

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ “ มุมเพื่อนใจวัยรุ่น ”  
PUBLIC RELATION DESIGN FOR “ FRIEND CORNER ”



เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน... 49737  
จน, เดือน, ปี... 2 ส.ค. 2547

.b.....  
.i.....

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ “มุมเพื่อนใจวัยรุ่น”

Public Relation Design For “Friend corner”



ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชานิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....วันที่ 25/4/46  
(อาจารย์ไพบุลย์ ตระกูลใจดี)

หัวหน้าภาควิชา.....วันที่ 30 เม.ย. 46  
(อาจารย์วีศักดิ์ รักใหม่)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ มุมเพื่อนใจวัยรุ่น  
Project Design for Advertising and Information of  
“ Friend Corner “

ชื่อ

นาย ศศิพงศ์ จิตต์ในธรรม

สาขา

นิเทศศิลป์

ภาควิชา

นิเทศศิลป์

คณะ

สถาปัตยกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ไพฑูย์ ตระกูลใจดี

ปีการศึกษา

2545

บทคัดย่อ

การสื่อสารกับกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งให้ได้ประสิทธิภาพมากที่สุดควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะมาเป็นตัวประกอบให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในหัวข้อได้มีประสิทธิภาพมากที่สุดซึ่งการสื่อสารในหัวข้อที่มีผลจากสภาพสังคมวัฒนธรรมเข้ามามีส่วนร่วมนั้นควรต้องมีการศึกษาอย่างละเอียดเช่นที่กรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุขจัดทำโครงการมุมเพื่อนใจวัยรุ่น “Friend Corner” ที่มีจุดประสงค์เพื่อให้ความรู้ทางด้านเพศศึกษาและเป็นที่รับปรึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศที่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นไม่สามารถปรึกษาใครได้แต่ปัญหาที่ทางโครงการประสบอยู่ตอนนี้คือไม่สามารถออกแบบสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจของทางกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นให้เกิดความสนใจตามที่ทางโครงการตั้งเป้าหมายได้ด้วยเหตุนี้ข้าพเจ้าจึงเกิดความคิดที่จัดทำโครงการออกแบบสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจและสามารถให้สื่อนี้อยู่กับกลุ่มเป้าหมายนานที่สุดด้วยเหตุที่ทางโครงการมีกลุ่มเป้าหมายในลักษณะที่ค่อนข้างจะครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นทั้งหมดจึงเกิดปัญหามากมายที่จะทำให้การออกแบบสื่อที่กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดจะมีความสนใจได้เท่ากันนั้นจะเป็นการสื่อสารที่ไม่ถูกจุดเกินไปการแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นทั้งชายและหญิงนั้นจะช่วยให้การสื่อสารกับกลุ่มให้ได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอีกทั้งมีการกำหนดด้วยระดับการศึกษาหรือความรู้จะช่วยให้การตั้งเป้าที่จะทำให้เราสามารถออกแบบวิธีการนำเสนอให้ได้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อที่ทางโครงการมุมเพื่อนใจวัยรุ่น “Friend Corner” ต้องการสื่อสารนั้นเป็นเรื่องทางสังคมไทยที่มีข้อจำกัดมากมายด้วยความเชื่อที่เป็นแง่ลบกับเรื่องทางเพศในสังคมไทยมาตั้งแต่อดีตถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการสร้างความเชื่อในเรื่องนี้ให้ออกมาในรูปแบบที่เป็นเรื่องทางธรรมชาติที่ไม่ผิดถ้าจะเรียนรู้ แต่ก็ยังออกมาในท่าทางที่เป็นวิชาการจนทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกขัดแย้งต่อจุดประสงค์ทางองค์กร ด้วยเหตุที่กล่าวจึงจำเป็นต้องศึกษาวิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความรู้สึกที่กลุ่มไม่รู้สึกรู้สีกต่อด้านอีกทั้งยังช่วยในการถ่ายทอดเจตนาขององค์กรอีกด้วย เพื่อให้ ศึกษาการออกแบบสื่อการใช้ Colateral Media ในรูปแบบ Witty Design โดยเลือกสื่อที่เข้ากับเด็กผู้หญิงที่อยู่ในช่วงวัยเรียนอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด จากการประเมินผลกับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในช่วงมัธยมปลาย จากที่ตั้งจุดประสงค์เพื่อทำการศึกษาการออกแบบสื่อโดยการใช้ Colateral Media ในรูปแบบ Witty Design เลือกสื่อที่เข้ากับเด็กผู้หญิงที่อยู่ในช่วงวัยเรียน ได้มีประสิทธิภาพมากที่สุดการดึงดูดความสนใจนับว่าประสบความสำเร็จที่ใช้รูปแบบ Colateral Media ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยรูปแบบสื่อเหล่านั้นจะอยู่กับกลุ่มเป้าหมายได้ในช่วงระยะเวลาหรือตลอดจนหมดอายุการใช้งานของสื่อเหล่านั้นเช่น ปฏิทินหรือบัตรรถไฟฟ้านแต่การใช้ Witty Design เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับสื่อได้นั้นมีข้อจำกัดในการสื่อสารเช่นการรูปภาพในการสื่อสารต้องมีความชัดเจนในระดับที่มีความเหมาะสม โดยไม่ควรใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจจากผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านนิเทศศิลป์เท่านั้นเพราะผู้ที่มีประสบการณ์หรือศึกษามาทางด้านงานเกี่ยวกับศิลปะย่อมสามารถวิเคราะห์รูปแบบของ Witty Design ได้ดีกว่ากันทั่วไปแต่ในความเป็นจริงกลุ่มเป้าหมายมีเพียงจำนวนไม่มากที่สามารถเข้าใจสื่อที่นำเสนอได้ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบที่สับสนเกินไปเหลือควรใช้ copy เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารอีกด้วย

## กิตติกรรมประกาศ

การทำศิลปนิพนธ์ในหัวข้อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ มุมเพื่อนใจวัยรุ่น  
Project Design for Advertising and Information of “Friend Corner”  
ครั้งประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี หลังจากใช้เวลาในการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลและขั้นตอนการ  
ผลิตที่ยาวนานด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก  
อาจารย์ไพบุลย์ ตระกูลใจดี  
อาจารย์วิทยา หาญวารังศิลป์  
คุณจิตวิมล ผลเจริญ คุณแม่ที่แสนดี  
คุณวาสนา ผลเจริญ คุณน้ำผู้มีน้ำใจ  
พี่ ๆ ประจำโครงการมุมเพื่อนใจวัยรุ่น “Friend Corner” ที่กรุณาให้ข้อมูลแบบเกินพอ  
เพื่อนประชาชนในเขตต่างๆ ท่านที่คอยสอบถามและช่วยเหลืองานมาด้วยดี  
คุณธิติมา จตุรันตบุตรสำหรับคำติและแนะนำต่างๆ

นายศศิพงษ์ จิตต์ไฉธรรม

## สารบัญ

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	หน้า
1	บทนำ
- ความเป็นมาและความสำคัญ	1
- วัตถุประสงค์	1
- กลุ่มเป้าหมาย	1
- เนื้อหา	2
- ขอบเขตรูปแบบของสื่อและDesign	2
- ประเด็นที่จะค้นคว้าและศึกษา	3
- แนวทางในการบรรลุเป้าหมาย	3
- ผลที่คาดว่าจะได้รับ	3
2	เนื้อหา Friend Corner
- แนวคิดในการจัดตั้ง มุมเพื่อนใจวัยรุ่น	7
- มีจังหวัดที่สนใจจัดตั้ง Friend Corner	8
- กลุ่มศูนย์การค้า ทั้ง12จังหวัด	8
- กลุ่มอื่นๆ ซึ่งจะเปิดให้บริการตามสถานที่ต่างๆ	9
- รูปแบบบริการ	9
- ข้อมูลประเทศไทย	10
- คำนึงถึงลักษณะบริการ สุขภาพที่เป็นมิตรกับวัยรุ่น	11
- ความต้องการของวัยรุ่นในเรื่องบริการสุขภาพ	14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ ( ต่อ )

บทที่		หน้า
3	สรุปข้อมูล / วิเคราะห์	
	- ข้อจำกัดโครงการมุมมองเพื่อนใจวัยรุ่น	17
	- ขั้นตอนการดำเนินงาน	18
	- หน้าที่จุดมุ่งหมายของโครงการ	19
	- กลุ่มเป้าหมายหลักที่ทำการศึกษา	19
	- กลุ่มเป้าหมายรอง	20
	- ประเภทของสื่อ	20
	- พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย	22
	- อิทธิพลจากภายนอก	22
	- การนำเสนอ	22
	- Creative Brief	24
	- กลุ่มเป้าหมาย	24
	- ลักษณะพฤติกรรมในการรับสื่อ	24
	- แนวทางการนำเสนอสื่อ	24
	- รูปแบบสื่อ	24
4	แนวคิดและขั้นตอนการออกแบบ	
	- แนวคิด	27
	- ลักษณะของสื่อ	27
	- ลักษณะการออกแบบ	27
	- แบบร่างขั้นตอนการออกแบบขั้นที่ 1	28
	- แบบร่างขั้นตอนการออกแบบขั้นที่ 2	31
	- ผลงานจริง	34
5	สรุปวิเคราะห์	41
	บรรณานุกรม	42
	ประวัติผู้แต่ง	43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 โปสเตอร์คัมภีร์ครั้งที่ 1	28
2 โปสเตอร์คัมภีร์ครั้งที่ 1	28
3 โปสเตอร์คัมภีร์ครั้งที่ 1	29
4 โปสเตอร์คัมภีร์ครั้งที่ 1	29
5 โปสเตอร์คัมภีร์ครั้งที่ 1	29
6 โปสเตอร์คัมภีร์ครั้งที่ 1	30
7 โปสเตอร์คัมภีร์ครั้งที่ 2	31
8 โปสเตอร์คัมภีร์ครั้งที่ 2	31
9 แผ่นรองแก้วคัมภีร์ครั้งที่ 2	32
10 แผ่นรองแก้วคัมภีร์ครั้งที่ 2	32
11 ที่คั่นคัมภีร์ครั้งที่ 2	32
12 โปสเตอร์คัมภีร์ครั้งที่ 2	33
13 ที่คั่นหนังสือผลงานจริง	34
14 แผ่นรองแก้วผลงานจริง	35
15 แผ่นรองแก้วผลงานจริง	35
16 แผ่นรองแก้วผลงานจริง	35
17 ปฏิทินผลงานจริง	36
18 ปฏิทินผลงานจริง	36
19 ปฏิทินผลงานจริง	36
20 ปฏิทินผลงานจริง	36
21 โปสเตอร์คัมภีร์ผลงานจริง	37
22 โปสเตอร์คัมภีร์ผลงานจริง	37
23 โปสเตอร์คัมภีร์ผลงานจริง	37
24 โปสเตอร์คัมภีร์ผลงานจริง	37
25 บัตรรถไฟฟ้าผลงานจริง	38
26 บัตรรถไฟฟ้าผลงานจริง	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
27 บัตรรถไฟฟ้าผลงานจริง	38
28 แผ่นรองเมาท์ผลงานจริง	39
29 แผ่นรองเมาท์ผลงานจริง	39
30 แผ่นรองเมาท์ผลงานจริง	39
31 แม่เหล็กติดตู้เย็นผลงานจริง	40
32 แม่เหล็กติดตู้เย็นผลงานจริง	40
33 แม่เหล็กติดตู้เย็นผลงานจริง	40



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัญหาทางเพศในความเป็นจริงของสังคมไทยมีปัญหามากมายที่ต้องการการแก้ไขอยู่ โดยความเชื่อที่ว่าการเรียนเรื่องเพศศึกษาเป็นเรื่องที่ตามกทะเลถึงทำให้คนส่วนมากไม่กล้าที่จะพูดเรื่องนี้กัน จนกลายเป็นสาเหตุของปัญหาทางเพศมากมาย ปัจจุบันปัญหาต่างๆ เหล่านี้เข้าไปใกล้เด็กมากขึ้นทุกที หากแต่จะให้เด็กเหล่านี้เข้าหาเพื่อปรึกษากับใครสักคนคงเป็นเรื่องยากหรืออาจจะหายไปสำหรับการแก้ไข การเลือกใช้วิธีในการที่จะกระตุ้นให้เด็กมีความสนใจ ในโครงการ มุมเพื่อนใจวัยรุ่น ให้เกิดมีมุมมองในเรื่องเพศศึกษาที่ดี และเข้าใจได้อย่างถูกต้อง

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อทำการศึกษารายการออกแบบสื่อโดยการ ใช้ Colateral Media ในรูปแบบ Witty Design
2. เลือกสื่อที่เข้ากับเด็กผู้หญิงที่อยู่ในช่วงวัยเรียน ได้มีประสิทธิภาพมากที่สุด
3. ศึกษาวิธีขั้นตอนในการสื่อสารกับผู้หญิงที่อยู่ในช่วงวัยเรียน

### กลุ่มเป้าหมาย

เด็กนักเรียนหญิงชั้นมัธยมปลาย นักเรียน ปวช. ที่ศึกษาอยู่ในกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมสนใจในการเรียนเรื่องเพศศึกษาแต่กลับไม่กล้าที่จะแสดงออกในการเรียนรู้อย่างถูกต้อง หรือมีปัญหาแล้วไม่รู้ว่าจะขอคำแนะนำจากใคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เนื้อหา

การศึกษาสื่อในหัวข้อการออกแบบสื่อรณรงค์การป้องกันปัญหาเพศศึกษาในวัยรุ่นที่มีมาจากการที่สื่อในปัจจุบันยังดูมีแนวทางในการออกแบบที่ห่างและไม่สามารถสร้างแรงกระตุ้นในการเรียนรู้เรื่องเพศศึกษาให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ดีเท่าที่ควร โดยมีการใช้บทความที่ออกมาในเชิงวิชาการเป็นส่วนมาก โครงการ มุมเพื่อนใจวัยรุ่น จึงมีส่วนทำหน้าที่

หน้าที่ของโครงการ	แนวทางการนำเสนอ
- ตอบปัญหาอนามัยการเจริญพันธ์ เป็นเรื่องธรรมชาติ	สร้างมุมมองให้ออกมาในรูปแบบที่
- ให้คำปรึกษาปัญหาด้านเพศสัมพันธ์ เป็นแง่ลบ	ไม่นำเสนอให้ออกมาว่าเป็นรูปแบบที่
- ให้คำปรึกษาการตั้งท้องที่ไม่พึงประสงค์ ผูกมัด	แนะนำทางออกที่เหมาะสมและไม่สร้างรู้สึก
ขอบเขตรูปแบบของสื่อและ Design	

การออกแบบสื่อที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีปัญหาจากสื่อที่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายไม่คิดว่าตนเองอยู่ในกลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอสื่อสิ่งพิมพ์จึงออกมาในรูปแบบ Colateral Media โดยนำหลัก Witty Design มาใช้เพื่อให้เกิดมุมมองในเรื่องเพศศึกษาออกมาไม่เป็นเชิงวิชาการแต่คงความน่าเชื่อถือ โดยเลือกสื่อจากอุปนิสัยของกลุ่มเป้าหมายที่มินิกซ์ชอบสะสมของ โดยมีการเลือกฟรีโปสการ์ด ตลอดจนอุปนิสัยที่ชอบของแจกการแจกสื่อที่มีการออกแบบให้เกิดความน่าสนนน่าเก็บจะช่วยให้สื่ออยู่กับกลุ่มเป้าหมายได้นานที่สุด เช่นการให้ข้อมูลให้ออกมาในรูปแบบ ที่คั่นหนังสือ ไม้บรรทัด

## ประเด็นที่จะค้นคว้าและศึกษา

ค้นคว้าการเลือกสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบ Colateral Media การเลือกใช้หลักการ Witty และเพื่อสื่อให้เกิดการกระตุ้นให้สนใจในโครงการ มุมเพื่อนใจวัยรุ่น อย่างถูกต้องกับกลุ่มเป้าหมาย

## แนวทางในการบรรลุเป้าหมาย

1. เริ่มทำความเข้าใจโครงการ มุมเพื่อนใจวัยรุ่น เลือกสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
2. รวบรวมข้อมูล ศึกษาการใช้ Colateral Media และศึกษาการใช้ Witty Design
3. วิเคราะห์และสรุปประเด็นในการนำเสนอ
4. ทดลองใช้สื่อ
5. รวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม ปรับปรุง
6. ออกแบบงานตามแนวทาง
7. นำเสนอผลงานจริง

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้จัดทำได้ความรู้ในการเลือกใช้ Colateral Media ในรูปแบบ Witty Design เพื่ออธิบายหัวข้อการศึกษาเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย
2. เป็นแนวทางในการปรับปรุงสร้าง Colateral-Media และ Witty Design สำหรับคนที่ต้องการข้อมูลในการใช้ Colateral Media ให้เหมาะสมกับการสื่อสารต่อไป
3. เด็กนักเรียนหญิงชั้นมัธยมปลาย เห็นสื่อประชาสัมพันธ์แล้วเข้าใจในจุดประสงค์ที่ต้องการสื่อสารเกิดความสนใจโครงการ มุมเพื่อนใจวัยรุ่น

## บทที่ 2

### ข้อมูลและบทความที่เกี่ยวข้อง

#### 1 Friend Corner

ปัจจุบันปัญหาวัยรุ่นกำลังมีแนวโน้มสูงขึ้น การตั้งท้องที่ไม่พึงประสงค์ ปัญหาด้านเพศสัมพันธ์ เพศสัมพันธ์ เป็นคำที่ต่างเพศต่างวัยต่างสถานการณ์ ฟังแล้วรู้สึกไปได้หลายแบบ หลายอย่างจนแทบไม่น่าเชื่อ หิ้งๆ ที่เป็นเรื่องธรรมชาติของคนเรา เป็นเรื่องที่อยู่กับคนมาตั้งแต่มีคนเกิดขึ้นในโลกนี้คู่แรก จนขณะนี้คนก็สืบพันธุ์แพร่ขยาย จนพลเมืองโลกมีประมาณ ๖ พันล้านแล้ว ทำไมเพศสัมพันธ์จึงยังเป็นอะไรที่ไม่เข้าที่เข้าทาง หรือทำไมคนทั้งโลกจำนวนไม่น้อยเลยยังไม่สามารถมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ให้เกิดปัญหาให้กับตัวเอง ไม่ทำให้ตัวเองเดือดร้อน เป็นทุกข์ใจทุกข์กาย หรือเหตุใดคนจำนวนหนึ่งยังคงมีเพศสัมพันธ์อย่างไม่เหมาะสม คือไม่เพียงแต่จะทำความเดือดร้อนใจและกายอย่างแสนสาหัส เหมือนแต่โบราณมาเท่านั้น เพศสัมพันธ์ในปัจจุบันยังอาจนำไปสู่ความตายได้ เช่น ตายจากโรคเอดส์ ตายจากการฆ่ากันด้วยความแค้น ความหึงหวง ความตาย! ใครๆ ก็กลัว ใครๆ ก็ไม่อยากตาย ทุกคนจึงน่าจะหันมาสนใจเรื่องเพศสัมพันธ์ให้มากจะได้ไม่เดือดร้อน จะได้ไม่ต้องตายโดยไม่จำเป็น เพราะทุกชีวิตที่เกิดมาแล้วก็จะฝ่าฟันชีวิตจนโตพอที่จะมีเพศสัมพันธ์ได้ก็นับว่าเป็นชีวิตที่แสนจะมีค่า เราจึงต้องทะนุถนอมชีวิตและจิตใจของเราเอง เพื่อตัวเรา เพื่อคนที่เรารัก และเพื่อคนที่รักเราด้วยจึงน่าจะเป็นสิ่งที่ดีงามและสบายใจ ด้วยกันทั้งหมดด้วยรุ่นชายจำนวนหนึ่งจึงอาจกระทำไปตามแรงกดดันต้องการทางเพศเท่านั้น อาจไม่ได้มาคำนึงถึง ฝ่ายหญิงว่าจะรู้สึกอย่างไรก็ได้ เพราะถ้าเจอวัยรุ่นชายประเภทนี้ วัยรุ่นหญิงก็กลายเป็นเพียงอุปกรณ์ทางเพศเท่านั้น คือฝ่ายชายมาใช้ร่างกายฝ่ายหญิงปลดปล่อยความใคร่เท่านั้นเอง ผู้ใหญ่โบราณจึงพูดว่า “มีลูกสาวนั้นเหมือนมีตัวมออยู่หน้าบ้าน” เข้าใจว่าคงกลัวผู้ชาย มาปลดทุกข์แล้วก็ไปนั่นเอง ฉะนั้นวัยรุ่นชายเองขอให้เข้าใจและเห็นใจข้อเสียเปรียบของ ผู้หญิงด้วย ควรมีความเป็นสุภาพบุรุษกับเพศหญิงให้มาก ไม่ควรมุ่งจะมีเพศสัมพันธ์กับเพื่อนหญิงหรือแฟนตัวเองโดยไม่มีความจริงใจ

ให้หรือไม่ได้มีความรักให้กับเธอ สุภาพบุรุษควรให้เกียรติผู้หญิงแบบผู้เจริญแล้ว อีกข้อสังเกตหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่พบคือวัยรุ่นหญิงที่มีความว่าเหว่ทางจิตใจเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ซึ่งอาจจะเกิดจากขาดความรัก ความอบอุ่นจากพ่อแม่ หรืออยู่ห่างไกลพ่อแม่แล้วเกิดความเหงา วัยรุ่นหญิงกลุ่มนี้ถ้าบังเอิญมีแฟนมักต้องการความรักความอบอุ่นจากแฟนมาทดแทน ดังนั้นจึงอาจยอมให้แฟนมีเพศสัมพันธ์ด้วยเพื่อแลกกับการที่แฟนให้ความใกล้ชิดและเอาใจ ซึ่งทำให้วัยรุ่นหญิงเข้าใจผิดว่า นั่นแหละคือความรักที่ถาวรที่ตนโหยหาที่ได้ในความเป็นจริงที่สำคัญที่สุดอีกเรื่องหนึ่งที่น่านำมาคิดตัดสินใจในการมีเพศสัมพันธ์คือ **เรื่องความรัก เพศสัมพันธ์ควรจะเป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกรักกันระหว่างหญิงชายที่พิเศษมากๆ** วัยรุ่นคนใดที่คิดว่าเพศสัมพันธ์นั้นเป็นการแสดงออกที่พิเศษสุดสำหรับคนที่เขารักและคนที่รักเขา วัยรุ่นคนนั้นจะ ไม่มีเพศสัมพันธ์แบบลำส่วนไม่เลือก เพราะเขาจะต้องการถนอมการแสดงออกนี้ไว้สำหรับคนที่รักเขาและคนที่เขารักเท่านั้น

จิตแพทย์มีโอกาสดพบเห็นวัยรุ่นที่เดือนร้อนจากเรื่องเพศสัมพันธ์มาเล่าให้ฟัง เช่นวัยรุ่นหญิงคนหนึ่ง ซึ่งเรียนอยู่ ปวช. ปีสุดท้ายได้กินยาจำนวนมากเพื่อฆ่าตัวตายหนีปัญหาชีวิตเพราะเครียดจัด และมองไม่เห็นทางออกอย่างอื่น คงโชคดีสักนิดที่วิธี ฆ่าตัวตายไม่รุนแรง แพทย์จึงช่วยชีวิตไว้ได้ เพราะยาที่กินบังเอิญสามารถแก้ฤทธิ์ได้ แต่ยาบางชนิดที่กิน โดยผู้พยายามฆ่าตัวตายบางคนแพทย์จะช่วยไม่ได้ ผู้เขียนจึงถูกตามเพื่อช่วยแก้ปัญหาของเด็กสาวผู้นี้ ไม่เช่นนั้นถ้าแพทย์ปล่อยให้เธอกลับบ้านต่างๆ ที่ยังแบกปัญหาอยู่ เด็กสาวผู้นี้อาจกลับไปฆ่าตัวตายซ้ำอีกได้จากกรสัมภาษณ์พูดคุยพบว่า วัยรุ่นผู้นี้ท้องถึง ๖ เดือนกว่าแล้ว แฟนหนุ่มซึ่งเป็นนักเรียนเช่นกัน ไม่ยอมรับรู้ใดๆ ทั้งสิ้น ทำตัวหายหน้าหายตาไปเลย หลบเลี่ยง ไม่ยอม มาพบเจอทั้งสิ้น ฝ่ายหญิงก็พยายามหาทางออก โดยบุกบ้าน ไปถึงบ้านพ่อแม่ของแฟน หวังพึ่งผู้ใหญ่ให้ช่วยแก้ปัญหา แต่เธอกลับได้รับความเข้าใจยิ่งนัก เพราะพ่อแม่แฟน กลับบอกว่าจะมั่นใจได้อย่างไรว่าเธอท้องกับลูกชายของเขา เธออาจไปท้องกับใครมาก็ได้แล้วจะมาให้ลูกชายเขารับเป็นพ่อ เธอจึงเสียใจมากที่ถูกดูถูกเหยียดหยาม ในที่สุดท้องก็โตขึ้นทุกวันไม่สามารถจะปิดบังได้อีกต่อไป จึงตัดสินใจนำเรื่อง ไปปรึกษาพ่อแม่ตัวเอง พ่อแม่ของเธอก็เช่นกัน ไม่เป็นที่พึ่ง ได้กลับคำว่าลูกสาวตัวเองมากมาย เช่น แม่ว่าส่งให้เรียนหนังสือ ทำไมใจง่ายไปเที่ยวนอนกับผู้ชายจนท้อง ไม่รักดี ใจง่าย โง่ ปล่อยให้ผู้ชายหลอก “พิน” เล่นๆ แล้วสลัดทิ้งแบบไม่มีคิด แบบไม่มีค่าอะไรเลย พร้อมบอกว่าพ่อแม่ไม่รู้อะไรปัญหาให้อย่างไร ผูกเองก็แก้เอง ถ้าปล่อยให้ท้องก็ไม่ต้องเรียนหนังสือต่อแล้ว พ่อแม่จะไม่ส่งเรียนต่อ ถ้าจะเรียนต่อต้องไม่ท้อง พ่อแม่เองก็ฐานะ ไม่ดีมาก เงินทองก็มีจำกัด ถ้าปล่อยให้ท้องต่อก็ไม่มีปัญญาจะเลี้ยงหลานให้ คือไม่ต้องการ เด็กในท้องอย่างแน่นอน วัยรุ่นสาวผู้นี้อายุยังไม่ครบยี่สิบปี ยังมีความอ่อนต่อ โลกมากนัก เมื่อพบความเครียด ความทุกข์ ปัญหาหนักขนาดนี้ หันหน้าไปไหนก็ไม่มีใครช่วย แม้กระทั่งพ่อแม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวเองก็ไม่ช่วย จึงรู้สึกสับสน เสียใจ ผิดหวังซ้ำซ้อน ไม่มีทางออกจึงคิดจบปัญหาด้วยความตายนั้นเอง เพราะจะไปทำแท้งก็ไม่มีเงินพอ อีกทั้งท้องก็มีอายุมากเกินกว่า จะทำแท้งได้แล้ว อันตรายเกินไป จึงไปฉีดแพทย์ฟังแล้วสามารถเข้าใจถึงความกดดันที่เด็กสาววัยรุ่นผู้นี้ได้รับ จึงคิดปรึกษาหาทางออกด้วยกันว่าเธอไม่จำเป็นต้องทำลายชีวิตตัวเองและลูกเพื่อแก้ปัญหา เพราะมีมูลนิธิที่สังคมได้ตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือเรื่องแบบนี้โดยเฉพาะ เธอสามารถไปอาศัยอยู่ที่นั่นจนกระทั่งคลอดลูก แล้วทางมูลนิธิจะรับเลี้ยงลูกให้จนกระทั่งสามารถหาพ่อแม่ที่จะมารับไปเป็นลูกบุญธรรมต่อไป ส่วนตัวเองหลังคลอดพักฟื้นแล้วก็สามารถกลับไปเรียนต่อ จนจบได้ เรื่องจึงลงเอยได้ด้วยดีพอประมาณ แต่วัยรุ่นทุกคนที่มีเพศสัมพันธ์แบบไม่เหมาะสม อาจประสบชะตากรรมร้ายแรงกว่าคนนี้ เช่น พบพวาท้องก็ไปพยายามทำแท้งกับหมอเถื่อน ซึ่งมีโอกาสจะติดเชื้อ โรคแล้วตายจากการติดเชื้อ ซึ่งพบอยู่เป็นประจำเพราะหมอเถื่อน เขาทำไม่ถูกต้องเครื่องมือก็สกปรก บางครั้งก็ห้ามดุกทะเลก็มิ น่ากลัวจริงๆวัยรุ่นตัวอย่างที่ยกตัวอย่างนี้ ไม่ใช่จะฟันปัญหาไปอย่างไม่เหลืออะไรคิดค้างในใจ เพราะลึกๆเขาอาจรู้สึกบาปที่ได้ทอดทิ้งลูกตัวเองไป อาจรู้สึกว่าตัวเองเป็นคนไม่ดี ฉะนั้นในอนาคตถ้าชีวิตต้องเผชิญอะไรไม่ดี เธออาจคิดถึงบุญมากับเรื่องที่เกิดขึ้นได้ว่า เพราะเธอทำบาปไว้จึงต้องประสบชะตากรรมไม่ดี คิดในทำนองกรรมตามสนอง แม้ในการให้คำปรึกษา จิตแพทย์จะพยายามให้ความคิดเหล่านี้ไม่ตลกค้างต่อไป เช่น พูดว่า ความผิดพลาดของชีวิตย่อมเกิดขึ้นได้ และการแก้ปัญหานี้ก็เป็นดีที่สุดสำหรับทุกคน ที่เกี่ยวข้องแล้ว ลูกที่มีคนรับไปเลี้ยง เขาก็จะมีชีวิตที่ดีกว่า เพราะเราไม่พร้อมจะเลี้ยงเขา และเขาไม่เป็นที่ยอมรับของปู่ย่าตายายและพ่อของตัวเอง จึงน่าจะปล่อยเขาไปมีชีวิตที่ดีกว่ากับคนที่พร้อมกว่า กับคนที่ยอมรับเขาและรักเขา แม่ที่ยกลูกให้คนอื่นมักจะมี ความทรงจำเรื่องนี้อยู่ ทำอย่างไรก็ไม่สามารถจะลืมเรื่องราวเหมือนกับมันไม่เคยเกิดขึ้นได้ แต่จะทำใจได้แค่ไหนนั้นเป็นอีกเรื่องหนึ่ง ดังนั้นทางที่ดีที่สุดคืออย่าให้เกิดเรื่องแบบนี้ขึ้นจะดีกว่ามาก จะได้ไม่มีตราบาปในใจไปตลอดชีวิตเรื่องวัยรุ่นสาวท้องไม่มีพ่อ ท้องตอนเป็นนักเรียน หรือท้องโดยยังไม่ได้แต่งงาน ไม่ใช่เรื่องใหม่ มันเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่าตั้งแต่หม้อจำความได้ จนบัดนี้ทำงานมาหลายสิบปี เรื่องแบบนี้ก็ยังคงเกิดขึ้นตลอดเวลาในสังคม เกิดขึ้นจนพ่อแม่กลัว พ่อแม่บางคนกลัวมากไปปล่อยให้ลูกสาวเดือดร้อน ขาดโอกาสในชีวิตไปเลยก็มี เช่น ญาติรุ่นพี่ของหมอคนหนึ่งอยู่ต่างจังหวัดซึ่งเป็นคนหัวดีเรียนเก่ง แต่พ่อแม่ไม่ยอมให้มาเรียนต่อกรุงเทพฯ ด้วยกลัวลูกสาวจะมาเสียคนเพราะห่างไกลพ่อแม่ เนื่องจาก ลูกสาวข้างบ้านมาเรียนที่กรุงเทพฯ แล้วก็มาท้องตอนเป็นนักเรียนนี่แหละที่ทำให้เขากลัว ญาติผู้ใหญ่ของหมอเลยหมด โอกาสที่จะ ได้รับการศึกษาที่ดีเท่าที่ควร ต้องใช้ชีวิตแบบหญิงชาวบ้านที่จบประถม ๔ คือต่อมาก็แต่งงานมีลูกเลี้ยงลูกไป ทำงานบ้านไป ชีวิตของเขาต้องขึ้นอยู่กับสามีและลูก ถ้าสามีและลูกดีชีวิตก็ดี ไม่มีปัญหา ถ้าเจอสามีและลูกไม่ดีก็ต้องซ้ำใจ ไม่มีทางเลือกอื่นเหลือไว้ให้มากนักคำถามจึงมีอยู่ว่า ทำไมเรื่องแบบนี้จึงเกิดแล้วเกิดอีก ป้องกันไม่ได้เลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือ เรื่องเพศเป็นเรื่องไม่ดีหรือ ไม่ใช่แน่ เรื่องเพศสัมพันธ์ก็เหมือนคาบสองคม ใช้เป็นจะดี ให้ความสุข ใช้ไม่เป็นจะเป็นทุกข์เหมือนโดนมีดบาด ดังนั้นเรื่องนี้คงเกิดจากความไม่เข้าใจ ความไม่รู้จักไม่รู้ไม่เท่าทันโลกของทั้งวัยรุ่นชายและหญิง เพราะสังคมของเราไม่มีการเรียนรู้เรื่องเพศให้เป็นกิจจะลักษณะ ไม่มีการให้เพศศึกษาที่ถูกต้อง ให้เด็กโตขึ้นมาไปเรียนรู้เอาเองตามยถากรรม ผิดๆ ถูกๆ ตามเรื่องตามราว จึงเกิดเรื่องได้บ่อยๆ วัยรุ่นที่อยู่ห่างไกลสายตาพ่อแม่จึงมีโอกาสผิดพลาดสูงกว่าวัยรุ่นที่พ่อแม่คอยดูแลใกล้ชิด ซึ่งก็อาจใกล้ชิด จนวัยรุ่นอึดอัดจนอาจจะแตกได้เช่นกันการให้ความรู้กับลูกเรื่องเพศจึงเป็นเรื่องสำคัญ ควรให้ตั้งแต่เด็กเลย (ขอเชิญผู้สนใจหาอ่านได้จากหนังสือของหมอชื่อ “เลี้ยงลูกถูกวิธีชีวิตเป็นสุข” ในบท สอนลูกเรื่องเพศ) แต่ในที่นี้จะพูดเฉพาะในวัยรุ่น

กรมอนามัยเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจึง ได้มีนโยบายที่จะจัดตั้ง "Friend Corner" ปัญหาโรคเอดส์ กรมอนามัยเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจึง ได้มีนโยบายที่จะจัดตั้ง "Friend Corner" หรือ “มุมเพื่อนใจวัยรุ่น” ทั่วประเทศในปีนี้ รวม 24 จังหวัด ปัจจุบันปัญหาวัยรุ่นกำลังมีแนวโน้มสูงขึ้น การตั้งห้องที่ไม่เพียงประสงค์ ปัญหาโรคเอดส์ กรมอนามัยเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจึง ได้มีนโยบายที่จะจัดตั้ง "Friend Corner" ปัญหาโรคเอดส์ กรมอนามัยเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจึง ได้มีนโยบายที่จะจัดตั้ง "Friend Corner" หรือ “มุมเพื่อนใจวัยรุ่น” ทั่วประเทศในปีนี้ รวม 24 จังหวัด โดยศูนย์ส่งเสริมสุขภาพเขตทั้ง 12 แห่ง ร่วมกับ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด หาสถานที่นอกสถานที่ราชการ เช่น ศูนย์การค้า ร้านเทพศูนย์เยาวชนหรือหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในเรื่องนี้ โดยสนับสนุนทั้งด้านบริการและงบประมาณ และมอบหมายให้กองวางแผนครอบครัวและประชากร หารูปแบบการให้บริการใน Friend Corner จากการศึกษาสัมภาษณ์ แพทย์หญิง สุวรรณา วรคามิน ผู้อำนวยการกองวางแผนครอบครัวและประชากรถึงการเตรียมพร้อมด้านต่างๆ เพื่อเปิดให้บริการ Friend Corner ทั่วประเทศดังนี้

2 แนวคิดในการจัดตั้ง มุมเพื่อนใจวัยรุ่น (Friend Corner) คืออะไร ต้องยอมรับว่าระบบบริการสุขภาพของรัฐที่มียังไม่สามารถเข้าถึงและเป็นที่ยอมรับของวัยรุ่นเท่าที่ควร โดยจะเห็นได้ว่าวัยรุ่นมาใช้บริการสุขภาพในระบบที่มีอยู่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับสภาพปัญหาวัยรุ่นในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ในฐานะที่กรมอนามัยรับผิดชอบในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมป้องกัน และแก้ไขปัญหาของประชากรกลุ่มนี้ เราจึงมีแนวคิดในเชิงรุกว่า ทำอย่างไรให้วัยรุ่นเข้ามาหาเรา เราจะปรับตัวเองอย่างไรให้สอดคล้องกับธรรมชาติ วิถีชีวิต และความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะตัวของวัยรุ่น Friend Corner จึงได้เกิดขึ้นมาเพื่อเป็นมิติใหม่ในการส่งเสริมและป้องกันสุขภาพ โดยให้ Friend Corner เป็นบ้านหลังที่ 2 ที่จะให้ความรัก ความเข้าใจ และความอบอุ่นแก่วัยรุ่น ให้วัยรุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล้ามาพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นสอบถามความรู้ ขอคำปรึกษา ขอรับบริการพื้นฐานที่จำเป็น และเป็นจุดเชื่อมต่อกับเครือข่ายสุขภาพและสังคมอื่นๆ Friend Corner จะตั้งอยู่นอกสถานที่ราชการ เปิดให้บริการนอกเวลาราชการ ที่สำคัญที่สุดคือ ผู้ให้บริการจะมีคุณสมบัติพิเศษที่เป็นที่ยอมรับของวัยรุ่นพร้อมจะเสียดสและมีความเข้าใจวัยรุ่น นอกจากนี้การวางแผนและการดำเนินการใน Friend Corner จะมีวัยรุ่นเข้ามามีส่วนร่วมด้วย

### 3 มีจังหวัดที่สนใจจัดตั้ง Friend Corner มากน้อยแค่ไหน และจัดตั้งที่ใดบ้าง

เมื่อตอนที่เรามาทำความเข้าใจกับจังหวัดและศูนย์เขตเราได้บอกว่างานนี้เป็นงานที่ทำตายเพราะ เรายังไม่มีรูปแบบที่ถือเป็น Best Practice Model เรามีเพียงแนวคิดและสมมุติฐานจึงต้องการให้จังหวัดและศูนย์เขตเข้ามาช่วยนำเอาแนวคิดนี้ไปสู่การทดลองทำจริง เพื่อนำประสบการณ์และบทเรียนมาแลกเปลี่ยนเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาต่อไป แต่การตอบรับและความร่วมมือจากส่วนภูมิภาคดีมาก เพราะต่างตระหนักดีว่าปัญหาวัยรุ่นที่มีความรุนแรงในทุกพื้นที่ ตอนนี้เรามีจังหวัดที่สนใจเข้าร่วมโครงการจำนวนมาก และจังหวัดที่พร้อมเปิดให้บริการได้ภายในเดือนสิงหาคมนี้มี 24 จังหวัด จำแนกตามสถานที่ตั้งได้ดังนี้

### 4 กลุ่มศูนย์การค้า ทั้ง 12 จังหวัด ได้แก่

- กรุงเทพมหานคร ที่ฟิวเจอร์ พาร์ค
- สระบุรี ที่ห้างทวิกิจ
- ราชบุรี ที่เซ็นมาร์ท
- นครราชสีมา ที่เดอะมอลล์
- อุตรธานี ที่เจริญศรีคอมเพลกซ์
- อุบลราชธานี ที่เทสโก้ โลตัส
- นครสวรรค์ ที่เพมิตี้แลนด์

### - พิษณุโลก ที่ท็อปแลนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพชรบูรณ์ ที่ทอปแลนด์
- เชียงใหม่ ที่โรบินสัน
- ลำปาง ที่บิ๊กซี
- นครศรีธรรมราช ที่ศูนย์การค้าไอเซ็น

5 กลุ่มอื่นๆ ซึ่งจะเปิดให้บริการตามสถานที่ต่างๆ เช่น ร้านเทพ ห้างเช่า ศูนย์เยาวชน มี 12 จังหวัด ได้แก่

ปทุมธานี	สุพรรณบุรี	ชลบุรี	ลพบุรี	จันทบุรี	เลย
ตาก	อุตรดิตถ์	แม่ฮ่องสอน	สุราษฎร์ธานี	ยะลา	
นอกจากนี้มีจังหวัดที่เปิดให้บริการแล้วมี 4 แห่ง คือ กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี					
อุตรธานี	จันทบุรี				

## 6 รูปแบบบริการ

สำหรับรูปแบบบริการคงมีความต่างกันเพียงรายละเอียดเพราะต้องปรับให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการในแต่ละพื้นที่ และสามารถปรับกลยุทธ์ให้เป็นที่พึงพอใจและเชิงรับโดยมีรูปแบบพื้นฐานเหมือนกันคือสถานที่ตั้ง นอกสถานที่ราชการ เวลาให้บริการ มีทั้งนอกและในเวลาราชการ ผู้ให้บริการ จนท. สต และอาสาสมัครวัยรุ่นที่ผ่านการอบรม บริการ ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารด้านสุขภาพ ให้คำปรึกษา ให้บริการสุขภาพขั้นพื้นฐาน บริการส่งต่อสถานบริการเครือข่าย แนวคิด Friend Corner สามารถ นำมาประยุกต์ใช้ได้กับทุกพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นเขตเมืองหรือเขตชนบท เพราะเป็นการจัดบริการเชิงรุกให้เข้าถึงวัยรุ่นในการดำเนินการในครั้งนี้มีโรงพยาบาลชุมชน เช่น รพ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี ได้เช่าห้องในย่านชุมชนเมืองเพื่อเปิดให้บริการแก่วัยรุ่น สำหรับสถานอนามัยก็สามารถทำได้โดยใช้สถานที่ในชุมชนนั้น ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก และที่สำคัญคือควรดึงวัยรุ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7 ข้อมูลประเทศไทย

การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานมีในกลุ่มคน โศดมีอัตราเพิ่มขึ้น

วัยรุ่นชายเชื่อว่าในปัจจุบันหญิงชายมีเพศสัมพันธ์มากขึ้น

มีวัยรุ่นจำนวนหนึ่งมีเพศสัมพันธ์มากขึ้น

มีวัยรุ่นจำนวนหนึ่งมีเพศสัมพันธ์ก่อนอายุ 15 ปี และมีแนวโน้มว่าวัยรุ่นจะมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกอายุน้อยลง

วัยรุ่นจะเริ่มมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกคืออายุเฉลี่ย 14 – 18 ปี

วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์กับเพื่อนหรือคู่มากกว่าหญิงบริการ

กว่าร้อยละ 90 % ของเยาวชนมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่ง

วัยรุ่นหญิงยอมรับการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งมากขึ้น

เยาวชนในเขตเมืองมีเกือบครึ่งมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่ง

วัยรุ่นจะมีอัตราการใช้ถุงยางกับหญิงบริการสูงกว่าอัตราการชั่งยางกับคู่อุป หรือ เพื่อนคู่อุปของหญิงวัยรุ่น 6 ใน 10 ไม่ใช้ถุงยาง

ในกลุ่มนักเรียนที่มีเพศสัมพันธ์ประมาณไม่เกิน 60% ที่มีการใช้ถุงยางอนามัยใน

กลุ่มนักเรียนอาชีวและอุดมศึกษา 40% มีเพศสัมพันธ์โดยไม่ใช้ถุงยางทั้งก่อนและหญิงบริการ

วัยรุ่นอายุ 10 – 24 ปีรับการตรวจโรค 35.4 ของผู้รับบริการทั้งหมด

วัยรุ่นอายุ 10 – 24 ปีป่วยเป็นกามโรค 28.8 ของผู้รับบริการทั้งหมด

วัยรุ่นอายุต่ำกว่า 25 ปีมีการทำแท้งประมาณร้อยละ 45 ของการทำแท้งทั้งหมด ( กองวางแผนครอบครัวและประชากร 2543 )

วิธีการที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้วัยรุ่นเข้าถึงและยอมรับ Friend Corner เป็นสิ่งท้าทายองค์กรและ

บุคคลที่เกี่ยวข้องในอันที่จะต้องเร่งพัฒนาเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่เพื่อนำมา

ปรับปรุงและขยายบริการ Friend Corner ให้ครอบคลุมพื้นที่ให้มากขึ้น โดยมีเป้าหมายคือ

ปี 2544 การจัดตั้ง Friend Corner ใน 24 จังหวัด เป็นอย่างน้อย

ปี 2545 การจัดตั้ง Friend Corner ในทุกจังหวัด

ข้อพิจารณาในการจัดตั้ง Friend Corner

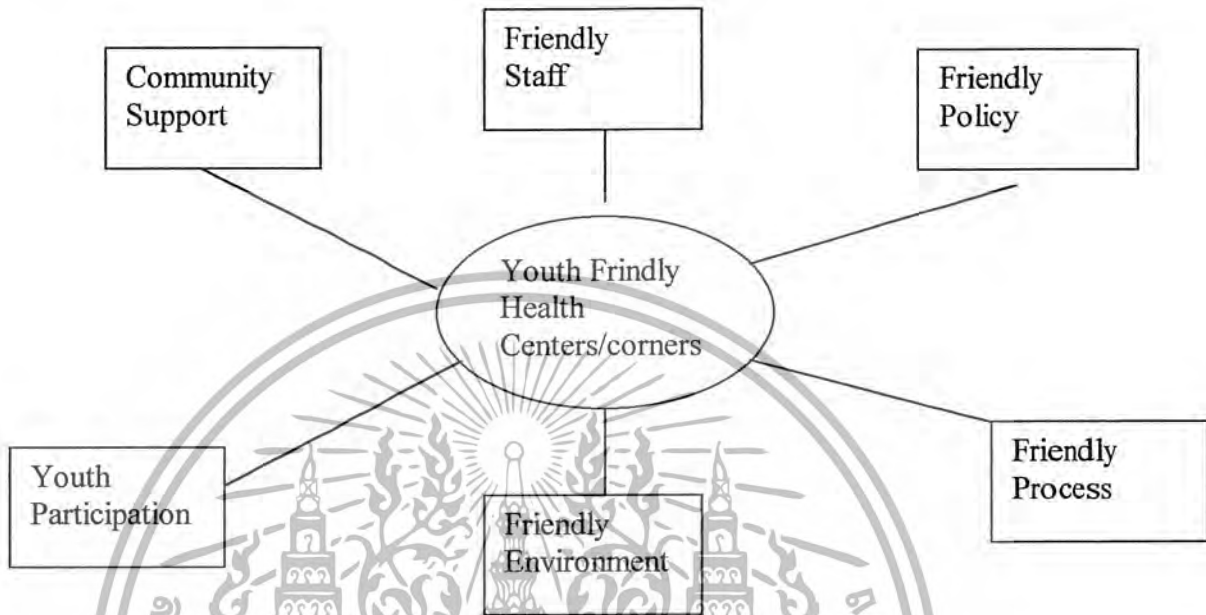
ยึดตามแนวทางของกรมอนามัย

- มีความเป็นไปได้

- มีความยั่งยืนและต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Characteristics of Youth Friendly Health Services



นำคุณแจสู่ความสำเร็จ (key to success) ของ who มาประยุกต์ใช้

องค์การอนามัยโลก ทบทวนและวิเคราะห์ห้บทเรียนและประสบการณ์จากประเทศต่าง ๆ ที่ดำเนินงานกิจกรรมและ โครงการคเพื่อสุขภาพวัยรุ่นและสรุปได้ว่าปัจจัยต่อไปนี้เป็นคุณแจสำคัญนำไปสู่ความสำเร็จของงาน

- 1) การให้วัยรุ่นเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา (Putting young people at the center of programming) การให้วัยรุ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงานและการประเมินผลกิจกรรมและ โครงการเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ากิจกรรมและ โครงการนั้น ๆ สะท้อนความต้องการของวัยรุ่นอย่างแท้จริง
- 2) การชูประเด็นปัญหาสุขภาพหลายๆประเด็น (Addressing multiple health problems simultaneously) เพราะปัญหาสุขภาพมีรากของปัญหาเดียวกัน มักจะเกิดกับวัยรุ่นคนเดียวกัน แต่ละปัญหา มีความสัมพันธ์กันและเป็นเหตุเป็นผลกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3) การผสมผสานกิจกรรมไว้ในโครงการเดียวกัน (Combining interventions) เช่น โครงการควรมีกิจกรรมเพื่อให้สิ่งแวดล้อมของวัยรุ่นมีความปลอดภัยและอบอุ่น มีกิจกรรมให้ความรู้ กิจกรรมสร้างทักษะชีวิต กิจกรรมให้คำปรึกษา และกิจกรรมให้บริการสุขภาพ
  - 4) การเชื่อมโยงกิจกรรมของสถานที่ต่างๆเข้าด้วยกัน (Building on and linking interventions in various settings) จะทำให้กิจกรรมเหล่านั้นเอื้อต่อกันในการพัฒนาสุขภาพของวัยรุ่น เพราะแต่ละ setting มีความถนัดและเชี่ยวชาญไม่เหมือนกันจึงสามารถตอบสนองความต้องการและปัญหาของวัยรุ่นที่หลากหลายได้ ทำให้การเชื่อมโยงการส่งต่อวัยรุ่นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
  - 5) การให้ความสำคัญกับความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Respecting cultural diversity) ซึ่งถือเป็นความสำคัญขั้นพื้นฐานของการจัดทำกิจกรรมและโครงการเพื่อพัฒนาวัยรุ่นในทุกวัฒนธรรมผู้บริหาร โครงการจำเป็นต้องสำรวจและทำความเข้าใจในวัฒนธรรมซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น
  - 6) การสร้างเสริมระบบการบริหารจัดการให้เข้มแข็ง (Strengthening program management) เป็นกรณีให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการในประเด็นดังกล่าวข้างต้น ให้มีผลในการปฏิบัติอย่างจริงจัง และมีการบริหารจัดการเรื่องงบประมาณ บุคลากร การวางแผน ตลอดจนการประเมินผลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
  - 7) การให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใหญ่ (Encouraging positive adult attitudes and behavior) เนื่องจากผู้ใหญ่มิมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาวัยรุ่น และสามารถสร้างสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและอบอุ่นแก่วัยรุ่น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใหญ่และวัยรุ่นจะมีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของวัยรุ่น ทัศนคติและพฤติกรรมเชิงบวกของผู้ใหญ่ในเรื่องที่เกี่ยวกับการอยู่ดีมีสุขจะทำให้วัยรุ่นสามารถพัฒนาความมั่นใจในตนเอง ความรู้สึกภาคภูมิใจและเป็นเจ้าของ และความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์
- ข้อพิจารณาในการจัดตั้ง Friend Corner ทั้ง 3 ประการดังกล่าว สามารถนำไปวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ อันจะส่งผลให้กิจกรรมและโครงการในเชิงรุกนี้มีผลในการส่งเสริม ป้องกัน และดูแลสุขภาพวัยรุ่นอย่างครอบคลุมและมีคุณภาพในที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 9 ความต้องการของวัยรุ่นในเรื่องบริการสุขภาพ

- 1) ผลการศึกษาของสุเมธนา ชมภูทวีป และคณะ ได้ชี้ให้เห็นว่าวัยรุ่นต้องการคลินิกให้คำปรึกษาด้านชีวิตครอบครัว และต้องการคำปรึกษาทางโทรศัพท์สายด่วน
- 2) ผลการศึกษาของกองวางแผนครอบครัวและประชากร กรมอนามัย 2540 โดยใช้วิธีสนทนากลุ่ม พบสิ่งที่น่าสนใจคือ วัยรุ่นต้องการบริการให้คำปรึกษา กล่าวคือ
  - อาจเป็นคลินิกให้คำปรึกษา / Hotline / Mobile
  - วัยรุ่นต้องการบริการทางการแพทย์
  - สถานที่ให้บริการ : ควรอยู่ในเมือง / ไป-มาสะดวก / เป็นที่ที่วัยรุ่นชอบไปเช่น ใกล้ศูนย์การค้า / โรงภาพยนตร์
  - เวลาให้บริการ : ทุกวัน/นอกราชการ/24 ชั่วโมง
  - สิ่งแวดล้อม : ห้องมีความเป็นส่วนตัว/มีความเป็นส่วนตัว/มีระบบที่รักษาความลับของวัยรุ่น/ไม่ปนกับคนอื่น/ให้มีความรู้สึกผ่อนคลาย/บรรยากาศเป็นมิตร
  - ผู้ให้บริการ : ควรเป็นเพศเดียวกับวัยรุ่น/เป็นมิตร/เข้าใจวัยรุ่น
  - ชื่อ : ไม่ควรใช้คำว่าคลินิก/เป็นภาษาวัยรุ่น
  - ค่าบริการฟรี/ไม่แพง
  - การเผยแพร่บริการ : DJ/โปสเตอร์ติดที่ โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า โรงเรียน
- 3) ผลการศึกษาของดร.พิมพ์วิไล บุญมงคล เรื่อง Thai Adolescent Sexuality and Reproductive Health : Implications for Developing Adolescent's Health Programme in Thailand ชี้ให้เห็นว่า
  - วัยรุ่นมักไม่ค่อยจะหาวิธีการดูแลปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์/สารเสพติด
  - รักษาตัวเองเมื่อเกิดโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และ โรคติดเชื้อในระบบสืบพันธุ์
  - ไม่รับการบำบัดรักษาใดๆเพื่อแก้ปัญหาการใช้สารเสพติดและการเครียด
  - วัยรุ่นมักไม่ค่อยใช้บริการจากสถานบริการรัฐ ซึ่งเหตุผลที่ระมัดระวังได้จากการศึกษาประกอบด้วย
  - ไม่มีบริการที่ต้องการ เช่น บริการคุมกำเนิดสำหรับสตรีที่ยังไม่ได้แต่งงานหรือบริการทำแท้งอย่างปลอดภัย
  - ความกลัวต่อปฏิกิริยาของสังคมที่มีต่อปัญหาสุขภาพอันเนื่องจากพฤติกรรมอนาถไม่ถูกต้อง (เช่น การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เจ้าหน้าที่ขอดทักขะการสื่อสาร การให้คำปรึกษา และขาดความเข้าใจในปัญหา (เช่น ความเครียดใน โรงเรียนและในครอบครัว) และวิถีชีวิตของวัยรุ่น
  - วัยรุ่นต้องการบริการสุขภาพ
  - แบบเบ็ดเสร็จเพื่อที่พวกเขาไม่ต้องไปรับบริการจากหลายๆแห่ง
  - เป็นที่สะดวกตาวัยรุ่น
  - มีบริการคัดกรอง
  - มีบริการทั้งให้คำปรึกษาและบริการทางการแพทย์
  - มีบริการเพื่อป้องกันปัญหาทางด้านสุขภาพทางเพศและอนามัยการเจริญพันธุ์
  - คัดกรองพฤติกรรมเสี่ยง
  - การตรวจสุขภาพ(กาย/จิต) ตรวจ โรคและตรวจทางห้องแล็บ
  - ให้การรักษาทางด้านสุขภาพทางเพศและอนามัยเจริญพันธุ์
  - ระบบส่งต่อ
  - บริการวางแผนครอบครัวและอนามัยแม่และเด็ก
  - กิจกรรมพิเศษให้ความรู้ เช่น ความสวยงาม การรักษาผิวพรรณ การออกกำลังกาย การลดความอ้วน หรือการให้ความรู้ด้านสรีระของชาย-หญิง
  - ให้คำปรึกษา/ตัวต่อตัว/กลุ่มHot line
  - ควรมีกิจกรรมเชื่อมโยงกับกิจกรรมขององค์กร ในชุมชน
- 4) ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาสุขภาพของวัยรุ่น จากผลการประชุม Grid Workshop ที่จัด โดยกองวางแผนครอบครัวและประชากร กรมอนามัย ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญที่ทำงานด้านการส่งเสริม ป้องกัน ดูแลรักษาและการฟื้นฟูสุขภาพวัยรุ่น ซึ่งที่ประชุม ได้มีความเห็นสอดคล้องกันในประเด็นต่อไปนี้
- ควรกำหนดเป็นนโยบายให้โรงเรียนทุกแห่งมีคลินิกให้คำปรึกษา
  - ความรู้เรื่องเพศศึกษา ทักษะชีวิต และการให้คำปรึกษาควรจัดเป็นวิชา บังคับ หรือวิชาเลือกในสถาบันฝึกหัดครู นอกจากนี้การศึกษาเรื่องเพศควรจัดเป็นสาขาหนึ่งในระบบการศึกษา
  - ควรมีการค้นหาและระบุให้ชัดเจนถึงความต้องการด้านอนามัยการเจริญพันธุ์ของวัยรุ่น โดยใช้วิธีสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เจาะลึก
  - ทุกภาคควรจัดการอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานให้มีความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาอย่างเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- พ่อแม่ควรได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมและมีความรู้เกี่ยวกับความต้องการของวัยรุ่นที่ยังไม่ได้รับการตอบรับ และวิธีรับฟังคำปรึกษาอย่างเหมาะสม
- ทุกโรงพยาบาลควรมีบริการอนามัยเจริญพันธุ์
- คลินิกให้คำปรึกษาสำหรับวัยรุ่นควรได้รับการพัฒนาเพื่อให้วัยรุ่นสามารถเข้าถึงได้และให้บริการอนามัยการเจริญพันธุ์ได้ตามความต้องการของวัยรุ่น ควรจัดบริการช่องทางด่วน (green channel) สำหรับประชากรเป้าหมายกลุ่มวัยรุ่น และผู้มารับบริการที่คลินิกให้คำปรึกษา ควรได้รับการส่งต่อไปยังสถานบริการสาธารณสุขที่มีขนาดใหญ่กว่า และเป็นสถานบริการในเครือข่าย
- ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคลินิกให้คำปรึกษาและบริการอนามัยการเจริญพันธุ์ควรได้รับการเผยแพร่ในวงกว้างในหมู่วัยรุ่น
- องค์กรนอกกระทรวงสาธารณสุขรวมถึงสื่อมวลชนควรได้รับการกระตุ้นให้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของวัยรุ่นด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การแสดงคอนเสิร์ตของนักร้องชื่อดัง การอบรม คี.เจ. เป็นต้น
- รัฐบาลควรให้งบประมาณสนับสนุน โครงการฮอตไลน์ - สายด่วน ของภาคเอกชน

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการ

โครงการ มุมเพื่อนใจวัยรุ่น เป็นโครงการของกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุขทำหน้าที่เป็นสถานที่บริการ วัยรุ่นที่มีปัญหาสุขภาพคอยปรึกษาปัญหาทางเพศที่เด็กไม่สามารถพูดคุยได้ หรือกล้าพอที่จะปรึกษาคณครอครบครัวแต่ โดยทางกระทรวงสาธารณสุขต้องการสร้างหน่วยงานที่สามารถพูดคุยกับวัยรุ่นที่มีปัญหาเพื่อต้องการลดความเครียดที่เกิดขึ้นกับตัววัยรุ่นเอง ด้วยรูปแบบที่มีความเป็นกันเองมากที่สุด โดย ไม่เน้นรูปแบบที่เป็นแนววิชาการดังเช่นที่ทางกรมอนามัยจัดทำมาโดยเหตุนี้ โครงการว่า มุมเพื่อนใจวัยรุ่น “Friend Corner“ จึงเกิดขึ้นแต่องค์กรมีลักษณะภาพจนเป็นเชิงลบ โดยที่นี้หมายถึงเนื้อหาที่ไม่เป็นที่ยอมรับ ได้ในสังคมไทย ปัญหาที่องค์กรนี้ยังไม่เป็นที่แพร่หลายเป็นเพราะปัจจัยหลาย ๆ ทางดังที่จะกล่าวต่อไปนี้

#### 1 ข้อจำกัดโครงการมุมเพื่อนใจวัยรุ่น

ถ้าไปสอนที่สถานศึกษา

- ผู้บริหาร ไม่ยอมรับ
- ไม่ถึงกลุ่มเสี่ยงที่แท้จริง
- เด็ก ไม่กล้าปรึกษาปัญหาของตนเอง
- ไม่เป็น 2 way communication

ถ้าเปิดที่รพ. / สสจ .

- เด็กไม่มา

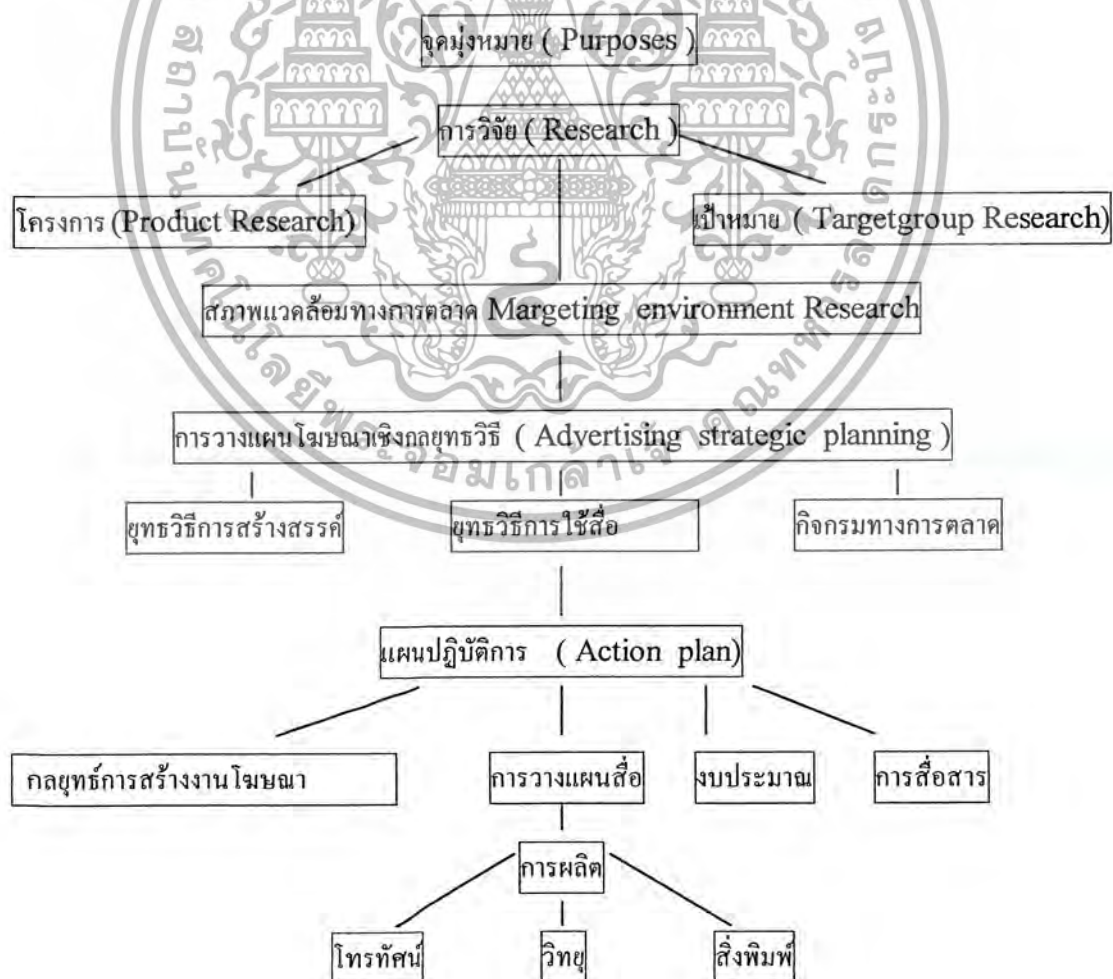
รูปแบบของสื่อ

- ออกมาในเชิงวิชาการ
- ข้อจำกัดของหัวข้อที่ไม่สามารถพูดในที่สาธารณะได้เต็มที่
- รูปแบบสื่อที่เหมาะสมในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย
- รูปแบบสื่อไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ไม่น่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การเขียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยข้อมูลที่มีนำเสนอทำให้โครงการนี้ไม่เป็นที่รู้จักของสังคมหรือกลุ่มเป้าหมายมากนัก เพราะการรอคอยให้ตัวกลุ่มเป้าหมายเข้าหาทางโครงการนั้นเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยาก ยกตัวอย่าง การแจกแผ่นพับใบปลิวที่มีการนำเสนอวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นเป็นเรื่องที่ดี แต่บทความที่ลงในเอกสารนั้นยังมีบทความที่เป็นเชิงวิชาการ และให้ข้อมูลจนมากเกินไปการที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจอ่านจึงเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยการดึงดูดด้วยสื่อที่มีการออกแบบเพื่อหลอกล่อกลุ่มเป้าหมายก่อนแล้วแทรกบทเนื้อหาขององค์กรลงไปโดยข้อมูลนั้นที่มีการกล่าวจะนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการดำเนินงานดังนี้

## 2 ขั้นตอนการดำเนินงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าที่ของโครงการมุมเพื่อนใจวัยรุ่น “Friend Corner” มีหน้าที่ให้คำปรึกษาปัญหาที่วัยรุ่นกำลังประสบปัญหาอยู่โดยจุดประสงค์หลักจะเน้นปัญหาที่เกิดจากเรื่องเพศสัมพันธ์โดยแบ่งได้ดังนี้

### หน้าที่จุดมุ่งหมายของโครงการ

ตอบปัญหาอนามัยการเจริญพันธุ์	สร้างมุมมองและความเข้าใจว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นเรื่อง ธรรมชาติ
ให้คำปรึกษาปัญหาด้านเพศสัมพันธ์	ไม่นำเสนอให้ออกมาว่าเป็นรูปแบบที่เป็นแง่ลบ หรือ สร้างความลำบากให้กับผู้ประสบปัญหา
ให้คำปรึกษาการตั้งท้องที่ไม่พึงประสงค์	แนะนำทางออกที่เหมาะสมและไม่สร้างรู้สึกผูกมัดกับ ทางองค์กร

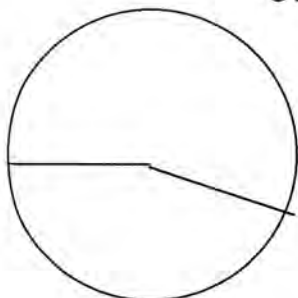
### 3 กลุ่มเป้าหมายหลักที่ทำการศึกษา



วัยรุ่นที่มีอายุ 10 -- 24 ปีเป็นกามโรค 28.8% ของผู้รับบริการตรวจรักษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

55 % อายุมากกว่า 25 ปี



อายุน้อยกว่า 25 ปี 45%

อายุน้อยกว่า 25 ปีมีการทำแท้งประมาณร้อยละ 45 ของการทำแท้งทั้ง

เด็กนักเรียนหญิงชั้นมัธยมปลาย นักเรียน ปวชศึกษาอยู่ในกรุงเทพโดยคัดเลือกจากสถิติปัญหาที่เกิดเด็กนักเรียนหญิงชั้นมัธยมปลาย นักเรียน ปวชเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีผลกระทบมากที่สุดถ้ามีเหตุการณ์เกี่ยวกับปัญหาทางเพศ การเลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กผู้หญิงเพราะสภาพสังคมกำหนดให้เป็นกลุ่มที่เปราะบางที่สุดและผู้เสียหายมากกว่าเพศชายที่สภาพสังคมกำหนดให้เป็นผู้ที่เป็นฝ่ายได้มากกว่าเสีย ด้วยเหตุนี้จึงเลือกเด็กนักเรียนหญิงชั้นมัธยมปลาย และ ปวช

#### 4 กลุ่มเป้าหมายรอง

นักศึกษาที่อยู่ในช่วงวัยเรียนระดับมัธยมต้นจนถึงวัยอุดมศึกษา

#### 5 ประเภทของสื่อ

การเลือกใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ โดยดูจากข้อมูลทางด้านองค์กร กลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ

#### นิตยสาร

ข้อดี	ข้อเสีย
เลือกกลุ่มผู้บริโภคได้ง่าย	สร้างจำนวนผู้อ่านได้ช้ากว่าที่คิด
อายุยืนนานอยู่กับผู้บริโภค	ไม่ทันต่อเหตุการณ์

### โทรทัศน์

ข้อดี	ข้อเสีย
เลือกตลาดได้แบบเจาะกลุ่มหรือครอบคลุม	ค่าใช้จ่ายสูงอัตราค่าโฆษณาผ่านสื่อ 250,000 บาท / 1 นาที
ข้อดี	ข้อเสีย
เป็นสื่อที่ทั้งภาพ เสียง เคลื่อนไหว	กลุ่มเป้าหมายขาดการตั้งใจชมเนื้อหาที่สื่อทำได้ไม่เต็ม 100%

### วิทยุ

ข้อดี	ข้อเสีย
เหมาะกับคนกับคนที่มีการเดินทางอยู่เสมอ	มีโฆษณามากเกิน
ผู้ฟังจะมีความสนใจเสมอในการฟังสถานีที่ชอบ	ข้อความจากวิทยุถึงง่าย

โฆษณากลางแจ้ง (Out door) ป้ายข้างถนน โฆษณาข้างหรือหลังรถประจำทาง ป้ายแขวน

ข้อดี	ข้อเสีย
ครอบคลุม ได้มาก	ถึงง่ายกลายเป็นส่วนหนึ่งกับสถานที่
เลือกที่ติดตั้งได้มาก	ให้ข้อความหรือจดจำข้อมูลมาก ไม่ได้

สื่อสิ่งพิมพ์ โบปลิว โบปิค แผ่นพับ หนังสือเล่นเล็ก แผ่นพับข้อมูล แผ่นติด

ข้อดี	ข้อเสีย
กลุ่มเป้าหมายได้ข้อมูลเต็มที่	เอกสารที่มีรูปแบบไม่น่าสนใจจะไม่
เหมาะแก่การเก็บ	
เหมาะกับการหารายละเอียด	ผู้แจกเอกสารไม่เลือกกลุ่มเป้าหมาย
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

ในการรับสื่อโดยดูจากข้อมูลสื่อสิ่งพิมพ์มีโอกาสที่โครงการจะเลือกสื่อเพื่อทำการสื่อสารกับกลุ่มจากอุปนิสัยของกลุ่มเป้าหมายเด็กนักเรียนหญิงชั้นมัธยมปลาย นักเรียน ปวช. การรับสื่อที่หัวข้อเกี่ยวกับเพศศึกษาโดยตรงมีความเป็นไปได้น้อยการเลือกสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จึงมีความเหมาะสมที่สุดควรมีภาพลักษณะที่ดึงดูดเป็นอันดับแรก เพื่อจูงใจพฤติกรรมและสร้างแนวทางในการบรรลุเป้าหมายในการสื่อสาร แล้วจึงให้ความสำคัญกับเนื้อหาในระดับที่เหมาะสม

## 7 อิทธิพลจากภายนอก

จากสภาพความเป็นจริงของสังคมไทยที่ยังไม่สามารถยอมรับการคุยเรื่องทางเพศศึกษาได้อย่างเต็มที่นับเป็นข้อเสียเปรียบทำให้การนำเสนอสื่อออกมาไม่เป็นไปอย่าง 100 % การนำเสนอจึงมีข้อจำกัดที่จะต้องนำเสนอสื่อให้ออกมาไม่สร้างความรู้สึกด้าบากใจ ในการรับสื่อแก่กลุ่มเป้าหมายที่ความอ่อนไหวอยู่แล้ว และเป็นที่ยอมรับได้ในสังคม

## 8 การนำเสนอ

ดูจากสภาพองค์กร โดยวิเคราะห์จากสภาพการจัดทำสื่อที่มีความเหมาะสมกับองค์กรและกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ออกในรูปแบบของ Colateral Media ที่มีลักษณะสื่อที่สามารถเข้าถึงได้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นได้มากที่สุดการโฆษณาอย่างตรงไปตรงมา (StraightForward) ที่ทำอย่างมีลูกเล่น (Gimmic) จากการศึกษาพฤติกรรมวัยรุ่น แต่ก่อนที่จะสรุปแนวทางการนำเสนอออกมาในรูปแบบ Colateral Media ได้มีการศึกษารูปแบบของสื่อ แบบ Teaser ad ปัญหาที่เกิดขึ้นกับ

Teaser ad เห็นจะหนีไม่พ้นเรื่องของงบประมาณในการจัดทำ Teaser ad สำหรับองค์กรที่มีข้อจำกัดทางงบประมาณนับเป็นปัญหาใหญ่สำหรับองค์กรทางภาครัฐที่ไม่ได้หวังผลกำไร หรือมีงบประมาณมากเท่าการจัดทำ Teaser ad ประเภทสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 9 ประเด็นการศึกษา

การใช้ Witty Design โดยศึกษาจากพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายที่มีความคิดที่สามารถเข้าใจ การ

สื่อสารผ่านมุมมองที่ Witty Design ได้ในระดับพอสมควรการใช้ Witty Design เข้ามาใน หัวข้อ

โครงการ มุมเพื่อนใจวัยรุ่นเพราะหัวข้อโครงการที่มีความจำเป็นมากที่จะต้องเลือกวิธีการนำเสนอ ที่ออกมาลักษณะรูปแบบที่ไม่เป็นวิชาการแต่ยังต้องคงความน่าเชื่อถืออยู่

Pair

Ambiguity

Substitution

Addition

Modification

Missing link

Homage

Trompe L'oeil

Pun and rebuses

Taking it literally

Expectations confounded

Incongruity

Economy

Coincidence

Shift : time

Shift : scale

Shift : view

Alphabet

The face

Transformations

Series of twists

จากประเภท Witty Design ที่นำเสนอจะเป็นทิศทางในการทำงานเพื่อจะนำเสนอให้ตัวงานออกมาในลักษณะของ Visual หรือ Typography โดยพิจารณาจากความเหมาะสมกับความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย

## 10 Creative Brief

ลักษณะโครงการเป็นโครงการของกระทรวงสาธารณสุข ภาพลักษณะที่กลุ่มวัยรุ่นมีกับองค์กรจะออกมาในทางด้านลบกล่าวคือรู้สึกต่อต้านเพราะเข้าใจว่าคงเป็นในเรื่องของวิชาการทำให้การนำเสนอสื่อที่เข้าถึงองค์กรที่ผ่านมาไม่เป็นไปตามที่ทางกระทรวงสาธารณสุข ตั้งเป้าไว้

## 11 กลุ่มเป้าหมาย

เด็กนักเรียนหญิงชั้นมัธยมปลาย นักเรียน ปวช. ที่ศึกษาอยู่ในกรุงเทพฯที่มีพฤติกรรมสนใจในการเรียนเรื่องเพศศึกษาแต่กลับไม่กล้าที่จะแสดงออกในการเรียนรู้อย่างถูกต้อง หรือมีปัญหาแล้วไม่รู้ว่าจะขอคำแนะนำจากใคร

## 12 ลักษณะพฤติกรรมในการรับสื่อ

โดยลักษณะพฤติกรรมในการรับสื่อในส่วนมากรูปแบบสื่อมีความสำคัญในการตัดสินใจรับสื่อเป็นส่วนใหญ่ด้วยเหตุนี้รูปแบบสื่อจึงมีความสำคัญมากในการชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้าหาสื่อได้มากที่สุดโดยใช้หลักในการสื่อสารที่ดูจากอุปนิสัยของกลุ่มเป็นหลัก

## 13 แนวทางการนำเสนอสื่อ

ในอดีตทางโครงการมีการใช้สื่อที่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงการนำเสนอสื่อออกมาบางครั้งมีการใช้ภาพวาดมาช่วยในการนำเสนอแต่รูปแบบสื่อที่มีรูปซ้ำ ๆ มาตั้งแต่อดีตทำให้การนำเสนอสู่กลุ่มเป้าหมายนั้นกลุ่มเป้าหมายยังยึดติดกับลักษณะภาพลักษณะแบบเดิมอยู่

## 14 รูปแบบสื่อ

การนำเสนอข้อมูลของสื่อที่บางครั้งต้องอาศัยการหลอกสื่อหรือสร้างความรู้สึกร่วมกับตัวสื่อก่อนการสร้างงานนี้จึงอาศัยหลักการนำเสนอสื่อแบบนี้มาใช้โดยพิจารณาจากอุปนิสัยและรูปแบบในการรับสื่อมาช่วยในการออกแบบ การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในหัวข้อเรื่องเพศศึกษามี

ความละเอียดอ่อนมากการนำเสนอข้อมูลแบบ 100 % จึงทำได้ยากการใช้ภาพวาดในการนำเสนอเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมืออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นั้นหากการพิจารณาแล้วมีความเหมาะสมตามสภาพความเป็นจริงมากที่สุดการนำเสนอออกมาให้มี มุมมองที่สนุกน่าสนใจเป็นสิ่งสำคัญการเลือกใช้ในรูปแบบ Witty Design มาช่วยทำให้รูปแบบ งานเป็นที่ยอมรับและเข้าใจได้นั้นต้องควบคู่กับรูปแบบสื่อแบบ Colateral Media เพื่อช่วยในการ รับสื่อด้วย ข้อดีของสื่อแบบ Colateral Media โดยดูจากอุปนิสัยในการรับสื่อ โดยสื่อมีความสอดคล้องกับอุปนิสัย คือสื่อสามารถพบเห็นได้ตามสถานที่ทั่วไปตามสถานที่กลุ่ม เป้าหมายมีการรวมตัวบ่อย รูปของสื่อเช่น ฟรีโปสเตอร์ ที่คั่นหนังสือ แผ่นรองแก้ว แผ่นแม่ เหล็กติดตู้เย็น

หัวข้อที่น่าสนใจ

ตอบปัญหาอนามัยการเจริญพันธุ์ สร้างมุมมองในรูปแบบที่เป็นเรื่องธรรมชาติ  
ให้คำปรึกษาปัญหาด้านเพศสัมพันธ์ ไม่น่าเสนอให้ออกมาว่าเป็นรูปแบบที่เป็นแง่ลบ  
ให้คำปรึกษาการตั้งท้องที่ไม่พึงประสงค์ แนะนำทางออกที่เหมาะสมและไม่สร้างรู้สึก  
ผูกมัดลักษณะการกระจายของสื่อมีข้อดีตรงที่รูปแบบสื่อในปัจจุบันมีกลุ่มเป้าหมายที่ชอบการ  
สะสมของสื่อ Colateral Media เช่นตัวอย่างของฟรีโปสเตอร์ ที่กลุ่มเป้าหมายเป็นฝ่ายเข้าหาสื่อ  
แทน อีกทั้งบางครั้งมีการนำเสนอไปสู่กลุ่มเพื่อนด้วย วิธีการหยิบฟรีโปสเตอร์ไปให้เพื่อนที่นิยม  
ฟรีโปสเตอร์ การแลกเปลี่ยน ตลอดจนการส่งฟรีโปสเตอร์

การนำเสนอสื่อในหัวข้อนี้จึงต้องอาศัยอุปนิสัยในการรับสื่อและรูปแบบงานในเชิง Witty Design เพื่อช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการ ตลอดจนการยอมรับและเข้าใจในวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ฟรีโปสเตอร์

คุณลักษณะที่มีการจัดวางตามสถานที่เป็นศูนย์การค้าหรือใกล้แหล่งชุมชนสถานศึกษา เหมาะแก่นักเรียน พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เร็วและกระจายได้ด้วยเหตุที่ กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมแรกเปลี่ยนฟรีโปสเตอร์ ที่ตนมีอยู่ซ้ำจากการหยิบจำนวนมากกับเพื่อน

ขนาด 10 cm 15 cm

ที่คั่นหนังสือ

ได้จากร้านหนังสือที่อยู่ใกล้สถานศึกษาและใกล้ชุมชน ด้วยพฤติกรรมในการแถมหรือ แจกจากร้านหนังสือที่ตัวกลุ่มเป้าหมาย

ขนาด 6 cm 11 cm

### ที่ติดตู้เย็น

จากการแลกเปลี่ยนกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายใช้อยู่บ่อย เช่น จากการดูหนังกลุ่มเป้าหมายได้รับสื่อโดยตรง รวดเร็วและกระจายได้ด้วยเหตุผลเดียวกับฟรีโปสการ์ด

ขนาด 9 cm 6 cm

แผ่นรองแก้ว

มีลักษณะที่สามารถใช้ได้ในช่วงเวลาที่นานในระดับหนึ่งของแถมที่มากับสินค้าของกลุ่มเป้าหมายหรือตามร้านอาหารที่กลุ่มเป้าหมายใช้บริการบ่อย

ขนาด 10 cm 10 cm

แผ่นรองเมาท์

จากในปัจจุบันร้านคอมพิวเตอร์เป็นที่นิยมในหมู่นักเรียนมากขึ้น อีกทั้งรูปแบบส่วนตัวค่อนข้างสูงการนำเสนอข้อมูลขององค์กรผ่านทางสื่อนี้จึงน่าจะเป็นทางออกที่เหมาะสมกับการติดต่อองค์กรผ่านทางเว็บไซต์

ขนาด 9 cm 6 cm

บัตรรถไฟฟ้า

ในปัจจุบันรถไฟฟ้าเข้ามามีส่วนร่วมกับนักเรียนมากขึ้น มีบัตรสำหรับนักเรียน นักศึกษาที่อายุการใช้งานแบบรายเดือนทำให้การที่สลดแทรกสื่อเข้าไปได้ไม่ยากนัก

ขนาด 9 cm 6 cm

ปฏิทิน แบบพก

ข้อดีเห็นจะเป็นการพกที่อยู่ได้นานเป็นปีทำให้สื่ออยู่ใกล้กลุ่มเป้าหมายนานที่สุด

ขนาด 9 cm 6 cm

## บทที่ 4

### ขั้นตอนการออกแบบ

#### แนวคิด

การออกแบบ Colateral Media ในหัวข้อที่มีเนื้อหานั้นต้องไม่สร้างความลำบากใจในการเก็บสื่อเหล่านั้นด้วยเหตุที่ว่าสื่อในปัจจุบันที่มีเนื้อหาเป็นไปในแนวทางเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษานั้นมีรูปแบบที่ไม่น่าเก็บซึ่งส่วนมากจะออกมาในรูปแบบงานทางด้านวิชาการเป็นส่วนใหญ่หรือเป็นรูปแบบที่เป็นเรื่องทางเพศอย่างชัดเจนจนเกินไป การออกแบบสื่อในโครงการนี้จึงมีความคิดที่สื่อต่างสามารถดึงดูดความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย แล้วจึงมีการแทรกเนื้อหาทางด้านวิชาการประกอบ

#### ลักษณะของสื่อ

อันดับแรกของสื่อ Colateral Media นั้นต้องมีการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายก่อนแล้วจึงจะมีการพูดในส่วนของเนื้อหาสาระที่ต้องการแทรก เพราะถ้าในสื่อมีเนื้อหาครบแต่ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้นั้นก็ไม่ถือว่าสื่อได้ทำหน้าที่ของตนเอง

#### ลักษณะการออกแบบ

ต้องการใช้มุมมองในเชิง Witty Design เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบเพื่อสร้างรูปงาน Colateral Media มีความน่าสนใจและเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่รู้สึก

ว่าเรื่องเกี่ยวกับเพศศึกษาเป็นเนื้อเรื่องที่เป็นออกมาในเชิงวิชาการเป็นส่วนใหญ่ โดยต้องการทำให้สื่อสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอันดับแรกด้วยเหตุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่รูปแบบสื่อที่ทางโครงการจัดทำมานั้นมุ่งเน้นไปทางด้านข้อมูลเป็นหลักโดยไม่คำนึงถึงความน่าสนใจ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายมากเท่าที่ควร

### แบบร่างครั้งที่ 1

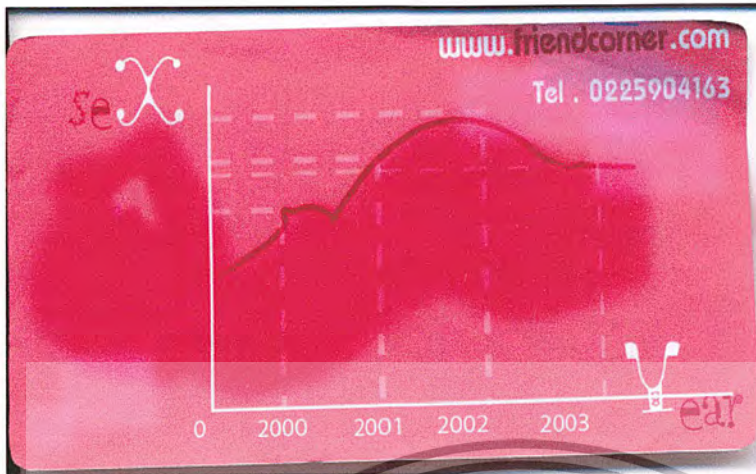


ภาพที่ 1 โปสเตอร์ต้นแบบที่ใช้กันยังไม่สละใฝ่เหมาะแก่กลุ่มเป้าหมาย

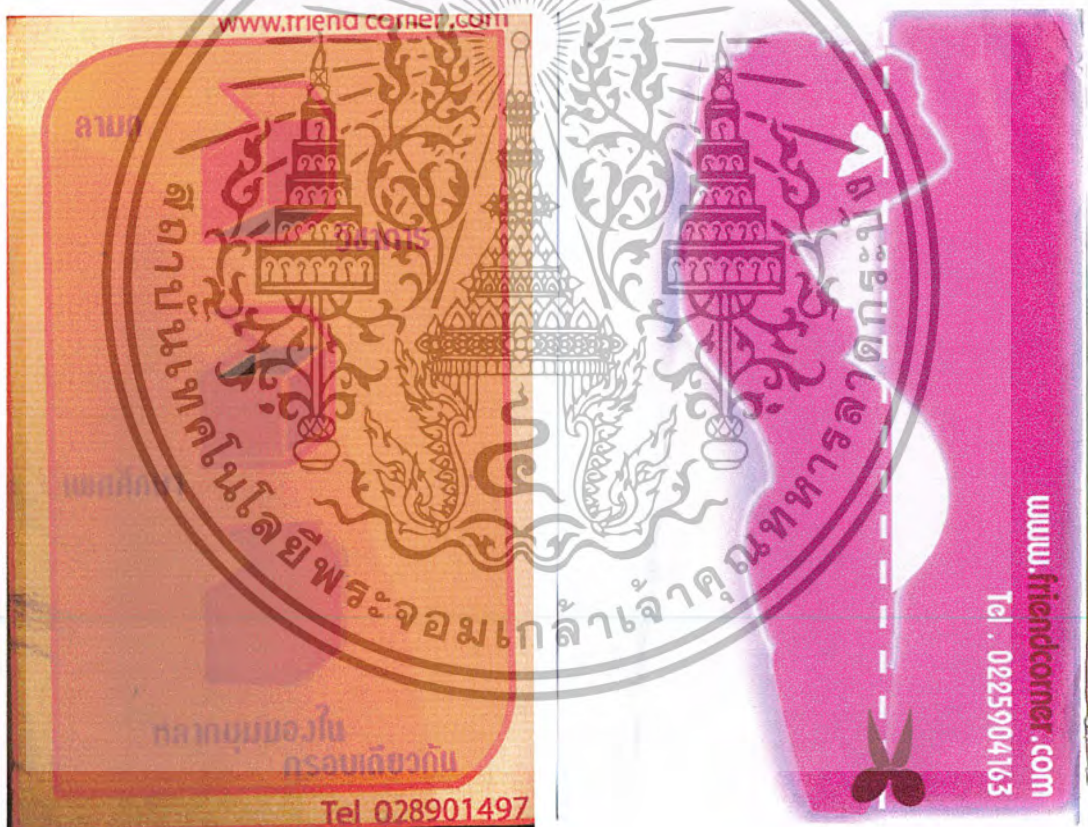


ภาพที่ 2 โปสเตอร์ รูปแบบที่นำเสนอออกมานั้นกลุ่มเป้าหมายยังมองเป็นเรื่องลามกอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 โปสการ์ด รูปยังไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์



ภาพที่ 4 โปสการ์ด รูปไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์

ภาพที่ 5 โปสการ์ด รูปไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6 โปสเตอร์ยังไม่สดใสและภาษายังออกมาไม่กับเป้าหมาย

สรุปแบบร่างครั้งที่ 1

1. แนวความคิดยังไม่ชัดเจน
2. รูปแบบยังไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
3. ยังไม่มีการกำหนดจำนวนงานอย่างชัดเจน

วิธีแก้ไขและปรับปรุงแบบร่างครั้งที่ 1

1. กำหนดปัญหาที่ต้องการสื่อสารว่ามีอะไรบ้าง
2. คุยกับตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายเพื่อหาแนวทางการสื่อสารและขอบเขตในการสื่อสาร
3. กำหนดจำนวนงานให้ชัดเจน
4. ศึกษาการใช้ Colateral Media ในเชิง Witty Design เพื่อหาแนวทางในการออกแบบให้ชัดมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบร่างครั้งที่ 2

จากการสื่อสารพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมายนั้นทำให้สามารถเข้าใจวิธีการสื่อสารได้มี  
ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นจากแบบร่างครั้งแรกได้มีการพัฒนาตัวงานขึ้นดังนี้



ภาพที่ 7 โปสเตอร์รูปแบบใกล้เคียงกันแต่งานกราฟิกยังไม่เหมาะสมนัก



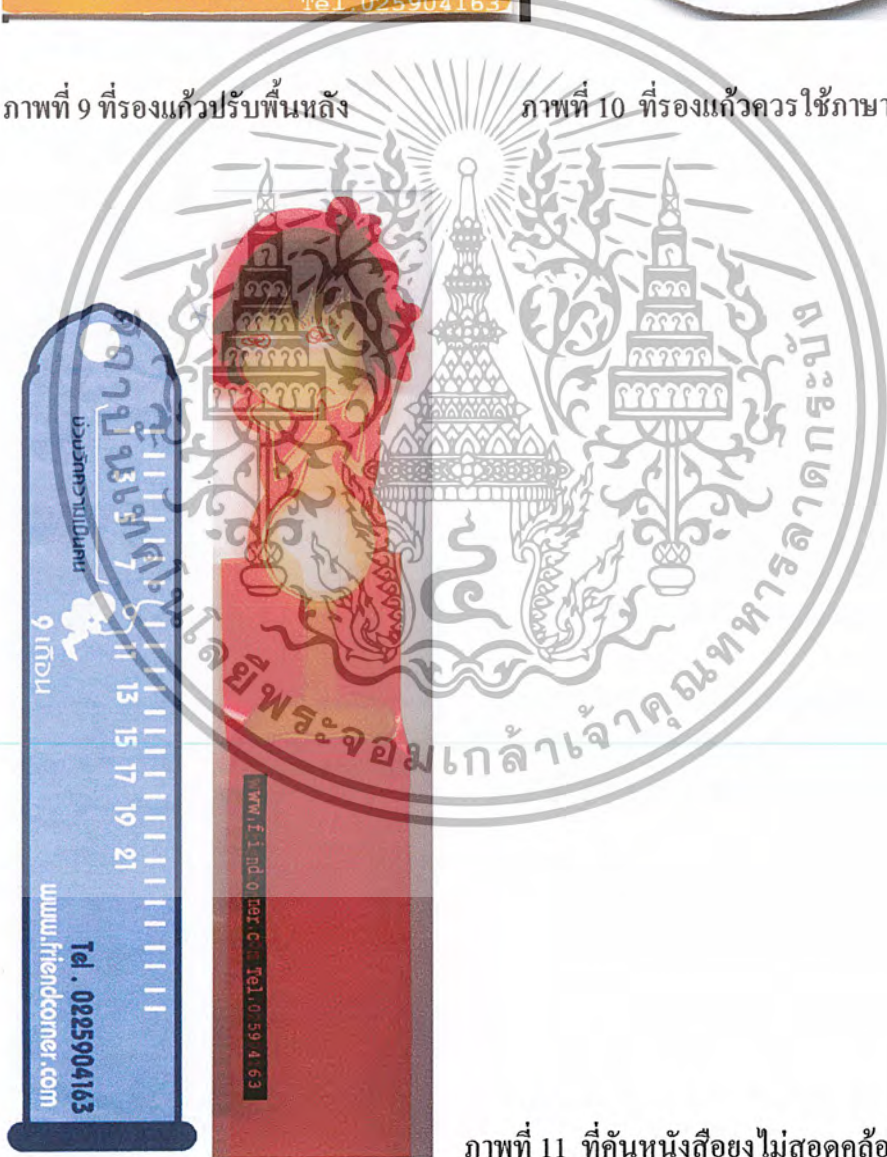
ภาพที่ 8 โปสเตอร์ ภาพออกมาค่อนข้างทะเล็งเมื่อสอบถามจากเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



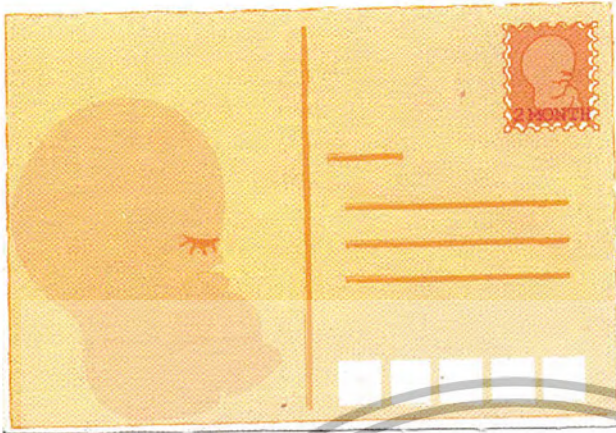
ภาพที่ 9 ที่รองแก้วปรับพื้นหลัง

ภาพที่ 10 ที่รองแก้วควรใช้ภาษาไทย



ภาพที่ 11 ที่คั่นหนังสือยังไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 12 ไปรษณีย์ยังไม่ชัดเจนในเรื่องรูปแบบที่นำเสนอ

สรุปแบบร่างครั้งที่ 2

1. แนวการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายยังไม่ชัดเจน
2. มีการกำหนดรูปแบบตัวละครเพื่องานต่อการสื่อสาร
3. จำนวนงานชัดเจนขึ้น

วิธีแก้ไขและปรับปรุงแบบร่างครั้งที่ 2

1. ปรับแนวทางการสื่อสารให้ชัดเจน
2. คู่กับตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น
3. พัฒนางานกราฟฟิกให้เหมาะสมโดยการตรวจสอบความสนใจกับเป้าหมาย
4. เลือกใช้ Witty Design อยู่ในเกณฑ์ที่กลุ่มสามารถเข้าใจง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ผลงานจริง

จากการทำศึกษาเพิ่มเติมจากส่วนต่างๆ ที่ได้กล่าวในส่วนที่วิธีแก้ไขและปรับปรุงแบบร่างครั้งที่ 2 ทำงานได้ออกมาดังนี้

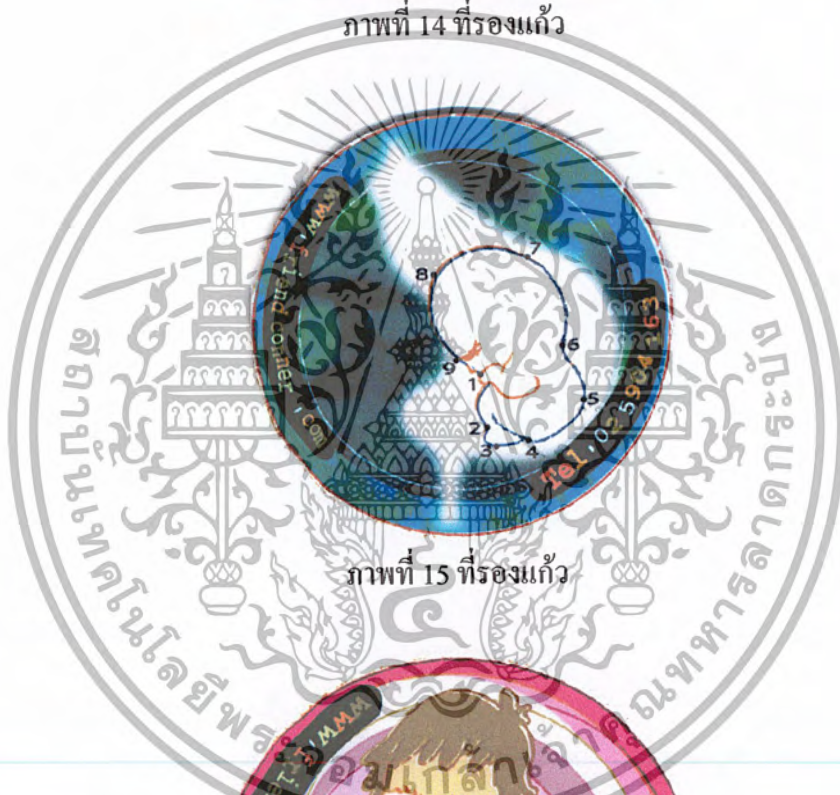


### ภาพที่ 13 ที่ค้นหนังสือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 14 ที่รองแก้ว

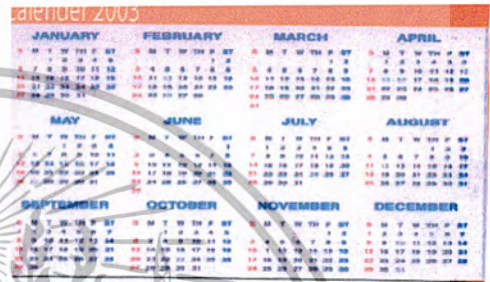


ภาพที่ 15 ที่รองแก้ว



ภาพที่ 16 ที่รองแก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 17 ปฏิทิน

ภาพที่ 18 ปฏิทิน



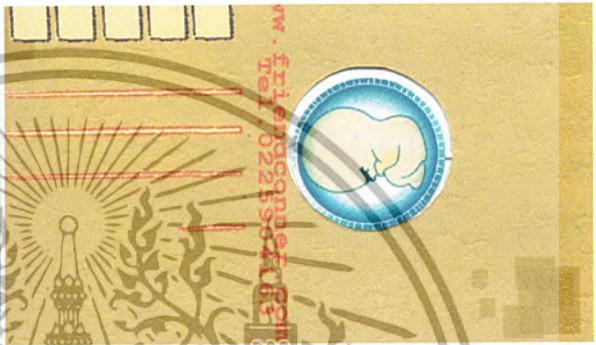
ภาพที่ 19 ปฏิทิน

ภาพที่ 20 ปฏิทิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 21 ไปสการ์ด



ภาพที่ 22 ไปสการ์ด



ภาพที่ 23 ไปสการ์ด



ภาพที่ 24 ไปสการ์ด

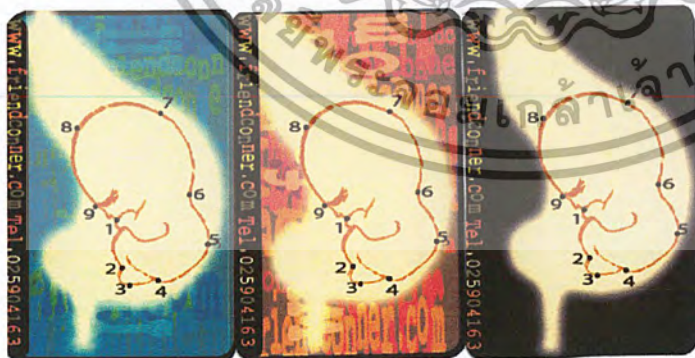
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 25 บัตรรตไฟฟ้า

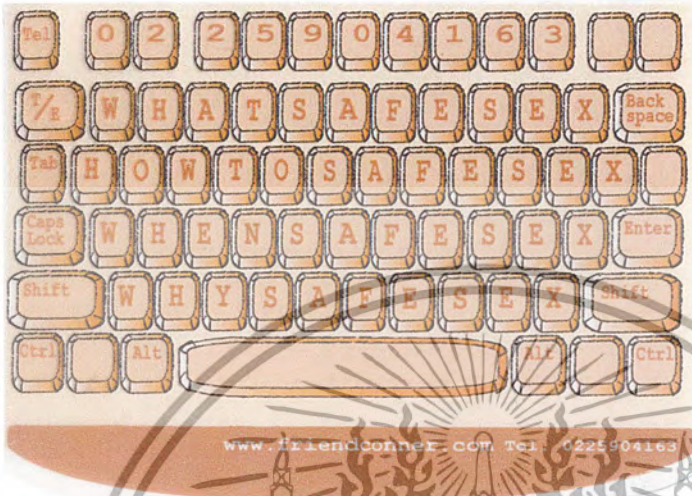


ภาพที่ 26 บัตรรตไฟฟ้า



ภาพที่ 27 บัตรรตไฟฟ้า

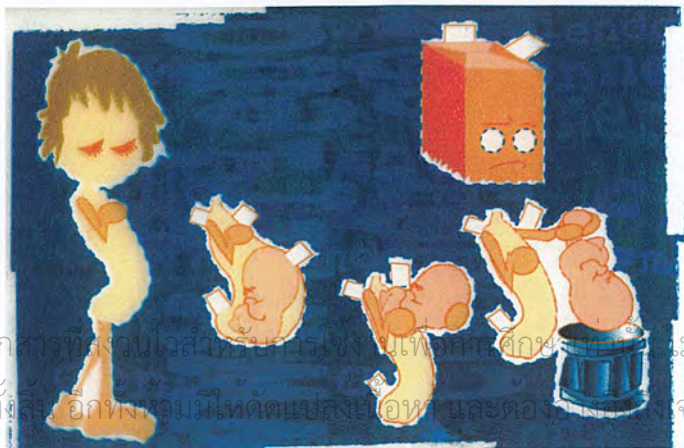
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 28 แผ่นรองเมาท์



ภาพที่ 29 แผ่นรองเมาท์



ภาพที่ 30 แผ่นรองเมาท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้ในเขตการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดลอกไปเผยแพร่และต้องระบุชื่อเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 31 แม่เหล็กติดตู้เย็น

ภาพที่ 32 แม่เหล็กติดตู้เย็น



ภาพที่ 33 แม่เหล็กติดตู้เย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการประเมินผลกับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในช่วงมัธยมปลาย จากที่ตั้งจุดประสงค์เพื่อทำการศึกษาการออกแบบสื่อโดยใช้ Colateral Media ในรูปแบบ Witty Design เลือกสื่อที่เข้ากับเด็กผู้หญิงที่อยู่ในช่วงวัยเรียนได้มีประสิทธิภาพมากที่สุดการดึงดูดความสนใจนับว่าประสบความสำเร็จที่ใช้รูปแบบ Colateral Media ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยรูปแบบสื่อเหล่านั้นจะอยู่กับกลุ่มเป้าหมายได้ในช่วงระยะเวลาหรือตลอดจนหมดอายุการใช้งานของสื่อเหล่านั้นเช่นปฏิทินหรือบัตรรถไฟฟ้าแต่การใช้ Witty Design เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับสื่อได้นั้นมีข้อจำกัดในการสื่อสารเช่นการรูปภาพในการสื่อสารต้องมีความชัดเจนในระดับที่มีความเหมาะสมโดยไม่ควรใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจจากผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านนี้เพื่อเลือกที่เพราะผู้ที่มีประสบการณ์หรือศึกษาทางงานเกี่ยวกับศิลปะย่อมสามารถวิเคราะห์รูปแบบของ Witty Design ได้ดีกว่าคนทั่วไปแต่ในความเป็นจริงกลุ่มเป้าหมายมีเพียงจำนวนไม่มากที่สามารถเข้าใจสื่อที่นำเสนอได้ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบที่ซับซ้อนเกินไปเหลือควรใช้ copy เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารอีกด้วย

#### ข้อดี

- 1 รูปแบบสื่อมีความเหมาะสมตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้คือ กลุ่มเป้าหมายมีการรับสื่อโดยไม่ได้ตั้งใจหรือรู้สึกเงิน อยาเวลารับสื่อ
- 2 รูปแบบสื่ออยู่กับกลุ่มเป้าหมายตามระยะเวลาของสื่อ
- 3 รูปแบบ สื่อ ตัวการ์ตูน ทำออกมาได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

#### ข้อเสีย

- 1 การสื่อสารยังไม่ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้คือรูปแบบสื่อไม่ชัดเจนว่าเป็นหัวข้อใด
- 2 ควรใช้ copy ประกอบรูปเพื่อช่วยในอธิบาย
- 3 ค่าใช้จ่ายในการจัดทำอาจเกินงบที่ทางโครงการสามารถจัดทำได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

กรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข. โครงการ Friendconner คู่มือการให้บริการ .

กรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข , 2543.

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. สื่อเพื่อชุมชนการประมวลองค์ความรู้ .

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) , พฤษภาคม 2543.

สมพร อินทร์แก้ว. เตรียมตัวเป็นครอบครัว. สำนักพัฒนาสุขภาพจิตพิมพ์ครั้งที่แรก , พ.ศ.

2543.

อรนงค์ อินทรจิตร, ดร. นรินทร์ กรินชัย. แนะนำ ปกเกล้าการพิมพ์พิมพ์ครั้งแรก , พ.ศ.2545.

เอกสารข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

<http://www.friendconner.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้แต่ง

นายศศิพงษ์ จิตต์ในธรรม

สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษาจากโรงเรียนสตรีจารุพัฒนานุกูล

สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนทวีธาภิเศก สายวิชาศิลป์ – ภาษา

มีความสนใจในงานศิลปะจนกระทั่งสามารถสอบเข้าสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีโอกาสได้รวมกิจกรรมทางมหาลัยโดยเป็นตัวแทนในการติดต่อจัดทำสมุดประจำปีของทางภาควิชาเพื่อหากองทุนใช้สำหรับกิจกรรมทางภาควิชา และได้มีโอกาสติดต่อภาคเอกสารในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง จากการสอบเข้าที่นี้ได้นับเป็นความสำเร็จอย่างหนึ่งของข้าพเจ้าเพราะได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน ๆ ทางภาควิชา เป็นส่วนทำให้ข้าพเจ้ามีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ชั้นปี 1 เป็นต้นมาความประทับใจในการเรียนการ เพื่อนที่เรียนรวมกัน ทำให้การเรียนที่สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นประสบการณ์ที่สำคัญมากต่อชีวิตข้าพเจ้า

นายศศิพงษ์ จิตต์ในธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้