

การสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์
และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live

HEALTH COMMUNICATION ON AIDS, STIs AND HEPATITIS B AND C
IN FORM OF FACEBOOK LIVE

จุฬามาศ มากบุญชอร์

Juthamat Makkunchorn,

อาษา สวัสดิ์

Asa Sawaddee,

ศิริกุล ชัยเจริญ

Sirikoon Chaijarern,

สิริพร ภิชโยทัย

Siriporn Piyayothai,

ทองกร ยัณรังษี

Thongkorn Yunnarungsri

กองโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

Division of AIDS and STIs

Received: 13/09/2021

Revised: 05/10/2021

Accepted: 09/11/2021

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live ในปีงบประมาณ 2562 ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล ด้วยการศึกษาค้นคว้าเชิงลึกของเพจ สอวพ. การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม แล้วนำมาพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า มีผู้ติดตามเพจ สอวพ. หลังจัดกิจกรรมเพิ่มขึ้นจากก่อนจัดกิจกรรม จำนวน 7,966 คน โดยในกิจกรรมที่มีผู้เข้าถึงมากที่สุดมาจากเนื้อหาที่น่าสนใจ น่าติดตาม และมีการ Share เป็นจำนวนมาก ส่วนการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรม Facebook Live ของเพจ สอวพ. พบว่า ติดตามเพจและกิจกรรม Facebook Live เนื่องจากเป็นเพจที่ให้ความรู้เฉพาะด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ได้รับความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ได้จริงและแนะนำต่อได้ ผู้ดำเนินรายการพูดคุยนุก เป็นกันเอง อธิบายชัดเจน รวมถึงการมีของรางวัลเป็นแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรม และกลยุทธ์การสื่อสารฯ ของเพจ สอวพ. ได้แก่ (1) มีการวางแผนรูปแบบกิจกรรม (2) ผู้ดำเนินรายการมีทักษะด้านการสื่อสาร (3) การสร้างบุคลิกของผู้ดำเนินรายการให้เกิดการจดจำ (4) การสร้างเนื้อหาวิชาการที่อ้างอิงหลักเนื้อหาเชิงการตลาด (5) การสร้างกติกาในการเข้าร่วมกิจกรรม (6) การสร้างเครือข่ายกับผู้ทรงอิทธิพลในสังคมออนไลน์ และ (7) มีความต่อเนื่องในการจัดกิจกรรม โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ (1) พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (2) พัฒนารูปแบบกิจกรรมและช่องทางการสื่อสารให้เกิดความรอบรู้ด้านสุขภาพ (3) ศึกษาแบบการสื่อสารอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มนั้น ๆ และ (4) ศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมป้องกันการโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี หลังจากติดตามกิจกรรม Facebook Live

Abstract

This study used a qualitative research model and using content analysis. The objectives of this study were to study the results and strategies of health communication on AIDS, STIs and hepatitis B and C in form of Facebook Live in fiscal year 2019. Use a method triangulation with an in-depth study of @aidsstis facebook fanpage, in-depth interviews with the sample group and participatory observation and then take into account the consistency of the data. The results of the study found that the number of page followers after the activities increased from before the activities amounted to 7,966 people. The activities with the most people reach came from interesting, engaging content and a lot of sharing. The Uses and gratifications of participating in the Facebook Live were found to follow the page and Facebook Live activities because this page dedicated to AIDS, STIs and hepatitis B and C knowledge and gain additional knowledge to be practical and recommendable. The moderators talk fun, friendly, explain clearly, including having prizes as an incentive for participating in the activities. And the communication strategies of @aidsstis facebook fanpage are (1) planning activities (2) moderators have communication skills (3) creating a memorable personality of the moderators (4) creating content academics based on content marketing (5) establishing rules for participating in activities (6) building networks with social media influencers and (7) continuity in organizing activities. The recommendations are as follows: (1) to develop content and formats that are suitable for the target group (2) to develop activities and communication channels for health literacy (3) to study other forms of communication that are suitable for platform and (4) further study on knowledge, attitudes and behaviors to prevent AIDS, STIs B and C after following Facebook Live.

<p>คำสำคัญ การถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊ก การสื่อสารสุขภาพ โรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โรคไวรัสตับอักเสบบีและซี</p>	<p>Keywords Facebook Live, Health Communication, AIDS, STIs, Hepatitis B and C</p>
--	---

บทนำ

ประชากรทั่วโลกมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น จากข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ในปี 2561 พบว่า ประชากรทั่วโลกจำนวน 7.59 พันล้านคน ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 4.02 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ผู้ใช้งานผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย จำนวน 3.20 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 42.00 แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ Facebook รองลงมา ได้แก่ Youtube Whatsapp FB Messenger

และ WeChat โดยช่วงอายุที่ใช้ Facebook มากที่สุด คือ 25-34 ปี รองลงมา 18-24 ปี และ 35-44 ปี⁽¹⁾ สำหรับประเทศไทย พบว่า ประชากรไทย จำนวน 69.11 ล้านคน ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 57 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 82.00 เป็นผู้ใช้งานผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย จำนวน 51 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 74.00 แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ Facebook ร้อยละ 75.00 รองลงมา ได้แก่ Youtube, Line, FB Messenger และ Instagram ร้อยละ 72.00, 68.00, 55.00 และ 50.00 ตามลำดับ โดยกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่มีผู้ใช้ Facebook มากที่สุดในโลก (22 ล้านคน) รวมถึงประเทศไทย ยังมีผู้ใช้

Facebook มากเป็นอันดับที่ 8 ของโลกอีกด้วย โดยช่วงอายุที่ใช้ Facebook มากที่สุด คือ 18-24 ปี รองลงมา 25-34 ปี และ 35-44 ปี⁽²⁾ ซึ่งข้อมูลสอดคล้องกันกับระดับโลก โดย Facebook เป็นแพลตฟอร์มที่มีการใช้มากที่สุดในโลกและในประเทศไทย รวมทั้งช่วงอายุที่ใช้ Facebook คือ กลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน และกลุ่มวัยทำงาน ในปัจจุบันประเทศไทยมีการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทั้ง Facebook Fanpage, Line official, Instagram เป็นต้น โดยสื่อสังคมออนไลน์นิยมทำการตลาดออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของแบรนด์นั้น ๆ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐเริ่มใช้การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย จะเห็นได้จากหลาย ๆ องค์กรมีการสร้าง Facebook Fanpage เพื่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์องค์กร รวมถึงการให้ความรู้แก่ประชาชนในภารกิจที่รับผิดชอบ ซึ่งกองโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ก็เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีการสร้าง Facebook Fanpage สอวพ. (ปัจจุบันเปลี่ยนจากเพจ สอวพ. เป็นชื่อเพจ Safe SEX Story เล่าเรื่องเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์) ด้วยมีภารกิจสำคัญประการหนึ่งในการถ่ายทอดความรู้ผ่านกระบวนการสื่อสารสาธารณะเพื่อให้ข้อมูลความรู้ด้านการป้องกันและดูแลรักษา ผู้การยุติปัญหาเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ รวมทั้งกำจัดโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี จึงได้มีการสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live โดยใช้การสื่อสารสุขภาพ⁽³⁻⁴⁾ นำศาสตร์ทางด้านสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารด้านสุขภาพเพื่อประโยชน์ในการป้องกัน สร้างและส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข การมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยคำนึงถึงการนำข้อมูลหรือสารด้านสุขภาพที่น่าสนใจผ่านสื่อต่าง ๆ จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารให้นำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เพื่อก่อให้เกิดสุขภาพที่ดีแก่ประชาชน ร่วมกับการสื่อสารออนไลน์⁽⁵⁾ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารข้อมูลโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย โดยใช้

แพลตฟอร์ม Facebook ซึ่งเป็นการสร้างเนื้อหาวิชาการร่วมกับหลักเนื้อหาเชิงการตลาด (Content Marketing)⁽⁶⁾ แบ่งปันข้อมูลความรู้ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้กลุ่มเป้าหมายประทับใจและจดจำเนื้อหาได้โดยไม่มีขัดเยียด ไม่นอมน้าวใจอย่างชัดเจนเหมือนการโฆษณา แต่เลือกที่จะนำเสนอเนื้อหารูปภาพ วิดีโอ และการตอบคำถามหรือแสดงความคิดเห็นที่น่าสนใจ ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกเชิงบวก และนำไปสู่การขยายต่อ (share) ในโลกออนไลน์ (social media) ทำให้หน่วยงานเป็นที่รู้จักและเป็นการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายได้อีกทางหนึ่ง โดยได้มีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดสดผ่าน Facebook หรือที่เรียกว่า Facebook Live⁽⁷⁻⁸⁾ ผ่าน Facebook Fanpage สอวพ. ซึ่งเป็นชื่อย่อของสำนักโรคเอดส์ วัณโรค และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ (ปัจจุบันคือ กองโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์) จัดกิจกรรม Facebook Live ทุกวันพุธเว้นวันพุธ ช่วงเวลา 15.00 น.⁽⁹⁾ ดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 ถึง 30 กันยายน 2562 เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารและเพิ่มยอดผู้รับชมเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) ทำให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้ใช้งาน Facebook สามารถแสดงความคิดเห็น ได้ตอบ กตัญญูใจ หรือเผยแพร่ต่อ

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาผลการสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live โดยศึกษาข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. ได้แก่ จำนวนผู้ติดตาม จำนวนการเข้าถึง จำนวนการมีส่วนร่วม และศึกษาข้อมูลจากผู้ติดตามเพจ ในด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อกิจกรรม Facebook Live เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งได้ทำการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารในรูปแบบ Facebook Live จะสามารถเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์แก่หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานทางด้านสุขภาพ ให้สามารถพัฒนา

แนวทางการสื่อสารสุขภาพได้ดี เหมาะสม และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเป็นการพัฒนาระบบการสื่อสารสุขภาพ และส่งเสริมให้ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายมีความรอบรู้ด้านสุขภาพโดยสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เกี่ยวกับโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซีอย่างรอบด้าน นำสู่การมีพฤติกรรมที่เหมาะสม และสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการป้องกันและดูแลรักษาได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ติดเชื้อเอชไอวีและผู้ป่วยเอดส์ เพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเข้าใจและเป็นมิตร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลการสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live

วิธีการศึกษา

1. รูปแบบการศึกษา การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) การศึกษาผลการสื่อสารฯ ใช้ข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. (ปัจจุบันชื่อเพจ Safe SEX Story เล่าเรื่องเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์) และการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านทางอินบ็อกซ์เพจสอวพ. ส่วนการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารฯ ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ประกอบกับข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. และการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านทางอินบ็อกซ์เพจสอวพ. โดยทำการศึกษาในปีงบประมาณ 2562 ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2561-30 กันยายน 2562
2. พื้นที่ในการศึกษา คือ Facebook Fanpage: สอวพ. (เพจ สอวพ.)
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ

ผู้ติดตาม Facebook Fanpage: สอวพ. จำนวน 23,913 คน (ข้อมูลวันที่ 30 ก.ย. 2561) โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ในกลุ่มผู้ที่ได้รับรางวัลจากการเข้าร่วมกิจกรรม Facebook Live เพจ สอวพ. และ สุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับรางวัลจากการเข้าร่วมกิจกรรม Facebook Live โดยเป็นผู้ยินยอมให้สัมภาษณ์ จำนวน 23 คน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. และแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

4.1 ข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. เป็นข้อมูลขั้นทุติยภูมิ ผู้ศึกษาใช้ข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. ได้แก่ ข้อมูลผู้ติดตามเพจ สอวพ. จำนวนผู้เข้าถึง (People Reach)⁽¹⁰⁻¹¹⁾ และจำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement)⁽¹¹⁻¹²⁾ ในกิจกรรม Facebook Live เพื่อวิเคราะห์ผล การศึกษา โดยทำการศึกษาข้อมูลในช่วง 1 ตุลาคม 2561-30 กันยายน 2562

4.2 แบบสัมภาษณ์ โดยรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 23 คน ทำการสัมภาษณ์ในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2562 ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด มีคำถามจำนวน 5 ข้อ ดังนี้ (1) รู้จักเพจ สอวพ. ได้อย่างไร (2) ทำไมถึงติดตามเพจ สอวพ. (3) ติดตามกิจกรรม Facebook Live เพราะอะไร (4) ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนากิจกรรม Facebook Live และ (5) สิ่งที่ควรปรับปรุง

4.3 แบบบันทึกการสังเกตกิจกรรม Facebook Live โดยผู้ศึกษาบันทึกการสังเกตกิจกรรม Facebook Live ในแต่ละครั้ง หัวข้อที่บันทึก ได้แก่ (1) หัวข้อหรือชื่อตอน (2) ประเด็นการพูดคุย (3) ผู้ดำเนินรายการ (4) รูปแบบการดำเนินรายการ (5) การมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม (6) จุดเด่นของรายการ และ (7) สิ่งที่ควรปรับปรุง

5. ขั้นตอนการดำเนินงาน การสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้ศึกษาวางแผนรูปแบบรายการ Facebook Live เพื่อสื่อสารด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี โดยวิเคราะห์ข้อมูลการใช้โซเชียลมีเดีย และวางแผนรูปแบบรายการ Facebook Live ได้แก่ ผู้ส่งสาร รูปแบบและเนื้อหาของสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ในช่วงเดือนสิงหาคม - กันยายน 2561

ขั้นตอนที่ 2 ผู้ศึกษาจัดทำแผนการสื่อสารด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ปีงบประมาณ 2562 โดยจัดกิจกรรม Facebook Live ทุกวันพุธเว้นวันพุธ ดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561-30 กันยายน 2562 โดยจัดทำแผนในช่วงกันยายน 2561

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ศึกษาดำเนินงานตามแผนการสื่อสารด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ปีงบประมาณ 2562 ในระหว่างเดือนตุลาคม 2561 - กันยายน 2562 ซึ่งในระหว่างการทำงานอาจมีการปรับเปลี่ยนวัน เวลา หัวข้อรายการ และผู้ดำเนินรายการได้ตามความเหมาะสมของสถานการณ์

ขั้นตอนที่ 4 ผู้ศึกษาสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง ผ่านทางอินบ็อกซ์เพจ สอวพ. เพื่อศึกษาผลการสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live ในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2562

ขั้นตอนที่ 5 ผู้ศึกษาสรุปและประเมินผลการดำเนินงาน

6. การตรวจสอบคุณภาพ ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล (Method Triangulation) โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาต่างกัน ได้แก่ ด้านเอกสาร ใช้การศึกษาข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. ด้านบุคคล ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้ศึกษา ด้านผู้วิจัย ใช้ข้อมูลจากผู้วิจัยหรือผู้เขียนบทความในเรื่องเดียวกัน และความสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ แล้วนำมาพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูล

7. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยวิเคราะห์ถึงประเด็นสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ จากนั้นนำประเด็นมาแยกเป็นประเด็นย่อย และหัวข้อย่อย ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ภาพรวมและประเด็นย่อย และนำเสนอผลการศึกษาด้วยวิธีการเชิงบรรยาย

8. การพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูล การดำเนินการศึกษากระทำภายใต้ความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้ให้ข้อมูลทุกคนได้รับทราบวัตถุประสงค์ของการศึกษาจากผู้ศึกษา และรับทราบว่าผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิ์ที่จะปฏิเสธการให้สัมภาษณ์ได้ตลอดเวลา ในกรณีที่ผู้ให้ข้อมูลรู้สึกไม่สบายใจจากการให้ข้อมูล ผู้ศึกษาจะหยุดการสัมภาษณ์ทันที ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำเสนอข้อมูลจากการศึกษาในภาพรวม โดยไม่เปิดเผยชื่อ สถานที่ของผู้ให้ข้อมูล และจะใช้นามสมมติแทนชื่อจริงของผู้ให้ข้อมูล

ผลการศึกษา

การสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live แบ่งผลการศึกษาเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live

จากการศึกษาข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. และการสัมภาษณ์รายบุคคลผ่านทางอินบ็อกซ์เพจ สอวพ. มีผลการศึกษา ดังนี้

1. การรู้จักเพจ สอวพ. จากการสัมภาษณ์รายบุคคลผ่านทางอินบ็อกซ์เพจ สอวพ. พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักจากการเผยแพร่ (Share) ของเพื่อนใน Facebook ร้อยละ 52.17 รองลงมาจากเพจอื่นเผยแพร่ต่อ เพื่อนที่ทำงานแนะนำ ค้นหาความรู้จากแหล่งอื่น และเพจนี้ปรากฏบนหน้า Facebook ร้อยละ 17.39, 13.04, 8.69 และ 8.69 ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรู้จักเพจ สอวพ.

การรู้จักเพจ สอวพ.	กลุ่มตัวอย่าง (n=23)	
	จำนวน	ร้อยละ
จากการเผยแพร่ (Share) ของเพื่อนใน Facebook	12	52.17
จากเพจอื่นเผยแพร่ต่อ	4	17.39
เพื่อนที่ทำงานแนะนำ	3	13.04
ค้นหาความรู้จากแหล่งอื่น	2	8.69
เพจนี้ปรากฏบนหน้า Facebook	2	8.69

2. การติดตามเพจ สอวพ. พบว่า ก่อนจัดกิจกรรม Facebook Live ข้อมูลวันที่ 30 ก.ย. 2561 มีผู้ติดตามเพจ สอวพ. จำนวน 23,913 คน หลังจัดกิจกรรมเสร็จสิ้น ทั้งหมด 29 ครั้ง พบว่า เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562 มีผู้ติดตามเพจ สอวพ. จำนวน 31,879 คน เพิ่มขึ้นจากเดิม 7,966 คน และทั้งก่อนและหลังจัดกิจกรรม พบว่า ร้อยละของเพศและช่วงอายุเท่ากัน โดยผู้ติดตามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.00 และเพศหญิง ร้อยละ 48.00 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน และช่วงอายุที่ติดตามมากที่สุด คือ อายุ 18-24 ปี ร้อยละ 37.00 รองลงมาคือ อายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี ร้อยละ 35.00 และร้อยละ 16.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ติดตามเพจ สอวพ. จำแนกเป็นเพศและช่วงอายุ

ข้อมูลผู้ติดตามเพจ สอวพ.	ผู้ติดตามเพจ สอวพ. ก่อนจัดกิจกรรม (N ₁ =23,913)		ผู้ติดตามเพจ สอวพ. หลังจัดกิจกรรม (N ₂ =31,879)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	เพศ			
ชาย	12,435	52.00	16,577	52.00
หญิง	11,478	48.00	15,302	48.00
อายุ				
13-17 ปี	172	0.72	229	0.72
18-24 ปี	8,848	37.00	11,796	37.00
25-34 ปี	8,370	35.00	11,158	35.00
35-44 ปี	3,826	16.00	5,100	16.00
45-54 ปี	1,435	6.00	1,913	6.00
55-64 ปี	717	3.00	956	3.00
65 ปีขึ้นไป	545	2.28	727	2.28

3. การติดตามกิจกรรม Facebook Live เพจ สอวพ. ได้ศึกษาจำนวนการเข้าถึงกิจกรรม Facebook Live และจำนวนการมีส่วนร่วมกิจกรรม Facebook Live พบว่า คิดเป็นร้อยละ 28.60 ของจำนวนผู้ติดตามเพจ โดยตอนที่ 18 พบหมอบางรัก ตอน คุณหมอหน้าใสกับนายชิฟิลิส มีจำนวนผู้เข้าถึงมากที่สุด เท่ากับ 46,359 คน ร้อยละ 193.87 มากกว่าผู้ติดตามเพจ สอวพ. ถึง 1.94 เท่า รองลงมา คือ ตอนที่ 17 เมื่อพ่อปู่ต้องคุมกำเนิด ร้อยละ 75.99 และตอนที่ 20 ตรวจฟรี รักษาฟรี ถุงยางก็ฟรีนะจ๊ะ ร้อยละ 48.53 (ตารางที่ 2)

3.1 จำนวนผู้เข้าถึงกิจกรรม Facebook Live จำนวน 29 ครั้ง รวมเป็น 198,336 คน โดยค่าเฉลี่ยผู้เข้าถึงกิจกรรม Facebook Live ต่อครั้ง เท่ากับ 6,839 คน

3.2 จำนวนการมีส่วนร่วมกิจกรรม Facebook Live พบว่า ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของกิจกรรม แต่ละครั้ง เท่ากับ 810 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.39 โดยตอนที่ 23 Know Your Status ตกลงเราเป็นอะไรกัน ? มีจำนวนการมีส่วนร่วมมากที่สุด เท่ากับ 2,232 ครั้ง ร้อยละ 9.33 (กต Share 136 ครั้ง กต Emotion 862 ครั้ง และ แสดงความคิดเห็น 1,234 ครั้ง) รองลงมา คือ ตอนที่ 17 เมื่อพ่อปู่ต้องคุมกำเนิด ร้อยละ 5.03 (กต Share 209 ครั้ง กต Emotion 472 ครั้ง และแสดงความคิดเห็น 521 ครั้ง) และตอนที่ 27 จากแม่สู่ลูก ร้อยละ 4.95 (กต Share 130 ครั้ง กต Emotion 596 ครั้ง และแสดงความคิดเห็น 458 ครั้ง) (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมกิจกรรม Facebook Live จำแนกตามประเด็นข้อตอนในกิจกรรมแต่ละครั้ง

กิจกรรม Facebook Live	ผู้ติดตามเพจ สอวพ. (N ₁ =23,913)			
	จำนวนผู้เข้าถึง (คน)	ร้อยละ	จำนวนการมีส่วนร่วมรวม (ครั้ง)	ร้อยละ
EP.1 งานสิ้น เงินจาง	4,408	18.43	443	1.85
EP.2 Master Mouth	5,586	23.36	770	3.22
EP.3 Halloween ผีกระเจอก ยังหลอกไม่เก่งเท่าเธอ	3,269	13.67	316	1.32
EP.4 จากแม่ล่ายอง สู้น้องพละ	3,423	14.31	559	2.34
EP.5 Know your status สถานะไม่ชัดเจน หรือเธอเองไม่มีใจ	3,192	13.35	542	2.27
EP.6 “2 เคล็ด(ไม่)ลับ” กับ 2 สาว Playgirl	2,549	10.66	721	3.02
EP.7 “ส่งท้ายคนเก่า ต้อนรับคนใหม่”	2,366	9.89	616	2.58
EP.8 ปีใหม่คนใหม่	3,381	14.14	767	3.21
EP.9 ลายแทงชุมทรัพย์	2,447	10.23	1,080	4.52
EP.10 ก่อนจะเลือก เลือกคนรัก เลือกแบบไหน	2,525	10.56	463	1.94
EP.11 Pre-valentine	4,142	17.32	456	1.91
EP.12 สุดทางรัก	5,277	22.07	805	3.37
EP.13 ของแถมวาเลนไทน์	4,307	18.01	514	2.15
EP.14 เลือกคนดูที่ผลงาน หรือผล...?	6,308	26.38	726	3.04
EP.15 Friend Zone เพื่อนกันได้ทุกคน	4,061	16.98	479	2.00
EP.16 สาดน้ำ สาดรัก	8,022	33.55	1,038	4.34
EP.17 เมื่อพ่อปู่ต้องคุมกำเนิด	18,171	75.99	1,202	5.03
EP.18 พบหมอบางรัก ตอน คุณหมอน้ำใสกับนายชิฟิลิส	46,359	193.87	1,079	4.51
EP.19 โจ๊กพิเศษใส่ไข่ โจ๊กธรรมดาใส่อะไรดี ???	7,089	29.64	744	3.11
EP.20 ตรวจฟรี รักษาฟรี ลูกยางก็ฟรีนะจ๊ะ	11,604	48.53	782	3.27
EP.21 แคไหนที่เรียกว่า เสี่ยง	3,131	13.09	531	2.22
EP.22 Your Heart Addict เสพติดหัวใจเธอ	5,536	23.15	1,075	4.50
EP.23 Know Your Status ตกลงเราเป็นอะไรกัน ?	6,332	26.48	2,232	9.33
EP.24 กาสะลอง สองดับ	3,076	12.86	899	3.76
EP.25 ตับอยู่ไม่ไกล ไกลหัวใจเธอ	9,724	40.66	1,092	4.57
EP.26 รักไม่เคยปลิดปลิว	5,285	22.10	974	4.07
EP.27 จากแม่สู่ลูก	6,937	29.01	1,184	4.95
EP.28 พ่อปู่ติดยาทำโจลง	5,129	21.45	944	3.95
EP.29 สองนรี คู่ซี้ Message	4,700	19.65	457	1.91

4. ความพึงพอใจต่อกิจกรรม Facebook Live
พบว่า ทุกคนเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่ดี มีประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น ซึ่งผู้รับชมกิจกรรมได้มีความรู้เพิ่มขึ้นเป็นความรู้เฉพาะทางที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ และสามารถแนะนำข้อมูลที่ถูกต้องต่อผู้อื่นได้ รวมถึงสามารถสอบถามข้อมูลที่สงสัยได้ทันที จึงมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมนี้ ในประเด็นการปรับปรุงกิจกรรม Facebook Live ส่วนใหญ่เห็นว่าภาพรวมดี ไม่มีปรับปรุงส่วนประเด็นอื่น ๆ เห็นควรปรับปรุง ดังนี้

- 1) ปรับเปลี่ยนเวลาตามความเหมาะสม เช่น ช่วงใกล้เที่ยงซึ่งเป็นเวลาพัก หรือช่วงค่ำ ๆ เป็นต้น
- 2) มีภาพประกอบการพูดคุย
- 3) ควรปรับปรุงภาพ เสียง และอุปกรณ์ให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น
- 4) เพิ่มของรางวัล เสริมแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรม

5. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนากิจกรรม Facebook Live กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) การพัฒนาเนื้อหาสาระให้มีความทันสมัยหรือเป็นปัญหาในขณะนั้น รวมทั้งแนวทางในการแก้ไขปัญหา เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้จริงและแนะนำต่อได้
- 2) การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรม Facebook Live ให้น่าติดตามมากขึ้น เช่น การมีเกมส์ลุ้นของรางวัลสลับกับการให้ความรู้ การ Live นอกสถานที่ การเชิญผู้มีชื่อเสียงร่วมดำเนินรายการ เป็นต้น
- 3) ควรให้ทีมงานเบื้องหลังช่วยตอบคำถามหรือตอบการแสดงความคิดเห็นในขณะจัดกิจกรรม Facebook Live เนื่องจากผู้ดำเนินรายการอาจไม่ทันเห็นข้อคิดเห็นหรือข้อคำถาม เพื่อให้ผู้รับชมได้รับความรู้ที่ถูกต้องและทำให้ผู้รับชมเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อเพจสอวพ.
- 4) มีสื่อข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องในรูปแบบต่าง ๆ ให้สามารถดาวน์โหลดไปใช้ได้ เช่น โฟลเดอร์เอกสาร คู่มือความรู้ต่าง ๆ Infographic เป็นต้น

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live

ได้ทำการศึกษาจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยร่วมกันวางแผนการสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live ตามองค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพ รวมทั้งข้อมูลเชิงลึกของเพจ สอวพ. และการสัมภาษณ์รายบุคคลผ่านทางอินบ็อกซ์เพจสอวพ. ผลการศึกษาประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารหรือผู้ดำเนินรายการ Facebook Live ดำเนินการโดยบุคลากรของกองโรคเอดส์ และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ประกอบด้วย แพทย์ นักวิชาการสาธารณสุข นักวิชาการเผยแพร่ และนักวิชาการคอมพิวเตอร์ ที่มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ลักษณะการดำเนินรายการ ผู้ดำเนินรายการมีความสนุกสนาน เป็นกันเอง สามารถโต้ตอบกับผู้รับชมรายการได้ และมีความน่าเชื่อถือในด้านข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลวิชาการ ข้อมูลจากประสบการณ์ส่วนตัว เป็นต้น ผู้ดำเนินรายการจะมีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียน รวมทั้งมีการเชิญผู้ร่วมดำเนินรายการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจมีบางประเด็นยากต่อการอธิบาย ผู้ดำเนินรายการจึงควรมีการเตรียมการข้อมูลให้เพียงพอและปรับการพูดคุยให้เข้าใจได้มากขึ้น

2. ด้านรูปแบบและเนื้อหาของสาร ใช้รูปแบบการถ่ายทอดสดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook หรือเรียกว่า Facebook Live เนื่องจากช่องทางนี้กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มแม่ค้าออนไลน์ จึงนำรูปแบบนี้มาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารสุขภาพ โดยก่อนการจัดกิจกรรม Facebook Live จะมีการเผยแพร่ภาพประชาสัมพันธ์กิจกรรมก่อนล่วงหน้า 1-3 วัน ลักษณะของเนื้อหาประกอบด้วย (1) ชื่อตอนของกิจกรรม โดยอ้างอิงประเด็นการพูดคุยในแต่ละครั้ง และใช้หลักเนื้อหาเชิงการตลาด (Content Marketing)⁽⁶⁾ โดยการเล่นคำหรือ

อ้างอิงกระแสสังคมในช่วงนั้น ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ สร้างแรงจูงใจให้ติดตามเพิ่มขึ้น ตัวอย่างชื่อตอน เช่น EP.16 สาตน้ำ สาตรัก EP.18 พบหมอบางรัก ตอน คุณหมอน้ำใสกับนายชิฟิลิส EP.23 Know Your Status ตกลงเราเป็นอะไรกัน ? EP.26 รักไม่เคยปลิดปลิว เป็นต้น (2) เนื้อหาการพูดคุย จะกำหนดประเด็นการพูดคุยเป็นเฉพาะเรื่องในแต่ละครั้ง เช่น ความรู้เรื่องการใช้ถุงยางอนามัย ความเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวี ความรู้เรื่องไวรัสตับอักเสบบีและซี เป็นต้น โดยจัดเรียงประเด็นการพูดคุยแบบเป็นกันเอง มีการตั้งคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้รับชมได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม โดยมีของรางวัลเป็นแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรม มีกติกาการร่วมกิจกรรม คือ ผู้ที่มีสิทธิ์ลุ้นรับของรางวัลจะต้องกดถูกใจ (Like) และกดเผยแพร่ (Share) เป็นสาธารณะ มีการเว้นช่วงเวลาให้ผู้รับชมได้ตอบคำถาม ระหว่างนั้นผู้ดำเนินรายการจะพูดคุยเนื้อหาสาระและคำตอบที่ถูกต้องให้ผู้รับชมได้มีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง หลังจากนั้นผู้ดำเนินรายการจะอ่านข้อคิดเห็น (Comment) ของผู้รับชม เพื่อเป็นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันกับผู้รับชมและผู้ดำเนินรายการ และ (3) สรุปประเด็น ในแต่ละครั้ง จะต้องมีการสรุปประเด็นเนื้อหาการพูดคุย เพื่อเป็นการเน้นย้ำเนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อสารและเพื่อให้ผู้รับชมเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยจัดกิจกรรม Facebook Live ทุกวันพุธเว้นวันพุธ ช่วงเวลา 15.00 น.⁽⁹⁾ ดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 - 30 กันยายน 2562 รวมจำนวน 29 ครั้ง จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม พบว่า เนื้อหาสาระที่นำมาเผยแพร่นั้นเป็นความรู้เฉพาะและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับชม และควรเพิ่มเติมหน้าที่ของทีมงานเบื้องหลัง (Admin) ในการช่วยเผยแพร่เนื้อหาที่ถูกต้อง โดยการพิมพ์คำตอบที่ถูกต้องในคำถามแต่ละข้อและมีการตอบกลับ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

3. ช่องทางการสื่อสาร ใช้ช่องทางโซเชียลมีเดีย ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook เป็นช่องทางในการสื่อสารสุขภาพด้านโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี โดย Facebook มีผู้ใช้เป็น

อันดับหนึ่งของโลกและของประเทศไทย⁽¹⁻²⁾ และจัดกิจกรรม Facebook Live เนื่องด้วยเป็นช่องทางในการสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) ทำให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันกับผู้รับชม รวมทั้งสามารถแสดงความคิดเห็น ได้ตอบ กดถูกใจ หรือเผยแพร่ต่อได้ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและการติดตามเพจ

4. ด้านผู้รับสาร ผู้รับสาร คือ ผู้ติดตามเพจ สอวพ. จำนวน 23,913 คน (ข้อมูลวันที่ 30 ก.ย. 2561) โดยเมื่อก่อนนี้ติดตามและเผยแพร่ต่อ จะทำให้ได้กลุ่มผู้ติดตามเพิ่มขึ้น เพื่อให้ผู้ติดตามเพจได้เข้าถึงข้อมูลความรู้และมีความเข้าใจเกี่ยวกับโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี โดยกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้รับสาร คือ กลุ่มประชาชนทั่วไป ซึ่งไม่มีการจำกัดเพศ อายุ การศึกษา หรืออื่น ๆ แต่ประเด็นในแต่ละครั้งอาจเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่างกันไปตามความสนใจ หรือความต้องการของผู้รับสาร และจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในด้านของผู้รับสารพบว่า ส่วนใหญ่ติดตามเพจและกิจกรรม Facebook Live ของเพจ สอวพ. เนื่องจากเป็นเพจและกิจกรรมที่มีความรู้เฉพาะด้าน เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ได้จริงและแนะนำต่อได้

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซีในรูปแบบ Facebook Live พบว่า ข้อมูลผู้ติดตามเพจ สอวพ. หลังจัดกิจกรรมมีจำนวน 31,879 คน เพิ่มขึ้นจากก่อนจัดกิจกรรม จำนวน 7,966 คน ซึ่งเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรม Facebook Live เมื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกจากจำนวนผู้เข้าถึงกิจกรรม Facebook Live 3 อันดับแรกที่มีการเข้าถึงมากที่สุด ได้แก่ ตอนที่ 18 พบหมอบางรัก ตอน คุณหมอน้ำใสกับนายชิฟิลิส มีจำนวนผู้เข้าถึงมากที่สุด เป็นผลมาจากในช่วงนั้นมีข้อมูลสถานการณ์การระบาดของโรคชิฟิลิส และมีเพจชื่อดังหรือผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)⁽¹³⁾ ได้พูดถึงประเด็นนี้และเผยแพร่ Facebook Live ตอนที่ 18

ในเพจชื่อดัง รวมทั้งผู้ดำเนินรายการเป็นแพทย์เฉพาะทางโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ทำให้มีจำนวนผู้เข้าถึงโพสต์เพิ่มขึ้นและมียอดผู้เข้าชมขณะถ่ายทอดสดมากที่สุด จำนวนผู้เข้าถึงรองลงมา ตอนที่ 17 เมื่อพ่อปู่ต้องคุมกำเนิด และตอนที่ 20 ตรวจฟรี รักษาฟรี ฤงยางก็ฟรีนะ จะ เป็นผลมาจากผู้ดำเนินรายการ โดยส่วนใหญ่รับบทเป็น พ่อปู่ ที่นำความรู้ทางวิชาการทำให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น พูดคุยสนุกสนาน เป็นกันเอง ทำให้ผู้ติดตามเพจจดจำ และพูดถึงมากที่สุด อีกทั้งจำนวนการ Share ตอนที่ 17 มีการ Share 209 ครั้ง เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมา ตอนที่ 18 มีการ Share 176 ครั้ง ส่วนตอนที่ 20 มีการ Share 115 ครั้ง และจำนวนการมีส่วนร่วมกิจกรรม Facebook Live ตอนที่ 23 Know Your Status ตกลงเราเป็นอะไรกัน ? มีจำนวนการมีส่วนร่วมมากที่สุด ร้อยละ 9.33 รองลงมา คือ ตอนที่ 17 เมื่อพ่อปู่ต้องคุมกำเนิด ร้อยละ 5.03 และตอนที่ 27 จากแม่สู่ลูก ร้อยละ 4.95 ซึ่งแม้ว่าบางตอนจะมีจำนวนการมีส่วนร่วมมากแต่ไม่ได้ทำให้จำนวนการเข้าถึงมากไปด้วย เนื่องจากจำนวนการเข้าถึงมาจากการทำเนื้อหาที่น่าสนใจ น่าติดตาม และมีการ Share เป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ Ourgreenfish⁽¹⁰⁾ ได้เขียนบทความเกี่ยวกับสิ่งที่ช่วยทำให้การเข้าถึงมากขึ้น คือ การทำโพสต์ที่สามารถทำให้คนมีส่วนร่วม (Engagement) หรือทำเนื้อหาให้มีความสนใจและมีส่วนร่วมกับโพสต์นั้น โดยถ้าให้เปรียบเทียบเป็นคะแนน Share = 5 Comment = 3 Like = 1 ยิ่งมีคน Share มาก ก็ยิ่งมีคนเห็นโพสต์นั้นมากขึ้น

การใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรม Facebook Live ของเพจ สอวพ. โดยส่วนใหญ่รู้จักจากการเผยแพร่ (Share) ของเพื่อนใน Facebook ซึ่งเป็นผลมาจากการสร้างกติกาในการเข้าร่วมกิจกรรม โดยผู้ดำเนินรายการจะคอยเน้นย้ำให้ผู้รับชมที่มีสิทธิ์ลุ้นรับของรางวัลจะต้องกดถูกใจ (Like) และกดเผยแพร่ (Share) เป็นสาธารณะ ซึ่งการเผยแพร่ต่อจะส่งผลให้มีจำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้นและทำให้รู้จักเพจได้มากขึ้น รวมทั้งจำนวนผู้เข้าถึงเพิ่มขึ้นด้วย และเหตุผลส่วนใหญ่ที่ติดตามเพจและกิจกรรม Facebook

Live เนื่องจากเป็นเพจที่ให้ความรู้เฉพาะด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ได้จริง และแนะนำต่อได้ ผู้ดำเนินรายการพูดคุยสนุก เป็นกันเอง อธิบายชัดเจน รวมถึงการมีของรางวัลเป็นแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ⁽¹⁴⁾ โดยทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า บุคคลจะเลือกใช้สื่อแตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง การเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารใดเป็นพฤติกรรมที่ถูกชักจูงใจให้เชื่อว่า สื่อนั้นจะทำหน้าที่ได้ตามที่ผู้ใช้สื่อแต่ละคนต้องการ โดยอาจเปิดรับชมจากปัจจัยต่าง ๆ ของรายการ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ เสื้อผ้าของผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีส่วนในการตัดสินใจ ทั้งยังมีความต้องการใช้สื่อเพื่อเติมเต็มชีวิต เช่น ต้องการรับรู้ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ หรือเพื่อต้องการมีเรื่องสนทนากับผู้อื่น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากสื่อก่อน จึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นได้ แบ่งกลุ่มความต้องการดังนี้

(1) Cognitive Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความรู้ ความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ (2) Affective Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์รวมทั้งในเรื่องของความสวยงามหรือศิลปะต่าง ๆ (3) Personal Integrative Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ (4) Social Integrative Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับกับครอบครัว และในสังคมกลุ่มเพื่อน และ (5) Escape Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี ในรูปแบบ Facebook Live โดยเพจ สอวพ. มีกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ ดังนี้

1. วางแผนรูปแบบรายการโดยใช้การสื่อสารแบบสองทางให้มีความสนุกสนาน มีข้อมูลทางวิชาการที่เชื่อถือได้ และสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ระยะเวลาในการ Live แต่ละครั้ง ประมาณ 1 ชั่วโมง เพื่อให้ได้ข้อมูลกระชับและไม่น่าเบื่อจนเกินไป รวมทั้งมีของรางวัลเพื่อเป็นแรงจูงใจในการร่วมรับชมรายการ

2. ผู้ดำเนินรายการ Facebook Live จะต้องมีการทักทายการสื่อสาร โดยการใช้ Facebook Live เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ดังนั้น ผู้ดำเนินรายการจึงควรมีลักษณะการพูดคุยเป็นกันเอง มีความสนุกสนาน สามารถโต้ตอบกับผู้รับชมรายการได้ และมีความรู้ความเข้าใจ และความน่าเชื่อถือในด้านข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับชมได้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดี เกิดการโต้ตอบและมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรู้ รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น โดยการใช้การปรับเปลี่ยนหมุนเวียนผู้ดำเนินรายการให้มีความหลากหลายและมีความรู้เฉพาะด้าน ซึ่งข้อดีของการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนผู้ดำเนินรายการ คือ ผู้ดำเนินรายการได้ฝึกปฏิบัติและเรียนรู้การดำเนินรายการทำให้รายการไม่น่าเบื่อ มีความน่าสนใจ น่าติดตาม ข้อจำกัดคือการจดจำตัวบุคคลกับเพจมีความหลากหลาย เนื่องด้วยตัวผู้ดำเนินรายการมีหลายคน ลักษณะการส่งสารมีความแตกต่างกัน ซึ่งอาจมีผลต่อการเข้าใจของผู้รับสารด้วย

3. การสร้างบุคลิกของผู้ดำเนินรายการ Facebook Live ของเพจ สอวพ. ให้เกิดการจดจำตัวบุคคลและองค์กร โดยสร้างบุคลิกของ “พ่อปู” เป็นที่ปรึกษาเรื่องเพศสัมพันธ์ มีความทะลึ่ง ตลก และมีสาระที่เชื่อถือได้ ทำให้ผู้ติดตามจดจำบุคลิกได้และช่วยให้ความกล้าพูดคุยและกล้าสอบถามสิ่งที่สงสัยมากขึ้น

4. การสร้างเนื้อหาของการสื่อสารสุขภาพในรูปแบบ Facebook Live เนื้อหาในการพูดคุยจะอ้างอิงตามกระแสสังคมและเชื่อมโยงกับเนื้อหาวิชาการด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับ

อักเสบบีและซี ใช้หลักเนื้อหาเชิงการตลาด (Content Marketing)⁽⁶⁾ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องเป็นวิชาการ แต่แฝงด้วยสาระทางวิชาการ เช่น เนื้อหาการตรวจหาการติดเชื้อเอชไอวีโดยใช้การเล่าประสบการณ์ส่วนตัว (Story Telling)⁽¹⁵⁾ เนื้อหาความเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวี โดยใช้การยกตัวอย่างพฤติกรรมในชีวิตประจำวันที่มีความเสี่ยงและให้ประเมินความเสี่ยงของตนเองแบบง่ายได้ เป็นต้น และสรุปประเด็นก่อนจบรายการ เพื่อเน้นย้ำข้อมูลที่ถูกต้อง

5. การสร้างกติกากในการร่วมกิจกรรม โดยผู้ที่มีสิทธิ์ลุ้นรับของรางวัลจะต้องกดถูกใจ (Like) และกดเผยแพร่ (Share) เป็นสาธารณะ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมในเพจ สอวพ. ทำให้เพจเป็นที่รู้จักมากขึ้น

6. การสร้างเครือข่ายกับเพจชื่อดังหรือผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ด้านสุขภาพ เช่น เพจ Drama-addict เพจ หมอแล็บแพนด้า เป็นต้น เพื่อให้เพจชื่อดังช่วยเผยแพร่ (Share) โปสต์หรือกิจกรรมของเพจ สอวพ. เพื่อให้ผู้ติดตามเพจชื่อดังได้เข้าถึงและรู้จักเพจ สอวพ.

7. ความต่อเนื่องในการจัดกิจกรรม ซึ่งเพจ สอวพ. ได้จัดกิจกรรม Facebook Live ทุกวันพุธวันพฤหัสบดี เพื่อให้เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่อง และผู้ติดตามเกิดความรู้อัปเดต และพฤติกรรมสุขภาพที่ดี

จากกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพทางสื่อออนไลน์ของเพจ สอวพ. นั้นมีความสอดคล้องกับเมธาวี จำเนียรและเมธี แก้วสนิท⁽³⁾ ที่ศึกษาการสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีของคนในชุมชน โดยมีกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพสู่ความสำเร็จ ได้แก่ การวางแผน การสื่อสารต้องเข้าถึงประชาชนเป้าหมาย ใช้การสื่อสารแบบสองทาง จะต้องกระทำบ่อย ๆ และการสื่อสารโดยการสาธิตให้กลุ่มเป้าหมายเห็น และสอดคล้องกับการศึกษาของณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ⁽¹⁶⁾ ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพทางสื่อโฆษณาออนไลน์ในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยนักสื่อสารจะต้องมีกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพทางสื่อออนไลน์

ซึ่งการสื่อสารสุขภาพออนไลน์ที่ดี คือ ความพร้อมของทีมงานเป็นหลักสำคัญ รวมถึงการเตรียมพร้อมของข้อมูลที่น่าเสนอ ต้องมีความถูกต้องและนำเสนอได้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ผู้สื่อสารสามารถรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้ และสร้างความเชื่อมั่นทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือในการตัดสินใจว่าจะมีพฤติกรรมสุขภาพตามแนวทางที่ถูกต้องนั้น ๆ หรือไม่ เป็นสิ่งที่จะต้องสะสม สร้างความคุ้นเคยเป็นระยะเวลา ยาวนาน และต้องลงทุนลงแรงอย่างมหาศาลกว่าจะเป็นที่ ประจักษ์และยอมรับต่อกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

1. การสื่อสารสุขภาพในรูปแบบ Facebook Live ควรสร้างการมีส่วนร่วมกิจกรรมด้วยการกดถูกใจ และ Share เป็นสาธารณะ เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกิจกรรม และการมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เพจเป็นที่รู้จักและเชื่อถือในด้านการให้ข้อมูลด้านสุขภาพ
2. ควรมีการศึกษาหรือประเมินความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ของกองโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ เพื่อหาคอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในทุกมิติ
3. ควรมีการศึกษารูปแบบการสื่อสารสุขภาพของหน่วยงานอื่น ๆ ที่ให้ความรู้สุขภาพด้านโรคเอดส์ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และโรคไวรัสตับอักเสบบีและซี เพื่อค้นพบกลยุทธ์ที่มีประโยชน์ต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และนำไปใช้ในการสื่อสารสุขภาพของหน่วยงานต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทีมงานกลุ่มสื่อสารและสนับสนุนวิชาการ กองโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ที่ร่วมกันวางแผนและดำเนินงาน รวมทั้งผู้ดำเนินรายการทุกท่าน ที่ให้เกียรติมาถ่ายทอดความรู้และช่วยเติมเต็มให้งานสมบูรณ์ขึ้น ขอขอบคุณผู้ติดตามเพจและกิจกรรม Facebook Live ทุก ๆ ท่าน โดยเฉพาะผู้ให้สัมภาษณ์ที่ร่วมให้ข้อคิดเห็น ทั้งเป็นกำลังใจให้ทีมงานและมี

ข้อเสนอแนะดี ๆ ในการพัฒนางานต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือ และให้ข้อเสนอแนะที่ทำให้การศึกษานี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

1. We are social. DIGITAL IN 2018: WORLD'S INTERNET USERS PASS THE 4 BILLION MARK [Internet]. 2018 [cited 2018 Jul 25]. Available from: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.
2. We are social. DIGITAL 2018: THAILAND [Internet]. 2018 [cited 2018 Jul 25]. Available from: <https://datareportal.com/reports/digital-2018-thailand>.
3. Methawee Chamnian and Mathee Kaewsanit. Health Communication to Promote the Well-being for the Community People. APHEIT Journal. 2018; 24(2): 155-166. (in Thai)
4. Malinee Sompopcharoen. Health communication situation. Thai Journal of Health Education. 2008; 31(1): 1-11. (in Thai)
5. Ahlqvist, T., Back, A., Halonen, M., Heinonen, S. Social media roadmaps exploring the futures triggered by social media. Finland: Vtt Tiedotteita; 2008.
6. Content shifu. Content Marketing [Internet]. 2018 [Cited 2018 Aug 8]. Available from: <https://contentshifu.com/pillar/content-marketing>. (in Thai)
7. Watsanan Saikam and Namida Wutthiworawanit. Facebook Live function to increase the opportunity to generate popular sales [Internet]. Bangkok: Readyplanet Co., Ltd.; c2000-21 [updated 2018 Jan 15; cited 2018 Jul 1]. Available from: <https://blog.readyplanet.com/16507593>



- /facebook-ads-facebook-live-function-for-increase-sales. (in Thai)
8. Worawath Thitithanapoonsiri. Techniques to make Facebook Live famous. Make money for sure [Internet]. Bangkok: Leader Wings Co., Ltd.; c2015 [updated 2016 May 29; cited 2018 Jul 1]. Available from: <https://www.leaderwings.co/marketing/facebook-live-marketing>. (in Thai)
 9. Thumbsupteam. Infographic: When is social media posting most effective? [Internet]. Bangkok: THUMBSUP MEDIA CO.,LTD.; c2018 [updated 2018 Jul 1; cited 2018 Jul 5]. Available from: <https://www.thumbsup.in.th/infographic-when-social-media>. (in Thai)
 10. Ourgreenfish. What is Reach, and what can it really tell you in digital marketing ? [Internet]. Bangkok: Ourgreenfish; c2020 [updated 2018 Jan 18; cited 2018 Sep 5]. Available from: https://blog.ourgreenfish.com/th/reach_%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3_how_important_reach_digital_marketing. (in Thai)
 11. Marketing Oops by Molek. 6 metrics that should be used to measure Facebook right now [Internet]. Bangkok: Oops Network Co.,Ltd.; c2008 [updated 2018 Aug 16; cited 2018 Sep 5]. Available from: <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/6-alternative-metric-in-facebook-for-2018/>. (in Thai)
 12. MACO in Thailand. Measuring social media for marketing campaign success [Internet]. Bangkok: MACO GROUP; c2016 [updated 2017 Dec 1; cited 2018 Sep 5]. Available from: <https://www.masterad.com/news/mediatrend/241>. (in Thai)
 13. Creative Talk Team. Know the types of influencers, how to choose them to be popular, listeners follow [Internet]. Bangkok: Creative Talk; c2019 [updated 2019; cited 2019 Oct 10]. Available from: <https://creativetalklive.com/how-to-choose-the-right-influencer/>. (in Thai)
 14. Katz E. et al.. The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research. Utilization of mass communication by the individual In J.G. Blumer & Katz E (Eds.). Beverly Hills, CA; 1974.
 15. Patchara Vanichvasin. Storytelling technique as a high potential teaching tool. Journal of Industrial Education. 2019; 18(3): 281-291. (in Thai)
 16. Natawat Khanaruksombut. Health Communication Strategy of Online Advertorial in VIRUS COVID-19 Outbreak. Lampang rajabhat university journal. 2020; 9(2): 160-171. (in Thai)