



Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology

วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ

<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/index>

Wat Wang Tawan Tok Nakhon Si Thammarat, Thailand

pp. 187-201

บทความวิจัย

นโยบายและแนวทางการดำเนินการสื่อสารสุขภาพ
ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติ
เกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็ง
ในพนักงานสำนักงาน*

POLICY AND OPERATIONAL GUIDELINE IN HEALTH
COMMUNICATION VIA SOCIAL MEDIA BY NATIONAL CANCER
INSTITUTE IN NUTRITION FOR CANCER PREVENTION
AMONG OFFICE WORKERS

กมล ไชยสิทธิ์¹, วิทยาธร ท่อแก้ว², สุภาภรณ์ ศรีดี², ปิยะนุช จิตต์เที่ยง³

Kamon Chaiyasit¹, Wittayatorn Tokaew², Supaporn Sridee², Piyanoot Jitthiang³

¹นักศึกษาลัทธิศาสตร์ปรัชญาดุสิตบัณฑิตยสถานวิทยาลัยการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี

²Student in Doctor of Philosophy in Communication Innovation for Political and Local Administration
Program, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

³สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี

²School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

³ศูนย์มะเร็งหอไรซ์, โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล, กรุงเทพมหานคร

³Horizon Cancer Center, Bumrungrad International Hospital, Bangkok, Thailand

¹Corresponding author E-mail: kamon.chaiyasit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นศึกษานโยบายและแนวทางการดำเนินการสื่อสารสุขภาพ ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ 1) สภาพปัญหาและความต้องการด้านนโยบายและแนวทางการดำเนินการสื่อสาร 2) การจัดการการสื่อสาร 3) กลยุทธ์

การสื่อสาร 4) นโยบายการสื่อสารใหม่และแนวทางการพัฒนาการดำเนินการสื่อสาร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง มีข้อค้นพบที่สำคัญ คือ องค์การที่ทำหน้าที่สื่อสารต้องกำหนดนโยบายการสื่อสารจากการรวบรวมประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการจากส่วนต่าง ๆ กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการสื่อสารให้ชัดเจน กำหนดพันธกิจของหน่วยงานที่ครอบคลุม จัดโครงสร้างการบริหารและการปฏิบัติการของหน่วยงานภาคส่วนต่าง ๆ ด้วยการตั้งคณะกรรมการสื่อสารเป็นการเฉพาะ จัดการทรัพยากรบุคคลและงบประมาณให้เพียงพอ กำหนดหน้าที่ให้สอดคล้องกับพันธกิจ จัดทีมงานการผลิตสื่อที่รับผิดชอบวางแผนการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทุกช่องทาง และเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการและการสื่อสารมาร่วมเป็นคณะกรรมการ กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อหวังผลด้วยการสร้างภาพลักษณ์หน่วยงานและทีมผู้ส่งสารให้เป็นที่ยอมรับ เป็นที่น่าเชื่อถือ บุคลากรที่ทำหน้าที่ส่งสารมีคุณสมบัติเกี่ยวกับโภชนาการ ใช้กลยุทธ์นำเสนอข้อมูลที่นำเสนอต่อกลุ่มผู้รับสาร กำหนดประเด็นและเนื้อหาเน้นความสดใหม่ ทันสมัย และมีความน่าเชื่อถือ โดยต้องทำงานร่วมกันกับภาคีเครือข่ายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถาบันมะเร็งแห่งชาติทำการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานอื่นนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เรื่องโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็ง

คำสำคัญ: โภชนาการป้องกันโรคมะเร็ง, สื่อสังคมออนไลน์, การสื่อสารสุขภาพ

Abstract

The aim of this research is to study policy and operational guideline in health communication via social media by national cancer institute in nutrition for cancer prevention among office workers in 4 topics, 1) problems and needs for policy and guidance manual of communication, 2) communication management, 3) communication strategy, 4) communication policy and the development of communication on nutrition for cancer prevention in social media platforms by National cancer institute among office workers. This qualitative research used in-depth interviews involving several participants. The study found that the organization must create policy and identify problems and need from the target group. The identification of target group is the important process of policy creation. The organization should set up mission and organizational structure which includes operational protocol for all operation unit in organization. The communication committees should be set up which include nutritionist and communication specialist in the team and communication planning in all platforms of online social media, providing budget and human

resource for operation of this communication project. The strategic formulation in social media results in the creation of image and credibility of organization, good strategy is needed to keep up with trends, design content, resulting in credibility and work together with other network partners. National cancer Institute do the online social media communication in nutrition for cancer prevention as a guideline for other health promotion organizations will adapt this communication for promote nutrition for cancer prevention on social media.

Keywords: Nutrition for cancer prevention, Social media, Health communication

บทนำ

โรคมะเร็งเป็นสาเหตุการตายอันดับต้นๆ ของประชากรคนไทย โดยคนไข้ที่มารับบริการที่สถาบันมะเร็งแห่งชาติส่วนมากเป็นคนในกรุงเทพมหานคร ตามรายงานสถิติทะเบียนมะเร็งของสถาบันมะเร็งแห่งชาติปี 2563 ในผู้ชายพบมะเร็งลำไส้เป็นอันดับหนึ่ง ผู้หญิงพบมะเร็งเต้านมเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งเป็นโรคมะเร็งที่มีความสัมพันธ์กับภาวะโภชนาการและพฤติกรรมการรับประทานอาหาร โดยช่วงอายุที่พบเป็นช่วงอายุโดยเฉลี่ย 25-60 (สถาบันมะเร็งแห่งชาติ, 2563) สถาบันมะเร็งแห่งชาติได้ออกแผนการป้องกันและควบคุมโรคมะเร็งแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2561-2565 โดยมีการเสนอแผนยุทธศาสตร์ด้านการป้องกันโรคมะเร็ง (Primary Prevention) เข้ามาเป็นยุทธศาสตร์แรกของแผนการป้องกันและควบคุมโรคมะเร็งแห่งชาติ สถาบันมะเร็งแห่งชาติมีภารกิจในการกำหนดนโยบายควบคุมและป้องกันโรคมะเร็งระดับชาติ โดยได้มีการจัดทำแผนการป้องกันและควบคุมโรคมะเร็งแห่งชาติ ภายใต้กรมการแพทย์กระทรวงสาธารณสุข เพื่อตอบสนองนโยบายกระทรวงสาธารณสุข ภายใต้กรอบนโยบายประเทศไทย 4.0 ของประเทศไทย ออกเป็นแผนการป้องกันและควบคุมโรคมะเร็งแห่งชาติ โดยสถาบันมะเร็งแห่งชาติตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้มาใช้บริการส่วนมากเป็นคนในกรุงเทพมหานคร และดูแลส่งเสริมสุขภาพชุมชนในเขตของกรุงเทพมหานคร ซึ่งกรุงเทพมหานครนั้นเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ (กรุงเทพมหานคร, 2564) สามารถเป็นต้นแบบแนวทางการกำหนดนโยบายการปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นที่มีลักษณะเป็นสังคมเมืองคล้ายกับกรุงเทพมหานครต่อไป

สถาบันมะเร็งแห่งชาติได้มีการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์มะเร็งแห่งชาติ กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ตามนโยบายจัดทำแผนป้องกันและควบคุมโรคมะเร็งตามประเด็นในแผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์ด้านการป้องกันการเกิดโรคมะเร็ง (primary prevention) เน้นการป้องกันการเกิดโรคมะเร็งจากสิ่งแวดล้อม อาหาร อากาศ หรือปัจจัยเสี่ยงอื่นๆ มีการสื่อสารเพื่อให้รับรู้และตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว เช่นการรับประทานเนื้อแดง การรับประทานอาหารเนื้อสัตว์แปรรูป หรือของปิ้งย่าง มีการทำการสื่อสารสุขภาพ ด้าน

โภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งเป็นไปตามกรอบแผนยุทธศาสตร์มะเร็งแห่งชาติ กลุ่มที่น่าสนใจในการสื่อสารจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงานเพราะเป็นกลุ่มที่ทานอาหารแบบรีบด่วน เสี่ยงที่จะได้รับการทานอาหารพลังงานสูง มีพฤติกรรมบริโภคอาหารจานด่วนตามวิถีชีวิตที่เร่งรีบจนลืมคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการ (เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร และคณะ, 2561) มีรายงานการสำรวจพฤติกรรมบริโภคอาหารของคนเมืองวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า คนเมืองชอบทานอาหารเร่งด่วน โดยเฉพาะอาหารตามสั่งที่มีรสเค็ม อาหารที่บรรจุกล่องโฟม (พิชศาล พันธุ์วัฒนา, 2562) อาหารตามสั่งมักเป็นอาหารที่มีรสเค็ม ประกอบไปด้วยโซเดียมในปริมาณที่สูง ทำให้เพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็ง โรคความดันโลหิตสูง หากทำการสื่อสารในกลุ่มคนดังกล่าวจะเป็นการตอบสนองและปฏิบัติตามแนวนโยบายของกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้เกิดนโยบายสาธารณะ (public policy) เกี่ยวกับการป้องกันโรคมะเร็ง ตามตัวชี้วัดที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดในยุทธศาสตร์มะเร็งแห่งชาติ โดยเฉพาะในกลุ่มคนวัยทำงาน

สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารที่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยทำงานและยังสามารถนำมาเป็นเครื่องมือ การดำเนินการแก้ไขปัญหาให้บรรลุผลตามเป้าหมายของสถาบันมะเร็งแห่งชาติ การพัฒนาการสื่อสารด้านสื่อสังคมออนไลน์ต้องมีการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ส่งสารด้านแนวความคิด นโยบาย และการจัดการการสื่อสาร รวมทั้งรับทราบสภาพปัญหาและความต้องการของผู้รับสารด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน ในขั้นตอนการดำเนินการสื่อสารต้องอาศัยการจัดการที่ดีทั้งด้านเนื้อหา การผลิตสื่อ การเผยแพร่สื่อ ต้องมีการนำความรู้การสื่อสารสุขภาพมาใช้ในการให้ความรู้ เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และนำไปปฏิบัติ ซึ่งการดำเนินการสื่อสารต้องมีการจัดการการสื่อสารที่ดี รวมไปถึงการวางแผนการเผยแพร่ เลือกช่องทางที่เหมาะสมกับคนวัยทำงานในการทำการสื่อสาร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความต้องการทำการศึกษานโยบายและแนวทางการดำเนินการการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งสำหรับกลุ่มเสี่ยงที่เป็นประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประชาชนกลุ่มเสี่ยงมีพฤติกรรมการใช้สื่อและการเสพข่าวสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเรื่องโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็ง จะเป็นคำตอบหรือข้อค้นพบในการพัฒนางานการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนกลุ่มเสี่ยงมีความรู้ความเข้าใจ มีทัศนคติต่อการบริโภคเพื่อป้องกันโรคมะเร็งและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภค ส่งผลต่ออัตราการเกิดโรคมะเร็งที่ลดลง รวมทั้งเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์มะเร็งของสถาบันมะเร็งแห่งชาติ และเป็นแนวทางการให้โรงพยาบาลหรือสถาบัน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรบริหารการปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นแนวทางในการสื่อสารด้านโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการด้านนโยบายและแนวทางการดำเนินการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน
4. เพื่อศึกษานโยบายและแนวทางการพัฒนาการดำเนินการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกตามแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดจำนวน 34 คนโดยเลือกแบบเจาะจง โดยจะสัมภาษณ์เชิงลึกโดยแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้กำหนดนโยบาย ผู้จัดการโครงการ รองหัวหน้าผู้บริหารของสถาบันมะเร็งแห่งชาติ และผู้อำนวยการสำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร รวมจำนวน 4 คน 2) พนักงานสำนักงานที่ทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำและมีความสนใจด้านอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 10 คน 3) บุคลากรทางการแพทย์ประกอบไปด้วย แพทย์ พยาบาล โดยต้องมีประสบการณ์ในการทำงานด้านโภชนาการหรือให้คำแนะนำคนไข้มะเร็งด้วยโภชนาการ เป็นเวลาอย่างน้อย 2 ปี ขึ้นไป จำนวน 6 คน 4) นักกำหนดอาหาร โดยต้องมีประสบการณ์ในการทำงานด้านโภชนาการหรือให้คำแนะนำคนไข้มะเร็งด้วยโภชนาการ เป็นเวลาอย่างน้อย 2 ปี ขึ้นไป จำนวน 3 คน 5) ผู้นำทางความคิดและผู้ทรงอิทธิพลด้านโภชนาการหรือให้คำแนะนำการรักษามะเร็งด้วยโภชนาการ เป็นเวลาอย่างน้อย 2 ปี ขึ้นไป จำนวน 6 คน 6) นักวิชาการการสื่อสาร ผู้มีประสบการณ์หรือทำงานด้านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นเวลาอย่างน้อย 2 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบมีโครงสร้าง จำนวน 4 ชุด ซึ่งผ่านการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน

ชุดที่ 1 สำหรับ ผู้กำหนดนโยบาย ผู้จัดการโครงการ รองหัวหน้าผู้บริหารของสถาบันมะเร็งแห่งชาติ และผู้บริหารหรือผู้กำหนดนโยบายของกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างข้อ

คำถาม “สถาบันของท่านมีสภาพปัญหาเรื่องกระบวนการบริหารการสื่อสารด้านโภชนาการเพื่อ การป้องกันโรคมะเร็งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อะไรบ้าง อย่างไร เพราะอะไร”

ชุดที่ 2 สำหรับ พนักงานสำนักงานที่ทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีการใช้สื่อ สังคมออนไลน์เป็นประจำและมีความสนใจด้านอาหารเพื่อสุขภาพ ตัวอย่างข้อคำถาม “ท่านคิด ว่ารูปแบบ วิธีการนำเสนอ หรือวิธีการอื่นใด ที่ผู้ทรงอิทธิพลนำเสนอสามารถส่งผลต่อความ สนใจและความเชื่อถือของท่านในเรื่องโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งผ่านสื่อสังคม ออนไลน์มีอะไรบ้าง อย่างไร และเพราะอะไร”

ชุดที่ 3 สำหรับ บุคลากรทางการแพทย์ประกอบไปด้วย แพทย์ พยาบาล นัก กำหนดอาหาร และผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ ตัวอย่างข้อคำถาม “ท่านคิดว่าการนำเสนอ ข้อมูล หรือมีวิธีการในการสร้างการรวมกลุ่มของผู้สนใจเรื่องการป้องกันโรคมะเร็งด้วย โภชนาการ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีอะไรบ้าง มีวิธีการอย่างไร”

ชุดที่ 4 สำหรับนักวิชาการการสื่อสาร ผู้มีประสบการณ์หรือทำงานด้านสื่อ สังคมออนไลน์ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ตามแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ตัวอย่างข้อคำถาม “ท่านเห็นว่าแนวทางการพัฒนาการดำเนินการสื่อสารด้านโภชนาการเพื่อ การป้องกันโรคมะเร็งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในพนักงานสำนักงาน ทั้งด้านการจัดการการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารควรเป็นแบบใด และมีวิธีการพัฒนาอย่างไรบ้าง”

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง จากนั้นทำจดหมายขออนุญาตเข้า ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้ทำหนังสือขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลส่งตรงถึงผู้บังคับบัญชาใน หน่วยงานได้แก่ สถาบันมะเร็งแห่งชาติ และสำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากการ ได้รับการตอบรับ ทำการนัดเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการ สัมภาษณ์ผ่านโทรศัพท์และช่องทางออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom โดยมีคำแนะนำตัวผู้ สัมภาษณ์ กล่าวถึงงานวิจัยโดยภาพรวมให้ผู้ให้ข้อมูลรับทราบเบื้องต้น และแจ้งสิทธิในการหยุด ให้สัมภาษณ์ได้ทุกเมื่อ ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลในการทำการรวบรวมข้อมูล เมื่อเสร็จสิ้นการ สัมภาษณ์ทำการกล่าวขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล ก่อนทำการเก็บข้อมูลผู้วิจัย ต้องทำการยื่นขอพิจารณาจริยธรรมในมนุษย์ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างตาม ประเด็นต่างๆ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และจะหยุดสัมภาษณ์เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนหรืออึดตัว

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์ โดยการสร้างข้อสรุป จากการ ตีความและการสัมภาษณ์รวมไปถึงข้อมูลเอกสารที่ได้มาและทำการทดสอบข้อมูลแบบสามเส้า ทำการตรวจสอบด้านข้อมูลว่าข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลักในองค์กรหน่วยงานเดียวกันมี ลักษณะเหมือนกันหรือไม่ การตรวจสอบด้านวิธีรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตกระบวนการ ทำงานควบคู่กันขณะทำการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล การตรวจสอบด้านผู้วิจัยโดยเปลี่ยนตัวผู้

สัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลเพื่อพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้จะเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมดมาทบทวนตัดทอนข้อมูลส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป โดยการสร้างข้อสรุป จากการตีความและการสัมภาษณ์รวมไปถึงข้อมูลเอกสารที่ได้มาและทำการทดสอบข้อมูลแบบสามเส้าแล้ว นำกรอบแนวคิดมาเป็นตัวตีกรอบตามทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเชื่อมโยงเพื่อให้ได้ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา

จริยธรรมการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เลขที่ 029/64NA

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องนโยบายและแนวทางการดำเนินการการสื่อสารสุขภาพด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน พบว่า

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการด้านนโยบายและแนวทางการดำเนินการการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน พบว่า สถาบันมะเร็งแห่งชาติมีแนวคิดที่จะทำการสื่อสารเรื่องโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็ง ดังที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ด้านการป้องกันโรคมะเร็ง แต่ขาดการวางแผนมอบหมายภาระงานให้แก่สภากส่วนรับไปปฏิบัติในเรื่องของการศึกษาข้อมูลเพื่อจะนำมารวบรวมวางแผนนโยบาย การกำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมายที่จะทำการสื่อสารไปยังกลุ่มประชากรวัยทำงานในสำนักงาน ยังไม่มีคณะทำงานที่จะร่วมกันวางแผนกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินการการสื่อสาร และที่สำคัญคือยังต้องมีการรวบรวมความรู้เรื่องโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งที่ถูกต้องมีหลักฐานเชิงประจักษ์รับรอง เพื่อที่จะมาวางแผนทำการสื่อสารและกำหนดนโยบาย ความต้องการด้านนโยบายควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนและแนวทางการดำเนินการการสื่อสารสุขภาพของสถาบันมะเร็งแห่งชาติควรมีการกำหนดโครงสร้างที่ชัดเจนในการทำงานเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตั้งคณะทำงานด้านการสื่อสารโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งเป็นคณะทำงานด้านนี้โดยเฉพาะเป็นหน่วยงานที่ชัดเจน มีการวางแผนด้านการจัดการและการวางแผนกลยุทธ์ในการสื่อสาร จัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งมาให้ความรู้คณะทำงาน และต้องมีผู้มีความรู้ด้านการสื่อสารโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์มาช่วยวางแผนนโยบายและการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความรู้ในการทำสู่การปฏิบัติสร้างเนื้อหาสำหรับการสื่อสารสุขภาพด้านโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นำสู่ นโยบายภาคปฏิบัติต่อไป

2. ผลการศึกษาการจัดการการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโฆษณาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน พบว่า ส่วนที่ 1 การจัดการด้านเนื้อหาพบว่าที่ผ่านมาสถาบันมะเร็งแห่งชาติยังไม่มีจัดการเนื้อหาเรื่องโฆษณาการเพื่อป้องกันโรคมะเร็งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ชัดเจน หากทำการสื่อสารเรื่องดังกล่าวต้องมีการจัดการเนื้อหาโดยต้องมี 1) การศึกษารวบรวมเนื้อหาและประเด็นที่น่าสนใจ 2) กำหนดประเด็นและเนื้อหาที่จะทำการสื่อสาร 3) ออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับช่องทางที่จะทำการสื่อสาร 4) วางแผนกลยุทธ์ในการสร้างเนื้อหาให้เข้าใจง่ายและตรงกับวิถีชีวิตของพนักงานสำนักงาน และส่วนที่ 2 การจัดการด้านการผลิตหากทำการสื่อสารต้องมี 1) มีทีมงานในการศึกษาและวางแผนในการสื่อสารเพื่อนำสู่การกำหนดแผนการผลิต 2) จัดทีมงานในการผลิตประกอบด้วยทั้งบุคลากรการแพทย์และนักการสื่อสาร 3) วางแผนการผลิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่างๆ ดังนั้นต้องมีการทำสื่อทั้งสื่อรูปภาพ สื่อวิดีโอ คลิปหรืออินโฟกราฟิก โดยอาศัยข้อมูลจากเนื้อหาที่ได้วางแผนเอาไว้ก่อน ส่วนที่ 3 การจัดการด้านการเผยแพร่ ต้องมีการจัดทีมงานและบุคลากรทำการวางแผนการเผยแพร่ ทีมงานต้องทำการศึกษาถึงลักษณะข้อมูลรูปแบบใดและเผยแพร่ผ่านช่องทางใด ศึกษาและวางแผนช่วงเวลาและความถี่ในการเผยแพร่ และต้องมีทีมงานในการคอยติดตามผลจากการเผยแพร่ รวบรวมข้อมูลเพื่อมาเป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาวางแผนการเผยแพร่ใหม่อีกต่อไป ส่วนที่ 4 การจัดการองค์กร สถาบันมะเร็งแห่งชาติควรต้องมีการจัดทำ โครงสร้างผังการบริหารที่รองรับการดำเนินการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ วางแผนจัดทำกำหนดอัตรากำลังทรัพยากรบุคคลในการดำเนินการดังกล่าวอาจประกอบไปด้วย นักกำหนดอาหารผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการสื่อสารการตลาด ผู้ผลิตสื่อ เป็นต้น มีการจัดทำแผนปฏิบัติงานและมอบหมายผู้รับผิดชอบดำเนินการปฏิบัติงานเรื่อง การสื่อสารสุขภาพ

3. ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโฆษณาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน พบว่า ส่วนที่ 1 กลยุทธ์ด้านเนื้อหา ต้องใช้เนื้อหาที่ทันสมัย เกาะกระแสตามสถานการณ์ในปัจจุบันในโลกออนไลน์ เนื้อหาด้านโฆษณาการต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของพนักงานสำนักงาน การนำเสนอเนื้อหาต้องเข้าใจง่ายนำไปปฏิบัติได้จริงหลีกเลี่ยงศัพท์ทางการแพทย์ที่มากเกินไป และเน้นความน่าเชื่อถือของเนื้อหาด้วยเสมอ ส่วนที่ 2 กลยุทธ์ด้านการร่วมสร้างเนื้อหา การสร้างเนื้อหาที่ตรงใจกับผู้รับสารจะทำให้เกิดการตอบรับจากผู้ส่งสารในการร่วมเสนอความคิดในการสร้างเนื้อหาครั้งต่อไป การเปิดเวทีให้เสนอความคิดเห็นเช่นการทำเฟซบุ๊กไลฟ์เปิดโอกาสให้มีการส่งคำถามและเสนอแนะท้ายโพสต์ การใช้ของรางวัลเป็นสิ่งกระตุ้นเพื่อให้ผู้รับสารอยากเข้าร่วมเสนอแนะและร่วมสร้างเนื้อหากับผู้ส่งสาร ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การร่วมเป็นภาคีเครือข่าย การออกแบบเนื้อหาที่ดี เข้าใจง่าย ทันกระแส และมีความสม่ำเสมอของการนำเสนอ จะทำให้ผู้รับสารสนใจเข้าร่วมติดตามหรือภาคีเครือข่าย การจัดกิจกรรมทั้งออนไลน์และการพบปะกันโดยกำหนด

หัวข้อกิจกรรมที่ตรงกับกระแสในโลกออนไลน์หรือกระแสการบริโภคหรือโรคมะเร็งที่ประชาชนกำลังสนใจ จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเข้ามารวมกลุ่มติดตามเป็นภาคีเครือข่าย การร่วมกิจกรรมหรือเป็นพันธมิตรกับสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องและมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากจะสามารถสร้างยอดผู้ติดตามให้มาเป็นเครือข่ายสมาชิกของกลุ่มที่สร้างขึ้นมาได้อย่างรวดเร็ว ส่วนที่ 4 กลยุทธ์การสื่อสารด้วยผู้นำทางความคิดและผู้ทรงอิทธิพล สิ่งสำคัญของกลยุทธ์นี้คือความน่าเชื่อถือ ของบุคคลหรือองค์กรที่มาทำการสื่อสาร สถาบันมะเร็งแห่งชาติเป็นหน่วยงานรัฐที่ประชาชนให้ความเชื่อถือว่าเป็นผู้ที่ทำงานด้านโรคมะเร็ง การสื่อสารของสถาบันมะเร็งแห่งชาติจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง บุคลากรทางการแพทย์นำมาสื่อสารต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านโภชนาการในผู้ป่วยโรคมะเร็งโดยเฉพาะแพทย์และนักกำหนดอาหาร ส่วนการใช้ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ต้องเลือกกลุ่มที่มีภาพลักษณ์ของการดูแลสุขภาพ ผู้ที่นำเสนอเรื่องอาหารสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพอยู่แล้วเป็นผู้ดึงดูดความสนใจให้มาติดตาม แต่อาจจะยังไม่มีผลให้เกิดความเชื่อถือทันทีเหมือนการใช้บุคลากรทางการแพทย์มาเป็นผู้สื่อสารร่วมด้วย ส่วนผู้ที่เคยมีประสบการณ์ผ่านการรักษาโรคมะเร็งและการดูแลตนเองระหว่างเป็นโรคมะเร็งมาก่อนก็สามารถดึงดูดความสนใจได้เช่นเดียวกัน

4. ผลการศึกษานโยบายการสื่อสารใหม่และแนวทางการพัฒนาการดำเนินการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน พบว่า นโยบายการสื่อสารใหม่ต้องดำเนินการ ต้องมีการตั้งคณะทำงานทำการรวบรวมปัญหาที่เกิดขึ้นของกลุ่มวัยทำงานที่ต้องการสื่อสาร กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และวางแผนการติดตามวัดผล ส่วนของแนวทางการพัฒนาการดำเนินการสื่อสาร ด้านการจัดการต้องเริ่มที่การจัดการองค์กรมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์และนโยบายชัดเจนว่าสถาบันมะเร็งแห่งชาติกำลังจะขับเคลื่อนดำเนินการสื่อสารด้านโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็ง ด้านกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ทางการสื่อสารต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร กำหนดเอกลักษณ์ (Identity) และสัญลักษณ์ (Characteristic) ที่จะใช้ในการดำเนินการสื่อสารสุขภาพเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งขององค์กร พัฒนากลยุทธ์ด้านภาษา ภาษาที่ใช้ต้องเข้าใจง่าย เป็นกันเองแต่ยังคงความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ทำการสื่อสาร ในการนำเสนอต้องนำเสนอประเด็นการเล่าเรื่องเพื่อให้เกิดความน่าติดตาม โดยเนื้อหาที่เล่าเรื่องต้องเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวิถีการใช้ชีวิตประจำวันของคนเมืองในวัยทำงาน

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการด้านนโยบายและแนวทางการดำเนินการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงานพบว่า สถาบันมะเร็งแห่งชาติมีแนวคิดในการดำเนินการสื่อสารดังกล่าว แต่ยังไม่ได้วางแผนนโยบายที่ชัดเจนในการสื่อสารผ่านสื่อสังคม

ออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง NCDs system manager ของ แก้วตา สังชาติ และ วรสิทธิ์ ศรศรีวิชัย ที่กล่าวถึงผู้จัดการระบบโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง จะมุ่งเน้นในการดูแลโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ต้องดำเนินการจัดการวางแผนบูรณาการจัดการโรคไม่ติดต่อเรื้อรังอย่างเป็นระบบตามความต้องการของผู้ป่วย ต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย นโยบายและแนวทางการดำเนินการที่ชัดเจน (แก้วตา สังชาติ และวรสิทธิ์ ศรศรีวิชัย, 2562) สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตตินันท์ ตั้งประเสริฐ และพิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์ การวางแผนนโยบายการสื่อสารมีการวางแผนการทำงานของแต่ละหน่วย ตามแผนนโยบายหลักขององค์กร (จิตตินันท์ ตั้งประเสริฐ และพิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, 2563) ตรงกับสภาพปัญหาด้านความต้องการของสถาบันมะเร็งที่ต้องการให้มีนโยบายและการวางแผนปฏิบัติงานแต่ละหน่วยงานให้ชัดเจน การที่ยังไม่ได้มีการวางแผนนโยบายที่ชัดเจนอาจมาจากสถาบันมะเร็งแห่งชาติมุ่งที่จะเป็นศูนย์ความเป็นเลิศด้านการรักษาโรคมะเร็ง ทำให้ภาระงานในการรักษาและบริการมีมาก นโยบายส่วนมากจึงตอบสนองไปยังด้านการรักษามากกว่าการป้องกัน ซึ่งงานป้องกันโรคถือเป็นงานปฐมภูมิที่นโยบายของกระทรวงสาธารณสุขต้องการให้มีการขับเคลื่อนปฏิบัติในทุกส่วนเพื่อส่งเสริมสุขภาพของประชาชน ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการขาดการมอบหมายนโยบายที่ชัดเจนจากฝ่ายบริหาร ทำให้ฝ่ายปฏิบัติการไม่คล่องตัวในการทำงาน ทิศทางในการขับเคลื่อนที่จะเดินหน้าส่งเสริมงานป้องกันโรคมะเร็งจึงขับเคลื่อนได้ยาก ดังนั้นหากมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน ทำให้ระดับปฏิบัติงานสามารถดำเนินงานตามนโยบายที่มอบหมายลงมา สอดคล้องกับงานวิจัยของสุริยศักดิ์ มังกรแก้ววิกุล และศิริวัฒน์ สิริวัฒนกุล ต้องมีการมอบหมายนโยบายที่ชัดเจนให้บุคลากรเข้าใจและดำเนินการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน จะช่วยผลักดันนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติ (สุริยศักดิ์ มังกรแก้ววิกุล และศิริวัฒน์ สิริวัฒนกุล, 2563)

2. ผลการศึกษาการจัดการการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน พบว่า ในด้านการจัดการด้านเนื้อหาประกอบด้วย 1) การศึกษารวบรวมเนื้อหาและประเด็นที่น่าสนใจ 2) กำหนดประเด็นและเนื้อหาที่จะทำการสื่อสาร 3) ออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับช่องทางที่จะทำการสื่อสาร 4) วางแผนกลยุทธ์ในการสร้างเนื้อหาให้เข้าใจง่ายและตรงกับวิถีชีวิตของพนักงานสำนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตตินันท์ ตั้งประเสริฐและ พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์ การสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ ต้องมีการศึกษารวบรวมข้อมูล มีการวางแผนงานด้านการสื่อสารต่างๆ สอดคล้องกับการต้องมีการวางแผนกำหนดประเด็นเนื้อหา และในการออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับช่องทางที่จะทำการสื่อสารนั้นเนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีช่องทางการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาพ คลิป หรืออินโฟกราฟิก (จิตตินันท์ ตั้งประเสริฐ และพิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, 2563) สถาบันมะเร็งแห่งชาติต้องทำการสื่อสารออกไปทุกช่องทาง สอดคล้องกับขั้นตอนการปฏิบัติงานการสื่อสารของการสื่อสารกรมประชาสัมพันธ์ที่ต้องวางแผนการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ และต้องมีความถูกต้องทั้งรูปภาพ เสียง

ข้อความ เป็นต้น ส่วนของ**การจัดการด้านการผลิต**หากทำการสื่อสารต้องมี 1) มีทีมงานในการศึกษาและวางแผนในการสื่อสารเพื่อนำสู่การกำหนดแผนการผลิต 2) จัดทีมงานในการผลิตประกอบด้วยทั้งบุคลากรการแพทย์และนักการสื่อสาร **ด้านการจัดการการเผยแพร่และการจัดการองค์กร** ต้องมีการจัดการทรัพยากรบุคคลในการรับผิดชอบการปฏิบัติงาน ศึกษาวางแผนการเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ มีการจัดทำผังโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตตินันท์ ตั้งประเสริฐ และพิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์ การวางแผนนโยบายการสื่อสารมีการวางแผนการทำงานของแต่ละหน่วย ตามแผนนโยบายหลักขององค์กร การปฏิบัติการสื่อสารต้องมีการวางแผนการทำงานกำหนดหน้าที่ผู้ทำการสื่อสารให้ชัดเจน การเผยแพร่ต้องมีการศึกษาช่องทาง ช่วงเวลาในการเผยแพร่ข้อมูลในโลกสื่อสังคมออนไลน์ต้องมีคณะทำงานและติดตาม (จิตตินันท์ ตั้งประเสริฐ และพิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, 2563) เพื่อให้การสื่อสารตรงตามความต้องการของพนักงานสำนักงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของของ ศาสวัต จันทนะ และณัฏฐชุตา วิจิตรจามรี การทำสื่อเผยแพร่ผ่านสื่อใหม่ การระบาดของไวรัสก็ต้องมีการ ออกแบบวางแผนการสื่อสารเผยแพร่ทุกช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ใช้สื่อที่หลากหลาย (ศาสวัต จันทนะ และณัฏฐชุตา วิจิตรจามรี, 2565)

3. ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน พบว่า **กลยุทธ์ด้านเนื้อหา**ต้องนำเสนอเนื้อหาทันสมัย เข้าใจง่าย สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงสอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของพนักงานสำนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภิสรา สุวรรณชาติ และธิดารัตน์ นิมกระโทก การนำเสนอสื่อเพื่อให้ความรู้พฤติกรรมในการป้องกันโรคมะเร็งลำไส้ต้องการให้มีการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่าย (ศุภิสรา สุวรรณชาติ และธิดารัตน์ นิมกระโทก, 2565) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของเรณูรสสุคนธ์ จันทร์เจริญ และพิษณุ อภิสมมาตรโยธิน การนำเสนอสื่อในโลกออนไลน์ต้องมีความใหม่ของข้อมูล ต้องนำเสนอข้อมูลที่เป็นประเด็นกระแสในสังคมผู้รับสารจะกลัวการตกกระแสจึงควรหยิบยกกระแสในโลกสังคมออนไลน์มาสร้างเนื้อหาทำการสื่อสาร (เรณูรสสุคนธ์ จันทร์เจริญ และพิษณุ อภิสมมาตรโยธิน, 2561) **กลยุทธ์ด้านการร่วมสร้างเนื้อหา** การนำเสนอเนื้อหาที่ตรงใจหรือตรงกับความต้องการของผู้รับสารจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้รับสารเข้ามาร่วมสร้างเนื้อหาต้องการอยากรู้เนื้อหาเชิงลึกเรื่องใดเพิ่มขึ้นหรือมีการเปิดเวทีเช่นการไลฟ์ให้ผู้เข้ารับชมมีโอกาสเสนอข้อมูลที่ต้องการทราบเพิ่มเติม อาจมีการนำเสนอรางวัลสำหรับผู้เข้ามาร่วมแสดงความเห็น สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชดา พลเยี่ยม และลักขณา คล้ายแก้ว การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความสนุกสนาน เนื้อหาที่มีข้อมูลเชิงบวกจะเป็นการทำให้เกิดความน่าสนใจในโลกสื่อสังคมออนไลน์ (รัชดา พลเยี่ยม และลักขณา คล้ายแก้ว, 2563) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chutima Kessadayurat การสร้างและการออกแบบเนื้อหาที่ดีจะเป็นการทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสารในโลกสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี นำสู่การร่วมแสดงความคิดเห็นในโลกออนไลน์ (Chutima Kessadayurat,

2019) **กลยุทธ์การร่วมเป็นภาคีเครือข่าย** หากมีการออกแบบเนื้อหาที่น่าสนใจ มีความทันสมัย สดใหม่ของเนื้อหา มีการนำเสนออย่างสม่ำเสมอ มีการจัดกิจกรรมทั้งในโลกออนไลน์และการพบปะกันแบบปกติ หากมีการคิดหัวข้อกิจกรรมที่น่าสนใจ เรื่องที่จัดอยู่ในกระแสความสนใจจะทำให้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมและนำไปสู่การร่วมการเป็นภาคีเครือข่ายติดตามมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chutima Kessadayurat การสร้างเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้รับสารจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเข้าร่วมติดตามได้ง่าย (Chutima Kessadayurat, 2019) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kostygina, G และคณะ การจัดกิจกรรมรณรงค์การไม่สูบบุหรี่ต้องอาศัยการจัดกิจกรรม ร่วมนรณรงค์ของสื่อต่างๆ โดยอาจนำผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์มาร่วมช่วยแบ่งปันข้อมูลเพื่อกระตุ้นให้เกิดการติดตามและเข้าร่วมกิจกรรม (Kostygina G. et al, 2020) **กลยุทธ์การสื่อสารด้วยผู้นำทางความคิดและผู้ทรงอิทธิพล** ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นสิ่งสำคัญ หากเป็นสถาบันมะเร็งแห่งชาติจะมีความน่าเชื่อถือสูง และบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านโภชนาการกับโรคมะเร็ง ส่วนผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ต้องเป็นผู้ที่เป็นสัญลักษณ์ของการดูแลสุขภาพ หรือผู้ที่เคยผ่านประสบการณ์โรคมะเร็งมาแล้วจะดึงดูดให้เกิดความสนใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศาสวัต จันทนะ และณัฐชุตา วิจิตรจามรี การสื่อสารการระบาดของไวรัสโควิดต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยบุคลากรทางการแพทย์หรือนักวิชาการโรคติดต่อจะเป็นผู้ที่น่าเชื่อถือ หรือหน่วยงานของรัฐที่เป็นผู้ส่งสารจะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนได้ (ศาสวัต จันทนะ และณัฐชุตา วิจิตรจามรี, 2565) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kostygina, G. และคณะ การรณรงค์การเลิกสูบบุหรี่หากมีการใช้ตราผู้ที่มีผู้ติดตามในโลกออนไลน์เป็นจำนวนมากมาช่วยสร้างกระแส จะเป็นการดึงดูดความสนใจเป็นจำนวนมากขึ้น (Kostygina G. et al, 2020)

4. ผลการศึกษานโยบายการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน พบว่านโยบายใหม่ต้องทำการตั้งคณะทำงาน ทำการศึกษาปัญหา กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสาร และมีการติดตามวัดประเมินผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชดา พลเยี่ยม และลักษณา คล้ายแก้ว การวางแผนการสื่อสารต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย แบ่งแยกตามอายุ ความสนใจ เพศ เพื่อเป็นการออกแบบเนื้อหาสารให้ตรงกับความต้องการรับรู้ของผู้รับสาร (รัชดา พลเยี่ยม และลักษณา คล้ายแก้ว, 2563) ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน พบว่าแนวทางการพัฒนาการดำเนินการสื่อสาร ด้านการจัดการ ต้องมีการกำหนดนโยบายและพันธกิจขององค์กรให้ชัดเจน ว่าสถาบันมะเร็งแห่งชาติจะทำการขับเคลื่อนการสื่อสารด้านโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ของ จิตตินันท์ ตั้งประเสริฐและ พัทธกษัตติ์ ทิศาภาคย์ การวางแผนนโยบายการสื่อสารต้อง มีการจัดการองค์กร การจัดการทรัพยากรบุคคล การจัดการงบประมาณ ให้

เพียงพอกับการทำการสื่อสารและการวางแผนนโยบาย การปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงานในการทำการสื่อสารให้ชัดเจน (จิตตินันท์ ตั้งประเสริฐ และพิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, 2563) ด้านกลยุทธ์ ต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติในการสื่อสาร มีการพัฒนากลยุทธ์ทางด้านภาษาให้เข้าใจง่าย ใช้กลยุทธ์การนำเสนอแบบการเล่าเรื่องราว แต่มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล ให้เหมือนกับวิถีชีวิตประจำวันของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร และเน้นความสดใหม่ของเนื้อหาข้อมูลที่น่าสนใจ จะทำให้เกิดการร่วมเป็นภาคีเครือข่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิริยาพร อุดทา และอริชัย อรรคอุดม กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ ต้องเป็นข้อความที่กระชับ เข้าใจง่าย ที่สำคัญต้องคงความน่าเชื่อถือของเนื้อหาสาร (อิริยาพร อุดทา และอริชัย อรรคอุดม, 2560) โดยอาจจะมีการอ้างอิงที่มาจากแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือเพื่อที่จะสร้างความมั่นใจกับผู้รับสาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศาสวัต จันทนะ และณัฐชฎา วิจิตรจามรี การนำเสนอข้อมูลช่วงการระบาดของไวรัส ความทันสมัยของข้อมูล ความสดใหม่ของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ ข้อมูลที่น่าสนใจต้องเป็นประเด็นในปัจจุบัน (ศาสวัต จันทนะ และณัฐชฎา วิจิตรจามรี, 2565)

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 รูปภาพแสดงข้อสรุปนโยบายและแนวทางการดำเนินการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโฆษณาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน

การวิจัยนโยบายและแนวทางการดำเนินการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโฆษณาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน มีข้อ

ค้นพบดังนี้ นโยบายการสื่อสารต้องมีการรวบรวมประเด็นปัญหา กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการสื่อสาร และกำหนดพันธกิจของหน่วยงาน ในการทำการสื่อสาร จากนั้นมีการจัดการการสื่อสารโดยต้องมีการวางแผนผังโครงสร้างการบริหารและกำกับการปฏิบัติของหน่วยงานภาคส่วนต่างๆ มีการตั้งคณะทำงาน จัดการทรัพยากรบุคคล งบประมาณ มีการกำหนดหน้าที่การทำงาน การสื่อสาร ด้านกลยุทธ์การสื่อสาร ต้องมีการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการสื่อสารเรื่องดังกล่าว วางกลยุทธ์ในการนำเสนอข้อมูล ความสดใหม่ของเนื้อหาและความทันสมัยของประเด็นที่ทำการนำเสนอ ต้องอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือเป็นสำคัญในการใช้กลยุทธ์ต่างๆ และมีการร่วมเป็นภาคีเครือข่ายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สรุป/ข้อเสนอแนะ

นโยบายและแนวทางการดำเนินการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติเกี่ยวกับโภชนาการในการป้องกันโรคมะเร็งในพนักงานสำนักงาน ต้องมีการดำเนินการศึกษาสภาพปัญหา กำหนดประเด็นและกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนในการดำเนินการสื่อสารและวางนโยบายใหม่ มีการจัดการการสื่อสารด้านต่าง ๆ ทั้งการจัดการองค์กร การจัดการเนื้อหา การจัดการการผลิต และการจัดการด้านเผยแพร่ กำหนดกลยุทธ์ที่ต้องใช้ในการสื่อสาร สถาบันมะเร็งแห่งชาติอาจมีการทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารโภชนาการเพื่อการป้องกันโรคมะเร็งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ข้อเสนอแนะงานวิจัยควรนำข้อมูลความรู้จากการค้นพบในงานวิจัยครั้งนี้ ไปประยุกต์ใช้กับองค์กรภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงการปกครองส่วนท้องถิ่นนอกเหนือไปจากกรุงเทพมหานครสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ และอาจมีการนำความรู้ที่ได้ในครั้งนี้ไปศึกษาในงานวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพมหานคร. (2564). ประวัติกรุงเทพมหานคร. เรียกใช้เมื่อ 14 ธันวาคม 2565 จาก <https://official.bangkok.go.th/page/19>
- แก้วตา สังชาติ และวรสิทธิ์ ศรศรีวิชัย. (2562). ถอดบทเรียน DHS South การจัดการโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ที่มีพื้นที่เป็นฐานและประชาชนเป็นศูนย์กลาง. สงขลา: มูลนิธิสุขภาพภาคใต้.
- จิตตินันท์ ตั้งประเสริฐ และพิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์. (2563). นโยบายการบริหารจัดการ และการใช้สื่อในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในบริบทประเทศไทย4.0. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 20(1), 137-52.

- พิชศาล พันธุ์วัฒนา. (2562). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนเมืองวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร. วารสารสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7 ขอนแก่น, 11(2), 93-103.
- เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร และคณะ. (2561). พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนกลุ่มวัยทำงาน. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, 12(1), 338-48.
- รัฐดา พลเยี่ยม และลักขณา คล้ายแก้ว. (2563). ปัจจัยที่ทำให้ไวรัสโควิด-19 เพื่อการโฆษณาได้รับความนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, 5(2), 59-66.
- เรือนรสสุคนธ์ จันทร์เจริญ และพิษณุ อภิสมมาตรโยธิน. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์และภาวะการกักตุนการตกรัศมีของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก. วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ, 10(1), 69-94.
- ศาศวัต จันทนะ และณัฐชุตตา วิจิตรจามรี. (2565). กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขและความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19. วารสารมหาจุฬานาครพรรณ์, 9(5), 570-84.
- ศุภิสรา สุวรรณชาติ และธิดารัตน์ นิ่มกระโทก. (2565). ระดับความรู้และความต้องการข้อมูลเรื่องโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่และไส้ตรงของประชาชน. วารสารสุขภาพและการศึกษาพยาบาล, 28(1), 1-16.
- สถาบันมะเร็งแห่งชาติ. (2563). ทะเบียนมะเร็งระดับโรงพยาบาล พ.ศ. 2563. กรุงเทพมหานคร: กลุ่มงานดิจิทัลทางการแพทย์ สถาบันมะเร็งแห่งชาติ.
- สุริยศักดิ์ มังกรแก้ววิกุล และศิริวัฒน์ สิริวัฒนกุล. (2563). ปัญหาการนำนโยบายสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไปปฏิบัติ: กรณีศึกษาขององค์การบริหารส่วนตำบลสาวชะโงกอำเภอบาง จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารศิลปการจัดการ, 4(2), 205-22.
- อิริยาพร อุดทา และอริชัย อรรถอุดม. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 5(2), 145-56.
- Chutima Kessadayurat. (2019). Value Co-Creation and relationship management strategies in online social media. BU Academic Review, 18(1), 132-47.
- Kostygina G. et al. (2020). Boosting health campaign reach and engagement through use of social media influencers and memes. Social Media + Society, 6(2), 1-12.