

MOPH

PR

CHANGE

-Global Change

-Technology Change

-Hand Ware Change

Ipad, I-Phone, Android

-Tablet

เด็ก ป.1

-ข้อมูลวิงชนตนเอง

MOPH
PR

CHANGE

- การติดต่อสื่อสารถึงตัวบุคคล แยกส่วนจากเดิม
รวมกลุ่มรับข้อมูล
- บริบทของสังคมไทยเปลี่ยนแปลง
- การยอมรับสื่อบุคคล ระดับ อสม. น้อยลง (คนแก่ แม่บ้าน)
แต่ยอมรับข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ
- หา อากู⁺ ได้เอง
- การเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญ องค์กรความรู้

MOPH
PR

CHANGE

เก่า

- นโยบาย **Top Down**
- รวมอำนาจ
- คำนึงถึงเศรษฐกิจน้อย
- โรคเดิม ๆ ธรรมดา

ใหม่

- นโยบาย **Bottom Up Down**
 - กระจายอำนาจ รูปเขตบริการ
 - เศรษฐกิจนำมา
 - ประชาชนสนใจสุขภาพ
- แสวงหาทางเลือกสุขภาพ
ช่องทางใหม่ ๆ โรคอุบัติใหม่

เปลี่ยนวิธีการทำงาน

1. Monitoring (ติดตาม)

- ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ
- จากชาวบ้าน
- ความเชื่อเดิม, ประเพณี
- พื้นที่บ้าน

2. Evaluate สุขภาพชาวบ้าน การเจ็บป่วย

- จาก Anaul Report ไม่เฉพาะ 10 อันดับแรก
- การเจ็บป่วย มาจากหลาย ๆ สาเหตุ
- R to R (Routine to Research)

เปลี่ยนวิธีการทำงาน

1. Reform PR ใน สสจ.

โดยเป็น นักวิชาการเผยแพร่ นักวิชาการสาธารณสุข

2. เพิ่ม PR ใน รพ.สต.

ให้ความรู้ สู้ โลก/ปัญหาสุขภาพ/คุ้มครองผู้ป่วยโรค

* วิทยุชุมชน (รัศมีวิทยุ 20 กม.)

3. PR ใน รพศ./รพท.

* Information ผู้ใช้บริการ

* 2nd Provention – ป่วยกลับ

* Primary Prevention - ญาติ

Information system

สื่อมวลชนสัมพันธ์

5W 1H (who what when where why How)

Data

- รับฟังจากผู้บริหาร ในการประชุมประจำเดือน
- อบรม/สัมมนา
- สื่อจากส่วนกลาง (ติดตาม)
- R to R /Research
- annual Report

เก่า

-โรคพื้น ๆ

โรคติดต่อ

โรคเรื้อรัง

กรรมพันธุ์

-โฆษณาต่าง ๆ

อยู่ในสื่อพื้น ๆ

เปิดดูจึงจะเห็น

ใหม่

-โรคซับซ้อนเพิ่มมาก

-โรคจากพฤติกรรม

-โฆษณาแข่งขัน

เชิงสุขภาพ

อิงสุขภาพ

เข้าถึงตัวบุคคล

ดาวเทียม

สรุป

ผู้ทำงาน Style เดิม ๆ อยู่

รพ.ไม่เพียงพอ

จำนวนคนไข้เพิ่มมากขึ้น

หมอไม่พอ ผู้เชี่ยวชาญไม่พอ

อายุน้อย ป่วยเร็ว อายุสั้น ป่วยยาว

เป็นโรค อายุน้อยลง

เศรษฐกิจครัวเรือนต่ำลง ล้มละลาย จากค่าเดินทางหาหมอ

ตัวอย่าง

http://www.oknation.net/blog/print.php?id=136534

File Edit View Favorites Tools Help

วันที่ สัปดาห์ ตุลาคม 2550
[พิมพ์หน้านี้](#) | [ดูบล็อกอื่นๆ ที่ OKnation](#)

นักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่โลกไซเบอร์ หมดเวลา"ตามนาย สะพายกล้อง"....

TH ? 10:02 25/4/2557

http://www.oknation.net/blog/print.php?id=136534

File Edit View Favorites Tools Help

Page Safety Tools

"ประชาสัมพันธ์"

คำๆนี้ดูเหมือนจะเป็นได้ทั้งฟางเส้นสุดท้าย
และกองหน้าหน่วยกล้าตายได้ทั้งนั้น

หลายหน่วยงานประสบความสำเร็จได้ก็เพราะใช้ยุทธวิธีประชาสัมพันธ์เป็น
และหลายหน่วยงานเช่นกันที่เจ๊งล้มเพราะใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ไม่เป็น

ก็ต้องเลือกเอาล่ะครับว่า จะเป็นหน่วยกล้าตายหรือฟางเส้นสุดท้าย....

แต่เท่าที่สัมผัสสุดแล้ว ปัญหาไม่ใช่ว่าจะอยู่ที่ชื่อประชาสัมพันธ์หรือการใช้งาน แต่น่าจะอยู่ที่คนมาทำงานการประชาสัมพันธ์หน่วยงานมากกว่า
ซึ่งมันก็ไม่ยากอีกนั่นแหละ...แต่ที่มันยากนั้นน่าจะเป็นเพราะมันเป็นงานวิชาชีพที่คนทำหน้าที่ตรงนี้**ต้องเป็นต้องมีต้องใช้ต้องให้และต้องหา**
มากกว่า...

ต้องเป็น...ในที่นี้ก็คือ ประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือองค์กรเป็น เช่น มองวิสัยทัศน์เป็น บูรณาการเป็น สังเคราะห์เป็น วิเคราะห์เป็น วางแผนเป็น พัฒนา
เป็น ประเมินเป็น....ประมาณนั้น

ต้องมี...ที่น่าจะเป็นมีกิน มีจินตภาพ มีกระบวนการ มีกาใ้รู้ไปเรียน มีการครีเอทีฟ มีความคิดสร้างสรรค์ มีหลักการประสาน มีการสร้างองค์ความรู้
ใหม่ๆ มีบุคลิกภาพที่สามารถทั้งทางความคิดและการแสดงออก มีคุณธรรม จริยธรรม มีความมุมานะพยายาม มีความอดทน เสียสละ... ไปโน่น

ต้องใช้....น่าจะเป็น ใช้คนได้ ใช้ทีมงานได้ ใช้อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องมือได้ ใช้งานคุ้ม ใช้ความรู้ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า คุ้มทุน

TH ? 10:03 25/4/2557

ต้องให้....อันนี้สำคัญ เพราะมันหมายถึงคุณลักษณะจากภายในของคน เช่น ให้ความเวลา ให้ความคิด ให้ความรู้ ให้ทรัพย์ ให้เครื่องมือ ให้เครื่องมือ ให้ความรัก ความศรัทธาในวิชาชีพ ให้ความเมตตาเอื้ออาทร ให้ใจ กระทั่งให้อภัย...ถ้าจำเป็นต้องให้ นักประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จก็ทั้งควรมีคุณสมบัติติดคน.....

ต้องหา...ตรงนี้ก็จะเป็นเรื่องของการไล่ล่า แสวงหาความเป็น Knowledge Worker หรือ Knowledge Management การผลิต The Best Practice จนถึง The Best on The Best

ชุดแบบนักวิชาการสุดโต่งก็คือ การพัฒนางานให้เป็นเลิศแบบสุดๆ พัฒนาแล้วก็ต้องพัฒนาอีก ตามหลักการ **PDCA** ของเดมมิง คือ วางแผน ทำ ตรวจสอบ และพัฒนา

มันเป็นหลักการครอบจักรวาล ที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย แต่ที่มันทำหายความเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและอยู่ในองค์กรที่มีประสิทธิภาพและมีศักยภาพได้มากน้อยเพียงใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับ การพัฒนาแล้วพัฒนาเล่าและการไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ มีการนำมาวางแผนใหม่ตามวงจรเดมมิง PDCA อย่างต่อเนื่อง.....

อย่างนี้แหละ...การประชาสัมพันธ์มันถึงเป็นเรื่องที่น่าเบื่อหากจะนำทฤษฎีและหลักการมาเป็นธงชี้ทางการพัฒนา

ครั้งจะพูดถึงการบ่มเพาะประสบการณ์ การลองผิดลองถูก การบูรณาการความคิด ความอ่าน ไม่มีหลัก...มันก็เหมือนชกมวยไม่มีเชิง ประจุมวยวัดเหมือนการเป็นครูสอนคนแต่ไม่มีแผนการสอนเป็นก็ศิไล์ประมาณนั้น....

แม้จะเป็นแผนการสอนที่ไปก็อปปี้ใครต่อใครมา หรือเป็นแผนที่เขียนขึ้นแบบไม่ตรงกับกรปฏิบัติจริงก็ตามทีเถอะ....

นักประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือนักประชาสัมพันธ์องค์กรในภาวะปัจจุบัน การกิจจึงต้องผูกติดอยู่กับความคิดและวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กรว่าจะมีความเป็น **Lesder Ship** มากน้อยเพียงใด ถ้า **"ท่านผู้นำ"** ไม่เห็นความสำคัญหรือมองว่าการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องปลายแถว...

http://www.oknation.net/blog/print.php?id=136534

File Edit View Favorites Tools Help

และมันก็ไม่มีตั้ชี่ชีวิตใดมาประมวลผลว่า หน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆไม่ประสบความสำเร็จเสียด้วยซี....

เพราะฉะนั้น...คนที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์จึงต้องพิสูจน์ตนเองและสรรพคุณตนเองด้วยผลงานและวิสัยทัศน์ที่ต้องปั้นและป้อนออกไปให้เป็นรูปธรรม

ใช้เวลา ใช้ความคิด ใช้สมอง ชักซ้ายและชักขวาอย่างเมามันและสนุกสนาน

ผลงานมันก็จะบอกถึงคุณค่าของงานด้วยตัวมันเอง...

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักหนังสือพิมพ์ นักข่าวทีวีหรือนักสื่อสารมวลชน

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักถ่ายภาพ ที่ต้องคอยตามนาย สะพายกล้อง

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักจัดรายการวิทยุหรือคนติดต่อภาพวีดีทัศน์

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักออกแบบป้ายโฆษณา คัทเอาท์ ไวเนล บอร์ด กระดานข่าว

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักเขียนโปรแกรม นักคอมพิวเตอร์

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักเขียนข่าว นักวิเคราะห์ นักรายงาน

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักบูรณาการ นักประยุกต์วิสัยทัศน์ นักพัฒนาองค์กร

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักวิจัย นักวิชาการ

TH ? 10:04 25/4/2557

http://www.oknation.net/blog/print.php?id=136534

File Edit View Favorites Tools Help

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักศิลปกรรมออกแบบ อาร์ตเวิร์ค

นักประชาสัมพันธ์มีใช้นักประสาน นักมนุษยสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์ มีใช้ผู้ที่มีคุณสมบัติตั้งที่กล่าวมาข้างต้นตามที่กล่าวมา....
แต่นักประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นทั้งหมด...

เพียงแต่ว่า จะมามากหรือน้อยเท่านั้น.....

แต่ที่แน่ๆ...นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรับผิดชอบ

รับผิดชอบตนเอง รับผิดชอบต่อองค์กรหรือหน่วยงานและที่สำคัญต้องรับผิดชอบต่อ...ประชาชน !!

ถึงเวลานี้พร้อมหรือยังครับ...กับความเป็นนักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ในโลกอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยี

ในโลกที่เต็มไปด้วยสื่อโซเชียลโดยไม่จำเป็นต้องจัดระเบียบการประชาสัมพันธ์.....

กร มฤชช

โดย กรมฤชช

TH ? 10:05 25/4/2557

