

## บทที่ 4

### การใช้สื่อเพื่อดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพของกรมอนามัย

ในบทนี้จะได้นำเสนอข้อมูลพร้อมการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาจากเอกสารจากการสัมภาษณ์ทั้งแบบเจาะลึกและแบบไม่เป็นทางการ และจากตัวอย่างสื่อเนื้อหาของบทนี้มี 4 ส่วนคือ

1. สถานการณ์ทั่วไป
2. โครงสร้างและหน่วยงานรับผิดชอบในการส่งเสริมสุขภาพของกรมอนามัย
3. การใช้สื่อดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพในกรมอนามัย ปีงบประมาณ 2540
4. ทักษะของผู้บริหารกรมอนามัยต่อการใช้สื่อเพื่อดำเนินส่งเสริมสุขภาพ

#### 4.1 สถานการณ์ทั่วไป

ในปีงบประมาณ 2540 เป็นปีแรกของการดำเนินงานตามแผนพัฒนาสาธารณสุขในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่มีแนวคิดใช้การพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาทั้งปวง กรมอนามัยในขณะนั้น มี นายแพทย์ ปรากรม วุฒิพงศ์ ปลัดกระทรวงสาธารณสุข ยังเป็นอธิบดี ในปีของการเริ่มต้นนี้ ในกรมอนามัยมีการเปลี่ยนแปลงหลายประการ ซึ่งจะขอทำความเข้าใจในเบื้องต้น เพื่อเป็นพื้นฐาน ต่อการทำความเข้าใจเรื่องการใช้สื่อเพื่อดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพที่จะได้กล่าวในลำดับถัดไป

4.1.1 หลักการดำเนินงาน ในการประชุมสัมมนาผู้บริหารของกรมอนามัย ประจำปี 2539 ระหว่างวันที่ 10 – 13 กันยายน 2539 ณ โรงแรมโลตัสปางสวนแก้ว จ.เชียงใหม่ อธิบดีกรมอนามัยได้มอบหมายหลักการดำเนินงาน 3 ประการให้แก่ผู้เข้าประชุมนำไปปฏิบัติ คือ (กรมอนามัย, แผนปฏิบัติการประจำปี, 2540:14)

1. การทำงานอนามัยเชิงรุก เป็นการรุกเข้าหาชุมชน ให้ชุมชนรู้ข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้องและสามารถปฏิบัติได้ด้วยตัวเอง เพื่อจุดมุ่งหมายที่สำคัญคือให้คนมีสุขภาพดีขึ้นและให้ดำรงชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่สะอาด ปลอดภัย เอื้อต่อการมีสุขภาพดี

2. ประสานความร่วมมือ เป็นการทำงานในลักษณะเป็นการประสานกันเหมือนการเล่นดนตรี ทำงานร่วมกับคนอื่น ฝ่ายอื่น กองอื่นและหน่วยงานอื่นๆโดยมุ่งประโยชน์ไปที่ประชาชน
3. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เป็นการนำสิ่งที่ดี ผลงานที่ดีมาเสนอผู้เกี่ยวข้องและสาธารณชน ต้องทำประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกกรมอนามัย ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชนนั้น กรมอนามัยควรเป็นผู้ผลิตเนื้อหาสาระ ส่วนวิธีการเผยแพร่ให้สะดวกตา จูงใจสาธารณชนควรให้ภาคเอกชนมีอาชีพรับไปทำ

4.1.2 การปรับโครงสร้างกรมอนามัย กรมอนามัยได้ปรับโครงสร้างใหม่ ตามพระราชกฤษฎีกา การแบ่งส่วนราชการกรมอนามัย พ.ศ. 2539 กล่าวคือมีทั้งหน่วยงานเกิดขึ้นใหม่และมีหน่วยงานที่ไปรวมกับหน่วยงานอื่น คือได้รวมกองอนามัยโรงเรียนเข้ากับกองอนามัยครอบครัว แล้วตั้งเป็นสำนักส่งเสริมสุขภาพขึ้น งานวิชาการด้านการวางแผนครอบครัวซึ่งอยู่ภายใต้กองอนามัยครอบครัว เดิมนั้นได้ขยายงานให้ครอบคลุมถึงเรื่องประชากรด้วย แล้วจัดตั้งเป็นกองวางแผนครอบครัวและประชากรขึ้นมารับผิดชอบ ในสายงานอนามัยสิ่งแวดล้อม นั้น ได้รวมกองสุขภาพภิบาลและกองอนามัยสิ่งแวดล้อมเข้าเป็นหน่วยงานเดียวกัน คือสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อมที่จัดตั้งขึ้นใหม่เช่นเดียวกับสำนักส่งเสริมสุขภาพ ปีงบประมาณ 2540 จึงเป็นปีแรกที่การดำเนินงานเป็นไปตามบทบาทหน้าที่ของโครงสร้างใหม่ เป็นช่วงระยะของการเชื่อมต่อของแผนงานส่งเสริมสุขภาพแผนงานเก่ากับแผนงานใหม่ และระหว่างหน่วยงานเก่ากับหน่วยงานใหม่ ซึ่งยังมีความไม่ลงตัวหลายประการ ที่สำคัญคือแม้จะเป็นหน่วยงานใหม่มีแผนงานใหม่ แต่แผนงบประมาณยังคงใช้โครงสร้างงบประมาณของแผนฯ 7 อยู่ ทำให้ งบประมาณประจำปี 2540 ที่ได้รับต้องนำมาปรับเปลี่ยนกันทุกหน่วยงาน เช่นกองวางแผนครอบครัวและประชากรซึ่งเป็นกองตั้งใหม่ต้องใช้งบประมาณร่วมกับสำนักส่งเสริมสุขภาพตามแผนงบประมาณงานวางแผนครอบครัว ในขณะที่ส่วนอนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชนและส่วนออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ภายใต้สังกัดใหม่คือสำนักส่งเสริมสุขภาพ ยังคงใช้งบประมาณของกองอนามัยโรงเรียน(ตามชื่อเก่า) ส่วนมากข้าราชการและเจ้าหน้าที่ต่างๆ ก็ยังรับหน้าที่เดิม ยกเว้นเจ้าหน้าที่ของส่วนอบรมและเผยแพร่ทั้งของสำนักส่งเสริมสุขภาพ และของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม ต้องทำการศึกษาถึงงานวิชาการใหม่ๆที่เพิ่มเข้ามาสำหรับเป็นข้อมูลในการดำเนินด้านสื่อต่อไป

4.1.3 การประสานงาน จากกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างกรมอนามัยดังกล่าว ทำให้มีผลต่อการดำเนินงานในด้านการใช้สื่อเป็นอย่างมาก เจ้าหน้าที่ทำงานด้านสื่อจะรู้เฉพาะงานที่เคยทำมาก่อนเมื่อต้องรับงานใหม่ที่เพิ่มขึ้น ทำให้ขาดความรู้ในด้านวิชาการสาขาใหม่ที่ต้องรับผิดชอบ เช่นคนที่ทำงานด้านสื่อการวางแผนครอบครัวมาตลอด เมื่อต้องทำงานเกี่ยวกับการออกกำลังกายหรือเกี่ยวกับเรื่องอนามัยโรงเรียนก็จะทำงานใหม่ๆ เหล่านั้นไม่ถนัด หรือผู้ที่ชำนาญเรื่องสื่อในงานสุขภาพก็จะเป็นเห็นว่าเรื่องอนามัยสิ่งแวดล้อมจะเป็นเรื่องใหม่ที่ตนไม่คุ้นเคย และจากการที่ใช้แผนงบประมาณเดิม งบประมาณสำหรับดำเนินการในเรื่องสื่อจึงยังคงผูกติดอยู่กับแผนงานเดิมทำให้ส่วนอบรมและเผยแพร่ และกลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ต้องใช้งบประมาณตามแผนงานเก่าทั้งที่ต้องสนับสนุนสื่อหลายงานมากขึ้นตามภาระหน้าที่ใหม่ ตัวอย่างของกรณีนี้คือการใช้สื่อของงานอนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชนยังคงดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ของส่วนอนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชนแทนที่จะเป็นการดำเนินการโดยส่วนอบรมและเผยแพร่ที่มีหน้าที่ปฏิบัติงานโดยตรง รายละเอียดในเรื่องนี้จะได้กล่าวในหัวข้อต่อไป

4.1.4 การสนับสนุนจากผู้บริหาร ในที่นี้คืออธิบดีกรมอนามัย น.พ. ปรากรม วุฒิพงศ์ ท่านเป็นบุคคลที่ให้ความสำคัญกับสื่อมากที่สุดผู้หนึ่ง นายวัชรินทร์ รวยอาจิ้น หัวหน้ากลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ กองวางแผนครอบครัวและประชากรกล่าวถึงท่านว่า

“ ในการทำงานเผยแพร่ จะพาท่านอธิบดีขึ้นเขาลงห้วยอย่างไร ท่านก็ไปทั้งนั้น ลูกน้องขอให้ไปอัดรายการ ดิกดีนอย่างไรก็ได้...”

นายนรพล ฝาเจริญ นักจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ของอ.ส.ม.ท.อดีตผู้สื่อข่าวสายสาธารณสุขกล่าวว่า

“คุณหมอปรากรม มีอัธยาศัยดีมาก ผมเรียกท่านว่า อาจารย์ นักข่าวจะถามเรื่องอะไร ท่านยินดีตอบทุกเรื่องและเป็นกันเองดี นักข่าวเข้าหาท่านได้ทุกคน”

ผู้วิจัยจำได้ว่าท่านอธิบดีน.พ.ปรากรมได้เคยสอบถามถึงเหตุผลของการที่กองอนามัยครอบครัวไม่ตั้งงบประมาณสำหรับการใช้สื่อโทรทัศน์ ในการประชุมจัดทำงบประมาณเกือบทุกปี จนในที่สุดกองอนามัยครอบครัว ได้จัดทำค่าของงบประมาณผลิตสารคดี 1 นาที และพร้อมกับของงบประมาณ

ค่าซื้อเวลาสถานีโทรทัศน์ขึ้นเป็นครั้งแรกในปีงบประมาณ 2538 และทำให้งบประมาณรายการนี้ยังคงมีอยู่ในรายการของส่วนอบรมและเผยแพร่ สำนักส่งเสริมสุขภาพ จนถึงปัจจุบัน

นอกจากท่านอธิบดี น.พ.ปราชญ์แล้ว ท่านอธิบดีท่านก่อนๆที่ผู้วิจัยเคยอยู่ได้บังคับบัญชาคือ น.พ.ไพโรจน์ นิงสานนท์ และ ดร.น.พ.สมศักดิ์ วรรณวิทย์ ท่านทั้งสองก็ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการใช้สื่อเป็นอย่างมากด้วยเช่นกัน

## 4.2 โครงสร้างและหน่วยงานรับผิดชอบการส่งเสริมสุขภาพของกรมอนามัย

4.2.1 อำนาจหน้าที่ของกรมอนามัย ตามพระราชกฤษฎีกาการแบ่งส่วนราชการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ.2539 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของกรมอนามัยไว้ดังนี้

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุขและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์ รูปแบบ ระบบและวิธีดำเนินงานด้านส่งเสริมสุขภาพ การวางแผนครอบครัว การพัฒนาคุณภาพประชากร การพัฒนาทันตสาธารณสุข การพัฒนาพฤติกรรมอนามัย การอาชีวอนามัย การสุขาภิบาลและการอนามัยสิ่งแวดล้อม
3. เสนอแนะและให้คำปรึกษาเพื่อประกอบการพิจารณาในการกำหนดนโยบายแผนงานหลักและแนวทางแก้ไขปัญหาทางวิชาการด้านส่งเสริมสุขภาพ การอนามัย การสุขาภิบาล และการอนามัยสิ่งแวดล้อม
4. เผยแพร่ความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการส่งเสริมสุขภาพ การอนามัย การสุขาภิบาล และการอนามัยสิ่งแวดล้อม ให้แก่ ส่วนราชการในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมทั้งประชาชนทั่วไป
5. ส่งเสริม สนับสนุน อบรม และสาธิตการจัดระบบ บริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ การพัฒนาพฤติกรรมอนามัย การอาชีวอนามัย การสุขาภิบาลและการอนามัยสิ่งแวดล้อม
6. ร่วมมือและประสานงานกับองค์กรทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมสุขภาพ การพัฒนาพฤติกรรมอนามัยและการพัฒนาอนามัยสิ่งแวดล้อม
7. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมอนามัยหรือตามที่กระทรวงมอบหมายหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

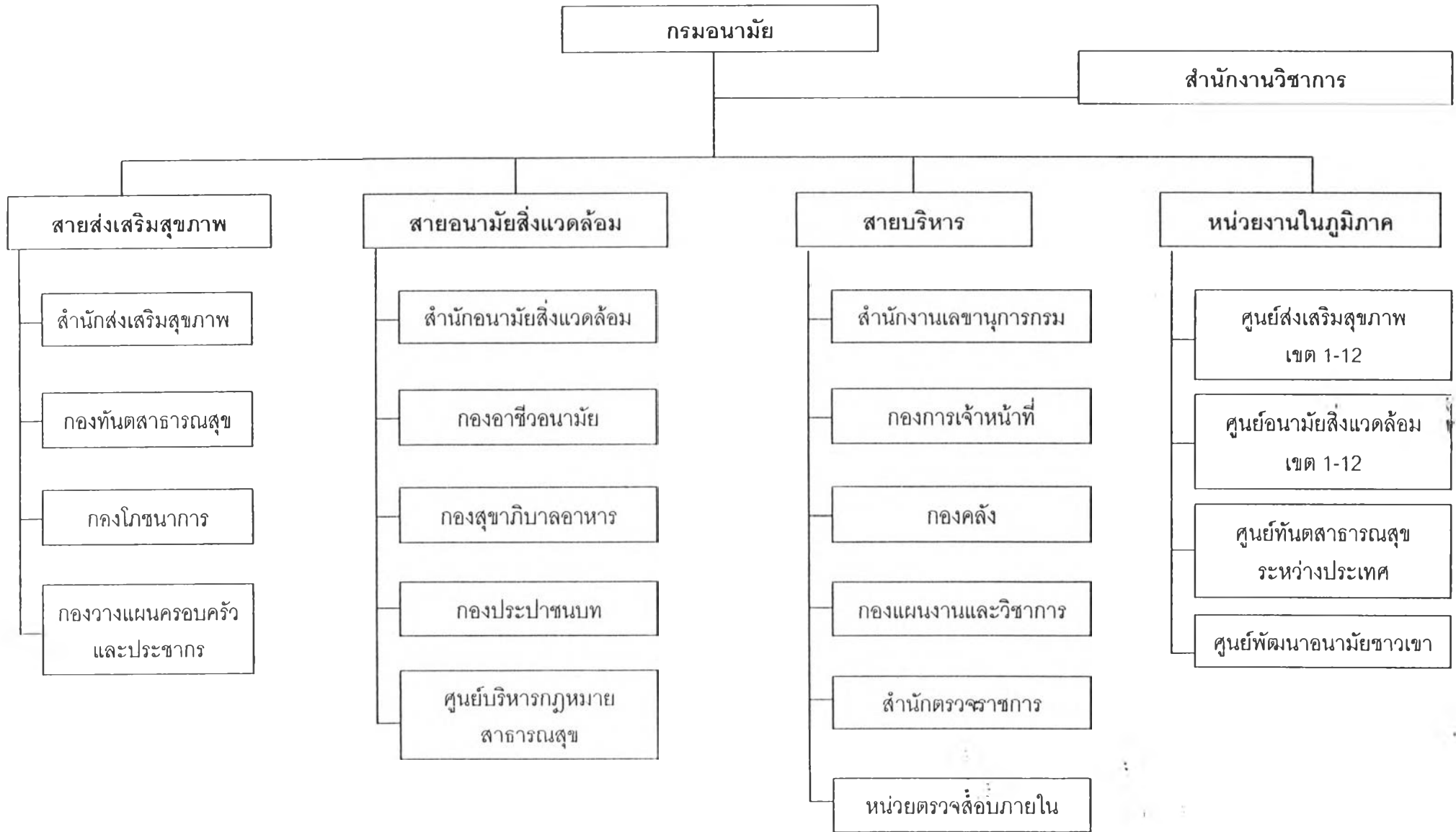
4.2.2 การแบ่งส่วนราชการ ตามพระราชกฤษฎีกาดังกล่าว กรมอนามัยได้มีการแบ่งส่วนราชการในส่วนกลางออกเป็น สำนัก,กอง และหน่วยงานที่อยู่ภายใต้กรมรวมทั้งสิ้น 16 หน่วยงาน ส่วนราชการที่อยู่ในภูมิภาคคือศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ, ศูนย์อนามัยสิ่งแวดล้อม,ศูนย์ทันตสาธารณสุขระหว่างประเทศและศูนย์พัฒนาอนามัยชาวเขา โดยมีการแบ่งลักษณะการดำเนินงานที่สำคัญออกเป็น 2 สายคือสายส่งเสริมสุขภาพและสายอนามัยสิ่งแวดล้อม (ตามแผนภูมิที่ 4)

4.2.3 อัตรากำลัง จากข้อมูลของกองการเจ้าหน้าที่ ณ วันที่ 29 สิงหาคม 2539 กรมอนามัยมีจำนวนเจ้าหน้าที่ต่างๆดังนี้

ข้าราชการ	2,660 คน
ลูกจ้างประจำ	2,523 คน
ลูกจ้างชั่วคราว	450 คน
รวม	5,533 คน

4.2.4 งบประมาณ ในปีงบประมาณ พ.ศ.2540 กรมอนามัยได้รับงบประมาณทั้งสิ้น 5,608,421,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.19 ของงบประมาณ ที่กระทรวงสาธารณสุข ได้รับทั้งหมด 68,438 ล้านบาท ซึ่งกรมอนามัยได้รับงบประมาณมาก เป็นลำดับที่สองรองจากสำนักงานปลัดกระทรวงฯ โดยจำแนกเป็นรายการสำคัญได้ดังนี้

ค่าสาธารณูปโภค	37,593,800	(0.06%)
ค่าจ้างชั่วคราว	2,585,000	(0.05%)
เงินเดือนและค่าจ้างประจำ	644,210,522	(11.84%)
เงินอุดหนุน	323,433,800	(5.77%)
ค่าครุภัณฑ์ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	3,357,446,900	(59.86%)
ค่าตอบแทนค่าวัสดุและค่าใช้สอย	1,188,821,200	(21.20%)
(เป็นค่าวัสดุโฆษณาเผยแพร่)	77,907,600	
รายจ่ายอื่นๆ	34,528,000	(0.62%)



แผนภูมิที่ 5 : แสดงโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการและลักษณะดำเนินงานของกรมอนามัย

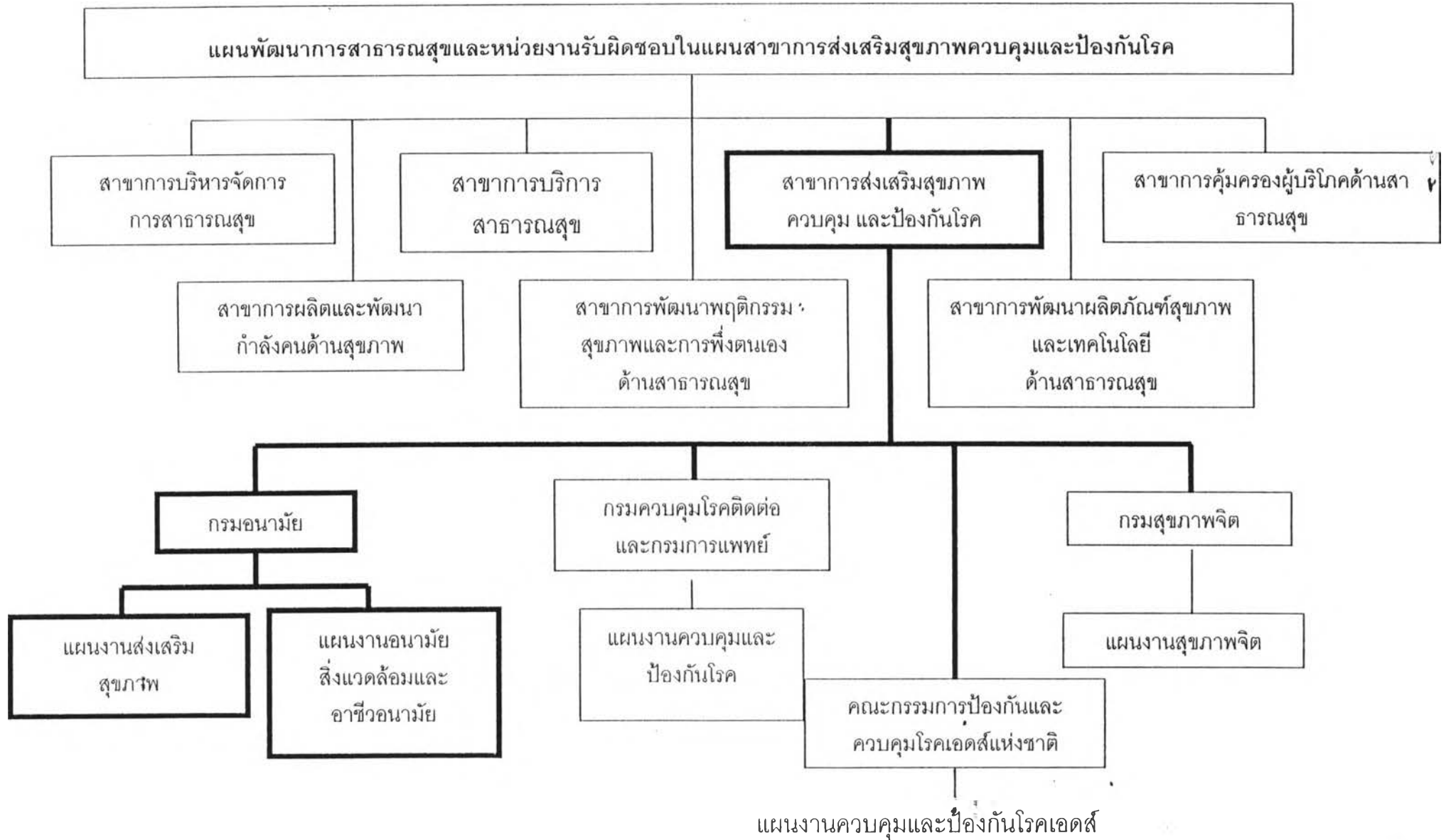
### 4.3 พันธกิจ(Mission) ของหน่วยงานในการส่งเสริมสุขภาพ

4.3.1 กรมอนามัย ในแผนพัฒนาการสาธารณสุข ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 นี้มีแผนพัฒนาการสาธารณสุขอยู่ทั้งหมด 7 สาขา รวม 17 แผนงาน กรมอนามัยเป็นกรมหลัก ในการรับผิดชอบ แผนพัฒนาการสาธารณสุข ในสาขาการส่งเสริมสุขภาพ ควบคุม และป้องกันโรค นอกจากจะทำหน้าที่เป็นกรมหลักแล้ว อธิบดีกรมอนามัยยังได้รับการแต่งตั้งจากกระทรวงสาธารณสุขให้เป็นผู้อำนวยการแผนงานส่งเสริมสุขภาพ และแผนงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย กรมอนามัยจึงมีพันธกิจโดยตรงต่อการดำเนินงานให้การส่งเสริมสุขภาพและการอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย (ตามแผนภูมิที่ 5) บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของแผนงานทั้งสองคือ

1. ให้ประชาชนทุกกลุ่มอายุตั้งแต่เริ่มปฏิสนธิ จนถึงวัยชรา มีสุขภาพสมบูรณ์ แข็งแรง ด้วยการส่งเสริมสุขภาพ ได้มาตรฐานและเหมาะสม
2. ให้ประชาชนดำรงชีวิตและประกอบอาชีพในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเอื้อต่อการมีสุขภาพดี
3. ให้เกิดการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย

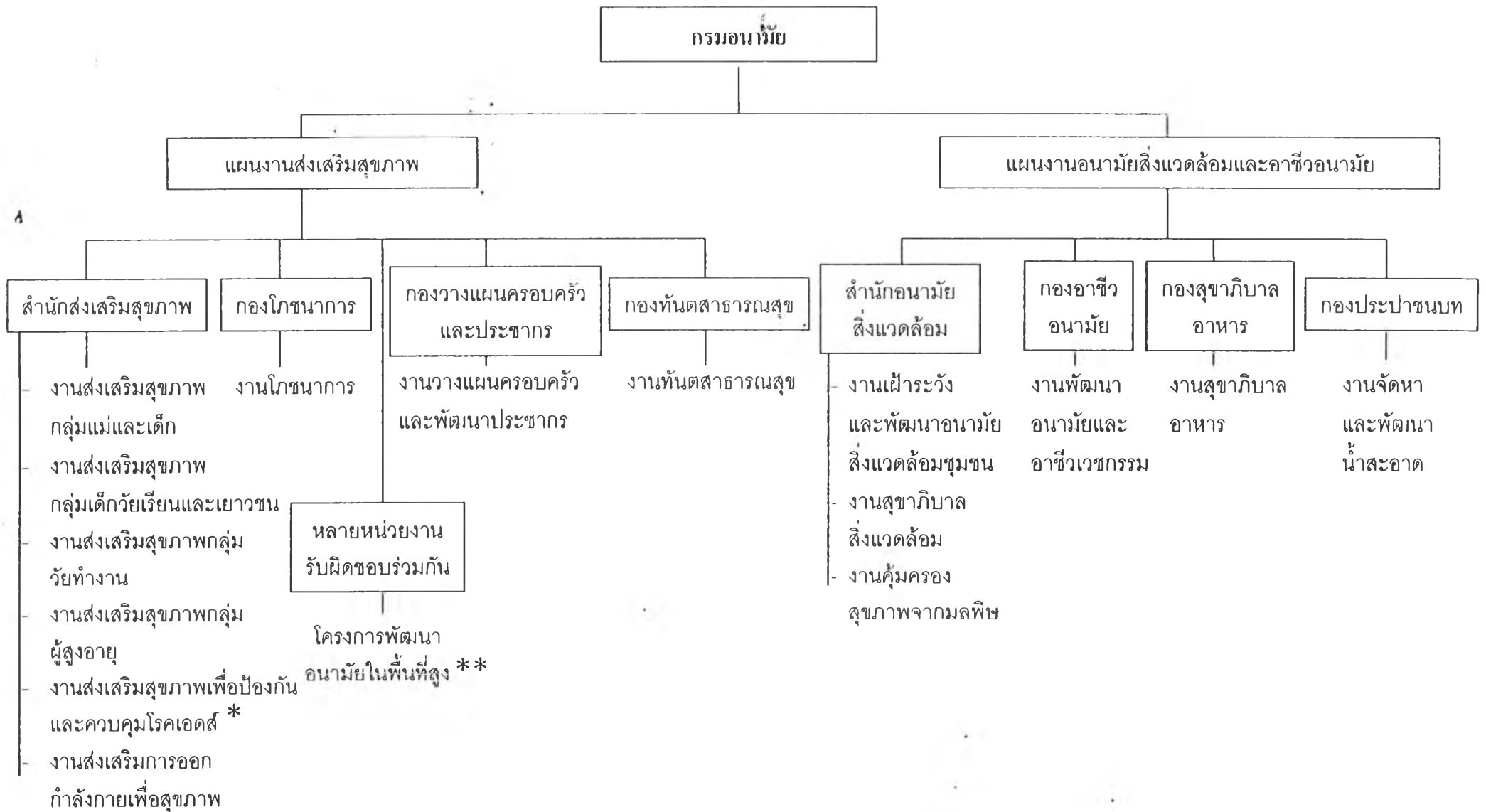
(คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาสาธารณสุข, 2539 : 176 -216)

4.3.2 หน่วยงานภายใต้กรมอนามัย จากแผนภูมิที่ 5 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากรมอนามัย มีหน้าที่รับผิดชอบต่อแผนงานส่งเสริมสุขภาพ และแผนงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย ซึ่งแผนงานทั้ง 2 นี้ ต่างก็มีแผนงานรองเป็นแผนงานย่อยลงมาอีกชั้นหนึ่ง ต่อจากแผนงานรอง ก็จะเป็นงานต่างๆ ซึ่งเป็นแผนงานเล็กสุด งานต่างๆภายใต้แผนงานส่งเสริมสุขภาพ จะมีหน่วยงานในสายส่งเสริมสุขภาพคือสำนักและกอง เป็นผู้รับผิดชอบ ส่วนงานภายใต้สายอนามัยสิ่งแวดล้อม และอาชีวอนามัย ก็จะมีสำนักและกองในสายอนามัยสิ่งแวดล้อมรับผิดชอบ (ตามแผนภูมิที่ 6) ในแต่ละสำนักและแต่ละกอง จะมีการตั้งวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกำหนดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้กรอบและขอบเขตหน้าที่ของตนที่จะกล่าวถึงในโอกาสต่อไป ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาถึงการใช้สื่อทั้ง 2 แผนงาน ตามแนวความคิดในการส่งเสริมสุขภาพที่ว่าสิ่งแวดล้อมจะเกื้อหนุนให้คนมีพฤติกรรมที่ยั่งยืน (Supportive Environment) (O' Donnell, 1986: 6-9)



แผนภูมิที่ 6 : แสดงความสัมพันธ์ของโครงสร้างแผนพัฒนาการสาธารณสุขและหน่วยงานที่รับผิดชอบในแผนสาขา  
ส่งเสริมสุขภาพควบคุมและป้องกันโรค และขอบเขตของการศึกษาวิจัยครั้งนี้





แผนภูมิที่ 7 แสดงหน้าที่รับผิดชอบของหน่วยงานภายใต้กรมอนามัยตามแผนงานส่งเสริมสุขภาพและแผนงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย

\* เป็นงานอยู่ภายใต้แผนงานควบคุมและป้องกันโรคเอดส์ แต่ส่วนที่เกี่ยวข้องกับเอดส์ในแม่และเด็กจะรับผิดชอบโดยส่วนอนามัยแม่และเด็ก สำนักส่งเสริมสุขภาพ

\*\* โครงการที่อยู่นอกขอบเขตการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

#### 4.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อในกรมอนามัย

ในกรมอนามัยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านสื่ออยู่ทั้งหมด 9 หน่วยงานคือ

- 1.สำนักงานเลขานุการกรม
- 2.กองทันตสาธารณสุข
- 3.กองโภชนาการ
- 4.กองวางแผนครอบครัวและประชากร
- 5.สำนักส่งเสริมสุขภาพ
- 6.กองประชาสัมพันธ์
- 7.กองสุขภาพภิบาลอาหาร
- 8.กองอาชีวอนามัย
- 9.สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม

สำนักเป็นหน่วยงานใหญ่รองจากกรมมีลักษณะงานเป็นกึ่งวิชาการและกึ่งปฏิบัติการ จะมีการแบ่งส่วนราชการย่อยลงไปอีก เป็น "ส่วน" มีบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบงานด้านสื่อเป็นส่วนอบรมและเผยแพร่

ในระดับกองนั้นทั้งในสายงานส่งเสริมสุขภาพและสายงานอนามัยสิ่งแวดล้อมถือว่าเป็นกองวิชาการที่เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา ส่วนราชการที่แยกออกจากกอง จะเป็น"กลุ่มงานวิชาการ" กลุ่มงานรับผิดชอบเกี่ยวกับสื่อคือ"กลุ่มงานอบรมและเผยแพร่" นอกจากกองโภชนาการ ที่เรียกว่า"กลุ่มงานศึกษาและพัฒนาพฤติกรรมทางอาหารและโภชนาการ"

บทบาทหน้าที่ ที่กรมอนามัยได้กำหนดไว้ทั้งของส่วนอบรมและเผยแพร่และทั้ง ของกลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ ต่างก็มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งในที่นี้ใคร่ขอยกตัวอย่างไว้ 2 ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1 หน้าที่ของส่วนอบรมและเผยแพร่ สำนักส่งเสริมสุขภาพ

1. พัฒนาการฝึกอบรม และรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ ความชำนาญและเทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการและการให้บริการส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มอายุ แก่บุคลากรสาธารณสุข อาสาสมัครทั้งในและต่างประเทศ

2. ดำเนินการเผยแพร่ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมาย มีความรู้ ความเข้าใจและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัยทางด้านส่งเสริมสุขภาพที่พึงประสงค์
3. วิเคราะห์ วิจัย และรวบรวมปัญหาทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ เพื่อนำมาประยุกต์จัดทำโครงการ กิจกรรม และการผลิตสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
4. วิเคราะห์ วิจัยสถานการณ์ บทบาท มาตรฐานการฝึกอบรม และถ่ายทอดเทคโนโลยี การฝึกอบรมให้แก่หน่วยงานระดับศูนย์เขต จังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ สามารถดำเนินการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ
5. ส่งเสริม สนับสนุน และให้คำปรึกษาและแนะนำทางด้านการใช้เทคโนโลยีการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรม การผลิตสื่อในงานส่งเสริมสุขภาพให้แก่บุคลากรสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
6. ผลิตตำรา คู่มือ เอกสารวิชาการและสื่อ สำหรับการอบรมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
7. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการดำเนินงานพัฒนาบุคลากร งานสุขศึกษาและประชาสัมพันธ์ และการผลิตสื่อเพื่อการส่งเสริมสุขภาพของประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนอบรมและเผยแพร่ ยังแบ่งการบริหารออกไปอีก 3 กลุ่มงาน คือ กลุ่มงานพัฒนาบุคลากร กลุ่มงานสุขศึกษาและประชาสัมพันธ์ และกลุ่มงานพัฒนาและผลิตสื่อ

ตัวอย่างที่ 2 หน้าที่กลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ กองวางแผนครอบครัวและประชากร

1. ผลิต พัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี ด้านการอบรมและเผยแพร่ เพื่อส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของประชาชนให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาวิจัย วิเคราะห์ พฤติกรรมสุขภาพของประชาชน เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลสนับสนุน การดำเนินงานอนามัยการเจริญพันธุ์ และการพัฒนาประชากร
3. จัดทำโครงการ กิจกรรม แผนงานและดำเนินการเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนตามนโยบายการพัฒนาประชากร
4. จัดทำหลักสูตรและพัฒนากิจกรรมประชุมสัมมนา ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยี เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะในการปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่ของกองวางแผนครอบครัวและประชากร และหน่วยงานระดับปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง

#### 5. ดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความรู้และกิจกรรมต่างๆของกองวางแผนครอบครัวและประชากร เพื่อส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ

จากตัวอย่างที่อ้างถึงจะเห็นว่าหน่วยงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับสื่อทั้งของสำนัก และของกองต่าง ๆ นั้นมีบทบาทหน้าที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งหน้าที่หลักของการใช้สื่อในหน่วยงานเหล่านี้คือ เผยแพร่ความรู้ ประชาสัมพันธ์ และผลิตสื่อ เท่านั้น ส่วนหน้าที่ "โฆษณา" ไม่มีปรากฏ

สำนักงานเลขานุการกรมอนามัย หรือเรียกย่อๆว่า ส.ล.ก. เป็นหน่วยงานกลางของกรมอนามัย มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้แก่กรมอนามัยร่วมกับส่วนอบรมและเผยแพร่ ของสำนักและร่วมกับกลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ของกองต่างๆ ด้วย ส่วนและกลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ จะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล รายละเอียดของโครงการและกิจกรรมให้แก่ ส.ล.ก. เพื่อจะนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ การประชาสัมพันธ์ ส.ล.ก. ไม่มีงบประมาณ จึงไม่มีการทำโครงการให้ความรู้ เผยแพร่โฆษณา หรือกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมขึ้นได้ เนื่องจากงานในส่วนนี้เป็นหน้าที่ของส่วนและกลุ่มงานอบรมของสำนักและกองต่างๆ บทวิเคราะห์การใช้สื่อของ ส.ล.ก. จะได้กล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

ลักษณะการจัดองค์การของกรมอนามัยที่ให้มีหน่วยงานทำงานด้านสื่อเป็นของกอง และของสำนักเองนั้นเหมือนกับของกรมควบคุมโรคติดต่อ แต่แตกต่างกันของสำนักงานปลัดกระทรวงและของสำนักงานเลขาธิการอาหารและยาซึ่งเป็นหน่วยงานระดับกรมเช่นเดียวกับกรมอนามัย คือในสำนักงานปลัดกระทรวงมีกองสุขศึกษาทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางที่ดำเนินงานด้านสื่อทุกอย่างที่เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของประชาชนให้แก่กองและสำนักในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงเกือบทั้งหมด ส่วนในสำนักงานเลขาธิการอาหารและยานั้น ก็มีกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณาทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางแทนกองวิชาการอื่นๆ

#### 4.5 การใช้สื่อเพื่อดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพ

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพร้อมการวิเคราะห์ในส่วนนี้สามารถที่จะนำเสนอได้ใน 4 ลักษณะ คือ

- เสนอตามรายงานงาน
- เสนอตามรายหน่วยงาน

- เสนอตามภารกิจหลักของกรมอนามัยคือสายส่งเสริมสุขภาพและสายอนามัย  
สิ่งแวดล้อม และ
- เสนอในลักษณะการดำเนินงานของกรมอนามัยโดยรวม

เมื่อพิจารณาโดยรอบคอบแล้ว ผู้วิจัยได้เลือกทำการเสนอในลักษณะเสนอตามรายหน่วยงาน โดยมีรายละเอียดกิจกรรมของแผนงานที่หน่วยงานนั้นรับผิดชอบนำเสนอพร้อมการวิเคราะห์ การนำเสนอในลักษณะนี้ทำให้ผู้อ่านสามารถเห็นความแตกต่างหรือความคล้ายคลึงกันของการใช้สื่อในหน่วยงานต่างๆได้ง่าย ส่วนวิธีการนำเสนอตามภารกิจหลักของกรมอนามัยหรือการนำเสนอการดำเนินงานโดยรวมของกรมอนามัยนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ถ้านำเสนอโดยรวมไว้ กระทบจะทำให้ขาดรายละเอียดต่างๆไปได้

#### 4.5.1 การใช้สื่อของสำนักส่งเสริมสุขภาพ

สำนักส่งเสริมสุขภาพเป็นหน่วยงานใหญ่ที่สุดรองลงมาจากกรมอนามัย มีงานที่รับผิดชอบอยู่ 6 งานด้วยกันรวมทั้งงานส่งเสริมสุขภาพเพื่อป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ในส่วนของแม่และเด็กด้วย งานทั้งหมดนี้ มีส่วนวิชาการที่เกี่ยวข้องเป็นผู้รับผิดชอบ โดยมีส่วนอบรมและเผยแพร่จะตั้งงบประมาณขึ้นมาสนับสนุนในเรื่องการฝึกอบรมและในด้านสื่อ แก่โครงการของส่วนวิชาการต่างๆ การนำเสนอและการวิเคราะห์ข้อมูลของสำนักส่งเสริมสุขภาพ ในครั้งนี้ จึงต้องนำเสนอข้อมูลเป็นรายแผนงานก่อนทุกแผนงานและของส่วนอบรมและเผยแพร่ด้วย แล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวม ข้อมูลของงานต่างๆมีดังนี้

##### 4.5.1.1 งานส่งเสริมสุขภาพกลุ่มแม่และเด็ก

พันธกิจ (Mission) ให้มารดาและเด็กมีสุขภาพดีถ้วนหน้า ไม่พิการ หรือมีโรคทางพันธุกรรม เด็กเติบโตมีการพัฒนาตามวัย โดยการปรับปรุงสภาวะโภชนาการ ส่งเสริมภาวะทันตสุขภาพ และบริการอนามัยแม่และเด็กที่มีคุณภาพ

##### กิจกรรมเน้นหนักในปีงบประมาณ 2540

-โครงการควบคุมและป้องกันโรคโรคเลือดจางธาลัสซีเมีย

<u>กิจกรรม/ โครงการ</u>	<u>งบประมาณ</u>
1.โครงการควบคุมและป้องกันโรคเลือดจางธาลัสซีเมีย	17,174,488
2. โครงการส่งเสริมการใช้สมุดบันทึกสุขภาพแม่และเด็ก	69,378
3. โครงการคัดเลือกและสร้างแม่ตัวอย่าง	2,941,700
4. โครงการส่งเสริมการดูแลสุขภาพแม่และเด็ก	233,140
5. โครงการส่งเสริมสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์ เด็กเล็กในที่ทำงาน	1,833,044
6. โครงการเฝ้าระวังสุขภาพหญิงตั้งครรภ์ / เฝ้าระวังโลหิตจาง ฯ	10,429,260
7. โครงการลดภาวะขาดออกซิเจนในทารกแรกเกิด	541,000
8. โครงการส่งเสริมโภชนาการและสุขภาพแม่และเด็กตามพระราชดำริฯ	5,591,000
9. โครงการสนับสนุน สอ.ให้บริการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่	1,173,261
10. โครงการจัดตั้งกลุ่มแม่ในชุมชนเพื่อส่งเสริมอนามัยแม่และเด็ก	219,300
11. ประเมินผลการดำเนินการแก้ปัญหา DTPS	78,154
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>40,283,725</u>

<u>รายการการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
<u>แผ่นพับ</u>	
- ธาลัสซีเมีย 300,000 แผ่น	816,200
-ชีวิตในท้องมีค่า 50,000 แผ่น	240,000
-นมแม่คือรักแท้ให้ลูก 50,000 แผ่น	236,500
-เพื่อลูกรัก 50,000 แผ่น	136,500
-แม่ตัวอย่าง 50,000 แผ่น	136,500
-ภาพพลิก 800 ชุด	375,000
-คู่มือการตรวจตนเองเพื่อเฝ้าระวังโรคเลือดจางธาลัสซีเมีย 100,000 เล่ม	342,400
-เกียรติบัตรสถานีอนามัยสายสัมพันธ์แม่ลูก 2,000 แผ่น	700,000
-สมุดบันทึกสุขภาพแม่และเด็กมิติใหม่	350,000
<u>สารคดีโทรทัศน์ 1 นาที (พร้อมออกอากาศ)</u>	
-แม่ตัวอย่าง	240,000
-พัฒนาการเด็กปฐมวัย	240,000

<u>รายการการใช้สื่อ(ต่อ)</u>	<u>งบประมาณ</u>
-การออกกำลังกายในหญิงมีครรภ์	240,000
<u>วิถีทัศน์</u>	
-สุขศึกษาในหญิงมีครรภ์	500,000
<u>Spot วิทยู(เป็นSpot ชุดรวมอยู่ในงานอื่นๆด้วย)</u>	
-คุณค่าของนมแม่	15,000
-คุณสมบัติแม่ตัวอย่าง	15,000
-พัฒนาการเด็กปฐมวัย	15,000
-สุขภาพแม่และลูก	15,000
-ออกกำลังกายในหญิงตั้งครรภ์	15,000
-ปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น	15,000
-การตรวจมะเร็งปากมดลูก	15,000
<u>เทปรายการหออกระจายข่าว(เป็นรายการชุดรวมกับเรื่องของงานอื่นๆ)</u>	
-การแก้ปัญหาการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ 6,000 ก้อนปี	20,000
-การฝากครรภ์ 6,000 ก้อนปี	20,000
-พัฒนาการเด็กปฐมวัย 6,000 ก้อนปี	20,000
<u>ป้ายโฆษณา 750 ป้าย</u>	375,000
<u>ประชาสัมพันธ์โครงการประสานความร่วมมือเพื่อจัดสัมมนาระดับโลก</u>	
<u>เรื่องสุขภาพและสิทธิเด็กว่าด้วยการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่</u>	629,160
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>5,722,260</u>

#### 4.5.1.2 งานส่งเสริมสุขภาพเพื่อป้องกันและควบคุมโรคเอดส์

พันธกิจ (Mission) เพื่อลดและป้องกันการติดเชื้อเอดส์ในแม่และเด็ก ตลอดจนส่งเสริมพฤติกรรมอนามัยที่เหมาะสมในกลุ่มเด็กวัยเรียนและเยาวชน วัยทำงานและผู้สูงอายุ

กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540

ไม่มี

<u>กิจกรรม/ โครงการ</u>	<u>งบประมาณ</u>
1. ประชุมปฏิบัติการให้คำปรึกษา 84 คน	491,324
2. สัมมนาครูชั้นประถม 50 คน	74,500
3. พัฒนาคณะกรเพื่อป้องกันโรคเอดส์ ในวัยรุ่น 1200 คน	3,160,800
4. อบรมบุคลากรเครือข่ายคำปรึกษา 240 คน	1,704,940
5. วิจัยประเมินผลโครงการ	1,500,000
6. สนับสนุนยา / นม / วัสดุวิทยาศาสตร์ ฯลฯ	37,765,780
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>44,697,344</u>

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
Spot TV (ต้นฉบับ)1 เรื่อง	300,000
Spot วิทยู(30 วินาที) "เอดส์ในแม่และเด็ก"	15,000
พิมพ์สรุปรายงานสัมมนา 100 เล่ม	83,820
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>398,820</u>

#### 4.5.1.3 งานส่งเสริมสุขภาพเด็กวัยเรียนและเยาวชน

พันธกิจ (Mission) เพื่อให้เด็กนักเรียนและเยาวชนในเขตเมืองและชนบท ได้รับการส่งเสริมป้องกัน และแก้ไขปัญหสุขภาพ ให้สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา ตลอดจนมีการพัฒนาเหมาะสมตามวัย

<u>กิจกรรมเน้นหนักในปี 2540</u>	ไม่มี
<u>กิจกรรม/ โครงการ</u>	<u>งบประมาณ(ล้านบาท)</u>
1. พัฒนาด้านการเจริญเติบโตของร่างกาย (น้ำหนัก และส่วนสูง)	120.47
2. บริการตรวจสุขภาพนักเรียน	17.84
3. ป้องกันและควบคุมขจัดโรคในเด็กนักเรียน	5.11
4. สนับสนุนงานวิชาการและบริหารงานเด็กวัยเรียน	9.27
5. พัฒนาพฤติกรรมสุขภาพเด็กวัยเรียน	16.26
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>168.95</u>



<u>รายการการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
<u>วิดิทัศน์</u>	
-หูของเรา เราต้องรู้ 200 ม้วน	380,000
-โรงเรียนน่าอยู่ 3550 ม้วน	882,500
-ครอบครัวอบอุ่น คำจูนสังคม 3550 ม้วน	882,500
-กินอย่างปลอดภัย อนามัยดี 250 ม้วน	350,000
-การควบคุมภาวะโภชนาการเกิน 100 ก๊อปปี	15,000
-เพศศึกษา 534 ก๊อปปี	74,760
<u>สารคดีโทรทัศน์ 1 นาที (พร้อม ออกอากาศ)</u>	
-ยาบ้า.. ภัยร้ายในสถานศึกษา	240,000
Spot วิทย์ 30 วินาที "หมั่นสระหมั่นล้าง จะห่างเหา"	15,000
<u>เทปหอกระจายข่าว(รวมกับเรื่องอื่นๆ)</u>	
-หูของเรา เราต้องดูแล 6,000 ก๊อปปี	20,000
<u>แผ่นพับ</u>	
-โรคหวัด 10,000 แผ่น	22,300
-เยื่อตาอักเสบ 25,000 แผ่น	55,750
-ร่วมมือร่วมใจอนามัยเด็กดี 240,000 แผ่น	487,300
-โรคหุ้่น้ำหนวก 10,000 แผ่น	13,450
-ท่านเป็นโรคหุหรือเปล่า 5,000 แผ่น	28,750
<u>โปสเตอร์</u> –กราฟแปรผลสภาวะการเจริญเติบโต 80,000 แผ่น	228,800
<u>หนังสือคู่มือ เรื่อง</u>	
-ผู้นำเยาวชน สาธารณสุข ใน รร. 1,000 เล่ม	234,230
-วิทยากรอบรมผู้นำนักเรียนฝ่ายส่งเสริมอนามัย 2,000 เล่ม	60,300
-ไสตพิทักซ์ 1,000 เล่ม	59,980
-ผู้นำนักเรียน 120,000 เล่ม	1,909,200
-วิทยากรสัมมนาผู้นำเยาวชนตำบล 3,000 เล่ม	75,000
-คู่มือวัยรุ่น 4,000 เล่ม	660,000
<u>สิ่งพิมพ์อื่นๆ</u>	
-สมุดบันทึกกิจกรรมอนามัยโรงเรียนฯ (อร. 14) 40,500 เล่ม	259,465

รายการการใช้สื่อ	งบประมาณ
สิ่งพิมพ์อื่นๆ(ต่อ)	
-สมุดตรวจการไต่สวน 15,000 เล่ม	44,450
-บันทึกการปฏิบัติงานของผู้นำนักเรียน 15,000 เล่ม	151,500
-แบบตรวจสุขภาพด้วยตนเอง 800,000 เล่ม	2,568,000
-รายงานกิจกรรมของเยาวชนสาธารณสุขใน รร. มัชฌิม 1,000 เล่ม	9,195
-บันทึกการเจริญเติบโตของเด็กวัยเรียน 310,000 เล่ม	620,000
-คู่มือบัตรผู้นำนักเรียน/เยาวชนสาธารณสุขในโรงเรียน.405,300 เล่ม	906,000
-บัตรประจำตัวนักเรียนพร้อมซอง 50,000 ชุด	160,000
<u>Press Release</u> 2 ข่าว	
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>11,413,430</u>

#### 4.5.1.4 งานส่งเสริมสุขภาพกลุ่มวัยทำงาน

พันธกิจ (Mission) เพื่อควบคุมภาวะการเจริญพันธุ์ ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และพัฒนาคุณภาพประชากรให้มือนามัยการเจริญพันธุ์ที่สมบูรณ์ ประชากรวัยทำงานมีสุขภาพดี มีชีวิตที่ยืนยาว สามารถช่วยเหลือและดูแลสุขภาพตนเอง ครอบครัว และชุมชน

กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540

ผลิตสื่อเผยแพร่งานส่งเสริมสุขภาพสตรีวัยหมดระดู

กิจกรรม/โครงการ	งบประมาณ
1. ประชุมวิชาการ/ชี้แจงนโยบายการส่งเสริมสุขภาพหลังวัยเจริญพันธุ์ ทั้งระดับผู้บริหาร และปฏิบัติ	3,610,260
2. โครงการเพิ่มพูนสมรรถนะบุคลากร	477,465
3. โครงการส่งเสริมอนามัยในเขตเมือง 25 จว.	505,560
4.โครงการส่งเสริมอนามัยครอบครัวใน รง. อุตสาหกรรม	677,012
5. ผลิตสื่อเผยแพร่	1,360,579
6. ประเมินผลกิจกรรม/ โครงการ	693,310

<u>กิจกรรม/โครงการ</u>	<u>งบประมาณ</u>
7. ค่าเวชภัณฑ์	25,200,000
8.อบรมศึกษาดูงานต่างประเทศ	870,000
9.ส่งเสริมความเป็นอยู่ภาคใต้ 170 หมู่บ้าน	230,000
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>33.624.180</u>

<u>รายการใช้สื้อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
<u>ไปสเตอร์</u> -กำวสุ่วัยหมดระดุดอย่างเชือมั้น 15,000 แผ่น	142,580
<u>แผ่นพับ</u> -กำวสุ่วัยหมดระดุดอย่างเชือมั้น 240,000 แผ่น	243,000
-เส้นทงสีรุ้งของชีวิต 50,000 แผ่น	190,000
-ยามีดคุมกำเหนิด 50,000 แผ่น	136,500
-ถูงยงอนนัมย 50,000 แผ่น	136,500
-หมั้นชย 50,000 แผ่น	136,500
-หมั้นหญิง 50,000 แผ่น	136,500

#### เอกสารวิชาการ

-ล่ำหรับสตรียัยหมดระดุด 3,000 เล่ม	105,000
-สมุดบันทึกสุขภาพสตรียัยหมดระดุด18,750 เล่ม	148,920

#### วิดีทัศน์

-อนนัมยวัยท่งงนและผู้สูงอายุ	500,000
-สุขศึกษในหญิงมีครรภ	500,000

#### เทพหอกระจยข่ว

-การตรวจมะเรึงปากมดลูก 6,000 ก้อปปี	20,000
-การตรวจมะเรึงเต้านม 6,000 ก้อปปี	20,000
-ผู้หญิงวัยหมดระดุด 6,000 ก้อปปี	20,000

รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 2.435.500

#### 4.5.1.5 งานส่งเสริมสุขภาพกลุ่มผู้สูงอายุ

พันธกิจ (Mission) เพื่อให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพดี มีอายุยืนยาว สามารถดูแลสุขภาพตนเอง และอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ตลอดจนสมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการดูแลผู้สูงอายุ

กิจกรรมที่เน้นหนักในปี 2540

รณรงค์ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ เนื่องในวันผู้สูงอายุแห่งชาติ

<u>กิจกรรม/โครงการ</u>	<u>งบประมาณ</u>
1.ประชุมปฏิบัติการจัดทำสมุดอนามัยผู้สูงอายุ	5,200
2.โครงการส่งเสริมผู้สูงอายุในชุมชน 4320 คน	1,056,000
3.รณรงค์วันผู้สูงอายุแห่งชาติ	959,420
4.ผลิตสื่อเผยแพร่	330,000
5.ซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์	2,850,000
6.ศึกษาดูงานส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ	716,830
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>5,917,450</u>

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
สารคดีโทรทัศน์ 1 นาที (พร้อมออกอากาศ) -อาหารสำหรับผู้สูงอายุ	240,000
วีดิทัศน์-อนามัยวัยทำงานและผู้สูงอายุ (รวมในงานอนามัยวัยทำงานแล้ว)	
<u>Spot วิทยู</u>	
-ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ	15,000
-สนับสนุนลูกหลานให้ดูแลผู้สูงอายุ	15,000
-การออกกำลังกายในผู้สูงอายุ	15,000
<u>เทปหอกระจายข่าว</u>	
-การออกกำลังกายในผู้สูงอายุ 6,000 ก๊อปปี	20,000
-สนับสนุนลูกหลานให้ดูแลผู้สูงอายุ 6,000 ก๊อปปี	20,000
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>325,000</u>

#### 4.5.1.6 งานส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

**พันธกิจ (Mission)** ส่งเสริมสุขภาพเด็ก เยาวชน ประชาชนทุกกลุ่มอายุ รวมทั้งผู้ป่วยให้สมบูรณ์ แข็งแรงทั้งด้านร่างกายจิตใจและสังคม ด้วยการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพป้องกันโรคและการฟื้นฟูสภาพ ให้ถูกต้อง เหมาะสม กับเพศ วัย และสภาพร่างกาย

กิจกรรมที่เน้นหนักในปี 2540

โครงการเดิน วิ่ง เพื่อสุขภาพทุกครอบครัวทั่วไทย

กิจกรรม/โครงการ	งบประมาณ
1. ประชุมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	8,100
2. โครงการเดินวิ่ง เพื่อสุขภาพทุกครอบครัวทั่วไทย	7,202,022
3. ประชุมสัมมนาวิชาการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพระดับผู้บริหาร	330,938
4. โครงการอบรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ 60 คน	736,700
5. บริการทดสอบสมรรถภาพทางกายเนื่องในวันประชากรโลก	
6. เป็นวิทยากรและสาริตเรื่องการออกกำลังกาย	8,300
7. โครงการพัฒนาบุคลากรในส่วนออกกำลังกาย	8,100
<b>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</b>	<b>8,294,160</b>

รายการใช้สื่อ	งบประมาณ
<b>Spot วิทยุ</b>	
- การออกกำลังกายในหญิงมีครรภ์	(รวมไว้ในงานอื่น)
- การออกกำลังกายในผู้สูงอายุ	(รวมไว้ในงานอื่น)
<b>เทปรายการหอกระจายข่าว</b>	
- ออกกำลังกายเป็นยาอายุวัฒนะ 6,000 ก๊อปปี้	20,000
- การออกกำลังกายในหญิงมีครรภ์	(รวมไว้ในงานอื่น)
- การออกกำลังกายในผู้สูงอายุ	(รวมไว้ในงานอื่น)
<b>สารคดีโทรทัศน์ 1 นาที - การออกกำลังกายในหญิงมีครรภ์</b>	(รวมไว้ในงานอื่น)

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
แผ่นพับ-ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	156,000
<u>ค่าจ้างทำประชาสัมพันธ์โครงการเดิน วิ่งเพื่อสุขภาพทุกครอบครัวทั่วไทย</u>	
- ค่าผลิต SPOT โทรทัศน์ 2 เรื่อง รวมค่าออกอากาศ	2,600,000
- ค่าเช่าบัลลูนโฆษณา 4 ลูก	84,530
- จ้างทำป้ายผ้า 200 ผืน	100,000
- ค่าลงโฆษณา ใน น,ส,พ,	277,344
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>3,237,874</u>

#### 4.5.1.7 งานของส่วนอบรมและเผยแพร่

พันธกิจ(Mission) ส่วนอบรมและเผยแพร่ มีภารกิจโดยย่อคือมีหน้าที่ศึกษาวิเคราะห์ วิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีด้านสื่อ ผลิตสื่อ ปฏิบัติการใช้สื่อ พัฒนาคู่มือ สนับสนุนส่วนวิชาการ(งาน) ของสำนักส่งเสริมสุขภาพและของหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมอื่นๆบรรลุเป้าหมาย

ในรายการใช้สื่อของทุกงานที่กล่าวมาส่วนมากเป็นผลงานของส่วนอบรมและเผยแพร่ แต่ก็ยังมีงานอีกบางส่วนที่เป็นการใช้สื่อในลักษณะเป็นงานรวมของสำนักและบางโครงการก็เป็นของส่วนอบรมและเผยแพร่เอง งานส่วนนี้จึงไม่สามารถจะนำไปใส่ไว้ในงานอื่นๆตามแผนงานวิชาการที่กล่าวมาแล้วได้ ผู้วิจัยจึงจัดทำรายการเพิ่มเติมขึ้นมาเพื่อให้สามารถแสดงข้อมูลได้ครบถ้วนดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

#### กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540

1. โครงการมีส่วนร่วมของผู้ชายในการวางแผนครอบครัว
2. ถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ "วาระประเทศไทยมีประชากรครบคนที่ 60 ล้าน"
3. ประชาสัมพันธ์โครงการ เดิน วิ่ง เพื่อสุขภาพทุกครอบครัวทั่วไทย

<u>กิจกรรม/โครงการ/การใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
1. อบรม จนท.สธ. เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ 27 จว.	841,820

<u>กิจกรรม/โครงการ/การใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
2.อบรมผดุงครรภ์โบราณส่งต่อหญิงตั้งครรภ์	266,800
3. การใช้กระบวนการอบรมแก้ปัญหาสุขภาพโดยทีมงานระดับอำเภอ	13,309
4. โครงการเพิ่มพูนสมรรถนะบุคลากรฯการให้คำปรึกษาโรคเอดส์	273,063
5. จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์งานส่งเสริมสุขภาพ ( 224 ป้าย )	271,600
6. สวัสดิการหมันชาย 4,000 ราย (ค่า Incentive 300 บาท/ราย)	1,200,000
7. สนับสนุน สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดจัดรายการวิทยุ 64 สถานี	435,960
8. สนับสนุน จว.จัดหน่วยเผยแพร่เคลื่อนที่ 75 จว.	555,000.
9. สัมมนากรรมการสภาตำบลเรื่องอนามัยครอบครัวฯ	248,800
10. จดหมายข่าวส่งเสริมสุขภาพ 40,000 ฉบับ	120,000
11. รายการวิทยุจัดโดยส่วนกลาง33 สถานี/ 52 ครั้ง/สถานี	11,000
12. ละครวิทยุ 10 เรื่องๆละ 45 ตอน	441,000
13. จัดแถลงข่าว 9 ครั้ง	-----
14. จัดนิทรรศการ 10 ครั้ง	-----
15. โครงการการมีส่วนร่วมของผู้ชายในการวางแผนครอบครัว(UNFPA)	
ประชุม จนท. 50 คน	379,470
สัมมนาวิทยุรุ่น 8000 คน	2,400,000
ผลิตสื่อ "วิทยุรุ่น"	
-แผ่นพับ 160,000 แผ่น	436,800
-โปสเตอร์ 60,000 แผ่น	504,000
-คู่มือวิทยุรุ่น 40,000 เล่ม	660,000
16. ส่งเสริมความเป็นอยู่ภาคใต้ (ประชุมผู้นำหมู่บ้านและให้ความรู้คู่สมรส )	230,000
17.โครงการประเทศไทยมีประชากร 60 ล้านคน	2,636,417
18. โครงการเดินวิ่งเพื่อสุขภาพทุกครอบครัวทั่วไทย (ร่วมดำเนินการกับส่วนออกกำลังกาย งบประมาณได้จัดไว้ในงานออกกำลังกายฯแล้ว)	
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>11.925.039</u>

จากการศึกษารายการกิจกรรม รายการใช้สื่อ และกิจกรรมเน้นหนักในปีงบประมาณ 2540 ของทั้ง 6 งานและของส่วนอบรมและเผยแพร่ สำนักส่งเสริมสุขภาพ พบว่ายังไม่มีรายการใดที่มี

ลักษณะเป็นโครงการหรือการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพตามกรอบแนวความคิดที่กำหนดไว้ในบทที่ 2 อย่างแท้จริง โครงการเดิน วิ่ง เพื่อสุขภาพทุกครอบครัวทั่วไทย มีลักษณะของการใช้สื่อผสมผสานกันหลายอย่าง มีลักษณะใกล้เคียงกับแนวทางการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมสุขภาพแต่ก็เป็นไปในระยะสั้นขาดความต่อเนื่อง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

การวางแผนการใช้สื่อ จากข้อมูลที่ได้จากเอกสารและจากการสัมภาษณ์เจาะลึก พบว่า การใช้สื่อ การใช้งบประมาณ และกิจกรรมไม่มีลักษณะที่ชัดเจนว่าจะดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ในงานส่งเสริมสุขภาพแม่และเด็ก เน้นไปที่ โครงการควบคุมและการป้องกันโรคธาลัสซีเมีย ซึ่งเป็นการป้องกันและควบคุมโรคไม่ใช่งานส่งเสริมสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตามได้ตั้งข้อสังเกตว่า ในโครงการนี้มีงบประมาณ ถึง 17 ล้านบาท แต่มีการแต่มีการใช้สื่อประเภทเดียวคือการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ 2 รายการได้แก่แผ่นพับและหนังสือคู่มือ ในงบประมาณ 1,158,600 บาท ทั้งที่เป็นโครงการเน้นหนัก ในงานส่งเสริมสุขภาพอนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชน แม้ว่าชื่อโครงการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพแต่ก็ยังเน้นการอบรม ในงานส่งเสริมสุขภาพอนามัยวัยทำงานเน้นหนักการผลิตสื่อเผยแพร่ ส่งเสริมสุขภาพสตรีวัยหมดระดู แต่มีเพียงการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ และเทปรายการกระจายข่าวที่ใช้เงินเพียง 659,500 บาท ในขณะที่ใช้งบประมาณจัดประชุมชี้แจงไปเป็นเงินถึง 3,610,260 บาท โดยไม่มีการใช้สื่อมวลชนเข้าสนับสนุนการดำเนินงานแต่ประการใด ในงานส่งเสริมสุขภาพอนามัยกลุ่มผู้สูงอายุ เน้นหนักกิจกรรมการรณรงค์วันผู้สูงอายุ แต่มีการใช้งบประมาณทั้งสิ้นสำหรับการรณรงค์ทั่วประเทศเป็นเงินเพียง 959,420 บาท ส่วนในงานส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ที่จัด โครงการเดิน-วิ่งทุกครอบครัวทั่วไทย ครั้งที่ 1 ขึ้น มีงบประมาณทั้งสิ้น 7,202,022 บาท แม้มีการใช้สื่อมวลชนค่อนข้างจะได้ผล และมีการใช้สื่อหลายช่องทางโดยได้ใช้งบประมาณค่าสื่อไปเป็นเงิน 3,061,874 บาท เช่นเดียวกันกับรายการถ่ายทอดสด รายการประเทศไทยมีประชากรครบ 60 ล้านคน ทางสถานีโทรทัศน์ ที่ใช้งบประมาณไป 2,636,417 บาท แต่เหตุการณ์เหล่านี้ประชาชนลืมหืมหมดแล้วเนื่องจากการขาดการวางแผนดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

นาย สนิท มาประจวบ ผู้อำนวยการส่วนอบรมและเผยแพร่ กล่าวว่า “การวางแผนการใช้สื่อจะเป็นแผนงบประมาณ ที่กำหนดไว้ชัดเจนส่วนหนึ่ง และกำหนดไว้กว้างๆ ส่วนหนึ่ง เพื่อให้สามารถใช้ได้สะดวกเมื่อถึงเวลาทำจริง การทำแผนจะดูแผนงานส่วนวิชาการต่างๆ ก่อน แล้วจึงทำแผนการใช้สื่อให้ไปในทิศทางเดียวกัน”



ซึ่งคุณนพรัตน์ แก่นนาคำ หัวหน้ากลุ่มงานเด็กนักเรียนประถมศึกษา ส่วนอนามัยเด็กวัยเรียน และเยาวชน ก็กล่าวในทำนองเดียวกันว่า "เมื่อได้รับงบประมาณมาแล้ว จึงพิจารณาความสำคัญของแผนงานต่างๆ อีกครั้งว่าควรจะใช้สื่ออะไรสนับสนุนบ้าง และใช้มากน้อยเท่าใด"

คุณอัจฉริย์ แขวงโสภา หัวหน้ากลุ่มพัฒนาและผลิตสื่อได้รับคำบอกกล่าวว่า "พยายามกระจายการผลิตสื่อออกไปให้ทุกส่วนวิชาการได้เท่าๆกัน ไม่ได้ให้ส่วนไหนมากเป็นพิเศษ" " ถ้าจะเน้นก็จะเน้นกลุ่มแม่และเด็กและกลุ่มวัยทำงานมากกว่ากลุ่มอื่นๆ "

ทั้งข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจากข้อสังเกตการใช้สื่อ จากรายการที่ได้รวบรวมมาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการวางแผนการใช้สื่อนั้นจริงๆแล้วเป็นการวางแผนการผลิตสื่อไม่ใช่การวางแผนใช้สื่อ เนื่องจากการกำหนดไว้ในการจัดงบประมาณย่อมเป็นการกำหนดรายการการผลิตหรือรายการใช้จ่าย ไม่ใช่แผนการใช้สื่ออันเป็นแผนปฏิบัติการ ว่าอะไรเป็นสื่อหลัก อะไรเป็นสื่อรอง จะเริ่มดำเนินการเมื่อใด ตามหลักของการวางแผนในความหมายของแผนการใช้สื่อ (Media Planning) จริง จึงเป็นมีเพียงการกำหนดแผนการผลิตสื่อที่ใช้วิธีการผลิตสื่อให้ทุกๆแผนงานได้รับสื่อเท่าเทียมกันตามที่คุณอัจฉริย์กล่าว

กลุ่มเป้าหมาย สื่อของสำนักส่งเสริมสุขภาพ จะใช้สำหรับ กลุ่มเป้าหมายตามกลุ่มอายุ ประชากรที่กรมอนามัยกำหนดไว้สำหรับการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพ คือกลุ่มแม่และเด็ก กลุ่มเด็กวัยเรียนและเยาวชน กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ

การผลิตสื่อ โดยมาก จะจ้างบริษัทเอกชนผลิตทุกสื่อและทุกขั้นตอน ตั้งแต่กำหนดเค้าโครงเรื่อง แนวคิด ลักษณะการนำเสนอ จัดทำบท Layout จัดหาและกำหนดตัวผู้แสดง การถ่ายทำ ตัดต่อ Mix เสียง จนเสร็จขบวนการผลิต เจ้าหน้าที่ของสำนักจะคอยควบคุม กำกับ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาในด้านวิชาการ และพิจารณารูปแบบของสื่อว่าเป็นไปตามเงื่อนไขของการว่าจ้างหรือไม่ การทำ Pretest /Posttest ของสื่อสิ่งพิมพ์มีเป็นบางเรื่อง เนื่องจาก ติดเงื่อนไขของระยะเวลาการใช้เงินงบประมาณหรือต้องดำเนินการให้เสร็จในเวลารวดเร็วเท่าที่สำรวจพบว่า

- สารคดีโทรทัศน์ 1 นาที มี 5 ตอน ผลิตโดยบริษัท Utac Film
- เทปหอกระจายข่าวและ Spot วิทย์ ผลิตโดยบริษัทห้องอัดเสียงรุ่งสยาม
- วิดีทัศน์ ผลิตโดยบริษัทวิสกอม เซนเตอร์ และบริษัทพรนิมิตรฟิล์มแอนดิวีดีโอจำกัด

- สื่อสิ่งพิมพ์ ผลิตโดยบริษัท Plan Publishing, บริษัท Paterson and Partner ประเทศไทย จำกัด และโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก
- ประชาสัมพันธ์โครงการเดินวิ่งเพื่อสุขภาพทุกครัวทั่วไทย และโครงการประเทศไทยมีประชากรครบ 60 ล้านคน ดำเนินการโดยบริษัท D.M International Communication จำกัด และร่วมกับเจ้าหน้าที่ส่วนอบรมและเผยแพร่
- รายการวิทยุ เป็นสื่อเดียวที่ผลิตและดำเนินรายการโดยคุณลักขณา พูลทอง นักวิชาการของส่วนอบรมและเผยแพร่
- สื่อเฉพาะกิจ เช่น นิทรรศการ โปสเตอร์ ป้ายผ้า ส่วนมากจะให้ช่างศิลป์ของส่วนเป็นผู้ผลิตยกเว้นป้ายผ้าขนาดใหญ่และใช้จำนวนมากจะจ้างเอกชนเช่นกัน
- ละครวิทยุ ผลิตโดยบริษัทเกศทิพย์

กลยุทธ์การใช้สื่อ จากการรวบรวมการใช้สื่อและการสัมภาษณ์ พบว่า สื่อทั้งหมดผลิตโดยส่วนกลาง ผลิตเสร็จก็แจกจ่ายไปยังศูนย์ส่งเสริมสุขภาพเขต จังหวัด อำเภอ และสถานีอนามัยตำบล ดังนั้นจะเห็นได้ชัดเจนว่าเป็นลักษณะการวางกลยุทธ์การใช้สื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Communication / Information Strategies Solution) ตามแนวคิดของ Windahl และ คณะ เนื่องจากเป้าหมายของการใช้สื่อและเป้าหมายของงานถูกกำหนดโดยกรมอนามัย ข้อดีของการดำเนินงานของสำนักส่งเสริมสุขภาพในลักษณะนี้คือ การกระจายสื่อทำได้ทันทีตั้งแต่ที่การผลิตเสร็จสิ้นลง และยังสามารถได้ว่าจะแจกจ่ายไปยังหน่วยงานใด ในจำนวนเท่าใด ตามที่เห็นว่าพื้นที่ใดมีความสำคัญมากน้อยกว่ากัน เช่นสื่อสิ่งพิมพ์โครงการธาลัสซีเมียจะแจกจ่ายไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือมากกว่าภาคอื่นๆเพราะมีความชุกของโรคมากกว่าที่อื่น

แต่อย่างไรก็ตามสำนักส่งเสริมสุขภาพยังมีกลยุทธ์การใช้สื่อประเภทที่ 2 คือเป้าหมายของการรณรงค์ถูกกำหนดจากภายนอก(External Initiative Solution) กล่าวคือ การใช้กลยุทธ์ประเภทนี้ ได้แก่ เมื่อสำนักฯได้แจ้งเป้าหมายให้แก่จังหวัดไปแล้ว ก็จะจัดสรรงบประมาณไปให้จังหวัดดำเนินการใช้สื่อที่เหมาะสม กับสถานการณ์ของตน ได้แก่การจัดรายการวิทยุ การสัมมนาสภาตำบล และหน่วยเผยแพร่เคลื่อนที่

และหากใช้แนวคิดของ Gruning และ Hunt กลยุทธ์การสื่อสารของสำนักส่งเสริมสุขภาพจะมีลักษณะเป็นแบบข่าวสารสาธารณะ(Public Information Model) คือเน้นการกระจายข่าวสารออกไป

ให้กว้างขวาง ได้แก่การจัดรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ที่มีเป็นครั้งคราว การกระจายสื่อสิ่งพิมพ์ และรายการหอกระจายข่าว

เนื้อหาของสื่อและลักษณะการนำเสนอ จากการวิเคราะห์เนื้อหาของสารในสื่อทุกชนิดพบว่า มีลักษณะเด่นชัด 2 ประการ คือ ยังคงเป็นสื่อที่ให้ความรู้เป็นสำคัญ และ เป็นสื่อที่มีลักษณะกึ่งจริงจัง กึ่งให้ความรู้ เท่านั้น ไม่พบสื่อที่มีลักษณะของการโฆษณา หรือโน้มน้าวใจตามแนวทางของการใช้สื่อที่มีเนื้อหาหรือมีข้อความในลักษณะของการส่งเสริมสุขภาพเลย

คุณลักษณะ พูลทอง นักวิชาการสุขศึกษา 6 ซึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการวิทยุ ของสำนักส่งเสริมสุขภาพ ได้กล่าวในเรื่องเนื้อหาว่า

"ยังไม่เข้าใจแนวความคิดของการส่งเสริมสุขภาพชัดเจน เนื้อหาของรายการวิทยุจึงคงมุ่งที่จะให้ความรู้ประชาชนเป็นรายบุคคล รายการพยายามหลีกเลี่ยงในสิ่งที่คิดว่าคนรู้ดีแล้ว เช่น เรื่องการวางแผนครอบครัว แต่ให้ความรู้เรื่องสุขภาพที่เกิดตามฤดูกาล โดยมุ่งหวังให้แต่ละคนนำไปปฏิบัติ เพื่อการมีสุขภาพดีแก่ตนเองมากกว่าที่จะมุ่งกระตุ้นความสนใจของสังคมหรือชุมชน "

สิ่งที่สนับสนุนข้อสรุปนี้ให้ชัดเจนขึ้นอีกคือ คุณอัจฉริย์ ซึ่งเป็นหัวหน้ากลุ่มงานผลิตสื่อบอกว่า

"เนื้อหาของสื่อยังคงเป็นสื่อที่ให้ความรู้อยู่มาก"

ตัวอย่างเนื้อหาของสื่อที่มีลักษณะกึ่งให้ความรู้กึ่งจริงจัง คือโปสเตอร์วิทยุ ชุด "บุรุษเหล็ก"

ภาพ : เป็นเด็กหนุ่มใส่เสื้อเกราะคล้ายพระเอกในหนังวิทยาศาสตร์ และมีเด็กหนุ่ม

แต่งตัวชาวเขายืนขนบข้างอีก 2 คน มี Background เป็นหมู่บ้านชาวเขา

เนื้อหา : จะวางไว้ด้านขวาของโปสเตอร์ลงมาตามแนวตั้งว่า "คุณไม่ใช่ บุรุษเหล็ก ที่มีเกราะเหล็กกันภัย คุณยังต้องใช้ถุงยางอนามัยเพื่อไม่ให้เกิดการตั้งครรภ์ที่ไม่ปรารถนา และเพื่อป้องกันโรคหนองใน ซิฟิลิส และเอดส์ "

โดยเน้นคำว่าบุรุษเหล็ก เป็นตัวอักษรใหญ่พิเศษ คำอื่น ๆ มีขนาดเท่ากัน

ข้อความถัดมา “ ลูกผู้ชายต้องไม่เอาเปรียบผู้หญิง ต้องร่วมกันรับผิดชอบการคุมกำเนิด”ข้อความด้านล่างซ้ายมือ “มีลูกจนเลี้ยงไม่ไหว เป็นโรคจนรักษาไม่ได้ คือปัญหาระดับชาติที่ทุกคนต้องร่วมกันแก้ไข คุณช่วยได้ โดยใส่ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่ร่วมเพศ”

ข้อความสุดท้าย: “สำนักส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข”

ประเภทของสื่อ มีการใช้สื่อทุกชนิด ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ น.ส.พ.นิตยสารหอกระจายข่าว วิดีทัศน์ นิทรรศการ การแถลงข่าว สื่อบุคคลได้แก่เจ้าหน้าที่ และสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งส่วนมากจะเป็นแผ่นพับและโปสเตอร์ ซึ่งคุณอัจฉริย์ แขวงโสภา กล่าววว่า

“ผู้ใหญ่อต้องการให้ใช้โทรทัศน์ แต่เราเห็นว่ายังไงก็แล้วแต่ สิ่งพิมพ์ยังมีค่ากว่า จะหล่นอยู่ที่ไหน คนก็ยังหยิบมาอ่านได้ แต่โทรทัศน์ใช้เงินไปจำนวนมากเพียงแค่นี้เดียวเดียว ก็หายไปหมดแล้ว”

จุดเด่นของการใช้สื่อของส่วนอบรมและเผยแพร่ก็คือ การให้ความสำคัญต่อการใช้สื่อบุคคลซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่สถานีอนามัยและ อ.ส.ม. ซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะทำหน้าที่สำคัญต่อการให้ความรู้และจูงใจทั้งโดยการประชุมกลุ่มใหญ่ กลุ่มย่อยและการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล เพื่อสนับสนุนการรณรงค์เรื่องการวางแผนครอบครัว หรือการอนามัยแม่และเด็ก ที่จัดขึ้นเป็นระยะๆ ติดต่อกันเป็นประจำทุกปี

การใช้สื่อในแนวทางของการส่งเสริมสุขภาพ จากการสนทนากับคุณสนธิ มาประจวบ ผู้อำนวยการส่วนอบรมและเผยแพร่ ทำให้ทราบว่าเรื่อง Health Promotion ยังเป็นเรื่องใหม่ของเจ้าหน้าที่ในส่วนอบรมและเผยแพร่ เจ้าหน้าที่ยังคุ้นเคยกับการใช้สื่อให้ความรู้เพื่อแก้ปัญหาสุขภาพในลักษณะที่ดำเนินการติดต่อกันตลอดมาเป็นเวลานาน

จากข้อมูล ปีงบประมาณ 2540 ของสำนักส่งเสริมสุขภาพที่ได้ทำการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยเห็นว่า การใช้สื่อในโครงการจัดรณรงค์เดิน วิ่งทุกครอบครัวทั่วไทย แลโครงการประเทศไทยมีประชากรครบ 60 ล้านคน มีลักษณะเป็นการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมสุขภาพอยู่บ้างกล่าวคือ มีการใช้สื่อโดยมีความมุ่งหมายเพื่อกระตุ้นและชักจูงใจ ให้ประชาชน ชุมชนสังคมตื่นตัวในเรื่องดังกล่าว คือให้คนสนใจเรื่องคุณภาพประชากรไทย และให้คนสนใจการออกกำลังกายด้วยวิธีการเดิน หรือวิ่งซึ่งเป็นวิธี

ประหยัด โดยเฉพาะโครงการประชากรฯ ครบ 60 ล้านคน นี้ ติดชาวเด่น 10 อันดับแรกประจำปี 2540 ของสำนักข่าว อ.ส.ม.ท. อีกด้วย ทั้ง 2 โครงการ มีกลยุทธ์การใช้สื่อหลากหลาย ตั้งแต่ โฆษณาประชาสัมพันธ์และการถ่ายทอดรายการสดแต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากทั้งสองโครงการไม่ได้มีการวางแผนชัดเจนที่จะดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เป็นกิจกรรมเพียงชั่วคราว จึงไม่สามารถจะกล่าวได้ว่าเป็นการส่งเสริมสุขภาพอย่างแท้จริงได้

การประเมินผล ผู้รับผิดชอบในด้านสื่อยอมรับว่า ยังไม่มีการประเมินผลสื่อแต่ประการใด คุณอัจฉริย์ กล่าวว่า เมื่อก่อนดูจากจำนวนผู้รับบริการวางแผนครอบครัว แต่ขณะนี้แผนงานเปลี่ยนไปแล้ว ก็ไม่รู้จะดูจากอะไร ถ้าการประเมินเบื้องต้น คือการรายงานกิจกรรมการใช้สื่อต่างๆ ก็กล่าวได้ว่า ในปีงบประมาณ 2540 ได้ดำเนินการไปตามเป้าหมายเกือบครบถ้วน แต่ถ้าจะถามว่าแล้วได้ผลเป็นอย่างไร ก็ไม่สามารถบอกได้ ไม่สามารถจะบอกได้ว่าคุ้มหรือไม่ ในรายการวิทยุรายการ "เพลินเพลงกับสำนักส่งเสริมสุขภาพ" ซึ่งเป็นรายการความรู้สลับเพลง ความยาวรายการ 30 นาที โดยออกรายการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ผลิตโดยคุณลักขณา แล้วส่งกระจายเสียงไปออกตามสถานีวิทยุในต่างจังหวัด 27 สถานี ผู้จัดบอกว่ามีจดหมายจากประชาชนเข้ามาเดือนละ 10-20 ฉบับ และ"รายการปัญหาสุขภาพ" ซึ่งเป็นรายการสารคดีสลับเพลงลูกทุ่ง เหมือนรายการแรก ออกอากาศสัปดาห์ละ 1 ครั้งทางคลื่น AM ของสถานีวิทยุ อสมท.กรุงเทพฯ ก็จะมีจดหมายเข้ามาเดือนละ 10-20 ฉบับ เช่นเดียวกัน

ปัญหาอุปสรรค และปัจจัย จากการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ที่นำเสนอมาแล้วจะพบว่า การใช้สื่อในการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพ ของสำนักส่งเสริมสุขภาพนั้น มีปัญหาและอุปสรรคอยู่หลายประการที่ไม่อาจใช้เพื่อดำเนินการส่งเสริมสุขภาพให้ได้ผลเท่าที่ควร จากการสัมภาษณ์เจาะลึกและรายการเอกสาร ตามที่กล่าวมาแล้วจะพบว่า การขาดการวางแผนการใช้สื่อที่เหมาะสม ซึ่งมักจะเป็นการวางแผนการผลิตมากกว่าการวางแผนการใช้สื่อ ไม่มีกิจกรรมระยะยาวรองรับ มีการใช้สื่อเดี่ยวมากกว่าการใช้หลายสื่อรวมกัน ซึ่งจะทำให้การใช้สื่อไม่ได้ผลเท่าที่ควร การที่แนวความคิดในเรื่องการส่งเสริมสุขภาพยังเป็นเรื่องใหม่ทำให้เนื้อหาของสื่อยังคงมีลักษณะเป็นการให้ความรู้เช่นเดิม ยังคงมีการใช้กลยุทธ์การใช้สื่อแบบดั้งเดิมคือการกระจายข่าวสารให้ครอบคลุมมากที่สุดเป็นหลัก มากกว่าที่จะพยายามใช้การสื่อสารแบบสองทาง และยังมีลักษณะของการสื่อสารในเชิงรับ (Passive) ไม่มีการสื่อสารในเชิงรุกทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพน้อย การขาดการประเมินผลก็เป็นส่วนทำให้ผู้ปฏิบัติไม่ทราบว่าการใช้สื่อที่ดำเนินการอยู่นั้นมีข้อบกพร่องหรือมีจุดอ่อนควรจะได้ทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างไรบ้าง

อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการเช่นเดียวกันที่อาจนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้สื่อในการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพได้ คือการมีสื่อวิทยุออกรายการอยู่ทั่วประเทศ การมีสื่อบุคคลอยู่ทั่วประเทศอย่างที่ไม่มียุทธศาสตร์คนใดมีมากเท่าเทียมได้ การได้รับการสนับสนุนที่ดีจากผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการใช้สื่อในงานวางแผนครอบครัวมาอย่างดี ปัจจัยเหล่านี้สามารถนำมาปรับใช้กับการสนับสนุนการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพได้อย่างดียิ่งในการดำเนินงาน

#### 4.4.2 การใช้สื่อของกองโภชนาการ

##### 4.4.2.1 งานโภชนาการ

พันธกิจ(Mission) เพื่อศึกษาพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยีและกลไกการบริหารจัดการด้านโภชนาการ ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานควบคุม ป้องกันปัญหา ที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการและส่งเสริมฟื้นฟูสุขภาพด้านโภชนาการรวมทั้งส่งเสริมพฤติกรรมกรบริโภคที่เหมาะสม

กิจกรรมเน้นหนักในปีงบประมาณ 2540

- 1.รณรงค์ส่งเสริมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย
- 2.รณรงค์งานมหกรรมอาหารไทยใส่เกลือไอโอดีน

กิจกรรม/โครงการ	งบประมาณ(ล้านบาท)
1. โครงการควบคุมโรคขาดสารไอโอดีน	20.01
2. โครงการควบคุมป้องกันภาวะโลหิตจางจากการขาดธาตุเหล็ก	18.5
3. โครงการควบคุมและป้องกันโรคขาดวิตามิน เอ	3.65
4. ดำเนินการศูนย์โภชนาการเด็ก	36.0
5. ศึกษา / สํารวจทางด้านโภชนาการ 10 รายการ	7.7
6. พัฒนาระบบสารสนเทศทางโภชนาการ	1.76
7. ประชุมสัมมนา / ฝึกอบรม	2.81
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	90.43

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
1.รณรงค์ส่งเสริมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของคนไทย -ผลิตสื่อและจัดกิจกรรมรณรงค์ผ่านสื่อมวลชน	2,325,000
2.รณรงค์อาหารไทยใส่เกลือไอโอดีน -ผลิตสื่อและจัดสัปดาห์ไอโอดีน	3,539,988
3.เผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชน -รายการคลินิก ช่อง 5 "โภชนาการดี ชีวิตมีสุข" 42 ตอน -รายการวิทยุสถานีเทคโนโลยีราชมงคล	2,202,060
4.ผลิตสื่อสนับสนุนงานโภชนาการ -ปฏิทิน / ส.ค.ส. และสื่อประชาสัมพันธ์	1,100,000
5.ผลิตสื่อการสอนโภชนศึกษา 4,181 ชุด	2,299,540
6.นิทรรศการ 6 ครั้ง	398,040
7.ผลิตสื่อโครงการทดลองการรณรงค์การใช้ยาธาตุเหล็กในโรงงาน	207,500
8.โปสเตอร์โฆษณา อาหาร 5 หมู่	
9. แผ่นพับ อาหาร 5 หมู่	
10 สื่อเบ็ดเตล็ด เช่น บทความ,บทความวิทยุ	
11. <u>Press release</u> 3 ข่าว	
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>12,072,128</u>

การวางแผนการใช้สื่อ จากการศึกษาพบว่ากองโภชนาการมีการจัดทำแผนเพื่อของงบประมาณประจำปีเหมือนกับของสำนักส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งต่อไปนี้นายงานนี้จะเรียกว่าแผนงบประมาณด้านการใช้สื่อ เนื่องจากมีรูปแบบการจัดทำเหมือนกันทุกหน่วยงานทั้งกรมอนามัย แต่เมื่องบประมาณประจำปีได้รับอนุมัติ ก็จะมีการดำเนินการประกวดราคาจ้างบริษัทเอกชนรับไปวางแผนดำเนินการ ซึ่งจะเป็นลักษณะที่เสนอแผนงานการใช้สื่อ (Media Planning) จริง คือมีทั้งแผนการผลิตและแผนการใช้สื่อ ซึ่งจะสังเกตได้จากรายการใช้สื่อที่แต่ละโครงการจะประกอบด้วยกิจกรรมการผลิตและกิจกรรมการณรงค์เสมอ ซึ่งบริษัท ต้องเสนอแผนการใช้สื่อ ดังกล่าวนี้อย่างละเอียด รวมถึงสรุปแนวความคิดทั้งหมดให้คณะกรรมการประกวดราคาพิจารณา ตรวจสอบและซักถามด้วย เมื่อคณะกรรมการฯ เข้าใจ และเห็นชอบแล้วจึงจะตัดสินใจเป็นผู้รับดำเนินการ

กลุ่มเป้าหมาย ในการสัมภาษณ์ คุณสง่า ดามาพงษ์ ได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องกลุ่มเป้าหมายว่า งานโภชนาการไม่ได้ผลิตสื่อเฉพาะกลุ่มเป้าหมายตรงเท่านั้น แต่ยังสามารถผลิตสื่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายตรงด้วย (Influence Groups) กลุ่มเป้าหมายของงานโภชนาการที่สำคัญคือ หญิงมีครรภ์และหญิงให้นมลูก, ทารกและเด็กก่อนวัยเรียน, เด็กวัยเรียน, หญิงวัยเจริญพันธุ์, ผู้ใช้แรงงาน, ผู้สูงอายุ, ประชาชนทั่วไป, ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอาหาร

การผลิตสื่อ การผลิตสื่อจะดำเนินการเพื่อกลุ่มเป้าหมายใน 2 ลักษณะคือ สื่อเพื่อส่งเสริมภาวะโภชนาการในกลุ่มประชาชนทั่วไป และสื่อเพื่อแก้ไขปัญหาภาวะทุพโภชนาการในกลุ่มคนที่มีภาวะเสี่ยงหรือกลุ่มคนที่มีปัญหา ในการส่งเสริมภาวะโภชนาการของประชาชน ซึ่งเป็นโครงการใหญ่คือ โครงการรณรงค์อาหารไทยใส่เกลือไอโอดีน, โครงการรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของคนไทย โครงการเหล่านี้ต้องอาศัยผู้ผลิตที่มีความรู้ มีประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินงานการส่งเสริมการตลาดมาเป็นอย่างดี มารับจ้างดำเนินการ กองโภชนาการจะเขียนเงื่อนไขว่าจ้าง (TOR) ให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้รับจ้างสามารถผลิตผลงานให้มีคุณค่าและตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการในการจัดกิจกรรมและผลิตสื่อในโครงการรณรงค์อาหารไทยใส่เกลือไอโอดีน ได้ให้บริษัท สามองศา ดำเนินงาน โครงการส่งเสริมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของคนไทยหรือโภชนบัญญัติ 9 ประการ ให้บริษัทกันตนาโปรดักชั่น จำกัด ดำเนินการ ส่วนการผลิตสารคดีความรู้ในรายการคลินิก ช่อง 5 บริษัท ดีเอ็ม อินเทอร์เน็ตคอมมูนิเคชั่น จำกัด เป็นผู้ผลิตและออกรายการเผยแพร่ ถ้าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ก็จะให้โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกเป็นผู้ออกแบบและจัดพิมพ์ ยกเว้นในกรณีเป็นรายการค่าจ้างเหมาจ่ายในโครงการรณรงค์ ผู้รับจ้างจะทำการผลิตสื่อต่างๆเอง อย่างไรก็ตามแล้วแต่ กองโภชนาการก็ต้องมีส่วนในการควบคุม ดูแล และตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและพิจารณาให้เป็นไปตามความประสงค์ของเรื่องนั้นๆ ส่วนสื่อที่เป็นบทความเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ และ บทรายการวิทยุ เจ้าหน้าที่จากกลุ่มงานศึกษาและพัฒนาพฤติกรรมทางอาหารและโภชนาการจะเขียนขึ้นเอง

กลยุทธ์การใช้สื่อ กองโภชนาการใช้กองเป็นแหล่งกลางในการ กระจายสื่อ สื่อสิ่งพิมพ์จะกระจายออกไปสู่จังหวัด อำเภอ และสถานีอนามัยตามระบบบริการสาธารณสุขทั่วประเทศ แต่ไม่มีงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานในระดับจังหวัดแต่ประการใด ส่วนการใช้สื่อมวลชนนั้นก็ดำเนินการจากส่วนกลางโดยผ่านรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ ข่าวและบทความทางหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร เพื่อให้ไปถึงกลุ่มเป้าหมายในชนบท ดังนั้น จึงเป็นการใช้รูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารสาธารณะ (The Public Information Model) ของ Gruning และ Hunt เป็นกลยุทธ์หลัก โดยผสมกับรูป



แบบการโฆษณาชวนเชื่อ(The Press Agency / Public Model) ได้แก่การชูประเด็นโรค"เอชไอวี" นั่นเอง จากการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ในกลุ่มงานศึกษาและพัฒนาพฤติกรรมทางอาหารและโภชนาการ เพื่อสอบถามว่าทางจังหวัดได้ทำการเผยแพร่เรื่องโภชนาการอย่างไรหรือไม่ ก็ได้รับคำตอบว่า งานโภชนาการในจังหวัดนั้นไม่มีงบประมาณสำหรับทำการโฆษณาเผยแพร่ บางจังหวัดต้องใช้งบประมาณส่วนอื่นมาจัดสรรเพื่อทำกิจกรรมทางโภชนาการ เนื่องจากเห็นว่าเป็นเรื่องสุขภาพที่สำคัญ หลายจังหวัดได้มีการจัดประกวดอาหารไทยใส่เกลือไอโอดีนขึ้น เพื่อคัดเอารายได้ชนะเลิศระดับจังหวัดเข้ามาร่วมกิจกรรมในส่วนกลาง โครงการรณรงค์ของกองโภชนาการเป็นลักษณะของการดำเนินงานโดยส่วนกลางเองทั้งหมด ทั้งการกำหนดการใช้สื่อ และเป้าหมายของการใช้สื่อ เพื่อจะหวังว่าข่าวสารกิจกรรมที่จัดในส่วนกลางนั้นจะไปถึงประชาชนในชนบทและช่วยเสริมสร้างความรู้ให้แก่ชนบทด้วย

เนื้อหาของสื่อและลักษณะของการนำเสนอ สื่อของกองโภชนาการได้ใช้แนวความคิดทาง Social Marketing อย่างมาก ลักษณะดังกล่าวนี้จะเห็นได้ตลอดจากเนื้อหาและกิจกรรมต่างๆ คุณสง่า ดามาพงษ์ กล่าวว่า

"Knowledge เป็น Product, knowledge คือ อาหารหลัก 5 หมู่ และอาหารธาตุเหล็ก ส่วนอาหารบางอย่างเป็นนามธรรม จะต้องดูว่า จะใช้สื่อไหน ขยายได้อย่างไร "

"เรื่องสำคัญที่ต้องพิจารณามี ตัวสินค้า กลุ่มผู้ซื้อว่าเป็นใคร ควรทำสื่ออย่างไร และพิจารณาตัวสื่อว่าจะใช้สื่ออะไร ให้ใครใช้ จึงจะไปถึงผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ"

จากการศึกษาสื่อต่างๆพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ มีการนำเสนอ โดยอาศัยหลักการส่งเสริมทางการตลาดคือ สิ่งพิมพ์ได้เน้นภาพจรรโลงใจได้แก่สิ่งพิมพ์ ในโครงการรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของคนไทย มีรายการผลิตสื่ออยู่ด้วย มีการผลิตสิ่งพิมพ์ 1 ชุด ประกอบด้วย แผ่นพับ, หนังสือเล่มเล็ก และโปสเตอร์ เรียกว่า สิ่งพิมพ์ชุด "ข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพดีของคนไทย หรือโภชนบัญญัติ 9 ประการ" สิ่งพิมพ์ทั้งสามอย่างนี้ออกแบบโดยบริษัทกันตนาโปรดักชั่น ผู้รับจ้างทำโครงการดังกล่าวได้ถูกจัดพิมพ์อย่างปรารถนาคงใจใช้กระดาษอาร์ตเนื้อดี มีภาพประกอบสวยงามมาก เนื่องจากเป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้มีอำนาจซื้อ จึงเหมาะแก่การแจกให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนชั้นกลาง นอกจากนั้น ในโครงการรณรงค์อาหารไทยใส่เกลือไอโอดีน ที่บริษัทสามองศารับจ้างดำเนินงานนั้น ก็มีการผลิตหนังสือเล่มเล็กขนาด 5½ x 8" เท่ากับขนาดเดียวกับ

หนังสือข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย แต่ความหนาแน่นมากกว่า พิมพ์ด้วยกระดาษอาร์ตอย่างดี ชื่อว่า "ตำราอาหารไทยใส่เกลือไอโอดีน" มีภาพประกอบสวยงามสี่สีทุกหน้า กล่าวได้ว่าเป็นการพิมพ์หนังสือที่วิจิตรสวยงามเล่มหนึ่ง แต่พิมพ์จำนวนน้อยมาก แจกเฉพาะแขกผู้มีเกียรติและบุคคลสำคัญเท่านั้น

โปสเตอร์อาหารหลัก 5 หมู่ เป็นโปสเตอร์พิมพ์ Offset 4 สี ขนาดตัด 2 ฟุตสี่ขาวแล้วใช้ภาพอาหาร 5 หมู่โดยจัดกลุ่มอาหารแต่ละหมู่เรียงกันให้เป็นเลข 5 บอกคุณค่าของอาหารแต่ละหมู่ด้วยตัวอักษรขนาดเล็ก กลายเป็นกลุ่มภาพดึงดูดความสนใจอยู่ตรงกลางของโปสเตอร์ ด้านบนของภาพให้ตัวอักษรขนาดใหญ่ว่า "อาหารหลัก 5 หมู่" และด้านล่างใช้ตัวอักษรข้อมกว่าขนาดบนเล็กน้อย เป็นการต่อยุ่เรื่องอาหาร 5 หมู่ ว่า "กินอาหาร 5 หมู่ เพื่อสุขภาพที่ดี" โปสเตอร์แผ่นนี้มีคุณสมบัติในการตลาด เพื่อยุ่เตือนความจำในตัวสินค้า

สื่อประชาสัมพันธ์อีกอย่างหนึ่งคือ รายการโทรทัศน์ รายการคลินิกช่อง 5 ช่วง "โภชนาดีชีวิดีมีสุข" มีความยาวตอนละ 5 นาที ลักษณะของรายการเป็นรายการสารคดีความรู้ด้านโภชนาการ และหากกองโภชนาการมีกิจกรรมอื่น ๆ ก็จะนำเรื่องนั้นประชาสัมพันธ์ในรายการนี้ด้วย รายการนี้ผลิตโดยบริษัทดีเอ็มอินเตอร์คอมมูนเคชั่น จำกัด ออกเผยแพร่ ทุกคืนวันพุธ ลักษณะของรายการจะเริ่มด้วย Caption ช่วงรายการ"โภชนาการดี ชีวิดีมีสุข" และจะตามด้วย Caption โภชนบัญญัติ 9 ประการ หลังจากนั้นพิธีกร จะพุดนำเข้าสู่เนื้อหาของรายการ ลำดับต่อมาจะเป็นเสียงผู้บรรยายเนื้อหา ในช่วงนี้ภาพจะ Insert เข้ามาประกอบการบรรยายเพื่อให้ดูน่าสนใจมากขึ้น เนื้อหาใช้เวลาบรรยาย 0. ประมาณ 3 นาที เสร็จแล้วพิธีกรจะสรุปประเด็นสำคัญของเนื้อหาอีกครั้งหนึ่ง แล้วจึงขึ้น Caption โภชนบัญญัติ 9 ข้อ เหมือนกับตอนต้นรายการ ปิดท้ายด้วยเสียงบรรยายพุดพร้อมกันขึ้นตัวอักษรว่า "โภชนาการดี ชีวิดีมีสุข กับกองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข"

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า กองโภชนาการสามารถประหยัดงบประมาณลงได้อีก หากจะตัดรายการนี้ให้ใช้เวลาเพียง 1-3 นาที โดยที่ลักษณะรายการยังคงเดิมเนื่องจากเป็นการให้ความรู้เป็นหลัก ซึ่งหากเป็นรายการยาวอาจทำให้คนติดตามดูน้อยลง จึงน่าจะได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ดูว่าควรจัดรายการในรูปลักษณะใด จึงจะเป็นที่สนใจของประชาชน

สื่ออื่น ๆ อาจกล่าวได้ว่าเป็นสื่อสนับสนุน หรือสร้างให้มีความเคลื่อนไหวในกิจกรรมขององค์การมากกว่าคือ การไปร่วมออกอากาศทางสถานีวิทยุของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล เทเวศม์ ซึ่งกองโภชนาการเองไม่ได้เป็นผู้ดำเนินรายการ แต่ก็ได้ไปร่วมออกรายการประจำคนหนึ่ง กองโภชนาการเป็นกองที่จัดนิทรรศการในงานเทศกาลต่าง ๆ มากกองหนึ่ง ในกรมอนามัย รูปแบบของการจัดนิทรรศการนอกจากมีแผ่นโปสเตอร์ แผ่น Chart ให้ความรู้ในเรื่องโภชนาการแล้วจะมีการให้บริการตรวจหาไขมันในเลือด ให้บริการตรวจสอบความหนาแน่นของน้ำหนักร่างกายและความสูง เพื่อวิเคราะห์ว่าอ้วนหรือผอมเกินไปหรือไม่ (Body Mass Index หรือ BMI) และอาจมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆตามสถานการณ์ของแต่ละงาน จึงถือว่าเป็น Special Event สำหรับการส่งเสริมสุขภาพที่สำคัญด้วย

ประเภทของสื่อ จากการรวบรวมการใช้สื่อของกองโภชนาการในปีงบประมาณ 2540 นั้นปรากฏว่า การรณรงค์ และการใช้สื่อโทรทัศน์จะมีการใช้งบประมาณสูงเท่า ๆ กัน คือ การรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของคนไทย ใช้งบประมาณ 2,325,000 บาท การรณรงค์อาหารไทยใส่เกลือไอโอดีนจำนวน 3,539,988 บาท และการจัดรายการสารคดีโทรทัศน์รายการ "โภชนาดี ชีวิตมีสุข" 2,202,060 บาท ซึ่งมีการให้ความสำคัญกับสื่อต่าง ๆ อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน คุณสง่า ได้ชี้แจงว่า

งานโภชนาการนั้นไม่เน้นสื่ออะไรเป็นพิเศษ แต่จะเน้นการใช้สื่อต่าง ๆ ผสมผสานกันโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม กลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์ขณะนั้น"

เมื่อผู้วิจัยให้สอบถามถึงการใช้สื่อบุคคล เพราะกระทรวงสาธารณสุขมีเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครสาธารณสุข (อ.ส.ม.) อยู่ทั่วประเทศที่มีความเห็น เป็นประการใด คุณสง่า กล่าวว่า

"เป็นสื่อค่อนข้างเก่า ควรใช้ Technology และกิจกรรมใหม่ ๆ เช่นจัด Lunch talk ใช้ Presskits การผลิตสื่อต้องคำนึงถึงว่าใครจะใช้ด้วย หากตั้งวัตถุประสงค์ไม่ชัดเจนว่าใครเป็นผู้ใช้แล้วสื่อมักจะไปไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย"

การใช้สื่อในแนวทางการส่งเสริมสุขภาพ การใช้สื่อของกองโภชนาการมีลักษณะของการดำเนินงานตามแนวทางส่งเสริมสุขภาพอยู่หลายประการ คือ มีการดำเนินงานในลักษณะเครือข่าย (Partner ship) ได้แก่โครงการอาหารไทยใส่เกลือไอโอดีนเป็นการทำงานร่วมกันกับสภาวิชาชีพกระทรวงมหาดไทย และพ่อค้าเกลือโดยมีการระดมผู้ค้าเกลือและประชาชนผู้มีจิตศรัทธาน้อมเกล้า

ถวายเป็นของขวัญได้ถึง 3,000 ตันและนำมาบรรจุได้ 1.2 ล้านซอง มีการจัดรณรงค์และเปิดตัวสินค้าโดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีอย่างยิ่งใหญ่สมพระเกียรติ และทรงเสด็จพระราชดำเนิน ณ ลานพระบรมรูปทรงม้าเพื่อส่งกองคาราวานเกลือไอโอดีนพระราชทานแจกจ่ายแก่ประชากรในชนบททั่วประเทศ เหมือนกับการให้ประชาชนได้ทดลองใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งถือเป็นระยะการดำเนินการใช้สื่อในระยะ Introduction stage ของสินค้าเป็นการโน้มน้าวใจให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญของการขาดสารไอโอดีน มีการใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อหลักและมีการใช้หลายสื่อผสมผสานกัน ทำในลักษณะใช้สื่อในเชิงรุก มีการชูประเด็น ความพิการทางสมองหรือ“โรคเอ๋อ” แทนการพิการทางกาย “โรคคอกพอก” เพื่อให้คนจำสินค้าได้ มีการจัดกิจกรรมพิเศษและนิทรรศการ (Sale promotion /Exhibition) ได้แก่การจัดเสวนาอาหารไทยใส่เกลือไอโอดีน จัดประกวดอาหารไทยใส่เกลือไอโอดีนขึ้นในหลายจังหวัดทั้งในระดับอำเภอ ตำบล หาผู้ชนะเลิศระดับจังหวัดแล้วนำเข้าร่วมแข่งขันในระดับประเทศ การดำเนินงานในเรื่องนี้มีความมุ่งหมายที่จะให้มีการใช้เกลือไอโอดีนนำมาปรุงอาหารในชีวิตประจำวัน(Everyday Life) ตามแนวทางของการส่งเสริมสุขภาพอย่างชัดเจน

ในการใช้สื่อนี้ผู้วิจัยเห็นว่า กองโภชนาการควรให้ความสำคัญต่อสื่อบุคคลด้วยซึ่งได้แก่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่อยู่ในตำบลต่างๆทั่วประเทศ เพราะเจ้าหน้าที่เหล่านี้ก็คือพนักงานขายบริการ (Personal Selling) ของกระทรวงสาธารณสุขนั่นเอง และเป็นผู้ Advocate ตามนัยของกฎบัตรออกตาวาเรื่องการส่งเสริมสุขภาพอีกด้วย ซึ่งจะเป็นผู้กระตุ้นชักจูงให้ชุมชน บัณฑิตชน ร่วมมือกันส่งเสริมงานโภชนาการให้ก้าวหน้ารวดเร็วยิ่งขึ้น เพราะลักษณะงานโภชนาการเป็นงานของเฉพาะชุมชนเฉพาะภาคอยู่ และตามหลักการแล้วการใช้สื่อบุคคลเหล่านี้กองโภชนาการหรือกองอื่นๆในกรมอนามัยไม่ต้องเสียงบประมาณเพิ่มขึ้นเลยเนื่องจากทุกคนรัฐจ่ายเงินเดือนให้อยู่แล้ว

การประเมินผล คุณสง่า ยอมรับว่ายังไม่ได้มีการประเมินผลแต่ประการใด สาเหตุก็คือ เนื่องจากต้องทำงานติดต่อกันหลายโครงการ ทำให้เกิดงานล้นมือดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนในแต่ละปี ให้เสร็จเรียบร้อยเป็นอันดับแรก แต่อย่างไรก็ตามได้ใช้วิธีการประเมินผลโดยสังเกตกระบวนการและขั้นตอนในการทำงานว่าเป็นไปตามแผนที่ทำไว้หรือไม่

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัย ปัญหาการผลิตและดำเนินการเรื่องสื่อที่สำคัญของกองโภชนาการไม่มี ในเรื่องของระบบราชการนั้น คุณสง่ามองว่าระบบราชการเป็นอุปสรรคพอสมควรต่อการกำหนดกรอบแนวความคิด การสร้างสรรค์งานสื่อ ข่าวสารบางเรื่องไม่สามารถออกไปสู่

สาธารณชนได้สมบูรณ์เนื่องจากเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติไม่สามารถจะให้รายละเอียดแก่สื่อมวลชนได้ และผู้บริหารเองก็ไม่สามารถจะทราบรายละเอียดไปได้ทุกเรื่อง

สิ่งที่น่าศึกษาคือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนสนับสนุนให้โครงการควบคุมโรคขาดสารอาหาร ไอโอดีนได้รับความสำเร็จ ซึ่งคุณสง่า ดามาพงษ์ กล่าวว่ามันนอกจากเป็นเพราะบารมีของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ ที่ทุกพระองค์ทรงสนพระทัยเรื่องสุขภาพของประชาชนคนไทย แล้วยังมีปัจจัยที่เป็นเหตุผลทางวิชาการอยู่หลายประการคือ

- การจัดทำแผนงานแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ๆ (Phase) คือ ขั้นตอนแรกปลูกกระแส (Awareness) ขั้นตอนที่สองดำเนินการให้ประชาชนเปลี่ยนพฤติกรรม (Health Behavior) และขั้นตอนที่สาม คือการตามนิเทศงาน (Follow up)
- กองโภชนาการดำเนินการแสดงให้เห็นว่าปัญหาโรคขาดสารไอโอดีน เป็นปัญหาของสังคม ไม่ใช่ของกระทรวงสาธารณสุข จึงทำให้มีหน่วยงานต่าง ๆ มาร่วมงานด้วยหลายหน่วยงาน ทำให้สามารถทำงานเป็น Net Work ได้คือ กระทรวงมหาดไทย สภาการศึกษา และองค์การเอกชน
- มีการติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจในปัญหาเรื่องดังกล่าวกับผู้บริหารระดับประเทศ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดี และทำให้ผู้บริหารระดับประเทศ ให้การสนับสนุนอย่างมาก
- เรื่องไอโอดีนเป็นกระแสของโลกที่ WHO และ UNICEF เห็นว่าประเทศไทยให้ความสนใจอย่างแท้จริงทำให้ได้รับการสนับสนุนทั้งทางวิชาการและงบประมาณ
- ต้องใช้ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยเป็นเครื่องมือสนับสนุนในการดำเนินงาน ไม่ควรทำงานตามความรู้สึก

จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าเป็นแนวทางการดำเนินงานอยู่ตามกรอบของแนวความคิดในเรื่องการส่งเสริมสุขภาพทั้งสิ้น

#### 4.5.3 การใช้สื่อของกองทันตสาธารณสุข

##### 4.5.3.1 งานทันตสาธารณสุข

พันธกิจ (Mission) ส่งเสริมทันตสุขภาพ และป้องกันโรคในช่องปากให้ครอบคลุมประชากรกลุ่มเป้าหมายอย่างมีคุณภาพ

### กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540

งานควบคุมและป้องกันโรคในช่องปาก ในกิจกรรมสนับสนุนและส่งเสริมป้องกันทันตสุขภาพทั่วประเทศ ในกลุ่มหญิงมีครรภ์ก่อนคลอดและหลังคลอด เด็กปฐมวัยและเด็กก่อนวัยเรียน

<u>กิจกรรม/โครงการ</u>	<u>งบประมาณ</u>
1.งานควบคุมและป้องกันโรคในช่องปาก	41,499,380
1.1 สนับสนุนและส่งเสริมป้องกันทันตสุขภาพในกลุ่มเป้าหมายต่างๆทั่วประเทศ	
1.2 พัฒนางานส่งเสริมทันตสุขภาพเชิงรุกดำเนินงานทันตป้องกันใน รร.	
1.3 พัฒนาการจัดบริการทันตกรรมป้องกันในสถานบริการของรัฐและชุมชน	
2. พัฒนาพฤติกรรมทันตสุขภาพ	4,138,800
2.1 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์และถ่ายทอดความรู้	
2.2 พัฒนาพฤติกรรมตามกลุ่มเป้าหมายต่างๆ	
3. ส่งเสริมมาตรฐานวิชาการกำหนดมาตรฐานและทดสอบผลิตภัณฑ์	
ส่งเสริมทันตสุขภาพ	3,570,600
4. พัฒนาการการบริหารจัดการด้านส่งเสริมสุขภาพ	10,649,810
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>59,858,590</u>

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
<u>โทรทัศน์-รายการโทรทัศน์</u>	2,176,000
-รายการ"รักฟัน"สารคดี 1 นาที ทาง ช่อง 7 ทุกเสาร์-อาทิตย์	4,000,000
<u>วิทยุทัศน์-ต้นแบบ 1 เรื่อง</u>	200,000
-วันทันตสาธารณสุขแห่งชาติ	550,000
<u>วิทยุ</u>	
-ส่งบทความให้สถานีวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์สัปดาห์ละ 1 เรื่อง	
<u>หอกระจายข่าว</u>	
-เทปหอกระจายข่าว 8,000 ตลับ	200,000
-เทปส่งเสริมทันตสุขภาพผู้ใช้แรงงาน	200,000

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
<u>จัดทำสื่อชุด</u>	
-การดูแลทันตสุขภาพตนเองในสถานบริการของรัฐ ของประชาชนทั่วไป	
ประกอบด้วยสื่อ VDO, slideและคู่มือ	200,000
<u>แผ่นพับ</u> -หญิงตั้งครรภ์ 900,000 แผ่น	876,500
<u>โปสเตอร์</u> -เด็กปฐมวัย 17,000 แผ่น	85,000
-ประชาชนทั่วไป	400,000
<u>คู่มือ</u> -ผดุงครรภ์ / ครู 5,500 เล่ม	165,000
-ชาวบ้าน 8,000 เล่ม	200,000
-การดูแลสุขภาพ(ชาวบ้าน) 20,000 เล่ม	350,000
-คู่มือ Sealant (อุดฟัน) เด็กวัยเรียน) 2,000 เล่ม	35,000
<u>หนังสือ</u>	
-หนังสือสำหรับผู้ปกครอง 32,000 เล่ม	286,000
-หนังสือแนวทางการดำเนินงานทันตสุขภาพ (สำหรับ จว. อำเภอก และ ตำบล) 20,000 เล่ม	140,000
-หนังสือ หลักสูตร 100 ชุด	55,000
<u>วารสาร</u> -ทันตสาร 15,00 เล่ม	112,500
-วารสารทันตกรรมป้องกัน 4500 เล่ม	45,000
<u>แถลงข่าว</u> -วันทันตสาธารณสุขแห่งชาติ	
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>10.276.000</u>

การวางแผนการใช้สื่อ มีการจัดทำเฉพาะแผนงบประมาณเหมือนกองอื่นๆ โดยปกติจะใช้งบประมาณใกล้เคียงกับที่ขอไว้ จากข้อมูลรายการกิจกรรม ในปี งบประมาณ 2540 มีงบประมาณ 59.8 ล้านบาท และมีรายการใช้สื่อ 10 ล้านบาท จึงเห็นได้ว่ากองทันตสาธารณสุขให้ความสำคัญในเรื่องสื่อไม่น้อย โดยให้น้ำหนักมากที่สุดต่อการใช้สื่อโทรทัศน์ ที่ใช้เงินสูงถึง 6 ล้านบาท สื่อแผ่นพับและโปสเตอร์ 1 ล้านบาทส่วนที่เหลือเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ คู่มือ และอื่นๆ เมื่อดูกิจกรรมเน้นหนักประกอบการพิจารณาก็เห็นว่ามีความเป็นไปได้ที่ใช้สื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นๆ เนื่องจากมุ่งเน้นการให้ความรู้กลุ่มหญิงมีครรภ์และเด็กทั่วประเทศ คุณ วิไลลักษณ์ บังเกิดสิงห์ หัวหน้ากลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ กล่าวว่า การจะใช้สื่ออะไรบ้าง ก็จะต้องดูตามค่าของงบประมาณที่ตั้งไว้และทำตามนโยบายของผู้บริหารกรมด้วย

กลุ่มเป้าหมายของสื่อ สื่อที่ใช้ของกองทันตสาธารณสุข จะเน้นการครอบคลุมประชากรทุกกลุ่มอายุ ตามที่กรมอนามัยกำหนด ได้แก่กลุ่มแม่และเด็กกลุ่มเด็กนักเรียนและเยาวชน กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ

การผลิตสื่อ คุณธานินทร์ อ่อนนุชมงคล นักวิชาการโสตทัศนศึกษา 6 ได้ให้รายละเอียดว่า รายการโทรทัศน์นั้น ฝ่ายอบรมและเผยแพร่ จะเป็นผู้กำหนดเนื้อหาและรายการเอง แต่การเขียนบทและการถ่ายทำจะจ้างสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 สี ผลิตให้ โดยเสียค่าใช้จ่ายรวมทั้งค่ารายการ 1 นาที ในราคาตอนละ 38,000 บาท พิธีกรในรายการ "รักฟัน" คือคุณ สุภรัตน์ นาบุญญา แต่ทันตแพทย์ ผู้ร่วมรายการ กองทันตสาธารณสุขเป็นผู้จัดหา สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ฝ่ายอบรมและเผยแพร่ จะทำเองเกือบทั้งหมด ได้แก่กำหนดแนวคิด กำหนดขนาดของภาพและตัวอักษรและการจัดทำ Art work เสร็จแล้วจึงให้โรงพิมพ์ได้จัดทำ เพื่อเป็นต้นฉบับและจัดพิมพ์ ส่วนใหญ่จะจ้างโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก เป็นผู้พิมพ์ ส่วนเทพรายการหออกระจายข่าว มีเนื้อหาเป็นเกร็ดความรู้ ตอนละ 5 นาที เจ้าหน้าที่จะกำหนดเนื้อหาและเขียนบทรายการเอง เสร็จแล้วจ้างบริษัทห้องบันทึกเสียงรุ่งสยามอัด เสียงและก๊อปปี้ให้แล้วแจกจ่ายให้จังหวัดต่อไป สำหรับบทความลง น.ส.พ. บ้านเมือง และบทความวิทยุ เจ้าหน้าที่ในกลุ่มงานจะช่วยกันผลิต โดยในการเผยแพร่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่ประการใด



กลยุทธ์การใช้สื่อ การใช้สื่อของกองทันตสาธารณสุขจะเป็นการใช้กลยุทธ์การใช้สื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Communication / Information Campaign Solution) ตามที่ Seven Windahl และคณะได้จำแนกไว้ กล่าวคือสื่อทุกชนิดดำเนินการผลิตโดยส่วนกลาง นโยบายต่างๆ ส่วนกลางคือกองทันตสาธารณสุขเป็นผู้กำหนด เมื่อผลิตสื่อชนิดใดแล้วก็จะส่งไปให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และจังหวัดก็จะส่งต่อไปหน่วยงานระดับอำเภอ เป็นลักษณะการแจกจ่ายทันที ไม่มีเงื่อนไขว่าต้องดูความเหมาะสมทางด้านผู้รับ หรือดูสถานะการณ์ใดๆ คุณวิไลลักษณ์กล่าวว่าโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์มีน้อยกว่าความต้องการของจังหวัดมาก รายการโทรทัศน์รายการ "รักฟัน" ออกเผยแพร่ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 17.30-17.32 น. เป็นรายการออกติดต่อกันตลอดปี ส่วนรายการวิทยุ เป็นรายการที่ขอให้กรมประชาสัมพันธ์ช่วยอ่านให้ทุกวันพฤหัสบดี และบทความ "รู้เรื่องฟัน" มีเป็นประจำทุกวันจันทร์ อังคาร พุธ และศุกร์ ใน น.ส.พ. บ้านเมือง

เนื้อหาของสื่อและลักษณะการนำเสนอ เนื้อหาของสื่อเกี่ยวกับเรื่องทันตสาธารณสุข จะแยกออกได้ตามกลุ่มเป้าหมาย คือถ้าเป็นกลุ่มประชาชนทั่วไป เนื้อหาจะเป็นการให้ความรู้ ในการดูแลสุขภาพในช่องปาก โดยมีเนื้อหาง่ายกว่าในกลุ่มเจ้าหน้าที่สาธารณสุข กลุ่มนักเรียนพยาบาล หรือครู กล่าวได้ว่าเท่าที่มีตัวอย่างสื่อให้ศึกษาพบว่าสื่อที่ผลิตทุกชนิดมีเนื้อหาเป็นเรื่องความรู้ทั้งสิ้นแตกต่างกันเฉพาะความยากง่ายของสารเท่านั้น

สื่อชนิดหนึ่งที่ควรกล่าวถึงคือบทความในคอลัมน์ "รู้เรื่องฟัน" ใน น.ส.พ.บ้านเมืองซึ่งเป็นเนื้อหาที่ได้อ่านฟรี เนื้อหาที่เห็นเป็นความรู้ที่ค่อนข้างจะวิชาการมาก เข้าใจยาก แต่การบอกชื่อเจ้าหน้าที่และแหล่งสถานที่ให้ผู้รับติดต่อติดต่อกลับไปนั้นตรงกับวิธีการโฆษณาทางการตลาดสมัยใหม่ที่เรียกว่า การโฆษณาประเภทโต้ตอบ (Direct Response Advertising)

ส่วนในรายการ "รักฟัน" ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 สี ลักษณะเนื้อหา เป็นการให้ความรู้แก่คนทุกกลุ่มอายุ ข้อสังเกตของผู้วิจัยก็คือรายการนี้วิทยากรจำเป็นต้องพูดอย่างรวดเร็วเนื่องจากบรอดแบนด์เนื้อหามามากเกินไป ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถติดตามฟังได้ทัน

ประเภทของสื่อที่ใช้ เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ใช้สื่ออย่างหลากหลายและผู้วิจัยเห็นว่าเจ้าหน้าที่หาช่องทางการใช้สื่อได้แก่การใช้สื่อทุกอย่างเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ในเรื่องของการดูแลสุขภาพ สื่อโทรทัศน์ทั้งแบบประมาณมากที่สุด รองลงมาเป็น สิ่งพิมพ์ (Poster และแผ่นพับ) หนังสือพิมพ์ วิทยุ

หอกระจายข่าว และวิทยุทัศน์ ส่วนในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือนักศึกษา ก็จะใช้หนังสือคู่มือ สไลด์ และวิทยุทัศน์

การใช้สื่อในแนวทางการส่งเสริมสุขภาพ จากข้อมูลในปีงบประมาณ 2540 ไม่พบว่ามีการใช้สื่อตามแนวทางของการส่งเสริมสุขภาพ

การประเมินผลสื่อ จากการศึกษาพบว่ามีกองทันตสาธารณสุขเพียงหน่วยงานเดียวภายในกรมอนามัยที่ได้ทำการประเมินผลสื่อโดยได้ดำเนินงานร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทำการประเมินสื่อทันตศึกษา ในรายการโทรทัศน์ “รายการรักฟัน” ภายหลังจากที่รายการนี้ได้ออกอากาศไปแล้ว 1 ปี ผลของการประเมินครั้งนั้น คุณวิไลลักษณ์ บังเกิดสิงห์ กล่าวว่า ช่วยทำให้มีแนวทางการปรับปรุงรายการให้ดียิ่งขึ้น โดยขณะนี้ในช่วงทำรายการมีการเชิญชวนให้ประชาชนโทรศัพท์เข้ามาสอบถามปัญหาเรื่องฟันที่กองทันตสาธารณสุขด้วย ซึ่งในรายการช่วงปี 2540 จะไม่มีลักษณะเช่นนี้ และผลการประเมินยังพบว่าผู้ดูมีความเชื่อมั่นต่อทันตแพทย์มากกว่าพิธีกร อันเป็นการยืนยันของงานวิจัยต่างๆที่รู้กันว่า แพทย์,บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข เป็นผู้ที่ประชาชนให้ความเชื่อถือต่อข่าวสารสาธารณสุขมากที่สุด และ ผลของการวิจัยครั้งนั้น ยังได้รับข้อมูลยืนยันว่า การเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 7 สี นั้นเหมาะสมแล้ว แต่การประเมินครั้งนั้น เป็นการประเมินในเชิงการให้ทันตศึกษา ไม่ใช่การประเมินสื่อเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัย มีสาเหตุหลายประการที่โครงการส่งเสริมสุขภาพของกองทันตสาธารณสุขยังไม่เกิดขึ้น แม้จะมีหลายกิจกรรมที่มีชื่อเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ แต่ เนื้อหาหรือวิธีการดำเนินงานที่แท้จริงไม่เป็นไปตามแนวคิดของการส่งเสริมสุขภาพ เช่นโครงการเน้นหนักในปีงบประมาณ 2540 ได้แก่การสนับสนุนและส่งเสริมป้องกันทันตสุขภาพทั่วประเทศ ก็เป็นกิจกรรมที่อยู่ในงานควบคุมและป้องกันโรคในช่องปาก และเมื่อดูรายละเอียดของกิจกรรมก็พบว่าได้ให้การให้ทันตศึกษาเป็นกลวิธีหลัก แม้ว่าสุขศึกษาจะเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมสุขภาพ แต่เป้าหมายของการส่งเสริมสุขภาพนั้นกว้างกว่าเนื่องจากต้องการให้คนมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดำเนินเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน(Everyday Life) การที่มีแนวคิดเรื่องส่งเสริมสุขภาพไม่ชัดเจนหรือยังไม่มีแนวคิดก็ตามนอกจากจะทำให้มีการจัดสารเพื่อประสงค์จะให้ความรู้เป็นหลักแล้วน่าจะเป็นสาเหตุอีกประการหนึ่งของการขาดการวางแผนการใช้สื่อด้วย

แต่ในกองทุนตสธารณสุขก็ยังมีปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพอยู่มาก เช่นได้แก่ มีการใช้ช่องทางสื่อสารทางสื่อมวลชนมากกว่าช่องทางอื่นๆ ซึ่งสามารถปรับให้มีลักษณะของการใช้สื่อเพื่อดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพง่ายยิ่งขึ้นเพียงแต่กำหนดเนื้อหาสาระและวัตถุประสงค์ให้เป็นไปในเชิงโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือโน้มน้าวใจ ก็จะเกิดมีลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมสุขภาพขึ้นแล้ว นอกจากนั้นการที่เล็งเห็นความสำคัญของการวิจัยสื่อจะช่วยให้เจ้าหน้าที่ได้ปรับปรุงวิธีการใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นซึ่งจะต้องเป็นไปในลักษณะของการนำเอาหลักการของการตลาดทางสังคมมาใช้ไม่ช้าอย่างแน่นอน อีกประการหนึ่งที่ผู้วิจัยค้นพบก็คือกองทุนตสธารณสุขมีความพยายามใช้ช่องทางสื่อสารมวลชนในการเสนอข่าวสารหลายๆ ประเภทและพยายามที่จะให้มีความสม่ำเสมออีกด้วย จากผลการดำเนินงานดังกล่าว คุณวิไลลักษณ์ กล่าวว่า มีจำนวนประชาชนสนใจโทรศัพท์มาสอบถามปัญหาสุขภาพกับเจ้าหน้าที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นตลอดเวลา

#### 4.5.4 การใช้สื่อของกองวางแผนครอบครัวและประชากร

##### 4.5.4.1 งานวางแผนครอบครัวและประชากร

**พันธกิจ** (Mission) ศึกษาวิจัยและพัฒนางานวางแผนครอบครัว อนามัยการเจริญพันธุ์และแนวทางการดำเนินงานด้านพัฒนาประชากร ในอันที่จะมีผลทำให้สามารถควบคุมภาวะการเจริญพันธุ์ของประชากรให้พอเหมาะกับการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ เพื่อประชากรจะได้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540 คือ  
ประชาสัมพันธ์เรื่องอนามัยการเจริญพันธุ์

<u>กิจกรรม/โครงการ</u>	<u>งบประมาณ</u>
1. <u>งานวางแผนครอบครัวและประชากร</u>	
- การส่งเสริมความรู้เรื่องพัฒนาประชากร	340,400
- การพัฒนาประชากรและคุณภาพชีวิต	2,541,600
- การศึกษารูปแบบการจัดระบบการให้บริการคุมกำเนิดฯโดยเอกชน	45,300
- การประเมินประสิทธิผลโครงการธุรกิจวางแผนครอบครัวเพื่อสังคม	93,400
- ส่งเสริมการให้ชุมชนดูแลสุขภาพด้านอนามัยครอบครัวด้วยตนเอง	210,800
- สร้างเสริมภาพลักษณ์และพฤติกรรมอนามัย ฯ	783,700

<u>กิจกรรม/โครงการ</u>	<u>งบประมาณ</u>
- วิจัยรูปแบบการให้บริการอนามัยการเจริญพันธุ์แก่วัยรุ่น	119,200
- การเฝ้าระวังคุณภาพการวางแผนครอบครัว	100,000
2. <u>งานอนามัยการเจริญพันธุ์</u>	
- การเตรียมความพร้อมก่อนสมรส	572,400
- การหารูปแบบการดำเนินงานซีวิทยาการเจริญพันธุ์	716,700
- การหารูปแบบการจัดการศึกษาเรื่องเพศฯ	593,600
- การพัฒนารูปแบบการคัดกรองสไลด์ ตรวจมะเร็งปากมดลูก	311,100
3. <u>งานอบรมและเผยแพร่</u>	6,104,055
4. <u>งานวางแผนครอบครัวและประชากรระหว่างประเทศ</u>	1,710,000
5. <u>งานพัฒนาสารสนเทศด้านประชากร</u>	805,100
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>15,047,355</u>

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
<u>หนังสือเล่ม</u> หนังสือวิชาการและรายงาน ต่างๆ	376,914
<u>หนังสือเล่มเล็ก</u>	
- บันทึกรักคู่สมรส 5,000 เล่ม	86,670
- ชีวิตสีชมพู 35,000 เล่ม	294,075
- คิดจะรักน่าจะรู้ 22,000 เล่ม	126,645
- เทคนิคการพัฒนาคน ตามแผน ฯ 8 500 เล่ม	1,500
<u>แผ่นพับ</u>	
- National Family Planning and Population Development Program 10,000 แผ่น	42,900
- อนามัยการเจริญพันธุ์ 28,000 แผ่น	133,700
- ตับอักเสบบีไวรัสบี 5,000 แผ่น	11,000
- ยาฝังคุมกำเนิด 40,000 แผ่น	165,950
- คิดจะรักน่าจะรู้ 20,000 แผ่น	66,340
- จ้างออกแบบต้นฉบับแผ่นพับ 3 เรื่อง (วัยรุ่น / วัยทอง และ	

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
การดูแลตนเองของหญิงตั้งครรภ์)	150,000
<u>โปสเตอร์</u>	
- ให้คำปรึกษาเรื่องเพศทางโทรศัพท์ 5,000 แผ่น	60,000
- แจกออกแบบต้นฉบับโปสเตอร์ 2 เรื่อง (วัยรุ่น และ วัยทอง)	150,000
<u>ใบปลิว</u>	
- ให้คำปรึกษาเรื่องเพศทางโทรศัพท์ 10,000 แผ่น	35,000
- ใบปลิว 5 แบบๆละ 3,000 ใบ	22,500
- ทำหมันชายฟรี 30,000 แผ่น	64,800
<u>วารสาร</u>	
- วารสารวางแผนครอบครัวและประชากร 10,000 ฉบับ	370,320
<u>สิ่งพิมพ์อื่นๆ</u>	124,000
<u>วิทยุ</u>	
- Spot วิทยุ 30วินาที และสำเนาเรื่องการเตรียมตัวก่อนแต่งงาน	67,000
- สารคดี 2 นาที เรื่องการเตรียมตัวก่อนแต่งงาน 30 ตอน	75,000
<u>โทรทัศน์</u>	
- จัดบันทึกการประชุม เรื่องประชากร (South-South)	51,360
- สำเนาวิดีโอ เรื่อง "โตยังไง เตรียมยังไง แก่ยังไง" "เพศศึกษา" และเรื่อง "การเตรียมตัวก่อนสมรส" รวม 250 ม้วน	44,250
- จัดผลิตต้นฉบับ สารคดี วิดีโอ เรื่อง "อนามัยวัยรุ่น" และ การดูแลสุขภาพระหว่างตั้งครรภ์	707,900
- จัดผลิตต้นฉบับ สารคดี วิดีโอ เรื่อง "การสร้างเสริมภาพลักษณ์ และพฤติกรรมพึงประสงค์ในงานส่งเสริมสุขภาพสิ่งแวดล้อม"	345,610
- จัดผลิตต้นฉบับสารคดีวิดีโอเรื่อง "โครงการร่วมระหว่างภาครัฐ และเอกชน ในการพัฒนาประชากรและคุณภาพชีวิต"	492,000
- สำเนาแผ่น CD เรื่องตรวจCells ผิดปกติของปากมดลูกฯ12 แผ่น	5,000
<u>สื่อเบ็ดเตล็ดเฉพาะกิจ</u>	107,121

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
<u>จ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์อำนวยการเจริญพันธุ์</u>	2,400,000
1. <u>สื่อวิทยุ</u>	
- สารคดี 1 นาที 30 ตอน ออกอากาศ 2 เดือน 800 ครั้ง	
- รายการสัมภาษณ์นักวิชาการ 2 รายการ	
2. <u>โทรทัศน์</u>	
- สันทนาการวิชาการ 3 ครั้ง	
- ผลิตสารคดี 15 นาที "อำนวยการเจริญพันธุ์"	
3. <u>หนังสือพิมพ์</u> ทำข่าว 4 ครั้ง และ จัดทำบทความ 4 ครั้ง	
- Press Clipping เกี่ยวกับเรื่องอำนวยการเจริญพันธุ์	
4. <u>แถลงข่าว</u> 1 ครั้ง	
5. <u>จัดนิทรรศการ</u> 1 ครั้ง	
6. <u>จัดทำ Press Kits</u> 1,000 ชุด	
<u>รวมเงินทั้งสิ้น</u>	<u>6.577.555</u>

การวางแผนการใช้สื่อ ในปีงบประมาณ 2540 ไม่มีการวางแผนการใช้สื่อนอกจากวางแผนผลิตแผ่นพับ 3 เรื่อง โปสเตอร์ 2 เรื่อง และวีดิทัศน์ 1 เรื่อง สำหรับปีแรกเพื่อเอาไปบริการเผยแพร่ แก่ นักเรียน นักศึกษาและประชาชน ส่วนการประชาสัมพันธ์เรื่องอำนวยการเจริญพันธุ์นั้น เพียงแต่กำหนดเงื่อนไขและพิจารณาแผนการดำเนินงานของบริษัทเอกชนที่นำแผนงานมาเสนอ

กลุ่มเป้าหมาย จากการที่ได้ขยายขอบเขตของงานจากเรื่องการวางแผนครอบครัวมาสู่เรื่องการพัฒนาประชากร และเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนปฏิบัติการของการประชุมระหว่างประเทศ เรื่องประชากรกับการพัฒนา(International Conference on Population and Development)หรือเรียกย่อว่า ICPD ที่มีมติให้เรื่องอำนวยการเจริญพันธุ์(Reproductive Health) เป็นเรื่องสำคัญที่ทุกประเทศควรดำเนินการ ดังนั้น ในปีงบประมาณ 2540 กลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ โดยความเห็นชอบจาก พ.ญ. สุวรรณา วรคามิน ผู้อำนวยการ กองวางแผนครอบครัวและประชากร ได้กำหนดให้ทำการประชาสัมพันธ์เรื่องอำนวยการเจริญพันธุ์ ให้เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายขึ้นในประเทศไทย เนื่องจากชื่อนี้ยังใหม่มากในวงการสาธารณสุข กลุ่มเป้าหมายแรกที่ต้องทำประชาสัมพันธ์คือแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ทุกระดับ และประชาชนทั่วไปเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง

การผลิตสื่อ จากรายการสื่อมากมายข้างต้นนั้น สามารถแบ่งวิธีการผลิตออกได้เป็น 4 วิธีการด้วยกัน วิธีการแรกคือการขอต้นฉบับจากสำนักส่งเสริมสุขภาพมาจ้างเอกชนทำการผลิตเพิ่มเติม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ และวิดีโอ วิธีผลิตวิธีที่ 2 ซึ่งโดยมากจะเป็นหนังสือวิชาการหรือหนังสือเล่มก็จะรวบรวมและเรียบเรียงเนื้อหาแล้วส่งต้นฉบับให้โรงพิมพ์จัดรูปเล่มวาง Lay out มาให้ดู ก่อนที่จะดำเนินการจัดพิมพ์ต่อไป วิธีผลิตวิธีที่ 3 คือการจ้างทุกขั้นตอน ได้แก่การจ้างตั้งแต่ทำต้นฉบับถ้าเป็นสิ่งพิมพ์หรือจ้างตั้งแต่ออกแบบคิดจนถึงขั้นถ่ายทำ ตัดต่อ อัดเสียงสำหรับวิดีโอ เช่น แผ่นพับเรื่องอนามัยการเจริญพันธุ์ ผู้ผลิตโดยบริษัทพอร์ช จำกัด หรือวิดีโอเรื่องอนามัยวัยรุ่นผลิตโดยบริษัทวิสคอมเซนเตอร์ จำกัด และรวมถึงการจ้างเหมาบริษัทชนชมครีเอชั่น ทำประชาสัมพันธ์เรื่องอนามัยการเจริญพันธุ์ด้วย ส่วนวิธีการผลิตสื่อวิธีสุดท้ายคือ การจ้างบริษัทเอกชนทำเฉพาะต้นฉบับหรือต้นแบบ(Prototype) แล้ว จึงค่อยมาจัดทำสำเนาในภายหลัง

อย่างไรก็ตามการได้มาซึ่งสื่อต่างๆ ทั้งหมด เจ้าหน้าที่กลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ ต้องกำหนดรายละเอียด เงื่อนไข ในการจ้าง และควบคุมกำกับ ตรวจสอบการผลิต เพื่อให้สื่อที่ผลิตออกมามีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในโครงการต่างๆ ด้วย

กลยุทธ์การใช้สื่อ เนื่องจากกองวางแผนครอบครัวและประชากร เป็นหน่วยงานใหม่ ในช่วงปีงบประมาณ 2540 ยังไม่มีโครงการใดที่ลงไปในพื้นที่ต่างจังหวัดที่ต้องมีการผลิตและใช้สื่อสนับสนุนเป็นการเฉพาะ สื่อที่จัดทำขึ้นก็เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ภายในกองและเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเท่านั้น ไม่ได้เน้นการเผยแพร่สู่ประชาชนทั่วไป กิจกรรมการใช้สื่อที่สำคัญและใช้งบประมาณมากถึง 2.4 ล้านบาท คือการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ อนามัยการเจริญพันธุ์ ซึ่งบริษัทชนชมครีเอชั่นเป็นผู้ดำเนินการก็เป็นลักษณะของการใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบดั้งเดิมตามแนวคิดของ Seven Windahl คือส่วนกลางกำหนดเป้าหมายและดำเนินการเอง หรือเป็นลักษณะของการเผยแพร่ข่าวสารสาธารณะ(The Public Information Model) ตามแนวความคิดของ Gruning and Hunt เพราะต้องการให้ข่าวสารแพร่กระจายไปทั่วประเทศ

แนวเนื้อหาของสื่อและลักษณะการนำเสนอ เนื้อหาของสื่อจะมีลักษณะของกึ่งการให้ความรู้กึ่งประชาสัมพันธ์ เช่นโปสเตอร์ จะเป็นสื่อเรียกร้องความสนใจปัญหาที่นำเสนอ ได้แก่ โปสเตอร์เชิญชวนให้วัยรุ่นโทรศัพท์ไปปรึกษาเรื่องเพศ ไปปลิวเชิญชวน ให้คนไปทำหมันชาย รูปแบบของสื่อ

สิ่งพิมพ์จะให้นำเสนอด้วยภาพถ่ายสวยงาม ใช้กระดาษดี ส่วนวิดีโอ เช่น เรื่องอนามัยวัยรุ่น และการดูแลสุขภาพระหว่างตั้งครรภ์ เป็นลักษณะของสารคดีให้ความรู้ ตามหลักวิชาการและข้อเท็จจริง โดยใช้ผู้แสดงเลียนแบบเหตุการณ์จริง ส่วนสื่อวิทยุซึ่งบริษัทชวนชมครีเอชันผลิตรายการ จำนวน 30 ตอนนั้น เป็นสารคดีความรู้เกี่ยวกับเรื่องอนามัยการเจริญพันธุ์ มีเนื้อหาสำคัญอยู่ที่ประเด็นการทำแท้ง การเจ็บป่วยและการตายของแม่และเด็ก ตลอดจนเรื่องสิทธิสตรีเพื่อสร้างความตระหนักให้สังคมสนใจ ในปัญหาดังกล่าวมากยิ่งขึ้น รายการนี้มีความยาวตอนละ 1 นาที ออกรายการต่อเนื่องทุกวัน ทั้งสถานีวิทยุในกรุงเทพและต่างจังหวัด รายการวิทยุอีกประเภทหนึ่งคือการร่วมออกรายการ จะมี วิทยุ สุวรรณาวรคามิน และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญสาขาสูติศาสตร์ จากคณะแพทยศาสตร์หลายแห่งออก รายการให้ความรู้เรื่องอนามัยการเจริญพันธุ์บ่อยๆ ซึ่งเป็นการให้ ความรู้แก่ประชาชนอีกช่องทางหนึ่ง

เนื้อหาของสื่อและรูปแบบของการนำเสนอที่มีลักษณะของการจูงใจ โดยการใช้ จุดจูงใจในเรื่องเพศ ( Sex Appeal) ได้แก่ ต้นฉบับโปสเตอร์สองเรื่อง คือเรื่องวัยทอง และวัยรุ่น มีขนาดเดียวกันคือ ขนาดตัด 2 ในเรื่องวัยทอง ใช้ Heading ว่า “สวยสมวัยเมื่อก้าวสู่วัยทอง” มีภาพผู้หญิงกำลังขบถย่นตร์ Close up เต็มหน้า ซึ่งแสดงแบบโดยคุณธัญญรัตน์ โลหะนันท์ ได้ภาพ มีข้อความว่า “มีเคล็ดลับเพียงแค่ทำความเข้าใจกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ดูแลรักษาสุขภาพร่างกายและจิตใจให้เหมาะสมกับวัย....คุณก็จะดูสวยสมวัยอยู่เสมอ” “ขอคำแนะนำได้ที่โรงพยาบาลและศูนย์ส่งเสริมสุขภาพเขตทุกแห่ง” “กองวางแผนครอบครัวและประชากร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข”

โปสเตอร์อีกชิ้นหนึ่งคือ โปสเตอร์วัยรุ่น เป็นภาพผู้ชายถอดเสื้อเห็นกล้ามเนื้อทรวงอกชัดเจนแสดงถึงความแข็งแรง นุ่งกางเกงยีน แต่ไม่เห็นหน้า คือเป็นภาพตั้งแต่หน้าอกลงมา เป็นการใช้ Sex appeal มานำเสนอเช่นเดียวกัน มีข้อความข้างล่างตั้งของดูขงอนามัยจากกระเป๋ากางเกงยีน ใช้ Heading ด้วยสีแดงวางตำแหน่งไว้กลางลำตัวของนักแสดงแบบ หรือกลางโปสเตอร์พอดี ว่า “ถึงไม่ใส่ก็เท่ได้ ถ้าไม่เสีียง” หลังมีตัวอักษรขนาดเล็กกว่า “ใช้ดูขงอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ งดการสำส่อนทางเพศ และหลีกเลี่ยงยาเสพติดทุกชนิด” ข้อความต่อมาตัวเล็กกว่าเดิม “อย่าลืมกระชับบอกความหวังโยนกับเพื่อสาวของคุณ”

เนื้อหาของสื่อในรายการอื่นๆนอกจากนี้จะมีลักษณะของสื่อให้ความรู้ทั้งสิ้น ซึ่งไม่ใช่วัตถุประสงค์ของการวิจัย จึงไม่กล่าวรายละเอียดไว้ในที่นี้



ประเภทของสื่อที่ใช้ มีการใช้สื่อเดียวเป็นส่วนมาก การใช้สื่อผสมจะมีในการจัดทำประชาสัมพันธ์เรื่องอนามัยการเจริญพันธุ์ เป็นลักษณะของการเปิดตัวสินค้า ซึ่งมีทั้งการใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์แถลงข่าว จัดทำข่าวแจกและสก็๊ปข่าว จัดนิทรรศการ จัดถ่ายทอด สดรายการประชุมวิชาการทางโทรทัศน์ช่อง 11 และจัดทำ Press kit ให้แก่นักข่าวทั่วประเทศ

การใช้สื่อในแนวทางของการส่งเสริมสุขภาพ เมื่อพิจารณาเฉพาะลักษณะของการจัดกิจกรรมต่างๆ ในการทำประชาสัมพันธ์เรื่องอนามัยการเจริญพันธุ์ ก็พบว่าเป็นการใช้สื่อในแนวทางการส่งเสริมสุขภาพ โดยยกเอาประเด็นการทำแท้ง การตายของมารดาและทารก สิทธิและความเสมอภาคของสตรี การติดเชื้อจากโรคทางเพศสัมพันธ์ โรคเอดส์ มานำเสนอให้สังคมไทยเกิดความตระหนักในปัญหาเหล่านั้น นอกจากจะมีการใช้สื่อต่างๆ ผสมผสานกันตามที่กล่าวมาแล้ว ยังมีองค์การต่างๆ เข้ามาร่วมกิจกรรมกับกองวางแผนครอบครัวและประชากรด้วย คือมีหน่วยงานทั้งส่วนกลางและต่างจังหวัดในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ยังมีสถาบันประชากรศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล จากสมาคมภาคเอกชน จากองค์การต่างประเทศ เช่น UNFPA, ESCAP, Pop Council และสื่อมวลชนทุกสาขา เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม แต่เมื่อพิจารณาในการดำเนินงานทั้งหมดแล้วยังไม่ใช่การส่งเสริมสุขภาพอยู่นั่นเอง เนื่องจากไม่มีกิจกรรมที่เป็นรูปธรรมอื่นๆ ต่อเนื่องติดตามมา หากใช้หลักการส่งเสริมของการตลาดมาวิเคราะห์ก็กล่าวได้ว่าอนามัยการเจริญพันธุ์เป็นสินค้าอยู่ในระยะแนะนำสินค้าชนิดใหม่หรือระยะ Introduction Stage ที่เมื่อแนะนำแล้วต้องมีบริการซึ่งอย่างน้อยการขายสินค้าต้องติดตามมาทันที ไม่ใช่เป็นลักษณะที่สร้างให้ประชาชนสนใจแล้วเงียบหายไป

การประเมินผลสื่อ ไม่มีการประเมินอย่างเป็นระบบ มีแต่การประเมินโดยวิธีสังเกตการณ์ และติดตามสถานการณ์ต่างๆ เท่าที่สามารถจะทำได้ ได้แก่ การดูรายการเสนอข่าวของสื่อมวลชนมีทิศทางเป็นอย่างไร และ ดูความสนใจของนักข่าวที่จะสอบถามขอข้อมูลและการสัมภาษณ์ผู้บริหาร

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัย ในปีงบประมาณ 2540 ที่ทำการวิจัยพบว่าอุปสรรคสำคัญก็คือ กองวางแผนครอบครัวและประชากรยังเป็นหน่วยงานใหม่ แม้ว่าชื่อวางแผนครอบครัวจะเป็นชื่อเก่าแต่บทบาทหน้าที่เปลี่ยนไปจากการให้บริการวางแผนครอบครัวมาเป็นทำหน้าที่ค้นคว้าศึกษาทางวิชาการ ทำให้ยังอยู่ในระยะที่การกำหนดกิจกรรมและการวางแผนเป้าหมายยังไม่ชัดเจน ซึ่งเป็นเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ยากแก่การที่จะวางแผนการใช้สื่อได้ เช่นการทำประชาสัมพันธ์เรื่องอนามัยการเจริญพันธุ์ดังกล่าว

หลังจากที่เปิดตัวกิจกรรมไปแล้วยังไม่สามารถหากิจกรรมอื่นๆที่ชัดเจนมารองรับให้มีกิจกรรมติดตามมาต่อไปได้

#### 4.5.5 การใช้สื่อของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม

สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่รับผิดชอบแผนงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย อยู่ 3 งาน ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับสำนักส่งเสริมสุขภาพ ต่างกันแต่ส่วนของสำนักส่งเสริมสุขภาพนั้นดูแลถึง 6 งาน รายละเอียดข้อมูลการใช้สื่อและกิจกรรมแต่ละ ของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อมมีดังนี้

##### 4.5.5.1 งานเฝ้าระวังและพัฒนาอนามัยสิ่งแวดล้อมชุมชน

###### พันธกิจ (Mission)

1. เฝ้าระวังสภาวะอนามัยสิ่งแวดล้อมเพื่อมิให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพและสภาวะความเป็น อยู่ที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิตของประชาชน
2. ปรับปรุงและยกระดับการอนามัยสิ่งแวดล้อมชุมชน
2. ส่งเสริมให้มีการรักษาสภาวะการอนามัยสิ่งแวดล้อมในชุมชน

###### กิจกรรมเน้นหนักในปีงบประมาณ 2540

- 1.เมืองน่าอยู่ (Healthy City)
- 2.ควบคุมเหตุรำคาญและกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

###### กิจกรรม/โครงการ

1. เมืองน่าอยู่
2. เฝ้าระวังคุณภาพแหล่งน้ำและน้ำบริโภค
3. เฝ้าระวังคุณภาพน้ำประปา
4. เฝ้าระวังคุณภาพแม่น้ำเจ้าพระยา
5. ควบคุมเหตุรำคาญและกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ
6. ให้บริการตรวจวิเคราะห์ตัวอย่างน้ำและอากาศ
7. พัฒนาห้องปฏิบัติการ
8. ส่งเสริมและพัฒนาการใช้มาตรการทางกฎหมาย

###### งบประมาณ

(ไม่ได้แยกรายกิจกรรม)

กิจกรรม/โครงการ	งบประมาณ
สาธารณสุขในเขตเทศบาลและสุขาภิบาล	
<u>รวมเป็นเงินทั้งสิ้น</u>	<u>246,711,700</u>
<u>รายการใช้สื่</u>	<u>งบประมาณ</u>
<u>วิดิทัศน์</u> -20 ชิ้นสูเมืองนำอยู่	94,200
-สาริตการเก็บตัวอย่างน้ำบริโภค	94,000
-ประปาปลอดภัย	92,000
-มลพิษทางอากาศ	98,975
<u>รายการใช้สื่</u>	<u>งบประมาณ</u>
<u>วิดิทัศน์(ต่อ)</u>	
-ห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์	98,440
<u>วิทยุ</u> สารคดีวิทยุ -น้ำดื่มเพื่อสุขภาพ"277 ครั้ง	98,440
<u>โปสเตอร์</u> -มลพิษทางอากาศ" 10,000 แผ่น	98,001
-โปสเตอร์ติดข้างรถเมล์ ขสมก. เรื่องมลพิษในเมือง 25 ป้าย	78,217
<u>แผ่นพับและ Sticker</u> 3 เรื่อง 20,000 / 7,000 แผ่น	95,600
<u>สื่ออื่นๆ</u>	207,568
<u>นิทรรศการ</u> 17 ครั้ง	
<u>Press Release</u> 9 ข่าว	
<u>แถลงข่าว</u> 2 ครั้ง	
<u>รวมเงินทั้งสิ้น</u>	<u>1,055,441</u>

#### 4.5.5.2 งานสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม

พันธกิจ (Mission) พัฒนาเทคโนโลยีองค์ความรู้และการบริหารจัดการด้านสุขาภิบาล และนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานสุขาภิบาลในชุมชน รวมทั้งส่งเสริมพฤติกรรมอนามัยที่ถูกต้องเพื่อลดการเสี่ยงจากการเกิดโรคจากสภาวะการสุขาภิบาลบกพร่อง

กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540

ไม่มี

<u>กิจกรรม/โครงการ</u>	<u>งบประมาณ</u>
1. พัฒนารูปแบบวิชาการสุขภาพตำบลสิ่งแวดล้อม (ไม่แยกเป็นรายกิจกรรม)	
2. พัฒนาคู่มือ	
3. กำหนดมาตรฐานทางวิชาการ	
4. สร้างระบบ GIS ด้านสุขภาพตำบลสิ่งแวดล้อม	
<u>รวมเงินทั้งสิ้น</u>	<u>46,656,900</u>

<u>รายการใช้สื่อ</u>	<u>งบประมาณ</u>
1. <u>ภาพโฆษณา</u>	
- ทิ้งขยะให้เป็นที่ สิ่งแวดล้อมดี ซีวีสดไล 15,000 แผ่น	192,900
2. <u>โปสเตอร์และสติ๊กเกอร์ 3 รายการ</u>	605,700
- โปสเตอร์ "แยกขยะแล้วเราได้อะไร" 30,000 แผ่น	
- Sticker "ที่นี่สะอาด" 60,000 แผ่น	
- Sticker "ปฏิบัติถูกวิธีใช้ส้วมนี้ไปอีกนาน" 60,000 แผ่น	
3. <u>แผ่นพับ</u>	
- สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม" 5,000 แผ่น	30,250
4. <u>วารสาร</u>	
- สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม และ ภาพข่าว "อนามัยสิ่งแวดล้อม"	327,200
5. <u>แบบรายงานต่างๆ</u> 225,000 แผ่น	148,400
6. <u>สิ่งพิมพ์อื่นๆ</u>	84,105
<u>รวมเงินทั้งสิ้น</u>	<u>1,388,555</u>

#### 4.5.5.3 งานคุ้มครองสุขภาพจากมลพิษ

พันธกิจ (Mission) พัฒนาเทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาจากมลพิษสิ่งแวดล้อมที่อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน

กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540 ไม่มี

กิจกรรม/โครงการงบประมาณ

1. สร้างระบบกำจัดน้ำเสียใน รพ.
2. จัดสร้างเตาเผาขยะติดเชื้อใน รพ.
3. จัดทำเกณฑ์มาตรฐานควบคุมเหตุเดือดร้อนรำคาญ  
และกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

(ไม่แยกเป็นรายกิจกรรม)

รวมเงินทั้งสิ้น 35,539,600รายการใช้สื้อ ไม่มี

ส่วนอบรมและเผยแพร่ ของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม มีหน้าที่ดำเนินงานให้การสนับสนุนด้านสื่อกับส่วนวิชาการที่ดูแล 3 แผนงานหลัก ตามรายการที่กล่าวมา คือสนับสนุนแผนงานสุขภาพสิ่งแวดล้อม, งานเฝ้าระวังและพัฒนาอนามัยสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนแผนงานคุ้มครองสุขภาพจากมลพิษ ทำหน้าที่เช่นเดียวกันกับส่วนอบรมและเผยแพร่ของสำนักส่งเสริมสุขภาพ

การวางแผนการใช้สื้อ สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม ก็เหมือนกับหน่วยงานอื่นที่มีเฉพาะแผนการจัดทำสื่อตามคำของงบประมาณ ซึ่งรายการที่ตั้งงบประมาณไว้ประจำคือ ค่าจัดทำวารสารอนามัยสิ่งแวดล้อม และค่าจัดทำจดหมายข่าว "ภาพข่าวอนามัยสิ่งแวดล้อม" ส่วนงบประมาณรายการจัดทำสื่ออื่นๆ นั้น เป็นไปตามนโยบายของกรมและของสำนักด้วย

จากรายการข้อมูลทั้ง 3 งาน ในสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม พบว่า จำนวนงบประมาณดำเนินงานทั้งสิ้น 329 ล้านบาท มีรายการใช้สื้อรวมกันได้เพียง 2.3 ล้านบาท ทั้งที่ในรายการงบประมาณหมวดค่าวัสดุเผยแพร่ จากกองคลังระบุจำนวน ไว้ 8.6 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่าในการปฏิบัติงานจริงนั้นงบประมาณค่าใช้สื้อยังถูกตัดทอนลงไปอีกมาก จึงเหลือค่าใช้จ่ายจริงน้อยมาก เรื่องนี้คุณ มาลินี จุลวิจนะ ผู้อำนวยการส่วนอบรมและเผยแพร่ กล่าวว่า

"สื่อเขาว่าแพงนะ ยังเป็นรองเรื่องอื่น หากมีเงินเหลือ จึงค่อยทำ เขาเน้นตัวเนื้องานก่อน... ไม่เหมือนฝั่งส่งเสริมสุขภาพ ที่สื่อเป็นเรื่องจำเป็นต้องใช้ "

การเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณเช่นนี้แน่นอนว่า เป็นเรื่องยากที่การวางแผนการใช้สื่อจะทำได้หรือสามารถจะปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนได้ และ ก็เป็นความจริงตามที่คุณมาลินีพูดด้วยทำงานในสายส่งเสริมสุขภาพ ใช้งบประมาณด้านสื่อในสัดส่วนที่สูงกว่าสายอนามัยสิ่งแวดล้อมมาก เช่น กองทันตสาธารณสุข ใช้งบประมาณดำเนินการ 59.8 ล้านบาท มีงบประมาณใช้สื่อถึง 10 ล้านบาท กองวางแผนครอบครัวและประชากร มีงบประมาณดำเนินการในกิจกรรมต่างๆ 15 ล้านบาท โดยมีงบประมาณด้านสื่อ 6.6 ล้านบาท

จากสาเหตุที่มีการเปลี่ยนแปลงงบประมาณ หรือจากการที่มีงบประมาณจำนวนน้อย อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งสองอย่างก็ไม่อาจทราบได้ทำให้เห็นว่า สื่อที่สนับสนุนโครงการเมืองน่าอยู่ ซึ่งเป็นโครงการเน้นหนักจึงไม่มีลักษณะการใช้สื่อสนับสนุนที่ชัดเจน

กลุ่มเป้าหมายของการใช้สื่อ คุณมาลินี จุลวัจนะ ผู้อำนวยการส่วนอบรมและเผยแพร่ สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม ได้กล่าวให้ผู้วิจัยฟังว่า

“เวลาใช้สื่อจริงๆ เราไม่ได้เน้นบุคคล ชุมชน หรืออะไรอย่างนั้น แต่เน้นตรงเนื้อหา มากกว่า”

คือเอาสื่อเป็นคู่มือและเครื่องมือในการทำงานของเจ้าหน้าที่มากกว่าที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์หรือเพื่อติดต่อกับประชาชนทั่วไป เช่น การจัดทำโครงการเมืองน่าอยู่ คุณมาลินีบอกว่า ต้องทำสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ คู่มือทำงาน เอกสาร และแผ่นพับ ให้กับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขหรือเจ้าหน้าที่ของสำนักนำไปใช้อธิบายให้ผู้บริหารของเทศบาล หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจโครงการและให้ความร่วมมือ ดังนั้น การจัดทำสื่อจึงต้องคำนึงถึงบุคคลหรือเจ้าหน้าที่ที่ทำงานเป็นอันดับแรก ส่วนประชาชนทั่วไปนั้น คุณมาลินีกล่าวว่า ประชาชนอาจไม่รู้จักรวมเหมือนปิดทองหลังพระเสียมากกว่า แต่เนื้อหาจริงๆ ก็จะเดินไปเรื่อยๆ ดังนั้นเรื่องกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนจึงไม่ได้สนใจมากนัก

“ใครจะดูก็ดู ใครจะอ่านก็อ่าน ไม่ค่อยมีความสนใจ แล้วแต่ใครจะดูจะอ่าน”

การผลิตสื่อ ได้รับการบอกเล่าจากคุณวิภาเพ็ญ เจียสกุล นักวิชาการสาธารณสุข 7 หัวหน้ากลุ่มงานผลิตสื่อว่า เนื่องจากเป็นปีแรกที่รวมกองสุขภาพีบาลและกองอนามัยสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน ตั้ง

เป็นสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อมขึ้น แผนปฏิบัติงานต่างๆ ยังไม่พร้อม ทำให้การผลิตสื่อต้องทำไปตามแผนงานเดิม คนที่รับผิดชอบจากกองเดิมยังดูแลงานต่อไป ในงานสุขภาพสิ่งแวดล้อม คุณวิภาเพ็ญดูแลเอง ในปี 2540 นั้น มีการผลิตเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นผลงานของเจ้าหน้าที่ทั้งหมดตั้งแต่กำหนดแนวคิด เนื้อหา จัดหาภาพประกอบและการวาง Lay out เมื่อได้ต้นฉบับแล้วจึงจ้างให้โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกเป็นผู้พิมพ์

ส่วนในงานเฝ้าระวังและพัฒนากาอนามัยสิ่งแวดล้อมชุมชน และงานคุ้มครองสุขภาพจากมลพิษ การผลิตสื่อยังอยู่ในความรับผิดชอบของคุณเพลินพร ผิวงาม นักวิชาการสิ่งแวดล้อม 7 ซึ่งคุณเพลินพรกล่าวว่า การผลิตสื่อที่ดีที่ศึ้นนั้น จะวางแนวคิด เนื้อหา และเค้าโครงเรื่องด้วยตัวเอง แล้วจึงจ้างเอกชนเขียนบทและถ่ายทำ ส่วนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ทุกอย่าง เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ และStickers ก็จะใช้คิดสร้างสรรค์ กำหนดเนื้อหา กำหนดภาพประกอบด้วยตัวเอง โดยให้ช่างศิลป์วาง Lay out ให้แล้ว จึงจ้างโรงพิมพ์

กลยุทธ์การใช้สื่อ หากใช้แนวความคิดของ Gruning และ Hunt ก็อาจพิจารณาได้ 2 ลักษณะ คือ การใช้กลยุทธ์แบบข่าวสารสาธารณะ (The Public Information Model) คือการสื่อสารทางเดียวที่เผยแพร่ออกไปโดยส่วนกลาง ให้ประชาชนได้รับทราบ ทั้งในกรณีโครงการเมืองนำอยู่ และโครงการอื่นๆแต่ในโครงการเมืองนำอยู่ ยังมีกลยุทธ์รูปแบบการสื่อสารสองทางที่สมดุลย์ (The two-way Symmetric Model) นั่นคือ การส่งเจ้าหน้าที่ระดับต่างๆ ของสำนัก เข้าชี้แจงพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับคณะผู้บริหาร หรือสมาชิกเทศบาล ในจังหวัดต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจให้เทศบาลเข้าร่วมโครงการเมืองนำอยู่ ซึ่งในปัจจุบันนี้มีจำนวนเทศบาลทั่วประเทศ มากกว่า 100 แห่ง ได้เข้าร่วมโครงการเรียบร้อยแล้ว

แนวเนื้อหาของสื่อและลักษณะการนำเสนอ คุณวิภาเพ็ญ เจียสกุล กล่าวว่า

"เนื้อหาของสื่อขึ้นกับวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ เนื้อหาส่วนมาก จะเน้นการให้ความรู้ เมื่อประชาชนเห็นอะไรแล้วควรจะได้อะไรจากสื่อบ้าง ต้องการให้เขาเปลี่ยนพฤติกรรม"

ตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นของแนวคิดนี้ได้แก่ โปสเตอร์เรื่อง แยกขยะแล้วเราได้อะไร จะเห็นได้ว่า Heading ของโปสเตอร์ นำด้วยคำถามว่า "แยก ขยะแล้วได้อะไร" แล้วเอาแนวความคิดของการแยกขยะไปขยายเป็นคำตอบในลำดับต่อมา คือ

1. ภาพ: ถนนสะอาด

คำบรรยาย : ลดปริมาณขยะ สิ่งแวดล้อมสะอาด

2. ภาพ : คนกำลังซื้อขยะเศษกระดาษ (แต่ร้านสะอาด)

คำบรรยาย : มีรายได้จากการขายขยะ

3. ภาพ : ขวดน้ำดื่มและพรมปูพื้น

คำบรรยาย : ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทำจากขยะ

4. ภาพ : ถังใส่ขยะที่ทำจากยางรถยนต์

คำบรรยาย : ลดทรัพยากรที่ต้องสูญเสียไปอย่างไร้ค่า

ทั้ง 4 ภาพนี้อยู่เป็นกลุ่มก้อน จากด้านบนเยื้องลงมาทางด้านซ้ายของโปสเตอร์ คำบรรยายใช้ตัวหนังสือไม่โตนัก ด้านขวาของโปสเตอร์ติดขอบด้านล่างเป็น ภาพเด็กผู้หญิงอายุ 10-12 ขวบ กำลังครุ่นคิดถึงคำถามข้างบนซึ่งถือเป็นการสร้างจุดสนใจให้กับโปสเตอร์ ด้านล่างสุดของ โปสเตอร์ มีคำบรรยายย้ำถึงการแยกขยะว่า "แยกขยะก่อนทิ้ง กำจัดง่าย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม"

โปสเตอร์อีกชิ้นหนึ่งที่น่าสนใจ คือโปสเตอร์ติดข้างรถเมล์ ขสมก. บริษัทรับจ้างผลิตคือบริษัท ภัณฑน์ คุณเพลินพร ผิวงาม เป็นเจ้าของความคิด เธอกล่าวว่าผู้ใหญ่มักจะไม่สนใจตนเอง แต่สนใจลูกหรือเด็กๆมากกว่า จึงเอาภาพเด็กมาเป็น Presenter โปสเตอร์ชิ้นนี้มีขนาด 60 ซม.x 120 ซม. มีสีพื้นเป็นสีเหลือง ที่ตัวหนังสือจะเป็นพื้นสีแดง ตัวอักษรเจาะขาว มีภาพเด็กกำลังนั่งง่วนหน้ามองขึ้นเบื้องบน ตาละห้อย Heading ของโปสเตอร์ใช้ข้อความว่า

"ถ้าอากาศมีแต่ฝุ่น ควันพิษ แล้วชีวิตหนูจะอยู่อย่างไร"

แล้วตามด้วย ข้อความสั้นๆ เป็นเรื่องๆ ดังนี้

1. ร่วมมือกันลดฝุ่นควันในทุกรูปแบบ
2. ใช้อุปกรณ์ป้องกันฝุ่นควันในการหายใจ
3. สร้างภูมิต้านทานด้วยการรักษาสุขภาพให้แข็งแรงอยู่เสมอ



4. ใช้วันหยุดกับอากาศบริสุทธิ์เพื่อชำระล้างมลพิษจากปอด และใช้ข้อความย้ำเตือนทำยว่า

" ช่วยกันลดมลพิษ เพื่อชีวิตของคุณและลูกหลาน"

โปสเตอร์ชิ้นนี้ได้ติดข้างรถเมล์ ขสมก. 3 สาย ประมาณ 5 เดือน ใช้งบประมาณไม่ถึง 500,000 บาท ซึ่งคุณเพลินพร ผิงงาม ได้กล่าวเพิ่มเติมสำหรับข้อคิดในการผลิตสื่อว่า

"สำหรับเจ้าหน้าที่ ต้องให้เขาทราบข้อเท็จจริงไม่ผิดเพี้ยน เพื่อจะได้ถ่ายทอดไปให้คนอื่น ๆ อย่างถูกต้อง สำหรับประชาชน ต้องติดอาวุธความรู้ให้เขา ไม่ใช่ห้ามว่าอย่าทำอย่างนั้น อย่าทำอย่างนี้ เราต้องบอกวิธีการและทางออกให้เขาด้วย"

จดหมายข่าว "ภาพข่าวอนามัยสิ่งแวดล้อม" ถือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการเมืองน่าอยู่โดยเฉพาะ มีกำหนดเป็นรายเดือน มีขนาด 8 ½ " x 11 ½" มี 4 หน้า (พับ 2) มีเนื้อหาเป็นภาพประกอบข่าวความเคลื่อนไหวกิจกรรมต่างๆ ของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม เผยแพร่แจกจ่ายไปยังศูนย์อนามัยสิ่งแวดล้อมเขต สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และเทศบาลในโครงการเมืองน่าอยู่ที่มีกว่า 100 แห่งในปัจจุบัน จดหมายข่าวจะพิมพ์ 4 สี ทั้ง 4 หน้า โดยใช้กระดาษอาร์ตมัน ทำให้น่าดูและสวยงาม พิมพ์โดยองค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก

สื่อวีดิทัศน์ มีการผลิต 4 เรื่องในปีงบประมาณ 2540 แต่มีเพียงเรื่องมลพิษทางอากาศเพียงเรื่องเดียวที่ทำเพื่อประชาสัมพันธ์เรื่องงานอนามัยสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชน มีเนื้อหาโดยเริ่มต้นจากการนำเสนอภาระหน้าที่และผลการปฏิบัติงานของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม ในเรื่องการเฝ้าระวังและตรวจจสอบมลพิษทางอากาศ แล้วในตอนท้ายจะนำเสนอวิธีการที่ประชาชนสามารถช่วยควบคุมดูแลเรื่องมลพิษทางอากาศได้อย่างไร ส่วน เรื่องอื่นๆเป็นสื่อสำหรับการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่สาธารณสุข

สื่อวิทยุเท่าที่ตรวจสอบพบว่ามีการใช้อยู่น้อยมาก มี Spot อยู่เพียงเรื่องเดียว คือเรื่อง "น้ำดื่มเพื่อสุขภาพ" เป็น Spot ยาว 1 นาที นำเสนอทั้งด้านจูงใจ และให้ความรู้โดยการใช้เงื่อนไขว่า ผลเสียของการดื่มน้ำไม่สะอาดจะมีโทษแก่ร่างกายอย่างไร ส่วนในการให้ความรู้คือการแนะนำวิธีผลิตน้ำสะอาดดื่มเองซึ่งประหยัดกว่าซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

Sticker เป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ส่วนอบรมและเผยแพร่ สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม ผลิตออกมาทุกปี และมีหลายแบบหลายเรื่อง เช่น "ที่นี่สะอาด" "ปฏิบัติถูกวิธี ใช้ส้วมนี้ไปอีกนาน" "ขจัดมลพิษวันนี้ เพื่อสุขภาพที่ดีในวันข้างหน้า" Stickers เหล่านี้มีทั้งประเภทที่มีเฉพาะข้อความอย่างเดียว และมีทั้งประเภทมีภาพประกอบ เรื่องนี้ได้รับทราบจากคุณเพลินพร ว่า ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในการจัดรณรงค์ตามวาระและเทศกาลต่างๆ ในแต่ละปี เวลาผลิตก็จะพิจารณาว่า Sticker เรื่องนั้นจะใช้ติดที่ใดและนานเท่าใด หากติดไว้ในที่แจ้งหรือทำยารถก็ต้องผลิตอย่างดี เพื่อป้องกันการหลุดลอก คุณเพลินพร กล่าวว่า พยายามทำสื่อประเภท Mobile Media คือ นอกจากจะจัดทำ Poster ปิดข้างรถเมล์ ขสมก. ตามที่กล่าวแล้ว ก็ยังได้นำรถ巴士ขนาดใหญ่ของราชการ 1 คัน ไปจ้างบริษัทพันธมิตรโฆษณาเรื่องอนามัยสิ่งแวดล้อมโดยทำเป็นรูปทัศนียภาพของสะพานสารวัตรรอบคันรถ ทั้งสองข้างของรถเขียนข้อความว่า "สำรวจและเฝ้าระวังคุณภาพน้ำ ร่วมแรง ร่วมรักษ์ ปกป้องเจ้าพระยา" เป็นลักษณะเดียวกันกับโฆษณาของรถเมล์ปรับอากาศ ขสมก. ซึ่งสำนักฯ ไม่สามารถจะไปจ้างทำได้เพราะเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก

สรุปได้ว่าในเรื่องเนื้อหาของสื่อนี้ คุณมาลินี จุลวัจนะ ผู้อำนวยการส่วนอบรมและเผยแพร่ กล่าวว่า

"เนื้อหาของสื่อควรจะต้องมีวัตถุประสงค์ทั้ง 2 อย่าง คือ นอกจากต้องการจูงใจแล้ว ควรจะต้องให้ความรู้ด้วยการรวมเนื้อหา 2 อย่างเข้าด้วยกัน ดีกว่าจะมุ่งเน้นเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง"

ประเภทของสื่อที่ใช้ เมื่อสำรวจดูรายการผลิตสื่อในปีงบประมาณ 2540 แล้ว เห็นได้ชัดเจนว่าการใช้สื่อสิ่งพิมพ์จะมีมากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้สำหรับการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ รวมถึงเป็นสื่อเฉพาะกิจและสื่อสำหรับประชาชนทั่วไป สื่อที่แปลกออกไปจากกองอื่นๆ ได้แก่ การการผลิต Sticker ที่กองต่างๆ ทางสายส่งเสริมสุขภาพไม่นิยมใช้กัน ทั้งที่การใช้ Sticker สามารถประหยัดค่าผลิตสื่อได้มาก แต่เป็นสื่อใช้ในเมืองมากกว่าชนบท เพราะสถานที่เหมาะสมในการติด คือที่สาธารณะหรือรถยนต์ นอกจากนั้นพบว่า ในงานสุขภาพสิ่งแวดล้อม มีเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ในงานเฝ้าระวังและพัฒนาอนามัยสิ่งแวดล้อมชุมชน จะมีวีดิทัศน์ และ Spot วิทยู เพิ่มเข้ามาด้วย ส่วนในงานคุ้มครองสุขภาพจากมลพิษ ไม่มีจัดทำสื่อ ซึ่งเนื่องมาจากเนื้องานส่วนนี้เน้นในเรื่องเทคนิคทางวิศวกรรมมากกว่าที่จะเกี่ยวข้องกับประชาชน

การใช้สื่อในแนวทางการส่งเสริมสุขภาพ สื่อของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม แม้จะมีไม่มากนัก แต่ก็มีการใช้ในแนวทางของการส่งเสริมสุขภาพอยู่บ้าง ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการดำเนินงานทุกด้านของ โครงการ "เมืองน่าอยู่" แล้ว พบว่าเป็นลักษณะของการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพที่เด่นชัด เนื่องจากมีรูปแบบการดำเนินงานที่ต้องร่วมมือประสานงานกันหลายองค์การ ส่วนสื่อที่มีแนวทางไปในลักษณะของการส่งเสริมสุขภาพคือ

- โปสเตอร์ ติดข้างรถเมล์และโปสเตอร์แยกขยะ
- คำขวัญ "บ้านน่าอยู่ เมืองน่าอยู่ อนามัยดี ชีวิตสดใส"
- จดหมายข่าว "ภาพข่าวอนามัยสิ่งแวดล้อม"

การประเมินผลสื่อ ยังไม่มีการประเมิน

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัย ในสายงานอนามัยสิ่งแวดล้อมนั้น งานด้านสื่อ ยังเป็นเรื่องสำคัญรองลงมาจากกิจกรรมอื่นๆ ตามที่กล่าวแล้วในหัวข้อการวางแผนการใช้สื่อ การใช้สื่อของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อมไม่สามารถจะวางแผนการใช้ได้ เนื่องจากสาเหตุที่ว่าต้องให้งบประมาณในส่วนการดำเนินงานในกิจกรรมหลักพอเพียงเสียก่อนจึงจะดำเนินการในเรื่องสื่อได้ จำนวนงบประมาณในด้านสื่อในแต่ละปีจะได้แน่นอนมีเพียงสองรายการคือการจัดทำวารสาร อนามัยสิ่งแวดล้อม และวารสารภาพข่าวอนามัยสิ่งแวดล้อม ซึ่งใช้งบประมาณเพียงเล็กน้อย ดังนั้นหากปัญหางบประมาณได้รับการแก้ไข คือได้รับมากขึ้นและไม่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยมากนักก็จะทำให้สามารถปรับปรุงวิธีการใช้สื่อได้มากขึ้นและยังเป็นผลให้ผู้รับผิดชอบด้านสื่อสามารถพิจารณาไปถึงเรื่องของการวางแผนการประเมินผลสื่อได้อีกด้วย

จากการได้สัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ทราบว่าแม้จะมีงบประมาณด้านสื่อน้อย แต่ผลของการดำเนินงานก็อยู่ในระดับที่ผู้ปฏิบัติพอใจ และเข้าใจรู้จักการแก้ปัญหาอย่างชาญฉลาดโดยวิธีต่างๆคือ ใช้กลวิธีในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น ซึ่งเห็นได้ชัดเจนจากการจัดทำข่าวแจก 9 ข่าว มากกว่าหน่วยงานอื่นๆในกรมอนามัย ซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลดีและประหยัดงบประมาณอีกด้วย คุณมาลินี กล่าวว่า นอกจากข่าวประชาสัมพันธ์แล้ว ยังพยายามส่งข่าวหรือบทความที่น่าสนใจทั้งในและต่างประเทศไปยังสื่อมวลชนทุกสาขา เพื่อไม่ให้เรื่องเกี่ยวกับอนามัยสิ่งแวดล้อมหยุดนิ่งอยู่กับที่ ก็จะช่วยให้ประชาชนสามารถสัมผัส กับเรื่องราวอนามัยสิ่งแวดล้อมอยู่อย่างสม่ำเสมอ เป็นลักษณะของการทำประชาสัมพันธ์กิจกรรมมากกว่าที่จะทำประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

#### 4.5.6 การใช้สื่อกองอาชีพอนามัย

##### 4.5.6.1 งานพัฒนาอาชีพอนามัยและอาชีพเวชกรรม

พันธกิจ (Mission) พัฒนาสุขภาพอนามัยของผู้ประกอบอาชีพทุกกลุ่มอาชีพให้สามารถประกอบอาชีพได้อย่างปลอดภัยและปลอดภัย

กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540

การเฝ้าระวังโรคชิลิโคซิส และโรคพิษตะกั่ว

<u>กิจกรรม/โครงการ</u>	<u>งบประมาณ (ล้านบาท)</u>
1. สนับสนุนอุปกรณ์และเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์การแพทย์เพื่อเสริมศักยภาพฝ่ายอาชีพเวชกรรมใน รพศ. / รพท,	69.06
2. อบรมแพทย์ / พยาบาล / จนท.สร.	2.42
3. เฝ้าระวังโรคชิลิโคซิส และโรคพิษตะกั่ว	3.6
4. สำรวจ/แนะนำปรับปรุงสถานประกอบการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	2.76
5. ปรับปรุงสถานประกอบการให้เป็นสถานประกอบการตัวอย่าง	0.32
6. ให้บริการตรวจสุขภาพแก่ผู้ประกอบการอาชีพ	1.12
7. ตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.84
8. ตรวจวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ	2.04
9. ตรวจคัดกรองเกษตรกรกลุ่มเสี่ยงด้วยอุปกรณ์พิเศษ	1.19
10. ศึกษารูปแบบการเฝ้าระวังโรค	0.12
11. พิจารณาร่างและประกาศกฎกระทรวงตาม พรบ.การสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (งบฯสมาคมนามัย)	
12. จัดทำเกณฑ์มาตรฐานการวินิจฉัยโรคจากการทำงาน	5.0
13. พัฒนาระบบสารสนเทศ	1.92
<u>รวมเงินทั้งสิ้น</u>	<u>90.39</u>

รายการใช้สื่องบประมาณ

สไลด์ - อันตรายจากฟอสเฟส

(ไม่ได้แยกเป็นรายกิจกรรม)

- โรคจากการประกอบอาชีพ

โทรทัศน์ - สารคดีสั้นออกอากาศทาง ททบ.5 จำนวน 40 ตอน

แผ่นพับ - โรคแพ้พิษตะกั่ว

- สารทำลายกับโรคที่เกิดจากการประกอบอาชีพ

- แนะนำกองอาชีพอนามัย

หนังสือเล่มเล็ก

- คู่มือการป้องกันอันตรายจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืช

- อันตรายจากเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์

โปสเตอร์

- สวมอุปกรณ์ป้องกันชีวิตท่านจะปลอดภัย

- แสงจ้าอันตรายสายตา

- ข้อควรปฏิบัติและการดูแลสุขภาพเมื่อใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช

Press Release

3 ข่าว

แถลงข่าว

- การป้องกันการสูญเสียการได้ยินและการบาดเจ็บร้ายแรงใน รง.อุตสาหกรรมสิ่งทอ

รวมเป็นเงินทั้งสิ้น

2.260.400

การวางแผนการใช้สื่อ มีลักษณะเช่นเดียวกับกองอื่นๆ เมื่อสอบถามจาก คุณทวีวรรณ สิริพันธ์ นักวิชาการสาธารณสุข 8 ที่ปรึกษาผู้อำนวยการกองอาชีพอนามัย อดีตหัวหน้ากลุ่มงานอบรม และเผยแพร่ ได้บอกว่า

" การวางแผนการใช้สื่อได้วางตามแผนงานและโครงการ คือดูว่าโครงการอะไรสำคัญบ้าง ก็วางแผนการใช้สื่อสนับสนุนโครงการเหล่านั้น "

คุณธนิต บรรเทา นักวิชาการสิ่งแวดล้อม 7 เป็นผู้ทำงานการผลิตสื่อของกองอาชีพอนามัยมานานกว่าคนอื่น ๆ กล่าวว่

"โดยปกติการวางแผนในการผลิตสื่อ จะทำ Slide ปี ละ 2 เรื่อง ๆ ละ 90 ชุด คือส่งให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและศูนย์อนามัยสิ่งแวดล้อมเขตต่าง ๆ และผลิตวีดิทัศน์ปีละ 1 เรื่อง รายการโทรทัศน์ไม่ได้ตั้งงบประมาณไว้ แต่ที่เห็นมีรายการโทรทัศน์ในปี 2540 นั้นก็เอาเงินจากส่วนอื่นมาทำ ส่วนรายการวิทยุเมื่อก่อนมีเดี๋ยวนี้ไม่มีแล้ว"

จะเห็นว่าแท้จริงแล้วเป็นการวางแผนการผลิตสื่อต่างๆ มากกว่าที่จะเป็นการวางแผนการใช้สื่อจริงๆ และงบประมาณในการผลิตสื่อที่ได้รับแน่นอนก็คือการผลิต Slide 2 เรื่อง และการผลิตวีดิทัศน์ 1 เรื่องเท่านั้น นอกจากนั้นแล้วจะดูเหมือนว่าจะต้องขึ้นอยู่กับว่ามีงบประมาณส่วนไหนเหลืออยู่บ้างจึงจะนำมาใช้เพื่อดำเนินงานในเรื่องสื่อได้และเมื่อนำเอางบประมาณการดำเนินงานทุกกิจกรรม จำนวน 90.83 ล้านบาท มาเปรียบเทียบกับงบประมาณเพื่อการใช้สื่อที่ได้รับ 2.26 ล้านบาท แล้วทำให้เห็นว่าเป็นสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับการใช้งบประมาณด้านสื่อในสายงานส่งเสริมสุขภาพ นอกจากจะได้น้อยแล้วยังไม่แน่นอนอีกด้วย เมื่อเป็นเช่นนี้จึงน่าจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ไม่สามารถจะวางแผนการดำเนินงานด้านสื่อได้นอกจากวางแผนการผลิตสื่อ เพียง 3 รายการที่ได้รับแน่นอนเป็นประจำทุกปีเท่านั้น ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับสถานการณ์การใช้สื่อในสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม

กลุ่มเป้าหมาย การใช้สื่อในงานพัฒนาอาชีพอนามัยและอาชีพเวชกรรมนั้น คุณรัชนีกร ชมสวน หัวหน้ากลุ่มงานอบรมและเผยแพร่คนใหม่ ซึ่งได้มารับหน้าที่แทนคุณทวีวรรณ กล่าวว่า การจัดทำสื่อนั้น เพื่อต้องการใช้กับกลุ่มเป้าหมายหลัก คือกลุ่มเจ้าหน้าที่สาธารณสุขของจังหวัดและของศูนย์อนามัยสิ่งแวดล้อมเขต ทั้งนี้เพื่อต้องการพัฒนากลุ่มเจ้าหน้าที่ให้รู้จักงานอาชีพอนามัยก่อน สื่อหลักที่ใช้ในกลุ่มนี้ คือ Slideประกอบการสอน เรื่องโรคและอันตรายที่เกิดจากการทำงาน Slideนี้ยังนำไปใช้สอนนักศึกษาสาธารณสุขศาสตร์ระดับปริญญาตรี ด้วย กลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มคือ กลุ่มคนงาน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป ซึ่งสื่อจะมีเนื้อหาว่าง่ายกว่ากลุ่มเป้าหมายแรก กลุ่มเป้าหมายนี้ใช้โทรทัศน์เป็นสื่อ

การผลิตสื่อ คุณธนิต บรรเทา ซึ่งมีพื้นฐานการศึกษามาทางเทคโนโลยีการผลิตสื่อสาขาการถ่ายภาพ และมีประสบการณ์ในการผลิตสื่อมายาวนาน กล่าวว่าสไลด์ทุกเรื่องเธอผลิตขึ้นเอง ก่อนการผลิตก็ต้องตั้งวัตถุประสงค์ก่อน โดยมากก็เพื่อการป้องกันหรือสอนวิธีป้องกันไม่ให้เกิดโรคนั้น ๆ เช่น การทำสไลด์จะเริ่มจากการศึกษาหาความรู้ในเรื่องนั้น เอามาเขียนสคริปและเนื่องจากเธอไม่ได้เป็น

นักวิชาการทางอาชีวอนามัยโดยตรง ก็จะนำสคริปไปให้นักวิชาการตรวจสอบความถูกต้องก่อน เมื่อตรวจสอบแล้ว ก็จะเริ่มหาภาพให้ตรงกับเนื้อหาตามสคริป เมื่อถามถึงรายละเอียดของการผลิตโปสเตอร์ คุณธนิต บรรเทา กล่าวว่า

“ ทางนี้ทำเองค่ะ ช่วยกันคิดแล้วช่วยกันเลือก ภาพถ่ายก็ไปถ่ายกันมาเองก็พอทำได้ไม่ยาก ”

ส่วนรายการโทรทัศน์สารคดีเป็นตอน ๆ นั้น เธอกล่าวว่า ออกในรายการ คลินิก ช่อง 5 โดยกองฯ เป็นฝ่ายกำหนดเนื้อหาให้ บางครั้งก็เอาบริษัท (บริษัทดี.เอ็ม อินเทอร์เน็ตคอมมูนิเคชั่น จำกัด) ไปถ่ายของจริงในโรงงานด้วย แต่หลังจากติดต่อเรียบร้อยแล้วก็ไม่ได้ตรวจสอบความถูกต้อง คือออกอากาศไปเลย บางครั้งก็ผิดบ้าง ซึ่งเธอก็ทราบว่าจริง ๆ แล้วควรได้รับการตรวจสอบอีกครั้งจะทำให้เนื้อหาไม่เกิดการผิดพลาดขึ้น

กลยุทธ์การใช้สื่อ กองอาชีวอนามัย ใช้วิธีการอบรมกันเป็นทอดๆ สำหรับการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เจ้าหน้าที่ได้แก่ อบรมเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดและเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนามัยสิ่งแวดล้อมเขต เพื่อที่จะให้มีความรู้แล้วนำความรู้ไปอบรมและจูงใจให้แก่ผู้ประกอบการและกลุ่มคนงานในจังหวัดของตนต่อไป จึงมีรูปแบบใกล้เคียงกับรูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่สมดุทธ์ ( The Two- Way Asymmetric Model) ของ Gruning และ Hunt มากที่สุด ส่วนกลยุทธ์อีกรูปแบบหนึ่งนั้นได้แก่การใช้กลยุทธ์ของการกระจายข่าวสารชนิดเผยแพร่ออกไปทันทีเพื่อกระจายข่าวสารไปให้กว้างขวางและถึงประชาชนมากที่สุด ในรูปแบบของข่าวสารสาธารณะ (The Public Information Model) ของ Gruning และ Hunt ได้แก่รายการคลินิก ช่อง 5 ช่วง “รอบโลกรอบรู้”

แนวเนื้อหาของสื่อและลักษณะของการนำเสนอ คุณ ธนิต บรรเทา กล่าวว่า สไลด์จะมีเนื้อหาทางวิชาการมาก แต่ก็พยายามใช้ภาพต่าง ๆ ทำให้น่าสนใจเพื่อให้เจ้าหน้าที่สาธารณสุขและนักศึกษา ผู้เรียนไม่เกิดความเบื่อหน่าย ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผู้วิจัยสำรวจได้คือ โปสเตอร์และแผ่นพับ มีทั้งการนำเสนอด้วยรูปภาพ ภาพถ่าย และภาพการ์ตูน โปสเตอร์มีทั้งขนาดตัด 2 และขนาดตัด 4 ใช้นิ้วเรื่องตรงไปตรงมา เช่น “สวมอุปกรณ์ป้องกัน ชีวิตท่านจะปลอดภัย” หรือ “ข้อควรปฏิบัติและการดูแลสุขภาพเมื่อใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช” นอกจาก นั้นบางเรื่องก็ยังคงใช้ศัพท์วิชาการ เช่น แผ่นพับ มีชื่อเรื่องว่า “สารทำลายลาย กับโรคจากการประกอบอาชีพ : โรคจากกลุ่มอะโรมาติก ไฮโดรคาร์บอน”

คุณรัชนิกร ชมสวน มีความคิดเห็นว่าการถ่ายภาพมากกว่าภาพการ์ตูน เนื่องจากภาพถ่ายจะให้เห็นถึงความเป็นจริงมากกว่า คุณธนิต บรรเทา เล่าว่า ส่วนมากผู้อำนวยการกองหรือผู้บริหารทุกท่านที่ผ่านมาชอบที่จะให้สื่อออกมาในลักษณะสดใส สวยงาม สะอาดตาแก่ผู้พบเห็น ไม่มีสื่อที่ออกมาในลักษณะน่ากลัว เนื่องจากเนื้อหาส่วนมากมักจะเน้นให้รู้จักป้องกันตนเอง

สื่อที่น่าสนใจของกองอาชีวอนามัยขั้นหนึ่งที่แปลกแตกต่างไปจากสื่ออื่นๆแม้ว่าจะเป็นสื่อให้ความรู้ก็ตาม คือหนังสือเล่มเล็กเรื่อง คู่มือการป้องกันอันตรายจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืช มีขนาด 5" x 8" หน้า 30 หน้า เย็บเล่มแบบมุงหลังคา หน้าปกมีพื้นเป็นสีน้ำเงินอมม่วง มีภาพการ์ตูนเป็นชาวสวนกำลังฉีดยาฆ่าแมลงไปที่แปลงปลูกผัก แต่แสดงท่าทางกำลังคิดถึงว่าถ้าสารเคมีนั้นไปถูกแม่ไก่กำลังฟักไข่ ไปถูกปลาและกบในท้องร่องจะเป็นอย่างไร เมื่อเปิดดูด้านในมีเนื้อหาและภาพประกอบที่น่าสนใจกล่าวคือ ทุกหน้าจะมีภาพประกอบที่เป็นภาพการ์ตูนทั้งเล่ม มีคำบรรยายไม่มากมีเท่าที่จำเป็น ภาพการ์ตูนน่ารัก และสอดแทรกมุขตลกและทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะดูและไม่เบื่อหน่าย ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นได้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายมากชิ้นหนึ่ง

ส่วนรายการโทรทัศน์ รายการคลินิกช่อง 5 ช่วง "รายการรอบโลกรอบรู้" ของกองอาชีวอนามัยผลิตโดยบริษัท ดีเอ็ม อินเทอร์เน็ตคอมมูนิเคชั่น จำกัด มีลักษณะรายการคล้ายคลึงกับรายการ "โภชนาการดี ชีวิตมีสุข" ของกองโภชนาการที่ผลิตโดยบริษัทเดียวกัน ออกในรายการเดียวกัน และมีความยาวตอนละ 5 นาทีเท่ากัน ก็เป็นเรื่องของการเผยแพร่ความรู้ ธรรมดาที่ยังไม่มีอะไรน่าสนใจ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าลักษณะสื่อของงานอาชีวอนามัย น่าจะนำเอาเรื่อง Fear Appeal นำมาสร้างจุดสนใจได้ดี โดยเฉพาะเพื่อสร้างจิตสำนึกในเรื่องความไม่ประมาท เช่นเสนอ ภาพคนพิการหรือให้คนพิการเป็น Presenter แสดงความเสียใจที่ตนเองต้องสูญเสียอวัยวะอันเนื่องมาจากความประมาททำให้ต้องกลายเป็นคนพิการ อาจสร้างอารมณ์ให้คนดูเกิดความกลัวหรือมีอารมณ์คล้อยตามได้ บางเรื่องต้องการกลวิธีใหม่มานำเสนอ เช่น เรื่องความปลอดภัยในการทำงาน เป็น แนวความคิดที่เกิดขึ้นมานานแล้ว เมื่อใช้หลักของการใช้สื่อกับวงจรชีวิตสินค้ามาพิจารณาจะเห็นว่าความปลอดภัยเปรียบเหมือนสินค้าที่กำลังอยู่ในระยะถดถอย (Decline) หรือเป็นสินค้าที่มีมานานแล้วจึงไม่ต้องใช้การให้ความรู้อีกควรจะหารูปแบบหรือวิธีใหม่ๆมานำเสนอและหากนำหลักการตลาดทางสังคมมาใช้ก็



น่าจะได้ผลมากขึ้น เพราะการสูญเสียอวัยวะ พิกการ หรือเสียชีวิต เป็นเรื่องที่สามารถดีค่าออกเป็นเงิน ให้เห็นชัดเจนได้ง่ายกว่าเรื่องสุขภาพอื่นๆ ซึ่งเป็นหลักของการใช้วิธีจูงใจ (The Use of Incentive) ที่มักจะนำมาใช้ในการตลาดทางสังคม คนงานจะคิดและเปรียบเทียบได้ เห็นประโยชน์ได้ชัดเจนและผลสุดท้ายก็คือการปฏิบัติตามคำแนะนำ

ประเภทของสื่อที่ใช้ เท่าที่สำรวจและสอบถามปรากฏว่า กองอาชีวอนามัยมีสื่อที่ใช้เป็นประจำคือ วิดีทัศน์ สไลด์ จะใช้เป็นสื่อการเรียนการสอน ส่วน โปสเตอร์ แผ่นพับ สารคดีทางโทรทัศน์ จะใช้เพื่อเผยแพร่แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั่วไป สไลด์ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ผลิตเองและสะสมมาเรื่อยๆ มีอยู่ 43 เรื่อง และมีวีดิทัศน์ที่รวบรวมไว้ รวมทั้งรายการสารคดี 5 นาทีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ด้วยมีทั้งหมด 108 เรื่อง

การใช้สื่อในแนวทางการส่งเสริมสุขภาพ เมื่อสัมภาษณ์เรื่องสื่อในงานส่งเสริมสุขภาพ กับคุณ ทวีวรรณ สิริพันธ์ นักวิชาการสาธารณสุข 8 ได้รับคำบอกว่า

"ในสายสิ่งแวดล้อม Concepts เรื่อง Health Promotion ยังไม่มีเลย ที่งานอาชีวอนามัยนี้ไม่มีเลย ที่รู้ก็เพราะตัวเองทำวิจัย เรื่อง งานส่งเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ.....เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ยังไม่รู้เลย เพราะ Concepts Health Promotion ยังเป็นเรื่องใหม่ สื่อยังคงเน้นแค่การป้องกันโรค คือเน้น Prevention and Control disease ที่ยังเป็น Concepts เดิม ๆ"

การประเมินผล ยังไม่มีการประเมินผลสื่ออย่างเป็นระบบ ส่วนมากจะรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้คือเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ที่นำสื่อไปใช้สอนหรือฝึกอบรม

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัย จากคำบอกเล่าของคุณทวีวรรณ ที่ว่า แนวคิดเรื่องการส่งเสริมสุขภาพยังไม่มีนั้นเป็นการสะท้อนประเด็นปัญหาได้ตรงจุด ทำให้สื่อต่างๆของทุกหน่วยงานยังเป็นสื่อให้ความรู้ ที่ยังไม่มีใครกล้าละเลยในเรื่องนี้ เนื่องจากต่างก็ยึดแนวคิดของหลักการทางสุขศึกษาในเรื่องการเรียนรู้ หรือที่เรียกกันว่า KAP คือคนต้องมีความรู้(Knowledge)ก่อน จึงจะเกิดทัศนคติที่ดี (Attitude)แล้วจึงก่อให้เกิดพฤติกรรม (Practice) และนอกจากนั้นการส่งเสริมสุขภาพยังมีลักษณะพิเศษที่ว่ากิจกรรมทุกอย่างและรวมถึงการใช้สื่อต่างก็ต้องดำเนินการไปพร้อมๆกัน ต้องวางแผนร่วมกันจึงจะประสบความสำเร็จ เปรียบได้กับการวางแผนการขายสินค้า ที่ต้องวางแผนร่วมกันตั้งแต่ฝ่าย

ผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน และฝ่ายโฆษณาเผยแพร่ เพื่อให้ทุกอย่างดำเนินไปเป็นเหมือนสิ่งเดียวกัน ดังนั้นการส่งเสริมสุขภาพจะเกิดขึ้นหรือไม่จึงไม่ใช่เป็นเรื่องสื่ออย่างเดียวต้องพิจารณาองค์ประกอบของกิจกรรมทุกอย่างด้วย

#### 4.5.7 การใช้สื่อของกองประปาชนบท

##### 4.5.7.1 งานจัดหาและพัฒนาน้ำสะอาด

พันธกิจ (Mission) ดำเนินการจัดหาและพัฒนาน้ำสะอาดให้แก่ประชาชนในชนบท โดยเน้นหนักหมู่บ้านที่อยู่นอกเขตเทศบาลและสุขาภิบาล และให้ความช่วยเหลือสนับสนุนการดำเนินงานในการจัดหาน้ำสะอาดให้แก่องค์กรท้องถิ่น สถานบริหารสาธารณสุขและหน่วยงานต่างๆ

กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540 คือ

เร่งรัดขยายงานประปาชนบท

กิจกรรม/โครงการ	งบประมาณ(ล้านบาท)
1. จัดหาและพัฒนาน้ำสะอาด 6 กิจกรรม	313.56
2. โครงการเร่งรัดขยายระบบประปาชนบท 4 กิจกรรม	2368.88
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	2682.44

รายการใช้สื่อ	งบประมาณ
โปสเตอร์ "จัดหาน้ำสะอาด" 10,000 แผ่น	71,900
โปสเตอร์ชุด "ไฟไหม้ ตึกถล่ม จะเอาตัวรอดได้อย่างไร" 30 แผ่น	----
Press Release	
-กรมอนามัยเร่งให้ความช่วยเหลือจัดหาน้ำสะอาดให้ผู้ประสบภัย	
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	71,900

การวางแผนการใช้สื่อ กองประปาชนบท เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งมานานแล้ว แต่กลุ่มงานอบรมและเผยแพร่เป็นกลุ่มงานใหม่ที่เพิ่งมีขึ้นในปีงบประมาณ 2540 ยังไม่มีการตั้งงบประมาณรองรับ ดังนั้นจึงยังไม่มีแผนการทำงานในเรื่องสื่อ

กลุ่มเป้าหมาย กองประชาชนบทมีกลุ่มเป้าหมายที่ต้องเกี่ยวข้องกับอยู่ 2 กลุ่มคือ

1. เจ้าหน้าที่สาธารณสุขเพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานการประปาหมู่บ้านเพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลอีกต่อหนึ่ง
2. ประชาชนทั่วไปในชนบท เพื่อให้ความร่วมมือและช่วยกันดูแลรักษาระบบประปาหมู่บ้าน

การผลิตสื่อ สื่อที่กลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ กองประชาชนบทผลิตครั้งแรกได้แก่ เอกสารชนิดโรเนียว ใช้สำหรับการอบรมประชาชนเรื่องการซ่อมแซมและการบำรุงรักษาระบบประปา ต่อมาได้ผลิตโปสเตอร์ 1 เรื่อง โดยเป็นผลงานของเจ้าหน้าที่เอง จ่ายงบประมาณเฉพาะค่าจ้างโรงพิมพ์ไปเป็นเงิน 71,900 บาท ได้โปสเตอร์มาจำนวน 10,000 แผ่น ต่อมาได้ผลิตโปสเตอร์ชุด เรื่อง ไฟไหม้ ดีกลุ่มจะเอาตัวรอดได้อย่างไร แต่เป็นโปสเตอร์ประกอบการบรรยายไม่ได้ใช้ปิดเผยแพร่

กลยุทธ์การใช้สื่อ การก่อสร้างระบบประปาหมู่บ้าน เป็นการใช้เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ไปกระตุ้นให้ประชาชนและผู้นำหมู่บ้านร่วมมือกับส่วนราชการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคน สื่อสำคัญในที่นี้ก็คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขในตำบลและอำเภอที่จะไปขุดเจาะประปานั้นเอง ลักษณะของการติดต่อสื่อสารจึงเกิดขึ้นระหว่างเจ้าหน้าที่ กับกลุ่มประชาชนเพื่อทำความเข้าใจถึงวิธีการดำเนินงานการก่อสร้างระบบประปาหมู่บ้าน ดังนั้นจึงมีลักษณะของการใช้กลยุทธ์ในรูปแบบของการสื่อสารสองทางที่สมดุลย์ (Two-way Symetric Model) มากที่สุด วิธีการนี้นับว่าเหมาะสมกับการดำเนินงานของกองประชาชนบทดีแล้ว เนื่องจากว่าช่วงระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่การหาพื้นที่ดำเนินการ ระยะเวลาการก่อสร้าง และการดูแลรักษา ต้องทำความเข้าใจกับประชาชนในหมู่บ้านพื้นที่ตลอดเวลา

การใช้สื่อของกองประชาชนบท มีระยะเวลาการใช้สื่อที่สำคัญอยู่ 2 ระยะ คือ

ระยะก่อนการก่อสร้างประปาหมู่บ้าน จะใช้สื่อบุคคลคือเจ้าหน้าที่ และหนังสือเรื่องการจัดสร้างประปาหมู่บ้าน ทำการเผยแพร่ขอความร่วมมือกับประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้เห็นด้วยกับการก่อสร้าง (ปัจจุบันก็มีการผลิตวิดิทัศน์เรื่อง "กว่าจะมาประปาหมู่บ้าน" แทนการใช้หนังสือ)

ในระยะระหว่างก่อสร้างและหลังก่อสร้าง ก็จะมีการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนและให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการซ่อมแซมบำรุง รักษากิจการประปาหมู่บ้านและมีการใช้สื่อบุคคลและแผ่นพับ รวมถึง

การใช้เอกสารโรเนียว (หลังปีงบประมาณ 2540 มีการออกวารสาร "สารเพื่อการประปา" ราย 3 เดือน เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว)

แนวเนื้อหาของสื่อและลักษณะการนำเสนอ เนื้อหาของสื่อ โปสเตอร์ จะเป็นการสร้างแรงจูงใจ มีลักษณะของการเร้าอารมณ์ (Emotional Appeal) เป็นภาพเด็กในชนบทกำลังเล่นน้ำอย่างสนุกสนานที่ก๊อกประปาของหมู่บ้าน สร้างภาพให้เห็นว่ากรมอนามัยได้นำน้ำสะอาดมาสู่ประชาชน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี

รายละเอียดของโปสเตอร์มีดังนี้ เป็นโปสเตอร์ขนาดตัด 2 คือ 20 ½" x 30 ½" พิมพ์ด้วยระบบออฟเซต 4 สี สีพื้นด้านบนเป็นสีฟ้าเข้ม แล้วไล่ลงมาเป็นสีฟ้าอ่อนทางด้านล่าง มีภาพเด็กอายุ 4-9 ขวบ หญิง 2 คน ชาย 3 คน กำลังเล่นอาบน้ำในตุ่มที่รองน้ำประปาในหมู่บ้านอย่างสนุกสนาน น้ำกระเซ็นเป็นฝอย เนื้อที่ของภาพโตครึ่งหนึ่ง ของโปสเตอร์ ด้านบนมีตัวอักษร แบ่งออกเป็นสามบรรทัด " ร่วมจัดหาน้ำสะอาด เพื่อคุณภาพชีวิตคนไทย.....ก้าวไปกับ กรมอนามัย....." ส่วนเนื้อที่ว่างที่เหลือด้านล่าง พิมพ์สถานที่ติดต่อสำหรับประชาชนจะไปติดต่อขอประปาหมู่บ้านได้ทั่วประเทศ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าโปสเตอร์ชิ้นแรกของกองประปาชนบท เป็นผลงานที่ดี เนื่องจากเป็นสื่อที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับกรมอนามัย หรือที่เรียกว่า Corporate Advertising และยังเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจที่จะให้ประชาชนในหมู่บ้านร่วมกลุ่มกันขอจัดตั้งประปาหมู่บ้านจากกองประปาชนบทอีกด้วย สิ่งจูงใจดังกล่าวนี้ ก็คือข้อความและภาพความสดชื่นของเด็กๆ ที่ได้ใช้น้ำอย่างอุดมสมบูรณ์ตามที่กล่าวมาแล้ว นอกจากนี้การบอกสถานที่ให้ประชาชนติดต่อสำหรับขอความช่วยเหลือเรื่องน้ำประปาทั่วประเทศไว้อีกด้วย

ประเภทของสื่อที่ใช้ คุณกนิษฐา ไทยอุดม ตำแหน่งนักวิชาการสุขาภิบาล 6 แต่ปฏิบัติงานในหน้าที่ประชาสัมพันธ์ กล่าวว่าสื่อที่ใช้ในปีงบประมาณ 2540 นั้น มีสื่อบุคคล คือเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และสื่อสิ่งพิมพ์ ( แต่หลังจากปี 2540 แล้ว กลุ่มงานอบรมฯ ได้จัดทำวีดิทัศน์ และวารสาร "สารเพื่อการประปา" ดังได้กล่าวแล้ว) ส่วนการใช้สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ก็มีบ้างเป็นครั้งคราว โดยมากจะส่งวีดิทัศน์ บทความและข่าวไปให้สื่อต่างๆ โดยตรง

การใช้สื่อในแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพ แม้อุเหมือนว่างานด้านสื่อจะมีเพียงเล็กน้อยคือในปีงบประมาณ 2540 มีเพียงโปสเตอร์ที่ผลิตขึ้นเรื่องเดียว แต่กองประชาสัมพันธ์มีการทำงานในลักษณะของการส่งเสริมสุขภาพอยู่ด้วย กล่าวคือการทำหน้าที่ไปติดต่อสร้างความเข้าใจกับชาวบ้านก็คือการขายตรงในหลักการตลาดนั่นเองและเป็นการดำเนินงานในเชิงรุก เจ้าหน้าที่จึงมีบทบาทในลักษณะของการส่งเสริมสุขภาพที่สำคัญเป็นอย่างมาก คือ เป็น Advocate ให้ประชาชนตื่นตัวต้องการน้ำสะอาด เป็นผู้สนับสนุน (Enable) โดยการอบรมให้ประชาชนมีความสามารถดูแล รักษา และซ่อมแซมประปา และเป็นคนกลาง(Mediate)ในการประสานผลประโยชน์ให้แก่ประชาชนที่จะจัดหาแหล่งก่อสร้างหอประปาหมู่บ้านด้วย

การประเมินผลสื่อ ไม่มีการประเมินในช่วงระยะเวลาที่ทำการวิจัย

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัย เท่าที่เห็นได้ชัดเจน คือการขาดงบประมาณที่ใช้ในด้านสื่อแม้ว่ากองนี้จะมียังงบประมาณจำนวนมากแต่ก็เป็นงบประมาณการสำหรับการก่อสร้างประปาขนาดต่างๆซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นมากกว่าเหมือนกันกับการใช้งบประมาณของสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อมที่การใช้งบประมาณในเรื่องสื่อต้องตามหลังงานหลักอื่นๆ แต่หากมองในด้านส่งเสริมสุขภาพและสิ่งแวดล้อมแล้วจะเห็นได้ว่างานนี้เป็นงานที่สร้างพลังชุมชนได้ไม่ยากเนื่องจากประชาชน และชุมชนต่างมีความต้องการความสะอาดและปลอดภัยในเรื่องน้ำเหมือนกันทุกคน ทำให้สามารถนำแนวคิดของการส่งเสริมสุขภาพมาใช้ดำเนินการให้สำเร็จได้ และอาจใช้เป็นบันไดหรือช่องทางให้สามารถดำเนินการส่งเสริมสุขภาพในเรื่องอื่นๆสะอาดอีกด้วย

#### 4.5.8 การใช้สื่อของกองสุขาภิบาลอาหาร

##### 4.5.8.1 งานสุขาภิบาลอาหาร

พันธกิจ (Mission) พัฒนาเทคโนโลยีองค์ความรู้ และการบริหารจัดการด้านสุขาภิบาลอาหาร อันจะเป็นการลดความเสี่ยงในการบริโภคอาหารที่ไม่ปลอดภัยจากสถานประกอบการด้านอาหารและครัวเรือน รวมทั้งการพัฒนาพฤติกรรมด้านสุขาภิบาลอาหาร ผู้บริโภคและผู้สัมผัสอาหารให้ถูกต้อง

กิจกรรมที่เน้นหนักในปีงบประมาณ 2540 คือ

1. รณรงค์ล้างตลาด
2. รณรงค์กินเนื้อสัตว์ปรุงสุก
3. รณรงค์สุขอนามัยในชนบท
4. รณรงค์ความปลอดภัยด้านอาหารในโรงเรียน
5. สาธิตการล้างมือที่ถูกต้องลักษณะ

กิจกรรม/โครงการ	งบประมาณ(ล้านบาท)
1.สนับสนุนการปรับปรุงสถานประกอบการด้านอาหาร	2.12
2. สนับสนุนการเฝ้าระวังด้านสุขาภิบาลอาหาร	0.83
3. รณรงค์ล้างตลาด	0.67
4.รณรงค์กินเนื้อสัตว์และปลาปรุงสุก	6.08
5.รณรงค์สุขอนามัยอาหารในชนบท	9.65
6.รณรงค์ความปลอดภัยด้านอาหารใน รร.	3.0
7.สนับสนุนการปรับปรุงสุขาภิบาลอาหารในชนบท	29.04
8.สาธิตการล้างมือที่ถูกต้องลักษณะ	3.82
9.ศึกษาวิจัย	1.5
10.พัฒนาบุคลากร	0.5
11.เร่งรัดการดำเนินงานสุขาภิบาลอาหารในเขตเมือง	1.1
<u>รวมเงินทั้งสิ้น</u>	<u>58.31</u>

รายการใช้สื่อ งบประมาณ(ไม่ได้แยกรายกิจกรรม)

- แบบตรวจ ร้านและสถานที่จำหน่ายอาหาร ประเภทและชนิดต่างๆ
- 140,500 ชุด

หนังสือ

- ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหารสำหรับร้านอาหาร 18,000 เล่ม
- ข้อปฏิบัติตามมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารสำหรับร้านอาหาร 12,000 เล่ม
- ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหารสำหรับสถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหาร 10,000 เล่ม

รายการใช้สื่อ (ต่อ)งบประมาณ(ไม่ได้แยกรายกิจกรรม)

- การใช้ชุดทดสอบ SI-2 ในการตรวจสอบคุณภาพ อาหาร 2,500 เล่ม
- การศึกษาการเฝ้าระวังสภาวะการสุขาภิบาลอาหาร 100 เล่ม

คู่มือ

- วิชาการสุขาภิบาลอาหารสำหรับเจ้าหน้าที่ 10,000 เล่ม
- ความรู้เรื่องสุขาภิบาลอาหารสำหรับนักเรียนประถมศึกษา 15,000 เล่ม
- ล้างมือแปรงฟันที่ถูกสุขลักษณะ 50,000 เล่ม
- สุขาภิบาลอาหารสำหรับผู้บริโภค 63,000 เล่ม
- ผู้สัมผัสอาหาร 63,000 เล่ม
- การบริโภคอาหารเนื้อสัตว์ปรุงสุก 50,000 เล่ม
- สำหรับแม่บ้านอาสาสมัครสุขาภิบาลอาหารในชนบท 80,000 เล่ม
- คู่มือเทคนิคการเป็นวิทยากร 350 เล่ม
- การบริโภคเนื้อสัตว์ปรุงสุก (ชุดละ 9 แผ่น) 660 ชุด
- นิทรรศการสุขาภิบาลอาหาร (ชุดละ 30 แผ่น) 700 ชุด

แผ่นพับ

- เรื่องภาชนะใส่อาหาร 800,000 แผ่น

สิ่งพิมพ์อื่นๆ

- บทวิทยุการสุขาภิบาลอาหาร ชุด ฉลาดซื้อ ปรุง บริโภค 10,000 เล่ม
- การศึกษาการเฝ้าระวังสภาวะการสุขาภิบาลอาหาร 100 เล่ม
- คู่มือบัตรสำหรับผู้สัมผัสอาหาร 10,000 เล่ม
- เอกสารสรุปการประชุมสัมมนาผู้บริหารเรื่องการพัฒนาปรับปรุงสุขาภิบาลอาหาร สถานที่จำหน่ายอาหาร 400 เล่ม
- จุลสารสุขาภิบาลอาหาร 3 ฉบับ 7,500 เล่ม

Press Release 2 ข่าว

รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1.810.200

การวางแผนการใช้สื่อ มีลักษณะเช่นเดียวกันกับกองอื่นๆ การจัดงบประมาณในการใช้สื่อยังมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับงบประมาณที่ได้รับในการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ กล่าวได้ว่าลักษณะ

นี้เป็นลักษณะที่แตกต่างสำคัญระหว่างการดำเนินงานด้านสื่อของสายงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและสายงานส่งเสริมสุขภาพ เมื่อพิจารณาจากกิจกรรมเน้นหนักจะเห็นว่าเป็นกิจกรรมรณรงค์ทั้งหมด หากได้มีการวางแผนการใช้สื่อมวลชนสนับสนุนการรณรงค์ต่างๆ เหล่านั้นโดยการใช้สื่อมวลชนในลุ่มกลางก็ดี หรือจากสื่อมวลชนในท้องถิ่นก็ดี ย่อมจะทำให้กิจกรรมการรณรงค์มีชีวิตชีวา และได้ผลมากขึ้น และช่วยให้เจ้าหน้าที่ในท้องถิ่นปฏิบัติงานได้ผลมากขึ้น

กลุ่มเป้าหมาย คุณนันทกา หนูเทพ นักวิชาการสุขาภิบาล 7 กลุ่มงานอบรมและเผยแพร่ กล่าวว่า งานสุขาภิบาลอาหารยังเป็นงานใหม่สำหรับเจ้าหน้าที่ ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญสำหรับงานสื่อก็คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เพื่อจะได้มีความรู้ในทางวิชาการมากขึ้นพอที่จะได้มีความรู้ นำไปถ่ายทอดแก่ประชาชนได้ กลุ่มเป้าหมายรองลงมาคือ ผู้สัมผัสอาหารและกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มนักเรียน และประชาชนทั่วไป

การผลิตสื่อ สื่อที่ใช้ในปีงบประมาณ 2540 เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมด สิ่งพิมพ์เหล่านี้เจ้าหน้าที่ผลิตเองทั้งสิ้น คือกำหนดเนื้อหา เรียบเรียงเนื้อหา จัดหาภาพประกอบ รวมถึงการทำ Layout และ Art work เสร็จแล้วก็จะจ้างโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกพิมพ์

กลยุทธ์การใช้สื่อ พบว่า กองสุขาภิบาลอาหาร มีวิธีการดำเนินงานเผยแพร่ข่าวสารอยู่ 2 วิธีคือ การใช้สื่อบุคคล ได้แก่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขในระดับศูนย์อนามัยสิ่งแวดล้อมเขต จังหวัด อำเภอ และตำบล เป็นสื่อหลัก หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นผู้ดำเนินงานแทนส่วนกลาง โดยกองสุขาภิบาลอาหารสนับสนุนด้านงบประมาณ และสื่อต่างๆ ให้ เจ้าหน้าที่เหล่านั้นจะมีบทบาท เป็น Personal Selling ขายความคิด และความรู้ ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ของตน เป็นการทำหน้าที่ในบทบาทของบุคคลจากส่วนกลางที่ได้รับมอบหมายทั้งวิธีการและเป้าหมายให้ไปปฏิบัติงาน จึงมีลักษณะของการใช้กลยุทธ์แบบการรณรงค์การสื่อสารแบบดั้งเดิมที่ทุกอย่างดำเนินการโดยส่วนกลาง ตามแนวความคิดของ Seven Windahl และคณะ นอกจากนั้นอาจเป็นการใช้กลยุทธ์ประเภทที่ 4 (Grass Root Initiative) ก็ได้หาก เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เป็นผู้รับผิดชอบงานสูง และเป็นเจ้าหน้าที่ที่ขยัน ก็อาจริเริ่มชักชวนปลูกเร้า ให้ประชาชนร่วมมือกันจัดรณรงค์ในเรื่องสุขาภิบาลอาหารให้เกิดขึ้นในชุมชนนั้นๆ ตามแผนงานเน้นหนักในปีงบประมาณ 2540 ก็จะเป็นการริเริ่มจากภายในชุมชนเอง ดังที่คุณนันทกา กล่าวว่า การรณรงค์เป็นการกำหนดแผนงานไว้กว้างๆ โดยให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณและสื่อแก่จังหวัด ให้แต่ละพื้นที่กำหนดวิธีการและเป้าหมายเอง เพราะแต่ละแห่งมีปัญหาไม่เหมือนกัน



แนวเนื้อหาหนังสือและลักษณะการนำเสนอ สิ่งพิมพ์ส่วนมากที่ผลิตขึ้นในปีที่ทำการวิจัยนี้ ปรากฏว่าเป็นสื่อสำหรับการสอนและแบบรายงานการปฏิบัติงาน หนังสือ และคู่มือแทบทั้งสิ้น ไม่ได้มีสื่อผลิตขึ้นเพื่อรองรับการรณรงค์แต่ประการใด คุณนันทกา ผู้ผลิตสื่อเองก็กล่าวว่า โปสเตอร์ยังมีลักษณะของสื่อการสอนมากกว่าเป็นการโฆษณาเผยแพร่ นั่นก็คือทั้งโปสเตอร์ และแผ่นพับ จะมีรายละเอียดของเนื้อหามาก โปสเตอร์จะมีภาพประกอบหลายภาพทำให้ ไม่มีจุดเด่น ที่จะเป็นแรงดึงดูดใจแก่ผู้พบเห็น ทั้งนี้ผู้ผลิตต้องการจะให้คนที่สัมผัสสื่อเหล่านี้ได้รับความรู้เป็นอันดับแรกมากกว่าที่จะสร้างแรงจูงใจให้คนดูสื่อของตน

สื่อของกองสุขาภิบาลอาหารที่ผลิตในปีงบประมาณ 2540 มี 2 ชิ้นที่สำคัญคือชุดนิทรรศการบริเวณเนื้อสัตว์ปรุงสุก และชุดนิทรรศการสุขาภิบาลอาหาร ซึ่งพอจะสรุปลักษณะต่างๆของสื่อ 2 รายการนี้ได้ดังนี้

สื่อทั้ง 2 ชุดนี้พิมพ์ด้วยระบบ Offset 4 สีทุกแผ่น ด้วยกระดาษอาร์ตการ์ดอย่างหนา มีขนาดกว้าง 15" x 20" จัดทำอย่างประณีต สวยงาม สื่อทั้งสองชุดมีเนื้อหาเป็นเรื่องของการให้ความรู้ตามที่กล่าวแล้วและมีบางเรื่องที่ต้องใช้ศัพท์ทางวิชาการซึ่งเข้าใจว่าไม่มีภาษาหรือคำไทยที่เหมาะสมใช้ มีภาพประกอบแผ่นละ 3-4 ภาพ ชุดนิทรรศการ "การบริโภคเนื้อสัตว์ปรุงสุก" มี 9 แผ่น และชุดนิทรรศการ "การสุขาภิบาลอาหาร" มี 35 แผ่น

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า สื่อชุดนิทรรศการทั้ง 2 ชุดนี้ มีความเหมาะสมต่อการจัดนิทรรศการตามที่กองสุขาภิบาลอาหารตั้งวัตถุประสงค์ไว้ แม้ว่าชุดแรกจะใช้ศัพท์เทคนิคมากไปก็ตาม โดยเฉพาะชุดนิทรรศการสุขาภิบาลอาหาร ซึ่งมี 35 แผ่นนั้น สามารถแยกออกเป็นเรื่องย่อยๆ ได้หลายหัวข้อ กองสุขาภิบาลอาหารจัดทำให้อยู่ในรูปแบบของ Slide ก็จะได้ยิ่งขึ้น เนื่องจาก Slide จะเหมาะแก่การนำเอาไปใช้ในการฝึกอบรมแม่บ้าน ผู้ประกอบการร้านอาหาร เจ้าหน้าที่ และนักเรียน นักศึกษา ดีกว่าการนำชุดนิทรรศการซึ่งมีน้ำหนักมากและกินเนื้อที่มากไปทั้งชุด

ประเภทของสื่อที่ใช้ ในช่วงของการศึกษานี้ ยังไม่มีการใช้สื่อประเภทอื่น นอกจากสิ่งพิมพ์ การจัดรณรงค์ เป็นกิจกรรมการเพื่อส่งเสริมชนิดหนึ่งที่กองสุขาภิบาลอาหารใช้เป็นโครงการเน้นหนักในปีงบประมาณ 2540 แต่ผู้วิจัยได้รับการบอกเล่าว่า แม้จะมีรูปแบบของการส่งเสริมสุขภาพ แต่เมื่อสอบถามรายละเอียดต่างๆแล้วเป็นเพียงการดำเนินการเพียงช่วงระยะสั้นๆและไม่ถาวร

ในความคิดเห็นโดยส่วนตัว คุณนันทกา กล่าวว่า ต้องการใช้สื่อโทรทัศน์ และวิทยุมากกว่าสื่ออื่นๆ แต่ขาดงบประมาณที่จะดำเนินการได้เช่นนั้น บางครั้งก็พยายามให้ข่าวสารได้ออกเผยแพร่ในรายการวิทยุบ้าง เป็นครั้งคราว

การใช้สื่อในแนวทางของการส่งเสริมสุขภาพ เท่าที่สัมภาษณ์และสำรวจ พบว่า กองสุขภาพอาหารยังไม่มีการใช้สื่อในลักษณะของการส่งเสริมสุขภาพแต่อย่างใด ลักษณะของการรณรงค์แม้จะเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการส่งเสริมสุขภาพ แต่ก็ไม่ได้ดำเนินการอย่างเข้มแข็งเต็มรูปแบบ ไม่จริงจังอะไรมาก ที่จริงแล้วลักษณะงานของกองสุขภาพอาหารจำเป็นต้องใช้สื่อบุคคลเช่นเดียวกับกองประชาสัมพันธ์คือเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจะมีบทบาท ทั้ง Advocate, Enable และ Mediate ในชุมชน ในขณะที่ส่วนกลางต้องสร้างกระแสโดยการใช้สื่อสารมวลชน

การประเมินผลสื่อ ยังไม่มีการประเมิน

ปัญหาอุปสรรคและปัจจัย เมื่อดูพันธกิจของกองสุขภาพอาหารแล้ว เป็นงานที่สำคัญและกว้างขวางมากแต่จากสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในขณะนี้ ปรากฏว่าการดำเนินงานตามพันธกิจของกองนั้น ยังมีอุปสรรคสำคัญที่หลายประการคือ การยังขาดบุคลากรที่จะทำงานในด้านสื่ออย่างมาก ขณะนี้มีเจ้าหน้าที่ทำงานจริงเพียง 2 คน ในขณะที่มีหน้าที่ต้องทำมากมาย นอกจากการขาดแคลนบุคลากรแล้ว คุณนันทกา กล่าวว่ากรมอนามัยควรจะได้พิจารณาเพิ่มความสามารถของบุคลากรในด้านนี้ด้วย เช่น อบรมการถ่ายภาพ การเขียนบทรายการ และรวมถึงอบรมเรื่องการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่ไม่มีพื้นฐานทางด้านสื่อมาก่อน ได้มีความรู้พื้นฐานพอที่จะมีหลักวิชาความรู้นำมาใช้ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ปัญหาดังกล่าวนี้แน่นอนว่าย่อมส่งผลต่อการที่ไม่มีการวางแผนการใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม นอกจากนั้นยังส่งผลต่อไปถึงการไม่มีการประเมินผลอีกด้วย ส่วนปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงานด้านสื่อของกองสุขภาพอาหารนั้นจากข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดผู้วิจัยยังไม่สามารถค้นหาได้ว่ามีปัจจัยอะไรบ้าง สิ่งที่น่าจะเป็นไปได้มากที่สุดที่จะทำให้การดำเนินงานด้านสื่อของกองสุขภาพอาหารได้รับความสำเร็จมากขึ้นน่าจะต้องใช้วิธีดำเนินงานร่วมกับกองอื่นที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกัน เช่น การป้องกันสารพิษในอาหารก็ร่วมดำเนินการกับกองอาชีวอนามัย เรื่องความสะอาด ของการปรุงและจำหน่ายอาหารก็ร่วมทำงานกับงานสุขภาพสิ่งแวดล้อม หรือบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานโภชนาการก็ดำเนินการร่วมกับกองโภชนาการ

## 4.5.9 สำนักงานเลขานุการกรมอนามัย

### 4.5.9.1 ฝ่ายประชาสัมพันธ์

พันธกิจ (Mission) ดำเนินการจัดทำประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ของกรมอนามัย

#### รายการกิจกรรม/รายการใช้สื่อ

1. จัดทำแผนประชาสัมพันธ์กรมอนามัย
2. ผลิตจดหมายข่าวกรมอนามัย ราย 1 เดือน 60,000 ฉบับ
3. ผลิต Fact sheet ราย 1 เดือน 240,000 ฉบับ
4. จัดทำทำเนียบกรม 1,000 เล่ม
5. ร่วมผลิตข่าว, สารคดี, รายการโทรทัศน์
6. เผยแพร่เอกสารสิ่งพิมพ์
7. ประสานงานจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์กับกองต่างๆ
8. ประสานสัมพันธ์สื่อมวลชน
9. วิเคราะห์ข่าว
10. หาข้อมูลชี้แจง
11. จัดระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อสืบค้น
12. เป็นคณะทำงานเฉพาะกิจในคณะกรรมการข่าวและประชาสัมพันธ์ของ  
กระทรวงสาธารณสุข
13. พัฒนาคู่มือการด้านข่าวและประชาสัมพันธ์
14. แจกข่าว 32 ข่าว
15. ร่วมจัดแถลงข่าว 8 ครั้ง

สรุปผลการจัดการแถลงข่าวเฉพาะที่ร่วมกับกองต่างๆ ในกรมอนามัย และจัดทำข่าวแจกโดย  
สำนักงานเลขานุการกรม ในปีงบประมาณ 2540

หน่วยงาน	จัดแถลงข่าว(ครั้ง)	จัดทำข่าวแจก(ครั้ง)
สำนักส่งเสริมสุขภาพ		
งานอนามัยแม่และเด็ก	2	4
หน่วยงาน	จัดแถลงข่าว(ครั้ง)	จัดทำข่าวแจก(ครั้ง)
-งานอนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชน	-	3
-งานอนามัยวัยทำงานและผู้สูงอายุ	-	2
-งานออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	1	1
กองโภชนาการ	1	3
กองทันตสาธารณสุข	1	1
กองวางแผนครอบครัวและประชากร	1	1
สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม		
-งานสุขภาพสิ่งแวดล้อม	-	1
-งานเฝ้าระวังสิ่งแวดล้อมชุมชน	1	9
-งานคุ้มครองสุขภาพจากมลพิษ	-	-
กองสุขภาพิบาลอาหาร	-	2
กองประปาชนบท	-	2
กองอาชีวอนามัย	1	1
หน่วยงานอื่นๆ	-	2
	8	32

สำนักงานเลขานุการกรม กรมอนามัย มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งภายนอกและภายใน ในนามกรมอนามัย ทำหน้าที่ประสานงานด้านข่าวและด้านสื่อระหว่างหน่วยงานทั้งภายในกรมอนามัยและหน่วยงานอื่น ทั้งในและนอกกระทรวงสาธารณสุข จากบทบาทหน้าที่ดังกล่าวนี้ ทำให้งานนี้มีความสำคัญต่อกรมอนามัยไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสำนักและกองต่างๆ เจ้าหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ต้องพบปะ ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ด้านสื่อของสำนัก และกองต่างๆ อยู่เสมอ และเป็นหน่วยงานที่คุ้นเคยกับผู้สื่อข่าวสาธารณสุขของสื่อมวลชนทุกแขนงมากกว่าผู้ทำงานด้านสื่อในหน่วยงานอื่นในกรมอนามัย

การวางแผนประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้มีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์กรมอนามัย โดยเป็นแผนระยะสั้น 3 เดือน และแผนระยะยาว 1 ปี ลักษณะของแผนงานจะกำหนดกิจกรรมสำคัญของกรมไว้ว่า ช่วงไหนจะทำเรื่องอะไร นอกจากนั้นจะกำหนดกิจกรรมที่ต้องทำเป็นประจำทุกปีไว้ด้วย ซึ่งได้แก่กิจกรรมตามเทศกาลและโอกาสสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานสาธารณสุขและงานของกรมอนามัย ในส่วนของการทำประชาสัมพันธ์ร่วมกับกองอื่นๆ และร่วมกับสำนักนั้น จะเป็นลักษณะของการให้การสนับสนุนหรือให้ความร่วมมือมากกว่าร่วมกันทำ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ไม่ได้มีส่วนร่วมในการทำแผนประชาสัมพันธ์ให้กับกองต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโครงการที่มีงบประมาณจ้างบริษัทเอกชนทำประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีบทบาทน้อยมาก

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ คุณรจนากร มีนะกะนิษฐ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ กล่าวกับผู้วิจัยว่า กรมอนามัยให้ความสำคัญกับการทำประชาสัมพันธ์ตามวาระและเทศกาลต่างๆ มาก ซึ่งจะมีกองต่างๆ เป็นเจ้าของเรื่อง รูปแบบการทำประชาสัมพันธ์จะถูกกำหนดโดยกองเจ้าของเรื่องนั้นๆ ทำให้มีรูปแบบเหมือนกันทุกปี ทำให้เกิดเป็นลักษณะของงานประจำ(Routine)ที่ต้องทำเป็นประจำปีขึ้น รูปแบบที่ใช้ประชาสัมพันธ์กันมากคือ มีการกำหนดการแถลงข่าวก่อนมีงาน 1 สัปดาห์ สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อสำคัญที่ขาดไม่ได้ นอกจากจะต้องมีการแถลงข่าวซึ่งกรมอนามัยจัดบอยที่สุดแล้ว เมื่อถึงวันจัดกิจกรรมก็ต้องเชิญนักข่าวมาอีกครั้งหนึ่ง เพื่อมาทำข่าวที่โดยมากจะมีผู้ใหญ่มาเปิดงาน

ลักษณะของการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ จะมีรูปแบบเช่นนี้ทั้งงานสายส่งเสริมสุขภาพ และงานสายอนามัยสิ่งแวดล้อม เจ้าหน้าที่ในฝ่ายของคุณรจนากรคนหนึ่งกล่าวว่า "นอกจากวิธีการซ้ำแล้ว เนื้อหาสาระก็ไม่มีอะไรใหม่ด้วย เหมือนเดิมทุกปี" ด้วยเหตุ ที่ไม่ค่อยมีอะไรใหม่ๆ ทำให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องใช้ความคุ้นเคยส่วนตัวกับนักข่าวเพื่อมาร่วมในงานแถลงข่าว

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อหลักในการทำประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่กรมอนามัย และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีให้กับประชาชน News Release จะเป็นวิธีพื้นฐานที่ใช้อยู่เป็นประจำเหมือนกับหน่วยงานอื่นๆ เนื่องจากได้รับการจัดสรรงบประมาณ เพียงเล็กน้อย ทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมอย่างอื่นได้ นอกจากนั้นยังทำหน้าที่ประสานงานกับผู้จัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ และกับผู้บริหารกรมอนามัยเพื่อร่วมรายการใดรายการหนึ่ง ก็เป็นภาระกิจที่ต้องทำอยู่เสมอ

สิ่งที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ต้องการทำ และต้องการให้กองต่างๆ ทำก็คือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบใหม่ๆ มีเนื้อหาใหม่ๆ นำแง่มุมใหม่ๆ มาเสนอต่อประชาชน เพราะจะช่วยให้สื่อมวลชนมีความสนใจ กระจายใคร่รู้ และมีความต้องการจะเข้ามาสัมผัสเองมากกว่าที่ต้องขอร้องให้มา วิธีประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้การใช้มากขึ้นในขณะนี้คือ Special Event, Press tour และการสัมมนาที่มีสื่อมวลชนเข้าร่วมด้วย

คุณรจนากร กล่าวว่านอกจากต้องการจัดกิจกรรมใหม่ๆ แล้ว บทความลงหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ก็เป็นช่องทางที่ดีในการทำประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่กิจกรรมของกองต่างๆ ด้วย แต่นักวิชาการของกองต่างๆ ไม่ชอบเขียน นอกจากกองโภชนาการที่ขยันเขียน และได้ลงให้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ

รายการโทรทัศน์ และรายการวิทยุที่กองต่างๆ จัดทำอยู่ยังไม่เป็นที่ติดตามตาประชาชนเนื่องจากมุ่งแต่การให้ความรู้ อย่างไรก็ตามปัจจุบันเริ่มจะมีลักษณะของการจัดทำรายการที่มีการทำประชาสัมพันธ์มากขึ้น ไม่เหมือนเมื่อก่อนที่มีลักษณะเป็นสื่อสุศึกษาแทบทั้งสิ้น

ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ก็ต้องรับภาระของกองต่างๆ มาเผยแพร่ต่อด้วย เพื่อประโยชน์ต่อการทำประชาสัมพันธ์ แต่ก็รู้สึกว่ามันมากเกินไป

การประเมินผลประชาสัมพันธ์ ไม่ได้มีการประเมิน

ปัญหาและอุปสรรคในการทำประชาสัมพันธ์ จากการสนทนากับคุณรจนากร และเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สลก. ทำให้ทราบว่า หากตัดเรื่องงบประมาณออกไปแล้ว ปัญหาสำคัญของการทำประชาสัมพันธ์ ก็คือฝ่ายประชาสัมพันธ์ ไม่มีข้อมูลอย่างเพียงพอในกิจกรรมต่างๆ ที่กองเจ้าของเรื่องขอความร่วมมือให้ช่วยทำประชาสัมพันธ์ให้ ทำให้ไม่สามารถจะวิเคราะห์เรื่องราวเลือกแง่มุมที่น่าสนใจ มาจัดทำข่าวหรือบทความให้แก่สื่อมวลชนได้ ปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญของการทำประชาสัมพันธ์ในกรมอนามัยเป็นอย่างมาก

ปัญหาต่อมาคือเรื่องของการขาดความต่อเนื่องในการทำประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่างๆ คุณรจนากรกล่าวว่า "เนื้อหาของกรมน่าสนใจมาก ไม่ว่าจะเป็นการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำ อนุรักษ์แม่

น้ำ แต่เมื่อจัดกิจกรรมการณรงค์เสร็จแล้ว ก็หายไปเลย นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถจะหาเนื้อหาที่น่าสนใจต่อสาธารณให้ต่อเนื่องได้"

#### 4.5 ทักษะของผู้บริหารต่อการใช้สื่อในงานส่งเสริมสุขภาพของกรมอนามัย

ก่อนอื่นผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อ รองอธิบดีกรมอนามัย น.พ.วิชัย เทียนถาวร และ น.พ.วีระ นิยมวัน อดีตนายแพทย์ 10 วช.(ด้านสาธารณสุข) สำนักวิชาการ กรมอนามัย ที่ได้กรุณาให้โอกาสสัมภาษณ์ในมุมมองของผู้บริหารระดับกรมว่าท่านมีแนวคิดและทักษะต่อการใช้สื่อในงานส่งเสริมสุขภาพของกรมอนามัยว่าควรจะเป็นประการใด

##### 5.1 รองอธิบดีกรมอนามัย น.พ.วิชัย เทียนถาวร

รองอธิบดีกรมอนามัย น.พ.วิชัย เทียนถาวร และอดีตคือผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมสุขภาพคนแรกของกรมอนามัย ได้แสดงทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องการใช้สื่อเพื่อดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพว่า ในสายงานส่งเสริมสุขภาพนั้น ต้องดำเนินการให้ครอบคลุมประชากรทุกกลุ่มอายุ จำนวน 61 ล้านคน ต้องครอบคลุมประชากรทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ และทุกคน การใช้สื่อจึงควรจะเป็นลักษณะสื่อมวลชน (Mass Media) มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างที่เราเคยใช้กันมาในทศวรรษก่อน

ปัญหากระทบอันเนื่องมาจากรัฐจำกัดงบประมาณในขณะนี้ (พ.ศ.2542) กรมได้แก้ปัญหาโดยการจัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรมอนามัยขึ้น โดยถือหลักร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ประสานงบประมาณและกิจกรรมของกองต่างๆเข้าด้วยกัน ถ้าเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกันก็ต้องทำพร้อมกัน ให้กองที่มีงบประมาณน้อยหรือมีคนทำงานน้อยได้มีโอกาสใช้ Channel นี้ ด้วย ปี 2542 เป็นปีแรกที่ทำอย่างนี้ ก็เห็นว่าไปได้ดี มีสื่อโทรทัศน์ช่อง 9 และวิทยุ คลื่น AM ของ มก.เป็นสื่อหลัก

เมื่อได้เรียนถามถึงความเป็นไปได้เรื่องการปรับแผนงานส่งเสริมสุขภาพและแผนงานอนามัยสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับแนวความคิดของการส่งเสริมสุขภาพที่แท้จริงนั้นมีความเป็นไปได้มาก

น้อยเพียงใด น.พ.วิชัย กล่าวว่า เป็นไปได้อยู่แล้ว จากกลยุทธ์การดำเนินงาน 4 กลยุทธ์ของ กรมอนามัยคือ

1. กลยุทธ์การเฝ้าระวัง ทั้งทางด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมและด้านส่งเสริมสุขภาพ
2. กลยุทธ์เรื่องเมืองน่าอยู่ (Healthy City)
3. กลยุทธ์เรื่องโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ (Health Promoting School)
4. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ คือทำประชาสัมพันธ์ให้แก่ 3 กลยุทธ์แรก

รองอธิบดีขยายความว่า การเฝ้าระวังเป็นภารกิจที่กรมกำลังทำอยู่ เช่นเรื่องเฝ้าระวังแสง เสียง สารพิษตกค้าง เฝ้าระวังทางโภชนาการ โภชนาการแม่ไม่ให้นมบุตรแรกเกิดน้ำหนักต่ำกว่าเกณฑ์ ส่วนเรื่องเมืองน่าอยู่นั้น คงทำให้สำเร็จภายในระยะเวลารวดเร็วไม่ได้ ต้องค่อยเป็นค่อยไป ต้องดูทิศทางยุทธศาสตร์การพัฒนาของแต่ละเมืองด้วย เช่นสุพรรณบุรีมียุทธศาสตร์ที่จะให้เป็นเมืองท่องเที่ยว และเกษตรกรรม การวางแผนส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมก็ต้องทำล่วงหน้า หรือดักหน้าให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ดังกล่าวด้วย คือต้องรู้ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งน้ำ ประมง การใช้สารเคมีในการเกษตรกรรม และปัญหาสุขภาพของเกษตรกร

ในเรื่องโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ เป็นกลยุทธ์ที่เพิ่งดำเนินการในปีี้ ท่านให้ข้อคิดเห็นว่ามีแนวโน้มจะได้รับความสำเร็จด้วยดี เนื่องจากเป็นงานเดิม และมีหลายหน่วยงานร่วมทำอยู่แล้ว คือ สปช. เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่วนอนามัยเด็กวัยเรียนและเยาวชน ของสำนักส่งเสริมสุขภาพ เน้นเรื่องสุขภาพ และยังมีมูลนิธิเอกชนเข้าร่วมดำเนินการอยู่แล้วด้วย เมื่อจับเอาหน่วยงานเหล่านี้มารวมกันให้มีรูปแบบชัดเจน จัดทำเกณฑ์มาตรฐานและหาโรงเรียนที่สมัครใจซึ่งมีอยู่แล้วเข้ามาร่วมโครงการ โรงเรียนส่งเสริมสุขภาพก็น่าจะสำเร็จได้ คือ เด็กมีสุขภาพอนามัยดี เด็กมีการเจริญเติบโตสูงตามวัย มีสติปัญญาดี เด็กไม่มีน้ำหนักตัวต่ำกว่าเกณฑ์ เด็กได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี เด็กมีการออกกำลังกายเป็นประจำ และอยู่ในสิ่งแวดล้อมดี มีสิ่งแวดล้อมมีถึงขยะพอเพียง ถ้าเป็นโรงเรียนในเมืองอุตสาหกรรม ก็ต้องดูเพิ่มในเรื่องการป้องกันมลภาวะของเด็กด้วย

ในด้านประชาสัมพันธ์นั้น กรมอนามัยได้ตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรมขึ้นและมีตัวท่านเองเป็นประธาน ท่านมั่นใจว่าการทำงานของกรรมการขณะนี้ จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ทำงานได้ชัดเจนขึ้น และสามารถจะช่วยประชาสัมพันธ์ให้แก่ 3 กลยุทธ์ข้างต้นได้



ส่วนในเรื่องการดำเนินงานใช้สื่อในปีงบประมาณ 2540 ในโครงการประเทศไทยมีประชากรครบ 60 ล้านคน และโครงการเดิน วิ่ง ทุกครอบครัวทั่วไทย รองอธิบดีได้แสดงทัศนะว่าความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์เรื่องประชากรครบ 60 ล้านคนนั้น เนื่องจากดึงหลายหน่วยงานมาร่วมกัน ทุกคนให้ความสนใจจุดนี้ หน่วยงานทุกหน่วยต้องเอาประชากรเป็นตัวตั้งในการวางแผนของตน ชาวประชากรในระยะนั้นมีหลายข่าว เหมือนการเตรียมชุมชนไว้ล่วงหน้าคือข่าวการประชุมวันประชากรโลก ชาวประเทศไทยได้รับรางวัลดีเด่นด้านประชากร และที่สำคัญคือสื่อมวลชนทุกแขนงให้ความสนใจกับเรื่องประชากรครบ 60 ล้านคนมาก คือนอกจากสื่อมวลชนของไทยก็ยังมีสื่อมวลชนของต่างประเทศได้แก่ BBC, CNN, Bangkok Post และ Nation ก็ลงข่าวเรื่องนี้แพร่หลายกันไปทั่วโลก และนอกจากนั้น ยังเป็นการผสมผสานเรื่องการอนามัยแม่และเด็กและงานวางแผนครอบครัวเข้าด้วยกันได้อย่างลงตัวในเรื่องโครงการเดิน วิ่ง เพื่อสุขภาพทุกครอบครัวทั่วไทย น.พ.วิชัย ให้ความเห็นว่าได้รับความสำเร็จในระดับปลุกจิตสำนึกให้ประชาชนรู้ว่าการเดินวิ่งเป็นการออกกำลังกายที่ถูกที่สุด แต่ทำอย่างไรจึงจะให้ประชาชนได้มีการเดินวิ่งอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นงานอีกระดับหนึ่งที่ยากกว่า

ประเด็นสุดท้ายที่รองอธิบดีได้ให้ข้อคิดเห็นคือ ในเรื่องการประเมินผลสื่อ ท่านกล่าวว่า ถ้าประเมินประสิทธิผลของสื่อที่เราใช้ สิ่งที่ประชาชนได้ยิน ได้ฟัง ในสิ่งที่เราพูดแล้วพูดได้ ถือว่าเราใช้สื่อได้รับความสำเร็จ ตัวอย่างในเรื่องของการวางแผนครอบครัว ได้รับความสำเร็จเพราะประชาชนสามารถบอกได้ว่าแต่งงานแล้วยังไม่มีลูกเพราะอะไรบ้าง หนึ่งอย่างนั้น สองอย่างนี้ สาม....แต่ในภารกิจใหม่ๆ การประเมินทำยาก เพราะงบประมาณน้อย บางงานก็ไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน แต่ถ้าเป็นงานที่ตรงกับความต้องการของประชาชน เช่น โรคเลือดจางธาลัสซีเมีย ซึ่งเป็นงานยากแต่ขณะนี้ประชาชนพูดได้ ก็เป็นความสำเร็จของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับความถูกใจ ถูกต้อง สะท้อนปัญหาประชาชน และมีความต่อเนื่องของการใช้สื่อต่างๆ ซึ่งการพูดบ่อยๆ หรือความต่อเนื่องนี้ บางครั้งก็ไม่สามารถจะทำให้ต่อเนื่องได้ เพราะบางครั้งงานก็ไม่สำคัญมาก บางกิจกรรมก็ขาดๆ หายๆ ทำให้ไม่สามารถจะทำการประเมินได้

#### 5.2 น.พ. วีระ นิยมวัน อธิบดีนายแพทย์ 10 วช. (ด้านสาธารณสุข)

น.พ. วีระ นิยมวัน เป็นผู้บริหารที่สัมผัสกับงานส่งเสริมสุขภาพมาตลอดระยะเวลาที่รับราชการมายาวนาน ตั้งแต่เป็นผู้อำนวยการศูนย์อนามัยแม่และเด็ก, ผู้อำนวยการกองอนามัยครอบครัว, นายแพทย์ใหญ่(ผู้เชี่ยวชาญสาธารณสุขสาขาส่งเสริมสุขภาพ) ระดับ 9 กรมอนามัย, รองอธิบดีกรมอนามัย

รับผิดชอบงานส่งเสริมสุขภาพ และตำแหน่งครั้งสุดท้ายในการรับราชการ คือ นายแพทย์ 10 วช. (ด้านสาธารณสุข) สำนักวิชาการ กรมอนามัย นับได้ว่าท่านเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีค่ายิ่ง ของกระทรวงสาธารณสุข โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมสุขภาพ ท่านได้ให้สัมภาษณ์ข้าพเจ้าอย่างเป็นกันเอง ณ บ้านพักแถวประชาชื่น ซึ่งมีประเด็นน่าสนใจหลายเรื่องด้วยกัน รายละเอียดมีดังต่อไปนี้

ในการวางแผนการใช้สื่อนั้นท่านกล่าวว่า สื่อต้องสอดคล้องกับระดับของการพัฒนา โครงการจะพัฒนาหรือไม่เขาวัดกันที่ความเข้าใจ ความรู้ของผู้ปฏิบัติกับประชาชนว่าทำได้ถูกต้องเพียงใด

"สื่อต้องใช้ให้สอดคล้อง เราก็ต้องประเมินก่อน ผมก็ชวนคุณสนิทเสมอนะ (คุณสนิท มาประจวบ ผอ.ส่วนอบรมและเผยแพร่ สำนักส่งเสริมสุขภาพ) ก่อนผลิตเราก็ไปประเมินซิว่า เขาเข้าใจหรือเปล่า ถ้าเขาไม่เข้าใจเราก็ต้องทำสื่อให้มันตรง"

"ผมก็ดูการตลาด ก็อย่างที่ว่า เขาก็ต้อง Survey ก่อน ก่อนจะผลิตสื่อทุกชิ้นว่าจะถูกใจคนหรือไม่ ยาสีฟันก็ยังคงเปลี่ยนสี เปลี่ยนชื่อ..."

"เราไม่ค่อยใช้วิทยาศาสตร์กันเท่าไร น่าเสียดายเรียนกันมาเยอะๆ แต่ใช้ความนึกคิด ความรู้สึกกันมากกว่า เลยเสียไปมาก เปล่าประโยชน์ไปเยอะ เข้าเป้าไม่เท่าไร"

การวางแผนการใช้สื่อ ควรมีเป้าหมายและควรมีขั้นตอนชัดเจน เพื่อให้ประเมินได้ง่าย และสามารถจัดสื่อให้เหมาะกับระดับการยอมรับและความรู้ของกลุ่มเป้าหมายด้วย เมื่อถึงเป้าหมายระดับหนึ่งแล้ว จึงค่อยไปสู่ระดับที่สูงขึ้น เช่น ชั้นแรกต้องเร่งเร้า ชั้นที่สองก็ให้คงสภาพไว้ ชั้นที่สามก็ต้องแข่งขัน มีลูกเล่นพลิกแพลงออกไป

เมื่อให้ท่านแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ น.พ.วีระ กล่าวว่า

"ปลัดท่านสั่งตัดเลย ปลัดปรagramตอนที่ท่านเป็นอธิบดีนั่นแหละ ค่าโปสเตอร์นั้นแหละ 12 ล้าน มากเกินไป"

ในด้านเนื้อหาของสื่อ น.พ.วีระ ได้แสดงทัศนคติ อย่างน่าฟังว่า

"เนื้อหาควรจะเป็นถ้อยคำที่ง่าย ๆ กับประชาชน แต่ผมดูว่า Wording ค่อนข้างจะทื่อไปหน่อย"

"สื่อของเราไม่ลึกซึ้ง ใช้ข้อความยัดเยียดเข้าไป เอามากเข้าไว้ ในหลักการผมไม่ทราบ แต่คิดว่าน่าจะให้คนสนใจเสียก่อน แล้วค่อยไปหารายละเอียดทีหลัง ดูแนวเอกชนเขาทำ พอคนติดใจ ความรู้ก็ไปหาตัวเองทีหลัง ถ้าใส่รายละเอียดเข้าไปที่แรกเลย คนเห็นก็เบื่อดีแต่ที่แรก ยังไม่ตั้งตัวเลย ก็มาเต็มรูปเลย ไม่อ่านมันเลย เลยหยุดเลย ไม่สร้างความสนใจ ไม่สร้างความเร่งเร้าเสียแต่ที่แรก"

"สื่อของเราไม่ค่อยคิดให้ลึกๆ เพื่อจะสร้างทัศนคติ แต่ของเราให้แต่ความรู้ ซึ่งดีขึ้นไป ถ้าสร้างภาพได้ก็จะฝังลึกกว่าอย่างอื่นเสียอีก"

ทัศนคติในเรื่องเกี่ยวกับการใช้สื่อในสายส่งเสริมสุขภาพ น.พ.วีระ กล่าวว่า

"ในแนวส่งเสริมสุขภาพ ต้อง Advocate มาก่อน เรื่อง Educate ตามหลังมาท้ายๆ Educate ไม่ได้ ต้อง Advocate เพราะเป็นเรื่องของชุมชน เรื่องของสังคม วัฒนธรรม ประเพณีที่เกี่ยวข้องอยู่กับสุขภาพคน...ไม่ใช่ความรู้แต่เกี่ยวกับพฤติกรรม.....ทำไมคนแถมนี้ถึงกินเหล้าเมายากันนะ ก็เห็นมันกินกันมาอย่างนี้แหละ สังคมมันเป็นอย่างนี้.....ทำไมถึงสูบบุหรี่ละ ก็เพื่อน ๆ เขาสูบกันนี้ จึงต้อง Advocate คือต้องจัดระเบียบสังคม ให้เกิดความตระหนัก ให้เกิดการผลักดันกันเอง ดังนั้นแค่ความรู้ไม่พอนะ ถ้าเราให้ความรู้คนนี้ว่าอย่าสูบบุหรี่ แต่ถ้ามันไปอยู่ในสังคมสูบบุหรี่ มันก็ไปไม่รอด...งานส่งเสริมสุขภาพของเราไปไม่รอดก็เพราะเราเล่นเดี่ยวๆ"

ในเรื่องแนวโน้มความสำเร็จของโครงการส่งเสริมสุขภาพ ท่านได้ให้ข้อสังเกตว่า

"โภชนาการ ดูน่าจะไปได้ดี ฮี้อาดี กว้างขวางกว่า และเป็นเรื่องของแต่ละคนด้วย ท่านอมร (น.พ.อมร นนทสุต อธิบดีปลัดกระทรวงสาธารณสุข) เคยพูดไว้ว่า "อาหารคือโรค จะทำให้เกิดโรคได้หายจากโรคได้" ทันทซก็น่าจะเป็นเรื่องที่ได้ดี"

ในเรื่องการกระจายสื่ออื่นนั้น น.พ.วีระ ได้ให้ข้อเท็จจริงว่า เจ้าหน้าที่ส่วนมากจะกองสื่อสิ่งพิมพ์เอาไว้ ไม่แจกจ่ายและไม่ปิดไว้ตามสถานีอนามัยเหมือนเมื่อก่อนแล้ว เจ้าหน้าที่สาธารณสุขต้องการจะได้สื่อประเภทแผ่น Chart ขนาดโปสเตอร์มากกว่า เช่น ของกรมควบคุมโรคติดต่อ ผลิต Chart เกี่ยวกับ

อาการและการรักษาโรคท้องร่วง ซึ่งได้ประโยชน์ต่อทั้งเจ้าหน้าที่และประชาชนที่ดู ก็รู้ว่าตนเองควรจะปฏิบัติตัวอย่างไร

ในประเด็นเรื่องปัญหาอุปสรรคในการใช้สื่อดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพ น.พ.วีระ ได้แสดงทัศนะว่า ถ้าหน่วยงานมีงบประมาณน้อย การแก้ปัญหาควรพิจารณาทำเรื่องที่สำคัญ ปีละ 1-2 เรื่อง และเลือกทำเฉพาะพื้นที่ที่เป็นปัญหา ท่านเชื่อว่า 80% คนไทยมีสุขภาพดีแล้ว อย่าทำแบบปุปรม แต่ทำที่เกิดเป็นปัญหาจริงๆ

ในด้านแนวความคิดของเจ้าหน้าที่ ท่านกล่าวว่าเจ้าหน้าที่ยังมองงานส่งเสริมสุขภาพไม่ออก โครงการต่างๆ กำลังเพิ่งเริ่มต้นเท่านั้น แต่ที่เข้ารูปแล้วก็มี คือเอา Setting เป็นตัวตั้ง คือเรื่องเมืองน่าอยู่ที่รวมทุกๆ เรื่องไว้ในโครงการนี้

ประเด็นสุดท้ายที่ท่าน น.พ.วีระ ได้ให้ข้อคิดเห็นในเรื่องการประเมินคือ ท่านกล่าวว่า คนไทยกลัวการประเมินมากที่สุด เป็นปัญหาอุปสรรคต่อการทำงานของคนไทยอย่างมาก ในการประชุมประจำปีแทนที่จะมาทบทวนดูว่ามีโครงการอะไรบ้างที่มีปัญหาอุปสรรคและ ควรแก้ไขอย่างไร กลับมาประชุมกันแต่ว่ามีโครงการอะไรสำเร็จบ้าง โชว์แต่ความสำเร็จ ใครมีผลงานดีเด่นก็ได้ไปเมืองนอก ที่นี้ก็เลย Make ผลงานกันใหญ่ ของใครจะดีกว่ากันยกเมฆกันเยอะ ส่วนที่เป็นปัญหากลบซุกไว้ได้พรมไม่มีการแก้ไข ท่านกล่าวว่า การประเมินสื่ออย่าประเมินเพียงปริมาณ ควรจะประเมินคุณภาพ ขณะนี้ประเทศไทยพ้นยุคกำลังพัฒนาเข้าสู่ยุคประเทศพัฒนาแล้ว ในประเทศพัฒนานั้น ความรู้คนจะชวนช่วยหากันเอง แต่ต้องสร้างทัศนคติและพฤติกรรม

"สื่อน่าจะสร้างทัศนคติ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ขึ้นความรู้ในประเทศไทยเลยไปแล้ว บางทีก็ให้ลองถูกลองผิดไปเลย ต่อ P(Practice) ไปเลย ให้มีทักษะไปเลย"

ดังนั้นการประเมินสื่อก็ต้องประเมินคุณภาพ คือประเมินพฤติกรรมและทัศนคติมากกว่าอย่างอื่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าในหน่วยงานทั้ง 9 หน่วย ของกรมอนามัย ที่ได้ทำการวิจัย ปรากฏว่าทุกหน่วยงานมีการใช้สื่อหลายประเภทอย่างหลากหลาย แต่ไม่มีลักษณะของ

การใช้สื่อที่ผสมผสานกัน แม้ในกิจกรรมเดียวกัน มีการใช้หลายสื่อและแม้จะมีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์เดียวกันก็ตาม แต่ก็ยังคงมีลักษณะเป็นการใช้สื่อเดี่ยวๆมากกว่า เนื่องจากการกระจายสื่อไม่มีการวางแผน ไม่ได้กำหนดเวลาให้เหมาะสมและสอดคล้องกัน สื่อไหนเสร็จก่อนก็กระจายไปก่อน ทำให้การใช้สื่อขาดพลังไปเป็นอย่างมาก ส่วนโครงการที่มีการจ้างเอกชนดำเนินการในลักษณะเป็น package เฉพาะกิจหรือครั้งคราวนั้นมีการวางแผนการใช้สื่อผสมผสานกันดีพอสมควร ทำให้กิจกรรมนั้นเป็นที่รู้จักของประชาชนบ้าง ทักษะของผู้บริหารกรมอนามัยทั้งในปัจจุบันและในอดีต ได้สะท้อนความจริงว่าถึงเวลาแล้วที่การดำเนินงานใช้สื่อในรูปแบบเดิมๆ ต้องมีการเปลี่ยนแปลง ต้องเปลี่ยนจากการให้ความรู้เป็นอันดับแรก มาเป็นการใช้สื่อเพื่อการโฆษณา เป็นอันดับแรก แต่ขณะนี้แม้มีการใช้สื่อมวลชนกันมากขึ้น แต่ยังใช้เพื่อการเผยแพร่ความรู้ มากกว่าที่จะใช้สื่อมวลชนให้เต็มศักยภาพ ซึ่งได้แก่การใช้เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนมีจิตสำนึก รู้จักห่วงใยในสุขภาพทั้งของตนเองและคนอื่น ๆ นอกจากนี้การใช้สื่อ ยังมีลักษณะของการส่งเสริมสุขภาพน้อยแล้ว ยังขาดการวางแผนการใช้สื่อที่รัดกุมและประเมินผล การใช้สื่อยังใช้กลยุทธ์แบบดั้งเดิมคือกระจายข่าวสารและความรู้ออกไปให้กว้างขวางมากที่สุด ซึ่งไม่สามารถบอกได้ว่ามีผู้รับและมีผู้สนใจติดตามมากน้อยเพียงใด แหล่งแพร่กระจายข่าวแหล่งสำคัญคือส่วนกลาง ข้อสรุปและข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งหมดจะได้นำเสนอในบทต่อไป