



● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

สื่อสารสร้างสังคม นมแม่

โดย

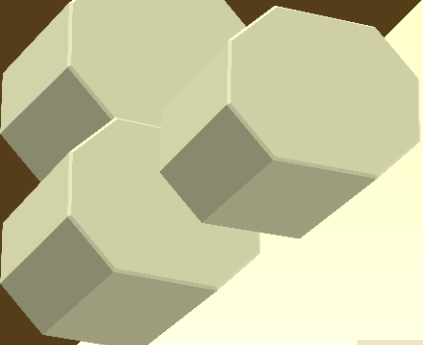
อาจารย์สง่า ดามาพงษ์

ที่ปรึกษากรมอนามัย

ผู้ทรงคุณวุฒิ สสส.

**“...การสื่อสาร
เป็นยุทธศาสตร์สำคัญ
ที่จะขับเคลื่อนสังคมไทย
สู่สังคมแห่งการเลี้ยงดู
ด้วยนมแม่...”**

“...การสื่อสาร
เป็นเส้นทางสู่
การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม
ผู้ที่เกี่ยวข้องต่อการส่งเสริม
การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่...”



ผู้ที่เกี่ยวข้องคือ

1 ผู้กำหนดนโยบาย

2 เจ้าหน้าที่ของรัฐ

3 ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

4 แม่และครอบครัว

5 ผู้นำการเปลี่ยนแปลง

6 คนในสังคม

การสื่อสารที่สมบูรณ์
ต้องทำให้ครอบคลุม
ผู้ที่เกี่ยวข้องเพราะคนเหล่านั้น
คือ.....Target Group
ของการสื่อสาร

การสื่อสารต้องกำหนด

วัตถุประสงค์

เนื้อหา/ประเด็น

ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย



วัตถุประสงค์การสื่อสาร

ต้องสอดคล้องกับ
นโยบาย

ต้องสอดคล้องกับ
ยุทธศาสตร์ใหญ่

ต้องสอดคล้องกับ
กลุ่มเป้าหมาย



ตัวอย่างประเด็นการสื่อสาร

- 1** ลดการสื่อสารประโยชน์นมแม่
- 2** เน้นการสื่อสารเพื่อช่วยแม่ที่ทำงาน
- 3** เน้นการสื่อสารเพื่อสร้าง Bf.literacy
- 4** เน้นการสื่อสารเพื่อสร้างแม่ช่วยแม่
- 5** เน้นการสื่อสารให้เกิด Good Bf. Practice (GBP)



ในปี 2561 ประเด็นที่ต้องเน้นคือ

- 1 สื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจต่อ พรบ.นมผง
- 2 สื่อสารเพื่อให้ 162 สู่การปฏิบัติ
- 3 สื่อสารเพื่อขยายBf.ในสถานประกอบการ
- 4 สื่อสารเพื่อสร้างชุมชนนมแม่
- 5 สื่อสารให้ปลอดภัยธรรมชาติ

ห่วงเวลาการสื่อสารกับแม่

คลินิกฝากครรภ์



ห้องคลอด

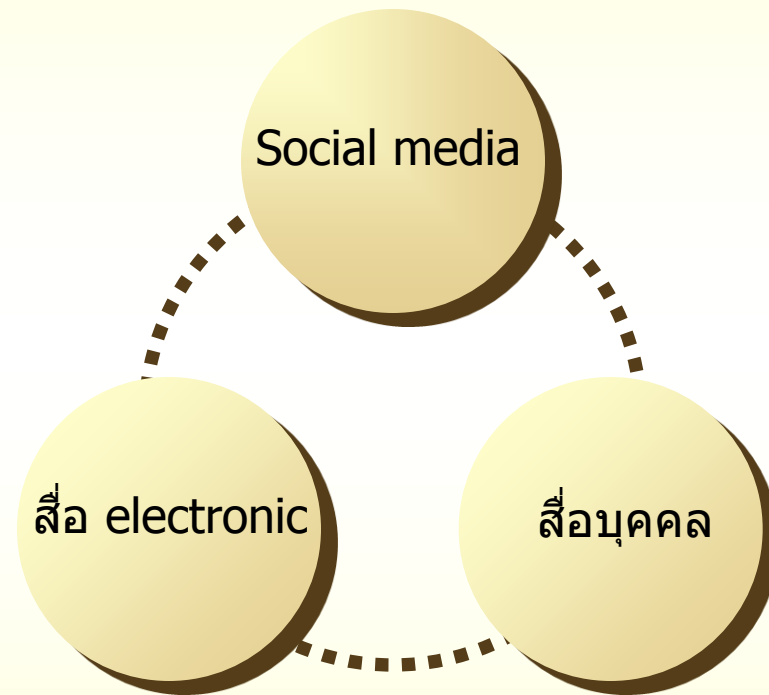


หลังคลอดใน รพ.



กลับบ้าน

ช่องทางการสื่อสาร



มศท. มีหน้าที่ด้านการสื่อสาร
คือ
การสร้างต้นแบบการสื่อสาร
เพื่อ
ถ่ายทอดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ไปปฏิบัติให้ครอบคลุมทั่วประเทศ



ก้าวสู่สังคมนมแม่อย่างยั่งยืน

- 1 ใช้แนวคิด CIT
- 2 ปลุก BFHI ใหม่ให้สอดรับปัจจุบัน
- 3 บังคับใช้ พรบ.นมผงจริงจัง
- 4 เน้น Networking
- 5 สร้างกระแสสังคมต่อเนื่อง
- 6 R&D

อย่าลืม

นมแม่อย่างเดียว

ไม่สามารถทำให้เด็กไทยเติบโตใหญ่แข็งแรงได้

แต่หลัง 6 เดือนแล้ว

การสื่อสารอาหารตามวัยควบคู่นมแม่

คือสิ่งที่เราจะละเลยไม่ได้

คำถามที่ท้าทายในวันนี้

เรามีรูปแบบการสื่อสาร

อาหารตามวัยดีจริงแล้วหรือ???



ขอบคุณและสวัสดีครับ

อาจารย์สง่า ดามาพงษ์

