



## LIKE talk เรื่อง “EH TV Easy Innovation สร้างสรรค์พลัง B Y”

โดย นายเอกราช บัวทอง นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ  
สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อมได้มีการขับเคลื่อน Health Literate Organization (HLO) หรือองค์กรรอบรู้ด้านสุขภาพ ได้เริ่มต้นด้วยการสร้างทีมงานพี่ๆ น้องๆ ทั้งหมดภายในหน่วยงาน มานั่งคิดชวนคุยกันว่าเราจะทำอะไรเพื่อขับเคลื่อนองค์กรของเรา โดยเริ่มจากการทบทวนตนเอง และประเมินสถานการณ์ของหน่วยงานเป็นสิ่งแรก เพราะก่อนที่เราจะเป็น HLO ได้นั้น เราจะต้องรู้จักตนเองก่อน และเราได้นำเครื่องมือหรือกระบวนการต่างๆ มาใช้ ทั้ง A2IM และ PMQA มาวิเคราะห์ เพื่อหาวัตถุประสงค์และหัวข้อเริ่มต้นในการดำเนินการ HLO หลังจากนั้นแต่ละกลุ่มแต่ละทีมก็ร่วมแรงร่วมใจกันช่วยคิดช่วยทำ จนเกิดแนวคิดที่หลากหลายในการสร้างนวัตกรรม

ปัจจุบันคนไทยมีแนวโน้มในการใช้สื่อ Social Media เพิ่มมากขึ้น และประชาชนเข้าถึงได้ง่าย จากการสำรวจของ Hootsuite” ผู้ให้บริการระบบจัดการ Social Media และ Marketing Solutions ในปี 2560 พบว่า ประชากรไทย 69 ล้านคน มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 57 ยูเซอร์ มีผู้ใช้งาน Social Media มากถึง 51 ยูเซอร์ มีผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือ สูงถึง 93.61 ล้านเลขหมาย มากกว่าจำนวนประชากรทั้งประเทศ ในจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมด มีผู้ใช้ Social Media เป็นประจำผ่าน Smart Device 46 ล้านคน โดยใช้เวลาในการเล่น Social Media โดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 10 นาทีต่อวัน และดูทีวี (Broadcast, Streaming, Video On Demand) ไม่ต่ำกว่า 4 ชั่วโมง 3 นาทีต่อวัน สื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ Facebook รองลงมาคือ Youtube

การจะทำให้องค์กรของเราเป็นองค์กรรอบรู้ด้านสุขภาพได้นั้น อย่างแรกที่หน่วยงานของเราเล็งเห็นและคิดว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก ก็คือ การสร้างความรอบรู้ให้กับประชาชนทุกกลุ่มวัย ให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ เข้าถึง และมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ สามารถดูแลและจัดการสุขภาพของตนเองได้ จึงได้เริ่มปรับรูปแบบการสื่อสารความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม จากเดิมจะผลิตเป็นคู่มือ หนังสือ ชุดข้อมูล ชุดความรู้ ซึ่งเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ยาก หรือไม่ทั่วถึง จึงมีแนวคิดที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารใหม่ จากข้อมูลวิชาการล้วนๆ นำมาเขียนเป็นคลิปวิดีโอสั้นๆ ถ่ายทอดเรื่องราวด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมให้ประชาชนเข้าถึง เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น และ EH TV “Fit Fun Free ทีวีอนามัยสิ่งแวดล้อม” ก็คือคำตอบนั้น

### EH TV คืออะไร?

EH TV คือ Environmental Health Television เป็นช่องทางการสื่อสารด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมผ่านช่องทาง Youtube สู่กลุ่มเป้าหมาย ภายใต้ slogan คือ “EHTV Fit Fun Free ทีวีอนามัยสิ่งแวดล้อม” ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหรือเครือข่ายของเรา คือ บุคลากรด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม และประชาชนทุกกลุ่มวัย

### EH TV คืออย่างไร?

1. **ลงทุนน้อย** เมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนของสื่ออื่นๆ ในยุคแรกๆ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สื่อประชาชนจำเป็นต้องใช้สื่อโทรทัศน์ วิทยุ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง เช่น โฆษณารณรงค์คัดแยกขยะ ของช่อง 3 ช่วงรายการเรื่องเล่าเช้านี้ ใช้งบประมาณถึง 2 ล้านบาท เป็นต้น (โซเชียลมีเดียตัวอย่างราคาการลงสื่อโฆษณา) แต่การทำ EH TV นั้นในระยะเริ่มต้น ไม่ได้ใช้งบประมาณในการถ่ายทำ เพราะใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่ เช่น กล้อง และเครื่องบันทึกเสียง

2. ปัจจุบันคนไทยนิยมเสพสื่อผ่านช่องทาง Social Media เราจึงใช้ช่องทางแต่ EH TV ดัดและโดยทั่วไปหน่วยงานวิชาการจะทำสื่อที่มีรูปแบบเป็นทางการมากเกินไป ทำให้ไม่น่าสนใจ ไม่น่าติดตาม แต่ EH TV จะปรับเนื้อหาวิชาการให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น พร้อมทั้งสอดแทรกความสนุกเข้าไป เพื่อให้หน้าติดตาม น่าเรียนรู้ และเข้าถึงง่ายขึ้น ด้วย concept Fit Fun Free เนื้อหากระชับ สนุกสนาน เข้าใจง่าย และเข้าถึงได้ทุกกลุ่มวัย และส่วนที่สำคัญที่สุดก่อนเผยแพร่ข้อมูล คือ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ทีมงานไม่ล้มที่จะ Sure ก่อน Share โดยขั้นตอนของการกรองเนื้อหาข้อมูล ถือเป็นจุดอ่อนของ Social Marketing

### กว่าจะเป็น EH TV ?

การสร้างทีมงานนั้น ถึงแม้จะมีความแตกต่างของ generation แต่เราการนำความแตกต่างของ generation โดยอาศัยประสบการณ์จาก gen BB การทำงานอย่างจริงจังของ gen X และพลังจินตนาการของ gen Y ก่อเกิดนวัตกรรม EH TV ถึงแม้จะเป็นนวัตกรรมที่ไม่ใช่สิ่งใหม่ในโลกใบนี้ หรือประเทศนี้ แต่เป็นความภาคภูมิใจที่ได้เริ่มทำสิ่งใหม่ๆ ใน Cluster อนามัยสิ่งแวดล้อม โดยผนึกพลังความสามัคคีของคน จากการวิเคราะห์พบว่า

1. เรายังขาดการประชาสัมพันธ์ (PR)
2. การปรับปรุงเนื้อหาสาระ และความน่าสนใจให้มากขึ้น
3. เพิ่มรูปแบบของการนำเสนอ เช่น การถามตอบ หรือ บทความ สาระน่ารู้ใช้เวลากระชับ (3 นาที)
4. เทคนิคการถ่ายทำ ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ด้วยงบประมาณมีจำกัด แต่เรามุ่งมั่นที่จะนำเสนอ

เนื้อหาให้โดนใจ กลุ่มเป้าหมาย ถ้าตรงใจอย่างไรก็แชร์และติดตาม ดังตัวอย่าง เหนียวไก่ ที่ถ่ายทำด้วยกล้องมือถือยังดังได้

เมื่อเรามีทีมงานที่เข้มแข็งแล้ว ต่อมาเราก็ต้องมีการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายก่อน โดยสำรวจกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน แบ่งเป็นบุคลากรด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม 50 คน และประชาชนทั่วไป 50 คน ผลการสำรวจพบว่า บุคลากรด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ต้องการสื่อวิดีโอ เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารต่อให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ส่วนประชาชนอยากเห็นสื่อที่สอนเรื่องอนามัยสิ่งแวดล้อมที่เข้าใจง่าย เช่น พ่อ แม่สามารถนำไปสอนลูกได้ หรือเกษตรกรสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เช่น พิษภัยของการจุดไฟเผาพื้นที่ทางการเกษตร การใช้ปุ๋ยชีวภาพ ประหยัดและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และจากการวิจัย 2018 Digital Yearbook สำหรับประเทศไทย การใช้ “สื่อโฆษณา” เพื่อสร้าง Brand/Product Awareness ให้ได้ผล พบว่าสื่อ 5 อันดับแรกที่ “ทรงพลัง” ในการสร้างการรับรู้ในแบรนด์และสินค้า-บริการ คือ 1. สื่อโทรทัศน์ 2. สื่อออนไลน์ 3. สื่อสิ่งพิมพ์ 4. สื่อในสตรีท 5. โปสเตอร์ การวิจัยนี้นำมาซึ่งเหตุผลว่าทำไมถึงเป็น EH TV เพราะงานอนามัยสิ่งแวดล้อม ถือเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่กำลังเข้าถึงประชาชน

หลักจากนั้นสร้างช่องรายการของตนเอง “EHTV Fit Fun Free ที่วีโอนามัยสิ่งแวดล้อม” ผ่าน Youtube Channel เพื่อสร้างเป็นแหล่งรวบรวมความรู้ด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้นๆ นอกจาก Youtube Channel จะเป็นช่องทางหลักแล้ว เพื่อให้เกิดการรับรู้มากยิ่งขึ้น เราจึงได้เผยแพร่สื่อผ่านช่องทางต่างๆ เพิ่มเติม ได้แก่ facebook Line และเว็บไซต์ของหน่วยงาน เพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพให้กับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ยั่งยืนหรือไม่?

เราคิดว่า EH TV “ Fit Fun Free ที่วีนามัยสิ่งแวดล้อม ” ยั่งยืน เพราะเราวาง Action Plan และ ผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน เพราะงานนี้ถือเป็น 1 ในตัวชี้วัดกลุ่มงาน

### **แล้วมันซ้ำกับช่องทางสื่ออื่นๆ ของกรมอนามัย ไหม?**

เป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารเกี่ยวกับด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชน อีกช่องทางหนึ่ง ยกตัวอย่าง เช่น ช่องเว็ทพอย จับกลุ่มเป้าหมายของรายการเกมส์โชว์, ช่องไทยรัฐ ทีวี จับกลุ่มเป้าหมายชาวและกีฬา, ช่อง one 31 จับกลุ่มละครแนวเผด็จการ เป็นต้น หรือถ้าเปรียบกับทางธุรกิจ เช่น ห้างแว่นท็อปเจริญ และห้างแว่นบิวตี้ฟูล คือ เจ้าของคนเดียวกัน แต่ที่สร้างสองแบรนด์นี้ขึ้นมา เพราะเพื่อให้เกิดการพัฒนา และถือทัศนคติที่ว่า สร้างคู่แข่งขึ้นมาเอง ยิ่งดีกว่าที่มีคนอื่นมาแข่งขัน โดยสื่อกๆ แล้วทั้งสองธุรกิจนี้ก็เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน เป็นต้น

### **การต่อยอด เป็นแผนงานในปี 2562 - 2563 ของรายการ EH TV**

ในการจัดอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรในแต่ละปีนั้น ส่วนหนึ่งสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อมมีการจัดอบรมผ่านศูนย์ฝึกอบรมด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม (EHTC: Environmental Health Training Center) โดยเก็บค่าลงทะเบียน กลุ่มเป้าหมายคือ บุคลากรด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานสาธารณสุข หลักสูตรที่จัดการอบรม เช่น พื้นฐานการจัดการเหตุรำคาญ การจัดการเหตุรำคาญ กรณีกลิ่นรบกวน หรือฝุ่นละออง การจัดการมูลฝอยติดเชื้อ เป็นต้น แต่ข้อจำกัดในการจัดอบรมคือ ถ้าจำนวนคนที่เข้ารับการอบรมไม่มากพอ (60 คน) จะไม่สามารถจัดได้ เนื่องจากค่าลงทะเบียนไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายในการจัดอบรม EH TV จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถให้ความรู้ ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย การให้ความรู้ผ่านออนไลน์ สะดวกทั้งผู้ให้และผู้รับ ผู้รับสามารถหาเวลาที่สะดวกเข้ามาศึกษาได้ตลอดเวลา

ในโลกทุกวันนี้ การอยู่กับที่เท่ากับถอยหลัง เราต้องเห็นโอกาสหรือข้อดีของการเปลี่ยนแปลงและผสมพลังจากทุก gen โดย ให้คิดแบบเด็ก แต่ลงมือทำแบบผู้ใหญ่ ด้วยเด็กมีจินตนาการ ไม่ติดในกรอบ และต้องลงมือทำแบบผู้ใหญ่ คือทำอย่างมุ่งมั่น พินฟ้าวอุปสรรคต่างๆ ไม่ล้มเลิกง่ายๆ เราต้องผนึกกำลังจากทุก gen ร่วมกันสรรค์สร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่เป็น EH TV Easy Innovation สร้างสรรค์พลัง B Y ของหน่วยงาน ก้าวไปไม่หยุดยั้ง จุดหมายไม่ไกลเกินฝันอย่างแน่นอน

และนี่ก็คือ EH TV Easy Innovation สร้างสรรค์ พลัง B Y ของเรา

**EH TV “Fit Fun Free ที่วีนามัยสิ่งแวดล้อม” สวีส์ดีค่ะ**

-----