหารโรงเรียน เพื่อให้ทำการอนุมัติและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมในโครงการ ทั้งนี้ยังมีการร่วมกันกำหนด

วัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการ การอบการดำเนินกิจกรรม เป้าหมายและรายละเอียดต่างๆ เพื่อที่จะสร้างความเข้าใจร่วมกันในการเตรียมพร้อมที่จะดำเนินกิจกรรม

1.4 การวางแผนการปฏิบัติงานและปฏิทินปฏิบัติงาน

หลังจากที่มีการประชุมเรียบร้อยแล้ว ทางครูแกนนำและนักเรียนแกนนำก็จะวางแผนการปฏิบัติงานและปฏิทินปฏิบัติงาน โดยมีการจัดทำเป็นเอกสารออกมาในรูปของแผนการดำเนินงาน ซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงรายละเอียดของแผนการดำเนินงานในลักษณะต่างๆ ดังนี้

- แผนการปฏิบัติงาน จะเป็นแผนภาพที่แสดงถึงระยะเวลาในแผนการดำเนินงานในแต่ละปีว่า ในขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสม
- ปฏิทินปฏิบัติงาน จะมีการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมและผู้รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมอย่างชัดเจน
- ตารางกิจกรรม จะเป็นตารางจัดกิจกรรมประจำสัปดาห์ว่าแต่ละสัปดาห์จะมีกิจกรรมใดบ้างและใครเป็นผู้รับผิดชอบ

ทั้งนี้เมื่อร่างแผนการปฏิบัติงานต่างๆ เสร็จเรียบร้อยแล้วนักเรียนแกนนำก็เตรียมความพร้อมในการนำเสนอแผนที่ได้วางแผนให้แก่ผู้บริหารโรงเรียน

2. การวางแผนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนของการวางแผนการปฏิบัติงานนั้น ถือว่าเป็นการเริ่มเข้าสู่การดำเนินกิจกรรม อย. น้อยในเบื้องต้น โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม อย. น้อยก็จะเริ่มวางวัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินกิจกรรม หรือแผนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการรณรงค์ ซึ่งผู้วิจัยสามารถแบ่งขั้นตอนนี้ออกเป็นขั้นตอนย่อยๆ ได้ดังนี้ การจัดทำโครงการเพื่อขออนุมัติ การจัดทำแผนการปฏิบัติงาน การติดตามการดำเนินงาน การกำหนดแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา นอกจากนี้ยังรวมถึงการประชาสัมพันธ์การดำเนินกิจกรรมเบื้องต้นอีกด้วย โดยผู้วิจัยสามารถสรุปถึงการดำเนินงานในขั้นตอนการวางแผนการปฏิบัติ ได้ดังนี้

2.1 การจัดทำโครงการเพื่อขออนุมัติ

หลังจากที่มีการวางแผนการดำเนินงานต่างๆ เรียบร้อยแล้ว นักเรียนแกนนำ อย.น้อย ก็จะจัดทำรูปเล่มเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมในโครงการ เพื่อที่จะเสนอต่อผู้บริหารโรงเรียนในการขออนุมัติให้มีการดำเนินโครงการและให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียน ซึ่งมีการนำเสนอถึงหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ สถานที่ดำเนินกิจกรรม แผนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ทั้งหมด ซึ่งรวมถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมอีกด้วย

“...ผู้บริหารก็จะเป็นคนพิจารณาว่ามีอะไรสอดคล้องกันทำได้ไหม ทำในส่วนไหนเค้าก็จะอนุมัติ แต่ว่าถ้ามีส่วนไหนที่จะต้อง comment ก็จะทำให้ และมีงบประมาณบางส่วนที่ขออนุมัติเค้าก็จะทำให้ แล้วก็วางแผนประจำปี อย่างเช่นถ้าเราจะทำปีหน้า เรายังวางแผนกันปีนี้...” (ชลดา เตือนเนา, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

2.2 การจัดทำแผนการปฏิบัติงาน

หลังจากที่นักเรียนแกนนำ อย.น้อยเสนอการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยให้ทางผู้บริหารโรงเรียนเรียบร้อยแล้ว ถ้าหากผู้บริหารได้ทำการอนุมัติให้มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในสถานศึกษา ทางด้านครูแกนนำและนักเรียนแกนนำก็จะทำการประชุมร่วมกันในการเขียนแผนการปฏิบัติงาน ซึ่งมีการจัดทำรายละเอียดเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อที่จะอธิบายถึงภาพรวมและกรอบการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับโครงการ อย.น้อย ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดต่างๆ โดยมีการอธิบายและสร้างความเข้าใจถึงภาพรวมของการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งหมด อีกทั้งยังเป็นการทำให้บุคลากรในโรงเรียนทราบและมีความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันอีกด้วย

“...การวางแผนขั้นตอนมีในแผนของทางโรงเรียน จากแผนก็ลงมาสู่การปฏิบัติว่าใครรับผิดชอบในส่วนไหน เช่น ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายปกครอง ฝ่ายกิจกรรม แต่กลุ่มวางแผนก็จะลงลึกไปถึง แผนงานของโครงการ ในเรื่องของงบประมาณก็จะมีจำนวนจำกัด อ.จรีรัตน์ เวลาไปทำกิจกรรมข้างนอก ก็จะฝึกให้เด็กเขียนโครงการเพื่อขอเงินสนับสนุนบางส่วน พยายามให้เด็กสร้างสินค้าขึ้นมาในส่วนตรงนี้ แล้วเอาเงินมาหมุนเวียน...”

(ฤทัยวรรณ ศุภเกษร, รองผู้อำนวยการฝ่ายกลุ่มบริหารงานบุคคล โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...เราจะวางแผนเป็นปีเลย ว่าในช่วงนี้จะเอาเด็กระดับไหนมา และให้เด็กช่วยทำแผนงานใหม่ทุกปี เพราะเด็กแต่ละปีความคิดอ่านจะไม่เหมือนกัน โดยที่เค้าเอาตัวอย่างจากของเก่ามาพัฒนา ว่าในช่วงนี้ต้องทำกิจกรรมอะไร เด็กก็จะจัดเป็นตารางของเค้าออกมาเองว่าใครจะไปทำอะไร วันไหน ชั้นตอนอะไร โดยจะมีการแบ่งเด็กรับผิดชอบกันไปและกลับมาทำการประเมินทุกครั้งไป...” (จวีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...ครูก็แค่ชี้แนะว่าจะดำเนินการในช่วงเวลาไหน จะทำอะไรบ้าง เช่น ในช่วงนี้เรามาประชุมร่วมกันว่าเราจะรณรงค์กับชุมชนแถวนี้ เกี่ยวกับอะไรบ้าง แล้วเราต้องทำอะไรให้กับเค้าเพื่อให้เค้ายอมรับนักเรียนของเราก็จะการวางแผน เสนอหัวข้อ แล้วให้เด็กไปคิดเอง แล้วกลับมา present หรือแสดงบทบาทสมมติ ว่าเมื่อออกไปถึงสถานการณ์จริง คุณจะแสดงแบบนี้ เค้าก็จะมาแสดงให้เราดู เป็นการ test เพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง...” (เจริญสุข คงชาติ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...ใช้แบบสอบถามความคิดเห็น ว่านักเรียนมีความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรม อย.น้อยหรือไม่ เด็กส่วนใหญ่ก็อยากรู้ว่าโครงการเป็นอย่างไร มีประโยชน์อย่างไร ครูก็เริ่มดำเนินการโดยการประชุมครูที่เป็นกรรมการ อย.น้อย ร่วมกันกับแกนนำ อย.น้อยและวางแผนงานโดยมี ผอ.เป็นประธาน แต่กิจกรรมก็ได้มีการวางเอาไว้อยู่แล้ว จาก 2-3 ปีที่ผ่านมา ก็จะง่ายที่จะทำต่อ...” (ดวงหทัย เปลี้นดี, ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชวรจักรรังสรรค์), สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2550)



ภาพที่ 23: ภาพรวมของการจัดทำแผนการปฏิบัติงาน

ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปจุดร่วมในการจัดทำแผนการปฏิบัติงานการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั้ง 3 โรงเรียนได้ดังต่อไปนี้

2.2.1 พิจารณาเหตุผลและความจำเป็น

นักเรียนแกนนำจะศึกษาถึงที่มาและความสำคัญของการที่โรงเรียนควรที่จะตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ อย.น้อย เพราะเห็นความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นซึ่งเสี่ยงต่อวิถีการดำเนินชีวิตของตนและบริบทแวดล้อมในปัจจุบัน ซึ่งข้อมูลที่น่ามาอ้างอิงนักเรียนแกนนำได้ศึกษามาจากงานวิจัยต่างๆ การสังเกตการณ์ การสอบถามถึงความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือแม้กระทั่งการเผชิญกับปัญหาด้วยตนเอง ทั้งนี้จะเป็นการชี้แจงและการโน้มน้าวเพื่อให้บุคคลในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าวและใช้ในการเอื้อให้เกิดการตอบรับ การยอมรับและความจำเป็นที่จะต้องดำเนินกิจกรรมนี้ ทั้งนี้หลักการและ

เหตุผลของการจัดการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปใจความจากการวิเคราะห์เอกสาร ได้ดังนี้

ในการเรียนการสอนในโรงเรียนนั้น ไม่ควรที่จะเน้นการเรียนรู้แต่เนื้อหา ในหลักสูตรเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และ พัฒนาการในด้านต่างๆ ไปพร้อมๆ กับการสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ให้ เกิดกับผู้เรียนควบคู่กันไป เพื่อพัฒนาให้ผู้เรียนมีคุณภาพและส่งเสริมศักยภาพ ของผู้เรียนให้สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างเป็นสุข และสามารถปรับตัวให้ เข้ากับสภาพความเปลี่ยนแปลงทางสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ได้ อีกทั้งยังทำให้ กลุ่มเป้าหมายให้สามารถคิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาได้ ไม่เรียนรู้ มีส่วนร่วมในการ พัฒนา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสมและเป็น ผู้บริโภคที่เข้มแข็งในอนาคต

ทั้งนี้การปลูกฝังให้นักเรียนมีพฤติกรรมกรบริโภคที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อลดปัญหาในเรื่องสุขภาพและการเจ็บป่วยในอนาคต จำเป็นที่จะต้องสร้างสุข นิธิ์อย่างยั่งยืนตั้งแต่ปัจจุบัน ดังนั้นการจัดตั้งการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยขึ้นนั้น เพื่อให้นักเรียนที่เข้าร่วมทำกิจกรรมได้พัฒนาความคิด ประชุมวางแผนการ ปฏิบัติงานและจัดกิจกรรมร่วมกัน รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่างๆ อีกทั้งยังเป็น ความภาคภูมิใจที่ได้บำเพ็ญประโยชน์เพื่อส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ ตนเอง คนในสังคม ทั้งที่โรงเรียน บ้านและชุมชน ได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีในการมี พฤติกรรมกรบริโภคที่ปลอดภัย

2.2.2 กำหนดวัตถุประสงค์

การตั้งวัตถุประสงค์ของการดำเนินโครงการก็เปรียบเสมือนการ ตั้งเป้าหมายในการดำเนินงานว่า เราต้องการให้เกิดผลอะไร จะเปลี่ยนแปลงและ ปรับเปลี่ยนอย่างไร เพื่อที่จะได้วางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องและประสบ ผลตามที่เราได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ได้กล่าวไว้ดังนี้

“...เราอยากให้เด็กรู้จักการฝึกคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ทำงานเป็นทีม ซึ่ง
มีอยู่ในแผนของเรา โดยมีตัวชี้วัดต่างๆ ว่าได้มาตรฐานตามหลักของ สมศ. ของ
การประเมินภายในโรงเรียนมากน้อยแค่ไหน ตรงนี้ส่วนหนึ่งด้วย ในขณะเดียวกัน
ก็เป็นสิ่งที่เราคาดหวังว่า เด็กมีขบวนการคิดทำในโครงการตรงนี้ มีวิจรรย์ญาณ
ในการตัดสินใจ ควรไม่ควรด้วยตัวเค้าเอง เกิดความรู้ ความตระหนักในส่วนนี้
หรือมีจิตสำนึกในการดูแลตรงนี้ เค้าก็จะขยายผลไปสู่ครอบครัวและห้องเรียนของ
เค้า ชุมชนของเค้าได้ในระดับหนึ่ง...” (ฤทัยวรรณ ศุภเกษร, รองผู้อำนวยการ
ฝ่ายกลุ่มบริหารงานบุคคล โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19
พฤศจิกายน 2550)

“...เป้าหมายคือทำให้เด็กมีความรู้ในเรื่องของการรับประทานอาหารที่
ถูกสุขลักษณะ มีประโยชน์ รณรงค์ไม่ให้กินขนมกรุบกรอบไม่มีประโยชน์ ให้โรง
อาหารในโรงเรียนสะอาด ให้เด็กบริโภคอาหารที่ถูกสุขลักษณะ เป็นประโยชน์ ให้
คนปรุงอาหาร ภาชนะต่างๆ สะอาดหมด แม้กระทั่งการล้างจานชาม ต้องเป็น
กิจจะลักษณะและไม่ให้มีเศษขยะหรือเศษอาหารเรี่ยราดในโรงอาหาร ไม่มีหนู
แมลงสาบ แมลงวัน...” (จวีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัด
ดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...ต้องการให้เด็กมีสามัญสำนึกเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร การ
เลือกซื้ออาหารที่ถูกต้อง และพัฒนาสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน เช่น ขวด เมื่อไม่ใช้
แล้วก็นำมารีไซเคิลเพื่อมาทำอย่างอื่นได้...” (สมจิตต์ แก้วอำไพ, ครูแกนนำ อย.
น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...ข้อแรกคือเราต้องการให้เด็กมีความรู้ ในเรื่องของการเลือกซื้ออาหาร
การระมัดระวังเกี่ยวกับการบริโภค สามารถนำไปบอกต่อผู้อื่นได้ และขยายผลไป
รอบๆ ตัวเค้า รอบๆ ชุมชน รู้จักการเลือกซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ พวกเครื่องสำอาง
แป้ง ยาสระผม หรือของสุขภัณฑ์ที่อยู่ในห้องน้ำ...” (กิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.
น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน
2550)

“...เราอยากปลูกฝังให้เด็กได้รับรู้ถึงพิษภัยของสารปนเปื้อนที่อยู่ในอาหาร ว่ามีโทษอย่างไร เพราะเดี๋ยวนี้คนเราซื้ออาหารง่าย ๆ ตามตลาด เพราะฉะนั้นเราอยากให้เด็กทราบถึงสารปนเปื้อนต่างๆ ที่มีอยู่ในอาหาร ก็อยาก让他รู้ว่าเวลาไปซื้อขนมก็อยากให้สังเกตเครื่องหมาย อย. เป็นเบื้องต้น...”
(สาธิต ทองสม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชวรวิหารรังสรรค์),
สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2550)

ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุป วัตถุประสงค์ของการจัดการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ได้ดังนี้

1. เพื่อให้นักเรียน ครู บุคลากร ผู้ปกครองและชุมชนเกิดความตระหนัก และเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพและการเป็นผู้บริโภคที่ดี
2. เพื่อให้นักเรียนมีความรู้ ความเข้าใจในพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ดี เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆ ความปลอดภัยในการบริโภคและเป็นผู้บริโภคที่ดี
3. เพื่อให้นักเรียนและผู้ปกครอง ชุมชน มีส่วนร่วมในการรณรงค์ มีการสร้างและเป็นเครือข่ายในการขยายผลให้เป็นผู้บริโภคที่ดี
4. เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของทุกคนให้ดีขึ้น
5. เพื่อให้มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ดีและสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาใช้ในชีวิตประจำวันได้

2.2.3 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผนการปฏิบัติงานนั้น เพื่อที่จะต้องการให้การดำเนินกิจกรรมรณรงค์มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มซึ่งมีความแตกต่างกันตามลักษณะวิถีชีวิต สภาพแวดล้อม ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบในกระบวนการรณรงค์ในแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้นักเรียนแกนนำได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินกิจกรรม ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปกลุ่มเป้าหมายที่นักเรียนแกนนำต้องการที่จะให้เกิดการปรับเปลี่ยนและเกิดการพัฒนาได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ นักเรียนภายในโรงเรียน
2. กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ครู บุคลากรในโรงเรียน พ่อค้าแม่ค้าทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ผู้ปกครอง คนในชุมชน รวมถึงเครือข่ายโรงเรียน ออ.น้อย

2.2.4 กำหนดประเด็นในการรณรงค์

ประเด็นในการรณรงค์ที่นักเรียนแกนนำ ออ.น้อยใช้ในการดำเนินการรณรงค์โดยผ่านทางกรดำเนินการกิจกรรมต่างๆ ที่ผ่านทางกรให้ความรู้ การเดินรณรงค์ การประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ นั้น ทั้งนี้ประเด็นที่ใช้ในการรณรงค์ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนการรณรงค์ให้สำเร็จลุล่วงไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ จึงต้องมีการกำหนดประเด็นเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสิ่งที่โครงการต้องการที่จะปรับเปลี่ยน ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นที่นักเรียนแกนนำใช้ในการดำเนินงานรณรงค์ ได้ดังนี้

1. อาหาร

ประเด็นหลักที่นักเรียนแกนนำใช้ในการรณรงค์ในโครงการ ออ.น้อยคงไม่หนีพ้นในประเด็นของอาหาร เพราะอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตสำหรับมนุษย์ ซึ่งจำเป็นต้องมีการบริโภคอาหารที่ดีและมีคุณภาพเพื่อให้เกิดการเผาผลาญเป็นแหล่งพลังงาน เสริมสร้างการเจริญเติบโตทางด้านต่างๆ โดยอาหารในที่นี่จะรวมถึงสิ่งที่บริโภคในชีวิตประจำวันในลักษณะอื่นๆ ด้วย เช่น น้ำ น้ำอัดลม นม ผัก ผลไม้ ขนมขบเคี้ยวและอื่นๆ อีกทั้งยังรวมถึงอาหารสด อาหารแห้ง อาหารที่ยังไม่ผ่านการปรุงประกอบ สารอาหารและสารปรุงแต่งอาหารต่างๆ ที่ได้จากการบริโภค ทั้งนี้ในการรณรงค์ผ่านทางกรดำเนินการกิจกรรม ออ.น้อยพบว่าประเด็นหลักของการดำเนินการกิจกรรมก็จะเน้นการให้ความรู้ทางด้านอาหารเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งรวมถึงการเลือกซื้ออาหาร การตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร และความปลอดภัยในการบริโภคนอกจากนี้ก็จะมีการสอดแทรกความรู้ทางด้านสุขาภิบาลและสุขอนามัยร่วมกับเรื่องของการบริโภคอีกด้วย

2.2.4.2 ยา

ประเด็นของยาในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของนักเรียนแกนนำนั้นอยู่ในรูปของการเลือกซื้อ การบริโภคยาให้เหมาะกับอาการและลักษณะของการบริโภค เช่น รับประทานก่อน-หลังอาหาร วันละกี่ครั้ง ครั้งละปริมาณเท่าใด นอกจากนี้รวมถึงการสังเกตยาว่า ยาหมดอายุ มีสี กลิ่น หรือรูปลักษณะแปลกไปจากเดิมหรือไม่ รวมทั้งการให้ความรู้เรื่องยาลดความอ้วน ยาชุด ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น โดยส่วนมากในการดำเนินกิจกรรมจะเป็นการทำงานร่วมกับครูหรือเจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาล โดยการที่ครูพยาบาลสอนและให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของการสังเกตและการบริโภคยาให้แก่นักเรียนแกนนำ ซึ่งถ้าหากครูที่ประจำห้องพยาบาลไม่อยู่ ทางนักเรียนแกนนำ อย.น้อยก็สามารถมาช่วยจ่ายยาให้กับผู้มาใช้บริการได้ ซึ่งก็ต้องอยู่ในความดูแลของเจ้าหน้าที่ด้วย

2.2.4.3 เครื่องสำอาง

นักเรียนแกนนำดำเนินการรณรงค์ในประเด็นของเครื่องสำอาง โดยใช้วิธีการให้ความรู้ในเรื่องของการเลือกซื้อ การใช้เครื่องสำอางที่ได้มาตรฐาน ใช้แล้วไม่เกิดอาการแพ้หรือระคายเคืองกับผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นในเรื่องของ Whitening เครื่องสำอางปลอม เครื่องสำอางป้องกันแสงแดด เป็นต้น

2.2.4.4 สุขภาพและสุขอนามัย

นักเรียนแกนนำรณรงค์ในประเด็นเรื่องสุขภาพและสุขอนามัย ซึ่งประเด็นนี้จะรวมถึงเรื่องของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน อีกทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในการบริโภคและยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่เสริมและเกื้อหนุนให้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ซึ่งรวมถึงการรณรงค์ในเรื่องของ Food Safety, Clean Food Good Taste, การอ่านฉลากก่อนซื้อ, การใช้ช้อนกลาง, มือสะอาดปราศจากโรค, การล้าง

ภาชนะในการบริโภค, การตรวจสภาพโรงอาหาร, การจัดสภาพโรงอาหารและห้องพยาบาลให้เหมาะสม, เรื่องของสุขภาพของผู้ปรุงประกอบอาหาร เป็นต้น

“...เนื้อหาหลักในการรณรงค์จะเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย มีการใช้ยา การใช้เครื่องสำอาง เรื่องความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร สารปนเปื้อนในอาหารและการให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบัน...” (เจริญสุข คงชาติ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เนื้อหาหลักเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย เรื่องเครื่องสำอาง น้ำดื่ม โยงไปถึงเรื่องขนมกรุบกรอบ เรื่องผัก-ผลไม้ก็จะโยงไปเรื่องโครงการเกี่ยวกับผัก-ผลไม้ การเลือกซื้ออาหาร และผลที่ตามมาจากการบริโภค...” (สาธิต ทองสม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดมณราชวรวิหาร), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

ทั้งนี้ จะเห็นว่าประเด็นในการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อยที่นักเรียนแกนนำได้มีการรณรงค์ผ่านทาง การดำเนินกิจกรรมนั้นมีประเด็นหลักๆ อยู่ 4 เรื่องด้วยกัน คือ เรื่องอาหาร ยา เครื่องสำอาง รวมทั้งสุขภาพและสุขอนามัย ซึ่งทั้งหมดก็เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านศักยภาพผู้บริโภคนั่นเอง

2.2.5 จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินกิจกรรม

โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโดยนักเรียนแกนนำจะร่วมกับครูแกนนำในการวางแผนการบริหารการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งมีการแบ่งการดำเนินงานออกเป็น คณะกรรมการฝ่ายบริหาร คณะกรรมการดำเนินการฝ่ายครู คณะกรรมการดำเนินการฝ่ายนักเรียนและที่ปรึกษาโครงการ นอกจากนี้มีการแบ่งคณะกรรมการดำเนินการฝ่ายนักเรียนออกเป็นฝ่ายๆ อีกด้วย เช่น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายผลิตสื่อ ฝ่ายดำเนินการรณรงค์และขยายผล ฝ่ายกิจกรรม ฝ่ายจัดหาสมาชิก ซึ่งนักเรียนแกนนำแต่ละฝ่ายจะทำหน้าที่แตกต่างกันออกไปตามแต่กรอบการทำงานของตน

“...การจัดคณะทำงาน เราจะมีแบ่งกลุ่ม จะมีการโหวตเลือกประธาน รองประธาน เลขา เหรัญญิก และแกนนำในฝ่ายต่างๆ ซึ่งนักเรียนแต่ละห้องจะรับผิดชอบกิจกรรมแตกต่างกันออกไป แต่จะมี อ ที่ปรึกษาเพียงท่านเดียว...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...เราจะทำกันเป็นหมู่คณะเริ่มจากประธาน รองประธาน เลขา เหรัญญิก และเพื่อนๆ คือ ต้องการความสามัคคีก่อน การขยายผลสู่ห้องๆ ในโรงเรียน ปรึกษากับครูในการทำโครงการนี้เพื่อตรวจสอบสารอาหารที่มีสิ่งปนเปื้อน ให้ผู้บริโภคได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคอาหาร รู้จักวิธีการเลือกซื้อ โดยใช้วิธีการสังเกตถ้าหากเราไม่มีชุดทดสอบ...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 16 พฤศจิกายน 2550)

2.2.6 กำหนดแผนปฏิบัติงานหรือปฏิทินปฏิบัติงาน

เมื่อมีการกำหนดคณะกรรมการดำเนินงานและการแบ่งฝ่ายในการดำเนินกิจกรรมแล้ว นักเรียนแกนนำก็จะมีการจัดทำแผนปฏิบัติงานเพื่อให้เห็นภาพรวมของการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งให้ทราบถึงปฏิทินปฏิบัติงานว่า ในแต่ละช่วงและระยะเวลาจะมีการดำเนินกิจกรรมอะไร ฝ่ายใดหรือใครเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อที่จะได้ดำเนินกิจกรรมให้สำเร็จลุล่วง ก่อนที่จะมีการเข้าร่วมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นในช่วงเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายนในแต่ละปี

“...เราจะมีปฏิทินกิจกรรมว่าจะทำอะไรในแต่ละเดือน เราประชุมคณะกรรมการของกลุ่ม และมีครูที่ปรึกษาเข้าประชุมด้วย และช่วยกันวางแผนว่าควรจะทำอย่างน้อยเดือนละกี่ครั้ง...” (วีรวัฒน์ สุวรรณศรี, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...ครูวิมลเป็นคนจัดดำเนินการก็จะมีหลายๆ สาย ครูจะมีปฏิทินของเค้า และก็มีการจัดเด็กว่าเด็กกลุ่มไหนไปทำอะไร จะเป็นแบบกระจายการทำงานลงข้างล่าง โดยครูจะเป็นคนลงไปถึงเด็ก ส่วน ผอ. จะเป็นผู้วาง

นโยบาย...” (ดวงหทัย เปลี่ยนดี, ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

2.2.7 กำหนดแนวทางการดำเนินงานหรือกิจกรรม

นักเรียนแกนนำจะมีการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานหรือกิจกรรม ซึ่งจะใช้แผนปฏิบัติงานที่ได้วางแผนเอาไว้มาลงรายละเอียดในแต่ละช่วงเวลา ต่างๆ เช่น กิจกรรมแต่ละกิจกรรมจะมีการดำเนินการเมื่อไร วัน-เวลาใด และจะดำเนินการอย่างไร คือจะเป็นการบอกรายละเอียดของการดำเนินกิจกรรมในแต่ละกิจกรรมให้มากที่สุด เพื่อที่จะให้ฝ่ายการทำงานแต่ละฝ่ายนำมาใช้ในการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล

2.2.8 กำหนดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรม

ส่วนใหญ่การดำเนินกิจกรรมของโรงเรียนที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อยแต่ละแห่ง จะมีการดำเนินกิจกรรมในช่วงเปิดภาคเรียน ซึ่งมีการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมในแต่ละปีการศึกษา โดยจะแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกันยายน และช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์

2.2.9 กำหนดงบประมาณและค่าใช้จ่าย

นักเรียนแกนนำและครูแกนนำจะร่วมกันกำหนดงบประมาณที่ใช้ในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ทั้งนี้พบว่างบประมาณที่ได้จะมาจาก การแบ่งสรรงบประมาณภายในโรงเรียน เช่น งบประมาณของโรงเรียนในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมชมรมต่างๆ หรือบางทีก็จะต้องใช้ทุนส่วนตัวของนักเรียนแกนนำ อีกทั้งยังมีบางส่วนที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกโรงเรียน เช่น กระทรวงสาธารณสุข ฝ่ายสิ่งแวดล้อมของสำนักงานเขต ทุนจากผู้ปกครองของนักเรียน เป็นต้น นอกจากนี้ในการบริหารงบประมาณและค่าใช้จ่ายต่างๆ จะให้นักเรียนแกนนำเป็นคนทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายในการดำเนินกิจกรรมของแต่ละฝ่าย ซึ่งต้องมีการทำเป็นเอกสารเพื่อที่จะชี้แจง

รายละเอียดต่อครูแกนนำและคณะกรรมการบริหารโครงการในโรงเรียนอีกด้วย โดยส่วนมากงบประมาณที่ได้จากการสนับสนุนของหน่วยงานมักจะไม่เพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรมจึงต้องมีการหางบประมาณเพิ่มเติม

“...เงินที่ได้จากการจัดกิจกรรม ส่วนใหญ่เด็กก็จะเก็บเงินกับสมาชิกกันเองและครูก็ช่วยในช่วงแรกๆ งบประมาณไม่พอก็ต้องพอ ต้องหาเงินเองเวลามีจัดกิจกรรม อย. โรงเรียนก็ให้ทุนส่วนหนึ่ง เด็กก็ใช้ทุนจากเงินห้องมาทำในกิจกรรม ถ้าอะไรจะเป็นของโครงการ ส่วนต้นทุนก็จะเป็นของห้อง คือเอาเงินที่ได้มาลงทุนต่อ ถ้าเด็กไปประกวดแล้วชนะ เราก็ต้องให้รางวัลเค้าบ้าง...” (จรีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...มิสซาดาจะตั้งบไว้ส่วนหนึ่งและจากเด็กอีกส่วนหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงบของเด็กมากกว่าและอีกส่วนได้มาจากเงินรางวัลที่ได้จากการประกวด ครูเค้าจะเก็บไว้ส่วนหนึ่งเพื่อดำเนินการ และปีถัดๆ ไปมิสซาดาทำเสนองบประมาณเพิ่ม อย่างน้อยเป็นค่ารถ ค่าอาหาร ค่าที่พัก...” (วิวัฒน์ สุวรรณศรี, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...งบประมาณได้มาจากเงินรางวัลจากการประกวด คือ เอามาหมุนเวียนใช้ แรกๆ ผอ. จะเป็นฝ่ายสนับสนุนมากกว่า หรือเงินที่สนับสนุนกิจกรรมแต่ละกิจกรรม ถือว่าเพียงพอ เราก็ทำเท่าที่เงินมี พวกอุปกรณ์บางครั้ง รร. ก็มีอยู่แล้ว พวกแผ่นพับก็ขอ อย. เอา พวกสารเคมีก็ไปขอที่ฝ่ายสิ่งแวดล้อม ถ้าขอที่สิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ก็ได้เกือบหมด...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

2.2.10 กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล

นักเรียนแกนนำที่ถูกจัดสรรหน้าที่ในการทำงานก็จะมีกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละฝ่าย ซึ่งจะมีการคัดเลือกหัวหน้าฝ่ายต่างๆ กับสมาชิกในฝ่ายของตน นอกจากนี้ยังมีการจัดสรรหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละคน ว่าสมาชิกแต่ละคนในฝ่ายของตนนั้นคนไหนทำหน้าที่อะไร เพื่อให้การดำเนิน

กิจกรรมเป็นแบบแผนและมีความเรียบร้อย อย่างไรก็ตามนักเรียนแกนนำในแต่ละฝ่ายต่างก็มีความยืดหยุ่นในการที่จะสามารถปฏิบัติงานในฝ่ายอื่นๆ ได้เช่นกัน หากงานในฝ่ายของตนสำเร็จล่วงแล้ว

“...เราจะแบ่งเป็นกลุ่มๆ แต่ละกลุ่มก็จะได้รับหน้าที่แตกต่างกันออกไป เช่น ฝ่ายจัดทำสื่อ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจกรรม ฯลฯ...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...เราจะแบ่งหน้าที่เป็นระดับชั้น ซึ่งในแต่ละระดับชั้นจะมีแกนนำ อย.น้อย แล้วก็ลงไปแต่ละห้องด้วย แต่ละห้องก็จะมีสมาชิก อย.น้อยอยู่ทุกห้องเลย พวกเราจะกำหนดหน้าที่ว่าคนนี้ทำอย่างนี้ แล้วก็ทำหน้าที่สลับและแบ่งๆ กันไป เพราะต้องการให้ทุกคนมีประสบการณ์และความสามารถเท่าเทียมกัน ยกตัวอย่างเช่น จัดแสดงนิเทศ เสียงตามสาย แสดงบทบาทสมมุติ ประมาณนี้น้องม. 1 ก็จะรับหน้าที่ง่ายๆ ไปก่อน เพราะยังเด็กอยู่ เช่น เสียงตามสาย ก็แค่อ่านพูดเกี่ยวกับการรณรงค์ อะไรพวกนี้...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เราจะมีภาระแบ่งกันเป็นฝ่ายอยู่แล้ว เช่น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายตรวจสอบ ฝ่ายเฝ้าระวัง และฝ่ายขยายผล เวลาเราออกไปตามชุมชน เราก็จะแบ่งออกไปตามหน้าที่ที่เราทำ เช่น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็จะเดินกันออกไปเป็นกลุ่มข้างนอกโรงเรียน...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราชนาฏรังสรรค์), **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 16 พฤศจิกายน 2550)

2.3 การติดตามการดำเนินงาน

ครูแกนนำและนักเรียนแกนนำจะมีการกำหนดการประชุมการดำเนินงานเป็นประจำทุกสัปดาห์ ซึ่งจะต้องรายงานผลความคืบหน้าในการดำเนินกิจกรรมของแต่ละฝ่ายเป็นประจำ อีกทั้งยังมีการรายงานผลการดำเนินกิจกรรมให้แก่คณะกรรมการบริหารโครงการเพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้าในการดำเนินกิจกรรมอีกด้วย ทั้งนี้จะเห็นว่าแต่ละคณะและฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมก็ยังมีติดตามผลการดำเนินงานซึ่งกันและกัน

2.4 การกำหนดแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา

หลังจากที่มีการติดตามการดำเนินงานแล้ว ถ้านักเรียนแกนนำพบอุปสรรคหรือข้อผิดพลาดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปได้อย่างราบรื่น เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ดังนั้นครูแกนนำและนักเรียนแกนนำจะร่วมกันประชุมเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว ซึ่งใช้วิธีการขอคำปรึกษาและขอคำแนะนำจากที่ปรึกษาโครงการ อีกทั้งยังมีการคิดและปรับแนวทางและกลยุทธ์เพิ่มเติมในการจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและเกิดการเสริมแรงในทิศทางที่พึงประสงค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาและคงอยู่อย่างถาวร

2.5 การประชาสัมพันธ์การดำเนินกิจกรรมเบื้องต้น

เมื่อการเตรียมความพร้อมของโครงสร้างการดำเนินงานและการวางแผนการปฏิบัติงานสำเร็จแล้ว นักเรียนแกนนำจะมีการประชาสัมพันธ์การดำเนินกิจกรรมในโรงเรียนเบื้องต้น เพื่อให้คณะครู นักเรียน พ่อค้าแม่ค้าในโรงเรียน นักการภารโรงและบุคลากรต่างๆ ในโรงเรียนได้รับทราบถึงการที่จะเริ่มมีการดำเนินกิจกรรม อยู่น้อยในโรงเรียน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามแผนการปฏิบัติงานที่ได้วางเอาไว้ อีกทั้งเป็นการชี้แจงว่ากิจกรรมนี้เป็นโครงการที่เป็นทางการและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในกระทรวงต่างๆ เพื่อให้เอื้อต่อการดำเนินการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก อีกทั้งยังเป็นการขยายผลไปสู่ครอบครัวและชุมชนอีกด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 24: การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม อย.น้อยภายในโรงอาหาร

3. การดำเนินการปฏิบัติและการปรับเปลี่ยนตามแผนการปฏิบัติงาน

เป็นขั้นตอนในการเริ่มดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของทางโรงเรียนอย่างเต็มรูปแบบ โดยนักเรียนแกนนำและครูแกนนำจะเป็นผู้ดำเนินการรณรงค์ผ่านทาง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งได้มีการดำเนินการตามแผนการปฏิบัติงานที่ได้วางเอาไว้ เพื่อให้เกิดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการ ทั้งนี้จะต้องอาศัยการสื่อสารเป็นกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ในการรณรงค์ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการปรับเปลี่ยนเพื่อไปสู่พฤติกรรมที่พึงประสงค์ ซึ่งจะใช้การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน อีกทั้งผลักดันให้เกิดการเสริมแรงและปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมอีกด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าขั้นตอนนี้จะประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย การติดต่อขอความร่วมมือและการสนับสนุน การจัดการสัมมนา อบรมและจัดกิจกรรมเพื่อเตรียมความพร้อม การดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ และการปรับสภาพแวดล้อมในการดำเนินการรณรงค์ โดยสามารถอธิบายถึงรายละเอียดของขั้นตอนย่อยต่างๆ ได้ดังนี้

3.1 การติดต่อขอความร่วมมือและการสนับสนุน

นักเรียนแกนนำจะเป็นผู้ที่ประสานงานกับครูแกนนำ ในการที่จะให้ครูแกนนำเป็นผู้ขอความร่วมมือกับบุคลากรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ ให้เข้ามาสนับสนุนการดำเนินการรณรงค์ทางด้านต่างๆ เช่น ด้านงบประมาณ การจัดหาสื่อและอุปกรณ์

สนับสนุนการดำเนินกิจกรรม วิทยากร การขอความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าทางโรงเรียนก็ยังได้รับการสนับสนุนจาก บุคลากรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานเขต โรงพยาบาล ผู้บริหารโรงเรียน ครู ผู้ปกครอง รวมถึงพ่อค้าแม่ค้าทั้งภายในและภายนอก โรงเรียน โดยทั้งหมดจะอยู่ในรูปของสื่อสนับสนุน งบประมาณหรือความร่วมมือ ในเตรียม ความพร้อมสำหรับการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

“...เราจะมีความร่วมมือกับโรงเรียนในสังกัด กทม. โรงเรียนน้อง โรงพยาบาล สำนักงานเขตบางกอกน้อย อย.เขต ก็ไปตามโรงเรียนซึ่งเป็นเครือข่าย มีการแลกเปลี่ยน ความรู้ และที่กระทรวงสาธารณสุขจะเป็นพวกสื่อ อุปกรณ์ บุคลากร ก็จะไปหาเค้าเอง มากกว่าที่จะให้เค้าเข้ามา โดยมีวิธีประสานงานโดยการสอบถามวันว่าง ถ้าวันว่างตรงกัน ก็จะประชุมร่วมกัน...” (จรัรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม , สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...พวกเอกสาร แผ่นพับต่างๆ เราก็ได้รับความอนุเคราะห์จาก อย. กระทรวง สาธารณสุข วิทยากรเขตต่างๆ ชุดทดสอบจาก อย. ซึ่งส่วนมากจะให้ความสนับสนุนด้าน อุปกรณ์ อย. ก็จะร่างจดหมายไปให้ทางโรงเรียนอนุมัติเพื่อให้เขาสนับสนุนในสิ่งที่เราขาด เราก็บอกเขาว่าเราต้องการอะไร เขาก็จะถามว่ามีหรือยัง ก็จัดหาให้ เพราะเขาเห็นว่าเรา ทำจริงได้ประโยชน์จริง พวกชุดทดสอบหลักๆ ในการตรวจสอบ ได้แก่ ชุดทดสอบสารบอ แรกซ์ กรดซาลิซิลิก สารฟอกขาว สารกันรา ตรวจเชียง โปสเตอร์ สื่อในการอธิบายการ ล้างมือ การตรวจสอบสารปนเปื้อน การเลือกซื้ออาหาร ของรางวัลต่างๆ เช่น หนังสือ การ์ตูนเกี่ยวกับ อย.น้อย...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...การสนับสนุนจากข้างนอกก็จะเป็นของกระทรวงสาธารณสุข อย.ที่เราไปขอ สื่อ ข้อมูล รวมถึงสาธารณสุข เขตกทม. เค้าก็ให้ความร่วมมือเราดี อย่างเช่น เราไปขอ เอกสาร ที่ รพ.เซนต์หลุยส์ รพ.เลิดสิน เค้าก็ให้ข้อมูล ให้วิทยากรมาช่วย ถ้าเราขอไป เค้า ก็จะมาทุกปี มาช่วยอบรม มาช่วยเทรนน้องๆ เวลาเราจัดกิจกรรมประจำปี...” (ชลดา เกื้อนเนาวิ, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...สำนักงานเขตจอมทอง ศูนย์สาธารณสุข หน่วยงานพวกนี้ให้ความร่วมมือในลักษณะที่ดีมาก ฝ่ายแวดล้อม ก็ส่งเสริมในการตรวจสอบสารอาหารมาให้ มาเป็นวิทยากรให้เด็กๆ ฟัง ฝ่ายเทคนิคส่งรถมาช่วยเวลาตรวจรถประชาสัมพันธ์ ช่วยในด้านบุคลากรและสื่ออุปกรณ์...” (ดวงหทัย เปลี้นดี, ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดมนราชวรวิหารจังหวัด), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ส่วนมากที่เราจะขอความร่วมมือก็จะเป็น อย. โดยตรง ขอพวกสื่อต่างๆ จากเขา เช่น แผ่นพับ และส่วนหนึ่งเราก็จะทำกันเอง บางทีเขาก็เข้ามาให้ความรู้กับเด็กเหมือนกันในเรื่องของการตรวจสอบอาหาร อันไหนที่เด็กไม่ถนัดเขาก็จะเข้ามาให้ความรู้ส่วนมากเขาก็จะเข้ามาให้ เป็นทุน สื่อ และอุปกรณ์...” (สาธิต ทองสม, ครูแกนนำ อย. น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดมนราชวรวิหารจังหวัด), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

3.2 การจัดการสัมมนา อบรมและจัดกิจกรรมเพื่อเตรียมความพร้อม

ผู้วิจัยพบว่า ครูแกนนำและนักเรียนแกนนำจะมีการเตรียมความพร้อมในการตรวจรถ เพื่อที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งมีการจัดการอบรมทั้งภายในหรือภายนอกโรงเรียน เช่น การออกไปทัศนศึกษา การเชิญวิทยากรมาให้ความรู้เรื่องการบริโภคอาหารปลอดภัย การใช้ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร นอกจากนี้บุคลากรภายในโรงเรียน เช่น พ่อค้าแม่ค้าในโรงเรียน นักการภารโรงก็ยังสามารถได้รับอบรมในเรื่องของการเลือกซื้อวัตถุดิบในการปรุงประกอบอาหาร เรื่องสุขาภิบาลและสุขอนามัย เพื่อที่จะให้เกิดการสร้างจิตสำนึกและการเสริมแรงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมกรบริโภคของกลุ่มเป้าหมายไปพร้อมๆ กับการดำเนินการกิจกรรม อย.น้อยที่จะเกิดขึ้น ตัวอย่างการจัดสัมมนาและการอบรมให้แก่แกนนำ อย.น้อยโรงเรียนอัสสัมชัญเพื่อเตรียมความพร้อมนั้น ได้แก่ การอบรมเรื่องการช่วยผู้ป่วยฉุกเฉิน เรื่องอาหารปลอดภัยให้แก่แกนนำ อย.น้อยโดยวิทยากรจากทางศูนย์สาธารณสุข การฝึกอบรมเข้าค่าย อย.น้อยคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น



ภาพที่ 25: การจัดโครงการอบรมแกนนำสุขภาพให้แกนนำ อย.น้อยในโรงเรียน

3.3 การดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์

การดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์เป็นหัวใจหลักของการรณรงค์เพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมการบริโภค ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งสามารถสร้างการมีส่วนร่วมและขยายเครือข่ายในการดำเนินกิจกรรม นอกจากนี้ทางโรงเรียนก็ยังมีกรอบแบบและดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ในลักษณะที่หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีการใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสื่อหรือกิจกรรมต่างๆ ที่สมาชิกในชุมชนหรือชมรมได้ผลิตขึ้นมาใช้ในการรณรงค์ผ่านทางกรดำเนินกิจกรรมอีกด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และจัดกลุ่มสนทนาผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการประกอบกับการวิเคราะห์เอกสารและการสังเกต ซึ่งสรุปได้ดังนี้

“...กิจกรรมของเราก็จะมีการตรวจมือ ตรวจเชิยงเดือนละครั้ง ดูว่ามีสารปนเปื้อนใหม่ ภายนอกโรงเรียน เด็กก็ทำ แต่ไม่ได้ไปสูในวงกว้าง มาทำหลังๆ ในช่วงที่ขยายผลมากขึ้น ซึ่งจะมีการจัดบอร์ด เด็กจะถ่ายทอดได้ดีถ้าเป็นการแสดงละคร ทำอะไรที่เป็นการสื่อสารที่ให้เค้ารับรู้ได้เร็วๆ ถ้าให้ไปนั่งอ่านมันจะช้ามาก ถ้าทำกิจกรรมในเชิงรุกจะได้ผล

ดีกว่า...” (อุทัยวรรณ ศุภเกษร, รองผู้อำนวยการฝ่ายกลุ่มบริหารงานบุคคล โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...ในโรงเรียนก็จะติดป้ายความรู้ ทำป้ายโฆษณา เด็กก็จะเอาไปติดในโรงอาหาร และจัดกิจกรรมในวันจันทร์ เด็กก็มีสาคิตให้นักเรียนดู เล่นเกม ลด แลก แจก แถม พุดในห้องประชุม มีการตรวจสอบอาหาร ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในโรงอาหาร เช่น การล้างมือ ฝ่ายสิ่งแวดล้อมเป็นคนทำ เรื่องของห้องน้ำ สุขาน่ารักจัง ช่างนอกโรงเรียนเด็กก็ออกไป ประชาสัมพันธ์ เรื่องยาเสพติด ก็จะมีป้าย อย. น้อย เข้าพรรษาแห่งชาติ ก็จะมี อย. น้อยเข้าไปด้วย ออกไปรณรงค์ มีแผ่นป้าย แผ่นพับ ซึ่งเด็กอาจจะต้องทำเอง แจกแผ่นพับของ อย. แม่ค้ำนอกโรงเรียนจะสนใจในเรื่องของความสะอาดของอาหาร...” (จวีรัตน์ พิกุลเยี่ยม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...ถ้าเป็นการทำกิจกรรมในโรงเรียน ก็มีการเผยแพร่ มีอินเตอร์เน็ต มีการทำสื่อในชั่วโมงเรียน ในวิชาสุขศึกษาและพลศึกษา มีการดูวิดีโอ เพราะทุกๆ ห้องจะมีโปรเจคเตอร์ เพื่อให้รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการและการหาสมาชิก แล้วก็มีการทำกิจกรรมรณรงค์ในแต่ละระดับ ถ้าเป็นนอกโรงเรียน เราก็ไปเดินรณรงค์แจกแผ่นพับใบปลิว เสี่ยงตามสาย...” (ชลดา เกื้อนเนาว์, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เราจะมีเสี่ยงตามสาย จัดในตอนเช้าเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย ตรวจสอบคุณภาพอาหาร มีการแสดงละครเสี่ยงตามสาย บทบาทสมมุติหน้าเสาธง ถ้าเป็นนอกโรงเรียน มีการรณรงค์ 3 ศาสนา 3 ชุมชน คือ แกวนี่มี 3 ศาสนา เราก็ลงไปทุกชุมชนเลย เราไป โรงเรียนวัดม่วงแค, มัสยิด, โบสถ์อัสสัมชัญ ไปแสดงบทบาทสมมุติ ให้ความรู้ และยังมีการเชิญโรงเรียนเพื่อนบ้าน เช่น โรงเรียนอัสสัมชัญคอนแวนต์, อัสสัมชัญศึกษา เข้ามาร่วมชมนิทรรศการด้วย ในการจัดกิจกรรมไม่มีการจำกัดจำนวน ใครอยากเข้าร่วมก็มา ยินดีต้อนรับทุกคน...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 27 พฤศจิกายน 2550)

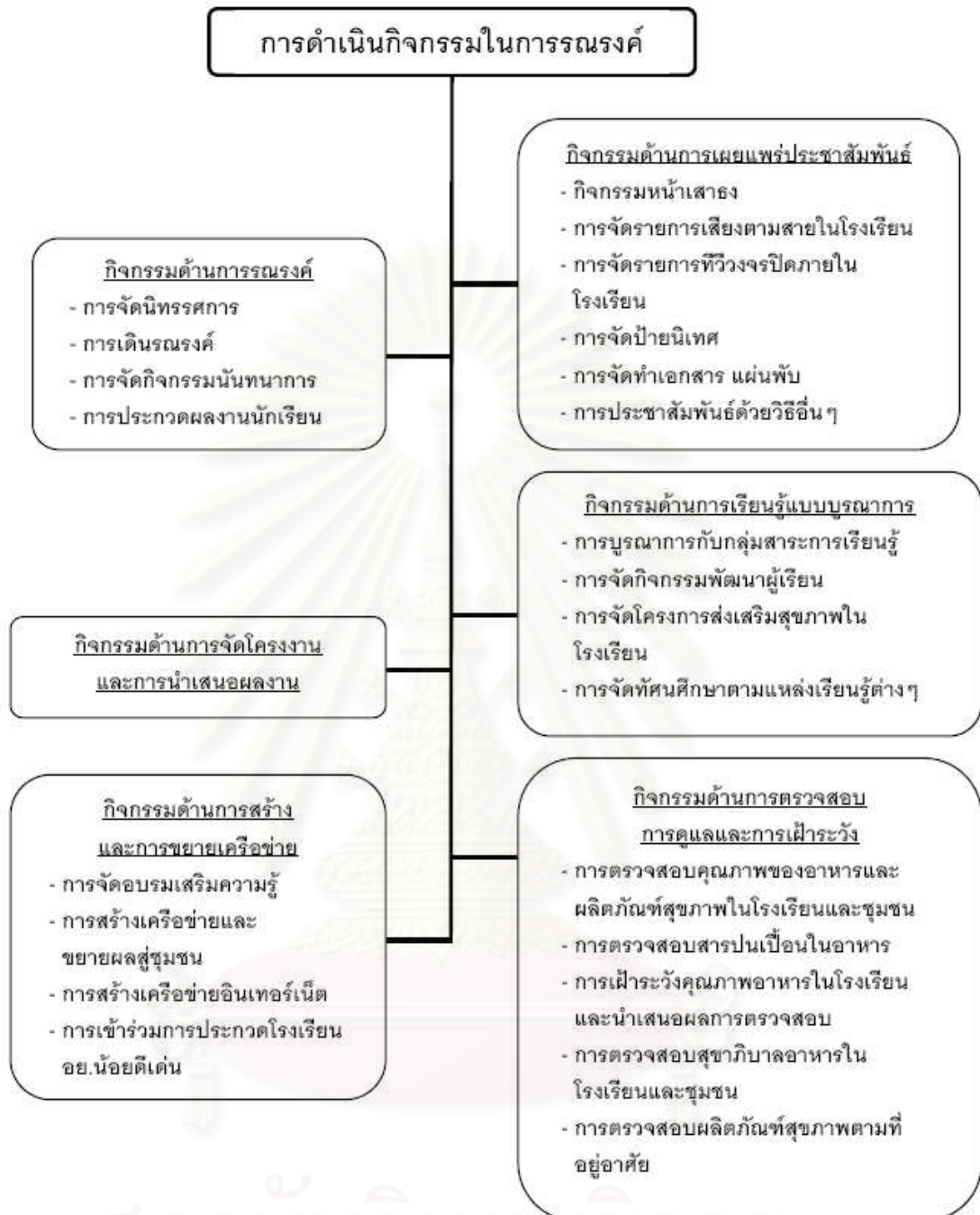
“...จะมีการให้ความรู้หน้าเสาธง เดินรณรงค์ อย.น้อยสอนน้อง จัดป้ายนิเทศนิทรรศการวันอาหารปลอดภัย ประกวดเพลง อย.น้อย แสดงละคร บทบาทสมมุติ มีการตรวจโรงอาหาร ห้องน้ำ ตามบริเวณก๊อกน้ำ ตู้ทำน้ำเย็น ภายนอกโรงเรียน ก็จะเดิน

รณรงค์ตามตลาดนัดชุมชน แจกใบปลิว ใบความรู้ การตรวจสอบสารอาหาร...” (วิมล พิศเพ็ญ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ในโรงเรียนจะใช้แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ จัดรายการโทรทัศน์วงจรปิด เสียงตามสาย การแสดงตอนเช้าหน้าเสาธง เด็กเล่นตลก เล่นมายากล เราก็สอดแทรกเรื่อง อย.น้อยเข้าไปด้วย นอกโรงเรียน เราก็เดินรณรงค์ให้ความรู้ ทางสถานีวิทย์ชุมชนก็พาเด็กไปออกอากาศ ซึ่งเราก็ได้รับความร่วมมือจากสถานีวิทย์ชุมชนซึ่งเขาให้เวลาเรา...” (สาธิต ทองสม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ในโรงเรียน จะคุยตอนเช้ามีการพูด 5 นาที หน้าเสาธง ช่วงตอนเย็นก็จะเป็นตลาดนัด วันอังคารกับพุธ ที่เราให้การออกตรวจ เรายังแจกใบปลิว เอกสารต่างๆ และมีการตรวจสอบอาหาร โดยการช่วยกันตรวจร้านค้ารอบโรงเรียน ถ้าตรวจพบเราก็จะแจ้งให้เจ้าของร้านทราบ และจะให้แผ่นพับความรู้ ให้เค้าลงศึกษาดู เพื่อที่จะได้รับรู้มากขึ้นเกี่ยวกับโทษ เพื่อที่จะให้เค้าไปเลือกแหล่งซื้อ...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 16 พฤศจิกายน 2550)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 26: ภาพรวมของการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยสามารถสรุปลักษณะของการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ซึ่งสามารถจำแนกตามรูปแบบของกิจกรรมที่นักเรียนแกนนำและครูแกนนำใช้ในการรณรงค์ผ่านทางกรดำเนินกิจกรรม อย.น้อยออกเป็น 6 ประเภท ได้ดังต่อไปนี้

3.3.1 กิจกรรมด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

กิจกรรมด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะเป็นการให้ความรู้ภายในโรงเรียน โดยผ่านทาง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย

3.3.1.1 กิจกรรมหน้าเสาธง

การดำเนินกิจกรรมนี้พบในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน ซึ่งจะเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงข่าวสารการดำเนินกิจกรรม การให้ความรู้ต่างๆ เช่น โรงเรียนอัสสัมชัญจะมีการให้ความรู้หน้าเสาธงเดือนละ 1 ครั้ง, โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) อย่างน้อยอาทิตย์ละ 2 ครั้ง



ภาพที่ 27: การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยหน้าเสาธง

3.3.1.2 การจัดรายการเสียงตามสายในโรงเรียน

การดำเนินกิจกรรมนี้พบในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน ซึ่งจะมีการใช้บทวิทยุ อย.น้อยที่ได้รับการสนับสนุนและยังมีบทวิทยุที่นักเรียนแกนนำเป็นผู้คิดสคริปขึ้นมาเอง เช่น โรงเรียนอัสสัมชัญจะมีการจัดเสียงตามสายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง



ภาพที่ 28: นักเรียนแกนนำจัดรายการเสียงตามสายภายในโรงเรียน

3.3.1.3 การจัดรายการที่วิวงจรปิดภายในโรงเรียน

การดำเนินกิจกรรมนี้พบเฉพาะในโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) เป็นการเปิดสารคดีที่เกี่ยวกับเรื่องอาหารและยาให้นักเรียนได้ชมกันในระหว่างการเรียนการสอน

3.3.1.4 การจัดป้ายนิเทศ

การดำเนินกิจกรรมนี้พบในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน คือ การจัดป้ายนิเทศหรือมุมความรู้เกี่ยวกับการปกป้องสิทธิ การรู้เท่าทันอันตรายของสารปนเปื้อน สิทธิผู้บริโภคแก่นักเรียน การติดป้ายประกาศการล้างมืออย่างถูกวิธี ซึ่งมีการใช้สื่อสนับสนุนจากโครงการอาหารปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุขร่วมกับสื่อที่ได้มีการออกแบบกันเอง



ภาพที่ 29: การจัดป้ายนิเทศกิจกรรม อย.น้อยต่างๆ ภายในโรงเรียน



ภาพที่ 30: ป้ายนิเทศกิจกรรมขนมติดดาว ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

ผู้วิจัยยังพบอีกว่าทางโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) ได้มีการดำเนินกิจกรรมขนมติดดาวในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย เพื่อที่จะให้เด็กภายในโรงเรียนสามารถเลือกซื้อขนมที่เหมาะสมต่ออาการบริโภคของตนเอง

"...กิจกรรมขนมติดดาว ก็ให้ดูว่าขนมหนึ่ง ต่อหน่วยบริโภคมี สารอาหารอะไรบ้าง เช่น เทสโต มีไขมันกับพลังงานเท่าใด เราก็จะติด ดาวไข่มุก กับพลังงาน ว่าหนึ่งหน่วยกินอย่างไร บางทีกินมันฝรั่งจะต้อง แบ่งออกเป็นสี่ส่วน เขาก็ให้ดูโภชนาการด้านหลัง เด็กก็เรียนรู้โดยไม่ต้อง ใช้ชุดทดสอบเพราะดูจากข้างหลังได้ เราก็เอาสารที่เรากำหนดติดที่หน้า สหกรณ์ ก็โดนเขม่นเหมือนกัน เพราะเด็กเล็กเค้าเชื่อเรา เค้าจะไม่ซื้อกิน ของที่ไม่มีประโยชน์ เด็กก็จะเลือกเป็น..." (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย. น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชวรารังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

3.3.1.5 การจัดทำเอกสาร แผ่นพับ

การดำเนินกิจกรรมนี้พบในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน เช่น การแจก แผ่นพับทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนโดยโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม มีการจัดทำแผ่นพับรายปีกระในการให้ความรู้ กระจายข่าวสารและมีตอบ คำถามชิงรางวัล, โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชวรารังสรรค์) มีการจัดทำ จุลสารรายเดือนชุมชน อย.น้อย

"...สำหรับบริเวณร้านค้ารอบๆ รร รวมทั้งผู้ประกอบการเราจะ ใช้การแจกแผ่นพับวิธีการล้างมือ วิธีการตรวจสอบอาหาร การเลือกซื้อ เนื้อ หมู ปลา ผักต่างๆ..." (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุ สิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

3.3.1.6 การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีอื่นๆ

โรงเรียนอัสสัมชัญได้มีการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อวีดิทัศน์ ซีดี คลิปวีดีโอเรื่องความปลอดภัยในการบริโภค ในช่วงกิจกรรมโฮมรูมและ กิจกรรมยามว่าง

3.3.2 กิจกรรมด้านการรณรงค์

กิจกรรมด้านการรณรงค์ส่วนใหญ่ให้นักเรียนแกนนำจะมีการจัดกิจกรรมทั้งภายในภายนอกโรงเรียน อีกทั้งยังมีการเชิญชวนบุคคลทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนมาเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้จะเห็นว่ากิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอีกด้วย ซึ่งกิจกรรมด้านการรณรงค์ประกอบไปด้วย

3.3.2.1 การจัดนิทรรศการ

การดำเนินกิจกรรมนี้พบในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน เช่น โรงเรียนอัสสัมชัญมีการจัดนิทรรศการ อย.น้อยคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการเปิดโรงเรียนเพื่อให้โรงเรียนในเครือข่ายเข้ามาร่วมกิจกรรม ตัวอย่างกิจกรรม เช่น การจัดซุ้มและป้ายนิเทศ การแข่งขันตอบปัญหาเรื่องการบริโภคปลอดภัย



ภาพที่ 31: นิทรรศการ อย.น้อยภายในโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์)

3.3.2.2 การเดินรณรงค์

การดำเนินกิจกรรมนี้พบในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน เช่น โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตารามมีการเผยแพร่ความรู้สู่ชุมชน โดยการรณรงค์จัดกลุ่มนักเรียนแกนนำที่อยู่อาศัยบริเวณเดียวกันไปเผยแพร่ความรู้ในชุมชนของตน โดยเดินรณรงค์เกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค, โรงเรียนอัสสัมชัญและโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) มีการเดินรณรงค์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนใกล้โรงเรียน



ภาพที่ 32: การเดินรณรงค์ภายในชุมชนของนักเรียนแกนนำ อย.น้อย

“...โดยตอนแรกเด็กก็ไปรณรงค์ข้างนอก เวลาที่เค้ามีการจัดเรื่องยาเสพติด เราก็ให้เด็กทำป้ายไป และโปสเตอร์ที่เรารับมา ก็ให้เด็กเดินไปแจก ไปคุยกับตามร้านค้า และไปดูแลทดสอบอาหารในร้านค้าด้วย ซึ่งแรกๆ จะมีปัญหา แต่ตอนหลังๆ แม่ค้าเข้าใจ เค้าก็ไม่ว่า คือเค้าอยากให้ตรวจ ถ้าตรวจแล้วดี เด็กก็จะไปบอกปากต่อปากในโรงเรียน ทำให้เด็กๆ มีความเชื่อมั่นในร้านค้า...” (จวีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...เราจะเข้าไปในชุมชน ซึ่งมี 3 ชุมชน พุทธ คริสต์ อิสลาม เราก็เข้าไปเจาะ แล้วก็ไปเผยแพร่ความรู้ในสุเหร่าในช่วงเที่ยง ในตอนที่เค้าละหมาด เด็กๆ ไปสุเหร่าเอง เราจะนำไปที่แรกก่อน ที่โรงพยาบาลเซนต์หลุยส์ เราจะไปด้วยกับเค้าไปทำกิจกรรม ไปดูว่าเค้าทำได้ ไปดูลาดเลาก่อน ที่มีสยิดไปกันเอง ช่วงแรกเราจะมีจุดหมายนำไปทางชุมชนก่อน แล้วเราก็บอกว่าเรามีจุดประสงค์อะไร กลุ่มอิสลามเค้าก็ให้ความร่วมมือดี อีกทั้งเรายังไปทำกิจกรรมที่โรงแรมแข่งกรีล่าด้วย...” (ชลดา ถิ่นเนาว์, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

3.3.2.3 การประกวดผลงานนักเรียน

การดำเนินกิจกรรมนี้พบในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน เช่น การจัดการประกวดผลงานนักเรียนที่เกี่ยวกับกิจกรรม อย.น้อย, การประกวดหนังสือเล่มเล็กหรือโครงงานที่เกี่ยวกับกิจกรรม อย.น้อย

3.3.2.4 การจัดกิจกรรมนันทนาการ

การจัดกิจกรรมนันทนาการของนักเรียนแกนนำ ประกอบไปด้วยการจัดดนตรี ละครสั้น เกมต่างๆ ซึ่งพบการดำเนินกิจกรรมในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน เช่น โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตารามได้มีการจัดเกมที่สอดแทรกสาระความรู้ในช่วงพักกลางวัน เช่น เกมปากระป๋อง บิงโก, โรงเรียนอัสสัมชัญมีการแสดงละคร อย.น้อยคุ้มครองผู้บริโภค, โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์) มีการแสดงตลกและละครสั้น กิจกรรมออกกำลังกาย



ภาพที่ 33: การจัดกิจกรรมนันทนาการในกิจกรรม อย.น้อย

“...เราจะให้เกิร์ตความรู้และมีการแสดงตลก มายากล เชิญน้องๆ ให้มาร่วมเล่นด้วย แสดงบทบาทสมมุติ ประท้วงเต็นต์ แต่งเพลง อย. ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับอย. และมาแสดงหน้าเสาธงในช่วงเช้า เพื่อให้น้องๆ สนใจมากขึ้น...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชบุรีรังสรรค์), สัมภาษณ์กลุ่ม, 16 พฤศจิกายน 2550)

“...เราเน้นกิจกรรมพวกการเต้น มายากล กิจกรรมการประท้วง ส่วนมากจะเป็นกิจกรรมที่แสดงกันเองมากกว่า บทบาทสมมุติ แดนเซอร์ เพราะทุกคนชอบเต้นอยู่แล้ว เวลาเชิญชวนอะไรจะง่าย เพราะเด็กชอบกัน บางคนพอรู้ว่ามีกิจกรรมประท้วงเต็นต์ อย. ก็จะไปชักชวนเพื่อนๆ ที่ให้ความสนใจมาเข้าร่วมกิจกรรม เช่น เพลงคุณลำไย ก็เอามาเปลี่ยนเนื้อเพลง สามช่า เพลงปูนาซากะ ครูมาลี...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชบุรีรังสรรค์), สัมภาษณ์กลุ่ม, 16 พฤศจิกายน 2550)

3.3.3 กิจกรรมด้านการเรียนรู้แบบบูรณาการ

กิจกรรมด้านการเรียนรู้แบบบูรณาการเป็นการนำกิจกรรม อย.น้อยมาบูรณาการให้เข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่างๆ ทั้ง 8 สาระการเรียนรู้ อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ เช่น กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน โครงการส่งเสริมสุขภาพต่างๆ การทัศนศึกษาตามสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในการดำเนินกิจกรรม

นอกจากนี้สำหรับนักเรียนจะมีการบูรณาการกิจกรรม อย.น้อยกับการบ้านในรายวิชาต่างๆ ซึ่งโดยจะมีผลงานออกมาในลักษณะของเรียงความ คำขวัญ การวาดรูป การใช้โปรแกรม Power Point ไปงาน การประดิษฐ์แผ่นพับ การทำโมเดล การออกแบบโปสเตอร์ เป็นต้น

ส่วนทางด้านครูนั้นจะมีการบูรณาการกิจกรรม อย.น้อย โดยจะมีการเขียนแผนการสอนและจัดกิจกรรมการเรียนรู้สอดแทรกเนื้อหาในกลุ่มสาระการเรียนรู้ทุกกลุ่ม และยังมีการบูรณาการข้ามกลุ่มสาระฯ อีกด้วย ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของใบงาน ใบกิจกรรมและการบ้านต่างๆ ที่ให้นักเรียนไปทำ ทั้งนี้กิจกรรมด้านการเรียนรู้แบบบูรณาการสามารถจำแนกได้ดังนี้

3.3.3.1 การบูรณาการกับกลุ่มสาระการเรียนรู้

การบูรณาการกิจกรรม อย.น้อยให้เข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ทั้ง 8 กลุ่มสาระนั้น พบการดำเนินกิจกรรมนี้ในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 34: ผลงานของนักเรียนที่มีการบูรณาการเรื่องของ อย.น้อยในสาระการเรียนรู้ต่างๆ

“...อย่างน้อยเวลาไปอบรม อย. น้อย ก็จะเอาเอกสารจาก อย. เอาไปให้ครูพลศึกษาและคหกรรม โดยส่งทางหัวหน้าหมวดให้ไปกระจาย ส่วนสาระอื่นก็ให้เค้ามาช่วย เช่น หมวดภาษาไทยในการแต่งกลอน วิทยาศาสตร์ในการทดสอบอาหาร คณิตในเรื่องร้อยละต่างๆ ตัวเด็กสามารถบูรณาการได้หลายวิชา อีกอย่างเวลาครูสอน ครูก็เอาความรู้ต่างๆ แทรกเข้าไปในบทเรียน พอเด็กรู้ก็สามารถเอาไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน...” (จรีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยม วัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...มีการบูรณาการหมดทุกวิชาเลย โรงเรียนเรามี 8 กลุ่มสาระ เช่น วิชาภาษาไทย มีการเขียนเรียงความเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย การบริโภคปลอดภัย มีการจัดแข่งขันประกวดการแข่งคำขวัญ วิชาภาษาอังกฤษ มีการเขียนแผ่นพับภาษาอังกฤษ วิชาวิทยาศาสตร์ มีการตรวจสอบอาหารปนเปื้อน วิชาสุขศึกษา ให้ไปลงสนาม ตลาดบางรักไปตรวจสอบอาหารว่าอะไรกินได้ ไม่ได้ ตรวจสอบบรรจุภัณฑ์ว่า บุป ไม่บุป แล้วเขียนเป็นรายงานส่งครู...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียน อัสสัมชัญ, สัมภาษณ์กลุ่ม, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เราบูรณาการ 8 สาระเลย ครูที่นี้บูรณาการเก่งมาก เพราะ ผอ. เป็นวิทยากรหลักสูตร กทม. เอง และ ผอ. ก็มาขยายผลกับคุณครู เมื่อเค้าเข้าใจในเรื่องของการบูรณาการหลักสูตร ไม่ว่าจะเรื่องอะไรเข้ามาเราบูรณาการหมด ซึ่งครูสามารถลงรายละเอียดไปสอนเด็กได้ในเวลาที่ชั่วโมง ก็จะระบุไว้ ตัวนี้เป็นตัวสำคัญเพราะว่าเราลงลึกจริงถึงหลักสูตรเลย คือมีการออกแบบหลักสูตรกันเองเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ...” (ดวงหทัย เปลี้นดี, ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ครูแต่ละสาระฯ จะมีการแบ่งความรับผิดชอบออกเป็นส่วนๆ ตัวครูจะรับผิดชอบเรื่องการประชาสัมพันธ์ ส่วนครูวิมลจะเป็นเรื่องการทดสอบสารปนเปื้อน มีการทำเกี่ยวกับสื่อและหนังสือ ของเราจะมีการบูรณาการทั้ง 8 กลุ่มสาระ และมีครูรับผิดชอบแต่ละกลุ่มสาระ แล้วเอาเรื่องของ อย.เข้าไปด้วย...” (สาธิต ทองสม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถจำแนกการดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับกลุ่มสาระต่างๆ ได้ดังนี้

3.3.3.1.1 กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ เช่น การทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร, คุณค่าของอาหาร, โภชนาการ, สิ่งเจือปนในอาหาร

3.3.3.1.2 กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี เช่น การจัดทำโครงการอาหารเพื่อสุขภาพ, การจัดทำเว็บไซต์กิจกรรม อย.น้อย, การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

3.3.3.1.3 กลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา เช่น การจัดทำเมนูอาหารสุขภาพ, การวิเคราะห์ฉลากโภชนาการ, การเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ, การสำรวจผลิตภัณฑ์, การรักษาสุขภาพของตนเองและครอบครัว

3.3.3.1.4 กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม เช่น การวิเคราะห์ข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค,

การศึกษากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภค, การมีส่วนร่วมในการดูแลสังคมให้ได้รับการคุ้มครองเรื่องการบริโภค

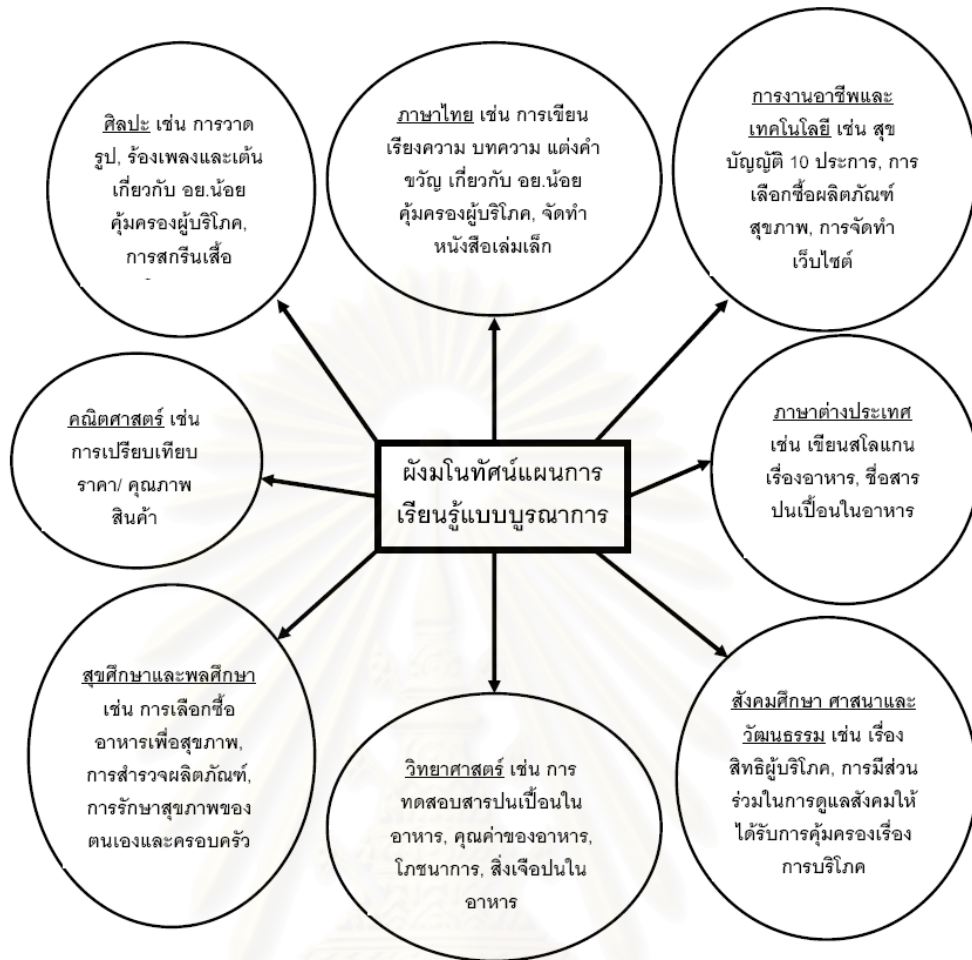
3.3.3.1.5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เช่น การวาดภาพเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหาร, การแต่งและการร้องเพลง อย.น้อย, การสกรีนเสื้อโครงการ

3.3.3.1.6 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย เช่น การกล่าวสุนทรพจน์, การเขียนเรียงความและบทความเกี่ยวกับกิจกรรม อย.น้อย, การแต่งกลอนและคำขวัญเกี่ยวกับกิจกรรม อย.น้อย, การจัดทำหนังสือเล่มเล็ก

3.3.3.1.7 กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ เช่น การเก็บข้อมูลสถิติร้านอาหาร, การเปรียบเทียบราคาและคุณภาพสินค้า

3.3.3.1.8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ เช่น การวิเคราะห์สลากโภชนาการภาษาอังกฤษ, การเขียนสโลแกนเรื่องอาหาร, ซื่อสารปนเปื้อนในอาหาร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 35: ผังมโนทัศน์แผนการเรียนรู้แบบบูรณาการ

3.3.3.2 การจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

การจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนจะออกมาในรูปแบบของชุมนุมและชมรมในการดำเนินกิจกรรมในช่วงอิสระหรือช่วงกิจกรรม ซึ่งพบการดำเนินกิจกรรมนี้ในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน เช่น ชมรมคุ่มครองผู้บริโภครและอย.น้อยของโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, โครงการยุวพยาบาล (ชมรม อย.น้อยคุ่มครองผู้บริโภคร) ของโรงเรียนอัสสัมชัญ, ชุมนุมคุ่มครองผู้บริโภครในโรงเรียนของโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์)

3.3.3.3 การจัดโครงการส่งเสริมสุขภาพในโรงเรียน

ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการได้มีการจัดโครงการส่งเสริมสุขภาพต่างๆ ในโรงเรียนร่วมกับการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งช่วยให้เกิดการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมในแต่ละกิจกรรมซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการพัฒนามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลไปพร้อมๆ กัน เพื่อเอื้อให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านบริบทแวดล้อม การเรียนการสอน และการดำเนินกิจกรรมร่วมกันอย่างเป็นแบบแผน ซึ่งพบการดำเนินกิจกรรมนี้ในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน ซึ่งยังมีพบการดำเนินกิจกรรมเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในกิจกรรม อย.น้อยของทั้ง 3 โรงเรียนอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการดำเนินโครงการต่างๆ ในโรงเรียน เช่น การจัดโครงการธนาคารขยะ โครงการสุขาน่ารักจัง โครงการเก้าอี้ถนัด การผลิตปุ๋ยชีวภาพในโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, การจัดโครงการนักวิทยาศาสตร์รุ่นเยาว์ นักเรียนรุ่นเยาว์และการเตรียมเข้าโครงการโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพของโรงเรียนอัสสัมชัญ, การจัดโครงการอาหารกลางวัน โครงการกรุงเทพเมืองอาหารปลอดภัย โครงการเด็กไทยใส่ใจอ่อนหวาน นอกจากนี้ยังมีการปลูกผักปลอดสารพิษและการรณรงค์ในเรื่องผู้บริโภครักษาสีผิว ผู้ผลิตรักษาคุณธรรมเฉพาะในโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์) อีกด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 36: ชุมโครงการธนาคารขยะ ภายในโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม

“...นอกจาก อย.น้อย เราดำเนินโครงการธนาคารขยะด้วย เราจะมีป้ายเชิญชวนการร่วมโครงการธนาคารขยะ ซึ่งมีการสมัครสมาชิก ซึ่งราคาของที่นำมาขายจะมี 2 ราคา คือ อัตราสมาชิกกับปกติ ถ้าเป็นสมาชิกก็จะได้มากกว่าเดิม เงินที่หมุนเวียนก็จะมาจากการเก็บเงินห้องก่อน แล้วนำไปขายต่อ หรือไม่ก็ใช้ทำในโครงการอื่นๆเราก็เอาไปใส่ปุ๋ย ซึ่งเราก็ห้ามพ่อค้าแม่ค้าเก็บขวดไปขายเพราะเราให้เด็ก นักเรียนทำโครงการนี้ ทุกเย็นเจ้าของโครงการก็จะมาจัดการกับขวด อีกอย่างโรงเรียนเราทำปุ๋ยหมัก น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่มเองคือเป็นโครงการเอ้าแก้น้อย ร้านค้าบริเวณรอบโรงเรียนก็ใช้ของโรงเรียน...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...เรามีโครงการวิทยาศาสตร์ ซึ่งก็ไปร่วมแข่งขันเกี่ยวกับตอบคำถามวิทยาศาสตร์ ถ้าเป็นเกี่ยวกับโครงการสุขภาพก็มี เรากำลังจะทำโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพกันในปีหน้า แล้วก็ยังมีนักข่าวรุ่นเยาว์ นักวิทยาศาสตร์รุ่นเยาว์ ก็ทำร่วมกันอยู่...” (เจริญสุข คงชาติ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...มีโครงการอีกโครงการหนึ่งชื่อว่าโครงการกระเปาะสุขภาพ ปกติเด็กจะเอาช้อนมาจากบ้านเอง หรือซื้อเอาตามร้าน คือจะมีแก้วน้ำ ยาสีฟัน ช้อนส้อมของตัวเอง ทำให้สุขภาพเด็กดีขึ้น แล้วก็ได้รับความรู้ เรื่อง อาหารปลอดภัยร่วมด้วย...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียน วัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...โรงเรียนเรามีโครงการโรงเรียนอ่อนหวาน คือ โครงการลด ปริมาณน้ำตาลในอาหารให้น้อยลง เพื่อให้ผู้บริโภคกินแล้วไม่เกิดโรค อ้วน โครงการวัยใสด้วยผัก ผลไม้ เน้นให้รับประทานผัก ผลไม้ มากกว่า เนื้อสัตว์ โครงการเยาวชนยุติธรรม เฉพาะที่เกี่ยวกับกฎหมาย ซึ่งก็จะมี เป็นแกนนำอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งดูแลแต่ละโครงการ โครงการที่โรงเรียนเรามี เยอะมาก มีโครงการย่อยๆ ลงไปอีก...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 16 พฤศจิกายน 2550)

3.3.3.4 การจัดทัศนศึกษาตามแหล่งเรียนรู้ต่างๆ

โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย ได้มีการจัดการทัศนศึกษา ตามแหล่งเรียนรู้ต่างๆ เพื่อเป็นการศึกษาดูงานและเป็นการแสวงหา ความรู้นอกห้องเรียน ซึ่งจะเห็นได้จากการที่แกนนำ อย.น้อยโรงเรียน อัสสัมชัญได้มีการศึกษาดูงานตามสถานที่ต่างๆ เช่น การศึกษาดูงาน ฟาร์มไก่และโรงนมที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นต้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 37: การศึกษาดูงานโรงงานของนักเรียนแกนนำ อย.น้อย

3.3.4 กิจกรรมด้านการจัดโครงการและการนำเสนอผลงาน

กิจกรรมด้านการจัดโครงการและการนำเสนอผลงานนั้น พบการดำเนินกิจกรรมนี้ในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน โดยออกมาในรูปแบบของการที่ครูแกนนำหรือครูในโรงเรียนมีการกำหนดหัวข้อโครงการเพื่อให้นักเรียนคิดรูปแบบการทำงานในหัวข้อที่เกี่ยวข้องและต้องการที่จะเน้นให้นักเรียนมีการนำเสนอผลงานโครงการของตนเอง เช่น โครงการอาหารเพื่อสุขภาพ โครงการสิ่งแวดล้อม โครงการต่อต้านยาเสพติด การจัดทำหนังสือเล่มเล็ก นอกจากนั้นพบการดำเนินโครงการจำหน่ายอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทั้งในโรงเรียนอัสสัมชัญและโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราชนิเวศน์) เช่น การสาธิตเมนูสุขภาพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 38: โครงการและผลงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรม อย.น้อยของนักเรียน

3.3.5 กิจกรรมด้านการตรวจสอบ การดูแลและการเฝ้าระวัง

กิจกรรมด้านการตรวจสอบ การดูแลและการเฝ้าระวังเป็นกิจกรรมที่ให้นักเรียนแกนนำทำการตรวจสอบ ดูแลสุขภาพของผู้ปรุงประกอบและผู้บริโภค อีกทั้งเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพในโรงเรียน ครุภัณฑ์และชุมชน ซึ่งพบการดำเนินกิจกรรมนี้ในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน ทั้งนี้กิจกรรมด้านนี้ประกอบไปด้วย

3.3.5.1 การตรวจสอบคุณภาพของอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพในโรงเรียนและชุมชน

โดยกิจกรรมนี้นักเรียนแกนนำจะทำการตรวจสอบวันที่ผลิต วันหมดอายุของอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำหน่ายและให้บริการในบริเวณโรงเรียนและชุมชน การตรวจสอบฉลากอาหาร น้ำดื่มในโรงเรียน ทั้งอาหารสด อาหารแห้ง อาหารปรุงสำเร็จและอาหารพร้อมปรุง



ภาพที่ 39: นักเรียนแกนนำ อย.น้อยตรวจสอบคุณภาพอาหารของร้านค้าบริเวณโรงเรียน

3.3.5.2 การตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร

นักเรียนแกนนำมีการตรวจสอบสารปนเปื้อน ทั้งวิธีการทางกายภาพโดยการสังเกต และการทดสอบด้วยวิธีการทางเคมีด้วยชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหารต่างๆ ได้แก่ ชุดทดสอบสารบอแรกซ์ ชุดทดสอบสารฟอร์มาลิน ชุดทดสอบสารฟอกขาว ชุดทดสอบสารกันรา ชุดทดสอบไอโอเดตในเกลือเสริมไอโอดีน และชุดทดสอบความสะอาดของภาชนะสัมผัสอาหารและมือ โดยนักเรียนแกนนำมีแนวทางการดำเนินกิจกรรมการตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร ดังนี้

1. สมาชิกชุมนุม อย.น้อย ศึกษาเรื่องความปลอดภัยในการบริโภคอาหารจากคู่มือ และการอบรมโดยครูแกนนำ
2. สมาชิกชุมนุม อย.น้อย วรรณรงค์ตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร โดยใช้ชุดทดสอบของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ตรวจสอบอาหารทั้งในโรงเรียน ร้านค้ารอบโรงเรียน และร้านค้าในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ โดยใช้แบบบันทึกการตรวจสอบในแต่ละแบบ
3. การบันทึกผลการตรวจสอบและขยายผล โดยมีการใช้แบบบันทึกในการแจ้งต่อร้านค้า/ การแจ้งเตือนร่วมด้วย

- หากไม่พบสารปนเปื้อนก็แจ้งให้ร้านจำหน่ายอาหารทราบ
- หากพบสารปนเปื้อนจะแจ้งสมาชิกในชุมชนทราบ แจ้งครูที่ปรึกษาและผู้บริหารโรงเรียนทราบ และแจ้งร้านค้ารอบโรงเรียนและในชุมชนทราบเพื่อให้เปลี่ยนแปลงแหล่งซื้อวัตถุดิบ



ภาพที่ 40: ภาพการตรวจสอบสารปนเปื้อนสารอาหารในอาหาร

3.3.5.3 การเฝ้าระวังคุณภาพอาหารในโรงเรียนและนำเสนอผลการตรวจสอบ

ผู้วิจัยพบว่า เมื่อนักเรียนแกนนำได้ทำการตรวจสอบต่างๆ แล้วพบปัญหา ก็จะต้องทำการนำเสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำ ผู้ประกอบการ เพื่อที่จะดำเนินการแก้ไข เปลี่ยนแปลง และปรับสภาพให้เอื้อต่อการพัฒนาในเรื่องพฤติกรรมกรบริโภคเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริโภคของผู้บริโภค

3.3.5.4 การตรวจสอบสุขภาพอาหารในโรงเรียนและชุมชน

ผู้วิจัยพบว่าทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพอาหาร ดังนี้ โครงการประเมินโรงอาหาร

มาตรฐานตามเกณฑ์ การตรวจสอบความสะอาดของห้องน้ำ การตรวจความสะอาดของร้านอาหารภายในและภายนอกโรงเรียน การตรวจการแต่งกายและความสะอาดของพ่อค้าแม่ค้าในโรงเรียน

“...เรามีการตรวจสอบเรื่องห้องน้ำและมีการแนะนำเกี่ยวกับการใช้ห้องน้ำให้ถูกต้อง ปริมาณห้องน้ำแต่ก่อนนี้ไม่มีเพียงพอ ถ้าเราจะทำโครงการตรงนี้ เราต้องมีห้องน้ำให้เพียงพอ อ่างล้างหน้า อ่างล้างมือก็ต้องมีให้เพียงพอ หรือแม้กระทั่ง Canteen ก็ต้องสะอาด เพราะทุกอย่างเราต้องตรวจสอบ...” (วีรวัฒน์ สุวรรณศรี, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)



ภาพที่ 41: การตรวจสอบความสะอาดของมือและภาชนะใส่อาหาร

3.3.5.5 การตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพตามที่อยู่อาศัย

ผู้วิจัยพบว่า การดำเนินกิจกรรมด้านการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพตามที่อยู่อาศัยของนักเรียน มีการดำเนินกิจกรรมดังนี้ การตรวจสอบอาหาร ยา เครื่องสำอาง และวัตถุอันตรายต่างๆ เช่น ยาฆ่าแมลง น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจานภายในบ้านเรือน

ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปการดำเนินกิจกรรมในด้านการตรวจสอบ การดูแลและการเฝ้าระวังของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งมีจุดร่วมในการดำเนินกิจกรรมคล้ายๆ กันได้ดังนี้ นักเรียนแต่ละโรงเรียนจะมีการนำกิจกรรม อย.น้อย มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค การแนะนำความรู้ให้แก่บุคคลในครอบครัว การจัดระเบียบอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สุขภาพ อีกทั้งยังมีการสำรวจ ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในบ้านเรือนของตนเองเพื่อการบริโภคที่ปลอดภัยและสามารถแจ้งแก่ผู้ปกครองเมื่อพบสิ่งแปลกปลอมหรือผิดปกติของผลิตภัณฑ์สุขภาพนั้นๆ นอกจากนี้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในด้านการตรวจสอบ การดูแลและการเฝ้าระวังในโรงเรียนแต่ละโรงเรียนมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

นักเรียนแกนนำโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม ได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพอาหารตามร้านค้าทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ซึ่งได้แก่ ร้านลูกชิ้นทอด ร้านเครป ร้านหมูทอด-ไก่ทอด ร้านข้าวราดแกง ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านกล้วยแขก ร้านหมูจุ่ม ร้านน้ำปั่น-ข้าวโพดอบเนย ร้านข้าวต้ม ร้านขนมจีน ร้านซูชิ ร้านส้มตำ นอกจากนี้ยังมีการสำรวจตามตลาดสด ใดๆ ก็ตามด้านสุขาภิบาลและสุขอนามัยทางโรงเรียนได้มีการตรวจสอบสุขภาพของผู้ปรุงประกอบอาหารอย่างเป็นประจำอย่างน้อยภาคเรียนละ 1 ครั้ง

“...เราจะมีการตรวจสอบราในลูกชิด ข้าวโพด ขนมปัง เชียงก็มีการให้แยก เช่น เชียงของทอด ผัก ของสด เพื่อไม่ให้เกิดสารปนเปื้อนผสมกัน อย่างเช่น การตรวจเนื้อหมู เราก็หั่นเนื้อหมูเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วใส่น้ำยาลงในถ้วยแก้วแล้วเขย่า แล้วจึงเอากะดาษขมึ้นไปจุ่มในน้ำยาที่มีหมูผสมอยู่ไปครึ่งแผ่นแล้วก็เอาออกมาวางไว้บนจานกระเบื้องที่เช็ดด้วยแอลกอฮอล์ มีผู้ตรวจก็ต้องเช็ดแอลกอฮอล์ คือก่อนตรวจก็ต้องตรวจสอบด้วยว่าอุปกรณ์ตรวจยังไม่หมดอายุ เพื่อดูสารปนเปื้อนซึ่งหากกระดาษขมึ้นเปลี่ยนจากสีเหลืองเป็นสีส้มแสดงว่ามีสารปนเปื้อนโดยจะมีการจดดูเป็นร้านๆ ว่าร้านนี้ตรวจอะไรบ้าง พบอะไรบ้าง ถ้าเจอก็บอกแม่ค้าเพื่อให้เปลี่ยนร้านซื้อและก็มีการการตรวจการแต่งกายของแม่ค้า รวมถึงเล็บมือด้วย...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...ตามห้องน้ำก็มีป้ายติดเรื่องการล้างมือ โครงการสุชานำรักจัง สนับสนุนความสะอาด ดูแลทุกอย่าง มีที่ทำปุ๋ยหมักอยู่หลังโรงเรียน ห้องพยาบาลก็มีการตรวจยา สี วันหมดอายุ ดูแลการแจกยาบ้าง ถ้าพี่ที่ห้องพยาบาลไม่อยู่เราก็ต้องสามารถแจกยาให้ได้โดยต้องศึกษาจากพี่ที่ดูแลห้องยา และยังทำสถิติการเข้าห้องพยาบาล...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...เมื่อปีที่แล้วมีการเชิญแม่ค้าให้ออกไปคนนึง เพราะเขาเป็นโรคไวรัสตับอักเสบบี มือสกปรก ไม่ใส่ถุงมือ เตือนแล้วก็ไม่ทำตามจึงเชิญให้ออกแล้วให้หามาใหม่โดยจะมีการตรวจสุขภาพผู้ประกอบก่อนเข้ามาทำงานในโรงอาหารด้วย...” (จรีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

นักเรียนแกนนำโรงเรียนอัสสัมชัญจะมีการตรวจสอบห้องพยาบาล ร้านค้า และร้านอาหารทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน โดยตรวจสุขภาพอาหารและตรวจหาสารปนเปื้อนในอาหารโดยชุดทดสอบเบื้องต้นเดือนละ 1 ครั้ง, การตรวจสุขภาพผู้ประกอบการในโรงเรียน, การตรวจสารปนเปื้อนในอาหารตามตลาดสดบางรัก ชุมชนวัดสวนพลู ชุมชนวัดม่วงแค ซึ่งก็มีการส่งผลให้ตัวแทนชุมชนดำเนินการต่อไป อีกทั้งมีการสำรวจผลิตภัณฑ์บริโภคในห้างสรรพสินค้าอีกด้วย

“...เราจะมีการออกไปรณรงค์นอกโรงเรียน ปกติเดือนละครั้ง สองครั้ง มีการไปตรวจสอบสารปนเปื้อน เช่น สารบอแรกซ์ สารฟอกขาว ภายนอกโรงเรียน...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์กลุ่ม, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์แล้วห้องยาที่มีการจัดแยกประเภทของยาตามชั้นในตู้ยาด้วย ก่อนที่จะได้รับการรักษาก็ต้องมีการลงทะเบียนก่อน เรื่องการดูวันหมดอายุของยานั้น ชมรม อย.น้อยจะร่วมกับทางครูในห้องพยาบาลตรวจด้วยกัน เราจะได้รับความรู้จากครูในห้องพยาบาลในเรื่องของการดูแลรักษาปฐมพยาบาลต่างๆ แต่เรื่องของการให้ยานั้นเป็นหน้าที่ของครูในห้องพยาบาล

เราจะดูแลในเรื่องสลาการมากกว่า...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์กลุ่ม, 27 พฤศจิกายน 2550)

นักเรียนแกนนำโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) มีการตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหารและภาชนะตามร้านค้าต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน และมีการสังเกตอาหารที่ทางโรงเรียนจัดไว้ให้ในแต่ละวัน อีกทั้งยังตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหารโดยชุดทดสอบเบื้องต้นเดือนละ 1 ครั้ง ทั้งนี้ยังมีการตรวจสอบคุณภาพของบุคลากรในโรงเรียนอีกด้วย

“...เราจะมี การออกไปประชาสัมพันธ์ด้านนอกโรงเรียน หน้าตลาด และในชุมชนต่างๆ มีการตรวจสอบ ทดสอบสาร อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ถ้าเด็กติดภารกิจก็จะ 2 เดือนต่อครั้ง ขึ้นอยู่กับกิจกรรมของโรงเรียน...” (ดวงหทัย เปลี่ยนดี, ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2550)

3.3.6 กิจกรรมด้านการสร้างและการขยายเครือข่าย

กิจกรรมด้านการสร้างและการขยายเครือข่าย จะเป็นกิจกรรมที่นักเรียนแกนนำใช้ในการขยายผลการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยจากภายในโรงเรียนสู่ภายนอกโรงเรียน ซึ่งลักษณะการดำเนินกิจกรรมนั้น จะอยู่ในรูปของการที่นักเรียนแกนนำออกไปให้ความรู้แก่บุคคลภายนอก การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือการดำเนินกิจกรรมร่วมกันระหว่างเครือข่าย ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการสร้างเครือข่าย สร้างความร่วมมือและขยายฐานสมาชิก โดยกิจกรรมในด้านนี้จะประกอบไปด้วย

3.3.6.1 การจัดอบรมเสริมความรู้

ผู้วิจัยพบว่า ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีการจัดการอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ครูแกนนำ นักเรียนแกนนำ บุคลากรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เช่น สมาชิก อย.น้อย ผู้ปกครอง ผู้ประกอบการ ตัวแทนชุมชน ซึ่งพบการดำเนินกิจกรรมนี้ในโรงเรียนทั้ง 3

โรงเรียน โดยผ่านกิจกรรมการให้ความรู้แก่นักเรียนและพ่อค้าแม่ค้าทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เกี่ยวกับสุขภาพและสุขอนามัยในการบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ



ภาพที่ 42: การจัดอบรมเสริมความรู้ให้ผู้ประกอบการในโรงเรียน

3.3.6.2 การสร้างเครือข่ายและขยายผลสู่ชุมชน

ในการสร้างเครือข่ายและขยายผลสู่ชุมชนนั้น พบว่านักเรียนแกนนำมีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในการรณรงค์ภายนอกโรงเรียน เพื่อที่จะให้เกิดการสร้างเครือข่ายในชุมชน ซึ่งต้องการที่จะให้กลุ่มเป้าหมายทั่วไปได้ทราบถึงการเลือกซื้อ การบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ อีกทั้งเพื่อให้สามารถพัฒนาศักยภาพในการบริโภคของตนเองและเผยแพร่ความรู้ที่ตนเองๆ ได้รับไปสู่บุคคลอื่น อีกทั้งยังเป็นการสร้างเครือข่ายการเฝ้าระวังด้านความปลอดภัยในการบริโภคในครอบครัวและชุมชนอีกด้วย โดยตัวอย่างของกิจกรรมการสร้างเครือข่ายและขยายผล เช่น การที่นักเรียนแกนนำออกไปรณรงค์ตามโรงพยาบาล ตลาดสด ชุมชนต่างๆ บริเวณโรงเรียน นอกจากนี้ยังมีการสร้างเครือข่ายโรงเรียน อย.น้อยในการที่ให้นักเรียนแกนนำแต่ละโรงเรียนมาแลกเปลี่ยน

ประสบการณ์ระหว่างกันด้วย ซึ่งพบการดำเนินกิจกรรมนี้ในโรงเรียนทั้ง 3
โรงเรียน



ภาพที่ 43: การเดินรณรงค์ในตลาดบางรักของนักเรียนแกนนำ อย.น้อย



ภาพที่ 44: การเดินรณรงค์โครงการ อย.น้อยในชุมชนทั้ง 3 ศาสนา

“...ถ้าเด็กตรวจเจอสารบอแรกซ์ในทอดมัน ร้านค้าเค้าก็เปลี่ยน
ร้านซื้อ หรือแม้แต่กระทั่งปลาหมึกใส่เย็นตาไฟ มันจะกรอบตลอด ถ้าพบ

สารบอแรกซ์ในปลาหมึกก็จะให้เปลี่ยนร้านซื้อ เค้กก็นิดีให้ความร่วมมือ ร้านค้าภายนอกโรงเรียน แถวๆ หน้าโรงเรียน ก็ไม่มีปัญหา ซึ่งพอตรวจร้านค้าในโรงเรียนเจอ แม่ค้าในโรงเรียนเค้กก็น่าจะไปบอกร้านค้าที่ตลาดที่เค้าไปซื้อของมาว่าตรวจพบสารบอแรกซ์ ให้เค้าเปลี่ยนร้านรับของซะ...” (สมจิตต์ แก้วอำไพ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

ผู้วิจัยพบว่ากิจกรรมอีกกิจกรรมหนึ่งซึ่งมีประสิทธิผลมากก็คือ การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยสอนน้อง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้เกิดการขยายผลไปสู่โรงเรียนชั้นอนุบาลและประถมศึกษา โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาจะออกไปดำเนินกิจกรรมให้ความรู้แก่น้องๆ ตามโรงเรียนที่ใกล้เคียงหรือโรงเรียนในเครือข่าย ทั้งนี้จะเป็นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ถูกสุขลักษณะ, การให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพอาหาร, การให้ความรู้ในการเลือกบริโภคอาหารที่ปราศจากสารปนเปื้อน อีกทั้งยังมีการสาธิตการตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหารอีกด้วย นอกจากนี้โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการแต่ละโรงเรียนจะมีการสร้างเครือข่ายและขยายผลสู่ชุมชนแตกต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายแยกเป็นโรงเรียนได้ดังนี้

นักเรียนแกนนำโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม มีการออกไปรณรงค์ที่โรงพยาบาลบุรฉัตรไชยากร, ตลาดสดบริเวณสถานีรถไฟธนบุรี, การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยสอนน้องที่โรงเรียนวัดดุสิตาราม

“...อย.น้อยสอนน้อง ก็มี โรงเรียนดุสิตเล็กและก็โรงเรียนอื่นๆ ซึ่งเราจะมีการตรวจสอบสารให้ดู มีสื่อเกมให้น้องเล่นเป็นกิจกรรมด้วย เช่น เกี่ยวกับเรื่องการทำงานยา ผู้อำนวยการก็ให้พวกหนูขยายผลโครงการลดความอ้วนอีกด้วย...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...เรามีการออกไปรณรงค์ที่โรงพยาบาลบุรฉัตรไชยากร ซึ่งทางโรงพยาบาลมีการออกค่ายไปทางภาคเหนือ ไปพบกับพวกชาวเขา เรา

เลยให้เด็กในโรงเรียน เราไปช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของ อย. และอีกอย่างชาวเขานั้นประสบปัญหาเกี่ยวกับด้านปุ๋ยเคมี เราก็ฝากพวกสื่อความรู้ไปแจกพวกชาวเขาด้วย...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)



ภาพที่ 45: กิจกรรม อย.น้อยสอนน้องของโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม

นักเรียนแกนนำโรงเรียนอัสสัมชัญ มีการออกไปรณรงค์ตามชุมชนพุทธ คริสต์ อิสลาม การจัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนอัสสัมชัญศึกษาและโรงเรียนอัสสัมชัญคอนแวนต์, การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยสอนน้องที่โรงเรียนวัดม่วงแค โรงเรียนวัดสวนพลู โรงเรียนอัสสัมชัญแผนกประถมศึกษา โรงเรียนราชานุกูล เป็นต้น

“...เราออกไปให้ความรู้กับเด็กๆ ซึ่งเป็นโรงเรียนของเด็กที่มีปัญหา (เป็นเด็กด้อยโอกาส) คือ โรงเรียนราชานุกูล โดยทางโรงเรียนเค้าบอกว่าถ้ามีอะไรก็มาก็ติดต่อกับเค้าได้โดยตรง โดยมีครูพี่เลี้ยงหรือผู้ปกครองมานั่งฟังด้วย มีการจัดเกม ของแจกเป็นแรงจูงใจ ช่วยเสริมสร้างให้ชุมชนเข้มแข็ง มีการเข้าถึงและผลตอบรับกลับมาดี...” (วีรวัฒน์ สุวรรณศร, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)



ภาพที่ 46: กิจกรรม อย.น้อยสอนน้องของโรงเรียนอัสสัมชัญ

นักเรียนแกนนำโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์) มีการจัดเครือข่าย อย.น้อยในชุมชนตามบ้านของนักเรียน, กิจกรรมรณรงค์ อย.น้อยตามบ้านเรือน, ไปสอบถามความคิดเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับโครงการ อย.น้อย, กิจกรรมสอนน้องล้างมือ, กิจกรรม อย.น้อยสอนน้องในโรงเรียน, การออกไปรณรงค์ตามตลาด

“...เราแค่อยากให้เค้ามีส่วนร่วมและได้รับความรู้ เป็นการปลูกจิตสำนึกนิดหนึ่งก็ยังไม่ดี เพราะว่าตอนนี้เขารณรงค์เกี่ยวกับเรื่องอาหารปลอดภัย มันเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ประชาชนเขาก็จะได้ตื่นตัวด้วย อย่างตลาดนัด จะมีอาหารทอดเยอะ เราก็จะเอาแผ่นสติ๊กเกอร์ไปติดว่าอย่าใช้อาหารทอดซ้ำ เพราะมันอาจจะปนสารพิษที่ก่อให้เกิดมะเร็ง ถือว่าเป็นการกระตุ้นให้พ่อแม่เค้ามีความรู้ อย่างเด็กในโรงเรียนในการอ่านฉลากขนม เค้าก็จะดูก่อนเลยว่า มีป้าย อย. มั้ย ถ้าเป็นขนมถุงที่เกาะมาจากปี๊บ เค้าก็จะไม่ซื้อเลย...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์), สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ถ้าเป็นการขยายผลสู่ชุมชนเราก็ใช้การรณรงค์ ตรวจสอบอาหารไปตาม รร. ต่างๆ ที่อยู่ใกล้ๆ ในเครือข่าย อย.น้อยสอนน้อง

โรงเรียนในเครือข่าย มี 11 โรงเรียน...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), สัมภาษณ์กลุ่ม, 16 พฤศจิกายน 2550)

3.3.6.3 การสร้างเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

นักเรียนแกนนำ อย.น้อยมีการสร้างเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียน เพื่อที่จะให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นภายในโรงเรียนและระหว่างโรงเรียน ซึ่งพบการดำเนินกิจกรรมนี้ในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน



Board index

It is currently Fri Feb 29, 2008 11:42 am
All times are UTC + 7 hours

View unanswered posts | View active topics

Forum

Forum	Topics	Posts	Last post
<ul style="list-style-type: none"> สวัสดีๆ อย.น้อย Welcome to Dusitaram SS 	0	0	No posts
<ul style="list-style-type: none"> ข่าวสาร อย.น้อย ข่าวสาร SS Dusitaram 	1	1	Wed Aug 28, 2007 9:28 am admin *[]
<ul style="list-style-type: none"> Cafe อย.น้อย Cafeteria/Dessert/Forum 	1	3	Fri Aug 31, 2007 8:55 am nln *[]

Who is online

In total there is 1 user online :: 0 registered, 0 hidden and 1 guest
Most users ever online was 5 on Fri Aug 31, 2007 8:52 am

Registered users: No registered users
This data is based on users active over the past 5 minutes

Legend :: Administrators, Global moderators

ภาพที่ 47: เว็บไซต์ อย.น้อยของโรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม

3.3.6.4 การเข้าร่วมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น

กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของนักเรียนแกนนำ อย.น้อยในแต่ละโรงเรียน โดยจัดให้มีเวทีที่จะร่วมกันดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งมีการจัดให้อยู่ในรูปของการประกวด เพื่อให้เกิดการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดการแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์ การกล้าแสดงออกทางการปฏิบัติ การทำงาน

ร่วมกันกับผู้อื่น การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การออกมาทัศนศึกษาตามสถานที่ต่างๆ อีกทั้งทำให้เกิดการขยายเป็นเครือข่าย อย.น้อย ซึ่งพบการดำเนินกิจกรรมนี้ในโรงเรียนทั้ง 3 โรงเรียน

3.4 การปรับสภาพแวดล้อมในการดำเนินการรณรงค์

ผู้วิจัยพบว่าการปรับสภาพแวดล้อมในการดำเนินการรณรงค์ เพื่อจัดโครงสร้างและปรับบริบทแวดล้อมให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่พฤติกรรมที่พึงประสงค์อย่างถาวรไปพร้อมๆ กับการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ ทั้งนี้ในโรงเรียนแต่ละโรงเรียนจะมีการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการรณรงค์คล้ายคลึงกัน ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปวิธีการต่างๆ ที่โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยใช้ในการปรับสภาพแวดล้อมในการดำเนินการรณรงค์ได้ดังนี้

3.4.1 การมีมาตรการในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

ผู้วิจัยพบว่าหลังจากที่นักเรียนแกนนำดำเนินกิจกรรม อย.น้อยแล้ว ทำให้ภายในโรงเรียนมีการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งในเรื่องของอาหาร น้ำ ขนมขบเคี้ยวและอื่นๆ ซึ่งเมื่อก่อนอาจจะมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีประโยชน์และไม่ถูกสุขลักษณะ เช่น น้ำอัดลม ขนมปังอาหารที่ใส่สีผสมอาหาร หลังจากที่ได้มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยแล้ว เมื่อนักเรียนแกนนำหรือนักเรียนภายในโรงเรียนมีการตรวจพบสารปนเปื้อนในอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีประโยชน์และให้โทษต่อร่างกาย ก็จะมีการชี้แจงให้กับครูแกนนำและผู้บริหารโรงเรียน เพื่อกำหนดมาตรการในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น การยกเลิกการจำหน่ายน้ำอัดลมในโรงเรียนอัสสัมชัญและโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราชนิเวศน์ราษฎร์รังสรรค์) การงดจำหน่ายขนมขบเคี้ยวในโรงเรียนอัสสัมชัญ การชี้แจงให้ผู้ปรุงประกอบอาหารเลือกซื้อวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ซึ่งถ้าหากได้รับการชี้แจงแล้วไม่เกิดการปรับปรุงหรือยกเลิกการจำหน่ายก็จะต้องมีการตักเตือนแล้วดำเนินการในขั้นต่อนต่อไป นอกจากนี้หากเป็นร้านค้าภายนอกโรงเรียนนักเรียนแกนนำก็จะขอความร่วมมือให้ทางร้านค้าปฏิบัติตาม อีกทั้งทาง

นักเรียนแกนนำก็จะมีภาระชี้แจงให้นักเรียนในโรงเรียนทราบถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของร้านนั้นๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจในการเลือกบริโภค

3.4.2 การมีมาตรการในการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์สุขภาพภายในและภายนอกโรงเรียน

ทางด้านของการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เอื้อต่อการพัฒนาพฤติกรรมบริโภคนั้น เป็นการที่นำสิ่งที่ดีกว่ามาทดแทนสิ่งเดิมที่มีอยู่ โดยนักเรียนแกนนำต้องอาศัยความร่วมมือจากครูแกนนำและผู้บริหารโรงเรียน ในการที่จะให้ทางโรงเรียนออกมาตรการต่างๆ เพื่อให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคที่ดี เช่น โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตารามได้มีการนำขนมไทยมาขายแทนขนมขบเคี้ยวกรุบกรอบ, โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) มีการปรับเปลี่ยนนมหวานเป็นนมจืดเพื่อลดการบริโภคหวาน เป็นต้น

3.4.3 การจัดสภาพแวดล้อมเพื่อให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

ผู้วิจัยพบว่าการจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมเพื่อให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่คงทนถาวร สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพที่ดี ซึ่งพบการดำเนินกิจกรรมนี้ได้ทั้ง 3 โรงเรียน โดยแต่ละโรงเรียนก็จะมีภาระงานที่แตกต่างกัน ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมการดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในโรงอาหาร ห้องน้ำและห้องพยาบาล

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 48: การจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงการจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมเพื่อให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยแบ่งตามโรงเรียนแต่ละโรงเรียน ได้ดังนี้

โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม ภายในโรงอาหารมีการจัดตั้งภาชนะสำหรับ ลวกชิ้นเนื้อ การจัดภาชนะสำหรับใส่ชิ้นเนื้อโดยมีผ้าขาวบางคลุม ภาชนะใส่ เครื่องปรุงน้ำส้มสายชูไม่สามารถกักกรองนได้ การจัดสบู่มือไว้สำหรับล้างมือในห้องน้ำ การบูรณาการโครงการอื่นๆ ในการให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน การสร้าง ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในโรงอาหารโดยการใส่บัตรแลกภาชนะ ซึ่งเป็น กิจกรรมที่ส่งเสริมทางด้านสุขภาพและสุขภาวะต่อบุคลากรในโรงเรียนอย่างมี ประสิทธิภาพมาก

“...ในเรื่องของบัตรแลกภาชนะของโรงเรียน ตอนเปิดเทอมทางโรงเรียน จะมีการแจกให้นักเรียน 3 ใบต่อ 1 คน ซึ่งโรงเรียนเริ่มใช้เมื่อปีที่แล้วได้ผลดีมาก โดยเวลานักเรียนจะซื้อข้าวก็ต้องเอาบัตรนี้ไปแลกซื้อพร้อมกับเงิน ซึ่งจะเหมือน คุปองไปให้กับร้าน ถ้าไม่มีบัตรนี้พ่อค้าแม่ค้าจะไม่ขายอาหารให้ เวลาซื้ออาหารก็ ให้บัตรนี้พร้อมกับเงิน พอเวลาทานเสร็จก็ต้องเอาภาชนะที่ทานเสร็จแล้วไปคืน ที่คืนภาชนะแล้วผู้คุมอยู่ที่นั่นก็จะคืนบัตรให้เรา ซึ่งเวลาซื้ออาหารทุกครั้งก็ต้องทำ

เวียนไปอย่างนี้ เพราะถ้าไม่ทำอย่างนั้นเด็กก็จะไม่มีบัตรในการซื้ออาหาร เพราะถ้าไปเยี่ยมเพื่อน เพื่อนก็ไม่อยากจะให้หรือไม่ก็ต้องซื้อบัตรใหม่ ซึ่งก็เป็นส่วนหนึ่งในโครงการ อย.น้อยเพื่อต้องการให้เกิดความรับผิดชอบในตัวนักเรียน ซึ่งเมื่อก่อนถ้ามีคนทานเสร็จก็จะทิ้งไว้บนโต๊ะ ทางผู้อำนวยการและคณะกรรมการโรงอาหารของโรงเรียน จึงลงมติให้ใช้ทั้งโรงเรียน เพื่อไม่ให้ภาชนะเร็วราดและก่อให้เกิดความสะอาดเรื่องสุขอนามัย ไม่เป็นแหล่งแพร่เชื้อโรคและแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...ในโรงอาหารของเราจะมีการแจกประกาศนียบัตรร้านที่มีความสะอาด บอกชื่อร้าน ประเภทของรายการที่ขาย มีรูปพ่อค้าแม่ค้า การแต่งกาย ว่าได้มาตรฐาน จะมีคณะกรรมการของกระทรวงมาดู มีการตรวจร่างกายพ่อค้าแม่ค้าทุกปี เครื่องปรุงก็ต้องอยู่สูงกว่า 60 ซม. ถ้ามีคนจากกระทรวงมาตรวจแล้วไม่ได้มาตรฐานคณะกรรมการโรงอาหารของโรงเรียน ก็จะขอความร่วมมือกับแม่ค้าให้การปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน ในตู้อาหารก็ต้องมีหลอดไฟติดเพื่อให้ได้เห็นอาหารชัดเจน มีการประเมินแม่ค้า เช่น การพูดจา ลักษณะท่าทางต่างๆ ด้วยแล้วข้ออื่นก็ต้องมีผ้าขาวบางคลุม...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

โรงเรียนอัสสัมชัญ ห้ามให้มีการจำหน่ายและรับประทานขนมขบเคี้ยวในโรงเรียน การตรวจสอบสภาพตู้แช่ดื่มอย่างเป็นประจำ การจัดสบู่เหลวในห้องน้ำ การจัดที่วางภาชนะที่รับประทานเสร็จแล้ว ภาชนะใส่เครื่องปรุงน้ำส้มสายชูไม่สามารถกักกรองได้

“...เครื่องดื่มของเราก็จะมีส่วนที่เซฟเป็นคนทำ มีตู้หยอดเหรียญแต่เป็นน้ำผลไม้ ไม่มีน้ำอัดลมและขนมขบเคี้ยว ซึ่งตู้หยอดเหรียญเป็นรายได้ที่นักเรียนคิดขึ้นมาเอง เพื่อที่จะเอารายได้ตรงนี้ไปใช้ในกิจกรรมต่างๆ...” (เจริญสุขคงชาติ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์) มีการจำหน่ายอาหารที่เป็นประโยชน์โดยครูในโรงเรียน การเปลี่ยนถาดอลูมิเนียมเป็นถาดสแตนเลส การจัดโครงการต่างๆ เช่น การปลูกผักปลอดสารพิษแล้วนำมาประกอบอาหารภายในโรงเรียน เป็นต้น



ภาพที่ 49: โครงการเกษตรผักดีไม่มีสารพิษ ภายในโรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์รังสรรค์)

“...ผอ.เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องโครงการอาหารกลางวัน ซึ่ง กทม. จัดสรรถาดอลูมิเนียมมาให้พอโดนน้ำส้มสายชูหรือน้ำมะขามเปียกก็จะกัดถาด และทำให้เกิดสารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ ผอ. จึงเปลี่ยนมาใช้ถาดสแตนเลสอย่าง ดี แล้วก็ให้แม่ครัวใส่หมวก เพื่อกันไม่ให้ผมร่วงลงไป สมัยก่อน ไม่มีร้านข้างนอก มาขายครูเป็นคนขายเอง กับข้าวก็ต้กให้เด็กเอง ครูเป็นคนดูเรื่องพวกนี้อยู่แล้ว ภาชนะที่ใส่เราก็ต้องดูแลแม่ครัวให้ดูแลทำความสะอาดอย่างดี เรื่องห้องน้ำ สุขาภิบาลเราก็ดูแล สหกรณ์ก็ดูแลกันเองจะไม่มีขนมกรุบกรอบขาย ครูที่ทำเรื่อง อย. น้อย ก็ต้องลงไปดูว่ามีของเล่นเข้ามาขายมั๊ย ของแปลกปลอม ของหมัก ของ ดอง...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฎร์ รังสรรค์), สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2550)

4. การตรวจสอบและการประเมินผลการปฏิบัติงาน

หลังจากที่นักเรียนแกนนำและครูแกนนำได้มีการดำเนินการปฏิบัติและปรับเปลี่ยนตามแผนการปฏิบัติงานในระยะหนึ่งแล้ว นักเรียนแกนนำก็จะมีตรวจสอบผลการดำเนินงานและการประเมินผลการดำเนินงานว่ากิจกรรม อย.น้อยที่ตนเองได้ทำการรณรงค์นั้น มีความก้าวหน้าของโครงการเป็นอย่างไร อีกทั้งเพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้จากการรณรงค์ เช่น ความรู้ ทัศนคติ ความตระหนัก และความพึงพอใจที่ได้จากการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยเป็นอย่างไร โดยจะใช้วิธีการสอบถามความคิดเห็นของบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การดำเนินกิจกรรมในโครงการ ซึ่งผู้วิจัยพบว่าขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วย การจัดทำรอบการประเมิน การจัดทำเครื่องมือในการประเมิน การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปผลการดำเนินกิจกรรม และการตรวจสอบปรับปรุงคุณภาพ โดยผู้วิจัยสามารถอธิบายรายละเอียด ได้ดังนี้

4.1 การจัดทำรอบการประเมิน

ผู้วิจัยพบว่า การจัดทำรอบการประเมินนั้น นักเรียนแกนนำจะกำหนดว่าจะมีการประเมินด้านไหน มีหลักการประเมินอย่างไร จะประเมินในมิติใดบ้าง โครงสร้างการประเมินเป็นอย่างไร และใครเป็นผู้ประเมิน ซึ่งมีการวางแผนในการจัดทำรอบการประเมินให้ครอบคลุมกับมิติและผลลัพธ์ของการประเมินทางด้านต่างๆ ที่ต้องการจะทราบ เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ในการออกแบบและจัดทำเครื่องมือในการประเมินให้มีคุณภาพ และสามารถนำผลการประเมินไปใช้ต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าจุดร่วมของการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้นต้องการให้เกิดผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการได้ใช้ผลลัพธ์นี้เป็นกรอบในการจัดทำรอบการประเมิน ซึ่งประกอบไปด้วย

1. หลังจากการดำเนินกิจกรรมนักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องและเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
2. หลังจากการดำเนินกิจกรรมนักเรียน ครู ผู้ประกอบการร้านค้าทั้งในและนอกโรงเรียนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคและสิทธิของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นหรือไม่ อย่างไร

3. หลังจากการดำเนินกิจกรรมโรงเรียนได้นำผลการเฝ้าระวังการตรวจสุขภาพในโรงเรียนเพื่อปรับปรุงแก้ไขการจำหน่ายอาหารของร้านค้าหรือไม่ อย่างไร

4. หลังจากการดำเนินกิจกรรมนักเรียนได้รู้จักวิธีการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีระบบและพัฒนาทักษะทางด้านต่างๆ หรือไม่ อย่างไร

5. หลังจากการดำเนินกิจกรรมนี้แล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอก อีกทั้งยังเกิดการขยายผลในการดำเนินกิจกรรมหรือไม่ อย่างไร

4.2 การจัดทำเครื่องมือในการประเมิน

นักเรียนแกนนำมีการออกแบบเครื่องมือในการประเมินให้มีความเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เช่น แบบประเมินของนักเรียนภายในโรงเรียน แบบประเมินของผู้ปกครอง หรือแบบการประเมินตนเอง เพื่อที่จะได้นำแบบประเมินที่ได้จัดทำขึ้น มาไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4.3 การรวบรวมข้อมูล

นักเรียนแกนนำจะนำแบบประเมินที่ออกแบบไปแจกจ่ายไปตามกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพื่อสอบถามความคิดเห็นในด้านต่างๆ ต่อการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ทั้งนี้พบว่ามีการใช้การสัมภาษณ์และการใช้แบบประเมินในการเก็บข้อมูลร่วมกัน เพื่อเตรียมการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะมาจากจำนวนนักเรียนที่เป็นเครือข่าย อย.น้อย, แพ้ผลงานนักเรียนและชมรม, แบบบันทึกการทำกิจกรรม และแบบสอบถามความคิดเห็นต่างๆ

“...เราจะมีภาระประเมินจากผู้ปกครองและก็มีภาระประเมินกันเอง เพื่อนประเมินเพื่อน มีคณะครูด้วยโดยการที่จะสุ่มห้องหนึ่งสัก 10 คนใครประเมินก็ได้แล้วนำมาส่งเราคือเราถามเขาในแบบประเมินเลยว่าเราทำโครงการนี้แล้วได้อะไรบ้าง...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...เราจะประเมินกิจกรรมปลายปี ก็จะมีสรุปประเมินด้วยวิธี SAR เป็นการประเมินตนเอง โดยจะใช้เกณฑ์ของ SAR จะเป็นการประเมินตนเองว่ามีตัวบ่งชี้อะไรที่สอดคล้องกับคุณสมบัตินี้ของโรงเรียน และมีแนวทางบริหารปรับปรุงแก้ไข และอีกอย่างเด็กเค้าก็มีประชุม แล้วประเมินผลด้วยตนเอง แล้วมาบอกให้ครูฟัง...” (ชลดา เกื้อนเนาว์ , หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เราจะมีประเมินเป็นใบประเมินผลของโรงเรียนในแต่ละโครงการ โดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ในแต่ละด้าน เช่น ด้านการรณรงค์ การตรวจสอบสารอาหาร การใช้สื่อ และกิจกรรมต่างๆ มีการประเมินวิทยากร ดูความรู้และทัศนคติของเด็ก ซึ่งมีการประเมินทุกสัปดาห์ ดูการตอบสนองของเค้าว่าเยอะมั๊ย จัดทำเอกสารให้เค้าเขียนความรู้สึกที่มีต่อ อย.น้อย...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อมีการเก็บข้อมูลจากแบบประเมินหรือการสัมภาษณ์แล้ว นักเรียนแกนนำจะนำข้อมูลที่ได้มารวบรวม เรียบเรียงและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลการดำเนินกิจกรรมและนำไปใช้ต่อไป

4.5 การสรุปผลการดำเนินกิจกรรม

เมื่อนักเรียนแกนนำทำการวิเคราะห์ข้อมูลเสร็จแล้ว ก็จะมีการจัดทำเป็นรายงานผลการดำเนินกิจกรรมเป็นรูปเล่ม โดยแสดงรายละเอียดของผลการดำเนินกิจกรรมด้านต่างๆ ประสิทธิภาพของสื่อที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม เช่น ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้นหรือมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือไม่ อย่างไร รวมถึงสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปหลังจากการดำเนินการรณรงค์ ซึ่งสามารถรวบรวมความคิดเห็นของบุคลากรต่างๆ ได้ดังนี้

“...เมื่อเด็กตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหารเสร็จ เด็กก็จะทำรายงานที่จะส่งครูแล้ว เพราะจะได้รู้ว่าร้านอาหารไหนสกปรกบ้าง แต่เดิมแม่ค้าของเรามีก็สกปรก หมวก

ผักกันเปื้อนก็ไม่ได้ใส่ อยากจะหยิบอะไรมาใส่ก็ใส่ เสื้อผ้าก็สีสารพัดสี ซึ่งเมื่อเราเอาโครงการเข้ามา ก็เริ่มใส่หมวกสีขาว เสื้อผ้าเป็นสีฟ้า นอกนั้นจะเป็นกางเกงสีดำหรือไม้ก็ไม่ว่า แต่ต้องสะอาด เสื้อไม่มีกลิ่น...” (จรีรัตน์ พิภูลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...หลังจากทำกิจกรรมจะรู้สึกว่าเป็นบริเวณรอบโรงเรียน สะอาดขึ้น โรงอาหารก็มีการปรับเปลี่ยนสะอาด ที่ตั้งวางอาหารก็ดีขึ้น เมื่อก่อนแมลงวันเยอะ แต่เดี๋ยวนี้ก็ไม่มีเมื่อก่อนมี หมา แมวในเขตโรงเรียนเยอะ แต่เดี๋ยวนี้เราก็ลดปริมาณพวกนี้ลงไปได้ ไม่ให้เข้ามาในเขตโรงเรียน และโรงเรียนเราไม่มีการเก็บเศษอาหารเอาไว้ เลยไม่ค่อยมีเรื่อง หนูแมว เข้ามาในโรงเรียน เมื่อก่อนเก็บขยะอาทิตย์ละครั้ง ทำให้มีหนู แมว หมา แมลงสาบเยอะ แต่พอเราจัดการเรื่องนี้ มันก็ลดลง ถ้าเป็นเมื่อก่อนเด็กๆ นั่งกินข้าวอยู่ หนูวิ่งผ่านขาไปเลยก็มี...” (จรีรัตน์ พิภูลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...ประโยชน์ที่พวกเราได้ คือเวลาประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น ถ้าหากเราทำจริง เราก็จะพูดได้ ไหลลื่น เป็นธรรมชาติสามารถอธิบายได้ เราปฏิบัติเองได้ทุกอย่าง พอทำก็ได้ความรู้ วิธีตรวจสอบสาร ได้จากโครงการนี้เยอะมาก ได้ฝึกการพูด การกล้าแสดงออก...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...ในสิ่งที่พวกเราได้ทำนั้น เราได้ความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบอาหาร ความสามัคคี ความร่วมมือกันทำ มีประสบการณ์ในการทำงาน ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ดีขึ้น ว่าควรบริโภคแบบไหน การเลือกซื้ออาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีความรับผิดชอบและกล้าแสดงออก ช่วยปลูกกระแสเพื่อนๆ น้องๆ ให้ช่วยกันเลือกทานอาหารที่มีประโยชน์ถูกสุขลักษณะ มีการขยายผลสู่ครอบครัวและชุมชนของตนเองและรอบๆ โรงเรียน สร้างความสัมพันธ์ระหว่างพี่น้อง เวลาซื้อของกับครอบครัวก็แนะนำได้ในการเลือกซื้อของต่างๆ ที่สะอาด ปลอดภัย หรือเวลาเห็นของขายที่สกปรกก็จะไปบอกเขา ถ้าเกี่ยวกับการเผยแพร่เวลาไปณรงค์ก็จะบอกมาให้ใส่หมวก ถุงมือ ผักกันเปื้อน บอกแม่เวลาซื้อเครื่องสำอางก็ต้องดูวันหมดอายุด้วย เวลาที่มีการประชุมผู้ปกครองเราก็จะถามผู้ปกครองว่าเด็กๆ มีพูดให้ฟังเกี่ยวกับโครงการนี้หรือไม่ ถือว่าเป็นการประเมินอย่าง

หนึ่ง...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...อย่างปกติเวลาที่ไปไหนลูกสาวครูก็ไปกับครูด้วยเขาก็รู้ว่า “แม่ดูในของสิ มี อย.นะนี่กินได้” หรือเวลาเห็นพ่อเขากินเบียร์ ก็จะบอกว่า “พ่อนี้ไม่มี อย.นะนี่กินไม่ได้” เหมือนกับว่าเป็นการปลูกฝังและคนใกล้ตัวก็จะได้หมดเลย...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...เราได้รู้จักวิธีการเลือกซื้ออาหาร ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ นำความรู้ที่ได้ไปเผยแพร่สู่น้อง พ่อแม่ หรือชุมชนได้ ได้ความรู้ในการใช้เครื่องสำอาง เลือกซื้ออาหารที่ปลอดภัยได้ ได้เพื่อนใหม่ ได้รู้จักเปิดโลกทัศน์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้รู้สิ่งใหม่ๆ วัฒนธรรมต่างๆ ความคิดของเค้าในการนำเสนอ ประสบการณ์ใหม่ๆ รู้จักหน้าที่ของตนเอง ให้มีความรับผิดชอบ กล้าแสดงออก กล้าพูด กล้าทำ สามารถนำไปบอกคนอื่นให้ มีสุขภาพที่แข็งแรงได้ เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 16 พฤศจิกายน 2550)

“...ได้รู้จักการเลือกซื้อมากขึ้น เช่น เด็กอนุบาล เวลาซื้อขนม ก็จะดูก่อนว่ามีเครื่องหมาย อย. ใหม ซึ่งทำให้เรารู้ว่ามันได้ผลแล้ว ซึ่งต่อให้เด็กไม่รู้ถึงประโยชน์หรือโทษ แต่เขาก็รู้จักเครื่องหมาย อย.แล้ว เพราะเขาก็รู้ว่าขนมที่มีเครื่องหมายนี้ต้องปลอดภัย สภาพแวดล้อมในโรงอาหารเราก็ปรับปรุงให้สะอาดขึ้นทุกอย่าง นมที่แจกช่วงกลางวันก็จะเปลี่ยนจากนมหวานมาเป็นนมจืดธรรมดา ส่วนภายนอกโรงเรียนไม่ค่อยเจอสารปนเปื้อนแล้วด้วย...” (สาธิต ทองสม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

ทั้งนี้จากการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ **ผู้วิจัยสามารถสรุปถึงประโยชน์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังจากมีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน** ดังต่อไปนี้

1. นักเรียนได้ความรู้และพัฒนาทักษะการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมกรบิโภคที่เหมาะสม

2. ครูสามารถประยุกต์การดำเนินกิจกรรม อ ย.น้อยให้เข้ากับการเรียนการสอน และสามารถบูรณาการหลักสูตรสาระการเรียนรู้ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. กลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนเกิดความมั่นใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพและมีศักยภาพในการบริโภคมากขึ้น
4. การดำเนินกิจกรรม อ ย.น้อยเป็นเวทีในการฝึกผู้นำ ผู้ตาม มีความคิดสร้างสรรค์ การกล้าแสดงออก และพัฒนาการคิดและการทำงานอย่างเป็นระบบ
5. เกิดความร่วมมือและการสร้างเครือข่ายโครงการ อ ย.น้อยของครอบครัว โรงเรียน ชุมชน ซึ่งรวมถึงร้านค้าบริเวณภายในและภายนอกโรงเรียน
6. สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้เอื้อต่อการพัฒนาในมิติด้านสุขภาพและสุขอนามัย
7. ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ อ ย.น้อย มีความภาคภูมิใจ ร่วมกันในการดำเนินการพัฒนาต่อชุมชนและสังคมของตนเอง
8. เกิดความร่วมมือในการประสานงานและการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน ในการดำเนินกิจกรรมรณรงค์ในโครงการ อ ย.น้อย อีกทั้งยังช่วยกันขับเคลื่อนการพัฒนาด้าน การบริโภคอาหารปลอดภัย ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคให้ดำรงอยู่ อย่างยั่งยืน

4.6 การตรวจสอบปรับปรุงคุณภาพ

หลังจากที่มีการสรุปผลการดำเนินกิจกรรมแล้ว นักเรียนแกนนำก็จะมี การนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรมที่ได้ตั้งเอาไว้ใน ขั้นตอนย่อยของการจัดทำแผนการปฏิบัติงาน ว่าควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขการดำเนิน กิจกรรมอย่างไร เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ หรือใช้พัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรมให้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

5. การปรับปรุงและพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน

เมื่อได้ทำการตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงานแล้ว นักเรียนแกนนำก็จะนำผลที่ได้ มีการเปรียบเทียบมาแก้ไขปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม ซึ่งผู้วิจัยพบว่าในขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วย กิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้ การปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม การวางแผนการปฏิบัติงานในระยะ

ต่อไปและการจัดรวบรวมข้อมูลทำสารสนเทศ ซึ่งผู้วิจัยสามารถอธิบายรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ได้ดังนี้

5.1 การปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม

เมื่อผลที่ได้จากการวิเคราะห์ปรากฏว่า มีสื่อหรือกิจกรรมบางชนิดไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย นักเรียนแกนนำก็จะมีปรับปรุงวิธีการดำเนินการ ซึ่งจะทำการพัฒนาสื่อหรือกิจกรรมนั้นให้เหมาะสมยิ่งขึ้น หรือในเรื่องของการขยายผลสู่ชุมชน การเข้าหาพ่อค้าแม่ค้าภายนอกโรงเรียนก็ต้องปรับใช้ความน่ารัก ความน่าเอ็นดูเข้าไปพูดคุยมากกว่าการชี้แจงอย่างเป็นทางการ โดยจะต้องปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับบริบทแวดล้อม ซึ่งนักเรียนก็ต้องมีการคิดแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าแล้วมาคิดหาวิธีทางในการปรับปรุงแก้ไขกันต่อไป

“...การรณรงค์ในชุมชนก็จะพยายามให้เด็กเข้าไป บางที่ผู้ใหญ่เข้าไปแล้วมันดูกระด้าง เมื่อเด็กเข้าไปแล้วเค้าจะเห็นว่าเด็กน่ารักดี แล้วเห็นว่าเด็กเป็นตัวตั้งตัวตีก็จะให้ความร่วมมือกัน...” (ชลดา เกื้อนเนาว์, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

5.2 การวางแผนการปฏิบัติงานในระยะต่อไป

เมื่อนักเรียนแกนนำทราบถึงผลการดำเนินกิจกรรมและได้ปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมแล้ว ก็จะมีการวางแผนการปฏิบัติงานในระยะต่อไป ซึ่งโดยปกตินักเรียนแกนนำจะทำเป็นประจำทุกภาคเรียนอย่างน้อยละ 1 ครั้ง นอกจากนี้ยังมีการวางแผนการปฏิบัติงานครั้งใหญ่เป็นประจำแต่ละรอบปีการศึกษาอีกด้วย โดยใช้การอ้างอิงข้อมูลหรือสารสนเทศที่ได้จัดทำไว้ เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนการดำเนินกิจกรรมต่อไป

5.3 การจัดรวบรวมข้อมูลทำสารสนเทศ

ในแต่ละรอบปีการศึกษานักเรียนแกนนำจะมีการจัดทำสารสนเทศหรือรายงานประมวลผลการดำเนินกิจกรรม เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานให้แก่ผู้บริหารโรงเรียน อีกทั้งยังใช้ประกอบการเข้าร่วมการประกวดโรงเรียน ออ.น้อยดีเด่นอีกด้วย นอกจากนี้ยังมี

การนำแนวทางการดำเนินกิจกรรมที่ประสบความสำเร็จในปีการศึกษาเก่ามาปรับใช้ให้
เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อค้นพบและข้อสรุป

จากผลการวิจัยในประเด็นของกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนาผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ร่วมกับการสังเกตการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบว่า กระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้นมีการใช้การสื่อสารในการรณรงค์ร่วมกับการบริหารจัดการการรณรงค์ที่ดีและมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยสนับสนุนการดำเนินการรณรงค์ให้เกิดความสำเร็จ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทั้งทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภค การรู้เท่าทันเรื่องอาหารปลอดภัย อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการเป็นผู้บริโภคที่ดี ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพต่อกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยค้นพบว่า **ลักษณะของกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์** ผ่านทางการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีเอกลักษณ์และมีความแตกต่างจากกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการโครงการอื่นๆ โดยเป็นกระบวนการที่ให้ภาคประชาชนทำการเคลื่อนไหวและขับเคลื่อนการรณรงค์ด้วยตนเอง ซึ่งในที่นี้ภาคประชาชนก็คือนักเรียนแกนนำ โดยใช้การสื่อสารในรูปแบบของการเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน ซึ่งยังเป็นการที่ฝึกประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมภายนอกห้องเรียนให้เด็กนักเรียนรู้จักคิด วิเคราะห์ วางแผนและดำเนินการปฏิบัติต่างๆ ด้วยตนเองร่วมกับการผสมผสานความรู้ที่ได้รับจากภายในห้องเรียน เพื่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคที่ดี อีกทั้งยังเกิดการเป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็งในการดำเนินชีวิตอีกด้วย

ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อค้นพบได้ว่า กระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบไปด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

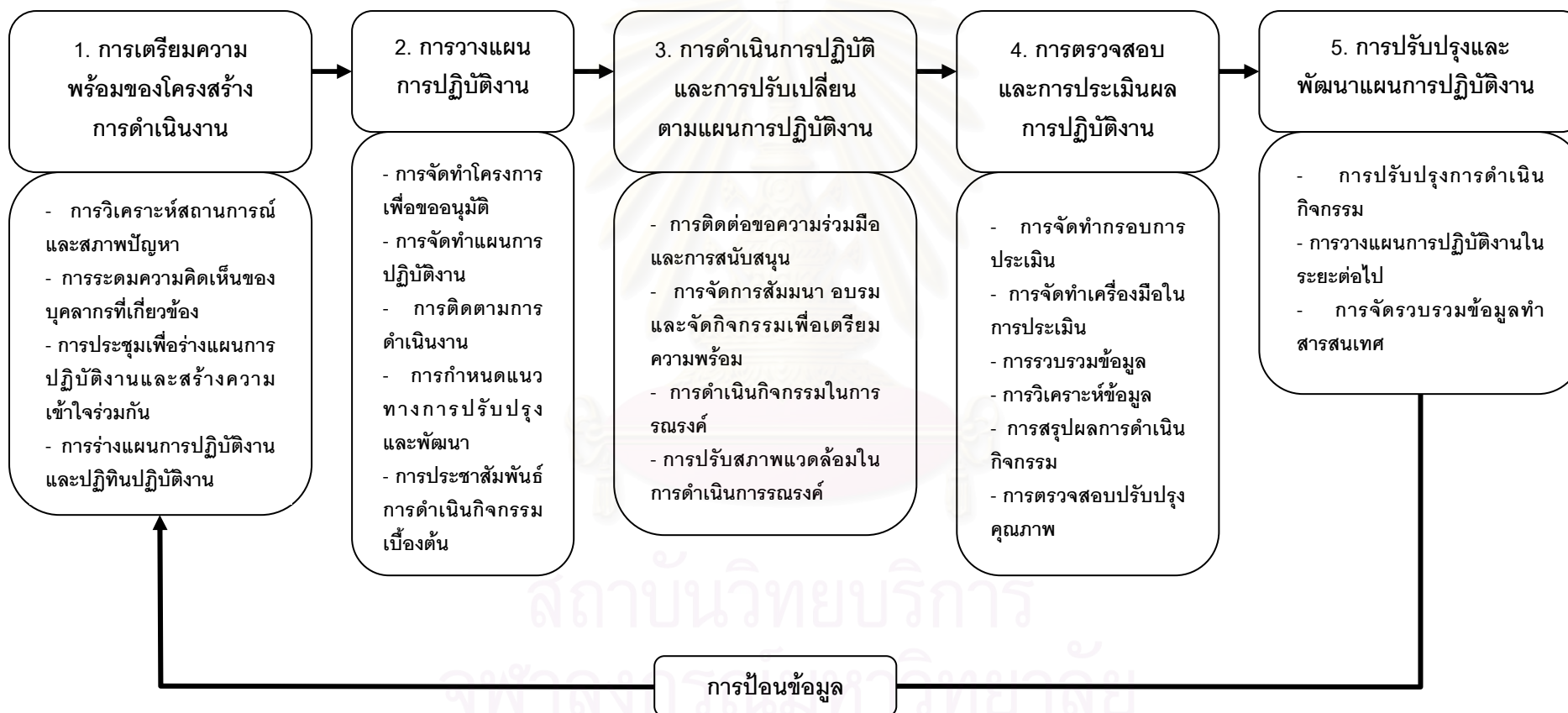
1. การเตรียมความพร้อมของโครงสร้างการดำเนินงาน
2. การวางแผนการปฏิบัติงาน
3. การดำเนินการปฏิบัติและการปรับเปลี่ยนตามแผนการปฏิบัติงาน
4. การตรวจสอบและการประเมินผลการปฏิบัติงาน
5. การปรับปรุงและพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน

โดยขั้นตอนในกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์ต่างๆ จะประกอบไปด้วยขั้นตอนย่อยต่างๆ อย่างไรก็ตามในการดำเนินงานรณรงค์ในแต่ละปีนั้นจะมีการใช้ข้อมูลป้อนกลับในการพัฒนาแผนการดำเนินงานรณรงค์ในแต่ละต้นปีการศึกษาอีกด้วย ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามแผนภาพกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ ได้ดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

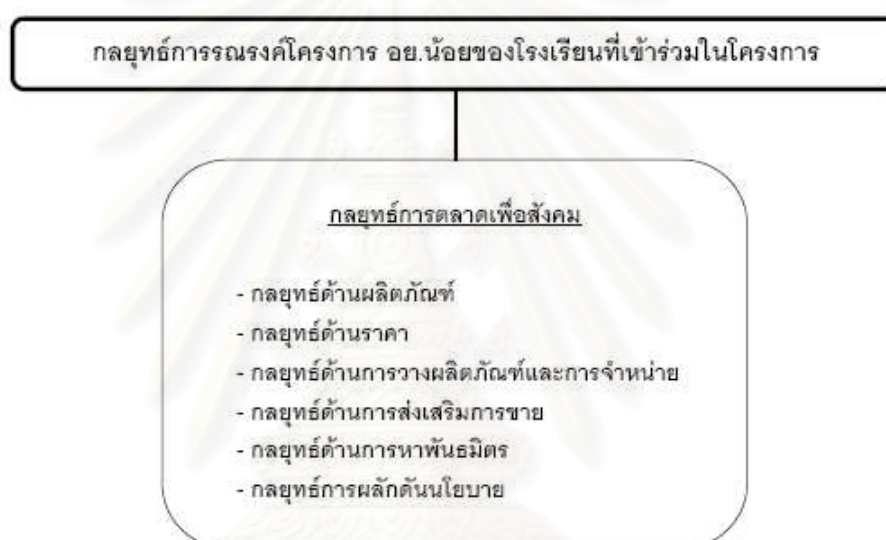
กระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ



ภาพที่ 50: กระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ

กลยุทธ์การรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ

การดำเนินการรณรงค์ผ่านทาง การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ นั้น จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนาร่วมกับการ สังเกตถึงกลยุทธ์ต่างๆ ที่ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยได้ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย เพื่อให้การรณรงค์ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้ นั้น ผู้วิจัย สามารถอธิบายถึงกลยุทธ์ที่ทางครูแกนนำและนักเรียนแกนนำแต่ละโรงเรียนได้ใช้ในการดำเนิน กิจกรรมรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 51: กลยุทธ์การรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ

กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าครูแกนนำและนักเรียนแกนนำได้มีการนำกลยุทธ์การตลาด เพื่อสังคมมาใช้ในการวิเคราะห์วางแผนและออกแบบวิธีการดำเนินงาน เพื่อให้เอื้อต่อการ เปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นต้องการที่จะสื่อในเรื่องของการ คำนึงของผู้บริโภค ความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ทั้งนี้ในการดำเนินกิจกรรมนั้นครูแกนนำและนักเรียนแกนนำได้มีการประยุกต์กลยุทธ์การตลาด เพื่อสังคมในการวางแผนและออกแบบแผนการดำเนินงานของโครงการในขั้นตอนต่างๆ ซึ่งได้แก่ ขั้นตอนการดำเนินงานการวางแผนการปฏิบัติงาน และขั้นตอนการดำเนินการปฏิบัติและการปรับเปลี่ยน

ตามแผนการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้วิจัยสามารถอธิบายการใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อสังคมในการดำเนินการรณรงค์ผ่านทางกิจกรรม อย.น้อย ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนาผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อีกทั้งการสังเกตการณ์ ผู้วิจัยพบว่านักเรียนแกนนำจะร่วมกับครูแกนนำในการออกแบบแนวคิด การปฏิบัติให้เหมาะสมกับประเด็นที่ทางโรงเรียนได้มีการวางแผนเอาไว้ซึ่งก็คือประเด็นของการคุ้มครองผู้บริโภค ความปลอดภัยด้านอาหาร การพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมไปสู่ในทิศทางที่พึงประสงค์

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่านักเรียนแกนนำได้มีการกำหนดประเด็นในการรณรงค์ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการรณรงค์ ซึ่งประกอบไปด้วยประเด็นเรื่องอาหาร ยา เครื่องสำอาง สุขภาพและสุขอนามัย ทั้งนี้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนนั้น การออกแบบแนวคิดหรือแนวทางปฏิบัติให้อยู่ในรูปแบบที่เป็นรูปธรรมในการดำเนินการรณรงค์ ทั้งในด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์, ด้านการรณรงค์, ด้านการเรียนรู้แบบบูรณาการโดยการจัดกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ โดยบูรณาการกับกลุ่มสาระการเรียนรู้, ด้านการตรวจสอบ การดูแลและการเฝ้าระวัง โดยการใช้ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร อีกทั้งการตรวจสอบสุขภาพอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งจะต้องสื่อออกมาเพื่อให้เกิดความสอดคล้องต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นถึงประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับและช่วยในการแก้ไขความเสี่ยงทางด้านต่างๆ กับกลุ่มเป้าหมายได้ ทั้งนี้จะเห็นว่าการวางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพนั้นจะช่วยให้การดำเนินการรณรงค์สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

“...เราจะต้องวางแผนว่าจะใช้อะไรที่จะดึงดูดผู้คนเข้ามา และการวางแผนจะช่วยในการจัดทำกิจกรรม เช่น การจัดเกมเราก็ต้องวางแผนว่าจะทำเกมอะไรให้น่าสนใจ เพราะว่าหากเรามานั่งให้เขาเขียนๆ อะไรเขาก็คงไม่เอา ขนาดฟังอาจารย์เขายังไม่ยอมฟังแล้วจะมาเอาอะไรกับพวกเขา...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...ส่วนใหญ่เนื้อหาที่เราใช้ในการรณรงค์จะเป็นกลางๆ มากกว่า บางเนื้อหาที่ยาก แต่เด็กก็จะทำให้ง่ายขึ้น คือบอกว่าให้พยายามสื่อทุกอย่างที่เกี่ยวกับประเด็นที่เราจะรณรงค์ เพราะมันมีความจำเป็น อย่างเครื่องสำอาง เด็กนำเครื่องสำอางราคาถูกมาใช้มาก เด็กก็มีการแสดงละครในเรื่องของเครื่องสำอางที่ไม่ดี...” (จรีรัตน์ พิภูลย์, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

2. กลยุทธ์ด้านราคา

ผู้วิจัยพบว่านักเรียนแกนนำต้องการที่จะสื่อให้กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ของตน ที่ไม่ว่าจะเป็นนักเรียนในโรงเรียน ครู รวมถึงพ่อค้าแม่ค้าในร้านอาหารหรือในชุมชน เห็นว่าการป้องกันและดูแลสุขภาพนั้นย่อมเป็นสิ่งที่ดีกว่าการที่จะต้องตามมารักษาโรคหลังจากมีอาการผิดปกติจากการมีพฤติกรรมบริโภคที่ไม่ปลอดภัย โดยกลยุทธ์ด้านราคาก็จะเป็นเรื่องของค่าเสียโอกาส เวลา พลังงานและจิตใจมากกว่า ทั้งนี้นักเรียนแกนนำยังมีการสื่อให้เห็นอีกว่า ถ้าหากเราเกิดการเจ็บไข้ได้ป่วยก็จะทำให้เราต้องเสียค่าเสียโอกาสในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์หลายๆ อย่าง นอกจากนี้นักเรียนแกนนำยังมีการประยุกต์สื่อที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการ อย.น้อยมาใช้ในการดำเนินการรณรงค์ผ่านทาง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ อีกด้วย เช่น การแก้ไขตัดแปลงและประยุกต์สื่อในรูปแบบและเนื้อหาต่างๆ เพื่อที่จะลดงบประมาณในการรณรงค์ โดยการจัดนิทรรศการ อย.น้อย อย่างถาวร หรือการบูรณาการการใช้สื่อหลากหลายชนิดในการดำเนินกิจกรรม

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ทางโรงเรียนยังมีการจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมเพื่อให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น การจัดเตรียมน้ำไว้สำหรับลวกช้อน การจัดไว้สำหรับจัดเก็บภาชนะที่บริโภคเสร็จเรียบร้อยแล้ว การมีการใช้ถังขยะแบบแยกประเภทขยะ การจัดซื้อไว้บริการทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร อีกทั้งการจัดโครงการอื่นๆ ที่สนับสนุนต่อการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งถือว่าเป็นการลดต้นทุนทางด้านพลังงานในการที่จะให้กลุ่มเป้าหมายในโรงเรียนเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเช่นกัน

“...เมื่อครูให้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการล้างมือมาเราก็จะทำสำเนาแล้วปะไว้ในห้องน้ำ เผื่อน้องๆ จะทำตามกันบ้างซึ่งก็ถือเป็นการป้องกันความรู้ให้เขาถึงที่...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...การให้ความรู้ อำนวยความสะดวก ตามความสมัครใจ เด็กก็จะชอบเวลาที่ เราไม่บังคับเค้า ถ้าบอกเค้าว่าตรงนี้มีประโยชน์นะ มีความรู้ เข้ามาดูไม่ต้องทำอะไร เราก็ สนับสนุนเขาอยู่ข้างหลัง เด็กก็จะมากันเยอะเลย...” (วิมล พิศเพ็ญ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...เราก็ได้รู้ว่าขนมมีสารอาหารอะไรบ้าง รู้ว่าสารต่างๆ มีสุขภาพดี กินอาหารที่เป็นประโยชน์ มีชีวิตที่ยืนยาว เกิดผลดีกับเราและกับครอบครัว ไม่เกิดโรคภัยไข้เจ็บ ตามมา กาย ใจ สุขภาพ ทำให้เราห่างไกลโรค ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรักษา ถ้าเรากิน อาหารที่ปลอดภัย...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 16 พฤศจิกายน 2550)

3. กลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย

ผู้วิจัยพบว่า โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยมีการวางแผนว่าจะมีการดำเนิน กิจกรรมในที่ใดบ้างทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน อีกทั้งยังมีการวางรูปแบบของการ ดำเนินกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานที่ต่างๆ เช่น การจัดซุ้มรับตรวจสอ สารปนเปื้อนในอาหารที่เปิดโอกาสให้พ่อค้าแม่ค้าทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนนำ วัตถุติดในการปรุงประกอบอาหารมาให้นักเรียนแกนนำตรวจ หรือการที่นักเรียนแกนนำมี การจัดกิจกรรมการเล่นเกมที่สอดแทรกเนื้อหาเรื่อง อย.น้อยให้แก่นักเรียนภายใน โรงเรียน อีกทั้งการที่นักเรียนแกนนำออกไปดำเนินกิจกรรม อย.น้อยสอนน้องตามโรงเรียน ลูกข่ายของตนเอง เป็นต้น

ทั้งนี้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนพบว่า ในการ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ นักเรียนแกนนำมีการอำนวยความสะดวกให้กลุ่มเป้าหมายของตน ได้สามารถเข้าถึงประเด็นในการคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัย และ แนวทางการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาศักยภาพในการบริโภคของตนเอง ผ่านทางการรณรงค์ การสร้างและการขยายเครือข่ายต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการให้คำแนะนำและการสนับสนุน ทางด้านความรู้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ซึ่งได้แก่ เด็กนักเรียนระดับชั้น ประถมศึกษา รวมถึงผู้ประกอบการและบุคคลภายในชุมชนของตน อีกทั้งโรงเรียนระดับชั้น ประถมศึกษาต่างๆ ที่ต้องการสื่อที่จะสนับสนุนในประเด็นของการบริโภคอาหารปลอดภัย

ก็สามารถมารับข้อเสนอสนับสนุนจากทางโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการได้อีกด้วย

“...เรามีหลักเกณฑ์ในการดำเนินกิจกรรมคือ การดูเวลาว่าง ความพร้อมของเด็กที่เข้าร่วมกิจกรรม การให้กิจกรรมเข้าถึงทุกคน ประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง ใช้เนื้อหาที่เข้าใจง่าย ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...เรามีการแบ่งแยกว่าถ้าออกไปนอกโรงเรียนจะใช้กิจกรรมนี้ หรือถ้าเป็นอีกอย่างก็ใช้อีกแบบหนึ่งตามแต่ละคน อย่างเช่น ตอนเราไป อย.น้อยสอนน้อง ที่โรงเรียนวัดม่วงแคกับนักเรียนชั้นประถม ก็มีการจัดแสดงละครสั้นประกอบกับให้ความรู้ทางด้านการบริโภคอาหารเข้าไป ถ้าเป็นผู้นำชุมชนทางด้านศาสนาอิสลาม ก็จะมีเสียงตามสาย เพราะถ้าเราไปแสดงแบบเด็กๆ ก็อาจจะไม่ค่อยเข้าใจ ก็ดูไปตามความเหมาะสมของแต่ละคน แต่ละประเภท...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เราจะสื่อเพื่อให้เค้าเข้าใจง่ายๆ เช่น แม่ค้า เราก็ให้ความจริงใจกับเค้า ใช้ภาษาง่ายๆ ให้เค้าเข้าใจง่ายๆ ถ้าเป็นนักเรียนอาจจะเข้มข้นนิดหนึ่ง เพราะต้องการให้ไปสื่อกับพ่อแม่ วิธีการนำเสนอให้เหมาะกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย...” (วิวัฒน์ สุวรรณศรี, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เราก็ต้องรู้ว่าเค้าชอบกิจกรรมอะไร เช่น การเต้น ก็ต้องปรึกษากันว่าขั้นนี้ชอบอะไรก็ให้กิจกรรมนั้นเค้าทำ อย่างบทบาทสมมุติเด็กมัธยมติดตลกกัน เราก็ต้องแสดงให้ตลก เอาแบบให้คิกขุ ตลกมากที่สุด ไม่งั้นเค้าก็ไม่ดูกัน ถ้าผู้ใหญ่ก็จะใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ การตรวจสอบให้เค้าดู ก็ให้เค้ายื่นดูว่าตรวจสอบยังไง ผู้ปกครองบางคน ก็เข้ามาดูวิธีการตรวจสอบของเรา...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 16 พฤศจิกายน 2550)

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

การกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายนั้น ผู้วิจัยพบว่านักเรียนแกนนำมีการใช้กิจกรรมหลายๆ ประเภท อีกทั้งยังมีการออกแบบสื่อและเนื้อหาต่างๆ ในการนำเสนอ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายต่างๆ เกิดความรู้ความเข้าใจและสามารถที่จะทำความเข้าใจในเนื้อหาที่จะสื่อออกมาได้โดยง่าย ทั้งนี้ทางนักเรียนแกนนำจะมีการรณรงค์ในประเด็นเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัย และเกิดการพัฒนาศักยภาพในการที่เป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็ง ซึ่งมีการใช้สื่อสนับสนุนจากทางโครงการ ออย.น้อยและสื่อที่ทางนักเรียนแกนนำได้ผลิตขึ้นเอง ประกอบการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ในการรณรงค์เพื่อให้เกิดการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ของทางโรงเรียนเกิดความสนใจ ทั้งจากการดำเนินกิจกรรมด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์, กิจกรรมการรณรงค์, การสอดแทรกบูรณาการเรื่อง ออย.น้อยในการเรียนการสอน, ด้านการตรวจสอบ การดูแลและเฝ้าระวัง รวมถึงการสร้างและขยายเครือข่ายทั้งความร่วมมือและการสนับสนุนนั้น พบว่าในการให้ความรู้ที่ทางนักเรียนแกนนำและครูแกนนำมีการประยุกต์การให้ความรู้ผ่านทาง การนำเสนอในรูปแบบของสารบันเทิงซึ่งคล้ายกับแนวทางที่ทางโครงการ ออย.น้อยใช้ในการนำเสนอ โดยเป็นการให้ความรู้ผสมกับความบันเทิง เพื่อเป็นการสร้างความน่าสนใจและเชื้อให้เกิดการเรียนรู้ผ่านทางรูปแบบและเนื้อหาของสื่อที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการรณรงค์ให้สำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ

“...เราจะใช้วิธีการเชิญชวนน้องๆ ให้ทำกิจกรรมตามโรงอาหารตอนทานข้าว ซึ่งเรามีของตอบแทน และมีกิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจ ชวนมาออกกำลัง มาเล่นเกมกัน เช่น วิธีการเล่นบิงโกเราใช้ซอร์คเมื่อเล่นเกมเสร็จเราก็จะสอนวิธีล้างมือให้น้องด้วย คือ มีการสอดแทรกสาระเข้าไปในเกมเพราะถ้าฟังแต่ที่เป็นเนื้อหาอย่างเดียวอย่างน้องๆ ก็เบื่อ...”
(นักเรียนแกนนำ ออย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...มีการใช้ใบปลิว แต่ถ้าเราเน้นในเรื่องของการใช้เนื้อหามากไปคนก็จะเบื่อ ก็เลยมีการจัดหาเพลงจากที่สาธารณสุขส่งมาให้ เป็นเพลงสนุกๆ มาเปิด และมีการแสดง

บทบาทสมมุติ ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่ง เพราะถ้าเป็นการอ่านเนื้อหาสั้นๆ ก็จะเบื่อกัน คือเราจะใช้กลยุทธ์สาระบันเทิง...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...ใช้ลักษณะเหมือนกับสอดแทรกเหตุการณ์สมมุติ หรือสถานการณ์จริง ใช้ภาษาง่ายๆ การใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งการแสดงละครสื่อได้ดีที่สุดสำหรับชาวบ้าน ซึ่งถ้าเป็นเด็กก็จะใช้ลักษณะคำพูดง่ายๆ เล่นละครตลกๆ ฮาๆ แล้วสอดแทรกสาระเข้าไป ซึ่งถ้าเน้นแต่เนื้อหาเค้าจะไม่ค่อยสนใจกัน เราก็เลยจะไปเน้นทางบันเทิงมากขึ้น...” (เจริญสุข คงชาติ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...พวกเพลง การแสดง จะติดตามติดหู ใบบความรู้อย่างที่แจกกก็ไม่ค่อยมีคนอ่านเท่าไร ถ้าเป็นเพลงก็จะติดปาก เค้าก็จะร้องได้ เพราะเด็กชอบ ฟังง่าย เด็กไม่ชอบอ่านอยากฟัง อยากร้อง ง่ายต่อการจดจำมากกว่า และชอบร้องรำทำเพลง เพราะเป็นธรรมชาติของเด็กซึ่งก็ชอบความรู้ผสมความบันเทิง...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...เนื้อหาที่สื่อออกมาในแต่ละกลุ่มต้องแตกต่างกันอยู่แล้ว เช่นกับเด็กอนุบาล เวลาที่จะอธิบายเค้าก็ต้องพูดคำพูดง่ายๆ เพราะเด็กยังเข้าใจอะไรที่ยากๆ ไม่ได้ อย่างเช่นเวลาเราอธิบายเราก็จะใช้คำพูดง่ายๆ เช่น เวลาที่กินลูกชิ้นแล้วลูกชิ้นมันตึงๆ อาจจะมีสารบอแรกซ์กินะดี ถ้าเป็นรุ่นที่โตมาหน่อยก็จะให้รายละเอียดที่มากขึ้นกว่านี้ แล้วเราก็จะมีกิจกรรมนันทนาการอื่นๆ แล้วพวกบอร์ดกิจกรรมต่างๆ เราก็จะมีรูปการ์ตูน รวมถึงการแต่งเพลงอีกด้วย...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราษฏร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 16 พฤศจิกายน 2550)

นอกจากนี้นักเรียนแกนนำ อย.น้อยยังใช้วิธีการโน้มน้าวใจในการชักชวนให้เด็กนักเรียนในโรงเรียนเข้าร่วมเป็นสมาชิกในชมรมหรือชุมนุม อย.น้อย การโน้มน้าวใจในการสร้างและการขยายเครือข่ายเพื่อหาแนวร่วมในการดำเนินกิจกรรม เช่น การออกไปทำกิจกรรม อย.น้อยสอนน้องตามโรงเรียนระดับประถมศึกษา การพูดคุยกับพ่อค้าแม่ค้าในการให้เลือกซื้อวัตถุดิบในการปรุงประกอบอาหารที่มีความปลอดภัย การที่ออกไปรณรงค์รอบๆ ชุมชน การชักชวนในการหาผู้สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในโรงเรียน เป็นต้น

5. กลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร

นักเรียนแกนนำและครูแกนนำได้มีการหาแนวร่วมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การติดต่อวิทยากรจากทางโรงพยาบาลให้เข้ามาอบรม การร่วมมือกับทางหน่วยงานต่างๆ ในการเข้าร่วมทัศนศึกษาในสถานที่ต่างๆ หรือการดำเนินกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายโรงเรียน อย.น้อย เพื่อพัฒนาโลกทัศน์และเสริมสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะช่วยให้การดำเนินการรณรงค์ในโครงการสามารถทำได้โดยราบรื่น ปราศจากอุปสรรค และเพิ่มโอกาสให้เกิดความประสบความสำเร็จในการดำเนินการรณรงค์ให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้

6. กลยุทธ์การกำหนดนโยบาย

ผู้วิจัยพบว่า ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีการกำหนดมาตรการต่างๆ ที่สนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยเพื่อช่วยในการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการมีพฤติกรรมการบริโภคที่ดี ทั้งในประเด็นด้านความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ สุขภาพและสุขลักษณะ เช่น การห้ามจำหน่ายน้ำอัดลมภายในโรงเรียน การจำหน่ายสินค้าที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย การตรวจสภาพโรงอาหารและห้องน้ำ อีกทั้งการตรวจสุขภาพของผู้ปรุงประกอบอาหาร เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพของบุคลากรต่างๆ ภายในโรงเรียนให้เกิดความยั่งยืน

สื่อที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

การศึกษาในเรื่องของสื่อที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น ผลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนาผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยสามารถสรุปถึงประเภทของสื่อ รูปแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอของสารที่ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยใช้ในการดำเนินกิจกรรม ได้ดังนี้ต่อไป

1. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

ประเภทของสื่อที่ทางโครงการ อย.น้อยใช้ในการดำเนินงานนั้น ผู้วิจัยพบว่ามี การใช้สื่อแบบผสมผสานในการรณรงค์ โดยเป็นการบูรณาการสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจในการดำเนินงาน

โดยจะเป็นการนำจุดเด่นของสื่อแต่ละประเภทมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมซึ่งประกอบด้วย สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจต่างๆ

“...เราก็มีการจัดทำป๊อปอัพ แผ่นพับ ป้ายเชิญชวน ป้ายเดินรณรงค์ ทำสื่อกิจกรรม แขนงนำจะทำพวก pop up ให้น้องอ่านเป็นโครงการ ซึ่งสามารถเอามาดูเป็นตัวอย่างได้ ไปปลิว แผ่นพับ ใบความรู้ ก็ด้วยกิจกรรมขนมติดดาวและอื่นๆ อีกมากมาย...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชฎรังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอธิบายการใช้สื่อประเภทต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ได้ดังนี้

1.1 สื่อบุคคล

ผู้วิจัยพบว่าการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้น ส่วนใหญ่นักเรียนแกนนำจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่หลักในการดำเนินกิจกรรม โดยจะมีการใช้สื่อเฉพาะกิจในการดำเนินกิจกรรมร่วมด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการขับเคลื่อนการรณรงค์โดยผ่านทางกิจกรรมนั้นจะใช้การให้ความรู้โดยใช้แนวทางสาระบันเทิง การโน้มน้าวใจ นอกจากนี้นักเรียนแกนนำยังเป็นผู้ตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหารอีกด้วย ซึ่งนักเรียนแกนนำเป็นผู้ที่ทำหน้าที่หลักในการดำเนินกิจกรรมในทุกขั้นตอน ทั้งนี้จะเห็นว่าการใช้สื่อบุคคลในการดำเนินกิจกรรมนั้นเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ การโน้มน้าวใจเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมารบริโภคได้มากที่สุด อีกทั้งยังเป็นผู้ทำหน้าที่ในการขอความร่วมมือและการสนับสนุน การดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ ทั้งทางด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ด้านการจัดกิจกรรมรณรงค์ รวมถึงการสร้างและการขยายเครือข่ายอีกด้วย

1.2 สื่อเฉพาะกิจต่างๆ

ผู้วิจัยพบการใช้สื่อเฉพาะกิจต่างๆ ที่ได้ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นประกอบไปด้วย สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจอื่นๆ ทั้งนี้สื่อส่วนหนึ่งก็จะมาจากการสนับสนุนของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และยังมีสื่อเฉพาะกิจบางชนิดที่ทางนักเรียนแกนนำได้จัดทำ

ขึ้นมาโดยเฉพาะ ซึ่งการใช้สื่อเฉพาะกิจในการดำเนินกิจกรรมนั้นส่วนมากจะใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการดำเนินการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำ ทั้งนี้สื่อเฉพาะกิจดังกล่าวยังมีความหลากหลายของรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอ อีกทั้งยังสร้างความน่าสนใจและดึงดูดชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับนักเรียนแกนนำอีกด้วย โดยตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจที่ผู้วิจัยพบในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของนักเรียนแกนนำ ได้แก่ สื่อประกอบการดำเนินกิจกรรมหน้าเสาธง, การจัดป้ายนิเทศหรือมุมความรู้, การจัดทำเอกสาร แผ่นพับ, สื่อประกอบการจัดนิทรรศการ, สื่อประกอบการเดินรณรงค์, การจัดกิจกรรมนันทนาการต่างๆ, การจัดโครงการส่งเสริมสุขภาพอื่นๆ ในโรงเรียน, การสร้างเครือข่ายและขยายผลสู่ชุมชน, การสร้างเว็บไซต์ชุมชนหรือชมรม อย.น้อย เป็นต้น

2. รูปแบบเนื้อหาของสารที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

รูปแบบเนื้อหาของสารที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น จากการวิเคราะห์เอกสารพบว่า ทางโครงการฯ ได้มีวิธีการนำเสนอในรูปแบบการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง โดยจะประกอบด้วย การให้ข้อมูลเชิงบวกและเชิงลบ แต่จะมีการเน้นการให้ข้อมูลเชิงลบมากกว่าการให้ข้อมูลเชิงบวกเช่นเดียวกับทางโครงการ อย.น้อย ซึ่งผู้วิจัยสามารถอธิบายการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง ได้ดังนี้

การดำเนินการจัดกิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการจะมีการใช้กลยุทธ์ด้านสารแบบการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง คือ แนวทางเชิงลบและแนวทางเชิงบวก โดยจะเน้นการใช้แนวทางเชิงลบมากกว่าแนวทางเชิงบวก ซึ่งเป็นการเน้นจุดจูงใจในรูปแบบของ Fear Appeal โดยจะเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงโดยใช้ความกลัว และมีการใช้วิธีการเน้นจุดจูงใจแบบ Rational Appeal ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงซึ่งเป็นเหตุเป็นผลกันอีกด้วย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นได้ใช้วิจารณญาณนำมาประกอบการตัดสินใจได้ว่า สิ่งใดที่ควรจะนำมาปฏิบัติกับตนเองเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสมหรือสิ่งใดควรจะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการมีพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม

3. วิธีการนำเสนอเนื้อหาในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

นักเรียนแกนนำและครูแกนนำใช้วิธีการนำเสนอเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายประเภทต่างๆ สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย โดย การออกแบบใบชี้ข้อความง่ายๆ หรือรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ทางด้านเนื้อหาในการนำเสนอ จะใช้ การสื่อให้เห็นถึงประโยชน์และโทษ จากการทำผิดกิจกรรมการบริโภคทั้งที่ถูกสุขลักษณะและไม่ถูกสุขลักษณะ อีกทั้งมี การนำเสนอถึงทางเลือกอื่นๆ เพื่อเป็นการเพิ่มแนวทางในการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและศักยภาพของผู้บริโภคอีกด้วย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อค้นพบและข้อสรุป

จากผลการวิจัยในเรื่องกลยุทธ์ในการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนาผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ร่วมกับการสังเกตการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ข้อสรุปถึงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การรณรงค์ และวิธีการใช้สื่อ รูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม โดยสามารถอธิบายตามประเด็นที่กล่าวไว้ ได้ดังนี้

กลยุทธ์การรณรงค์

ผู้วิจัยพบว่า ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการประยุกต์การใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม เป็นกรอบในการวางแผนและออกแบบแนวทางการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งนักเรียนแกนนำและครูแกนนำต่างก็ต้องการที่จะขยายความคิดในเรื่องของ ความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารผ่านทางการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า การวางแผนและการออกแบบแนวทางการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้มีการใช้ *กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์ และการจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย กลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร และกลยุทธ์การผลิตต้นนโยบาย* ซึ่งจะพบว่าภายใต้แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคมทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยมีการใช้วิธีการให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในประเด็นของกลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย อีกทั้งพบการใช้วิธีให้ความรู้โดยใช้แนวทางสาระบันเทิงและการ เน้นน้ำใจในประเด็นของกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายอีกด้วย

วิธีการใช้สื่อ รูปแบบเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่ใช้ในการดำเนินการรณรงค์

ในเรื่องของวิธีการใช้สื่อ รูปแบบและเนื้อหาของสาร ที่ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยใช้ในการดำเนินกิจกรรมนั้น พบว่ามีลักษณะที่ใช้ในการดำเนินการรณรงค์ ดังนี้

1. **การใช้สื่อแบบผสมผสาน** โดยการบูรณาการสื่อบุคคลร่วมกับสื่อเฉพาะกิจ ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน
2. **รูปแบบเนื้อหา** ทางโรงเรียนมีวิธีการนำเสนอในรูปแบบการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง โดยจะประกอบด้วย *การให้ข้อมูลเชิงบวกและเชิงลบ แต่จะมีการเน้นการให้ข้อมูลเชิงลบมากกว่าการให้ข้อมูลเชิงบวก* เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นได้ใช้วิจารณญาณในการพิจารณาด้วยตนเอง สิ่งใด

ที่ควรจะนำมาปฏิบัติกับตนเองเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสม หรือควรจะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการมีพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสมเช่นเดียวกับทางโครงการ อย.น้อย

3. **วิธีการนำเสนอ** ทางโรงเรียนมีการนำเสนอในรูปแบบของ การใช้ข้อความง่ายๆ รวมถึงการใช้รูปแบบที่หลากหลาย เพื่อที่จะสื่อให้เห็นถึงประโยชน์และโทษ อีกทั้งการนำเสนอถึงทางเลือกอื่นๆ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3: การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำ

ในเรื่องของการมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่โครงการ อย.น้อยนั้น ผู้วิจัยพบว่านักเรียนแกนนำเป็นผู้ทำหน้าที่หลักในการขับเคลื่อนการรณรงค์ผ่านทาง การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายของตนได้มีความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยและพัฒนาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายให้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ทั้งนี้ในเรื่องของการมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในแต่ละโรงเรียนนั้น ผู้วิจัยพบว่าลักษณะของการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำทั้ง 3 โรงเรียนมีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยถึงประเด็นของกระบวนการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ได้ดังต่อไปนี้

กระบวนการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำ

กระบวนการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ผู้วิจัยพบว่านักเรียนแกนนำมีส่วนร่วมอย่างมากในการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ทุกขั้นตอน ทั้งการมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพแวดล้อม, การมีส่วนร่วมในการวางแผน, การมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนา, การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนาและการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการพัฒนา นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าในการดำเนินการรณรงค์ อีกทั้งการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการในขั้นตอนต่างๆ นั้นได้เปิดโอกาสให้นักเรียนสามารถทำตามหน้าที่ที่ตนต้องการที่จะรับผิดชอบด้วยความสมัครใจ ซึ่งทำให้แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำนั้นมีรูปแบบการมีส่วนร่วมแบบสมบูรณ์

“...นักเรียนแกนนำทำเองทุกกระบวนการเลย คือให้เค้าทำเบ็ดเสร็จในตัวเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีมาก เพราะในอนาคตต่อไป ถ้าเด็กได้ทำอะไรที่ครบวงจร มันก็จะเกิดผลดีต่อนักเรียนเอง ซึ่งมีขั้นของการศึกษาสภาพแวดล้อม การวางแผน การดำเนินงานและการประเมินผลโดยมี ครูเป็นที่ปรึกษา แต่หลักๆ แล้วเป็นพวกเขาเอง...” (จรีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยม วัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...ครูเปิดโอกาสให้เค้าทำอย่างอิสระเลย ให้เค้าทำตามหน้าที่ ทำด้วยความสมัครใจที่จะทำ เพราะเป็นการสร้างวินัยให้นักเรียนด้วย เพราะ อย.น้อยมันไม่ได้เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคเพียงอย่างเดียว มันเป็นเรื่องที่ต้องซื่อสัตย์กับตัวเองในการทำงาน บางทีเด็กก็เอาไปพูดคุยให้

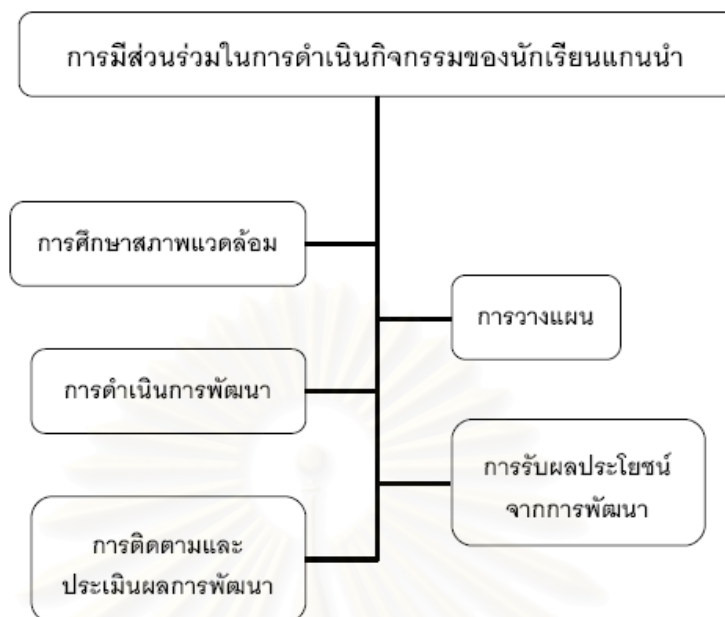
พ่อแม่พึ่งเกี่ยวกับตัวโครงการและเผยแพร่ไปสู่ชุมชน สามารถนำกลับไปซื้อหาอาหารกินเองได้ ...” (จรีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...นักเรียนแกนนำทำเยอะมาก ทุกขั้นตอนเลย วางแผน ดำเนินงาน หมดเลย ครูจะแค่ดูอยู่ห่างๆ เท่านั้นเอง แล้วก่อนทำก็มีการวางแผนกันก่อน ด้านการประสานงานความร่วมมือ ก็เป็นไปได้ด้วยดี เพราะเค้าทุ่มเทให้กับโรงเรียน นักเรียนทั่วไป ก็ให้ความร่วมมือกัน คนในชมรมก็ทุ่มเทกัน ก็คือก่อนทำก็มีการวางแผนกัน ระหว่างทำก็ช่วยกันคิด ช่วยกันผลิต สื่อที่ผลิตเอง ก็จะมีละคร เสี่ยงตามสาย ละครบทบาทสมมุติที่เราจัดทำขึ้นมา นิทรรศการ ป้าย แผ่นพับ...” (ชลดา เกื้อนเนาว์, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...นักเรียนแกนนำจะมีส่วนร่วมทุกขั้นตอนเลย ซึ่งจะมีการแบ่งเป็นฝ่ายๆ ซึ่งทุกฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันได้ ฝ่ายนั้นทำพวกนี้ก็จะมาช่วย พวกเขาจะไม่ทิ้งกัน คือ แกนนำก็ต้องรู้หมดทุกอย่าง ผอ.จะเป็นฝ่ายสนับสนุน เช่น เรื่องงบประมาณ การขออนุญาตให้ออกไปนอกโรงเรียน การประสานงาน อำนวยความสะดวก ขอให้ครูบอก ผอ.ก็จะเปิดทางให้ และครูแกนนำก็จะให้คำแนะนำต่างๆ เป็นที่ปรึกษา...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดมณราชบุรีรังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ก่อนทำเราจะมีการวางแผนกันก่อน มีการประชุม ระดมความคิดเห็น มอบหมายหน้าที่ มีการตรวจสอบอุปกรณ์ สารทดสอบ ขาดเหลืออะไรบ้าง ปฏิบัติทำหน้าที่ๆ ได้รับมอบหมาย หลังทำเสร็จก็มาประเมินกัน ทำวิจัยออกมา...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดมณราชบุรีรังสรรค์), **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 16 พฤศจิกายน 2550)

ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงรายละเอียดของการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในขั้นตอนต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 52: การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของนักเรียนแกนนำ

1. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพแวดล้อม

นักเรียนแกนนำเป็นผู้สำรวจสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนด้วยตนเอง ผ่านทางการสังเกต การสอบถามปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มบุคคลต่างๆ ซึ่งมีการตรวจสอบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา เพื่อที่จะได้เตรียมการวางแผนในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

2. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการวางแผน

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยพบว่า นักเรียนแกนนำมีการระดมความคิดเห็นในการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ประเด็นในการรณรงค์ มีการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานและผู้รับผิดชอบในฝ่ายต่างๆ มีการเตรียมค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการดำเนินกิจกรรม และหาแนวทางการดำเนินการปฏิบัติและการประเมินผลอีกด้วย โดยนักเรียนแกนนำจะมีการปรึกษาคูแกนนำหรือที่ปรึกษาโครงการที่เป็นแกนนำ อัย.น้อยปีที่แล้ว และมีการศึกษาแผนการดำเนินกิจกรรม อัย.น้อยในปีการศึกษาที่ผ่านมา ก่อนการดำเนินกิจกรรมในปีการศึกษานี้ อีกด้วย ซึ่งนักเรียนแกนนำจะเป็นผู้ที่กำหนดแผนการดำเนินงานด้วยตนเอง ซึ่งเมื่อมีการวางแผนสำเร็จเรียบร้อยแล้ว ก็จะมีการจัดทำเป็นรูปเล่มเตรียมที่จะนำเสนอต่อครูแกนนำของชุมนุมหรือชมรมเพื่อให้ครูแกนนำส่งต่อไปให้ผู้บริหารโรงเรียนอนุมัติการดำเนิน

กิจกรรมในโครงการ ซึ่งจะเห็นได้ว่านักเรียนแกนนำนั้นจะมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบายนั่นเอง

3. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนา

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยพบว่า นักเรียนแกนนำทำหน้าที่เป็นผู้คิด ผลิตสื่อและอุปกรณ์ต่างๆ ประกอบการรณรงค์ และยังเป็นผู้ดำเนินการรณรงค์ด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการให้ความรู้ การโน้มน้าวใจผ่านทางกรดำเนินกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการหางบประมาณและผู้สนับสนุนในการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งยังทำหน้าที่ในการบริหารจัดการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยด้วยตนเองอีกด้วย โดยในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของนักเรียนแกนนำนั้นจะอยู่ในความดูแลของครูแกนนำ ทั้งนี้นักเรียนแกนนำสามารถที่จะขอความช่วยเหลือจากครูแกนนำในการติดต่อขอความร่วมมือจากบุคคลภายนอก เช่น การขอวิทยากรจากโรงพยาบาลในการเข้ามาให้ความรู้ การขออนุญาตในการออกไปเดินรณรงค์ภายนอกโรงเรียน การขอสื่อสนับสนุนจากกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคหรือฝ่ายสิ่งแวดล้อมของสำนักงานเขต เป็นต้น ซึ่งการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของนักเรียนแกนนำนั้นจะอยู่ในรูปของกิจกรรมด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์, กิจกรรมด้านการรณรงค์, กิจกรรมด้านการตรวจสอบ การดูแลและการเฝ้าระวังและกิจกรรมด้านการสร้างและการขยายเครือข่าย

“...การมีส่วนร่วมของเด็กนะหรือ เด็กเป็นคนคิดเอง ทำเอง ครูแค่ช่วยเสริม เด็กทุกรุ่นเมื่อมีการทำโครงการเสร็จก็จะมีการบินที่ก เวลาเข้าที่ประชุมก็เอาแฟ้มบันทึกมา เวลาที่มีการประชุมเกี่ยวกับโรงอาหารก็มีการพูดคุยกับแม่ค้าที่ขายอาหาร เพื่อสุขลักษณะที่ดี...” (จวีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...ครูก็มีส่วนร่วมในการวางแผน แต่นักเรียนแกนนำเขาก็ทำเองกัน เราแค่ให้คำปรึกษาเขาอย่างเดียว แต่ถ้ามีปัญหาเขาก็ตามเราออกไปช่วยแก้ไขปัญหาเวลาออกไปนอกโรงเรียน...” (สาธิต ทองสม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชฎีรังสรรค์), สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ส่วนมากก็เกิดจากความคิดของเขา แนวคิดหลักเด็กเป็นคนเสนอแนะ เช่น เวลาจะนำเสนองานเด็กก็จะบอกว่าอยากจะได้แบบนี้ เช่น อยากแสดงละคร อยากเป็น นักข่าว อยากเป็นสทรยุทธ์เราก็หาเครื่องแต่งตัวให้เขา ส่วนเพลงแปลงเด็กก็จะแต่งมาแล้ว ร่วมกับครูนำศิลปะช่วยกันเรียบเรียงขึ้นมา...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียน วัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2550)



ภาพที่ 53: นักเรียนแกนนำช่วยกันผลิตสื่อในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

4. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา

ทางด้านผลประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้น ผลประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมจะตกอยู่กับทั้งตัวนักเรียนแกนนำ ครู นักเรียน บุคลากรในโรงเรียน ชุมชนใกล้เคียง ครอบครัวของนักเรียน รวมถึงร้านค้ารอบๆ โรงเรียน ตลาดสดและสถานที่อื่นๆ ที่นักเรียนแกนนำได้เข้าไปดำเนินการรณรงค์ ซึ่งจะเห็นว่าการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของทางนักเรียนแกนนำนั้นจะช่วยให้บริบทแวดล้อมที่ผ่านการดำเนินกิจกรรมเกิดการเอื้อต่อการพัฒนาพฤติกรรมและศักยภาพในการเป็นผู้บริโภคที่ดีอีกด้วย

5. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการพัฒนา

หลังจากที่ได้มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยแล้ว ผู้วิจัยพบว่าสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายและบริบทแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดีและสุขอนามัยที่ดี ทั้งนี้ นักเรียนแกนนำจะมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินกิจกรรมว่า แต่ละขั้นตอนเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้หรือไม่ ผลที่ได้นั้นก็เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่ทิศทางที่ได้มีการวางแผนเอาไว้ อย่างไรก็ตาม ซึ่งนักเรียนแกนนำก็จะร่วมกันทำการประเมินผลและจัดทำผลการดำเนินงาน เพื่อที่จะนำเสนอต่อครูแกนนำและผู้บริหารโรงเรียนเป็นประจำทุกปีการศึกษา อีกทั้งยังใช้ในการนำเสนอกระบวนการและผลการดำเนินงานในการเข้าร่วมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการนำผลการประเมินที่ได้มาใช้ในการพัฒนาแผนการดำเนินงานในปีการศึกษาต่อไป

จากกระบวนการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้น ผู้วิจัยพบว่านักเรียนแกนนำมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอย่างสมบูรณ์ทุกขั้นตอนตั้งแต่ขั้นแรกถึงขั้นสุดท้าย อีกทั้งยังพบว่านักเรียนแกนนำมีการใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเช่นกัน ซึ่งสามารถอธิบาย **ลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่นักเรียนแกนนำใช้ในการสื่อสารในการดำเนินกิจกรรม** ได้ดังนี้

1. ในการดำเนินการรณรงค์ของชุมชนหรือชมรม อย.น้อยจะเห็นว่านักเรียนแกนนำ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นในการที่จะศึกษาและมองในมุมมองที่หลากหลายเพื่อหาข้อสรุปในการดำเนินงานร่วมกัน อีกทั้งทำให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ในการดำเนินกิจกรรมจะมีการมองว่าทุกคนต่างก็มีศักยภาพของตนเอง ซึ่งมีการเปิดโอกาสให้แต่ละคนสามารถทำงานในสิ่งที่ตนเองถนัดและอยากจะทำ อีกทั้งสามารถโยกย้ายปรับเปลี่ยนเพื่อช่วยกันดำเนินงานในฝ่ายต่างๆ ได้อย่างอิสระ เพราะถือว่าทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน

3. มีการเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ได้แก่ ผู้ปกครอง พ่อค้าแม่ค้า บุคคลภายนอกโรงเรียน เด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา อีกทั้งการดำเนินงานร่วมกับบุคลากรของหน่วยงานที่สนับสนุนต่างๆ เช่น วิทยากร นอกจากนี้

บุคคลดังกล่าวก็สามารถเข้ามาให้คำแนะนำและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาแนวทางในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันได้

อย่างไรก็ตาม การรณรงค์โครงการ อย.น้อยผ่านทาง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น ปัจจัยสำคัญที่เอื้อให้การดำเนินการรณรงค์สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการก็คือ การมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำในการดำเนินกิจกรรมในขั้นตอนต่างๆ แล้วนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า การสนับสนุนจากปัจจัยทางด้านโรงเรียนและชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำ ครู นักเรียนในโรงเรียน รวมถึงผู้ปกครอง และคนในชุมชน ซึ่งเมื่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมก็จะช่วยเป็นส่วนสนับสนุนให้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 4: ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรค

จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนาผู้ให้ข้อมูลสำคัญของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบกับการสังเกตการณ์ ทำให้ผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งในภาพรวมของปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมในแต่ละโรงเรียนนั้น ส่วนมากจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันแต่ก็พบว่ามีบางส่วนที่มีลักษณะแตกต่างกันซึ่งก็ขึ้นอยู่กับบริบทแวดล้อมของการดำเนินกิจกรรมในแต่ละโรงเรียน ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องการที่จะอธิบายถึงปัจจัยทางด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรม เพื่อที่จะนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาแผนการดำเนินงานในการดำเนินโครงการ อย.น้อยในอนาคต

ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

ผู้วิจัยสามารถอธิบายในเรื่องปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย โดยจะทำการแบ่งปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จได้เป็น 3 ปัจจัยย่อย ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม ปัจจัยทางด้านโรงเรียน และปัจจัยทางด้านชุมชน โดยสามารถอธิบายตามปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม

1.1 การสนับสนุนและให้ความร่วมมือของบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยพบว่า การสนับสนุนและให้ความร่วมมือของบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านทาง การประสานความร่วมมือจากผู้บริหารโรงเรียนและครูแกนนำในการขอรับการสนับสนุนทั้งทางด้านงบประมาณหรือวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรม เช่น สื่อสนับสนุนต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรม ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร เจ้าหน้าที่สาธารณสุขในการเป็นวิทยากรให้ความรู้และให้คำแนะนำต่างๆ นั้น ทั้งหมดมีส่วนช่วยในการเป็นพลังสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งสิ้น ทั้งนี้ยังพบว่า หน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยประกอบไปด้วย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, ฝ่ายสิ่งแวดล้อมของสำนักงานเขต, โรงพยาบาลใกล้เคียง เป็นต้น

2. ปัจจัยทางด้านโรงเรียน

2.1 ผู้บริหารโรงเรียนมีวิสัยทัศน์ ให้การสนับสนุนและมีความสามารถในการบริหารงาน

ผู้วิจัยพบว่า ในการเริ่มต้นการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นผู้บริหารโรงเรียนก็เป็นอีกผู้หนึ่งที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาในเรื่องการบริโภคอาหารปลอดภัย ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภค จึงได้ดำเนินการอนุมัติให้มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียน อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ให้การสนับสนุนในการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินกิจกรรม การอำนวยความสะดวกในการทำจดหมายติดต่อเพื่อขอความร่วมมือและสนับสนุนกับบุคคลภายนอก การสนับสนุนให้มีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อบุคลากรในโรงเรียน และส่งเสริมให้บุคลากรภายในโรงเรียนสนใจและมีความร่วมมือในการปฏิบัติตามกิจกรรมของทางโครงการฯ โดยผ่านการกำหนดมาตรการหรือนโยบายเพื่อให้สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนเอื้อต่อการพัฒนาอีกด้วย

“...ผู้บริหารนะ มองเห็นความสำคัญของสุขภาพลักษณะภายในโรงอาหารมากๆ ซึ่งทำให้โรงอาหารสะอาด ร้านอาหารรอบๆ โรงเรียน สะอาดขึ้น ทำให้นักเรียนรู้จักเลือก

บริโภคอาหารมากขึ้น โรงอาหารดูโปร่ง ความร่วมมือในโรงเรียนมีมากขึ้นอีกด้วย...” (จรีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

2.2 ครูแกนนำมีความมุ่งมั่นและอุทิศตนในการทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนและรับผิดชอบหลักในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับนักเรียน

ผู้วิจัยพบว่า ครูแกนนำนั้นทำหน้าที่เป็นครูที่ปรึกษาในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยต่างๆ ทั้งการช่วยประสานงานกับผู้บริหารโรงเรียน ครูและนักเรียนภายในโรงเรียน อีกทั้งยังช่วยให้มีการสนับสนุนการจัดโครงการต่างๆ ในการรณรงค์เพื่อสร้างกระแสภายในโรงเรียน และช่วยประสานกับครูในโรงเรียนในเรื่องการขาดเรียนของเด็กนักเรียนแกนนำที่จำเป็นต้องออกไปทำกิจกรรมอีกด้วย นอกจากนี้ครูแกนนำก็ยังประสานงานติดต่อกับผู้สนับสนุนและหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วง และบางครั้งครูแกนนำก็ยังต้องออกไปดูแลนักเรียนที่ออกไปเดินรณรงค์ภายนอกโรงเรียนอยู่เสมอ ซึ่งผู้วิจัยยังพบว่าครูแกนนำในโครงการ อย.น้อยนั้นเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม และมีความสามารถในการติดต่อประสานงานและการให้คำแนะนำ มีความเสียสละทั้งแรงกายแรงใจและเวลาส่วนตัว ซึ่งสามารถบอกได้ว่าครูแกนนำมีจิตวิญญาณความเป็นครูที่ดีมากๆ ในการทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานของนักเรียนแกนนำ

2.3 นักเรียนแกนนำมีความสามารถในการบริหารจัดการการดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ผู้วิจัยพบว่า นักเรียนแกนนำที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อยไม่ว่าจะเป็นเด็กนักเรียนชายหรือเด็กนักเรียนหญิง พบว่าไม่มีความแตกต่างในเรื่องของการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย เพราะส่วนใหญ่ของนักเรียนแกนนำจะเป็นเด็กที่มีความสามารถในการนำเสนอ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าแสดงออก อีกทั้งยังสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี นอกจากนี้ยังเป็นเด็กที่ทำกิจกรรมอื่นๆ ภายในโรงเรียนอีกด้วย เพราะความสามารถในการดำเนินกิจกรรมของนักเรียนแกนนำที่ เป็นผู้ดำเนินการเองทุกกระบวนการ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทางด้านความรู้ ความตระหนักของบุคลากรภายในโรงเรียน นอกจากนี้ยังรวมถึงสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปหลังจากการ

ดำเนินกิจกรรม ซึ่งทั้งหมดนี้ก็เป็นผลที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมของนักเรียนแกนนำด้วยกันทั้งสิ้น

“...นักเรียนแกนนำจะมีการเสริมแรงที่ดีมากๆ มีการแลกเปลี่ยนความรู้กัน มีการทำงานเป็นระบบ มีการวางแผนงานเป็นระบบและการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องกันทุกๆ ปีเลย...” (ฤทัยวรรณ ศุภเกษร, รองผู้อำนวยการฝ่ายกลุ่มบริหารงานบุคคล โรงเรียนมัธยม วัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...เด็กน่าจะจะได้มากๆ เลยทั้งรู้เรื่องกินขนมกรูบกรอบอย่างไรให้ปลอดภัย เรื่องน้ำอัดลมต่างๆ ความสามัคคี ความคิดสร้างสรรค์ กล้าแสดงออก สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ได้ประสบการณ์โดยตรงเพิ่ม การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน กลับเอาไปใช้ในชีวิตประจำวัน สอนน้อง บอกครอบครัว มีความระมัดระวังมากขึ้น...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนาราชฎรังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

2.4 การมีส่วนร่วมและความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมของบุคลากรในโรงเรียน

ผู้วิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมและความร่วมมือของบุคลากร นอกเหนือจากผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำและนักเรียนแกนนำแล้ว ครูภายในโรงเรียน นักเรียนในโรงเรียน พี่เลี้ยงเด็ก นักการภารโรงและพ่อค้าแม่ค้าภายในโรงเรียน ก็มีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยเช่นกัน เช่น การให้ความร่วมมือในการตรวจสอบสุขภาพความสะอาดของมือและภาชนะ การตรวจสอบวัตถุดิบในการปรุงประกอบอาหารต่างๆ นอกจากนี้ครูภายในโรงเรียนยังมีการช่วยกันร่างและออกแบบแผนการบูรณาการการเรียนการสอนของเนื้อหาในกิจกรรม อย.น้อยเข้าไปในบทเรียน ใบงานและการบ้านต่างๆ ซึ่งถือเป็นการปลูกฝังให้นักเรียนได้ทราบถึงการมีพฤติกรรมบริโภคที่ดีและมีคุณภาพ ทำให้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จอย่างรวดเร็ว

“...เราก็มีการสอบถามน้องๆ ว่าเคยเจอสิ่งผิดปกติอย่างนี้ในอาหารมั้ย ก็เจอบ้างแต่น้อยลง เราจึงรู้ว่าวิธีนี้ ทำให้น้องๆ ได้รับความปลอดภัย โรงอาหารเราก็สะอาด ทำ

ให้ทุกคนในโรงเรียนมีความภาคภูมิใจในสิ่งที่เราทำให้โรงเรียนดีขึ้น...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...คนในโรงเรียนก็ให้ความร่วมมือดี มีนักเรียนบางกลุ่มก็ให้ความร่วมมือดี ก็อย่างว่าเด็กมันเยอะ บางกลุ่มก็ไม่ค่อยให้ความร่วมมือ พ่อค้าแม่ค้า ก็ให้ความร่วมมือดี เช่น ในการที่จะตรวจสอบโรงอาหารให้วันจันทร์ เค้าก็เตรียมวัตถุดิบในการปรุงอาหารให้เราตรวจ เค้าก็จะใส่ถุง แพ็คๆ ไว้ให้เรา และเด็กก็ไปรับมาตรวจสอบโดยการใช้น้ำยาต่างๆ เช่น การตรวจบอแรกซ์ สารกันรา สารปนเปื้อนบนเขียง แบททีเรียต่างๆ ตรวจมือ ซ้อนจาน เค้าก็ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี...” (สมจิตต์ แก้วอำไพ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...ทุกคนก็ให้ความร่วมมือปรับเปลี่ยนพฤติกรรม แต่พอเราได้รางวัล ทุกคนก็ยิ่งให้ความร่วมมือมากขึ้น อีกทั้งผู้บริหารก็ดีขึ้น เด็กก็ภูมิใจ ผู้บริหารก็ยอมรับมากขึ้น...” (เจริญสุข คงชาติ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...ปัจจัยสำคัญก็คือตัวนักเรียนเอง เค้าก็จะมีใจรักและคิดที่จะทำ ส่วนอื่นก็จะ เป็นครูที่เป็นส่วนช่วย แล้วก็รวมไปถึงผู้บริหารที่เค้าเห็นความสำคัญ รวมไปถึงชุมชนใกล้ๆ ที่เค้าบอกต่อๆ กันว่า โรงเรียนนี้ทำกันอย่างจริงจัง ซึ่งหลายๆ ฝ่ายก็มีความร่วมมือกันดี มากๆ...” (ชลดา เกื่อนเนาว์, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียน อัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

2.5 การดำเนินกิจกรรมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินกิจกรรมและการพัฒนาการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยอย่างต่อเนื่องนั้น ช่วยส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางด้านการเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ, การพัฒนาสุขภาพ สุขอนามัยและพฤติกรรมบริโภคทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนมีความต่อเนื่อง และเพิ่มโอกาสของการประสบความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรม ซึ่งผู้วิจัยพบว่าการดำเนินกิจกรรมและการพัฒนาแผนการดำเนินงานต่างๆ ในแต่ละปี การศึกษา จะมีการอ้างอิงผลการประเมินการดำเนินกิจกรรมเมื่อปีการศึกษาที่ผ่านมา อีกทั้งยังมีการปรึกษาที่ปรึกษาโครงการถึงการพัฒนาการดำเนินกิจกรรมให้ประสบ

ความสำเร็จมากยิ่งขึ้น รวมถึงการดำเนินกิจกรรมนั้นยังมีประเด็นของการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน เพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้การดำเนินการโครงการอื่นๆ ร่วมกับกิจกรรม อย.น้อย เช่น เรื่องเด็กไทยไม่กินหวาน เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ก็เป็นการต่อยอดให้การดำเนินกิจกรรมแต่ละกิจกรรมเกิดผลสำเร็จมากขึ้นอีกด้วย

3. ปัจจัยทางด้านชุมชน

3.1 ผู้ปกครองและชุมชนมีความเข้าใจและให้ความร่วมมือในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม

ผู้ปกครองและชุมชนเป็นอีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยได้ออกไปขยายผลโดยใช้การเดินรณรงค์ในสถานที่ต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า เมื่อกลุ่มนี้ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของความปลอดภัยด้านอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพก็มีการนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้ในการเลือกซื้อวัตถุดิบในการปรุงประกอบอาหารและช่วยบอกต่อและขยายผลไปสู่กลุ่มเป้าหมายอื่นๆ อีกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าพ่อค้าแม่ค้าบางรายก็มีการนำวัตถุดิบต่างๆ มาให้นักเรียนแกนนำ อย.น้อยตรวจสอบให้อีกด้วย อย่างไรก็ตามทางด้านผู้ปกครองนั้น ผู้ปกครองก็จะเห็นบุตรหลานของตนเองมีใบงานการบ้านหรือการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อยต่างๆ ซึ่งก็มีการทำความเข้าใจในการเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์บริโภค การสังเกตเครื่องหมายของทางกระทรวงสาธารณสุขร่วมกับนักเรียน อีกทั้งผู้ปกครองของนักเรียนแกนนำบางคนยังให้การสนับสนุนทางด้านงบประมาณในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยอีกด้วย

“...ภายนอกโรงเรียน ก็ให้ความร่วมมืออยู่แล้ว เพราะเค้าต้องพึ่งเด็กโรงเรียนเรา ถ้าดูข้างนอก มันเป็นเรื่องที่ค่อนข้างสะอาด...” (เจริญสุข คงชาติ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...การที่ได้ออกไปรณรงค์ ได้เพิ่มความใกล้ชิดของชุมชนจะมากขึ้น เวลาออกไปคนเค้าจะได้ให้ความร่วมมือกับเรามากขึ้น ข้างนอกเค้าจะได้รู้ว่า มีหน่วยงานตรงนี้นะ เค้าจะได้ปรับปรุงสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ของเค้าซึ่งก็ส่งผลต่อเราด้วย...” (วีรวัฒน์ สุวรรณศรี, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

ผู้วิจัยสามารถอธิบายในเรื่องปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย โดยจะใช้การแบ่งปัจจัยที่เป็นอุปสรรคความสำเร็จได้เป็น 3 ปัจจัยย่อย ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม ปัจจัยทางด้านโรงเรียน และปัจจัยทางด้านชุมชน โดยสามารถอธิบายตามปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม

1.1 การไม่ได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการสัมภาษณ์ครูแกนนำ ผู้วิจัยพบว่า โรงเรียนบางโรงเรียนที่ออกไปขอความร่วมมือและการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ แล้วทางหน่วยงานบอกว่าไม่มี ซึ่งบางครั้งหน่วยงานดังกล่าวได้มองว่าทางโรงเรียนนั้นสามารถซื้อเองได้ แต่เมื่อโรงเรียนอื่นๆ ไปขอกลับได้รับการสนับสนุนมา ซึ่งก็เป็นการทำให้ทางโรงเรียนที่ได้ถูกการปฏิเสธขาดขวัญและกำลังใจในการดำเนินกิจกรรมต่อไป

1.2 ความไม่สอดคล้องในการบริหารจัดการระหว่างกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร ศึกษานิเทศก์กับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยพบว่า ช่วงเวลาในการจัดสรรงบประมาณของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร ศึกษานิเทศก์ จะออกมาในแต่ละปีงบประมาณซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี แต่ทางโรงเรียนนั้นมีการเริ่มต้นปีการศึกษาในช่วงเดือนพฤษภาคม ทำให้การจัดสรรสื่อสนับสนุนต่างๆ ไม่สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมในโรงเรียนเท่าที่ควร ซึ่งจะเห็นว่าปีงบประมาณนั้นจะออกมาในช่วงของภาคเรียนที่ 2 ของทางโรงเรียน ก็จะทำให้ช่วงภาคเรียนที่ 1 นั้นทางโรงเรียนได้รับงบประมาณในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมไม่เพียงพอเท่าที่ควร

2. ปัจจัยทางด้านโรงเรียน

2.1 สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนเป็นอุปสรรคต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

ผู้วิจัยพบว่า โรงเรียนบางโรงเรียนยังมีการจัดจำหน่ายน้ำอัดลมภายในโรงเรียนอยู่ เนื่องจากยังติดสัญญาการประมูลซึ่งก็ส่งผลเสียต่อการดำเนินการรณรงค์ อย่างไรก็ตามทางโรงเรียนได้เตรียมการที่จะดำเนินการต่อหลังจากที่สัญญาการประมูลนี้หมด ซึ่งก็คือการยกเลิกการจำหน่ายน้ำอัดลมภายในโรงเรียน หรือบางที่ภายในโรงอาหารยังมีการจำหน่ายอาหารจำพวกของทอด อาหารขยะต่างๆ อีกด้วย ซึ่งส่งผลทำให้นักเรียนภายในโรงเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคเป็นอาหารว่างระหว่างวันได้ นอกจากนี้ยังมีการจัดจำหน่ายไอศกรีม ขนมไทยต่างๆ ที่มีปริมาณน้ำตาลสูง ซึ่งส่งผลกระทบต่อการปรับเปลี่ยนเพื่อไปสู่พฤติกรรมการบริโภคที่ดี

2.2 การดำเนินกิจกรรมกระทบกับการเรียนการสอน

จากการสังเกตการณ์ ผู้วิจัยพบว่าเวลาในการดำเนินกิจกรรมจะกินชั่วโมงเรียนของนักเรียนแกนนำ ทั้งนี้หน้าที่หลักของนักเรียนก็จะเป็นการศึกษาหาความรู้ โดยมีกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนเป็นกิจกรรมเสริมเท่านั้น นอกจากนี้บางโรงเรียนก็มีจำนวนชั่วโมงเรียนที่มากซึ่งกว่าจะหมดเวลาเรียนก็ประมาณ 17.00 น. แถมเมื่อเลิกเรียนแล้วก็ต้องมีการเตรียมการดำเนินกิจกรรม อด.น้อยอีก ทำให้นักเรียนแกนนำมีกิจกรรมหลายอย่างที่จำเป็นต้องทำเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียน ซึ่งทำให้เด็กเสียโอกาสทางการเรียนและการทำกิจกรรมอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์อีกด้วย

“...ส่วนในเรื่องที่เด็กต้องขาดเรียนเค้าก็รับผิดชอบที่จะไปตามเพื่อนให้ทัน ก็คงมีบ้าง บางทีเด็กออกมาบ่อย เสียการเรียน บางทีถ้าขาดเรียนในวิชานั้นๆ ก็จะถูกมองว่าในแง่ไม่ได้...” (ชลดา เกื้อนเนาว์, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เวลาน้อย เพราะเราต้องเรียนบางครั้งก็ต้องขาดชั่วโมงเรียน มาตามงาน เพราะเราต้องทำงาน เข้า กลางวัน เย็น บางคนก็ต้องรีบกลับบ้านไปเรียนพิเศษ บางครั้ง

ต้องไปเข้าค่าย 5 วัน ก็ต้องขาดเรียน...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), สัมภาษณ์กลุ่ม, 16 พฤศจิกายน 2550)

2.3 ความร่วมมือของบุคลากรในโรงเรียน

จากการสนทนากลุ่มนักเรียนแกนนำ ผู้วิจัยพบว่า การขอความร่วมมือของบุคลากรในโรงเรียนบางครั้ง เช่น กรณีของนักเรียนแกนนำก็จะมีภาระงานกันบ้าง เพราะบางคนก็ไม่อยากทำหรือการมีความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกัน แต่ก็สามารถที่จะหาข้อสรุปและแก้ไขปัญหานี้ได้ นอกจากนี้ปัญหาที่พบส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องของนักเรียนในโรงเรียน ซึ่งบางคนก็ไม่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมหรือมีการทิ้งขยะ ไม่เก็บภาชนะใส่อาหารบ้าง ไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำที่ได้ติดประกาศไว้ตามที่ต่างๆ บางคนก็ไม่ใส่ใจต่อพฤติกรรมกรรมาการบริโภคของตนเอง

“...บางครั้งเพื่อนๆ ก็ไม่ให้ความร่วมมือ คนไหนที่รับผิดชอบก็ทำไป ใครไม่รับผิดชอบก็ไม่ต้องทำ บางทีก็แบ่งงานกันไม่รู้เรื่อง วิธีแก้ไขก็คือจะแบ่งกลุ่มกันใหม่และจำกัดจำนวนคนลงไป บางทีเพื่อนส่วนมากสนใจการเรียนมากกว่าและบางคนก็ขี้เกียจทำ...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์กลุ่ม, 12 พฤศจิกายน 2550)

2.4 งบประมาณและการสนับสนุน

ในเรื่องของงบประมาณและการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม ผู้วิจัยพบว่าทุกโรงเรียนมีงบประมาณอย่างจำกัด ซึ่งไม่เพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรม เช่น ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร สื่อต่างๆ วิทยากรในการให้ความรู้ นอกจากนี้อุปกรณ์บางอย่าง เช่น ชุดทดสอบสารปนเปื้อนบางตัวมีราคาแพงหรือบางที่สารปนเปื้อนบางตัวมีอายุการใช้งานที่ค่อนข้างสั้น ซึ่งบางที่สารนั้นอาจหมดอายุก่อนถึงโรงเรียนอีกด้วย อีกทั้งงบประมาณที่ได้รับจากการสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ มีไม่เพียงพอทำให้ต้องหางบประมาณเพิ่มเติมในการดำเนินกิจกรรมกันเอง นอกจากนี้การอนุมัติในการขอการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐก็ยังไม่ใช้ระยะเวลาสั้น

“...งบประมาณที่เราได้ไม่พอ ในส่วนของการแข่งขัน ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เราออกไป ทำพวกสื่อหรือประชาสัมพันธ์ตามโรงเรียน การหาเครือข่าย พลัดเรื่อง หรือของรางวัล ก็อาจจะต้องออกไปหาสปอนเซอร์หรือไม่ก็ลงขันกัน เช่น บางงานนักเรียนคิดกันขึ้นมาเอง แล้วเราบอกเค้าไปว่าเราไม่มีงบนะ เรายังไม่ได้ห้ามอะไรเค้า แต่ต้องหางบกันเอง ซึ่งถ้าเค้าอยากทำก็ต้องทุ่มทุนกัน ซึ่งน้องๆ ก็ลงขันกันเองเยอะ...” (ชลดา เตือนเนาวิ, หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

3. ปัจจัยทางด้านชุมชน

3.1 สภาพแวดล้อมภายนอกโรงเรียนเอื้อต่อการมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่เหมาะสม

จากการสัมภาษณ์นักเรียนแกนนำ ผู้วิจัยพบว่าร้านค้าบริเวณภายนอกโรงเรียน เมื่อได้รับความรู้จากการเดินรณรงค์ของนักเรียนแกนนำ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของน้ำมันทอดซ้ำ เครื่องสำอางปลอม การซื้อวัตถุดิบในการปรุงประกอบอาหารแล้วก็ไม่ทำการปรับปรุงแก้ไขปัญหาดังกล่าวหรือมีการปรับปรุงในช่วงแรกๆ ซึ่งก็จะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคซึ่งส่วนใหญ่ก็เป็นนักเรียนที่เป็นลูกค้า ซึ่งทางโรงเรียนก็ไม่สามารถดำเนินการอะไรได้ เนื่องจากอยู่นอกเขตบริเวณโรงเรียนแล้วก็เป็นที่ดินส่วนบุคคล นอกจากนี้เวลาหลังเลิกเรียนของทุกโรงเรียน ก็จะมีพ่อค้าแม่ค้าเข็นรถเข็นหรือไม่ก็เป็นนั่งร้านมาขายอาหารต่างๆ ให้กับนักเรียน ซึ่งได้แก่ ขนมต่างๆ น้ำอัดลม ลูกชิ้นทอด ผลไม้ ขนมโตเกียว ของปิ้งย่างต่างๆ ซึ่งก็พบว่านักเรียนจำนวนมากก็ยังมีการซื้อสินค้าต่างๆ อยู่ ยกเว้นโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) ที่ส่วนใหญ่พ่อค้าแม่ค้าก็จะเป็นผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียน อีกทั้งยังมีการตั้งขายอยู่แถวๆ บริเวณวัดซึ่งทางโรงเรียนก็สามารถชี้แจงให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการขายได้ ถ้าหากไม่ปฏิบัติตาม เจ้าอาวาสก็จะช่วยพูดตักเตือนให้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีพ่อค้าแม่ค้าบางกลุ่มไม่ให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมการทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร โดยถามกลับมามีว่า “มายุ่งอะไรไม่ใช่เรื่อง” หลังจากนั้นนักเรียนแกนนำจึงมาแจ้งให้ครูแกนนำทราบเพื่อที่จะมาอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรมพวกเขาจึงเข้าใจ

“...ผู้ประกอบการบางคนก็ไม่ให้ความร่วมมือ แล้วก็บอกว่าทำไมต้องไปยุ่งกับเขา ซึ่งเราก็บอกเขาไปว่าที่สั่งทำเพราะมันเป็นความปลอดภัยของนักเรียน นักเรียนเราก็ถามเขาว่าถ้าหากเขาไปหาอาหารทานข้างนอกถ้าเราเจออาหารที่ไม่ปลอดภัยเขาจะรู้สึกอย่างไร...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...ปัญหาที่คือรอบๆ โรงเรียน เราไม่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ 100% เราก็จะใช้วิธีบอกเด็กว่าควรเลือกซื้ออาหารยังไง ถ้าเขาเป็นอาหารแปลกๆ เขาก็จะซื้อ เราก็ไปพูดกับเขามากไม่ได้ มันก็อยู่ที่เด็กของเราเอง...” (สาธิต ทองสม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราชนิเวศน์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...ร้านค้านอกโรงเรียนก็จะเป็นผู้ปกครอง คุยง่าย อีกทั้งวัดก็เป็นคนดูแลด้วย ถ้าร้านไหนมีอาหารหมักดองหรือไม่มีประโยชน์ ก็จะบอกวัด ให้วัดพูด เพราะว่าจะพูดได้ง่ายกว่าครู เจ้าอาวาสพูด เจ้าจะเชื่อมากกว่าครู ถ้าไม่เชื่อฟังกัน เราก็จะไม่ให้ขาย...” (วิมลพิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราชนิเวศน์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...แม่ค้าในชุมชนไม่ให้ความร่วมมือ คนไทยมีลักษณะค่อนข้างเห็นแก่ตัว คิดแต่ว่าจะขายอะไรง่าย ๆ ไว้ก่อน ที่สำคัญเลยก็คือพวกแม่ค้าเร่ เราจะตามไม่ได้ เช่นพวกปั่นจักรยานขายผักลูกชิ้น พอเขาปั่นมาขายแล้วเราตรวจสอบเจอพวงนี้เราก็อาจไม่เจอก็ได้ หรือถ้าเขารู้ว่าเราตรวจเข้มเขาก็ไม่มาซะเลย เราก็ไม่สามารถบอกให้เขาแก้ไขได้...” (สาธิต ทองสม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัดนราชนิเวศน์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

3.2 ผู้ปกครองบางส่วนมีทัศนคติต่อเรื่องของการบริโภคไม่เหมาะสม

ผู้ปกครองบางคนเห็นว่าบุตรหลานของตนอยู่ในวัยเจริญเติบโต จึงตามใจให้เด็กรับประทานอาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปล่อยให้เด็กกินจุบจิบ ซึ่งไม่ตระหนักถึงความสำคัญของอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัย ซึ่งก็ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สมควรต้องแก้ไขที่ตัวผู้ปกครองด้วย

“...พฤติกรรมกรรมการบริโภคของเด็กก็ดีขึ้นระดับหนึ่ง แต่ก็มีบ้างเพราะนิสัยการกินของพ่อแม่ อาจจะเป็นผลมาจากที่บ้าน ซึ่งบางทีเด็กไม่ยอมทำอย่างที่พ่อแม่บอก แต่ก็ต้องทำ ยิ่งตอนนี้การลดความอ้วนระบาดมาก บางคนกินแต่นมอย่างเดียว ก็ท้องเสีย มันก็เป็นค่านิยมของสังคม ซึ่งมันก็เป็นอะไรที่ยากที่เราจะเข้าไปดูแล เพราะว่าพ่อแม่บอกเค้ายังไม่เชื่อ กับเราคงจะเปลี่ยนแปลงกันยาก...” (เจริญสุข คงชาติ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์**, 27 พฤศจิกายน 2550)

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนาผู้รับผิดชอบการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ในประเด็นของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อโครงการ อย.น้อย **ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ได้ดังนี้**

1. ทุกโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย เห็นว่าโครงการนี้เป็นโครงการที่ดี และมีประโยชน์มากในการที่สามารถให้เด็กพัฒนาศักยภาพของตนเองและไปสู่พฤติกรรมบริโภคที่เหมาะสม รู้เท่าทันในการบริโภค อีกทั้งยังช่วยให้เกิดความร่วมมือภายในโรงเรียนระหว่างนักเรียนแกนนำรุ่นเก่าและรุ่นปัจจุบัน เพราะจะช่วยให้การดำเนินกิจกรรมมีความสม่ำเสมอและเกิดการพัฒนาให้มีความยั่งยืน

“...การทำกิจกรรมต้องทำสม่ำเสมอ ต้องฝึกเด็กใหม่ๆ มาต่อยอดกับรุ่นเก่า ต้องมีการถ่ายทอดสืบทอดกันไป ต้องทำให้เข้มแข็งกว่านี้...” (สมจิตต์ แก้วอำไพ, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...เราคิดว่าเป็นโครงการที่ดี สามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้มากๆ...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...เป็นโครงการที่ดี ถ้าทุกคนได้ทำอย่างจริงจัง ก็จะทำให้เยาวชนของชาติมีสุขภาพที่ดี และต่อไปในอนาคตก็จะเป็นประชาชน พลเมืองที่ดี ปลอดภัยการเจ็บไข้ ได้ป่วย ไม่ต้องรักษา...” (ดวงหทัย เปลี่ยนดี, ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

2. การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียนนั้นควรที่จะใช้การสร้างการกระตุ้นให้เด็กภายในโรงเรียน เกิดการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมจากนิทรรศการหรือป้ายนิเทศต่างๆ เช่น การให้

เด็กสรุป วิเคราะห์จัดทำรายงานในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม อย.น้อยให้มากขึ้น เพื่อที่จะให้เด็กเกิดการพัฒนาทางด้านความคิดและการปฏิบัติ

“...สื่อในการประชาสัมพันธ์มันเกี่ยวข้องกับการเรียนด้วย ครูเมื่อมีการทำการเรียนสอนแล้ว เมื่อมีการทำชิ้นงานก็ควรจะรู้จักโชว์เป็นนิทรรศการมีกิจกรรม มีรางวัลแจก และบางทีในการเรียนการสอน ก็มีบอร์ดน่าสนใจเยอะแยะ ซึ่งก็มีเรื่องให้ค้นคว้าเยอะ แต่ก็อาจจะรู้เพียงผิวเผิน เช่น ครูให้เด็กทำรายงาน แล้วครูก็ไม่ตรวจ ควรจะให้เด็กมีการนำเสนอว่าสิ่งที่เค้าทำเป็นอะไร แล้วส่งกลับคืนไปให้อ่านบอร์ดแล้วสรุปใจความสำคัญอย่างน้อยก็ให้เด็กผ่านตา ได้เขียน คิดมากขึ้น...” (ฤทัยวรรณ ศุภเกษร, รองผู้อำนวยการฝ่ายกลุ่มบริหารงานบุคคล โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

3. โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการอยากให้ทางกระทรวงสาธารณสุขช่วยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการให้การสนับสนุนและเอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ภายในโรงเรียน เช่น การประสานงานเพื่อให้มีมาตรการต่างๆ ที่ลดและเลิกการจัดจำหน่ายอาหารที่ไม่มีประโยชน์ภายในโรงเรียน อีกทั้งอยากให้มีการสนับสนุนในเรื่องสื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมให้มากกว่าปัจจุบัน นอกจากนี้ควรให้มีหน่วยงานเข้ามาช่วยในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนมากขึ้น

“...อยากให้กระทรวงสาธารณสุข มีการประสานงานให้อาหารที่ไม่มีประโยชน์ ออกไปจากรร. และอยากให้มีความอะไรก็ได้ที่ให้ประโยชน์กับเด็กมากที่สุด และควรจะมีทลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืน หรือละเมิดให้รุนแรงและจริงจัง อยากให้เด็กในอนาคตเป็นเด็กที่ปลอดภัยจะได้เป็นผู้ใหญ่ ที่มีคุณภาพ แต่มันยากเพราะเราก็อัพเดทยาก อยากให้มีการสนับสนุนในเรื่องของอุปกรณ์ในการทดสอบอาหารเพิ่มมากขึ้น...” (จวีรัตน์ พิกุลแย้ม, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2550)

“...อยากให้หน่วยราชการ เข้ามาพบผู้บริหาร เพื่อที่จะได้มีระบบการจัดการที่ดี เพราะตอนนี้ไม่มีใครจัดเข้าหมวดหมู่ เป็นระบบที่ถูกต้อง ดังนั้นคนก็เลยไม่ค่อยเห็นความสำคัญ แต่ที่จริงมันเรื่องอย่างนี้มันก็ผ่านเข้ามาในชีวิตประจำวันของเราตลอด ทุกอย่าง แต่เรามองข้ามมันไป...” (วีรวัฒน์ สุวรรณศร, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...อยากให้ อย. สนับสนุนสารทดสอบที่มีราคาแพง เพื่อที่โรงเรียนจะได้ขยายผลสู่ชุมชน เพื่อที่ชุมชนจะได้เกิดความเข้าใจมากขึ้นในเรื่องของสารปนเปื้อนที่ทำให้เกิดอันตราย จะได้รับรู้จัก การกินการบริโภคที่ไม่มีสารปนเปื้อน...” (ดวงหทัย เปลี่ยนดี, ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒน ราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

“...อยากให้ทาง อย. สนับสนุน งบประมาณในการทำกิจกรรม โดยลงมาที่โรงเรียน โดยตรง เพราะบางทีบจะไม่ลงมาถึงโรงเรียน...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัด ยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

4. ในด้านกิจกรรมการสร้างและการขยายเครือข่าย อย.น้อยนั้น พบว่าครูแกนนำและ นักเรียนแกนนำอยากให้มีการจัดการฝึกอบรม การเข้าค่ายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการ ดำเนินกิจกรรมกับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียนอื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งจากการที่ได้ออกไปประกวด โรงเรียน อย.น้อยดีเด่นก็ทำให้นักเรียนมีการเปิดโลกทัศน์มากขึ้น สร้างมิตรภาพกับเพื่อนที่ร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมในลักษณะเดียวกันทั่วประเทศ

“...อยากให้มีการจัดการเข้าค่าย เพราะเราเรียนอย่างเดียว อยากออกไปทำกิจกรรมข้าง นอกบ้าง ไปให้ความรู้ตามต่างจังหวัดก็ได้...” (นักเรียนแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตา ราม, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 12 พฤศจิกายน 2550)

“...กิจกรรมการประกวดเราสนุกมากๆ เหมือนกับเราไปเปิดหูเปิดตา ว่าเค้ามีอะไรบ้าง หลายๆ อย่างที่เราไม่มี เราก็ได้เอามาปรับปรุง เปลี่ยนแปลง พัฒนาโรงเรียนเราบ้าง...” (นักเรียน แกนนำ อย.น้อย โรงเรียนอัสสัมชัญ, **สัมภาษณ์กลุ่ม**, 27 พฤศจิกายน 2550)

“...อยากให้มีเป็นค่ายเยาวชนเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นเครือข่าย อย. น้อยทั่วประเทศ เพื่อ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน...” (วิมล พิศเพ็ง, ครูแกนนำ อย.น้อย โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒน ราษฎร์รังสรรค์), **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2550)

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึง กลยุทธ์การรณรงค์ของโครงการ อย.น้อย กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย อีกทั้งยังศึกษาถึง ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่ร่วมโครงการ อย.น้อย ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ซึ่งจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดกลุ่มสนทนา โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผู้รับผิดชอบการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ในส่วนของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 2 คน

ส่วนที่ 2 บุคลากรของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ อย.น้อยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำและนักเรียนแกนนำในโรงเรียน รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 46 คน โดยแบ่งเป็นผู้บริหารโรงเรียนจำนวน 3 คน ครูแกนนำจำนวน 6 คน และนักเรียนแกนนำจำนวน 37 คน

โดยโรงเรียนที่ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษานั้นเป็นโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาที่ได้เข้าร่วมกับโครงการ อย.น้อย อีกทั้งยังเป็นโรงเรียนที่ได้รับรางวัลจากการประกวด “โรงเรียน อย.น้อยดีเด่น” ในระดับเขตกรุงเทพมหานครประจำปี 2550 ซึ่งครอบคลุมถึงโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) และสังกัดสำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร (กทม.) รวมจำนวน 3 โรงเรียน ซึ่งได้แก่ โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม โรงเรียนอัสสัมชัญ และโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ในการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยจะแบ่งการสรุปผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ภาพรวมของโครงการ อย.น้อย

ส่วนที่ 2 โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

ส่วนที่ 1: ภาพรวมของโครงการ อย.น้อย

โครงการ อย.น้อย เป็นโครงการรณรงค์ทางด้านสุขภาพเชิงรุกโครงการหนึ่งของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีการรณรงค์คู่ขนานไปพร้อมๆ กับการรณรงค์โครงการอาหารปลอดภัย โดยโครงการ อย.น้อยนั้นมุ่งเน้นการรณรงค์เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้มแข็ง โดยเน้นที่ตัวเด็กและเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาทั่วประเทศ อีกทั้งมุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อให้เด็กและเยาวชนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการรณรงค์ในโครงการผ่านทาง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน โดยทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการรณรงค์โครงการฯ จะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานพันธมิตรต่างๆ ในการสนับสนุนสื่อและอุปกรณ์ต่างๆ ในการรณรงค์เบื้องต้น นอกจากนี้การรณรงค์ในกิจกรรม อย.น้อยยังช่วยสร้างและขยายเครือข่ายในการแลกเปลี่ยน เผยแพร่ความรู้ ข้อมูลต่างๆ ให้แก่ครอบครัว ชุมชนและระหว่างโรงเรียนอีกด้วย ซึ่งประเด็นและวัตถุประสงค์หลักที่ทางกระทรวงสาธารณสุขได้มีการริเริ่มการรณรงค์โครงการ อย.น้อยก็เพราะต้องการให้เด็กเกิดความรู้ ความตระหนัก มีทัศนคติและพฤติกรรมที่เอื้อต่อการบริโภคอาหารปลอดภัย ซึ่งมีการเน้นในประเด็นเรื่อง 1. การคุ้มครองผู้บริโภค, 2. การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัย, 3. สิทธิของผู้บริโภค และ 4. การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

แผนการดำเนินงานโครงการ อย.น้อย

โครงสร้างการทำงานของโครงการ อย.น้อย จะประกอบไปด้วยบุคลากรจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมอนามัย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) และนักวิชาการจากหลายๆ สาขาวิชา ซึ่งจะใช้ความร่วมมือในการวางแผนและออกแบบโครงการ โดยทุกฝ่ายตกลงความ

ร่วมมือในการบูรณาการการทำงานร่วมกันบนพื้นฐานอำนาจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่เป็นระบบ มีความยั่งยืนและการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน โดยทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารโรคจะเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการ ออย.น้อยและทำหน้าที่ในการวางแผนการดำเนินโครงการ ออย.น้อย ซึ่งสามารถอธิบายแผนการดำเนินงานในโครงการ ออย.น้อยได้ดังนี้

1. การศึกษา ค้นคว้า วิจัย พัฒนาและผลิตองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

โดยการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการต่างๆ ของกระทรวงสาธารณสุข รวมถึงการประเมินสถานการณ์ต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้เป็นเนื้อหาในการผลิตสื่อต่างๆ เพื่อที่จะใช้ในการเผยแพร่ การกำหนดรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการรณรงค์ในโครงการร่วมกัน

2. การกำหนดเกณฑ์ รูปแบบและวิธีการดำเนินการรณรงค์รวมถึงการหาเครือข่ายสนับสนุนการทำงานโครงการ

เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ ได้มีความเข้าใจในการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน และหาเครือข่ายในการสนับสนุนการทำงานโครงการทางด้านต่างๆ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการดำเนินโครงการ

3. การดำเนินการรณรงค์ การสร้างกระแสและผลักดันสังคม

เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาพฤติกรรมการบริโภค การสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ผลิต ผู้สัมผัสและผู้ประกอบอาหาร อีกทั้งให้เกิดการสร้างกระแสและผลักดันให้เกิดการตื่นตัวในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกสุขลักษณะ การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพและเกิดการขยายผลของโครงการจากโรงเรียนสู่ครอบครัวและชุมชน โดยผ่านการรณรงค์ผ่านทางสื่อต่างๆ

4. การสร้างการมีส่วนร่วมและการเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มเป้าหมายและเครือข่าย

โดยการเอื้อให้เกิดการสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะใช้การสนับสนุนและจัดสภาพให้เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง นอกจากนี้เครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มก็จะมีความเข้มแข็งและสามารถพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การบริหารและจัดการการดำเนินงาน

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่ได้ตั้งเอาไว้ และมีความพร้อมในการที่จะสามารถปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างยืดหยุ่น

6. การประเมินผล การพัฒนาและปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน

เพื่อที่จะศึกษาถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินโครงการในภาพรวม รวมถึงเพื่อให้เกิดการพัฒนา การปรับเปลี่ยนต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับวาระที่ต้องการที่จะนำเสนอต่อไป ซึ่งจะใช้ทั้งวิธีการประเมินตนเองและการประเมินจากแหล่งภายนอก นอกจากนี้ยังนำผลการประเมินข้อคิดเห็นและข้อควรปรับปรุงที่ได้มาใช้ในการพัฒนาในการดำเนินงานทางด้านต่างๆ ในอนาคต

กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินการโครงการ อย.น้อย

โครงการ อย.น้อยมีการอาศัยกลยุทธ์ต่างๆ ในการขับเคลื่อนการรณรงค์ เพื่อให้ตัวโครงการได้รับการตอบรับ มีกระบวนการดำเนินโครงการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงเพื่อให้การดำเนินโครงการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ อีกทั้งเพื่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพที่มีความยั่งยืน โดยกลยุทธ์ที่ทางโครงการ อย.น้อยใช้ในการดำเนินโครงการ มีดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การประสานความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและภาคประชาชน

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมีการใช้กลยุทธ์นี้เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพที่มีความยั่งยืนและสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานรณรงค์ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการดำเนินงานจะใช้วิธีการขับเคลื่อนความร่วมมือในการดำเนินงานไปพร้อมๆ กันระหว่างภาควิชาการและภาคประชาชน นอกจากนี้เมื่อต่างฝ่ายต่างดำเนินงานตามบทบาทของตนแล้วก็ยังมีการป้อนข้อมูลไปกลับระหว่างกันในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างยืดหยุ่น ซึ่งสามารถอธิบายถึงความร่วมมือในการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อย โดยแยกตามบทบาทและหน้าที่ของภาควิชาการและภาคประชาชนได้ดังต่อไปนี้

ด้านภาควิชาการก็จะมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทำหน้าที่ในการสร้างองค์ความรู้ในประเด็นที่ทางโครงการต้องการรณรงค์ อีกทั้งสร้างกฎ ระเบียบหรือแนวทางต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์เพื่อกำหนดโครงสร้างระบบกลไกเพื่อให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงและพัฒนาทางด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งเพื่อให้เกิดแก้ปัญหาและสนับสนุนการทำงานของภาคประชาชน

ด้านภาคประชาชนนั้นก็จะเป็นผู้ขับเคลื่อนการรณรงค์ในโครงการซึ่งโครงการ อย.น้อยนั้นต้องการให้เด็กนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาทั่วประเทศเป็นตัวเอกในการรณรงค์ด้วยตนเอง ทางโครงการ อย.น้อยจึงมีการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนโดยภาควิชาการจะทำการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านความคิด ทักษะและพฤติกรรมเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ทางโครงการต้องการ นอกจากนี้ยังเอื้อให้นักเรียนแกนนำเกิดการสร้างและการขยายเครือข่ายการดำเนินกิจกรรมในโครงการอีกด้วย

2. กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้มีการนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการวางแผนและออกแบบแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการรณรงค์โครงการ อย.น้อยวัตถุประสงค์หลักคือ การที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดความรู้ ทัศนคติและมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องของการเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยและเผยแพร่ความรู้ อีกทั้งยังสามารถหาแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียน ครอบครัวและชุมชนได้ ทั้งนี้การวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อสังคมในโครงการ อย.น้อย ประกอบไปด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ทางโครงการ อย.น้อย ได้มีการวางแผนและออกแบบโครงการในรูปของการสร้างประเด็นหรือแนวคิดในการแก้ปัญหาจากการมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่ปลอดภัยและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค โดยมีการออกแบบแนวคิดของตัวโครงการ อย.น้อยที่จะสื่อออกมาเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงประโยชน์ มีความพึงพอใจในโครงการรวมถึงการแปลงแนวคิดให้ออกมาเป็นรูปธรรมผ่านทางโลโก้ของโครงการ ทั้งนี้โครงการ อย.น้อยออกแบบมาเพื่อที่จะตอบโจทย์ของวัตถุประสงค์ในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันและการพัฒนาพฤติกรรมและศักยภาพผู้บริโภค

2.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ทางโครงการ อย.น้อยได้มีการกำหนดแนวคิดและประเด็นในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ในเบื้องต้น อีกทั้งยังมีการผลิตสื่อและอุปกรณ์ที่สามารถพร้อมนำไปใช้ได้ทันที ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อลดค่าเสียโอกาส เวลา พลังงาน และจิตใจของทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อีกทั้งต้องการที่จะสื่อให้เห็นถึงค่าเสียโอกาส จากการป้องกันและดูแลสุขภาพนั้นย่อมเป็นสิ่งที่ดีกว่าการรักษาโรคหลังจากมีอาการผิดปกติจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัย

2.3 กลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย

โครงการ อย.น้อยนั้น ได้มีการกำหนดช่องทางการจัดส่งผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่ออำนวยความสะดวกเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้โดยง่าย โดยใช้การจัดวางผลิตภัณฑ์ผ่านทางหน่วยงานเครือข่ายที่สนับสนุนการทำงานของโครงการ เพื่อที่จะลดความซับซ้อนของการเข้าถึงและความแตกต่างทางด้านต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคนั้นยังมีหน้าที่ในการวางแผนงานโครงการ การจัดสภาพในการดำเนินงานให้มีความเหมาะสม การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการ การหาพันธมิตร การให้คำแนะนำในการดำเนินการรณรงค์ในโครงการอีกด้วย

2.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

การดำเนินโครงการ อย.น้อยนั้นจะใช้การรณรงค์โดยการนำเสนอความรู้ ความเข้าใจและเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ซึ่งทางโครงการ อย.น้อย มีการออกแบบรูปแบบและเนื้อหาของสารและสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้พบว่า การให้ความรู้ที่ทางโครงการ อย.น้อยใช้นั้น ออกมาในรูปแบบของการประยุกต์ในเรื่องของการให้ความรู้ผสมการให้ความบันเทิง นอกจากนี้ก็ยังมีมีการใช้การสร้างจุดดึงดูดต่างๆ ทั้งจากความน่าสนใจของประเด็นที่ต้องการที่จะนำเสนอ หรือรูปแบบของการรณรงค์ผ่านทางกิจกรรมต่างๆ โดยใช้วิธีการโน้มน้าวใจเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้ามาร่วมทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น การจัด Day Camp, การประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สามารถช่วยให้เกิดการสร้างและการขยายเครือข่ายการดำเนินโครงการ ผ่านทางการดำเนินกิจกรรมร่วมกันระหว่างโรงเรียน

2.5 กลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร

โครงการ อย.น้อยได้มีการหาแนวร่วมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงแนวทางการดำเนินงาน อีกทั้งมีส่วนร่วมในการ

พัฒนาตัวโครงการฯ และรับผลประโยชน์ร่วมกัน โดยการสนับสนุนนั้นส่วนใหญ่จะออกมาในรูปแบบของทรัพยากร เช่น งบประมาณต่างๆ

นอกจากนี้ทางโครงการฯ ได้ใช้วิธีการนำเสนอเนื้อหาทั้งในลักษณะของข้อความ รูปภาพ ซึ่งถ่ายทอดออกมาผ่านเหตุการณ์จริงหรือผ่านผู้ที่เคยประสบกับปัญหาเหล่านั้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม อีกทั้งยังพบการใช้วิธีนำเสนอให้เห็นถึงประโยชน์และผลที่ได้จากการมีพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสม รวมถึงการใช้วิธีการนำเสนอทางเลือกอื่นๆ ที่จะสามารถดึงความสนใจกลุ่มเป้าหมายไปยังประเด็นอื่น เช่น การรณรงค์การออกกำลังกาย อีกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยสรุปได้ว่า โครงการ อย.น้อยยังได้ใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมเป็นกรอบในการวางแผนและออกแบบแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทางโครงการ อย.น้อยต้องการที่จะขยายความคิดในเรื่องของความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนในขั้นตอนต่างๆ ซึ่งมีการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร ซึ่งจะพบว่าภายใต้แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคมทางโครงการ อย.น้อยมีการใช้วิธีการให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในประเด็นของกลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย อีกทั้งพบการใช้วิธีให้ความรู้โดยใช้แนวทางสารbeneitingและการโน้มน้าวใจในประเด็นของกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

ในเรื่องของการรณรงค์นั้นประเด็นของประเภทของสื่อและรูปแบบเนื้อหาของสารที่ทางโครงการใช้ในการดำเนินงานรณรงค์นั้น พบว่าทางโครงการ อย.น้อยมีวิธีการใช้สื่อแบบผสมผสานโดยการบูรณาการการใช้สื่อมวลชนร่วมกับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้สื่อต่างๆ สามารถสนับสนุนในการดำเนินงานซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการรณรงค์ในโครงการอีกด้วย ส่วนเนื้อหาที่ใช้ในการรณรงค์ในโครงการนั้น พบว่าทางโครงการได้มีการนำเสนอนำเสนอในรูปแบบการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง โดยจะประกอบด้วยการให้ข้อมูลเชิงบวกและเชิงลบ แต่จะมีการเน้นการให้ข้อมูลเชิงลบมากกว่าการให้ข้อมูลเชิงบวก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นได้ใช้วิจารณญาณในการพิจารณาด้วยตนเอง ว่าสิ่งใดที่ควรจะนำมาปฏิบัติกับตนเองเพื่อให้เกิดพฤติกรรมบริโภคที่เหมาะสม หรือควรหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการมีพฤติกรรมบริโภคที่ไม่เหมาะสม

อย่างไรก็ตามสรุปผลการวิจัยในส่วนที่ 1 ซึ่งแสดงถึงภาพรวมของโครงการ อย.น้อยนั้นยังมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดของการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น, กรอบแนวคิดในการดำเนินการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น และแนวทางการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น ซึ่งกิจกรรมนี้ถือว่าเป็นกิจกรรมเด่นกิจกรรมหนึ่งของการดำเนินโครงการ อย.น้อย ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เป็นการขยายกระบวนการและผลการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อย โดยเป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้กลุ่มนักเรียนเป้าหมายได้เกิดการแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์และการปฏิบัติ การทำงานร่วมกันกับผู้อื่น การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และการเพิ่มแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ และยังมีการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์กับเพื่อนใหม่ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งทำให้โครงการ อย.น้อยเกิดการขยายเครือข่ายมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2: โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

ในการศึกษาวิจัยโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยนั้น ส่วนใหญ่ทางโรงเรียนที่ผู้วิจัยทำการศึกษานั้น มีความพร้อมในการดำเนินกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องทางด้านสุขภาพก่อนการนำโครงการ อย.น้อยเข้ามาในโรงเรียนอยู่แล้ว อีกทั้งทั้งครูแกนนำและนักเรียนแกนนำยังได้รับการอบรมในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมในโครงการ อย.น้อยเบื้องต้น จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอีกด้วย อย่างไรก็ตามยังมีความแตกต่างในเรื่องของความเป็นมาของโครงการ อย.น้อยในโรงเรียน อีกทั้งสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความแตกต่างในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในแต่ละโรงเรียน

กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยในแต่ละโรงเรียนจะมีการใช้ชื่อเรียกที่แตกต่างกัน แต่มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการรณรงค์ที่คล้ายคลึง นอกจากนี้ชมรมหรือชุมนุมที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนแต่ละโรงเรียนก็ยังมีลักษณะร่วมกัน ดังนี้

1. มีโครงสร้างชมรมหรือชุมนุมที่แน่นอน
2. มีนักเรียนเป็นสมาชิกไม่น้อยกว่า 30 คน
3. มีครู อาจารย์เป็นที่ปรึกษาไม่น้อยกว่า 2 คน
4. ผู้บริหารโรงเรียนให้การสนับสนุนงบประมาณและคำแนะนำในการดำเนินงาน
5. มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ

กระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น มีการใช้การสื่อสารในการรณรงค์ร่วมกับการบริหารจัดการการรณรงค์ที่ดีและมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยสนับสนุนการดำเนินการรณรงค์ให้เกิดความสำเร็จ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการเอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทั้งทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภค การรู้เท่าทันเรื่องอาหารปลอดภัย อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการเป็นผู้บริโภคที่ดี ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพต่อกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามลักษณะของกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์ซึ่งผ่านทาง การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์และมีความแตกต่างจากกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการโครงการอื่นๆ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เน้นให้ภาคประชาชนทำการเคลื่อนไหวและขับเคลื่อนการรณรงค์ด้วยตนเอง ซึ่งในที่นี้ภาคประชาชนก็คือนักเรียนแกนนำ โดยใช้การสื่อสารในรูปแบบของการเผยแพร่เอกสารรณรงค์ ซึ่งยังเป็นการที่ฝึกประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมภายนอกห้องเรียน ฝึกให้เด็กนักเรียนรู้จักคิด วิเคราะห์ วางแผนและดำเนินการปฏิบัติต่างๆ ด้วยตนเองร่วมกับการผสมผสานความรู้ที่ได้รับจากภายในห้องเรียน เพื่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคที่ดี อีกทั้งยังเกิดการเป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็งในการดำเนินชีวิตอีกด้วย

นอกจากนี้ยังสามารถสรุปกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น ประกอบไปด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การเตรียมความพร้อมของโครงสร้างการดำเนินงาน
2. การวางแผนการปฏิบัติงาน
3. การดำเนินการปฏิบัติและการปรับเปลี่ยนตามแผนการปฏิบัติงาน
4. การตรวจสอบและการประเมินผลการปฏิบัติงาน
5. การปรับปรุงและพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน

โดยขั้นตอนในกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์ จะประกอบไปด้วยขั้นตอนย่อยต่างๆ อย่างไรก็ตามในการดำเนินงานรณรงค์ในแต่ละปีนั้น จะมีการใช้ข้อมูลป้อนกลับในการพัฒนาแผนการดำเนินงานรณรงค์ในแต่ละต้นปีการศึกษาอีกด้วย ซึ่งสามารถสรุปถึง

รายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โดยสังเขป ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมความพร้อมของโครงสร้างการดำเนินงาน

เป็นขั้นตอนแรกในการปูพื้นฐานการดำเนินกิจกรรม อย. น้อยในโรงเรียน เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจที่จะดำเนินกิจกรรม อย. น้อยในโรงเรียนหรือไม่ อย่างไร ถ้าหากตัดสินใจว่าจะมีการดำเนินกิจกรรมนี้ก็จะมีการเตรียมพร้อมในขั้นตอนอื่นๆ ตามมา โดยในขั้นตอนนี้ประกอบด้วยขั้นตอนย่อยต่างๆ ดังนี้

- 1.1 การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพปัญหา
- 1.2 การระดมความคิดเห็นของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
- 1.3 การประชุมเพื่อร่างแผนการปฏิบัติงานและสร้างความเข้าใจร่วมกัน
- 1.4 การร่างแผนการปฏิบัติงานและปฏิทินปฏิบัติงาน

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนการปฏิบัติงาน

เป็นการเริ่มเข้าสู่การดำเนินกิจกรรม อย. น้อยในเบื้องต้น โดยนักเรียนแกนนำและครูแกนนำจะเริ่มทราบดีว่าตนเองมีวัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินกิจกรรมหรือวางแผนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ไว้อย่างไร โดยในขั้นตอนนี้จะประกอบไปด้วยขั้นตอนย่อยต่างๆ ดังนี้

- 2.1 การจัดทำโครงการเพื่อขออนุมัติ
- 2.2 การจัดทำแผนการปฏิบัติงาน
 - 2.2.1 พิจารณาเหตุผลและความจำเป็น
 - 2.2.2 กำหนดวัตถุประสงค์
 - 2.2.3 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
 - 2.2.4 กำหนดประเด็นในการรณรงค์
 - 2.2.5 จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินกิจกรรม
 - 2.2.6 กำหนดแผนปฏิบัติงานหรือปฏิทินปฏิบัติงาน
 - 2.2.7 กำหนดแนวทางการดำเนินงานหรือกิจกรรม
 - 2.2.8 กำหนดระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรม
 - 2.2.9 กำหนดงบประมาณและค่าใช้จ่าย
 - 2.2.10 กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล
- 2.3 การติดตามการดำเนินงาน
- 2.4 การกำหนดแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา

2.5 การประชาสัมพันธ์การดำเนินกิจกรรมเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการปฏิบัติและการปรับเปลี่ยนตามแผนการปฏิบัติงาน

เป็นขั้นตอนที่เป็นการเริ่มดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของทางโรงเรียน โดยผ่านการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามแผนการปฏิบัติงานที่ได้วางเอาไว้ ซึ่งอาศัยการสื่อสารในการเป็นกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการปรับเปลี่ยนเพื่อไปสู่พฤติกรรมที่พึงประสงค์ โดยในขั้นตอนนี้จะประกอบไปด้วยขั้นตอนย่อยต่างๆ ดังนี้

3.1 การติดต่อขอความร่วมมือและการสนับสนุน

3.2 การจัดการสัมมนา อบรมและจัดกิจกรรมเพื่อเตรียมความพร้อม

3.3 การดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์

3.3.1 กิจกรรมด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

3.3.1.1 กิจกรรมหน้าเสาธง

3.3.1.2 การจัดรายการเสียงตามสายในโรงเรียน

3.3.1.3 การจัดรายการที่วิวกจรปิดภายในโรงเรียน

3.3.1.4 การจัดป้ายนิเทศ

3.3.1.5 การจัดทำเอกสาร แผ่นพับ

3.3.1.6 การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีอื่นๆ

3.3.2 กิจกรรมด้านการรณรงค์ ประกอบไปด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

3.3.2.1 การจัดนิทรรศการ

3.3.2.2 การเดินรณรงค์

3.3.2.3 การประกวดผลงานนักเรียน

3.3.2.4 การจัดกิจกรรมนันทนาการ

3.3.3 กิจกรรมด้านการเรียนรู้แบบบูรณาการ ประกอบไปด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

3.3.3.1 การบูรณาการกับกลุ่มสาระการเรียนรู้

3.3.3.2 การจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

3.3.3.3 การจัดโครงการส่งเสริมสุขภาพในโรงเรียน

3.3.3.4 การจัดทัศนศึกษาตามแหล่งเรียนรู้ต่างๆ

3.3.4 กิจกรรมด้านการจัดโครงการและการนำเสนอผลงาน

3.3.5 กิจกรรมด้านการตรวจสอบ การดูแลและการเฝ้าระวัง ประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

3.3.5.1 การตรวจสอบคุณภาพของอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพใน

โรงเรียนและชุมชน

3.3.5.2 การตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร

3.3.5.3 การเฝ้าระวังคุณภาพอาหารในโรงเรียนและนำเสนอผลการตรวจสอบ

3.3.5.4 การตรวจสอบสุขาภิบาลอาหารในโรงเรียนและชุมชน

3.3.5.5 การตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพตามที่อยู่อาศัย

3.3.6 กิจกรรมด้านการสร้างและการขยายเครือข่าย ประกอบไปด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

3.3.6.1 การจัดอบรมเสริมความรู้

3.3.6.2 การสร้างเครือข่ายและขยายผลสู่ชุมชน

3.3.6.3 การสร้างเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3.3.6.4 การเข้าร่วมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น

3.4 การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการดำเนินการรณรงค์

3.4.1 การมีมาตรการในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

3.4.2 การมีมาตรการในการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์สุขภาพภายในและภายนอกโรงเรียน

3.4.3 การจัดสภาพแวดล้อมเพื่อให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบและการประเมินผลการปฏิบัติงาน

เป็นการตรวจสอบผลการดำเนินงานและการประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรม อย.น้อย โดยในขั้นตอนนี้จะประกอบไปด้วยขั้นตอนย่อยต่างๆ ดังนี้

4.1 การจัดทำกรอบการประเมิน

4.2 การจัดทำเครื่องมือในการประเมิน

4.3 การรวบรวมข้อมูล

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.5 การสรุปผลการดำเนินกิจกรรม

4.6 การตรวจสอบปรับปรุงคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 5 การปรับปรุงและพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน

เมื่อได้ทำการตรวจสอบและการประเมินผลการปฏิบัติงานแล้ว ก็จะนำผลที่ได้มีการเปรียบเทียบกับการปฏิบัติงานที่ผ่านมาเพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมและพัฒนาแผนการปฏิบัติงานเพื่อใช้ในคราวต่อไป โดยในขั้นตอนนี้จะประกอบไปด้วยขั้นตอนย่อยต่างๆ ดังนี้

- 5.1 การปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม
- 5.2 การวางแผนการปฏิบัติงานในระยะต่อไป
- 5.3 การจัดรวบรวมข้อมูลทำสารสนเทศ

กลยุทธ์การรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ

กลยุทธ์ที่ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย เพื่อให้การรณรงค์ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้ พบว่ามีการใช้กลยุทธ์การรณรงค์ ดังต่อไปนี้

ครูแกนนำและนักเรียนแกนนำได้มีการนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการวิเคราะห์วางแผนและออกแบบวิธีการดำเนินงานรณรงค์ เพื่อให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นต้องการที่จะสื่อในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภค ความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

นักเรียนแกนนำจะร่วมกับครูแกนนำในการออกแบบแนวคิด แนวการปฏิบัติให้เหมาะสมกับประเด็นที่ทางโรงเรียนได้มีการวางแผนเอาไว้ซึ่งก็คือ ประเด็นของการคุ้มครองผู้บริโภค ความปลอดภัยด้านอาหาร การพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมไปสู่ในทิศทางที่พึงประสงค์ โดยนักเรียนแกนนำได้มีการกำหนดประเด็นในการรณรงค์ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการรณรงค์ ซึ่งประกอบไปด้วยประเด็นเรื่องอาหาร ยา เครื่องสำอาง สุขภาพและสุขอนามัย โดยในการกำหนดกลยุทธ์นี้ยังมีการออกแบบให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นถึงประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับ และช่วยในการแก้ไขความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ ให้อยู่ในรูปแบบที่เป็นรูปธรรมในการดำเนินการรณรงค์อีกด้วย

2. กลยุทธ์ด้านราคา

นักเรียนแกนนำต้องการที่จะสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นว่า การป้องกันและดูแลสุขภาพนั้นย่อมเป็นสิ่งที่ดีกว่าการที่จะต้องตามมารักษาโรคหลังจากมีอาการผิดปกติจากการมีพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ปลอดภัย โดยกลยุทธ์ด้านราคาจะเป็นเรื่องของค่าเสียโอกาส เวลา พลังงานและจิตใจ นอกจากนี้นักเรียนแกนนำยังมีการประยุกต์สื่อที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการ ออย.น้อยมาใช้ในการดำเนินการรณรงค์ผ่านทาง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ อีกด้วย รวมถึงการที่ทางโรงเรียนมีการจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม เพื่อให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการจัดโครงการอื่นๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม ออย.น้อย ก็ถือว่าเป็นการลดต้นทุนทางด้านพลังงานในการที่จะให้กลุ่มเป้าหมายในโรงเรียนเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเช่นกัน

3. กลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย

นักเรียนแกนนำมีการวางแผนและการวางรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานที่ต่างๆ อีกทั้งในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ นักเรียนแกนนำมีการอำนวยความสะดวกให้กลุ่มเป้าหมายของตนได้สามารถเข้าถึงประเด็นในการคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัย และแนวทางการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาศักยภาพในการบริโภคของตนเองผ่านทางรณรงค์ การสร้างและการขยายเครือข่าย พร้อมทั้งให้คำแนะนำและการสนับสนุนทางด้านความรู้และทรัพยากรกับบุคลากรหรือหน่วยงานที่ต้องการการสนับสนุนอีกด้วย

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

นักเรียนแกนนำมีการใช้กิจกรรมหลายๆ ประเภท อีกทั้งยังมีการออกแบบสื่อและเนื้อหาต่างๆ ที่ใช้ในการนำเสนอให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ซึ่งสื่อที่ใช้ในการรณรงค์มีการใช้สื่อที่ได้รับการสนับสนุนจากทางโครงการ ออย.น้อยและสื่อที่ทางนักเรียนแกนนำได้ผลิตขึ้นเอง และเพื่อเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ของทางโรงเรียนเกิดความสนใจ ทั้งนี้ในการให้ความรู้ นั้น ทางนักเรียนแกนนำและครูแกนนำมีการประยุกต์การให้ความรู้ผ่านการนำเสนอในรูปแบบของสาระบันเทิง พร้อมทั้งยังใช้วิธีการโน้มน้าวใจในการชักชวนให้เด็กนักเรียนในโรงเรียนเข้าร่วมเป็นสมาชิกในชมรมหรือชุมนุม ออย.น้อย อีกทั้งยังใช้การโน้มน้าวใจในการสร้างและการขยายเครือข่ายเพื่อหาแนวร่วมในการดำเนินกิจกรรมอีกด้วย

5. กลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร

นักเรียนแกนนำและครูแกนนำได้มีการหาแนวร่วมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาโลกทัศน์ เสริมสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะช่วยให้การดำเนินการรณรงค์ในโครงการฯ สามารถทำได้โดยราบรื่น ปราศจากอุปสรรค และเพิ่มโอกาสให้เกิดความประสบความสำเร็จในการดำเนินการรณรงค์

6. กลยุทธ์การกำหนดนโยบาย

ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ มีการกำหนดมาตรการต่างๆ ที่สนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย เพื่อช่วยในการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการมีพฤติกรรมการบริโภคที่ดี อีกทั้งทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพของบุคลากรต่างๆ ภายในโรงเรียนให้มีความยั่งยืน

นอกจากนี้ยังพบว่า นักเรียนแกนนำได้ใช้วิธีการนำเสนอเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายประเภทต่างๆ สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย โดยการออกแบบเนื้อหาโดยใช้ข้อความง่ายๆ หรือรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ทางด้านเนื้อหาในการนำเสนอมีการใช้การสื่อให้เห็นถึงประโยชน์และโทษจากการที่มีพฤติกรรมการบริโภคทั้งที่ถูกสุขลักษณะและไม่ถูกสุขลักษณะ อีกทั้งยังมีการนำเสนอถึงทางเลือกอื่นๆ เพื่อเป็นการเพิ่มแนวทางในการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนา การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคอีกด้วย

ทั้งนี้จากผลการวิจัยในเรื่องของกลยุทธ์การรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการพบว่า ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ประยุกต์การใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมเป็นกรอบในการวางแผนและออกแบบแนวทางการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งนักเรียนแกนนำและครูแกนนำต่างก็ต้องการที่จะขยายความคิดในเรื่องของความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ผ่านทางการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งการวางแผนและการออกแบบแนวทางการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้มีการกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย กลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร และกลยุทธ์การผลักดันนโยบาย ซึ่งจะพบว่าภายใต้แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคมทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย มีการใช้วิธีการให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในประเด็นของกลยุทธ์ด้านการวางผลิตภัณฑ์และ

การจำหน่าย อีกทั้งพบการใช้วิธีการให้ความรู้โดยใช้แนวทางสาระบันเทิงและการโน้มน้าวใจในประเด็นของกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายอีกด้วย

ในเรื่องของการรณรงค์นั้น ประเด็นของประเภทของสื่อและรูปแบบเนื้อหาของสารที่ทางนักเรียนแกนนำใช้ในการดำเนินกิจกรรมนั้น พบว่ามีการใช้สื่อแบบผสมผสานในการดำเนินกิจกรรม โดยการบูรณาการสื่อบุคคลร่วมกับสื่อเฉพาะกิจ ส่วนเนื้อหาที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมพบว่านักเรียนแกนนำและครูแกนนำ มีวิธีการนำเสนอในรูปแบบการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทาง โดยจะประกอบด้วยการให้ข้อมูลเชิงบวกและเชิงลบ แต่จะมีการเน้นการให้ข้อมูลเชิงลบมากกว่าการให้ข้อมูลเชิงบวก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นได้ใช้วิจารณญาณในการพิจารณาด้วยตนเอง ว่าสิ่งใดที่ควรจะนำมาปฏิบัติกับตนเองเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสม หรือควรจะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการมีพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสมเช่นเดียวกับทางโครงการ อย.น้อย

การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำ

นักเรียนแกนนำมีส่วนร่วมอย่างมากในการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ทุกขั้นตอน ทั้งการมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพแวดล้อม, การมีส่วนร่วมในการวางแผน, การมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนา, การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการพัฒนา ซึ่งพบว่าในการดำเนินการรณรงค์และการบริหารจัดการรณรงค์โครงการในขั้นตอนต่างๆ นั้นได้เปิดโอกาสให้นักเรียนสามารถทำตามหน้าที่ที่ตนต้องการที่จะรับผิดชอบด้วยความสมัครใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำมีลักษณะรูปแบบการมีส่วนร่วมแบบสมบูรณ์ ซึ่งสามารถอธิบายถึงรายละเอียดของการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำในขั้นตอนต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการศึกษาสภาพแวดล้อม

นักเรียนแกนนำเป็นผู้สำรวจสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนด้วยตนเอง โดยผ่านทางการสังเกต การสอบถามปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งก็จะมี การหาสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา เพื่อที่จะได้เตรียมการวางแผนในการแก้ไขปัญหา ดังกล่าว

2. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการวางแผน

นักเรียนแกนนำจะมีการระดมความคิดเห็นในการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ประเด็นในการรณรงค์ มีการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานและผู้รับผิดชอบ การเตรียม

ค่าใช้จ่าย อีกทั้งวางแผนแนวทางการดำเนินการปฏิบัติและการประเมินผล โดยนักเรียนแกนนำจะเป็นคนกำหนดแผนด้วยตนเอง ซึ่งถือว่านักเรียนแกนนำมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย

3. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนา

นักเรียนแกนนำจะเป็นผู้คิด ผลิตสื่อ และผู้ดำเนินงานรณรงค์ด้วยตนเอง โดยผ่านทาง การให้ความรู้ การโน้มน้าวใจหรือการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งการทางงบประมาณและผู้สนับสนุนในการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งมีการบริหารจัดการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยด้วยตนเองอีกด้วย

4. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา

ผลประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นก็จะตกอยู่กับทั้งตัวนักเรียนแกนนำ ครู นักเรียน บุคลากรในโรงเรียน ชุมชนใกล้เคียง รวมถึงครอบครัวของนักเรียน อีกทั้งยังช่วยให้บริบทแวดล้อมของนักเรียน เอื้อต่อการพัฒนาพฤติกรรมและศักยภาพในการเป็นผู้บริโภคที่ดียิ่งขึ้น

5. ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการพัฒนา

นักเรียนแกนนำมีการติดตามและการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมว่าเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้หรือไม่ เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่ทิศทางที่ได้มีการวางแผนเอาไว้อย่างไร ซึ่งนักเรียนแกนนำก็จะร่วมกันทำการประเมินผลและจัดทำผลการดำเนินงาน เพื่อที่จะนำเสนอต่อครูแกนนำและผู้บริหารโรงเรียนเป็นประจำทุกปี การศึกษา นอกจากนี้ยังมีการนำผลการประเมินที่ได้มาใช้ในการพัฒนาแผนการดำเนินงานในปีการศึกษาต่อไปอีกด้วย

ทั้งนี้ จะเห็นว่านักเรียนแกนนำมีการใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม เช่นกัน ซึ่งสามารถอธิบายลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่นักเรียนแกนนำใช้ในการสื่อสารในการดำเนินกิจกรรม ได้ดังนี้

1. นักเรียนแกนนำมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นในการที่จะศึกษาและมองในมุมมองที่หลากหลายเพื่อหาข้อสรุปในการดำเนินงานร่วมกัน อีกทั้งเพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ในการดำเนินกิจกรรมจะมีการมองว่าทุกคนต่างก็มีศักยภาพของตนเอง ซึ่งมีการเปิดโอกาสให้แต่ละคนสามารถทำงานในสิ่งที่ตนเองถนัดและอยากจะทำ อีกทั้งยังสามารถโยกย้ายปรับเปลี่ยนเพื่อช่วยกันดำเนินงานในฝ่ายต่างๆ ได้อย่างอิสระ เพราะถือว่าทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน

3. มีการเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ได้แก่ ผู้ปกครอง พ่อค้าแม่ค้า บุคคลภายนอกโรงเรียน เด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา อีกทั้งยังมีการดำเนินงานร่วมกับบุคลากรของหน่วยงานที่สนับสนุนต่างๆ เช่น วิทยากร นอกจากนี้ บุคคลพวกนี้ก็สามารถเข้ามาให้คำแนะนำ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาแนวทางในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันได้

การรณรงค์โครงการ อย.น้อยผ่านทางการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้น ปัจจัยสำคัญที่เอื้อให้การดำเนินการรณรงค์สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ นอกจากการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำแล้ว ยังมีอีกปัจจัยซึ่งก็คือการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจากบุคลากรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำ ครู นักเรียนในโรงเรียน รวมถึงผู้ปกครองและคนในชุมชน ซึ่งเมื่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยแล้วก็จะมีส่วนช่วยให้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยสามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรค

ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

1. ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม

1.1 การสนับสนุนและให้ความร่วมมือของบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุนและให้ความร่วมมือของบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านทาง การประสานความร่วมมือจากผู้บริหารโรงเรียนและครูแกนนำ ในการขอรับการสนับสนุนทั้งทางด้านงบประมาณหรือวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งทั้งหมดมีส่วนช่วยในการเป็นพลังสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งสิ้น

2. ปัจจัยทางด้านโรงเรียน

2.1 ผู้บริหารโรงเรียนมีวิสัยทัศน์ให้การสนับสนุนและมีความสามารถในการบริหารงาน

ผู้บริหารโรงเรียนเป็นผู้ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาและส่งเสริมให้บุคลากรภายในโรงเรียนสนใจ รวมถึงการสร้างความร่วมมือในการปฏิบัติตามกิจกรรมของทางโครงการ อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ให้การสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมทางด้านต่างๆ อีกด้วย

2.2 ครูแกนนำมีความมุ่งมั่นและอุทิศตนในการทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนและรับผิดชอบหลักในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับนักเรียน

ครูแกนนำทำหน้าที่เป็นครูที่ปรึกษาและช่วยประสานงานกับผู้บริหารโรงเรียน ครู และนักเรียนภายในโรงเรียน อีกทั้งยังสนับสนุนการจัดโครงการต่างๆ ในการรณรงค์เพื่อสร้างกระแสภายในโรงเรียน และช่วยประสานกับผู้สนับสนุนและหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วง ซึ่งครูแกนนำในกิจกรรม อย.น้อยนั้นเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมและมีความเสียสละเป็นอย่างมาก ในการทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานของนักเรียนแกนนำ

2.3 นักเรียนแกนนำมีความสามารถในการบริหารจัดการการดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

นักเรียนแกนนำที่ดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นส่วนใหญ่จะเป็นเด็กที่มีความสามารถในการนำเสนอ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าแสดงออก อีกทั้งยังสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี และยังเป็นเด็กที่ทำกิจกรรมอื่นๆ ภายในโรงเรียนอีกด้วย ทั้งนี้เพราะความสามารถในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของนักเรียนแกนนำ จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทางด้านต่างๆ ขึ้นภายในโรงเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.4 การมีส่วนร่วมและความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมของบุคลากรในโรงเรียน

บุคลากรภายในโรงเรียน ซึ่งได้แก่ ครู นักเรียน พี่เลี้ยง นักการภารโรงและพ่อค้าแม่ค้าภายในโรงเรียน มีการให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยเป็นอย่างดี ทำให้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จอย่างรวดเร็ว

2.5 การดำเนินกิจกรรมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินกิจกรรมที่มีความต่อเนื่องจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาและเพิ่มโอกาสของการประสบความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน เพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้การดำเนินการโครงการอื่นๆ ร่วมกับกิจกรรม อย.น้อย เช่น โครงการเด็กไทยไม่กินหวาน เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ก็เป็นการต่อยอดให้การดำเนินกิจกรรมในแต่ละกิจกรรมเกิดความสำเร็จมากขึ้นอีกด้วย

3. ปัจจัยทางด้านชุมชน

3.1 ผู้ปกครองและชุมชนมีความเข้าใจและให้ความร่วมมือในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม

การที่นักเรียนแกนนำออกไปขยายผลโดยการเดินรณรงค์ตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งเมื่อกลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของความปลอดภัยด้านอาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ก็นำมาปรับใช้ในการเลือกซื้อวัตถุดิบในการปรุงประกอบอาหาร และช่วยในการให้เกิดขยายผลต่อไป นอกจากนี้ผู้ปกครองของนักเรียนแกนนำบางคนยังให้งบประมาณสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยอีกด้วย

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

1. ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม

1.1 การไม่ได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การที่โรงเรียนออกไปขอความร่วมมือและการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ แล้วกลับได้รับการปฏิเสธความช่วยเหลือ ก็ส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจในการดำเนินกิจกรรมต่อไปได้

1.2 ความไม่สอดคล้องในการบริหารจัดการระหว่างกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคกับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

ช่วงเวลาในการจัดสรรงบประมาณของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค จะออกมาในแต่ละปีงบประมาณซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี แต่ทางโรงเรียนมีการเริ่มต้น

ปีการศึกษาในช่วงเดือนพฤษภาคม ทำให้การจัดสรรสื่อสนับสนุนต่างๆ ไม่สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมในโรงเรียนเท่าที่ควร

2. ปัจจัยทางด้านโรงเรียน

2.1 สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนเป็นอุปสรรคต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

โรงเรียนบางโรงเรียนยังมีการจัดจำหน่ายน้ำอัดลมภายในโรงเรียนอยู่ เนื่องจากยังติดสัญญาการประมูลอยู่ ซึ่งก็ส่งผลเสียต่อการดำเนินการรณรงค์ หรือบางที่ก็ยังมีจำหน่ายอาหารจำพวกของทอด อาหารขยะต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อปรับเปลี่ยนเพื่อไปสู่พฤติกรรมการบริโภคที่ดี

2.2 การดำเนินกิจกรรมกระทบกับการเรียนการสอน

ส่วนมากเวลาในการดำเนินกิจกรรมจะกินเวลาชั่วโมงเรียนของนักเรียนแกนนำ ทั้งนี้หน้าที่หลักของนักเรียนก็คือการศึกษาหาความรู้ โดยมีกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนเป็นกิจกรรมเสริมเท่านั้น ทำให้เด็กนักเรียนต้องมีกิจกรรมอย่างอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียน ซึ่งอาจจะทำให้เด็กเสียโอกาสทางการเรียนและการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์อื่นๆ

2.3 ความร่วมมือของบุคลากรในโรงเรียน

ในการขอความร่วมมือของบุคลากรในโรงเรียนบางครั้ง เช่น กรณีของนักเรียนแกนนำ อาจจะมีการเกี่ยงงานกันบ้าง บางคนก็ไม่อยากจะทำ หรือการมีความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกัน นอกจากนี้ปัญหาที่พบส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องของนักเรียนในโรงเรียน ซึ่งบางที่ก็ไม่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรม มีการทิ้งขยะหรือไม่เก็บภาชนะใส่อาหารบ้าง เป็นต้น

2.4 งบประมาณและการสนับสนุน

ส่วนใหญ่ทุกโรงเรียนมีงบประมาณอย่างจำกัด ซึ่งไม่เพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรม รวมถึงนี้อุปกรณ์บางอย่างมีราคาแพง นอกจากนี้การอนุมัติในการขอการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐก็ยังไม่ใช้ระยะเวลาอันสั้นอีกด้วย

3. ปัจจัยทางด้านชุมชน

3.1 สภาพแวดล้อมภายนอกโรงเรียนเอื้อต่อการมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม

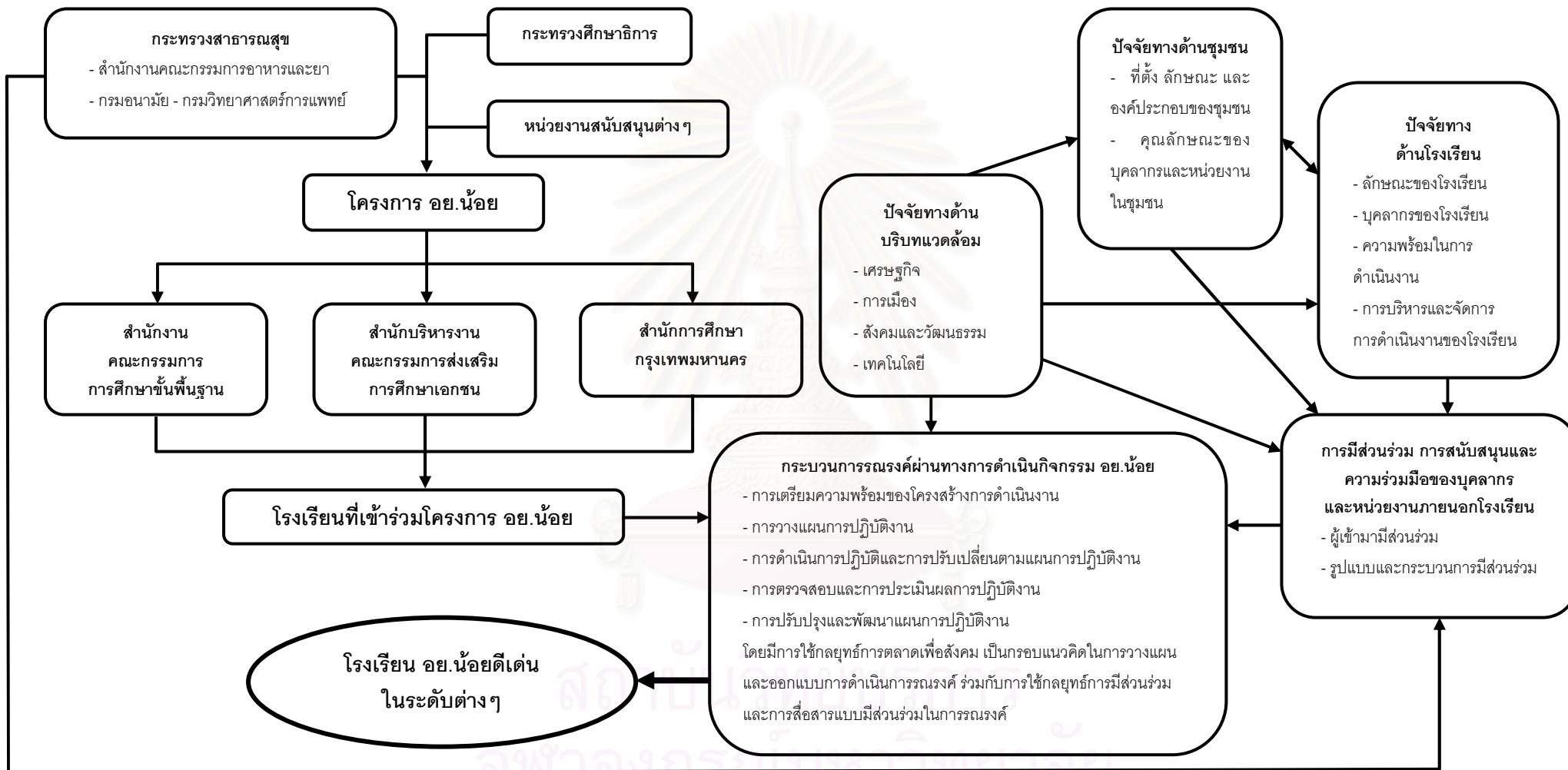
ร้านค้าบริเวณภายนอกโรงเรียนเมื่อได้รับความรู้แล้วไม่ทำการปรับปรุงแก้ไข หรือมีการปรับปรุงในช่วงแรกๆ ซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาพของผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน โดยที่ทางโรงเรียนก็ไม่สามารถดำเนินการอะไรได้ เนื่องจากอยู่นอกเขตบริเวณโรงเรียน อีกทั้งเป็นสิทธิส่วนบุคคลของพ่อค้าแม่ค้าด้วย

3.2 ผู้ปกครองบางส่วนมีทัศนคติต่อเรื่องของการบริโภคไม่เหมาะสม

ผู้ปกครองบางคนเห็นว่าบุตรหลานของตนอยู่ในวัยเจริญเติบโต จึงตามใจให้เด็กรับประทานอาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปล่อยให้เด็กกินจุบจิบ ซึ่งไม่ตระหนักถึงความสำคัญของอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัย

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงภาพรวมของการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 54: ภาพรวมของการดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

โครงการ อย.น้อย

โครงการ อย.น้อย เป็นโครงการรณรงค์ทางด้านสุขภาพเชิงรุกโครงการหนึ่งของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข โดยมีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับ กวินดา วัชรสิงห์ (2544) ที่กล่าวว่า ความร่วมมือในการดำเนินงานหรือจัดตั้งองค์กรหรือโครงการใดโครงการหนึ่งนั้นจะเกิดได้จากการเห็นสภาพปัญหา และมีการจัดตั้งโดยภาครัฐ กลุ่มบุคคลต่างๆ และมีการให้บสนับสนุน ซึ่งจะมีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เช่น การพูดคุย การหาพันธมิตร การเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้การรณรงค์โครงการ อย.น้อยนั้นเป็นการรณรงค์คู่ขนานไปพร้อมๆ กับการรณรงค์โครงการอาหารปลอดภัย ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Nowak และ Warneryd (1968 อ้างถึงใน Windhal, Signitzer และ Olson, 1992) ที่กล่าวว่า ช่วงระยะเวลาที่โครงการรณรงค์นั้น ถ้ามีโครงการที่รณรงค์ในลักษณะคล้ายกันหรือใกล้เคียงกัน ก็จะช่วยสร้างกระแสในสังคมร่วมกันได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Franklin Apfel (1998 อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547) ที่กล่าวว่า ในการรณรงค์ควรจะต้องมีการเชื่อมประสานจากหลากหลายมิติ เช่น การใช้สื่อประสม การประสานภาคีเครือข่าย นโยบายกิจกรรม และโครงการต่างๆ ที่สอดคล้องซึ่งกันและกัน อีกทั้งโครงการ อย.น้อยนั้นมุ่งเน้นการรณรงค์เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้มแข็ง โดยเน้นที่ตัวเด็กและเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาทั่วประเทศ อีกทั้งมุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ เพื่อให้เด็กและเยาวชนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการรณรงค์ในโครงการผ่านทางการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนซึ่งทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคจะเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานพันธมิตรในการสนับสนุนสื่อและอุปกรณ์ต่างๆ ในการรณรงค์เบื้องต้น

นอกจากนี้การรณรงค์ในกิจกรรม อย.น้อยยังช่วยสร้างและขยายเครือข่ายในการแลกเปลี่ยน เผยแพร่ความรู้ ข้อมูลต่างๆ ให้แก่ครอบครัว ชุมชนและระหว่างโรงเรียนอีกด้วย ซึ่งประเด็นและวัตถุประสงค์หลักที่ทางกระทรวงสาธารณสุขได้มีการริเริ่มการรณรงค์โครงการ อย.น้อยก็คือ การต้องการให้เด็กเกิดความรู้ ความตระหนัก มีทัศนคติและพฤติกรรมที่เอื้อต่อการบริโภคอาหารปลอดภัย ซึ่งเน้นในประเด็นเรื่อง 1. การคุ้มครองผู้บริโภค, 2. การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัย, 3. สิทธิของผู้บริโภค และ 4. การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิริยาภรณ์ แววจินดา (2547) ที่พบว่า การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้น เป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเยาวชนในสถานศึกษา ได้มีความรู้ความเข้าใจในการเฝ้าระวังความปลอดภัย

ในอาหาร โดยสร้างกลุ่ม อย.น้อยให้มีส่วนผลักดันให้ครอบครัวและสังคมบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และปรับพฤติกรรมบริโภคให้เหมาะสม

ทั้งนี้แผนการดำเนินงานโครงการ อย.น้อย เป็นการรณรงค์ตามแนวทางของ Rogers (1976 อ้างถึงใน พิริยาภรณ์ แวงจินดา, 2547) ที่กล่าวว่า การรณรงค์ที่พัฒนาขึ้นในประเทศโลกที่สามเพื่อมุ่งเน้นที่จะเกิดผลเพียงอย่างเดียว คือ การให้ประชาชนได้มาซึ่งความรู้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจที่จะรับเอาความคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับสุขภาพ การเกษตรและการวางแผนครอบครัว หลักการใหญ่ๆ เกี่ยวกับผลลัพธ์ต้องการให้เกิดขึ้น คือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ เพื่อโน้มน้าวใจ อันจะนำไปสู่การระดมให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและทำที่สุดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงการกระทำปรากฏให้เห็นตามมา

อย่างไรก็ตามที่ทางโครงการ อย.น้อยยังไม่เป็นที่รู้จักกับสาธารณชนหรือเป็นกระแสในสังคมเพราะว่า ทางโครงการมีแต่การประสานความร่วมมือกับทางด้านวิชาการและภาคประชาชนเท่านั้น แต่ในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านสุขภาพอย่างยั่งยืนจะต้องใช้กรอบคิดสามเหลี่ยมเข็มนาฬิกาในการขับเคลื่อนการรณรงค์ ซึ่งโครงการ อย.น้อยขาดด้านการกำหนดนโยบายของทางภาคการเมืองในการเข้ามาร่วมขับเคลื่อน เพราะแรงผลักดันจากทางภาคประชาชนยังไม่แรงพอที่จะทำให้สื่อมวลชนต่างๆ ช่วยผลักดันให้เกิดเป็นประเด็นสาธารณะ ซึ่งปัจจุบันโครงการ อย.น้อยมีการใช้สื่อมวลชนน้อยมากในแง่ของการประชาสัมพันธ์โครงการ

ภาพรวมของกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อย

โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยในแต่ละโรงเรียนจะมีการบริหารจัดการดำเนินงานกันเองภายในแต่ละแห่ง ซึ่งมีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อยในรูปแบบของชมรมหรือชุมนุม อย.น้อย โดยความแตกต่างของการดำเนินกิจกรรมในแต่ละโรงเรียนจะขึ้นอยู่กับสภาพที่ตั้งของโรงเรียน ชุมชนและสังคมรอบๆ โรงเรียน อีกทั้งความพร้อมและการบริหารจัดการ ความร่วมมือ และการสนับสนุนทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนแต่ละแห่ง เช่น การที่โรงเรียนอัสสัมชัญและโรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราชวรรังสรรค์) มีความพร้อมในการดำเนินงานในโครงการที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อยอยู่แล้ว ซึ่งเมื่อทางโรงเรียนมีการอนุมัติให้มีการดำเนินโครงการ อย.น้อย ก็สามารถต่อยอดและบูรณาการโครงการอื่นๆ เข้าด้วยกัน ทำให้ช่วยลดระยะเวลาในการดำเนินงานและช่วยให้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าโรงเรียนที่เพิ่งเริ่มต้นหลังจากที่นำโครงการ อย.น้อยเข้าไปเป็นโครงการแรกๆ นอกจากนี้โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตา

รวมหลังจากที่ได้เริ่มดำเนินโครงการ อย.น้อยภายในโรงเรียนแล้วนั้น ก็ได้มีการจัดตั้งโครงการอื่นๆ เพื่อเสริมแรงและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย คือ การที่โรงเรียนมีการบังคับใช้บัตรแลกโภชนาสำหรับซื้ออาหาร การผลิตปุ๋ยชีวภาพ ซึ่งก็ทำให้เกิดโอกาสในการเพิ่มความสำเร็จในการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยได้อีกด้วย อย่างไรก็ตามการที่บุคลากรภายในโรงเรียนมีความใกล้ชิดกัน และการที่โรงเรียนมีความใกล้ชิดกับชุมชนนั้นยังช่วยให้การดำเนินกิจกรรม การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความร่วมมือและการสนับสนุนทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน สามารถประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็วและไม่เกิดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงอีกด้วย

จุดเริ่มต้นในการเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยของแต่ละโรงเรียนนั้นมีความแตกต่างกัน แต่ก็ได้ส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมในโรงเรียนแต่อย่างใด ซึ่งในแต่ละโรงเรียนก็ประสบความสำเร็จร่วมกัน ซึ่งมาจากที่โรงเรียนแต่ละโรงเรียนนั้นมีความตั้งใจ ความมุ่งมั่นและความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย เพื่อให้ไปสู่วัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน ทั้งนี้อาจพบความแตกต่างในเรื่องของการหางบประมาณในการสนับสนุนการดำเนินงานแต่ละโรงเรียน ซึ่งโรงเรียนรัฐบาลอาจประสบปัญหาทางด้านการจัดงบประมาณในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย มากกว่าโรงเรียนเอกชนซึ่งมีความพร้อมทางด้านงบประมาณมากกว่า อย่างไรก็ตามทุกโรงเรียนก็มีการปรับใช้กระบวนการรณรงค์และกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยให้มีความสอดคล้องกับบริบทแวดล้อมของโรงเรียนของตน ซึ่งสอดคล้องกับ Franklin Apfel (1998 อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน, 2547) ที่กล่าวว่า ในการรณรงค์ควรจะมีกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มทั้งในเชิงวัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตามภาพรวมการจัดกิจกรรม อย.น้อยในแต่ละโรงเรียนจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ในแต่ละปีการศึกษาจะมีโรงเรียนที่ได้รับการคัดเลือกจากสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแต่ละสำนักในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3 สำนัก และจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาทั้ง 13 เขตนอกเขตกรุงเทพมหานคร มาร่วมกันประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่น เพื่อที่จะหาโรงเรียนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยในระดับประเทศต่อไป ทั้งนี้นักเรียนแกนนำจะเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ทุกกระบวนการ โดยมีครูแกนนำทำหน้าที่ในการสนับสนุนและควบคุมการดำเนินกิจกรรม

ในเรื่องของ **กระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย** นั้นพบว่า กระบวนการรณรงค์กิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียนนั้นมีองค์ประกอบเชิงกระบวนการรณรงค์ที่สอดคล้องกับ วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล (2549) ในเรื่องของกระบวนการ

รณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการเด็กไทยไม่กินหวาน ซึ่งการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้น มีการใช้สื่อและกิจกรรมในการดำเนินการรณรงค์ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม หรือ สื่อมวลชนจากการประชาสัมพันธ์ของ อย. อย่างไรก็ตามยังพบความแตกต่างกันตรงที่ กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมในโครงการ อย.น้อยนั้น นักเรียนแกนนำในชมรมหรือชุมนุม อย.น้อย จะเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมเองทั้งหมดทุกกระบวนการ โดยการสนับสนุนของครูแกนนำและผู้บริหารโรงเรียน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ เนาวนิต ยิ้มวัน (2543) ที่พบว่า นักเรียนแกนนำช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และใช้กลวิธีหลักในการเผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักให้กับเพื่อนนักเรียนด้วยกันในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม นอกจากนี้ยังพบความแตกต่างกับ ไชยา บุญเรือง (2534) ที่พบว่า การเผยแพร่ความรู้ด้านอนามัยของผู้นำนักเรียนฝ่ายส่งเสริมอนามัยในการปฏิบัติงานด้านการช่วยเหลืออนามัยในโรงเรียนนั้นไม่ได้มีการเผยแพร่ความรู้ ซึ่งมีความแตกต่างจากการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำโครงการ อย.น้อย ซึ่งนักเรียนแกนนำมีหน้าที่หลักในการเผยแพร่ความรู้ผ่านทางกิจกรรมรณรงค์ในโครงการเช่นกัน

ขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในแต่ละโรงเรียนนั้น จากข้อค้นพบที่ผู้วิจัยพบว่า ลักษณะของกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์ผ่านทางกรดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ มีความเป็นเอกลักษณ์และมีความแตกต่างจากกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการโครงการอื่นๆ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ให้ภาคประชาชนทำการเคลื่อนไหวและขับเคลื่อนการรณรงค์ด้วยตนเอง ซึ่งในที่นี้ภาคประชาชนก็คือนักเรียนแกนนำ โดยใช้การสื่อสารในรูปแบบของการเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน ซึ่งยังเป็นการฝึกประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมภายนอกห้องเรียน ฝึกให้เด็กนักเรียนรู้จักคิด วิเคราะห์ วางแผนและดำเนินการปฏิบัติต่างๆ ด้วยตนเองร่วมกับการผสมผสานความรู้ที่ได้รับจากภายในห้องเรียน เพื่อให้เกิดความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการบริโภคที่ดี อีกทั้งยังเกิดการเป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็งในการดำเนินชีวิตอีกด้วย

โดยการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ เริ่มจาก **ขั้นตอนการเตรียมความพร้อมของโครงสร้างการดำเนินงาน** ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนย่อย คือ การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพปัญหา ซึ่งก็จะเป็นการประเมินสถานการณ์ว่า ภายในและภายนอกของโรงเรียนตนเองประสบปัญหาที่เกี่ยวข้องกับอาหารปลอดภัย ผลิตภัณฑ์สุขภาพ สุขภาพและสุขอนามัยในปัจจุบันเป็นอย่างไร จะมีวิธีการจัดการกับปัญหานั้นอย่างไร ซึ่งก็จะต้องมีการระดมความคิดเห็นของบุคลากรต่างๆ เพื่อที่จะสร้างความเข้าใจร่วมกันถึงวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ โดยจะมีการวางแผนการปฏิบัติงานและปฏิทินปฏิบัติงานคร่าวๆ ร่วมกันกับครูแกนนำและนักเรียนแกนนำ

ซึ่งจะมีการวางวัตถุประสงค์และแนวทางที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อให้มีความชัดเจนในการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน โดยสอดคล้องกับ นิภา ไชยรินคำ (2546) ที่กล่าวว่า การมีขั้นก่อนเตรียมการและขั้นการเตรียมการของโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพนั้น เปรียบเสมือนการเตรียมความพร้อมก่อนการพัฒนาโรงเรียนไปสู่การเป็นโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ ทำให้บุคลากรในโรงเรียนเข้าใจแนวคิดก่อนการดำเนินงานและสามารถบริหารการดำเนินงานได้ทันที นอกจากนี้ถ้าหากโรงเรียนใดที่มีความพร้อมในการดำเนินกิจกรรมอยู่บ้างแล้ว ก็อาจจะต่อยอดการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยจากโครงการที่เกี่ยวข้อง ในการที่จะทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเตรียมความพร้อมในการริเริ่มการดำเนินกิจกรรมอีกด้วย นอกจากนี้ในเรื่องของทิศทางการสื่อสารของการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้น มีความแตกต่างกับงานวิจัยของ ภัทราภา เพชรแก้ว (2548) ที่พบว่า ทิศทางการไหลของการสื่อสารระหว่างครูกับนักเรียนผู้ช่วยครูในโครงการโรงเรียนรักการอ่านจะมีลักษณะการสื่อสารจากบนลงล่าง ซึ่งมีความแตกต่างจากทิศทางการไหลของการสื่อสารของครูแก่นำกับนักเรียนแก่นำในโครงการ อย.น้อยที่มีลักษณะจากการสื่อสารจากล่างขึ้นบน

ขั้นตอนการวางแผนการปฏิบัติงาน จะเป็นการจัดทำแผนการปฏิบัติงานเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งจะมีการกำหนดเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย ประเด็นที่จะใช้ในการดำเนินกิจกรรม และรายละเอียดต่างๆ เพื่อที่จะได้มองเห็นภาพรวมของการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด ทั้งด้านการติดตามการดำเนินงานและแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา เพื่อที่จะเอื้อให้เกิดการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Zaltman และ Duncan (1977) ที่กล่าวว่า การกำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์ไว้อย่างที่ชัดเจนจะทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดียิ่งขึ้น และยังสนับสนุนแนวคิดของ Nowak และ Warneryd (1968 อ้างถึงใน Windhal, Signitzer และ Olson, 1992) ที่กล่าวว่า องค์กรจะต้องกำหนดนิยามวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เพื่อที่จะทำให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในโครงการองค์กรได้ตระหนักและเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ที่แท้จริง นอกจากนี้ในการดำเนินงานแต่ละฝ่ายก็จะมีการแบ่งหน้าที่ในการดำเนินกิจกรรมในแต่ละฝ่าย ทั้งฝ่ายบริหารโครงการ ฝ่ายครู ฝ่ายนักเรียนแก่นำซึ่งก็จะมีการทำหน้าที่แตกต่างกันในแต่ละฝ่าย ซึ่งสนับสนุนผลการวิจัยของ นิภา ไชยรินคำ (2546) ที่พบว่า การกำหนดโครงสร้าง คุณสมบัติและหน้าที่ของผู้ดำเนินกิจกรรมในโครงการเป็นลายลักษณ์อักษร จะทำให้การทำงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของโรงเรียนได้มากขึ้น หลังจากนั้นทางโรงเรียนก็จะใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการรับทราบถึงการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ทั้งนี้จะเห็นว่าการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นได้ยกประเด็นในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันด้านอาหารปลอดภัย สิทธิของผู้บริโภค และการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ซึ่งยังมีการเชื่อมโยงไปกับเรื่องโครงการเด็กไทยไม่กินหวาน โรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ โครงการที่เกี่ยวกับห้องพยาบาลและห้องสุขา อีกทั้งยังมีการต่อยอดไปถึง

โครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล (2549) ที่พบว่า โรงเรียนมีการนำประเด็นต่างๆ มาจากทางโครงการเด็กไทยไม่กินหวานที่ชูในเรื่องของการลดน้ำตาลเป็นหลัก หลังจากนั้นก็นำน้ำตาลโยงไปถึงเครื่องดื่มและอาหารที่จำหน่ายในโรงเรียน

ขั้นตอนการดำเนินการปฏิบัติและการปรับเปลี่ยนตามแผนการปฏิบัติงาน จะเป็นขั้นตอนที่มีการใช้การสื่อสารในการเป็นกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการปรับเปลี่ยนเพื่อไปสู่พฤติกรรมที่พึงประสงค์ อีกทั้งเพื่อผลักดันให้เกิดการเสริมแรงและปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อม ซึ่งจะมีการขอความร่วมมือและการสนับสนุนการดำเนินงานจากบุคลากรและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ พิงรอง รามสูตร รัตนันท์ และคณะ (2549) ที่กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารสาธารณะกับการเปลี่ยนแปลงสังคม ต้องใช้มาตรการด้านการสื่อสารควบคู่ไปกับมาตรการอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล (2549) ที่พบว่า การปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมในโรงเรียน เป็นการปรับเปลี่ยนทางกายภาพร่วมกับการกำหนดนโยบายโรงเรียน นอกจากนี้ยังมีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินกิจกรรมโดยการจัดการอบรมหรือการสัมมนาต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจในการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมให้เอื้อต่อการพัฒนาทางด้านพฤติกรรมการบริโภคต่างๆ และยังเป็นการสร้างความพร้อมก่อนที่จะมีการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ ซึ่งจะเห็นว่าทั้งครูแกนนำและนักเรียนแกนนำ อย.น้อยเกือบทุกคนจะได้รับการอบรมในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยมาแล้วทั้งสิ้น ซึ่งสนับสนุนกับงานวิจัยของ ภัทราภา เพชรแก้ว (2548) ที่ว่า ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมสามารถจัดการดำเนินการได้ดีกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม อีกทั้งยังสอดคล้องกับ จุไรรัตน์ สุดรุ่ง (2539) ที่พบว่า การได้รับการอบรมทำให้ครูได้พัฒนาความรู้ความสามารถทางการสอน และนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาปรับใช้ให้เป็นประโยชน์กับการเรียนการสอน และยังมีความเกี่ยวเนื่องกับผลการวิจัยของ นิตยา บรรลือเกียรติ (2539) ที่กล่าวว่า คุณสมบัติของครูที่สามารถจัดโครงการได้นั้น ควรเป็นครูที่มีความรู้ในเรื่องโครงการที่จะทำ ทั้งนี้กิจกรรม อย.น้อยต่างๆ ที่ใช้ในการรณรงค์ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนมีกิจกรรมหลายประเภท ได้แก่ กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ การตรวจสอบ ดูแลและเฝ้าระวังโดยการตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร การสร้างและขยายเครือข่าย เช่น อย.น้อยสอนน้อง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่ทั้งครูแกนนำและครูภายในโรงเรียนสามารถดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อยร่วมกัน ก็คือ การบูรณาการสาระความรู้ อย.น้อยเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่างๆ ผ่านทางใบงาน การบ้านหรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้นักเรียนทุกคนได้มีโอกาสได้ความรู้เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากบทเรียนแต่ละกลุ่มสาระฯ อีกทั้งครูยังเป็นผู้นำในการจัดโครงการงาน

ต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อยในแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้อีกด้วย ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ภัทราภา เพชรแก้ว (2548) ที่กล่าวว่า ครูมีบทบาทในการทำหน้าที่สอนและสั่งงานในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการต่างๆ ภายในโรงเรียน อีกทั้งสื่อและกิจกรรมที่นักเรียนผู้ช่วยครูใช้ในการดำเนินโครงการโรงเรียนรักการอ่านนั้น บางชนิดมีความคล้ายคลึงกับสื่อและกิจกรรมที่นักเรียนแกนนำในโครงการ อย.น้อย เช่น การจัดเสียงตามสาย การพูดหน้าเสาธง ป้ายนิเทศ การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น

ทั้งนี้สื่อและกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งหมด จะมีการออกแบบและการดำเนินการให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม อีกทั้งยังมีความหลากหลายทั้งทางด้านเนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความน่าสนใจในกระบวนการรณรงค์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีความรู้ ความเข้าใจ และช่วยในการโน้มน้าวใจ เพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปพร้อมๆ กับการปรับสภาพบริบทแวดล้อมให้มีความเหมาะสมอีกด้วย นอกจากนี้จะเห็นว่าการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้นจะมีการใช้สื่อและกิจกรรมที่ผ่านทางสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรม ซึ่งทั้งหมดเกิดจากการมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามยังรวมถึงสื่อและอุปกรณ์บางชนิดที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอีกด้วย นอกจากนี้ในการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ทางโรงเรียนได้มีการจัดสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนเพื่อให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคให้พึงประสงค์อีกด้วย เช่น การยกเลิกการขายน้ำอัดลมภายในโรงเรียน การสนับสนุนให้ปลูกผักปลอดสารพิษเพื่อใช้ในการประกอบอาหาร การใช้บัตรแลกภาชนะในการรับประทานอาหาร เป็นต้น

ขั้นตอนต่อจากนี้ก็คือ **ขั้นตอนการตรวจสอบและการประเมินผลการปฏิบัติงาน** ซึ่งนักเรียนแกนนำจะทำการประเมินผลในมิติต่างๆ โดยมีการประเมินความก้าวหน้าของโครงการ อีกทั้งยังมีการประเมินถึงความเหมาะสมและประสิทธิภาพของสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม รวมถึงด้านความรู้ ทักษะและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับด้านความปลอดภัยในการบริโภคและพฤติกรรมการบริโภคต่างๆ ของบุคลากรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโรงเรียนที่เปลี่ยนไปหลังจากมีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งพบความแตกต่างของขั้นตอนการประเมินผลจากผลการวิจัยของ ภัทราภา เพชรแก้ว (2548) และ วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล (2549) ที่พบว่า ขั้นตอนของการประเมินผลการดำเนินงานของโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการโรงเรียนรักการอ่านและโครงการเด็กไทยไม่กินหวานนั้น ทางครูที่รับผิดชอบใน

การดำเนินงานจะทำหน้าที่ในการประเมินผลการดำเนินงานแล้วส่งต่อไปให้ผู้บริหารโรงเรียน ซึ่งมีความแตกต่างกับขั้นตอนของการตรวจสอบและการประเมินผลการปฏิบัติงานของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยตรงที่ นักเรียนแกนนำเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยตนเองแล้วส่งต่อไปให้ครูแกนนำนำผลการประเมินที่ได้ไปนำเสนอต่อผู้บริหารโรงเรียน แต่จะมีความสอดคล้องกันตรงที่มีการศึกษาถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักเรียนหลังจากมีการดำเนินกิจกรรมในโครงการนั้นๆ โดยนักเรียนแกนนำ อย.น้อยจะมีการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์ การสังเกตและการใช้แบบสอบถามกับบุคคลต่างๆ เช่น นักเรียนในโรงเรียน ครู ผู้ปกครอง เป็นต้น เพื่อที่จะได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาสรุปผลการดำเนินกิจกรรมในแต่ละปีการศึกษา ว่าการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายมากน้อยเท่าใด เพื่อเตรียมที่จะนำเสนอผลการดำเนินกิจกรรมต่อผู้บริหารโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ Nowak และ Warneryd (1968 อ้างถึงใน Windhal, Signitzer and Olson, 1992) ที่กล่าวว่า การรณรงค์ทางการสื่อสารจำเป็นต้องมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะสามารถประเมินความสำเร็จหรือค้นหาข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่างๆ ได้ อีกทั้งผลจากการประเมินจะถูกนำไปใช้ในชั้นวางแผนการรณรงค์ครั้งต่อไป

ขั้นตอนสุดท้ายคือ **ขั้นตอนการปรับปรุงและพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน** คือ การนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์การดำเนินกิจกรรม มาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับบริบทแวดล้อมที่เปลี่ยนไปในปีการศึกษาต่อไป เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมให้นักเรียนแกนนำรุ่นใหม่เข้ามาดำเนินกิจกรรมโดยใช้แนวทางการดำเนินกิจกรรมต่อจากเดิมได้ และใช้ในการวางแผนการดำเนินงานในระยะต่อไปเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของกิจกรรม อย.น้อยในโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ Franklin Apfel (1998 อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547) ที่ว่า กระบวนการรณรงค์ควรมีความต่อเนื่องหรือการทวนซ้ำ เพื่อให้เกิดผลกระทบตามที่คาดหวังและเพื่อเป็นการส่งต่อไปให้คนกลุ่มใหม่ในประเด็นที่ต้องการให้เกิดขึ้นถาวร อีกทั้งยังมีการเตรียมจัดทำสารสนเทศในการนำเสนอผลการดำเนินงานให้แก่ผู้บริหารโรงเรียน และเตรียมเพื่อใช้ในการนำเสนอในการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นอีกด้วย อีกทั้งยังสอดคล้องกับ มจรุส พะวินรัมย์ (2539) ที่กล่าวว่า การดำเนินงานในโครงการนั้นจะต้องมีการปรับกิจกรรมให้เหมาะสมกับการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น

ภาพรวมของกลยุทธ์การรณรงค์โครงการ อย.น้อย

ภาพรวมของ **กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินโครงการ อย.น้อย** ของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการกับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยพบว่ามีการใช้

แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคมเป็นกรอบแนวคิดหลักที่ใช้ในการดำเนินงานร่วมกับกลยุทธ์อื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบการใช้กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ อย.น้อยทั้งของทาง กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหารและทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยเช่นกัน อย่างไรก็ตามยัง มีความแตกต่างกันในเรื่องของการใช้กลยุทธ์การประสานความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและ ภาคประชาชนที่พบในส่วนของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการ และในเรื่องของการมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในส่วนของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

ในเรื่องของกลยุทธ์การประสานความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและภาค ประชาชนที่ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร ใช้ในการดำเนินโครงการ อย.น้อยนั้น มี วัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดแนวทางการปฏิรูปทางด้านสุขภาพอย่างยั่งยืน ซึ่งทางด้านภาควิชาการก็ จะมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำหน้าที่ในการสร้างองค์ความรู้ใน ประเด็นที่ทางโครงการต้องการรณรงค์ อีกทั้งสร้างกฎ ระเบียบหรือแนวทางต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์เพื่อกำหนดโครงสร้าง ระบบกลไกเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทางด้าน พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งเพื่อให้เกิดแก้ปัญหาและสนับสนุนการทำงานของภาค ประชาชน ส่วนทางด้านภาคประชาชนนั้นก็จะเป็นผู้ขับเคลื่อนการรณรงค์ในโครงการฯ ซึ่งโครงการ อย.น้อยต้องการให้เด็กนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาทั่วประเทศเป็นตัวเอกในการรณรงค์ด้วย ตนเอง ดังนั้นทางโครงการ อย.น้อยจึงได้ใช้วิธีการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน โดย ภาควิชาการจะเป็นผู้อำนวยความสะดวกและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านความคิด ทักษะคิดและพฤติกรรมให้ไปสู่เป้าหมายที่ทางโครงการต้องการ นอกจากนี้ยังเอื้อให้นักเรียนแกนนำเกิดการสร้างและการขยายเครือข่ายการดำเนินกิจกรรมใน โครงการอีกด้วย

ด้านกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินโครงการ อย.น้อย ในส่วนของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร จะพบว่ามีการใช้กลยุทธ์เดียวกันกับกลยุทธ์ที่ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยแต่ละ โรงเรียนใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งได้แก่ กลยุทธ์ การตลาดเพื่อสังคม โดยผู้วิจัยจะอภิปรายผลการวิจัยถึงภาพรวมของการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อ สังคมในการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ดังนี้

กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม ที่ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร ใช้ในการดำเนิน โครงการ อย.น้อยและทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นพบว่า มี ความคล้ายคลึงกันในเรื่องของการนำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการวางแผนและ

ออกแบบแผนการดำเนินงานของโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler, Roberto และ Lee (2002) ที่กล่าวว่า การตลาดเพื่อสังคมเป็นการใช้แนวคิดทางการตลาดเพื่อจุดประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงสังคมให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Ratzan และคณะ (1994 อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547) ที่พบว่า การตลาดเพื่อสังคมเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ให้เกิดการขับเคลื่อนในสังคม ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาพ หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสุขภาพผู้พฤติกรรมทางบวก โดยใช้หลักการตลาดเข้ามาเสริมกับสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้งนี้ในการดำเนินงานทั้งสองภาคส่วนนั้น โครงการที่จะขายความคิดในเรื่องของความปลอดภัยด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพและการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เพื่อให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมมีกลยุทธ์ย่อยๆ ซึ่งสามารถอธิบายถึงการใช้กลยุทธ์ต่างๆ โดยมีการเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นคือ เด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาและกลุ่มเป้าหมายรองจะประกอบไปด้วย นักเรียนในระดับต่างๆ ทั้งระดับอนุบาล ระดับประถมศึกษา ครูในโรงเรียน พ่อค้าแม่ค้าทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน นักการภารโรง รวมถึงครอบครัวของนักเรียนและชุมชนรอบๆ โรงเรียน

ทั้งนี้ประเด็นหลักที่ทั้งทางโครงการ อย.น้อยและนักเรียนแกนนำต้องการจะสื่อออกมาผ่านทางวรรณรงค์และดำเนินกิจกรรมนั้นประกอบไปด้วย เรื่องอาหาร ยา เครื่องสำอาง สุขภาพ และสุขอนามัย ซึ่งทางโครงการฯ ต้องการที่จะแก้ไขปัญหาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่ถูกสุขลักษณะและต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคนั้นเอง โดย *กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)* นั้น จะเป็นการออกแบบแนวคิด การปฏิบัติ ให้มีความเหมาะสมต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม โดยผ่านการให้ความรู้และการโน้มน้าวใจในประเด็นของเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันอาหารปลอดภัย สิทธิของผู้บริโภค รวมถึงเรื่องการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าร่วมและเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมไปในทิศทางที่ดีขึ้น นอกจากนี้ตัวโครงการ อย.น้อย ก็ยังมีการออกแบบและพัฒนาแนวความคิดต่างๆ ให้ปรากฏในรูปของสิ่งของที่เป็นรูปธรรม เช่น โลโก้โครงการ เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถทำความเข้าใจ รวมถึงการสามารถนำไปใช้ได้โดยง่าย

กลยุทธ์ด้านราคา (Price) นั้น ทางโครงการฯ และนักเรียนแกนนำนั้นต้องการให้กลุ่มเป้าหมายของตนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อสุขภาพไปสู่พฤติกรรมที่ดีต่อสุขภาพ เพราะต้องการที่จะชี้ให้เห็นว่าการที่ดูแลรักษาตัวเองจนมีสุขภาพแข็งแรงนั้นย่อมดีกว่าการ

ที่ต้องเสียเงินค่ารักษาพยาบาลหากเกิดจากการที่เราบริโภคสิ่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ นอกจากนี้ถ้ามองราคาในแง่ของงบประมาณทางโครงการจะพบว่า ทางโครงการจะให้การสนับสนุนทางด้านสื่อและอุปกรณ์ในการรณรงค์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสะดวกต่อการนำไปใช้ในการรณรงค์ นอกจากนี้ทางด้านนักเรียนแกนนำจะมีการสนับสนุนสื่อและอุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยดีเด่นซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายของตนนั้นเกิดการสูญเสียต้นทุนทางด้านต่างๆ น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ เนาวนิต ยิ้มวัน (2544) และ พรพรรณ สุจริตจรูญ (2545) ที่กล่าวว่า การเข้าร่วมโครงการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือไม่ต้องใช้ความพยายามมากจะสามารถดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสมัครใจเข้าร่วมโครงการซึ่งทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้ นอกจากนี้ จันทิ์สุดา ตันติวิชญวานิช (2546) ยังกล่าวอีกว่า สิ่งตอบแทนที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมมักจะเป็นสิ่งของที่ให้คุณค่าในแง่ของจิตใจมากกว่าในแง่เงินทอง เช่น ใบประกาศนียบัตร โล่เกียรติคุณ เสื้อยืด เป็นต้น

ส่วนด้าน กลยุทธ์การวางสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Place) จะเป็นการอำนวยความสะดวกในการส่งผลิตภัณฑ์และการที่เอื้อให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามารับการสนับสนุนได้โดยสะดวก ซึ่งอาจจะเป็นการส่งถึงมือกลุ่มเป้าหมายเลย หรือการใช้สื่อที่มีความทันสมัยเพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับ วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล (2549) ที่กล่าวว่า มีการใช้สื่อในลักษณะพร้อมพิมพ์ในโครงการรณรงค์เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้านต่อไปคือด้าน กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งใช้การออกแบบสื่อและเนื้อหาต่างๆ ในการนำเสนอให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มและมีการใช้กิจกรรมหลายๆ ประเภท ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรภา เพชรแก้ว (2548) ที่กล่าวว่า การใช้สื่อหลายๆ ชนิดเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักเรียน จะส่งผลให้การดำเนินโครงการประสบความสำเร็จมากขึ้น ซึ่งการใช้กลยุทธ์นี้จะใช้ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม และเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมารบริโภคผ่านการดำเนินการรณรงค์โดยใช้การให้ความรู้และการโน้มน้าวใจ ทั้งนี้พบว่าในการให้ความรู้นั้นได้มีการประยุกต์การให้ความรู้ผ่านการนำเสนอในรูปแบบของสารบันเทิงเพื่อการสร้างความน่าสนใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ Singhal และ Rogers (1999) ที่กล่าวว่า การออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของสื่อโดยใช้แนวคิดสารบันเทิง จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมได้ง่ายขึ้น อีกทั้ง จันทิ์สุดา ตันติวิชญวานิช (2546) ยังกล่าวอีกว่า กลุ่มเยาวชนมักจะทำให้ความสนใจสิ่งต่างๆ รอบตัวที่มีรูปลักษณะสะดุดตา และมีสีสันสวยงาม

นอกจากนี้ยังมีการใช้การโน้มน้าวใจในการชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมการรณรงค์ อีกทั้งยังเป็นการสร้างและขยายเครือข่ายการดำเนินกิจกรรมฯ อีกด้วย ทั้งนี้ยังมีการจัดให้มีการดำเนินกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดกิจกรรมการประกวดโรงเรียน ออย.น้อยดีเด่น เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ให้โครงการ ออย.น้อย ได้เป็นที่รู้จักและผลักดันให้เกิดการพัฒนาได้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ด้านการหาพันธมิตร (Partnership) จะเป็นการหาหน่วยงานมาร่วมในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมในโครงการฯ ซึ่งก็เชื่อให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมฯ อีกทั้งยังช่วยลดอุปสรรคในการทำงานได้อีกประการหนึ่ง เช่น รวมตัวกันของเครือข่าย ออย.น้อยในการจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Gay และ Lumsden (1998 อ้างถึงใน เวทีนี้ สตะเวทิน, 2542) ที่กล่าวว่า ปัญหาต่าง ๆ มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยผู้นำหรือผู้ดำเนินการฝ่ายเดียวไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้หมด ด้วยเหตุนี้ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จึงควรให้ผู้ที่มีความชำนาญในด้านนั้น ๆ เข้ามาร่วมแก้ไขปัญหา

ส่วน กลยุทธ์การกำหนดนโยบาย (Policy) ที่ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการใช้นั้นมีความสำคัญในการที่จะเชื่อให้เกิดการปรับสภาพแวดล้อมต่างๆ ให้เชื่อต่อการพัฒนาทางด้านสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การออกมาตรการการยกเลิกการจัดจำหน่ายน้ำอัดลมภายในโรงเรียน การใช้บัตรแลกภาชนะเวลาเลือกซื้ออาหาร เป็นต้น เพื่อเชื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคและปรับสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ Newsom และ คณะ (2000) ที่กล่าวว่า ต้องมีกลไกในการจัดโครงสร้างที่ใช้ในการรณรงค์ เพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์ ดังนั้นจะเห็นว่าการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคมที่ดี จะต้องสอดคล้องกับกระบวนการดำเนินงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินโครงการและการจัดกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งยังส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมอย่างรวดเร็วและมีความยั่งยืน

ในเรื่องของการรณรงค์นั้นประเด็นของประเภทของสื่อและรูปแบบเนื้อหาของสารที่ทางโครงการฯ ใช้ในการดำเนินงานรณรงค์นั้น พบว่าทางโครงการ ออย.น้อยใช้วิธีการใช้สื่อแบบผสมผสาน โดยการบูรณาการการใช้สื่อมวลชนร่วมกับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ส่วนทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ นั้นมีการบูรณาการสื่อบุคคลร่วมกับสื่อเฉพาะกิจร่วมกัน เพื่อให้สื่อต่างๆ สามารถสนับสนุนในการดำเนินงานซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการรณรงค์ในโครงการอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ชรัมพร จิตต์โกศล (2547) ที่กล่าว

ว่า การใช้สื่อเดียวไม่สามารถทำให้โครงการประสบความสำเร็จได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ พิริยาภรณ์ แววจินดา (2547) ที่กล่าวว่า สื่อกิจกรรมเป็นมาตรการการสร้างสรรค์ในภาคสังคมและประชาชน ส่วนสื่อบุคคลก็เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร อีกทั้งสามารถโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารคล้อยตามผู้ส่งสารสามารถทำได้ง่ายกว่าการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน นอกจากนี้ สุทธิภา ศรีสัย (2544) ยังกล่าวอีกว่า สื่อเฉพาะกิจทำให้ประชาชนเป้าหมายได้รับข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง อีกทั้งรวมถึงช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติ

ส่วนเนื้อหาที่ใช้ในการรณรงค์ในโครงการนั้น พบว่าทางโครงการ อย.น้อยกับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้มีวิธีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของการให้ข้อมูลทั้งสองแนวทางเช่นกัน โดยมีลักษณะของการให้ข้อมูลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ แต่จะมีการเน้นการให้ข้อมูลเชิงลบมากกว่าการให้ข้อมูลเชิงบวก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนั้นได้ใช้วิจารณญาณในการพิจารณาด้วยตนเองว่าสิ่งใดที่ควรนำมาปฏิบัติกับตนเองเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสม หรือควรหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการมีพฤติกรรมบริโภคที่ไม่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ Franklin Apfel (1998 อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547) ที่กล่าวว่า เนื้อหาหรือข้อมูลในการรณรงค์ต้องมีความสมดุลในการนำเสนอ ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลที่จะได้รับหรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในการรณรงค์

การมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำ

ในส่วนของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยนั้นจะเห็นว่า นักเรียนแกนนำมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมในทุกๆ ขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรม ซึ่งจุดนี้ถือเป็นจุดเด่นของโครงการ อย.น้อยที่ให้ตัวเด็กนักเรียนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนโครงการด้วยตัวเอง ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับผลการวิจัยของ ภัทธภา เพชรแก้ว (2548) ที่พบว่า กระบวนการสื่อสารของครูและนักเรียนผู้ช่วยครูในโครงการโรงเรียนรักการอ่านนั้น กระบวนการสื่อสารของนักเรียนผู้ช่วยครูในโครงการโรงเรียนรักการอ่านจะเข้ามาทำการสื่อสารกับนักเรียนในชั้นของการเปิดตัวกิจกรรมเพียงชั้นเดียวเท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากนักเรียนแกนนำในโครงการ อย.น้อยซึ่งมีการเข้ามาทำการรณรงค์ในทุกๆ ขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรมในโรงเรียน ทั้งนี้จากการมีส่วนร่วมดังกล่าวทำให้นักเรียนแกนนำเกิดการพัฒนาศักยภาพทางด้านต่างๆ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม ความกล้าแสดงออก ฝึกการคิดวิเคราะห์ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นการปลูกฝังและพัฒนาพฤติกรรมบริโภค เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจและเกิดทัศนคติที่ดีในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

การบริโภคให้มีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2547) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การมีส่วนร่วมในงานทางด้านการส่งเสริมสุขภาพก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวบุคคลและสังคม คือ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ, เกิดอัตลักษณ์ที่หลากหลาย, เกิดความเกี่ยวข้องและผูกพัน และการระดมพลังทางสังคม

นอกจากนี้นักเรียนแกนนำและนักเรียนภายในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยสามารถที่จะขยายผลการดำเนินกิจกรรมในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการออกณรงค์ทางสื่อมวลชนหรือสื่อบุคคลจากทางภาครัฐบาล เพราะว่าเด็กนักเรียนนั้นจะมีความสดใส มีชีวิตชีวา ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่ออกไปรณรงค์เกิดความเอ็นดูมากกว่าความหวาดระแวงในการที่ภาครัฐบาลจะเข้าไปรณรงค์ด้วยตนเอง แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินงานของนักเรียนแกนนำนั้นจะมีการแบ่งการทำงานเป็นฝ่ายต่างๆ ซึ่งแต่ละฝ่ายก็มีการทำงานที่เป็นอิสระต่อกัน อย่างไรก็ตามจะมีการประชุมถึงผลของการดำเนินงานในแต่ละฝ่ายร่วมกันอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ทั้งนี้นักเรียนแกนนำแต่ละฝ่ายยังสามารถทำงานโดยข้ามฝ่ายกันได้ ซึ่งถือว่ามีควมยืดหยุ่นในการทำงานค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับ Mintzberg (1989) ที่กล่าวว่า จะไม่มีการกำหนดตายตัวว่า แต่ละคนจะต้องปฏิบัติงานภายใต้หน้าที่รับผิดชอบของตน ซึ่งในลักษณะการทำงานแบบการบริหารแบบยืดหยุ่นและแบ่งส่วนย่อยจะช่วยให้กระบวนการดำเนินงานไปได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้การดำเนินงานของนักเรียนแกนนำทั้งหมดจะต้องอยู่ในความดูแลของครูแกนนำและผู้บริหารโรงเรียน ซึ่งหากจำเป็นที่จะต้องออกไปเดินรณรงค์ภายนอกโรงเรียนนั้นก็จะมีครูแกนนำออกไปด้วย เพื่อที่จะได้คอยดูแลนักเรียนเวลาออกไปทำกิจกรรมข้างนอก

ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมของนักเรียนแกนนำในโครงการ อย.น้อย นั้นพบว่านักเรียนแกนนำมีส่วนร่วมทั้งทางด้านการศึกษาสภาพแวดล้อมด้วยการออกสำรวจสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย จากนั้นก็จะมีการร่วมกันวางแผนการดำเนินงานว่าใครจะทำหน้าที่อะไร จะมีการดำเนินกิจกรรมอะไรบ้าง ในช่วงเวลาใด จะมีการประสานงานกับหน่วยงานใดก่อนเริ่มทำกิจกรรม ซึ่งสนับสนุนผลการวิจัยของ อรอนันต์ วุฒิสเสน (2543) ที่ว่า การเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็น เสนอข้อเสนอนั้นที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชมรมตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดประชุมกลุ่มจะทำให้สมาชิกมีความรู้สึกที่ดีต่อชมรมที่ยอมรับฟังความคิดเห็นของทุกคน ทำให้เกิดความรู้สึกพอใจและเต็มใจที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงการที่นักเรียนแกนนำร่วมด้วยช่วยกันในการออกแบบและผลิตสื่อที่จะใช้ในการดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย การออกไปเผยแพร่ให้ความรู้ การใช้การโน้มน้าวใจโดยผ่านทางารณรงค์โดยใช้สื่อต่างๆ เพื่อให้

กลุ่มเป้าหมายเกิดการปรับเปลี่ยนและการเข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้นักเรียนแกนนำยังเป็นผู้บริหารจัดการการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ วาสนา จันทรสว่าง (2548) ที่กล่าวว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในมุมมองด้านการสร้างเสริมสุขภาพ เป็นกระบวนการทำงานด้านสุขภาพที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายหรือภาคประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจและปฏิบัติในสิ่งที่เป็นความต้องการของชุมชนเอง มีกระบวนการเรียนรู้และจัดการการเรียนรู้ที่สามารถนำไปสู่ความยั่งยืนได้

ทั้งนี้หลังจากที่มีการดำเนินกิจกรรมในช่วงหนึ่งแล้ว ก็จะมีการร่วมกันติดตามและประเมินผลการดำเนินกิจกรรมว่า พบความเปลี่ยนแปลงทางด้านใดบ้างหลังจากการดำเนินกิจกรรมทั้งทางด้านทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อที่จะได้เตรียมการดำเนินการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงต่อไป นอกจากนี้ยังพบการมีส่วนร่วมของผู้บริหารโรงเรียน ครู นักเรียน พ่อค้าแม่ค้าทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน อีกทั้งผู้ประกอบการและคนในชุมชน ในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันกับนักเรียนแกนนำในลักษณะต่างๆ ซึ่งยังมีการรับผลประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยร่วมกันอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทราภา เพชรแก้ว (2548) ที่กล่าวว่า กิจกรรมที่มีการส่งเสริมให้เด็กมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เช่น การมีผลงานการทำกิจกรรมของตนเองจะทำให้เด็กเห็นความสำคัญขอประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม และมีความเคยชินในการรักษาพฤติกรรมดังกล่าว

ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรค

ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม

การสนับสนุนและให้ความร่วมมือของบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อผลความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานเขต เครือข่ายต่างๆ ซึ่งร่วมกันให้การสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมทั้งทางด้านทุน บุคลากร สื่อต่างๆ การจัดการฝึกอบรม การศึกษาดูงานตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งในแต่ละโรงเรียนก็จะมีความพร้อมในบริบทแวดล้อมของตนแตกต่างกัน อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการสร้างและการขยายเครือข่ายการดำเนินงาน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันอีกด้วย ซึ่งก็เป็นการได้ประโยชน์ร่วมกันในทุกๆ ฝ่าย ซึ่งสอดคล้องกับ นิภา ไชยรินคำ (2547) ที่กล่าวว่า การที่โรงเรียนได้รับการสนับสนุน

จะมีส่วนช่วยให้การรณรงค์ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงด้านการส่งเสริมสุขภาพ อีกทั้ง อารีย์ ด้านประดิษฐ์ (2546) ยังกล่าวอีกว่า การส่งเสริมการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพอีกด้วย นอกจากนี้ เนาวนิต ยิ้มวัน (2548) กล่าวว่า การสนับสนุนในการดำเนินงานของบุคลากรและหน่วยงานภายนอก มีส่วนช่วยให้การดำเนินงานในโครงการสำเร็จลุล่วงมากยิ่งขึ้น และยังช่วยให้เกิดการสร้างกระแสความตื่นตัวด้านการบริโภคอาหารปลอดภัยให้เกิดขึ้นในสังคมอีกด้วย

ปัจจัยทางด้านโรงเรียน

ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยที่เป็นปัจจัยทางด้านโรงเรียนนั้น เกิดจากการที่ผู้บริหารโรงเรียนมีวิสัยทัศน์ที่ดีต่อการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งยังให้การสนับสนุนและมีความสามารถในการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับทางโรงเรียน ซึ่งช่วยส่งเสริมให้บุคลากรภายในโรงเรียนสนใจและให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อย อีกทั้งยังช่วยในการอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การออกมาตราการต่างๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาพฤติกรรมด้านสุขภาพในโรงเรียนอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ เบียร์ ไมค์ (2549) ที่กล่าวว่า ผู้บริหารที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงคือ เป็นผู้นำ สนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และมีความสามารถ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล (2549) ที่พบว่า ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ด้านสุขภาพที่ดี ต้องเปิดโอกาสให้บุคลากรในโรงเรียนได้แสดงความคิดเห็น และมีความตั้งใจอย่างจริงจัง ซึ่งทำให้งานรณรงค์ประสบความสำเร็จ ส่วนด้านครูแกนนำที่ทำหน้าที่ในการเป็นผู้สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมฯ ของนักเรียนนั้น จะต้องเป็นครูที่มีความมุ่งมั่น และอุทิศตนในการทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนและรับผิดชอบหลักในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งครูแกนนำนั้นมีบทบาทต่อการดำเนินกิจกรรมอย่างมากในการทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาการดำเนินกิจกรรม การติดต่อประสานงานกับผู้บริหาร รวมถึงครูและบุคลากรภายในโรงเรียน หรือการติดต่อขอรับความสนับสนุนกับหน่วยงานภายนอก ซึ่งครูแกนนำที่ทำหน้าที่ในโครงการก็จะต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดการประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม อย.น้อยได้อย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ นิภา ไชยรินคำ (2547) ที่กล่าวว่า การพัฒนาเป็นโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพนั้น เป็นกระบวนการที่โรงเรียนต้องพัฒนาด้วยตนเองและเป็นไปตามความต้องการของผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน รวมถึงเรื่องนโยบายเพื่อที่จะได้มีคนปฏิบัติตาม

อย่างไรก็ตามในเรื่องของนักเรียนแกนนำ ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งทำให้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ เพราะความสามารถของนักเรียนแกนนำ ซึ่งได้แก่ การมีความคิดสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบ ความกล้าแสดงออก มีความรู้

ความสามารถและทักษะในการสื่อสารที่ดี รวมถึงการเข้าใจถึงความต้องการของเด็กที่ใกล้เคียงกับวัยของตนอยากจะได้รับคำตอบสนองในมิติต่างๆ จากการดำเนินกิจกรรม ซึ่งทำให้เกิดการเอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทางด้านต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ Rogers (1983 อ้างถึงใน Windahl และคณะ, 1992) ที่กล่าวว่า ผู้ส่งสารที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมายจะสื่อสารได้มีประสิทธิภาพมากกว่า อีกทั้ง ภัทราภา เพชรแก้ว (2548) กล่าวว่า นักเรียนผู้ช่วยส่วนใหญ่จะมีความรู้และทักษะการสื่อสารที่ดี ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อีกทั้งนักเรียนแกนนำยังทำหน้าที่ในการบริหารและการจัดการประเด็นต่างๆ เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม อยู่น้อยอีกด้วย ซึ่งการทำงานทั้งระหว่างครูแกนนำและนักเรียนแกนนำนั้น ก็มีความยืดหยุ่นสูงในการที่นักเรียนแกนนำสามารถเข้าไปปรึกษาเสนอแนะข้อคิดเห็นต่างๆ กับครูแกนนำได้โดยตลอด ทำให้มีความรู้สึกร่วมในการเป็นเจ้าของโครงการร่วมกันและลดช่องว่างในการทำงานระหว่างกัน อีกทั้งครูแกนนำส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่เข้ากับนักเรียนได้ง่าย ทำให้นักเรียนกล้าที่จะเข้าหา

นอกจากนี้การที่บุคลากรต่างๆ ภายในโรงเรียนมีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ นั้นก็ส่งผลต่อความสำเร็จต่อการดำเนินโครงการ เพราะจะแสดงให้เห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในโรงเรียนได้ดีขึ้น และสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างคล่องตัวและไม่มีอุปสรรค ซึ่งก็เป็นผลมาจากการที่โรงเรียนมีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังรวมถึงการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนเพื่อให้อเอื้อต่อการพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคที่ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังต้องมีการบูรณาการโครงการอื่นๆ เพื่อลดภาระในการดำเนินกิจกรรมย่อยๆ ในแต่ละกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ สุพจน์ รัตนพันธ์ (2533) ที่กล่าวว่า นอกจากการจัดการเรียนการสอนที่นักเรียนได้รับความรู้และสามารถนำไปปฏิบัติได้แล้ว การจัดการสิ่งแวดล้อมต่างๆ ในโรงเรียน ก็มีผลทำให้เด็กในโรงเรียนมีการดูแลสุขภาพตนเองที่ดีได้ อีกทั้งการประพฤติตนของครูและเพื่อนในโรงเรียน ล้วนมีอิทธิพลต่อการดูแลสุขภาพตนเองอีกด้วย นอกจากนี้ก็ยังมีการพัฒนาแผนการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแต่ละปีอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ นิตยา บรรลือเกียรติ (2539) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของการดำเนินโครงการนั้น ปัจจัยหนึ่งก็คือ ความร่วมมือของบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการจัดโครงการซึ่งได้แก่ ผู้บริหาร ครูและนักเรียน

ปัจจัยทางด้านชุมชน

การที่ผู้ปกครองและคนในชุมชนมีความเข้าใจและให้ความร่วมมือในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมจะช่วยก่อให้เกิดการขยายผลและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับครอบครัว

และชุมชน อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มคนเหล่านี้ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมอีกด้วย ซึ่งทำให้เกิดเป็นพลังและยังให้ความรู้สึกในการเป็นเจ้าของโครงการฯ ร่วมกันอีกด้วย ในการที่จะช่วยกันเป็นหูเป็นตาสอดส่องดูแล เพื่อให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ดีของคนในชุมชนของตน ซึ่งสอดคล้องกับ ปารีชาต สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) ที่กล่าวว่า หากต้องการให้เกิดความยั่งยืน และสมาชิกในพื้นที่เป้าหมายมีความรู้สึกผูกพันกับการรณรงค์ ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนเป้าหมายสามารถพัฒนากระบวนการรณรงค์ในพื้นที่ตนเอง อีกทั้งยังสนับสนุนผลการวิจัยของ วัชรารกรณ์ อภิวัชรางกูร (2546) ที่พบว่า การที่คนในชุมชนมีแรงจูงใจในการร่วมพัฒนาโรงเรียน มุ่งมั่นพัฒนาอย่างจริงจังและสม่ำเสมอก็จะทำให้โรงเรียนน่าอยู่ ส่งผลให้บุตรหลานตลอดจนชุมชนมีสุขภาพที่ดีขึ้น

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ของบริบทแวดล้อม

การที่โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้ขอความร่วมมือไปทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้ว ได้รับการปฏิเสธการให้การสนับสนุน ทำให้โรงเรียนขาดขวัญและกำลังใจในการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การที่ช่วงเวลาในการจัดสรรงบประมาณของทางภาครัฐบาลไม่สอดคล้องกับเวลาในการดำเนินกิจกรรมของโรงเรียน เนื่องจากภาครัฐบาลมีการจัดสรรงบประมาณในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี ส่วนทางด้านโรงเรียนนั้นจะมีการเปิดภาคเรียนประจำปีการศึกษาในเดือนพฤษภาคม ซึ่งทำให้การจัดสรรงบในการสนับสนุนมีความล่าช้า อีกทั้งทางด้านสื่อและอุปกรณ์สนับสนุนบางชนิดมีข้อจำกัด เช่น ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหารบางตัวมีระยะเวลาใช้งานที่สั้น ซึ่งกว่าจะมีการจัดสรรให้กับทางโรงเรียนก็มีการหมดอายุแล้ว

ปัจจัยทางด้านโรงเรียน

ด้านสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนพบว่าบางโรงเรียนจะมีบางสิ่งๆ ที่เอื้อต่อการมีพฤติกรรม การบริโภคที่ไม่เหมาะสม เช่น การมีการจัดจำหน่ายน้ำอัดลมภายในโรงเรียน อย่างไรก็ตามในปัจจุบันได้มีการแก้ไขปัญหาที่อยู่ซึ่งต้องรอให้หมดระยะเวลาของสัญญาการประมูล ส่วนในเรื่องของการที่มีการจำหน่ายของทอด ปิ้ง ย่าง นั้นก็ถือว่าแล้วแต่ลักษณะพฤติกรรมบริโภคของนักเรียนแต่ละคน เพราะบางที่ทางโรงเรียนก็ไม่สามารถออกมาตรการที่มีความเข้มงวดมากจนเกินไป นอกจากนั้นเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรม อย.น้อยนั้น บางที่มีช่วงเวลาและกิจกรรมที่มากจนเกินไปจนส่งผลเสียต่อนักเรียน เช่น การขาดเรียน การไม่มีเวลาทบทวนบทเรียน และบางที่ทำให้นักเรียนเกิดความเครียดอีกด้วย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มภาระให้กับนักเรียนมากจนเกินไป โดยปกติ

หน้าที่หลักของนักเรียนคือการเรียนหนังสือ ส่วนกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ นั้นจะส่งเสริมในการเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ นิตยา บรรลือเกียรติ (2539) ที่กล่าวว่า นักเรียนมีกิจกรรมอื่นๆ ที่ต้องปฏิบัติอีกมากทำให้การรณรงค์อาจไม่ได้ผลมากเท่าใดนัก

นอกจากนี้ทางด้านงบประมาณที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานและการที่ไม่ได้รับความร่วมมือในการสนับสนุนนั้นก็เป็นอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินงาน เพราะงบประมาณไม่เพียงพอจะทำให้ขาดสื่อและอุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรม ทำให้การรณรงค์ขาดความต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ จรัสศรี พรหมมาศ (2533) และ ชัยพร รูปน้อย (2536) ที่กล่าวว่า ปัญหาในการบริหารโครงการสุขภาพในโรงเรียน มีปัญหาอยู่เพียงข้อเดียวคือ การจัดสรรงบประมาณเพื่อการสนับสนุนโครงการสุขภาพ เพราะงบประมาณเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การดำเนินโครงการสุขภาพในโรงเรียนมีประสิทธิภาพ ส่วนด้านความร่วมมือนั้นบางที่ก็อาจมีปัญหาในการทำงานระหว่างแกนนำนักเรียนด้วยกัน ซึ่งส่งผลต่อความล่าช้าในการดำเนินกิจกรรม หรือในเรื่องของความร่วมมือของนักเรียนในโรงเรียนที่ไม่ยอมปฏิบัติตามกฎของโรงเรียน ซึ่งก็ไม่สามารถที่จะควบคุมได้เท่าไรนัก เพราะต้องขึ้นอยู่กับจิตสำนึกของนักเรียนแต่ละคน ซึ่งสอดคล้องกับ ไชยา บุญเรือง (2534) ที่กล่าวว่า ปัญหาของผู้นำนักเรียนฝ่ายส่งเสริมอนามัยก็คือ การขาดความร่วมมือจากนักเรียนในโรงเรียน การขาดแคลนสื่อและอุปกรณ์ในการดำเนินงาน

ปัจจัยทางด้านชุมชน

การที่ร้านค้าบริเวณภายนอกโรงเรียนยังมีการจำหน่ายอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัยและไม่ได้มาตรฐานซึ่งทางโรงเรียนก็ไม่สามารถที่จะจัดการอะไรได้ เพราะถือว่าอยู่นอกเหนือบริเวณเขตของโรงเรียน แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมี การสอดส่องดูแลและการขอความร่วมมือในการเลิกซื้อวัตถุดิบในการปรุงประกอบอาหารของพ่อค้าแม่ค้าบริเวณนอกโรงเรียน บางครั้งก็มีที่พ่อค้าแม่ค้าที่จำหน่ายอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะแล้วมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงแรก แต่ช่วงหลังก็ยังกลับมาใช้วัตถุดิบที่ไม่ปลอดภัยเหมือนเดิม ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับจิตสำนึกของผู้ประกอบการแต่ละคน แต่ก็มีพ่อค้าแม่ค้าบางส่วนที่ให้ความร่วมมือดี ซึ่งสอดคล้องกับ อารีย์ ด้านประดิษฐ์ (2546) ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อมรอบโรงเรียนไม่ดีเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ นอกจากนี้การที่ไม่ได้รับความร่วมมือทั้งจากทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือความเอื้อเฟื้อของเจ้าหน้าที่ในการแจกจ่ายสิ่งของสนับสนุน ก็ยังทำให้คณะผู้ดำเนินกิจกรรมขาดขวัญและกำลังใจในการดำเนินงานต่างๆ ภายในโรงเรียน

อย่างไรก็ตามยังมีผู้ปกครองบางส่วนที่ยังมีความไม่เข้าใจต่อพฤติกรรมการบริโภคที่ถูก
 สุขลักษณะ เนื่องจากบางครั้งตนเองก็มีพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม อีกทั้งยังปลูกฝังให้
 บุตรหลานทำตามพฤติกรรมของตนอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ กมลวรรณ ลูกเสือ (2544) ที่กล่าวว่า
 ผู้ปกครองเป็นแบบอย่างพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ดีก็มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของเด็กด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ อย.น้อย

ผู้วิจัยแบ่งข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ อย.น้อยออกเป็น 2 ส่วน
 ดังนี้

1. กระบวนการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อย

กระบวนการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยนั้น ควรที่จะประกอบไปด้วยมิติ
 ทางด้านการสื่อสารและมิติทางด้านการพัฒนา ซึ่งไม่ควรที่จะเน้นไปแต่เฉพาะทางด้าน
 การสื่อสารเชิงรุกเพียงอย่างเดียว แต่ควรที่จะมุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมให้
 กลุ่มเป้าหมายเกิดการพัฒนาตนเองโดยผ่านทางกระบวนการสนับสนุนทางด้านต่างๆ เช่น สื่อหรือ
 อุปกรณ์ รวมถึงความร่วมมือของบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ในกระบวนการ
 ดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ควรจะมีขั้นตอนและกระบวนการรณรงค์เพื่อให้
 สอดคล้องกับแนวทางที่ได้กล่าวไว้ ดังนี้

1.1 การศึกษา ค้นคว้า วิจัย พัฒนาและผลิตองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ควรที่จะมีการศึกษาค้นคว้าถึง ความพร้อมและรูปแบบการดำเนินงานของ
 โรงเรียนในแต่ละสังกัดสำนักบริหารการการศึกษา เพื่อที่จะได้ทราบถึงแนวทางในการ
 สนับสนุนเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับวิธีการดำเนินงานในแต่ละรูปแบบ เช่น โรงเรียน
 เอกชนอาจมีความพร้อมทางด้านงบประมาณมากกว่าโรงเรียนในสังกัดอื่นๆ จึงควรให้
 การสนับสนุนทางด้านบุคลากรในการเข้ามาอบรมเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรที่จะ
 มีการนำนักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ ด้านสาธารณสุข ด้านการศึกษามาร่วมกันระดม

ความคิดเห็นและหาจุดยืนร่วมกันในการที่จะออกแบบและพัฒนาตัวโครงการเพื่อให้การดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อยเพิ่มโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

1.2 การกำหนดเกณฑ์ รูปแบบและวิธีการดำเนินการรณรงค์รวมถึงการหาเครือข่ายสนับสนุนการทำงานของโครงการ

ในการดำเนินโครงการ อย.น้อยควรมีการทำความเข้าใจหรือชี้แจงให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ อย.น้อยทั้งทางด้านภาควิชาการ ภาคประชาชนและภาคผู้กำหนดนโยบาย เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินงานในแต่ละภาคส่วนและหน่วยงาน อีกทั้งยังเอื้อให้เกิดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบของตน และเพื่อไม่ให้เกิดการทับซ้อนในการดำเนินงานซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังช่วยให้เกิดการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันอีกด้วย อย่างไรก็ตามควรวางพันธมิตรเพื่อสร้างความร่วมมือในการเป็นเครือข่ายสนับสนุนการดำเนินงาน เช่น สสส. หน่วยงานที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น บริษัทผลิตและจัดจำหน่ายอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆ หรือโครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางด้านการพัฒนาสุขภาพ เป็นต้น

1.3 การดำเนินการรณรงค์ การสร้างกระแสและผลักดันสังคม

ด้านขั้นตอนการดำเนินงานของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคนั้นถือว่ามี การดำเนินงานที่เป็นระบบชัดเจน อีกทั้งมีการดำเนินงานแบบกระจายอำนาจซึ่งสามารถลด ขั้นตอนและความรับผิดชอบในการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามทางกระทรวงสาธารณสุขควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์การดำเนินกิจกรรมในโครงการ อย.น้อยให้มากกว่านี้ เพื่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวในการบริโภคอาหารปลอดภัย การเลือกซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ อีกทั้งเพื่อให้ประชาชนเกิดการพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภค ซึ่งอาจจะมีการใช้สื่อมวลชนในการกระตุ้นให้เกิดการรับทราบถึงการดำเนินโครงการ อย.น้อยผ่านทางรายการต่างๆ ทั้งทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือการแทรกโลโก้ อย.น้อยเข้าไปร่วมกับสื่ออื่นๆ ที่มีการออกอากาศอยู่ในปัจจุบัน เช่น สปอตให้ความรู้ต่างๆ หนังสือพิมพ์ รายการทุ่งแสงตะวัน รายการกล้าคิดกล้าทำ เป็นต้น เพราะบางคนยังไม่รู้จักหรือทราบถึงการมีอยู่ของโครงการนี้เลย ทั้งๆ ที่โครงการนี้เป็นโครงการที่มีประโยชน์อย่างมากต่อคนในสังคม นอกจากนี้คนที่รู้จักโครงการนี้จริงๆ ก็มีอยู่ในวงแคบคือ ด้านภาคสาธารณสุขและภาคการศึกษาเท่านั้น ดังนั้นการที่มีการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ถึงการมีอยู่ของโครงการก็ยังคงช่วยให้เกิดการสร้าง

และการขยายเครือข่ายการดำเนินโครงการได้อีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังสามารถที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนายั่งยืนอีกด้วย

ส่วนในด้านของการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้นก็ไม่ควรที่จะเน้นทางด้านการแข่งขันในการจัดการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นมากจนเกินไป ซึ่งควรที่จะเน้นทางด้านความร่วมมือในการขยายองค์ความรู้ การสร้างและการขยายเครือข่ายการพัฒนา ร่วมกันในเขตสำนักงานการศึกษาของตนมากกว่า นอกจากนี้ อาจจะมีการจัดหลักเกณฑ์การประกวดที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในการประเมิน ซึ่งถ้าหากโรงเรียนใดประเมินถึงเกณฑ์ที่ตั้งไว้ในระดับใด ก็จะได้รับรางวัลในระดับนั้น โดยถ้าหากมีการจัดทำในลักษณะนี้ก็จะเห็นว่าทุกโรงเรียนสามารถได้รับรางวัลตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ซึ่งก็จะช่วยให้โรงเรียนมีกำลังใจในการดำเนินกิจกรรมและไม่มุ่งเน้นการแข่งขันมากเกินไป อีกทั้งกระทรวงสาธารณสุขควรเข้ามาดูแลในเรื่องสุขภาพของทุกๆ โรงเรียนทั้งโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่ได้เข้าร่วมการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นเพิ่มมากขึ้น

1.4 การสร้างการมีส่วนร่วมและการเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มเป้าหมายและเครือข่าย

ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคควรร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในกระทรวงสาธารณสุขในการจัดให้มีการฝึกอบรมและการส่งเสริมการดำเนินงานของครูแกนนำและนักเรียนแกนนำ เพื่อเตรียมความพร้อมในการที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อนในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการดำเนินงานเบื้องต้นและให้เกิดความพร้อมในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

นอกจากนี้ควรที่จะให้การสนับสนุนการดำเนินโครงการ อย.น้อยในด้านต่างๆ อย่างเพียงพอ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของนักเรียนแกนนำ ทั้งทางด้านงบประมาณในการดำเนินกิจกรรม ชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหารและสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อีกทั้งควรมีการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการรวมตัวของเครือข่าย อย.น้อยในการดำเนินงานร่วมกัน เช่น การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของเครือข่ายในระดับจังหวัดหรือในระดับต่างๆ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมและการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ภายนอกชุมชนของตนเอง ทั้งนี้จะช่วยให้การดำเนินโครงการ อย.น้อยนั้นเกิดความเข้มแข็งและมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามควรที่จะมีการสร้างและการขยายเครือข่ายโครงการ อย.น้อยสู่โรงเรียนระดับอนุบาลและระดับประถมศึกษาให้มากขึ้น เพื่อเป็นการปลูกฝังในการเลือกบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีความปลอดภัย อีกทั้งยังช่วยให้เกิดความรู้

ทางด้านสุขภาพจิตและสุขภาพกาย ในการทำให้เด็กได้รับทราบถึงประโยชน์และโทษจากการมีพฤติกรรมบริโภคต่างๆ ซึ่งเด็กเล็กสามารถปลูกฝังความคิดและความรู้ต่างๆ ได้ง่ายกว่าเด็กโต อีกทั้งเด็กเล็กควรได้รับความดูแลเอาใจใส่ในเรื่องของการเลือกบริโภคมากกว่าเด็กโตเพราะยังเป็นวัยที่ยังขาดวิจารณญาณในการเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์ต่างๆ อีกด้วย และที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งก็คือ การสร้างความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาในการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งชุมนุมหรือชมรมที่เกี่ยวข้องกับทาง ออย. ในการที่จะให้คณะทางด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ออกไปเป็นพี่เลี้ยงในการให้ความรู้และจัดกิจกรรมร่วมกับนักเรียนแกนนำหรือกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพื่อสร้างความใกล้ชิดและเกิดการดำเนินกิจกรรมร่วมกันของ ออย. น้อยรุ่นพี่ให้ย้อนกลับมาดูแลความเปลี่ยนแปลงและการดำเนินงานของ ออย. น้อยรุ่นน้อง ทั้งนี้ยังเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอีกด้วย เพราะเป็นวัยที่มีความใกล้ชิดเคียงกัน เด็กๆ จะให้ความสนใจ เต็มใจและกล้าที่จะให้ความร่วมมือมากกว่าการที่บุคคลากรจากหน่วยงานจากกระทรวงสาธารณสุขเข้าไปเอง ซึ่งก็จะเป็นการขยายเครือข่ายการดำเนินงานและเพิ่มโอกาสให้เกิดการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการได้อีกด้วย

1.5 การบริหารและจัดการการดำเนินงาน

การบริหารและการจัดการการดำเนินงานโครงการ ออย. น้อยของแต่ละหน่วยงาน ทั้งของกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค กรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์และกระทรวงศึกษาธิการนั้น ควรที่จะมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างคล่องตัว ซึ่งก็ควรที่จะมีวาระการประชุมร่วมกันในการรายงานผลความก้าวหน้าของการดำเนินงานในแต่ละหน่วยงาน เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในการที่จะทำให้เกิดทิศทางของการดำเนินงานและการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกันอีกด้วย

1.6 การประเมินผล การพัฒนาและปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน

เมื่อดำเนินการรณรงค์มาได้ระยะเวลาหนึ่งแล้วควรที่จะมีการประเมินผลการดำเนินงานโดยการประเมินตนเองและการประเมินจากหน่วยงานภายนอก อีกทั้งเพื่อที่จะได้รับทราบถึงประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการดำเนินงานที่ผ่านมา จะได้นำผลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาแผนการดำเนินงานต่อไปในอนาคต

ด้านการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานเพื่อให้เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคและพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคอย่างยั่งยืนนั้น ทางกระทรวงสาธารณสุขควรที่จะมีการออกกฎหมาย มาตรการหรือนโยบายต่างๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคอย่างจริงจัง เช่น การมีบทลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืนหรือละเมิดให้มีความจริงจัง เพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาระบบสุขภาพที่มีความยั่งยืน เพราะบางที่ปัญหาบางปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้อย่างจริงจัง เช่น การร่วมมือกับกระทรวงศึกษาธิการในการห้ามจัดจำหน่ายน้ำอัดลมภายในโรงเรียน หรือเมื่อมีการตรวจพบสารพิษหรือสารปนเปื้อนต่างๆ ตามบริเวณร้านค้าและตลาดแล้วร้านค้าดังกล่าวไม่ดำเนินการเปลี่ยนแปลงก็ควรที่จะมีการดำเนินคดีอย่างเคร่งครัด รวมถึงการไม่ประนีประนอมให้ผู้ที่ทำผิดกฎหมายให้ได้รับโทษ ซึ่งอย่างน้อยก็ช่วยในการปลูกฝังและการตระหนักถึงบทลงโทษต่างๆ ที่จะได้รับจากการฝ่าฝืนการปฏิบัติที่ถูกต้องตามกฎหมาย อีกทั้งยังช่วยให้ภาคประชาชนเกิดความเข้มแข็งและความเชื่อมั่นในการที่จะดำเนินการกับผู้ที่เราัดเอาเปรียบผู้บริโภคได้อย่างจริงจัง

นอกจากนี้ในกิจกรรมการประกวดโรงเรียน ออ.น้อยดีเด่นในแต่ละปีนั้น ควรมีการเพิ่มเกณฑ์หรือประเด็นต่างๆ ในการตัดสิน โดยอาจจะเป็นการเพิ่มเนื้อหาที่เป็นประเด็นหรือกระแสในช่วงเวลานั้นๆ เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม เข้าไปในหลักเกณฑ์การให้คะแนนในการประกวดโรงเรียน ออ.น้อยดีเด่นในปีถัดๆ ไป เพื่อเป็นการขยายองค์ความรู้ในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ออ.น้อยอีกทางหนึ่ง

2. กลยุทธ์ในการรณรงค์โครงการ ออ.น้อย

ปัจจุบันทางโครงการมีการใช้กลยุทธ์การใช้สื่อแบบผสมผสานอยู่แล้ว โดยการผสมผสานสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งซึ่งสามารถสร้างความสนใจและช่วยให้เกิดการสนับสนุนการดำเนินโครงการได้เป็นอย่างดี แต่ควรมีการใช้สื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ตัวโครงการ ออ.น้อยให้แพร่หลายมากกว่านี้ เพื่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวในการบริโภคอาหารปลอดภัย การเลือกซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และเป็นการสร้างให้เกิดความรับรู้ของการมีตัวตนของโครงการ ออ.น้อยมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีช่วงของ ออ.น้อยควรที่จะมีการตระเวนไปตามโรงเรียนต่างๆ เพื่อดูความแตกต่างและผลของการดำเนินกิจกรรมของโรงเรียนต่างๆ มากกว่าการออกไปถ่ายทำที่โรงเรียนเดิม ทั้งนี้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างชื่อเสียงให้แก่โรงเรียนอื่นๆ อีกด้วย

นอกจากนี้หากหน่วยงานทางภาครัฐและภาคเอกชนต่างๆ มีความสนใจที่จะดำเนินโครงการรณรงค์โครงการใดๆ ก็ควรที่จะใช้การวางแผนการดำเนินงานและรูปแบบของโครงการในลักษณะเดียวกับโครงการ อย.น้อย เนื่องจากโครงการนี้การผลักดันให้ภาคประชาชนเป็นพลังในการขับเคลื่อนในการรณรงค์ด้วยตนเอง อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งและการปลูกฝังความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมต่างๆ เพื่อไปสู่การที่ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งจากความสำเร็จของโครงการ อย.น้อยทำให้พบว่า การมีส่วนร่วมนั้นเป็นสิ่งสำคัญในทำให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านตัวบุคคลและสังคม ดังนั้นการดำเนินโครงการอื่นๆ ก็ควรที่จะคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายเป็นประเด็นแรกๆ โดยการผลักดันให้เกิดการสร้างการมีส่วนร่วมในภาคประชาชน ซึ่งควรเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด ทั้งนี้การดำเนินโครงการอื่นๆ ควรที่จะศึกษาแผนการดำเนินงานของโครงการ อย.น้อยเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการอื่นๆ เพราะถือว่ามีแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินโครงการ นอกจากนี้โครงการอื่นก็ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ที่ชัดเจน และควรวิเคราะห์ว่ากลุ่มเป้าหมายนั้นมีลักษณะหรือมีพฤติกรรมอย่างไร เพื่อที่จะได้ออกแบบสื่อและสารได้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ อีกทั้งควรมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาควิชาการ ภาคประชาชน รวมถึงสื่อมวลชนเพื่อให้เกิดการผลักดันให้เป็นประเด็นสาธารณะ เพื่อเป็นการสร้างรากฐานเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมเป็นกรอบแนวคิดในการปรับและเลือกใช้กลยุทธ์ต่างๆ ให้มีความสอดคล้องเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมายไปในทิศทางที่ตนต้องการ

ข้อเสนอแนะสำหรับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

สำหรับโรงเรียนที่ต้องการที่จะเข้าร่วมโครงการ อย.น้อยนั้น ควรที่จะมีการศึกษาถึงกระบวนการรณรงค์และการบริหารจัดการการรณรงค์โครงการของโรงเรียนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการดำเนินการรณรงค์โครงการ อย.น้อย สำหรับโรงเรียนที่ต้องการที่จะเข้าร่วมโครงการฯ โดยผู้วิจัยจะแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. กระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

กระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการนั้นควรที่จะประกอบไปด้วยมิติทางด้านการสื่อสารและมิติทางด้านการพัฒนาเช่นเดียวกัน ซึ่งไม่ควรที่จะเน้นไปแต่เฉพาะทางด้านการสื่อสารเชิงรุกเพียงอย่างเดียว แต่ควรที่จะมุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการพัฒนาตนเอง โดยผ่านทาง การสนับสนุนทางด้านต่างๆ ทั้งนี้ในกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ควรจะมีขั้นตอนและกระบวนการรณรงค์เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางที่ได้กล่าวไว้ ดังนี้

1.1 การเตรียมความพร้อมของโครงสร้างการดำเนินงาน

การเริ่มการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยภายในโรงเรียน ควรที่จะมีการวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพปัญหาที่ทางโรงเรียนประสบอยู่ และระดมความคิดเห็นของบุคลากรภายในโรงเรียนว่าจะมีการจัดการกับปัญหานั้นอย่างไร เพื่อเตรียมการประชุมเพื่อร่างแผนการปฏิบัติงานและสร้างความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง ในการเตรียมความพร้อมในการดำเนินการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา โดยผ่านทาง การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยซึ่งการดำเนินกิจกรรมนั้นจะส่งผลต่อตัวปัจเจกบุคคลและสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

1.2 การวางแผนการปฏิบัติงาน

ควรที่จะมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ตามความรับผิดชอบของตน ก่อนการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย เพื่อให้เกิดความเข้าใจ การยอมรับและการสร้างความร่วมมือในการดำเนินงานไปพร้อมๆ กันทั้งโรงเรียน ซึ่งในส่วนของผู้บริหารก็ควรที่จะมีการประชุมชี้แจงทำความเข้าใจในโครงการกับครูภายในโรงเรียนและแบ่งบทบาทหน้าที่การดำเนินงานของบุคลากรต่างๆ อีกทั้งจะต้องดูแลในภาพรวมของโครงการและเป็นผู้อนุมัติให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวและเกิดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้บริหารยังเป็นผู้ที่ช่วยให้เกิดความร่วมมือในส่วนต่างๆ ของโรงเรียนอีกด้วย ส่วนทางด้านครูแกนนำซึ่งจะมีบทบาทในการประสานงานเครือข่าย การสร้างความร่วมมือ เป็นที่ปรึกษาและเป็นผู้สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมของนักเรียนแกนนำ ทั้งนี้ในด้านของนักเรียนแกนนำนั้นจะเป็นผู้ที่มีบทบาทในการดำเนินกิจกรรมและการบริหารจัดการการดำเนินงานทุกขั้นตอนนั้น ก็ควรที่จะมีระยะเวลาในการเตรียมความพร้อมในทุกๆ ด้านก่อนการดำเนินกิจกรรม และในส่วน of บุคลากรต่างๆ ภายในโรงเรียนก็จะต้องมีความเข้าใจในการดำเนินงานเพื่อให้เกิด

ประสิทธิภาพ เกิดการเรียนรู้และเชื่อมต่อการพัฒนาบริบทแวดล้อมในโรงเรียนร่วมกัน นอกจากนี้จะต้องมีการจัดทำโครงการเพื่อขออนุมัติ การจัดทำแผนการปฏิบัติงานต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับความพร้อมของแต่ละโรงเรียน ซึ่งก็จะต้องมีการเตรียมพร้อมทางด้านต่างๆ เช่น การติดตามการดำเนินงาน แนวทางการปรับปรุงและพัฒนา และการประชาสัมพันธ์ถึงการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อสร้างการรับรู้และความร่วมมือในการพัฒนาพฤติกรรมการบริโภคกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่ทางโรงเรียนได้กำหนดเอาไว้

1.3 การดำเนินการปฏิบัติและการปรับเปลี่ยนตามแผนการปฏิบัติงาน

นอกจากที่โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยจะมีการใช้สื่อและกิจกรรมในการรณรงค์โครงการ อย.น้อยแล้ว นักเรียนแกนนำก็ควรที่จะมีการใช้สื่อและการจัดกิจกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้น อีกทั้งควรจะมีการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของสื่อและกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ครูแกนนำควรที่จะบูรณาการเนื้อหาในโครงการ อย.น้อยร่วมกับหลักสูตรสาระการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อที่จะช่วยให้นักเรียนรู้จักการต่อยอดความคิดและเห็นถึงการเชื่อมโยงของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม อย.น้อยในกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่างๆ ซึ่งก็จะช่วยในการสืบค้นหาจากกรรย้าให้เห็นถึงความสำคัญในประเด็นดังกล่าว ผ่านทางเนื้อหาในบทเรียนและไปงานอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ควรที่จะมีการขอความร่วมมือและการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ฝ่ายสิ่งแวดล้อมของสำนักงานเขต โรงพยาบาลใกล้เคียงหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความร่วมมือในการเตรียมความพร้อมของครูแกนนำและนักเรียนแกนนำในการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ผ่านทางกิจกรรมต่างๆ

นอกจากนี้โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยควรจะมีการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนเมื่อกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค เช่น ถ้าหากร้านค้าทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนมีการปรับเปลี่ยนการผลิต การปรุงประกอบอาหารที่เชื่อมต่อความปลอดภัยในการบริโภคหรือมีสุขภาพดีและสุขอนามัยที่ดี ก็ควรที่จะมีการมอบเกียรติบัตรให้กับร้านค้าที่มีการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งเพื่อให้นักเรียนในโรงเรียนได้สามารถเลือกซื้ออาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีความปลอดภัยตามร้านค้าดังกล่าวได้ นอกจากนี้ทางโรงเรียนควรจะมีการออกมาตรการและนโยบายต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการจัดสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนให้มีความเหมาะสมและเชื่อมต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีความยั่งยืน

1.4 การตรวจสอบและการประเมินผลการปฏิบัติงาน

หลังจากที่มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยมาระยะเวลาหนึ่งแล้ว ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ แต่ละโรงเรียนควรที่จะมีการรายงานผลการดำเนินกิจกรรมในแต่ละฝ่ายของตนเป็นประจำสัปดาห์ในชั่วโมงชุมนุมหรือชมรม ซึ่งควรจะมีการจัดทำแบบประเมินกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เช่น นักเรียน ผู้ปกครอง เป็นต้น ซึ่งจะมีการวัดทางด้านความพึงพอใจต่อสื่อและกิจกรรมต่างๆ การรับรู้ถึงตัวโครงการ ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากที่มีการดำเนินกิจกรรม ต่อจากนั้นก็จะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายต่างๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ห้ข้อมูลเพื่อสรุปผลการดำเนินกิจกรรม ซึ่งจะมีการนำผลที่ได้มาตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพเพื่อให้การดำเนินกิจกรรม อย.น้อยประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

1.5 การปรับปรุงและพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน

เมื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาแผนการปฏิบัติงานแล้วนั้น จะเห็นว่าทางโรงเรียนควรมีการบูรณาการโครงการต่างๆ ที่มีลักษณะที่เกี่ยวข้องหรือมีเนื้อหาที่มีความคล้ายคลึงกับโครงการ อย.น้อย เพื่อที่จะลดขั้นตอนในการดำเนินโครงการแต่ละโครงการ อีกทั้งยังช่วยให้โครงการที่มีการบูรณาการร่วมกันนั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังสร้างความเข้าใจร่วมกันในเนื้อหาและสามารถประยุกต์ใช้ประเด็นต่างๆ ในโครงการได้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังเป็นการลดภาระของครูแกนนำและนักเรียนแกนนำที่จะต้องดำเนินภารกิจต่างๆ อีกด้วย และที่สำคัญคือ ควรมีการดำเนินกิจกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อนักเรียนแกนนำรุ่นปัจจุบันมีการเลื่อนชั้นก็มีการส่งต่อให้นักเรียนแกนนำรุ่นใหม่รับช่วงในการดำเนินกิจกรรมต่อ อีกทั้งควรมีการดำเนินกิจกรรมที่ลงลึกถึงในระดับเครือข่ายและชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มีความยั่งยืน นอกจากนี้ควรมีการปรับใช้กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ในการรณรงค์โครงการอื่นๆ โดยใช้แนวทางการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยเป็นตัวอย่างในการดำเนินงาน เพื่อช่วยให้การดำเนินโครงการนั้นเป็นขั้นเป็นตอนและเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

2. กลยุทธ์การรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยมีการใช้กลยุทธ์การใช้สื่อแบบผสมผสาน โดยการผสมผสานสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จ

ความสำเร็จในการรณรงค์เป็นอย่างมาก สามารถสร้างความสนใจและช่วยให้เกิดการสนับสนุนการดำเนินโครงการได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้นักเรียนแกนนำและครูแกนนำยังมีการใช้กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายอื่นๆ อีกด้วย โดยผ่านทางทำให้เด็กนักเรียนภายในโรงเรียนหรือการออกไปดำเนินกิจกรรม อย.น้อยสอนน้องให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับนักเรียนแกนนำ ในการสร้างความรู้ ความตระหนักถึงการบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีความปลอดภัย ซึ่งเป็นการเสริมสร้างการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและยังเป็นการสร้างและขยายเครือข่ายการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยไปสู่ครอบครัวและชุมชนของตนอีกด้วย นอกจากนี้ทางโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยนั้นยังมีการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมเป็นกรอบแนวคิดหลักในการดำเนินการรณรงค์ ซึ่งส่งผลการดำเนินกิจกรรมประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ทางโรงเรียนตั้งเอาไว้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาให้เห็นถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะใช้การสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มสนทนา ผู้บริหารโรงเรียน ครูแกนนำและนักเรียนแกนนำเท่านั้น ซึ่งจะทำให้เห็นถึงกลยุทธ์ต่างๆ และกระบวนการรณรงค์ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย ผู้วิจัยเห็นว่าควรที่จะศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อที่จะได้ทราบว่าคุณลักษณะต่างๆ ที่ไม่ได้เป็นแกนนำในการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยนั้น มีความคิดเห็นต่อการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอย่างไรบ้าง รวมถึงการศึกษาความรู้ ความพึงพอใจ การมีส่วนร่วม และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคของกลุ่มเป้าหมายหลังจากที่มีการดำเนินกิจกรรม อย.น้อย

2. ในงานวิจัยนี้มีกลุ่มเป้าหมายเป็นโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยนั้นมีอยู่ทั่วประเทศกว่า 10,000 โรงเรียน ทั้งนี้จะเห็นว่าโรงเรียนที่ได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวดโรงเรียน อย.น้อยดีเด่นระดับประเทศที่ผ่านมา นั้น เป็นโรงเรียนนอกเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด จึงควรที่จะศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยของโรงเรียนที่อยู่นอกเขตกรุงเทพมหานครว่า มีความคล้ายคลึงและมีความแตกต่างกับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยในเขตกรุงเทพมหานครอย่างไร อีกทั้งการดำเนินกิจกรรม อย.น้อยของโรงเรียนนอกเขตกรุงเทพมหานครจะมีปัจจัยของบริบทแวดล้อมในมิติต่างๆ ที่แตกต่าง

จากในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น สภาพความเป็นอยู่ สังคม วัฒนธรรมและชุมชน เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดอาจจะอิทธิพลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ซึ่งก็เป็นประเด็นที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งที่จะนำมาทำการศึกษาต่อ

3. ควรศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.อาชีวะในโรงเรียนอาชีวะศึกษา ว่ามีการศึกษาใช้กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ผ่านทางกระบวนกิจกรรมในลักษณะใด และอย่างไร เพื่อที่จะนำมาข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับกระบวนกิจกรรมในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาเพื่อหาแนวทางการดำเนินกิจกรรมและการพัฒนาเครือข่ายของโครงการ อย.น้อย ร่วมกันต่อไป

4. ควรศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโครงการอื่นๆ ซึ่งมีลักษณะการดำเนินรณรงค์ที่มีความใกล้เคียงกับโครงการ อย.น้อย ว่ามีรูปแบบการใช้กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์อย่างไร เพื่อที่จะได้หาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานโครงการต่างๆ ซึ่งเอื้อให้ภาคประชาชนได้มีส่วนร่วมและเป็นพลังในการขับเคลื่อนการรณรงค์ร่วมกับภาคอื่นๆ ในสังคม เพื่อให้ภาคประชาชนเกิดความเข้มแข็งและมีการพัฒนาศักยภาพของตนเองทางด้านต่างๆ ให้เกิดความยั่งยืน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. การสื่อสารเพื่อสุขภาพ: วัฒนาการและการก้าวสู่ความท้าทายในศตวรรษที่ 21. ใน พรทิพย์ เย็นจะบก (บรรณาธิการ), การพัฒนาองค์ความรู้การสื่อสารเพื่อสุขภาพ HEALTH COMMUNICATION, หน้า 1-17. กรุงเทพมหานคร, 2547.
- กมลรัฐ อินทรทัศน์. การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม. เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารการตลาด หน่วยที่ 13. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549.
- กมลรัฐ อินทรทัศน์. ยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 4. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549.
- กมลวรรณ ลูกเสือ. สภาพและปัญหาการจัดบริการอาหารและโภชนาการแก่เด็กวัยอนุบาลของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาศิลปะปฐมวัย คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กาญจนา แก้วเทพ, ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และ กิตติ กันภัย. การสื่อสารกับชุมชน: แนวคิดหลัก เพื่อการพัฒนา. วารสารนิเทศศาสตร์ ฉบับที่ 2 (2543): 61-78.
- กาญจนา แก้วเทพ. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในงานสุขภาพ: มุมมองของนักนิเทศศาสตร์. ใน ศตวรรษใหม่ของการสื่อสารเพื่อสุขภาพแบบมีส่วนร่วม, หน้า 4-26. กรุงเทพมหานคร, 2547.
- กิดานันท์ มลิทอง. เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: อรุณการพิมพ์, 2543.
- กิตติ กันภัย. การรณรงค์. ใน กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, หน้า 254-273. กรุงเทพมหานคร: เอดิสัน เพรส โพรดักส์, 2543.

กิติมา สุรสนธิ. ความรู้ทางการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม: สถาบันราชภัฏ
นครปฐม, 2542.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. ธนาคารสมองของคนไทย
แหล่งรวมองค์ความรู้ภูมิปัญญา เล่มที่ ๒ รอบรู้เรื่องสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: ชวนพิมพ์,
2548.

จรัสศรี พรหมมาศ. สภาพและปัญหาการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา
สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาสุข
ศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

จันท์สุดา ตันติวิชญวานิช. กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมในโครงการรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไข
ปัญหาเสพติดในกลุ่มเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

จารุณี พัชรพิมานสกุล. เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. กลยุทธ์การรณรงค์ทางการประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชากล
ยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 10. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,
2548.

จุไรรัตน์ สุดรุ่ง. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานวิชาการ ในโรงเรียนมัธยมศึกษา
ขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา: กรณีศึกษาโรงเรียนที่ได้รับรางวัลพระราชทานใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

นเรศ สงเคราะห์สุข. จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. สำนักงานโครงการพัฒนาที่สูงไทย-เยอรมัน:
เชียงใหม่, 2541.

นิตยา บรรลือเกียรติ. ผลของการทดลองใช้โครงการอนุรักษ์น้ำของนักเรียนประถมศึกษาใน
โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาประถมศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

นิภา ไชยรินคำ. การพัฒนารูปแบบโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพเพื่อการนำไปสู่การพัฒนาสุขภาพที่
ยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

เนาวนิต ยี่มวัน. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในโครงการป้องกันโรคเอดส์ของนักเรียน
มัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา
นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

บัญญัติ บุญญา. ความปลอดภัยของอาหาร (FOOD SAFETY). กรุงเทพมหานคร: เอ.อาร์.บิสซิเนส
เพรส, 2546.

บุษบา สุธีธร และ วรณี ลีลาเวชบุตร. การบริหารงานประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์. เอกสารการ
สอนชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 7. นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.

เปียร์, ไมค์. การบริหารการเปลี่ยนแปลง. แปลโดย ภัคดี เมฆจำเริญ. กรุงเทพมหานคร: ธรรมมล
การพิมพ์, 2549.

ประภาพรพรณ สุปรียาภรณ์. การสื่อสารและเครือข่ายของกลุ่มเพื่อน "อ". วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2545.

ปารีชาต สถาปิตานนท์. เอดูเทนเมนต์: สื่อสาระบันเทิงเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม. ใน กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กัณภัย และ ปารีชาต สถาปิตานนท์. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพมหานคร: เอดิชั่น เพรส โพรดักส์, 2543.

ปารีชาต สถาปิตานนท์, กิตติ กัณภัย, พัฒนพงษ์ จาติเกตุ และ ปิยะนารถ จาติเกตุ. การสื่อสาร สุขภาพ ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2546.

ปารีชาต สถาปิตานนท์ และคณะ. งานวิจัย: การสื่อสารสุขภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริม สุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), 2546

ปารีชาต สถาปิตานนท์ และคณะ. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2549.

ปารีชาต วลัยเสถียร, พระมหาสุทิตย์ อบอุ่น, สหัทธยา วิเศษ, จันทนา เบญจทรัพย์ และ ชลกาญจน์ ฮาชันนารี. กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.), 2548.

พรดี สะสมบัติ. กระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมมารดาของกลุ่มนมแม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

พรทิพย์ เย็นจะบก. ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อสุขภาพ: ตัวอย่างการวิเคราะห์งานวิจัย. ใน พรทิพย์ เย็น จะบก (บรรณาธิการ), การพัฒนาองค์ความรู้การสื่อสารเพื่อสุขภาพ HEALTH COMMUNICATION, หน้า 18-28. กรุงเทพมหานคร, 2547.

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. การตลาดเพื่อสังคม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

พรพรรณ สุจิตจรจุล. ทัศนะของนักกรณรงศ์ไทยและการประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในโครงการกรณรงศ์เพื่อพัฒนาสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนากการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

พิรทอง รามสูตร รัตนันนพนธ์, อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, ปาริชาติ สถาปิตานนท์, สุกัญญา สุดบรรทัด และ วิลาสินี พิพิธกุล. การสื่อสารสาธารณะกับความเคลื่อนไหวทางสังคมและวัฒนธรรม. วารสารนิติศาสตร์ ฉบับที่ 1 (2549): 19-48.

พิริยาภรณ์ แวงจินดา. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการอาหารปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนากการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ภัทรภา เพชรแก้ว. กระบวนการสื่อสารในโครงการ “โรงเรียนรักการอ่าน” ของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนากการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

มธุรส พะวินรัมย์. การศึกษากการดำเนินงานโครงการปรับปรุงคุณภาพการศึกษาในโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาประถมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

มนตรี สุดสม. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนากการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

มัณฑนา อุเทน. พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการบริโภคอาหารหีบเร่งแฉงลอยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาสุศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

- วัชรภรณ์ อภิวัชรางกูร. รูปแบบการสร้างแรงจูงใจชุมชนในการร่วมพัฒนาโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ: กรณีศึกษาโรงเรียนวัดห้วยหิน อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุศุฎบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- วาสนา จันทร์สว่าง. การสื่อสารสุขภาพ: กลยุทธ์ในงานสุขศึกษาและการสร้างเสริมสุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์, 2550.
- วาสนา จันทร์สว่าง. รู้เท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ: การรณรงค์ด้านสุขภาพ. ใน อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (บรรณาธิการ), เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ: แนวคิดทฤษฎีและประสบการณ์การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ, หน้า 169-210. กรุงเทพมหานคร: มิสเตอร์ก็อปปี (ประเทศไทย), 2549.
- วิวัฒน์ เหลืองสมานกุล. กลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการเด็กไทยไม่กินหวานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ ศึกษานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- เวทีนิ สตะเวทิน. การสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ ศึกษานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สาธิต สุข, กระทรวง. กรมอนามัย. รายงานการสำรวจภาวะอาหารและโภชนาการของประเทศไทย ครั้งที่ 5 พ.ศ.2546 - 2548. นนทบุรี: กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2549.
- สุทธานิภา ศรีไสย์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และความต้องการออกนอกระบบราชการของอาจารย์มหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ ศึกษานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

สุทธิภา วงศ์ยะลา. รูปแบบและประสิทธิผลของการสื่อสารในการดำเนินงานตามแนวทางการสร้างเสริมสุขภาพคนทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2543.

สุนทรี วิทยานารถไพศาล และคณะ. รายงานประเมินผลกิจกรรม อย.น้อย. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพมหานคร: อูษาการพิมพ์, 2548.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย. พิมพ์
ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: แก้วเจ้าจอม, 2549.

สุนทร เปียผล. ปัญหาในการดำเนินงานสาธารณสุขมูลฐานในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัด
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

โสภิตสุดา มงคลเกษม. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติและพฤติกรรมกรคาดเข็ม
ขัดนิรภัยของผู้ขับขีรถยนต์ ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

อรพินท์ สฟโชคชัย. การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน. รายงาน
ประกอบการประชุมเล่ม 4. มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2538.

อรสา ปานขาว. การสื่อสารกับการพัฒนาการสาธารณสุข. เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับ
การพัฒนา หน่วยที่ 10. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิ
ราช, 2549.

อรอนันต์ วุฒิเสน. การสื่อสารในการก่อตัวและการขยายเครือข่ายของชมรมผู้เลี้ยงปลากะพงขาว
อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

อารีย์ ต่ำนประดิษฐ์. ปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา สถาบันราชภัฏ
นครปฐม, 2546.

ภาษาอังกฤษ

Kotler, P., and Zaltman, G. Social marketing: an approach to planned social change.
Journal of Marketing 35 (July: 1971): 3-12.

Kotler, Philip., Ned Roberto and Nancy Lee. Social Marketing: Improving the quality of
life. Thousand Oaks: Sage, 2002.

Mintzberg, H. Mintzberg on management: inside our strange world of organizations.
New York: The Free Press, 1987.

Newsom, D., Vanslyke Turk, J. and Kruckeberg, D. This is PR: The Realities of Public
Relations. Seventh Edition. Wadsworth, 2000.

Rice, R, E. and Atkin, C, K. Public Communication Campaigns. Thousand Oaks: Sage,
2001.

Singhal, A., and Rogers, E, M. Entertainment-education: A communication strategy for
social change. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 1999.

Weinreich Communications. Building Social Marketing into Your Program [Online].
2007. Available from: <http://www.social-marketing.com/building.html>
[2007, September 19]

White, S.A. Participatory Communication: Working for Change and Development.
New Delhi, India: Sage, 1994.

WHO/UNICEF. Report of the International Conference on Primary Health Care.

New York: N.P. Press, 1978.

Windahl, S. Signitzer, B., and Olson, J, T. Using Communication Theory: An Introduction

to Planned Communication. London: Sage, 1992.

Zaltman, G. and Duncan, R. Strategies for Planned Change. New York: A Wiley

Interscience, 1977.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

รายชื่อนักเรียนแกนนำ อย.น้อยที่เข้าร่วมการจัดกลุ่มสนทนารายชื่อนักเรียนแกนนำ อย.น้อย
ที่เข้าร่วมการจัดกลุ่มสนทนา โรงเรียนมัธยมวัดดุสิตาราม

- | | |
|----------------------|---------------|
| 1. นางสาวรดา | เสริมมา |
| 2. นางสาวอรนัส | เปรมมณี |
| 3. นางสาวสุหัชชา | เฟื่องฟู |
| 4. นางสาวนุจรี | เยือกเย็น |
| 5. นางสาวฐานิต | ศิริโสภา |
| 6. นางสาวพิชญา | ศิริคง |
| 7. นางสาวอุษา | แซ่ไฉ้ว |
| 8. นางสาวสุพรรณษา | ฤกษ์ป๋าย |
| 9. นางสาวจุฑาพัฒนะ | สีขาว |
| 10. นางสาวพุทธนาศรี | ชัยจันทร์ทา |
| 11. นางสาวกุลนิตา | หลวงศรี |
| 12. นายฉัตรลิขิต | นิมงาม |
| 13. นางสาวชิตชนก | ใช้เจริญ |
| 14. นางสาวนิตยา | นันทุณีย์ |
| 15. นางสาวภัทรานิษฐ์ | อิมทอง |
| 16. นางสาวสุวิมล | ปึงวัชรสมิทธิ |

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

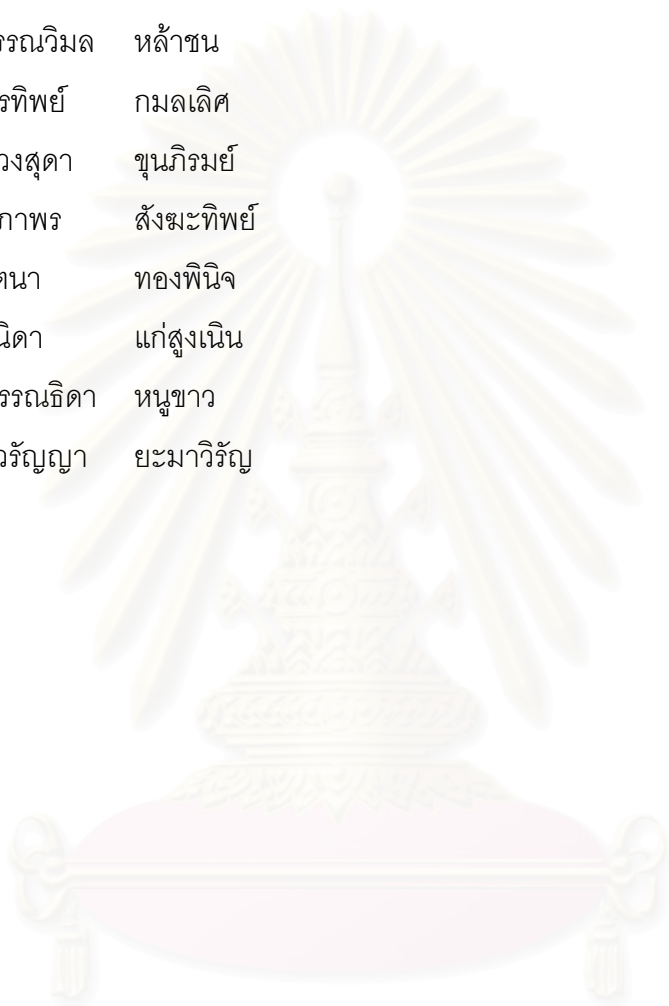
รายชื่อนักเรียนแกนนำ อย.น้อย
ที่เข้าร่วมการจัดกลุ่มสนทนา โรงเรียนอัสสัมชัญ

- | | |
|---------------------|------------------|
| 1. นายสุรวงศ์ | ชินกำไร |
| 2. นายพงศ์ธร | ดวงอุปมา |
| 3. นายกันตพงศ์ | บุญดีเจริญ |
| 4. นายณภพล | จุฑาวรรากุล |
| 5. นายโอบนิธิ | จุฑากรณ์ |
| 6. นายบุรินทร์ | สายเชื้อ |
| 7. นายวีรภัทร | รุ่งเรืองวิชากุล |
| 8. นายกฤชา | ธนโสภณกิตติ |
| 9. เด็กชายณัฐพล | บรรลือเขตต์ |
| 10. เด็กชายบุญญินท์ | ล้อจรัสศรีวงษ์ |
| 11. เด็กชายคณิศร | เจริญสุขมงคล |

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายชื่อนักเรียนแกนนำ อย.น้อย
ที่เข้าร่วมการจัดกลุ่มสนทนา โรงเรียนวัดยายร่ม (วัฒนราษฎร์รังสรรค์)

- | | |
|-----------------------|-------------|
| 1. เด็กหญิงกรกนก | อยู่สบาย |
| 2. เด็กหญิงสรวรรณ | วิเศษจันทร์ |
| 3. เด็กหญิงวรวรรณวิมล | หล้าชน |
| 4. เด็กหญิงพรทิพย์ | กมลเลิศ |
| 5. เด็กหญิงดวงสุดา | ขุนภรณ์ |
| 6. เด็กหญิงสุภาพร | สังฆะทิพย์ |
| 7. เด็กหญิงรัตนา | ทองพินิจ |
| 8. เด็กหญิงวนิดา | แก้วสูงเนิน |
| 9. เด็กหญิงพรรณธิดา | หนูขาว |
| 10. เด็กหญิงวรัญญา | ยะมาวิริญ |



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก
การจัดกลุ่มสนทนาและแบบบันทึกการสังเกต

ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบการดำเนินการรณรงค์ใน
“โครงการ อย.น้อย” ในส่วนของ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

1. วันที่ให้สัมภาษณ์
2. ชื่อ – นามสกุล
3. ฝ่าย/ กลุ่ม
4. ตำแหน่ง
5. หน้าที่ความรับผิดชอบ

ตอนที่ 2: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การรณรงค์ของโครงการ อย.น้อย

1. โครงการ อย.น้อย มีความเป็นมาอย่างไร
2. ปัจจุบันแผนงานของโครงการ อย.น้อย มีลักษณะอย่างไร
3. โครงการ อย.น้อย มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการอย่างไร และกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของโครงการคือใคร
4. ทำไมถึงใช้ชื่อโครงการว่า โครงการ อย.น้อย มีการคิดชื่ออื่นก่อนหน้าหรือไม่ เพราะเหตุใดจึงใช้ชื่อนี้
5. โครงการ อย.น้อย ใช้กลยุทธ์ในการรณรงค์วิธีใดบ้าง อย่างไร
6. โครงการ อย.น้อย ใช้การรณรงค์ผ่านสื่อใดบ้าง มีการสื่อสารกับสาธารณะอย่างไร แล้วมีรูปแบบการนำเสนอและมีเนื้อหาหลักอย่างไร เหตุใดจึงใช้สื่อ นั้น
7. การออกแบบสื่อที่ใช้ในโครงการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ใช้แนวคิดอะไรในการออกแบบ และใครเป็นผู้รับผิดชอบ

8. โครงการ อย.น้อย ใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหา เรื่องราว สัญลักษณ์ต่างๆ ของโครงการอย่างไร เพื่อให้เข้าถึงและโดนใจกลุ่มเป้าหมาย
9. จากการดำเนินงานที่ผ่านมา ท่านคิดว่าสื่อใดที่ช่วยให้การดำเนินงานรณรงค์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากและน้อยที่สุด ทำไมจึงคิดเช่นนั้น
10. จากการดำเนินงานที่ผ่านมา ท่านคิดว่ากิจกรรมใดที่ช่วยให้การดำเนินงานรณรงค์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากและน้อยที่สุด ทำไมจึงคิดเช่นนั้น
11. ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมีการสื่อสารและประสานงานกับโรงเรียนที่เข้าร่วมในโครงการ อย.น้อย อย่างไร
12. ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมีการให้การสนับสนุนกับโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย อย่างไร
13. ในการดำเนินงานรณรงค์ในโครงการนี้ ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง และหน่วยงานนั้นให้ความร่วมมือในลักษณะใด (ทุน, บุคลากร, สื่อ/ อุปกรณ์, ร่วมคิด/ วางแผน)
14. เป้าหมายของการจัดการประกวด “โรงเรียน อย.น้อยดีเด่น” คืออะไร และใช้เกณฑ์อะไรตัดสินการประกวด
15. ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมีการประเมินผลของโครงการ อย.น้อย หรือไม่ อย่างไร และมีขั้นตอนอะไรบ้าง
16. ทางกองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคมีโครงการรณรงค์ใดอีกหรือไม่ ที่สามารถสนับสนุนหรือต่อยอดเพื่อให้โครงการ อย.น้อย มีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น อย่างไร
17. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในโครงการ อย.น้อย มีปัญหาอะไรบ้าง และมีวิธีการแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร (กับทางโรงเรียน, หน่วยงานต่างๆ)

**ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียน
ที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยในเขตกรุงเทพมหานคร**

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

1. วันที่ให้สัมภาษณ์
2. โรงเรียน.....
3. ชื่อ – นามสกุล.....
4. ตำแหน่ง
5. หน้าที่ความรับผิดชอบ

ตอนที่ 2: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงความเป็นมาของโครงการ อย.น้อย ในโรงเรียน

1. ก่อนที่โรงเรียนจะมีการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ทางโรงเรียนมีการดำเนินงานในเรื่องนี้หรือไม่ อย่างไร
2. ก่อนมีการรณรงค์ทางโรงเรียนมีความพร้อมในการดำเนินงานหรือไม่ อย่างไร
3. โรงเรียนเข้าร่วมโครงการ อย.น้อย ได้อย่างไร และใช้ระยะเวลาเท่าใดในการทำให้โครงการนี้ประสบความสำเร็จ

ตอนที่ 3: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ในโรงเรียน

1. ทางโรงเรียนมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ อย.น้อย อย่างไร
2. ทางโรงเรียนมีการวางแผนขั้นตอนในการดำเนินงานรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย หรือไม่ อย่างไร
3. ทางโรงเรียนมีการดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อย ทั้งภายในโรงเรียน (ครู, นักเรียน, แคนนำ, นักเรียน, นักการภารโรง, พ่อค้าแม่ค้าในโรงอาหาร) และภายนอกโรงเรียน (ร้านค้าภายนอกโรงเรียน โรงเรียนอื่นๆ หรือหน่วยงานต่างๆ) อย่างไร อีกทั้งความบ่อยครั้งในการจัดกิจกรรมมีปริมาณเท่าใด จัดขึ้นที่ใด ใช้ระยะเวลาเท่าไร
4. ในการดำเนินงานรณรงค์ในโครงการ อย.น้อยในโรงเรียนมีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างไร

5. ทางโรงเรียนใช้วิธีการสื่อสารหรือปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมในโรงเรียนและนอกโรงเรียน อย่างไร

6. ในการดำเนินงานรณรงค์ในโครงการนี้ ทางโรงเรียนมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง และหน่วยงานนั้นให้ความร่วมมือในลักษณะใด (ทุน, บุคลากร, สื่อ/ อุปกรณ์, ร่วมคิด/ วางแผน)

7. ทางโรงเรียนมีการสร้างการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ทั้งภายในโรงเรียน (ครู, นักเรียน แกนนำ, นักเรียน, พ่อค้าแม่ค้าในโรงอาหาร) และภายนอกโรงเรียน (ร้านค้าภายนอกโรงเรียน โรงเรียนอื่นๆ หรือหน่วยงานต่างๆ) หรือไม่ อย่างไร

8. ทางโรงเรียนมีการบูรณาการเกี่ยวกับการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ในหลักสูตรการเรียนการสอนหรือไม่ อย่างไร

9. งบประมาณที่ใช้ในการรณรงค์ในโครงการได้มาจากส่วนใด และเพียงพอหรือไม่

10. ทางโรงเรียนมีการประเมินผลของโครงการ อย.น้อย หรือไม่ อย่างไร อีกทั้งมีเกณฑ์และขั้นตอนอะไรบ้าง

11. ท่านคิดว่าประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินโครงการรณรงค์ อย.น้อย ในโรงเรียนมีอะไรบ้าง

ตอนที่ 4: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

1. ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เอื้อต่อความสำเร็จของโครงการ อย.น้อย (ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก) อย่างไร

2. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของโครงการ อย.น้อย (ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก) และมีวิธีจัดการกับปัญหานั้นอย่างไร

3. ทางโรงเรียนมีโครงการรณรงค์ใดอีกหรือไม่ ที่สามารถสนับสนุนหรือต่อยอดเพื่อให้โครงการ อย.น้อย มีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น อย่างไร

4. ทางโรงเรียนมีเป้าหมายที่วางไว้ในอนาคตต่อโครงการ อย.น้อย อย่างไร

5. ท่านมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อโครงการ อย.น้อย อย่างไร

**ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ครูแกนนำ
ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยในเขตกรุงเทพมหานคร**

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

1. วันที่ให้สัมภาษณ์
2. โรงเรียน.....
3. ชื่อ – นามสกุล.....
4. ตำแหน่ง
5. หน้าที่ความรับผิดชอบ
6. คุณครูเข้ามาทำหน้าที่นี้เพราะ.....
7. ก่อนทำการรณรงค์ คุณครูเคยได้รับการอบรมหรือสัมมนาจากทางโครงการ อย.น้อยมาก่อนหรือไม่ ถ้าเคยได้รับการอบรมมาจากที่ไหน.....

ตอนที่ 2: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงความเป็นมาของโครงการ อย.น้อย ในโรงเรียน

1. ก่อนที่โรงเรียนจะมีการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ทางโรงเรียนมีการดำเนินงานในเรื่องนี้หรือไม่ อย่างไร
2. ก่อนมีการรณรงค์ทางโรงเรียนมีความพร้อมในการดำเนินงานหรือไม่ อย่างไร
3. โรงเรียนเข้าร่วมโครงการ อย.น้อย ได้อย่างไร และใช้ระยะเวลาเท่าใดในการทำให้โครงการนี้ประสบความสำเร็จ

ตอนที่ 3: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยในโรงเรียน

1. ทางโรงเรียนมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ อย.น้อย อย่างไร
2. คุณครูมีการวางแผนขั้นตอนในการดำเนินงานรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย หรือไม่ อย่างไร

3. ทางโรงเรียนมีการดำเนินงานรณรงค์โครงการ อย.น้อย ทั้งภายในโรงเรียน (ครู, นักเรียน แคนนำ, นักเรียน, พ่อค้าแม่ค้าในโรงอาหาร) และภายนอกโรงเรียน (ร้านค้าภายนอกโรงเรียน โรงเรียนอื่นๆ หรือหน่วยงานต่างๆ) อย่างไร
4. ในการดำเนินงานรณรงค์ในโครงการ อย.น้อยในโรงเรียน คุณครูมีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของคุณครูและนักเรียนแคนนำ อย่างไร
5. ในการดำเนินงานรณรงค์ในโครงการนี้ คุณครูมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง และหน่วยงานนั้นให้ความร่วมมือในลักษณะใด (ทุน, บุคลากร, สื่อ/ อุปกรณ์, ร่วมคิด/วางแผน) และมีขั้นตอนในการประสานงานอย่างไร
6. คุณครูมีการสร้างการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ทั้งภายในโรงเรียน (ผู้บริหารโรงเรียน, ครู, นักเรียนแคนนำ, นักเรียน, นักการภารโรง, พ่อค้าแม่ค้าในโรงอาหาร) และภายนอกโรงเรียน (ร้านค้าภายนอกโรงเรียน โรงเรียนอื่นๆ หรือหน่วยงานต่างๆ) หรือไม่ อย่างไร
7. การมีส่วนร่วมในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ของทางโรงเรียน (ผู้บริหารโรงเรียน, ครู, นักเรียนแคนนำ, นักเรียน, นักการภารโรง, พ่อค้าแม่ค้าในโรงอาหาร) เป็นไปในลักษณะใด และมีระดับการมีส่วนร่วมในระดับไหน
8. ในการดำเนินการรณรงค์นั้น ได้มีการจัดขึ้นที่ใด ใช้เวลาเท่าใดจัดบ่อยเพียงใด และการจำกัดนักเรียนที่เข้าร่วมในแต่ละกิจกรรมหรือไม่ เพราะเหตุใด
9. ในการรณรงค์ทางโรงเรียนมีการใช้สื่อและจัดกิจกรรมใดบ้าง และมีหลักเกณฑ์ในการเลือกสื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย อย่างไร
10. สื่อและกิจกรรมใดที่ส่งเสริมให้นักเรียนมีส่วนร่วมมากที่สุด และปัจจัยใดหรือวิธีใดที่ทำให้นักเรียนมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น
11. สื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์แต่ละชนิด มีรูปแบบในการนำเสนออย่างไร และเนื้อหาหลักเกี่ยวกับอะไร
12. คุณครูมีการวางแผนการใช้สื่อและกิจกรรมในการรณรงค์เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มหรือไม่ อย่างไร
13. คุณครูวางกลยุทธ์การใช้สื่อและกิจกรรมในการรณรงค์ในโครงการนี้อย่างไร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

14. มีกลยุทธ์ในการนำเสนอ เนื้อหา เรื่องราว หรือสัญลักษณ์ต่างๆ ของโครงการผ่านสื่อ และกิจกรรมอย่างไรให้เข้าถึงและโดนใจกลุ่มเป้าหมาย
15. สื่อและกิจกรรมใดที่คุณคิดว่ามีความสำคัญมากที่สุดและสำคัญน้อยที่สุด เพราะเหตุใดจึงคิดเช่นนั้น
16. จากการทำงานที่ผ่านมา คุณคิดว่าสื่อและกิจกรรมใดที่ช่วยให้การรณรงค์ในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดและน้อยที่สุด เหตุใดจึงคิดเช่นนั้น
17. ทางโรงเรียนมีการบูรณาการเกี่ยวกับการรณรงค์ในโครงการ อ ย. น้อย ในหลักสูตรการเรียนการสอนหรือไม่ อย่างไร
18. งบประมาณที่ใช้ในการรณรงค์ในโครงการได้มาจากส่วนใด และเพียงพอหรือไม่
19. คุณคิดว่าประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินโครงการรณรงค์ อ ย. น้อย ในโรงเรียนมีอะไรบ้าง
20. คุณจะมีการประเมินผลการรณรงค์โครงการ อ ย. น้อย ในโรงเรียน หรือไม่ อย่างไร มีเกณฑ์และขั้นตอนอะไรบ้าง
21. หลังจากที่มีการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อ ย. น้อย ในโรงเรียนแล้ว คุณพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทางด้านใดบ้าง (สภาพแวดล้อมในโรงเรียน นอกโรงเรียน เช่น ร้านค้าต่างๆ ความร่วมมือของครูและนักเรียน พฤติกรรมการบริโภคของนักเรียน เป็นต้น) อย่างไร

ตอนที่ 4: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโครงการ อ ย. น้อย

1. นักเรียนแกนนำมีบทบาทในกระบวนการรณรงค์ทางด้านการศึกษาสภาพแวดล้อม การวางแผน การดำเนินงานและการประเมินผลในโครงการรณรงค์หรือไม่ อย่างไร
2. นักเรียนแกนนำเข้ามามีส่วนร่วมในการรณรงค์ในลักษณะใด และมีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับใด
3. นักเรียนแกนนำใช้กลยุทธ์ในการรณรงค์อย่างไร ทำในสถานที่ใดบ้าง รวมทั้งมีบทบาทหน้าที่อื่นๆ ในการช่วยเหลือคุณครูอย่างไร

4. นักเรียนแกนนำใช้สื่อหรือกิจกรรมอะไรบ้างในการถ่ายทอดเกี่ยวกับการรณรงค์ให้กับเพื่อนๆ ในโรงเรียนได้รับทราบถึงข่าวสารต่างๆ ประโยชน์จากการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย ฯลฯ อย่างไร

5. นักเรียนแกนนำมีส่วนร่วมในการคิด การผลิต การใช้สื่อและกิจกรรมในการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย ในระดับใด อย่างไร

6. ในการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย มีสื่อหรือกิจกรรมใดบ้างที่นักเรียนแกนนำเป็นผู้ดำเนินการรณรงค์ด้วยตัวเองทั้งหมดทุกกระบวนการ (การคิด การผลิต การใช้ การรณรงค์)

ตอนที่ 5: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคในการดำเนินการรณรงค์ของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

1. คุณครูคิดว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เอื้อต่อความสำเร็จของโครงการ อย.น้อย (ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก) อย่างไร

2. คุณครูคิดว่าปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของโครงการ อย.น้อย (ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก) และมีวิธีจัดการกับปัญหานั้นอย่างไร

3. ทางโรงเรียนมีโครงการรณรงค์ใดอีกหรือไม่ ที่สามารถสนับสนุนหรือต่อยอดเพื่อให้โครงการ อย.น้อย มีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น อย่างไร

4. ทางโรงเรียนมีเป้าหมายที่วางไว้ในอนาคตต่อโครงการ อย.น้อย อย่างไร

5. คุณครูมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อโครงการ อย.น้อย อย่างไร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ประเด็นคำถามสำหรับการจัดกลุ่มสนทนานักเรียนแกนนำ
ที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อยในเขตกรุงเทพมหานคร**

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

1. วันที่ให้สัมภาษณ์
2. โรงเรียน.....
3. ชื่อ – นามสกุล.....
4. อายุ..... 5. ระดับชั้น
6. ตำแหน่ง
7. หน้าที่ความรับผิดชอบ
8. น้องเข้ามาทำหน้าที่นี้เพราะ.....
9. ก่อนทำการรณรงค์ น้องเคยได้รับการอบรมหรือสัมมนาจากทางโครงการ อย.น้อย มาก่อนหรือไม่ ถ้าเคยได้รับการอบรมมาจากที่ไหน.....

ตอนที่ 2: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์และกระบวนการรณรงค์โครงการ อย.น้อยในโรงเรียน

1. ในการรณรงค์โครงการ อย.น้อยในโรงเรียน น้องมีจุดมุ่งหมายและคาดหวังต่อความสำเร็จของโครงการ อย่างไร
2. น้องมีการวางแผนในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย หรือไม่ อย่างไร
3. น้องมีการทำการรณรงค์โครงการ อย.น้อย ทั้งภายในโรงเรียน (ครู, นักเรียนแกนนำ, นักเรียน, พ่อค้าแม่ค้าในโรงอาหาร) และภายนอกโรงเรียน (ร้านค้าภายนอกโรงเรียน โรงเรียนอื่นๆ หรือหน่วยงานต่างๆ) อย่างไร
4. ในการทำการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อยในโรงเรียน น้องมีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบกับใครบ้าง อย่างไร
5. น้องมีการขอความร่วมมือกับใครและหน่วยงานใดบ้าง และบุคคลนั้นหรือหน่วยงานนั้นให้ความร่วมมือในลักษณะใด (ทุน, บุคลากร, สื่อ/ อุปกรณ์, ร่วมคิด/ วางแผน) และมีขั้นตอนในการประสานงานอย่างไร

6. น้องใช้วิธีใดในการรณรงค์เพื่อให้ทุกคนทั้งในและนอกโรงเรียนเข้ามาร่วมทำกิจกรรมในโครงการ (ผู้บริหารโรงเรียน, ครู, เพื่อนๆ แกนนำ, เพื่อนนักเรียน, นักการภารโรง, พ่อค้าแม่ค้าในโรงอาหาร) (ร้านค้าภายนอกโรงเรียน โรงเรียนอื่นๆ หรือหน่วยงานต่างๆ)
7. บุคคลในโรงเรียนมีส่วนร่วมในการทำการรณรงค์ในโครงการ อ ย.น้อย อย่างไรบ้าง
8. ในทำการรณรงค์นั้น ได้มีการจัดขึ้นที่ไหน ใช้เวลาเท่าใดจัดบ่อยเพียงใด และมีการจำกัดเพื่อนนักเรียนที่เข้าร่วมในแต่ละกิจกรรมหรือไม่ เพราะเหตุใด
9. ในการรณรงค์น้องมีการใช้อุปกรณ์ในการให้ความรู้และจัดกิจกรรมได้บ้าง และทำไมจึงใช้อุปกรณ์และจัดกิจกรรมนั้น
10. อุปกรณ์ในการให้ความรู้และกิจกรรมใดที่เพื่อนนักเรียนมีความสนใจและเข้าร่วมมากที่สุด และน้องใช้วิธีใดที่ทำให้เพื่อนๆ สนใจและเข้าร่วมมากยิ่งขึ้น
11. อุปกรณ์ในการให้ความรู้และกิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์แต่ละอย่างนั้น มีรูปแบบในการใช้อย่างไร และเนื้อหาหลักเกี่ยวกับอะไร
12. อุปกรณ์ในการให้ความรู้และกิจกรรมใดที่น้องคิดว่ามีความสำคัญมากที่สุดและสำคัญน้อยที่สุด เพราะเหตุใดจึงคิดเช่นนั้น
13. จากการทำงานที่ผ่านมา น้องคิดว่าอุปกรณ์ในการให้ความรู้และกิจกรรมใดที่ช่วยให้การรณรงค์เกิดผลตามที่น้องๆ ต้องการมากที่สุดและน้อยที่สุด เหตุใดจึงคิดเช่นนั้น
14. ในวิชาต่างๆ น้องพบเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับการรณรงค์ในโครงการ อ ย.น้อย หรือไม่ ถ้ามีฯ ในวิชาใด
15. น้องคิดว่าประโยชน์ที่ได้จากการทำโครงการรณรงค์ อ ย.น้อย มีอะไรบ้าง
16. น้องมีการประเมินผลโครงการ อ ย.น้อยในโรงเรียนว่าดีหรือไม่ดี มีจุดเด่น-จุดด้อยหรือไม่ อย่างไร มีวิธีประเมินอย่างไร
17. หลังจากที่มีการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อ ย.น้อย ในโรงเรียนแล้ว น้องพบว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทางด้านใดบ้าง (สภาพแวดล้อมในโรงเรียน นอกโรงเรียน เช่น ร้านค้าต่างๆ ความร่วมมือของครูและนักเรียน พฤติกรรมการบริโภคของนักเรียน เป็นต้น) อย่างไร

ตอนที่ 3: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการรณรงค์ของนักเรียนแกนนำในโครงการ อย.น้อย

1. ในการรณรงค์โครงการ อย.น้อย น้องทำหน้าที่อะไรบ้าง อย่างไร (ก่อนทำ, ระหว่างทำ, หลังทำ)
2. น้องใช้วิธีในการรณรงค์อย่างไรบ้าง ทำในสถานที่ใดบ้าง รวมทั้งช่วยเหลือคุณครูอย่างไร
3. น้องมีการวางแผนการใช้อุปกรณ์ในการให้ความรู้และกิจกรรมในการรณรงค์เพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละคนหรือไม่ อย่างไร (เพื่อนๆ พ่อค้าแม่ค้า พ่อแม่ คุณครู)
4. น้องมีการใช้อุปกรณ์ในการให้ความรู้และกิจกรรมใดบ้างในการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย
5. น้องนำเสนอ เนื้อหา เรื่องราว หรือสัญลักษณ์ต่างๆ ของโครงการผ่านอุปกรณ์ในการให้ความรู้และกิจกรรมอย่างไรให้เข้าถึงและโดนใจกลุ่มเป้าหมาย
6. น้องมีส่วนร่วมในการคิด การผลิต การใช้อุปกรณ์ในการให้ความรู้และกิจกรรมในการดำเนินการรณรงค์ในโครงการ อย.น้อย อย่างไร
7. น้องมีส่วนร่วมในการรณรงค์ในโครงการได้อีกหรือไม่ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อย และนำความรู้ในโครงการ อย.น้อย ไปใช้ในโครงการอื่นๆ ได้หรือไม่ อย่างไร

ตอนที่ 4: ประเด็นคำถามเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคของโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ อย.น้อย

1. น้องคิดว่ามีอะไรบ้าง ที่ทำให้โครงการ อย.น้อย ในโรงเรียนของน้องประสบความสำเร็จ (ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก)
2. น้องคิดว่ามีอะไรบ้างที่ทำให้โครงการ อย.น้อย ในโรงเรียนของน้องไม่เป็นไปตามที่ต้องการ (ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก) และมีวิธีจัดการกับปัญหานั้นอย่างไร
3. น้องมีเป้าหมายที่วางไว้ในอนาคตต่อโครงการ อย.น้อย อย่างไร
4. น้องมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อโครงการ อย.น้อย อย่างไร (ช่วงเวลาใดที่เหมาะสมแก่การจัดกิจกรรม)

แบบสังเกตการณ์

วันที่..... เวลา

สถานที่.....

เหตุการณ์/ ประเด็น

เหตุการณ์/ ประเด็น*	เวลา	สิ่งที่ได้จากการสังเกต

* เหตุการณ์/ ประเด็นในการสังเกต ได้แก่ ที่ตั้งโรงเรียน สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโรงเรียน ร้านค้าที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มภายในและโรงเรียน พฤติกรรมในการบริโภคของนักเรียน บทบาท หน้าที่ ลักษณะการสื่อสาร การใช้สื่อ การดำเนินการรณรงค์ผ่านทางกิจกรรมต่างๆ ลักษณะการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ของบุคลากรทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน อีกทั้งเหตุการณ์/ ประเด็นอื่นๆ ที่สังเกตได้

ภาคผนวก ค

ตัวอย่างเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ อย.น้อย



http://www.fda.moph.go.th/youngfda/

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายสรรเพชญ ภูมิรินทร์ เกิดเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2527 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์ จากคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในปีการศึกษา 2548 และเข้าศึกษาต่อ ในหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติเศรษฐศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2549



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย