

การสื่อสารการสร้างเสริมสุขภาพของเว็บไซต์ไทยเฮลท์กับการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ของ เยาวชนในกรุงเทพมหานคร

ตรีชญา หวังพิทักษ์*
ผศ.ดร.พนารัตน์ ลิ้ม**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารการสร้างเสริมสุขภาพของเว็บไซต์ไทยเฮลท์กับการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การสื่อสารเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาพของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ 2) วิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านการออกแบบของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ และ 3) การเปิดรับและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกและสนทนากลุ่ม การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง รวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) กลุ่มผู้จัดทำข้อมูลสร้างเสริมสุขภาพในเว็บไซต์ไทยเฮลท์ 2) กลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่ไม่เคยร่วมงานกับ สสส. และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) กลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่เคยร่วมงานกับ สสส. และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม – มีนาคม 2561

ผลการวิจัย พบว่า เว็บไซต์ไทยเฮลท์นำเสนอเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาพครอบคลุม 4 มิติ กาย จิต ปัญญา สังคม เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพที่ทันสมัย แจ้งข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ สสส. ภาครีเื้ออข่าย ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล รวมทั้งแบบฟอร์มหรือคู่มือการดำเนินงานสำหรับภาครีเื้ออข่าย วิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอสื่อสร้างสรรค์เพื่อสุขภาพด้วยข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก มีการออกแบบเว็บไซต์ประกอบด้วย 1) ส่วนหัว แสดงถึงโลโก้ คือ ตัวอักษร “สสส. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ” วางที่มุมซ้ายด้านบน และเมนูหลักเรียงเป็นแนวนอน 2) เนื้อหา พื้นที่แสดงเนื้อหา 14 คอลัมน์ตามประเภทเนื้อหาที่เกี่ยวกับข้อมูลสร้างเสริมสุขภาพที่มีให้เลือกในเมนู และ 3) ส่วนท้ายหน้าเว็บไซต์ แสดงผังเว็บไซต์ ข้อมูลองค์กร แกลอรี มัลติมีเดีย และเว็บบอร์ด การสื่อสารด้วย รูปภาพหน้าปก เนื้อหา และภาพประกอบที่เป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ด้านการเปิดรับข่าวสารและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ของเยาวชนที่ไม่เคยร่วมงานกับ สสส. และที่เคยร่วมงานกับ สสส. ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เยาวชนที่ไม่เคยร่วมงานกับ สสส. เปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์ไทยเฮลท์ช่วงที่มีการรณรงค์ประเด็นร้อนเกี่ยวกับสุขภาพ การนำเสนอในรูปแบบ infographic หรือคลิปวิดีโอ การใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์เพื่อสมัครเข้าร่วมการอบรม หรือกิจกรรมของ สสส. ผ่านการแนะนำของครู อาจารย์ และคิดว่าเรื่องสุขภาพเป็นเรื่องของคนวัยชราหรือป่วยเป็นโรค

* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ร้าย จึงยังไม่เห็นความจำเป็นและประโยชน์ในการนำไปใช้ดูแลตนเอง ขณะที่เยาวชนที่เคยร่วมงานกับ สสส. หรือหน่วยงานภาคีที่สนใจค้นคว้าข้อมูลในเบื้องต้นได้เป็นอย่างดี เช่น ใช้สื่อเว็บไซต์ขององค์กรเพื่อสืบค้น หมายเลขโทรศัพท์ของภาคีเครือข่ายทั่วประเทศ หรือการอัปเดตข่าวสารเรื่องสุขภาพ ผลการวิจัยนำไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาพในเว็บไซต์ไทยเฮลท์ที่ตอบสนองความต้องการข่าวสาร และการนำไปใช้ประโยชน์ของกลุ่มเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

คำสำคัญ : การสร้างเสริมสุขภาพ เว็บไซต์ไทยเฮลท์ เว็บไซต์สุขภาพ การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ

บทนำ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ทำหน้าที่ขับเคลื่อนขบวนการสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อให้บรรลุผลในการลดอัตราการเจ็บป่วยและเสียชีวิตก่อนวัยอันควร กระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในประชากรบนผืนแผ่นดินไทย เว็บไซต์ไทยเฮลท์สร้างขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลสุขภาพ จากสถิติการจัดอันดับเว็บไซต์สุขภาพยอดนิยม ของเว็บไซต์ทูฮิตส์ (Truehits) ประจำวันที่ 12 สิงหาคม 2559 อันดับหนึ่ง คือ เว็บไซต์ไทยเฮลท์ มีผู้เข้าชม 501,703 คน พบว่า กลุ่มเยาวชนเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ไทยเฮลท์เพียงร้อยละ 21.43 ในขณะที่เยาวชนเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพทุกมิติ ทั้งร่างกาย จิตใจ และพฤติกรรมต่างๆ ซึ่งจะมีผลอย่างมากต่อการเตรียมพร้อมเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ที่จะต้องมีความรับผิดชอบสูงต่อส่วนตัว สังคม และสิ่งแวดล้อม จากการสำรวจข้อมูลสถิติสภาพการณ์ทางวัฒนธรรมของเด็กและเยาวชนไทย (กระทรวงวัฒนธรรม, 2560) พบปัญหาสำคัญ 6 ด้าน ได้แก่ อันดับ 1 ปัญหาเยาวชนเสพติดมากถึง 2.7 ล้านคน อันดับ 2 ปัญหาวัยรุ่นตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร ปีละ 1.5 แสนคน กว่า 1 ใน 2 ของเด็กและเยาวชนในระดับอุดมศึกษาอมรับการอยู่ด้วยกันก่อนแต่งงาน อันดับ 3 เด็กถูกละเมิดและกลั่นแกล้งกระทำความรุนแรงโดยสื่อ อันดับ 4 การอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่ยุคใหม่ที่รักลูกแบบไม่ถูกทาง อันดับ 5 การเสพยาออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ เยาวชนร้อยละ 63.7 ชอบดูสื่อลามก ร้อยละ 15.7 เคยดาวน์โหลดภาพโป๊เปลือย และถูกล่อลวงกระทำชำเรา มีแนวโน้มสูงขึ้น และอันดับ 6 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เกิดนักดื่มหน้าใหม่ เพิ่มขึ้น 2.5 ล้านคน โดยสามารถซื้อหาเครื่องดื่มได้เองถึงร้อยละ 98.7

เว็บไซต์ไทยเฮลท์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับการออกแบบการสื่อสารเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอให้เป็นกระบวนการสื่อสารสร้างสรรค์เพื่อสุขภาพ เพื่อเตรียมความพร้อม สร้างศักยภาพและความเข้มแข็งแก่เยาวชนให้เป็นพลเมืองที่มีทักษะชีวิต ไม่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ รู้จักสิทธิและทำหน้าที่ในการร่วมพัฒนาสังคมเพื่อสุขภาพ ดังนั้น การเผยแพร่ข้อมูลสร้างเสริมสุขภาพทางสื่อเว็บไซต์ไทยเฮลท์ จึงเป็นการสนับสนุนให้กลุ่มเยาวชนศึกษาค้นคว้าข้อมูลในเบื้องต้นได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาวะที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ไทยเฮลท์ วิธีการและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารการสร้างเสริมสุขภาวะของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ เพื่อเป็นแนวทางพัฒนารูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การออกแบบเว็บไซต์ไทยเฮลท์ ที่ตอบสนองความต้องการ และการนำไปใช้ประโยชน์ของเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ที่จะมีส่วนช่วยเผยแพร่ข้อมูลด้านสุขภาวะที่เป็นประโยชน์ไปสู่กลุ่มคนทุกช่วงวัยในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาวะของเว็บไซต์ไทยเฮลท์
- 2) เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านการออกแบบของเว็บไซต์ไทยเฮลท์
- 3) เพื่อศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ด้านเนื้อหา ศึกษาการสื่อสารเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาวะของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ วิธีการสื่อสาร และรูปแบบการสื่อสาร รวมถึงการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ของเยาวชน

ด้านกลุ่มเป้าหมาย ศึกษาในกลุ่มผู้จัดทำเว็บไซต์ไทยเฮลท์ กลุ่มเยาวชนอายุ 18-25 ปี ที่เข้าร่วมกิจกรรม และไม่เข้าร่วมกิจกรรมของ สสส. ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านวิธีวิจัย การวิจัยเป็นเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสนทนากลุ่ม โดยใช้แบบคำถามกึ่งโครงสร้าง

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การสร้างเสริมสุขภาพ

การสร้างเสริมสุขภาพ (สุรเกียรติ์ อาชานุกาพ, 2550) 1) การให้บริการสร้างเสริมสุขภาพโดยบุคลากรสาธารณสุข เป็นการบริการการสร้างเสริมสุขภาพแก่ผู้รับบริการ เช่น การให้ความรู้ด้านสุขภาพ 2) กระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมให้ประชาชนมีความสามารถในการควบคุมปัจจัยที่กำหนดสุขภาพมีผลต่อสุขภาพ (เอ็ดเดลแมน และแมนเดล delman and EMandle, 1994) กระบวนการกระตุ้นบุคคล กลุ่ม ให้สามารถควบคุมและปรับปรุงสุขภาพเพื่อให้ความสมบูรณ์ทางร่างกาย จิตใจ และสังคม รวมทั้งสามารถบ่งบอก และเกิดความตระหนักที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งบุคคลและสิ่งแวดล้อม การจูงใจหรือการกระทำ

ใดๆ ที่มีผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคคล (Pender, Murgough, & Parsons, 2011) มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การให้ความรู้ 2) การป้องกัน และ 3) การให้ภูมิคุ้มกันด้านสุขภาพ

การสื่อสารสุขภาพ

การสื่อสารสุขภาพในความหมายขององค์การอนามัยโลกเป็นการใช้กลยุทธ์หลักๆ ในการบอกให้สาธารณชนทราบเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ โดยมุ่งเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้เกิดความตระหนัก อีกทั้งยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพ (องค์การอนามัยโลก, อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547, น. 4) มีองค์ประกอบ ได้แก่ 1) สุขศึกษา กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี 2) การตลาดเพื่อสังคม 3) การชี้แนะ 4) การสื่อสารเกี่ยวกับภาวะเสี่ยง 5) การสื่อสารกับผู้ป่วย 6) การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ และ 7) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เช่น เว็บไซต์ (รัทซาน Ratzan, 1999, p. 34)

สื่อสังคมออนไลน์

สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย (Rogers, E. M., 2013) เป็นเทคโนโลยีสื่อใหม่ที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมาก การใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสารในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง ได้แก่ เว็บไซต์ บล็อก ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก การพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต ทำให้มีแนวโน้มค่อนข้างชัดเจนว่า สื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นสื่อหลักของผู้คนในโลกอนาคตอย่างแท้จริง

การสื่อสารและการบริหารเนื้อหาเว็บไซต์

การบริหารเนื้อหาเว็บไซต์ ประกอบด้วย 1) ส่วนหัว มีเมนูหลัก แบนเนอร์ 2) เนื้อหา ส่วนขยายบรรยายในส่วนของข้อมูล เนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับส่วนหัวและกลุ่มข้อมูลที่ได้รับการจัดกลุ่มเอาไว้เสมอ 3) ส่วนลงท้าย บอกรายละเอียดผู้ส่งข้อมูล การสื่อสารเนื้อหา มีข้อจำกัด ดังนี้ 1) นำข้อมูลจากหลายช่องทางจากหลายแหล่งข่าวมาใช้งาน จะช่วยให้มีความน่าเชื่อถือสูง ช่วยในการตรวจสอบยืนยันความถูกต้อง (verification) โดยเฉพาะองค์กรหรือบุคคลอันเป็นที่ไม่รู้จักและยอมรับในเรื่องนั้นๆ เมื่อนำมาใช้ควรมีการอ้างอิงแหล่งที่มาเพื่อให้เกียรติเจ้าของข้อมูลในอนาคต 2) ข้อมูลที่ได้มานั้น ควรตรวจสอบเงื่อนไขทางลิขสิทธิ์หรือทรัพย์สินทางปัญญา 3) ควรเผยแพร่เพื่อประโยชน์แก่คนเฉพาะกลุ่มหรือเพื่อส่วนรวม และ 4) ข้อมูลหรือบทความที่น่าเสนอ ห้ามหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือกระทบต่อสิทธิมนุษยชนหรือไม่เป็นธรรมต่อบุคคลที่เป็นแหล่งข่าว (จรัส จันทนาวิวัฒน์ และคณะ, 2558)

การเปิดรับข่าวสาร

กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสาร ในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้ 1. การเลือกเปิดรับ 2. การเลือกให้ความสนใจ 3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย 4. การเลือกจดจำ (Klapper, J.T., 1960 : pp.19-25) ปัจจัยที่มีอิทธิพล

ต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล 1. ความต้องการ 2. ทักษะและค่านิยม 3. เป้าหมาย 4. ความสามารถ 5. การใช้ประโยชน์ 6. เวลาในการสื่อสาร 7. สถานะ และ 8. ประสบการณ์และนิสัย (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993:65 อ้างถึงใน ประมว สตะเวทิน, 2541: 122-124) จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร 1. การแสวงหาข้อมูล 2. การเปิดรับข้อมูล 3. การเปิดรับประสบการณ์ (Samuel L. Becker, 1972) โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ 1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ 2. เพื่อการตัดสินใจ 3. เพื่อพุดคุยสนทนา และ 4. เพื่อการมีส่วนร่วม (McCombs and Becker, 1979: pp.51-52)

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

กาญจนา แก้วเทพ (2543, น. 306-307) ได้ให้แนวคิดหลักของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ว่า การเปิดรับสารส่วนใหญ่ตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง และแปรมาเป็นแรงจูงใจ การเลือกจดจำ การเลือกรับรู้มีความเกี่ยวพันกับการเลือกจดจำอย่างเห็นได้ชัด ความพร้อมที่จะจำสารมักเกิดขึ้นกับคนที่สนใจและพร้อมจะเข้าใจ (Klapper, J.T., 1960: 19-25) การรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อในการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อ นั้น คิปแพคส์ และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1990) ได้ทำการศึกษาชาวออสเตรเลีย สรุปได้ว่านอกจากจะเน้นเรื่องของการใช้สื่อและความพึงพอใจแล้ว ยังได้เพิ่มเรื่องของการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อ และเพื่อให้เกิด “ความต้องการ” พบว่า ความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและปัจจัยด้านตัวบุคคล อิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย ซึ่ง ชรามม์ (Schramm, 1973) ได้กล่าวถึงการเลือกรับสารของผู้รับสารว่า ต้องมีการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร โดยผู้รับสารแสวงหาข่าวเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการทำวิจัยได้แก่ ผู้จัดทำเว็บไซต์ไทยเฮลท์ เยาวชนที่ใช้เว็บไซต์ไทยเฮลท์ การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบบเจาะจงกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

กลุ่มผู้จัดทำข้อมูลสร้างเสริมสุขภาพในเว็บไซต์ไทยเฮลท์ 7 คน ได้แก่ 1. บรรณาธิการเนื้อหา 1 คน 2. เว็บมาสเตอร์ 1 คน 3. เจ้าหน้าที่ดูแลเนื้อหาเว็บไซต์ content จำนวน 3 คน 4. เจ้าหน้าที่เขียนบทและบันทึกวิดีโอและอัปเดตขึ้นเว็บไซต์ จำนวน 1 คน 5. เจ้าหน้าที่ดูแลหน้าภาพ จำนวน 1 คน

กลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่ไม่เคยร่วมงานกับ สสส. และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คน

กลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่เคยร่วมงานกับ สสส. และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คน

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้จัดทำข้อมูลสร้างเสริมสุขภาวะในเว็บไซต์ไทยเฮลท์ 7 คน ได้แก่ 1. บรรณาธิการเนื้อหา 1 คน 2. เว็บบาสเตอร์ 1 คน 3. เจ้าหน้าที่ดูแลเนื้อหาเว็บไซต์ content จำนวน 3 คน 4. เจ้าหน้าที่เขียนบทและบันทึกวิดีโอและอัปเดตขึ้นเว็บไซต์ จำนวน 1 คน 5. เจ้าหน้าที่ดูแลหน้าภาคี จำนวน 1 คน ระหว่างเดือนตุลาคม – ธันวาคม 2561 และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 14 คน โดยแบ่งออกเป็น การสนทนากลุ่ม กลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่ไม่เคยร่วมงานกับ สสส. และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คน และการสนทนากลุ่ม กลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่เคยร่วมงานกับ สสส. และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คน ทั้ง 2 กลุ่มต้องเคยใช้เว็บไซต์ไทยเฮลท์ และใช้ประโยชน์จากข้อมูลสร้างเสริมสุขภาวะในเว็บไซต์ไทยเฮลท์มาในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2561

การดำเนินการวิจัย

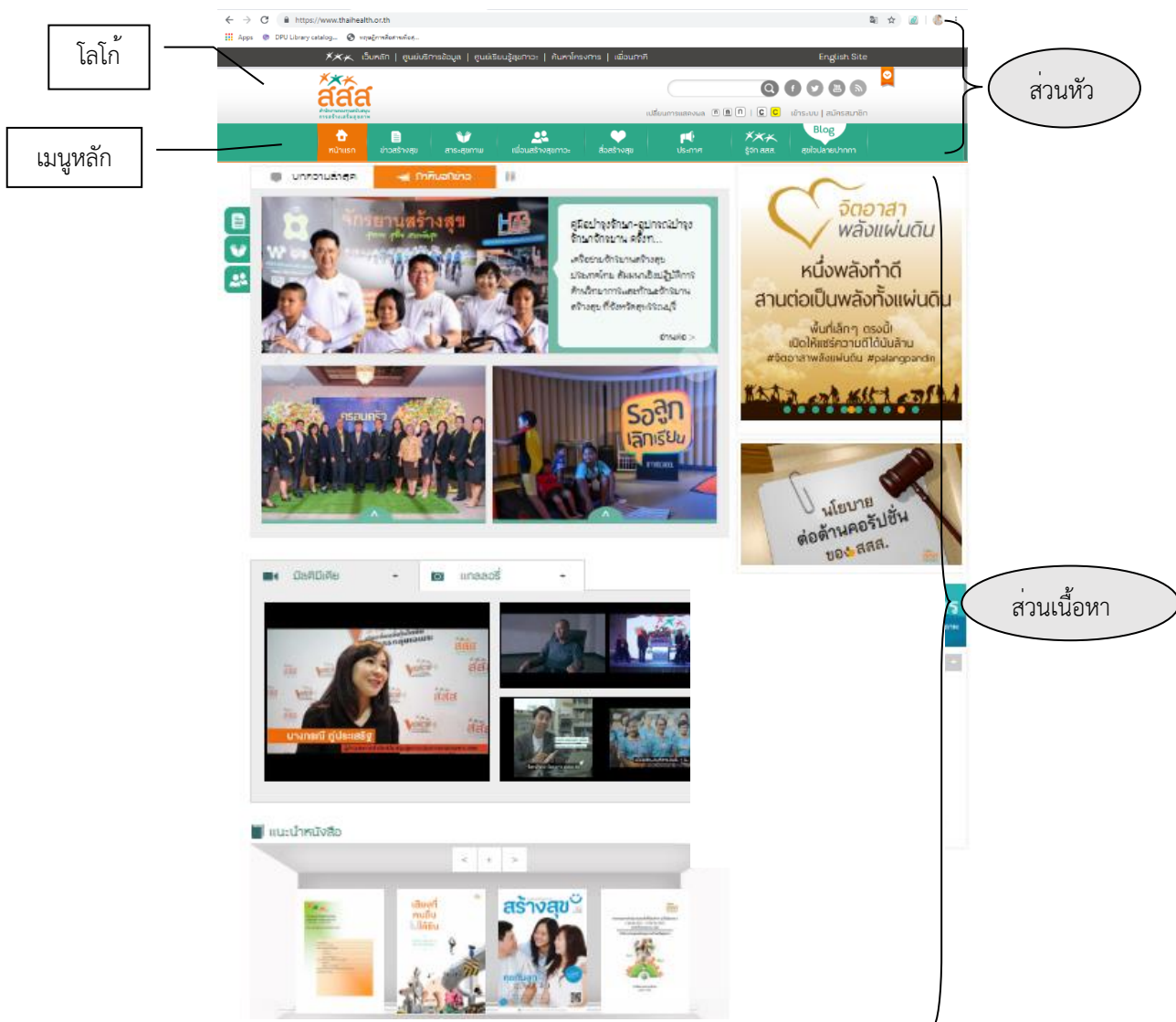
1. เก็บข้อมูลจากการวิเคราะห์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ ระหว่างเดือนมกราคม – มีนาคม 2561
2. คำถามสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำสื่อเว็บไซต์ไทยเฮลท์ ได้แก่ ทักษะคิด ความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาและรูปแบบเว็บไซต์ วิธีการใช้สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้จัดทำเว็บไซต์ไทยเฮลท์หรือไม่ ขั้นตอนการจัดทำเว็บไซต์ ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการทำเว็บไซต์ไทยเฮลท์
3. คำถามสัมภาษณ์กลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่ไม่เคยร่วมงานกับ สสส. และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และกลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่เคยร่วมงานกับ สสส. และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความจำเป็นและความสำคัญในการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ ความคิดเห็น ความสะดวก องค์กรประกอบ เนื้อหา การออกแบบ ปัญหาและอุปสรรคในการค้นหาข้อมูลสร้างเสริมสุขภาวะใน เว็บไซต์ไทยเฮลท์

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การสื่อสารเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาวะของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ ผู้จัดทำเว็บไซต์ไทยเฮลท์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการสร้างเสริมสุขภาวะของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ว่า เว็บไซต์ไทยเฮลท์ใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านสุขภาวะแก่ประชาชน รวมถึงหน่วยงานภาคีเครือข่ายต่างๆ ทั่วภูมิภาค เพื่อให้การสื่อสารเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาวะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ครอบคลุมพื้นที่ และสะดวกรวดเร็วในการค้นหา อย่างไรก็ตามเว็บไซต์ไทยเฮลท์ยังขาดการยอมรับ และการมีสัมพันธภาพที่

ดีกับเยาวชนทั่วไป สสส. จึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาพที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเยาวชนมากขึ้น

ส่วนที่ 2 วิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านการออกแบบของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ ผลการวิจัยเว็บไซต์ไทยเฮลท์มีวิธีการสื่อสารเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาพที่เข้าถึงได้ง่ายจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อการเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย สะดวกต่อการเผยแพร่และนำไปใช้ประโยชน์ ผ่านการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบข่าว บทความ ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้ยังพบว่านำเสนอในรูปแบบอื่นๆ ที่หลากหลาย อาทิ Infographic วิดีโอแอนิเมชัน ผ่านการออกแบบหน้าเว็บไซต์ให้ใช้งานง่าย แบ่งเป็นหมวดหมู่ รวมถึงมีประสบการณ์ร่วมผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเขียนบล็อก ทำให้เกิดการพัฒนาศูนย์เรียนรู้สองทาง อย่างไรก็ตามเว็บไซต์ไทยเฮลท์มีการออกแบบให้บริการเนื้อหาด้านสุขภาพภายใต้รูปแบบหน่วยงานของรัฐ จึงมีความเป็นทางการ อาจทำให้เยาวชนทั่วไปไม่เข้าใจสิ่งที่นำเสนอในเว็บไซต์ไทยเฮลท์





ภาพที่ 1 แสดงหน้าเว็บไซต์ไทยเฮลท์

เว็บไซต์ไทยเฮลท์ มีรูปแบบการนำเสนอโดยใช้โทนสีเขียว สีส้ม บนพื้นหลังสีขาว แบ่งพื้นที่เป็น 3 ส่วน คือ 1. ส่วนหัว มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ โลโก้ คือ ชุดตัวอักษร “สสส.” และเมนูหลัก ใช้เป็นปุ่มเชื่อมโยงเนื้อหาภายในเว็บไซต์ รวมถึงล๊อคให้ผู้ใช้บริการสามารถแบ่งปันประสบการณ์การมีส่วนร่วม 2. ส่วนเนื้อหา นำเสนอรูปแบบแยกประเภท ทั้งบทความ มัลติมีเดีย แกลลอรี่ และหนังสือ และ 3. ส่วนท้าย ข้อมูลขององค์กร สถานที่ตั้ง แผนที่ และเมนูเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ภายในเว็บไซต์ ได้แก่ แกลลอรี่ มัลติมีเดีย และเว็บบอร์ด

ส่วนที่ 3 การเปิดรับและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการเปิดรับและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ระหว่างเยาวชนที่เคยร่วมงานกับ สสส. กับ เยาวชนที่ไม่เคยร่วมงานกับ สสส. แบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

การเปิดรับและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์	เยาวชนที่ <u>เคย</u> ร่วมงานกับ สสส.	เยาวชนที่ <u>ไม่</u> เคยร่วมงานกับ สสส.
1. เนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาพ	<p>เปิดรับและใช้ประโยชน์อยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำข่าวสารของภาคีเครือข่ายในหัวข้อที่สนใจมาเผยแพร่ - นำข้อมูลไปแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่น - นำข้อมูลมาทำงานประกอบวิชาชีพ 	<p>เปิดรับและใช้ประโยชน์บางเวลา และเห็นว่าเรื่องสุขภาพเป็นเรื่องไกลตัว</p> <ul style="list-style-type: none"> - แร้งข้อมูลเพื่อให้ดูเป็นคนดี ทันสมัย - ใช้ส่งงานอาจารย์ - ใช้เว็บไซต์ไทยเฮลท์เป็นเครื่องมือสมัครเข้าร่วมการอบรม หรือกิจกรรมของ สสส.
2. วิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดวางคอลัมน์ และรูปแบบปุ่มลัดเพื่อเข้าถึงหน้าต่างๆ เข้าใจง่าย และสะดวกในการค้นหาข้อมูล - ออกแบบดูทันสมัย น่าดึงดูด 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความทันสมัยทั้งเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอเข้าใจได้ง่าย - สีที่ใช้มีความสดใสทำให้เนื้อหาดูไม่เ็นทางการ - ค้นหาข้อมูลสุขภาพ สะดวก รวดเร็ว

		- นำการออกแบบ infographic หรือคลิปวิดีโอที่มีความน่าสนใจ ทันสมัย สีสันสวยงามไปใช้แบ่งปันกับเพื่อน
--	--	---

สรุปผลการเปรียบเทียบการเปิดรับและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ของกลุ่มเยาวชนในกรุงเทพมหานครอายุระหว่าง 18-25 ปีที่เข้าร่วมงานกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และไม่เข้าร่วมงานกับ สสส. ได้ว่า เว็บไซต์ไทยเฮลท์สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมงานกับ สสส. ในการสืบค้นอยู่เสมอ เปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่มีความสำคัญและจำเป็นได้ครอบคลุม สามารถเข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว เกิดการมีส่วนร่วม สามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับ สสส. ทำให้เป็นคนที่ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่น และประกอบวิชาชีพได้ แตกต่างจากกลุ่มเป้าหมายไม่เข้าร่วมงานกับ สสส. มีการเปิดรับและการใช้ประโยชน์เพียงช่วงที่มีการณรงค์ประเด็นร้อนเกี่ยวกับสุขภาพ หรือการนำเสนอในรูปแบบ infographic หรือคลิปวิดีโอที่มีความน่าสนใจ ทันสมัย สีสันสวยงาม การเข้าใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์เพื่อสมัครเข้าร่วมการอบรม หรือกิจกรรมของ สสส. ผ่านการแนะนำของครู อาจารย์เท่านั้น และคิดว่าเรื่องสุขภาพเป็นเรื่องของคนวัยชราหรือป่วยเป็นโรคร้าย จึงยังไม่เห็นความจำเป็นและประโยชน์ในการนำไปใช้ดูแลตนเอง

การอภิปรายผล

ส่วนที่ 1 การสื่อสารเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาพของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ พบว่า ผู้จัดทำเว็บไซต์ไทยเฮลท์ได้จัดทำเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เพื่อให้คนไทยมีสุขภาพดีครบ 4 ด้าน กาย จิต ปัญญา สังคม ดังจะเห็นได้จากเนื้อหาเว็บไซต์ที่นำเสนอเกี่ยวกับกิจกรรมทางกาย อาหารตามหลักโภชนาการ สุขภาวะทางจิตในสถานที่ทำงาน การส่งเสริมการอ่าน การลดการบริโภคบุหรี่ยี่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อุบัติเหตุ ผู้จัดทำเว็บไซต์ไทยเฮลท์มีเป้าหมายผลิตเนื้อหามุ่งเน้นการสร้างสังคมไทยปลอดควันบุหรี่ สร้างความยั่งยืนทางสุขภาพ ปกป้องเยาวชนไทยไม่ตกเป็นเหยื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร่วมสร้างกลไกป้องกันอุบัติเหตุระดับพื้นที่อย่างยั่งยืน ร่วมวางรากฐาน พัฒนาทักษะและคุณภาพชีวิตเด็กไทยทุกช่วงวัย สร้างภูมิคุ้มกัน ลดปัจจัยเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ สร้างเสริมสุขภาพะคนไร้บ้าน สร้างสรรค์สังคมเพื่อทุกคน สอดคล้องกับ การสร้างเสริมสุขภาพของเพนเดอร์ เมอร์ดอจ และพาร์สัน คือ การจูงใจหรือการกระทำใดๆ ที่มีผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคคล ประกอบด้วย 1. การให้ความรู้ (Health Education) 2. การป้องกัน (Health Prevention) และ 3. การให้ภูมิคุ้มกันด้านสุขภาพ (Health Protection) โดยใช้เว็บไซต์สื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารสุขภาพเป็นการใช้กลยุทธ์หลักๆ ในการ

บอกให้สาธารณชนทราบเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ โดยมุ่งเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้เกิดความตระหนัก อีกทั้งยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพ (องค์การอนามัยโลก, อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน, 2547, น. 4) องค์ประกอบการสื่อสารเพื่อสุขภาพ (รัทซาน Ratzan, 1999, p. 34) ได้แก่ 1) สุขศึกษา กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี 2) การตลาดเพื่อสังคม 3) การชี้แนะ 4) การสื่อสารเกี่ยวกับ ภาวะเสี่ยง 5) การสื่อสารกับผู้ป่วย 6) การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ และ 7) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เช่น เว็บไซต์ โดยผู้จัดทำเว็บไซต์ไทยเฮลท์ได้สื่อสารข้อมูลการสร้างเสริมสุขภาพผ่านเมนูหลักหัวข้อ 1. สำนักข่าวสร้างสุข 2. สร้างสุขกับ สสส. 3. ข่าวสุขภาพ 4. รอบรู้เรื่อง โครงการ 5. เกร็ดความรู้สุขภาพ 6. เคล็ดลับคนดังสุขภาพดี 7. ภาศึบอข่าว 8. เรื่องเล่าภาศึ 9. ทันกระแสสุขภาพ 10. คู่มีภาศึ 11. แนะนำภาศึ 12. สสส. โลก 13. แกลอรี 14. วิดีโอ

สื่อสารข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ผ่านการกลั่นกรอง ข้อมูลจากการมีประสบการณ์ร่วมผ่านการ ทำกิจกรรมต่างๆ การเขียนบล็อกให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้สองทาง ให้ประชาชนได้เข้ามาศึกษาข้อมูล เป็นแหล่งเรียนรู้สุขภาพที่มีคุณภาพ การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง นำไปปฏิบัติได้จริง และเกิดภูมิคุ้มกันสังคมสุขภาพ คังที่องค์การอนามัยโลก ได้ให้ความหมายของสุขภาพว่า “Health is complete physical, mental, social and spiritual well being.” ซึ่งหมายถึงสุขภาพที่สมบูรณ์ทั้งกาย ทางจิต ทางสังคม และทางจิตวิญญาณ เว็บไซต์ไทยเฮลท์มีการสื่อสารเนื้อหาการสร้างเสริมสุขภาพแก่ประชาชนรวมถึงเยาวชน โดยเฉพาะเยาวชน ที่กำลังอยู่ในสังคมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค เป็นกลุ่มที่เพิ่มค่าใช้จ่ายการรักษาพยาบาลของประเทศ

ส่วนที่ 2 วิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านการออกแบบของเว็บไซต์ ไทยเฮลท์ พบว่า โครงสร้างพื้นที่ใช้งานมี 3 ส่วน คือ ส่วนหัว ส่วนกลาง และส่วนท้าย รูปแบบโครงสร้าง การนำเสนอในเว็บไซต์ไทยเฮลท์ ประกอบด้วย 1. โลโก้ (Logo) เป็นตัวอักษร “สสส. สำนักงานกองทุน สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ” จัดวางที่มุมซ้ายด้านบนของทุกหน้าเว็บไซต์ 2. เมนูหลัก (Link Menu) เป็นแถบหัวข้อหลักเกี่ยวกับเนื้อหาภายในเว็บไซต์ เช่น เมนูข่าวสร้างสุข เมนูสาระสุขภาพ เมนูสื่อสร้างสุข 3. รูปภาพหน้าปก (Banner) เว็บไซต์ไทยเฮลท์สื่อสารด้วยข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวแบนนอน 4. เนื้อหาและภาพประกอบ (Content) ใช้ภาพประกอบที่มีความน่าสนใจใช้เป็นลิ้งค์สามารถกดเชื่อมโยงไปยัง เนื้อหาประเด็นนั้นๆ แต่ไม่มีทางเลือกในการอ่านข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ และ 5. สี (Colors) เว็บไซต์ไทย เฮลท์ใช้สี ส้ม เขียว เป็นสีประจำองค์กร เป็นโทนสีหลักบนพื้นหลังสีขาว สอดคล้องกับ จัรัส จันทนาวิวัฒน์ และคณะ (2558) กล่าวถึงโครงสร้างเว็บไซต์ประกอบด้วย 1.) ส่วนหัว (Page Header) บอกถึงข้อมูลทาง เทคนิคที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล อาทิ เมนูหลัก เจ้าของข้อมูลข่าวสาร หัวข้อข่าวที่นำเสนอ แหล่งที่มาของข้อมูล วันเวลาการเสนอข่าวสาร 2.) ส่วนเนื้อหา (Page Body) เป็นการบรรยายในส่วนของข้อมูล อาจมีความยาว เพียงสั้นๆ หรือยาวๆ ก็ได้ เนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับส่วนหัวและกลุ่มข้อมูลที่ได้รับการจัดกลุ่มเอาไว้เสมอ โดยมี วิธีการสื่อสารด้วยการใช้ตัวอักษรและภาพผ่านทางแบนเนอร์ การใช้คลิกวิดีโอในการนำเสนอข้อมูล เช่น

รณรงค์การลดอุบัติเหตุจากการเมาไม่ขับ การนำเสนอความรู้ด้านสุขภาพด้วย Infographic และ 3.) ส่วนลงท้าย (Signature) บอกถึงรายละเอียดของผู้เป็นเจ้าของข้อมูล อาทิ บอกชื่อ นามสกุล นามปากกา ที่อยู่ติดต่อ และข้อความลงท้ายข้อมูลนั้นๆ และส่วนท้าย สอดคล้องกับ ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) กล่าวถึงข้อมูลที่ควรมีในเว็บไซต์ ได้แก่ 1. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท/องค์กร เช่น ประวัติความเป็นมา เป้าหมาย ขนาด และความมั่นคง ทำให้ผู้คนเห็นภาพบริษัทได้ชัดเจน 2. รายละเอียดสินค้าและบริการ กิจกรรมต่างๆ 3. ข่าวความคืบหน้าและข่าวสารสื่อมวลชน เพื่อสื่อให้ผู้สนใจได้รับทราบข้อมูลที่ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ 4. คำถามยอดนิยม ช่วยให้ผู้สนใจได้รับคำตอบที่ต้องการอย่างรวดเร็ว 5. ข้อมูลในการติดต่อ เช่น อีเมล ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และโทรสาร สิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ

ส่วนที่ 3 การเปิดรับและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร การเปิดรับและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครอายุระหว่าง 18-25 ปีที่ เคยร่วมงานกับ สสส. เปิดรับข่าวสารการสร้างเสริมสุขภาวะจากเว็บไซต์ไทยเฮลท์ทุกวัน ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) หรือแท็บเล็ต เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดเป้าหมายการดำเนินชีวิตด้านอาชีพ อาทิ ข้อมูล เอกสาร คู่มือที่เกี่ยวข้องกับการทำงานภาคีเครือข่าย ภาคีเครือข่ายที่ทำงานร่วมกับ สสส. ได้เปิดรับข่าวสารโดยใช้เว็บไซต์ไทยเฮลท์ Facebook สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อนำไปใช้ในการทำงานด้านสุขภาพในพื้นที่ของตนเอง เว็บไซต์ไทยเฮลท์ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว เกิดการมีส่วนร่วม สามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับ สสส. ทำให้เป็นคนที่ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้อื่นได้ การเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร แชมมวล เบคเกอร์ (1972) 1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องต่างๆ ไป 2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่าน หรือดูหรือ ฟังเป็นพิเศษ และ 3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ได้ว่าน่าจะเป็นผู้ที่ยอมรับสิ่งใหม่ๆ ที่เข้ามาในสังคมได้รวดเร็ว มีระดับการจูงใจที่สูง มีโครงสร้างไม่ซับซ้อน เข้าใจได้ง่าย

นอกจากนี้ พบว่า การเปิดรับและการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ไทยเฮลท์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานครอายุระหว่าง 18-25 ปี ที่ไม่เคยร่วมงานกับ สสส. ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์ไทยเฮลท์ช่วงที่มีการรณรงค์โดยนำเสนอในรูปแบบ infographic หรือคลิปวิดีโอที่มีความน่าสนใจ ทันสมัย สีสันสวยงาม สอดคล้องกับ ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) กล่าวว่าเทคนิคที่ช่วยให้เนื้อหาที่น่าสนใจยิ่งขึ้น คือ สี ซึ่งเป็น

สิ่งแรกที่ผู้ชมมองเห็นจากเว็บไซต์ซึ่งเป็นสิ่งกำหนดบรรยากาศและความรู้สึก สามารถชักนำสายตาผู้อ่านไปทุกบริเวณในหน้าเว็บเพจ สร้างระเบียบให้กับข้อความต่างๆ และส่งเสริมเอกลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงานนั้นๆ หรือการอบรมที่น่าสนใจ โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ต้องลงทะเบียนผ่านทางเว็บไซต์ไทยเสลท์โดยมีอาจารย์เป็นผู้แนะนำเว็บไซต์ไทยเสลท์ให้รู้จัก ก่อนหน้านี้ไม่รู้จักและไม่มีความสนใจที่จะเข้าเว็บไซต์ไทยเสลท์ด้วยตนเอง เนื่องจากคิดว่าเรื่องสุขภาพเป็นหน้าที่ของหมอยาพยาบาลในการให้ความรู้และเป็นเรื่องที่ทุกคนใช้ข้อมูลช่วงวัยชราหรือป่วยเป็นโรคร้าย กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเนื้อหาที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่ายังไม่ถึงวัยที่จะต้องศึกษา และควรมีห้องสนทนาที่เปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตอบข้อเท็จจริงในเรื่องของสุขภาพเยาวชนได้ สอดคล้องกับโจเซฟ ที แคลปเปอร์ (1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ เริ่มจาก 1.) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ความสนใจและความต้องการของตน และทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน อาทิ ทัศนที่จะอ่านมากกว่าฟัง ก็ชอบเปิดเว็บไซต์ อ่านหนังสือมากกว่าฟังวิทยุ 2.) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) ดังเช่นกลุ่มตัวอย่างที่สนใจการหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ เพราะง่ายต่อการเข้าถึงและข้อมูลสามารถอำนวยความสะดวกได้เพียงดาวน์โหลดลิงค์กับฐานข้อมูล 3.) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) ผลวิจัยพบว่าเยาวชนที่ไม่เคยร่วมกิจกรรมจะเลือกรับรู้ข่าวสารที่ตนเองต้องการ เช่นการเข้ามาหาข้อมูลเพื่อต้องการอบรมความรู้ที่ตนสนใจ และเลือกไม่รับข้อมูลข่าวสารสุขภาพ เพราะคิดว่าไม่เกี่ยวกับตนเองแต่เป็นเรื่องของคนชรา ผู้สูงอายุ เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตาม ความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ดังเช่นกลุ่มเป้าหมายที่ทราบว่าการออกกำลังกายมีผลกระทบต่อสุขภาพ แต่ก็ไม่รับรู้และไม่สนใจหาทางค้นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหานั้นๆ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย และ 4.) การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือ

สนับสนุนความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น ดังเช่นกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความคิดเห็นว่าเว็บไซต์ไทยเฮลท์มีความน่าสนใจ เนื้อหาและข่าวสารต่างๆ มีประโยชน์และตรงกับความต้องการของคนในปัจจุบัน มีความถูกต้องของข้อมูล ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลและข่าวสารในเรื่องที่สนใจ มีความทันสมัยตามเหตุการณ์ แต่ยังมีเรื่องความน่าเชื่อถือของการอ่านข้อมูล กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน ให้จัดกิจกรรมที่น่าสนใจ อาทิ จัดให้มีห้องสนทนากลุ่ม มีการประกวดภาพถ่ายคนสุขภาพดี กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ แล้วยอบของที่ระลึกต่างๆ หรือร่วมโหวต จะทำให้อยากเข้ามาใช้บริการอีกเรื่อยๆ

ดังนั้น เยาวชนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มข้างต้นมีความแตกต่างในการเข้าใช้บริการ การเข้าถึงข้อมูลการสร้างเสริมสุขภาพในเว็บไซต์ไทยเฮลท์อย่างชัดเจนทำให้การแสวงหาข่าวสารต่างกัน ดังเช่นวิลเบอร์ ชเรมม์ ซึ่งให้เห็นถึงองค์ประกอบ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล อาทิ ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับและผู้ส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่าง กลุ่มเยาวชนที่ไม่เคยร่วมกิจกรรมกับ สสส. จะไม่มีความสนใจที่จะเปิดรับและใช้ประโยชน์การสื่อสารการสร้างเสริมสุขภาพ เนื่องจากเว็บไซต์ไทยเฮลท์ไม่ได้สร้างประสบการณ์ร่วมกับกลุ่มนี้ รวมถึงการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง พร้อมทั้งความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้ ทศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือ ข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น เนื่องจากเยาวชนที่เคยร่วมงานกับ สสส. มีการนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อในเชิงวิชาการด้านอาชีพ ส่วนเยาวชนที่ไม่เคยร่วมงานกับ สสส. และการสื่อสารการสร้างเสริมสุขภาพมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจเปิดรับไปใช้ประโยชน์ด้านความร่วมมือทำงานร่วมกับองค์กร สสส. มากกว่าตอบสนองบริบทเยาวชนในความต้องการข้อมูลข่าวสารที่ไม่มีกิจกรรมที่น่าดึงดูด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การปรับปรุงการจัดทำเว็บไซต์ไทยเฮลท์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต้องคำนึงถึงการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเยาวชน และการเข้าถึงกลุ่มเยาวชน เช่น จัดกิจกรรมให้เล่นเกมหรือชิงโชค จัดทำวิดีโอณรงค์แคมเปญต่างๆ ในรูปแบบหนังสือที่เป็นซีรี่ส์เพื่อเกิดการติดตาม

2. จัดทำ “ห้องสนทนา (Chat Room)” โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเกี่ยวกับด้านสุขภาพ เป็นบริการที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ไทยเฮลท์สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตอบข้อเท็จจริงในเรื่องของสุขภาพได้อย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเรื่องความต้องการของเยาวชนเกี่ยวกับเว็บไซต์สร้างเสริมสุขภาพ โดยจำแนกตามประเด็นปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง
2. การวิจัยเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพของคนไทย (น่าจะมีคนทำนะ แน่ใจนะว่าไม่มีคนทำมาก่อน) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสมรรถภาพความรู้ด้านสุขภาพ
3. การวิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ไทยเฮลท์กับบุคลากรกลุ่มอื่น เช่น ภาควิชาเภสัช แพทย์ และพยาบาล

บรรณานุกรม

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2547). เทคโนโลยีสารสนเทศและทฤษฎีการสื่อสาร. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิดานันท์ กังแฮ. (2560. 9 เมษายน). เจ้าหน้าที่ดูแลเนื้อหาเว็บไซต์ Content เว็บไซต์ไทยเฮลท์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. สัมภาษณ์.
- จรัส จันทนาวิวัฒน์และคณะ. (2558). สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- ชมนกัศ วังอินทร์. (สัมภาษณ์ 9 เมษายน 2560). เจ้าหน้าที่ดูแลเนื้อหาเว็บไซต์ Content เว็บไซต์ไทยเฮลท์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. สัมภาษณ์.
- คนยา สุเวทเวทิน. (สัมภาษณ์ 9 เมษายน 2560). เจ้าหน้าที่ดูแลเนื้อหาเว็บไซต์ Content เว็บไซต์ไทยเฮลท์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. สัมภาษณ์.
- เทียนทิพย์ เตียวกี. (สัมภาษณ์ 9 เมษายน 2560). เจ้าหน้าที่ดูแลหน้าภาควิชา เว็บไซต์ไทยเฮลท์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. สัมภาษณ์.
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2544). คัมภีร์ Web Design. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น
- นพรัตน์ นริสรานนท์. (สัมภาษณ์ 9 เมษายน 2560). เว็บมาสเตอร์อาวุโสของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. สัมภาษณ์.
- ปรภัต จุตระกูล. (สัมภาษณ์ 9 เมษายน 2560). บรรณาธิการเนื้อหาเว็บไซต์ไทยเฮลท์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. สัมภาษณ์.
- ศราวุธ ยมราช. (สัมภาษณ์ 9 เมษายน 2560). เจ้าหน้าที่เขียนบทและบันทึกวิดีโอและอัปโหลดเว็บไซต์ไทยเฮลท์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. สัมภาษณ์.

- สุรเกียรติ์ อาชานานุภาพ. (2550). *คู่มือหมอชาวบ้าน*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิหมอชาวบ้าน.
- Edelman, C. L., & Mandel, C. L. (1994). *Health Promotion Throughout the Life Span*. (3rd ed.). St.Louis: The C.V. Mosby Company.
- Klapper, J. T.(1960) . *The Effects of Communication*. New York: Free Press.
- McCombs, M. E. and Becker, L. E. (1979). *Using mass communication theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Pender, N. J., Murdaugh, C. L., & Parsons, M. A. (2011). *Health promotion innursing practice (6th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Rogers, E. R., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovation: a Cross-cultural Approach*. New York: The Free Press.
- Selden, C. R., Zorn, M., Ratzan, S. C., Parker, R. M. (2000). *National Library of MedicineCurrent bibliography in Medicine: Health Literacy*. NLM Pub. No. CBM2000-1. Bethesda, MD: National Institutes of Health, U.S. Department of Healthand Human Services