



หลักสูตรอบรมกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ Social Marketing Strategies for Health Behavior Modification

หลักการและเหตุผล

การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) นับเป็นกลยุทธ์สำคัญในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของประชากร ที่มีการใช้มาตั้งแต่ในยุคต้นทศวรรษที่ 1970 ซึ่งแต่เดิม มีการนำมาใช้ในการรณรงค์เพื่อการวางแผนครอบครัวแต่เพียงอย่างเดียว แต่ในปัจจุบัน ประเทศต่างๆทั่วโลกได้มีการนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประชากรและสังคมด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแวดวงด้านสุขภาพ ที่มีการใช้กันอย่างแพร่หลายในการนำมารณรงค์ลดพฤติกรรมเสี่ยงทางสุขภาพของประชากร ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ พฤติกรรมเสี่ยงด้านการออกกำลังกาย พฤติกรรมเสี่ยงด้านอุบัติเหตุ พฤติกรรมเสี่ยงด้านการรับประทานอาหาร การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ หรือแม้แต่การใช้สารเสพติดต่างๆ เป็นต้น กลยุทธ์นี้ นับเป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดทางการตลาดมาใช้ในการวางแผนการปฏิบัติที่มุ่งสร้างอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ ความเชื่อ การรับรู้ ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และพฤติกรรมของบุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หรือสังคมโดยรวม เพื่อให้สภาพชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้การตลาดเพื่อสังคมจึงมีความสำคัญและมีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของประชากรไทยได้อย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ฝ่ายบริการวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จึงได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ” ขึ้นมาเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการแพทย์ พยาบาล สาธารณสุข และการส่งเสริมสุขภาพประชากรของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ได้มีความรู้ความเข้าใจในกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม มีทัศนคติที่ดี/เห็นความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม และสามารถนำองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อสังคมกลับไปทำการวางแผนการรณรงค์เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ อันจะช่วยสร้างสังคมสุขภาพให้เกิดขึ้นในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการแพทย์ พยาบาล สาธารณสุข และการส่งเสริมสุขภาพมีความรู้ความเข้าใจในกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม
2. เพื่อให้ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการแพทย์ พยาบาล สาธารณสุข และการส่งเสริมสุขภาพมีทัศนคติที่ดี/เห็นความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม

หัวข้อในการอบรม

1. แนวคิดสำคัญของการตลาดเพื่อสังคม
2. องค์ประกอบของแผนการตลาดเพื่อสังคม
3. การวิเคราะห์สถานการณ์



4. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
5. การกำหนดวัตถุประสงค์
6. การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม (กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์, กลยุทธ์ราคา, กลยุทธ์ช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์, กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม)
7. การกำหนดงบประมาณ/ระยะเวลา
8. การประเมินผลการตลาดเพื่อสังคม

ผู้เข้าร่วมโครงการ/กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการแพทย์ พยาบาล สาธารณสุข และการส่งเสริมสุขภาพ จากหน่วยงานต่างๆ อาทิ โรงพยาบาล สาธารณสุขจังหวัด บุคลากรในคณะแพทยศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพของประชากร ประมาณ 40-50 คน

วิทยากร

รองศาสตราจารย์ ดร. นชกฤต วันตะเมธล์ อาจารย์ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วัน-เวลา/สถานที่ในการอบรม

วันพุธที่ 20 ธันวาคม 2560 เวลา 8.30-16.00 น.

ณ ห้อง 105 อาคารมนุษยศาสตร์ 1 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิธีการอบรม

1. การบรรยาย/การอภิปราย
2. การฝึกปฏิบัติ
3. การประชุมระดมสมอง

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการแพทย์ พยาบาล สาธารณสุข และการส่งเสริมสุขภาพมีความรู้ความเข้าใจในกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม
2. ทำให้ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการแพทย์ พยาบาล สาธารณสุข และการส่งเสริมสุขภาพมีทัศนคติที่ดี/เห็นความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม
3. ทำให้ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการแพทย์ พยาบาล สาธารณสุข และการส่งเสริมสุขภาพนำองค์ความรู้ไปทำการวางแผนการรณรงค์เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ



การสมัครเข้ารับการอบรม

1. กรณีเป็นบุคลากรของหน่วยงานราชการ/เอกชน และบุคคลภายนอก

1.1 ลงทะเบียน Online ได้ที่ <https://goo.gl/bUud7T>

1.2 ชำระค่าลงทะเบียน 1,800 บาท (หนึ่งพันแปดร้อยบาทถ้วน) โดยโอนเงินเข้าบัญชีออมทรัพย์
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อบัญชี โครงการพัฒนาทักษะและอาชีพ เลขที่บัญชี 069-2-62244-2

1.3 ส่งหลักฐานการชำระเงินมาที่ ฝ่ายบริการวิชาการ

E-mail: ac.human.ku@gmail.com หรือ โทรสาร 0 2561 2711

2. กรณีเป็นบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.1 ลงทะเบียน Online ได้ที่ <https://goo.gl/bUud7T>

1.2 ทำหนังสือแสดงความประสงค์เข้ารับการอบรมโดยผ่านความเห็นชอบจากหน่วยงาน และส่งมายัง
ฝ่ายบริการวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์

1.3 ไม่ต้องโอนเงินค่าลงทะเบียน เมื่อจบการอบรมฝ่ายบริการวิชาการ จะดำเนินการแจ้งหนี้ไปยัง
หน่วยงานของท่าน เพื่อชำระค่าลงทะเบียนผ่านระบบ ERP จากหน่วยงาน

หมายเหตุ ผู้เข้ารับการอบรมจะได้รับเอกสาร พร้อมอาหารกลางวัน และอาหารว่างช่วงพักเช้า-บ่าย
ข้าราชการและพนักงาน สามารถเข้าร่วมอบรมได้โดยไม่ถือว่าเป็นวันลาและมีสิทธิ์เบิกค่าลงทะเบียนได้

หมดเขตรับสมัคร ภายในวันพุธที่ 13 ธันวาคม 2560 หรือหากเต็มแล้วจะปิดรับสมัครทันที

ค่าลงทะเบียนในการอบรม

ท่านละ 1,800 บาท (รวมเอกสาร อาหารกลางวันและอาหารว่างเช้า-บ่าย)

*** **หมายเหตุ** คณะมนุษยศาสตร์จะคืนเงินให้ในกรณีที่ไม่สามารถเปิดการอบรมได้เท่านั้น

ผู้ประสานงาน

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒนา อนันตผล โทรศัพท์ 02-579-5566-8 ต่อ 1336 หรือ

โทรศัพท์มือถือ 08-1208-0106 / E-mail: fhumwna@gmail.com

2. นางสาวงามชื่น หวานหอม โทรศัพท์ 02-579-5566-8 ต่อ 1216 หรือ

โทรศัพท์มือถือ 08-4771-4749 / E-mail: ac.human.ku@gmail.com

**** ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ****

<http://www.human.ku.ac.th>

หรือ

ฝ่ายบริการวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์





กำหนดการ

โครงการอบรมกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ

Social Marketing Strategies for Health Behavior Modification

วันที่ 20 ธันวาคม 2560 เวลา 9.00-16.00 น.

ณ ห้อง 105 อาคารมนุษยศาสตร์ 1

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 09.15 น.	พิธีเปิดโครงการอบรม
09.15 – 10.30 น.	แนวคิดสำคัญของการตลาดเพื่อสังคม องค์ประกอบของแผนการตลาดเพื่อสังคม การวิเคราะห์สถานการณ์
10.30 – 10.45 น.	พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม
10.45 – 12.00 น.	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์
12.00 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.30 น.	การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์ช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม
14.30 – 14.45 น.	พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม
14.45 – 16.00 น.	การกำหนดงบประมาณ/ระยะเวลา การประเมินผลการตลาดเพื่อสังคม
16.00 -16.30 น.	พิธีปิดการอบรม

หมายเหตุ คณะมนุษยศาสตร์ ไม่สามารถเปิดหลักสูตรอบรมได้ หากมีผู้สนใจน้อยกว่า 15 คน
กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม โดยมีแจ้งให้ทราบล่วงหน้า