

รายงานสรุป

เรื่อง “การรับรู้และความสนใจต่อสินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัย”

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ “กรมอนามัยเป็นองค์กรหลักของประเทศในการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมเพื่อประชาชนสุขภาพดี” โดยขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดใหม่และปรับบทบาทใหม่เพื่อให้หน่วยงานในสายวิชาการผลิตและพัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่ผ่านการกลั่นกรองและคัดเลือกอย่างดีว่ามีคุณค่าและประโยชน์พอเพียงที่จะส่งผลกระทบต่อสินค้า (Product Champion) หรือองค์ความรู้ต่าง ๆ ทั้งที่เป็นข้อเสนอเชิงนโยบายในระดับกระทรวงและระดับชาติ หรือส่งมอบเพื่อสนับสนุนวิชาการในระดับเขตและจังหวัด เพื่อส่งต่อไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกรมอนามัย โดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือสุขภาพที่ดีของประชาชนทุกกลุ่มวัย

ในปี 2560 นี้ ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้ทำการสำรวจการรับรู้และความสนใจต่อสินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัย ในกลุ่มสื่อมวลชนท้องถิ่น จำนวน 318 คน เป็นเพศชาย 145 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 เพศหญิง 173 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-60 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาคือช่วงอายุ 36-40 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด 184 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 เป็นสื่อมวลชนประเภทวิทยุมากที่สุด 169 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ 58 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

สำหรับการรับรู้และความสนใจต่อสินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัย จำนวน 10 ประเภท ได้แก่ สมุดบันทึกสุขภาพแม่และเด็กสถานที่ทำงานน่าอยู่ น่าทำงาน (Healthy Work Place) โรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ (Package HPS) สมุดบันทึกสุขภาพผู้สูงอายุ Youth Friendly Health Service หรือระบบบริการที่เป็นมิตรกับวัยรุ่นหลักสูตร Care Manager แนวทางการป้องกันและแก้ไขการตั้งครรภ์ในวัยรุ่นสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นคุณภาพระบบบริการอนามัยสิ่งแวดล้อม (EHA) การพัฒนาโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ (HPH) และคณะอนุกรรมการสาธารณสุขจังหวัด (อสธจ.) สรุปได้ดังนี้

สื่อมวลชน จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 95.6 รู้จักสินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัย ขณะที่ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ไม่รู้จัก

สินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัยที่รู้จักมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ สมุดบันทึกสุขภาพแม่และเด็ก จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 รองลงมาคือ แนวทางการป้องกันและแก้ไขการตั้งครรภ์ในวัยรุ่นสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 และ การพัฒนาโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ (HPH) จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7

สินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัย ที่สื่อมวลชนมีการนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ สมุดบันทึกสุขภาพแม่และเด็ก จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ แนวทางการป้องกันและแก้ไขการตั้งครรภ์ในวัยรุ่นสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 และ โรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ (Package HPS) จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 ตามลำดับ

จากการสอบถามสื่อมวลชนเกี่ยวกับความพึงพอใจในสินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัย พบว่า พอใจ จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 ไม่พอใจ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และคิดเห็นว่าสินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัยมีประโยชน์ต่อประชาชน พบจำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 95.0 คิดว่าไม่มีประโยชน์เพียง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

สำหรับในอนาคตความสนใจของสื่อมวลชนที่ต้องการจะใช้สินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัยในการเผยแพร่ผ่านสื่อ 3 ลำดับแรก คือ สมุดบันทึกสุขภาพผู้สูงอายุ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือ สมุดบันทึกสุขภาพแม่และเด็ก จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และสถานที่ทำงานน่าอยู่ น่าทำงาน (Healthy Work Place) จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 ตามลำดับ

ทั้งนี้ ผลจากการการรับรู้และความสนใจต่อสินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัยในครั้งนี้ ทำให้สรุปได้ว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่รู้จักสินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัย และคิดว่ามีประโยชน์สำหรับประชาชน และในอนาคตมีความสนใจและต้องการที่จะนำสินค้าและบริการ (Product Champion) ของกรมอนามัยไปเผยแพร่ผ่านสื่อของตนเองต่อไป