



กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
DEPARTMENT OF HEALTH SERVICE SUPPORT

รายงานสรุปผลการถอดบทเรียน

การดำเนินงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์
กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ



วันที่ 25 มิถุนายน 2568

ณ ห้องประชุมสุคติศึกษา ชั้น 9 อาคารกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

สารบัญ

หน้า

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทที่ ๑ บทนำ

- ๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญ
- ๑.๒ วัตถุประสงค์การถอดบทเรียน
- ๑.๓ ขอบเขตการถอดบทเรียน
- ๑.๔ กรอบแนวคิด

๑
๑
๒
๒
๓

บทที่ ๒ วิธีดำเนินการถอดบทเรียน

- ๒.๑ กลุ่มเป้าหมาย
- ๒.๒ วิธีดำเนินการถอดบทเรียน
- ๒.๓ การวิเคราะห์ข้อมูล

๔
๔
๔
๕

บทที่ ๓ สรุปผลการถอดบทเรียน

- ๓.๑ ถอดบทเรียนการดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ฯ ปี ๒๕๖๘
- ๓.๒ แนวทางในการดำเนินงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ฯ ปี ๒๕๖๙

๖
๖
๘

ภาคผนวก

- กำหนดการถอดบทเรียน
- เอกสารประกอบการประชุม
- ภาพกิจกรรม

๑๑

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานฉบับนี้เป็นการสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถอดบทเรียนการดำเนินงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ และกำหนดทิศทางสำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ โดยมีผู้เข้าร่วมจากเครือข่ายสื่อสารและประชาสัมพันธ์ทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และเครือข่ายภายนอก รวมทั้งสิ้น ๒๗ หน่วยงาน รวม ๖๐ ท่าน

ภาพรวมสถานการณ์การสื่อสารปัจจุบัน (ปี ๒๕๖๘)

ผลการถอดบทเรียนชี้ให้เห็นว่า แม้กรมสนับสนุนบริการสุขภาพได้วางแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์ครอบคลุมภารกิจหลักทั้ง ๔ มิติ (คุ้มครองผู้บริโภค มาตรฐานระบบบริการสุขภาพ การมีส่วนร่วมสุขภาพภาคประชาชน และเศรษฐกิจสุขภาพ) แต่ยังคงประสบปัญหาสำคัญ ดังนี้

- การรับรู้และความเข้าใจ : หน่วยงานและภารกิจหลักของกรมฯ ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในกลุ่มเป้าหมาย และการสื่อสารยังไม่ตอบโจทย์เป้าหมายในทุกภารกิจอย่างสมดุล โดยเน้นหนักไปที่ด้านการมีส่วนร่วมสุขภาพภาคประชาชนเป็นส่วนใหญ่
- รูปแบบและภาษา : วิธีการนำเสนอและการใช้ภาษายังคงเป็นทางการ ซึ่งอาจจำกัดการเข้าถึงและความเข้าใจในหมู่ประชาชน
- ภาพลักษณ์องค์กร : ประชาชนยังไม่เข้าใจบทบาทและภารกิจของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพอย่างชัดเจน และมีความต้องการให้กรมฯ สร้างความน่าเชื่อถือในมาตรฐานเทียบเท่าหน่วยงานที่มีตราสัญลักษณ์รับรองทั่วไป (เช่น ตราสัญลักษณ์มาตรฐาน ออย. /มอก.)

แนวทางการขับเคลื่อนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ปี ๒๕๖๙

เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปอย่างมีพลัง ตรงจุด และเข้าถึงประชาชนได้อย่างแท้จริง กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จะมุ่งเน้นแนวทางเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

๑. ปรับกลยุทธ์สู่ผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง เปลี่ยนมุมมองจากการ "อยากบอก" เป็น "อยากรู้" โดยเน้นการสร้างเนื้อหาที่ผู้รับสารได้รับประโยชน์โดยตรง พร้อมทั้งสร้างการจดจำแบรนด์และภาพลักษณ์กรมฯ ให้มีความน่าเชื่อถือ และเป็นผู้ดำเนินอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรระดับสากล

๒. พัฒนาเนื้อหาและช่องทางให้ทันสมัยและเข้าถึงง่าย

- ผลิตสื่อให้มีความกระชับ เข้าใจง่าย มีลูกเล่นน่าสนใจ และใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ เน้นรูปแบบที่ดึงดูดสายตา เช่น คลิปวิดีโอสั้น และ Infographic
- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ Social Media (Facebook TikTok Line) และพิจารณาช่องทางเสริมเพื่อขยายการเข้าถึง
- ลงทุนในการบูสโโพสต์ (ยิง Ads.) และใช้กลยุทธ์ Real-time Marketing เพื่อให้การสื่อสารทันต่อสถานการณ์

๓. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมและเครือข่ายเชิงรุก

- ส่งเสริมการสื่อสารแบบตอบโต้ (Two-way communication) และจัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม (เช่น เกมส์ การประกวด)
- จัดให้มีผู้ประสานงานในส่วนกลาง เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลภารกิจหลัก สร้างความสอดคล้องในการสื่อสารทั้งองค์กร
- ใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสื่อท้องถิ่นอย่างเต็มที่ ซึ่งมีศักยภาพในการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ได้อย่างตรงจุด สร้างความน่าเชื่อถือ และประหยัดงบประมาณ
- ขยายความร่วมมือกับเครือข่ายใหม่ๆ เช่น ผู้นำชุมชน นิติกรของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และบุคลากรของโรงพยาบาลต่างๆ ฯลฯ เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสาร

๔. ประเมินผลเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชน และเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการสื่อสารในทุกมิติ และนำข้อค้นพบมาปรับปรุงกลยุทธ์ให้ดียิ่งขึ้น

การนำแนวทางเหล่านี้ไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม จะเป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความเชื่อมั่นแก่สาธารณสุขชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญ

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ เครือข่ายสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้มีการวางแผนและกำหนดทิศทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภารกิจกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในปี ๒๕๖๘ ครอบคลุมมิติ ในด้านคุ้มครองผู้บริโภค ด้านมาตรฐานระบบบริการสุขภาพ ด้านการมีส่วนร่วม สุขภาพภาคประชาชน และด้านเศรษฐกิจสุขภาพ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้และเข้าใจในภารกิจของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ โดยสำนักสื่อสารและประชาสัมพันธ์ได้มีเครือข่าย ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งสิ้น ๒๒ หน่วยงาน และหน่วยงาน เครือข่ายภายนอกที่มีภารกิจด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ จำนวน ๕ หน่วยงาน รวมทั้งสิ้น ๒๗ หน่วยงาน

ดังนั้น สำนักสื่อสารและประชาสัมพันธ์ จึงกำหนดจัดประชุมเชิงปฏิบัติการการมีส่วนร่วมของ เครือข่ายประชาสัมพันธ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ครั้งที่ ๒/๒๕๖๘ ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ สำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ ในครั้งนี้ มีผู้เข้าร่วม ประชุมประกอบด้วยบุคลากรที่รับผิดชอบงานด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ เป็นการประชุมแบบ ออนไลน์และออนไลน์ รวมจำนวน ๖๐ คน สำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ ในครั้งนี้ได้เชิญอาจารย์จาก สาขาวิชานิติศาสตร์ ในการถอดบทเรียนการดำเนินงานการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุน บริการสุขภาพ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ และวางแผนกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านการสื่อสารและ ประชาสัมพันธ์ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ต่อไป

๑.๒ วัตถุประสงค์การถอดบทเรียน

๑. เพื่อถอดบทเรียนการดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

๒. เพื่อหาแนวทางในการดำเนินงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

๑.๓ ขอบเขตของการถอดบทเรียน

๑.๓.๑ กลุ่มเป้าหมาย

หน่วยงานภายในกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จำนวน ๒๒ หน่วยงาน ประกอบด้วย

๑. สำนักงานเลขานุการกรม
๒. กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ
๓. กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ
๔. กองสนับสนุนสุขภาพภาคประชาชน
๕. กองวิศวกรรมการแพทย์

๖. สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมสุขภาพ
๗. กองสุศึกษา
๘. กองกฎหมาย
๙. กองแบบแผน
๑๐. ศูนย์บริการธุรกิจสุขภาพ
๑๑. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๑
๑๒. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๒
๑๓. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๓
๑๔. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๔
๑๕. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๕
๑๖. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๖
๑๗. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๗
๑๘. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๘
๑๙. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๙
๒๐. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๑๐
๒๑. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๑๑
๒๒. ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๑๒

หน่วยงานภายนอกกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จำนวน ๕ หน่วยงาน ประกอบด้วย

๑. สมาคมหนังสือพิมพ์ส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย
๒. สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
๓. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
๔. สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
๕. กองส่งเสริมการประชาสัมพันธ์กิจการพิเศษ กรมประชาสัมพันธ์

เนื้อหาที่ใช้ในการถอดบทเรียน

- ประเด็นที่ ๑ วัตถุประสงค์และเป้าหมายการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
- ประเด็นที่ ๒ กระบวนการวางแผนและดำเนินงาน
- ประเด็นที่ ๓ กลยุทธ์และวิธีการประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
- ประเด็นที่ ๔ การมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย
- ประเด็นที่ ๕ การประเมินผลและข้อค้นพบ

๑.๔ กรอบแนวคิด

หัวข้อถอดบทเรียน

ประเด็นที่ ๑ วัตถุประสงค์และเป้าหมายการสื่อสารและประชาสัมพันธ์
ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ประเด็นที่ ๒ กระบวนการวางแผนและดำเนินงาน

ประเด็นที่ ๓ กลยุทธ์และวิธีการประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ประเด็นที่ ๔ การมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย

ประเด็นที่ ๕ การประเมินผลและข้อค้นพบ



กลุ่มที่ ๑ : เครือข่ายภายนอก

กลุ่มที่ ๒ : เครือข่ายส่วนกลาง

กลุ่มที่ ๓ : เครือข่ายส่วนกลาง

กลุ่มที่ ๔ : เครือข่ายส่วนภูมิภาค



๑. ถอดบทเรียนการดำเนินงานสื่อสารและ
ประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

๒. แนวทางในการดำเนินงานด้านการสื่อสาร
และประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

บทที่ ๒

วิธีดำเนินการถอดบทเรียน

๒.๑ กลุ่มเป้าหมาย

เป้าหมายผู้เข้ารับการประชุมเชิงปฏิบัติการการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ครั้งที่ ๒/๒๕๖๘ เพื่อถอดบทเรียนการดำเนินงานการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ และวางแผนกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ประกอบด้วยผู้รับผิดชอบงานด้านสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งสิ้น ๒๒ หน่วยงาน และหน่วยงานเครือข่ายภายนอกที่มีภารกิจด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ จำนวน ๕ หน่วยงาน รวมทั้งสิ้น ๒๗ หน่วยงาน รวม ๖๐ คน โดยจัดแบ่งเป็น ๔ กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ ๑ : เครือข่ายภายนอก

กลุ่มที่ ๒ : เครือข่ายส่วนกลาง

กลุ่มที่ ๓ : เครือข่ายส่วนกลาง

กลุ่มที่ ๔ : เครือข่ายส่วนภูมิภาค

โดยมีวิทยากรนำกระบวนการจากสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในการเป็นวิทยากรในการให้แต่ละกลุ่มร่วมแลกเปลี่ยน ระดมความคิดเห็นในประเด็นที่กำหนดเพื่อถอดบทเรียนในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ และแนวทางในการดำเนินงานปี ๒๕๖๙

๒.๒ วิธีดำเนินการถอดบทเรียน

๒.๒.๑ สำนักสื่อสารและประชาสัมพันธ์นำเสนอผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

๒.๒.๒ กำหนดกรอบแนวคิด วิธีการในการถอดบทเรียน ความเข้าใจแก่วิทยากรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เพื่อให้การประชุมสามารถถอดบทเรียนสร้างความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพได้

๒.๒.๓ สร้างและหาวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการถอดบทเรียน โดยจัดทำ PowerPoint ประเด็นที่ ๑ วัตถุประสงค์และเป้าหมายการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ประเด็นที่ ๒ กระบวนการวางแผนและดำเนินงาน ประเด็นที่ ๓ กลยุทธ์และวิธีการประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ประเด็นที่ ๔ การมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย ประเด็นที่ ๕ การประเมินผลและข้อค้นพบ

๒.๒.๔ จัดกิจกรรมถอดบทเรียนการดำเนินงานการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ โดยกำหนดในวันที่ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๘ ณ ห้องประชุมสุขศึกษาชั้น ๙ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

๒.๒.๕ วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการถอดบทเรียนการดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนางานสื่อสารและประชาสัมพันธ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพต่อไป

๒.๓ การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) สำหรับผลการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กลุ่มย่อย ใน ๕ ประเด็น ดังนี้

๑. วัตถุประสงค์และเป้าหมายการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

- การสื่อสารของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพตรงกับการทำงาน/ความต้องการ
- วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพมีความชัดเจน/

เสนอแนะเพิ่มเติม

- ท่านคิดว่าการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพตอบโจทย์เป้าหมาย

๒. กระบวนการวางแผนและดำเนินงาน

- วิเคราะห์สภาพปัญหาการสื่อสารกับความต้องการท่านและกลุ่มเครือข่าย
- เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่พบบ่อย/ควรเพิ่มในช่องทางไหน

๓. กลยุทธ์และวิธีการประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

- การประชาสัมพันธ์ที่ใช้เหมาะสมกับกลุ่มเครือข่าย/บริบทของพื้นที่ และจุดเด่น/ควรเพิ่มเติมหรือแก้ไขอย่างไร

- การประชาสัมพันธ์ควรมีการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาด้านใดเพิ่มเติม
- มีการปฏิสัมพันธ์กับเครือข่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ในเรื่องใดบ้าง/ควรเพิ่มประเด็นการ

ปฏิสัมพันธ์กับเครือข่ายเพิ่มเติมในเรื่องใด

๔. การมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย

- เครือข่ายภายนอก หรือหน่วยงานภายในมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ในเรื่องใดบ้าง

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพให้เครือข่ายหรือความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องใด / แนวทางส่งเสริมให้เครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น / หน่วยงานใดที่ควรพัฒนาเครือข่ายเพิ่มเติม

๕. การประเมินผลและข้อค้นพบ

- ท่านคิดว่าการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพมีความเหมาะสม / สอดคล้องกับเป้าหมายหรือความต้องการ

- ปัญหา/อุปสรรค/ข้อจำกัดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพมีอะไรบ้าง / ช่วยนำเสนอการแก้ไข

- ข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุง/แนวโน้มการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพมีในอนาคตควรเป็นอย่างไร

- การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพทำให้เครือข่ายมีความเชื่อมั่น

- ภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพในสายตาของเครือข่าย/หน่วยงานที่รู้จักเป็นอย่างไร / ในอนาคตอยากเห็นภาพลักษณ์ไปในทิศทางไหน

บทที่ ๓

สรุปผลการถอดบทเรียน

การถอดบทเรียนนี้ คือ กระบวนการทบทวน สรุปบทเรียนจากการดำเนินงาน ประสบการณ์ที่ผ่านมา ในการดำเนินงานการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ โดยหน่วยงานเข้าร่วมการถอดบทเรียนการดำเนินงาน เป็นหน่วยงานภายในกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ รวมทั้งสิ้น ๒๒ หน่วยงาน และหน่วยงานเครือข่ายภายนอกที่มีภารกิจด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ จำนวน ๕ หน่วยงาน รวมทั้งสิ้น ๒๗ หน่วยงาน ที่แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดหรือความรู้ ทั้งมุมมองและลบ ไปสู่การพัฒนางานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ นำไปสู่การสร้างการรับรู้และเข้าใจภารกิจกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ โดยถอดบทเรียนในหัวข้อ ดังนี้

- ประเด็นที่ ๑ วัตถุประสงค์และเป้าหมายการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
- ประเด็นที่ ๒ กระบวนการวางแผนและดำเนินงาน
- ประเด็นที่ ๓ กลยุทธ์และวิธีการประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
- ประเด็นที่ ๔ การมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย
- ประเด็นที่ ๕ การประเมินผลและข้อค้นพบ

ผลการถอดบทเรียนจะสะท้อนให้เห็นถึงสภาพปัญหา อุปสรรค รวมถึงความต้องการและข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์จากภาคส่วนต่างๆ ที่มีต่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง สร้างความเข้าใจในบทบาทภารกิจของกรมฯ และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่จดจำในระดับประเทศและสากลต่อไป

๓.๑ ถอดบทเรียนการดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

การแบ่งกลุ่มถอดบทเรียนและแลกเปลี่ยนเรียนรู้

แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม

- กลุ่มที่ ๑ : เครือข่ายภายนอก
- กลุ่มที่ ๒ : เครือข่ายส่วนกลาง
- กลุ่มที่ ๓ : เครือข่ายส่วนกลาง
- กลุ่มที่ ๔ : เครือข่ายส่วนภูมิภาค

สรุปผลการถอดบทเรียนตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มที่ ๑

แนวทางการสื่อสาร ควรมุ่งเน้นให้ผู้รับสารได้รับประโยชน์ เท่าที่ดูจากผลงานตอนนี้ ส่วนมากเน้นที่การสร้างภาพลักษณ์ให้ประชาชนรับรู้หน่วยงานนี้ทำงานอะไร แต่ถ้าต้องการให้คนจดจำ ลองเปลี่ยนเป็นเน้นที่ผู้รับสารเป็นตัวตั้ง ว่าต้องการรับรู้เรื่องอะไร ให้คำนึงถึงผู้ชมมากขึ้น

วิธีการนำเสนอ รูปแบบและภาษาที่ใช้ ค่อนข้างเป็นทางการ แนะนำให้ลองปรับเนื้อหาตามกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่ใช้อยู่และควรพัฒนา คือ ช่องทางการเข้าถึง เนื่องจากกรมใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลัก จึงแนะนำให้นำกลยุทธ์ Real-time marketing มาใช้ เพื่อให้การสื่อสารทันต่อสถานการณ์ เน้นการสื่อสารแบบตอบโต้ (Two-way communication) จัดกิจกรรมการมีส่วนร่วม เช่น เล่นเกมส์ / กิจกรรมชิงรางวัล, จัดประกวด Influencer หน้าใหม่ ประกวดคลิป เป็นต้น

สภาพปัญหา หน่วยงานไม่เป็นที่รู้จัก การกิจหลักของหน่วยงานไม่เป็นที่รู้จัก (เป็นข้อค้นพบที่ชี้ว่าการสื่อสารยังไม่บรรลุเป้าหมายการสร้างการรับรู้) จำเป็นต้องมีการย้าเรื่องของแบรนด์ เช่น ทำคลิปมีการใส่ชื่อของหน่วยงานเข้าไปด้วย (Tie-in) หรือใช้วิธีการบัสโพสต์ (การจ่ายเงินเพื่อโปรโมต เพื่อให้โพสต์ปรากฏในหน้า News Feed ของผู้คนมากขึ้น) ให้เผื่องบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์ส่วนนี้ไว้บ้าง เพื่อเพิ่มการมองเห็น

กลุ่มที่ ๒

สภาพปัญหาที่พบ คือ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน แต่มีข้อจำกัดในการถ่ายทอด เนื่องจากระยะเวลาที่จำกัดและความครบถ้วนของข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่สามารถสื่อสารองค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ยังไม่ตอบโจทย์เป้าหมาย ทั้ง ๔ การกิจ ซึ่งจะเน้นด้านสุขภาพภาคประชาชนเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่การกิจอื่น ๆ ยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอหรือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีพอ

สิ่งที่ควรพัฒนา คือ เนื้อหา ยังมีข้อจำกัดในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่าย กระชับ และครบถ้วน การกำหนดระยะเวลาและช่วงเวลาเผยแพร่ไม่เหมาะสม ทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ยาก การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายยังไม่ทั่วถึงและตรงจุด

การกิจที่ควรเน้นในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การออกแบบสถานบริการสุขภาพที่เหมาะสมด้านวิศวกรรมการแพทย์ การคุ้มครองผู้บริโภค และเศรษฐกิจสุขภาพ

ช่องทาง Social Media หลักที่พบบ่อย คือ Facebook, TikTok, Line ควรเพิ่ม Line OA และ บิลบอร์ด

ศักยภาพของเครือข่ายที่มีอยู่ เครือข่ายภายนอกและหน่วยงานภายในสามารถมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ได้ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับมาตรฐานระบบบริการสุขภาพ (HS4) ๔ ด้าน, การออกแบบที่เหมาะสมของสถานบริการสุขภาพ และเครื่องมือแพทย์

แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย กรม สบส. ควรส่งเสริมให้เครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยให้มีบทบาทในการเผยแพร่ภารกิจของกรม และการเก็บข้อมูล

กลุ่มที่ ๓

ปัญหาที่พบ คือ ภาพลักษณ์องค์กรยังไม่ชัดเจนในสายตาประชาชน ประชาชนยังไม่เข้าใจบทบาทและภารกิจของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

เป้าหมายที่ต้องการ คือ สร้างการรับรู้และจดจำในภารกิจหลักของกรม ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและเชื่อมั่นในมาตรฐานของกรม เหมือนกับเครื่องหมายรับรองอื่นๆ (เช่น ตรา ออย. หรือ มอก.) และการเพิ่มการขับเคลื่อนศักยภาพในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรในระดับสากล

สิ่งที่ควรปรับปรุงในกระบวนการ คือ เปลี่ยนมุมมองจากการสื่อสาร "สิ่งที่เราอยากบอก" เป็น "สิ่งที่ผู้รับบริการอยากรู้" เพื่อให้เนื้อหามีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารอย่างแท้จริง วางแผนการผลิตสื่อให้มีความกระชับ ไม่ยาวเกินไป และเข้าใจง่าย เน้นรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น คลิปวิดีโอสั้นๆ หรือ

Infographic ใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ เพื่อให้เข้าถึงและเป็นที่ยอมรับได้ง่ายขึ้น และใช้ช่องทางให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการยิงข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันเฉพาะทาง หรือ Line กลุ่มของเครือข่าย

ควรมีการจัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์ร่วมกับเครือข่าย เช่น ดูงาน / อบรม / สื่อสารทาง Line เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึก

ภารกิจที่ควรเน้นในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การให้ความรู้ด้านกฎหมายใหม่ๆ (เช่น กฎหมายอัมบง) การโฆษณาสถานพยาบาล มาตรฐานการตรวจโรงพยาบาลรัฐ (ด้านอาคาร) การเปิด/แก้ไข/เปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับสถานพยาบาล (เน้นให้จัดทำเป็นคลิปวิดีโอสั้นๆ เข้าใจง่าย) เศรษฐกิจสุขภาพ (เช่น การจัดงาน Expo Osaka, Medical Hub, เกณฑ์รางวัล TiWa) และการให้ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพเพิ่มเติม แก่ อสม.

ศักยภาพของเครือข่ายที่มีอยู่ เครือข่ายมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ผ่าน Facebook และผ่านแอปพลิเคชัน Smart อสม.

แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย เพิ่มเครือข่ายใหม่ๆ เช่น ผู้นำชุมชน นิติกร (สสจ.) โรงพยาบาลต่างๆ เพื่อขยายฐานการสื่อสาร และสร้างความร่วมมือในระดับพื้นที่ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

เปิดโอกาสให้เครือข่ายมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินกิจกรรม เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของร่วม และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

ภาพลักษณ์ที่คนมองยังไม่ชัดเจนในบทบาทภารกิจของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ชี้ให้เห็นว่าการประเมินผลควรมีการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อองค์กร

กลุ่มที่ ๔

ต้องการให้ส่วนกลางมีผู้ประสานงานกลางเรื่องข้อมูลภารกิจหลักต่างๆ

ศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ ๑๒ มีเครือข่ายที่เป็นสื่อท้องถิ่น สามารถช่วยกระจายข่าวสารได้ ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ได้ตรงจุดและมีประสิทธิภาพ

๓.๒ แนวทางในการดำเนินงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

๑. การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการสื่อสารที่ชัดเจนและมุ่งเน้นผู้รับสาร

- ปรับเปลี่ยนมุมมอง : เน้นการสื่อสารในสิ่งที่ "ผู้รับบริการอยากรู้" มากกว่า "สิ่งที่เราอยากบอก" โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้รับสารจะได้รับเป็นสำคัญ
- สร้างการรับรู้และจดจำ : เพิ่มความชัดเจนในบทบาทภารกิจของกรม สบส. และสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับในมาตรฐาน (เทียบเท่าเครื่องหมายตราสัญลักษณ์ อย. หรือ มอก.) รวมถึงการขับเคลื่อนศักยภาพด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรในระดับสากล

๒. การพัฒนากระบวนการวางแผนและผลิตสื่อให้มีประสิทธิภาพ

- เนื้อหาและรูปแบบ
 - สร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความกระชับ เข้าใจง่าย มีลูกเล่นที่น่าสนใจ และใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ
 - เน้นการผลิตสื่อในรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจ เช่น คลิปวิดีโอสั้นๆ หรือ Infographic
 - ถ่ายทอดองค์ความรู้จากภารกิจต่างๆ ให้ครบถ้วนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

- ช่วงเวลาและการเข้าถึง: วางแผนกำหนดระยะเวลาและช่วงเวลาเผยแพร่สื่อให้เหมาะสม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและทั่วถึงยิ่งขึ้น
- การประสานงานข้อมูล: จัดให้มีผู้ประสานงานกลางในส่วนกลางเพื่อบริหารจัดการและเผยแพร่ข้อมูลภารกิจหลักต่างๆ ของกรมฯ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและเข้าถึงง่ายสำหรับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๓. การเลือกใช้กลยุทธ์และวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและตรงจุด

- ช่องทางหลัก : ยังคงใช้ช่องทาง Social Media ยอดนิยม เช่น Facebook, TikTok, Line และควรใช้ช่องทางเหล่านี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- ช่องทางเสริม : พิจารณาเพิ่มช่องทางใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น Line OA และบิลบอร์ด เพื่อขยายการเข้าถึง
- การยิงข้อมูลตรงกลุ่มเป้าหมาย : ใช้กลยุทธ์การยิงข้อมูลให้ตรงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางเฉพาะ เช่น แอปพลิเคชัน Smart อสม. หรือ Line กลุ่มของแต่ละหน่วยงาน/เครือข่าย
- การตลาดเชิงรุก
 - นำกลยุทธ์ Real-time Marketing มาใช้เพื่อให้การสื่อสารทันต่อสถานการณ์และกระแสนิยม
 - เน้นการสื่อสารแบบตอบโต้ (Two-way communication) เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร
 - จัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม เช่น เล่นเกมส์/กิจกรรมชิงรางวัล จัดประกวด Influencer หน้าใหม่ ประกวดคลิป เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและมีส่วนร่วม
 - พิจารณาการบูสโพล์ (ยิง Ads.) เพื่อเพิ่มการมองเห็นและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- กิจกรรมเชิงประสบการณ์ : จัดกิจกรรม เช่น ดูนาน, อบรม, หรือสื่อสารผ่าน Line เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกและเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

๔. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง

- เพิ่มบทบาทเครือข่าย : ส่งเสริมให้เครือข่ายภายนอกและหน่วยงานภายในเข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่ภารกิจของกรม สบส. และการเก็บข้อมูลจากภาคสนามให้มากขึ้น
- ขยายเครือข่าย : พัฒนาเครือข่ายเพิ่มเติมกับกลุ่มใหม่ๆ เช่น ผู้นำชุมชน นิติกร (ในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด หรือ สสจ.) โรงพยาบาลต่างๆ เพื่อขยายฐานการสื่อสารและสร้างความร่วมมือในระดับพื้นที่
- ใช้ประโยชน์จากสื่อท้องถิ่น : สนับสนุนและประสานงานกับหน่วยงานเครือข่ายที่มีช่องทางสื่อท้องถิ่นเพื่อช่วยกระจายข่าวสารและข้อมูลของกรมฯ สู่กลุ่มเป้าหมายในระดับพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินการนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ ได้แก่
 - การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ได้ตรงจุดและมีประสิทธิภาพ : สื่อท้องถิ่นมีความใกล้ชิดกับประชาชน ทำให้สามารถสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริบทและปัญหาในท้องถิ่นได้อย่างเจาะจง

- เพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ : สื่อท้องถิ่นเป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับความไว้วางใจจากคนในชุมชน การปรากฏข่าวสารผ่านช่องทางเหล่านี้จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กรมฯ
- ประหยัดงบประมาณและเวลา : เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดภาระงบประมาณและเวลาในการเข้าถึงสื่อระดับประเทศ
- สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน : กระตุ้นให้เกิดการรับรู้และนำไปสู่การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมหรือภารกิจของกรมฯ ได้ง่ายขึ้น
- กระจายข่าวสารได้รวดเร็วและต่อเนื่อง : สื่อท้องถิ่นมีความคล่องตัวในการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นปัจจุบันและครบถ้วน
- เสริมสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่าย : การทำงานร่วมกับสื่อท้องถิ่นในเครือข่ายจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกรมฯ กับหน่วยงานเครือข่ายและชุมชน
- การมีส่วนร่วมในการวางแผน : เปิดโอกาสให้เครือข่ายได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของร่วมและเพิ่มประสิทธิภาพ

๕. การประเมินผลและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

- วัดผลการรับรู้และภาพลักษณ์ : ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชนและเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินระดับการรับรู้ ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ของกรม สบส.
- วิเคราะห์ประสิทธิภาพ : ประเมินว่าการสื่อสารและประชาสัมพันธ์สามารถตอบโจทย์เป้าหมายในภารกิจทั้ง ๔ ด้าน ได้สมดุลกันหรือไม่
- นำข้อค้นพบมาปรับใช้ : ใช้ข้อมูลจากผลการประเมินและข้อค้นพบต่างๆ เช่น ความสำคัญของเนื้อหา กระชับน่าสนใจ และประสิทธิภาพของช่องทาง Social Media การสื่อสารตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

แนวทางเหล่านี้จะช่วยให้กรม สบส. สามารถพัฒนาระบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น บรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความน่าเชื่อถือแก่สาธารณชน และเครือข่ายได้อย่างยั่งยืนในงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ และปีต่อไป

ภาคผนวก

กำหนดการ
การประชุมเชิงปฏิบัติการการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์
กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ครั้งที่ ๒/๒๕๖๘
วันพุธที่ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๘
ณ ห้องประชุมสุขศึกษา ชั้น ๙ อาคารกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

เวลา ๐๘.๓๐ – ๐๙.๐๐ น.	ลงทะเบียน
เวลา ๐๙.๐๐ – ๐๙.๓๐ น.	พิธีเปิดการประชุมเชิงปฏิบัติการการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ครั้งที่ ๒/๒๕๖๘ โดย ดร.นายแพทย์อติสรณ์ วรรณนะศักดิ์ รองอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ประธาน นายแพทย์อัศพรพล ศุภศาสตรา ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กล่าวรายงาน
เวลา ๐๙.๓๐ – ๑๐.๐๐ น.	รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ โดย สำนักสื่อสารและประชาสัมพันธ์
เวลา ๑๐.๐๐ – ๑๒.๐๐ น.	บรรยาย เรื่อง “ถอดบทเรียนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กรมสนับสนุนบริการ สุขภาพ” โดย ผศ.ดร.หฤทัย ปัญญาวัชรตระกูล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
เวลา ๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ น.	รับประทานอาหารกลางวัน
เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๕.๐๐ น.	บรรยาย เรื่อง “ถอดบทเรียนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กรมสนับสนุนบริการ สุขภาพ (ต่อ)” โดย ผศ.ดร.หฤทัย ปัญญาวัชรตระกูล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
เวลา ๑๕.๐๐ – ๑๖.๓๐ น.	สรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ครั้งที่ ๒/๒๕๖๘

หมายเหตุ : พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม เวลา ๑๐.๓๐ น. และ ๑๔.๓๐ น.

เอกสารประกอบการประชุม



PowerPoint

รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานเครือข่ายฯ
และการถอดบทเรียนการสื่อสารฯ

ภาพกิจกรรม



สพส. จัดประชุมถอดบทเรียนการสื่อสาร-สร้างภาพลักษณ์องค์กร

วันนี้ (25 มิถุนายน 2568) ณ ห้องประชุมสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (กรม สบส.) ดร.นายแพทย์อดิสรณ์ วรรณะศักดิ์ รองอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นประธานเปิดการประชุมเชิงปฏิบัติการการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ครั้งที่ 2/2568 เพื่อถอดบทเรียนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกรม สบส. ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างความเข้มแข็งของหน่วยงานเครือข่ายในการร่วมกันเผยแพร่ข่าวสาร และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมฯ โดยมี ผศ.ดร.หฤทัย ปัญญาอุตรตระกูล จากสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เป็นวิทยากร และมีผู้เข้าร่วมประชุมจากเครือข่ายภายนอก ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ และบุคลากรจากหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กรม สบส. รวม 27 หน่วยงาน จำนวนรวม 60 คน เข้าร่วมประชุมแบบออนไซต์และออนไลน์