

๑. ชื่อเรื่อง : โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม
เป็นนักจัดการความรู้ที่เชี่ยวชาญในการส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มวัยภายใต้วิถีชีวิตใหม่
(New Normal)

๒. ชื่อเจ้าของผลงาน : นายสมศักดิ์ ปิ่นนาค นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ (ข้าราชการ)

๓. ชื่อหน่วยงาน : กลุ่มสร้างเสริมศักยภาพเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

๔. หลักการและเหตุผล

สำนักส่งเสริมสุขภาพ มุ่งมั่นพัฒนาเพื่อเป็นองค์กรหลักของประเทศในการส่งเสริมสุขภาพ และอนามัยสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพดี การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีศักยภาพ สามารถแข่งขันได้ ทั้งในระดับพื้นที่ และระดับสากล จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบันในยุคแห่งการแข่งขัน ไร้พรมแดน (Globalization) โดยต้องอาศัยความรู้ความสามารถของบุคลากร องค์ความรู้และทักษะที่หลากหลาย รอบด้าน เช่น การจัดการความรู้ส่งเสริมสุขภาพกลุ่มวัย การสร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะในการสื่อสารในยุคดิจิทัล ทักษะด้านภาษา ทักษะในการจัดการด้านสุขภาพ การประสานงานเครือข่ายเชิงบูรณาการ ทักษะการออกแบบ และพัฒนาการดำเนินงานตามภารกิจภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) เป็นต้น รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ของภัยคุกคามจากภายนอกอย่างเท่าทันของยุคดิจิทัล ในศตวรรษที่ ๒๑ ถือเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและวิธีการทำงาน ทำให้บุคลากรต้องปรับตัว และยกระดับสมรรถนะของตน เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถเป็นกำลังสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กร สู่องค์กรสมรรถนะสูง ตลอดจนการพัฒนาประเทศให้ก้าวไกลสู่ระดับโลก

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อพัฒนาบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการสื่อสาร ในยุคดิจิทัล มีการจัดการข้อมูลด้านสุขภาพภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ของภัยคุกคามจากภายนอกอย่างเท่าทันของยุคดิจิทัล ในศตวรรษที่ ๒๑ เพิ่มขึ้น

๕.๒ เพื่อพัฒนาบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพ ให้มีความสามารถในการสื่อสารการตลาด การสร้างแบรนด์ ของชุดความรู้และผลงานวิชาการ กลยุทธ์ในการรณรงค์การดูแลสุขภาพภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) สุขภาพตนเอง

๖. วิธีการ/ขั้นตอนการดำเนินงานตามกระบวนการ

๖.๑ จัดทำแบบสำรวจความต้องการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพ

๖.๒ วิเคราะห์ สังเคราะห์ความต้องการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพ

๖.๓ จัดทำแผนงาน/โครงการตามกำหนดการ และระยะเวลาที่สำนักส่งเสริมสุขภาพกำหนด

๖.๕ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม
เป็นนักจัดการความรู้ที่เชี่ยวชาญในการส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มวัยภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal)
ทั้ง ๓ ระยะ

๗.สรุปและข้อเสนอแนะ

การดำเนินงานโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพด้านการสร้างสรค์นวัตกรรม
เป็นนักจัดการความรู้ที่เชี่ยวชาญในการส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มวัยภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal)
โดยกลุ่มเป้าหมายคือ บุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพ จำนวน ๔๐ คน มีผลการดำเนินงาน
ดังนี้

[illegible]

๒.การประชุมปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพ
ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นนักจัดการความรู้ที่เชี่ยวชาญในการส่งเสริมสุขภาพตาม
กลุ่มวัยภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ระยะ ๒ เรื่อง “นักส่งเสริมสุขภาพ
กับการสร้างแบรนด์และการตลาดในยุคดิจิทัล” ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๕ กุมภาพันธ์
๒๕๖๔ ณ โรงแรมอารีดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพมหานคร

ที่แนบมานี้

๓. กำหนดการประชุมปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นนักจัดการความรู้ที่เชี่ยวชาญในการส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มวัยภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New

Normal) ระยะ 3 เรื่อง “นักการจัดการข้อมูลด้านการส่งเสริมสุขภาพสู่การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ” ระหว่างวันที่ 25 – 26 มีนาคม 2564 ณ โรงแรมมาริตาเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพมหานคร

จากผลการดำเนินงานในการประชุมปฏิบัติการระยะที่ ๑ และ ระยะ ที่ ๒ พบว่า บุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพที่เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจต่อการอบรมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และได้รับการพัฒนาที่ตรงกับความต้องการของตนเอง รวมถึงการนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการปรับทัศนคติเชิงบวก การจัดการข้อมูลข่าวสาร การสังเคราะห์ข้อมูลด้านสุขภาพและการนำเสนอผลงานอย่างมีประสิทธิภาพ

แผนการดำเนินงานในการประชุมปฏิบัติการระยะที่ ๓ เป็นการดำเนินงานต่อเนื่อง ซึ่งในครั้งนี้เป็นการจัดทำสื่อ โดยบุคลากรที่เข้ารับการอบรมทุกคนต้องจัดทำสื่อและนำเสนอผลงานอย่างมืออาชีพ

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่มีความแตกต่างทางวิชาชีพ จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้และฝึกฝน จึงควรมีการพัฒนาเป็นประจำ จึงเสนอให้มีการสรุปและนำเสนอผลงานของผู้ที่ได้รับอบรมในทุกๆ เดือน ในรูปแบบของ One Page โดยการใช้โปรแกรม CANVA ที่สามารถทำได้ทั้งในโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นการฝึกทักษะของการนำเสนอผลงานอยู่เป็นประจำ หากผู้เข้ารับการอบรมได้รับการปฏิบัติเป็นประจำ จะสามารถจัดการข้อมูลความรู้เพื่อการนำเสนอที่ดีได้ในลำดับต่อไป

ภาคผนวก : หลักฐานเพิ่มเติม

การจัดทำ One Page



กรมอนามัย
DEPARTMENT OF HEALTH

ภาพข่าวกิจกรรม

สำนักส่งเสริมสุขภาพ

ฉบับที่



จัดทำโดย กลุ่มสร้างเสริมศักยภาพเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ



TODAY'S BUZZ > วันที่ 28 มกราคม 2564

โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพด้านการสร้างเสริมวัฒนธรรมเป็นนักจัดการความรู้ที่เชี่ยวชาญในการส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มวัยภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ระยะที่ 1 (ระหว่างวันที่ 28-29 ม.ค. 2564)

ประธานในการประชุม: นายแพทย์เอกชัย เพียรศรีวัชรา
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมสุขภาพ

วัตถุประสงค์

สำนักส่งเสริมสุขภาพให้ความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้บุคลากรมีองค์ความรู้เพิ่มมากขึ้น ได้รับการพัฒนาในด้านกรอบความคิด ให้สามารถทำงานตามบทบาทหน้าที่ของตนเอง มีทัศนคติเชิงบวก เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เกิดความรักความผูกพันในองค์กร ตลอดจนเกิดทักษะ (Skills) ในการทำงานในยุคดิจิทัล นำไปสู่การสร้างผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมด้านการส่งเสริมสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรและประชาชน รวมถึงสามารถประสานการทำงานและการใช้ชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพในยุควิถีชีวิตใหม่ กิจกรรมนี้ จึงมีความสำคัญ และเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมประชุมที่จะได้เรียนรู้ เพื่อพัฒนาตนเองให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

รูปแบบการประชุม: มีการบรรยายให้ความรู้และ การฝึกปฏิบัติ เรื่องการสร้าง Growth Mindset ปลุกพลังแห่งความคิด เพื่อพัฒนาตัวเองเป็นนักส่งเสริมสุขภาพภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) และการพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อการสื่อสารสุขภาพ ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วยบุคลากรจากสำนักส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งสิ้นจำนวน 37 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพ ให้เป็นนักส่งเสริมสุขภาพภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก มีหลักการคิด มีจิตใจที่มุ่งมั่น (Mindset) รวมถึงการมีความสามารถในการสร้างเสริมวัฒนธรรมและพัฒนาตนเองให้เป็นนักจัดการความรู้ที่เชี่ยวชาญในการส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มวัย และก้าวสู่เป็นนักส่งเสริมสุขภาพในยุคดิจิทัล รวมถึงการมีบุคลิกภาพที่ดี มีทัศนคติเชิงบวก ที่จะส่งผลให้บุคลากรเป็นกลุ่มคนต้นแบบ ทำให้เกิดความรักความผูกพันของคนในองค์กร และเกิดความรักต่อองค์กรได้ในที่สุด

ความคาดหวังจากผู้บริหาร:

1. เสนอแนะให้มีการประเมินผลและระบบการติดตามศักยภาพต่อเนื่องเพื่อพัฒนาตนเองของผู้เข้าเรียนหลักสูตรต่อเนื่องทั้ง 3 ระยะ และการให้มีการแลกเปลี่ยนบุคลากรในการเข้าร่วมประชุมปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาผู้เข้าร่วมประชุม และเพื่อพัฒนาสำนักส่งเสริมสุขภาพสู่การเป็นหน่วยงานหลัก (backbone) ของงานด้านส่งเสริมสุขภาพ
2. ค้นหาการขับเคลื่อนแบบหน่วยงานเอกชน business model ที่ประสบความสำเร็จได้จาก 1. การจัดการความรู้: สำนักสส ต้องมีข้อมูลพื้นฐานและทรัพยากรที่พร้อมที่ดี นำไปสู่การจัดการความรู้และสร้างนวัตกรรม เป็นอาวุธในการขับเคลื่อนเป็นหัวเรือหลักแต่ผู้อื่น 2.การจัดการและบริหารงานภาครัฐเครือข่ายร่วมคิดร่วมทำกับภาคีเครือข่าย ไม่คิดแต่ในกรอบในกรม พัฒนาผู้รับนโยบายอย่างไรให้มีความเข้าใจและศักยภาพเพียงพอ

TODAY'S VIBES >



กรมอนามัยส่งเสริมให้คนไทยสุขภาพดี

www.anamai.moph.go.th



กรมอนามัย
DEPARTMENT OF HEALTH

ภาพข่าวกิจกรรม

สำนักส่งเสริมสุขภาพ

ฉบับที่ 25 ก.พ. 64

จัดทำโดย กลุ่มสร้างเสริมศักยภาพเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

การประชุมปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพฯ ระยะ 2
เรื่อง “นักส่งเสริมสุขภาพกับการสร้างแบรนด์และการตลาดในยุคดิจิทัล”
ในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2564 ณ โรงแรมอมาริตอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำนักส่งเสริมสุขภาพ ให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการสร้างแบรนด์ (Brand Identity) และการจัดการแบรนด์ (Branding) ให้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย นำไปสู่การสร้างผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมที่มีคุณค่า เพื่อพัฒนา ไปสู่องค์กร



สิ่งที่ต้องพัฒนาต่อไป

1. ทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล หรือหาผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ข้อมูล (ลูกค้า/บริการ) จัดทำแผนการดำเนินงานเพื่อการสื่อสารข้อมูลสุขภาพได้รับการจัดทำ Data เพื่อใช้ในการประเมินความต้องการของกลุ่มลูกค้า รวมถึงแนวคิดในการให้ความสำคัญกับ Brand โดยมองภาพรวมงานหรือกิจกรรมต่างๆ ภายใต้งค์กร
2. การสร้าง Brand ของสำนักส่งเสริมสุขภาพที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

สิ่งที่เรียนรู้

หลักในการสร้าง Brand

1. รู้จักตัวตนของเรา (องค์กร) รู้จักลูกค้า (สิ่งสำคัญ) สร้าง Content ที่ดึงดูดใจ สื่อสารออกไป และพัฒนาอยู่ตลอด
2. Brand จะต้องเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญขององค์กรที่ “จำได้ จำง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่ซ้ำใคร”
3. การสร้าง หรือ พัฒนาคอน เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องทำก่อนสร้าง Brand เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
4. ผู้บริหาร และพนักงานต้องให้ความสำคัญ และหมั่นเล่าเรื่องราวของ Brand ให้กับบุคคลอื่นได้ฟังอยู่เสมอ เพราะ Brand สะท้อนตัวตนขององค์กร ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่า ความไว้วางใจ สร้างความรู้สึกให้ลูกค้าภูมิใจที่ได้ใช้สินค้าและบริการ

หลักการตลาด

1. การตลาดที่มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง คือ การตลาดที่มาจาก Pain Point (จุดเจ็บปวด, ปัญหา) ที่ลูกค้า/ผู้ให้บริการประสบปัญหา ซึ่งสินค้าและบริการที่จะสร้างต้องมุ่งไปที่ลูกค้า/ผู้ให้บริการได้ประโยชน์อะไร (เป็นสิ่งสำคัญ) ต้องเข้าใจลูกค้า/ผู้ให้บริการ การสร้าง Brand จึงจะมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
2. การตลาด คือ กระบวนการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ไปยังลูกค้า โดยใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้เข้าใจว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายใน คือ SW และปัจจัยภายนอก คือ OT กำหนดรูปแบบของการสื่อสารให้ตรงกับยุคสมัย ทำความเข้าใจถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้า และให้ตรงกับความต้องการ เช่น อายุ ลักษณะความชอบทางเพศ (LGBTQIA) เพราะบุคคลในแต่ละวัยในแต่ละกลุ่ม มีความต้องการที่แตกต่างกันตามบริบท

กรมอนามัยส่งเสริมให้คนไทยสุขภาพดี

www.anamai.moph.go.th

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

