

รายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินงานสร้างเสริมสุขภาพช่องปาก

ในสถานประกอบการ

วันที่ ๒๖ - ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๖

ณ โรงแรมเอปี่น่า เฮ้าส์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

๑. อภิปราย ขยายงานสุขภาพอย่างไร ให้ได้ใจคนในสถานประกอบการ

โดย นายทวี คงนุช ผู้อำนวยการความปลอดภัย และนางจรินทร์ยา ชำปฏี เจ้าพนักงานทันตสาธารณสุข
ชำนาญงาน สสจ.สมุทรปราการ

วิธีการในการเริ่มต้นเข้าไปดำเนินงานสร้างเสริมสุขภาพช่องปากในสถานประกอบการ มีดังนี้

- ตั้งเป้าหมายโครงการ และภาพรวมกิจกรรมที่จะดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- สำรวจจำนวนสถานประกอบการที่มีอยู่ในเขตที่รับผิดชอบ รายชื่อบริษัท รายชื่อผู้ประสานงาน และเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ โดยอาจจะเริ่มเข้าทำงานกับสถานประกอบการที่เคยมีการร่วมงานกันมาก่อนเพื่อความสะดวกในการเข้าเจรจา

- ทำความรู้จักรูปแบบของสถานประกอบการ และทำความเข้าใจลักษณะการทำงาน บริบทของบุคลากร ความเสี่ยง รวมไปถึงสิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการแต่ละแห่ง เพื่อจะได้นำไปวิเคราะห์และวางแผนการดำเนินการให้สอดคล้องกับบริบทของสถานประกอบการ

- ติดต่อประสานงานกับฝ่าย HR หรือจป. ของสถานประกอบการ ซึ่งเป็นผู้ที่สามารถช่วยประสานงานและรวบรวมพนักงานมาร่วมกิจกรรมได้มากที่สุด แนะนำให้ขอเข้านัดพบที่บริษัทเพื่อได้เจรจาต่อหน้า

- แนะนำตัวอย่างเป็นกันเองและนำเสนอโครงการที่น่าสนใจ โดยพยายามชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ทางสถานประกอบการและพนักงานจะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมให้เป็นรูปธรรม และนำเสนอสิ่งที่ทางเราสามารถให้การสนับสนุน เช่น องค์ความรู้ สื่ออุปกรณ์ต่างๆ ระบบการนัดหมายการรักษาทางทันตกรรม เป็นต้น

- วางแผนการดำเนินโครงการร่วมกัน เช่น รูปแบบการดำเนินกิจกรรม ระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละกิจกรรม สถานที่จัดกิจกรรม การจัดลำดับพนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรม การประชาสัมพันธ์โครงการ และการประเมินผลต่าง ๆ

บริษัท สยามอีเอสเบตเตอร์ จำกัด เป็นบริษัทที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นโรงงานเคมีที่มีสารอันตรายส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานในระยะยาวได้ อีกทั้งมีมุมมองว่าการดูแลผู้ปฏิบัติงานให้มีสุขภาพที่ดีจะสามารถทำงานให้กับองค์กรได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ไร้ปัญหาการลาหยุดงาน ทางบริษัทมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในองค์กรมากมาย เช่น การติดตามสารตะกั่วทุกเดือน การตรวจสุขภาพประจำปี ตลาดนัดสุขภาพ เสียงตามสาย Morning talk เป็นต้น ทางบริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของสุขภาพช่องปากเช่นกัน จึงได้ร่วมกับทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการในการสร้างเสริมสุขภาพช่องปากแก่ผู้ปฏิบัติงานในบริษัท โดยกิจกรรมมีดังนี้ ลงทะเบียนรับแปรงสีฟัน-ยาสีฟัน ฝึกแปรงเหง้า ตรวจสุขภาพช่องปาก นัดหมายรับบริการในหน่วยบริการภาครัฐและเอกชนที่ได้ประสานงานไว้ และติดตามผลการดำเนินการ โดยทางบริษัทได้มีการเตรียมความพร้อม

ตั้งแต่การประชาสัมพันธ์กิจกรรม กำหนดเป็นกิจกรรมสำคัญหากฝ่ายใดไม่สามารถเข้าร่วมได้จำเป็นต้องชี้แจงเหตุผลต่อประธานบริษัท จัดเตรียมตารางเวลาพร้อมสถานที่ จัดลำดับการเข้าตรวจของผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่ายให้มีความราบรื่นมากที่สุด จัดเตรียมทีมงานคอยให้คำแนะนำและให้กำลังใจผู้ปฏิบัติงานระหว่างดำเนินกิจกรรม และติดตามผลการตรวจและการเข้ารับการรักษาทางทันตกรรมของผู้ปฏิบัติงานตามที่ได้รับคำแนะนำไว้

สรุปสิ่งสำคัญในการทำงานสุขภาพช่องปากในสถานประกอบการให้ได้ผลสำเร็จ คือ เข้าใจคนทำงาน เข้าถึงบริการ สร้างความประทับใจ และการประสานงานอย่างต่อเนื่อง

๒. บรรยาย เรื่องเล่าเร้าพลัง (LIKE TALK) การดำเนินงานสถานประกอบการส่งเสริมสุขภาพช่องปาก

โดย ตัวแทนจากเขตสุขภาพที่ ๑ - ๑๒

ให้ข้อเสนอแนะ โดย ทันตแพทย์หญิงสุรรัตน์ มงคลชัยอรัญญา รักษาการทันตแพทย์ทรงคุณวุฒิ (ด้านทันตสาธารณสุข) และ ทันตแพทย์หญิง นนทินี ตั้งเจริญดี หัวหน้ากลุ่มงานพัฒนาสุขภาพวัยรุ่นและปัจจัยเสี่ยง

การนำเสนอเรื่องเล่าเร้าพลังการดำเนินงานสถานประกอบการส่งเสริมสุขภาพช่องปาก มีจำนวนทั้งหมด ๑๓ เรื่อง ได้แก่

เขตสุขภาพที่ ๑ “๕ FACTS ABOUT โรงงานกับฟัน ที่ไม่ FUN อย่างที่คิด” โรงพยาบาลลำพูน จังหวัดลำพูน

เขตสุขภาพที่ ๒ “ร่วมกันใส่ใจ วยทำงานฟันดี ที่บริษัทอรธูนิ” โรงพยาบาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช จังหวัดตาก

เขตสุขภาพที่ ๓ “บรรพตร่วมใจ สุราไทยยั่งยืน” โรงพยาบาลบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์

เขตสุขภาพที่ ๔ “TELEDENT TELEJAI” รพ.สต.บ้านแค จังหวัดอุทัย

เขตสุขภาพที่ ๕ “สถานประกอบการส่งเสริมสุขภาพช่องปาก บริษัทอินโดรามา โพลีเอสเตอร์ อินดัสตรีส์”โรงพยาบาลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

เขตสุขภาพที่ ๖ “โครงการส่งเสริมทันตสุขภาพวัยทำงาน ผ่านบริการทันตกรรมทางไกล จังหวัดฉะเชิงเทรา 2566” โรงพยาบาลฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา

เขตสุขภาพที่ ๗ “โรงงานฟันดีที่โชคชัย” โรงพยาบาลโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

เขตสุขภาพที่ ๘ “ไม่ว่าโรงงานจะอยู่ไกลแค่ไหนหมอฟันจะอยู่ใกล้คุณเสมอ” จากรพ.สต.บ้านกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

เขตสุขภาพที่ ๑๐ “อ่าเกอเล็ก...หัวใจใหญ่” โรงพยาบาลสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี

เขตสุขภาพที่ ๑๑ “อา-ซี-วะ-นำ-พา” โรงพยาบาลท่าโรงช้าง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เขตสุขภาพที่ ๑๑ “ล่องใต้” สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกระบี่

เขตสุขภาพที่ ๑๑ “มองมุมกลับ” สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต

เขตสุขภาพที่ ๑๒ “การดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพช่องปากชาวโรงงานศรีตรัง” โรงพยาบาลยี่งอเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา จังหวัดนราธิวาส

โดยรูปแบบการดำเนินกิจกรรมในภาพรวมมีการตั้งเป้าหมาย วางแผน ดำเนินกิจกรรม และการประเมินผลที่คล้ายคลึงกันโดยสรุปได้ดังนี้

- คัดเลือกสถานประกอบการในพื้นที่ที่ให้ความร่วมมือและประสานงานได้

- สํารวจสภาพแวดล้อมสถานประกอบการ และแนะนำการปรับปรุงสภาพแวดล้อมเพื่อให้เอื้อต่อสุขภาวะที่ดีของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร สํารวจปัญหาทันตสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานเพื่อนํามาเป็นข้อมูลในการวางแผนดำเนินกิจกรรม

- ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ข่าวสารด้านสุขภาพช่องปาก ข้อมูลสิทธิในการรักษาทางทันตกรรม แนะนำการใช้แอปพลิเคชันฟันดี บางพื้นที่มีการใช้ Line OA เป็นช่องทางในการสื่อสาร เก็บข้อมูล และประเมินผล

- กิจกรรมประกอบด้วย การให้ความรู้ด้านทันตสุขภาพ การดูแลทำความสะอาดช่องปากอย่างถูกวิธี แนะนำการใช้แอปพลิเคชันฟันดี การตรวจสุขภาพช่องปากรายบุคคลพร้อมวางแผนการรักษา การนัดหมายเข้ารับการรักษาทางทันตกรรมทั้งโรงพยาบาล รพ.สต. โรงพยาบาลเอกชน และคลินิกเอกชน

- กิจกรรมเสริมอื่น ๆ ได้แก่ จัดอบรมอาสาสมัครทันตกรรมประจำโรงงาน กิจกรรมประกวดผู้ปฏิบัติงานต้นแบบด้านสุขภาพช่องปาก การตรวจฟันด้วย intraoral scanner การใช้แอปพลิเคชันหมอฟรีมในการนัดหมาย การใช้ Teledent ในกรณี consult case การรวมทีมสหวิชาชีพในการดำเนินกิจกรรม

- การประเมินและติดตามผล เช่น เปรียบเทียบผู้เข้ารับบริการสิทธิประกันสังคมและรายรับจากสิทธิประกันสังคม สํารวจการเข้ารับการรักษาตามทันตกรรมที่ได้นัดหมาย ประเมินทักษะความรู้หลังดำเนินกิจกรรม เป็นต้น

- ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรม ได้แก่ เวลาในการทำกิจกรรมที่จำกัดเพื่อไม่ให้กระทบเวลาทำงานของบริษัท จำนวนทันตบุคลากรที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมมีจำนวนน้อย ขาดสื่อในการให้ความรู้ ขาดแรงบันดาลใจ ขาดงบประมาณจัดกิจกรรม การผัดผ่อนนัดหมายในการรับการรักษา การขนส่งเครื่องมือออกพื้นที่ให้บริการมีจำกัด

- ข้อเสนอแนะ การเข้าถึงผู้ที่สามารถประสานงานต่าง ๆ ในสถานประกอบการได้ การสร้างความต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรม ปรับเพิ่มสิทธิค่าบริการทันตกรรมรายปีแก่ผู้ประกันตนให้สอดคล้องกับค่าบริการปัจจุบัน

ในการนำเสนอมีเรื่องเล่าที่โดดเด่นน่าสนใจ คือ “ไม่ว่าโรงงานจะอยู่ไกลแค่ไหนหมอฟันจะอยู่ใกล้คุณเสมอ” จาก รพ.สต.บ้านกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการให้บริการทันตกรรมทางไกล (Teledentistry) มาร่วมดำเนินกิจกรรมในสถานประกอบการ มีรายละเอียดดังนี้

เป้าหมาย การเข้าถึงบริการทันตกรรมในวัยทำงานเพิ่มขึ้น และมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพช่องปากในสถานประกอบการ

ขั้นตอนเตรียมการ

- ประชุมเตรียมความพร้อม และถ่ายทอดนโยบายการพัฒนาระบบทันตกรรมทางไกลระดับจังหวัดและอำเภอ
- ประสานงาน และเตรียมการ วางแผนร่วมกับสถานประกอบการในเรื่องรูปแบบการดำเนินงาน
- ฝึกทักษะการใช้ Intra-Oral Camera ให้กับเจ้าหน้าที่ในสถานประกอบการ

แผนดำเนินการ

- มีการใช้ระบบ Teledent ในห้องพยาบาลของสถานประกอบการ

- มีระบบการส่งต่อพนักงานมารับบริการโดยนัดวัน เวลา ผ่านแอปพลิเคชันหมอพร้อม
- มีระบบการ consult ของพยาบาลและทันตภิบาล

รูปแบบการดำเนินงาน

- ผู้ปฏิบัติงานที่มีปัญหาสุขภาพช่องปากติดต่อพยาบาลในห้องพยาบาล หรือหากพยาบาลไม่อยู่ ให้กรอกแบบฟอร์มหน้าห้องพยาบาลเพื่อติดต่อกลับ
- พยาบาลตรวจเบื้องต้น ทำการจ่ายยาในรายที่จำเป็น และติดต่อส่งข้อมูลให้ทันตภิบาลผ่านแอปพลิเคชัน หมอพร้อมหรือโทรศัพท์
- ทันตภิบาลประเมินและนัดรับบริการ โดยติดต่อผู้ปฏิบัติงานผ่านหมอพร้อม หรือพยาบาลเป็นผู้ติดต่อผ่านแอปพลิเคชันหมอพร้อม

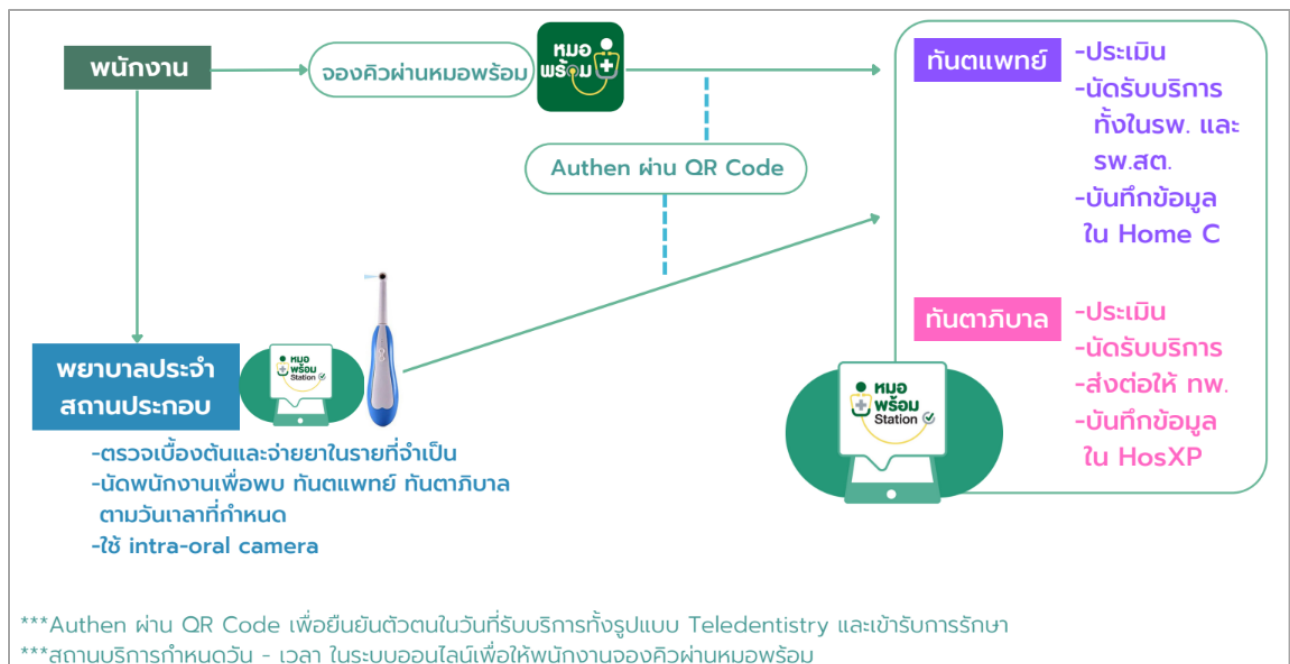
ผลการดำเนินงาน

- พนักงานเข้าถึงบริการด้านทันตกรรมได้สะดวกขึ้น
- พยาบาลสามารถใช้กล้องถ่ายรูปในช่องปากเพื่อส่งประเมินปัญหาในช่องปาก ทำให้ลดขั้นตอนการตรวจได้
- มีระบบติดต่อประสานงานการใช้ระบบบริการทันตกรรมทางไกลที่เป็นรูปธรรมขึ้น
- มีระบบส่งผู้ป่วยมารับบริการทันตกรรมที่รพ.สต.
- สามารถติดต่อและติดตามหลังการรักษาผ่านแอปพลิเคชันหมอพร้อมได้

ปัญหาและอุปสรรค

- ปัญหาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชันหมอพร้อมไม่แจ้งเตือน และการเชื่อมต่อกล้องกับโทรศัพท์
- มีช่วงเวลาจำกัดในการสื่อสารกับคนไข้ และผู้ปฏิบัติงานมีช่วงเวลาทำงานไม่พร้อมกัน

การพัฒนาารูปแบบการดำเนินงาน



๓. บรรยายความสำเร็จในการสร้างเสริมสุขภาพวัยทำงานในสถานประกอบการ

โดย ผู้อำนวยการสำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มีหน้าที่หลักในการสนับสนุนและร่วมมือกับหน่วยงานและภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ทำงานประสานร่วมกันขับเคลื่อนขบวนการสร้างเสริมสุขภาพให้ทุกคนในสังคมไทยมีสุขภาพดีทั้ง ๔ ด้าน ได้แก่ กาย จิต ปัญญา และสังคม สสส.ได้ขับเคลื่อนองค์กรแห่งความสุข “สุขภาพดี มีสุขยั่งยืน พื้นพลังองค์กร” โดยการขับเคลื่อนองค์ความรู้ จัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อในการทำงาน และผลักดันให้เป็นนโยบาย โดยอาศัยการสื่อสาร นวัตกรรม ดิจิตอล เทคโนโลยี และพลังภาคีเครือข่าย ในการขับเคลื่อน สำนักสนับสนุนสุขภาวะในองค์กร (สำนัก ๘) เป็นสำนักเชิงพื้นที่ ที่สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพในกลุ่มคนวัยทำงานในองค์กรโดยใช้แนวคิดองค์กรสุขภาวะ (Happy workplace) โดยมีเป้าหมายให้เกิดเครือข่ายองค์กรสุขภาวะที่ร่วมขับเคลื่อนการสร้างเสริมสุขภาพตามยุทธศาสตร์สสส.

สำนัก ๘ ได้จัดทำแผนสร้างเสริมสุขภาวะในองค์กร มีกลุ่มเป้าหมายเป็นภาคเอกชน ประกอบด้วยสถานประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดย่อม และภาคสาธารณะ ประกอบด้วยข้าราชการ องค์กรพุทธศาสนา มหาวิทยาลัย โดยในกลุ่มวัยทำงานจะมีประเด็นท้าทายด้านสุขภาพที่น่าสนใจ คือ ๑) ด้านสุขภาพกาย ได้แก่ กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ๒) ด้านสุขภาพใจ ได้แก่ ภาวะหมดไฟในการทำงาน และ ๓) ด้านการเงิน ได้แก่ ภาวะหนี้สิน ซึ่งเป้าหมายของแผนนี้คือ ประเด็นสุขภาพสำคัญ พื้นที่นำร่อง และนโยบายสนับสนุน โดยผลการดำเนินงานที่ผ่านมาสามารถสร้างเครือข่ายองค์กรสุขภาวะได้ถึง ๑๔,๕๘๓ องค์กร องค์กรต้นแบบ ๕๙๔ แห่ง นักสร้างสุข ๘,๘๓๙ คน นอกจากนี้ได้ผลักดันแนวคิด Happy ๘ สู่ระดับนโยบาย ได้แก่ มาตรฐานองค์กรแห่งความสุข มาตรฐาน Wellness center รางวัลสถานประกอบการและรัฐวิสาหกิจดีเด่นด้านสุขภาวะองค์กร และกรมพัฒนาฝีมือแรงงานรับรองหลักสูตรเทคนิคสอนงาน (นักสร้างสุขในองค์กร)

โครงการส่งเสริมสุขภาพวัยทำงานในสถานประกอบการ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเสริมการมีวิถีชีวิตสุขภาวะใน ๔ มิติ (กาย จิต สังคม จิตปัญญา) ร่วมกับกรมอนามัย โดยมีกลยุทธ์ด้านนโยบาย คือ กำหนดให้เป็นนโยบายกรมอนามัย สนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพวัยทำงานในสถานประกอบการโดยใช้แนวคิดองค์กรสุขภาวะ กลยุทธ์ด้านองค์ความรู้และนวัตกรรม คือ สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมเครื่องมือต่าง ๆ ด้านการส่งเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ เพื่อสร้างและขยายผลงานสร้างเสริมสุขภาพในสถานประกอบการครอบคลุม ๔ มิติ และกลยุทธ์การสร้างภาคีเครือข่าย คือ ส่งเสริมสถานประกอบการให้มีการดำเนินกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาวะในองค์กร และพัฒนาพื้นที่ต้นแบบเพื่อขยายผล โดยมีเป้าหมายและแผนดำเนินการดังนี้

- ใช้กลไกของศูนย์อนามัยเป็นหน่วยขับเคลื่อนและส่งเสริมงานสุขภาวะองค์กรในพื้นที่
- ปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนวัยทำงาน (๑๐ packages)
- พัฒนาหลักสูตรนักสร้างเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ (Health promoter)
- จัดทำคู่มือและดำเนินการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมสุขภาพคนวัยทำงานในสถานประกอบการ

- พัฒนา Digital Collaboration Platform ในการทำงานส่งเสริม ติดตาม และจัดเก็บข้อมูลความต้องการของสถานประกอบการ

- พัฒนาสถานประกอบการให้เป็นองค์กรสุขภาวะจำนวน ๓๑๖ แห่งทั่วประเทศ

สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการดำเนินงาน ได้แก่ การสร้างภาคีเครือข่ายที่ดีเป็นสิ่งสำคัญมาก เลือกพื้นที่กระจุกของแรงงาน อาศัยงานกิจกรรมหรือเวทีแสดงเพื่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ การประเมินผลยังไม่ครอบคลุมเพียงพอ การขับเคลื่อนเชิงกิจกรรมและโครงการยังขาดความต่อเนื่อง งานซ้ำซ้อนและการบูรณาการยังจำกัด

๔. บรรยาย สร้างสรรค์สื่ออย่างไร ให้ตรงใจคนวัยทำงาน

โดย ผู้อำนวยการอาวุโสสำนักการตลาดเพื่อสังคม (SM) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ตรงกัน การสื่อสารมีหลากหลายรูปแบบ หลากหลายเป้าหมาย แต่มีปลายทางเดียวกันคือเปลี่ยนความคิด ความเชื่อ สร้างความเข้าใจ สร้างทัศนคติ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารให้ได้ผลสัมฤทธิ์มี ดังนี้

- สื่อสารให้เข้าใจง่าย ตระหนักจดจำได้ดี โดยการประยุกต์คำหรือประโยคให้มีความน่าสนใจน่าติดตาม หรือใส่อารมณ์ความรู้สึกลงไปเพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับสื่อ

- สื่อสารให้เข้าใจง่าย สร้างบรรยากาศที่ดี โดยการเพิ่มสิ่งที่ต้องการสื่อสารลงไปในสื่ออุปกรณ์ที่ใช้เป็นประจำ หรือสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัว ให้เป็นที่สะดุดตา น่าสนใจ หรือชวนให้คิดตาม

- สื่อสารสร้างความสุขและบรรยากาศที่ดี โดยการปรับรูปแบบสิ่งแวดล้อมให้สวยงามน่าสนใจติดตาม เช่น รถโรงเรียนรูปตัวการ์ตูนในประเทศญี่ปุ่นที่สามารถทำให้เด็กอยากไปโรงเรียนทุกวันได้ เป็นต้น

- สื่อสารให้เข้าใจง่ายด้วย creative idea โดยการสรรค์สร้างสิ่งต่างๆ ให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการจะสื่ออย่างไม่มีขอบจำกัด เช่น การออกแบบสินค้าต่างๆ เป็นต้น

เมื่อต้องการใช้ social marketing มาช่วยในการออกแบบเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม จำเป็นต้องตั้งเป้าหมายก่อนว่าต้องการกลุ่มเป้าหมายใด ต้องการให้เชื่ออะไร ทำอะไร และต้องการเปลี่ยนแปลงถึงขั้นไหน วัตถุประสงค์ต้องการให้เป็นเพียง new message, education tools, inspiring, build networking, policy advocacy หรือถึงขั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

การผลิตสื่อให้มีคุณภาพได้ต้องมีโจทย์ที่ดี อันได้มาจากการตั้งคำถามที่ถูกต้อง การวางเป้าหมายที่เหมาะสม การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง การมีกลไกสนับสนุน การออกแบบแผนที่ดี วิธีสื่อสารที่โดนใจ การพัฒนาเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การเลือกช่องทางที่เข้าถึง การปรับตัวที่จะเข้ากับสถานการณ์ และการรู้จักวิเคราะห์เพื่อพัฒนาปรับปรุง

นางสาวธัญชนก บุรีศรี ผู้จัดบันทึกและสรุปการประชุม

นางสาวนันท์มนัส แยมบุตร ผู้ตรวจรายงานการประชุม