



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมที่มีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา ปัญหาเรื่องการเปลี่ยนแปลงความคิด จิตสำนึกและ/หรือพฤติกรรมของประชาชนในสังคมเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึง ปัจจุบันการพัฒนาไม่ว่าด้านใดนิยมใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางสำหรับเข้าถึงและช่วยปลูกจิตสำนึกของประชาชน ให้ตระหนักถึงประเด็นปัญหาที่ควรสนใจ เปลี่ยนแปลงแก้ไขทัศนคติและวิถีการใช้ชีวิตเพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนา (มติน, 2537) จนเป็นที่ยอมรับกันว่าบทบาทที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งของการสื่อสารในการพัฒนาสังคมก็คือ "การสื่อสารช่วยสร้างจินตภาพที่จำเป็นให้เกิดขึ้นในจิตใจและความต้องการของบุคคลได้"

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาขึ้นไปทุกขณะ ในเวลาเดียวกันวิชาชีพและวิชาการเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนก็ได้เจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว จนเป็นเหตุให้บทบาทของสื่อมวลชน เช่น สิ่งพิมพ์ต่างๆ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ตลอดจนสื่ออื่น ๆ มีความสำคัญเพิ่มขึ้นทั้งในการพัฒนา ส่งเสริม ป้องกัน ควบคุมและแก้ไขปัญหาสุขภาพอนามัย จนเป็นที่น่ายินดีว่าปัจจุบันมีหน่วยงานจำนวนมากของเอกชน ได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาทางการแพทย์ รวมทั้งประชาชนก็เกิดความตื่นตัวในการดูแลสุขภาพของตนเอง และครอบครัวมากขึ้น ปัญหาการจับจ่ายใช้สอยเป็นปัญหาใหญ่ด้านสาธารณสุขที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าปัญหาสุขภาพด้านอื่นๆ ของประชาชน โดยเฉพาะคนในเมืองหลวงที่ต้องใช้ชีวิตด้วยความเร่งรีบ นอกเหนือจากการทำงานหนักเพื่อหาเลี้ยงชีพ เนื่องจากความแออัดของผู้คน ซึ่งผจญกับปัญหาการจราจรที่ติดขัดอย่างร้ายแรงอยู่เป็นประจำ จนเป็นเหตุส่งเสริมให้เกิดผู้ป่วยที่ประสบกับปัญหา ปัสสาวะเล็ดราด กลั้นไม่อยู่ หรือควบคุมไม่ได้ นับวันจะพบมากขึ้นทั้งในเพศชายและหญิงช่วงอายุ 30-60 ปี รวมทั้งผู้สูงอายุและเด็ก อาการต่างๆ ได้แก่ ปัสสาวะบ่อยขึ้น ปวดกลั้น เบ่งขัด ออกไม่สะดวกหรือเหลือตกค้าง เนื่องจากการอักเสบเรื้อรัง ท่อปัสสาวะตีบตัน ต่อมลูกหมากโต กล้ามเนื้อช่องเชิงกรานและหูรูดหย่อน ตลอดจนโรคระบบประสาท อัมพาตไขสันหลัง และประสาท

สมอง ซึ่งทำให้วงจรประสาทและศูนย์ควบคุมการขยับยั้งประสาทต้องสูญเสียไป กลายเป็นปัญหาที่ สลับซับซ้อนยากต่อการวินิจฉัยทางการแพทย์หรือเยียวยาให้หายได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นในสังคม เมืองใหญ่ เช่น "กรุงเทพมหานคร" ปัญหาการขยับยั้งประสาทจะจึงจัดเป็น เรื่องที่ควร จะให้ความ สนใจติดตามป้องกันรักษาไว้ในระดับชุมชน ขณะเดียวกันก็ควร เผยแพร่ความรู้ที่ถูกต้อง ไปยังมวลชน เพื่อสนองนโยบายสาธารณสุขมูลฐานในการให้ชุมชนดูแลตนเอง ปัจจุบันมีชมรมพัฒนาสุขภาพปัญหา การขยับยั้งประสาท (ประเทศไทย) "The Society for Continenace (Thailand)" อยู่ในโรงพยาบาลราชวิถี ซึ่งเป็นสถาบันของรัฐ และเป็นองค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไรตอบ แทนมีฝ่ายสนับสนุนข้อมูลและให้คำแนะนำที่ถูกต้อง โดยบุคลากรผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์คอย ให้ บริการอยู่

สำหรับแนวคิดในเรื่องการอาศัยสถาบันสื่อมวลชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสนับสนุนสุขภาพนั้น นักวิชาการได้ให้ทัศนะที่หลากหลายและแตกต่างกันไว้ (Lawrence Wallack, 1991) เช่น บางแนวคิดเชื่อว่าการดำเนินงานของสถาบันสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับกำไรจากจำนวนผู้ บริโภคสินค้าที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากการโฆษณา ซึ่งผู้ทำโฆษณาเหล่านี้คาดหวังที่จะใช้สื่อเพื่อ กระตุ้นผู้บริโภคสินค้าเป้าหมายให้ได้ผลกำไรในปริมาณสูง ดังนั้นในแง่อำนาจของการใช้สื่อจึงมี รูปแบบการดำเนินงานที่มุ่งผลประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลักค่อนข้างต่ำ และบางทัศนะได้ แย้งว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนไม่มีผลต่อพฤติกรรมส่วนบุคคล เนื่องจากการใช้สื่อมันจะใช้ได้ผลดี เฉพาะในการตอกย้ำ (Reinforce) ความคิดเห็นที่มีอยู่เดิมของสาธารณชน (Public Opinion) มากกว่าการชักนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมส่วนบุคคล (Individual Behavior) นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการที่ให้ความสนใจกับเรื่องการ ใช้สื่อเพื่อกำหนดรูปแบบของการรณรงค์เพื่อสุขภาพ (Campaigns for Health Promotion) ที่ดี และมีเนื้อหาสาระที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชน ได้น้อยมาก ตัวอย่างการโฆษณารณรงค์กระตุ้นผู้ป่วยโรคมะเร็งลำไส้ ให้เพิ่มการบริโภคอาหาร ที่มีเส้นใยมากๆ (Levy & Stokes, 1987) และบางรายให้ลดการสูบบุหรี่ (Flay, 1987) อย่างไรก็ตาม การรณรงค์ดังกล่าวเหล่านี้ก็ยัง ให้ผลประโยชน์ที่จำกัดมาก ซึ่งมีบางแนวคิดที่เสนอ ว่าแนวทางการใช้สื่อที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสุขภาพ ควรมุ่งเน้นเพื่อเป็นเครื่องเตือน (Reminders) ให้กับผู้ที่ไม่รู้และสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) ให้กับประชาชน อีกทั้งสื่อยังสามารถที่ จะช่วยในการ "จัดการถกเถียงวาระประเด็นความสำคัญต่างๆ ให้แก่สังคม" (Set the Discussion Agenda for Society) และช่วยสร้างขอบเขตภายในที่ซึ่งมีการถกอภิปราย

ให้สามารถตีกรอบความสำคัญ เพื่อประเด็นของปัญหาได้ สื่อสามารถจะช่วยย้ำเตือนปัญหาสุขภาพ และทำให้เกิดความคิดเห็นที่ขยายวงกว้างออกไป ในการตัดสินใจสิ่งต่างๆ จึงควรเข้าใจถึงรูปแบบ การดำเนินชีวิต (Life Style) ผสมผสานไปกับการนำเสนอข้อมูล (Presentation) แม้ว่า แนวคิดในเรื่องนี้จะมียุ่อย่างหลากหลาย แต่โดยสรุปแล้ว ถ้าผู้สื่อสารสามารถส่งสารที่ถูกต้องไป ยังกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง โดยผ่านช่องทางที่เหมาะสมและในเวลาที่เหมาะสมแล้ว ปัญหาสาธารณสุข ย่อมไม่น่าที่จะ เกิดความพยายามในการป้องกันและแก้ไข ดังนั้นจึงควรศึกษาหาความเข้าใจใน ทฤษฎีการนำเสนอข้อมูล (Presentation) ซึ่งมีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการแพร่กระจายข่าวสาร สุขภาพไปยังมวลชน โดยยอมรับว่า สื่อมีผลต่อการส่งเสริมสุขภาพ สามารถกลายเป็นทั้งอุปสรรค (Barrier) และ/หรือตัวเอื้อ (Facilitator) ในการส่งเสริมสุขภาพ ดังงานวิจัยของ โอคิฟ & เรียด-เนส (O'Keefe & Reid Nash, 1986) แอทกิน (Atkin, 1981) แมคโคบี & อเล็กซานเดอร์ (Maccoby & Alexander, 1980) โซโลมอน (Solomon, 1982) และ แมคไกวี่ (McGuire, 1984) ที่เห็นด้วยกับบทบาทความสำคัญของสื่อในการช่วยกำหนดวาระ สำคัญของปัญหาสุขภาพได้ เช่นเดียวกับ "จส. 100 MHz." ที่ได้หยิบยกความสำคัญของปัญหาทาง เคนีสสาวะ ในยุคของการจราจรที่ติดขัดเกินแก้ไขมาเป็นประเด็นที่คนกรุงเทพฯ ควรให้ความสนใจ โดยพัฒนาขึ้นมาเป็นกลยุทธ์หลักในการใช้สื่อเพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" นั่นเอง (คู่แข่งธุรกิจ, 2536)

ในทางการแพทย์ "ปัญหาทางเคนีสสาวะ" ไม่ได้พิจารณาว่าเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ ต้องได้รับการแก้ไขในระดับประเทศ ดังเช่น โรคมะเร็ง โรคหัวใจ หรือโรคเอดส์ ฯลฯ ที่ กระทรวงสาธารณสุขกำลังรณรงค์แก้ไขอยู่ ซึ่งตามความเป็นจริงแล้ว สุขภาพของบุคคลมีความ เกี่ยวเนื่องอย่างสำคัญกับระบบการขับถ่ายปัสสาวะ จนมีคำกล่าวที่ว่า "กระเพาะปัสสาวะเปรียบ เสมือนกระจกที่ส่องจิตใจผู้นั้น" (สาส์นสุขภาพปัสสาวะ พสพ, 2536) หมายถึง ในกลุ่มผู้ป่วย ที่มีปัญหาทางจิต อาจแสดงออกด้วยอาการถ่ายปัสสาวะก่อนปัญหาอื่น ดังนั้นปัญหาาระบบทางเคนีสสาวะจึงควรเป็นปัญหาที่สังคมต้องใส่ใจ ดังที่ประเทศพัฒนาแล้วทั้งหลาย เช่น ยุโรปได้มีการ จัดตั้ง "International Continence Society, ICS" มาเป็นเวลานานกว่า 20 ปีแล้ว ในสหรัฐอเมริกา มี "Help for Incontinence People, HIP" ในประเทศอังกฤษมี "British Continence Society, BCS" ในประเทศญี่ปุ่นมี "Neurogenic Bladder Association, NBS" ในประเทศออสเตรเลียมี "Continence Foundation of

Australia, CFA" และล่าสุดเมื่อเกือบสองปีที่แล้วประเทศเพื่อนบ้านของเราเอง คือสิงคโปร์ ก็ได้จัดตั้ง "Society for Continence" ปัญหาการขับถ่ายปัสสาวะในประเทศที่เจริญจึงมี แนวโน้มคล้ายคลึงกัน (สาส์นชมรมพัฒนาสภาพัฒนาการขับถ่ายปัสสาวะ (ประเทศไทย), 2536)

จากการสำรวจทางสถิติของโรงพยาบาลราชวิถี โรงพยาบาลแม่ข่ายของกระทรวง สาธารณสุข พบผู้มีปัญหาทางเดินปัสสาวะมารับบริการต่อวัน ณ ดึกผู้ป่วยนอก เป็นจำนวนถึง 241-400 ราย ในปี 2536 พบผู้มาติดต่อรับบริการ (ผู้ป่วยใหม่+ผู้ป่วยเก่า) ตลอดช่วงเดือน มกราคม-ตุลาคม เป็นจำนวนถึง 11,381 รายดังนี้

ตารางที่ 1 ผู้มารับบริการติดต่อทางการแพทย์กับแผนกทางเดินปัสสาวะ ดึกผู้ป่วยนอก
โรงพยาบาลราชวิถี (กรมการแพทย์) ในช่วงปี พ.ศ. 2536

จำนวนผู้มารับ บริการตรวจระบบ ทางเดินปัสสาวะ (ราย)	เดือน									
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
ผู้ป่วยเก่า	304	315	318	323	329	341	358	241	413	440
ผู้ป่วยใหม่	669	637	905	589	794	900	924	850	682	1099
รวม	973	952	1,223	912	1,073	1,241	1,282	1,091	1,095	1,539

จากตารางที่ 1 อธิบายได้ว่า จำนวนผู้มาติดต่อขอรับบริการทางการแพทย์ กับแผนก ทางเดินปัสสาวะ ณ ดึกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลราชวิถีในแต่ละเดือนอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง สำหรับ ผู้ป่วย ใหม่ที่มาติดต่อขอรับบริการจะเพิ่มจำนวนมากขึ้น เกือบทุกเดือน แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันพบผู้ มีปัญหา เกี่ยวกับระบบทางเดินปัสสาวะมากขึ้น

หากมองดูรายละเอียดในแต่ละเดือน จะพบว่าปัญหาทางเดินปัสสาวะเป็นปัญหาที่มาเป็นห่วงยิ่ง ตัวอย่างเช่น ในเดือน พฤษภาคม 2536 และสิงหาคม 2536 ดังนี้

ตารางที่ 2 รายละเอียดผู้มารับบริการ (ราย) กับแผนกทางเดินปัสสาวะ ดึกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลราชวิถีในช่วงเดือนพฤษภาคมและสิงหาคม พ.ศ. 2536

เดือน	ประเภทของผู้ป่วย (ราย)										
	ผู้ป่วยเก่า	ผู้ป่วยใหม่	ผู้ป่วยสูงอายุ	ผู้ป่วยประกันสังคม	ผู้ป่วยรับไว้ในโรงพยาบาล		ผู้ป่วยนัด		นัดรับไว้ในร.พ.	พิการ	ยอดรวมทั้งหมด
					ผู้ป่วยดึกสามัญ	ผู้ป่วยดึกพิเศษ	Follow up	No Follow up			
พ.ศ. 2536											
พฤษภาคม	744	329	255	34	52	6	559	106	61	-	1,073
สิงหาคม	850	241	278	44	55	11	550	102	47	4	1,091

ตารางที่ 2 สามารถอธิบายได้ว่า ยังมีจำนวนผู้ป่วยที่มีปัญหาเกี่ยวกับระบบทางเดินปัสสาวะอยู่ในเกณฑ์สูง พบผู้มารับบริการต่อเดือนเป็นผู้ป่วยใหม่จำนวนมาก ในเดือนพฤษภาคม 2536 พบ 329 ราย และสิงหาคม 2536 พบ 241 ราย จากประสบการณ์การทำงานในโรงพยาบาลราชวิถีพบผู้ป่วยที่มีปัญหาทางเดินปัสสาวะเฉลี่ยแล้วเป็นผู้ป่วยใหม่ 8 - 30 คน/วัน ดังนั้นปัญหาทางเดินปัสสาวะ จึงยังคงเป็นปัญหาใหญ่ที่ควรได้รับความสนใจและหาทางแก้ไข

จากรายงานพบว่า ผู้ป่วยบางคนไม่เห็นความสำคัญของการมารับการรักษาอย่างต่อเนื่อง (Follow Up) ซึ่งไม่ว่าจะด้วยเหตุใดก็ตาม แสดงถึงความเข้าใจผิดและขาดความสนใจในปัญหา

สุขภาพของตนเอง จนเป็นเหตุส่งเสริมให้เกิดปัญหาสาธารณสุขเรื้อรัง ยากต่อการติดตาม ช่วยเหลือแก้ไข ปล่อยไว้จนกระทั่งเกิดความพิการอย่างถาวร ยากต่อการรักษาให้หายขาดได้

นอกจากนี้ การศึกษาทางระบาดวิทยายังพบว่า โรคติดต่อบางโรคได้ลดความชุกและความรุนแรงลงมาก แต่โรคที่เกิดสืบเนื่องเป็นผลพวงมาจากการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงของสังคมเมืองและสิ่งแวดล้อมกับวันมีแต่จะเพิ่มทวีขึ้น โดยเฉพาะ "ปัญหาทางเดินปัสสาวะ" ได้กลายมาเป็นปัญหา เนื่องจากความเคยชินในการกลั้นปัสสาวะโดยไม่จำเป็น การขาดทัศนคติด้านการระมัดระวังดูแลป้องกันรักษาสุขภาพ โดยเฉพาะขาดทัศนคติด้านการป้องกันโรค มักปล่อยให้เกิ
 ด้ปัญหาเกิดอาการมากแล้วจึงมาพบแพทย์ บางคนมีความอายต่อการบอกเล่าอาการหรือการรอรับการตรวจต่างๆ เกี่ยวกับระบบทางเดินปัสสาวะ หรืออาจมีความเชื่อเฉพาะตัวในการไม่ยอมใช้ห้องน้ำสาธารณะและ/หรือไม่ยอมใช้ห้องน้ำร่วมกับผู้อื่น โดยเฉพาะสตรีไทยมักจะยึดถือความเป็นส่วนตัว จนบางครั้งทำให้เกิดการกลั้นปัสสาวะโดยไม่จำเป็น กลายเป็นนิสัยที่ส่งผลต่อเนื่อ
 ให้เกิดปัญหากระเพาะปัสสาวะอักเสบ จากประสบการณ์การทำงานของผู้วิจัยในโรงพยาบาล ราชวิถีพบว่า ประชาชนที่มารับบริการในโรงพยาบาลยังมีความรู้ และการปฏิบัติตนในการแก้ไข พฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ

ดังที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดจะเห็นได้ว่า การป้องกันและแก้ไขปัญหาทางเดินปัสสาวะนั้น จำเป็นต้องสร้าง "ความพร้อม" ในด้านต่างๆ ซึ่งทางการแพทย์ใช้หลัก 4 พ คือ 1) พร้อมรับ 2) พร้อมบริการ 3) พร้อมให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนะ 4) พร้อมสรุป จัดการแก้ไขปรับปรุง และประสานงาน ดังนั้นการให้ข่าวสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่งแก่สมาชิกในสังคม จึงถือเป็นรากฐานสำคัญที่จะเชื่อมโยงไปสู่การเปลี่ยนแปลงในสังคมนั้นๆ โรเจอร์และซูเมเกอร์ (1971) ได้ให้ค่านิยามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมว่า หมายถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโครงสร้างและหน้าที่ของระบบสังคม มิลิกาน และแบลคเมอร์ (Milikan and Blackmer) กล่าวว่าสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่สุดสำหรับการเปลี่ยนแปลงในแต่ละสังคม คือ การที่ประชาชนต้องเปลี่ยนแปลงตนเอง (Sinha, 1967) ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาทางสังคมก็คือ "สังคมจำเป็นต้องมีกลไกที่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในตัวเอง" การเปลี่ยนแปลงควรมีความต่อเนื่องและคงทน ซึ่งขึ้นอยู่กับ "การรับรู้ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความตั้งใจ" อันจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม ในที่สุดการสื่อสารจึงได้เข้า

มาเกี่ยวข้องต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในฐานะกลไกที่จะนำความคิดใหม่ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ และวิธีปฏิบัติใหม่ เผยแพร่ไปยังสมาชิกในสังคม เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง และหน้าที่ของสังคมในที่สุด สำหรับปัญหาทางเดินปัสสาวะก็เช่นกัน เราควรมีกลไกต่างๆ ที่สามารถสร้าง "ความตระหนักรู้ การให้ความสนใจและความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะก่อนเป็นอันดับแรก" (ดำรงพันธ์ วัฒนะโชติ สนทนา, 30 กรกฎาคม 2536)

ความเป็นมาและการกำเนิด "จส. 100 MHz." กับผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100"

บริษัทแปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด ก่อตั้งขึ้นในวันที่ 1 มิถุนายน 2520 หนึ่งในเครือข่ายของแปซิฟิก กรุ๊ป ดำเนินธุรกิจด้านรายการวิทยุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์สื่อวิทยุให้เป็นสื่อที่มีคุณภาพ และเอื้อประโยชน์ให้กับสังคมด้วยในเวลาเดียวกัน เริ่มการรณรงค์บุกเบิกจัดทำสล็อตโฆษณาทางวิทยุเพื่อสาธารณประโยชน์ (Public Service) ออกอากาศทางสถานีวิทยุของตนเอง เช่น สล็อตชวนเข้าวัด (Meditation) เลิกสูบบุหรี่ (Whispering) จนได้รับรางวัล Tact Award ประเภทสื่อวิทยุด้าน Public Service ในปีที่ Tact Award ได้ริเริ่มให้รางวัลสล็อตวิทยุเป็นปีแรก

ต่อมาในปี พ.ศ.2531 ถึงกลางปี พ.ศ.2534 บริษัทต้องหยุดดำเนินการด้วยสาเหตุทางการเมือง แต่ได้กลับมาดำเนินงานใหม่อีกครั้งเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2534 ในรูปแบบของ "จส. 100 MHz." วิทยุข่าวสารการจราจร เครือข่ายสถานีของกรมการทหารสื่อสาร เพื่อช่วยให้บริการข้อมูลข่าวสารทางจราจร จากแนวคิดของพลตำรวจโทโรจน์ เปาอินทร์ และการอนุมัติของพลเอกสุจินดา คราประยูร เนื้อหารายการตลอด 24 ชั่วโมงจะเป็นการรายงานสภาพการจราจรบนท้องถนน การสอบถามเส้นทางจราจร หรือการแจ้งอุบัติเหตุ ฯลฯ วันหนึ่งๆ คาดว่ามีผู้ฟังไม่ต่ำกว่า 3,000 รายบนท้องถนน การฟัง "จส. 100 MHz." จึงถือได้ว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมาก ทั้งนี้เพราะปัญหาจราจรได้กลายเป็นปัญหาเรื้อรังอันดับหนึ่ง ดังเช่น การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการจัดอันดับความสำคัญของปัญหากรุงเทพฯ ที่ควรต้องรีบแก้ไข พบว่าปัญหาสำคัญอันดับหนึ่งคือ "ปัญหาการจราจร" (เสรีภาพ, 2536)

จากสภาพการจราจรติดขัดและยวดยานพาหนะที่หนาแน่นเพิ่มจำนวนขึ้นทุกปีโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาเร่งด่วนต่างๆ ก่อรูปกับภาวะความกดดันจากสภาพการทำงานในชีวิตประจำวันมีส่วนส่งผลให้เกิดภัยทางด้านสุขภาพอนามัยได้ เช่น ปัญหาของมลภาวะที่ทำให้เกิดผลเสียต่อระบบทางเดินหายใจ ปัญหาความวิตกกังวลที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพจิต ปัญหากระเพาะปัสสาวะอักเสบ (Cystitis) จนเกิดการกลั้นปัสสาวะไม่อยู่ (Incontinence of urine) ที่ส่งผลร้ายต่อระบบทางเดินปัสสาวะ ซึ่งพบได้มากในสตรี (The Nation, 1993)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว "จส. 100 MHz." สถาบันวิทยุของข่าวสารการจราจรที่มีสมาชิกเครือข่ายกว้างขวางในปัจจุบัน จึงได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ผ่านกลยุทธ์และการรณรงค์โฆษณาขายสินค้าโดยบริษัทแปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น ซึ่งถือกำเนิดขึ้นมาราวเดือนพฤษภาคม 2536 จากความเข้าใจในสภาพปัญหาการจราจรที่ติดขัดอย่างยากเกินที่จะแก้ไขได้ การโฆษณาผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ เป็นตัวอย่างหนึ่งของการใช้สื่อเข้ามามีบทบาทเกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะในรูปแบบของการจัดให้มีการตอบปัญหาทางเดินปัสสาวะ ในรายการวิทยุ "จส. 100 MHz." โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านทางเดินปัสสาวะ ผู้ฟังสามารถโทรศัพท์เข้ามามีส่วนร่วมสอบถามปัญหาข้อสงสัยโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ นี้มาจะเป็นการสนับสนุนการแก้ไขปัญหาสาธารณสุขมูลฐานได้อีกระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามการใช้สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับขีดความสามารถในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และเอื้อต่องานในแต่ละแขนงแนวการศึกษางานสื่อมวลชนกับบทบาทนวัตกรรมสังคมการแพทย์ (Communication and the Role of Social Medical Innovation) จึงจำเป็นและสำคัญต่อการวางแผนดำเนินงานพัฒนาสาธารณสุข เพื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถสนองต่อความจำเป็นและความต้องการใช้สื่อได้อย่างผสมกลมกลืน

ผู้วิจัย ในฐานะพยาบาลซึ่งเป็นบุคลากรทางการแพทย์ ทำงานในโรงพยาบาลแม่ข่ายของรัฐ (โรงพยาบาลราชวิถี) สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เป็นเลขานุการชมรมพัฒนาสภาพปัญหาการขยับถ่ายปัสสาวะ (ประเทศไทย) (The Society for continence(Thailand)) ผ่านการดูงานการแพทย์แผนใหม่ (Medical Innovation) และการช่วยเหลือฉุกเฉิน "SAMU" หรือ "Emergency Medical Service" จากประเทศฝรั่งเศสเป็นระยะเวลา 1 ปี เดิบโตและคลุกคลีกับวงการสื่อของทหาร รวมทั้งเป็นผู้ทำการศึกษาด้านสื่อมวลชนจึงมีความสนใจ

ศึกษาเชิงความสัมพันธ์ของสื่อ (เฉพาะ "จส.100 MHz.") กับบทบาททางสังคมการแพทย์ โดยใช้การโฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" เป็นกรณีศึกษา เพื่อวิเคราะห์หาความเข้าใจในกระบวนการสื่อความหมาย ขั้นตอน และวิธีการ ว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร มีส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนาสาธารณสุขมูลฐานอย่างไร หลังการณรงค์โฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" กลุ่มเป้าหมายมีระดับการรับรู้ ความตระหนักรู้ ความสนใจ ความคิดเห็นและการให้ความสำคัญกับปัญหาทางเดินปัสสาวะปรับเปลี่ยนไปจากเดิม หรือไม่ อย่างไร ผลการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงาน การพัฒนาและการพิจารณาขอความร่วมมือในการใช้สื่อ เพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาสาธารณสุขด้านอื่นๆ ต่อไปในอนาคต

ปัญหาวิจัย

1. ปัจจัยทางสังคมประชากรของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์อย่างไรกับระดับความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ
2. ปัจจัยด้านระยะทางและจำนวนเวลาในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" มีความสัมพันธ์อย่างไรกับความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ
3. ทักษะคิดและความคิดเห็นที่มีต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ ผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" และสถานีวิทยุ "จส.100 MHz." มีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะอย่างไร
4. บทบาทของสถานีวิทยุ "จส.100 MHz." ในแง่ผลการณรงค์โฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" มีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้ของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" กับระดับความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ
2. เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระยะทาง และจำนวนเวลาในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" กับระดับความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ
3. เพื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความคิดเห็นที่มีต่อ ปัญหาทางเดินปัสสาวะ ผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" และสถานีวิทยุ "จส.100 MHz." กับความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ทางสถานีวิทยุ "จส.100 MHz." กับความตระหนักรู้ และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะบทบาทด้านสาธารณสุขของสถานีวิทยุ "จส.100 MHz." โดยศึกษาช่วงระยะเวลาตั้งแต่เริ่มปล่อยตัวสินค้า "คอมฟอร์ต 100" ระหว่าง 26 พฤษภาคม 2537 ถึง 31 มกราคม 2537 เท่านั้น ข้อมูลที่ได้จึงไม่อาจนำไปอนุมานกับกลุ่มเป้าหมายโดยทั่วไปในกรุงเทพมหานครได้

สมมติฐาน

1. ปัจจัยทางสังคมประชากรของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ
2. ปัจจัยด้านระยะทางและจำนวนเวลาในการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" มีความสัมพันธ์กับระดับความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ
3. ทักษะคิดและความคิดเห็นที่มีต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ ผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" และสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." มีความสัมพันธ์กับระดับความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์
4. ผลการรณรงค์โฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ผ่านทางสถานีวิทยุ "จส.100 MHz." มีความสัมพันธ์กับระดับความตระหนักรู้ และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์

ข้อตกลงเบื้องต้น

สื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อวิทยุมีบทบาทสำคัญต่อการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสาธารณสุขที่ไม่พึงประสงค์

นิยามศัพท์

- | | |
|--|--|
| <p>- บทบาททางสังคมการแพทย์ (Role of Social - Medical Innovation)</p> | <p>หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในทางความคิด ความเชื่อหรือพฤติกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อวงการแพทย์และสาธารณสุข อาทิ การรณรงค์เผยแพร่ความคิดและข่าวสารซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นให้ประชาชน</p> |
|--|--|

เกิดความสนใจอยากเข้าร่วมในการแก้ไข
หรือเกิดความตั้งใจ ที่จะปรับเปลี่ยนนิสัย
และ/หรือพฤติกรรม

- ความตระหนักรู้ต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ (Awareness of Urinary Problems) หมายถึง ระดับของความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะในแง่ สาเหตุ อาการ การป้องกัน และควบคุม โดยการรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสภาพ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ต่ำ กลาง สูง
- การให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ (Interest of Urinary Problems) หมายถึง ความสนใจใฝ่รู้ พฤติกรรมการปฏิบัติตน และการแสวงหาความรู้เกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะ โดยการค้นคว้า และเรียนรู้จากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ หรือสื่อบุคคล
- ทักษะคติ-ความคิดเห็นต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ (Attitude Opinion toward Urinary Problems) หมายถึง ความพร้อมที่จะปฏิบัติ ประกอบด้วยความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมที่เกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะ
- ผลจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" (Result from Product Advertising "Comfort 100") หมายถึง ความตระหนักรู้ การให้ความสำคัญ และความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้รถในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะผ่านทางสื่อสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz."
- จส. 100 MHz. หมายถึง สถานีวิทยุข่าวสารการจราจรคลื่นความถี่ F.M. 100 MHz. ดำเนินรายการโดยบริษัทผู้ผลิตราย

การแปซิฟิเคชันเตอร์คอมมูนิเคชัน จำกัด

- คอมฟอร์ต 100
(Comfort 100)

หมายถึง อุปกรณ์รองรับปีศาจวะ ในรถยนต์ จุดประสงค์หลักของผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ยามฉุกเฉิน ลักษณะเป็นกรวยกระบอกสี่แฉกมีฝาปิดสีขาวออกวางตลาดขายพร้อมกันเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2536 ที่มีเอสไอซ์กว่า 100 แห่งทั่วประเทศไทย โดยฝ่ายการตลาดบริษัทเครื่องแปซิฟิเคชันเตอร์คอมมูนิเคชัน จำกัด
- กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์
"คอมฟอร์ต 100"
(Target groups of
"Comfort 100")

หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ถนนและขูดยานพาหนะ ในกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรถยนต์ส่วนตัว รถปิ๊กอัพ รถแวน และรถแท็กซี่ ในย่านสีลม สาทร อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ แยกเม่งจ่ายและลำสาตี
- การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
(Participant Communication)

หมายถึง การสื่อสารระหว่างบุคคล ที่ใช้อยู่ในทางสื่อสารมวลชน โดยพูดคุยทางโทรศัพท์ระหว่างผู้โทรศัพท์เข้ามาร่วมรายการกับผู้จัดการรายการวิทยุโทรทัศน์ มีลักษณะของความเต็มใจ (Willingness) ความเป็นกันเอง (Friendliness) ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง "จส. 100 MHz."
- สื่อมวลชน
(Mass Media)

หมายถึง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร
- สื่อบุคคล
(Individual Media)

หมายถึง ครู-อาจารย์ เพื่อน บิดา-มารดา ญาติพี่น้อง แพทย์-พยาบาล และบุคลากรทางสาธารณสุข

- สื่อเฉพาะกิจ

(Special Media)

หมายถึง แผ่นพับ โปสเตอร์ สติกเกอร์ ป้ายประกาศ

วิดีโอเทป สไลด์ หนังสือเรียน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ชี้ให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาททางสังคมการแพทย์ของสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." ผ่านการปล่อยตัวผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" กับระดับความตระหนักรู้ และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะของประชาชนที่เปิดรับสาร
2. ให้ตัวอย่างข้อมูลในการพิจารณาวางแผนการใช้สื่อเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญห สุขภาพอนามัยต่อไป
3. เสนอแนะแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้าน สาธารณสุข รวมทั้งการขอความร่วมมือจากสื่อภาคเอกชนให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด
4. กระตุ้นให้เกิดการประสานงานกันระหว่าง "จส. 100 MHz." สถานีวิทยุ ช่องข่าวสารการจราจรกับการพัฒนาสาธารณสุขรูปแบบอื่นๆ เช่น โครงการส่งต่อผู้ป่วย การ ช่วยเหลือฉุกเฉิน และการรายงานสถานการณ์สาธารณสุข อันเป็นนโยบายระดับประเทศที่ยัง ต้องอาศัยความร่วมมือจากอีกหลายฝ่าย