



การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย



นางสาวงามจิตต์ คำเพราะ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2542

ISBN 974-281-364-7

**A CONTENT ANALYSIS ON THE GOVERNMENT PHARMACEUTICAL
ORGANIZATION IN THAI NEWSPAPERS**

MISS NAGAMJIT KHAMPROAH

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School Dhurakijpundit University

1999

ISBN 974-281-364-7



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา นิเทศศาสตรบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย

โดย น.ส.งามจิตต์ คำเพราะ

สาขาวิชา นิเทศศาสตรบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.ธนวดี บุญลือ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
 (ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
 (รศ.ดร.ธนวดี บุญลือ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
 (รศ.มาลี บุญศิริพันธ์)

..... กรรมการ

..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
 (รศ.ดร.พระ จีระโสภณ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
 (ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ 24 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2542

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างมีเมตตาซึ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.ธนาดี บุญลือ ที่กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์ กราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์มาลี บุญศิริพันธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร. พิระ จิรโสภณ ที่ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ และกรุณาสละเวลามาเป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณศาสตราจารย์สุกัญญา สูดบรรทัด อย่างสุดซึ่งที่มอบความเมตตา ให้ความหวัง และเติมพลังให้ผู้วิจัยฟันฝ่าอุปสรรคนานัปการจนกระทั่งมีผลงานชิ้นนี้

ขอบพระคุณ คุณธนวัฒน์ ทองประดิษฐ์ ที่กรุณาถามความคืบหน้า และสอบถามถึงความสำเร็จเสมอ ส่งผลให้ผู้วิจัยมีกำลังใจขึ้น ขอบคุณคุณนุชติมา รอบคอบ หัวหน้าผู้เสนาคีที่อนุญาตให้ลางานได้บ่อย ๆ และนาน ๆ เพื่อมาทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

กราบคุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยช่วยเหลือเป็นกำลังใจ เอื้ออาทร และมีสายตาที่ห่วงใยลูกเสมอ โดยรับภาระดูแลเอาใจใส่ทั้งผู้วิจัยและหลานปริมจนเติบโตใหญ่อย่างเต็มกำลัง เพื่อให้ผู้วิจัยมีเวลาทำงานเต็มที่ ขอบคุณพี่ต้อมที่ช่วยคิดคำนวณ ขอบคุณพี่เล็ก เคน แคร่ ที่ช่วยดูแลน้อง ขอแสดงความซาบซึ้งในน้ำใจของจิ๋ว นก อ้อด ที่ให้ความอนุเคราะห์เครื่องมือสู่ความสำเร็จในครั้งนี้

ขอบคุณพี่วัช และป้อม ที่เข้าใจและให้กำลังใจอย่างดีเยี่ยมเสมอมา ขอบคุณพีนิรมล คุณนพ พี่ตุ้ม คุณโจโจ้ น้องมัน ที่เอื้อเฟื้อ แนะนำ และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ในโอกาสเดียวกันนี้ ขอขอบพระคุณบรรณาธิการ หัวหน้า และนักข่าวทุกท่านของหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ที่กรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาประกอบการทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้งคุณเป่า ที่เป็นผู้ประสานงานกับสื่อมวลชนทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น

ขอบคุณในมิตรภาพของน้องต่าย คุณวิชัย พี่ดิ๋ว และน้องเคย์ ที่มีน้ำใจ ห่วงใย คอยกระตุ้นเตือน และให้ความกรุณาในทุก ๆ เรื่องอย่างเต็มร้อยมาโดยตลอด

และขอบคุณที่สุดสำหรับเด็กชายสุปริม สโรบล ที่เป็นแรงใจตั้งแต่ยังไม่ลืมตาดูโลก จนกระทั่งออกมาเป็นแรงใจใกล้ชิดตลอดเวลาโดยได้รับตำแหน่งผู้ช่วยตัวจอกอย่างหาใครเทียบยาก และผู้ที่ลืมนกล่าวถึงเสียมิได้คือ คุณสุวัชโรบล สโรบล ผู้ซึ่งเป็นพลังใจสำคัญในการสนับสนุนและอยู่เบื้องหลังโดยให้ความร่วมมืออย่างไม่มีที่ติในการรอคอยอย่างอดทนเป็นระยะเวลาอันยาวนาน จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

งามจิตต์ คำเพราะ

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ม |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ช |
| สารบัญตาราง..... | ฉ |
| สารบัญภาพ..... | ฐ |
| บทที่ | |
| 1. บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| ปัญหาคำวิจัย..... | 6 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 7 |
| ขอบเขตการวิจัย..... | 7 |
| นิยามศัพท์..... | 8 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 10 |
| 2. แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 12 |
| แนวความคิดด้านงานสาธารณสุขมูลฐาน..... | 13 |
| แนวความคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์..... | 14 |
| ความหมายของหนังสือพิมพ์..... | 14 |
| - บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์..... | 16 |
| - ประเภทของหนังสือพิมพ์..... | 17 |
| - การเสนอเนื้อหาในหนังสือพิมพ์..... | 19 |
| ทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระ (Agenda-Setting Theory)..... | 20 |
| ทฤษฎีผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper Theory)..... | 22 |
| - นักหนังสือพิมพ์และการตัดสินใจ..... | 26 |

| | หน้า |
|--|------|
| แนวความคิดเกี่ยวกับคุณค่าของข่าว (News Value)..... | 27 |
| ทฤษฎีการคัดเลือกข่าว (News Selection Theory)..... | 30 |
| - แนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)..... | 32 |
| - บทบาทและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์..... | 33 |
| แนวความคิดด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press Relations)..... | 35 |
| - สื่อสารมวลชนกับงานประชาสัมพันธ์..... | 37 |
| - งานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหนังสือพิมพ์..... | 38 |
| แนวความคิดเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release)..... | 40 |
| - การพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์..... | 41 |
| - รูปแบบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์..... | 43 |
| แนวความคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)..... | 44 |
| - วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหา..... | 45 |
| - หน่วยในการวิเคราะห์เนื้อหา..... | 45 |
| - ประโยชน์ของการวิเคราะห์เนื้อหา..... | 47 |
| แนวนโยบายแผนปฏิบัติการวิสาหกิจองค์การเกษตรกรรมด้านการประชาสัมพันธ์..... | 48 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 50 |
| 3. ระเบียบวิธีวิจัย..... | 55 |
| ประชากรที่ใช้ในการศึกษา..... | 55 |
| วิธีการสุ่มตัวอย่าง..... | 56 |
| การวิเคราะห์เนื้อหา..... | 57 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 58 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 58 |
| การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 59 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 60 |

| | หน้า |
|--|------|
| 4 ผลการวิจัย..... | 61 |
| 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ..... | 142 |
| สรุปผลการวิจัย..... | 142 |
| อภิปรายผล..... | 150 |
| ข้อเสนอแนะ..... | 168 |
| บรรณานุกรม..... | 169 |
| ภาคผนวก..... | 176 |
| หนังสือขอความร่วมมือในการวิจัยเพื่อทำวิทยานิพนธ์..... | 177 |
| แบบสัมภาษณ์..... | 179 |
| หน้าที่ความรับผิดชอบของกองประชาสัมพันธ์องค์การเภสัชกรรม..... | 183 |
| วิสัยทัศน์และภารกิจขององค์การเภสัชกรรม..... | 188 |
| ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม..... | 193 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 194 |

สารบัญญัตราง

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 1. แสดงปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในช่วง 2 ปี (2540-2541) | 62 |
| 2. แสดงปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในช่วง 2 ปี (2540-2541) จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น)..... | 63 |
| 3. แสดงปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในช่วง 2 ปี (2540-2541) จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตรน.)..... | 66 |
| 4. แสดงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เปรียบเทียบระหว่างปี 2540 และ 2541 จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น)..... | 69 |
| 5. แสดงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เปรียบเทียบระหว่างปี 2540 และ 2541 จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตรน.) | 73 |
| 6. แสดงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และ 2541..... | 78 |
| 7. แสดงปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรม ใน หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในช่วง 2 ปี ตั้งแต่ปี 2540 ถึง 2541..... | 80 |
| 8. แสดงทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในปี 2540..... | 83 |
| 9. แสดงทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในปี 2541 | 86 |

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 10. แสดงการเปรียบเทียบปริมาณแหล่งข่าวของเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ระหว่างปี 2540 และ 2541..... | 107 |
| 11. แสดงการเปรียบเทียบปริมาณแหล่งข่าวของเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ระหว่างปี 2540 และ 2541 จำนวนตามจำนวนข่าว (จีน)..... | 110 |
| 12. แสดงการเปรียบเทียบปริมาณแหล่งข่าวของเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ระหว่างปี 2540 และ 2541 จำนวนตามจำนวนข่าว (ตรน.)..... | 113 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 1. แบบจำลองผู้เฝ้าประตูของ White..... | 25 |
| 2. แสดงปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เปรียบเทียบระหว่าง ปี 2540 และ ปี 2541 จำแนกตามจำนวนข่าว (จีน)..... | 65 |
| 3. แสดงปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เปรียบเทียบระหว่าง ปี 2540 และ ปี 2541 จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตรน.)..... | 67 |
| 4. แสดงปริมาณรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ระหว่างปี 2540 และ 2541 จำแนกตามจำนวนข่าว (จีน) | 72 |
| 5. แสดงปริมาณแสดงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในช่วง 2 ปี (2540-2541) จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตรน.) | 76 |
| 6. แสดงปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ใน หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในช่วง 2 ปี (2540 - 2541)..... | 82 |
| 7. แสดงปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ใน หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในปี 2540..... | 85 |
| 8. แสดงปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ใน หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในปี 2541..... | 88 |
| 9. แสดงทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจเปรียบเทียบระหว่างปี 2540 และ 2541..... | 89 |

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 10. แสดงภาพรวมปริมาณแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ระหว่างปี 2540 และ ปี 2541 จำแนกตามจำนวนข่าว (จีน)..... | 112 |
| 11. แสดงภาพรวมปริมาณแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ระหว่างปี 2540 และ ปี 2541 จำแนกตามจำนวนข่าว (ตรน.)..... | 115 |
| 12. แผนภาพแสดงการบริหารงาน กองประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรม..... | 187 |

| | |
|------------------|---|
| ชื่อวิทยานิพนธ์ | การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย |
| ชื่อนักศึกษา | นางสาวงามจิตต์ คำเพราะ |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ |
| สาขาวิชา | นิเทศศาสตร์ธุรกิจ |
| ปีการศึกษา | 2541 |

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปริมาณ รูปแบบ ทิศทางการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย จำนวน 9 ชื่อฉบับ และศึกษาความคิดเห็นของบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าว ถึงหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข่าว สภาพปัญหา และปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ลักษณะการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หนังสือพิมพ์ไทยกลุ่มตัวอย่าง 9 ชื่อฉบับ ในช่วงปี 2540 และ 2541 ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึง 30 กันยายน 2541 โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมรวมทั้งสิ้น 177 ชิ้น คิดเป็นเนื้อที่ 6,800.10 ตารางนิ้ว โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข่าว ภาพข่าว และบทความ มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในปริมาณที่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุดทั้งจำนวนชิ้นข่าวและเนื้อที่ รองลงมาคือภาพข่าว ส่วนบทความมีปริมาณการนำเสนอที่น้อยที่สุด แต่มีปริมาณเนื้อที่มากกว่าภาพข่าว นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีปริมาณการนำเสนอในทิศทางบวกมากที่สุด ทิศทางลบรองลงมา และทิศทางเป็นกลางน้อยที่สุด โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไปมีปริมาณการนำเสนอในทิศทางบวกและลบมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ แต่หนังสือพิมพ์ธุรกิจมีปริมาณการนำเสนอในทิศทางเป็นกลางมากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป สำหรับความคิดเห็นจากบรรณาธิการ หัวหน้า และนักข่าว พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วย เนื่องจากเป็นเรื่องสำคัญต่อชีวิต ส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง แต่ปริมาณการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านความรู้เรื่องยา การใช้ยาและการดูแลสุขภาพตนเองอย่างถูกต้องยังมีน้อยเกินไป โดยข่าวส่วนใหญ่ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่นั้น ได้จากแหล่งข่าวที่นักข่าวหาเองมากกว่า

ข่าวแจกที่หน่วยงานส่งให้ นอกจากนี้ยังเห็นว่าผู้บริหารควรมีนโยบายให้ความสำคัญกับงานด้าน
ประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ และปรับปรุงการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ การสร้างสื่อมวลชน
สัมพันธ์ คุณภาพข่าว ความสำคัญ ความน่าสนใจ และการจัดส่งข่าวที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อ
ประโยชน์สูงสุดของประชาชนและเพื่อภาพลักษณ์อันดีขององค์การเกษตรกรรม



Thesis Title A Content Analysis on the Government Pharmaceutical
Organization in Thai Newspapers

Name Miss Ngamjit Khamproah

Thesis Advisor Assoc. Prof. Dr. Thanawadee Boonlue

Department Business Communication Arts

Academic Year 1998

ABSTRACT

The research objective is to study the volume, style and direction of news reporting in nine Thai newspapers and to investigate the editors, chief reporters and reporters' ideas on their criteria of news selection. Problems and factors affecting reporting of information on the Government Pharmaceutical Organization were also explored by mean of indepth interview.

Content analysis was used to study on 9 Thai newspapers of the year 1997 to 1998, by purposive sampling method.

It was found that all 9 subjects publicized information on the Government Pharmaceutical Organization in total of 177 items in the printed areas of 6,800.10 square inches. The popular newspapers presented news items, photos release and news articles more distinctively than did the business newspapers. The reports emphasized on news items in both number and printed area, followed by photos release. Articles were at least presented in term of quantity but covered more printed area than photo release. Apart from this, all 9 newspapers publicized the most of positive information, followed by negative and neutral information respectively. The popular newspapers gave larger space to the positive reporting and negative direction than did the business newspapers while the business newspapers gave larger space to the reporting of neutral direction. For the indepth interview of editors, chief reporters and reporters' opinion, it was found that all 9 newspapers recognized the reporting of news and information on medicine, health and sickness as the important factors contributing to the quality of life and had direct impact to people. However, the dissemination of accurate information on drugs, its usage and health is still too little. Most of published news are very

likely from news gathering since the reporters feel that they are more accurate and impartial than comparing to press release information by the organization. Besides, it is agreed that executives should designate a policy emphasizing more on transferring public communications. In addition, public relations, press relations should be improved for the highest benefit to the general public and also the favorable image of the Government Pharmaceutical Organization.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ยอมรับกันว่าปัจจุบันปัญหาสาธารณสุขที่เป็นสากลและสำคัญนั้น ได้แก่ ปัญหาความขาดแคลน ความไม่เสมอภาคในการแบ่งสรร การกระจาย และเข้าถึงบริการสาธารณสุข ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ สืบเนื่องมาจากทิศทางการพัฒนาระบบสาธารณสุขในช่วงที่ผ่านมาเน้นการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ในระดับสูง โดยยึดมาตรฐานตะวันตกเป็นเกณฑ์ซึ่งต้องใช้ทุนสูง ทำให้โครงสร้างการสาธารณสุขของประเทศมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับเมืองมากกว่าชนบท (ทวิทอง หงษ์วิวัฒน์, 2527 : 166) ทิศทางการพัฒนานี้ นอกจากได้สร้างเงื่อนไข จำกัดการกระจายบริการสาธารณสุขอย่างทั่วถึงแล้ว ยังได้สร้างปมจิตวิทยาให้ประชาชนมีลักษณะพึ่งพิงระบบบริการสาธารณสุขโดยวิชาชีพ และลดบทบาทในการแสดงออกซึ่งศักยภาพ “การพึ่งตนเอง” ของประชาชนด้านการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันในเรื่องการดูแลสุขภาพระดับพื้นฐานของประชาชนเอง (Robinson, 1980 : 416)

ด้วยเหตุของความล้มเหลวในการพัฒนาเช่นนี้ แนวคิดสาธารณสุขมูลฐานจึงถูกชูเด่นขึ้นมาในฐานะเป็นอุดมการณ์ที่จะนำไปสู่ความยุติธรรมและเท่าเทียมกันในสังคม (WHO/UNICEF, 1978) ด้วยการเสนอภาพความคิดใหม่ในการพัฒนาสาธารณสุขและสังคม ที่ถือเอาประชาชนเป็นศูนย์กลาง และมองชุมชนในฐานะเป็นปัจจัยพื้นฐาน แทนระบบเดิมที่เอาสถาบันวิชาชีพหรือเทคโนโลยีเป็นศูนย์กลาง โดยถือเอาหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นเป้าหมาย

วิธีการของการพัฒนาสาธารณสุขอันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์ความยุติธรรมในสังคม แนวคิดสาธารณสุขมูลฐาน จึงเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาสาธารณสุขที่มีเป้าหมายให้บุคคลและชุมชนเกิดการพึ่งพาตนเองในเรื่องสุขภาพของประชาชนขั้นพื้นฐาน เพื่อลดช่องว่างอันเกิดจากความไม่เท่าเทียมกันในการกระจายและเข้าถึงบริการสาธารณสุขของคนส่วนใหญ่ในสังคม การสาธารณสุขมูลฐานเน้นแนวนโยบายการสาธารณสุขแห่งชาติคือ แนวทางที่ทำให้ทุกชาติบรรลุเป้าหมายของการมี “สุขภาพดีถ้วนหน้าในปี 2543” เป้าหมายดังกล่าวได้รับการสนับสนุน ถูกนำไปตีความ และประยุกต์ในด้านต่าง ๆ ของการสาธารณสุขมูลฐานในบริบทของการพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจของสังคมต่าง ๆ (WHO, 1981 : 47)

ประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญต่องานสาธารณสุขมูลฐานในฐานะที่เป็นแผนงานและโครงการสำคัญระดับชาติ โดยประกาศเป็นนโยบายของประเทศมาตั้งแต่กลางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2522) จนถึงแผนพัฒนาสาธารณสุขแห่งชาติฉบับที่ 8 (2540 ถึง 2544) พบว่า นโยบาย “สุขภาพดีถ้วนหน้า ปี 2543” ได้รับการยอมรับและการสนับสนุนเป็นอย่างดี นอกจากนี้ โครงการสาธารณสุขมูลฐานยังเป็นกลวิธีหลักในการพัฒนาสาธารณสุข ที่จะเน้นหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน รวมทั้งส่งเสริมการพึ่งตนเองของประชาชนทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชนให้เพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ปัญหาสาธารณสุขของประชาชนมีอาจแก้ไขได้อย่างง่ายดาย โดยเพียงแต่จัดกิจกรรมสาธารณสุขมูลฐานเข้าไปทดแทนบริการของรัฐเท่านั้น เพราะเป้าหมายของการพัฒนาคุณภาพชีวิตจะต้องมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของ “คน” เป็นประเด็นหลัก คำประกาศอัลมา อาดา นับเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ตระหนักถึงบทบาทความสำคัญของประชาชนในการเข้ามาสู่กระบวนการของการพัฒนาสาธารณสุขด้วยการดูแลสุขภาพตนเอง อันจะเป็นวิถีทางสู่การมีสุขภาพดีถ้วนหน้า ในปี 2543 ได้ (WHO, 1981 : 50) ด้วยตระหนักว่าปัจเจกบุคคล ครอบครัว และชุมชน เป็นหน่วยพื้นฐานที่มีบทบาทรับผิดชอบดูแลสุขภาพของตนเองได้ดีที่สุด ดังนั้น การที่จะให้สาธารณสุขมูลฐานเข้าถึงและอยู่ในจิตใจประชาชนในชาติ จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการพึ่งพาตนเองในระดับบุคคลและครอบครัวเป็นสำคัญ ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวตอนหนึ่งของผู้อำนวยการองค์การอนามัยโลก ความว่า “หากสุขภาพมิได้เริ่มจากบุคคล ครอบครัว โรงเรียน และที่ทำงานแล้ว เราจะไม่สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายการมีสุขภาพดีถ้วนหน้าได้” (Levin, 1981)

อาจารย์ประเวศ วะสี เคยกล่าวไว้ว่า “การทำให้คนเกิดความรู้เรื่องสุขภาพ การดูแลสุขภาพของตนเองถือเป็นการให้ที่เป็นกุศลอย่างยิ่ง เมื่อมีคนป่วยเขาควรจะได้รับคำแนะนำว่าทำอย่างไรถึงจะไม่ป่วย ตามหลักวิชาการทางการแพทย์ไม่ควรให้ยาเข้าไปในร่างกายโดยไม่จำเป็น เพราะนอกจากหมดเปลือง ยังอาจมีโทษ ทางวิชาการถือว่ายาทุกชนิดมีโทษได้ทั้งสิ้น อาจเป็นอันตรายถึงชีวิตในคนแพ้นั้น ๆ หรืออาจไปก่อให้เกิดมะเร็งขึ้นในระยะไกล ฉะนั้น ถ้าไม่จำเป็นจริง ๆ ‘ไม่ควรใช้ยา’” (อ้างถึงในบทบรรณาธิการวารสารฉลาดซื้อ ฉบับเดือนมิถุนายน ถึง กรกฎาคม 2539 : 9)

กระทรวงสาธารณสุข มีนโยบายในด้านการพัฒนาสาธารณสุข โดยเฉพาะด้านสาธารณสุขมูลฐาน เพื่อที่จะให้ประชาชนชาวไทยทั้งในเมืองและประชาชนในชนบทห่างไกล มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้ในยามเจ็บป่วยเล็ก ๆ น้อย ๆ โดยให้มียาที่จำเป็นไว้ใช้ในหมู่บ้าน ส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับยาที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ ปลอดภัย ในราคาที่เหมาะสม

เนื่องจาก “ยา” เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญหนึ่งในสี่ของการดำรงชีวิต ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งในด้านการป้องกันโรค รักษาฟื้นฟูสภาพ และส่งเสริมสุขภาพอนามัยของประชาชน เมื่อประชาชนมีสุขภาพอนามัยที่ดี ย่อมเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า มีความมั่นคงทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม

แต่ในปัจจุบันยังมีประชาชนอีกเป็นจำนวนมาก ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพ โดยเฉพาะเรื่องยารักษาโรคด้วยแล้ว เป็นสิ่งที่มักเกิดความเข้าใจผิดกันมาตลอด ปัญหาเหล่านี้ได้เกิดขึ้นมาช้านาน และส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับผู้ที่มีความรู้ที่น้อย ผู้ใช้แรงงาน ประชาชนที่หาเช้ากินค่ำหรือประชาชนทั่วไป ซึ่งจะช่วยเหลือตนเองเมื่อยามป่วยอย่างขาดความเข้าใจที่ต่อองแท้ การซื้อยาเพื่อรับประทานบรรเทาอาการป่วย โดยผู้ขายยาตามร้านเป็นผู้วิเคราะห์โรค ก่อให้เกิดอันตรายอย่างหนักถึงขั้นเสียชีวิตก็มีมาก

เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยตกอยู่ในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ การเจ็บป่วยไข้แต่ละครั้ง หากต้องไปพบแพทย์ต้องเสียเงินมากประชาชนจะเดือดร้อน ฉะนั้น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้เรื่องยา การใช้ยา คำแนะนำการดูแลสุขภาพของตนเองอย่างจริงจัง รวมทั้งให้ความรู้พื้นฐาน ให้ประชาชนเพื่อบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นก่อนที่อาการจะรุนแรงจนต้องเข้าโรงพยาบาล เพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับผู้เจ็บป่วย จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่กระทรวงสาธารณสุขต้องรับผิดชอบในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ โดยมุ่งหวังให้ประชาชนได้รับทราบ และมีความรู้ในการดูแลรักษาสุขภาพตนเอง ไม่หลงผิดจากการชี้แนะของผู้อื่น หรือหลงเชื่ออิทธิพลของสื่อโฆษณา หากประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและนำไปปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ ก็จะเกิดความชำนาญ สามารถนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติให้กับตนเองและครอบครัวได้

องค์การเภสัชกรรม (อ.ภ.) เป็นรัฐวิสาหกิจ ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ ที่จะให้เป็นหน่วยงานที่ผลิตยาและกระจายยาของรัฐ เพื่อสนับสนุนการสาธารณสุขมูลฐานและการพัฒนางานสาธารณสุขของประเทศ มีบทบาทในการให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องยาแก่ประชาชน อีกทั้งให้การสนับสนุนยาและเวชภัณฑ์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลดังนี้

1. ผลิตยาและเวชภัณฑ์
2. ส่งเสริมให้มีการศึกษาและวิจัยการผลิตยาและเวชภัณฑ์
3. ส่งเสริมการวิเคราะห์ยาและเวชภัณฑ์ รวมทั้งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยาและเวชภัณฑ์
4. ซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน และให้ซึ่งยาและเวชภัณฑ์
5. ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตยาและเวชภัณฑ์

นอกจากนี้ องค์การเภสัชกรรมยังได้มีนโยบายให้นำพืชสมุนไพรที่มีอยู่ภายในประเทศ มาวิจัย และพัฒนาเพื่อเป็นยารักษาโรค เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการซื้อเคมีภัณฑ์ในด้าน เภสัชกรรมจากการต้องสั่งซื้อมาจากต่างประเทศ หากเป็นไปได้ก็ให้มีการผลิตเพื่อเป็นสินค้าส่งออก เพื่อหาเงินตราเข้าสู่ประเทศ อันเป็นการเตรียมพึ่งพาตนเองให้มั่นคงในอนาคต

การพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์และสาธารณสุขเฉพาะในส่วนของผลิตภัณฑ์ยา ประกอบกับผลกระทบจากสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้องค์การเภสัชกรรมต้องมีการควบคุมการผลิต เพื่อให้เหมาะสมกับภาวะความจำเป็นและความคุ้มค่าในการจ่ายเงินเพื่อซื้อยา การพัฒนาองค์ความรู้ต่าง ๆ แก่ประชาชน เพื่อให้สามารถปรับแผนการดำรงชีวิตให้มีสุขภาพ และมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นเป็นสิ่งที่จำเป็น รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ยารักษาโรค ให้มีมาตรฐานในระดับสากล จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

จากสภาวะแวดล้อมดังกล่าว เป็นแรงผลักดันให้องค์การเภสัชกรรมต้องปรับตัวทั้งใน ด้านการพัฒนาระบบการบริหาร การปรับปรุงโครงสร้าง และการปรับปรุงระบบงาน ประชาสัมพันธ์ให้เกิดความคล่องตัว เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการให้ดีขึ้น ให้ประชาชน รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายรับทราบความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ขององค์การเภสัชกรรมไม่ว่าจะเป็นด้านการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตยารักษาโรคให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ของโรคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การวิจัยพัฒนายารักษาโรคเอดส์ ยาจากสมุนไพร ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน การพัฒนาด้านคุณภาพของสินค้าให้เท่าเทียมมาตรฐานสากล ซึ่งองค์การเภสัชกรรมได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Products) และ ISO 9002 ตลอดจนการพัฒนาในการใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่ ข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวกับยาแก่ภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ ยังมีการสร้างเครือข่ายและเป็นพันธมิตรทางการค้ากับเอกชน เพื่อรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทั้งนี้ เพื่อยกระดับการบริหารองค์การเภสัชกรรมให้เท่าเทียมกับการบริหารเชิงธุรกิจ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์รวมในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านยา เพื่อตอบสนองนโยบายในการพัฒนาสาธารณสุข โดยเฉพาะด้านสาธารณสุขมูลฐานของกระทรวงสาธารณสุขให้ประชาชนได้ทราบถึงบทบาทอันชัดเจนขององค์การเภสัชกรรม ในเรื่องของนโยบาย ผลการดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่มุ่งมั่นผลิตยาคุณภาพ ได้มาตรฐานสากล สนองตอบความต้องการของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทั่วประเทศ ภายใต้คำขวัญที่ว่า “องค์การเภสัชกรรม รับผิดชอบชีวิตผลิตยาคุณภาพ” ให้ประชาชนในเมืองและชนบทห่างไกล รู้จักการดูแลสุขภาพตนเองเมื่อยามเจ็บป่วยอย่างถูกต้อง เป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับกองประชาสัมพันธ์ องค์การ

เกสัขกรรม ในอันที่จะนำเสนอรายงาน เขียนข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ (Publicity) ข้อมูลข่าวสารผ่านไปยังสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ โดยแจ้งข่าวของหน่วยงานให้ประชาชนได้ทราบ เพื่อจุดมุ่งหมายในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “หนังสือพิมพ์” ซึ่งเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่จะรวบรวมข่าวแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ และรายงานเรื่องราวเหตุการณ์เสนอต่อประชาชนผู้อ่าน เพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้รับข่าวสาร เกิดความเข้าใจในเนื้อหาและเหตุการณ์ด้านต่าง ๆ ได้อย่างแท้จริง (บำรุง สุขพรรณ. 2522) เพราะหนังสือพิมพ์สามารถให้รายละเอียดได้มากกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ และยังสามารถติดตามข่าวได้เสมอหากมีเนื้อหา มาก ดังนั้น จึงถือว่าหนังสือพิมพ์เป็นสถาบันที่มีความสำคัญและมีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนทั่วไปอย่างมาก ดังที่ สุภา ศิริมานนท์ ได้กล่าวไว้ว่า “ข้อความที่ได้รับการพิมพ์ลงไปในหน้ากระดาษนั้น เป็นข้อความอันพึงถือเป็นหลักฐานได้อย่างถาวร ข้อความเหล่านี้อาจจะนำขึ้นมาอ่านเมื่อไรก็ได้ตามที่ผู้อ่านจะพึงปรารถนาหรือมีเวลาว่างพอ หรือมีจิตใจปลอดโปร่งสบายพอ หน้ากระดาษของหนังสือพิมพ์ก็ยังมีอยู่อย่างเหลือเฟือเพื่อที่จะรายงานข่าวได้อย่างล้าลึกกว้างขวางกว่าเครื่องมือสื่อสารมวลชนชนิดอื่น และสามารถที่จะเสนอรายงานข่าวในลักษณะที่เรียกว่า ตีความหมาย หรือแปลความหมาย ในสาระสำคัญของข่าวนั้น ๆ ได้ด้วย หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนชนิดเดียวที่สามารถแสดงทัศนะของตนได้โดยคอลัมน์บทบรรณาธิการ เพื่อชี้แนะให้ผู้อ่านได้คิดในปัญหาสำคัญของการนั้น ๆ หรือเพื่อสกัดกั้นทัศนคติต่าง ๆ บางกรณีที่จะกลายเป็นอันตรายต่อชุมชนพร้อมกันคราวเดียวกัน ก็สามารถตีพิมพ์ทัศนะของผู้อ่านได้อย่างเต็มที่ชนิดที่ไม่มีเครื่องมือสื่อสารมวลชนชนิดอื่นจะทำได้ (สุภา ศิริมานนท์, 2531)

หนังสือพิมพ์ จึงถือว่าเป็นสถาบันสำคัญในการแสวงหาข้อเท็จจริง ให้ปรากฏต่อสายตาประชาชน โดยอาจออกมาในลักษณะของข่าว ข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพข่าว บทความ สารคดี และคอลัมน์ต่าง ๆ แล้วแต่ความเหมาะสม และด้วยเหตุผลที่หนังสือพิมพ์มีสิทธิ และเสรีภาพอย่างกว้างขวางในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลและการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ได้มากกว่าสื่ออื่น เพราะเป็นสื่อที่ดำเนินการโดยเอกชน ไม่ตกอยู่ภายใต้การดำเนินงานของรัฐหรือนโยบายของรัฐ หนังสือพิมพ์จึงสามารถมีบทบาทในการกำหนดวาระหรือหัวข้อเรื่อง ให้สาธารณชนตระหนักถึงความสำคัญ ของประเด็นเหตุการณ์ในช่วงขณะหนึ่ง ดังนั้น การนำเสนอข่าวสารด้านยาขององค์การเภสัชกรรมอย่างเหมาะสม จึงถือเป็นหน้าที่สำคัญด้านหนึ่งที่ต้องการเภสัชกรรมพึงกระทำเพื่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม นั้นหมายถึง การรักษาผลประโยชน์ให้ประชาชนผู้บริโภคยา

ข่าวประชาสัมพันธ์ นับว่าเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์นิยมใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ของหน่วยงานไปยังประชาชน เพื่อจะได้ดำเนินการตามแผน สร้างความถี่ในการติดต่อสื่อสาร นำเสนอข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม เพื่อ

เสริมสร้างความเข้าใจอันดีและการยอมรับจากประชาชนและสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ โดยสม่ำเสมอ และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงานของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย

การที่ข่าว ภาพข่าว บทความ หรือสารคดีต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม จะปรากฏอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์มากหรือน้อยเพียงใดนั้น ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในเรื่องนี้นอกจากนักประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมแล้ว ก็คือ “นักหนังสือพิมพ์” ซึ่งเปรียบได้กับผู้เฝ้าประตู (Gate-keeper) ในกระบวนการสื่อสารสู่มวลชน หรืออีกนัยหนึ่ง เป็นผู้ใช้วิจารณญาณในการคัดเลือกถ้อยแถลงข่าวสาร ทรรศนะวิจารณ์ต่อปัญหาต่าง ๆ เพื่อนำเสนอต่อสาธารณชน “เป็นผู้ยืนอยู่ตรงกลางระหว่างเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ในสังคมกับประชาชนผู้อ่าน ฉะนั้นนักหนังสือพิมพ์จึงดำรงสถานะเป็นตัวแทนสมมติของประชาชนที่ต้องทำหน้าที่รักษาผลประโยชน์ให้ผู้อ่าน คอยสอดส่องสภาพความเป็นไปทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และทำการเลือกสรรเฉพาะสิ่งที่เห็นว่ามีสาระประโยชน์สำคัญและควรจะต้องรู้ นำเสนอต่อสาธารณชน” (นันทวัน สุชาโต, 2520 อ้างถึงใน ศันสนี ชุมนุมนณี, 2534) ซึ่งบรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว หรือนักข่าวนับเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ และมีหน้าที่ที่ต้องตัดสินใจเลือกข่าวสารที่เผยแพร่ไปสู่ประชาชน ว่าข่าวสารอย่างไรไม่ควรนำออกเผยแพร่ ข่าวสารอย่างไรควรเผยแพร่ ตามนโยบายด้านการนำเสนอข่าวสารที่ได้กำหนดเอาไว้

การวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจาก ซึ่งเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญมากในสังคมปัจจุบัน โดยต้องการศึกษาถึงการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมว่าได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองเมื่อเจ็บป่วยอย่างไรบ้าง ประชาชนได้รับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมใดบ้างที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเภสัชกรรมที่ตอบสนองนโยบายสำคัญของกระทรวงสาธารณสุขด้านสาธารณสุขมูลฐานนั้น ได้รับการเผยแพร่จากสื่อหนังสือพิมพ์มากหรือน้อยเพียงใด มีลักษณะเช่นใด และยังศึกษาความคิดเห็นของบรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว และนักข่าวในการพิจารณาคัดเลือก และนำเสนอเนื้อหาสาระขององค์การเภสัชกรรมลงตีพิมพ์ รวมถึงสภาพปัญหา และปัจจัยที่มีผลต่อการเสนอเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมในเชิงสร้างสรรค์ และแสวงหาข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติการ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมต่อไป

ปัญหานำวิจัย

1. หนังสือพิมพ์ทั่วไป (เชิงคุณภาพและปริมาณ) และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในปริมาณเท่าใด มากหรือน้อย แตกต่างกันเพียงใด

2. หนังสือพิมพ์ทั่วไป (เชิงคุณภาพและปริมาณ) และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในรูปแบบใดบ้าง

3. หนังสือพิมพ์ทั่วไป (เชิงคุณภาพและปริมาณ) และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในทิศทางใด

4. บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าวของหนังสือพิมพ์แต่ละชื่อนับคัดเลือกข่าวโดยใช้เกณฑ์อะไรบ้าง และมีข้อเสนอแนะในการแก้ไขจุดบกพร่องของการนำเสนอข่าวขององค์การเภสัชกรรมอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป (ประเภทคุณภาพและประเภทปริมาณ) และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

2. เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป (ประเภทคุณภาพและประเภทปริมาณ) และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

3. เพื่อศึกษาทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป (ประเภทคุณภาพและประเภทปริมาณ) และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าว ของหนังสือพิมพ์ไทย เกี่ยวกับแนวทางการเผยแพร่ หรือการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้จะวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม จากข่าวตัดที่รวบรวมโดยกองประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรม ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ไทย จำนวน 9 ชื่อนับ ในปีงบประมาณ 2540 - 2541 (ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2540 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) เท่านั้น โดยยึดถือเกณฑ์ปริมาณ เป็นจำนวนชิ้นข่าว และตารางนี้ในรูปแบบข่าว ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ และบทความ ตลอดจนการวัดทิศทาง ซึ่งได้พิจารณาความสมดุลของเนื้อหา (Balance) ว่าเป็นทิศทางบวก (Positive) ลบ (Negative) หรือเป็นกลาง (Neutral)

2. ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเฉพาะ บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าว เกี่ยวกับหลักเกณฑ์การคัดเลือกข่าวขององค์การเภสัชกรรม

3. หนังสือพิมพ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีจำนวน 9 ชื่อนับ โดยแบ่งหนังสือพิมพ์เป็น 2 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์ทั่วไป

1.1 หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ (Quality Newspaper) ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

1.2 หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ (Popular Newspaper) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด

2. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ (Business Newspaper) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

นิยามศัพท์

การวิเคราะห์เนื้อหา หมายถึง การจำแนกและการจัดการระเบียบเนื้อหาให้เห็นเป็น ประจักษ์ และการสำรวจเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ซึ่งปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์ โดยวิธีการจัดประเภท จัดตาราง และใจความเพื่อที่จะได้ทราบความหมาย

ความคิดเห็น หมายถึง หัสนคติ ความคิด ความรู้สึกเฉพาะตัวของบรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว และนักข่าวหนังสือพิมพ์ซึ่งตอบคำถามที่มีต่อองค์การเภสัชกรรม

องค์การเภสัชกรรม (อภ.) หมายถึง หน่วยงานของรัฐซึ่งทำหน้าที่ผลิตยาที่มีคุณภาพ มี ฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

รูปแบบการนำเสนอ หมายถึง เนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่หนังสือพิมพ์ นำเสนอ ในที่นี้กำหนดรูปแบบ เป็น 3 ประเภท คือ ข่าว ภาพข่าว และบทความ

ข่าว หมายถึง การรายงานข้อเท็จจริง (Facts) ของเหตุการณ์เกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม และสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น โดยที่ผู้เขียนมิได้สอดแทรกความคิดเห็นของตนเองลงไปในเรื่อง นั้น ๆ และไม่มีการระบุผู้เป็นเจ้าของข้อเขียนนั้น

ภาพข่าว (News photograph หรือ Photo release) หมายถึง ภาพที่กองประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรมจัดส่งไปลงพิมพ์ โดยจัดทำเป็นภาพที่มีคุณค่ามากพอที่จะเป็นข่าวได้ ภาพ ประกอบด้วยรูปภาพที่บอกเรื่องราว และคำอธิบายภาพที่บอกว่า ใครในภาพ ทำอะไร ที่ไหน

เมื่อไร ทำไม และอย่างไร สามารถนำมาวิเคราะห์แนวคิดหลัก ทิศทาง และลักษณะการนำเสนอ สาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมได้

บทความ หมายถึง ข้อเขียนในหน้าหนังสือพิมพ์ที่นอกเหนือไปจากข่าว ซึ่งเนื้อหาจะมีได้ทั้งส่วนที่เป็นข้อเท็จจริง และส่วนที่เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน และอาจมีการระบุชื่อ นามปากกา หรือผู้เขียนเนื้อหานั้น

ทิศทางของข่าว หมายถึง ภาพโดยรวมของเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ที่มีผู้อ่านได้อ่านข่าวนั้น แล้วก่อให้เกิดความรู้สึกต่อบุคคลที่เป็นข่าว สถานที่เกิดข่าว หรือสถานการณ์ในข่าวเป็น 3 ทิศทาง ประกอบด้วย ทิศทางบวก (Positive) ลบ (Negative) และเป็นกลาง (Neutral)

ข่าวเชิงบวก (Positive) หมายถึง ข่าวที่อ่านแล้วเกิดความรู้สึกโดยรวมว่าเป็นเรื่องที่มีผลในทางที่ดีต่อบุคคลในข่าวหรือสถานที่ในข่าว ผู้อ่านสามารถคาดการณ์ได้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น แสดงถึงความก้าวหน้า ร่วมมือ ช่วยเหลือ เห็นอกเห็นใจ ฟังพอใจ เป็นสุข สมหวัง เช่น ข่าวองค์การเภสัชกรรม เป็นหน่วยงานของรัฐที่ผลิตยาคุณภาพ ปลอดภัย ราคาเหมาะสม และเป็นหน่วยงานที่ให้ความรู้เรื่องยาที่ถูกต้องแก่ประชาชน

ข่าวเชิงลบ (Negative) หมายถึง ข่าวที่อ่านแล้วเกิดความรู้สึกโดยรวมว่าเป็นเรื่องที่ทำให้ผลในทางไม่ดีต่อบุคคลในข่าว หรือสถานที่ในข่าว ผู้อ่านสามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางเลวลง แสดงถึงความขัดแย้ง ล้มสลาย สยดสยอง เจ็บปวดเป็นอันตราย เป็นทุกข์ เช่น ข่าวอุบัติเหตุที่มีผู้เสียชีวิต ข่าวสงคราม ข่าวความขัดแย้งในคณะรัฐบาล เช่น องค์การเภสัชกรรม ขายยาแพง เป็นเลือนอนกิน ทูจริตยา เป็นต้น

ข่าวเชิงเป็นกลาง (Neutral) หมายถึง ข่าวที่อ่านแล้วไม่มีลักษณะของการกระตุ้นอารมณ์ให้มีความรู้สึกไปในทางใดทางหนึ่งที่ชัดเจนระหว่างความไม่พอใจกับความพอใจ เป็นข่าวที่เสนอข้อเท็จจริงทั่วไป ไม่ให้ความรู้สึกใด ๆ เป็นพิเศษแก่ผู้อ่าน ผู้อ่านไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างชัดเจนว่าบุคคลในข่าว สถานที่เกิดข่าว หรือเหตุการณ์ของข่าวจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ระหว่างดีขึ้นหรือเลวลง เช่น มองว่าองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานของรัฐที่ดำเนินงานไปตามลักษณะหน้าที่ที่มีอยู่ เป็นต้น

ปริมาณการนำเสนอเนื้อหา หมายถึง จำนวนชิ้นข่าว และเนื้อที่ข่าว เกี่ยวกับองค์การ
 เกษชกรรมที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์

จำนวนชิ้นข่าว หมายถึง ความถี่ของข่าวองค์การเกษตรกรรมที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่
 ในหน้าหนังสือพิมพ์

เนื้อที่ หมายถึง ขนาดเนื้อที่ในหนังสือพิมพ์ ที่มีการตีพิมพ์ข่าวขององค์การเกษตรกรรม
 โดยวัดเป็นตารางนิ้ว (ตร.น.) ซึ่งเท่ากับ ความยาว 1 นิ้ว คูณด้วยความสูง 1 นิ้ว

แหล่งข่าว หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร หรือสถาบันที่ปรากฏเป็นผู้ให้ข้อมูลใน
 ข่าว เป็นบุคคลหรือสถาบันที่นักข่าวอ้างถึงในการนำเสนอข่าวว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาใน
 ข่าว ในที่นี้แหล่งข่าวแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ข่าวแจก และนักข่าวหาข่าวเอง

ข่าวแจก หรือข่าวประชาสัมพันธ์ (News Release หรือ Press Release) หมายถึง ข่าวที่
 กองประชาสัมพันธ์ องค์การเกษตรกรรมจัดทำขึ้นเพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่ประชาชน เพื่อ
 ให้รับทราบเป้าหมายและความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน ให้เกิดความใกล้ชิด ความคุ้นเคย และ
 สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับประชาชน

ข่าวที่นักข่าวหาเอง หมายถึง ข่าวที่นักข่าวต้องการเจาะในประเด็นที่หนังสือพิมพ์ของ
 ตนเห็นว่ามีมีความสำคัญ น่าสนใจ และส่งผลกระทบต่อประชาชนและสังคมในวงกว้าง ด้วยวิธี
 สัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงสาธารณสุขที่กำกับดูแลองค์การเกษตรกรรม ผู้อำนวยการ
 องค์การเกษตรกรรม พนักงาน แหล่งข่าวในหน่วยงาน หรือนักวิชาการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปเสนอแนะกองประชาสัมพันธ์ เพื่อแก้ไข ปรับปรุงการ
 เผยแพร่ข่าวสารขององค์การเกษตรกรรมต่อสื่อมวลชน และวางแผนการนำเสนอข่าวสารด้าน
 ประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่องค์การ
 เกษชกรรมต่อไป

2. ทำให้ทราบถึงปัญหา และข้อจำกัดต่าง ๆ ในการนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมของหนังสือพิมพ์ไทยเพื่อหาแนวทางแก้ไขหรือปรับปรุงทั้งปริมาณและคุณภาพ

3. ทำให้ทราบแนวทางในการแสวงหาความร่วมมือ ในการนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในเชิงสร้างสรรค์ ในสื่อหนังสือพิมพ์ทุกประเภท



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลการวิจัย โดยแบ่งเนื้อหา ออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 แนวนโยบายแผนรัฐวิสาหกิจด้านการประชาสัมพันธ์
เพื่อการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับยา

ส่วนที่ 3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาขององค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย” มีดังนี้ คือ

- 1) แนวคิดด้านงานสาธารณสุขมูลฐาน
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์
- 3) ทฤษฎีทางการสื่อสารมวลชน
 - ทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda Setting)
 - ทฤษฎีผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper Theory)
 - แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าของข่าว (News Values Theory)
 - ทฤษฎีกระบวนการคัดเลือกข่าว (News Selection Theory)
- 4) แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
 - สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press Relations)
 - ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือข่าวแจก (Press Release)
- 5) แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

1. แนวคิดด้านงานสาธารณสุขมูลฐาน

เอกสารขององค์การอนามัยโลก ได้ให้ความหมายของการสาธารณสุขมูลฐานไว้ว่า “การสาธารณสุขมูลฐาน คือ บริการสุขภาพที่จำเป็นซึ่งบุคคลและครอบครัว สามารถจะทำได้ในชุมชนโดยเป็นสิ่งที่บุคคลยอมรับ และมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในการดำเนินงานรวมทั้งเป็นบริการที่ชุมชนและประเทศสามารถจะจัดให้มีได้ การสาธารณสุขมูลฐาน จึงควรมีฐานะเป็นศูนย์กลางของระบบบริการสาธารณสุขมูลฐาน และผสมผสานอยู่ในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยส่วนรวม”

สาธารณสุขมูลฐาน จึงเป็นการสาธารณสุขของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน อันเป็นวิถีทางนำไปสู่การสร้างสรรค์ความยุติธรรมในสังคมโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นปัจจัยพื้นฐาน (Robinson, 1981 : 185 - 191) ทั้งนี้ ด้วยตระหนักว่าการสาธารณสุขมูลฐานนั้นเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน จึงควรเป็นหน้าที่ของบุคคลและชุมชนที่จะเข้าร่วมวางแผน และดำเนินงานทางด้านสาธารณสุข โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ การพึ่งตนเองในด้านสุขภาพ ตลอดจนพัฒนาชุมชนตนเอง

แนวทางการสาธารณสุขมูลฐาน ยังคงตระหนักว่า ปัญหาความไม่ยุติธรรมทางการสาธารณสุข โดยเฉพาะการเข้าถึงบริการเป็นผลสืบเนื่องจากโครงสร้างระบบการสาธารณสุขมูลฐานแต่เดิมที่มีทิศทางที่ไม่เป็นธรรมในการจัดการใช้สอยและกระจายทรัพยากร ตลอดจนเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ไม่ครอบคลุมคนส่วนใหญ่ในสังคม ดังนั้น เพื่อแก้ปัญหาคือความไม่เป็นธรรม และไม่เท่าเทียมกันดังกล่าว ระบบสาธารณสุขจึงต้องปฏิรูปและทรัพยากรทางสาธารณสุขควรต้องจัดสรรเสียใหม่

นอกจากนี้ ข้อตระหนักอีกประการหนึ่ง คือ การให้บริการสาธารณสุขแต่เพียงอย่างเดียว นั้น ยังไม่อาจสัมฤทธิ์ผลของการยกระดับสุขภาพของประชาชนได้ เพราะโรคภัยไข้เจ็บจำนวนมากเกี่ยวข้องกับความยากจน ดังนั้น การยกระดับสุขภาพของประชาชน จำเป็นต้องอาศัยกิจกรรมในด้านอื่น ๆ ด้วย ได้แก่ มาตรการทางสังคมเศรษฐกิจ ทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งเรียกว่า การพัฒนาแบบผสมผสานอันจะเป็นตัวเสริมแรงซึ่งกันและกัน ในการพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสุขภาพดีถ้วนหน้าในปี 2543 (WHO/UNICEF, 1978)

กล่าวโดยสรุปสาธารณสุขมูลฐานมีแนวคิดพื้นฐานหลักอยู่ 2 ประการ คือ

1) เพื่อบรรลุความยุติธรรม หรือเป้าหมายสุขภาพดีถ้วนหน้า ตามหลักการที่ว่าสุขภาพดีเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานจึงเน้นการลดช่องว่างระหว่างคนและชุมชน ในเชิงการได้รับผล

ประโยชน์หรือการเข้าถึงบริการ โดยเสนอหลักการของนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนา เศรษฐกิจสังคมที่สอดคล้อง และเป็นประโยชน์ต่อการยกระดับคุณภาพของคนส่วนใหญ่ในสังคม

2) “สุขภาพดีถ้วนหน้า 2543” เป็นเป้าหมายทางสังคมมีจุดหมายเน้นความเป็นธรรม การสาธารณสุขมูลฐาน จึงเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาคำที่ต้องใช้กระบวนการ และมาตรการทาง สังคมมาเป็นข้อพิจารณา ซึ่งหมายถึงการคำนึงถึงบทบาทการมีส่วนร่วมและพึ่งตนเองของ ประชาชนในการจัดการให้ตนเองมีสุขภาพดี โดยฝ่ายรัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุน

การให้ความสำคัญต่อบทบาทของประชาชน ในฐานะที่เป็นหัวใจของการพัฒนา มีราก ฐานมาจากความคิดที่ว่าประชาชนเป็นผู้มีสิทธิได้รับผลของการพัฒนา (WHO/UNICEF, 1978 : 4) เป็นการส่งเสริมภาวะธรรมาธิปไตย เพราะการมีส่วนร่วมเป็นธรรมาธิปไตยทางสังคมมนุษย์ (ปรัชญา เวสารัชช, 2528 : 8-9) และถือว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนในงานพัฒนาเป็นกระบวนการ ที่จะก่อให้เกิดความเท่าเทียม และเป็นธรรมในสังคม ทำให้ประชาชนมีอิสระในการกำหนดวิถีชีวิต ของตนเอง (White, 1982) เป็นวิธีที่ประหยัดค่าใช้จ่ายและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ ผลการพัฒนาดกแก่ประชาชนโดยสมบูรณ์ทั่วถึง เกิดความต่อเนื่องของกิจกรรมการพัฒนา และที่สำคัญ คือ เป็นกลวิธีที่ทำให้ประชาชนเรียนรู้การพึ่งตนเองได้ในที่สุด

จากแนวคิดนี้ เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ได้ว่า บรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว และนักข่าว ของหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ซึ่งเป็นผู้ตรวจสอบ คัดเลือก และเรียบเรียงข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมก่อนนำไปตีพิมพ์เผยแพร่สู่สาธารณชน ได้ให้ความสำคัญ มีความเข้าใจ และคำนึงถึงปัญหาสาธารณสุขมูล ฐานซึ่งเป็นปัญหาที่องค์การอนามัยโลกให้ความสำคัญหรือไม่ และควรหยิบยกประเด็นนี้เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารลงตีพิมพ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน

2. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์

ความหมายของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ คือ สิ่งพิมพ์ที่ออกตามระยะเวลาที่กำหนดติดต่อกันเป็นลำดับ และมี ลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่จำนวนหลายแผ่น พับได้ มีจุดมุ่งหมายในการเสนอข่าวสาร และ สิ่งที่น่าสนใจทั่วไป (Carter V. Good, 1956 : 637)

หนังสือพิมพ์รายวัน คือ หนังสือพิมพ์ที่ออกจำหน่ายสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน มักจะ พิมพ์ในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่ ๆ ลงข่าวทุกชนิด เช่น ข่าวธุรกิจ ข่าวในประเทศ ข่าวกีฬา ข่าว

สังคม ข่าวบันเทิง เป็นต้น โดยข่าวที่นำมาลงต้องเป็นข่าวสด เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันนั้น หรืออย่างช้าไม่เกิน 2-3 วัน (Julion Adams, 1956)

พัชรา ศีลรักษา (2521) อธิบายว่า หนังสือพิมพ์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่เสนอข่าวและเหตุการณ์ เคลื่อนไหวใหม่ ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ข่าวการเมือง ข่าวการเศรษฐกิจและสังคม ข่าว การศึกษา ข่าวกีฬา ข่าวธุรกิจและบันเทิง มีลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่จำนวนหลายแผ่น หั บได้ หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะออกเป็นรายวันเพื่อเสนอข่าวสดต่อประชาชน ช่วยให้ผู้อ่านได้รับ ความรู้กว้างขวาง ทันท่วงทีต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ

ปรมะ สตะเวทิน (2529) สรุปว่า หนังสือพิมพ์ หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งรวบรวมข่าวสาร ข้อคิดเห็น และสาระบันเทิงเรียงร้อยต่าง ๆ โดยพิมพ์บนกระดาษพิมพ์ราคาถูก ทั้งอาจพิมพ์ออกเป็น รายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ หรือรายเดือนก็ได้

ถาวร บุญวัฒน์ (2538) กล่าวถึงลักษณะพิเศษของหนังสือพิมพ์ไว้ ดังนี้

1. คุณค่าทางภาษาที่ใช้เขียน
2. สามารถเก็บรักษาได้นาน
3. สามารถใช้ในการอ้างอิงได้
4. สามารถใช้เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ได้
5. สะดวกและราคาการเก็บรักษาไม่มาก

จากความหมายของหนังสือพิมพ์ที่ได้กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ คือ สิ่งพิมพ์ที่มีระยะเวลาในการออกตามที่มีการกำหนดติดต่อกันไปตามลำดับ ไม่ว่าจะเป็นการออก แบบรายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ หรือรายเดือน มีลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่ จำนวนหลาย แผ่น หั บได้ เสนอข่าวทุกชนิดที่เป็นข่าวสด และน่าสนใจ นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ยังต้องเสนอหา ความและคอลัมน์ต่าง ๆ เพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ที่กำลังเป็นที่สนใจของ ประชาชนในขณะนั้น

นอกจากลักษณะพิเศษแล้ว การคำนึงถึงคุณสมบัติ ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่ ต้องทำความเข้าใจเพื่อใช้ได้อย่างถูกต้องตามความต้องการและกุ่มต่อการดำเนินงาน คุณสมบัติของ หนังสือพิมพ์มีดังต่อไปนี้

1. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สื่อสาร โดยตัวอักษรและภาพนิ่ง
2. เนื้อหา ข่าวสารต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์เสื่อมสลายง่าย
3. ในการส่งข่าวสารไปยังผู้รับโดยหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องอาศัยพาหนะอื่น มิได้ทำการ ส่งสารโดยตรงไปยังผู้รับ

4. หนังสือพิมพ์สามารถจะให้เนื้อหาได้อย่างละเอียด
5. ภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์ จะมีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวอยู่เสมอ ทั้งนี้ เพื่อให้สื่อสารได้ง่ายที่สุด และรวดเร็วที่สุด
6. ภาพข่าวในหนังสือพิมพ์ สามารถสื่อสารได้ด้วยตัวของมันเอง โดยไม่จำเป็นต้องเน้นถึงองค์ประกอบและความงามของภาพมากเกินไป
7. สามารถกำหนดขนาด เพื่อความสะดวกต่อการนำติดตัวไปอ่านที่ใดก็ได้
8. การอ่านหนังสือพิมพ์ ไม่จำเป็นต้องเป็นเวลาที่แน่นอนตายตัว จะอ่านเมื่อไหร่ก็ได้

บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ นอกจากจะเป็นสื่อที่คงทนถาวรแล้ว เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น หนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทต่อการพัฒนาอย่างแนบแน่น ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการปกครอง โดยการรายงานเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของสังคม ผู้อ่านส่วนใหญ่จะอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อแสวงหาข่าวสาร ต้องการทราบความเคลื่อนไหว ความเป็นไปทางสังคม ดังนั้นหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์จึงอยู่ที่การนำข่าวสารความคิดจากจุดต่าง ๆ ไปสู่สาธารณชน มีลักษณะเป็นการสื่อข่าวสาร รายงาน และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ได้อย่างเปิดเผยมากกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ และถือเป็นเอกสารหลักฐานในการศึกษาค้นคว้าเหตุการณ์ต่าง ๆ ในอดีตได้เป็นอย่างดี (มาลี บุญศิริพันธ์, 2531) ได้สรุปบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. การให้ข่าวสาร หนังสือพิมพ์มีหน้าที่หลักคือ ต้องแสวงหาข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมารายงานให้ประชาชนได้ทราบ อาจรายงานในลักษณะของข่าว บทความ สารคดี หรือคอลัมน์ต่าง ๆ โดยจะต้องเป็นข้อเท็จจริงที่สมบูรณ์ครบถ้วนมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบเหตุการณ์ทั้งหมดอย่างถูกต้อง และสามารถวินิจฉัยเหตุการณ์ได้ด้วยตนเอง

2. การให้ข้อเสนอแนะ ต้องไม่ใช้การเสนอแนะในรายงานข่าว เพราะข่าวเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง การแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือต่อข่าวที่ได้รายงานไปแล้ว ควรกระทำผ่านทางคอลัมน์อื่น ๆ เช่น บทบรรณาธิการ บทความ บทวิจารณ์ บทความ เป็นต้น

3. การให้ความบันเทิง หมายถึง ความบันเทิงที่ผู้อ่านจะได้รับการอ่านเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด และพักผ่อนสมองไปด้วยในเวลาเดียวกัน เช่น การอ่านการ์ตูน บทความ สารคดี และบทวิจารณ์ต่าง ๆ

4. การเป็นสื่อในการโฆษณา การขายเนื้อที่โฆษณาเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุดของหนังสือพิมพ์ โฆษณา เป็นเส้นโลหิตของธุรกิจหนังสือพิมพ์ ถ้าไม่มีโฆษณา หนังสือพิมพ์ก็อยู่ไม่ได้ และเราอาจจะต้องซื้อหนังสือพิมพ์ในราคาที่แพงขึ้นมา

ฮาร์โรลด์ ลาสเวลล์ (Harrold Lasswell) ได้เขียนถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม (Sociological Perspective of Mass Communication) โดยแบ่งหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมเป็น 3 ประการ คือ (Lasswell, 1948 : 37-51)

1. การสังเกต และรายงานสภาพแวดล้อมในสังคม (Surveillance of the Environment) เป็นการสังเกต เสาะแสวงหาข่าวสาร เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคมโดยการรายงานข่าว (News Reporting) หรือแจ้งข่าวสาร (Information) แก่สมาชิกในสังคม

2. ประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมให้สัมพันธ์กันเพื่อปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม (Correlation of the Parts of Society) โดยการศึกษารายละเอียดของเหตุการณ์และเรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างรอบคอบและอธิบายให้สมาชิกในสังคมเข้าใจ เป็นการกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาโต้ตอบเท่ากับมีหน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasion) หรือบทบรรณาธิการ (Editorial)

3. การถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง (Transmission of the Social Heritage) คือการกระจายความรู้ ความคิดเห็น ค่านิยมและบรรทัดฐานในสังคมจากยุคหนึ่งไปสู่อีกยุคหนึ่งต่อ ๆ ไป เพื่อไม่ให้เกิดการสูญหายไปซึ่งคือหน้าที่ด้านการให้การศึกษา (Educational Function)

นอกจากบทบาทและหน้าที่ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์นั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้อ่าน และประชาชนในสังคมทั่วไป เพราะเป็นสื่อที่ให้คนต่างชุมชนต่างสถานที่ได้สื่อสารรับเอาวัฒนธรรม ถ่ายทอดทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อถือ มรดกของสังคม ข้อปฏิบัติที่ดีต่อกันและกันได้ จากการเป็นผู้ที่คัดเลือกและกำหนดประเด็นข่าวมาเสนอต่อสังคมในฐานะผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) ตามแนวความคิด Agenda setting การศึกษาบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์นั้น จึงควรที่จะศึกษาถึงบทบาทนี้ด้วย

ประเภทของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์สามารถแบ่งได้หลายประเภทตามเกณฑ์ในการแบ่ง เช่น ถ้าพิจารณาจากความถี่ หนังสือพิมพ์ก็จะแบ่งเป็นรายวัน ราย 3 วัน รายสัปดาห์ และรายเดือน แต่ถ้าดูจากลักษณะเนื้อหาที่มุ่งเน้น ประเภทของหนังสือพิมพ์ก็จะแบ่งเป็นหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ

หรือหนังสือพิมพ์บันเทิง กรณีที่ใช้เกณฑ์ของอาณาเขต การไหลเวียน หรือการจำหน่ายเผยแพร่ ประเภทของหนังสือพิมพ์จะแยกได้เป็นหนังสือพิมพ์ระดับชาติ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น

ตามหลักวิชาการทางวารสารศาสตร์ หนังสือพิมพ์แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ตามลักษณะเนื้อหาของข่าว คือ (ครุณี หิรัญรักษ์, 2529)

1. หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ (Quality Newspapers) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ที่มุ่งเน้นข่าวหนัก ที่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ และปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม หนังสือพิมพ์ประเภทนี้มีจำนวนจำหน่ายไม่สูงมากนัก เพราะมีนโยบายมุ่งที่จะรับใช้ผู้อ่านที่สนใจ และต้องการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม ตัวอย่างของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน สยามโพสต์ และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน เป็นต้น

2. หนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณ หรือประชานิยม (Popular Newspapers) มักจะเน้นเกี่ยวกับข่าวเบา ๆ ซึ่ง ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวศาล ข่าวบันเทิงต่าง ๆ โดยจะไม่เน้นเนื้อหาสาระเหมือนกับหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ ดังนั้น หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จึงมีปริมาณ หรือยอดจำหน่ายสูง เพราะมุ่งเอาใจตลาดทุกระดับ หนังสือพิมพ์ดังกล่าว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ข่าวสด และเดลินิวส์ เป็นต้น

3. หนังสือพิมพ์เฉพาะเรื่อง หรือเฉพาะกลุ่ม (Specialized Newspapers) หนังสือพิมพ์ประเภทนี้มีลักษณะแตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ประเภทอื่น คือ เสนอเนื้อหาเน้นเฉพาะเรื่องเพื่อคนอ่านเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างหนังสือพิมพ์เฉพาะเรื่องที่ได้ในท้องตลาดหนังสือพิมพ์ไทยนี้ก็คือ หนังสือพิมพ์ธุรกิจทั้งหลาย หนังสือพิมพ์เหล่านี้ เน้นเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ธุรกิจการเงิน การค้าเท่านั้น แม้ว่าจะมีข่าวในลักษณะอื่น เช่น ข่าวการเมือง ข่าววิทยาศาสตร์เทคโนโลยี หรือแม้แต่ข่าวสังคมบันเทิงรวมอยู่ด้วย แต่ข่าวหรือเนื้อหาเหล่านี้ มักจะต้องเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจหรือธุรกิจ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมเสมอ และหนังสือพิมพ์เฉพาะเรื่องหรือเฉพาะกิจกลุ่มนี้ผู้อ่านมีจำนวนจำกัด ไม่มากเหมือนหนังสือพิมพ์ทั่วไป

หนังสือพิมพ์เฉพาะกิจหรือเฉพาะด้าน ในความหมายของถาวร บุญวัฒน์ ยังบอกว่าเกิดขึ้นจากความตื่นตัวของประชาชนต่อวงการกีฬา และความเจริญรุ่งเรืองของวงการธุรกิจ จึงทำให้เกิดหนังสือพิมพ์เฉพาะวงการขึ้นได้

อย่างไรก็ตาม การแบ่งหรือเรียกชื่อประเภทของหนังสือที่รู้จักกันทั่วไป ในแวดวงของนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ และหนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณ บางครั้งแยกประเภทเพิ่มเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพและกึ่งปริมาณเข้าไว้อีกด้วย

การแบ่งประเภทของหนังสือพิมพ์ในลักษณะนี้ เป็นการพิจารณาจากลักษณะเนื้อหา หรือสาระของข่าวเป็นสำคัญ (พีระ จิตร โสภณ, 2532)

การเสนอเนื้อหาในหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางที่มีความสำคัญมาก ข่าวสารต่าง ๆ ที่เสนอผ่านทางหนังสือพิมพ์ย่อมคงทนถาวรเก็บได้นานกว่าวิทยุและโทรทัศน์ ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงต้องระมัดระวังในการเสนอข่าว นักหนังสือพิมพ์ต้องพิถีพิถันในเนื้อหาที่จะตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ อันจะมีผลกระทบเกิดขึ้นในสังคม (Edward Gerade, 1966) และหนังสือพิมพ์ไม่ใช่เป็นเพียงแต่ผู้ตามรสนิยมและความต้องการของประชาชนเท่านั้น แต่ต้องยกหรือดึงระดับความต้องการและรสนิยมประชาชนให้สูงขึ้นด้วย (เกษม ศิริสัมพันธ์, 2507)

การเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์ตามทฤษฎีนั้น ควรจะพยายามวางตัวเป็นกลาง (Neutral) ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ในการเสนอเนื้อหาใด ๆ ควรจะมีความรับผิดชอบในการเสนอข่าวอย่างตรงความจริง และเป็นกลางในทุกเรื่องที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมขณะนั้น การเสนอข่าวที่ดีควรจะมีการเสนอสองด้าน (Rivers and Schramm, 1957) ในเรื่องของความเป็นกลาง (Balance) นั้น โรนัลด์ ชิลิน (Ronald Shilin อ้างถึงใน รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2525) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ความเป็นกลาง” หรือ “การปราศจากความเห็นด้วย” ว่าไม่ใช่เรื่องของหลักความคิดตามตำรา แต่เป็นการใช้ความรับผิดชอบอย่างหลักแหลมในการเสนอข่าว โดยการตัดทัศนคติของตนออกไป ในการบรรลุเป้าหมายดังกล่าวนี้ หนังสือพิมพ์ควรจะควบคุมความต้องการ รสนิยม หรือแม้แต่ความเชื่อของตนให้เป็นกลาง ในการรายงานข่าว จะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นกลาง ไม่เอาตัวเข้าผูกพันกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (Objective) ส่วนในการเสนอบทความหรือข้อคิดเห็นนั้นจะต้องใจกว้างรับฟังความจริง เพราะการรับฟังความคิดของผู้อื่น ทำให้ความคิดอ่านหรือแนวทางการมองปัญหา การแก้ปัญหาเป็นไปได้หลายแง่มุม และสามารถเลือกทางแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพที่สุดได้

แต่การพิจารณาว่าหนังสือพิมพ์ใดมีความเป็นกลางได้มากน้อยเพียงไรเป็นเรื่องที่พิจารณายาก แต่พอคุได้จากความจงใจในการคัดเลือกหรือละเว้นเรื่องราวใด ๆ ของบรรณาธิการว่าพยายามโน้มน้าว หรือสร้างอิทธิพลต่อความเห็นของผู้อ่านให้โน้มน้าวไปในทางใดหรือไม่ แม้ว่าตามทฤษฎีนั้น ในการเสนอเนื้อหา หนังสือพิมพ์ควรจะพยายามวางตัวให้เป็นกลาง (Neutral) ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ แต่บรรณาธิการซึ่งเป็นผู้ตัดสินใจเลือกข่าวลงพิมพ์มักจะอาศัยการพิจารณาจาก (พรภิรมย์ เข็มธรรม, 2520)

1. เนื้อที่กระดาษ (Space)
2. ค่านิยมของบรรณาธิการ (Value of the Editor) ในการพิจารณาความสำคัญของเรื่องใด ๆ

เกณฑ์ที่ใช้วัดลักษณะของหนังสือพิมพ์ที่ดีที่ได้รับการอ้างถึงมากที่สุด ในบรรดานักวิชาการหนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกา คือ เกณฑ์การเขียนข่าวที่ให้เนื้อหาที่สมบูรณ์ และลักษณะการนำเสนอที่ให้ความเข้าใจกับผู้อ่านได้ดีที่สุดนั่นเอง ส่วนประกอบรองลงมา ก็ได้แก่ การเสนอข่าวที่ไม่มียอคติความลำเอียง หรือพุดง่าย ๆ ก็คือมีความเป็นกลางมากที่สุดในการเสนอเนื้อหาต่าง ๆ (Donohue, Tichenor and Olin, 1972)

สิ่งที่สามารถเป็นเครื่องพิจารณาคุณภาพของงานเขียนอีกประการหนึ่ง คือ

1. ข้อเท็จจริงที่ปรากฏ (facts)
2. สัจจะหรือความจริงแท้ (truth)
3. เหตุผลที่ผู้เขียนอ้างอิง (reasoning)

การเสนอเนื้อหาในหนังสือพิมพ์นั้น นักหนังสือพิมพ์ต้องพิถีพิถัน มีความรับผิดชอบในการเสนอข่าวอย่างตรงความจริง และเป็นกลางในทุกเรื่องที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมขณะนั้น การเสนอข่าวที่ดีควรจะมีการเสนอสองด้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคม ไม่ใช่เป็นเพียงแต่ผู้ตามรสนิยมและความต้องการของประชาชนเท่านั้น แต่ต้องยกหรือดึงระดับความต้องการและรสนิยมประชาชนให้สูงขึ้นด้วย การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ อนามัย และการเจ็บป่วยให้ประชาชนได้รับรู้ จึงต้องพิจารณาการนำเสนอเนื้อหา เป็นหลักในการวิเคราะห์ด้วย

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระ (Agenda-Setting Theory)

การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดวาระ หรือการกำหนดเรื่องพิจารณา (Agenda - Setting) ส่วนใหญ่จะศึกษาในประเด็นหัวข้อทางการเมือง และผลที่ออกมาชี้ให้เห็นว่า สื่อมวลชนมีพลังสำคัญมากในการกำหนดวาระ (Agenda - Setting) ประเด็นสำคัญของเรื่องในการศึกษาของ Asp, K เรื่อง The struggle for the agenda : party agenda, media agenda, and voter agenda in the 1979 Swedish election campaign. Communication research 10 (3) : 333-355, July 1983 (Communication Abstract Vol. 7 : No. 1 March 1984) ยืนยันผลการศึกษาดังกล่าว โดยพบว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลมากในการกำหนดวาระ (Agenda - Setting) ประเด็นสำคัญของเรื่องในการจูงใจให้คนมาลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมากกว่าการกำหนดวาระประเด็นสำคัญของเรื่องจากพรรคการเมือง

อย่างไรก็ตาม แนวความคิดในการกำหนดวาระสามารถนำไปใช้กับการศึกษาประเด็นปัญหาสำคัญซึ่งไม่ใช่หัวข้อทางการเมืองได้ ดังที่ Gadir-S. ได้ศึกษาวิจัยไว้ในเรื่อง Media Agenda Setting in Australia : the rise and fall of public issue. Media Information Australia No. 26 : 13-23 Nov. 1982 (Communication Abstract vol. 6 No. 2 June 1983) ผลการศึกษาโดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ 5 ฉบับ สถานีวิทยุ 6 สถานี สถานีโทรทัศน์ 4 สถานี ในชนิดนี้พบว่า

1. การกำหนดวาระหรือกำหนดเรื่องพิจารณา (Agenda - Setting) โดยประชาชน จะมั่นคงยืนนานกว่าการกำหนดวาระโดยสื่อมวลชน
2. ปัญหาเรื่องการว่างงาน ภาวะเงินเฟ้อ จะเป็นประเด็นปัญหาสำคัญซึ่งจัดไว้เป็นอันดับสูงสุด ในการกำหนดวาระของประชาชน ในขณะที่ปัญหาด้านอุตสาหกรรมและการป้องกันประเทศเป็นประเด็นปัญหาสำคัญซึ่งจัดไว้อันดับสูงสุดของสื่อมวลชน
3. การกำหนดวาระ (Agenda - Setting) ของหนังสือพิมพ์จะใกล้เคียงกับการกำหนดวาระของประชาชนมากกว่าวิทยุและโทรทัศน์ ที่ปรากฏชัดก็คือ สื่อมวลชนประสบความสำเร็จในการกระตุ้นให้ประชาชนสนใจประเด็นสำคัญของปัญหาบางประเด็นมากกว่าประเด็นอื่น ๆ
4. ทิศทางของการกำหนดประเด็นสำคัญของเรื่อง เริ่มจากสื่อมวลชนไปสู่ประชาชน ผลการศึกษาจากหนังสือเอกสารและรายงานวิจัยดังกล่าวแล้ว ยืนยันบทบาทอันสำคัญของสื่อมวลชนในการเลือกเสนอข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทของผู้ปิดเปิดประตูสาร (Gatekeeper) ในอันที่จะกำหนดวาระ (Agenda - Setting) ประเด็นสำคัญของข่าว ซึ่งจะมีผลต่อการกำหนดความสนใจของประชาชน

การกำหนดวาระของสื่อมวลชน หมายถึง การเสนอหรือไม่เสนอข่าวเรื่องใดเรื่องหนึ่งของสื่อมวลชน มีผลให้สาธารณชนมีความเห็นคล้อยตามว่าเรื่องนั้นเป็นหัวข้อหรือประเด็นที่มีความสำคัญ หรือไม่มีความสำคัญที่จะนำมาพิจารณากัน

หน้าที่ของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระ เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นเมื่อ ปี ค.ศ. 1972 โดย McCombs, M.E. and Shaw D.L (1972) เป็นผู้เสนอแนะ อย่างไรก็ตาม นักเขียนข่าวบางคนกล่าวว่า แนวความคิดนี้มีชื่อของใหม่ Lippmann, W. (1992) เคยกล่าวความคิดเห็นในวารสาร Public Opinion เมื่อปี ค.ศ. 1992 ถึงบทบาทที่ควรมีของสื่อมวลชนว่า “สื่อมวลชนมีบทบาทในการสร้างภาพต่าง ๆ ในหัวสมองของคนเรา” ซึ่งก็คล้ายคลึงกับแนวคิดของ Cohen B.C., (1963) และเป็นอีกผู้หนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความคิดในเรื่องนี้ เขาเคยกล่าวถึงอิทธิพลของหนังสือพิมพ์ในการเป็นผู้

บอกกับผู้อ่านว่าเรื่องอะไรควรจะคิด (What to think about) ซึ่งตรงกับแนวความคิดในเรื่องการกำหนดหัวข้อเรื่องให้พิจารณา

แนวความคิดในเรื่องการกำหนดวาระของสื่อมวลชนนี้ มิได้แสดงว่าสื่อมวลชนมีจุดมุ่งหมายที่จะมีบทบาทในประเด็นเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่ทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เปิดประตูสารเท่านั้นเอง สื่อมวลชนตามแนวความคิดในเรื่องการกำหนดวาระ ทำหน้าที่เป็นผู้เสนอวาระปัญหาหรือหัวข้อเรื่องต่าง ๆ ในสังคมในลักษณะข่าว และความคิดเห็นให้สาธารณชนได้พิจารณาว่าอะไรเป็นเรื่องที่จะนำมาคิดพิจารณาหรือสนทนาถกเถียงกัน

ดังนั้นทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระ จึงมุ่งที่จะวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของสื่อสารมวลชนในด้านข่าวสาร (Information) แทนด้านการชักจูง (Persuasion) สมมติฐานสำคัญกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการที่สื่อมวลชนเลือกประเด็นสำคัญของหัวข้อ (Topic) หรือปัญหา (Issue) ในการรายงานข่าวสารกับการที่ผู้รับสาร ตระหนักถึงสาระสำคัญ (Salience) ของหัวข้อประเด็นหรือปัญหานั้น ๆ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระนี้ แทนที่จะเน้นการเปลี่ยนทัศนคติและความเห็นตามแนวคิดเก่า กลับมุ่งวิเคราะห์วิวัฒนาการของความคิด (Cognitions) เกี่ยวกับปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หากมองในด้านการสื่อสารก็คือ การเน้นความสำคัญของหน้าที่ในด้านการเสนอข่าวสารมากกว่าหน้าที่ในการชักจูง (อรรถ เติษจรณรักษ์, 2529)

จากทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า ผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตข่าว อันประกอบด้วย บรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว และนักข่าว ของหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจทั้ง 9 ชื่อฉบับ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้เปิดประตูสารนี้ จะเป็นผู้กำหนดประเด็นของข่าวสาร รูปแบบของข่าว อันได้แก่ ข่าว ภาพข่าว หรือบทความ รวมทั้งเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอสู่ประชาชน

4. ทฤษฎีผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper Theory)

ทฤษฎีผู้เฝ้าประตู หรือที่เรียกว่า นายทวารข่าวสารหรือผู้เปิดประตูสาร (Gatekeeper) เป็นทฤษฎีที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบุคคลผู้ซึ่งควบคุมการไหลของข่าวสาร บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ตัดสินใจว่าข่าวสารอะไรควรส่งต่อไป และข่าวสารอะไรควรส่งไปช้าหน่อย หรือข่าวสารอะไรควรตัดออกไปทั้งหมด บุคคลผู้ทำหน้าที่เปิดและเปิดประตูข่าวสารนี้ยืนอยู่ระหว่างตัวข่าวสารเองและผู้รับสารจากสื่อมวลชน

ศัพท์คำว่า “Gatekeeper” ถูกนำมาใช้โดยเคิร์ต เลวิน (Kurt Lewin : 1947, อ้างถึงใน อรณู เลิศจรรยารักษ์ : 2529) Lewin ซึ่งได้อธิบายว่าเหมือนกับบุคคลผู้ซึ่งควบคุมการส่งต่อของข่าวต่าง ๆ ไปยังช่องทางทั้งหลายของสื่อสารมวลชน

วิเบอร์ แชรรมม์ (Wibur Schramm) กล่าวว่า Gatekeeper มีสิทธิในการเปิดและปิดประตูดังต่าง ๆ ที่มีมา ผู้เปิดปิดประตูดังยังมีบทบาทสำคัญมากในการสื่อสารในสังคมทุกวันนี้

Gatekeeper เหล่านี้ ได้แก่ นักข่าว บรรณาธิการ ผู้เขียน ผู้พิมพ์ นักวิจารณ์ หัวหน้าหน่วยงานทางด้านสื่อสาร ผู้จัดการโฆษณา ประธาน ครู และพ่อแม่ เป็นต้น

หน้าที่ของเขาเหล่านี้ ไม่เพียงแต่เลือกหรือปฏิเสธสารต่าง ๆ ที่เข้ามาเท่านั้น เขายังทำหน้าที่จัดสรรนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปที่เข้าต้องการ ตลอดจนกระทั่งกำหนดการนำเสนอข่าวสาร เวลา หน่วงเหนี่ยวสารนั้นไว้ หรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอบางส่วนเท่านั้น

เดวิด แมนนิง ไวท์ (David Manning White : 1950, อ้างถึงในพรสุรีย์ ธนศรีสีบวงค์, 2535) ได้นำแนวความคิดเรื่องผู้เปิดปิดประตูดังมาใช้ในการศึกษาเรื่อง “The Gatekeeper : A Case Study in Selection” ซึ่งศึกษาถึงกิจกรรมของบรรณาธิการข่าวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกันฉบับหนึ่งในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ จากการศึกษา ไวท์พบว่า บรรณาธิการข่าวเป็นผู้มีอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจว่าจะตีพิมพ์ข่าวใดในกระบวนการคัดเลือกของบรรณาธิการนั้น ความชอบส่วนตัว และภูมิหลังของบรรณาธิการเข้ามามีส่วนในการคัดเลือกด้วย โดยสรุปว่า การตัดสินใจคัดเลือกข่าวของบรรณาธิการ เป็นการกระทำโดยลำพัง และพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจดังกล่าว สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยทางจิตวิทยาส่วนบุคคล

แมคดوجل ลิตเติล (McDougal Little : 1978, อ้างถึงในชิตาวรรณ กองสาร : 2535) ได้กล่าวถึงเรื่องผู้เปิดปิดประตูดังไว้ว่า ผู้เปิดปิดประตูดังเป็นผู้พิจารณาตัดสินว่าเรื่องต่าง ๆ ที่กองอยู่บนโต๊ะทำงานของเขาในแต่ละวันนั้นมีเรื่องใดบ้างที่ประชาชนควรจะรับรู้ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้เปิดปิดประตูดังมิใช่ผู้มีอำนาจเต็มที่ โดยปกติแล้วผู้เปิดปิดประตูดังจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกข่าวส่วนใหญ่แต่มิใช่เสมอไป บางครั้งการตัดสินใจก็กระทำโดยผู้อื่น เช่น ในการตัดสินใจของผู้เปิดปิดประตูดังนั้น ขัดแย้งกับนโยบายในการเสนอข่าวของผู้ที่มีอำนาจสูงกว่า ผู้เปิดปิดประตูดังมักจะฟังและปฏิบัติตาม แต่ก็มิใช่เสมอไป หรือในกรณีที่ข่าวซึ่งตนได้เสนอไปแล้ว เมื่อพิจารณาในภายหลังพบว่ามีความแตกต่างจากข่าวที่หนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่น ๆ รายงานอย่างเห็นได้ชัด ผู้เปิดปิดประตูดังก็อาจจะเปลี่ยนแปลงมาตรฐานของตน หรืออาจจะไม่เปลี่ยน แต่ท่ามกลางกระแสข่าวที่หลั่งไหลเข้ามายังสำนักงานหนังสือพิมพ์อย่างมากมายในแต่ละวันนั้น การตัดสินใจของ

บรรณาธิการจะเป็นไปอย่างรวดเร็ว ข่าวสารส่วนมากจะถูกพิจารณาตีพิมพ์อย่างเสียบ ๆ และไม่สามารถจะเรียกคืนกลับมาได้โดยการกระทำของผู้ปิดเปิดประตูสารแต่เพียงลำพัง จากข้อเขียนของแบกดิเคียน (Bagdikian : 1983, อ้างถึงในอรนุช เลิศจรรยารักษ์ : 2529) นักข่าวและบรรณาธิการ จะตัดสินใจคัดเลือกข่าวอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย 5 ประการ คือ

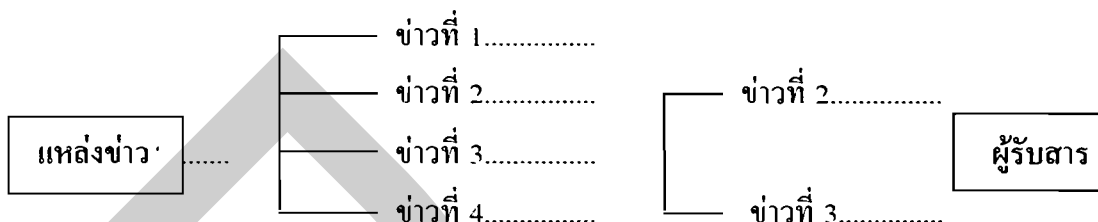
1. หลักที่ยึดในการบริหาร
2. การมองโลกของความจริง และนิสัยของตน นั่นคือ รู้ว่าผู้อ่านมีความต้องการอะไร และมีความปรารถนาอย่างไร
3. ค่านิยม ซึ่งยึดถือโดยบรรณาธิการที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ มีมาตรฐานทางด้านความยุติธรรม และเป็นที่ยอมรับในวิชาชีพ นั่นคือเขาจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าอะไรที่ผู้อ่านในหมู่คณะของเขาควรจะได้รู้
4. การประเมินค่าของข่าวสาร โดยการแข่งขันของสื่อ
5. ค่านิยมส่วนตัว และนิสัยแปลก ๆ ของบรรณาธิการ เช่น ถ้าบรรณาธิการกลัว และไม่ชอบอะไรบางอย่างเขาจะไม่อนุญาตให้สิ่งที่เขาไม่ชอบปรากฏอยู่ในข่าวหรือตีพิมพ์บนหนังสือพิมพ์เด็ดขาด

นอกจากปัจจัยทั้ง 5 แล้ว ยังมีปัจจัยในเรื่องเวลา และเนื้อที่ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจของบรรณาธิการข่าว การเปลี่ยนการตัดสินใจเพื่อจะได้ข่าวสารซึ่งดีกว่าเดิม จะทำให้เสียเวลาและเงินอีกเท่าไร อันนี้ก็เข้ามามีส่วนในการตัดสินใจเหมือนกัน

หลังจากที่นักข่าวรายงานข่าวที่ตนหามาได้แล้ว ก็ส่งให้กับผู้ปิดเปิดประตูสาร (Gatekeeper) คนอื่น ๆ ในที่ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นห้องข่าวหนังสือพิมพ์ หรือห้องข่าววิทยุและโทรทัศน์ บุคคลที่ทำงานในห้องข่าวไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย จะทำหน้าที่ตบแต่งข่าว (Rewriter) และคัดทอนข่าวทั้งทั้งย่อหน้า คัดบางประโยค บางคำ หรือไม่แก้ไขต้นฉบับข่าวเลย ส่งข่าวออกไปตีพิมพ์ หรือออกอากาศตามที่นักข่าวเขียนมา หรือเมื่อส่งข่าวไปแล้วบังเอิญไม่ได้ตีพิมพ์ เพราะเนื้อที่ในหนังสือพิมพ์ไม่พอ หรือเวลาในการกระจายเสียงมีไม่พอ บางครั้งผู้จัดการฝ่ายโฆษณาที่รับโฆษณาเข้ามา มาก จนทำให้เนื้อที่และเวลาในการเสนอข่าวสารน้อยลงไป เขาเหล่านี้ ก็ทำหน้าที่เป็นผู้ปิดเปิดประตูสารเช่นกัน

ผู้ปิดเปิดประตูสารเหล่านี้ ส่งต่อข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ข่าวสารต่าง ๆ จากหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เครื่องข่าววิทยุ และโทรทัศน์ ตลอดจนกระทั่งข่าวสารจากสำนักข่าวกลายเป็นแหล่งข่าวสำคัญของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สถานีวิทยุ และสถานีโทรทัศน์ในท้องถิ่น ซึ่งจะส่งข่าวสารต่อไปให้กับผู้อ่าน ผู้ฟัง และผู้ชม เป็นต้น

ภาพที่ 1 แบบจำลองผู้เฝ้าประตูของ White



จากแบบจำลองของ White จะเห็นว่าข่าวสารจำนวนมาก ซึ่งได้แก่ ข่าว 1 ข่าว 2 ข่าว 3 และข่าว 4 ส่งมายังสื่อมวลชนอันอาจจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ จากนั้นสื่อมวลชน จะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้น เพื่อตีพิมพ์หรือเผยแพร่ออกอากาศ ซึ่งหมายถึง ข่าว 2 และข่าว 3 ส่วนข่าว 1 และข่าว 4 คือข่าวที่ไม่ได้รับการคัดเลือก

แสดงให้เห็นว่า จากต้นตอแหล่งข่าว (สำนักข่าวโทรทัศน์) จะมีข่าวสารมากมายหลาย ชิ้นที่ส่งมายังสำนักงานหนังสือพิมพ์ หรือวิทยุกระจายเสียงหรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์หรือออกอากาศ ส่วนอีกหลายก็อาจ จะถูกทิ้งลงตะกร้า ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกจะถูกตัดแต่งให้เหมาะสมกับ เนื้อที่ เวลา และลักษณะของ สื่อ เพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ฟัง หรือผู้ชม

ในวงการสื่อสารมวลชน ผู้เปิดเปิดประตูสาร จะหมายถึง บรรณาธิการและนักข่าวตาม สำนักพิมพ์ หรือสถานีวิทยุกระจายเสียง ซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบ คัดเลือก เรียบเรียงข่าวสาร เพื่อ เสนอให้ประชาชนทราบ ทั้งบรรณาธิการและนักข่าวจึงอยู่ในฐานะที่จะ “ควบคุม” (Control) ข่าว สารต่าง ๆ ที่จะผ่านไปยังประชาชนทั่วไป โดยอาศัยวิธีการคัดเลือกและเรียบเรียงข่าว การตบแต่ง และจัดหน้าหนังสือพิมพ์ ตลอดจนการกำหนดเวลาเสนอข่าวสาร และการลำดับความสำคัญของ ข่าว พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมข่าวสารเช่นที่กล่าวมานี้ ถือได้ว่าเป็นขั้นตอนหนึ่งของ กระบวนการกำหนดวาระ (Agenda - Setting)

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เปิดประตูสารส่วนมาก เน้นที่การเลือกและตัดทอน ข่าวสาร ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญพบว่า บรรณาธิการและนักข่าวทั่วไป เลือกเสนอข่าวสารโดยที่ไม่ ได้คำนึงถึงประชาชนผู้รับข่าวสารเท่าไรนัก แม้จะได้ตระหนักถึงความต้องการและความสนใจของ ผู้อ่านหรือผู้ฟังบ้าง แต่ก็ยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนอยู่มาก การเลือกเสนอข่าวสารทางหน้า หนังสือพิมพ์หรือวิทยุโทรทัศน์ จึงขึ้นอยู่กับภารกิจของบรรณาธิการและนักข่าวว่ามีความ เหมาะสมเพียงไรและจะเป็นที่สนใจแก่ประชาชนหรือไม่ ส่วนข่าวสารที่ประชาชนต้องการหรือ

สนใจจริง ๆ นั้น อาจไม่มีโอกาสปรากฏบนหน้าหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ก็ได้ ด้วยเหตุนี้จึงมักมีคำกล่าวที่ว่า “ข่าว” (News) ก็คือสิ่งที่บรรณาธิการหรือนักข่าวสร้างขึ้น และเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

ถ้าพิจารณากันตามความเป็นจริงแล้ว การค้นพบดังกล่าวมีส่วนที่เป็นจริงอยู่มากในวงการหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนอย่างอื่น ในประเทศที่กำลังพัฒนาทั่วไปรวมทั้งประเทศไทยด้วย มักจะกล่าวว่า การเสนอข่าวสารเพื่อสนองตอบความสนใจและความต้องการของมวลชน แต่อันที่จริงแล้วดูเหมือนว่าจะเป็นการค้าขาย และคำแก้ตัวหรือเหตุผลที่เลื่อนลอยของบุคคลในวงการสื่อมวลชนมากกว่า ในทางปฏิบัติจริง ๆ แล้วทำได้ยากมาก (อรนุช เลิศจรยารักษ์, 2529)

จากทฤษฎีผู้เปิดประตูสารนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ถึงการตัดสินใจคัดเลือกข่าวโดยบรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว และนักข่าว ของหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจทั้ง 9 ชื่อฉบับ ซึ่งเป็นผู้ตรวจสอบ คัดเลือก และเรียบเรียงข่าวเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมก่อนนำไปตีพิมพ์เผยแพร่สู่สาธารณชน

นอกจากการคัดเลือกข่าวใดจะได้รับการตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์แล้ว การคัดเลือกประเด็นว่าควรนำเสนอหรือเน้นประเด็นใด ซึ่งเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการกำหนดวาระดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ก็จะได้นำไปเป็นหลักในการวิเคราะห์ด้วยเช่นกัน

นักหนังสือพิมพ์และการตัดสินใจ

ข่าวหรือบทความของหน่วยงานที่ส่งมายังหนังสือพิมพ์ในแต่ละวันมีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ในการพิจารณาคัดเลือก เพื่อลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ จึงขึ้นอยู่กับบรรณาธิการหรือผู้มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบหน้านั้น ๆ

Robert W. Bly (32 - 40) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจคัดเลือกข่าว เพื่อเผยแพร่สู่ประชาชนนั้น ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้อ่านหรือ RSI (Reader's Self Interest) และความสนใจของบรรณาธิการ หรือ ESI (Editor's Self Interest) โดยทั่วไปผู้อ่านต้องการข่าวสาร ความบันเทิง และความรู้เพื่อตอบสนองต่อการดำเนินชีวิต

ส่วนเหตุผลที่บรรณาธิการใช้คัดเลือกข่าว ประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ คือ

1. ความสนใจของผู้อ่าน หรือ RSI (Reader's Self Interest) บรรณาธิการต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการคิดหรือสร้างสรรค์ข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ระดับความสนใจของผู้อ่านจึงมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของบรรณาธิการ

2. ความสนใจของผู้พิมพ์หรือเจ้าของหนังสือพิมพ์ หรือ PSI (Publisher's Self Interest) มีความสำคัญเท่า ๆ กับความสนใจของผู้อ่าน ทั้งนี้เพราะผู้เป็นเจ้าของกิจการ มีส่วนในการชี้แนะแนวทางการนำเสนอข่าวให้เป็นไปตามแนวคิด ปรัชญา ตลอดจนความเชื่อ และทัศนคติของผู้พิมพ์หรือเจ้าของหนังสือพิมพ์

3. ความสนใจของผู้โฆษณา หรือ ASI (Advertiser Self Interest) ผู้โฆษณา หมายถึง เจ้าของกิจการหรือเจ้าของสินค้าและบริการที่ซื้อพื้นที่หนังสือพิมพ์ในการโฆษณาสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้โฆษณารายใหญ่พยายามเข้ามามีอิทธิพลต่อการนำเสนอข่าว แต่ในขณะเดียวกัน การนำเสนอข่าวที่มีคุณภาพเป็นที่สนใจของประชาชนผู้อ่าน สามารถทำให้ยอดขายสูงขึ้น เพราะฉะนั้น การเลือกเสนอข่าวประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่ส่งมานั้น บรรณาธิการจึงต้องพิจารณาเนื้อที่ที่จะพิมพ์เผยแพร่ว่าส่งผลกระทบต่อผู้โฆษณาหรือไม่

4. ความซื่อสัตย์ของหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์จะมุ่งมั่นในการเสนอข่าวโดยยึดหลักจรรยาบรรณและคุณค่าของข่าว โดยไม่เสนอข่าวหรือเหตุการณ์ที่ทำลายภาพพจน์ของหนังสือพิมพ์ ดังนั้น ข่าวที่ส่งไปจากแหล่งข่าวต่าง ๆ อาจได้รับการตีพิมพ์หรือไม่ ขึ้นอยู่กับประโยชน์และคุณค่าของข่าวที่มีต่อผู้อ่านเป็นหลัก

5. การป้องกันตัวเองของบรรณาธิการ หรือ ESP (Editor Self Protection) ในการเสนอข่าว บรรณาธิการจะอ้างหรือยกคำพูดของแหล่งข่าว ตลอดจนบอกที่มาของแหล่งข่าว เพื่อเป็นการป้องกันตัวเอง และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในข่าวหรือเหตุการณ์นั้น ๆ

5. แนวความคิดเกี่ยวกับคุณค่าของข่าว

คุณค่าของข่าว ที่มีอยู่ในตัวข่าว เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่าน และเป็นสิ่งที่นักข่าวต้องคำนึงถึง และนำมาใช้ในการคัดเลือก และนำเสนอข่าวสาร ซึ่งคุณค่าของข่าว มีตัวแปรอยู่หลายประการ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2536) เช่น

1. ข่าว ต้องเป็นข้อเท็จจริง
2. ข่าว ไม่จำเป็นต้องเป็นรายงานเพียงเหตุการณ์ปัจจุบันเท่านั้น สิ่งที่เกิดขึ้นนานมาแล้ว อาจเป็นข่าวได้เมื่อได้รับการรายงานเผยแพร่ บางครั้งเหตุการณ์ที่ยังไม่เกิดและคาดว่าจะเกิด ก็อาจนำมารายงานเป็นข่าวได้
3. ข่าวหนึ่งอาจมีความสำคัญเต็มไปด้วยคุณค่าทางข่าวในสังคมหนึ่ง แต่ข่าวเดียวกัน อาจไม่จัดว่ามีความสำคัญเลยในอีกสังคมหนึ่งก็ได้
4. สิ่งที่เป็นข่าวในวันนี้ อาจไม่เป็นข่าวในวันรุ่งขึ้น

5. เหตุการณ์หนึ่งอาจปรากฏเป็นข่าวใหญ่ของหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่ง แต่เหตุการณ์เดียวกันอาจไม่ปรากฏเป็นข่าวของหนังสือพิมพ์อีกฉบับหนึ่งก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายและประเภทของหนังสือพิมพ์

6. องค์ประกอบสำคัญที่สุดของข่าวก็คือ ความน่าสนใจ และความสำคัญ ซึ่งไม่เหมือนกัน กล่าวคือ ข่าวที่น่าสนใจ อาจไม่มีความสำคัญก็ได้ หรือข่าวที่มีความสำคัญอาจไม่น่าสนใจก็ได้ เช่นเดียวกัน หนังสือพิมพ์ส่วนมากจึงพยายามเสนอข่าวที่สำคัญให้น่าสนใจ เพื่อสร้างความสนใจให้ผู้อ่าน

ความสำคัญ (Significance) หมายถึง ข่าวหรือเหตุการณ์อะไรก็ตามที่เกิดขึ้น และมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้อ่านส่วนใหญ่ ผลกระทบดังกล่าวจะมีผลในวงกว้างต่อประชาชนจำนวนมาก เช่น การปรับอัตราภาษีมีผลกระทบต่อรายได้ ค่าครองชีพของประชาชน การเสียเปรียบดุลการค้ากับต่างประเทศมีผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ เรื่องเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญมีผลกระทบต่อโดยตรงและโดยอ้อมต่อความเป็นอยู่และค่าครองชีพของประชาชนทั้งประเทศ จึงจัดว่าเป็นข่าวที่มีความสำคัญ เพราะหากไม่รายงานให้ผู้อ่านทราบก็อาจจะเกิดผลเสียต่อส่วนรวมได้

โดยมากข่าวที่มีความสำคัญ มักจะเป็นข่าวที่เรียกว่า Hard news หรือ ข่าวหนัก คือเป็นข่าวที่มีผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง ผลกระทบนั้นอาจไม่มีทันทีทันใด แต่อาจเกิดขึ้นได้ในระยะยาว และต้องอาศัยการรายงานข่าวอย่างละเอียดรอบคอบเพื่อความเข้าใจในเรื่องรานั้น ๆ ส่วนมากข่าวประเภทนี้จะมีลักษณะเป็นข่าวสถานการณ์ (Situation news) มากกว่าข่าวประเภทเหตุการณ์ (Event news) ซึ่งตอบสนองความใคร่รู้ได้อย่างทันทีทันใด

ความน่าสนใจ (Interest) หมายถึง อะไรก็ตามที่เกิดขึ้นแล้ว ทำให้ประชาชนสนใจใคร่รู้อยากติดตาม คุณสมบัติข้อนี้ น่าจะเป็นข้อที่สำคัญสำหรับการรายงานข่าว เพราะข่าวที่ขาดความน่าสนใจแล้ว คนก็จะไม่อ่าน ผู้สื่อข่าวที่มีความชำนาญ และประสบการณ์จะพยายามเขียนข่าวให้น่าสนใจและน่าอ่าน ข่าวที่น่าสนใจ คือ ข่าวที่ผู้อ่านมีความตั้งใจต้องการจะอ่านมากที่สุด

จะเห็นได้ว่า คุณค่าของข่าว ความสำคัญของข่าว และข่าวที่น่าสนใจ เป็นสิ่งที่นักหนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญในการพิจารณาก่อนจะเลือกนำเสนอเนื้อหาลงในหน้าหนังสือพิมพ์อย่างไรก็ตามข่าวนั้น ๆ ต้องส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างด้วย

การเลือกรายงานเหตุการณ์อะไรก็ตามที่เกิดขึ้น มีหลักพิจารณา โดยยึดองค์ประกอบของข่าว (News Elements) ดังต่อไปนี้

1. ความรวดเร็ว (Immediacy) เป็นความรวดเร็วของเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น หรือความรวดเร็วในการรายงานเหตุการณ์นั้น ๆ

2. ความใกล้ชิด (Proximity or Nearness) หมายถึง ความใกล้ชิดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อผู้อ่าน

3. ความเด่น หรือความสำคัญของเรื่อง (Prominence) ในที่นี้หมายถึง ความเด่นของบุคคลสถานที่ วัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

4. ผลกระทบกระเทือน (Consequence) หมายถึง เหตุการณ์ของข่าวนั้นมีผลกระทบกระเทือนต่อคนในสังคมมากน้อยเพียงไร

5. ข่าวที่เป็นความสนใจของคนทั่วไป (Human Interest) ซึ่งได้แก่ เหตุการณ์ที่มีลักษณะแปลกใหม่ เป็นข่าวที่น่าตื่นเต้นและเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่อยากรู้อยากเห็น

นอกเหนือจากองค์ประกอบของข่าวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ข่าวที่ดีต้องมีคุณค่า (News Values) ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ จะเป็นสิ่งที่ทำให้ข่าวมีลักษณะผิดแปลกแตกต่างจากรายงานธรรมดา เรื่องสั้น บทความ หรือสารคดี ต่าง ๆ ข่าวที่ดีต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ความถูกต้อง (Accuracy) หมายถึง ความถูกต้องในการเสนอข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในข้อเท็จจริงนั้น หมายถึง ว่า ทุก ๆ ข้อความจะต้องเป็นจริง ข่าวต้องมาจากสถานการณ์ (Situation) เหตุการณ์ (Occurrence) ความคิด (Thoughts) และข้อคิดเห็น (Ideas) ที่เกิดขึ้นจริง ส่วนความถูกต้องนั้น หมายถึงความถูกต้องทั้งรายละเอียดโดยทั่ว ๆ ไป ที่จะต้องเขียนและเน้นในจุดใดจุดหนึ่ง แต่ความถูกต้องในวงการของการเสนอข่าวสารเป็นไปได้ยาก เพราะเวลาที่จำกัด ตลอดจนขบวนการที่ต้องผ่านคนหลาย ๆ คน ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการทำข่าว ซึ่งต้องมีความระมัดระวังอย่างมาก

2. ความสมดุล (Balance) นักข่าวจะต้องพยายามหนักแน่นในข้อเท็จจริงและความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อเท็จจริง โดยให้ความสำคัญต่อข้อเท็จจริงอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้สัมพันธ์ต่อเนื่องกับข้อเท็จจริงที่มีอยู่ และเมื่อนำเอาความสำคัญของข้อเท็จจริงต่าง ๆ มารายงานให้ได้ในทุกแง่ทุกมุม ข่าวจะมีความสมบูรณ์และเกิดความสมดุลขึ้น

3. ความเป็นกลาง (Objective) ข่าวที่ดีจะต้องไม่มีการสอดแทรกหรือแสดงความคิดเห็นเข้าไปในเนื้อหาข่าว นั่นคือ รายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ ซึ่งจะต้องปราศจากความลำเอียง ความอคติใด ๆ รายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมาด้วยความสุจริตใจ

4. ความชัดเจนและกระชับ (Clear and Concise) ภาษาที่ใช้ในการเขียนข่าวนั้นจะต้องเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย มีความกระชับ และไม่กำกวม

5. ข่าวจะต้องมีความสดและทันต่อเหตุการณ์ เวลา มีความสำคัญอย่างมากต่อการเสนอข่าว โดยปกติบรรณาธิการข่าวจะเลือกข่าวที่สดและทันต่อเหตุการณ์ก่อนเสมอ โดยความสดและความทันต่อเหตุการณ์หมายถึงเรื่องราวเหตุการณ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งเรื่องราวที่เกิดขึ้น อาจจะเกิดขึ้นมานานแล้ว แต่มีผลกระทบบางอย่างต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เป็นต้น

อย่างไรก็ดี องค์ประกอบ 2 ประการของข่าวที่มีคุณค่า คือ “ความน่าสนใจ” (Interest) และ “ความสำคัญ” (Significance) ซึ่งมีความหมายที่แตกต่างกัน สาทิส เขียวช่อม (2538) ให้ความสำคัญกับการวินิจฉัยคุณค่าข่าว โดยอาศัยความน่าสนใจและความสำคัญดังกล่าว นั่นคือ ผู้สื่อข่าวต้องพิจารณาในทัศนะของผู้อ่าน คือ ข่าวนั้นต้องน่าสนใจสำหรับผู้อ่าน มีความสำคัญต่อผู้อ่าน และต้องเป็นข้อเท็จจริงที่มีความสดทันสมัยสำหรับผู้อ่าน ข่าวที่มีคุณค่าสูงมักจะมีทั้งความสำคัญและความน่าสนใจอยู่ในตัวของมันเอง

6. ทฤษฎีการคัดเลือกข่าว (News Selection Theory)

การคัดเลือกข่าว สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ขั้นตอนย่อย คือ

1. การรวบรวมข่าว หรือการหาข่าว (News Gathering) ผู้ทำหน้าที่และรับผิดชอบในขั้นตอนนี้ คือ ผู้สื่อข่าว ซึ่งอาจจะเป็นผู้สื่อข่าวประจำ หรือผู้สื่อข่าวพิเศษ บุคคลเหล่านี้จะทำหน้าที่คัดเลือกเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งจากหลาย ๆ เหตุการณ์ หลังจากนั้น จะรวบรวมข้อเท็จจริง นำมาเขียนเป็นต้นฉบับข่าวและส่งให้บรรณาธิการต่อไป

2. กระบวนการผลิตข่าวเพื่อลงพิมพ์และเผยแพร่ (News Processing) เป็นความรับผิดชอบของบรรณาธิการ ผู้ช่วยบรรณาธิการ หรือผู้อื่นที่มีหน้าที่ในการคัดเลือกข่าวที่ส่งเข้ามา เพื่อนำไปเข้ากระบวนการผลิตข่าวต่อไป

การตัดสินใจคัดเลือกข่าว ในความเป็นจริงไม่ใช่จะมีเฉพาะข่าวอย่างเดียวที่ทำให้เกิดการตัดสินใจได้ทันที แต่ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดังกล่าวอีก คือ

1. การควบคุมหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ถูกควบคุมจากภายนอก ซึ่งได้แก่ การควบคุมโดยกฎหมาย การควบคุมโดยรัฐบาล การควบคุมโดยประธาน และการควบคุมโดยบริษัทธุรกิจเอกชน และการควบคุมภายใน ได้แก่ การควบคุมโดยเจ้าของหนังสือพิมพ์ การควบคุมโดยบรรณาธิการข่าว และการควบคุมกันระหว่างนักหนังสือพิมพ์ด้วยกัน

2. ประเภทของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภท เป็นตัวกำหนดความสนใจในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ที่เน้นคุณภาพ กับหนังสือพิมพ์ที่เน้นปริมาณ เป็นต้น

3. ความรู้ ความเข้าใจในข่าวประชาสัมพันธ์ ถึงแม้ว่านักหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ จะมีความรู้ความเข้าใจในข่าวประชาสัมพันธ์ก็ตาม แต่ก็ยังมีส่วนหนึ่งที่ยังไม่เข้าใจ โดยเฉพาะไม่สามารถจะแยกความหมายของข่าวประชาสัมพันธ์กับโฆษณาได้ ดังนั้น ย่อมนำผลมาสู่การพิจารณาคัดเลือกข่าวได้เช่นเดียวกัน

4. นโยบายการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ การตัดสินใจพิจารณาคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ จึงตกอยู่ภายใต้ นโยบายที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ 2 อย่าง คือ เพื่อประโยชน์ในด้านการความรู้แก่ประชาชนผู้อ่าน และเพื่อประโยชน์ของหนังสือพิมพ์เอง เช่น จะพิมพ์เผยแพร่ข่าวให้กับผู้ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์นั้น

5. เนื้อหาของหน้าหนังสือพิมพ์ คือ ถ้าเนื้อที่อ่านข่าวยาวให้ก็จะนำข่าวมาลงได้มาก แต่ถ้าเนื้อที่จำกัดก็จะมีข่าวลงให้น้อย

6. ความสัมพันธ์กับญาติมิตร ข่าวประชาสัมพันธ์ ส่วนหนึ่งที่ถูกตีพิมพ์เผยแพร่จะเป็นข่าวของญาติมิตรของนักหนังสือพิมพ์นั้น ๆ

7. ความสัมพันธ์กับนักประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงาน การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักหนังสือพิมพ์จะช่วยให้อ่านมีโอกาสได้รับการตีพิมพ์สูง ข่าวของผู้ที่ไม่รู้จักจะไม่ค่อยได้รับการพิจารณา ถึงแม้จะเป็นข่าวที่ดีก็ตาม

8. จำนวนข่าว และเวลา นักหนังสือพิมพ์ส่วนมากใช้เวลาในการคัดเลือกข่าวน้อยมาก ดังนั้น เมื่อมีข่าวมากโอกาสที่นักหนังสือพิมพ์จะอ่านได้ทุกข่าวหรืออ่านในรายละเอียดของข่าวได้จึงมีน้อย ฉะนั้น ควรพิจารณา (วัน) ในการส่งข่าว และวิธีการเขียนข่าวให้สั้น และชัดเจน

9. อื่น ๆ ได้แก่ ชื่อเสียง ความก้าวหน้าในอาชีพ ค่าตอบแทน สิ้นน้ำใจ ตลอดจนการรับของขาว เป็นต้น เหล่านี้ก็มีส่วนในการพิจารณาคัดเลือกข่าวเหมือนกัน

กล่าวโดยสรุปคือ ในการที่ข่าวหรือบทความประชาสัมพันธ์จะได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากนักหนังสือพิมพ์เพื่อลงตีพิมพ์เผยแพร่หรือไม่นั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับความสนใจของประชาชนแล้ว นักหนังสือพิมพ์ยังได้ให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจไว้ด้วยว่า ยังมีกระบวนการและปัจจัยสำคัญอื่นที่บรรณาธิการต้องคำนึงถึงในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวด้วย ไม่ว่าจะเป็นการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การส่งข่าว สื่อมวลชนสัมพันธ์ และสิ่งที่ไม่ควรทำคือ สร้างศัตรูกับนักหนังสือพิมพ์ (พรทิพย์ วรรกิจโกคาทร, 2538)

7. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ มาจากภาษาอังกฤษว่า Public Relations โดย Public หมายถึง สาธารณชน หรือ ประชาชน ส่วน Relations นั้น หมายถึง การสัมพันธ์

เรื่องของการให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้หลายคนด้วยกัน ดังตัวอย่าง

Jolin E. Marston (อ้างในพรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2536) นักวิชาการชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงมากผู้หนึ่ง กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ”

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute of Public Relations) ของประเทศอังกฤษ (อ้างในพรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2536) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นความพยายามที่สุจริตรอบคอบ มีการวางแผนและมีการติดตามผลเพื่อสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

สะอาด ตันสุภผล (อ้างในพรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2536) อาจารย์ผู้ซึ่งมีความสำคัญมากผู้หนึ่งในการวางรากฐานการเรียนการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ของไทยในปัจจุบันได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์คือ วิชาการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำอย่างต่อเนื่อง ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจในการสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมดีเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญ

สุกัญญา ตีระวนิช ได้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์ควรที่จะคำนึงถึงกระบวนการสื่อสารไว้ให้มาก คือ คำนึงถึงต้นตอของสาร (Source) ว่าควรจะเป็นอย่างไร ควรจะปฏิบัติตนอย่างไร คำนึงถึงสาร (Message) ว่าควรจะสร้างสารประเภทใดจึงจะเหมาะสมแก่ผู้รับ (Audience) ในที่สุดว่าผู้รับเป็นใคร มีทัศนคติต่อผู้ส่งสารอย่างไร สามารถรับสารที่ผู้สร้างได้สร้างขึ้นมาแล้วได้หรือไม่ (สุกัญญา ตีระวนิช, 2518)

สุรพล วิรุฬักษ์ (2530) ได้กล่าวถึง หลักสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า มีอยู่ 6 ประการ

1. เป็นกิจกรรมที่กระทำด้วยความตั้งใจ กำหนดขึ้นเพื่อสร้างการจงใจ ระวังใจให้ข้อมูลข่าวสาร และประเมินผลของกิจกรรมนั้น
2. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ จะต้องจัดทำขึ้นตามแผนอย่างมีระบบ มีการวิจัยและวิเคราะห์ให้เห็นปัญหาและแนวทางที่เหมาะสม

3. การประชาสัมพันธ์ที่ดีขึ้นอยู่กับนโยบายและแนวปฏิบัติของตัวบุคคล และองค์การ ประชาสัมพันธ์ไม่อาจสร้างความนิยมและการสนับสนุนใด ๆ หากองค์กรนั้นมีผู้บริหารที่ไม่เหมาะสม ขาดการตอบสนองต่อความสนใจใด ๆ ของชุมชน

4. กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ ฟังสนองตอบความสนใจของประชาชน ไม่ใช่เพื่อสนองกำไรให้แก่องค์กรเท่านั้น

5. การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เพียงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่ต้องให้ความสำคัญต่อการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วย

6. การประชาสัมพันธ์จะบังเกิดผลดีได้ก็ต่อเมื่อเข้าไปมีบทบาทในระดับผู้บริหารชั้นสูงขององค์กร เพื่อช่วยในการตัดสินใจและวางแผนปฏิบัติการ เพื่อสร้างความเข้าใจและยอมรับต่อองค์กรในหมู่ประชาชน

บทบาทและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์นั้นมีบทบาทและหน้าที่หลัก 3 ประการ คือ

1. สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สถาบัน
2. รักษาภาพพจน์ที่ดีให้คงทนถาวร
3. แก้ไขภาพพจน์เชิงลบ

เรื่องของภาพพจน์ที่ดีนั้น มีความแตกต่างตามความต้องการของแต่ละสถาบันและสภาพธุรกิจของสถาบัน ตัวอย่างของสถาบันการเงินการธนาคารนั้น อาจเน้นภาพพจน์ของความมั่นคงและน่าเชื่อถือ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ภาพพจน์ที่เหมาะสมนั้นควรมีมากกว่าหนึ่ง และภาพพจน์ที่สถาบันธุรกิจควรสร้างและรักษาไว้ คือ

1. ความเป็นสถาบันที่มีคุณประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ
2. ความเป็นสถาบันที่ใช้เทคโนโลยีและวิธีการผลิตที่ทันสมัย
3. ความเป็นสถาบันที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมระดับสูง
4. ความเป็นสถาบันที่มีการบริหาร และการจัดการที่มีประสิทธิภาพสูง
5. ความเป็นสถาบันที่มีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ รวมทั้งสื่อมวลชน

ภาพพจน์เป็นสิ่งที่สามารถเกิดขึ้นกับสถาบันทุกแห่ง เพียงแต่จะเป็นภาพที่เลื่อนกลางหรือชัดเจน เป็นภาพที่ดีหรือเลวเท่านั้น ด้วยสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน ความซับซ้อนในข่าวสาร

ข้อมูลและการสื่อสารตลอดจนความคงอยู่ของสถาบัน สถาบันจึงจำเป็นต้องมีการปรุงแต่งภาพพจน์แทนการปล่อยให้ภาพพจน์เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2536)

สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา ได้เสนอหน้าที่หลัก 8 ประการ ของนักประชาสัมพันธ์ ไว้ดังนี้

1. การเขียน (Writing) ได้แก่ การเขียนรายงาน กิจการที่มีปัญหาทางประชาสัมพันธ์มีอะไรบ้าง ประชาชนเข้าใจหรือไม่เข้าใจอย่างไร มีวิธีการแก้ไขอย่างไร การออกข่าว การเผยแพร่มีวารสาร หนังสือพิมพ์ ปาฐกถา ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ และบทความเทคนิคอื่น ๆ

2. แก้ไข ตัดแต่งข่าว บทความ (Editing) สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น วารสาร ภายในหน่วยงาน จดหมายเหตุ รายงานหุ่นส่วน กรรมการที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ได้รับการพิจารณาถ้อยแถลง และปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมก่อนเผยแพร่

3. ดำเนินการสื่อมวลชน (Placement) ติดต่อผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งวารสาร นิตยสาร การดำเนินการทำหนังสือฉบับพิเศษ บรรณาธิการข่าว และหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ตลอดจนการศึกษา และทราบถึงลักษณะของข่าวและความสนใจ จำนวนจำหน่าย ประเภทผู้อ่านของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับไว้เพื่อดำเนินการที่ถูกต้องเหมาะสมและได้ผลต่อไป

4. การส่งเสริมเผยแพร่ (Promotion) ได้แก่ การจัดงานดำเนินการในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ได้แก่ วันครบรอบ การจัดนิทรรศการ วันปีใหม่ การจัดงานเลี้ยงเพื่อการเผยแพร่ (Press Parties) นิทรรศการทางวิชาการ การแสดงเผยแพร่ที่เป็นพิเศษ การเปิดให้ชมกิจการ ชมเครื่องจักรเครื่องมือใหม่ จัดวันสถาปนาและเดือนแห่งโอกาสพิเศษ การจัดการประกวดให้รางวัลแก่ผู้มีเกียรติ ภาพยนตร์ชุดพิเศษของสถาบัน รวมทั้งเครื่องมือโสตทัศน

5. ปาฐกถา (Speaking) การปรากฏตัวและกล่าวสุนทรพจน์กับกลุ่มต่าง ๆ โดยการเตรียมอย่างมีแบบแผนและจัดการอย่างเรียบร้อย เช่น สถานที่พูด แสง เสียง ฯลฯ ที่เหมาะสม รวมทั้งการเตรียมคำกล่าวสำหรับหัวหน้าหรือผู้บริหาร และการจัดพิมพ์สุนพจน์ออกแจกจ่ายเพื่อเป็นข่าวและทำข่าว

6. ผลิตและเผยแพร่ (Production) ได้แก่ การมีความรู้เกี่ยวกับศิลปะ การวางรูปแบบแผนผัง ออกแบบเอกสาร สิ่งพิมพ์ให้ดึงดูดความสนใจ รายงานฉบับพิเศษ การจัดรูปภาพและภาพถ่ายความเคลื่อนไหวในหน่วยงาน โดยจัดที่แผงหรือตู้ประกาศ ซึ่งควรทำเป็นประจำ โดยการจัดเปลี่ยนแปลงไปตามโอกาส ไม่ควรติดภาพเก่าไว้เกิน 1 เดือน ควรมีการปรับปรุงและจัดใหม่อยู่เสมออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

7. จัดทำรายการ (Programming) พิจารณาความต้องการและความจำเป็น เป้าหมายของงานต่าง ๆ ให้คำแนะนำปรึกษาขั้นตอนแก่โครงการต่าง ๆ ในการชี้แจงแถลงข่าวถึงความก้าวหน้าหรือประชาสัมพันธ์ให้แก่โครงการ ซึ่งขั้นตอนนี้นับว่าสำคัญมาก ดังนั้น ต้องมีผู้มีความรู้ความเข้าใจสูงพอที่จะให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ฝ่ายบริหาร ในลักษณะที่ฝ่ายบริหารเชื่อถือและศรัทธา

8. การโฆษณาสถาบัน (Institutional Advertising) ได้แก่ การเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณสถาบันให้เป็นที่รู้จัก โดยการซื้อหน้าหนังสือพิมพ์ หรือเวลาของวิทยุ โทรทัศน์ เป็นหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ โดยร่วมมือประสานงานกับฝ่ายโฆษณาอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะเป็นหน้าที่ของฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ร่วมกัน

นอกจากนี้ ประจวบ อินออด (2532 : 50-53) ยังได้กล่าวถึงบทบาท 3 ประการ ของสื่อมวลชนต่อการบริหารธุรกิจ ดังนี้

1. บทบาทในการป้อนข่าวสารเพื่อการบริหาร เนื้อหาข่าวสารที่สื่อเผยแพร่ออกมาแล้วแต่สะท้อนให้หลายสิ่งหลายอย่างที่กำลังเป็นอยู่และจะเป็นไปในอนาคต และถ้าวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวสาร ผู้บริหารย่อมรู้ถึงแนวทางในการประกอบการของตน หรือนำความรู้ที่ได้นั้นมาจัดแผนหรือการประกอบธุรกิจของตนได้ดีขึ้น

2. บทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ การใช้สื่อมวลชนเพื่อสร้างสรรค์ความรู้สึกที่ดีต่อธุรกิจของเรา โดยสื่อมวลชนเป็นพาหะเผยแพร่ข่าวสารในทางดีของธุรกิจให้ประชาชนเข้าใจ และเกิดความเลื่อมใสศรัทธาสถาบันธุรกิจของเรา ซึ่งอาจกระทำได้ทั้งในรูปของการแถลงข่าว การส่งข่าว การพาสื่อมวลชนเข้าชมกิจการ หรืออาจออกมาในรูปของการโฆษณาสถาบัน

3. บทบาทในทางแก้ไข เป็นการใช้สื่อมวลชนเป็นพาหะ ในการชี้แจงแถลงข่าวเพื่อแก้ไขความเข้าใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน เช่น การเกิดข่าวลือในทางเสียหาย หรือเป็นเท็จ และเป็นผลร้ายต่อสถาบันธุรกิจของเรา แทนที่เราจะปล่อยให้ข่าวลือนั้นแพร่หลายออกไป ก็ควรหาเหตุผล ข้อเท็จจริง แล้วรีบดำเนินการแก้ไขทันที

8. แนวคิดด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์

สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press Relations) เป็นวิธีการอย่างหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหวังจะอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่หรือกระจายข่าวสารขององค์การ สถาบัน ไปสู่ประชาชน โดยที่องค์การหรือสถาบันนั้น ไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลาหรือเสียเนื้อที่โฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์หรือว่าจ้างให้ลงให้แต่ประการใดทั้งสิ้น เพราะถ้าหากต้องจ่ายเงินค่าเวลา หรือเนื้อที่

ดังกล่าวแล้วก็จะกลายเป็นการซื้อเนื้อที่หรือเวลาเพื่อแจ้งความหรือโฆษณาไปทันที ฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์ขององค์กรหรือสถาบันจะต้องคอยบริการ อำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนต่าง ๆ ในการจัดส่งข่าวสารนั้น ๆ ไปให้ เป็นการถือที่ถืออาศัยกันอยู่ในตัว หรือในบางกรณีก็อาจจะต้องเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวนั้น ๆ ด้วย เป็นต้น (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2535 : 329)

อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนมักยินดีที่จะแพร่กระจายข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้องค์กรหรือสถาบัน หากว่าข่าวนั้นเป็นข่าวที่น่าสนใจ และทรงคุณค่าของความเป็นข่าว มีความสำคัญเพียงพอหรือมีสาระประโยชน์ต่อประชาชนส่วนรวม รวมทั้งองค์กรหรือสถาบันที่ส่งข่าวมาให้นั้น ต้องรู้จักวิธีการเขียนข่าวที่ถูกต้องตามแบบแผนแห่งการเขียนข่าว ก็เป็นอันเชื่อมั่นได้ว่าข่าวนั้นจะได้รับการตีพิมพ์ลงในหน้าหนังสือพิมพ์อย่างค่อนข้างแน่นอน

การที่หนังสือพิมพ์ต้องมีข้อแม้หรือเงื่อนไขดังกล่าว ก็เพราะว่าหนังสือพิมพ์ต้องทำงานแข่งกับเวลา ข่าวแจก (Press Release) ที่ส่งมาจากองค์กรหรือสถาบันต่าง ๆ ในวันหนึ่ง ๆ ย่อมมีเข้ามามากมาย ฉะนั้นเพื่อความสะดวกรวดเร็ว ในการพิจารณาคัดเลือกข่าวเพื่อนำลงตีพิมพ์เผยแพร่ จึงต้องการข่าวแจกที่มีคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น และสิ่งที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึงด้วยก็คือ ข่าวแจกที่ส่งไปให้นั้นจะต้องเป็นความจริง เป็นข่าวที่เขียนแบบตรงไปตรงมาตามเนื้อผ้า (Straight-Forward News) ไม่ปิดบัง ซ่อนเร้น หรือมีเงื่อนไข เคลือบแคลงชวนสงสัย และข่าวนั้นควรระบุแหล่งที่มา (Source) อันได้แก่ ชื่อผู้ส่ง สถานที่ทำงาน อย่างชัดเจน ตลอดจนหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ทันทีในกรณีมีข้อสงสัย หรือต้องการตรวจเช็คข่าวนั้น หรือต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม นักหนังสือพิมพ์หรือนักข่าวมักจะบ่นด้วยความรำคาญและอิดหนาระอาใจเสมอว่า ข่าวที่องค์กรหรือสถาบันส่งมาให้ลงเผยแพร่ นั้น ไม่ใช่ข่าวแท้จริง (Real News) หรือเป็นข่าวที่ปกปิดซ่อนเร้นอำพรางบางสิ่งบางอย่างไว้ ฉะนั้น จึงถือเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่ควรระมัดระวัง ผู้ที่เป็นนักประชาสัมพันธ์หรือทำงานด้านประชาสัมพันธ์จะต้องพยายามศึกษาเรียนรู้ให้เข้าใจถึงงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ให้ถ่องแท้ อย่างน้อยที่สุดจะต้องรู้จักวิธีการเขียนข่าวที่ถูกต้อง การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ การจำแนกประเภทข่าว และต้องรู้จักใจสื่อมวลชนว่า เขาต้องการหรือไม่ต้องการข่าวประเภทไหน อย่างไร อีกทั้งยังต้องการทราบด้วยว่า ทำอย่างไร จึงจะทำให้ข่าวนั้นเป็นที่น่าสนใจสำหรับสื่อมวลชน ตลอดจนการคบหาสมาคม และสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนด้วย

สื่อสารมวลชนกับงานประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานซึ่งมีเป้าหมายอยู่ที่การสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงานและกลุ่มคนเป้าหมายของหน่วยงาน และอย่างที่ทราบกันดีแล้วว่าการสร้างความสัมพันธ์อันดีไม่ใช่เรื่องที่จะทำได้โดยง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่องานประชาสัมพันธ์ต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลจำนวนมาก และต้องพยายามทำให้ผู้คนที่มีความจำนวนมากนั้น เกิดความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานจึงยังเป็นเรื่องยากลำบาก (ดวงพร คำณูวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536 : 56)

การทำงานของประชาสัมพันธ์มีเป้าหมายในการปฏิบัติงานดังกล่าวนี้ ทำให้มีความจำเป็นที่ต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อที่จะไปถึงกลุ่มคนเป้าหมายนั้นให้ได้ นักประชาสัมพันธ์จะต้องสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นักประชาสัมพันธ์จึงควรศึกษาข้อมูลสื่อมวลชนอย่างละเอียด ไม่ว่าจะเป็นนโยบายวิธีปฏิบัติงาน ใครคือเจ้าของ ใครทำหน้าที่อะไร สำหรับการติดต่อกับสื่อมวลชนใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น ส่งข่าวแจก ภาพแจก แถลงข่าว นัดพบปะสังสรรค์ เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนหาข้อมูลในส่วนที่เขาสนใจได้ โดยนักประชาสัมพันธ์คอยอำนวยความสะดวก และมีความพร้อมที่จะให้ข้อมูลตลอดเวลา เนื่องจากการทำงานประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่หวังผลด้านความรู้สึกและจิตใจ จึงเป็นเรื่องละเอียดอ่อน การจะเกิดผลเช่นนี้ได้ นักประชาสัมพันธ์ต้องพยายามทำให้สื่อมวลชนมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานของตนก่อน แล้วความร่วมมือในการนำเสนอข้อมูลต่อมวลชนก็จะตามมาโดยปริยาย ในบทความ “สื่อมวลชนมองงานประชาสัมพันธ์” ซึ่งให้เห็นว่า นักประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนมีความใกล้ชิดสนิทสนมและมีความผูกพันอย่างยากที่จะแยกออกจากกันได้ ความเข้าใจในระบบการทำงานของสื่อมวลชนจะทำให้งานประชาสัมพันธ์ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม ความสามารถเฉพาะตัว บุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ที่สื่อมวลชนไม่ชอบคือพวกที่คิดว่าเงินซื้อทุกอย่างได้ พวกวางท่าหยิ่งยะโส (ไตรรัตน์ สุนทรประภัสสร, 2531 : 61) การทำงานประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อมวลชนจะได้ผลในกลุ่มคนที่มีความคิด ความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานอยู่แล้ว และทำให้เกิดความรู้สึกเช่นนั้นมากขึ้น ส่วนการเปลี่ยนแปลงความคิดที่ไม่ดีต่อหน่วยงาน ต้องอาศัยการใช้สื่ออื่น ๆ ผสมผสานไปกับการใช้สื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์สรุปได้ว่า

1. การสื่อสารมวลชนเป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก ผู้ส่งสารทำงานเป็นกลุ่มอย่างมีระบบ และใช้กลไกของการกลั่นกรองข้อมูลในกระบวนการผลิตสาร ผู้รับสารอยู่อย่างกระจัดกระจายและมีความแตกต่าง ผลสะท้อนกลับ (Feedback) ไม่ชัดเจนและไม่แน่นอน

นอกจากนี้ การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งถึงผู้รับยังอาจเป็นไปโดยตรงหรือผ่านคนกลางที่เรียกว่า ผู้นำทางความคิด

2. สื่อมวลชนมีภาระหน้าที่ต่อสังคมในการทำหน้าที่เป็นผู้แจ้งความเคลื่อนไหวในสังคมให้ประชาชนทราบ ให้ความรู้แก่คนในสังคม ทำหน้าที่โน้มน้าว ชักจูงใจในทางที่ถูกต้องเหมาะสม ให้ความบันเทิงแก่สังคม และต้องทำหน้าที่พิทักษ์ประโยชน์ให้กับสังคมด้วย โดยการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อสังคมได้อย่างแน่นอน

3. การปฏิบัติงานของสื่อมวลชนดำเนินไปโดยมีจรรยาบรรณของวิชาชีพ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ระบบการเมือง และระบบเศรษฐกิจ คอยกำกับควบคุม หากปัจจัยเหล่านี้เข้ามามีอิทธิพลในแนวทางที่ถูกต้องเหมาะสม ประกอบกับลักษณะของตัวสื่อมวลชนเองมีความรู้ ความสามารถในวิชาชีพ และมีสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยแล้ว ผลงานของสื่อมวลชนย่อมยังประโยชน์ให้เกิดขึ้นต่อสังคมได้อย่างแน่นอน

4. สื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์ ต้องปฏิบัติงานสัมพันธ์กันโดยที่นักประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยสื่อมวลชนในการส่งสาร ไปถึงกลุ่มเป้าหมาย นักประชาสัมพันธ์จึงควรศึกษาและเข้าใจการทำงานของสื่อมวลชนด้วย “ใจ” อีกทั้งเข้าใจถึงศักยภาพของสื่อมวลชนที่มีความสามารถในด้านการเสริมหรือย้ำความคิด และทัศนคติเดิมมากกว่าการที่จะมีอิทธิพลในด้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องใช้สื่อประเภทอื่นที่มีศักยภาพในส่วนที่สื่อมวลชนขาด เข้ามาเสริม ทั้งนี้เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

งานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหนังสือพิมพ์

องค์การในต่างประเทศหลายประเทศ ทั้งที่เป็นองค์การของรัฐ เอกชน หรือการสาธารณกุศล มักจะจัดหน่วยงานย่อยขึ้นหน่วยงานหนึ่งภายในแผนกประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ประเภทหนังสือพิมพ์ มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบโดยเฉพาะเรียกว่า Press Secretary หรือ Press Officer (สะอาด ตัณสุภผล) มีหน้าที่ดังต่อไปนี้ คือ

1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับวงการหนังสือพิมพ์ในด้านนโยบายและด้านบุคลากร เพื่อทราบถึงรายละเอียดในการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับว่าเป็นอย่างไร ในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ จะมีผู้รวบรวมจัดทำรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ไว้เป็นคู่มือโดยเฉพาะ ซึ่งทำให้สะดวกรวดเร็วในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือติดต่อกับหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังต้องศึกษาข้อมูลด้านบุคลากรหรือบุคคลในวงการหนังสือพิมพ์ เช่น บรรณาธิการ นักข่าว นักเขียนคอลัมน์ ฯลฯ เพื่อให้รู้จักความต้องการ รสนิยมในข่าวสาร

ข้อมูล ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีไว้ด้วย ในด้านนโยบายนั้นมีสิ่งที่จะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษอีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องทราบถึงนโยบาย โดยศึกษาถึงความมุ่งหมายและความต้องการของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ซึ่งแต่ละฉบับต่างก็มีนโยบาย หรือ “เข็ม” ไม่เหมือนกัน บางฉบับเป็นประเภทที่เน้นทางด้านคุณภาพ (Quality Newspaper) เช่น สยามรัฐ มติชน ฯลฯ เสนอข่าวก่อนข้างหน้า ผู้อ่านส่วนมากมักเป็นผู้สนใจในวิชาการ ข่าวสาร การเมือง การปกครอง ข่าวต่างประเทศ เป็นต้น ส่วนบางฉบับก็เป็นประเภทเน้นทางด้านปริมาณ (Quantity Newspaper) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า Popular Newspaper ซึ่งมีลักษณะเป็นหนังสือพิมพ์แนวตลาด เน้นด้านข่าวอาชญากรรม ข่าวชาวบ้าน ตลอดจนข่าวมโนสาร และเรื่องสัพเพเหระต่าง ๆ ซึ่งมีนโยบายมุ่งที่ประชาชนทั่วไป ผู้อ่านทุกระดับอ่านได้ และมีจำนวนพิมพ์จำหน่ายมากกว่า เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ เป็นต้น

2. การให้ข่าวสารด้านต่าง ๆ แก่หนังสือพิมพ์ คือ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย ความ มุ่งหมาย โครงการ ผลงาน และเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เพื่อให้หนังสือพิมพ์นำไปลงตีพิมพ์เผยแพร่ ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนเกิดความสนใจ เกิดความรู้ ความเข้าใจ และนิยมเลื่อมใสศรัทธาในองค์กรหรือสถาบันนั้น ๆ การให้ข่าวสารต่าง ๆ แก่หนังสือพิมพ์อาจทำได้ ดังนี้

- 2.1 จัดทำเอกสารข่าวแจก (News Release หรือ Press Release)
- 2.2 จัดทำภาพข่าวแจก (News Photographs)
- 2.3 จัดทำบทความและสารคดี (Features)
- 2.4 จัดทำแฟ้มคู่มือสำหรับแจกให้แก่หนังสือพิมพ์ (Press Kits)
- 2.5 จัดให้สัมภาษณ์และแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน (Press Interview and Press Conference)
- 2.6 จัดให้มีรายการปฐมทัศน์แก่หนังสือพิมพ์
- 2.7 จัดให้มีการร่วมรับประทานอาหารระหว่างฝ่ายจัดการกับสื่อมวลชน (Press - Management Luncheons)

3. การอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ บ่อยครั้งที่สื่อมวลชนอาจติดต่อมายังองค์กร เพื่อต้องการทราบข่าวรายละเอียดหรือเรื่องราวของสถาบันในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา องค์กรหรือสถาบันมักจะจัดหน่วย Press Enquires ไว้สำหรับบริการตอบข้อซักถามของสื่อมวลชนตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อเป็นการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่ติดต่อขอข้อมูลหรือซักถามมา

4. การสร้างความสัมพันธ์และความสนิทสนมกับสื่อมวลชน นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากของงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ทางองค์การหรือสถาบันอาจจะมีการจัดเลี้ยงหรือพบปะสังสรรค์กับสื่อมวลชนเป็นครั้งคราว เช่น เลี้ยงอาหารค่ำ เลี้ยงอาหารกลางวัน ฯลฯ ซึ่งงานเช่นนี้เป็นงานสังสรรค์โดยเฉพาะ ไม่มีมีการให้ข่าว หรือแถลงข่าวใด ๆ ทั้งสิ้น เป็นการสร้างความสัมพันธ์และความสนิทสนมคุ้นเคยกัน ในฐานะที่ต้องทำงานพึ่งพาอาศัยกันต่อไปในโอกาสข้างหน้า

5. การตัดข่าว บทวิจารณ์ และบทความสารคดีที่ลงตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ เป็นการติดตามผลของการดำเนินงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ว่าได้ผลเพียงใด เรื่องราวข่าวสารที่แจกไปหรือแถลงไป หรือส่งไปนั้น ได้รับการตีพิมพ์บ้างหรือไม่ มากน้อยเพียงใด การตัดข่าว (Press Clipping) และบทวิจารณ์ต่าง ๆ รวบรวมเข้าแฟ้มไว้ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยย่อมเป็นประโยชน์สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นการติดตามผลงานการเผยแพร่ข่าวของสื่อมวลชน และการตรวจสอบว่าสื่อมวลชนเสนอข่าวเกี่ยวกับกิจการของเราอย่างไรบ้าง สื่อมวลชนและผู้อ่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจการของเราอย่างไร รวมทั้งคอยตรวจตราข่าวและความคิดเห็นที่อาจเป็นความเข้าใจผิด ก่อให้เกิดความเสียหายแก่กิจการหรือชื่อเสียงของหน่วยงาน เพื่อที่จะได้นำเสนอต่อฝ่ายบริหารเพื่อพิจารณาหาทางแก้ไขหรือแถลงชี้แจงให้สื่อมวลชนทราบและเข้าใจให้ถูกต้องต่อไป

9. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release)

ข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่หน่วยงานต้องการเผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบ (To Inform) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ความรู้ความเข้าใจและสร้างความรู้สึที่ดีแก่หน่วยงานนั้น โดยใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่เหตุการณ์นั้น (พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร, 2526 : 56)

การจัดประเภทข่าวประชาสัมพันธ์สามารถจัดได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ข่าวประชาสัมพันธ์ที่จัดตามประเภทของหน่วยงานที่ออกข่าว แบ่งได้ 4 ประเภท
 - 1.1 ข่าวของหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ
 - 1.2 ข่าวของภาคเอกชน ซึ่งเน้นทางด้านธุรกิจเอกชน
 - 1.3 ข่าวสมาคมและมูลนิธิ (Non Profit Organization)
 - 1.4 ข่าวบุคคลสำคัญ

2. ข่าวดิจิทัลที่แบ่งตามเนื้อหาของข่าว โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท

2.1 ข่าวกิจกรรมของหน่วยงาน เช่น การเปิดบริการใหม่ สินค้าใหม่ ขยายกิจการ หรือเปิดสาขาใหม่ การเซ็นสัญญาระหว่างบริษัท เป็นต้น

2.2 ข่าวสาธารณประโยชน์และข่าวการกุศล ซึ่งได้รับการส่งเสริมโดยหน่วยงาน

2.3 ข่าวเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและปรับความเข้าใจของหน่วยงานที่มีต่อประชาชน (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2526 : 66)

อย่างไรก็ตาม สามารถสรุปความสำคัญของข่าวดิจิทัลได้ ดังนี้

1. ข่าวดิจิทัล จะต้องเกิดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว หรือกำลังจะเกิดขึ้น เหตุการณ์เหล่านี้เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงาน

2. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต้องมีความสัมพันธ์ หรือเป็นประโยชน์ เป็นสิ่งที่ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน รวมทั้งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญแก่ประชาชนหรือสังคม ทั้งนี้เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานนั้น

3. การประชาสัมพันธ์นั้น สามารถเผยแพร่สู่ประชาชนได้ 2 ทาง คือ โดยผ่านสื่อมวลชน หรือผ่านสื่อที่ผลิตขึ้นเองโดยหน่วยงานนั้น ดังนั้น ในความหมายของข่าวดิจิทัล จึงเป็นข่าวที่ต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่

การพิจารณาคัดเลือกข่าวดิจิทัล

ในการทำงานประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน ข่าวและการเขียนข่าวดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้หนังสือพิมพ์ตีพิมพ์เผยแพร่ข่าวนั้น ๆ แต่ในทางปฏิบัติเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในวงการประชาสัมพันธ์ว่า ข่าวดิจิทัลทุก ๆ ข่าวที่ส่งไปยังหนังสือพิมพ์นั้น ไม่จำเป็นที่จะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่เสมอไป ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ข่าวดิจิทัลได้รับการคัดเลือกเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์หรือไม่ โดยผู้ศึกษา ได้ทำการค้นคว้าสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. การส่งข่าวที่ไม่เป็นข่าว การเขียนข่าวสำหรับหนังสือพิมพ์ย่อมมีหลักการเขียนข่าว โดยเฉพาะ ซึ่งแตกต่างไปจากการเขียนประเภทอื่น ๆ แต่เมื่อนักประชาสัมพันธ์ส่งข้อเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ไปให้หนังสือพิมพ์แล้วไม่ใช่ว่า อ่านแล้วไม่เข้าใจ เขียนวกวน ไม่สามารถสรุปรายละเอียดได้ หรือส่งหนังสือและเอกสารไปให้ทั้งหมด หนังสือพิมพ์จึงไม่สามารถจะลงให้ได้ และบรรณาธิการหรือผู้หน้าที่นำลงพิมพ์ก็ไม่มีความพอที่จะสอบถามกลับมาเพื่อแก้ไขใหม่

2. ส่งข่าวไปล่าช้าหรือลวงหน้านานเกินไป การส่งข่าวล่าช้าหลังจากที่หนังสือพิมพ์ปิดข่าวไปแล้ว หนังสือพิมพ์ก็ไม่อาจพิจารณาลงให้ได้ เพราะเป็นข่าวล่าช้าไม่ทันต่อเหตุการณ์

ขณะเดียวกัน การส่งข่าวลวงหน้านานเกินไปก็อาจทำให้นักข่าวหลงลืมได้ เพราะข่าวที่ส่งไปมีจำนวนมากภายในวันหนึ่ง ๆ บรรณาธิการจำเป็นต้องคัดเลือกข่าวที่เด่นและมีความสำคัญกว่าลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นั้น

3. เลือกข่าวที่ไม่น่าสนใจ การเลือกข่าวที่ไม่น่าสนใจและไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านก็ไม่สามารถลงพิมพ์ได้ เพราะหนังสือพิมพ์ต้องทำหน้าที่หาข่าว เป็นธุรกิจที่แข่งขันกับเวลา ข่าวบางข่าวเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานแต่ไม่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนผู้อ่าน หรือเป็นการโฆษณาหน่วยงานหรือบุคคล หนังสือพิมพ์ก็ไม่สามารถลงให้ได้ การโฆษณาจึงจำเป็นต้องส่งไปลงที่หน้าโฆษณาและจ่ายเงินค่าโฆษณาแก่หนังสือพิมพ์ด้วย จะลงในหน้าข่าวไม่ได้

4. ไม่เข้าใจระบบการทำงานของหนังสือพิมพ์ เช่น นโยบายของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ นโยบายของคอลัมน์ ลักษณะของเนื้อหาสาระ ตลอดจนเนื้อหาในการลงพิมพ์ข่าว

5. ไม่สร้างความสัมพันธ์กับหนังสือพิมพ์ ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้สื่อข่าว และหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับนับว่ามีความสำคัญ โดยเฉพาะความสัมพันธ์ส่วนตัวในสังคมไทยยังต้องอาศัยความรู้จักและคุ้นเคยเป็นส่วนตัวอยู่มาก ซึ่งจะช่วยให้ข่าวได้รับการพิจารณาลงพิมพ์ แม้ว่าเนื้อหาที่เขียนไม่ค่อยดีเขาก็จะช่วยต่อเติมแก้ไขให้ดีขึ้น

6. การไม่รู้จักรูขี้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ การที่ไม่รู้วิธีการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สื่อข่าวจึงไม่เปิดโอกาสให้ข่าวได้รับการเผยแพร่ เพราะนักข่าวนั้นอยากได้ข่าวจากหน่วยงานแต่ละแห่งอยู่แล้ว แต่วิธีการเปิดโอกาสให้นักข่าวได้มีโอกาสสัมภาษณ์หรือแสวงหาข่าวอาจยังไม่ดีพอ หรือไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร

7. ส่งข่าวบ่อยเกินไป แต่ละข่าวที่ส่งไปก็ไม่เด่นพอที่หนังสือพิมพ์จะลงให้บ่อย ๆ ได้ เพราะข่าวหน่วยงานอื่นก็มีอยู่อีกมากมาย

นอกจากนี้ Robert W. Bly ได้กล่าวถึงข่าวประชาสัมพันธ์ที่บรรณาธิการสนใจ และพิจารณาเพื่อลงพิมพ์เผยแพร่ ต้องประกอบด้วยเงื่อนไข 7 ประการ ดังนี้ (Robert W. Bly 1993 : 45 - 48)

1. ความเป็นข่าว (News) เหตุการณ์ข้อเท็จจริงที่มีความเหมาะสม สามารถนำเสนอเป็นข่าวได้
2. ข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ (Interesting Information) คือเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่มีค่าควรแก่การสนใจในสายตาของผู้อ่าน

3. ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ (Useful Advice) ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน
ได้

4. ประเด็นโต้แย้ง (Controversy) ที่ได้รับความสนใจ และเป็นประเด็นสำคัญในสังคม

5. ความมีชื่อเสียง (Celebrity) การนำเสนอข่าวที่อ้างอิงถึงบุคคล และสถานที่ที่บุคคล
ทั่วไปรู้จักดี

6. สิ่งที่น่าสนใจ (Human Interest) หรือสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์

7. ทันต่อเวลา (Timeliness) เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงต้องนำเสนอในเวลาที่ไม่ช้าเกิน
ไป

หนังสือพิมพ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่องานประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อ
กลางในการเผยแพร่ข่าวของหน่วยงานหรือสถาบันต่าง ๆ ไปยังประชาชน โดยที่หน่วยงานนั้น
หรือสถาบันนั้น ไม่ต้องจ่ายเงินเพื่อเผยแพร่ข่าวนั้น ๆ ปัจจุบันข่าวประชาสัมพันธ์สามารถที่จะเข้า
ไปสอดแทรกอยู่ได้เกือบทุกหน้า ไม่ว่าจะเป็นข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวบุคคลใน
สังคม ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา เป็นต้น ดังนั้น ข่าวประชาสัมพันธ์จึงเข้ามาเกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์
อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

รูปแบบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

การเผยแพร่เนื้อหาข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในหนังสือพิมพ์ สามารถ
ทำได้หลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์ของหน่วยงานที่
ต้องการจะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

รัศมี อธิวิวัฒน์พงศ์ (2530) ได้กล่าวถึงรูปแบบในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1. ข่าวประชาสัมพันธ์หรือข่าวแจก (Press Releases) เป็นข่าวที่มีเรื่องราวเนื้อหาเกี่ยว
กับนโยบาย โครงการ หรือกิจกรรม การดำเนินงาน และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ และผลงานของ
องค์การ หน่วยงาน ฯลฯ

2. ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ (Photo Releases) การนำเสนอข่าวสารด้วยภาพ เป็นสิ่งที่ดี
ทั้งนี้เพราะสามารถจะบอกเล่าเหตุการณ์หรือเรื่องราวได้ดี ดังคำพังเพยที่ว่า “สิบปากว่าไม่เท่าตา
เห็น” ดังนั้น ภาพข่าวประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นข่าวสารที่สำคัญ ในการสร้างจุดสนใจได้ดีกว่าตัว
หนังสือ โดยภาพที่ใช้จะต้องมีความคมชัดสามารถบอกเล่าเรื่องราวได้ (Tell Story)

3. บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นข้อเขียนความเรียงประเภทหนึ่งเพื่อแสดงความคิดเห็นในนั้นแก่ผู้อ่าน บทความประกอบด้วยเรื่องราวรายละเอียด ข้อมูลที่เป็นจริง ผสมผสานกับข้อคิดเห็นของผู้เขียน โดยที่ประเภทของบทความอาจเป็นบทความวิชาการและบทความกึ่งวิชาการ จากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชนสัมพันธ์ และข่าวประชาสัมพันธ์สรุปได้ว่า การที่หนังสือพิมพ์จะตีพิมพ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์การเกษตรกรรมมากหรือน้อยเพียงใดนั้น หน่วยงานต้องให้ความสำคัญในการส่งข่าวให้แก่หนังสือพิมพ์ การเผยแพร่ข่าวทางหนังสือพิมพ์นั้น เป็นหน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานซึ่งจำเป็นต้องทำให้หนังสือพิมพ์ได้รับข่าวสารอย่างรวดเร็วทันต่อเวลาและได้รับความสะดวกมากที่สุด ซึ่งเป็นการทำให้หนังสือพิมพ์ได้รับข่าวสารสม่ำเสมอและถูกต้องด้วย

นักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นไวต่อเหตุการณ์ และมีความรู้สึกข่าวข้อมูลจะเป็นข่าวสารที่ส่งให้หนังสือพิมพ์ ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า รวมทั้งขั้นตอนต่าง ๆ ที่ต้องทำล่วงหน้าอย่างทันท่วงทีสำหรับเหตุการณ์สำคัญบางเรื่อง

การที่เราต้องการแจ้งแถลงข่าว ทำให้งานประชาสัมพันธ์ต้องเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ ทำให้หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ (Press Relations) กลายเป็นงานสำคัญอย่างหนึ่งของฝ่ายประชาสัมพันธ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

10. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการสื่อสารประเภทหนึ่ง มีลักษณะผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) สามารถศึกษาวิเคราะห์ไปยังผู้ส่งสาร ผู้รับสารตลอดจนผลและปฏิกิริยาของผู้รับสารด้วย

ได้มีผู้ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ ดังนี้

อรนุช เลิศจรรยารักษ์ (2524 : 16) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหา คือ การวิเคราะห์ให้เห็นประจักษ์ โดยการสำรวจเนื้อหาที่แฝงอยู่กับช่องทางของการสื่อสาร โดยการจัดประเภท ตาราง และค่า จากสัญลักษณ์ และใจความ เพื่อให้ทราบถึงความหมายและผลกระทบ

Berelson (1971) ระบุว่า เป็นวิธีที่มุ่งบรรยาย และอธิบายเนื้อหาของสื่อสารมวลชนที่ง่าย ไม่มีเงื่อนไข ตรงไปตรงมา มีระบบ และใช้หลักการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ

Ole R. Holsti (1969) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหา คือ เทคนิคใด ๆ ก็ตามที่มีการอ้างอิง โดยการจัดประเภทคุณลักษณะเฉพาะของสารอย่างเป็นระบบ และปราศจากความคิด หรือความรู้สึกรของผู้วิจัยเข้าไปปะปน

เกษม สิริสัมพันธ์ (2507 : 3) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการวิจัยสื่อสารมวลชนชนิดหนึ่ง โดยจะมุ่งเน้นเนื้อหาของสื่อสารมวลชน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายการวิทยุ หรือรายการโทรทัศน์ก็ตาม ทั้งนี้ เพื่อตรวจสอบเปรียบเทียบข้อมูล เพื่อแสดงถึงแนวโน้มของการสื่อสารมวลชน

วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหา

Krippendorff (1980) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เพื่อให้ความรู้และให้มองเห็นปัญหาใหม่ ๆ อื่นที่ยังแสดงข้อเท็จจริง และนำไปสู่การปฏิบัติที่ใช้การได้อย่างแท้จริง

นอกจากนี้ เกษม สิริสัมพันธ์ (2507 : 3-5) ได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหา ดังนี้

1. เพื่อทราบแนวโน้มและระดับของการสื่อสารมวลชน
2. เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มและระดับเนื้อหาของสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ
3. เพื่อทราบระดับความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน
4. เพื่อทราบแบบแผนวัฒนธรรม (Cultural Pattern) ของสังคมปัจจุบัน
5. เพื่อทราบแนวความคิดเห็นของสื่อมวลชนในฐานะเป็นแหล่งกลางในการแสดงความคิดเห็น
6. เพื่อตรวจสอบการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อผลทางการเมืองและการทหารในทางสงครามจิตวิทยา

หน่วยในการวิเคราะห์เนื้อหา

หน่วยในการวิเคราะห์เนื้อหา ช่วยให้การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถอธิบายได้ในเชิงปริมาณแบ่งออกเป็น

1. หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) โดย เคอิลิงเจอร์ (: 528-529) ได้อธิบายถึงหน่วยที่สำคัญ 5 หน่วย ดังนี้

1.1 การใช้คำ (Words) เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับเล็กที่สุดที่ใช้ในการวิเคราะห์ “คำ” อาจหมายถึงกลุ่มคำ (Word-compound) บางครั้งเรียกว่าหน่วยสัญลักษณ์ (Symbol) หรือใช้คำว่า “ถ้อยคำ” (Term) โดยหน่วยดังกล่าวเป็นในรูปของชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ คำศัพท์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวเรื่องการวิจัย เป็นต้น

1.2 แนวคิดหลัก (Theme) เป็นหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาที่ใหญ่กว่าคำ ซึ่งอาจจะปรากฏอยู่ในประโยคหรือข้อความ อาจอยู่ในประโยคเดี่ยว (Simple Sentence) หรือสังกรประโยค (Sentence-compound) การใช้แนวคิดหลักนี้นับว่าเป็นหน่วยที่มีประโยชน์สูงสุดในการวิเคราะห์เนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาผลกระทบของการสื่อสารมวลชนต่อสาธารณชน

1.3 คุณลักษณะ (Character) เป็นการกำหนดหน่วยโดยพิจารณาจากคุณลักษณะที่ปรากฏอยู่ในสาร เช่น ในบทละคร เรื่องราว การตัดสินใจพิจารณาของหน่วยนี้จำเป็นต้องพิจารณาทั้งเรื่อง จึงจะสามารถแยกแยะคุณสมบัติออกมาได้ เช่น การแยกแยะคุณสมบัติด้านการศึกษา สถานภาพทางการเงิน ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น

1.4 ระยะเวลา และพื้นที่ (Time/Space) เป็นการวิเคราะห์ที่ใช้วัดลักษณะทางกายภาพของงานสื่อสาร ความกว้างของคอลัมน์ จำนวนหน้า ความยาวของบรรทัด สำหรับรายการวิทยุ หรือโทรทัศน์อาจจะวัดเป็นนาที และวัดเป็นคอลัมน์นิ้ว สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์

1.5 รายเรื่อง (Item) เป็นหน่วยที่ใช้บ่อยที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา รายเรื่องของสื่อที่ต่างกันจะไม่เหมือนกัน เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ บทความ สุนทรพจน์ รายการวิทยุ โทรทัศน์ จดหมาย เป็นต้น รายเรื่อง คือ การจัดเรื่องอย่างกว้าง ๆ โดยการวิเคราะห์เรื่องทั้งหมดและภายในแต่ละเรื่องนั้นยังสามารถจัดแบ่งแยกย่อยออกไปได้อีก เช่น ข่าวภายในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น

การวิเคราะห์เนื้อหานั้น สามารถใช้หน่วยการวิเคราะห์หลาย ๆ ประเภทรวมกันได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษานั้น ๆ

2. หน่วยในการระบุจำนวน (Unit of Enumeration)

2.1 เนื้อที่ (Space) คือ การวัดเนื้อหาด้วยจำนวน คือ คอลัมน์นิ้ว คอลัมน์เซ็นต์ติเมตร หน้า บรรทัด ย่อหน้า

2.2 การปรากฏ (Appearance) เป็นการนับคุณสมบัติของเนื้อหาของสารที่ต้องการจะนับการปรากฏของเนื้อหาว่าปรากฏหรือไม่ปรากฏ

2.3 ความถี่ (Frequency) เป็นวิธีการที่ใช้มากที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา

เช่น การนับความถี่ในการใช้คำหนึ่ง ๆ เป็นต้น

2.4 ความเข้ม (Intensity) เป็นหน่วยในการระบุจำนวนที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมและทัศนคติที่ปรากฏในเนื้อหาของสาร แล้วจัดทำเป็นสเกล (Scale) เรียงลำดับข้อความที่แสดงความเข้มในเรื่องค่านิยมและทัศนคติ ในเรื่องที่มีแนวคิดหลักเดียวกันแต่มีการใช้คำและส่วนประกอบของประโยคต่างกัน ซึ่งจะใช้เป็นตัวชี้ถึงความเข้มต่างกัน

ประโยชน์ของการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา สามารถใช้ประโยชน์ในการศึกษาแนวโน้มของเนื้อหาข่าวสารในสาขาวิชาต่าง ๆ มากมาย เช่น วารสารศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา และมนุษยวิทยา ประวัติศาสตร์ ตลอดจนด้านเศรษฐศาสตร์ เป็นต้น การวิเคราะห์เนื้อหาจะสะท้อนให้เห็นพัฒนาการของสาขาวิชาต่าง ๆ โดยอาศัยหลักเนื้อหาในแต่ละช่วงเวลาเป็นพื้นฐาน นอกจากนี้ยังอาจใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสืบค้น ทัศนคติ ความสนใจ ความเชื่อของบุคคล สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สภาพทางจิตวิทยา พฤติกรรม ตลอดจนความตั้งใจ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์เนื้อหา นั้นมีข้อแตกต่างจากการวิจัยประเภทอื่น ๆ อยู่หลายประการ ได้แก่

1. การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งที่เกิดสภาวะที่ผู้ได้รับการวิจัยไม่รู้ตัว ทำให้เกิดความเป็นธรรมชาติของข้อมูลที่ได้รับ โดยเป็นผลมาจากการวิเคราะห์เนื้อหาที่ศึกษาจากสาร (Message)

2. การวิเคราะห์เนื้อหา สามารถนำมาใช้ได้กับข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับเทคนิคการวิจัยแบบอื่น เช่น การออกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ ซึ่งจะมีลักษณะที่เป็นการกำหนดคำตอบให้กับผู้ตอบ ในขณะที่การวิเคราะห์เนื้อหานั้น ผู้วิจัยต้องสนใจข้อมูลทุกอย่างที่ส่งมาจากผู้ส่งสาร ซึ่งอาจประกอบด้วยภาษาและเหตุผล ทั้งนี้ จะไม่มีลักษณะของข้อมูลที่ถูกกำหนดโครงสร้างมาก่อน

3. การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดความหมายของข้อมูล และเป็นกระบวนการทำให้ข้อมูลอยู่ในรูปของสัญลักษณ์ ซึ่งการวิจัยด้วยเทคนิคอื่น ๆ จะไม่สนใจในเรื่องการใช้ภาษา การใช้ถ้อยคำในการตอบ และไม่นำคำตอบดังกล่าวมาทำให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์

4. การวิเคราะห์เนื้อหา สามารถใช้ได้กับข้อมูลที่มีความกว้างมาก ขณะที่การวิจัยแบบอื่นจะทำการศึกษาได้ในวงแคบ เช่น ศึกษาเฉพาะกรณี แต่ทั้งนี้จะเป็นการศึกษาในเชิงลึก

ส่วนที่ 2 แนวนโยบายแผนปฏิบัติการวิสาหกิจองค์การเภสัชกรรม (2540-2544)

ด้านการประชาสัมพันธ์

องค์การเภสัชกรรม ได้รับการจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์การเภสัชกรรม พุทธศักราช 2509 โดยการรวมกิจการของกองโอสถศาลา กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เข้ากับโรงงานเภสัชกรรม กระทรวงสาธารณสุข ปัจจุบันองค์การเภสัชกรรม มีบทบาทหน้าที่ในการสนับสนุนยาและเวชภัณฑ์ตอบสนองนโยบายของรัฐบาล และกระทรวงสาธารณสุขในการพัฒนางานสาธารณสุขมูลฐานและสาธารณสุขของประเทศ มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข เนื่องจากปัจจุบันอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย ได้เข้าสู่ศักราชของการแข่งขันอย่างรุนแรง ระบบธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้อุตสาหกรรมของประเทศต้องเร่งพัฒนาคุณภาพ และศักยภาพ เพื่อให้สามารถอยู่ได้ในตลาดโลก

ฉะนั้น การพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์ และสาธารณสุขเฉพาะในส่วนของผลิตภัณฑ์ยา ประกอบกับผลกระทบจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้ต้องมีการควบคุมการผลิต เพื่อให้เหมาะสมกับภาวะความจำเป็นและความคุ้มค่าในการจ่ายเงินเพื่อซื้อยา การพัฒนาองค์ความรู้ต่าง ๆ แก่ประชาชน เพื่อให้สามารถปรับแผนการดำรงชีวิตให้มีสุขภาพดี และมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นเป็นสิ่งจำเป็น การพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ยารักษาโรค ให้มีมาตรฐานในระดับสากล จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

จากสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ดังกล่าว เป็นแรงผลักดันให้องค์การเภสัชกรรมต้องปรับตัวทั้งในด้านการพัฒนาระบบการบริหาร การปรับปรุงโครงสร้าง และการปรับปรุงระบบงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดความคล่องตัว เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการให้ดีขึ้น และเพื่อให้ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายรับทราบความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ขององค์การเภสัชกรรมไม่ว่าจะเป็นด้านการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตยารักษาโรค ให้สอดคล้องกับสภาวะการณของโรคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การวิจัยพัฒนายารักษาโรคเอดส์ ยาจากสมุนไพร ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน การพัฒนาด้านคุณภาพของสินค้าให้เท่าเทียมมาตรฐานสากล ซึ่งองค์การเภสัชกรรมได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9002 ตลอดจนการพัฒนาในการใช้ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวกับยาแก่ภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ ยังมีการสร้างเครือข่ายและเป็นพันธมิตรทางการค้ากับเอกชน เพื่อรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทั้งนี้ เพื่อยกระดับการบริหารองค์การ

เภสัชกรรมให้เท่าเทียมกับการบริหารเชิงธุรกิจ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์รวมในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้น การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการใช้ยาให้แก่เด็กนักเรียน และประชาชน เพื่อใช้ในการศึกษาและในชีวิตประจำวัน ความก้าวหน้าในการวิจัยและพัฒนา การรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อผลดีให้ได้มาตรฐานสากล การคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับยาและเวชภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย ในราคาที่เหมาะสมให้กับประชาชนคนไทย รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมสาธารณประโยชน์ในโอกาสที่เหมาะสม ได้แก่ การตอบปัญหาวิชาการด้านยา และสุขภาพสำหรับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพ และจังหวัดใกล้เคียง โดยการจัดนิทรรศการ “ยาเพื่อชีวิต” เพื่อให้ความรู้เรื่องยา สมุนไพรที่ใช้เป็นยา และด้านสุขภาพอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต การสนับสนุนงานด้านสาธารณสุขของประเทศ เช่น สนับสนุนโครงการให้วัคซีนกวาดล้างโรคโปลิโอทั่วประเทศ กิจกรรมส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรม การให้ทุนการศึกษา และพัฒนาชนบท การบริจาคยาเพื่อกิจกรรมสาธารณสุข โดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้พื้นฐานในการใช้ยา รู้จักดูแลสุขภาพตนเองได้อย่างถูกวิธีตามที่ควรจะเป็น การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการให้บริการ และการพัฒนาคุณภาพยาแก่ประชาชนนั้น นับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง

องค์การเภสัชกรรม จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปีขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบริหาร ควบคุม กำกับ ติดตามผลการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจขององค์การเภสัชกรรม (2540 - 2544) โดยปีงบประมาณ 2540 นับเป็นปีแรกของการดำเนินงานตามแผนพัฒนาสาธารณสุขแห่งชาติ ฉบับที่ 8 และเพื่อให้การดำเนินการตามแผนระยะยาวดังกล่าวได้ถูกถ่ายทอดเป็นการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรม จึงกำหนดให้ทุกหน่วยงานร่วมมือ เร่งรัดให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ตามแนวทางและกิจกรรมที่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ เพื่อผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ และร่วมผลักดันให้องค์การเภสัชกรรมเจริญรุดหน้าสืบไป

สำหรับงานประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมได้กำหนดแผนในการจัดทำข่าวแจก (Press Release) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนไว้ปีละ 24 ครั้ง เพื่อส่งให้หนังสือพิมพ์ครั้งละ 20 ชื่อฉบับ

ส่วนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์ (2533) ได้ศึกษาเรื่อง เนื้อหาข่าวและแนวทางการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันไทย พบว่า หนังสือพิมพ์ประเภทเชิงปริมาณให้ความสำคัญกับประเภทข่าวอาชญากรรม หรือโรงพัก รวมทั้งเน้นคุณค่าของความเป็นข่าวทางเพศสูงกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทอื่น ส่วนแนวโน้มในการนำเสนอข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท พบว่ายังคงมุ่งที่จะเสนอข่าวที่มีลักษณะเนื้อหาในเชิงลบ (ข่าวเกี่ยวกับความเสียหาย และความไม่พึงพอใจทั้งหลาย) มากกว่าข่าวในเชิงบวก (ร้อยละ 84 ต่อ ร้อยละ 16) โดยหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณเสนอข่าวที่เป็นเรื่องราวในเชิงลบมากกว่าหนังสือพิมพ์รายวันประเภทอื่น ๆ นอกจากนั้นยังพบอีกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทเชิงปริมาณมุ่งเสนอข่าวเบา (เช่น ข่าวอาชญากรรม หรือข่าวโรงพัก ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวกีฬา) มากกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทอื่น ๆ โดยที่หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวเบาเป็นปริมาณสูงสุดคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ (ร้อยละ 52.9) และหนังสือพิมพ์ประเภทเชิงคุณภาพที่มุ่งเสนอข่าวหนัก (เช่น ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวทหารและสงคราม) มากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ (ร้อยละ 87.0) สำหรับการเปรียบเทียบแนวความคิดเห็นของบรรณาธิการและหัวหน้าข่าว กับเนื้อหาข่าวที่นำเสนอจริงในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทพบว่ามีความสอดคล้องสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงว่าการปฏิบัติงานคัดเลือกข่าวจริง ๆ ของคณะบรรณาธิการเป็นไปตามแนวความคิดที่ได้สำรวจจากการวิจัยในครั้งนี้

สิริวิมล ชาญเวชช์ (2532) ได้วิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องโรคเอดส์ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย 4 ชื่อฉบับ โดยจำแนกหนังสือพิมพ์เน้นคุณภาพ (มติชน และสยามรัฐ) และหนังสือพิมพ์เน้นประชานิยม (ไทยรัฐ และเดลินิวส์) สาเหตุที่เลือกศึกษาจากหนังสือพิมพ์ 4 ชื่อฉบับนี้ เนื่องจากเป็นหนังสือพิมพ์ที่แพร่หลาย และมียอดจำหน่ายสูงทั่วประเทศ ช่วงเวลาที่ศึกษา 1 ปีเต็ม โดยแบ่งเป็นช่วงก่อนการรณรงค์เรื่องโรคเอดส์ (1 เมษายน 2530 - 30 กันยายน 2530) และช่วงหลังการรณรงค์ (1 ตุลาคม 2530 - 31 มีนาคม 2531) ในระยะเวลา 1 ปี หรือ 365 วัน สุ่มศึกษา 84 วัน ได้กลุ่มตัวอย่างจากหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ รวมทั้งสิ้น 149 ตัวอย่าง

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างหนังสือพิมพ์เน้นคุณภาพและหนังสือพิมพ์เน้นประชานิยมด้านความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาเรื่องโรคเอดส์ เปรียบเทียบช่วงก่อนและหลังการรณรงค์ รูปแบบ เนื้อที่ (Space) ทิศทางการพาดหัวข่าวสาร แหล่งข้อมูล (Sources) และเนื้อหาสาระที่เน้นถึงเรื่องโรคเอดส์

ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาเรื่องโรคเอดส์ ระหว่างหนังสือพิมพ์เน้นคุณภาพ และหนังสือพิมพ์เน้นประชานิยม ช่วงก่อนและหลังการรณรงค์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านรูปแบบจำแนกเป็นข่าว บทความ คอลัมน์ สังคมชุมชน การ์ตูน คอลัมน์ถามตอบปัญหาทางการแพทย์ บทบรรณาธิการ และโฆษณา พบว่าหนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภทนำเสนอไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านเนื้อที่ที่เช่นกันพบว่า หนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภท นำเสนอไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านทิศทางการพาดหัวข่าวสาร จำแนกเป็น ทิศทางบวก ลบ เป็นกลาง พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภทนำเสนอไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านแหล่งข้อมูล จำแนกเป็นแหล่งข้อมูลของทางราชการ แหล่งข้อมูลของเอกชน และไม่ระบุแหล่งข้อมูลพบว่าหนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภท นำเสนอไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านเนื้อหาสาระที่เน้นถึงเรื่องโรคเอดส์ จำแนกเป็น อาการของโรค การติดต่อ การค้นพบผู้ป่วย ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผลกระทบทางสังคม และการป้องกันแก้ไขพบว่า เนื้อหาที่เน้นถึงอาการของโรค การติดต่อ การค้นพบผู้ป่วย ผลกระทบทางเศรษฐกิจ และการป้องกันแก้ไข ของหนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภท นำเสนอไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเนื้อหาที่เน้นถึงผลกระทบทางสังคม พบว่าหนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภท นำเสนอแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าหนังสือพิมพ์เน้นคุณภาพ นำเสนอเนื้อหาที่เน้นถึงโรคเอดส์ในด้านผลกระทบทางสังคมมากกว่าหนังสือพิมพ์ประชานิยม

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี (2541) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยและวิธีการที่สื่อคัดเลือกข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล เป็นการศึกษาถึงความถี่และเนื้อหาของรูปแบบประเภทของข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ ตลอดจนแหล่งข่าวที่หนังสือพิมพ์รายวันได้คัดเลือกตีพิมพ์ รวมไปถึงศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคัดเลือกข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์รายวัน 7 ชื่อฉบับ ได้ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน สยามรัฐ สยามโพสต์ แนวหน้า ข่าวสด พบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีความถี่ในการเสนอข่าวและบทความประชาสัมพันธ์สูงสุด หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ให้เนื้อที่สูงสุด หนังสือพิมพ์ข่าวสดมีความถี่และเนื้อที่ในการเสนอน้อยที่สุดในด้านรูปแบบซึ่งจำแนกเป็นข่าว ภาพข่าว และบทความ พบว่าหนังสือพิมพ์ 7 ชื่อฉบับ มีการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์สูงสุดทั้งความถี่และเนื้อที่ ส่วนภาพข่าวมีความถี่เป็นอันดับสอง และบทความมีความถี่น้อยที่สุด แต่ถ้าพิจารณาเปรียบเทียบเนื้อที่แล้วพบว่าการให้เนื้อที่ในการเสนอบทความของหนังสือพิมพ์รายวันมีมากกว่าภาพข่าว ประเภทของข่าวและบทความประชาสัมพันธ์นั้นพบว่าข่าวและบทความที่สถาบันฯเตรียมขึ้น มีความถี่และเนื้อที่มากกว่าข่าวและบทความที่สถาบันฯ ไม่ได้เตรียม และพบว่าข่าวกิจกรรมมีการเสนอมากที่สุด ข่าว

กระแสความเคลื่อนไหวเป็นอันดับรองลงมา ข่าวกnowledgeทางวิชาการ และข่าวกระแสความเคลื่อนไหวมีการเสนอใกล้เคียงกัน สำหรับประเภทข่าวและบทความที่สถาบันฯ ไม่ได้เตรียม พบว่าข่าวอื่น ๆ มีการนำเสนอมากที่สุด ข่าวกnowledgeทางวิชาการและข่าวกิจกรรมมีการเสนอใกล้เคียงกัน ส่วนประเภทข่าวกระแสความเคลื่อนไหวมีการเสนอน้อยที่สุด

สำหรับการเสนอข่าวและบทความประชาสัมพันธ์การจำแนกตามแหล่งข่าว พบว่าข่าวและบทความจากสถาบันฯ มีปริมาณสูงสุด รองลงมาคือ กลุ่มวิชาเขตในกรุงเทพมหานคร ส่วนกลุ่มวิชาเขตในส่วนภูมิภาคและคณะวิชา 12 คณะ มีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน

จากการสัมภาษณ์หัวหน้าข่าวการศึกษาของหนังสือพิมพ์ 7 ชื่อฉบับ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคัดเลือกข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายการเผยแพร่ข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ เนื้อหา จำนวนข่าว และเวลา ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยนี้ หัวหน้าข่าวการศึกษาของหนังสือพิมพ์ดังกล่าว ใช้ในการพิจารณาคัดเลือก ส่วนบรรณาธิการเป็นอีกปัจจัยที่หัวหน้าข่าวการศึกษาของหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ สยามรัฐ มติชน และข่าวสด ใช้ในการพิจารณา และปัจจัยที่มาจากเจ้าของหนังสือพิมพ์มีเพียงหัวหน้าข่าวการศึกษาหนังสือพิมพ์สยามรัฐฉบับเดียวที่กล่าวถึงปัจจัยภายนอกที่หัวหน้าข่าวการศึกษาหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 7 ชื่อฉบับใช้ ได้แก่ ประชาชนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ และสื่อมวลชนสัมพันธ์ นอกจากนี้ หัวหน้าข่าวการศึกษาหนังสือพิมพ์ไทยรัฐสยามรัฐ และสยามโพสต์ ยังให้ความสำคัญผู้โฆษณาหรือบริษัทธุรกิจเอกชนที่ลงโฆษณากับหนังสือพิมพ์ ส่วนปัจจัยด้านกฎหมายมีหัวหน้าข่าวการศึกษาหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และข่าวสดได้กล่าวถึง ดังนั้นในการคัดเลือกข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ หัวหน้าข่าวการศึกษาจะใช้ปัจจัยภายในและภายนอกในการพิจารณาคุณภาพของข่าว โดยที่ข่าวนั้นต้องมีคุณค่าของความเป็นข่าว ประกอบกับการจัดส่งมาให้ทันเวลาในการเผยแพร่ และจัดส่งให้ถึงมือผู้รับผิดชอบโดยตรง

สิริพร วิฑูรเวท (2534) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า เป็นการศึกษาถึงความถี่ ปริมาณ รูปแบบ ประเภท และทิศทางการเสนอเนื้อหาด้านการประหยัดพลังงานไฟฟ้า จากประชากรที่เป็นหนังสือพิมพ์รายวันจำนวน 8 ชื่อฉบับ และหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ 3 ชื่อฉบับในช่วงเวลา 1 ปี 9 เดือน ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์รายวันมติชน มีความถี่ในการเสนอเนื้อหาด้านการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามากที่สุด ส่วนหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ คือ ประชาชาติธุรกิจ และพบว่าหนังสือพิมพ์รายวันและหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจมีความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาไม่แตกต่างกัน หนังสือพิมพ์รายวันที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้าในปริมาณมากคือ บ้านเมือง ส่วนหนังสือ

พิมพ์เศรษฐกิจคือ ฐานเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ประเภท พบว่าหนังสือพิมพ์รายวันและหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจมีปริมาณการเสนอเนื้อหาแตกต่างกัน หนังสือพิมพ์รายวันมีการนำเสนอในรูปแบบข่าวมากกว่าบทความ โดยมติชนเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุด เดลินิวส์และไทยรัฐเสนอบทความมากที่สุด สำหรับหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจพบว่าการนำเสนอในรูปแบบข่าวมากกว่าบทความ โดยรวมประชาชาติธุรกิจเสนอทั้งข่าวและบทความมากที่สุด เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ประเภทแล้วพบว่าหนังสือพิมพ์รายวันและเศรษฐกิจมีการเสนอเนื้อหาในรูปแบบข่าวแตกต่างกัน แต่ในลักษณะบทความไม่แตกต่างกัน หนังสือพิมพ์รายวันเน้นในการเสนอเนื้อหาประเภทสถานการณ์พลังงานไฟฟ้ามากที่สุด รองลงมาคือ วิธีการประหยัดพลังงานไฟฟ้า ในขณะที่หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจเสนอเนื้อหาประเภทกิจกรรมเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามากที่สุด และสถานการณ์พลังงานไฟฟ้าในลำดับรองลงมา เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 2 ประเภทพบว่า หนังสือพิมพ์รายวันเสนอเนื้อหาทุกประเภทคือ คำสั่ง นโยบาย มติคณะรัฐมนตรี กิจกรรมเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า การจูงใจให้ประหยัดพลังงานไฟฟ้า วิธีการประหยัดพลังงานไฟฟ้า และสถานการณ์พลังงานไฟฟ้าไม่แตกต่างกัน ส่วนทิศทางการเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวัน เป็นกลางมากกว่าทิศทางสนับสนุน แต่หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจมีทิศทางสนับสนุนมากกว่าเป็นกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภท พบว่า ทิศทางในการเสนอเนื้อหาทั้งเป็นกลาง สนับสนุนและไม่เห็นด้วย ไม่แตกต่างกัน

สาทิศ เขียวชะอุ่ม (2538) ศึกษาถึง ภาพลักษณ์องค์กรจากเนื้อหาหนังสือพิมพ์ กรณีโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย โดยศึกษาจากหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ พบว่า ผลการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภทระหว่างหนังสือพิมพ์ทั่วไปกับหนังสือพิมพ์ธุรกิจมีความแตกต่างกัน โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไปเสนอข่าวเกี่ยวกับบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ เป็นภาพลักษณ์เชิงบวกมากที่สุด รองลงมา บริษัท ไทยเทเลโฟนฯ ส่วนองค์กรโทรศัพท์ฯ ภาพลักษณ์เชิงลบ กระทรวงคมนาคม ปรากฏภาพลักษณ์ในเชิงกลาง ๆ สำหรับหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ปรากฏผลด้านภาพลักษณ์เชิงบวกกับบริษัทเทเลคอมเอเชียฯ มากที่สุด องค์กรโทรศัพท์ บริษัทไทยเทเลโฟนฯ มีภาพลักษณ์เชิงบวก รองลงมาตามลำดับ กระทรวงคมนาคม ปรากฏภาพลักษณ์เชิงกลาง ๆ มากที่สุด

อัฐพร แจ่มใจ (2536) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยประเภทประชานิยมและประเภทคุณภาพ ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2534 ถึงเดือนมิถุนายน 2535” ผลการศึกษาพบว่า ในด้านความถี่ หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมและประเภทคุณภาพ มีความถี่ในการเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านรูปแบบซึ่งจำแนกเป็น

รูปแบบข่าว คอลัมน์ บทความ คอลัมน์ถามตอบปัญหาทางการเกษตร และบทบรรณาธิการ พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภทนำเสนอเนื้อหาแต่ละรูปแบบในจำนวนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน เมื่อพิจารณาด้านเนื้อหาพบว่า การให้เนื้อหาในการนำเสนอเนื้อหาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับในด้านเนื้อหา ได้จำแนกข้อมูลข่าวสารด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีออกเป็นเนื้อหาประเภทต่าง ๆ 6 ประเภท คือ เนื้อหาประเภทวิทยาศาสตร์การแพทย์ วิทยาศาสตร์กายภาพและอวกาศ เกษตรศาสตร์และชีววิทยา เคมีและเภสัชศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์อุตสาหกรรมและพลังงาน และสิ่งแวดล้อม พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภทนำเสนอเนื้อหาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า หนังสือพิมพ์ประเภทประชาชนนำเสนอเนื้อหาประเภทเกษตรศาสตร์และชีววิทยา และเนื้อหาประเภทวิศวกรรมศาสตร์ อุตสาหกรรมและพลังงาน เป็นจำนวนรายการที่มากกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ ส่วนเนื้อหาประเภทอื่น ๆ พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภทมีการนำเสนอไม่แตกต่างกัน

คณะกรรมการด้านข่าวและประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวง (2539) ได้ทำการวิเคราะห์ข่าวสาธารณสุข พ.ศ. 2537 - 2538 ในหนังสือพิมพ์รายวัน 22 ชื่อฉบับ หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์จำนวน 2 ชื่อฉบับ และข่าวจากศูนย์ข่าวกรมประชาสัมพันธ์ วันละ 1 ฉบับ พบว่า ข่าวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัยของประชาชนและกระทรวงสาธารณสุข ข่าวเป็นกลางมีปริมาณมากที่สุด โดยพบร้อยละ 53.86 ใน พ.ศ. 2537 และสูงขึ้นเป็นร้อยละ 58.42 ใน พ.ศ. 2538 ข่าวเป็นกลางเป็นข่าวเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย และข่าวการชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาทางสาธารณสุข ทั้งด้านบริหาร วิชาการ และบริการ ส่วนข่าวบวกเป็นข่าวที่ก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อกระทรวงสาธารณสุข โดยข่าวบวก พ.ศ. 2537 พบร้อยละ 41.96 พ.ศ. 2538 พบข่าวบวกน้อยลง คือร้อยละ 36.77 ซึ่งอาจแสดงถึงการประชาสัมพันธ์ไม่สม่ำเสมอ หรือลดน้อยลง หรือมีข่าวอื่นที่น่าสนใจมากกว่า หรือหนังสือพิมพ์ไม่เห็นความสำคัญของเนื้อหาข่าวที่แถลง และข่าวลบเป็นข่าวที่ก่อให้เกิดภาพพจน์ในทางลบต่อกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งใน พ.ศ. 2538 พบข่าวลบ ร้อยละ 5.20 มากกว่า พ.ศ. 2537 ที่มีข่าวลบร้อยละ 4.18 เป็นการแสดงถึงแนวโน้มการเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เสนอข่าวที่น่าสนใจแก่มวลชน หรือข่าวที่ดึงดูดความสนใจจากมวลชนเพื่อชิงการตลาด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย” เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา เพื่อต้องการศึกษาถึงปริมาณ รูปแบบ และทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ตลอดจนเพื่อทราบความคิดเห็นของนักหนังสือพิมพ์ที่มีต่อเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

1.1 ข่าวตัด (Press Clipping) จากหนังสือพิมพ์ที่ใช้ในการศึกษามี 9 ชื่อฉบับ ที่จัดทำโดยกองประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรม ซึ่งตีพิมพ์เผยแพร่ในช่วง 2 ปี คือระหว่างปี 2540 และปี 2541 (เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) รวมจำนวนทั้งสิ้น 177 ชิ้นข่าว ตามประเภทของหนังสือพิมพ์ ดังนี้

หนังสือพิมพ์ทั่วไป

- หนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณ จำนวน 3 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด

- หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ จำนวน 3 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ

- จำนวน 3 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

โดยคัดเลือกจากหนังสือพิมพ์ที่กองประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรม ส่งข่าวเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หน่วยงานซึ่งมีทั้งสิ้น 15 ชื่อฉบับ สาเหตุที่เลือกศึกษาหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับดังกล่าว เนื่องจากเห็นว่าแต่ละชื่อฉบับมีนโยบายในการเสนอเนื้อหาข่าวสารที่แตกต่างกัน และเป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูง เป็นที่นิยมของประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ การที่หนังสือพิมพ์ชนิดใด ๆ ก็ตามมีปริมาณการขายต่อวันสูงจะมีแรงผลักดันในการสร้างชื่อเสียงและมีอิทธิพลในการนำเสนอประเด็นต่าง ๆ ทั้งยังทำให้สังคมได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวเองได้

ง่ายขึ้น ซึ่งบริษัท ดีมาร์ (Deemar) จำกัด ได้ทำการสำรวจคนอ่านในปี 2540 นำเสนอในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ประจำวันที่ 9 มิถุนายน 2540 พบว่า

| ประเภท | อันดับ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | จำนวนผู้อ่าน |
|--------------------|--------|------------------|---------------|
| หนังสือพิมพ์ทั่วไป | 1 | ไทยรัฐ | 9.5 ล้านคน |
| | 2 | เดลินิวส์ | 6.5 ล้านคน |
| | 3 | ข่าวสด | 2.072 ล้านคน |
| | 4 | มติชน | 1.165 ล้านคน |
| | 5 | สยามรัฐ | 0.323 ล้านคน |
| | 6 | ไทยโพสต์ | 0.0752 ล้านคน |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | 1 | ฐานเศรษฐกิจ | 0.0343 ล้านคน |
| | 2 | ประชาชาติธุรกิจ | 0.0224 ล้านคน |
| | 3 | กรุงเทพธุรกิจ | 0.0112 ล้านคน |

1.2 สัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลผู้รับผิดชอบข่าวสายกระทรวงสาธารณสุขของหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ รวมทั้งสิ้น 27 คน ได้แก่ บรรณาธิการข่าวหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคัดเลือกข่าว จำนวน 1 คน หัวหน้าข่าว จำนวน 1 คน และนักข่าว จำนวน 1 คน

แต่เมื่อผู้วิจัยได้เข้าไปทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองพบว่า จากการศึกษาที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมาเมื่อกลางปี พ.ศ. 2540 ทำให้เกิดการเลิกจ้างงานในทุกสาขาอาชีพ พนักงานจำนวนมากถูกออกจากงาน ธุรกิจหนังสือพิมพ์หลายชื่อฉบับ รวมทั้งหนังสือพิมพ์ที่ผู้วิจัยเลือกมาทำการวิเคราะห์ก็ได้รับผลกระทบนี้ด้วยเช่นกัน จำนวนนักหนังสือพิมพ์ที่เหลืออยู่ต้องรับผิดชอบงานเพิ่ม โดยต้องทำงานอย่างเต็มความสามารถและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงทำให้จำนวนเป้าหมายที่จะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเดิมที่ตั้งไว้จำนวน 27 คน ลดลงเหลือ 19 คน

2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้มาจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดย

2.1 การพิจารณาข่าวตัดจากหนังสือพิมพ์ที่ใช้ศึกษา

หนังสือพิมพ์ที่ใช้ในการศึกษามี 9 ชื่อฉบับ ตามประเภทของหนังสือพิมพ์ คือ หนังสือพิมพ์ทั่วไป ประเภทคุณภาพและปริมาณ (มติชน สยามรัฐ ไทยโพสต์ ไทยรัฐ เดลินิวส์

2.2 ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

พิจารณาจากข่าวตัดที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมซึ่งได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ระหว่าง 2 ปีงบประมาณ 2540 และ 2541 ซึ่งในทางราชการนั้น ใน 1 ปีงบประมาณแผ่นดิน จะเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เดือนตุลาคม ถึงวันที่ 30 เดือนกันยายน ของทุกปี ในที่นี้ ปี 2540 หมายถึง ปีงบประมาณ 2540 ซึ่งเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2540 และปี 2541 หมายถึง ปีงบประมาณ 2541 ซึ่งเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2540 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541

2.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview)

โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ บรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว และนักข่าว หรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจคัดเลือกข่าว ภายหลังจากที่ได้ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว

3. การวิเคราะห์เนื้อหา หน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์แบ่งเป็น 3 ประเด็น คือ

3.1 ปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม นับเป็นจำนวนชิ้นข่าว และวัดเป็นตารางนิ้ว

3.2 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ และบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์

3.3 ทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ได้แก่ ทางบวก หรือลบ ต่อภาพลักษณ์ของสถาบัน โดยแบ่งประเด็นเรื่องราวที่ได้รับการตีพิมพ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรมหรือเสนอข่าวความเคลื่อนไหวการดำเนินงานในหน่วยงาน นโยบายของ องค์การเภสัชกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนา การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ บทบาทภาระหน้าที่ขององค์การเภสัชกรรม การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านยา การช่วยเหลือสังคม การทุจริต

และเนื่องจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ลงความเห็นว่าจะหากวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับแหล่งข่าวหรือที่มาของเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมก่อนที่หนังสือพิมพ์จะพิจารณาคัดเลือกเนื้อหาลงตีพิมพ์ รวมถึงตำแหน่งหน้า (Position) ที่ข่าวขององค์การเภสัชกรรมได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในหน้าหนังสือพิมพ์จะทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สมบูรณ์ขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยในหัวข้อดังกล่าวด้วย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากข่าวคัดในหนังสือพิมพ์ 9 ชื่อฉบับ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึง 30 กันยายน 2541 ซึ่งมีปริมาณข่าวทั้งสิ้นจำนวน 177 ชิ้น คิดเป็นเนื้อที่ 6,800.10 ตารางนิ้ว กระทำโดย

4.1 ศึกษาปริมาณการเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม จากหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจจำนวน 9 ชื่อฉบับ โดยการนับจำนวน “ชิ้นข่าว” (ความถี่/Frequency) และวัดเนื้อที่ (Space) เป็น “ตารางนิ้ว”

4.2 ศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ 9 ชื่อฉบับ โดยใช้วิธีกำหนดรูปแบบการเสนอเนื้อหาตามรูปแบบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็น 3 รูปแบบ คือ ข่าว ภาพข่าว และบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์

4.3 ศึกษาทิศทางการเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ เป็นการพิจารณาแนวคิดหลัก (Theme) คือ การพิจารณาแนวคิดหลักที่มีลักษณะเป็นประโยค ย่อหน้า หรือคอลัมน์ ทั้งหมดเป็นการพิจารณาความหมาย ของข้อความนั้น และจัดเข้าประเภทของทิศทางว่าเป็นข่าวเชิงบวก (Positive) ข่าวเชิงลบ (Negative) หรือเชิงเป็นกลาง (Neutral) ต่อการผลิตยา การวิจัย หรือการดำเนินงานขององค์การเภสัชกรรม

4.4 ศึกษาที่มาของข่าว (แหล่งข่าว) ที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม โดยศึกษาปริมาณการเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมจากหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจจำนวน 9 ชื่อฉบับ โดยการนับจำนวน “ชิ้นข่าว” (ความถี่/Frequency) และวัดเนื้อที่ (Space) เป็นตารางนิ้ว

4.5 ศึกษาความคิดเห็นของบรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าวและนักข่าว หรือผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวขององค์การเภสัชกรรมจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview)

5. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ก. การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ในการศึกษาปริมาณการเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมของหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ เพื่อทราบลักษณะของการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม

ได้สร้างตารางบันทึกปริมาณซึ่งนับเป็นจำนวนชิ้นข่าว และวัดเป็นตารางนิ้ว โดยแยกตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์ และแยกตามรูปแบบของการนำเสนอ คือ ข่าว ภาพข่าว และบทความ และนำข้อมูลจำนวนเนื้อที่ในการเสนอเนื้อหาจากการศึกษาตามตารางบันทึกปริมาณการวัดมาเปรียบเทียบกันระหว่างปริมาณเนื้อที่ของข่าว ภาพข่าว และปริมาณเนื้อที่ของบทความ เพื่อที่จะทราบว่าหนังสือพิมพ์ชื่อฉบับใด มีการนำเสนอรูปแบบเนื้อหาสาระระหว่างข่าว ภาพข่าว หรือบทความมากหรือน้อยกว่ากัน รวมทั้งมีการนับจำนวนรูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาเป็นชิ้นข่าวอีกด้วย

2. การสร้างแบบสอบถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview)

ผู้วิจัยทำการศึกษาข่าวจากแฟ้มข่าวตัด ที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ซึ่งจัดทำโดยกองประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรม โดยคัดเลือกหนังสือพิมพ์ 9 ชื่อฉบับ เพื่อสร้างแบบสอบถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกในเบื้องต้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแก้ไข และหลังจากทำการวิเคราะห์เนื้อหาจากข่าวตัดแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแบบสอบถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกอีกครั้ง แล้วนำให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแก้ไขปรับปรุง จากนั้นจึงนำไปเป็นแนวทางสำหรับการสัมภาษณ์บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าว ซึ่งกรอบแบบสอบถามจะครอบคลุมถึงข้อคำถามเกี่ยวกับการพิจารณาคัดเลือก และนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม รวมถึงสภาพปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม

ข. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์เนื้อหา

1. ในการศึกษาถึงทิศทางการนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมนั้น ได้จากการจัดแบ่งประเภทเพื่อทำตารางลงรหัส (Coding Sheet) เพื่อการแบ่งประเภทเครื่องมือที่สำคัญในการวิเคราะห์เนื้อหา จึงมีการทดสอบเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1.1 การทดสอบความเที่ยง (Validity) ของเครื่องมือ โดยการสุ่มตัวอย่างเนื้อหาที่ศึกษาและให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 คน ทำการพิจารณาเนื้อหานั้น และนำผลการพิจารณานั้นมาจัดประเภทที่มีความเห็นตรงกัน

1.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ ในเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหามีการทดสอบความเชื่อมั่นโดยอาศัยหลักการคำนวณของฮอลสติ (Holsti) และข้อมูลที่ถือว่ามีความเที่ยงตรง หรือความน่าเชื่อถือในระดับสูงคือ ข้อมูลที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคำตอบของผู้ลงรหัส (Intercoder Reliability Coefficiency) ไม่น้อยกว่า 0.75

สูตรความเชื่อมั่น คือ

$$R = \frac{3(C_1 + C_2 + C_3)}{C_1 + C_2 + C_3}$$

| | | |
|-------------------|---|--|
| เมื่อ R | = | ค่าความเชื่อมั่น |
| C_1, C_2, C_3 | = | จำนวนครั้งที่ผู้ร่วมบันทึกข้อมูล 2 คน มีความเห็นเหมือนกัน |
| $C_1 + C_2 + C_3$ | = | จำนวนการลงรหัสทั้งหมดของผู้ลงรหัสทั้ง 3 |

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมจากหนังสือพิมพ์ 9 ชื่อฉบับ ชื่อละ 2 ฉบับ ฉบับละ 1 ชิ้นข่าว รวมเป็นจำนวน 18 ชิ้นข่าว มาทดสอบสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของแบบวิเคราะห์เนื้อหาสาระ โดยนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าความน่าเชื่อถือตามสูตร Holsti ปรากฏผลค่าที่ได้ เท่ากับ 0.75 จึงถือว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 หน่วยในการวิเคราะห์

นับเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมด้วยจำนวนชิ้นข่าว จากข่าว ภาพข่าว และบทความ และวัดเนื้อที่เป็นตารางนิ้ว รวมทั้งข้อความและประโยคที่ปรากฏอยู่ในข่าว ภาพข่าว และบทความ

6.2 วิธีการวิเคราะห์

- ปริมาณการนำเสนอเนื้อหา
- รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา
- ทิศทางการนำเสนอเนื้อหา

6.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทยทั้ง 9 ชื่อฉบับ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงเป็นตารางความถี่

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย ทั้งในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ รวม 9 ชื่อฉบับ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ไทยจำนวน 9 ชื่อฉบับ โดยการเก็บข้อมูลจากข่าวตัด ซึ่งจัดทำโดยกองประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรม ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541 โดยแบ่งกรอบการวิเคราะห์เนื้อหาออกเป็น 5 ประเด็น คือ

1.1 ปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

1.2 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ได้แก่ ข่าว ภาพข่าว และบทความ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

1.3 ทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ได้แก่ ทางบวก ลบ หรือเป็นกลางต่อภาพลักษณ์ของสถาบัน

1.4 ประเด็นเรื่องราวที่ได้รับการตีพิมพ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์องค์การเภสัชกรรม หรือเสนอข่าวความเคลื่อนไหวการดำเนินงานในหน่วยงาน นโยบายขององค์การเภสัชกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนา การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ บทบาทภาระหน้าที่ขององค์การเภสัชกรรม การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านยา การช่วยเหลือสังคม การทุจริตยา

1.5 แหล่งข่าวหรือที่มาของเนื้อหาที่หนังสือพิมพ์ได้รับ ได้แก่ ข่าวแจก (ข่าวประชาสัมพันธ์) ที่องค์การเภสัชกรรมส่งให้ และจากการที่นักข่าวหาข่าวเอง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของบรรณาธิการข่าว หรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคัดเลือกข่าว หัวหน้าข่าว และนักข่าว จากหนังสือพิมพ์ไทย 9 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ รวม 19 คน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ไทยจำนวน 9 ชื่อฉบับ

1.1 การวิเคราะห์ปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ทั่วไปทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ และหนังสือพิมพ์ธุรกิจจำนวน 9 ชื่อฉบับ โดยนับเป็นจำนวนชิ้นข่าว และวัดเนื้อที่เป็นตารางนิ้ว ในปี 2540 - 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) รวม 2 ปี ปรากฏผล ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในช่วง 2 ปี (2540-2541)

| ลำดับ | หนังสือพิมพ์ | จำนวนข่าว (ชิ้น) | ร้อยละ | เนื้อที่ (ตรน.) | ร้อยละ |
|--------------------|-----------------|------------------|--------|-----------------|--------|
| หนังสือพิมพ์ทั่วไป | | | | | |
| 1. | ไทยรัฐ | 29 | 16.38 | 730.50 | 10.74 |
| 2. | เดลินิวส์ | 14 | 7.91 | 461.25 | 6.78 |
| 3. | ข่าวสด | 15 | 8.47 | 351 | 5.16 |
| 4. | มติชน | 38 | 21.47 | 1,667.55 | 24.52 |
| 5. | สยามรัฐ | 18 | 10.17 | 644.80 | 9.48 |
| 6. | ไทยโพสต์ | 16 | 9.04 | 607.35 | 8.93 |
| | รวม | 130 | 73.45 | 4,462.45 | 65.62 |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 9 | 5.08 | 317 | 4.66 |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 3 | 1.69 | 221.50 | 3.26 |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 35 | 19.77 | 1,799.15 | 26.46 |
| | รวม | 47 | 26.55 | 2,337.65 | 34.38 |
| | รวมทั้งหมด | 177 | 100 | 6,800.10 | 100 |

จากตารางที่ 1 พบว่า ปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และ 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) มีจำนวนทั้งสิ้น 177 ชิ้น เนื้อที่จำนวน 6,800.10 ตารางนิ้ว โดย

เป็นร้อยละ 21.47 เนื้อที่จำนวน 1,667.55 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 24.52 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 35 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 19.77 เนื้อที่จำนวน 1,799.15 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 26.46 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีปริมาณการนำเสนอมากเป็นอันดับสาม จำนวน 29 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.38 เนื้อที่จำนวน 730.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 10.74 และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอน้อยที่สุด จำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 1.69 เนื้อที่จำนวน 221.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 3.26

ตารางที่ 2 แสดงปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในช่วง 2 ปี (2540-2541) จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น)

| ลำดับ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | ปี 2540 | | ปี 2541 | |
|------------------------|------------------|--------------|--------|--------------|--------|
| | | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ |
| หนังสือพิมพ์ทั่วไป | | | | | |
| หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ | | | | | |
| 1. | ไทยรัฐ | 5 | 7.35 | 24 | 22.01 |
| 2. | เดลินิวส์ | 6 | 8.82 | 8 | 7.34 |
| 3. | ข่าวสด | 9 | 13.23 | 6 | 5.50 |
| หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ | | | | | |
| 4. | มติชน | 13 | 19.11 | 25 | 22.94 |
| 5. | สยามรัฐ | 13 | 19.11 | 5 | 4.59 |
| 6. | ไทยโพสต์ | 3 | 4.41 | 13 | 11.93 |
| | รวม | 49 | 72.03 | 81 | 74.31 |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 4 | 5.88 | 5 | 4.59 |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 1 | 1.47 | 2 | 1.83 |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 14 | 20.58 | 21 | 19.26 |
| | รวม | 19 | 27.93 | 28 | 25.68 |
| | รวมทั้งหมด | 68 | 100 | 109 | 100 |

จากตารางที่ 2 พบว่า ในปี 2540 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2540) หนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในปริมาณมากที่สุดเท่ากัน จำนวน 13 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 19.11 หนังสือพิมพ์ข่าวสด มีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 9 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 13.23 และหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์มีปริมาณการนำเสนอที่น้อยที่สุดจำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 4.41 ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมมากที่สุด จำนวน 14 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 20.58 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มีปริมาณนำเสนอเป็นอันดับรองลงมา จำนวน 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 5.88 และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 1.47

ส่วนในปี 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2540 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) หนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมมากที่สุดจำนวน 25 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 22.94 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 24 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 22.01 และหนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 4.59 ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมมากที่สุด จำนวน 21 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 19.26 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มีปริมาณนำเสนอเป็นอันดับรองลงมา จำนวน 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 4.59 และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 1.83

ภาพที่ 2 แสดงปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เปรียบเทียบระหว่างปี 2540 และ 2541 จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น)



จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นภาพรวมปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เปรียบเทียบ 2 ปี ระหว่างปี 2540 และปี 2541 จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น) พบว่า ในปี 2540 มีปริมาณการนำเสนอรวม 68 ชิ้น โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไปมีจำนวน 49 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 72.03 และหนังสือพิมพ์ธุรกิจมีจำนวน 19 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 27.93 ในปี 2541 มีปริมาณการนำเสนอรวม 109 ชิ้น โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไปมีจำนวน 81 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 74.31 หนังสือพิมพ์ธุรกิจมีจำนวน 28 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 25.68

สรุปได้ว่า ในช่วง 2 ปี (2540 - 2541) หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ โดยในปี 2541 มีปริมาณการนำเสนอเพิ่มมากขึ้นกว่าปี 2540

ตารางที่ 3 แสดงปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป
และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในช่วง 2 ปี (2540-2541)
จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว)

| ลำดับ | ชื่อ หนังสือพิมพ์ | ปี 2540 | | ปี 2541 | |
|------------------------|----------------------|-----------------|--------|-----------------|--------|
| | | เนื้อที่ (ตรน.) | ร้อยละ | เนื้อที่ (ตรน.) | ร้อยละ |
| หนังสือพิมพ์ทั่วไป | | | | | |
| หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ | | | | | |
| 1. | ไทยรัฐ | 115 | 3.94 | 615.50 | 15.86 |
| 2. | เดลินิวส์ | 156 | 5.35 | 305.25 | 7.86 |
| 3. | ข่าวสด | 156.25 | 5.35 | 194.75 | 5.02 |
| หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ | | | | | |
| 4. | มติชน | 549.85 | 18.84 | 1,1170.70 | 28.79 |
| 5. | สยามรัฐ | 525.55 | 18.00 | 119.25 | 3.07 |
| 6. | ไทยโพสต์ | 93.25 | 3.20 | 514.10 | 13.24 |
| | รวม | 1,595.90 | 54.68 | 2,866.55 | 73.84 |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 144 | 4.93 | 173 | 4.46 |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 136.50 | 4.68 | 85 | 2.19 |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 1,042 | 35.70 | 757.15 | 19.51 |
| | รวม | 1,322.50 | 45.31 | 1,015.50 | 26.16 |
| | รวมทั้งหมด | 2,918.40 | 100 | 3,881.70 | 100 |

จากตารางที่ 3 พบว่า ในปี 2540 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2540) หนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณเนื้อที่มากที่สุดจำนวน 549.85 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 18.84 หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมา จำนวน 525.55 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 18.00 และหนังสือพิมพ์ข่าวสด มีปริมาณเนื้อที่น้อยที่สุด จำนวน 156.25 คิดเป็นร้อยละ 5.35 ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณเนื้อที่มากที่สุดจำนวน 1,042 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 35.70 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มี

ปริมาณเนื้อที่เป็นอันดับรองจำนวน 144 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.93 และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีปริมาณเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 136.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.68

ส่วนในปี 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2540 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) หนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณเนื้อที่มากที่สุดจำนวน 1,1170.70 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 28.79 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีปริมาณเนื้อที่เป็นอันดับรองลงมาจำนวน 615.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 15.86 และหนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีการนำเสนอที่น้อยที่สุดจำนวน 119.25 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 3.07 ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณเนื้อที่มากที่สุดจำนวน 757.15 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 19.51 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มีปริมาณเนื้อที่เป็นอันดับรองลงมา จำนวน 173 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.46 และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 85 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 2.19

ภาพที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบปริมาณเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ระหว่างปี 2540 และ 2541 จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว)



จากภาพที่ 3 แสดงให้เห็นภาพรวมปริมาณเนื้อที่ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เปรียบเทียบ 2 ปี ระหว่างปี 2540 และปี 2541 จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว) พบว่า ในปี 2540 มีเนื้อที่รวมจำนวน 2,918.40 ตารางนิ้ว โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไป มีเนื้อที่รวมจำนวน 1,595.90 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 54.68 และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีเนื้อที่รวมจำนวน 1,322.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 45.31 ในปี 2541 มีเนื้อที่รวมจำนวน 3,881.70 ตารางนิ้ว โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไป มีเนื้อที่รวมจำนวน 2,866.55 ตารางนิ้ว

คิดเป็นร้อยละ 73.84 หนังสือพิมพ์ธุรกิจมีเนื้อที่รวมจำนวน 1,015.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 26.16

สรุปได้ว่า ในช่วง 2 ปี (2541-2541) หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีปริมาณเนื้อที่ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ โดยในปี 2541 มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นกว่าปี 2540

1.2 การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ ข่าว ภาพข่าว และ บทความ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตร ในหนังสือพิมพ์ทั่วไปทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ รวม 9 ชื่อฉบับ ในปี 2540 - 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) รวม 2 ปี สามารถแบ่งรูปแบบได้ 3 ประเภท คือ ข่าว ภาพข่าว และบทความ ปรากฏผล ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ
เปรียบเทียบระหว่างปี 2540 และปี 2541 จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น)

| ลำดับ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | ปี 2540 | | | | | | ปี 2541 | | | | | |
|------------------------|------------------|---------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|--------|---------|--------|--------|--------|
| | | ข่าว | | ภาพข่าว | | บทความ | | ข่าว | | ภาพข่าว | | บทความ | |
| | | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ | | | | | | | | | | | | | |
| 1. | ไทยรัฐ | 4 | 7.55 | 1 | 9.09 | - | - | 20 | 21.74 | 1 | 12.50 | 3 | 33.33 |
| 2. | เดลินิวส์ | 5 | 9.43 | 1 | 9.09 | - | - | 2 | 2.17 | 2 | 25 | 4 | 44.44 |
| 3. | ข่าวสด | 8 | 15.09 | 1 | 9.09 | - | - | 6 | 6.52 | - | - | - | - |
| หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | มติชน | 10 | 18.87 | 2 | 18.18 | 1 | 25 | 22 | 23.91 | 1 | 12.50 | 2 | 22.22 |
| 5. | สยามรัฐ | 7 | 13.21 | 5 | 45.46 | 1 | 25 | 3 | 3.26 | 2 | 25 | - | - |
| 6. | ไทยโพสต์ | 3 | 5.66 | - | - | - | - | 12 | 13.04 | 1 | 12.50 | - | - |
| | รวม | 37 | 69.81 | 10 | 90.91 | 2 | 50 | 65 | 70.64 | 7 | 62.50 | 9 | 99.99 |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 3 | 5.66 | 1 | 9.09 | - | - | 5 | 5.43 | - | - | - | - |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 1 | 1.89 | - | - | - | - | 2 | 2.17 | - | - | - | - |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 12 | 22.64 | - | - | 2 | 50 | 20 | 21.74 | 1 | 12.50 | - | - |
| | รวม | 16 | 30.19 | 1 | 9.09 | 2 | 50 | 27 | 29.35 | 1 | 12.50 | - | - |
| | รวมทั้งหมด | 53 | 100 | 11 | 100 | 4 | 100 | 92 | 100 | 8 | 100 | 9 | 100 |

จากตารางที่ 4 พบว่า ในช่วง 2 ปี ระหว่าง ปี 2540 และปี 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมเป็น 3 รูปแบบ คือ ข่าว ภาพข่าว และบทความ จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น) สรุปผลได้ ดังนี้

ในปี 2540 มีการนำเสนอรูปแบบข่าวรวมจำนวน 53 ชิ้น ภาพข่าว รวมจำนวน 11 ชิ้น และบทความ รวมจำนวน 4 ชิ้น โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไป มีการนำเสนอรูปแบบข่าว รวมจำนวน 37 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 69.81 รูปแบบภาพข่าว รวมจำนวน 10 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 90.91 รูปแบบบทความ รวมจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 50 คือ

1. รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 10 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 18.87 หนังสือพิมพ์ข่าวสด มีปริมาณการนำเสนอรองลงมาจำนวน 8 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 15.09 หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ มีปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 5.66

2. รูปแบบภาพข่าว หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 45.46 หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 18.18 ส่วนหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ไม่มีการนำเสนอ

3. รูปแบบบทความ มีหนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์สยามรัฐ เพียง 2 ฉบับ ที่มีปริมาณการนำเสนอ และเท่ากันมากที่สุดจำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 25 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด และหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ไม่มีการนำเสนอ

ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอรูปแบบข่าวรวมจำนวน 16 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 30.19 รูปแบบภาพข่าว รวมจำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 90.91 รูปแบบบทความ รวมจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 50

1. รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 12 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 22.64 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจมีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 5.66 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 1.89

2. รูปแบบภาพข่าว หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มีปริมาณการนำเสนอ จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 9.09 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ไม่มีการนำเสนอ

3. รูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ไม่มีการนำเสนอ

ในปี 2541 มีการนำเสนอ รูปแบบข่าว จำนวน 92 ชิ้น ภาพข่าว จำนวน 8 ชิ้น และบทความ จำนวน 9 ชิ้น โดย หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีการนำเสนอรูปแบบข่าวจำนวน 65 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 70.64 รูปแบบภาพข่าว จำนวน 7 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 62.50 รูปแบบบทความ จำนวน 9 ชิ้นคิดเป็นร้อยละ 99.99 คือ

1. รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 22 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 23.91 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมา จำนวน 20 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 21.74 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.17

2. รูปแบบภาพข่าว หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และหนังสือพิมพ์สยามรัฐมีปริมาณการนำเสนอเท่ากันมากที่สุดจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 25 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ มีปริมาณเท่ากันเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.50 และหนังสือพิมพ์ข่าวสด ไม่มีการนำเสนอ

3. รูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 44.44 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 33.33 หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณการนำเสนอที่น้อยที่สุดจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 22.22 หนังสือพิมพ์ข่าวสด ส่วนหนังสือพิมพ์สยามรัฐ และไทยโพสต์ ไม่มีการนำเสนอ

ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข่าวจำนวน 27 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 29.35 รูปแบบภาพข่าวจำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.50 รูปแบบบทความ ไม่มีการนำเสนอ

1. รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 20 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 21.74 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจมีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมา จำนวน 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 5.43 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.17

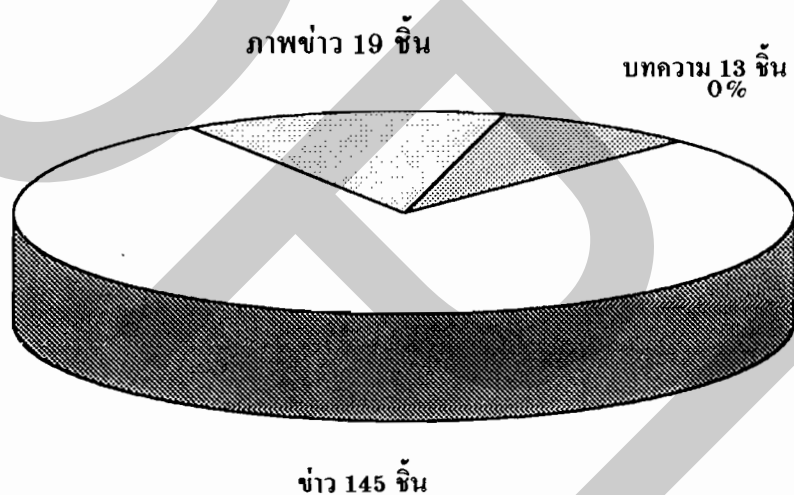
2. รูปแบบภาพข่าว หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอ จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.50 ส่วนหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ไม่มีการนำเสนอ

3. รูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ไม่มีการนำเสนอบทความ

จากการวิจัยสรุปได้ว่า ในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และ ปี 2541 หนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจมีปริมาณการนำเสนอรูปแบบข่าวมากที่สุดเท่ากันจำนวน 32 ชิ้น แต่มี

จากการวิจัยสรุปได้ว่า ในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และ ปี 2541 หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจมีปริมาณการนำเสนอรูปแบบข่าวมากที่สุดเท่ากันจำนวน 32 ชิ้น แต่มีปริมาณการนำเสนอรูปแบบภาพข่าว และมีการนำเสนอบทความ มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ อีกทั้งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ในปี 2541

ภาพที่ 4 แสดงปริมาณรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ระหว่างปี 2540 และปี 2541 จำแนกเป็นจำนวนข่าว (ชิ้น)



จากภาพที่ 4 เป็นการแสดงภาพรวมการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในรูปแบบข่าว ภาพข่าว และบทความ จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น) พบว่า ในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และ ปี 2541 หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในรูปแบบข่าวมากที่สุดจำนวน 145 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 81.92 รูปแบบภาพข่าวในปริมาณรองลงมาจำนวน 19 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 10.73 และรูปแบบบทความในปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 13 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 7.34

ตารางที่ 5 แสดงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ
เปรียบเทียบระหว่างปี 2540 และปี 2541 จำนวนตามจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว)

| ลำดับ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | ปี 2540 | | | | | | ปี 2541 | | | | | |
|------------------------|------------------|--------------------|--------|--------------------|--------|--------------------|--------|--------------------|--------|--------------------|--------|--------------------|--------|
| | | ข่าว | | ภาพข่าว | | บทความ | | ข่าว | | ภาพข่าว | | บทความ | |
| | | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ |
| 1. | ไทยรัฐ | 92.50 | 4.62 | 22.50 | 11.53 | - | - | 469 | 14.50 | 10.50 | 4.82 | 136 | 31.76 |
| 2. | เดลินิวส์ | 143.50 | 7.17 | 12.50 | 6.41 | - | - | 38.75 | 1.20 | 85.25 | 39.10 | 181.25 | 42.32 |
| 3. | ข่าวสด | 136.75 | 6.83 | 19.50 | 9.99 | - | - | 194.75 | 6.02 | - | - | - | - |
| หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | มติชน | 378.25 | 18.89 | 35.10 | 17.99 | 136.50 | 18.92 | 965.45 | 29.84 | 41.25 | 18.92 | 111 | 25.92 |
| 5. | สยามรัฐ | 280.55 | 14.01 | 95 | 48.69 | 150 | 20.79 | 77.50 | 2.40 | 41.75 | 19.15 | - | - |
| 6. | ไทยโพสต์ | 93.25 | 4.66 | - | - | - | - | 484.10 | 14.96 | 30 | 13.75 | - | - |
| รวม | | 1,124.80 | 56.18 | 184.60 | 94.62 | 286.50 | 39.71 | 2,229.55 | 68.92 | 208.75 | 95.74 | 428.25 | 25.92 |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 133.50 | 6.67 | 10.50 | 5.38 | - | - | 173 | 5.35 | - | - | - | - |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 136.50 | 6.83 | - | - | - | - | 85 | 2.63 | - | - | - | - |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 607 | 30.32 | - | - | 435 | 60.29 | 747.85 | 23.10 | 9.30 | 4.26 | - | - |
| รวม | | 877 | 43.81 | 10.50 | 5.38 | 435 | 60.29 | 1,005.85 | 31.09 | 9.30 | 4.26 | - | - |
| รวมทั้งหมด | | 2,001.80 | 100 | 195.10 | 100 | 721.50 | 100 | 3,235.40 | 100 | 218.05 | 100 | 428.25 | 100 |

จากตารางที่ 5 พบว่า ในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และปี 2541 หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมเป็น 3 รูปแบบ คือ ข่าว ภาพข่าว และบทความ จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว) สรุปผลได้ ดังนี้

ในปี 2540 หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีการนำเสนอรูปแบบข่าวเป็นเนื้อที่รวม 2,001.80 ตารางนิ้ว รูปแบบภาพข่าวเป็นเนื้อที่รวม 195.10 ตารางนิ้ว รูปแบบบทความเป็นเนื้อที่รวม 721.50 ตารางนิ้ว

หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีการนำเสนอรูปแบบข่าว เป็นเนื้อที่รวม 1,124.80 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 56.18 รูปแบบภาพข่าวเป็นเนื้อที่รวม 184.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 94.62 รูปแบบบทความ เป็นเนื้อที่รวม 286.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 39.71

1. รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดเป็นเนื้อที่จำนวน 378.25 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 18.89 หนังสือพิมพ์สยามรัฐมีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่เป็นอันดับรองลงมาจำนวน 280.55 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 14.01 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 92.50 คิดเป็นร้อยละ 4.62

2. รูปแบบภาพข่าว หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่มากที่สุด 95 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 48.69 หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 35.10 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 17.99 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 12.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 6.41 ส่วนหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ไม่มีการนำเสนอ

3. รูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่ มากที่สุดจำนวน 150 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 20.79 หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 136.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 18.92 หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และหนังสือพิมพ์ข่าวสด ไม่มีการนำเสนอ

ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอรูปแบบข่าวเป็นเนื้อที่รวมจำนวน 877 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 43.81 รูปแบบภาพข่าวเป็นเนื้อที่รวมจำนวน 195.10 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 5.38 รูปแบบบทความ เป็นเนื้อที่รวมจำนวน 435 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 60.29 ดังนี้

1. รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดเป็นเนื้อที่จำนวน 607 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 30.32 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มีการนำเสนอในปริมาณไม่แตกต่างในอันดับรองลงมาเป็นเนื้อที่จำนวน 136.50 และ 133.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 6.83 และ 6.67 ตามลำดับ

2. รูปแบบภาพข่าว หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่จำนวน 10.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 5.38 ส่วนหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ไม่มีการนำเสนอ

3. รูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่จำนวน 435 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 60.29 ส่วนหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจไม่มีการนำเสนอ

ในปี 2541 มีการนำเสนอรูปแบบข่าวเป็นเนื้อที่รวมจำนวน 3,235.40 ตารางนิ้ว รูปแบบภาพข่าวเป็นเนื้อที่รวมจำนวน 218.05 ตารางนิ้ว รูปแบบบทความเป็นเนื้อที่รวมจำนวน 428.25 ตารางนิ้ว

หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีการนำเสนอรูปแบบข่าวเป็นเนื้อที่รวมจำนวน 2,229.55 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 68.92 รูปแบบภาพข่าว เป็นเนื้อที่รวมจำนวน 208.75 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 95.74 รูปแบบบทความ เป็นเนื้อที่รวมจำนวน 428.25 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 25.92

1. รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดเป็นเนื้อที่จำนวน 965.45 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 29.84 หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์มีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 484.10 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 14.96 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 38.75 คิดเป็นร้อยละ 1.20

2. รูปแบบภาพข่าว หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดเป็นเนื้อที่จำนวน 85.25 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 39.10 หนังสือพิมพ์สยามรัฐ และหนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาในปริมาณที่ไม่แตกต่างกัน คือ 41.75 และ 41.25 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 19.15 และ 18.92 ตามลำดับ ส่วนหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 10.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.82 ส่วนหนังสือพิมพ์ข่าวสด ไม่มีการนำเสนอ

3. รูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดเป็นเนื้อที่จำนวน 181.25 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 42.32 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีปริมาณรองลงมาจำนวน 136 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 31.76 หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่น้อยที่สุดเป็นเนื้อที่จำนวน 111 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 25.92 ส่วนหนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์สยามรัฐ และหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ไม่มีการนำเสนอ

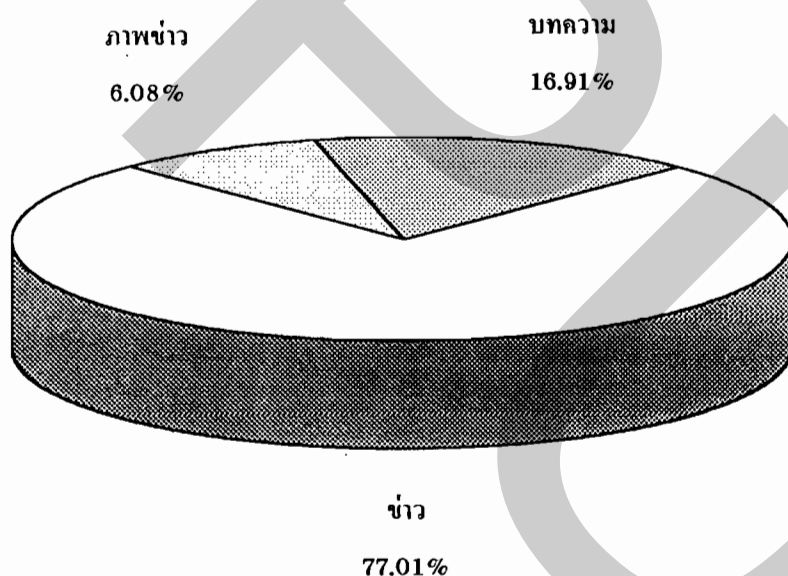
ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอรูปแบบข่าวเป็นเนื้อที่รวมจำนวน 1,005.85 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 31.09 รูปแบบภาพข่าวเป็นเนื้อที่รวมจำนวน 208.75 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.26 รูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับ ไม่มีการนำเสนอ

1. รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีปริมาณเนื้อที่ในการนำเสนอมากที่สุด จำนวน 747.85 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 23.10 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจมีปริมาณเนื้อที่รองลงมา จำนวน 173 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 5.35 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีปริมาณเนื้อที่น้อยที่สุด จำนวน 85 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 2.63

2. รูปแบบภาพข่าว หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณเป็นเนื้อที่ในการนำเสนอ จำนวน 9.30 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.26 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจและหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ไม่มีการนำเสนอ

3. รูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และ กรุงเทพธุรกิจ ไม่มีการนำเสนอ

ภาพที่ 5 แสดงปริมาณรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ระหว่างปี 2540 และปี 2541 จำแนกเป็นจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว)



จากภาพที่ 5 เป็นการแสดงภาพรวมการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในรูปแบบข่าว ภาพข่าว และบทความ จำแนกเป็นจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว) พบว่า ในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และปี 2541 หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในรูปแบบข่าวมากที่สุด โดยให้เนื้อที่จำนวน 5,237.20 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 77.01 รูปแบบบทความมีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาเป็นเนื้อที่จำนวน 1,149.75 คิดเป็นร้อยละ 16.91 และรูปแบบภาพข่าวมีปริมาณเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 413.15 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 6.08

สรุปได้ว่า ในช่วง 2 ปี (2540 - 2541) มีปริมาณเนื้อที่ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในรูปแบบข่าว เสนอในหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ โดยหนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณเนื้อที่มากที่สุดจำนวน 378.25 ตารางนิ้ว ในขณะที่หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีปริมาณเนื้อที่มากกว่าเป็นจำนวน 607 ตารางนิ้ว



ตารางที่ 6 แสดงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การภาครัฐในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และปี 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึง 30 กันยายน 2541)

| ที่ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | ข่าว | | ภาพข่าว | | บทความ | | รวม | |
|---------------------------|------------------|-------|----------|---------|----------|--------|----------|-------|----------|
| | | จำนวน | เนื้อที่ | จำนวน | เนื้อที่ | จำนวน | เนื้อที่ | จำนวน | เนื้อที่ |
| 1. | ไทยรัฐ | 24 | 561.50 | 2 | 33 | 3 | 136 | 29 | 730.50 |
| 2. | เดลินิวส์ | 7 | 182.25 | 3 | 97.75 | 4 | 181.25 | 14 | 461.25 |
| 3. | ข่าวสด | 14 | 331.50 | 1 | 19.50 | - | - | 15 | 351 |
| 4. | มติชน | 32 | 1,343.70 | 3 | 76.35 | 3 | 247.50 | 38 | 1,667.55 |
| 5. | สยามรัฐ | 10 | 358.05 | 7 | 136.75 | 1 | 150 | 18 | 644.80 |
| 6. | ไทยโพสต์ | 15 | 577.35 | 1 | 30 | - | - | 16 | 607.35 |
| | รวม | 102 | 3,354.35 | 17 | 393.35 | 11 | 714.75 | 130 | 4,462.45 |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 8 | 306.50 | 1 | 10.50 | - | - | 9 | 317 |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 3 | 221.50 | - | - | - | - | 3 | 221.50 |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 32 | 1,354.85 | 1 | 9.30 | 2 | 435 | 35 | 1,799.15 |
| | รวม | 43 | 1,882.85 | 2 | 19.80 | 2 | 435 | 47 | 2,337.65 |
| | รวมทั้งหมด | 145 | 5,287.20 | 19 | 413.15 | 18 | 1,149.75 | 177 | 6,800.10 |

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่า ในช่วงเวลา 2 ปี ระหว่างปี 2540 และปี 2541 หนังสือพิมพ์ไทยทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม 3 รูปแบบ ดังนี้

หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาโดยรวม 130 ชิ้น เนื้อที่ 4,462.45 ตารางนิ้ว โดยมีการนำเสนอในรูปแบบข่าวรวมจำนวน 102 ชิ้น เนื้อที่จำนวน 3,354.35 ตารางนิ้ว หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณมากที่สุดจำนวน 32 ชิ้น เนื้อที่ 1,343 ตารางนิ้ว ภาพข่าวจำนวน 17 ชิ้น เนื้อที่จำนวน 393.35 บทความจำนวน 11 ชิ้น เนื้อที่จำนวน 714.75 ตารางนิ้ว ในขณะที่หนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอรวม 47 ชิ้น เนื้อที่ 2,337.65 ตารางนิ้ว โดยมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข่าวรวมจำนวน 43 ชิ้น เนื้อที่จำนวน 1,882.85 ตารางนิ้ว ภาพข่าวจำนวน 2 ชิ้น เนื้อที่จำนวน 19.80 บทความจำนวน 2 ชิ้น เนื้อที่จำนวน 435 ตารางนิ้ว

1. ข่าว หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 32 ชิ้น โดยมีเนื้อที่ 1,354.85 และ 1,343.70 ตารางนิ้ว ตามลำดับ

2. ภาพข่าว หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีการนำเสนอรูปแบบภาพข่าว จำนวนมากที่สุด 7 ชิ้น มีเนื้อที่จำนวน 136.75 ตารางนิ้ว หนังสือพิมพ์เดลินิวส์และหนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณเท่ากันรองลงมา จำนวน 3 ชิ้น มีเนื้อที่ 97.75 และ 76.35 ตารางนิ้ว ตามลำดับ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นอันดับที่สาม จำนวน 2 ชิ้น มีเนื้อที่จำนวน 33 ตารางนิ้ว

3. บทความ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มีการนำเสนอรูปแบบบทความมากที่สุด จำนวน 4 ชิ้น มีเนื้อที่จำนวน 181.25 ตารางนิ้ว หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีจำนวนเท่ากันคือ 3 ชิ้น มีเนื้อที่จำนวน 247.50 และ 136 ตารางนิ้ว ตามลำดับ และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีปริมาณเป็นอันดับสามจำนวน 2 ชิ้น แต่มีเนื้อที่จำนวน 435 ตารางนิ้ว ซึ่งมากกว่าหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

1.3 ทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ได้แก่ ทางบวก ลบ หรือ เป็นกลางต่อภาพลักษณ์ของสถาบัน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ที่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ทั่วไปทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพและหนังสือพิมพ์ธุรกิจจำนวน 9 ชื่อฉบับ แบ่งได้ 3 ทิศทาง ได้แก่ ทิศทางบวก ลบ และเป็นกลาง ในปี 2540 - 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) รวม 2 ปี ปรากฏผล ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงทิศทางการณ์เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ

รวม 2 ปี ตั้งแต่ปี 2540 - 2541

| ลำดับ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | บวก | | ลบ | | เป็นกลาง | | รวม 2 ปี | |
|--------------------|------------------|-------|--------|-------|--------|----------|--------|----------|--------|
| | | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| หนังสือพิมพ์ทั่วไป | | | | | | | | | |
| 1. | ไทยรัฐ | 22 | 20.75 | 4 | 11.11 | 3 | 8.57 | 29 | 16.38 |
| 2. | เดลินิวส์ | 11 | 10.38 | 2 | 5.56 | 1 | 2.86 | 14 | 7.91 |
| 3. | ข่าวสด | 10 | 9.43 | 3 | 8.33 | 2 | 5.71 | 15 | 8.47 |
| 4. | มติชน | 17 | 16.04 | 14 | 38.89 | 7 | 20 | 38 | 21.47 |
| 5. | สยามรัฐ | 12 | 11.32 | 3 | 8.33 | 3 | 8.57 | 18 | 10.17 |
| 6. | ไทยโพสต์ | 8 | 7.55 | 2 | 5.56 | 6 | 17.14 | 16 | 9.04 |
| | รวม | 80 | 75.47 | 28 | 77.78 | 22 | 62.86 | 130 | 73.45 |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 7 | 6.60 | - | - | 2 | 5.71 | 9 | 5.08 |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 3 | 2.83 | - | - | - | - | 3 | 1.69 |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 16 | 15.09 | 8 | 22.22 | 11 | 31.43 | 35 | 19.77 |
| | รวม | 26 | 24.53 | 8 | 22.22 | 13 | 37.14 | 47 | 26.55 |
| | รวมทั้งหมด | 106 | 100 | 36 | 100 | 35 | 100 | 177 | 100 |

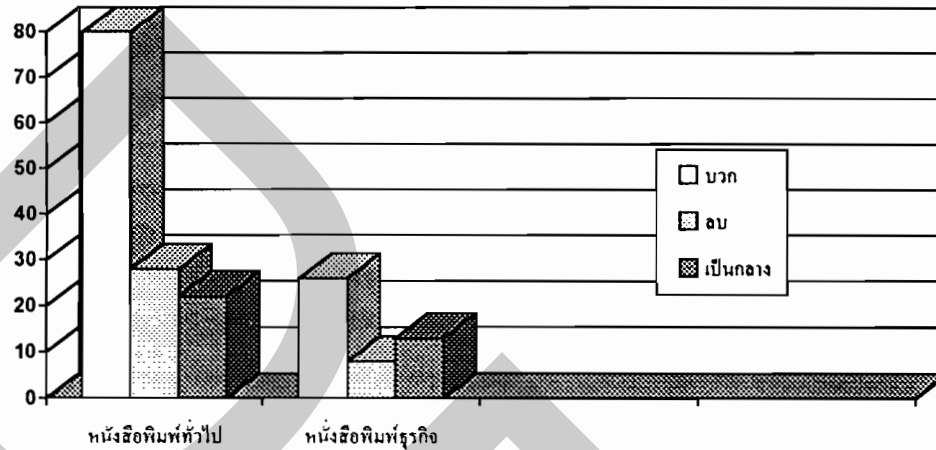
จากตารางที่ 7 เป็นการแสดงทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ 9 ชื่อฉบับ ตั้งแต่ปี 2540 และ 2541 รวม 2 ปี พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาในทิศทางบวกรวมทั้งสิ้นจำนวน 106 ชิ้น ทิศทางลบ รวมทั้งสิ้นจำนวน 36 ชิ้น และทิศทางเป็นกลาง รวมทั้งสิ้นจำนวน 35 ชิ้น โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ทั้งในทิศทางบวก ลบ และเป็นกลาง ตามลำดับ

1. ทิศทางบวก หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในทิศทางบวกมากที่สุดจำนวน 22 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.75 หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณมากเป็นอันดับสองจำนวน 17 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.04 และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีปริมาณมากเป็นอันดับสามจำนวน 16 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 15.09

2. ทิศทางลบ หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในทิศทางลบมากที่สุดจำนวน 14 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 38.89 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีปริมาณรองลงมาจำนวน 8 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 22.22 และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีปริมาณมากเป็นอันดับสามจำนวน 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.11

3. ทิศทางเป็นกลาง หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในทิศทางเป็นกลางมากที่สุดจำนวน 11 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 31.43 หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณรองลงมาจำนวน 7 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 20 และหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์มีปริมาณมากเป็นอันดับสามจำนวน 6 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 17.14

ภาพที่ 6 แสดงปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในช่วง 2 ปี ตั้งแต่ปี 2540 ถึง ปี 2541



จากภาพที่ 6 แสดงให้เห็นภาพรวมปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในช่วง 2 ปี ตั้งแต่ปี 2540 และ ปี 2541 พบว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอทิศทางบวก ลบ และเป็นกลางในปริมาณมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

ตารางที่ 8 แสดงทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในปี 2540 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2540)

| ลำดับ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | บวก | | ลบ | | เป็นกลาง | | รวม | |
|-------|--------------------|--------------|--------|-------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1. | ไทยรัฐ | 3 | 6.25 | - | - | 2 | 22.22 | 5 | 7.35 |
| 2. | เดลินิวส์ | 6 | 12.50 | - | - | - | - | 6 | 8.82 |
| 3. | ข่าวสด | 7 | 14.58 | 2 | 18.18 | - | - | 9 | 13.23 |
| 4. | มติชน | 8 | 16.67 | 4 | 36.36 | 1 | 11.11 | 13 | 19.12 |
| 5. | สยามรัฐ | 10 | 20.83 | - | - | 3 | 33.33 | 13 | 19.12 |
| 6. | ไทยโพสต์ | 2 | 4.17 | 1 | 9.09 | - | - | 3 | 4.41 |
| | รวม | 36 | 75 | 3 | 63.63 | 6 | 66.66 | 49 | 72.05 |
| | หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 4 | 8.33 | - | - | - | - | 4 | 5.88 |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 1 | 2.08 | - | - | - | - | 1 | 1.47 |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 7 | 14.58 | 4 | 36.36 | 3 | 33.33 | 14 | 20.59 |
| | รวม | 12 | 25 | 4 | 36.36 | 3 | 33.33 | 19 | 27.94 |
| | รวมทั้งหมด | 48 | 100 | 11 | 100 | 9 | 100 | 68 | 100 |

จากตารางที่ 8 เป็นการแสดงทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรม ในปี 2540 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2540) สรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ไทยทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีทิศทางการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 3 ทิศทาง คือ ทิศทางบวกรวมทั้งสิ้น จำนวน 48 ชิ้น ลบ รวมทั้งสิ้นจำนวน 11 ชิ้น และเป็นกลางรวมทั้งสิ้น จำนวน 9 ชิ้น ดังนี้

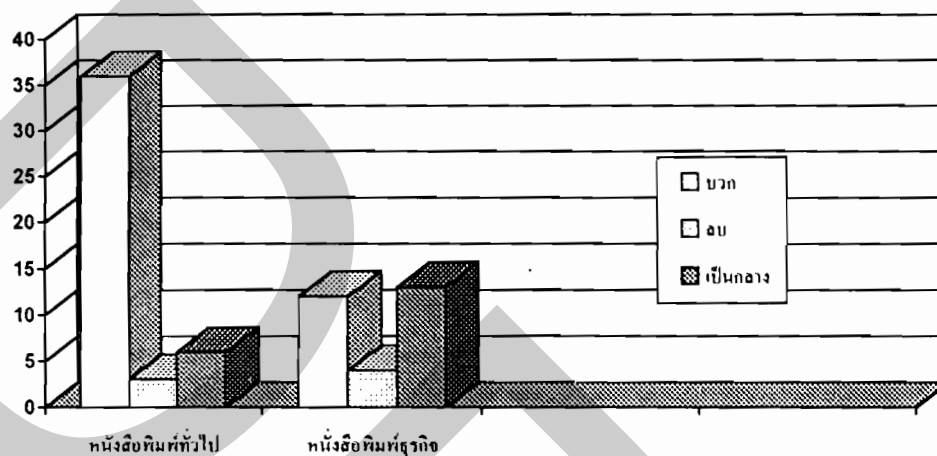
หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอในทิศทางบวกรวมทั้งสิ้นจำนวน 36 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 75 ทิศทางลบ รวมทั้งสิ้นจำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 63.63 ทิศทางเป็นกลางรวมทั้งสิ้นจำนวน 9 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 66.66 ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอในทิศทางบวกรวมทั้งสิ้นจำนวน 12 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 25 ทิศทางลบ รวมทั้งสิ้นจำนวน 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 36.36 ทิศทางเป็นกลางรวมทั้งสิ้น จำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 33.33

1. ทิศทางบวก พบว่า หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในทิศทางบวกมากที่สุดจำนวน 10 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 20.83 หนังสือพิมพ์มติชนมีปริมาณมากเป็นอันดับรองลงมา จำนวน 8 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.67 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ข่าวสด มีปริมาณมากเป็นอันดับสาม ในจำนวนที่เท่ากัน คือ 7 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 14.58 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีปริมาณน้อยที่สุด จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.08

2. ทิศทางลบ พบว่า มีหนังสือพิมพ์จำนวน 4 ชื่อฉบับ ที่นำเสนอเนื้อหาในทิศทางลบ โดยหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์มติชน มีการนำเสนอในจำนวนที่เท่ากันมากที่สุด คือ 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 36.36 หนังสือพิมพ์ข่าวสด และหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ จำนวน 2 และ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ 9.09 ตามลำดับ

3. ทิศทางเป็นกลาง พบว่า มีหนังสือพิมพ์จำนวน 4 ชื่อฉบับ ที่นำเสนอเนื้อหาในทิศทางเป็นกลาง โดยหนังสือพิมพ์สยามรัฐ และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุด จำนวน 3 ชิ้นเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.33 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีปริมาณการนำเสนอเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 22.22 และหนังสือพิมพ์มติชน มีการนำเสนอเป็นอันดับที่สาม จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.11

ภาพที่ 7 แสดงปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม
ในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในปี 2540



จากภาพที่ 7 แสดงให้เห็นภาพรวมปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในปี 2540 พบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอทิศทางการบวก และเป็นกลางในปริมาณมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ แต่มีปริมาณการนำเสนอทิศทางการลบน้อยกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ แสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจให้ความสำคัญและสนใจในการนำเสนอทิศทางการลบมากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป

ตารางที่ 9 แสดงทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ในปี 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2540 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541)

| ลำดับ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | บวก | | ลบ | | เป็นกลาง | | รวม | |
|--------------------|------------------|--------------|--------|--------------|--------|--------------|--------|--------------|--------|
| | | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ |
| หนังสือพิมพ์ทั่วไป | | | | | | | | | |
| 1. | ไทยรัฐ | 19 | 31.58 | 4 | 16.00 | 1 | 3.85 | 24 | 22.02 |
| 2. | เดลินิวส์ | 5 | 8.77 | 2 | 8.00 | 1 | 3.85 | 8 | 7.34 |
| 3. | ข่าวสด | 3 | 5.26 | 1 | 4.00 | 2 | 7.69 | 6 | 5.50 |
| 4. | มติชน | 9 | 15.79 | 10 | 40.00 | 6 | 23.08 | 25 | 22.94 |
| 5. | สยามรัฐ | 2 | 3.51 | 3 | 12.00 | - | - | 5 | 4.59 |
| 6. | ไทยโพสต์ | 6 | 10.53 | 1 | 4.00 | 6 | 23.08 | 13 | 11.93 |
| รวม | | 44 | 75.44 | 21 | 84.00 | 16 | 61.54 | 81 | 74.31 |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 3 | 5.26 | - | - | 2 | 7.69 | 5 | 4.59 |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 2 | 3.51 | - | - | - | - | 2 | 1.83 |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 9 | 15.79 | 4 | 16.00 | 8 | 30.77 | 21 | 19.27 |
| รวม | | 14 | 24.56 | 4 | 16.00 | 10 | 38.46 | 28 | 25.69 |
| รวมทั้งหมด | | 58 | 100 | 25 | 100 | 26 | 100 | 109 | 100 |

จากตารางที่ 9 เป็นการแสดงทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ในปี 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2540 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) สรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ไทยทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีทิศทางการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 3 ทิศทาง คือ ทิศทางบวกรวมทั้งสิ้น จำนวน 58 ชิ้น ลบ รวมทั้งสิ้นจำนวน 25 ชิ้น และเป็นกลางรวมทั้งสิ้น จำนวน 26 ชิ้น ดังนี้

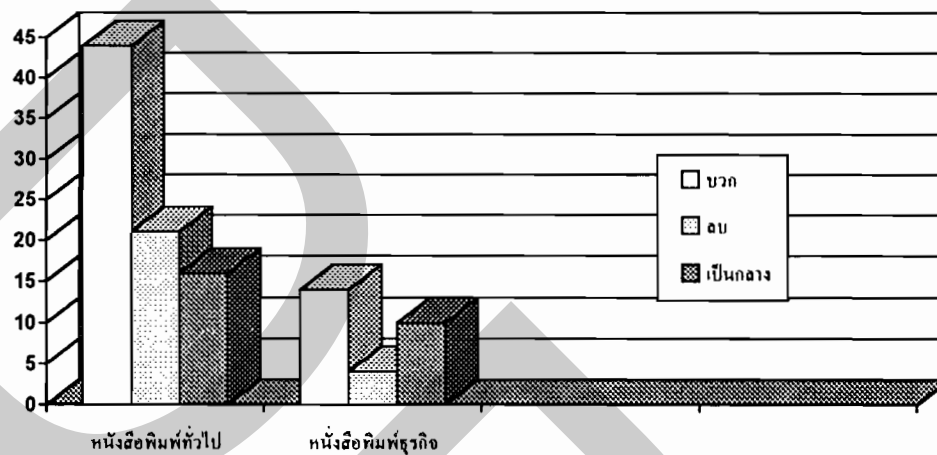
หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีการนำเสนอในทิศทางบวกรวมทั้งสิ้นจำนวน 44 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 75.44 ทิศทางลบ รวมทั้งสิ้นจำนวน 21 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 84 ทิศทางเป็นกลางรวมทั้งสิ้นจำนวน 16 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 61.54 ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอในทิศทางบวกรวมทั้งสิ้นจำนวน 14 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 24.56 ทิศทางลบ รวมทั้งสิ้นจำนวน 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16 ทิศทางเป็นกลางรวมทั้งสิ้น จำนวน 10 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 38.46

1. ทิศทางบวก พบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในทิศทางบวกมากที่สุดจำนวน 19 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 31.58 หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณมากเป็นอันดับรองลงมา จำนวนเท่ากัน คือ 9 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 15.79 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มีปริมาณมากเป็นอันดับสาม จำนวน 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 8.77 หนังสือพิมพ์สยามรัฐ และหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีปริมาณน้อยที่สุด จำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 3.51

2. ทิศทางลบ พบว่า มีหนังสือพิมพ์จำนวน 7 ชื่อฉบับ ที่นำเสนอเนื้อหาในทิศทางลบ โดยหนังสือพิมพ์มติชน มีการนำเสนอจำนวนมากที่สุด 10 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 40 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีปริมาณมากเป็นอันดับรองลงมา จำนวน 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.00 หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีปริมาณมากเป็นอันดับสาม จำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12 หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ และหนังสือพิมพ์ข่าวสด มีปริมาณน้อยที่สุด จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 4

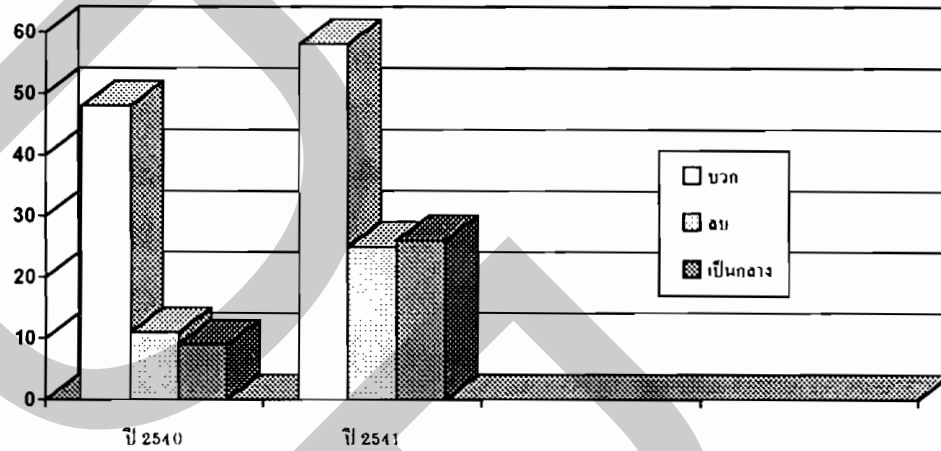
3. ทิศทางเป็นกลาง พบว่า หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาในทิศทางเป็นกลางมากที่สุดจำนวน 8 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 30.77 หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ มีการนำเสนอในปริมาณเท่ากันจำนวน 6 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 23.08 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ และหนังสือพิมพ์ข่าวสด มีปริมาณมากเป็นอันดับรองลงมา จำนวนเท่ากัน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 7.69 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มีปริมาณน้อยที่สุดจำนวน 1 ชิ้นเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.85

ภาพที่ 8 แสดงปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม
ในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในปี 2541



จากภาพที่ 8 แสดงให้เห็นภาพรวมปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในปี 2541 พบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอทิศทางการรวม ลบ และเป็นกลางในปริมาณมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

ภาพที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม
 ในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ
 ระหว่างปี 2540 และ 2541



จากภาพที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบภาพรวมปริมาณทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ระหว่างปี 2540 และ ปี 2541 พบว่า ปี 2541 มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นทั้งในทิศทางบวก ลบ และเป็นกลาง โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไปมีปริมาณเพิ่มขึ้นมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจทั้งทิศทางบวก ลบ และเป็นกลาง

1.4 ประเด็นเรื่องราวที่ได้รับการตีพิมพ์

ผู้วิจัยได้ยกเนื้อหาบางส่วนที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ตั้งแต่ปี 2540 ถึง ปี 2541 (วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) รวม 2 ปี ในประเด็นต่าง ๆ ที่วิเคราะห์ผลให้เห็นได้ทั้งแนวคิดที่สนับสนุนแนวคิดหลัก (Theme) ประเด็นเรื่องราวข่าวในเชิงบวก ลบ และเป็นกลาง อันได้แก่ การดำเนินงานนโยบายขององค์การเภสัชกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพร การร่วมลงทุน บทบาทภาระหน้าที่ การเผยแพร่ความรู้เรื่องยา การช่วยเหลือสังคม การทุจริตยา ปรากฏผล ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การประชาสัมพันธ์องค์กร หรือเสนอข่าวความเคลื่อนไหว

ผลปรากฏว่า มีการนำเสนอในประเด็นนี้ในลักษณะที่เป็นบวกเป็นส่วนใหญ่
ข่าวเชิงบวก

ตัวอย่าง : ข่าว “ก้าวใหม่ขององค์การเภสัชกรรม กับ ISO 9002”

หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 10 ธันวาคม 2540

“.....เป็นที่น่ายินดีสำหรับองค์การเภสัชกรรม รัฐวิสาหกิจแห่งเดียวของกระทรวงสาธารณสุขที่ได้รับรองคุณภาพ ISO 9002 ในหมวดยาจัด จัดเป็นโรงงานผลิตยาแห่งแรกของประเทศไทย...ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจ คุณภาพและการบริการต้องได้มาตรฐานทั้งก่อนและหลังการขาย ภาพลักษณ์ของหน่วยงานต้องเป็นที่ยอมรับเชื่อถือในวงกว้าง องค์การเภสัชกรรมแม้จะเป็นรัฐวิสาหกิจ แต่การดำเนินงานในการผลิตเวชภัณฑ์ยาเพื่อรองรับปัญหาสาธารณสุขของประเทศเป็นเรื่องสำคัญมาก ดังนั้น ออก. จึงตัดสินใจนำระบบคุณภาพ ISO 9002 มาใช้ในระบบงานซึ่งจากเดิมได้รับการรับรองการผลิตยาตามมาตรฐาน GMP จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.....ซึ่งจะส่งผลในด้านความเชื่อถือขององค์การเภสัชกรรมในตลาดการค้าเสรีที่จะต้องขยายการดำเนินงานเพื่อแข่งขันกับภาคเอกชนในอนาคตอันใกล้นี้ โดยมีนโยบายคุณภาพ 4 ประการ คือ 1) มีคุณภาพสม่ำเสมอ ราคายุติธรรม 2) เป็นที่ยอมรับของลูกค้า 3) ให้ลูกค้าพอใจในบริการ ทั้งปริมาณ และคุณภาพ และ 4) ได้มาตรฐานระดับสากล....”

ตัวอย่าง : ข่าว “ไฟเขียว “มินิมาร์ต” ขยายประจำบ้าน” หนังสือพิมพ์มติชน วันที่

24 มีนาคม 2541

“...ผ.อ. แถลงว่าเพื่อให้ประชาชนได้รับยาคุณภาพมาตรฐาน ราคายุติธรรม เพื่อนำไปใช้ดูแลตนเอง ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อเจ็บป่วยเริ่มต้น ออก. จึงร่วมมือกับบริษัท เอเอ็ม พีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด นำยาสามัญประจำบ้านที่ใช้กันทั่วไป เช่น ยาที่ใช้กับระบบทางเดินอาหาร ทางเดิน

หายใจ ยาแก้ปวดลดไข้ ยาแก้ไอ ยาแก้แพ้ ยาหยอดตา วิตามิน และยาใช้ภายนอก รวม 25 รายการ ไปวางจำหน่ายในร้านเอเอ็มพีเอ็มในย่านชุมชน 30 สาขาทั้งนี้ได้อบรมผู้จัดการร้านให้มีความรู้พื้นฐานในเรื่องการใช้ยาเพื่อแนะนำความรู้แก่ผู้บริโภคให้ใช้ยาได้อย่างถูกต้องด้วย”

ตัวอย่าง : ข่าว “องค์การเภสัชฯ ก้าวหน้าทำผ้าปิดจมูกขาย” หนังสือพิมพ์มติชน
วันที่ 29 กรกฎาคม 2541

“...อก. ร่วมกับบริษัท ไอร์ส คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้ผลิตและจำหน่ายผ้าปิดจมูก “ซาลัส” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย แต่มีคุณภาพเทียบเท่ากับต่างประเทศและเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศ ลดการนำเข้าจากต่างประเทศ ช่วยประหยัดตามนโยบายของรัฐบาล ผ้าปิดจมูกซาลัสนี้ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)แล้วว่า มีคุณสมบัติสามารถกรองฝุ่นเล็กได้ถึง 2.9 ไมครอน และสามารถป้องกันเชื้อแบคทีเรียได้ถึง 97.03% ทั้งยังมีน้ำหนักเบา สามารถปรับให้โค้งรับกับสันจมูกผู้ใช้ได้ และเศษวัสดุภายหลังการใช้งานแล้ว จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายให้กับสถานะสิ่งแวดล้อม”

ตัวอย่าง : บทความ คอลัมน์ประจำ “ห่วงใยใส่ใจคุณ” “ของขวัญในยุคประหยัด”
หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 26 ธันวาคม 2540

“...การเลือกของขวัญในภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่เช่นนี้ ควรจะต้องคำนึงถึงการประหยัดตัวของขวัญที่จะซื้อหาควรเป็นของที่ผลิตในประเทศ ซึ่งขณะนี้ก็มีหน่วยงานของรัฐและเอกชนผลิตออกมาจำหน่ายเป็นจำนวนมาก เหมาะที่จะมอบเป็นของขวัญของฝากแก่ผู้ใหญ่และบุคคลสูงอายุ เป็นของขวัญที่มีค่า บ่งบอกถึงความรักความห่วงใยในสุขภาพของคนที่เรารัก ขณะนี้องค์การเภสัชกรรม ได้ผลิตและจำหน่ายของขวัญชุด “ขวัญชีวา” ประกอบด้วยสมุนไพร และยาแผนปัจจุบัน ได้แก่ ยาอมแก้ไอมะแว้ง น้ำยาบ้วนปากจากใบฝรั่ง ครีมโพลีชีซาล (บรรเทาอาการปวดเมื่อย ปวดบวมจากกล้ามเนื้ออักเสบ เคล็ดขัดยอก ฟกช้ำ) โลชั่นตะไคร้หอมทาป้องกันยุงกัด ครีมพลูจินอน รักษาโรคผิวหนังจากเชื้อรา ...”

ประเด็นที่ 2 นโยบายขององค์การ เช่น ตรึงราคาขายในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

ผลปรากฏในประเด็นนี้พบว่า มีการนำเสนอในลักษณะที่เป็นกลางและบวกเป็นส่วนใหญ่ ข่าวเชิงเป็นกลาง

ตัวอย่าง : ข่าว “องค์การเภสัชฯ ยืนยันไม่ปรับราคาขายขึ้น” หนังสือพิมพ์มติชน วันที่
14 ตุลาคม 2540

“...แม้ว่าการการค้าภายในจะประกาศให้ยาแผนปัจจุบันเป็นสินค้าจำเป็น สามารถปรับราคาได้ตั้งแต่ 0.02-18.89% แต่ทางองค์การเภสัชกรรมยังไม่มียุทธศาสตร์นโยบายขึ้นราคาขายในขณะนี้ เพราะวัตถุดิบที่สั่งซื้อมาในช่วงที่ราคายังไม่ได้ปรับยังมีอีกเป็นจำนวนมาก ประกอบกับองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงสาธารณสุขจึงต้องตรึงราคาออกไปจนกว่าวัตถุดิบจะหมด ส่วนเอกชนมีความจำเป็นจะต้องปรับราคาขายไปก่อน โดยต้องขึ้นอยู่กับราคากลางที่กำหนด โดยกระทรวงสาธารณสุขและกรมการค้าภายใน...”

ตัวอย่าง : ข่าวก่อน “ องค์การเภสัชฯ ยัน ไม่ขึ้นราคาขาย ” หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 3 กันยายน 2540

“.....จากการประเมินผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทลอยตัวจะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น โดยในด้านของวัตถุดิบอุปกรณ์การบรรจุที่ใช้ในการผลิตยาประมาณ 80% ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ กรณีค่าเงินบาทอยู่ที่ระดับดอลลาร์ละ 30 บาท ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น 20-25% ส่วนต้นทุนการผลิตด้านอื่น เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าขนส่ง จะสูงขึ้นประมาณ 5-10% คิดเป็นจำนวนเงินของต้นทุนการผลิตสูงขึ้นประมาณ 200-250 ล้านบาท ในปีงบประมาณ 2541 ส่วนกรณีของการปรับอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม ทำให้องค์การเภสัชกรรมมีนโยบายที่จะขึ้นราคาขายขององค์การเภสัชกรรมทุกรายการไว้ในราคาเดิมในช่วงเวลานี้ โดยจะรับภาระค่าใช้จ่ายไว้จนถึงที่สุด นอกจากนี้ จะเน้นการวิจัยและพัฒนายาที่อาศัยวัตถุดิบภายในประเทศเพื่อลดการบริโภคนำเข้าจากต่างประเทศ”

ตัวอย่าง : ข่าวก่อน “ เภสัชฯ ยัน แวดแพ่งแต่ยังไม่ขึ้นราคา ” หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ วันที่ 6 กันยายน 2540

“...การปรับอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มเป็น 10% ซึ่งเดิมองค์การเภสัชกรรมรับภาระแทนผู้บริโภค 7% มาตั้งแต่ปี 2535 ถ้าต้องรับภาระเพิ่มขึ้นอีก 3% จะทำให้องค์การเภสัชกรรมมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 8 ล้านบาทต่อเดือน.....องค์การเภสัชกรรมตระหนักในภาระกิจในการรักษาระดับราคาขายและคุ้มครองผู้บริโภค จึงมีนโยบายที่จะขึ้นราคาขายขององค์การเภสัชกรรมทุกรายการไว้ในราคาเดิมในช่วงเวลานี้ โดยจะรับภาระค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นไว้จนถึงที่สุด เพื่อมิให้สถานบริการสาธารณสุขและประชาชนได้รับความเดือดร้อนจากผลกระทบด้านราคาขายที่สูงขึ้น”

ข่าวเชิงบวก

ตัวอย่าง : ข่าวก่อน “ อภ. ปรับสู่ โสลด คอปานี พร้อมร่วมทุนเอกชนผลิตยา ” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 26 ตุลาคม 2539

“องค์การเภสัชกรรม ปรับองค์การสู่ระบบธุรกิจ เตรียมพร้อมนำองค์กรไปเป็น “โพลีคิง คอมพานี” ในการร่วมทุนผลิตยากับเอกชน นำระบบ “บาโค้ด” เข้ามาใช้ วางเป้าตั้งคลังเก็บยาทุกภูมิภาค รองรับคำสั่งซื้อยาด้วยระบบออนไลน์ พร้อมตั้งศูนย์สิทธิบัตรให้ความรู้ด้านยาแก่หน่วยงานรัฐ เอกชน และบุคคลทั่วไป.....นำระบบ ISO 9002 เข้ามาพัฒนาองค์กร และแนวทางใหม่ ๆ ออก. จะเป็นผู้ประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจยา แลกเปลี่ยนการศึกษาดูงาน และสนับสนุนโรงงานผลิตยาให้ได้มาตรฐานที่ดีในการผลิต (จีเอ็มพี) เพื่อแข่งขันกับธุรกิจยาต่างประเทศได้...”

ประเด็นที่ 8 ผลงานวิจัยและพัฒนา เช่น ยาสมุนไพรเกี่ยวกับโรคเอดส์

ผลปรากฏในประเด็นนี้พบว่า มีการนำเสนอในลักษณะที่เป็นบวกและเป็นกลาง เป็นส่วนใหญ่
ข่าวเชิงบวก

ตัวอย่าง : ข่าว “องค์การเภสัชฯ เตรียมถวาย “ในหลวง” สูตรสมุนไพรรักษาเอดส์”

หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 10 ธันวาคม 2540

“...ที่ผ่านมา ออก. ได้คิดค้นสมุนไพรเพื่อรักษาโรคเอดส์ โดยทำเป็นสองรูปแบบ แบบแรกรักษาอาการแทรกซ้อนในผู้ป่วยเอดส์ โดยใช้พลูเป็นตัวนำเชื้อราและแบคทีเรีย ใช้ใบฝรั่งฆ่าเชื้อในปากและแก้ท้องเสีย พญาขอ ใช้รักษาอาการแทรกซ้อนบางชนิด และใช้เห็ดหลินจือเพิ่มภูมิคุ้มกันของร่างกาย ส่วนรูปแบบที่สองใช้สมุนไพรฆ่าเชื้อเอชไอวีโดยใช้สารสกัดโปรตีนจากผลมะระจีนและมะระขี้นก และทดลองใช้ยาสมุนไพรผสมนี้กับผู้ป่วยในภาคเหนือมาแล้วกว่า 10,000 คน ปรากฏว่าได้ผลดีเกือบ 100% ทำให้คุณภาพชีวิตผู้ป่วยเอดส์ดีขึ้นมาก องค์การเภสัชกรรมได้นำไปจดสิทธิบัตรยาในประเทศไทยแล้ว รวมทั้งยื่นขอจดสิทธิบัตรในสหรัฐ อยู่ระหว่างรอสิทธิบัตรอยู่ ถ้าเรียบร้อยจะนำไปจดสิทธิบัตรในยุโรปต่อไป....ออก. ยังทำเรื่องทูลเกล้าฯ ถวายตัวสูตรตำรับสมุนไพรดังกล่าว แด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในราวปี 2541 ...ทรงสนพระทัยมากเคยสอบถามความคืบหน้าของการคิดค้นซึ่งประสบความสำเร็จของภูมิปัญญาไทย....”

ตัวอย่าง : ข่าว “พบ 4 สมุนไพร ชะลอเอดส์ องค์การเภสัชฯ ทำขาย”

หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 22 ธันวาคม 2539

“คิดเชื้อเอชไอวีเริ่มมีความหวัง องค์การเภสัชฯ ประสบผลสำเร็จพบ 4 สมุนไพร รักษาอาการแทรกซ้อนของเอดส์ได้...องค์การเภสัชกรรม ได้ทำการวิจัยสมุนไพรเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ในร่างกายให้กับผู้ติดเชื้อเอชไอวี และลดอัตราการติดเชื้ออวัยวะ ได้แก่ การติดเชื้อราในช่อง

ปาก อาการท้องเสีย วัณโรคปอด โรคผิวหนัง หรือการติดเชื้อที่ผิวหนัง เป็นต้น ..สมุนไพร 4 รายการ ได้แก่ 1) เห็ดหลินจือ โดยเห็ดหลินจือถือเป็นเห็ดที่พบสายพันธุ์ในประเทศไทยซึ่งองค์การเภสัชฯ ผลิตเป็นชนิดเม็ด ชาชงเป็นถุง ชนิดผง เครื่องดื่มกระป๋อง 2) พลูจินอล สามารถฆ่าเชื้อราได้หลายชนิด รักษาอาการคัน 3) ไบโอฟรังก์ สกัดเป็นยาอมบ้วนปาก พิสูจน์แล้วว่าสามารถฆ่าเชื้อในปากได้ และชนิดแคปซูลแก้ท้องเสีย ได้ทดลองในโรงพยาบาลลำพูน เชียงใหม่และเชียงราย พบว่าได้ผลดีมาก และ4) มะระ กำลังทำการวิจัยสกัดโปรตีนออกมาจากผล มีฤทธิ์ยับยั้งการเพิ่มจำนวนเชื้อเอชไอวีในร่างกายยาเอแซดที ขององค์การเภสัชกรรม ที่ใช้ชะลอการขยายตัวของเชื้อเอชไอวีนั้น มีการวิจัยเพื่อผลิตเป็นยา แผนปัจจุบัน 2 รายการ คือ เอแซดที และดีดีไอ คาดว่าในปี 2540 นี้ จะสามารถผลิตได้ทุกรายการที่วิจัย โดยองค์การเภสัชกรรมมีโครงการที่จะพัฒนาเป็นอุตสาหกรรม เพื่อช่วยผู้ติดเชื้อเอชไอวีในประเทศไทยซึ่งมีกว่า 800,000 คน ชะลอการป่วยออกไปให้นานที่สุด”

ประเด็นที่ 4 การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ

ผลปรากฏในประเด็นนี้พบว่า มีการนำเสนอในลักษณะที่เป็นลบและบวก

ข่าวเชิงลบ

ตัวอย่าง : ข่าว “สธ. ฉาวอีก องค์การเภสัชฯ เร่งทำสัญญาตั้งบริษัทผลิตวัคซีน
ทำไทยเสียเปรียบ” หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 3 กันยายน 2540

“...พนักงานองค์การเภสัชกรรม เข้าพบผู้อำนวยการ อภ. เพื่อขอให้ชี้แจงถึงเหตุผลที่รีบร้อนลงนามตั้งบริษัทร่วมทุนผลิตวัคซีน ระหว่างอภ. กับบริษัทปาสเตอร์เมอร์เออร์ ซีรัมประเทศฝรั่งเศส เนื่องจากพบว่าสัญญาที่จะทำนั้น ประเทศไทยเสียเปรียบหลายข้อ อาทิ อภ. ต้องนำหัวเชื้อวัคซีนมาจากต่างประเทศมาปิดฉลากขายในไทย ซึ่งหมายถึงต้องสั่งซื้อจากบริษัทปาสเตอร์โดยเฉพาะ อีกทั้งในร่างสัญญาไม่ระบุระยะเวลาการสร้างโรงงานให้แล้วเสร็จก่อนจะเริ่มผลิตวัคซีน จึงเป็นเหตุให้ต้องสั่งซื้อโดยการนำเข้า...ที่สำคัญข้อเสียของการทำสัญญาเป็นการผูกขาดการจัดซื้อวัคซีนจากบริษัทนี้แห่งเดียว จึงเป็นปัญหาในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและโอกาสผลิตวัคซีนใหม่ ๆ ขึ้นมา ศักยภาพการวิจัยที่ไทยไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในยามฉุกเฉินเพราะต่างชาติผูกขาดและยังทำให้ไทยเสียดุลการค้า...ยังมีปัญหาแอบแฝงในการลงทุน ซึ่งตัวเลขการลงทุนระบุว่าใช้เงิน 300 ล้านบาท จุดคุ้มทุน 8 ปี เป็นตัวเลขไม่จริงเพราะเงินลงทุนจริง 750 ล้านบาท ต้องใช้เวลามากกว่า 10 ปี จึงจะคุ้มทุน อภ. ถือหุ้น 49% บริษัทฯ 49% และทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ 2%”

ตัวอย่าง : ข่าว “สาธารณสุขยุค ‘หมึก’ ทำจาวอีก ปล่อยฝรั่งหลอกขายยาคนไทย”
หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ วันที่ 2 กันยายน 2540

“...การร่วมทุนในการผลิตวัคซีนใช้เองภายในประเทศระหว่างองค์การเภสัชกรรม กับ บริษัท Pasteur Merieux จำกัด และทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยจะถือหุ้นคนละ 49% 49% และ 2% ตามลำดับ ในนาม JVC (Joint Venture Vaccines Limit) เป็นเวลา 8 ปี ตามมติคณะรัฐมนตรีเพื่อผลิตวัคซีนใช้กันเองภายในประเทศในวงเงินงบประมาณ 300 ล้านบาท ส่อแววมีปัญหา เนื่องจากองค์การเภสัชกรรมเสียเปรียบอย่างมาก แต่ผู้ใหญ่ในกระทรวงสาธารณสุขกลับมีหนังสือเร่งรัดให้มีการลงนามในสัญญาร่วมทุนภายในสิ้นเดือนกันยายน....พฤติกรรมดังกล่าวเป็นการกระทำเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตัวเองของปลัดกระทรวง และกลุ่มข้าราชการเกษียณอายุขององค์การเภสัชกรรม โดยข้อสัญญาดังกล่าวนั้นเปิดช่องให้ JVC ไม่จำเป็นต้องตั้งโรงงานผลิตวัคซีนขึ้นในประเทศโดยสามารถใช้บริการนำเข้าวัคซีนสำเร็จรูปที่ยังไม่ปิดฉลาก เข้ามาปิดฉลากจำหน่ายภายในประเทศได้ รวมทั้งยังสามารถจ้างโรงงานยาอื่นผลิตยาให้ได้.....ส่งผลให้องค์การเภสัชกรรมหมดสิทธิ์ในการขายยาให้แก่กรมควบคุมโรคติดต่อ และหน่วยงานราชการต่าง ๆ ทั้งนี้เพราะสัญญายังอนุญาตให้ JVC ผูกขาดการค้าวัคซีนในตลาดภาครัฐไทยเป็นเวลา 8 ปี หลังจากมีการเซ็นสัญญา ซึ่งผิดวัตถุประสงค์การร่วมทุนที่ตั้งอากรให้มีการพัฒนาการผลิตวัคซีนเพื่อใช้ในประเทศโดยองค์การเภสัชกรรม...”

ข่าวเชิงบวก

ตัวอย่าง : ข่าว “องค์การเภสัชกรรมหน่วยผลิตยามาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข”
หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2541

“.....องค์การเภสัชกรรมมีการลงทุนร่วมกับภาคเอกชน 6 บริษัท ในการผลิตยาและเวชภัณฑ์ ได้แก่ ยาฉีดเข้าเส้น น้ำเกลือ ยาปฏิชีวนะ น้ำตาลเด็กซ์โตรส เครื่องมือแพทย์ วัคซีนโรคภูมิแพ้ และยาจากสมุนไพร.....และวางเป้าหมายขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า กัมพูชา เวียดนาม อินโดนีเซียและจีน พร้อมทั้งเตรียมแต่งตั้งบริษัทยาในประเทศคู่ค้าเป็นตัวแทนจำหน่ายหรือจัดตั้งสาขาขึ้นในแต่ละประเทศเพื่อดำเนินงานด้านการตลาด และจะทำให้การส่งออกคล่องตัวและประสิทธิภาพมากขึ้น”

ตัวอย่าง : บทความ “องค์การเภสัชฯ จับมือ 6 บริษัทใหญ่ ผลิตยาแข่งกับต่างประเทศ” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 3 มกราคม 2540

“.....ปัจจุบันประเทศไทยต้องพึ่งพาต่างประเทศในด้านเกือบทั้งหมด ทำให้ระบบขาของประเทศไทยอยู่ในลักษณะพึ่งตนเองไม่ได้ รวมทั้งยังต้องเผชิญกับกระแสกดดันทางการค้าระหว่างประเทศ และสิทธิบัตร ส่งผลกระทบโดยตรงและรุนแรงต่อระบบขาภายในประเทศ องค์การเภสัชกรรมจึงเร่งระดมสรรพกำลัง และทรัพยากรร่วมกับภาคเอกชนและหน่วยงานอื่น ๆ ในการฟื้นฟูและปรับปรุงระบบอุตสาหกรรมยาอย่างจริงจัง เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้โดยเร็วที่สุด ให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมยากับต่างประเทศได้ โดยขณะนี้ องค์การเภสัชกรรมได้ร่วมลงทุนกับภาคเอกชน 6 บริษัท ในการผลิตยาทั้งยาแผนปัจจุบันและสมุนไพร รวมทั้งเวชภัณฑ์มีมูลค่าการลงทุนกว่า 140 ล้านบาท อันจะเป็นการเปิดประตูตลาดยาและเวชภัณฑ์ของประเทศให้กว้างขวางขึ้น...”

ตัวอย่าง : บทความ “องค์การเภสัชกรรมกับสมุนไพรไทย” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 6 กรกฎาคม 2540

“.....องค์การเภสัชกรรม ไม่ได้ผลิตยาแผนปัจจุบันจากสมุนไพรทุกรายการที่วิจัยได้ แต่จะผลิตยาและอาหารเสริมบางรายการเท่านั้น ส่วนเครื่องสำอางทั้งหมดมีบริษัทร่วมทุนเป็นผู้ผลิต....นอกจากนี้ องค์การเภสัชกรรม ยังพยายามกระจายผลการวิจัยให้คนไทยรู้จัก และมีโอกาสเลือกใช้ได้มากขึ้น โดยร่วมมือกับเอกชน 7 ราย คือ ประสิทธิ์พัฒนา ลีอกซ์เลย์ ธนาकारไทย พาณิชย์ สหพัฒน์พิบูล ไทยคอม เครื่องหอมไทยจีน ไทยนครพัฒนา โดยตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ “บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย จำกัด...”

ตัวอย่าง : ข่าว “อก. สยายปีกร่วมทุนพม่า-ลาว ตั้งโรงงานผลิตยาในบัญชียาหลัก” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 11 ธันวาคม 2540

“ องค์การเภสัชกรรมเตรียมร่วมทุนกับพม่าและลาว ตั้งโรงงานผลิตยา โดยองค์การเภสัชกรรมจะร่วมมือกับภาคเอกชนภายในประเทศที่วัตถุประสงค์ผลิตยาสำเร็จรูปซึ่งจะเน้นยาที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ เพราะเป็นยาพื้นฐานที่มีสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกันและมีความต้องการดังกล่าวเหมือนกัน.....”

ตัวอย่าง : ข่าว “ผูกโรงงานผลิตวัคซีนแก้โรคมุมิแพ้ในไทย” หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ วันที่ 18-19 ธันวาคม 2539

“องค์การเภสัชกรรม ร่วมทุนกับกลุ่มนายแพทย์ บริษัทฯ โรงพยาบาลของรัฐและ

เอกชน และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เพื่อก่อสร้างโรงงานผลิตวัคซีนโรคมูมิแพ้ที่นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภายใต้ชื่อ บริษัท ทริยสเตท แอลเลอร์ยี (ไทยแลนด์) จำกัด ขณะนี้มีรายการยาที่อยู่ระหว่างการขอขึ้นทะเบียนยากว่า 200 รายการ องค์การสนับสนุนยากว่า 100 รายการบรรจุเข้าในบัญชียาหลักแห่งชาติ ถ้าเข้าได้ก็สามารถจำหน่ายให้โรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ซึ่งคาดว่าจะยอดขายจะเพิ่มขึ้นปีละ 50 ล้านบาททุกปี ทำให้ประเทศไทยประหยัดค่าใช้จ่ายจากการนำเข้าวัคซีนจากต่างประเทศได้มากถึง 10-30 เท่า...”

ประเด็นที่ 5 บทบาทภาระหน้าที่ขององค์การเภสัชกรรม

ผลปรากฏในประเด็นนี้พบว่า มีการนำเสนอในลักษณะที่เป็นบวก ลบ และเป็นกลาง
ข่าวเชิงบวก

ตัวอย่าง : บทความ “องค์การเภสัชกรรม ขุมทรัพย์ใหม่ที่นำจับตา”

หนังสือพิมพ์สยามรัฐ วันที่ 9 มกราคม 2540

“...เป็นรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นการร่วมทุนกันระหว่างรัฐบาลกับเอกชน ถือคำขวัญที่ว่า “รับผิดชอบชีวิต ผลิตยาคุณภาพ” และถือสโลแกนที่ว่า “ยิ้มจริงใจใฝ่คุณธรรม นำเชิงรุก ปลุกศรัทธา มาเป็นทีม” องค์การเภสัชกรรม ทำหน้าที่ผลิตยาทุกประเภทเท่าที่จะผลิตได้เพื่อส่งป้อนให้กับโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน และห้างร้านต่าง ๆ ... ดำเนินการเชิงรุกในทางตลาดด้วยการส่งยาออกไปจำหน่ายให้กับประเทศเพื่อนบ้านอีกส่วนหนึ่ง ปีหนึ่ง ๆ สามารถสร้างรายได้ถึงปีละ 700 ถึง 800 ล้านบาท....”

ตัวอย่าง : ข่าว “องค์การเภสัชฯ ปรับสูตรสู้ยานอก”

หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 29 ตุลาคม 2539

“...ในส่วนของการตลาดจะตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดโดยตรงเพื่อบริการลูกค้า ขยายการใช้ระบบ บาร์โค้ด และ POS ตู้ร้านค้าปลีกทุกแห่ง โดยขยายสาขาภาคให้เป็นคลังภาคเพื่อส่งยาในส่วนภูมิภาคได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ พร้อมนำคอมพิวเตอร์ออนไลน์มาใช้ในการสั่งซื้อ...ร่วมทุนกับภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศผลิตยาและวัตถุดิบในการทำยาเพื่อลดการนำเข้าจากต่างประเทศ และขยายตลาดไปประเทศใกล้เคียงให้มากยิ่งขึ้น และได้จัดตั้งศูนย์ข้อมูลสิทธิบัตรและการให้บริการด้านข้อมูลผ่านระบบคอมพิวเตอร์ สนับสนุนด้านวิชาการแก่รัฐและเอกชน ให้บริการเผยแพร่ความรู้ด้านยาและสุขภาพแก่ประชาชนผ่านสื่อต่าง ๆ”

ตัวอย่าง : ข้าว คอลัมน์ “ชอกแซก โดยแมงเม่า” หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2539

“...สมองผมก็เสื่อมแต่ไม่ได้เป็นคนไข้..กินไวตามินบี 1-6-12 เหมือนกัน ซื้อจากร้าน องค์การเภสัชกรรม (อก.) 500 เม็ดต่อ 230 บาท ตกเม็ดละ 46 สตางค์ ผมชอบยา อก. เพราะ ทึกทักว่าเป็นของรัฐคงจะพอเชื่อถือได้ เขามียาและเคมีภัณฑ์จำหน่ายกว่า 300 รายการ เสียแค่มีร้าน ขายในกรุงเทพฯ และปริมณฑลเพียง 6 แห่ง คือ 1) ตรงข้าม รพ. รามาธิบดี 2) ข้าง รพ. หัวเฉียว ยศเส 3) ปากซอยวัดอัมพวา จรัญสนิทวงศ์ 4) ตรงข้ามธนาคารแห่งประเทศไทย บางขุนพรหม 5) รังสิต 6) ตึกกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข นนทบุรี...”

ข้าวเชิงลบ

ตัวอย่าง : ข้าว “กองเอดส์องค์การเภสัชฯ โวย “เสือนอนกิน” ขายยาแพง”
หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 8 มิถุนายน 2541

“.....ผอ. กองโรคเอดส์เปิดศึกองค์การเภสัชกรรม ชี้ขึ้นราคายารักษาเอดส์ 2 เท่า กระทบผู้ติดเชื้อ เพราะมีงบจำกัด ซื้อยาได้น้อยลง อัด อก. “เสือนอนกิน” ผูกขาดยาพิซิตาเวอโรวี เป็นต้นเหตุทำให้โรงพยาบาลรัฐติดหนี้ถึง 1.4 พันล้านบาท 20 ปีที่ผ่านมา ไม่เคยสร้างศักยภาพให้ ตัวเองผลิตยาขึ้นเอง แม้แต่พาราเซตามอลก็ต้องไปซื้อเคมีภัณฑ์ถึงต่างประเทศมาอัดเป็นเม็ดขาย ไม่ พึ่งตัวเอง ทำตัวเป็นนายหน้าซื้อขายจากบริษัทอื่นแล้วมาคิดยี่ห้อ อก. เงินที่ควรนำมาวิจัยกลับไปให้ นักการเมืองเที่ยวต่างประเทศกันเพลิน.....การซื้อยาจาก อก. ถ้ายาคือ ราคาถูกจริงทำไม รพ. ใน สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย โรงพยาบาลเอกชนไม่ซื้อจาก อก. ก็เพราะยาที่นี้แพง เมื่อกระทรวง สาธารณสุขมีนโยบายให้ อก. เเครดิตค่ายากับ ร.พ. เท่ากับว่าบังคับให้ อก. ขายยาผูกขาดอีก ขณะ นี้ อก. เองก็ขาดสภาพคล่องต้องไปกู้เงินจากธนาคารหลายแห่งเพื่อซื้อเคมีภัณฑ์มาอัดเม็ดขายอีก ขณะที่บริษัทยาเอกชนกำลังจะตายเพราะขายยาไม่ได้...ยาแอสดที บริษัทเอกชนขายเม็ดละ 30 บาท และราคาขายก็ตกลงเรื่อย ๆ จนเมื่อปี 2538-2539 อก. เห็นว่าแอสดทีเป็นยาจำเป็นมาก มีกลุ่ม ลูกค้าที่แน่นอน ขณะที่บริษัทยาเอกชนนำยามาขายในไทยอย่างน้อย 3 บริษัท อก. เลือกจับมือกับ บริษัทแกลคโซ่ ดีหัวเข้าบ้านขายยาให้ ร.พ. ของรัฐ และกองเอดส์ ซึ่งราคาสูงกว่าอีก 2 บริษัทที่ ขายให้โรงพยาบาลโดยตรง...ผู้บริหาร รพ. หลายแห่งยอมซื้อกับ อก. เพราะอ้างว่าส่วนต่างของ ราคาที่สูงกว่าการซื้อจากบริษัทยาโดยตรง อก. ต้องการนำไปวิจัยและพัฒนาขายต่อ แต่ที่ผ่านมา อก. ไม่เคยทำตามที่พูด บ่าววิจัยขาดันไวรัสเอดส์ดีไอทีที่ออกมา 2 ปีแล้ว ก็ทำท่าจะเหลวอีก.....”

ตัวอย่าง : ข่าวก้าว “ด้านนำเข้าวัคซีนหัด-คางทูมอังกฤษ แผลข้างเคียง “เชื้อสมอง
อักเสบ” หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 14 ตุลาคม 2539

“องค์การเภสัชฯ เสนอนำเข้าวัคซีนอูเรเบจากอังกฤษ แก่หัด-หัดเยอรมัน - คางทูม แต่
ถูกรรณการวัคซีน ฯ ค้าน เพราะมีรายงานผลข้างเคียง และหลายประเทศในยุโรปสั่งห้ามใช้ ...”

ตัวอย่าง : ข่าวก้าว “ร.พ. ประหยัด-บ. ยาทรูค ซี้ “อ.ภ.” ต้นเหตุค่ายาแพง”
หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 17 มิถุนายน 2541

“.....ตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างของสำนักนายกรัฐมนตรีให้ อภ. มีสิทธิผูกขาดการ
ขายยาส่วนหนึ่ง โดย อภ. สามารถซื้อยาจากผู้ผลิตเอกชน และทำหน้าที่เป็นคนกลางขายยาให้ ร.พ.
รัฐได้ทั่วประเทศ ทำให้ อภ. มีกำไรจากส่วนต่างของราคา แต่กำไรที่ได้ก็นำไปทำอะไรกันไม่มี
ใครรู้ ที่จริง อภ. ก็มีส่วนทำให้ค่าใช้จ่ายด้านยาของประเทศสูงขึ้น ไม่ใช่เพราะคนไทยใช้ยา
ต่างประเทศหรือใช้ยาเปลืองอย่างเดียว...ในอนาคต อภ. ควรถูกแปรรูปให้มีฐานะเท่ากับบริษัทยา
เอกชนแห่งหนึ่ง เพื่อแข่งขันธุรกิจกันให้เต็มที่ โดย อภ. ต้องปรับตัว และปฏิรูปองค์กรให้มี
ประสิทธิภาพในการบริหารงานมากกว่านี้ แล้วจะช่วยลดงบประมาณของรัฐที่ไม่จำเป็นได้ กำไรที่
อภ. ได้ก็ควรนำมาวิจัยและพัฒนาเรื่องยาให้เกิดประโยชน์กับประเทศชาติ...”

ข่าวเชิงเป็นกลาง

ตัวอย่าง : ข่าวก้าว “ค้านมติ กรอ. เปิดเสรีค้ายา” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 16
สิงหาคม 2540

“...คณะกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชนในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ (กรอ.) มีมติให้
เปิดเสรีค้ายา และให้องค์การเภสัชกรรมไปจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อเพิ่มบทบาทภาคเอกชน และ
ให้มีผลในทางปฏิบัติในเวลา 1 ปี รวมถึงการแก้ไขระเบียบพัสดุสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการ
พัสดุ พ.ศ. 2535 ข้อ 61 ซึ่งกำหนดให้หน่วยงานราชการจัดซื้อยาจากองค์การเภสัชกรรม ส่วน
ประเด็นที่ กรอ. ต้องการแก้ไข คือ ให้หน่วยงานราชการจัดซื้อยาจากเอกชนได้ เมื่อผู้ผลิตภาค
เอกชนเสนอราคาต่ำกว่าองค์การเภสัชกรรมร้อยละ 3 ...”

ตัวอย่าง : ข่าวก้าว “บาทลอยตัวกระทบการผลิตองค์การเภสัชกรรม” หนังสือพิมพ์
กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 21 สิงหาคม 2540

“...ตั้งแต่เริ่มนโยบายค่าเงินบาทลอยตัว ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์การเภสัชฯ
อย่างมาก เพราะรัฐบาลมีนโยบายที่ให้องค์การเภสัชกรรมตรึงราคาไว้ในขณะที่วัตถุดิบประมาณ

80% นำเข้าจากต่างประเทศ จึงทำให้มีผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิต ทางองค์การเภสัชกรรมให้พนักงานลดค่าทำงานล่วงเวลา 15 เพื่อประหยัดงบประมาณ ซึ่งองค์การเภสัชกรรมคาดว่าจะประหยัดได้หลายล้านบาท นอกจากนี้ ยังได้ผลกระทบเกี่ยวกับระเบียบการจัดซื้อยาโดยให้เปิดการค้าเสรี ซึ่งเปิดโอกาสให้บริษัทฯ เอกชนเข้ามาแข่งขันในตลาดให้มากขึ้น ทำให้องค์การเภสัชกรรมจะต้องเร่งปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งกระบวนการผลิตและคุณภาพให้อยู่ได้ในระดับมาตรฐาน แม้ว่าผลสรุปยังไม่ออกมาชัดเจน แต่ก็มีแนวทางที่จะเปิดเสรีมากขึ้น...”

ตัวอย่าง : ข่าวก่อน “คนไทยใช้ยาเกินจำเป็น เผยหมอมีผลประโยชน์ สั่งยามากราคาแพง”
หนังสือพิมพ์สยามรัฐ วันที่ 7 กรกฎาคม 2540

“.....จากการสำรวจของสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุขเกี่ยวกับมูลค่าการใช้จ่ายยาในประเทศไทยในปี 2536 พบว่า มีมูลค่าสูงถึง 27,000 ล้านบาทในราคาขายปลีก คิดเป็นร้อยละ 35 ของค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ ซึ่งสูงกว่าประเทศที่มีบริการสุขภาพใกล้เคียงกับไทยถึง 2-3 เท่า เนื่องจากมีการใช้ยาที่ไม่สมเหตุสมผลทั้งในระดับประชาชนทั่วไปและแพทย์ผู้สั่งจ่ายยา ซึ่งสั่งยามากเกินความจำเป็น หรือยาที่มีราคาสูง ทำให้ค่าใช้จ่ายด้านยาสูง ปัญหาเหล่านี้เกิดจากการขาดข้อมูลทางด้านสุขภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของยารวม อีกทั้ง มีผลประโยชน์จากการสั่งซื้อและจ่ายยา โดยเฉพาะคนสั่งยากับคนขายยาเป็นคนเดียวกัน...ผู้อำนวยการองค์การเภสัชกรรมกล่าวว่า หนักใจกับนโยบายของรัฐบาลที่จะให้รัฐวิสาหกิจส่งรายได้เข้ารัฐ องค์การเภสัชกรรมเป็นรัฐวิสาหกิจที่ผลิต วิจัยยา และจัดสรรยาให้กับสถานพยาบาลของรัฐทั่วประเทศ ไม่ใช่หน่วยงานที่เน้นทำกำไร แต่เน้นการให้บริการ.....”

ประเด็นที่ 6 การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านยา

ผลปรากฏในประเด็นนี้พบว่า มีการนำเสนอในลักษณะที่เป็นบวก

ข่าวเชิงบวก

ตัวอย่าง : ข่าวก่อน “ซีรัมยี่ห้อดีเห็นคนหลินจือ เชื่อคนขายพาถึง ‘ตาย’”

หนังสือพิมพ์สยามรัฐ วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2540

“หากมีผู้มาแอบอ้างนำเห็ดหลินมาขายให้ โดยอ้างว่านำมาจากสวนจิตรลดา หรือสวนเห็ดบ้านอรุณฤกษ์ อย่าได้หลงเชื่อเป็นอันขาด นั้นไม่ใช่ของแท้ แม้แต่หลินจือซึ่งบรรจุอยู่ในแคปซูลที่นำมาขายอยู่บริเวณเขาวราชก็ตาม เมื่อนำมาส่องกล้องจุลทรรศน์ ปรากฏว่ามีเชื้อราสีเขียวที่ได้ดักเป็นจำนวนมาก จึงควรพิจารณาในการเลือกซื้อให้ดี โดยเฉพาะเห็ดหลินจือที่บรรจุในแคปซูลหรือ

หันเป็นชิ้น ๆ ที่วางขายทั่วไปตามตลาดหรือห้างร้านทั่วไป ไม่ควรซื้อหรือนำมาบริโภค แม้ว่าจะ เป็นในรูปของการนำไปปรุงอาหาร เพราะอาจเป็นเชื้อราได้ การดื่มน้ำเดือดก็ไม่สามารถฆ่าเชื้อ รานี้ได้ นอกจากจะใช้ความร้อนถึง 260 องศาเซลเซียส ...”

ตัวอย่าง : บทความ “ขึ้นสวรรค์กับพรรณพืช” หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 6
กรกฎาคม 2540

“...หนึ่งในผู้ผลิต “ยาแผนปัจจุบันจากสมุนไพร” ที่ได้คุณภาพเป็นที่ไว้วางใจได้แน่ นอน คือ องค์การเภสัชกรรม.....8 คำรับ “ยาแผนปัจจุบันจากสมุนไพร” จากผลการวิจัยของ องค์การเภสัชกรรม จากดิน..สู่ยาแผนปัจจุบัน 1) ตะไคร้หอม...โลชั่นกันยุงตะไคร้หอม : ป้องกัน ยุงกัดได้ประมาณ 4-5 ชั่วโมง ใช้ทาแทน ขา บริเวณที่เปิดโล่ง 2) ไพล... เป็นครีมไพลจิซาล : บรรเทาอาการปวดเมื่อย ปวดบวมจากกล้ามเนื้ออักเสบ เคล็ดขัดยอก ฟกช้ำ ทาแผลเบา ๆ บริเวณที่ มีอาการ วันละ 2-3 ครั้ง 3) พญาขอ...เป็นครีมพญาขอ : รักษาโรคริมที่ติดเชื้อจากไวรัสเฮอร์ปีส์ ซิมเพล็กซ์ รวมทั้งโรคริมที่เป็นครั้งแรก หรือเป็นซ้ำอีกที่บริเวณอวัยวะสืบพันธุ์ และริมฝีปาก 3) กระเทียม...เป็นกระเทียมสกัด : ลดระดับคอเลสเตอรอลในเลือด และละลายลิ่มเลือด รับประทาน วันละ 2 ครั้ง เข้า-เย็น ครั้งละ 1 แคปซูล หลังอาหาร หรือตามคำแนะนำของแพทย์ 4) ว่านหาง จระเข้... เป็นเจลว่านหางจระเข้ : รักษาแผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก ทาบริเวณที่มีอาการ วันละ 2-3 ครั้ง 5) มะแว้ง ...เป็นยาแก้ไอมะแว้ง : ละลายเสมหะ แก้ไอ แก้น้ำลายเหนียว ลดไข้ ขับปัสสาวะ บำรุงน้ำดี (ส่วนผสมที่สำคัญมี ผลมะแว้งเครือ ใบกะเพราแดง-ใบสวาด ใบตาลหม่อน เหง้าขมิ้น อ้อย) 6) มะขามแขก...เป็น ยาขมมะขามแขก : ยาระบายอ่อน ๆ ดื่มน้ำที่ได้จากการแช่ยาขม มะขามแขกในน้ำร้อน ครั้งละ 1 ถ้วย วันละ 1 ครั้ง ก่อนนอนหรือตื่นนอนตอนเช้า ยาเม็ดมะขาม แขก เป็นยาระบายอ่อน ๆ ผู้ใหญ่รับประทานครั้งละ 3-4 เม็ด ก่อนนอน เด็กอายุ 6-12 ปี ครั้งละ 1 ถึง 2 เม็ด ก่อนนอนหรือตื่นนอนตอนเช้า 6) ขมิ้นชัน...เป็นขมิ้นชันแคปซูล : บรรเทาอาการท้อง อืด ท้องเฟ้อ จุกเสียด แน่น อาหารไม่ย่อย ครั้งละ 2 แคปซูล วันละ 4 ครั้ง หลังอาหารและก่อน นอน หรือตามแพทย์สั่ง

ตัวอย่าง : คอลัมน์ “หยุดขาน่ารู้” “เจลพริก-ยาแก้ปวดชนิดใหม่” หนังสือพิมพ์
เดลินิวส์ วันที่ 8 มีนาคม 2541

“...นักวิทยาศาสตร์ได้ค้นพบยีนโคลนยีน (gene and cloned gene) ซึ่งเป็นโปรตีนชนิด หนึ่งที่ทำให้คนเรารู้สึกว่าร้อนหรือเสาร้อนเมื่อกัดกินพริกขี้หนูเข้าไป ยีนชนิดนี้ยังทำให้เรารู้สึก ปวดอันเนื่องจากการถูกความร้อนเมื่อเราสัมผัสกับของร้อน ๆ การค้นพบยีนชนิดนี้ นอกจากจะ

ช่วยให้ทราบว่าทำไมเราจึงรู้สึกแสบร้อนแล้วยังนำไปสู่การทดลองยารักษาอาการปวดซึ่งเป็นสารประกอบที่ได้จากการสกัดพริกที่เรียกว่า แคปไซซิน (capsaicin) และเมื่อไปจับกับโปรตีนชนิดหนึ่งที่มีอยู่บนปลายประสาท (specific receptor of a nexron) ซึ่งเป็นตัวบอกให้เราทราบว่ากำลังปวด ทำให้ไม่รู้สึกปวดอีกต่อไปการค้นพบจุดรับอาการปวดนี้นำไปสู่การพัฒนายาแก้ปวดชนิดใหม่....ได้ทำการทดลองยาทาภายนอกที่ผลิตจากเจลพริกโดยใช้กับผู้ป่วยที่มีอาการปวดที่เท้าอันเนื่องจากปลายประสาท ปรากฏว่าได้ผลอย่างดีเยี่ยม นับว่าเป็นการค้นพบที่น่าอัศจรรย์ใจเป็นอย่างยิ่ง...สำหรับประเทศไทยก็ไม่น้อยหน้า สถาบันวิจัยและพัฒนา องค์การเภสัชกรรม ได้พัฒนาตำรับยาจากพริกขี้หนูจินดา ชื่อ “เจลพริก” เมื่อทดลองกับผู้ป่วยเบาหวานที่มีอาการปวดปลายมือปลายเท้าและผู้ป่วยผ่าตัดปวดที่แผล ปรากฏว่าได้ผลดีเช่นกัน ขณะนี้อยู่ในระยะทดลองและเมื่อได้ผลดีก็จะนำออกสู่ตลาดต่อไป...”

ตัวอย่าง : บทความ “วิภา...วดี” “องค์การเภสัชกรรมผลิตสารคดีช่วยประชาชนบำบัดความเจ็บป่วยเบื้องต้น” หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ วันที่ 5 พฤษภาคม 2541

“... ปัจจุบันเศรษฐกิจก็บีบรัดจนถึงอยู่แล้ว การเจ็บไข้แต่ละทีหากไปหาแพทย์ต้องเสียเงินมาก จึงมีความคิดทำสารคดีเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อช่วยเหลือประชาชนอีกทาง แนะนำให้ประชาชนดูแลสุขภาพของตนเองอย่างจริงจัง รวมทั้งให้ความรู้พื้นฐานเพื่อบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นก่อนที่อาการจะรุนแรงจนต้องเข้าโรงพยาบาล ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับผู้เจ็บป่วย องค์การเภสัชกรรมจึงได้จัดทำสารคดีชุด “ก่อนไข้ยา” เป็นสารคดีสั้นที่แพร่ภาพเป็นตอน ๆ ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทุกวันจันทร์และอังคาร เวลา 18.55 น. มีเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ยาและดูแลสุขภาพทั่วไป เช่น ล้างแผลด้วยตัวเองใช้ยาอะไร ฝึกรักษาอย่างไร ผมร่วงใช้ยาแก้ผมร่วงหรือใช้แชมพูดี ประจำเดือนมาไม่ปกติทานยาดีไหม.....”

ประเด็นที่ 7 การช่วยเหลือสังคม

ผลปรากฏในประเด็นนี้พบว่า มีการนำเสนอในลักษณะที่เป็นบวกเป็นส่วนใหญ่

ข่าวเชิงบวก

ตัวอย่าง : ข่าว “ยาช่วยน้ำท่วม” หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 19 พฤศจิกายน 2539

“นายแพทย์กฤษฎา มนูญวงศ์ ผู้อำนวยการองค์การเภสัชกรรม มอบยารักษาโรคชุดช่วยเหลือน้ำท่วม จำนวน 5,000 ชุด ผ่าน พล.ท. รัตนะ เฉลิมแสนยากร ผู้อำนวยการสำนักงานสารนิเทศ กองบัญชาการทหารสูงสุด เพื่อนำไปมอบให้กับผู้ประสบอุทกภัยในพื้นที่ต่าง ๆ ที่กองบัญชาการทหารสูงสุด สนามเสื่อป่า”

ตัวอย่าง : ข่าวกว่ “มอบทุนเภสัชศาสตร์” หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 21 สิงหาคม 2540
 “นายแพทย์กฤษฎา มนูญวงศ์ ผู้อำนวยการองค์การเภสัชกรรม ได้จัดพิธีมอบทุนการศึกษาเภสัชศาสตร์ให้แก่บัณฑิต นักศึกษา คณะเภสัชศาสตร์ จากทุกมหาวิทยาลัยทั่วประเทศรวม 40 ทุน เนื่องในโอกาสครบรอบ 31 ปี ของการก่อตั้งองค์การเภสัชกรรม.....”

ตัวอย่าง : ข่าวกว่ “32 ปี องค์การเภสัชกรรม” หนังสือพิมพ์สยามรัฐ
 วันที่ 15 สิงหาคม 2541

“ดร. พิจิตต รัตนกุล ผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร รับมอบผ้าปิดจมูกป้องกันมลพิษจำนวน 2 หมื่นชิ้น จาก นพ. กฤษฎา มนูญวงศ์ ผอ. องค์การเภสัชกรรม เพื่อบอบให้ตำรวจจราจรและเจ้าหน้าที่ กรุงเทพมหานคร ตามโครงการสนับสนุนสังคม เนื่องในโอกาสครบรอบ 32 ปีขององค์การเภสัชกรรม”

ประเด็นที่ 8 การทุจริตยา

ผลปรากฏในประเด็นนี้พบว่า มีการนำเสนอในลักษณะที่เป็นลบและเป็นกลาง

ข่าวเชิงลบ

ตัวอย่าง : ข่าวกว่ “สธ. ฉาว! ผลาญงบฯ มัดมือยึดใบสั่ง “ร.พ.” ชื่อเวชภัณฑ์สุดแพง” “ร.พ.พลิกเกม “กินเงินบริจาค” เลี่ยงข้อหาทุจริตฮั้วบริษัทฯ”
 หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 16 สิงหาคม 2541

“...กรณีรัฐบาลจัดสรรงบประมาณปี 2541 เพิ่มเติมให้กระทรวงสาธารณสุขจำนวน 1,400 ล้านบาท โดยจัดสรรให้โรงพยาบาลของรัฐทั่วประเทศนำไปจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยซึ่งมีรายได้น้อย โดยสามารถเลือกได้ว่าจะสั่งซื้อเอง หรือโดยส่วนใหญ่แล้วจะสั่งซื้อผ่านองค์การเภสัชกรรม...ได้ทดลองสั่งซื้อถุงมือจากบริษัทที่เคยสั่งในราคา 108 บาท ...วันต่อมาสั่งซื้ออีกครั้งตามใบสั่งผ่าน อภ.ในราคา 560 บาท ปรากฏว่า อภ. ก็ขายให้ แสดงว่า อภ. ไม่ได้ตรวจสอบราคายาและเวชภัณฑ์ที่ ร.พ. ทั่วประเทศสั่งซื้อเข้ามาเลยว่าแตกต่างจากเดิมหรือไม่ แม้ อภ. จะได้ผลประโยชน์จากการสั่งซื้อผ่าน อภ. 5-6% โดยคิดค่าขนส่ง แต่ถือว่าแย่มากที่ไม่ได้ช่วยปกป้องเงินแผ่นดิน สินค้าบางรายการเคยใช้เงินซื้อ 1 ล้านบาท ทุกวันนี้อาจต้องซื้อกันในราคาถึง 4 ล้านบาท อภ. ได้ผลประโยชน์เพียง 5% แต่เงินอีก 3 ล้านบาท อภ. ทำหายไปนั้นขอให้คิดกันเองว่าคนที่ได้ผลประโยชน์คือใคร เรื่องนี้ไม่ต้องไปตั้งกรรมการสอบใครหรอก แค่ให้ป.ป.ป. หรือ สดง. ไปเรียกเอกสารเหล่านี้จาก อภ. มาตรวจสอบจะรู้ว่าใครเป็นอย่างไ...”

ตัวอย่าง : ข่าว “ซื้องค์การเกสซฯ ยังปิดข้อมูล กก. สอบ” หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 14 กันยายน 2541

“...ผมมั่นใจว่า อย่างไรเสียงบประมาณประมาณ 1,400 ล้านบาท ก็มีคนพยายามทุจริต อยู่ สามารถตรวจสอบได้จากใบสั่งซื้อยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผ่านองค์การเภสัชกรรม ถ้า อภ. ไม่เปิดเผย ต้องไปตรวจสอบอีก สำเนาที่สำนักงานสจ. หลักฐานการสั่งซื้อต้องมีทั้ง 2 แห่ง ขณะนี้ เชื่อว่าขณะนี้มีการนัดแนะให้ทำลายหลักฐานกันแล้ว ซึ่งทั้ง ร.พ. และ อภ. จะทำลายหลักฐานฝ่ายเดียวไม่ได้ หากตรวจสอบพบหลักฐานที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง อีกฝ่ายต้องเจอข้อหาทำลายหลักฐาน เมื่อ อภ. ไม่ยินยอมให้สืบ แสดงว่าคิดปกติแน่นอน และจนขณะนี้ อภ. ยังไม่เปิดเผยข้อมูลกับ นพ. บรรลุ ศิริพานิช ประธานคณะกรรมการตรวจสอบข้อเท็จจริง...อ.ภ. ควรปรับเปลี่ยนบทบาทให้เหมาะสม ไม่ควรจะมีบทบาทในฐานะเป็นนายหน้าต่อไป...”

ตัวอย่าง : ข่าวฉบับ “สังคมสยามรัฐ” หนังสือพิมพ์สยามรัฐ วันที่ 31 สิงหาคม 2541

“...ปปป. คืบคลานเข้ามาสอบขบวนการงาบยา และเวชภัณฑ์ นายฯ เริ่มใส่ใจ หลังจากกระแสและข้อเท็จจริงเริ่มดังกระหึ่มว่า เข็มฉีดยา ฤงมือ ราคาแพงกว่าปกติเกือบ 200% ..ปม เชื้อเรื่องการงาบเล็งเป้าไปยังองค์การเภสัชกรรม หน่วยงานการันตีสินค้าราคาแพง สงสัยมีการชักหัวคิวกันบนโต๊ะตามระบบการค้าขององค์การเภสัชฯ ส่วนได้โต๊ะกระจายและแบ่งปันไปไหนบ้าง เป้านี้เงินประเทศนี้ไม่มีตัวตนจริง ๆ ไม่งั้นของจริงจะดีแถมออกมาสู่สายตาประชาชน”

ตัวอย่าง : ข่าว “หมอชนบทโต้ ‘ปรากรม’” หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ วันที่ 6 กันยายน 2541

“...ผมอยากให้มีการกวาดล้างสิ่งสกปรกในกระทรวง แต่ก็ผิดหวัง เพราะผู้บริหารระดับสูงพยายามชี้ว่าการทุจริตทั่วไป เท่าที่ทราบ น.พ. ซึ่งเป็นแพทย์ดีเด่นของศิริราชถูกบังคับให้ซื้อและยังถูกนักการเมืองไปขอ 10%องค์การเภสัชกรรมมีการจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้ทางรพ.ที่จัดซื้อมาก ปลายปีก็จะได้เดินทางไปศึกษาดูงานต่างประเทศ อยากให้ผู้บริหารระดับสูงจัดการเรื่องนี้โดยเฉพาะมีนักการเมืองเข้าไปเกาะเกาะอยู่ด้วย...”

จากการวิจัยพบว่า ประเด็นเรื่องราวของข่าวในเชิงบวก ลบ และเป็นกลาง ได้แก่ การดำเนินงาน นโยบายองค์การเภสัชกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพร การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ บทบาทภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยา การช่วยเหลือสังคม การทุจริตฯ พบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอข่าวในประเด็นหลักทั้ง 8 ประเด็นในปริมาณที่มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีการนำเสนอข่าวในประเด็นการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมาคือประเด็นบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ การทุจริตฯ ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพร การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ นโยบายองค์การเภสัชกรรม การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยา และการช่วยเหลือสังคม ตามลำดับ

2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มีการนำเสนอข่าวในประเด็นการดำเนินงานและบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบมากที่สุด รองลงมาคือ การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยา ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพร การช่วยเหลือสังคม นโยบายองค์การเภสัชกรรม และการทุจริตฯ ตามลำดับ

3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด มีการนำเสนอข่าวในประเด็นการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมาคือ ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพร บทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ นโยบายองค์การเภสัชกรรม การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยา และการทุจริตฯ ตามลำดับ

4. หนังสือพิมพ์มติชน มีการนำเสนอข่าวในประเด็นการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมาคือ บทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ การทุจริตฯ ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพร การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ นโยบายองค์การเภสัชกรรม การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยา และการช่วยเหลือสังคม ตามลำดับ

5. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีการนำเสนอข่าวในประเด็นการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมาคือ บทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ การช่วยเหลือสังคม การทุจริตฯ การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยา ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพร นโยบายองค์การเภสัชกรรม และการร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ ตามลำดับ

6. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ มีการนำเสนอข่าวในประเด็นการดำเนินงาน มากที่สุด รองลงมาคือ บทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ นโยบายองค์การเภสัชกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพร การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ เผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยา การช่วยเหลือสังคม และการทุจริตฯ ตามลำดับ

7. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มีการนำเสนอข่าวในประเด็นการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมาคือ การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ นโยบายองค์การเภสัชกรรม บทบาทเจ้าหน้าที่ความรับผิดชอบ ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพร ตามลำดับ

8. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ มีการนำเสนอข่าวในประเด็น ผลงานวิจัยและพัฒนา ยาสมุนไพร การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ บทบาทเจ้าหน้าที่ความรับผิดชอบ การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยา ตามลำดับ

9. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีการนำเสนอข่าวในประเด็นการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมาคือ บทบาทเจ้าหน้าที่ความรับผิดชอบ นโยบายองค์การเภสัชกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนา ยาสมุนไพร การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยา การช่วยเหลือสังคม และการทุจริตยา ตามลำดับ

1.5 แหล่งข่าวหรือที่มาของเนื้อหาที่หนังสือพิมพ์นำไปตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ข่าวแจก (ข่าวประชาสัมพันธ์) ที่องค์การเภสัชกรรมส่งให้ และจากการที่นักข่าวหาข่าวเอง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แหล่งข่าวหรือที่มาของเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ที่หนังสือพิมพ์ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ทั่วไปทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ โดยนับเป็นจำนวนชิ้นข่าว และวัดเนื้อที่เป็นตารางนิ้ว ในปี 2540 - 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) รวม 2 ปี ปรากฏผล ดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงการเปรียบเทียบปริมาณแหล่งข่าวของเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การภาครัฐที่นำเสนอนับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 - 30 กันยายน 2541 และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

จำนวน 9 ชื่อฉบับ ระหว่างปี 2540 และ 2541 (1 ตุลาคม 2539 - 30 กันยายน 2541)

| ลำดับ | ชื่อ | ปี 2540 | | | | | | ปี 2541 | | | | | | รวม 2 ปี | |
|-------|--------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|-----------|----------|----------|------------------|
| | | ข่าวแจก | | ข่าววงออง | | ข่าวแจก | | ข่าววงออง | | ข่าวแจก | | ข่าววงออง | | จำนวน | มูลค่า (ตรน.) |
| | | จำนวน (ชิ้น) | มูลค่า (ตรน.) | จำนวน (ชิ้น) | มูลค่า (ตรน.) | จำนวน (ชิ้น) | มูลค่า (ตรน.) | จำนวน (ชิ้น) | มูลค่า (ตรน.) | จำนวน (ชิ้น) | มูลค่า (ตรน.) | | | | |
| 1. | ไทยรัฐ | 2 | 33.75 | 3 | 81.25 | 5 | 81 | 19 | 534.50 | 7 | 114.75 | 22 | 615.75 | | |
| 2. | เดลินิวส์ | 5 | 138.50 | 1 | 17.50 | 3 | 82.50 | 5 | 222.75 | 8 | 221 | 6 | 240.25 | | |
| 3. | ข่าวสด | 5 | 62 | 4 | 94.25 | 1 | 5 | 5 | 189.75 | 6 | 67 | 9 | 284 | | |
| 4. | มติชน | 6 | 270.35 | 7 | 279.50 | 8 | 235 | 17 | 882.70 | 14 | 505.35 | 24 | 1,162.20 | | |
| 5. | สยามรัฐ | 6 | 119 | 7 | 406.55 | 3 | 46.75 | 2 | 72.50 | 9 | 165.75 | 9 | 479.05 | | |
| 6. | ไทยโพสต์ | 2 | 45.75 | 1 | 47.50 | 5 | 133.85 | 8 | 380.25 | 7 | 179.60 | 9 | 427.75 | | |
| | รวม | 26 | 669.35 | 23 | 926.55 | 25 | 584.10 | 56 | 2,282.45 | 51 | 1,253.45 | 79 | 3,209 | | |
| | หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 4 | 144 | - | - | 1 | 17.50 | 4 | 155.50 | 5 | 161.50 | 4 | 155.50 | | |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 1 | 136.50 | - | - | 1 | 5 | 1 | 80 | 2 | 141.50 | 1 | 80 | | |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 4 | 249.50 | 10 | 792.50 | 9 | 269.05 | 12 | 488.10 | 13 | 518.55 | 22 | 1,280.60 | | |
| | รวม | 9 | 530 | 10 | 792.50 | 11 | 291.55 | 17 | 723.60 | 20 | 821.55 | 27 | 1,516.10 | | |
| | รวมทั้งหมด | 35 | 1,199.35 | 33 | 1,719.05 | 36 | 875.65 | 73 | 3,006.05 | 71 | 2,075 | 106 | 4,725.10 | | |

จากตารางที่ 10 สรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบแหล่งข่าวในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และ 2541 หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม โดยใช้แหล่งข่าวจาก ข่าวแจกที่หน่วยงานส่งให้ และนักข่าวหาข่าวเอง โดยมีจำนวนข่าวแจกรวมทั้งสิ้น 71 ชิ้น มีเนื้อที่จำนวน 2,075 ตารางนิ้ว และนักข่าวหาข่าวเองรวมทั้งสิ้น จำนวน 106 ชิ้น มีเนื้อที่จำนวน 4,725.10 ตารางนิ้ว ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข่าวแจก พบว่าในปี 2541 มีปริมาณข่าวแจกมากกว่าปี 2540 แต่ไม่แตกต่างกัน ทั้งสิ้น จำนวน 36 ชิ้น มีเนื้อที่จำนวน 875.65 ในขณะที่ในปี 2540 มีจำนวน 35 ชิ้น แต่มีเนื้อที่จำนวนมากกว่า คือ 1,199.35 ตารางนิ้ว

2. หาข่าวเอง พบว่า ในปี 2541 มีปริมาณข่าวที่นักข่าวหาข่าวเองมากกว่าปี 2540 รวมทั้งสิ้นจำนวน 73 ชิ้น มีเนื้อที่ 3,006.05 ตารางนิ้ว ในขณะที่ปีงบประมาณ 2540 มีจำนวน 33 ชิ้น มีเนื้อที่ 1,719.05 ตารางนิ้ว

นอกจากนี้ ยังพบว่า ในปี 2540 หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม โดยใช้ข้อมูลจากข่าวแจก และนักข่าวหาข่าวเอง มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

ส่วนในปี 2541 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม โดยใช้ข้อมูลจากข่าวแจก มากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป จำนวน 9 ชิ้น เนื้อที่ 269.05 ตารางนิ้ว และจำนวน 8 ชิ้น เนื้อที่ 235 ตารางนิ้ว ตามลำดับ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีการนำเสนอข่าวโดยนักข่าวหาข่าวเอง ในปริมาณที่มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 19 ชิ้น เนื้อที่ 534.50 ตารางนิ้ว และ จำนวน 12 ชิ้น เนื้อที่ 488.10 ตารางนิ้ว ตามลำดับ

1. ข่าวแจก

หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่รวมจำนวน 1,253.45 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 60.41 โดยหนังสือพิมพ์มติชน มีเนื้อที่มากที่สุดจำนวน 505.35 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 24.35 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์มีเนื้อที่จำนวน 179.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 8.66 หนังสือพิมพ์ข่าวสดมีเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 67 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 3.23

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่รวมจำนวน 821.55 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 39.59 โดยหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีเนื้อที่มากที่สุดจำนวน 518.55 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 24.99 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจมีเนื้อที่จำนวน 161.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 7.78 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 141.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 6.82

2 หาข่าวเอง

หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาที่ รวม 3,209 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 67.91 โดยหนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณเนื้อหาที่ในการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 1,162.20 ตาราง นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 24.60 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีปริมาณรองลงมาจำนวน 615.75 ตารางนิ้ว คิดเป็น ร้อยละ 13.30 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีปริมาณการนำเสนอที่น้อยที่สุดจำนวน 240.25 ตารางนิ้ว คิด เป็นร้อยละ 5.08

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาที่ รวม 1,516.10 ตารางนิ้ว คิดเป็น ร้อยละ 32.09 โดยหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณเนื้อหาที่ในการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 1,280.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 27.10 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจมีปริมาณรองลงมาจำนวน 155.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 3.29 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีปริมาณการนำเสนอที่ น้อยที่สุดจำนวน 80 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 1.69

ตารางที่ 11 แสดงการเปรียบเทียบปริมาณแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ระหว่างปี 2540 และ 2541 (1 ตุลาคม 2539 - 30 กันยายน 2541) จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น)

| ลำดับ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | ปี 2540 | | | | | | ปี 2541 | | | | | | รวม 2 ปี | | | | | |
|-------|---------------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--|--|
| | | ข่าวแจก | | ข่าวเอง | | ข่าวแจก | | ข่าวเอง | | ข่าวแจก | | ข่าวเอง | | ข่าวแจก | | ข่าวเอง | | | |
| | | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ (%) | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ (%) | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ (%) | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ (%) | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ (%) | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ (%) | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ (%) | จำนวน (ชิ้น) | ร้อยละ (%) | | |
| 1. | ไทยรัฐ | 2 | 5.71 | 3 | 9.09 | 5 | 13.89 | 19 | 26.03 | 7 | 9.86 | 22 | 20.75 | | | | | | |
| 2. | เดลินิวส์ | 5 | 14.29 | 1 | 3.03 | 3 | 8.33 | 5 | 6.85 | 8 | 11.27 | 6 | 5.66 | | | | | | |
| 3. | ข่าวสด | 5 | 14.29 | 4 | 12.12 | 1 | 2.78 | 5 | 6.85 | 6 | 8.45 | 9 | 8.49 | | | | | | |
| 4. | มติชน | 6 | 17.14 | 7 | 21.21 | 8 | 22.22 | 17 | 23.29 | 14 | 19.71 | 24 | 22.64 | | | | | | |
| 5. | สยามรัฐ | 6 | 17.14 | 7 | 21.21 | 3 | 8.33 | 2 | 2.74 | 9 | 12.68 | 9 | 8.49 | | | | | | |
| 6. | ไทยโพสต์ | 2 | 5.71 | 1 | 3.03 | 5 | 13.89 | 8 | 10.96 | 7 | 9.86 | 9 | 8.49 | | | | | | |
| | รวม | 26 | 74.29 | 23 | 69.69 | 25 | 69.44 | 56 | 76.71 | 51 | 71.83 | 79 | 74.53 | | | | | | |
| | หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 4 | 11.43 | - | - | 1 | 2.78 | 4 | 5.48 | 5 | 7.04 | 4 | 3.77 | | | | | | |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 1 | 2.85 | - | - | 1 | 2.78 | 1 | 1.37 | 2 | 2.81 | - | - | | | | | | |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 4 | 11.43 | 10 | 30.30 | 9 | 25 | 12 | 16.44 | 13 | 18.31 | 22 | 20.75 | | | | | | |
| | รวม | 9 | 25.71 | 10 | 30.30 | 11 | 30.56 | 17 | 23.29 | 20 | 28.17 | 27 | 25.47 | | | | | | |
| | รวมทั้งสิ้น | 35 | 100 | 33 | 100 | 36 | 100 | 73 | 100 | 71 | 100 | 106 | 100 | | | | | | |

จากตารางที่ 11 พบว่า ในปี 2540 หนังสือพิมพ์ไทยทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมจาก 2 แหล่งข่าว คือ ข่าวแจก และนักข่าวหาข่าวเอง โดยนำเสนอเนื้อหาจากข่าวแจก รวมทั้งสิ้นจำนวน 35 ชิ้น และนักข่าวหาข่าวเอง รวมทั้งสิ้นจำนวน 33 ชิ้น ดังนี้

1. ข่าวแจก หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีการนำเสนอเนื้อหาจากข่าวแจกมากที่สุด จำนวนเท่ากัน 6 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 17.14 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และหนังสือพิมพ์ข่าวสด มีจำนวนเท่ากันในอันดับรองลงมา 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 14.28 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ มีจำนวนเท่ากันในอันดับที่สาม จำนวน 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.43 หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีจำนวนเท่ากัน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 5.71 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจซึ่งมีจำนวนข่าวแจกน้อยที่สุดเพียง 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.86

2. หาข่าวเอง หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีจำนวนข่าวที่นักข่าวหาข่าวเองมากที่สุด จำนวน 10 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 30.30 หนังสือพิมพ์สยามรัฐ และหนังสือพิมพ์มติชน มีจำนวนเท่ากัน คือ 7 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 21.21 หนังสือพิมพ์ข่าวสดมีจำนวน 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มีจำนวนน้อยที่สุดเท่ากัน คือ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 3.03

ในปี 2541 หนังสือพิมพ์ไทยทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมจาก 2 แหล่งข่าว คือ ข่าวแจก และนักข่าวหาข่าวเอง โดยนำเสนอเนื้อหาจากข่าวแจก รวมทั้งสิ้นจำนวน 36 ชิ้น และนักข่าวหาข่าวเอง รวมทั้งสิ้นจำนวน 73 ชิ้น ดังนี้

1. ข่าวแจก หนังสือพิมพ์มติชน มีการนำเสนอเนื้อหาจากข่าวแจกมากที่สุด จำนวนเท่ากัน 8 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 22.22 หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีจำนวนเท่ากัน อันดับรองลงมา 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 13.89 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และหนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีจำนวนเท่ากัน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 8.33 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณมากที่สุดจำนวน 9 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 25 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจซึ่งมีจำนวนข่าวแจกน้อยที่สุดเพียง 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.78

2. หาข่าวเอง หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีจำนวนมากที่สุด 19 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 26.03 หนังสือพิมพ์มติชน มีจำนวนรองลงมา 17 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 23.29 หนังสือพิมพ์หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีจำนวนน้อยที่สุด 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.74 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีจำนวนข่าวที่นักข่าวหาข่าวเองมากที่สุดจำนวน 12 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.44 และหนังสือพิมพ์ประชาชาติ มีจำนวนน้อยที่สุด 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 1.37

ภาพที่ 10 แสดงภาพรวมปริมาณแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การภสัชกรรม
 ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ระหว่างปี 2540 และ 2541
 จำแนกตามจำนวนข่าว (ชิ้น)



จากภาพที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ในช่วง 2 ปีงบประมาณ 2540 และ 2541 หนังสือพิมพ์
 ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอข่าวจากนักข่าวหาข่าวเองในปริมาณที่มากกว่าข่าวจาก
 จากหน่วยงาน โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไป นำเสนอข่าวจากการหาข่าวเอง จำนวน 79 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ
 74.53 และข่าวจากจำนวน 51 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 48.47 ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ นำเสนอข่าว
 จากการหาข่าวเอง จำนวน 27 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 25.47 จากข่าวจากจำนวน 20 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ
 18.87

ตารางที่ 12 แสดงการเปรียบเทียบปริมาณแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ ระหว่างปี 2540 และ 2541 (1 ตุลาคม 2539 - 30 กันยายน 2541) จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว)

| ลำดับ | ชื่อหนังสือพิมพ์ | ปี 2540 | | | | | | ปี 2541 | | | | | | รวม 2 ปี | | | |
|---------------------------|------------------|-----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|------------|
| | | ข่าวแจก | | หาข่าวเอง | | หาข่าวเอง | | ข่าวแจก | | หาข่าวเอง | | หาข่าวเอง | | ข่าวแจก | | หาข่าวเอง | |
| | | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ (%) | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ (%) | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ (%) | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ (%) | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ (%) | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ (%) | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ (%) | เนื้อที่ (ตรม.) | ร้อยละ (%) |
| 1. | ไทยรัฐ | 33.75 | 2.81 | 81.25 | 4.73 | 81 | 9.25 | 534.50 | 17.78 | 114.75 | 5.53 | 615.75 | 13.03 | | | | |
| 2. | เดลินิวส์ | 138.50 | 11.55 | 17.50 | 1.02 | 82.50 | 9.42 | 222.75 | 7.41 | 221 | 10.65 | 240.25 | 5.08 | | | | |
| 3. | ข่าวสด | 62 | 5.17 | 94.25 | 5.48 | 5 | 0.57 | 189.75 | 6.31 | 67 | 3.23 | 284 | 6.01 | | | | |
| 4. | มติชน | 270.35 | 22.54 | 279.50 | 16.26 | 235 | 26.84 | 882.70 | 29.36 | 505.35 | 24.35 | 1,162.20 | 24.60 | | | | |
| 5. | สยามรัฐ | 119 | 9.92 | 406.55 | 23.65 | 46.75 | 5.34 | 72.50 | 2.41 | 165.75 | 7.99 | 479.05 | 10.14 | | | | |
| 6. | ไทยโพสต์ | 45.75 | 3.81 | 47.50 | 2.76 | 133.85 | 15.28 | 380.25 | 12.65 | 179.60 | 8.66 | 427.75 | 9.05 | | | | |
| | รวม | 669.35 | 55.81 | 926.55 | 53.90 | 584.10 | 66.70 | 2,282.45 | 75.93 | 1,253.45 | 60.41 | 3,209 | 67.91 | | | | |
| หนังสือพิมพ์ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. | ฐานเศรษฐกิจ | 144 | 12.01 | - | - | 17.50 | 1.10 | 155.50 | 5.17 | 161.50 | 7.78 | 155.50 | 3.29 | | | | |
| 8. | ประชาชาติธุรกิจ | 136.50 | 11.38 | - | - | 5 | 0.57 | 80 | 2.66 | 141.50 | 6.82 | 80 | 1.69 | | | | |
| 9. | กรุงเทพธุรกิจ | 249.50 | 20.80 | 792.50 | 46.10 | 269.05 | 30.73 | 488.10 | 16.24 | 518.55 | 24.99 | 1,280.60 | 27.10 | | | | |
| | รวม | 530 | 44.19 | 792.50 | 46.10 | 291.55 | 33.30 | 723.60 | 24.07 | 821.55 | 39.59 | 1,516.10 | 32.09 | | | | |
| รวมทั้งหมด | | 1,199.35 | 100 | 1,719.05 | 100 | 875.65 | 100 | 3,006.05 | 100 | 2,075 | 100 | 4,725.10 | 100 | | | | |

จากตารางที่ 12 แสดงภาพรวมการเปรียบเทียบแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในช่วง 2 ปี ระหว่างปี 2540 และ 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2541) จำแนกตามเนื้อที่ (ตารางนี้) พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีปริมาณเนื้อที่ในการนำเสนอข่าวที่นักข่าวหาข่าวเองมากกว่าข่าวแจก โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอข่าวทั้งสองแหล่งข่าวมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ และมีเนื้อที่ที่นักข่าวหาข่าวเองรวม 4,725.10 ตารางนิ้ว ในขณะที่ข่าวแจกมีเนื้อที่รวม 2,075 ตารางนิ้ว ตามรายละเอียดปรากฏ ดังนี้

1. ข่าวแจก

หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่รวมจำนวน 1,253.45 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 60.41 โดยหนังสือพิมพ์มติชน มีเนื้อที่มากที่สุดจำนวน 505.35 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 24.35 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์มีเนื้อที่จำนวน 179.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 8.66 หนังสือพิมพ์ข่าวสดมีเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 67 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 3.23

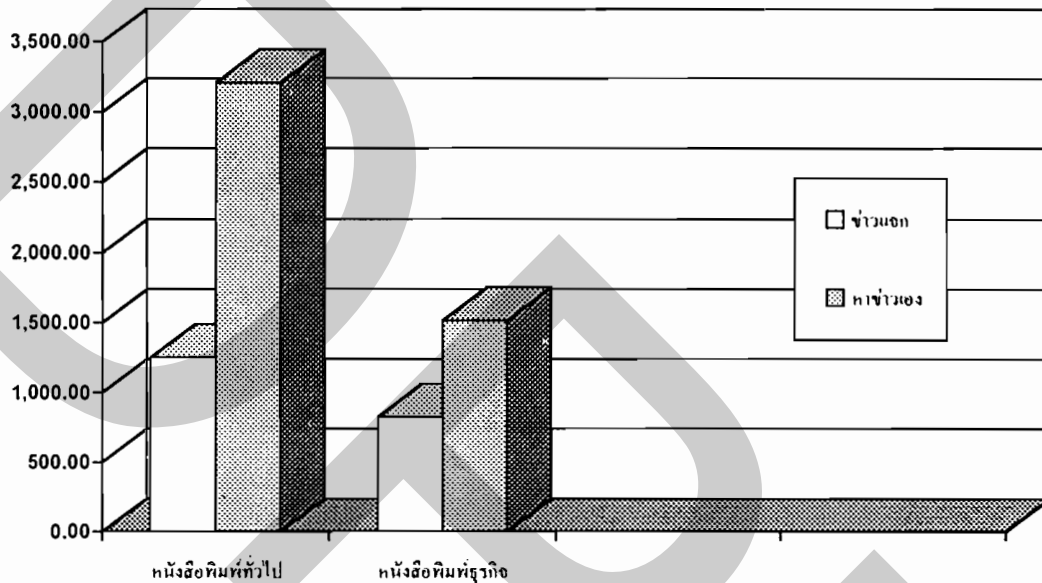
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่รวมจำนวน 821.55 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 39.59 โดยหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีเนื้อที่มากที่สุดจำนวน 518.55 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 24.99 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจมีเนื้อที่จำนวน 161.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 7.78 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 141.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 6.82

2. นักข่าวหาเอง

หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่ รวม 3,209 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 67.91 โดยหนังสือพิมพ์มติชน มีปริมาณเนื้อที่ในการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 1,162.20 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 24.60 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีปริมาณรองลงมาจำนวน 615.75 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 13.30 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 240.25 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 5.08

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่ รวม 1,516.10 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 32.09 โดยหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณเนื้อที่ในการนำเสนอมากที่สุดจำนวน 1,280.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 27.10 หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจมีปริมาณรองลงมาจำนวน 155.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 3.29 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมีปริมาณการนำเสนอเนื้อที่น้อยที่สุดจำนวน 80 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 1.69

ภาพที่ 11 แสดงภาพรวมปริมาณแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม
 ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ระหว่างปี 2540 และ 2541
 จำแนกตามจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว)



จากภาพที่ 11 แสดงให้เห็นภาพรวมที่มาหรือแหล่งข่าว ระหว่างปี 2540 และ 2541 หนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม โดยได้แหล่งข่าวจากนักข่าวหาข่าวเองในปริมาณที่มากกว่าข่าวแจกที่ได้รับจากหน่วยงาน โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณเนื้อที่จากการหาข่าวเองจำนวน 3,209 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 67.91 เนื้อที่จากข่าวแจกจำนวน 1,253.45 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 60.41 ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีปริมาณเนื้อที่จากการหาข่าวเองจำนวน 1,516.10 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 32.09 เนื้อที่จากข่าวแจกจำนวน 821.55 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 39.59

ตอนที่ 2 สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว และนักข่าวหรือผู้มีอำนาจในการพิจารณาคัดเลือกข่าว สายกระทรวงสาธารณสุขของหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ ความคิดเห็นในการพิจารณาคัดเลือกข่าวองค์การเภสัชกรรมลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ และแนวทางการแก้ไข

ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ฉบับที่ท่านประจำอยู่นี้ มีการพิจารณาในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วยหรือไม่ อย่างไร

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ตำแหน่งหน้า มีกระจายอยู่หลายหน้าหลายคอลัมน์ “การศึกษา ศาสนา สาธารณสุข และวิทยาศาสตร์” “หน้าสตรีและเด็ก” “ความก้าวหน้าทางด้านวิชาการ” “ข่าวสังคม และข่าวท้องถิ่น” “โทรโข่งขยายข่าว” “ชกหลังข่าว” “สังคมข่าว” “ใส่ใจสุขภาพ” “บุคลิกในข่าว” “คนหลังข่าว” “เลขที่ 1 วิวาดี”

โดยมีนโยบายหลักและให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เนื่องจากสังเกตเห็นว่าเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้มาก โดยการเปิดหน้าการสาธารณสุขขึ้นรองรับโดยเฉพาะ ถ้าเป็นเรื่องเด่นจะนำลงหน้าหนึ่ง นอกจากนี้ ยังมีนักข่าวประจำกระทรวงสาธารณสุขด้วย

2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

ตำแหน่งหน้า ฉบับวันอาทิตย์จะให้หน้า 7 และ 8 เต็มสองหน้า “วาไรตี้” หน้า 5 เป็นเรื่องเบา ๆ มีคอลัมน์เกี่ยวกับสุขภาพ 8 คอลัมน์ เช่น “ชีวิตกับสุขภาพ” “หยุดย่นารู” ตอบปัญหาด้านสุขภาพ สุขภาพจิต หรือความรู้ทางการแพทย์อื่น ๆ หน้าสตรี “ตามตะวัน” “สังคมวันนี้” “ซอกแซกโดยแมงมา” หน้าการเมือง ภูมิภาค ทหาร ตำรวจ หรือหน่วยงานอื่นที่ข่าวเรื่องยาหรือสุขภาพเข้าไปเกี่ยวข้อง

มีนโยบายในการนำเสนอข่าว เกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วยให้มากขึ้นที่

3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด

ตำแหน่งหน้า มีการพิจารณาอย่างมาก โดยจัดหน้าเฉพาะไว้รองรับหน้า 9 ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับ “กทม. สาธารณสุข และแรงงาน”_คอลัมน์“จี้อินเตอร์”

4. หนังสือพิมพ์มติชน

ตำแหน่งหน้า หน้า 7 เปิดหน้าสาธารณสุข สิ่งแวดล้อม วิทยาการ เทคโนโลยี เป็นข่าวที่มติชนให้ความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นเรื่องที่กระทบต่อประชาชนโดยตรง กอปรกับระยะหลังคนอ่านหนังสือพิมพ์ให้ความสนใจ แสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ในประเด็นเหล่านี้มาก เพราะเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวและได้รับผลกระทบโดยตรง

5. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

ตำแหน่งหน้า ไม่มีหน้าเฉพาะ จะพิจารณาข่าวที่มีน้ำหนักหลักในการนำเสนอจะเป็นไปในเชิงการเมือง หรือมองกระทรวงสาธารณสุขในเชิงบริหารหรือการเมืองของกระทรวงฯ มากกว่า

6. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

ตำแหน่งหน้า หน้า 12 และ 13 หน้า “ผู้บริโภค” TAB LOID “EXITE” หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ให้ความสำคัญกับข่าวด้านนี้ โดยจะเน้นข่าวในเชิงการเมือง หรือหากเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการบริโภคในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องยา สุขภาพ การเจ็บป่วย การศึกษา และวิทยาการ ก็จะจัดให้อยู่ในหน้า “ผู้บริโภค” หรืออาจลงในฉบับแทรก “EXITE” ซึ่งเป็นเรื่องราวทางเลือกใหม่ ๆ หรือตามกระแสของผู้บริโภค

7. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

ตำแหน่งหน้า หน้าการตลาด คอลัมน์ “อินโฟกัส” มีการพิจารณาในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วย แต่เป็นไปในเชิงการตลาดและธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับ Concept ของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ โดยจะมุ่งเน้นไปที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามากกว่าเพราะกลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจเป็นหน่วยงานเอกชน เช่น บริษัทต่าง ๆ บริษัทโฆษณา นักธุรกิจ นักการตลาด และมีที่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการเตือน หรือแจ้งข่าวให้ประชาชนทราบถึงอันตรายต่าง ๆ ต่อสุขภาพ หรือให้ประชาชนแจ้งข่าวด้านสาธารณสุขได้

8. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

ตำแหน่งหน้า หน้าการตลาด

ให้ความสำคัญในเรื่องการร่วมลงทุนกับภาคเอกชน และต่างชาติ รวมถึงอุตสาหกรรม ยาในแง่มุมต่าง ๆ

9. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ตำแหน่งหน้า “สังคม/คุณภาพชีวิต” และ “จุดประกาย”

มีการพิจารณาจากนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขเป็นหลักจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับยาในเชิงการเมือง การทุจริต รวมถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ตัว และมีผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง หรือนำเสนอเรื่องที่ตามกระแส การรักษาสุขภาพอนามัยการบริโภคยาที่สกัดจากสมุนไพรซึ่งเป็นทางเลือกใหม่สำหรับการเจ็บป่วย

เนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ท่านนำเสนอในหนังสือพิมพ์ได้มาจากแหล่งข่าวใดบ้าง และด้วยวิธีการอย่างไร

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

1) ที่ผ่านมามององค์การเภสัชกรรม เป็นหน่วยงานเดียวในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขที่ส่งข่าวแจก แต่น้อยมากและไม่สม่ำเสมอ ไม่ค่อยมีการให้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านความเคลื่อนไหว ทั้งที่น่าจะเป็นแหล่งรวมข้อมูลในเรื่องของยา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของกระทรวงสาธารณสุข

2) มีนักข่าวประจำอยู่ที่กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งติดตามความเคลื่อนไหวขององค์การเภสัชกรรมอยู่ตลอด โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้บริหารกระทรวงฯ ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบและกำกับดูแลองค์การเภสัชกรรม หรือเข้าพบผู้อำนวยการองค์การเภสัชกรรม หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องที่มีประเด็นสำคัญ และส่งผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ แต่การนัดเพื่อเข้าพบ หรือการเข้าถึงข่าวสารเป็นเรื่องที่ยากมาก นอกจากนี้ นักข่าวจะหาข่าวเองจากการติดตามสัมภาษณ์โดยตรงจากผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาที่พยายามจะผลักดันผลงานวิจัยสู่สาธารณสุข ซึ่งมีใช้การประชาสัมพันธ์องค์การแต่เป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยที่ตนทำสำเร็จมากกว่าการได้ข่าวนั้นมาจะเป็นเรื่องที่ทางสถาบันวิจัยฯ อาจจะเผยแพร่โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้ให้ข่าว แต่บางครั้งอาจจะไม่สอดคล้องกับมวลชนก็ได้

3) ข่าวจากสมาคมพนักงานรัฐวิสาหกิจองค์การเภสัชกรรม แต่เป็นเรื่องลบที่เสียประโยชน์เฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น อาจจะลงตีพิมพ์บ้าง ถ้าเรื่องนั้นเป็นชนวนไปสู่ประเด็น

อื่น แต่จะเกี่ยวข้องกับไม่ใช่ประเด็นยาที่เป็นหัวใจหลักขององค์การเภสัชกรรมรับผิดชอบชีวิตผลิตยาคุณภาพ

2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

ในภาพรวมน่าจะมาจาก 3 ทาง คือ ข่าวแจก (Press Release) จากหน่วยงานโทรสาร และนักข่าวหาข่าวเอง แต่เท่าที่ผ่านมามีไม่ค่อยเห็นข่าวแจก แต่เคยมีข่าวเกี่ยวกับคำชี้แจงขององค์การเภสัชกรรมบ้างส่วนใหญ่นักข่าวหาข่าวเอง โดยตามข่าวจากกระทรวงสาธารณสุขบ้าง นักวิชาการตามมหาวิทยาลัย โรงพยาบาล แพทย์แผนไทย ร้านขายยาแผนโบราณ (ในกรณีที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพร) เนื่องจากต้องการเจาะลึกข่าวนั้น ๆ

3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด

นักข่าวหาข่าวเอง หรือบางครั้งได้รับข่าวแจกแต่น้อยมาก

4. หนังสือพิมพ์มติชน

ได้จากการแถลงข่าวขององค์การเภสัชกรรม และสัมภาษณ์โดยตรงจากผู้บริหารขององค์การเภสัชกรรม ส่วนข่าวแจกจากหน่วยงานมีความสำคัญมากแต่ต้องแน่นอน ควบคู่กับการหาข่าวของนักข่าวประจำกระทรวงสาธารณสุขซึ่งติดตามข่าวขององค์การเภสัชกรรมด้วย หากนักข่าวมองเห็นประเด็นสำคัญจากข่าวแจก จะพิจารณาเจาะข่าวในเชิงลึกเอง แต่ไม่ค่อยได้รับข่าวแจกขององค์การเภสัชกรรม

5. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

โดยมีพนักงานในองค์การเภสัชกรรมเขียนจดหมาย โทรศัพท์ หรือส่งโทรสารมาให้ ทางสยามรัฐก็จะใช้เวลาตรวจสอบ และเข้าไปสัมภาษณ์ผู้บริหาร เพื่อหาข้อเท็จจริงทั้งที่องค์การเภสัชกรรม และกระทรวงสาธารณสุข สำหรับข่าวแจกเท่าที่จำได้ไม่เคยเห็น ไม่เคยได้รับจากองค์การเภสัชกรรม ที่ผ่านมามีครั้งที่ทำข่าวเกี่ยวกับการวิจัยยาจากสมุนไพร ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากหน่วยงานอื่นซึ่งเป็นนักวิชาการจากมหาวิทยาลัย เมื่อทำข่าวเจาะลึกไปเรื่อย ๆ จึงทราบว่าต้นเรื่องที่รับผิดชอบคือองค์การเภสัชกรรม

6. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

มีนักข่าวประจำกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งรับผิดชอบองค์การเภสัชกรรมด้วย และมีแหล่งข่าวอยู่ที่กระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้ ยังได้จากการแถลงข่าวที่หน่วยงานจัดขึ้น และข่าวแจกที่องค์การเภสัชกรรมส่งให้ซึ่งมีน้อยมาก

7. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

หาข่าวเอง จากการนัดสัมภาษณ์ผู้อำนวยการองค์การเภสัชกรรม โดยส่งประเด็นคำถามเข้าไปก่อน และเมื่อพร้อมจึงขออนุญาตเข้าพบเพื่อทราบภาพรวมนโยบายการดำเนินงานของ อ.ก. ด้านการผลิต การวิจัยและพัฒนา ใน 1 ปี จดหมายข่าว จุลสาร และโทรสารข่าวแจกจากองค์การเภสัชกรรม

8. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

เคยได้รับข่าวแจกบ้าง แต่น้อยมากไม่สม่ำเสมอ บางครั้งนักข่าวตามข่าวจากจุลสารองค์การเภสัชกรรม แต่ไม่ได้รับอย่างต่อเนื่อง

9. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

โดยวิธีพูดคุย หรือส่งโทรสาร (แต่จะต้องกลับกรองให้ทราบข้อเท็จจริงก่อนจึงจะลงตีพิมพ์)

- 1) จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการเภสัชกรรมทุกสมัย
- 2) ข่าวแจก (แต่น้อยมาก) และจุลสารองค์การเภสัชกรรม
- 3) แหล่งข่าวในองค์การเภสัชกรรม หรือสมาคมพนักงานรัฐวิสาหกิจองค์การเภสัชกรรม
- 4) แหล่งข่าวกระทรวงสาธารณสุข
- 5) มีนักข่าวประจำกระทรวงสาธารณสุข

ปัญหาในการคัดเลือก และนำเสนอเนื้อหาสาระข้อมูลข่าวสารขององค์การเภสัชกรรมมีหรือไม่ และเป็นปัญหาอย่างไร ท่านมีแนวทางแก้ไขที่จะเสนอแนะอย่างไร

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

เนื่องจากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานปิดในแง่ของการเผยแพร่ข่าวสาร ขาดความต่อเนื่องในการนำเสนอเนื้อหาสาระข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ บางครั้งเนื้อหาไม่

น่าสนใจ ไม่เป็นประเด็นสำคัญ ไม่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม แต่ก็คงไม่สำคัญเท่ากับการตลาดซึ่งคิดว่ามีมากกว่า และเชื่อว่าประชาชนอีกเป็นจำนวนมากให้การสนับสนุนขององค์การเภสัชกรรมอย่างสม่ำเสมออยู่แล้ว แต่หาซื้อลำบากมาก ไม่ทราบข้อมูลว่าหาซื้อที่ไหนได้สะดวก ควรให้ข้อมูลสม่ำเสมอ หรือบางครั้งการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่รีบเกินไป ไม่ถึงประเด็นสำคัญซึ่งหลบอยู่ในข่าวที่น่าสนใจกว่าออกมา การเน้นด้านวิชาการ หรือผู้บริหารมากเกินไป ก็เป็นปัญหาที่น่าจะแก้ไข นอกจากนี้ ควรใช้ภาษาที่ประชาชนเข้าใจง่ายเพราะเป็นเรื่องใกล้ตัว

2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

ภาพลักษณ์ขององค์การเภสัชกรรมในสายตาสื่อ เป็นหน่วยงานที่ไม่ค่อยโปร่งใสนัก เนื่องจากตีภาพในอดีตที่องค์การเภสัชกรรมเคยดูแลเรื่องยาเสพติด จึงมีภาพในเรื่องการคอร์ปชั่น และไม่เคยมียุติธรรมที่โปร่งใสจากหน่วยงาน ปัญหาในการคัดเลือกและนำเสนอเนื้อหาสาระ ข้อมูลข่าวสารอาจมีบ้าง เนื่องจากองค์การเภสัชกรรมมักไม่มีประเด็นที่น่าสนใจที่ประชาชนส่วนใหญ่สนใจ แต่จะมีเรื่องความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานเล็ก ๆ น้อย ๆ หรือไม่ก็เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งก็กระจายกันไปตามหน้าต่าง ๆ เช่น หน้าสตรี หรือหน้าอื่นที่มีหน่วยงานอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องกับองค์การเภสัชกรรม เท่าที่ผ่านมาก็เคยคัดเลือกข่าวขององค์การเภสัชกรรมที่เกี่ยวกับประโยชน์ของยาสมุนไพรที่องค์การเภสัชกรรมวิจัยและผลิตออกมาบ้าง ในหน้าว่าไรดี ในแง่มุมเบา ๆ ไม่นัก แต่มีนักข่าวเข้าไปเจาะข่าวเองโดยได้รับการแนะนำจากหน่วยงานอื่น ให้ไปหาข้อมูลจากสถาบันวิจัยและพัฒนาของ อภ. เนื่องจากไม่ได้รับข่าวจากองค์การเภสัชกรรมโดยตรง หากองค์การเภสัชกรรม ต้องการให้สื่อหนังสือพิมพ์นำเสนอหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณชน ควรส่งข่าวมาให้เอง เป็นไปไม่ได้ที่จะให้นักข่าวติดตามร้องขอทุกเรื่อง เนื่องจากต้องทำข่าววันต่อวัน ไม่มีเวลามากพอ การส่งข่าวที่สะดวกรวดเร็ว สามารถทำได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ หรือโทรสาร และควรส่งข่าวไปยังโต๊ะต่าง ๆ ทุกโต๊ะที่องค์การเภสัชกรรมพิจารณาเห็นว่าข่าวของตนน่าจะเกี่ยวข้องได้ นักประชาสัมพันธ์ควรสร้างสัมพันธ์ด้วยการมาเยี่ยมเขียนสื่อบ้าง ไม่จำเป็นต้องมาในโอกาสสำคัญหรือนำของมาให้ สำหรับองค์การเภสัชกรรมหากต้องการให้เพื่อย้ำเตือนความจำควรเป็นยาขององค์การเภสัชกรรมเองเหมาะสมที่สุด

3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด

มีมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ศัพท์ในเชิงวิชาการมากเกินไป ประชาชนอ่านแล้วไม่เข้าใจ หรือข่าวที่ไม่ส่งกระทบต่อส่วนรวม

4. หนังสือพิมพ์มติชน

ไม่มีปัญหาในการคัดเลือกเนื่องจากข่าวสารที่ได้รับจากองค์การเภสัชกรรมค่อนข้างน้อย เท่าที่สังเกตข่าวที่ได้รับเป็นการเจาะข่าวจากข่าวตัด หรือได้ข่าวเพราะ อภ. แดลงข่าว ไม่เคยได้ข่าวในลักษณะอื่น เคยได้รับวารสารของ อภ. ที่ออกทุกเดือน บางครั้งมีเรื่องที่น่าสนใจ และนำมาเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ แต่เมื่ออ่านดูแล้ว เรื่องง่าย ๆ แต่ผู้เขียนไปลงในวารสารดังกล่าว กลับทำให้เรื่องนั้นเข้าใจยาก บุคคลทั่วไปอ่านแล้วไม่เข้าใจ จึงไม่เคยนำเรื่องจากวารสารของ อภ. มาอ้างอิงในหน้าหนังสือพิมพ์ หากเขียนเรื่องในวารสารให้เข้าใจง่าย ก็คงจะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลทั่วไปหรือผู้ที่สนใจมากขึ้นได้ ที่ผ่านมามีข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์อยู่บ้าง เพราะมีนักข่าวประจำกระทรวงสาธารณสุขซึ่งติดตามข่าวขององค์การเภสัชกรรมอยู่ คิดว่าในระยะเวลา 1 เดือนน่าจะมีการส่งข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การเภสัชกรรมบ้าง นักประชาสัมพันธ์ควรมีจิตสำนึกและตระหนักอยู่เสมอว่าประชาชนน่าจะได้รับการข่าวขององค์การเภสัชกรรมหรือไม่ส่งผลกระทบต่อเกี่ยวข้องกับชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชนในแง่มุมใดหรือเปล่า นอกจากนี้เห็นว่าควรส่งข้อมูลข่าวสารให้หนังสือพิมพ์ก่อนสื่ออื่น เนื่องจาก มีขั้นตอนซับซ้อนก่อนนำเสนอต่างจากสื่ออื่นซึ่งรวดเร็วกว่า

5. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

ถ้าเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจ ก็เปลืองเนื้อที่ และอาจถูกเจ้านายค่าได้ หากเป็นประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจหรือส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรงก็จะนำเสนอลงหน้าหนึ่ง เช่น กรณีทุจริตยากระทรวงสาธารณสุข ก็มีข่าวพาดพิงถึงองค์การเภสัชกรรมด้วย โดยทั่วไปปัญหาใหญ่ที่สำคัญก็คือสื่อมวลชนหรือประชาชนบางส่วนไม่รู้จักองค์การเภสัชกรรม ไม่ทราบบทบาทภาระหน้าที่ที่องค์การเภสัชกรรมรับผิดชอบอย่างแท้จริงและชัดเจน ไม่รู้จักผู้บริหาร หากเทียบกับผู้บริหารของ อย. อาจจะเป็นเพราะ อย. เป็นหน่วยงานที่มีผลประโยชน์สูง เกี่ยวข้องกับการทุจริตได้ชัดเจน โดยง่ายจึงทำให้มีข่าวน่าสนใจกว่า ในความเห็นส่วนตัวคิดว่าองค์การเภสัชกรรมเป็นองค์กรที่ช่วยเหลือคนที่ไม่ถึงกับปิดทองหลังพระ ซึ่งต่างจากองค์การโทรศัพท์ หรือการสื่อสารแห่งประเทศไทยที่ประชาชนสัมผัสวันละหลายครั้ง แต่คนจะกินยาเมื่อเจ็บป่วยเท่านั้น แม้ว่ายาจะมีความสำคัญต่อชีวิต เป็นปัจจัยสี่ของมนุษย์ แต่ประชาชนคนไทยก็ไม่ค่อยได้รับรู้เท่าไร ว่ายาที่ตนบริโภคมาจากหน่วยงานใด หน่วยงานใดผลิต หรือเมื่อต้องการใช้ยาควรเป็นยาจากองค์การเภสัชกรรมซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐเท่านั้นที่ผลิตยา ขยายที่ปลอดภัย ให้ความสำคัญกับสุขภาพประชาชน ในรากายุติธรรม

6. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

ไม่มีปัญหาเนื่องจากข่าวที่ได้รับน้อยมาก ที่ผ่านมาข่าวแจกที่ได้รับเป็นข่าวที่ไม่น่าสนใจ เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ผู้บริหารหรือหน่วยงานเล็ก ๆ น้อย ๆ เท่านั้น ไม่มีประเด็นการนำเสนอที่น่าสนใจหรือส่งผลกระทบต่อสังคม หรือคนส่วนรวม ซึ่งหนังสือพิมพ์จะให้ความสนใจมากกว่า คิดว่าสื่อมวลชนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยเข้าใจบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนขององค์การเภสัชกรรมนัก องค์การเภสัชกรรมน่าจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านบทบาทหน้าที่ภารกิจที่รับผิดชอบ และทำหน้าที่ที่รับผิดชอบอย่างจริงจังให้มากกว่านี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การเภสัชกรรม เป็นหน่วยงานของรัฐที่ผลิตยาให้ประเทศเป็นหลัก เรื่องยา การใช้จ่าย เป็นเรื่องใกล้ตัวและส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง น่าจะติดตามความเคลื่อนไหวของสังคม และฉวยโอกาสนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น ในช่วงภาษีมูลค่าเพิ่มลดเหลือ 7% คนไทยสามารถซื้อยาได้ในราคาถูกลง เป็นต้น หน่วยงานน่าจะมีความกระตือรือร้นมากกว่านี้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวิจัยยารักษาซึ่งน่าจะมีมาก เนื่องจากเป็นฝ่ายผลิตยาของกระทรวงสาธารณสุข น่าจะเปิดเผยต่อสาธารณชนได้รวดเร็วและถูกต้อง

7. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

บางครั้งเนื้อหาสาระ ข้อมูลข่าวสารขององค์การเภสัชกรรมไม่ตรงกับหน้าการตลาด เพราะหนังสือพิมพ์มีมุมมองด้านการตลาดมาก จึงเป็นการยากที่ข่าวองค์การเภสัชกรรมจะตรงกับความต้องการของหนังสือพิมพ์ แต่หากเป็นการนำเสนอในแง่ของการขยายโรงงานผลิตยา การร่วมลงทุนกับต่างชาติ การถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านยา การวิจัยและพัฒนายาตัวใหม่ ๆ การขยายช่องทางจำหน่าย ที่น่าสนใจก็จะได้รับการคัดเลือก

8. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

ไม่มี เพราะไม่ค่อยได้รับข่าวสารจากองค์การเภสัชกรรม ควรส่งข่าวที่มีประเด็นสำคัญ และควรตามกระแสที่ประชาชนให้ความสนใจ

9. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

เนื่องจากข่าวที่ส่งมาไม่สร้างสรรค์ ไม่น่าสนใจ ความสำคัญของการนำเสนอข่าวคือข่าวนั้นต้องเป็นประโยชน์ หรือโทษต่อคนส่วนใหญ่ เช่น เหตุใดจึงผลิตยาไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน มีปัญหาด้านการเพิ่มกำลังการผลิตองค์การเภสัชกรรมควรมีการชี้แจงเหตุผลที่ชัดเจนให้สาธารณชนได้รับทราบ

ในฐานะที่ท่านเป็นสื่อมวลชน ท่านมองเห็นสภาพปัญหาด้านยา และการใช้ยาใน ประเทศ และเห็นความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอย่างไร หรือไม่

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

1) ปัจจุบันคนไทยซื้อยาเกินเอง ใช้ยาผิดประเภท และใช้ยาเกินจำเป็นบางครั้งถูก หลอกให้ใช้ยาในราคาแพงแต่คุณภาพต่ำ

2) การใช้ยาถูกกำหนดโดยแพทย์ ซึ่งอาจได้รับผลประโยชน์จากบริษัทฯเอกชนบาง บริษัท โดยการให้เป็นรางวัลต่าง ๆ เช่น การผลักดันขายของบริษัทไปสู่ประชาชนได้ตามเป้าหมายที่ บริษัทกำหนดไว้ ก็อาจได้ไปดูงานต่างประเทศโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ยังคง แก้ไขไม่ได้

3) หน่วยงานของรัฐที่มีส่วนรับผิดชอบในเรื่องยา น่าจะส่งยาขององค์การ เกสัชกรรมไปสู่คนในระดับล่างให้มากกว่านี้ ที่ผ่านมาขาดการประชาสัมพันธ์ประชาชน ถึงผู้ ขาดจน และอยู่ห่างไกลความเจริญ ซึ่งไม่ได้รับการศึกษา องค์การเภสัชกรรมมีหน้าที่ในการผลิตยา อยู่แล้ว ก็ต้องมีหน้าที่หลักในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ความรู้ความเข้าใจที่ ถูกต้องเกี่ยวกับยาแก่ประชาชนทุกระดับ รวมถึงประชาชนระดับล่างด้วย

4) คนไทยขาดการศึกษา ไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการใช้ยาอย่างแท้จริงในอดีต ประชาชนจะนิยมใช้ยา APC ยาเม็ดสีชมพู หรือยาแอสไพริน เมื่อปวดหัว วนตีคืนก็ออกมาบอก ว่ามีการวิจัยแล้วพบว่าเป็นยาอันตรายให้โทษ จึงยกเลิกสูตรนี้ไป ซึ่งก็ไม่มีใครรับผิดชอบว่ายาที่ ประชาชนในอดีตบริโภคเข้าไปจะมีอันตรายสะสมอยู่มากน้อยขนาดไหน เป็นผลร้ายต่อร่างกาย อย่างไร ปัจจุบันก็เปลี่ยนมาใช้ ยาพาราเซตามอล ปวดหัวก็ซื้อกินเอง โดยที่ประชาชนไม่มีสิทธิ์ รู้เลยว่ายานี้มีพิษ ภัยใด ๆ ซ่อนอยู่หรือไม่ องค์การเภสัชกรรมวิจัยแล้วหรือยัง ปัญหาประชาชน ซื้อยาเกินเองเป็นปัญหาใหญ่ร้ายแรงที่เป็นอันตรายต่อชีวิต ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขหรือหน่วยงาน อื่นที่เกี่ยวข้องมองข้าม และไม่ให้ความสำคัญอย่างจริงจัง เนื่องจากประชาชนไม่มีเงินไปพบแพทย์ ตามคลินิกใกล้บ้าน หรือโรงพยาบาลซึ่งมีคนใช้บริการเยอะมากเสียเวลาในการรอคอย สถาน พยาบาลในชุมชนไม่ทั่วถึง หรือหากทั่วถึงก็ไม่มีหมอ และพยาบาลที่ใส่ใจประชาชนอย่างจริงจัง เพราะไม่เข้าใจเรื่องยา การใช้ยา การแพ้ยา การดูแลสุขภาพโดยไม่ต้องพึ่งยา หรือไม่มีความรู้ว่าการ บริโภคยาที่ไม่ครบตามที่แพทย์กำหนด จะทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายได้ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ควรให้ความสนใจและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับยาแก่ประชาชนมากกว่านี้ หากองค์การ เกสัชกรรม กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงศึกษาธิการ ร่วมมือกันอย่างจริงจังในการให้ ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน โดยเริ่มจากการศึกษาในชั้นเรียน บรรจุเป็นวิชาหลักในเรื่องยา

การใช้ยา การดูแลสุขภาพ เมื่อเจ็บป่วยเล็กน้อย การป้องกัน ระวังโรคต่าง ๆ ซึ่งมีใช้การให้ความรู้ เรื่องการปฐมพยาบาลอย่างเดียว ควรเน้นในเรื่องยาเป็นสำคัญอย่างต่อเนื่อง หากเด็กได้รับความรู้ ความเข้าใจอย่างแท้จริง ก็จะสามารถถ่ายทอดให้คนในครอบครัวทราบได้ว่าการใช้ยาที่ถูกต้องเป็น อย่างไร อันตรายจากการใช้ยามีอะไรบ้าง จะได้ไม่หลงเชื่ออิทธิพลจากสื่อ โฆษณาโดยง่าย

2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

1) ปัญหาเรื่องอันตรายจากการใช้ยาชุด ยาสารพัดประโยชน์ ซึ่งหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ให้ความสำคัญและเคยเตือนผ่านบทความหรือคอลัมน์ต่าง ๆ มานานแล้วแต่ปัจจุบันปัญหา นี้ยังมีอยู่ เคยเขียนแนะนำด้วยว่ายาที่ควรใช้คือยาชุดตำราหลวงที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรม เพราะผ่านการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แล้ว มีความปลอดภัย และ ราคาถูก อย่างไรก็ตามองค์การเภสัชกรรมซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐที่ประชาชนให้ความเชื่อถือและ ไว้วางใจ น่าจะออกมาขายเดือนและนำเสนอให้ทราบถึงคุณภาพของยาที่หน่วยงานผลิต ให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องการบริโภคยาเองในกรณีเจ็บป่วยเล็กน้อย หรือบริโภคในปริมาณที่พอ เหมาะ หรือข้อแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน

2) ยาราคาแพง และมีคุณภาพต่ำ หมดยุคเร็ว หน่วยงานที่รับผิดชอบควรเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนรับทราบถึงคุณและโทษจากการใช้ยามากกว่านี้ เพราะเขาไม่สามารถ เข้าใจ หรือมีความรู้ว่ายานชนิดใดคุณภาพดีหรือไม่อย่างไร เรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญ ประชาชนจำเป็นต้องรู้เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตและสุขภาพของประชาชนโดยตรง

3) การใช้บัตรประกันสังคมของประชาชนชั้นกลาง หรือค้ำยังไม่ได้รับความเป็น ธรรม คนรวยได้รับยาคุณภาพดีจากต่างประเทศ คนชั้นกลางได้รับยาราคาถูกและด้อยคุณภาพ

3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด

ปัญหาขามีมากในกลุ่มชาวบ้าน เหตุเพราะเจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบระดับล่าง ของกระทรวงสาธารณสุขปล่อยปละละเลย ควรจะเข้าถึงชาวบ้านให้มากกว่านี้

4. หนังสือพิมพ์มติชน

สื่อมวลชนให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารด้านยา สภาพปัญหาและการใช้ยา ในประเทศมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในปัจจุบันคนไทยใช้ยาฟุ่มเฟือย ซ้ำ ซ้อนและสิ้นเปลือง ไม่สามารถใช้ยาอย่างเหมาะสมได้ ต้องพึ่งพิงแพทย์ เภสัชกร และร้านยา เนื่องจากผู้บริโภคขาด ความรู้ ความเข้าใจเรื่องยา สื่อจำเป็นต้องเสนอเรื่องนี้ แต่ช่องทางที่ได้ข่าวค่อนข้างจำกัด นอก

จากนี้ ยังเห็นว่าสภาพปัญหาด้านยา และการใช้ยาในประเทศ อยู่ในภาวะวิกฤตน่าเป็นห่วง ประการแรก สังคมยังไม่ตระหนักว่าเกิดอะไรขึ้นและวิกฤตมากน้อยเพียงใด อย่างไร ประการที่สอง ผู้บริหารไม่กำหนดนโยบายแน่ชัด ประการที่สาม ผู้ปฏิบัติยังไม่สามารถหาข้อมูลในเรื่องงบประมาณได้ เนื่องจากมีผลประโยชน์มาก หากทำให้ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์มาก การเสนอข่าวทุจริตยา แม้จะทำให้ปรับระบบได้ระดับหนึ่ง แต่ก็สามารถช่วยให้ประหยัดงบประมาณได้ถึงพันล้านบาท อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหาเรื่องการกำหนดนโยบายที่มุ่งซื้อยาถูก ไม่คำนึงถึงคุณภาพซึ่งข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น กระทรวงสาธารณสุขจำเป็นต้องเปิดกว้างเรื่องการจัดซื้อยาให้เป็นระบบที่ได้มาตรฐานและเป็นประโยชน์อย่างแท้จริง ที่ผ่านมานโยบายยังไม่รอบคอบรัดกุมพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจเช่นนี้ จะทำให้ปัญหานี้รุนแรงมากขึ้นซึ่งไม่ได้สะท้อนเป็นรูปธรรมชัดเจน แต่จะมีเรื่องผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนซึ่งมีแนวโน้มสูงมากขึ้น ปัญหาอีกอย่างหนึ่งคือปัจจุบันประชาชนซื้อยากินจำเป็น จึงควรให้ความรู้ในเรื่องการดูแลสุขภาพ ที่ถูกต้องการป้องกันโรคต่าง ๆ ยาใดเหมาะกับคนหรือเหมาะกับใช้อย่างไร มีการเลือกปฏิบัติในสังคม คนรวยได้รับยามีคุณภาพ คนจนได้รับยาถูกแต่ด้อยคุณภาพ ควรเปิดกว้างให้ประชาชนและสังคมได้รับรู้ และร่วมทบทวนด้วย รวมถึงสิทธิของผู้ป่วยที่พึงได้รับในเรื่องยา ซึ่งควรประกาศต่อสังคมให้ชัดเจน

5. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

ยาทั้งระบบแพงเกินไปมาก หน่วยงานที่รับผิดชอบไม่ได้ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในเชิงผลกระทบของยากินให้พอดี ผลข้างเคียง อันตรายจากการใช้ยา เช่น ยาแก้ปวดกินเข้าทุกครั้งทีปวด (แอสไพริน) หรือยาแก้ท้องเสีย (โลโมติล) ที่ใช้กันมาเป็นเวลาช้านาน จนกระทั่งออกมาบอกว่าวิเคราะห์วิจัยแล้วเป็นอันตรายไม่ควรใช้ เพราะไม่มีความรู้ แพทย์ เกษัชกร หมอดีแนะนำก็ใช้กันไปในห้องตลาดนิคมอะไรก็บริโภคตาม หรือกินโดยอิทธิพลของสื่อโฆษณา (ทิฟฟี่ดีคอลเจน) หน่วยงานที่รับผิดชอบน่าจะให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องยา การใช้ยาที่ถูกต้องแก่ประชาชนมากกว่านี้ แม้แต่ยาที่สกัดจากสมุนไพรของไทย ก็ไม่มีหน่วยงานของรัฐออกมาให้เผยแพร่ให้ความรู้ ถึงข้อดีและข้อเสียในการใช้อย่างชัดเจน ประโยชน์และโทษ และแต่ละชนิดสามารถรักษาโรคได้บ้าง ชนิดใดจึงจะเหมาะกับการรับประทาน ของ แคบซูล หรือชนิดน้ำ ส่วนใหญ่เป็นไปตามกระแสชีวิตในปัจจุบัน เชื่อหรือวางใจก็บริโภคกันไปเอง แต่ไม่ทราบว่ามีวิเคราะห์วิจัยเรียบร้อยหรือมีการรับรองมาตรฐานยาชนิดนั้นแล้วหรือไม่

6. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

1) ปัญหาปัจจุบันประชาชนนิยมซื้อยากินเอง ทั้งที่ไม่มีความรู้ในการใช้ยามากพอ มักจะปฏิบัติตามที่ร้านขายยาแนะนำ กฎหมายยังไม่รัดกุมในเรื่องนี้ และหน่วยงานที่รับผิดชอบไม่ออกมาทำหน้าที่รับผิดชอบอย่างจริงจัง

2) มีกรณีทุจริตยา คอรัปชั่นมากในวงราชการ

3) ปัญหานำเข้าจากต่างประเทศมีมาก และประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจ การใช้ยาให้ถูกวิธี ถูกกับโรคที่เป็น ผลข้างเคียง อันตรายที่จะเกิดขึ้นได้จากการใช้ยาที่มากเกินไป

4) ยาแพง ถ้าเทียบกับคุณภาพและประสิทธิภาพ การใช้สิทธิทางด้านการประกันสังคมจะแตกต่างกันมาก คนรวยจะได้รับยานำเข้าจากต่างประเทศ คุณภาพดีประชาชนธรรมดาได้รับยาราคาถูก ค่อยประสิทธิภาพและคุณภาพ

องค์การเภสัชกรรมน่าจะมีส่วนร่วมแสดงบทบาทในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เต็มที่มากกว่านี้ ให้ประชาชนมีความรู้ในเรื่องการบริโภคยาที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ เช่น การบริโภคยาที่ไม่ครบตามปริมาณที่กำหนด หรือไม่ปฏิบัติตามที่แพทย์สั่งอย่างเคร่งครัดจะทำให้เกิดปัญหาคือยาเป็นอันตรายต่อสุขภาพ และขยายวงกว้างเป็นปัญหาสังคมได้ในที่สุด และเห็นว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการสาธารณสุขของรัฐ ควรให้ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ยานั้น ๆ โดยไม่คำนึงว่าจะมีผลเสียต่อบริษัทฯหรือไม่อย่างไร ผู้บริโภคจะไม่มีความรู้และไม่เคยสนใจว่ายาแต่ละชนิดมีข้อห้ามอย่างไร ประชาชนไม่มีทางเลือก ควรปรับระเบียบข้อบังคับใหม่ที่เปิดโอกาสให้มีการเปิดเผยคุณลักษณะยา เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบควรรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วย

7. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

เอกชนมีการเลียนแบบยาต้นแบบ คือบรรจุก้าวไม่ครบตามกำหนด มีตัวยาน้อยซึ่งจะส่งผลกระทบต่อชีวิตผู้ป่วยทำให้รักษาไม่หาย ทำให้ผู้ป่วยคือยา หน่วยงานของรัฐไม่ให้ความสำคัญ ไม่มีการควบคุมอย่างจริงจัง มีแต่นโยบาย เพื่อหาทางป้องกันแต่ในทางปฏิบัติยังทำไม่ได้ ควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ความสำคัญมากกว่านี้ ให้ความรู้ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่ประชาชน เพราะยาเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่สำคัญของชีวิต เป็นเรื่องใกล้ตัวประชาชนมากที่สุด

8. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

มีการแข่งขันทางการตลาดในเรื่องยาสูง คนไทยใช้ยาเกินจำเป็น ประชาชนไม่มีความรู้เรื่องยา กระทรวงสาธารณสุข หรือองค์การเภสัชกรรมควรมุ่งเน้นในการให้ความรู้เรื่องยา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางโรงพยาบาลของรัฐให้ถึงประชาชนซึ่งอยู่ห่างไกลตามต่างจังหวัด และควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายยาสามัญประจำบ้าน เช่น ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น

9. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

1) ประเทศไทยยังมีปัญหาด้านยา และการใช้ยาที่ยังหละหลวม ยังไม่มีมาตรการที่เคร่งครัดในการควบคุมร้านขายยา ซึ่งมีการขายยาแบบสะเปะสะปะ ยาอันตรายยาควบคุม ยาควบคุมพิเศษก็ยังมีจำหน่าย ประชาชนนิยมไปซื้อยาบริโภคเองจากร้านขายยา ซึ่งขายยาโดยเภสัชกรหรือในบางครั้งก็เป็นลูกหลานเภสัชกร ทำให้ประชาชนอาจได้รับยาที่ไม่ถูกต้องนัก

2) ปัญหาของกระทรวงสาธารณสุขเอง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาหน่วยงานราชการ นักการเมือง คอร์ปชั่น ที่ผ่านมามีปัญหาด้านการสาธารณสุขคือ สถานบริการ ไม่เพียงพอ ไม่มีแพทย์ โรงพยาบาลอยู่ไกล ปัจจุบันรัฐบาลจึงแก้ปัญหาโดยการเน้นการรักษามากเกินไปในบางส่วน แต่ไม่เน้นในเรื่องการป้องกัน หรือการดูแลสุขภาพอย่างถูกต้อง

3) ปัญหาการใช้จ่ายในด้านสุขภาพมากเกินไป

อะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ข่าวขององค์การเภสัชกรรมได้รับการตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ของท่าน

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

เนื่องจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีนโยบายที่ชัดเจนและยินดีนำเสนอว่าสุขภาพพลานามัยของประชาชนซึ่งเป็นเรื่องสำคัญ การให้ความรู้หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านยาแก่ประชาชนเป็นสิ่งที่หน่วยงานของรัฐพึงกระทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข่าวเรื่องยาที่ส่งผลกระทบต่อสาธารณสุขในวงกว้าง ข่าวในเชิงลบ คำเตือนจากหน่วยงาน ประโยชน์จากผลงานวิจัย หรือยาใหม่ๆ ที่องค์การเภสัชกรรมผลิต หรือความเคลื่อนไหวด้านยาที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนในแง่มุมต่างๆ หรือ บางครั้งอาจเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อองค์การเภสัชกรรมเอง ก็อาจจะมีการทักท้วง ดึงบั้งเพื่อไม่ให้ประชาชนรับเคราะห์ เพราะยาเป็นปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิต เป็นการกระตุ้นหน่วยงานเองว่าควรรับผิดชอบต่อบทบาท ภาระกิจ หน้าที่ อย่างเต็มที่ เพื่อสร้างศรัทธาให้เกิดขึ้นกับหน่วยงานเอง การให้ข้อมูลที่โปร่งใสแก่ประชาชนอย่างแท้จริง หากมีปัญหาใด ๆ เช่น

กำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ก็ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การผลิตหรือการบริหารงานให้ดีขึ้น ไม่หลบเลี่ยง หรือปิดตัวเงียบ ควรออกมาชี้แจงข้อเท็จจริง แก้ไข และขอโทษประชาชน ทุกอย่างจะคลี่คลาย ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสื่อว่าจะพิจารณาหยิบยกประเด็นใดเป็นเรื่องใหญ่ ส่วนกิจกรรมภายในของหน่วยงานหรือผู้บริหารในเชิงบวก ซึ่งหากเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม ก็จะเป็นเรื่องที่พิจารณารองลงมา แต่ส่วนใหญ่นักข่าวจะเจาะข่าวได้ลึก และน่าสนใจกว่า แต่ปัญหาหนึ่งสำหรับองค์การเภสัชกรรม คือเมื่อใดก็ตามที่นักข่าวไปทำข่าวเองในประเด็นสำคัญ ผู้บริหาร หรือนักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมักมีปฏิกริยาในเชิงต่อต้าน และมองว่าสื่อจะมาเจาะหรือคุ้ยแคะอะไรหรือไม่ ทำไมไม่มองว่าสื่อต้องการนำเสนอข้อมูลสำคัญของหน่วยงานไปเผยแพร่จริง ๆ ถ้าองค์การเภสัชกรรมทำบทบาทภาระหน้าที่ของคนอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลงานสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะชน หรือมีผลงานออกสู่สายตาประชาชนมาก ข่าวขององค์การเภสัชกรรมก็ต้องได้รับการตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐแน่นอน

2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

น้ำหนักของข่าว และเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ ข่าวที่ทันเหตุการณ์ และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ยาใหม่ ๆ ที่ องค์การเภสัชกรรมผลิต หรือข่าวเรื่องยาใหม่ ๆ ที่ประชาชน (ทั่วโลก) กำลังให้ความสนใจ เช่น ยาโวกะก้า ซึ่งประชาชนควรได้รับรู้ องค์การเภสัชกรรมน่าจะได้นำเสนอผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึงมากที่สุดหรือสื่ออื่น ๆ ว่าสามารถซื้อได้ที่ไหน ในฐานะที่เป็นหน่วยงานของรัฐ และเป็นตัวแทนจำหน่ายยานี้อยู่ หน่วยงานประชาสัมพันธ์ต้องออกมาเผยแพร่ข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ ต่าง ๆ เหล่านี้ นับเป็นสิ่งที่น่าสนใจและน่าติดตาม และควรสื่อให้ประชาชนรู้ให้ได้ว่าองค์การเภสัชกรรมผลิตยาดีมีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐานสากล และประหยัดค่าใช้จ่ายด้านยาได้ นอกจากนี้การเข้าไปมีส่วนร่วมตามกระแสสังคม การช่วยเหลือสังคม ความห่วงใยที่มีต่อประชาชนในสังคม เช่น การให้ความรู้ถูกต้องในเรื่องอาหารเสริมว่าจำเป็นต่อร่างกายหรือไม่ ขาดความอ้วนทำให้เกิดอันตรายอย่างไร การบริโภคยาสมุนไพรมีประโยชน์หรือโทษต่อร่างกายอย่างไร ใช้ในปริมาณเท่าใดจึงจะพอเหมาะ การรู้เท่าทันโรคทำอย่างไร หรือวิธีป้องกัน ระวังรักษาโรคติดต่อที่กำลังระบาดในช่วงเวลาต่าง ๆ ให้ความห่วงใยและให้เขารู้สึกให้ได้ว่ามีหน่วยงานของรัฐอย่างองค์การเภสัชกรรมเป็นที่พึ่งของประชาชน

3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด

ประโยชน์สูงสุดที่ประชาชนจะได้รับในทุก ๆ เรื่องที่เกี่ยวกับสุขภาพ อนามัย

4. หนังสือพิมพ์มติชน

ประเด็นที่น่าสนใจทุกเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อคนในสังคม ควรบอกประชาชนว่าได้รับประโยชน์ใดบ้างจากองค์การเภสัชกรรม การใช้ยาที่ถูกต้องควรเป็นอย่างไร องค์การเภสัชกรรมควรช่วยเหลือเป้าหมายขององค์กรและแสดงบทบาทหน้าที่ของตนชัดเจนกว่านี้

5. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

เท่าที่เคยนำเสนอจะเป็นประเด็นเกี่ยวกับการวิจัยยา ประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจหรือส่งผลกระทบต่อประชาชน เรื่องใหม่ เรื่องใกล้ชีวิตผู้คน ความเป็นความตาย เช่น วิจัยสมุนไพรโรคเอดส์ หรือองค์การเภสัชกรรมหันมาให้ความสนใจเรื่องนี้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ส่วนข่าวการทุจริตซื้อที่ดินแห่งใหม่ขององค์การเภสัชกรรม ก็คงเพราะส่งผลกระทบต่อภาพขององค์กรของรัฐ แต่ไม่ได้โจมตีหน่วยงาน เพียงเมื่อเป็นข่าวก็ต้องนำเสนอแต่ก็ต้องหาข้อเท็จจริงจากหน่วยงานเพื่อให้ชี้แจงว่าข้อมูลที่ถูกตั้งข้อสงสัยคืออะไร เมื่อทุกอย่างสมคูลย์ก็จบเรื่องไป นอกจากนี้ข่าวยาที่เป็นคุณประโยชน์ต่อร่างกายหรือโรคภัยไข้เจ็บ จะไม่มีโดยตรง ไม่ได้เน้นตัวองค์กร แต่เน้นที่ตัวสมุนไพรที่น่าสนใจว่าสามารถรักษาโรคอะไรได้บ้างมากกว่า สรุปว่าหากเป็นเรื่องที่มีน้ำหนักก็จะได้รับการตีพิมพ์

6. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

เนื่องจากสื่อมวลชนยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ที่องค์การเภสัชกรรมรับผิดชอบมากเพียงพอ บทบาทที่เห็นชัด คือ เป็นเพียงโรงงานผลิตยาของรัฐ และมีการวิจัยยาตัวใหม่ออกมาเท่านั้น จึงอาจทำให้ไม่เห็นความสำคัญในการลงตีพิมพ์ข่าวที่เกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมมากนัก แต่หากมีข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องยาที่ถูกต้อง การผลิตยา หรือวิจัยยาตัวใหม่ที่น่าสนใจ แปลก ใหม่ เป็นยาที่กำลังเป็นที่กล่าวถึง มีประโยชน์ต่อสาธารณสุข ช่วยแก้ปัญหาให้สังคมได้ในวงกว้าง ก็จะได้รับคัดเลือกลงตีพิมพ์

7. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

ประเด็น สาระ รายละเอียด หากส่งมามากและส่งโดยสม่ำเสมอ เมื่อนักข่าวเห็นประเด็นที่น่าสนใจก็จะสามารถตามข่าวได้ โดยโทรศัพท์เพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมและนัดสัมภาษณ์ผู้อำนวยการ หากได้ข้อมูลตามต้องการก็จะนำลงตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ต่อไป

8. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

ข่าวแจกมีประเด็นสำคัญ และครบถ้วน ชัดเจน

9. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ข่าวในแง่ลบ และประเด็นข่าว เนื่องจากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ภายใต้การดูแลของกระทรวงสาธารณสุข และเป็นหน่วยงานที่ทำรายได้ให้รัฐ มีบทบาทหน้าที่ในการผลิตยา วิจัยและพัฒนาชาติใหม่ ๆ เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคยาที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ในราคาที่เหมาะสม การนำเสนอข่าวคำนึงถึงประโยชน์ด้านสาธารณสุขที่ประชาชนในฐานะที่เป็นผู้เสียภาษีจะได้รับ และติดตามข่าวผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อประชาชน ซึ่งมักนำเสนอข่าวในแง่ลบ เช่น การร่วมลงทุนกับต่างชาติ แต่จะเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงที่ประชาชนจะได้รับประโยชน์สูงสุด

การนำเสนอข้อมูลข่าวสารขององค์การเภสัชกรรม ในความคิดเห็นของท่านควรมีรูปแบบใด จึงจะเหมาะสมที่สุด หรือกลยุทธ์ในการนำเสนอสาระข้อมูลอย่างไร จึงทำให้ได้รับการตีพิมพ์

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

1) เนื่องจากเป็นหนึ่งในผู้ให้การสนับสนุนยาขององค์การเภสัชกรรมมาโดยตลอดเป็นเวลานานแล้ว มีความมั่นใจในคุณภาพยาขององค์การเภสัชกรรมมาก แต่ไม่เคยทราบเลยว่าองค์การเภสัชกรรมได้รับการยอมรับมาตรฐานอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย หรือได้วิจัยยาสมุนไพรออกจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์หลายชนิดแล้ว นับว่าเป็นเรื่องดีที่จะสร้างศรัทธาให้เกิดขึ้นแก่ประชาชนให้ใช้ยาขององค์การเภสัชกรรมด้วยความมั่นใจ เพราะยาขององค์การเภสัชกรรมช่วยคนยากจนได้มาก ทำอย่างไรให้คนหันมาใช้ยา “โครัชชาล” แทนที่จะใช้ “ทิฟพี” แผลงสี่เขียว การตั้งชื่อยาก็น่าจะเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การให้ความรู้เรื่องการใช้ยาน่าจะเป็นเรื่องที่องค์การเภสัชกรรมต้องรับผิดชอบอย่างเต็มที่ด้วย ในแง่ของกลยุทธ์ในการนำเสนอสาระข้อมูลทำได้หลายวิธี เนื่องจากปัจจุบันประชาชนหันมาดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น มีกระแสความนิยมอาหารเสริม ยาจากสมุนไพร ฯลฯ โดยเริ่มจากการนำยาสามัญประจำบ้าน หรือยาอื่น ๆ ที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้เป็นประโยชน์ เช่น การจัดโครงการ “ผู้ยาคุณภาพ” รมรงค์ให้มีการมอบของขวัญของฝากด้วยยา ในวาระต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ขึ้นบ้านใหม่ เปิดหน่วยงานใหม่ โดยบอกวิธีใช้ยา อันตรายต่อร่างกาย ผลข้างเคียง ที่อาจเกิดขึ้นได้หากใช้ในปริมาณที่มากเกินไป การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ จะเป็นการสร้างกระแสความนิยมของคนไทยได้ ซึ่งอาจจะได้ทั้งภาพลักษณ์ ความใส่ใจ ความห่วงใยจากองค์

การเกษตรกรรมต่อประชาชน ซึ่งไม่ต้องใช้งบด้านการโฆษณามากมายเลย ควรเน้นด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งพร้อมจะให้ความร่วมมืออยู่แล้วเพราะเป็นกิจกรรมที่ยังประโยชน์ให้สังคมโดยตรง นอกจากนี้ น่าจะขอความร่วมมือไปยังหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงสาธารณสุขกระทรวงศึกษาธิการ กรมประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เป็นการสร้างมิติใหม่ให้กับองค์การเกษตรกรรมเองด้วย

2) องค์การเกษตรกรรมควรเผยแพร่ความรู้เรื่องยาหรือการดูแลสุขภาพ คำเตือน การป้องกันโรคในจังหวะเวลาที่เหมาะสมกับเวลาที่โรคหรือการเจ็บป่วยนั้น ๆ กำลังระบาด หรือในเวลาที่คุณส่วนใหญ่ให้ความสนใจ เช่น กระแสสมุนไพรมากำลังมาแรง องค์การเกษตรกรรมน่าจะฉวยโอกาสนี้เป็นช่องทางในการจำหน่าย เชิญชวนให้ประชาชนหันมาสนใจมอกระเช้าสมุนไพรให้ผู้ที่ตนเคารพรักในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันเกิด วันผู้สูงอายุ เป็นต้น เรื่องที่เป็นทางเลือกใหม่ ๆ สะดุดตา ไทยรัฐพิจารณาอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องเผยแพร่ข้อมูลมากเกินไป อาจจะส่งมาเป็นระยะ ๆ เนื่องจากไทยรัฐมีพื้นที่จำกัด เช่น เรื่องการวิจัยยาตัวใหม่ หรือส่งข่าวว่ายาที่วิจัยอยู่นั้น ดำเนินการไปถึงขั้นตอนไหน ใกล้จะสำเร็จแล้วหรือยัง ยาที่รักษาผลข้างเคียงในโรคเอสดีได้ องค์การเกษตรกรรมควรออกมาชี้แจง หรือให้ความรู้แก่ประชาชนสม่ำเสมอ ควรลงลึกให้ถึงประชาชนให้มากที่สุดเพราะประชาชนจะรู้สึกมั่นใจ ถ้าได้รับทราบข้อมูลต่าง ๆ เรื่องยาจากหน่วยงานของรัฐ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเองก็มีนโยบายในการนำเสนอข่าวให้หน่วยงานของรัฐด้วยความยินดีอยู่แล้ว

3) เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ข่าวการผลิตและวิจัยยาใหม่ ๆ ข่าวที่ประชาชนแตกตื่น ไม่มีความรู้ สับสน หรือยังไม่เข้าใจ เช่น ยาราคาถูกลง ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่สำหรับเด็ก เพิ่มช่องทางการจำหน่ายมะระขี้นกมีประโยชน์หรือไม่ อย่างไร ทำไมองค์การเกษตรกรรมไม่ผลิต ซึ่งองค์การเกษตรกรรมก็ต้องเข้ามาทำหน้าที่ตรงนี้ ว่ารัฐยังไม่ผลิตเลยเพราะพิจารณาเรื่องความคุ้มค่าหรือความเหมาะสมในเชิงการรักษาโรคยังไม่คุ้มทุนจึงต้องมีการทำวิจัยต่อ โดยองค์การเกษตรกรรมน่าจะประสานกับหน่วยงานอื่น เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ว่าองค์การเกษตรกรรมจะช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารใดได้บ้างเพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจมากขึ้นในเรื่องต่าง ๆ นอกจากสื่อหนังสือพิมพ์แล้ว สื่อที่ควรใช้อีกสื่อหนึ่งก็คือสื่อวิทยุซึ่งปัจจุบันคนหันมานิยมฟังวิทยุมากขึ้น เป็นเพราะไม่มีเวลาอ่านหนังสือพิมพ์ และเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับผู้ไม่รู้หนังสือซึ่งมีจำนวนมาก ซึ่งควรจะกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังสื่อต่าง ๆ สู่ระดับท้องถิ่น ภูมิภาค ให้มากกว่านี้ โดยขอความร่วมมือจากกรมประชาสัมพันธ์ หรือองค์การสื่อสารมวลชน (อสมท) นอกจากนี้ ยังสามารถขอความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งมีงบประมาณอยู่แล้ว รมรงค์เรื่องดูยาคุณภาพ ผลิตดูยาคุณภาพซึ่งมีความจำเป็นต่อประชาชนขั้นพื้นฐานในราคาถูก เพื่อไว้ใช้

ประจำบ้าน ประจำหมู่บ้าน หรือสถานที่ราชการต่าง ๆ โดยเชิญตัวแทนจาก อบต. เข้ารับการอบรมให้ความรู้เรื่องยา ถ่ายทอดให้ทราบว่าองค์กรเภสัชกรรมมีบทบาทภาระหน้าที่ อะไรบ้าง จะช่วย อบต. ได้อย่างไรบ้าง โดยประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเผยแพร่สู่ประชาชนในวงกว้างผ่าน อบต. ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้เกิดความชัดเจนต่อหน่วยงาน อย่างกว้างขวาง ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แต่ปัญหาที่ผ่านมาก็คือองค์กรเภสัชกรรมไม่ค่อยประสานกับหน่วยงานใด ไม่มองว่าองค์กรอื่นจะเป็นมือเป็นไม้ได้ อาจจะเป็นเพราะว่าองค์กรเภสัชกรรมผูกขาดในการผลิตยาให้กับโรงพยาบาลชุมชนอยู่แล้ว สามารถประกอบตัวได้อยู่แล้วในแง่ผลกำไร แต่ผลกำไรสูงสุดไม่ใช่มูลค่าตัวเลขกำไรในแต่ละปีที่หน่วยงานได้รับอยากให้องค์กรเภสัชกรรมมีทัศนคติที่ดีต่อสังคม และมองว่าผลกำไรสูงสุดน่าจะเป็นผลกำไรที่ประชาชนได้รับสูงสุด องค์กรเภสัชกรรมควรทำการตลาดเชิงสังคม หรือ Societal Marketing ซึ่งขณะนี้กำลังได้รับความนิยมจากประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือองค์กรที่พัฒนาแล้วในประเทศต่าง ๆ หรือแม้แต่บริษัทใหญ่ ๆ ของประเทศมหาอำนาจอย่างอเมริกา ก็เริ่มหันมาให้ความสำคัญตรงจุดนี้ โดยแบ่งเงินส่วนหนึ่งทำเพื่อสังคมเพราะมองว่าถ้าสังคมอยู่ไม่ได้องค์กรก็อยู่ไม่ได้ องค์กรเภสัชกรรมก็เช่นเดียวกัน ควรคิดเสมอว่าถ้าประชาชนใช้ยาอย่างไม่ถูกต้อง ไม่มีความรู้เรื่องยา โรคก็ไม่หาย หากประชาชนตายหมด องค์กรเภสัชกรรมก็อยู่ไม่ได้ จะผลิตยาเพื่อขายให้ใครไม่มีคนซื้อ ต้องคำนึงถึงประชาชนเป็นเป้าหมายหลัก ที่ผ่านมามององค์กรเภสัชกรรมไม่ค่อยมองประชาชนเท่าที่ควร ไม่ควรให้ความสำคัญเฉพาะโรงพยาบาลอย่างเดียวเพราะองค์กรเภสัชกรรมก็ผูกขาดไปแล้ว และความพยายามที่องค์กรเภสัชกรรมจะแตกบริษัทในเครือออกไปก็ดี หรือการร่วมลงทุนกับต่างประเทศก็ดี อยากให้มองให้ชัดเจนว่าเราจะเสียเปรียบหรือไม่ มิใช่มองแค่เงินก้อนมหาศาลที่ส่งมาให้เท่านั้น อย่าลืมว่าไม่มีนักธุรกิจที่ไหนที่จะเข้ามาโดยไม่ได้หวังผลประโยชน์สูงสุด ถ้าคนไทยยังไม่ทำเพื่อคนไทยด้วยกันเองแล้วต่างชาติที่ไหนจะมาทำ ต้องพิจารณาให้รอบคอบชัดเจน อยากรู้ก็ตาม ข้อสำคัญที่สุดก็คือ ต้องเปลี่ยนแนวคิดของผู้บริหารก่อน เรื่องข่าวสารถือเป็นเรื่องรอง

2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

ควรจะนำเสนอข่าวในทุก ๆ ด้าน นำเสนอหลายแง่มุม เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบว่าองค์กรเภสัชกรรมมีร้านขายเพิ่มมากขึ้นทั่วประเทศ และทุกอำเภอแล้ว หรือมีคำแนะนำง่าย ๆ ในการใช้ยาอันตรายจากการใช้ยาเกินขนาด ให้ความรู้ในการป้องกันหรือการดูแลสุขภาพ การปฏิบัติตัวอย่างไรจึงจะห่างไกลจากโรคภัยต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นต้น นอกจากนี้ ควรปรับด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานให้เป็นเชิงรุกมากกว่านี้ ถึงแม้จะเป็นหน่วยงานของรัฐ แต่องค์กรเภสัชกรรมเป็นรัฐวิสาหกิจน่าจะปรับได้ไม่มีปัญหา เช่นเดียวกับงานประชาสัมพันธ์ของ

กระทรวงสาธารณสุขหรือสำนักคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ที่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้มาก ไม่ว่าจะเป็นเอกสารเผยแพร่ หรือหัวข้อหมาย การนำเสนอที่สะดุดตาน่าสนใจ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน หากสื่อให้ความสำคัญอาจขอข้อมูลหรือภาพเพิ่มเติมได้ ซึ่งการประสานงานควร เป็นไปด้วยความรวดเร็วควรส่งข่าวในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวแจก ภาพข่าว หรือบทความในแง่มุมต่างๆ ที่หลากหลายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อหนังสือพิมพ์จะได้พิจารณาคัดเลือกข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับว่าเหมาะสมกับหน้าใดในสื่อ เพราะมีหน้ารองรับเยอะมาก หากมีน้ำหนักมากก็สามารถจัดให้ลงหน้าหนึ่งได้

3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด

คงไม่มีกลยุทธ์อะไรเป็นพิเศษ นอกจากเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบขององค์การเกษตรกรรมควรพร้อมที่จะถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และไม่ตีความการมากเกินไป โดยเฉพาะศัพท์วิชาการยาก ๆ ชาวบ้านไม่เข้าใจ แม้แต่คนเขียนข่าวเองยังไม่ทราบ ควรจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็นภาษาพื้น ๆ ง่าย ๆ

4. หนังสือพิมพ์มติชน

ทุกรูปแบบและทุกสื่อพร้อม ๆ กัน โดยใช้ให้เหมาะกับธรรมชาติของสื่อ นั้น ๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรใช้สื่อที่สามารถสื่อได้ 2 ทาง เช่น ข่าวแจก วารสาร หรือจดหมายข่าว เมื่อสื่อได้รับก็สามารถตามประเด็นจากผู้บริหารต่อได้โดยผู้บริหารต้องยินยอมให้สัมภาษณ์ต่อหลายครั้งที่ผ่านมา เมื่อมีเรื่องน่าสนใจ ในองค์การเกษตรกรรม แต่ผู้บริหารมักไม่มีเวลาที่ระบุบอกเล่าก็ทำให้พลาดโอกาสสำคัญที่นำเสนอให้ประชาชนได้รับรู้ อีกทั้ง บางครั้งอก. ยึดติดกับระบบของราชการทั้ง ๆ ที่ เป็นรัฐวิสาหกิจ ผู้ที่จะแจ้งข่าวสารให้ประชาชนรับทราบต้องเป็นผู้บริหารระดับสูงของอก. เท่านั้น ทั้งที่ความน่าสนใจหรือประเด็นข่าวที่น่าสนใจจาก อก. น่าจะนำเสนอผ่านบุคคลอื่น หรือหน่วยงานฝ่ายอื่นที่รับผิดชอบได้ เรื่องข่าเป็นเรื่องยากที่จะเข้าใจ แต่ก็ไม่ยากถ้าจะทำความเข้าใจ การเขียนเรื่องยากให้คนเข้าใจง่ายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ สะท้อนให้เห็นว่าเป็นเรื่องใกล้ตัว เช่น ยานชนิดหนึ่งมีรูปแบบการกินทั้งแบบเม็ด แบบน้ำ ถ้าประชาชนจะซื้อยากินเอง เขาน่าจะมีข้อมูล มีความรู้ว่าจะเลือกยานิดใด แบบใด ขนาดใดจึงจะเหมาะสมกับเขา เพราะอะไร แต่ละชนิดมีผลกระทบต่อร่างกายแตกต่างกันอย่างไรบ้าง อก. มีร้านจำหน่ายยาเอง ซึ่งไม่ต่างจากบริษัทยาของเอกชน กลยุทธ์ใด ๆ ที่บริษัทนำมาใช้ อก. ก็น่าจะทำได้บ้าง โดยอยู่บนพื้นฐานการคุ้มครองผู้บริโภคและประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์ก็เป็นสื่อหนึ่งที่มีเนื้อที่มากพอหากต้องการลงลึกในรายละเอียดซึ่งต้องเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย และเข้าถึงประชาชนหรือชุมชน

ชนได้ เป็นการให้ความรู้พื้นฐาน ให้ประชาชนได้มีโอกาสตัดสินใจมีความรู้มากขึ้น ว่ายาชนิดนี้เกิดขึ้นได้อย่างไร มีทางเลือกใดบ้างสำหรับประชาชน สมุนไพรไทยมีคุณสมบัติข้อเท็จจริงอย่างไรบ้าง คืออย่างไร สังคมยังต้องการทราบทั้งผลดีและผลเสีย หากใช้มากไปจะเกิดปัญหาอื่นตามมาหรือไม่

5. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

น่าจะใช้สื่อทุกสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ที่เป็นสื่อของรัฐด้วยกัน เช่น ขอความร่วมมือกรมประชาสัมพันธ์ (ซึ่งมีเวลาเหลือมาก) ในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยใช้ชื่อ “ความรู้เรื่องยาจากองค์การเภสัชกรรม” ที่สำคัญควรเป็นข้อมูลข่าวสารที่เป็นที่มีประเด็นสำคัญ น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ และเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยรวม หากไม่มีงบประมาณพอก็น่าจะทำในแง่ของข่าว

6. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

ทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นข่าว หรือบทความที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย โดยให้เภสัชกรเขียนบทความที่ไม่ยาวนานให้ความรู้เรื่องยาแก่ประชาชนในภาษาง่าย ๆ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ยินดีที่จะเผยแพร่ให้ และควรเป็นประเด็นที่น่าสนใจส่งผลกระทบต่อประชาชนและสังคมในวงกว้าง เพราะเรื่องยาเป็นเรื่องใกล้ตัวและมีความสำคัญต่อชีวิต อาจเป็นอันตรายได้หากบริโภคมากเกินไป หากประชาชนได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสารจากองค์การเภสัชกรรมจะเป็นประโยชน์มาก

องค์การเภสัชกรรมนับว่าเป็นบริษัทมหาชนหนึ่งแต่อยู่ในสังกัดรัฐ ควรเป็นต้นแบบในการนำเสนอเนื้อหาสาระให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารโดยไม่เน้นการค้าหรือหวังผลกำไรเกินไป นอกจากนี้ ควรมีบทบาทในการให้ความรู้ความเข้าใจ ส่งเสริมและสนับสนุนยาสมุนไพรให้มากกว่านี้ เพราะขณะนี้ประชาชนกำลังให้ความสนใจและเชื่อว่าไม่น่าจะเกิดผลร้ายต่อร่างกาย หากไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประชาชนจะไม่ได้รับทราบ โดยส่วนตัวรู้จักยาสมุนไพรขององค์การเภสัชกรรมเพียง “ฟ้าทะลายโจร” เท่านั้น ไม่มีข้อมูลในเรื่องผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรอื่น ๆ ทั้งที่เป็นสื่อเอง แต่หากประชาชนรู้ว่าองค์การเภสัชกรรมมีจำหน่ายจะรู้สึกวางใจและมั่นใจมากกว่าซื้อจากหน่วยงานอื่น ส่วนประเด็นความเคลื่อนไหวในการทำวิจัยยาต่าง ๆ ข่าวการพัฒนาตัวยาต่าง ๆ ให้มีคุณภาพ ก็ควรออกข่าวมาเป็นระยะ ไม่จำเป็นว่าเมื่อสำเร็จสมบูรณ์แล้วจึงค่อยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อคนที่สนใจหรือเจ็บป่วยด้วยโรคนั้นอยู่ จะได้รอกอยอย่างมีความหวัง นอกจากนี้ องค์การเภสัชกรรมน่าจะให้ความสำคัญกับการจัดโครงการรณรงค์ต่าง ๆ เช่นเดียวกับที่รัฐวิสาหกิจอื่น ๆ เช่น บริษัท การบินไทย จำกัด หรือบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่

จำกัด ซึ่งจำหน่ายเบียร์ที่ไม่ได้เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพเลย ยังเข้าร่วมสนับสนุนโครงการ หรือช่วย
 สังคมในแง่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บอย่างสม่ำเสมอ ไม่มีใครไม่รู้จักบริษัทนี้หรือผลิตภัณฑ์นี้
 แต่องค์การเภสัชกรรม เป็นหน่วยงานของรัฐมีบทบาทหน้าที่ในการผลิตยาเพื่อใช้สำหรับการรักษา
 โรคภัยไข้เจ็บโดยตรง และใช้สโลแกน “รับผิดชอบชีวิต ผลิตยาคุณภาพ” ที่คืออยู่แล้ว ทำไมไม่
 สร้างให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือสาธารณชน หรืออรรถรงค์ให้ประชาชนคนไทยหันมาดูแลสุขภาพ
 ภาพ หรือใช้ยาที่มีคุณภาพขององค์การเภสัชกรรมเมื่อเจ็บป่วย เพื่อลดการนำเข้ายาจากต่างประเทศ
 เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจเช่นนี้ องค์การเภสัชกรรมควรทำให้
 คนไทยรู้สึกหน่วยงานห่วงใยประชาชน หรือทำอะไรให้สังคมบ้างมิใช่เพียงแต่ผลิตยา การนำ
 เสนอข่าวที่ให้ข้อเท็จจริงแก่ประชาชนหรือมีบทความที่ให้ความรู้ด้านยาแก่ผู้บริโภคสื่อ
 หนังสือพิมพ์ ควรให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์มีประโยชน์ต่อประชาชน นอกจากนี้
 ควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนในชนบทห่างไกลผ่านโรงพยาบาลของรัฐทั่ว
 ประเทศอย่างจริงจัง นอกจากนี้ นักข่าวก็มีความสำคัญในการส่งข่าว หากมีมุมมองที่แตกต่างและ
 น่าสนใจในข่าวที่เกี่ยวกับยาก็จะให้ความสำคัญกับประเด็นนั้นและข่าวนั้นก็จะได้รับการตีพิมพ์

7. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

ทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นข่าว ซึ่งเป็นเรื่องการประกาศนโยบายในแต่ละปี การร่วมลง
 ทุนด้านยา ภาพข่าว ซึ่งเป็นภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือบทความ อาจเป็นการสัมภาษณ์พิเศษผู้อำนวยการ
 การองค์การเภสัชกรรม การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์การเภสัชกรรมด้วย

8. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

บทความ ซึ่งจะสามารถถ่ายทอดความคิดเห็นในแง่มุมต่าง ๆ โดยละเอียดเกี่ยวกับ
 ธุรกิจยา อุตสาหกรรมยา การร่วมลงทุน ให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบายการดำเนินงาน ความ
 เคลื่อนไหวและบทบาทหน้าที่ขององค์การเภสัชกรรมได้ชัดเจนขึ้น

9. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ทุกรูปแบบ แต่ต้องเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ใหม่ และมีประเด็นที่
 ประชาชนสนใจ ส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรงโดยรวม ที่ผ่านมานักหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
 จะลงข่าว บทความ และรายงานพิเศษ

ข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับจากองค์การเภสัชกรรม มีจุดบกพร่องอย่างไรบ้าง ทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ และท่านจะเสนอแนะแนวทางการแก้ไขอย่างไร

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

1) ต้องยอมรับว่าองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานที่โลกสีมอาจจะเป็นเพราะเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดภาครัฐ ซึ่งคงจะมีข้อจำกัดบางประการ หากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อสังคมจริง น่าจะแสดงบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมที่มากกว่านี้ สื่อมวลชนและประชาชนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจบทบาทที่แท้จริงของหน่วยงานนอกจากเป็นเพียงโรงงานผลิตยาของรัฐ และวิจัยยาใหม่ ๆ เท่านั้น ยุคสมัยเปลี่ยนไปแล้ว ในความเห็นส่วนตัวคิดว่าไม่จำเป็นต้องใช้ผู้บริหารที่มีวิชาชีพด้านการแพทย์ หรือเภสัชกรรมเท่านั้น ควรเปิดโอกาสให้ผู้บริหารมีอาชีพที่มีความชำนาญด้านการตลาด การก้าวทันทันโลก การสร้างภาพลักษณ์องค์กรเข้าร่วมในการบริหารงานด้วย น่าจะส่งผลดีแก่องค์การเภสัชกรรมเอง นอกจากนี้ เห็นว่าการรู้จักเขียนข่าวเพื่อสร้างข่าวเป็นเรื่องจำเป็นและสำคัญต่อหน่วยงานมาก เขียนอย่างไรให้ส่งผลดีถึงประชาชนให้ได้ ที่ผ่านมาองค์การเภสัชกรรมหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านนี้ไม่ใช่โอกาสให้เป็นประโยชน์ในการสร้างภาพลักษณ์ให้หน่วยงาน เช่น โอกาส เทศกาล หรือวาระต่าง ๆ ที่สำคัญ ควรมอบยาสมุนไพร หรือยาสามัญประจำบ้านที่มีรูปแบบสะดุดตา ให้แก่ รัฐมนตรีฯ ปลัดกระทรวงฯ หรือผู้บริหารฯ ในกระทรวง หรือมอบต่อเพื่อเป็นของขวัญระลึกแก่หน่วยงานอื่น เป็นการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ยอดจำหน่าย และภาพลักษณ์ทางอ้อม ให้ผู้รับตระหนักและเห็นคุณค่าของยาองค์การเภสัชกรรม เนื่องจากจุดจำหน่ายน้อย การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อมวลชนน้อยไม่ต่อเนื่อง ไม่มีการโฆษณาแล้วประชาชนจะรับทราบได้อย่างไร ว่ายาที่องค์การเภสัชกรรมมีคุณภาพดี ได้มาตรฐานสากล มีความปลอดภัย ราคายุติธรรม การให้ และการบอกต่อจึงเป็นเรื่องจำเป็นและสำคัญมาก

2) มีปริมาณน้อยมาก และเนื่องจากมีปัจจัยมากมายในการเลือกข่าวลงตีพิมพ์ หากข่าวที่องค์การเภสัชกรรมส่งมาน่าสนใจและมีประเด็นสำคัญจริงก็จะลงตีพิมพ์ให้แต่ถ้ามีข่าวอื่นที่สำคัญเร่งด่วนกว่า ก็อาจต้องลงข่าวนั้นก่อน แต่จะหยิบเรื่องขององค์การเภสัชกรรมขึ้นมาพิจารณาอีกในวันถัดไป ซึ่งจะต้องเป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและคำนึงถึงตลาดของไทยรัฐด้วย

3) ควรทำข่าวอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ หากองค์การเภสัชกรรมทำงานทุกวัน ผลิตยาทุกวัน วิจัยยาทุกวัน และเมื่อประสบความสำเร็จก็ควรรีบเผยแพร่ อย่าทำเพียงเพื่อสนับสนุนกระทรวงสาธารณสุขเท่านั้น ในแง่ของการเขียนข่าว ควรมีประเด็น เรื่องใหม่ เป็นประโยชน์ หรือส่งผลกระทบต่อประชาชนและสังคมในวงกว้าง ที่ผ่านมาประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมไม่พยายามที่จะมีความสัมพันธ์อันดีอย่างต่อเนื่องกับสื่อมวลชน จะเห็นได้ว่างานประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมต้องมีการวางแผนหรือซื้อสื่อ แต่ในส่วนที่เป็นงานที่นักข่าวพร้อมที่จะ

สนับสนุน หรือรองรับอยู่แล้วโดยไม่เสียงบประมาณ กลับไม่เข้าไปหาสื่ออื่น นักประชาสัมพันธ์ ควรจะต้องเรียนรู้ธรรมชาติของสื่อทุกสื่อ และเข้าใจจุดยืนของสื่อทุกสื่อ ไม่ใช่เสนอข่าวเพียงให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งข่าว แต่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับข่าวไม่ว่าจะเป็น ประชาชนหรือสื่อเลย บางทีสื่อ อาจไม่อยากได้ข่าวนี้นี้ ก็ต้องศึกษาและติดตามผลว่าทำไมสื่อจึงไม่ ลงข่าวที่ส่งไปให้ ต้องสรุปบันทึกและประเมินผลงานของคนด้วย เพื่อหากลยุทธ์อื่น หรือปรับปรุง วิธีทำงานใหม่ ควรวางแผนงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์บางช่วง เช่น หน้าร้อนมักจะมีโรค อูจากระว่งระบาด นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องประชาสัมพันธ์ว่าองค์การเภสัชกรรมมีน้ำเกลือแร่ (ORS) หรือยาอื่น ๆ ที่จะช่วยประชาชนได้ หาซื้อได้ที่ไหนบ้าง ควรระวัง หรือปฏิบัติตัวอย่างไร และต้องสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นให้มากกว่านี้ การส่งข่าวให้สื่อ ควรศึกษาว่า จะ ส่งหน้าใด หากไม่ถูกต้องก็เท่ากับประสบความสำเร็จในการเผยแพร่ ต้องติดตามความเคลื่อนไหวของสื่ออย่างสม่ำเสมอว่ามีคอลัมน์ใดที่จะส่งข่าวผ่านได้บ้าง เพราะสื่ออาจมีการปรับเปลี่ยน นโยบายในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ใหม่ หากมีความสัมพันธ์กับสื่ออย่างต่อเนื่อง หรือติดตามข่าว จากหนังสือพิมพ์นั้นอย่างสม่ำเสมอก็ไม่นำมาปัญหา ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีคอลัมน์ “โทร โข่ง” เป็นเรื่องกำหนดการต่าง ๆ การจัดอบรม ข่าวเผยแพร่ข้อมูล ฯลฯ หรือคอลัมน์ “ชกหลัง ข่าวน่า” ซึ่งเป็นข่าวสังคม ชูชิบกระเช้าเข้าเหย้า ที่ผ่านมามีปริมาณข่าวแจกน้อยมาก ส่วนใหญ่ผู้สื่อข่าว หาข่าวเอง

2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีนโยบายในการนำเสนอข่าว เกี่ยวกับยา สุขภาพ และการ เจ็บป่วยให้มากที่สุด โดยเฉพาะฉบับวันอาทิตย์ใน “วาไรตี้” จะให้หน้า 7 และ 8 เต็มสองหน้า “ชีวิตกับสุขภาพ” มีคอลัมน์เกี่ยวกับสุขภาพ 8 คอลัมน์ เช่น หยูกยำนารู้ ตอบปัญหาด้านสุขภาพ สุขภาพจิต หรือความรู้ทางการแพทย์อื่น ๆ เป็นต้น ในหน้าสตรี (ซึ่งไม่บ่อยนัก) หน้าการเมือง ภูมิภาค ทหาร ตำรวจ หรือหน่วยงานอื่นที่ข่าวเรื่องยาเข้าไปเกี่ยวข้อง

3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด

ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบควรไปศึกษาวิธีการทำงานของสำนักงานอาหารและยา (อย.) และฝ่ายประชาสัมพันธ์ กระทรวงสาธารณสุข

4. หนังสือพิมพ์มติชน

- 1) การเขียนข่าวให้มีคุณภาพสำคัญมาก อะไรคือประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ ควรสื่อให้ถูกต้องตรงเป้าหมายขององค์การเภสัชกรรม
- 2) ปริมาณในการส่งข่าวความเคลื่อนไหวควรสม่ำเสมอ โดยพิจารณาเนื้อหาสาระ ประเด็นสำคัญ และควรศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ ด้วยเพื่อจะได้ส่งข่าวให้เหมาะสมกับสื่อ
- 3) นักประชาสัมพันธ์และผู้บริหาร ต้องมีจิตสำนึกและตระหนักอยู่เสมอว่างานที่ทำมีผลกระทบต่อประชาชนอย่างไร ต้องสื่อสารให้ประชาชนได้รับทราบมากที่สุดอย่างตรงไปตรงมา ในรูปแบบใดก็ได้แต่สิ่งสำคัญคือเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน หนังสือพิมพ์มติชนยินดีตีพิมพ์ข่าวขององค์การเภสัชกรรมอยู่แล้ว หากเป็นประโยชน์ต่อสังคมจริง พื้นที่ในหน้ามีไม่จำกัด
- 4) ปัจจุบันมีความจำเป็นที่จะต้องทำให้หน่วยงานภาครัฐของตนดำเนินการไปด้วยความโปร่งใส หากให้ข้อมูลแก่ประชาชนได้มากที่สุด ทุกอย่างก็จะง่ายต่อการบริหารงานของหน่วยงานเอง ประชาชนจะเป็นผู้ที่ทำให้องค์การเภสัชกรรมบรรลุเป้าหมายการจัดตั้งองค์กรให้มีความก้าวหน้าต่อ ๆ ไป

5. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

เท่าที่ผ่านมาข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมไม่เคยได้รับการพิจารณาคัดเลือกลงตีพิมพ์ เนื่องจากข้อมูลที่เผยแพร่ จัดแถลง ข่าวแจก คนไม่เคยเห็น หรือไม่เคยได้รับเป็นไปได้อาจส่งผ่านคนอื่น โตะอื่น แต่ถ้าเห็นว่าใครเกี่ยวข้องก็น่าจะเป็นคนมากที่สุดแต่ไม่เคยเห็น เพราะดูข่าวโดยรวมอยู่แล้วด้วย การเขียนข่าวที่มีคุณภาพ เป็นปัญหาหลักของนักประชาสัมพันธ์ทั่วไปที่มักเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ไม่น่าสนใจเท่าใดนัก ส่งไปเรื่อย ๆ โดยไม่มีการให้น้ำหนักหรือสนใจว่าสื่อจะสนใจเรื่องเหล่านั้นหรือไม่ ข่าวเคลื่อนไหวชนิดหนอย สั้น ๆ มีสาระแต่ไม่มีน้ำหนัก ก็ไม่ได้ลง ทุกข่าวต้อง Rewrite ใหม่ การพาดหัวที่น่าสนใจก็สำคัญ ในเรื่องยาสมุนไพรขององค์การเภสัชกรรมไม่เคยได้รับข่าวสาร แต่เคยไปซื้อยาที่องค์การเภสัชกรรมจึงได้รู้ว่ามียาสมุนไพรจำหน่ายแต่ไม่แน่ใจว่าประชาชนทั่วไปรู้หรือไม่ ปริมาณข้อมูลเผยแพร่น้อยมาก เพราะไม่เคยเห็นเลย ควรมีการสัมภาษณ์ผู้บริหารปีละครั้ง เยี่ยมชมโรงงาน สำนักพิมพ์สยามรัฐเคยได้รับดูยาจากโรงพยาบาลต่าง ๆ หลายแห่งที่มาเข้าเยี่ยม แต่ไม่เคยเห็นขององค์การเภสัชกรรมซึ่งเป็นผู้ผลิตยาโดยตรง ซึ่งตรงนี้น่าจะเป็นจุดประชาสัมพันธ์ได้แต่เข้าใจว่าอาจจะเปลืองงบประมาณการเผยแพร่ข่าวสารสื่อหนังสือพิมพ์ช่วยเผยแพร่ได้มาก ในแง่ของคนทำข่าวว่าจะหาคนที่ทำประชาสัมพันธ์เป็นหรือเป็นมืออาชีพ และตัวผู้บริหารเองก็ต้องให้ความสำคัญในเรื่องภาพลักษณ์

มากกว่านี้ เพราะเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในเชิงบวกในสังคมและคนส่วนมาก แต่คนในหน่วยงานองค์การเภสัชกรรมต้องทำงานตรงนี้อย่างจริงจังด้วยเพื่อให้บริการของหน่วยงานชัดเจน หากเปรียบเทียบกับองค์การสวนสัตว์ ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ มีบทบาทเพียงด้านการให้บริการสถานที่พักผ่อนหย่อนใจแก่ประชาชนเท่านั้น แต่ในสายตาของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศรู้สึกมีภาพลักษณ์ที่ดีมาก แม้แต่ผู้นำประเทศก็ยังพาครอบครัวไปใช้บริการ แต่องค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบด้านชีวิต ความเจ็บป่วย สุขภาพโดยตรงของประชาชน ที่เป็นประโยชน์กว่าหลายเท่ามากนัก แต่หน่วยงานไม่ได้ทำให้ประชาชนรู้สึกเลยว่ายาขององค์การเภสัชกรรมผลิตยาที่ดีมีคุณภาพ ปลอดภัย ได้มาตรฐานสากล และราคาข่อมเยา จึงเห็นว่าองค์การเภสัชกรรมควรจะปรับองค์กรให้เป็นรูปธุรกิจ หามืออาชีพเข้ามาบริหาร ซึ่งคำนึงถึงเรื่องภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้

6. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

มีปริมาณน้อยมาก และมีเนื้อหาที่ไม่น่าสนใจพอที่จะเป็นประเด็นในการนำเสนอข่าวได้ ควรปรับปรุงวิธีการเขียนข่าวและดึงประเด็นที่น่าสนใจที่ส่งผลกระทบต่อทั้งในแง่ที่เป็นประโยชน์และโทษต่อประชาชนออกมาให้ได้ หากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตยา พัฒนา ยา คั้นคว้าวัชยาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างจริงจังตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์พร้อมที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้อย่างเต็มที่ สิ่งสำคัญ ประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรมควรติดตามความเคลื่อนไหวของสังคมในด้านต่าง ๆ เพื่อจะได้กิจกรรมเข้าร่วมหรือสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม โดยใช้ยาเป็นสื่อ หรือความหวังใจจากหน่วยงานเป็นสื่อถึงประชาชนหรือสังคมโดยรวม และสื่อสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ นอกจากนี้ แต่ถ้าเป็นข่าวประชาสัมพันธ์เกินไปหรือเน้นที่ตัวผู้บริหารเกินไป ไม่นับประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากหน่วยงานก็จะไม่ค่อยพิจารณา

7. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

- 1) น่าจะเพิ่มปริมาณการส่งข่าวความเคลื่อนไหวที่มีประเด็นสำคัญ และน่าสนใจให้มากกว่านี้ เพื่อความรวดเร็วควรส่งโทรสาร
- 2) จัดนัดพบนักข่าวปีละ 1 - 2 ครั้ง และแถลงข่าวอย่างเป็นทางการ เกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงาน ให้ชัดเจน เพื่อรายงานให้ประชาชนได้ทราบผ่านทางหนังสือพิมพ์
- 3) ที่ผ่านมาข่าวแจ่มมักเป็นเรื่องเล็ก ๆ ความเคลื่อนไหวธรรมดาไม่มีสาระสำคัญ ควรเน้นในเรื่องคุณค่าของความเป็นข่าวด้วยเป็นสำคัญ

4) ควรดูรูปแบบการนำเสนอข่าวแจก หรือการส่งข่าวเพื่อเผยแพร่ข้อมูลจากสำนักงานอาหารและยา (อย.) ที่จ้างบริษัทโฆษณาวางแผนรูปแบบอย่างละเอียด ไม่ว่าจะเป็นหัวกระดาษข่าวแจก การเขียนข่าวแจกที่มีรูปแบบ (Pattern) ที่ดี ความสม่ำเสมอในการส่งข่าวแจก

8. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

น่าจะส่งข่าวแจกให้มากและสม่ำเสมอ รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรสาร หรือจดหมาย และส่งให้ถึงนักข่าวที่รับผิดชอบ โดยศึกษาว่าปัจจุบันใครเป็นผู้รับผิดชอบข่าวขององค์การเภสัชกรรม นอกจากนี้ ควรส่งวารสาร รายงานประจำปีให้กับสื่อด้วย เพื่อสื่อจะได้ศึกษาและทำความเข้าใจหน่วยงานได้อีกทางหนึ่ง

9. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

มีปริมาณน้อย และไม่ได้รับข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ที่ผ่านมาเป็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวธรรมดา ไม่มีประเด็น หรือน่าสนใจพอที่จะเป็นข่าว ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่แสดงถึงบทบาทภาระหน้าที่ขององค์การเภสัชกรรมอย่างเป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การร่วมลงทุน หรือการดำเนินงานค้นคว้าวิจัย และพัฒนาฯ ใหม่ ๆ อันจะประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างจริงจัง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย” มีวัตถุประสงค์ เพื่อ

1. ศึกษาปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป (ประเภทคุณภาพและประเภทปริมาณ) และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ
2. ศึกษาลักษณะ หรือรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ได้รับการตีพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป (ประเภทคุณภาพและประเภทปริมาณ) และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ
3. ศึกษาทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป (ประเภทคุณภาพและประเภทปริมาณ) และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ
4. ศึกษาความคิดเห็นของบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าว ของหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เกี่ยวกับแนวทางการเผยแพร่ หรือแนวทางการแก้ไขการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทยทั้งหนังสือพิมพ์ทั่วไป (เชิงปริมาณและคุณภาพ) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ รวมจำนวน 9 ชื่อฉบับ ระหว่างปี 2540 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2539 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2540) และปี 2541 (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2540 ถึง 30 กันยายน 2541) รวม 2 ปี ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. ปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ในหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับนั้น หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีปริมาณการนำเสนอมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในภาพรวมมีปริมาณค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับพื้นที่ทั้งหมดในหน้าหนังสือพิมพ์

2. รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ในหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มี 3 รูปแบบ คือ ข่าว ภาพข่าว และบทความ โดยมีการนำเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุด รองลงมาคือ ภาพข่าว และบทความ ตามลำดับ โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไปมีปริมาณการนำเสนอข่าว ภาพข่าว และบทความ มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ตามรายละเอียด ดังนี้

2.1 หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดในจำนวนที่เท่ากับหนังสือพิมพ์มติชน รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

2.2 หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอในรูปแบบภาพข่าวมากที่สุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์มติชนและเดลินิวส์ ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอน้อยกว่า

2.3 หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีปริมาณการนำเสนอในรูปแบบบทความมากที่สุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐและมติชน ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุดแต่ให้พื้นที่มากกว่าหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

3. ทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม ที่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ไทยทั้ง 9 ชื่อฉบับ มี 3 ทิศทาง ได้แก่ ทิศทางบวก ทิศทางลบ ทิศทางเป็นกลาง พบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอในทิศทางบวก ทิศทางลบ ทิศทางเป็นกลาง มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ตามลำดับ

3.1 หนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอในทิศทางบวกมากที่สุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุด

3.2 หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีการนำเสนอในทิศทางลบมากที่สุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอมากที่สุด

3.3 หนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอในทิศทางเป็นกลางมากที่สุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มีการนำเสนอมากที่สุดแต่มีปริมาณที่มากกว่าหนังสือพิมพ์มติชน รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

โดยมีประเด็นหลักที่น่าสนใจ 8 ประเด็น ได้แก่

ประเด็นที่ 1 การประชาสัมพันธ์องค์การ หรือนำเสนอความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการดำเนินงาน พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวกเป็นส่วนใหญ่

ประเด็นที่ 2 นโยบายขององค์การ เช่น การตั้งราคาขายในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวกและเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่

ประเด็นที่ 3 ผลงานวิจัยและพัฒนา เช่น การวิจัยและพัฒนายาสมุนไพรที่เกี่ยวข้องกับโรคเอดส์ พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวกและเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่

ประเด็นที่ 4 การร่วมลงทุน พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางลบ และเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่

ประเด็นที่ 5 บทบาทภาระหน้าที่ขององค์การเภสัชกรรม พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางลบ บวก และเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่

ประเด็นที่ 6 การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านยา พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวก และเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่

ประเด็นที่ 7 การช่วยเหลือสังคม พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวก และเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่

ประเด็นที่ 8 การทุจริตยา พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางลบ เป็นส่วนใหญ่

4. สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าว หรือผู้มีอำนาจในการพิจารณาคัดเลือกข่าว สายกระทรวงสาธารณสุข จากหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ เกี่ยวกับแนวทางการเผยแพร่ หรือแนวทางการแก้ไขการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม พบว่า หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ทั้งหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ สรุปได้ ดังนี้

4.1 การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วย หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ให้ความสำคัญด้วยการจัดหน้าต่าง ๆ รองรับในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หนังสือพิมพ์ทั่วไปให้ความสำคัญเป็นพิเศษเนื่องจากเรื่องยาเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญของการดำรงชีวิตและคุณภาพชีวิต นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์ก็คือประชาชนทั่วไป หากเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรงและร้ายแรง อาจนำลงหน้าหนึ่งได้ ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจส่วนใหญ่มุ่งเน้นข่าวด้านนี้ในเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรมยา เช่น การร่วมลงทุนกับเอกชนหรือต่างชาติ การค้นพบและวิจัยยาตัวใหม่ เป็นต้น

4.2 แหล่งข่าวจากองค์การเภสัชกรรม หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ได้รับข่าวสารจาก

4.2.1 ข่าวแจก ด้วยวิธีโทรสาร โทรศัพท์ จดหมาย จุลสาร การแถลงข่าว แต่ไม่ได้รับอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

4.2.2 นักข่าวหาข่าวเอง ด้วยวิธีสัมภาษณ์ผู้บริหารจากองค์การเภสัชกรรม หรือ สัมภาษณ์ผู้บริหารของกระทรวงสาธารณสุขที่กำกับดูแลองค์การเภสัชกรรม จากพนักงาน หรือ แหล่งข่าวในองค์การเภสัชกรรม และจากนักวิชาการสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.3 ปัญหาการคัดเลือกข่าวขององค์การเภสัชกรรม หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ไม่ค่อยเห็นข่าวขององค์การเภสัชกรรม จึงไม่ได้พิจารณาคัดเลือก อาจเป็นเพราะส่งข่าวให้น้อยมาก ยิ่งกว่านั้น หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยเข้าใจบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเภสัชกรรมต่อสังคมชัดเจนนักนอกจากความเข้าใจเดิม ๆ ว่าเป็นโรงงานผลิตยาของรัฐ จำหน่ายยาตำราหลวงเท่านั้น จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สื่อไม่ค่อยให้ความสำคัญและมักมองข้ามข่าวขององค์การเภสัชกรรมเสมอ มีเพียงหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชน และเดลินิวส์ เท่านั้นที่เข้าใจบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบค่อนข้างชัดเจน ปัญหาการคัดเลือกข่าวที่เกิดขึ้นได้เสมอมีหลายปัจจัย ได้แก่ คุณค่าของข่าวซึ่งเป็นเรื่องสำคัญ หากเป็นข่าวที่ไม่มีน้ำหนัก ไม่มีประเด็นที่น่าสนใจ หรือส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนใหญ่ ไม่ศึกษานโยบายของสื่อแต่ละฉบับ ส่งข่าวไม่ถูกโต๊ะ ไม่ติดตามความเคลื่อนไหวของผู้รับผิดชอบหน้าที่เกี่ยวข้อง ก็จะทำให้พลาดการคัดเลือกข่าวลงตีพิมพ์ได้ องค์การเภสัชกรรมจึงควรพิจารณาข่าวก่อนส่ง คอยติดตามความเคลื่อนไหวของสังคมและสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อสร้างสรรค์ข่าวหรือตามกระแสความนิยม และเพิ่มปริมาณการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านยา ความรู้เกี่ยวกับยาที่องค์การเภสัชกรรมผลิตให้ประชาชนได้รับทราบเกี่ยวกับนโยบายการดำเนินงาน บทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญของประเทศไทยให้มากกว่านี้ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับสื่อมวลชนและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย แต่ที่ผ่านมาสื่อมวลชนมองว่าหน่วยงานนี้ไม่มีอะไรน่าสนใจ ทั้งที่เรื่องยาเป็นเรื่องสำคัญ และให้คุณให้โทษต่อร่างกายมนุษย์โดยตรง

4.4 สภาพปัญหาด้านยา และการใช้ยาในประเทศ หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีความเห็นว่าปัญหาดังกล่าวอยู่ในขั้นวิกฤต ที่สำคัญ ได้แก่

4.4.1 ยามีราคาแพง บางครั้งคุณภาพต่ำ หมดยาเร็ว มีการเลือกปฏิบัติในสังคมระหว่างคนจนกับคนรวย คนจนได้รับยาถูกแต่ด้อยคุณภาพ คนรวยได้รับยามีคุณภาพจากต่างประเทศ

4.4.2 การใช้ยาเกินจำเป็น ซ้ำซ้อน และสิ้นเปลือง ประชาชนนิยมซื้อยาบริโกลเอง จากร้านขายยาซึ่งแนะนำโดยเภสัชกรหรือบางครั้งเป็นญาติเภสัชกร ซึ่งอาจใช้ยาผิดประเภท และไม่มีคุณภาพได้ นอกจากนี้การใช้ยาถูกกำหนดโดยแพทย์ ซึ่งอาจได้รับผลประโยชน์จากบริษัทยาเอกชนบางบริษัท โดยการมอบรางวัลให้หากผลิตภัณฑ์ยาของบริษัทไปสู่ประชาชนได้ตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนดไว้ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่หน่วยงานที่รับผิดชอบยังไม่สามารถแก้ไขได้

4.4.3 ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ยา เช่น บริโกลยาไม่ครบตามที่แพทย์กำหนด อาจมีผลต่อร่างกาย เช่น เกิดการดื้อยาได้ เป็นต้น

4.4.4 การนำเข้ายาจากต่างประเทศมีมาก โดยแพทย์มักให้เหตุผลว่ามีคุณภาพสูง

4.4.5 การทุจริต คอร์รัปชันในวงราชการ ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญปัญหาหนึ่งที่สื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หนังสือพิมพ์มติชนให้ความสำคัญมาก และเห็นว่าเป็นปัญหาสำคัญของประเทศที่ควรได้รับการแก้ไขโดยเร็ว

นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ฉบับ ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านยา โดยกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมอย่างจริงจัง องค์การเภสัชกรรมในฐานะที่มีหน้าที่ผลิตยาและเวชภัณฑ์ และสนับสนุนงานสาธารณสุขมูลฐานของประเทศโดยตรงอยู่แล้ว ควรให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องยา หรือคุณภาพยาที่หน่วยงานผลิต แนะนำการใช้ยาที่ถูกต้อง ความปลอดภัย และอันตรายจากการใช้ยาในลักษณะต่าง ๆ แก่ประชาชนทุกระดับอย่างทั่วถึง รู้จักดูแลสุขภาพตนเองเมื่อเจ็บป่วยเล็กน้อย ไม่หลงเชื่ออิทธิพลจากสื่อโฆษณาโดยง่าย องค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานของรัฐที่ประชาชนให้ความเชื่อถืออยู่แล้ว จึงน่าจะออกมามีบทบาทนี้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐยังเสนอแนะว่า กระทรวงสาธารณสุข น่าจะขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐอื่น เช่น กระทรวงศึกษาธิการ บรรลุเป็นวิชาหลักในเรื่องยา การใช้ยา การดูแลสุขภาพตนเองยามเจ็บป่วยเล็กน้อย การป้องกันระวังโรคต่าง ๆ ซึ่งมีใช่การให้ความรู้เรื่องการปฐมพยาบาลอย่างเฉียด โดยให้การศึกษาย่างต่อเนื่อง หากเด็กได้รับความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริง ก็จะสามารถถ่ายทอดความรู้นั้นให้คนในครอบครัวทราบได้ว่าการใช้ยาที่ถูกต้องเป็นอย่างไร ผลข้างเคียง และอันตรายจากการใช้ยามีอะไรบ้าง เพื่อจะได้ไม่หลงเชื่ออิทธิพลจากสื่อโฆษณาโดยง่าย ในขณะที่เดียวกันก็ขอความร่วมมือจากกรมประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ดังกล่าวควบคู่ไปกับสื่อวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อเข้าถึงประชาชนอีกทางหนึ่ง

4.5 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ข่าวขององค์การเภสัชกรรมได้รับการตีพิมพ์ หนังสือพิมพ์ ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีความเห็นว่า ความสำคัญอยู่ที่น้ำหนักของข่าว และประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคมในวงกว้าง เช่น

4.5.1 บทบาทภาระหน้าที่ที่ชัดเจนขององค์การเภสัชกรรม ที่มีประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ความรับผิดชอบต่อประชาชน ความน่าเชื่อถือในฐานะที่เป็นหน่วยงานของรัฐ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และราคายุติธรรม

4.5.2 การเผยแพร่ความรู้เรื่องยา การใช้ยา และการดูแลสุขภาพตนเองยามเจ็บป่วยเล็กน้อย ประโยชน์ โทษ และอันตรายจากการใช้ยา ในฤดูกาลต่าง ๆ เช่น ให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพเมื่อท้องเสีย หรือเป็นไข้หวัด เป็นต้น

4.5.3 การค้นคว้าวิจัยและพัฒนายาตัวใหม่ที่รักษาโรคที่ร้ายแรง เช่น มะเร็งเอดส์ ที่จะสามารถแก้ปัญหาสังคมได้ หรือประโยชน์ของยาจากสมุนไพรธรรมชาติ

4.5.4 การมีส่วนร่วมในสังคมในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยการจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในวาระต่าง ๆ หรือตามกระแสนิยม

4.5.5 ข่าวในแง่ลบ ที่มีน้ำหนัก และมีประเด็นข่าวเนื่องจากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขที่ทำรายได้ให้แก่รัฐ การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์มักจะคำนึงถึงประเด็นด้านสาธารณสุขที่ประชาชนในฐานะที่เป็นผู้เสียภาษีจะได้รับหนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครให้ความสำคัญและติดตามข่าวที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาที่มีผลกระทบต่อประชาชนอย่างต่อเนื่อง และมักนำเสนอในแง่ลบ เช่น การร่วมลงทุนกับต่างชาติ ประเทศไทยจะได้เปรียบหรือเสียเปรียบอย่างไร โดยจะเน้นการนำเสนอข้อเท็จจริงที่ประชาชนจะได้รับประโยชน์มากที่สุด

4.6 รูปแบบการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่เหมาะสม และกลยุทธ์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ควรจะนำเสนอทุกรูปแบบควบคู่กับสื่อประเภทอื่นด้วยในเวลาเดียวกัน เพื่อยึดถือความทรงจำให้เกิดขึ้นในใจประชาชน องค์การเภสัชกรรมควรให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องยา สุขภาพอนามัยแก่ประชาชน โดยเผยแพร่ความรู้ข่าวสารเหล่านี้ไปยังประชาชนทุกระดับ ใช้ภาษาพื้น ๆ ที่เข้าใจง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ควรเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด สำหรับหนังสือพิมพ์ ควรนำเสนอทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นข่าว ภาพข่าว หรือบทความประชาสัมพันธ์

สำหรับกลยุทธ์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เห็นควรจัดโครงการ “ดูยาคุณภาพ” โดยขอความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งมี

งบประมาณอยู่แล้ว รมรงค์เรื่องผู้ยาซึ่งมีความจำเป็นต่อประชาชนขั้นพื้นฐานในราคาถูกเพื่อไว้ใช้ประจำบ้าน ประจำหมู่บ้าน หรือสถานที่ราชการต่าง ๆ โดยเชิญตัวแทนจาก อบต. เข้ารับการอบรมให้ความรู้เรื่องยา และถ่ายทอดให้ผู้เข้ารับการอบรมทราบถึงบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเภสัชกรรม ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชนในชนบทผ่านหน่วยงาน อบต. นับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้เกิดความชัดเจนต่อหน่วยงานอย่างกว้างขวาง ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรรณรงค์ให้มีการมอบของขวัญของฝากด้วยยาหรือกระเช้าสมุนไพรให้คนที่รักหรือเคารพในวาระต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ขึ้นบ้านใหม่ เปิดหน่วยงานใหม่ หรือวันผู้สูงอายุ เป็นต้น พร้อมทั้งมีคำแนะนำในการใช้ยาประกอบด้วย

ส่วนหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ มีความเห็นว่าเภสัชกรจากองค์การเภสัชกรรมควรเขียนบทความสั้น ๆ ใช้ภาษาพื้น ๆ ที่เข้าใจง่าย เผยแพร่ความรู้เรื่องยา การใช้ยา การดูแลสุขภาพด้วยตนเองอย่างถูกต้อง ส่งให้หนังสือพิมพ์ลงเป็นระยะโดยสม่ำเสมอเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน

4.7 ข้อเสนอแนะ จากหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ

4.7.1 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน เป็นการสร้างความเข้าใจที่ดีและถูกต้องแก่สื่อมวลชนและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้รับทราบความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการดำเนินงานและบทบาทภาระหน้าที่ถูกต้องและชัดเจน เป็นเรื่องสำคัญที่ส่งผลถึงภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งหนังสือพิมพ์ในฐานะของคนทำข่าวเห็นว่า ผู้บริหารควรตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องภาพลักษณ์มากกว่านี้ โดยการหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทำหน้าที่ในด้านประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง เนื่องจากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบที่เป็นประโยชน์ในสังคมและประชาชนส่วนใหญ่ จึงต้องทำงานด้านประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้บทบาทของหน่วยงานชัดเจน แต่ปัจจุบันสื่อมวลชนและประชาชนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจบทบาทที่แท้จริงขององค์การเภสัชกรรม นอกจากเป็นเพียงโรงงานผลิตยาของรัฐ ไม่มีบทบาทอื่นที่เด่นชัด จึงควรที่จะแสดงบทบาทภาระหน้าที่และความรับผิดชอบให้มากกว่านี้ นักประชาสัมพันธ์และผู้บริหารต้องมีจิตสำนึกและตระหนักอยู่เสมอว่างานที่ทำมีผลกระทบต่อประชาชนอย่างไร ต้องสื่อสารข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้รับทราบมากที่สุดโดยตรงไปตรงมา สื่อมวลชนพร้อมและยินดีเผยแพร่ข่าวสารขององค์การเภสัชกรรมให้อย่างเต็มที่โดยไม่จำกัดพื้นที่ หากเป็นข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมจริง

4.7.2 ปริมาณการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อมวลชนมีน้อยมากและไม่ต่อเนื่อง หากไม่มีการประชาสัมพันธ์ประชาชนจะไม่สามารถทราบได้ว่ายาที่องค์การเภสัชกรรมมีคุณภาพดี ได้มาตรฐานสากล มีความปลอดภัย ราคายุติธรรม การค้นคว้าวิจัยหรือพัฒนาาใหม่เมื่อประสบ

ความสำเร็จแล้วควรรีบเผยแพร่ อย่าทำเพียงเพื่อสนับสนุนกระทรวงสาธารณสุขเท่านั้น ควรคำนึงถึงประชาชนด้วย

4.7.3 การเขียนข่าวให้มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญต่อการคัดเลือกข่าวมาก ควรมีประเด็นสำคัญ เป็นเรื่องใหม่ที่มีประโยชน์ หรือส่งผลกระทบต่อประชาชนและสังคมในวงกว้าง โดยสื่อให้ถูกต้องตรงเป้าหมายขององค์การเภสัชกรรม

4.7.4 นักประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมควรมีความสัมพันธ์อันดีอย่างต่อเนื่องกับสื่อมวลชน ในส่วนที่เป็นงานด้านการประชาสัมพันธ์นั้น นักข่าวพร้อมที่จะให้การสนับสนุนหรือรองรับอยู่แล้วโดยไม่เสียงบประมาณ การสร้างความสัมพันธ์อันดีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

4.7.5 การส่งข่าวให้สื่อ ควรศึกษาว่าจะส่งหน้าใด หากไม่ถูกต้องก็เท่ากับประสบความสำเร็จในการเผยแพร่ ควรติดตามความเคลื่อนไหวของสื่ออย่างสม่ำเสมอว่ามีคอลัมน์ใดที่จะส่งข่าวผ่านได้บ้าง เพราะสื่ออาจมีการปรับเปลี่ยนนโยบายในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ใหม่ หากมีความสัมพันธ์กับสื่ออย่างต่อเนื่อง หรือติดตามข่าวจากหนังสือพิมพ์นั้นอย่างสม่ำเสมอก็ไม่นำมามีปัญหา ที่สำคัญควรพิจารณาข่าวก่อนที่จะส่งว่าเป็นข่าวใหม่ ทันสมัย และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากน้อยเพียงใด

4.7.6 นักประชาสัมพันธ์ควรเรียนรู้ธรรมชาติของสื่อและเข้าใจจุดยืนของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ ควรศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ เพื่อจะได้ส่งข่าวให้เหมาะสมกับสื่อ ควรสรุปบันทึกและประเมินผลงานของตนด้วย เพื่อหากลยุทธ์อื่นหรือปรับปรุงวิธีทำงานใหม่ และวางแผนงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์บางช่วง เช่น หนาวร้อนมักจะมีโรคอุจจาระร่วงระบาด นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องฉวยโอกาสประชาสัมพันธ์ข่าวองค์การเภสัชกรรมมีผลิตภัณฑ์ใดที่จะแนะนำ ข้อควรระวัง หรือการปฏิบัติที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์แก่ประชาชน

4.7.7 ผู้บริหารขององค์การเภสัชกรรมควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงานในทุก ๆ ด้าน และใช้งบประมาณในเรื่องนี้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เจ้าหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์จะต้องทำงานเต็มกำลังความสามารถและมีจำนวนเพียงพอกับงาน เพราะนักประชาสัมพันธ์เปรียบเสมือนนักข่าวที่จะต้องทำหน้าที่ประสานงานสร้างสัมพันธ์กับฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร หาข่าวความคืบหน้า เพื่อรายงานความเคลื่อนไหวเก็บข้อมูลและนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ ยังต้องมีหน้าที่ในการติดตามความเคลื่อนไหวของสังคมด้วย ต้องนำเสนอเรื่องที่สร้างสรรค์ ทันสมัย และเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประชาชน ให้ผู้บริหารเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ว่ามีความจำเป็นต้องส่งเสริมและสนับสนุนอย่าง

จริงจัง แม้จะเป็นหน่วยงานของรัฐก็ตาม เพราะนอกจากจะทำให้สื่อยอมรับ และมีประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้หน่วยงานทางอ้อมด้วย อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์ก็เข้าใจว่านักประชาสัมพันธ์หน่วยงานของรัฐ มักมีข้อจำกัดมากมายหลายประการ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย” เป็นการศึกษาปริมาณ รูปแบบ และทิศทางการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ได้รับการตีพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ จำนวน 9 ชื่อฉบับ รวมทั้งความคิดเห็นของบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าว เกี่ยวกับแนวทางการเผยแพร่ และแนวทางการแก้ไขการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม โดยอาศัยแนวความคิดเกี่ยวกับสาธารณสุขมูลฐาน หน้าที่ของสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารหรือผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) การกำหนดวาระ (Agenda-Setting) การประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ การพิจารณาคัดเลือกข่าว และการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ว่า หนังสือพิมพ์เป็นผู้กำหนดเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่เสนอให้ผู้อ่านทราบเนื้อหาหรือประเด็นใดที่หนังสือพิมพ์เสนอบ่อยและในปริมาณมาก ก็จะทำให้ผู้อ่านตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนั้น ๆ อีกทั้งหนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยหนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่ทั้งในทางสร้างสรรค์ความคิดเห็นและทำลายความคิดเห็นต่าง ๆ ด้วยการเลือกเสนอข่าวในบางช่วงเวลา และดำเนินต่อข่าวต่าง ๆ ดังนั้น การกำหนดช่วงเวลาและเนื้อหาของหนังสือพิมพ์จึงมีผลกระทบต่อแนวคิด ค่านิยม และทัศนคติและพฤติกรรมของผู้อ่านเป็นอย่างมาก

ในการวิจัยครั้งนี้หวังผลว่า หนังสือพิมพ์จะให้ความสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วย เพราะเป็นเรื่องที่สำคัญต่อชีวิต ส่งผลกระทบโดยตรงต่อประชาชนในวงกว้าง เนื่องจากหนังสือพิมพ์จะสามารถสร้างข่าวและวาระที่ทำให้ประชาชนเกิดความสนใจได้ง่าย อันจะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับยา การใช้ยา และการดูแลสุขภาพตนเองอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ยังทำให้ทราบถึงปัญหา และข้อจำกัดต่าง ๆ ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมจากหนังสือพิมพ์ เพื่อสามารถนำไปเสนอแนะกองประชาสัมพันธ์ เพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ทั้งปริมาณและคุณภาพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีประเด็นหลักที่ควรพิจารณา ดังนี้

1. ปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม จะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป มีปริมาณการนำเสนอมากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหนังสือพิมพ์ทั่วไปเป็นหนังสือพิมพ์รายวันมีการพิมพ์ออกจำหน่ายทุกวัน จึงมีโอกาสนำเสนอเรื่องราวได้สูง

กว่าและนำเสนอข่าวได้หลากหลาย โดยนำเสนอข่าวทั่วไปไม่เน้นหนักในด้านใดด้านหนึ่ง ในขณะที่หนังสือพิมพ์ธุรกิจที่นำมาศึกษาเป็นหนังสือพิมพ์รายวัน และราย 3 วัน ซึ่งให้น้ำหนักแก่ข่าวเศรษฐกิจมากกว่าทั้งประเภทอื่นหรือประเภททั่วไป จึงมีการนำเสนอในปริมาณที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ ปริมาณการนำเสนอมีค่อนข้างน้อยมาก ทั้งจำนวนชิ้นข่าวและจำนวนเนื้อที่ (ตารางนิ้ว) คิดเป็นสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาประมาณ 0.30 - 0.35 ตารางนิ้ว ต่อเนื้อที่ 1 หน้า หนังสือพิมพ์ หากพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างปี 2540 และ 2541 พบว่า ในปี 2540 มีอัตราส่วนของจำนวนชิ้นข่าวต่อจำนวนเนื้อที่เท่ากับ 1 ต่อ 42.90 ตารางนิ้ว ส่วนในปี 2541 เท่ากับ 1 ต่อ 35.60 ตารางนิ้ว จะเห็นได้ว่าการนำเสนอเนื้อหา 1 ชิ้น ใช้เนื้อที่ลดลง 7.30 ตารางนิ้ว สถดลรยอละ 17 สาเหตุหนึ่งอาจเนื่องมาจากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานของรัฐ ได้กำหนดแผนในการจัดทำข่าวแจกเพื่อเผยแพร่ทางสื่อมวลชนเพียงเดือนละ 2 ครั้ง รวม 1 ปี 24 ครั้งเท่านั้น การที่หนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวขององค์การเภสัชกรรมในปริมาณน้อยนี้ อาจเนื่องมาจากกระบวนการคัดเลือกข่าว (News Selection) อันประกอบไปด้วยนโยบายการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ซึ่งมีจำนวนมากในแต่ละวันว่าข่าวประชาสัมพันธ์นั้นจะเป็นประโยชน์ในด้านสาระความรู้แก่ประชาชนผู้อ่าน ปริมาณเนื้อที่ในหน้าหนังสือพิมพ์ ความเข้าใจของหนังสือพิมพ์กับข่าวประชาสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างนักประชาสัมพันธ์กับหนังสือพิมพ์ รวมทั้งการพิจารณาคุณค่าข่าวของหนังสือพิมพ์แต่ละข้อฉบับด้วยว่ามีความสำคัญ (Significance) น่าสนใจ (Interest) และมีวิธีการเขียนข่าวที่ดีหรือไม่ รายได้ของหนังสือพิมพ์ก็มีส่วนสำคัญเพราะปกติรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับมาจากการโฆษณา ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงจำเป็นต้องให้เนื้อที่กับการโฆษณาก่อน บางครั้งทำให้เนื้อที่ในการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ถูกจำกัดลงไป

มีข้อสังเกต คือ หนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน ให้ความสำคัญกับข่าวเกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วย โดยมีปริมาณการนำเสนอเนื้อหามากที่สุด ส่วนหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจ มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาหนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภทพบว่า ในปี 2541 มีปริมาณการนำเสนอเนื้อหา มากกว่า ปี 2540 ทั้งนี้เพราะในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา คือ ในปี 2541 เกิดข่าวใหญ่กรณีกระทรวงสาธารณสุขทุจริตการซื้อยา อันเป็นข่าวที่มี “ความสำคัญ” (Significance) และ “ความน่าสนใจ” (Interest) ดังงานวิจัยของสาทิศ เขียวชะอุ่ม เกี่ยวกับการวินิจฉัยคุณค่าข่าว เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนและมีผลในวงกว้างโดยนำเสนอข่าวให้น่าสนใจ หนังสือพิมพ์ทุกฉบับให้ความสำคัญกับข่าวนี้นี้ เพราะหากไม่รายงานให้ผู้อ่านทราบก็อาจเกิดผลเสียต่อส่วนรวมได้ ในส่วนของ “ความน่าสนใจ” (Interest) ข่าวกระทรวง

สาธารณสุขทจริตการชื้อยา เป็นเหตุการณ์ใกล้ตัว (Proximity) ที่เกิดขึ้นแล้วทำให้ประชาชนสนใจ ใคร่รู้อยากติดตาม เพราะมีผลกระทบต่อการใช้ยาของประชาชน คุณสมบัติข้อนี้จะเป็นข้อสำคัญของการรายงานข่าวเพราะข่าวที่ขาดความน่าสนใจแล้วคนก็จะไม่อ่าน ผู้สื่อข่าวที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์จะพยายามเขียนข่าวให้น่าสนใจและน่าอ่าน โดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ข่าวที่น่าสนใจก็คือข่าวที่ผู้อ่านมีความตั้งใจต้องการจะอ่านมากที่สุด นักหนังสือพิมพ์และบุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับข่าวได้กำหนดแนวการวัดความสนใจของผู้อ่านไว้หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์มติชนซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ (Quality Newspapers) เป็นหนังสือพิมพ์ประเภทที่มุ่งเน้นข่าวหนักที่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ และปัญหาต่าง ๆ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม มีนโยบายมุ่งที่จะรับใช้ผู้อ่านที่สนใจและต้องการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม นอกจากนี้ยังมีนโยบายชัดเจนโดยให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวด้านยา การใช้ยา และสุขภาพอนามัยที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนและรักษาผลประโยชน์ของประชาชน (Public Watchdog) อย่างจริงจังมาโดยตลอด ทีมงานข่าวสายสาธารณสุขแสดงบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในการกำหนดวาระ (Agenda -Setting) ซึ่งตามทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระ ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการที่หนังสือพิมพ์เลือกเปิดประเด็นสำคัญของปัญหา (Issue) ซึ่งหนังสือพิมพ์มติชนก็ได้ติดตามและเจาะลึกข่าวนี้อย่างต่อเนื่อง และให้ประชาชนตระหนักถึงสาระสำคัญ (Salience) ของประเด็นหรือปัญหานั้น ส่งผลให้หนังสือพิมพ์มติชนได้รับรางวัล “อิศรา อมันตกุล” จากสมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย ประจำปี 2542 ในการนำเสนอข่าวยอดเยี่ยม เรื่องการทุจริตยาของกระทรวงสาธารณสุข ส่วนหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ธุรกิจ (Business Newspapers) ก็ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวด้านยาและการร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมยาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน และยังให้เนื้อที่ในการนำเสนอมากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไปด้วย

2. รูปแบบในการนำเสนอ จากการศึกษพบว่า การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมของหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภท มี 3 รูปแบบ ได้แก่ ข่าว ภาพข่าว และบทความ โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไปมีการนำเสนอในรูปแบบข่าว ภาพข่าว และบทความ มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจในปริมาณที่แตกต่าง และหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภท ให้ความสำคัญในการนำเสนอรูปแบบข่าวมากที่สุด รองลงมาคือรูปแบบภาพข่าว และรูปแบบบทความมีการนำเสนอในปริมาณน้อยที่สุด

ผลการศึกษพบว่า การนำเสนอเนื้อหาขององค์การเภสัชกรรมในรูปแบบข่าว (Fact) ที่หนังสือพิมพ์ตีพิมพ์นั้น หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภท มีที่มาของข่าวหรือแหล่งข่าว (Source of News) มาจากการหาข่าวเอง (News Gathering) โดยนักข่าวสายสาธารณสุขจะทำหน้าที่คัดเลือกเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งจากหลาย ๆ เหตุการณ์ และรวบรวมข้อเท็จจริงนำมาเขียนเป็นต้นฉบับข่าวส่งให้บรรณาธิการเข้ากระบวนการผลิตข่าวต่อไป นอกจากนี้แล้วยังได้รับข่าวแจกหรือข่าว

ประชาสัมพันธ์ (Press Release) ที่องค์การเภสัชกรรมต้องการเผยแพร่การดำเนินงานและความเคลื่อนไหวเล็กน้อยของหน่วยงานซึ่งจะเป็นข่าวในเชิงบวกเท่านั้น ส่วนใหญ่ข่าวที่ตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์นั้นมักเป็นข่าวได้จากการที่นักข่าวหาข่าวเอง โดยมีนักข่าวประจำอยู่ที่กระทรวงสาธารณสุข ลักษณะข่าวที่นักข่าวหาเองหรือที่ต้องการ ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวเจาะด้วยวิธีสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงสาธารณสุขที่กำกับดูแลองค์การเภสัชกรรม ผู้บริหารขององค์การเภสัชกรรม นักวิชาการที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่หนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ ให้ความสนใจ (Interest) หรือเห็นว่ามีความสำคัญ (Significance) โดยแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม (Sociological Perspective of Mass Communication) ซึ่งสอดคล้องกับฮาร์โรลด์ ลาสเวลล์ (Harrold Lasswell) ในการสังเกตและรายงานสภาพแวดล้อมในสังคม (Surveillance of the Environment) ในอันที่จะเสาะแสวงหาข่าวสาร เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคมโดยการรายงานข่าว (News Reporting) หรือแจ้งข่าวสาร (Information) แก่สมาชิกในสังคม ประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมให้สัมพันธ์กันเพื่อปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม (Correlation of the Parts of Society) ศึกษารายละเอียดของเหตุการณ์และเรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างรอบคอบและอธิบายให้สมาชิกในสังคมเข้าใจ เป็นการกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาโต้ตอบเท่ากับมีหน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasion) และสอดคล้องกับมาลี บุญศิริพันธ์ ที่ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่บางประการว่า หนังสือพิมพ์ต้องแสวงหาข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมารายงานให้ประชาชนได้รับทราบ อาจรายงานในลักษณะข่าว ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งในการให้ข่าวสาร โดยจะต้องเป็นข้อเท็จจริงที่สมบูรณ์ครบถ้วนมากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดอย่างถูกต้อง และสามารถวินิจฉัยเหตุการณ์ได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ในการรายงานข่าว โรเนล ซีแลน กล่าวว่าจะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นกลาง (Neutral) ไม่เอาตัวเข้าผูกพันกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

ส่วนข่าวอีกประเภทหนึ่งที่ลงตีพิมพ์คือ ข่าวแจกหรือข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ซึ่งเป็นข่าวที่กองประชาสัมพันธ์องค์การเภสัชกรรมส่งให้หนังสือพิมพ์เพื่อให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การเภสัชกรรมเพื่อให้ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบเพื่อจุดมุ่งหมายในทางบวกนั้นมีปริมาณค่อนข้างน้อย อาจเป็นเพราะใช้ข้อความค่อนข้างเรียบ และไม่ใช่ว่าจะตามที่ต้องการ เพราะข่าวแจกมักเป็นข่าวแห้งไม่มีสีสัน ไม่ดึงดูดความสนใจ หรือไม่ดึงประเด็นสำคัญที่ประชาชนจะได้รับประโยชน์ออกมา เนื่องจากเน้นหน่วยงานหรือผู้บริหารมากเกินไป

โดยปกติ หนังสือพิมพ์จะต้องแก้ไขข่าวก่อนที่จะพิมพ์ออกเผยแพร่ให้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเสริมหลักสูตรเรื่องนักหนังสือพิมพ์กับข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของ

พรทิพย์ วรกิจโกคาทรที่ว่า ภาพข่าว (Photo Release) หรือข่าวประชาสัมพันธ์ (ข่าวแจก) เป็นข่าวที่หน่วยงานต้องการจะแจ้งให้ทราบ (Inform) เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในการดำเนินงาน และกิจกรรมของหน่วยงาน เพื่อจูงใจในทางบวก (ประโยชน์) โดยยึดหน่วยงานเป็นหลัก (Institutional Orientation) นักข่าวผู้รับผิดชอบจะต้องปรับแก้เนื้อหาและสำนวนการเขียนข่าว หรือแก้ไขตามความเหมาะสมของเนื้อหาหนังสือพิมพ์ ประมาณร้อยละ 40-50 ของเนื้อหาที่เขียนส่งมาให้ ทั้งนี้เพื่อต้องการให้ข่าวนั้นเป็นสำนวนและเอกลักษณ์ เนื่องจากบางครั้งเป็นสำนวนของทางราชการมากเกินไป หรือเขียนเชียร์หน่วยงานมากเกินไป หากการเขียนข่าวยื่นเข้าไม่คำนึงถึงผู้อ่านก็จะทำให้นักข่าวไม่ให้ความสนใจที่จะลงข่าวประชาสัมพันธ์ หรือภาพข่าวประชาสัมพันธ์ (Photo Release) นั้นได้

ปัญหาที่ทำให้การคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพข่าวและบทความ ลงตีพิมพ์เผยแพร่มีปริมาณน้อยนั้น อาจเป็นเพราะองค์การเกสซ์กรรมไม่ได้แสดงบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเกสซ์กรรมอย่างชัดเจน หรืออาจเนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต่อเนื่องและไม่สม่ำเสมอ เมื่อหนังสือพิมพ์ไม่เข้าใจบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเกสซ์กรรมที่แท้จริงอย่างชัดเจน จึงทำให้หมองข้าม และไม่คอยให้ความสนใจในข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์การเกสซ์กรรมเท่าที่ควร ทั้งที่เรื่องยา ความรู้เกี่ยวกับการใช้ยา เป็นเรื่องใกล้ตัวที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง ส่วนความรู้ในการดูแลสุขภาพด้วยตนเองก็เป็นเรื่องของการสาธารณสุขมูลฐานที่ประชาชนจำเป็นต้องรู้เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสนองตอบนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งหากหนังสือพิมพ์ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ มีความรู้ความเข้าใจให้ความสนใจอย่างจริงจัง ก็ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ อีกประการหนึ่ง นักข่าวอาจเห็นว่าเรื่องยาหรือการใช้ยา เป็นเรื่องที่เข้าใจยาก ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งไปให้ลงตีพิมพ์อาจมีศัพท์ทางวิชาการมากเกินไป การปรับแก้เรื่องยากให้เป็นเรื่องเข้าใจง่าย จึงจำเป็นต้องใช้เวลา ประกอบกับหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ออกเป็นรายวันต้องเสนอรายงานข้อมูลข่าวสารประจำทุกวัน

นอกจากนี้ ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา เป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยกำลังประสบกับปัญหาสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ นโยบายของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เลิกจ้างพนักงานเป็นจำนวนมาก เมื่อบุคลากรมีจำนวนน้อยลง ทำให้นักข่าวต้องทำงานอย่างหนักและเร่งรีบ ไม่มีเวลามาศึกษาพิจารณาข่าวทุกชิ้นอย่างละเอียด จึงไม่เอื้ออำนวยให้นำเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางในรูปแบบอื่น เช่น บทความ ได้

เป็นที่น่าสังเกตว่า ไม่ค่อยเห็นบทความหรือคอลัมน์ที่เขียนเกี่ยวกับเรื่องยาหรือสุขภาพ ในหน้าหนังสือพิมพ์เท่าใดนัก จะมีเพียงหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ฉบับเดียวเท่านั้นที่ทำหน้าที่กำหนดวาระ (Agenda-Setting) เกี่ยวกับยาให้ประชาชนได้รับประโยชน์โดยตรงอย่างชัดเจน โดยเลือก

ประเด็นสำคัญหรือหัวข้อ (Topics) ในคอลัมน์ “หยุดย่นาารู้” ซึ่งเขียนโดยเภสัชกรจากสมาคมเภสัชกรรม โรงพยาบาล (ประเทศไทย) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับยาแก่ประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งตรงกับทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดควาระที่อรนุช เลิศจรรยารักษ์ ได้กล่าวไว้ว่า แทนที่จะเน้นการเปลี่ยนทัศนคติและความเห็นตามแนวคิดเก่า กลับมุ่งวิเคราะห์วิวัฒนาการของความคิด (Cognitions) เกี่ยวกับปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หากมองในด้านการสื่อสารก็คือ การเน้นความสำคัญของหน้าที่ในด้านการเสนอข่าวสารมากกว่าหน้าที่ในการชักจูง เป็นคอลัมน์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่สกัดเป็นยาแผนปัจจุบัน ซึ่งมักเป็นผลงานวิจัยขององค์การเภสัชกรรม มีการแนะนำข้อบ่งใช้ ขนาดและวิธีใช้ ข้อควรระวัง แม้จะนำเสนอศัพท์ทางวิชาการบ้าง แต่ก็อธิบายด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

อย่างไรก็ตาม หากองค์การเภสัชกรรมซึ่งเป็นผู้ผลิตยาของรัฐ จัดส่งบทความประชาสัมพันธ์เรื่องยา ความรู้เรื่องการใช้จ่าย ประโยชน์หรือโทษจากการใช้จ่าย การดูแลสุขภาพด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ก็ยินดีให้ความร่วมมือในการจัดเนื้อที่เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างถูกต้อง สามารถนำไปปฏิบัติในการดูแลสุขภาพตนเองและครอบครัวได้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง

3. ทิศทางการนำเสนอ จากศึกษาพบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภท ส่วนใหญ่มีการนำเสนอในทิศทางบวก (Positive) ทิศทางลบ (Negative) และทิศทางเป็นกลาง (Neutral) ตามลำดับ โดยหนังสือพิมพ์ทั่วไป มีการนำเสนอในทิศทางดังกล่าว มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน ยังได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ให้ความสำคัญและสนใจข่าวในเชิงลบมากกว่าข่าวในเชิงบวกหรือเป็นกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวการร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมยากับภาคเอกชนหรือต่างชาติ เนื่องจากหนังสือพิมพ์มีนโยบายในการสอดส่องดูแลประโยชน์สูงสุดที่ประชาชนจะได้รับ (Public Watchdog) และคำนึงถึงชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน อันจะส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง

4. ประเด็นหรือประเภทของเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม

การวิจัยครั้งนี้แบ่งเนื้อหาของข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับออกเป็น 8 ประเด็นหลัก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์องค์การและความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการดำเนินงาน นโยบายขององค์การเภสัชกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพรที่เกี่ยวกับโรคเอดส์ การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ บทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านยา การช่วยเหลือสังคม และการทุจริตยา

ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์มติชน ให้ความสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินงาน บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเภสัชกรรม การทุจริตยา ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพรที่เกี่ยวข้องโรคเอดส์ และการร่วมลงทุนกับภาคเอกชน และต่างชาติมากที่สุด ตามลำดับ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายขององค์การเภสัชกรรมมากที่สุด ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านยา และการช่วยเหลือสังคมนั้น หนังสือพิมพ์ทั่วไปให้ความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลในปริมาณที่ไม่แตกต่างกัน

สำหรับหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ให้ความสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินงาน บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเภสัชกรรม นโยบายขององค์การเภสัชกรรม ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพรที่เกี่ยวข้องโรคเอดส์ และการร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติมากที่สุด ตามลำดับ ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านยา การทุจริตยา และการช่วยเหลือสังคมนั้น หนังสือพิมพ์ธุรกิจให้ความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลในปริมาณที่ไม่แตกต่างกัน

ประเด็นที่ 1 การประชาสัมพันธ์ขององค์การ และความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการดำเนินงาน หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวก เนื่องจากเป็นข่าวประชาสัมพันธ์หรือข่าวแจก (Press Release) ที่ได้รับจากองค์การเภสัชกรรม การที่ได้รับการตีพิมพ์ อาจเป็นเพราะหนังสือพิมพ์เห็นว่าเป็นข่าวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง

ประเด็นที่ 2 นโยบายขององค์การ เช่น การตรึงราคาขายในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวกและเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากในช่วงที่ทำการศึกษา ประมาณกลางปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยประสบกับสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ สินค้าส่วนใหญ่มีราคาแพงขึ้น กระทรวงสาธารณสุขจึงมีนโยบายให้องค์การเภสัชกรรมตรึงราคาขายเพื่อไม่ให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อน สอดคล้องกับภาระหน้าที่หลักขององค์การเภสัชกรรมที่ว่า “รักษาระดับราคาขายและเวชภัณฑ์ ไม่ให้สูงขึ้นโดยเร็ว จนเป็นที่เดือดร้อนแก่ส่วนราชการและประชาชน” และเป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชน และประชาชนได้รับประโยชน์ จึงได้รับการตีพิมพ์อย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 3 ผลงานวิจัยและพัฒนายาสมุนไพรที่เกี่ยวข้องโรคเอดส์ พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวกและเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่ เป็นเพราะเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ (Significance) และมีความน่าสนใจ (Interest) ส่งผลกระทบต่อประชาชนที่เจ็บป่วยด้วยโรคนี เป็นประเด็นที่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศและทั่วโลกให้ความสนใจ (Human Interest)

เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ป่วยเป็นโรคเอดส์ไม่ต่ำกว่าแปดแสนคน นับเป็นปัญหาสังคมที่รัฐบาลให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก สถาบันวิจัยและพัฒนา องค์การเภสัชกรรม กระทรวงสาธารณสุข ก็เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ โดยมีนโยบายในการค้นคว้าและวิจัยยาจากสมุนไพรไทยอย่างจริงจัง เพื่อสกัดเป็นยาแผนปัจจุบันหลายชนิดเพื่อใช้รักษาอาการแทรกซ้อนของโรคเอดส์ เช่น เห็ดหลินจือ พลูจินอล ไบฟริง มะระ เป็นต้น เป็นการช่วยประเทศลดค่าใช้จ่ายในการนำเข้ายาจากต่างประเทศได้ทางหนึ่ง

สำหรับในเรื่องนี้ หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ เพราะเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ (Significance) เป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้อ่านส่วนใหญ่ (Proximity or Nearness) ผลกระทบดังกล่าวมีผลในวงกว้างต่อประชาชนจำนวนมาก หากหนังสือพิมพ์ไม่รายงานให้ผู้อ่านทราบประชาชนก็จะไม่ได้รับประโยชน์ และเนื่องจากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานของรัฐที่ค้นคว้า วิจัย และผลิตยาดังกล่าว ประชาชนจึงมั่นใจได้ในคุณภาพ ความปลอดภัย และราคาที่ยุติธรรม

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่ง คือ กระแสความนิยมยาจากสมุนไพรในปัจจุบันเป็นไปอย่างกว้างขวาง ทำให้ประชาชนหันมาให้ความสนใจและบริโภคยาจากสมุนไพรเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง องค์การเภสัชกรรมมีหน่วยงานที่วิจัยและพัฒนาสมุนไพรโดยตรง แต่หนังสือพิมพ์มองว่าได้รับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านนี้น้อยมาก

ประเด็นที่ 4 การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางลบ และ เป็นกลางเป็นส่วนใหญ่

เนื่องจากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานของรัฐ มีภารกิจตอบสนองนโยบายสำคัญของกระทรวงสาธารณสุขในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตยาและเวชภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการของสถานบริการสาธารณสุข การสาธารณสุขมูลฐาน และการกระจายยาไปสู่ส่วนภูมิภาค จึงมีโครงการร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างประเทศ เช่น การร่วมลงทุนผลิตวัคซีนไข้หวัดใหญ่ในประเทศ เป็นต้น เพื่อเตรียมพร้อมในการป้องกันโรคต่าง ๆ และรองรับการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของประชากรในประเทศ

เป็นที่น่าสังเกตว่า หนังสือพิมพ์หลายฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ทั่วไป เช่น หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ มักจะนำเสนอข่าวนี้ในแง่ลบ อาจเป็นเพราะเห็นว่าการร่วมลงทุนมักมีเรื่องผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของข่าวที่เกี่ยวกับความสนใจของมนุษย์ (Human Interest) ที่ว่า หากเป็นเหตุการณ์ใดก็ตามที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่างดูเหมือนจะ

มีเงื่อนงำ (Mystery of suspense) ก็มักจะถูกกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยใคร่ติดตาม เป็นประเด็นสำคัญ (Significance) หนังสือพิมพ์จึงให้ความสนใจ (Interest) เป็นพิเศษ เป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อการใช้เสีย ย่อมอยู่ในความสนใจของมนุษย์ โดยหนังสือพิมพ์ต้องทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการปกป้องสิทธิและเสรีภาพของประชาชน แต่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง

ประเด็นที่ 5 บทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเภสัชกรรม พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางลบ บวก และเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่

หนังสือพิมพ์มติชน มักให้ความสำคัญในการนำเสนอในประเด็นนี้ในแง่ลบ เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยประสบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ รัฐบาลมีนโยบายให้ทุกหน่วยงานภาครัฐช่วยกันประหยัดงบประมาณในทุก ๆ ด้าน ทำให้ธุรกิจยาภาคเอกชน ซึ่งเป็นนักธุรกิจกลุ่มหนึ่งของประเทศได้รับผลกระทบโดยตรง โดยกระตุ้นให้รัฐบาลทบทวนระเบียบพัสดุในการจัดซื้อจัดจ้างของสำนักนายกรัฐมนตรีเสียใหม่จากเดิมที่กำหนดให้โรงพยาบาลของรัฐทั่วประเทศสั่งซื้อยาจากองค์การเภสัชกรรม โดยพยายามผลักดันให้มีการค้าเสรีฯ ใช้คำพูดที่ค่อนข้างแรงในลักษณะที่มององค์การเภสัชกรรมว่า “ผูกขาดขายยา” เป็น “เสือนอนกิน” “ขายยาแพง” “ทำหน้าที่เป็นคนกลางขายยาให้ ร.พ.ของรัฐ จึงเป็นต้นเหตุให้ยาแพง” เป็นต้น เนื่องจากระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 เป็นนโยบายรัฐบาลที่ออกระเบียบขึ้นเพื่อให้องค์การเภสัชกรรมมีรายได้ในการสนับสนุนกิจการของตัวเองตอบสนองนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งกำหนดให้โรงพยาบาลของรัฐและส่วนราชการทั้งในและนอกสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ต้องใช้เงินงบประมาณร้อยละ 60 และ 80 ตามลำดับ จัดซื้อยาและเวชภัณฑ์จากองค์การเภสัชกรรม และให้หน่วยงานราชการจัดซื้อยาจากเอกชนได้ หากเสนอราคาถูกกว่าองค์การเภสัชกรรมร้อยละ 3 จึงทำให้เอกชนต้องการผลักดันให้มีนโยบายค้ายาเสรีขึ้น เพื่อองค์การเภสัชกรรมจะได้ออกมาแข่งขันทางด้านธุรกิจกับภาคเอกชนอย่างทัดเทียมกัน สำหรับประเด็นนี้เป็นสิ่งสำคัญที่องค์การเภสัชกรรมจำเป็นต้องพัฒนาระบบการบริหารงานด้านการตลาด ปรับปรุงโครงสร้าง และระบบงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดความคล่องตัวเพื่อยกระดับคุณภาพยาและบริการให้ดีขึ้น

ประเด็นที่ 6 การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านยา พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวก

เนื่องจากเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจ (Interest) และใกล้ชิดตัว (Proximity) ตามหลักการเสนอข่าวที่อ้างในบทที่ 2 โดยสื่อมวลชนให้ความสำคัญและให้ความสนใจ (Interest) เป็นพิเศษ เป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อการใช้เสีย ย่อมอยู่ในความสนใจของมนุษย์ มีการนำเสนอทั้งในหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เนื่องจากเป็นความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนทุกระดับ และสามารถนำไปปฏิบัติ และนำความรู้ไปดูแลสุขภาพตนเองในยามเจ็บป่วย หรือนำไป

พิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกใช้ได้ แต่การนำเสนอข่าวสารด้านนี้ขององค์การเภสัชกรรมยังมีในปริมาณที่น้อยมาก อาจเป็นดังที่หนังสือพิมพ์ข่าวสด กล่าวไว้ว่า “ใช้ศัพท์วิชาการมากเกินไป ประชาชนอ่านแล้วไม่เข้าใจ และมักส่งข่าวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อส่วนรวม” นอกจากนี้บรรณาธิการข่าวส่วนมากมักจะใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเรื่องราวหรือเนื้อความประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหา หรือมีคุณค่าควรจดจำ ดังที่ Robert W. Bly เคยกล่าวไว้

ประเด็นที่ 7 การช่วยเหลือสังคม พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางบวก และเป็นกลางเป็นส่วนใหญ่

เป็นกิจกรรมที่องค์การเภสัชกรรมช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ เช่น การมอบทุนการศึกษา การจัดนิทรรศการให้ความรู้เรื่องยาตามโรงเรียนต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล การมอบยาเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่มักจะลงกิจกรรมดังกล่าวเป็นภาพข่าวเล็ก ๆ เท่านั้น และไม่ได้ให้ความสนใจนัก เนื่องจากเป็นข่าวแห้งที่ไม่มีสีสันเป็นความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานเพียงเล็กน้อย ส่วนมากหนังสือพิมพ์จะลงเพราะพอเนื้อที่ลงได้ ซึ่งบางครั้งไม่ทันเหตุการณ์ (Immediacy) ซึ่งข่าวที่น่าสนใจจะต้องมีความสดและใหม่เสมอ หากล่าช้าลงจะไม่ได้ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้อ่าน ส่วนใหญ่ข่าวกิจกรรมและการช่วยเหลือสังคมมักไม่มีประเด็นที่จะส่งผลกระทบต่อประชาชนหรือสังคมในวงกว้าง นักประชาสัมพันธ์จะเน้นที่ตัวผู้บริหารของหน่วยงานเป็นหลัก ประเด็นสำคัญที่หลบอยู่ในข่าวจึงมักเป็นเรื่องรอง

ประเด็นที่ 8 การทุจริตยา พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ นำเสนอในทิศทางลบเป็นส่วนใหญ่

เนื่องจากในช่วงที่ทำการศึกษา (ประมาณวันที่ 16 สิงหาคม 2541) หนังสือพิมพ์มติชน ได้มีการเปิดประเด็น (Agenda-Setting) “ทุจริตยา” กรณีการจัดสรรงบประมาณประจำปี 2541 ของกระทรวงสาธารณสุขจำนวน 1,400 ล้านบาท โดยจัดสรรให้โรงพยาบาลของรัฐทั่วประเทศนำไปจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยซึ่งมีรายได้น้อย โดยสามารถเลือกได้ว่าซื้อเองหรือโดยส่วนใหญ่แล้วจะสั่งซื้อผ่านองค์การเภสัชกรรม โดยมองว่าองค์การเภสัชกรรมไม่ได้มีการตรวจสอบราคาและเวชภัณฑ์ที่โรงพยาบาลทั่วประเทศสั่งซื้อ จึงทำให้มีการพาดพิงถึงองค์การเภสัชกรรมในแง่ลบ และ ณ วันสิ้นสุดปีงบประมาณ 2541 สื่อมวลชนยังคงนำเสนอข่าวในประเด็นนี้อยู่ ซึ่ง การนำเสนอข่าวในประเด็นนี้ได้ส่งผลให้ปริมาณข่าวเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมมีปริมาณมากขึ้นด้วยเพราะเป็นข่าวที่อยู่ในความสนใจและส่งผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ สอดคล้องกับองค์ประกอบของข่าวที่เกี่ยวกับความสนใจของมนุษย์ (Human Interest) ที่ว่าหากเป็นเหตุการณ์ใดก็ตามที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่างดูเหมือนจะมีเงื่อนงำ

(Mystery of suspense) ก็มักจะถูกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความสงสัยใคร่ติดตาม อย่างไรก็ตาม ผลจากการนำเสนอข่าวในประเด็นนี้ของสื่อมวลชน ในการทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ของสาธารณชน (Offering Constructive Criticism and acting as watchdog of the public interest) ส่งผลให้สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย มอบรางวัล “อิสรา อมันตกุล” ประจำปี 2542 ให้แก่นักหนังสือพิมพ์มติชนในการนำเสนอข่าวขุดเชื่อมโยงเรื่องการทุจริตของกระทรวงสาธารณสุข

5. ความคิดเห็นของบรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว และนักข่าวหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคัดเลือกข่าว ผู้เปรียบเสมือนผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (Gatekeeper) ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ เกี่ยวกับแนวทางการพิจารณาเผยแพร่ การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม และข้อเสนอแนะในการแก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆ นั้น มีดังนี้

5.1 นโยบายของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอเนื้อหา

ตามทฤษฎีการนำเสนอเนื้อหากล่าวไว้ว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางที่มีความสำคัญมาก หนังสือพิมพ์จึงต้องระมัดระวังในการเสนอข่าวและพิถีพิถันในเนื้อหาที่จะตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์อันจะมีผลกระทบเกิดขึ้นในสังคม หนังสือพิมพ์ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผู้ตามรสนิยมและความต้องการของประชาชนเท่านั้น แต่ต้องยกหรือดึงระดับความต้องการและรสนิยมประชาชนให้สูงขึ้นด้วย ดังที่เกษม ศิริสัมพันธ์ ได้กล่าวไว้ นอกจากนี้ การเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์ ตามทฤษฎีนั้น ควรจะพยายามวางตัวเป็นกลาง (Neutral) ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ในทุกเรื่องที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมขณะนั้น การเสนอข่าวที่ดีควรจะมีการเสนอสองด้าน และควรจะมีควมรับผิดชอบในการเสนอข่าวอย่างตรงความจริง

สำหรับเนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมนั้น หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ มีนโยบายชัดเจนในการพิจารณานำเสนอข่าวเกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วย หนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ให้ความสำคัญในการพิจารณานำเสนอเนื้อหาในด้านนี้ด้วยการจัดหน้าหรือคอลัมน์ กระจายไปตามหน้าต่าง ๆ รองรับในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หนังสือพิมพ์ทั่วไปให้ความสำคัญเป็นพิเศษเนื่องจากเรื่องยาเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญของการดำรงชีวิตและเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทย นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์ก็คือประชาชนทั่วไป หากเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรงและร้ายแรง อาจนำลงหน้าหนึ่งได้ ส่วนหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ส่วนใหญ่มุ่งเน้นข่าวด้านนี้ในเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรมยา เช่น การร่วมลงทุนกับเอกชนหรือต่างชาติ การค้นพบและวิจัยยาตัวใหม่ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงนโยบายของหนังสือพิมพ์ที่ให้การสนับสนุนการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วย กับแผนในการจัดทำข่าวแจกหรือข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ขององค์การเภสัชกรรมซึ่งมีเพียงเดือนละ 2 ชิ้นแล้ว จะเห็นได้ว่าไม่

สอดคล้องกันเลข องค์การเภสัชกรรมจึงควรตระหนักถึงภาระหน้าที่ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับยา ความรู้เรื่องการใช้ยา และการดูแลสุขภาพตนเองเมื่อเจ็บป่วยอย่างถูกต้อง เพื่อตอบสนองนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขในเรื่องการสาธารณสุขมูลฐาน โดยเพิ่มปริมาณข่าวแจกให้มากขึ้น

แหล่งข่าวหรือที่มาของข่าว (Source of News) ในปัจจุบัน หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ ให้ความสำคัญกับแหล่งข่าวหรือที่มาของข่าว ซึ่งส่วนใหญ่ได้จาก

- นักข่าวที่ประจำกระทรวงสาธารณสุขหาข่าวเอง (News Gathering) นักข่าวจะได้ข่าวที่เจาะลึกมากกว่า โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารจากองค์การเภสัชกรรม ผู้บริหารของกระทรวงสาธารณสุขที่กำกับดูแลองค์การเภสัชกรรม จากพนักงานองค์การเภสัชกรรม แหล่งข่าวในองค์การเภสัชกรรม และจากนักวิชาการสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

- ข่าวแจก หรือข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) รวมทั้งข้อมูลจากวารสาร จุลสาร รายงานประจำปี ฯลฯ ที่องค์การเภสัชกรรมส่งให้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมของหน่วยงาน แต่หนังสือพิมพ์ได้รับในปริมาณที่น้อยมาก ไม่ต่อเนื่องสม่ำเสมอ

เนื่องจากข่าวแจกจะมีเนื้อหาในเชิงบวก เป็นการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของหน่วยงานและผู้บริหารเท่านั้น ข่าวแจกที่หนังสือพิมพ์ได้รับจึงมักเป็นข่าวแห้งที่ไม่มีสีสัน ไม่มีประเด็นข่าวสำคัญที่น่าสนใจ จึงทำให้หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาที่ได้รับจากการหาข่าวของนักข่าวมากกว่า ข่าวแจกจะมีความสำคัญกับนักข่าวมากก็ต่อเมื่อนักข่าวเห็นประเด็นสำคัญในข่าว และต้องการติดตามข่าวอย่างเจาะลึกในประเด็นที่สนใจ

5.2 บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

ในช่วงเวลาขณะที่ทำการวิจัยถือได้ว่าเป็นภาวะที่ไม่ปกติ เนื่องจากเป็นช่วงที่มีข่าวสำคัญเกิดขึ้น คือ ประมาณกลางปี 2540 เป็นช่วงวิกฤตเศรษฐกิจครั้งรุนแรงในประเทศ รัฐบาลมีนโยบายรณรงค์เรื่องการประหยัดอย่างจริงจัง และเกิดข่าวใหญ่กรณีกระทรวงสาธารณสุขทุจริตการสั่งซื้อยา ซึ่งพาดพิงถึงองค์การเภสัชกรรมในฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจกระทรวงสาธารณสุข มีหน้าที่รับผิดชอบเป็นตัวกลางในการสั่งซื้อยาระหว่างบริษัทขายยากับโรงพยาบาลของรัฐทั่วประเทศ ด้วย มีผลทำให้ปริมาณการนำเสนอข่าวในประเด็นนี้มากกว่าภาวะปกติ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภท ก็ยังนำเสนอข่าวความรู้เกี่ยวกับยา ความรู้เกี่ยวกับการใช้ยา การดูแลสุขภาพตนเองเมื่อยามเจ็บป่วยอย่างถูกต้องในปริมาณที่น้อยมาก สะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักในบทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในการที่จะให้ข้อมูลข่าวสาร (Inform) ให้บริการสาธารณะ (Public Watchdog) สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง หรือการทำหน้าที่พิจารณา

คัดเลือกข่าว (Gatekeeper) ครอบถ้วนหรือไม่ เพราะปัญหาภาวะวิกฤตด้านยา สุขภาพ และการเจ็บป่วย ถือได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญของประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และความมั่นคงของประเทศด้วย จากการศึกษาที่หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารของประชาชนในสังคมปัจจุบัน จะสามารถเป็นสื่อกลางในการกำหนดประเด็น (Issue) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับยา การใช้ยา การเจ็บป่วย และการดูแลสุขภาพตนเองอย่างถูกต้อง ตอบสนองนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขด้านการสาธารณสุขมูลฐาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประชาชนประหยัดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลได้ด้วย อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมโดยรวม เพราะอิทธิพลของสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะสะสม ซึ่งสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ ๆ แก่ประชาชนซึ่งไม่เคยมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนี้มาก่อน โดยการเสนอเรื่องนั้นในแนวเดียวกันบ่อย ๆ และหากสามารถเปลี่ยนทัศนคติได้แล้ว พฤติกรรมของคนก็ย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย เพราะทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด

หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ได้แสดงบทบาทหน้าที่นำเสนอในประเด็นหลัก 8 ประเด็น ด้วยการให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารในประเด็น “ผลงานวิจัยและพัฒนายาตัวใหม่ ๆ การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านยา การร่วมลงทุนกับภาคเอกชนและต่างชาติ บทบาทภาระหน้าที่ขององค์การเภสัชกรรม การช่วยเหลือสังคม หรือทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ของประชาชน (Public Watchdog) ด้วยการเสนอประเด็น “การทุจริตยา” เป็นต้น

5.3 นโยบายด้านการคัดเลือกข่าว

กระบวนการตัดสินใจคัดเลือกข่าว มีองค์ประกอบหลายประการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ การควบคุมหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์แต่ละประเภท เป็นตัวกำหนดความสนใจในการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ ความรู้ ความเข้าใจในข่าวประชาสัมพันธ์ นโยบายการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ เนื้อหาของหน้าหนังสือพิมพ์ ความสัมพันธ์กับนักประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงาน จำนวนข่าว และเวลา ค่าตอบแทน สิ้นน้ำใจ ตลอดจนการรับของข่าว เป็นต้น เหล่านี้ก็มีส่วนในการพิจารณาคัดเลือกข่าวเหมือนกัน

ปัญหาการคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรม

การส่งข่าวประชาสัมพันธ์

- ควรมีการเจ้าหน้าที่ของและตำแหน่งของผู้มีอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ นั้น ๆ อย่างถูกต้อง การส่งควรส่งให้ถึงมือโดยมีคนไปส่งถึงสำนักงาน หากส่งไปรษณีย์ควรจะลงทะเบียน การส่งข่าวด้วยวิธีโทรศัพท์ไม่ควรทำอย่างยิ่ง ถึงแม้จะรู้จักนักข่าวบ้างก็ตาม ปัจจุบันการสื่อสารทางโทรสารก็ได้รับความนิยมมากขึ้น แต่ก็ควรส่งต้นฉบับตามไปเพื่อป้องกันการผิดพลาด นอกจากนี้ ควรมีชื่อของนักประชาสัมพันธ์ผู้ส่งข่าว เบอร์โทรศัพท์เพื่อใช้ในการตรวจสอบข่าว

หรือถามรายละเอียดเพิ่มเติม ที่สำคัญควรมีความสัมพันธ์กับสื่ออย่างต่อเนื่อง และติดตามข่าวจากหนังสือพิมพ์นั้นอย่างสม่ำเสมอ

- ปริมาณเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมที่มีน้อยมาก และไม่ต่อเนื่อง ทำให้นักหนังสือพิมพ์ไม่ค่อยเข้าใจบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเภสัชกรรมเท่าที่ควร เข้าใจเพียงว่าเป็นโรงงานผลิตยาของรัฐซึ่งจำหน่ายยาตำราหลวงที่น่าเชื่อถือเท่านั้น จึงทำให้สื่อไม่ค่อยให้ความสำคัญ และมักมองข้ามข่าวขององค์การเภสัชกรรมเสมอ ทั้งที่เรื่องยา การใช้ยา และการดูแลสุขภาพตนเองเป็นเรื่องสำคัญต่อการดำรงชีวิต องค์การเภสัชกรรมจึงควรเพิ่มปริมาณการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้ประชาชนได้รับทราบ ซึ่งถือว่าเป็นบทบาทภาระหน้าที่ที่สำคัญต่อประเทศชาติให้มากกว่านี้

- นโยบายในการปรับเปลี่ยนตำแหน่งหน้า และผู้รับผิดชอบตามความเหมาะสมของหนังสือพิมพ์ สำหรับเรื่องนี้บรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามรัฐให้ความเห็นว่า แทบจะไม่เคยเห็นหรือได้รับข่าวแจกจากองค์การเภสัชกรรม ทั้งที่เป็นผู้รับผิดชอบข่าวสายกระทรวงสาธารณสุขโดยตรง อาจเป็นไปได้ที่ส่งผิดโต๊ะ หรือผู้รับข่าวสารเห็นว่าข่าวนั้นไม่มีประเด็นสำคัญที่น่าสนใจ นักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานจึงต้องคอยติดตามความเคลื่อนไหวของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการส่งข่าวผิดโต๊ะ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้พลาดการคัดเลือกข่าวลงตีพิมพ์ได้

การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (ข่าวแจก)

นักหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าเรื่องยา หรือการใช้ยา เป็นเรื่องที่น่าสนใจ ข่าวด้านประชาสัมพันธ์ที่ส่งไปให้ลงตีพิมพ์มีศัพท์ทางวิชาการมากเกินไป การปรับแก้เรื่องยากให้เป็นเรื่องเข้าใจง่าย จึงจำเป็นต้องใช้เวลา บางครั้งหน่วยงานมักเขียนเชียร์หน่วยงานมากเกินไปไม่ถึงประเด็นสำคัญที่น่าสนใจสำหรับผู้อ่านซึ่งซ่อนอยู่ในข่าวออกมา สอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ วรกิจโกคาทร เรื่องได้ให้ความคิดเห็นของนักหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ว่า จะต้องเป็นข่าวที่มีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนและกระชับรัดกุม ไม่เยิ่นเย้อ การเขียนข่าวที่ไม่คำนึงถึงผู้อ่าน โดยเขียนตามใจตัวเองหรือเขียนเชียร์หน่วยงานมากเกินไป เป็นการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ล้มเหลว

การเขียนข่าวให้มีคุณภาพเป็นเรื่องสำคัญมาก ควรพิจารณาข่าวก่อนที่จะส่งว่ามีประเด็น มีน้ำหนัก เป็นข่าวใหม่ ทันสมัย น่าสนใจเป็นประโยชน์และส่งผลกระทบต่อประชาชนและสังคมในวงกว้างมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ ควรสื่อให้ถูกต้องตรงเป้าหมายขององค์การเภสัชกรรม นักประชาสัมพันธ์ควรสรุปบันทึกและประเมินผลงานของตนเพื่อหากลยุทธ์อื่นหรือปรับปรุงวิธีทำงานใหม่ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ควรวางแผนงานที่สอดคล้องกับสถานะการณ์

บางช่วง เช่น หน้าร้อนมักจะมีโรคอุจจาระร่วงระบาด นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องประชาสัมพันธ์ว่า องค์การเกษตรกรรมมียาใดที่จะช่วยประชาชนได้ หาซื้อได้ที่ไหนบ้าง ข้อควรระวัง หรือควรปฏิบัติ ตัวอย่างไร เป็นต้น ที่สำคัญที่สุด คือ นักประชาสัมพันธ์ควรจะต้องเรียนรู้แนวความคิด (Concept) ของสื่อ และเข้าใจจุดยืนของสื่อทุกฉบับ โดยการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ ฉบับนั้น ๆ ด้วยเพื่อจะได้ส่งข่าวให้เหมาะสมกับสื่อ เนื่องจากสื่อแต่ละฉบับมีประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่างกัน

ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับการศึกษาของพรทิพย์ วรกิจโกคาทร ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับวิธีคัดเลือกข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ สรุปได้ว่าโอกาสที่ข่าวประชาสัมพันธ์ (ข่าวแจก) จะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ นั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการหลัก คือ คุณภาพของข่าว การจัดส่งข่าว และการตัดสินใจของนักหนังสือพิมพ์

5.4 การกำหนดวาระ (Agenda Setting)

การกำหนดวาระของสื่อมวลชน หมายถึง การเสนอหรือไม่เสนอข่าวเรื่องใดเรื่องหนึ่งของสื่อมวลชน มีผลให้สาธารณชนมีความเห็นคล้อยตามว่าเรื่องนั้นเป็นหัวข้อหรือประเด็นที่มีความสำคัญ หรือไม่มีความสำคัญที่จะนำมาพิจารณากัน ซึ่งเป็นบทบาทอันสำคัญของสื่อมวลชนในการเลือกเสนอข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทของผู้ปิดเปิดประตูสาร (Gatekeeper) ในอันที่จะกำหนดวาระ (Agenda - Setting) ประเด็นสำคัญของข่าว ซึ่งจะมีผลต่อการกำหนดความสนใจของประชาชน การกำหนดวาระ (Agenda - Setting) ของหนังสือพิมพ์จะใกล้เคียงกับการกำหนดวาระของประชาชนมากกว่าวิทยุและโทรทัศน์ที่ปรากฏชัดก็คือ สื่อมวลชนประสบความสำเร็จในการกระตุ้นให้ประชาชนสนใจประเด็นสำคัญของปัญหาบางประเด็นมากกว่าประเด็นอื่น ๆ โดยทิศทางของการกำหนดประเด็นสำคัญของเรื่อง เริ่มจากสื่อมวลชนไปสู่ประชาชน

หนังสือพิมพ์ทั้ง 9 ชื่อฉบับ จะเป็นผู้กำหนดวาระต่าง ๆ ตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในสังคมขณะนั้นนำเสนอต่อสาธารณชน เช่น การนำเสนอกรณีทุจริตยากระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้ ยังได้กำหนดตำแหน่งของหน้าที่รองรับเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับยา สุขภาพ และการเจ็บป่วยไว้ด้วย

ตำแหน่งข่าว

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ได้จัดหน้าและคอลัมน์ต่าง ๆ กระจายไปตามหน้าต่าง ๆ ได้แก่ หน้า “การศึกษา ศาสนา สาธารณสุข และวิทยาศาสตร์” หน้าสตรีและเด็ก หน้าความก้าวหน้าทางด้านวิทยาการ ข่าวสังคม และข่าวท้องถิ่น “โทรโข่งขยายข่าว” “ชกหลังข่าว” “สังคมข่าว” “ใส่ใจสุขภาพ” “บุคคลในข่าว” “คนหลังข่าว” “เลขที่ 1 วิวาดี”

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับวันอาทิตย์จะให้หน้า 7 และ 8 เต็มสองหน้า “วาไรตี้” หน้า 5 ซึ่งจะเป็นเรื่องเบา ๆ มีคอลัมน์เกี่ยวกับสุขภาพ 8 คอลัมน์ เช่น “ชีวิตกับสุขภาพ” “หยุดยมนำรู้” ตอบปัญหาด้านสุขภาพ สุขภาพจิต หรือความรู้ทางการแพทย์อื่น ๆ หน้าสตรี “ตามตะวัน” “สังคมวันนี้” “ชอกแซกโดยแมงเม่า” หน้าการเมือง ภูมิภาค ทหาร ตำรวจ หรือหน่วยงานอื่นที่ข่าวเรื่องยาหรือสุขภาพเข้าไปเกี่ยวข้อง

หนังสือพิมพ์ข่าวสด หน้า 9 ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับทอม. สาธารณสุข และแรงงาน คอลัมน์ “จะจ้ออินเตอร์”

หนังสือพิมพ์สยามรัฐ ไม่มีหน้าเฉพาะ แต่เน้นการนำเสนอในเชิงการเมือง หรือมุ่งเน้นไปที่กระทรวงสาธารณสุขเป็นหลัก

หนังสือพิมพ์มติชน เปิดหน้าสาธารณสุข สิ่งแวดล้อม วิชาการ เทคโนโลยี ที่หน้า 7 เป็นหน้าที่รองรับผลกระทบที่มีต่อชีวิต ความเป็นอยู่ หรือต้นทุนในการใช้จ่ายซึ่งอาจจะมากเกินไป เป็นพื้นฐานสำคัญ

หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ เน้นข่าวในเชิงการเมือง หรือจัดให้อยู่ในหน้า “ผู้บริโภค” หน้าที่ 12 และ 13 ซึ่งเป็นหน้าที่เกี่ยวกับการบริโภคในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องยา สุขภาพ การเจ็บป่วย การศึกษา และวิชาการ นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ใน “EXITE” ซึ่งเป็นฉบับแทรก นำเสนอเนื้อหาในแง่ความรู้ ทางเลือกใหม่ ๆ หรือตามกระแสของผู้บริโภค

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หน้า “การตลาด” มุ่งเน้นในเชิงการตลาด และอุตสาหกรรมยา ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ เช่น บริษัทฯ หรือบริษัทโฆษณา เพื่อให้สอดคล้องกับ Concept ของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ โดยมีคอลัมน์ “อิน โฟกัส” และ “เวทีสุขภาพ” ที่สามารถเตือนประชาชนถึงอันตรายจากการใช้ยา การดูแลสุขภาพ โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนแจ้งข่าวด้านสาธารณสุขได้

หนังสือพิมพ์ประชาชาติ หน้า “การตลาด” ให้ความสำคัญในเรื่องการร่วมลงทุนกับภาคเอกชน และต่างชาติ รวมถึงอุตสาหกรรมยาในแง่มุมต่าง ๆ

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ “สังคม/คุณภาพชีวิต” และ ฉบับย่อย “จุดประกาย”

สรุปข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขตามความเห็นของสื่อมวลชน

1. องค์การเภสัชกรรมควรกำหนดนโยบายและให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ และการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานให้มากกว่านี้ เนื่องจากองค์การเภสัชกรรมเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตยาดีมีคุณภาพ ปลอดภัย ราคายุติธรรม

รวมทั้งการใช้ยา และการดูแลสุขภาพตนเองอย่างถูกต้องสนองนโยบายการสาธารณสุขขั้นมูลฐาน ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีก่อให้เกิดประโยชน์และอาจมีโทษต่อร่างกายหากบริโภคในปริมาณที่ไม่เหมาะสม เป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ จึงจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความสามารถ มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับหน่วยงานและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสื่อมวลชน เพื่อจะได้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเหล่านั้นไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความเข้าใจอันดี และรับทราบถึงบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ และการดำเนินงานของหน่วยงานอย่างถูกต้องชัดเจน

2. ควรเพิ่มปริมาณการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อมวลชนให้มากขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และเหมาะสมกับสภาวะการณ์ต่าง ๆ หากไม่มีการประชาสัมพันธ์ประชาชนจะไม่สามารถทราบได้ว่าวัตถุประสงค์การเกษตรกรรมมีคุณภาพดี ได้มาตรฐานสากล มีความปลอดภัย ราคายุติธรรม การค้นคว้าวิจัย หรือพัฒนาขึ้นมาใหม่เมื่อประสบความสำเร็จแล้วควรรีบเผยแพร่ อย่าทำเพียงเพื่อสนับสนุนกระทรวงสาธารณสุขเท่านั้น ควรคำนึงถึงประชาชนด้วย

3. รูปแบบการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมที่เหมาะสมนั้น ควรนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ทั้งรูปแบบข่าว ภาพข่าว และบทความ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง องค์การเกษตรกรรมควรเขียนบทความสั้น ๆ ใช้ภาษาพื้น ๆ เข้าใจง่าย เผยแพร่ความรู้เรื่องยา การใช้ยาที่ถูกต้อง การดูแลสุขภาพด้วยตนเอง ผลงานวิจัยยาตัวใหม่ ๆ ที่กำลังวิจัย หรือวิจัยเสร็จแล้ว ส่งให้หนังสือพิมพ์ลงเป็นระยะ ประชาชนจะได้ทราบความเคลื่อนไหว และรอคอยการใช้นั้น ๆ อย่างมีความหวัง เพราะเป็นหน่วยงานที่ต้องถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจในเรื่องยา สุขภาพอนามัย แก่ประชาชน จึงควรจะสื่อสารเผยแพร่ความรู้เหล่านี้ไปยังประชาชนทุกระดับ นอกจากนี้ ควรใช้สื่อหลายประเภทเพื่ออำนวยความสะดวก

4. การเขียนข่าวให้มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญต่อการคัดเลือกข่าวมาก ควรมีประเด็นสำคัญเป็นเรื่องใหม่ที่มีประโยชน์ หรือส่งผลกระทบต่อประชาชนและสังคมในวงกว้าง โดยสื่อให้ถูกต้องตรงเป้าหมายขององค์การเกษตรกรรม

5. การส่งข่าวให้สื่อ ควรศึกษาว่าจะส่งหน้าใด หากไม่ถูกต้องก็เท่ากับประสบความสำเร็จในการเผยแพร่ ควรติดตามความเคลื่อนไหวของสื่ออย่างสม่ำเสมอว่ามีคอลัมน์ใดที่จะส่งข่าวผ่านได้บ้าง เพราะสื่ออาจมีการปรับเปลี่ยนนโยบายในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ใหม่ หากมีความสัมพันธ์กับสื่ออย่างต่อเนื่อง หรือติดตามข่าวจากหนังสือพิมพ์นั้นอย่างสม่ำเสมอก็ไม่แน่ว่ามีปัญหา ที่สำคัญควรพิจารณาข่าวก่อนที่จะส่งว่าเป็นข่าวใหม่ ทันสมัย และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากน้อยเพียงใด

6. สื่อมวลชนสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญในการประสานงานระหว่างนักหนังสือพิมพ์ และนักประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรมควรมีความสัมพันธ์อันดีอย่างต่อเนื่องกับสื่อมวลชน การจะได้รับการพิจารณาคัดเลือกข่าวลงตีพิมพ์หรือไม่นั้นบางครั้งความสัมพันธ์อันดีเป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ ในส่วนที่เป็นงานด้านการประชาสัมพันธ์นั้น นักข่าวหนังสือพิมพ์ทุกฉบับยินดีและพร้อมที่จะให้การสนับสนุนหรือรองรับอยู่แล้วโดยไม่เสียบประมาณการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักหนังสือพิมพ์จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

7. นักประชาสัมพันธ์ควรเรียนรู้ธรรมชาติของสื่อและเข้าใจจุดยืนของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ ควรศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ เพื่อจะได้ส่งข่าวให้เหมาะสมกับสื่อ ควรสรุปบันทึกและประเมินผลงานของตนด้วย เพื่อหากลยุทธ์อื่นหรือปรับปรุงวิธีทำงานใหม่ และวางแผนงานที่สอดคล้องกับสถานะการณ์บางช่วง นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องฉวยโอกาสประชาสัมพันธ์ว่าองค์การเภสัชกรรมมีผลิตภัณฑ์ใดที่จะแนะนำ ข้อควรระวัง หรือการปฏิบัติที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์แก่ประชาชน

8. ขอความร่วมมือหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์การเภสัชกรรมไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่ห่างไกลด้วย เช่น กรมประชาสัมพันธ์ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับยาผ่านสื่อวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ หรือกระทรวงศึกษาธิการ ด้วยการบรรจุเรื่องยาเป็นวิชาหนึ่งที่ต้องศึกษาเนื่องจากเป็นเรื่องที่สำคัญ และใกล้ตัว เด็กจะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดให้คนในครอบครัวได้รับทราบและปฏิบัติในการใช้ยา การดูแลสุขภาพด้วยตนเอง นอกจากนี้ ยังสามารถขอความร่วมมือไปยังองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เพื่อให้รับทราบถึงบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การเภสัชกรรม ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชนในชนบทผ่านหน่วยงาน อบต. นับเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่จะทำให้เกิดความชัดเจนต่อหน่วยงานอย่างกว้างขวาง ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

9. ควรตอบสนองนโยบายของรัฐบาลเรื่องการประหยัดและสนับสนุนสินค้าไทย ด้วยการรณรงค์อย่างจริงจัง โดยให้คนไทยมอบของขวัญของฝากด้วยยาขององค์การเภสัชกรรม หรือกระเช้าสมุนไพรให้คนที่รักหรือเคารพ ในวาระต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ขึ้นบ้านใหม่ เปิดหน่วยงานใหม่ หรือวันผู้สูงอายุ เป็นต้น พร้อมทั้งมีคำแนะนำในการดูแลสุขภาพด้วยตนเองอย่างง่าย ๆ และการใช้ยาอย่างถูกต้องประกอบด้วย

10. ผู้บริหารขององค์การเภสัชกรรม ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในทุก ๆ ด้าน และจัดสรรงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เจ้าหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์จะต้องทำงานเต็มกำลังความสามารถ และมีจำนวนเพียงพอกับงาน เพราะนัก

ประชาสัมพันธ์เปรียบเสมือนนักข่าวที่จะต้องทำหน้าที่ประสานงานสร้างสัมพันธ์กับฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร หาข่าวความคืบหน้า เพื่อรายงานความเคลื่อนไหวเก็บข้อมูลและนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ ยังต้องมีหน้าที่ในการติดตามความเคลื่อนไหวของสังคมด้วย ต้องนำเสนอเรื่องที่สร้างสรรค์ ทันสมัย และเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประชาชน ให้ผู้บริหารเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ว่ามีความจำเป็นต้องส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจัง แม้จะเป็นหน่วยงานของรัฐก็ตาม เพราะนอกจากจะทำให้สื่อยอมรับ และมีประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้หน่วยงานด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ปัจจุบันสภาพปัญหาด้านยา และการใช้ยาในประเทศยังเป็นปัญหาใหญ่ที่หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับยา การใช้ยา และการดูแลสุขภาพตนเองอย่างถูกต้อง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง การวิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในสื่อหนังสือพิมพ์และความคิดเห็นจากนักหนังสือพิมพ์เพียงสื่อเดียวเท่านั้น ซึ่งยังไม่เพียงพอ จึงควรศึกษาประสิทธิภาพของงานประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชนแขนงอื่นด้วย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ การจัดนิทรรศการ แผ่นพับ โปสเตอร์ หรือไบแรทกยา ฯลฯ ร่วมกันอีกทางหนึ่ง จะทำให้เห็นภาพรวมที่สะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. องค์การเภสัชกรรมควรทำประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรมากกว่าที่กระทำอยู่ การจะทำประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลและมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการเพิ่มทักษะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และทักษะการนำเสนอข่าวสารข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งศึกษาแนวทางการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ยาและติดตามสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมทางสังคมอยู่เสมอ

3. ศึกษาทัศนคติหรือการรับรู้ข่าวสารของประชาชนต่อสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรม เพื่อองค์การเภสัชกรรมจะได้พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และเพื่อสร้างภาพลักษณ์อันดีของหน่วยงานต่อประชาชน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- เกษม สิริสัมพันธ์. การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันในกรุงเทพมหานคร 14 ฉบับ.
กรุงเทพมหานคร : สภาวิจัยแห่งชาติ, 2507 (อัดสำเนา).
- ครุณี หิรัญรักษ์. การทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. 2529, (อัดสำเนา).
- ครุณี หิรัญรักษ์. เทคนิคการหาข่าวและการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์ พิมพ์ครั้งที่ 4.
(กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538).
- ถาวร บุญวัฒน์. หลักการหนังสือพิมพ์ : คู่มือฉบับประสบการณ์ พิมพ์ครั้งที่ 2.
(กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, 2538).
- ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. "งานสาธารณสุข : ทางเลือกยุทธศาสตร์การพัฒนา", ยุทธศาสตร์การพัฒนา
โดยประชาชนมีส่วนร่วม, สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- นันทวัน สุชาโต. 2520, อ้างถึงในสันสนี ชุมนุมนฉวี คุณลักษณะของนักข่าวและบทบาทในการ
พัฒนาสังคม : เปรียบเทียบความคิดเห็นของบรรณาธิการกับอาจารย์ผู้
สอนวิชาการหนังสือพิมพ์, 2534.
- บำรุง สุขพรรณ. หนังสือพิมพ์ไทย, กรุงเทพฯ : แผนกอิสระวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522.
- ปรัชญา เวสารัชช์. รายงานการวิจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาการชนบท
สถาบันไทยคดีศึกษา, 2528.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์, กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2526.

ประมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2529.

ประชัน วัลลิโก. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร, นนทบุรี : มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2528.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ (กรุงเทพฯ
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536).

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. การพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของนักหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ :
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. การเขียนเพื่อการสื่อสาร (นศช. 62) : นักหนังสือพิมพ์กับข่าวประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (อัครา).

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. นักหนังสือพิมพ์กับข่าวประชาสัมพันธ์. วารสารสื่อสารมวลชน ปีที่ 2.
(เดือนพฤศจิกายน 2525 ถึง มีนาคม 2526)

พรภิรมย์ เข้มธรรม. บทบาททางการเมืองของหนังสือพิมพ์ (2475-2488) กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช, 2525.

พัชรา ศีลรักษา. ห้องสมุดและการค้นคว้า. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2521.

พีระ จิรโสภณ. ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์, ในเอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ
สื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 8, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532.

มาลี บุญศิริพันธ์. การจัดทำหนังสือพิมพ์ ในเอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อ
สิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 10 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.

มาลี บุญศิริพันธ์. ความหมายและคุณลักษณะของข่าว. : เอกสารการสอนชุดความรู้
เบื้องต้นเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ หน่วยที่ 10-11 พิมพ์ครั้งที่ 8 (นนทบุรี :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2536).

มาลี บุญศิริพันธ์. หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น กรุงเทพฯ : 2529. (อัดสำเนา).

รจิตลักษณ์ แสงอุไร. ความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ในด้านที่ต้องยกระดับตัวเอง. ในเอกสาร
ประกอบการบรรยายวิชาหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2525.

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2538).

สุกัญญา ตีระวนิช. การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ นิเทศสาร, ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 ธันวาคม
2518.

สุภา ศิริमानนท์. โอกาสและลักษณะการอย่างไรที่นับว่าเหมาะสมสำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
ล้าหลัง. อ้างถึงใน มาลี บุญศิริพันธ์. หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น, 2531.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2533.

สุรพล วิรุฬห์รักษ์. รายงานการสัมมนาเรื่อง การตลาดยุคใหม่ ทำไมต้องมีการประชาสัมพันธ์”,
คู่แข่ง 83, (สิงหาคม 2530).

อรนุช เลิศจรยรักษ์. “การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาของข่าวของสถานีวิทยุสามสถานี
ในประเทศไทย กรกฎาคม - สิงหาคม 2520” วารสารศาสตร์ 1-2 มีนาคม 2524.

สัมภาษณ์

จักร์กฤษ เพิ่มพูล, คอลัมนิสต์-บรรณาธิการฝ่ายผลิต. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ.

28 มีนาคม 2542.

เจียมจิตต์ แซ่อึ้ง, บรรณาธิการข่าว. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. 29 มีนาคม 2542.

จิตตินบ โกมลนิมิ, นักข่าว. หนังสือพิมพ์มติชน. 31 มีนาคม 2542.

ถนอมจิต คงจิตต์งาม, บรรณาธิการข่าว. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 2 เมษายน 2542.

ธงชัย ฌ นคร, บรรณาธิการ. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. 6 เมษายน 2542.

นรชัย ลาภเปี่ยม, นักข่าว. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์. 5 เมษายน 2542.

นุกูล อนุโต, บรรณาธิการข่าวการเมืองและบรรณาธิการข่าวหน้า 1. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ.
30 มีนาคม 2542.

บุญเลื่อน พรหมประทานกุล, นักข่าว. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. 29 มีนาคม 2542.

ปราณี ศรีกำเหนิด, หัวหน้าข่าว. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. 2 เมษายน 2542.

ประหยัด คุณสมบัติ, บรรณาธิการ และหัวหน้าข่าว. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์. 5 เมษายน 2542.
30 มีนาคม 2542.

ภัทระ คำพิทักษ์, หัวหน้าข่าว. หนังสือพิมพ์มติชน. 31 มีนาคม 2542.

วันวิสา ชุชนม์, นักข่าว. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. 6 เมษายน 2542.

สุทธิวรรณ ไสวแสนยากร, หัวหน้าข่าว. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. 1 เมษายน 2542.

สุวัฒน์ บุญชาญ, Rewriter. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์. 24 มีนาคม 2542.

สิริวรรณ เอี่ยมเทศ, นักข่าว. หนังสือพิมพ์ข่าวสด. 31 มีนาคม 2542.

สมปอง แจ่มเกาะ, นักข่าว และหัวหน้าข่าว. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ. 31 มีนาคม 2542.

สุเมธ สมคะเน, นักข่าว. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 31 มีนาคม 2542.

สุริรัตน์ สวัสดิ์, หัวหน้าข่าว. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 2 เมษายน 2542.

อุษา ชิวจำเจริญ, นักข่าว. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. 31 มีนาคม 2542.

ภาษาอังกฤษ

Berlson B., *Content Analysis in Communication Research*. New York : Hafner Publishing Co., 1971.

Boorstin D.J., *The Image : A Guide to Pseudo-events in America* (Harper & Row publishers, 1961).

Donohue, P.A., Tichenor and C.N. Olin. *Gatekeeper : Mass Media System and Information Control. in Communication Research eds.*, F.G. Kline and P.A. Tichenor. California : Sage, 1972.

Earl English and Clarence Hach, *Scholastic Journalism Ames* : Iowa State University Press, 1978.

Edward J. Geradem, *The Social Responsibility of the Press*. Honolulu : East-West Center Edition, 1966.

Good, V.C., *Dictionary of Education*, London : McGraw-Hill, 1956.

Holsti O.R., *Content Analysis for Social Sciences and Humanities Mass Communication* (Addison-Westley Publishing, 1969).

Julien Adams, Press Time New York : Prentice-Hall, Inc., 1959.

Klaus Krippendorff, Content Analysis : An Introduction to It's Methodology. London : Sage Publication., 1980.

Lasswell, D.H., The Structure and Function of Communication in Society, The Communication of Ideas, Lyman Bryson Ed. New York : Harper & Brothers, (1948) :37-51.

Lawrence, R. Cambell and Roland, E. Wolselley, How to Report and Write the News, New York : Pretice-Hall, Inc., 1961.

Levin, L.S., (1981) Self-care in Health : Potential and Pitfalls. World Health Forum 2 (2) : 177-184.

Ole R. Holsti, Content Analysis for Social Sciences and Humanities Mass : Addison-West Publishing Co., 1969) : 143.

Richard, Budd W., Robert k. Throp. and Lewis Donohew, Content Analysis of Communication, New York, 1967.

Rokeach Ball, S.J. and Defleur M.L. A Dependency Model of Mass Media Effects. Communication Research 3 (January 1976) : 8-9

Robert W. Bly. Target Public Relations New York : Henry Holt and Campany, 1993

Robinson, D., (1981) Self-help Group in PHC, World Health Forum 2(2) : 185-191.

Schramm, Wilbur, Mass Communication Urbanna : University of Illinois Press, 1960.

Spencer, Crum, Fundamentals of Journalism, New York : MacGraw-Hill Book Company, 1974.

WHO/UNICEF (1978), : Report of the International Conference on Primary Health Care, Alma-Ata 6-12 Sep.

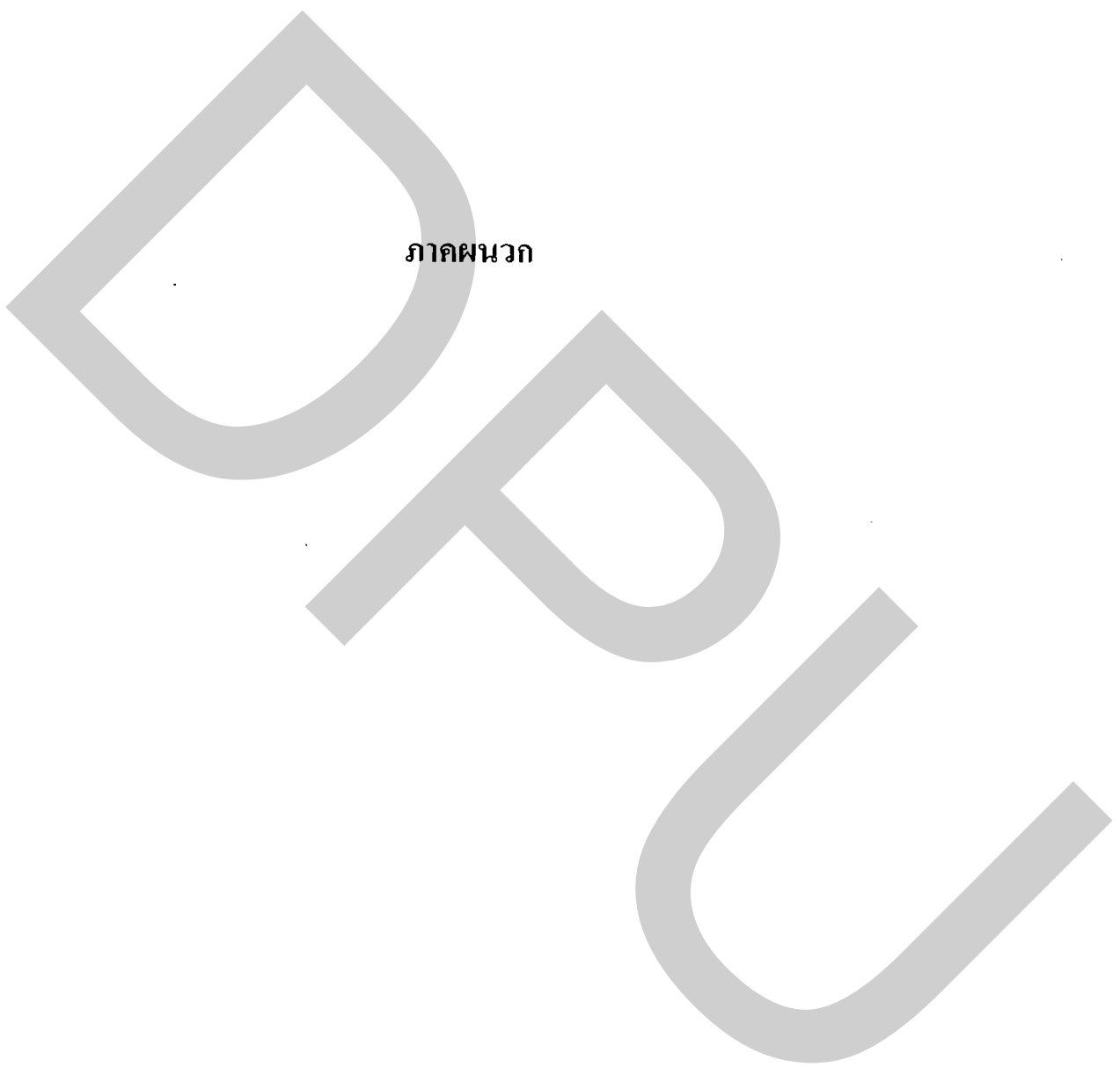
WHO (1981), : National Decision-Making for Primary Health care a study by the UNICEF/WHO Joint Committee on Health Policy, WHO, Geneva

White, D.M., The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News Journalism Quarterly 27 (Feb 1950) : 383-390.

White, A.T. (1982), Why community participation : A discussion of the arguments. Assignment Children 59-60 : 18.

William, M.R. and Wilbur Schramm, Responsibility in Mass Communication, Harper & Row Publisher, 1957.

ภาคผนวก





มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

๑๑๐/๑-๔ ถนนประชาชื่น ตอนเมือง กรุงเทพฯ ๑๐๒๑๐ โทร. ๙๕๔๗๓๐๐-๒๙ โทรสาร (๖๖๒) ๕๘๙๙๖๐๕, ๕๘๙๙๖๐๖

DHURAKIJPUNDIT UNIVERSITY

110/1-4 PRACHACHUEN ROAD, DONMUANG, BANGKOK 10210. TEL. 9547300-29 FAX (662) 5899605, 5899606

ที่ มธป ๑๑๐๑/๐๑๐๑๖

มีนาคม ๒๕๔๒

เรื่อง ขอความร่วมมือในการวิจัยเพื่อทำวิทยานิพนธ์

เรียน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวงามจิตต์ คำเพราะ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเกษตรกรรมในหนังสือพิมพ์ไทย” ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพของหน่วยงาน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านได้โปรดอนุเคราะห์ให้เข้าสัมภาษณ์ท่านในประเด็นต่าง ๆ ตามแบบสัมภาษณ์ที่แนบมา เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร. พิชันธุ์ พาลุสุข)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติการแทน

อธิการบดี

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๕๕๔๗๓๐๐-๒๕ ต่อ ๕๗๐

วันที่ 1 มีนาคม 2542

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตอบแบบสัมภาษณ์

เรียน บรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

ด้วยดิฉันเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ “การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมในหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน” โดยแบบสัมภาษณ์จะเก็บข้อมูล 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล
2. ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก นักข่าวประจำกระทรวงสาธารณสุข หัวหน้าข่าว และบรรณาธิการข่าว ของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์สยามรัฐ

อนึ่ง แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ที่นำข้อมูลไปใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น มิได้เป็นการนำข้อมูลไปใช้เพื่อการอื่นใด อันจะทำให้เสื่อมเสียแก่สำนักงานของท่าน จึงขอความกรุณาท่าน โปรดให้ข้อมูลที่เป็นจริงและชัดเจน เพื่อความเที่ยงตรงของผลการศึกษาดัง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความความอนุเคราะห์ดังกล่าว และขออนุญาตติดต่อกลับโดยตรงหากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(งามจิตต์ คำเพราะ)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. ชื่อ-สกุล.....
2. อายุ.....ปี
3. ตำแหน่ง.....
4. ชื่อหนังสือพิมพ์.....
5. วุฒิการศึกษา.....
6. ประสบการณ์การทำงานด้านนี้.....ปี
7. สถานที่ติดต่อได้.....
โทรศัพท์.....

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก

- นักข่าว
- หัวหน้าข่าว
- บรรณาธิการข่าว

1. ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ฉบับที่ท่านประจำอยู่นี้ มีการพิจารณาในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับยา
สุขภาพ และการเจ็บป่วยหรือไม่ อย่างไร

2. เนื้อหาสาระเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรมที่ท่านนำเสนอในหนังสือพิมพ์ ได้มาจากแหล่งข่าวใด
บ้าง และด้วยวิธีการอย่างไร

3. ปัญหาในการคัดเลือก และนำเสนอเนื้อหาสาระขององค์การเภสัชกรรมมีหรือไม่ และเป็น
ปัญหาอย่างไร ท่านมีแนวทางแก้ไขที่จะเสนอแนะอย่างไรบ้าง

7. ข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับจากองค์กรเภสัชกรรม มีจุดบกพร่องอย่างไรบ้างทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ และท่านจะเสนอแนะแนวทางการแก้ไขอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



กองประชาสัมพันธ์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรม
2. เก็บการประมวลข่าวข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์การเภสัชกรรม หรือหน่วยงานที่สัมพันธ์ มีผลกระทบต่อองค์การเภสัชกรรม จากแหล่งข่าวต่าง ๆ ของสื่อมวลชน และสิ่งพิมพ์
3. สํารวจ สดัรับฟัง เพื่อให้ได้ทราบถึงทัศนคติ ความต้องการ ความเห็นในการปรับปรุง พัฒนากิจการขององค์กร ทั้งกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอก
4. ผลิต ออกแบบ จัดทำแผ่นภาพ เอกสาร วารสาร โปสเตอร์ ภาพ วิดีโอเทป เพื่อเผยแพร่
5. การวางแผนการดำเนินการประสานงานการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่เพื่อสร้าง ภาพพจน์ ความเข้าใจอันดีของกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปที่มีต่อสถาบัน
6. การสร้างความเข้าใจในนโยบาย แผนงาน การดำเนินงาน ความรู้ ทัศนคติที่ดี ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้บริหารและพนักงาน

การแบ่งส่วนงาน

1. แผนกแผนงาน

งานบริหารทั่วไป

- 1.1 งานโฆษณา และ เงินสนับสนุน
- 1.2 บริจาคยา
- 1.3 ให้อีข้อมูล
- 1.4 รับ-ส่งเรื่องของกองประชาสัมพันธ์
- 1.5 รายงานประจำเดือน
- 1.6 งานธุรการอื่น ๆ
- 1.7 งานส่งเอกสาร
- 1.8 ข่าวประชาสัมพันธ์
- 1.9 รับโทรศัพท์ (Operator)

งานแผนประชาสัมพันธ์

- 1.1 จัดทำแผนประชาสัมพันธ์
- 1.2 ติดตามและประเมินผล

งานโครงการ

- 1.1 การโฆษณาทางโทรทัศน์
- 1.2 การจัดทำรายการวิทยุ
- 1.3 การผลิตสารคดีโทรทัศน์
- 1.4 รายงานประจำปี
- 1.5 นิทรรศการ

2. แผนกสารนิเทศ

งานเผยแพร่ข่าวสาร

- 2.1 ข่าวหนังสือพิมพ์ประจำวัน
- 2.2 Press Release
- 1.3 จุลสารสายสัมพันธ์รายวัน
- 1.4 ข่าว อภ. รายเดือน
- 1.5 วารสาร อภ. รายเดือน
- 1.6 ข่าวรับสมัครงาน

งานผลิตเอกสาร

- 2.1 โปสเตอร์
- 2.2 แผ่นพับ
- 2.3 เอกสารคูงาน

งานมวลชนสัมพันธ์

- 2.1 การจัดงาน
- 1.2 การแถลงข่าว
- 2.3 งานสื่อมวลชนสัมพันธ์
- 2.4 แสดงความยินดี

3. แผนกผลิตสื่อ

งานผลิตสื่อโสตทัศนอุปกรณ์

- 3.1 สไลด์ประกอบเสียง
- 3.2 วีดีโอเทป
- 3.3 ภาพนิ่ง
- 3.4 เสียงตามสาย
- 3.5 รายการสำหรับเสียงตามสาย

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. สร้างความเข้าใจในนโยบาย แผนงาน การดำเนินงาน ทัศนคติที่ดีแก่ผู้บริหาร และพนักงาน ตลอดจนบุคคลและองค์กรภายนอก
2. ดำเนินงานเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์
3. ดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทั่วไป
4. ดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
5. ดำเนินงานเกี่ยวกับงานศิลปกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

การแบ่งส่วนงาน

1. แผนกแผนงานประชาสัมพันธ์

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- วางแผนงานประชาสัมพันธ์
- ประมวลข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ

2. แผนกสารนิเทศ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- จัดการสารสนเทศทั่วไป
- เผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์
- สร้างความเข้าใจอันดีและถูกต้องต่อสาธารณชนและสื่อมวลชน
- ดำเนินงานเกี่ยวกับงานสื่อมวลชนสัมพันธ์

3. แผนกผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ผลิตภาพนิ่งและวีดิทัศน์

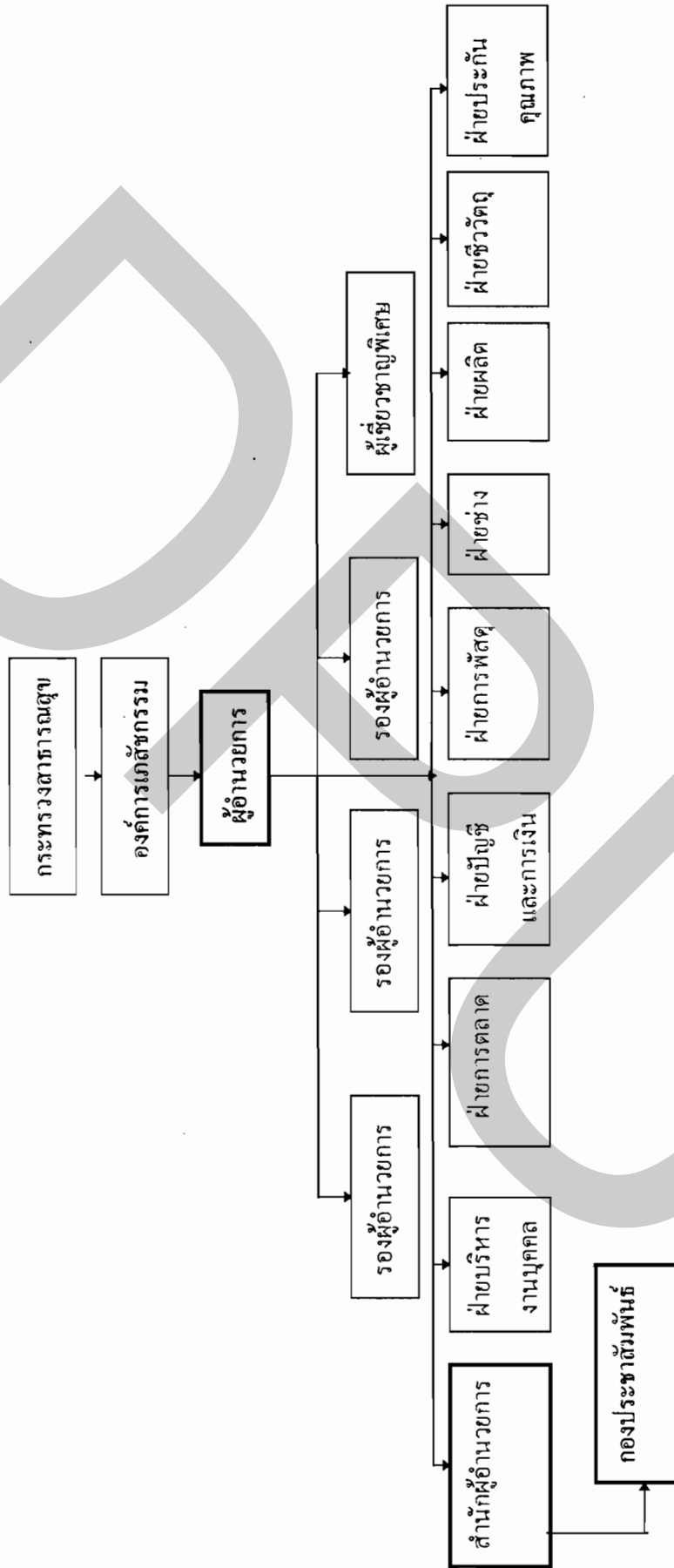
- จัดทำรายการวิทยุ โทรทัศน์ และดำเนินการออกเสียงตามสาย
- บริการและควบคุมดูแลโสตทัศนูปกรณ์

4. แผนกศิลปกรรม

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- จัดทำต้นฉบับ (ART WORK) เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์
- จัดทำต้นฉบับเอกสาร วารสาร โปสเตอร์ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
- ออกแบบและตกแต่งทางศิลปกรรม

แผนผังแสดงการบริหารงาน กองประชาสัมพันธ์ องค์การเภสัชกรรม



วิสัยทัศน์ขององค์การเภสัชกรรม

องค์การเภสัชกรรมเป็นผู้นำในการผลิต และบริการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ (รายงานประจำปี 2540 องค์การเภสัชกรรม)

ภารกิจขององค์การเภสัชกรรม

ในการที่จะเป็นผู้นำในการผลิตและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ องค์การเภสัชกรรมจะต้องมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ โดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และเป็นที่ต้องการของลูกค้าในราคาที่เหมาะสม ทั้งนี้องค์การเภสัชกรรมจะเน้นการวิจัยและพัฒนาโดยส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในประเทศ รวมถึงพัฒนาบุคลากร และองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และใช้เทคโนโลยีที่จำเป็น เพื่อก่อให้เกิดผลตอบแทนที่ดีที่สุดแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินการดังกล่าว องค์การเภสัชกรรมจะคำนึงถึงภารกิจที่มีต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงาน

ด้านการผลิต

ในปี 2540 องค์การเภสัชกรรมสามารถผลิตยาและเวชภัณฑ์ คิดเป็นผลผลิตในราคาทุนรวม 1,558.54 ล้านบาท สูงกว่าปี 2539 ซึ่งทำได้ 1,344.83 ล้านบาท คิดเป็นเงิน 213.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.89

ผลผลิตในราคาทุนรวม สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ยาสามัญประจำบ้าน มีผลผลิตในราคาทุน คิดเป็นมูลค่า 123.87 ล้านบาท
2. ยารักษาโรค มีผลผลิตในราคาทุน คิดเป็นมูลค่า 1,125.92 ล้านบาท
3. ชีววัตถุ มีผลผลิตในราคาทุน คิดเป็นมูลค่า 298.09 ล้านบาท
4. เคมีภัณฑ์สำเร็จรูป มีผลผลิตในราคาทุน คิดเป็นมูลค่า 10.69 ล้านบาท

ด้านการจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์ที่องค์การเภสัชกรรมผลิต

สามารถทำยอดจำหน่ายได้ถึง 2,304.79 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2539 เป็นเงิน 146.92 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.81 และยอดจำหน่ายเวชภัณฑ์ผู้ผลิตอื่นคิดเป็นมูลค่า 1,153.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2539 เป็นเงิน 10.55 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.92 รวมยอดจำหน่ายทั้งสิ้นคิดเป็น 3,457.96 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2539 เป็นเงิน 157.47 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.77

การดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์

1. การให้ทุนการศึกษาเภสัชศาสตร์

การศึกษาด้านเภสัชศาสตร์ เป็นหัวใจสำคัญต่อการผลิตยาและระบบการใช้ยาการขาดแคลนบุคลากรด้านนี้ยังคงเป็นปัญหาของประเทศ ในปัจจุบันจึงมีการเพิ่มการเรียนการสอนด้านเภสัชศาสตร์ขึ้นในหลายมหาวิทยาลัย องค์การเภสัชกรรม ในฐานะผู้ผลิตยาของรัฐ เห็นความสำคัญของการศึกษาด้านนี้ จึงกำหนดให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาเภสัชศาสตร์ในมหาวิทยาลัยของรัฐ 9 มหาวิทยาลัย โดยในปี 2540 ได้มอบทุนการศึกษาทุนละ 10,000 บาท รวม 40 ทุน นักศึกษาผู้ได้รับทุนเป็นนักศึกษาที่มีผลการเรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ลักษณะการให้ทุนเป็นการให้ทุนโดยไม่มีเงื่อนไขแต่อย่างใด ทั้งนี้ก็เพื่อช่วยลดปัญหาการขาดแคลนทุนทรัพย์ของนักศึกษาในการศึกษาเล่าเรียนลงส่วนหนึ่ง อันเป็นการคืนกำไรให้แก่สังคม

2. การให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน

ภาระหน้าที่ประการหนึ่งที่องค์การเภสัชกรรม ให้ความสำคัญมาโดยตลอดมาก็คือ การรับผิดชอบต่อสังคม ในการช่วยให้ประชาชนได้มีความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพที่ถูกต้อง เพื่อให้ประชาชนชาวไทยมีสุขภาพที่ดี อันเป็นการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นด้วย

กิจกรรมหนึ่งที่องค์การเภสัชกรรม ดำเนินการในด้านการให้ความรู้ดังกล่าวในปี 2540 ก็คือ ได้ผลิตสารคดีโทรทัศน์ขึ้น 3 ชุด ดังนี้

1. สารคดีให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพและการใช้ยาที่ถูกต้อง ชื่อชุด “เส้นทางสุขภาพ” จำนวน 26 ตอน เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7
2. สารคดีให้ความรู้เรื่องสมุนไพร ชื่อชุด “ก้าวใหม่สมุนไพร” จำนวน 27 ตอน เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

3. สารคดีให้ความรู้เรื่องเกี่ยวกับการใช้ยา ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำนวน 68 ตอน ๆ ละ 1 นาที

4. สารคดีให้ความรู้ด้านสุขภาพและการใช้ยา

ทางสถานีวิทยุในเขตกรุงเทพ ฯ ดังนี้

4.1 คลื่น FM. 96.0 MHz และ AM. 87.3 Khz จำนวน 92 ตอน ๆ ละ 1 นาที

4.2 คลื่น FM. 90.5 Mhz และ 89.5 Mhz จำนวน 173 ตอน ๆ ละ 2 นาที

ทางสถานีวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ อุตรธานี และสงขลา (หาดใหญ่) ทุกวันจันทร์ ถึงวันศุกร์วันละ 30 นาที จำนวน 131 ครั้ง

นอกจากนี้องค์การเภสัชกรรมยังได้จัดทำโปสเตอร์แนะนำการใช้ยาที่ถูกต้องขึ้น จำนวน 5 เรื่อง และได้ส่งมอบให้โรงเรียนในสังกัดสำนักงานประถมศึกษาแห่งชาติ เพื่อใช้เผยแพร่แก่ผู้ปกครองและนักเรียนทั่วประเทศ รวมทั้งหน่วยงานต่าง ๆ และผู้สนใจทั่วไปด้วย

5. โปสเตอร์และแผ่นพับให้ความรู้ แจกจ่ายแก่ประชาชนทั่วไป

5.1 โปสเตอร์ให้คำแนะนำการใช้ยา 5 เรื่อง ๆ ละ 10,000 แผ่น

5.2 แผ่นพับให้คำแนะนำการใช้ยา 3 เรื่อง ๆ ละ 5,000 แผ่น

5.3 แผ่นพับให้ความรู้เรื่องสมุนไพรที่ใช้เป็นยา 12 เรื่อง ๆ ละ 5,000 แผ่น

อีกกิจกรรมหนึ่งก็คือการร่วมจัดนิทรรศการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ ในปี 2540 องค์การเภสัชกรรมได้ร่วมจัดนิทรรศการ 2 งาน คือ

1. นิทรรศการงานชุมนุมแพทย์แผนไทยและสมุนไพรแห่งชาติ

- ครั้งที่ 1 ณ บริเวณกระทรวงสาธารณสุข ระหว่างวันที่ 30 พฤษภาคม

ถึง 8 มิถุนายน 2540

- ครั้งที่ 2 ณ บริเวณกระทรวงสาธารณสุข ระหว่างวันที่ 28 พฤษภาคม

ถึง 6 มิถุนายน 2541

2. นิทรรศการงานสุขภาพดีถ้วนหน้าเพราะประชาร่วมใจ ณ บริเวณกระทรวงสาธารณสุข ระหว่างวันที่ 1 - 9 สิงหาคม 2540

3. นิทรรศการสัปดาห์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ประจำปี 2541 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ระหว่างวันที่ 18 - 22 สิงหาคม 2541

4. มอบหนังสือคู่มือการปฐมพยาบาลแก่ประชาชนทั่วไปผ่านรายการ จส. 100 จำนวน 1,500 เล่ม

5. จัดบรรยายและจัดนิทรรศการให้ความรู้เรื่องยาแก่นักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. การสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์

ในปี 2540 องค์การเภสัชกรรมได้สนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์หลายกิจกรรม ได้แก่

- การบริจาคยาสนับสนุนกิจกรรมค่ายอาสาพัฒนาของนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ
- การบริจาคยาช่วยเหลือผู้ยากไร้ตามโครงการน้ำพระทัยพระราชทานผ่านสภาสังคมสงเคราะห์ และผ่านกองทัพบก
- การบริจาคยาช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย
- บริจาคผ้าปิดจมูกป้องกันมลพิษแก่กรุงเทพมหานคร เพื่อมอบให้ตำรวจจราจรที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรุงเทพฯ และเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาดของกรุงเทพมหานคร จำนวน 20,000 ชิ้น
- การทอดกฐินประจำปี อันเป็นกิจกรรมบำรุงพุทธศาสนา
- การร่วมบริจาคโลหิตของพนักงานองค์การเภสัชกรรม ซึ่งจัดให้มีทุก 3 เดือน
- การร่วมจัดงานกาชาดประจำปี นำเงินรายได้ร่วมทอดกฐินฯ ถวายในนามกระทรวงสาธารณสุข

4. การส่งเสริมการศึกษา

องค์การเภสัชกรรม เปิดโอกาสให้นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เข้าศึกษาดูงาน การดำเนินการผลิตยาขององค์การเภสัชกรรม เพื่อเป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ เพิ่มพูนความรู้ ประกอบการเรียนของนักศึกษาโดยตลอดมา ในปี 2540 องค์การเภสัชกรรมได้เปิดโอกาสให้นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เข้าร่วมการดำเนินงานรวม 1,293 คน

ด้านการวิจัยและพัฒนา

ยาที่องค์การเภสัชกรรมผลิตในปัจจุบัน มีการแข่งขันกับโรงงานผลิตยาอื่น ๆ ในประเทศสูง ซึ่งผู้ผลิตยาในประเทศ มีข้อได้เปรียบที่สามารถซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพรองลงมาในราคาต่ำกว่าที่องค์การเภสัชกรรมซื้อ และมีค่าใช้จ่ายในการผลิตและวิเคราะห์น้อยกว่า ต้นทุนการผลิตจึงต่ำกว่า และสามารถจำหน่ายยาได้ในราคาถูกกว่า รวมทั้งมีการส่งเสริมการขายที่ทำได้อย่างอิสระมากกว่า

องค์การเภสัชกรรมมีข้อได้เปรียบที่ระเบียบพัสดุกำหนดให้หน่วยราชการซื้อขายขององค์การเภสัชกรรม หากมีการเปลี่ยนแปลงระเบียบพัสดุ ให้สามารถเลือกซื้อจากผู้ผลิตใดก็ได้ ยอดจำหน่ายยาทั่ว ๆ ไป ขององค์การเภสัชกรรมน่าจะลดลงมาก



ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

- | | |
|--|---|
| 1. แผนกขายปลีก 1 ถนนพระราม 6 ราชเทวี ตรงข้ามโรงพยาบาลรามารัตติ | โทร. 644-6362 246-0042 ต่อ 1262-4 ต่อ 1262, 1264 ต่อ 1263, 1264 ต่อ 1261, 1263 โทรสาร 245-7796 |
| - ปรีกษาปัญหาเกี่ยวกับยา | |
| - สอบถามราคา | |
| - สอบถามว่ามียาหรือไม่ | |
| 2. แผนกขายปลีก 2 ขศเส ใกล้โรงพยาบาลหัวเฉียว | โทร. 222-5931 โทรสาร 226-0358 |
| 3. แผนกขายปลีก 3 จรัญสนิทวงศ์ บริเวณปากซอยวัดอัมพวา โทรสาร 412-2884 | โทร. 411-2118 |
| 4. แผนกขายปลีก 4 เทเวศร์ ตรงข้ามธนาคารแห่งประเทศไทย | โทร. 282-0729 โทรสาร 282-1170 |
| 5. แผนกขายปลีก 5 รังสิต ใกล้ตลาดสี่มุมเมือง จ. ปทุมธานี | โทร. 536-3526 โทรสาร 536-3527 |
| 6. แผนกขายปลีก 6 กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข จ. นนทบุรี | โทร. 590-6034 |
| 7. งานสาขาภาคเหนือ, หางดง, เชียงใหม่ | โทร. (053) 441-315 โทรสาร (053) 441-315 |
| 8. งานสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, อุตรธานี | โทร (042) 222-990 โทรสาร (042) 241-642 |
| 9. งานสาขาภาคใต้, หาดใหญ่, สงขลา | โทร. (074) 230-534 โทรสาร (074) 230-533 |

ประวัติผู้เขียน

นางสาวงามจิตต์ คำเพราะ เกิดเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2503 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ วิชาเอกภาษาอังกฤษ วิชาโทสื่อสารมวลชน จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อปีการศึกษา 2525 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปีการศึกษา 2537