

## Best practice ทั้งในและต่างประเทศ

เรื่อง เกาะติดความสำเร็จ SCB คิวรางวัล Thailand Zocial Award ต่อเนื่องเป็นปีที่สาม

เหตุผลที่เลือก SCB ได้รับรางวัล Thailand Zocial Award ต่อเนื่องมาแล้วถึงสามปี

ผู้นำเสนอ นายอภิชาติ เกิดทองเล็ก

จุดเด่นที่น่าสนใจ

- มีช่องทางที่ใช้เพื่อปฏิสัมพันธ์สัมพันธ์กับลูกค้าหลากหลายช่องทาง เช่น Facebook, IG, Line, Twitter, Website etc.

- อิงกับกระแสที่ผู้คนกำลังสนใจเพื่อให้เกิดความสนใจในตัวสื่อมากขึ้น

- เผยแพร่ข้อมูลด้านการเงินที่เข้าถึงง่าย

- สร้างสรรค์กิจกรรม แคมเปญที่สนุกลูกค้าอยากเข้าร่วม เช่น การส่งภาพลูกยิ้มประกวด

ตัวอย่างการสื่อสาร

รายได้มากหรือน้อย ก็ต้องประหยัดเงินอนาคต อย่าใช้หมดในปัจจุบัน

อยากเป็น จ้าวยุทธจักร ต้องฝึกเคล็ดวิชา  
อยากใช้ ชีวิตลัลลา ต้องฝึก วินัยการเงิน

**ภาษีการให้**  
เงินที่ได้รับจากผู้ให้

มูลค่าที่ได้รับจากผู้ให้	อัตราภาษี
ไม่เกิน 5 แสนบาท	0%
เกิน 5 แสนบาท - 1 ล้านบาท	10%
เกิน 1 ล้านบาท - 5 ล้านบาท	20%
เกิน 5 ล้านบาท - 10 ล้านบาท	30%
เกิน 10 ล้านบาท	40%

ดูดวงการเงิน กับ f SCB Thailand

# ทำไมต้อง “ร้อนตับแตก”

ไม่ใช่ดับที่เป็นอวัยวะ แต่หมายถึง “ดับจาก” ที่คนโบราณใช้ขมหลังคา

ดับจากเมื่อโดนแดดแรงแม้หลายๆ ไบจากที่เย็บเรียงติดกันจะก่อตัว หรือแตกออกจากกัน เกิดเป็นเสียงดัง “เปรี้ยะๆ” ให้ได้ยิน กลายเป็นตัววัดดัชนีความร้อนที่ว่า วันไหนดับจากแตกดังเปรี้ยะๆ แสดงว่าวันนั้นอากาศร้อนสุดๆ ไปเลยจ้า !!!

# ข้าวแช่

ต้อนรับ ดับร้อน

กินข้าวแช่ให้ถูกวิธี อย่าใส่เครื่องเคียงในน้ำข้าวแช่ ให้นำข้าวใส่ไว้ในน้ำลอยดอกใบ รากขึ้นตักเครื่องเคียง เข้าปากก่อน แล้วค่อยตักด้วยข้าวแช่ กลิ่นหอมๆ ของข้าว น้ำลอยดอกใบที่เย็นชื่นใจ ทานกับเครื่องเคียงอย่างกะปิกอด พริกหยวกสไลซ์ ไข่โป๊พุดหวาน อร่อยสุดๆ ไปเลย

กรอกข้อมูลของคุณเพื่อการทำนาย

ตัวเลขการใช้ของคุณ จะนำมาใช้คำนวณเท่านั้น

เพศ  ชาย  หญิง

อายุ  ปี

เงินได้สุทธิทั้งปี  บาท

รายจ่ายเฉลี่ยทั้งปี  บาท

เงินเก็บที่มี ณ ปัจจุบัน  บาท

**ดูคำทำนาย**

# กระเป๋าเราเกินร้อยหรือเปล่า?

ช่วยทฤษฎีเงินดี

อะไรดีคือเงินดี

ช่วยเพราะฟังเสียง

ช่วยเพราะลงทุนขาดความเชื่อ

ช่วยเพราะเหตุไม่คาดฝัน

ช่วยด้วยเงินเพื่อ

ประกวดภาพถ่าย

# เด็กน้อย กับ รอยยิ้ม :)

ชิง iPad mini 3 (Wi-Fi 64 GB)

## การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

1. ใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลสุขภาพให้กับประชาชนเข้าใจง่าย ทุกกลุ่ม ทุกวัย
2. พัฒนาแอปพลิเคชันที่มีอยู่ให้น่าสนใจ เช่น ดูดวง อยู่อย่างไร ห่างไกลโรค
3. ก่อตั้งแคมเปญ “คุณนายหมีขี้เมาท์ เดอะซีรีส์” ทำอย่างไรให้ประชาชน รู้จักกรมอนามัยมากขึ้น



เรื่อง เว็บไซต์/ Facebook/Twitter สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

เหตุผลที่เลือก เป็นหน่วยงานที่ทำเรื่องของสุขภาพเช่นเดียวกับกรมอนามัย

ผู้นำเสนอ นางสาวรัชกร คุหาทองเจริญ

### จุดเด่นที่น่าสนใจ

เนื่องจาก สสส.เป็นหน่วยงานที่มีรูปแบบการดำเนินงานต่างจากหน่วยราชการ ซึ่งเป็นจุดแข็งสำคัญในการประสานงานที่มีความคล่องตัวและลดช่องว่างระหว่างหน่วยงาน และภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคราชการ เอกชน วิชาการ ประชาสังคม และชุมชนท้องถิ่นได้ อีกทั้ง สสส. เป็นกองทุนสร้างเสริมสุขภาพจากภาษีบาปที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ โดยองค์การอนามัยโลก ยกให้ สสส. เป็นต้นแบบของกลไกการเงินเพื่อสร้างเสริมสุขภาพอย่างยั่งยืนประเทศแรกในภูมิภาคเอเชียใต้-ตะวันออก (South-East Asia Region) รวมทั้งสนับสนุนให้ประเทศต่างๆ จัดตั้งองค์กรเช่นเดียวกับ สสส. ในหลายประเทศ เช่น มาเลเซีย, มองโกเลีย, ลาว, เวียดนาม เป็นต้น ซึ่งผลงานที่ผ่านมาเป็นที่ยอมรับจากหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะด้านการสื่อสารรณรงค์

### ตัวอย่างการสื่อสาร



### การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายเดียวกับกรมอนามัย คือต้องการให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี ซึ่งคิดว่าถ้ากรมอนามัยได้ สสส. มาร่วมเป็นเครือข่ายทางด้านการสื่อสารรณรงค์ ก็จะช่วยเสริมให้การประชาสัมพันธ์มีความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจาก สสส. มีงบประมาณที่มากพอในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านสุขภาพที่จะช่วยให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่อไปในอนาคตด้วย

## เรื่อง การขยายการเติบโตทางธุรกิจของร้านเครื่องเขียน “สมใจ”

เหตุผลที่เลือก สมใจ เปิดร้านขายเครื่องเขียนมายาวนานมากกว่า 60 ปี อะไรที่ทำให้ธุรกิจนี้ยังเติบโตได้ในยุคที่อะไรๆ ก็ดิจิทัล

ผู้นำเสนอ นางประภาพรณ หวังกิจ

### จุดเด่นที่น่าสนใจ

- มีการปรับตัวเข้าสู่โลกออนไลน์
- ผลิตภัณฑ์ได้ตรงความชอบของกลุ่มเป้าหมาย
- ใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อการค้าขาย IG, Facebook, Website

### ตัวอย่างการสื่อสาร

The image displays two digital marketing assets for Somjai. The top portion is a screenshot of the company's website, featuring a promotional banner for Pilot Frixion pens. The banner includes a 'Happy Thursday February' promotion, a 15% discount on two pens, and a price reduction from 160.- to 136.-. The website header shows navigation menus for various stationery categories and a search bar. The bottom portion is a screenshot of the Somjai Facebook page. The page header identifies the business as 'Somjai Stationery Co., Ltd.' and includes a post from February 4th. The post text expresses gratitude to customers and mentions a 'Somjai Review' campaign. The post image shows various stationery items like pens, a notebook, and scissors. The right sidebar of the Facebook page provides contact information, including the address in Prachaya Piengkarnon, phone number (02-222-6770), and website (www.somjai.co.th).



### การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

การสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายควรคำนึงถึงพฤติกรรมความชอบความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก  
องค์กรที่สามารถปรับตัวตามกระแสการรับรู้ได้ จะทำให้เกิดพฤติกรรมเปิดรับสื่อได้มากกว่า

เรื่อง Discover Amazing Stories : PADTHAI 2 Mins

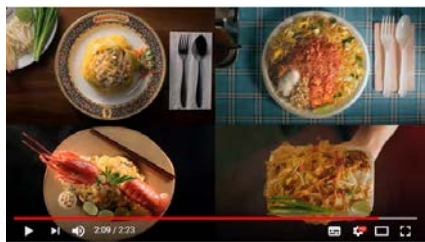
เหตุผลที่เลือก การสื่อสารผ่านวิดีโอ น่าสนใจ น่าเสนอการท่องเที่ยวได้ภายใน 2 นาที

ผู้นำเสนอ นางสาวดุสิตา พุทธิไสย

จุดเด่นที่น่าสนใจ

- ภาพสวย งานวิดีโอสวย ตัดต่อน่าสนใจ
- ใช้คำง่ายๆ แต่ครอบคลุมและเข้าใจง่าย

ตัวอย่างการสื่อสาร



การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

- นำความกล้าใช้ (กล้าจ่าย จ่ายกับบริษัทที่ผลิตงานดี มีคุณภาพ สร้างสรรค์ผลงานเป็นเลิศ อย่ายึดติดกับราคาถูก แต่คุณภาพไม่ดี ไม่นิโตน)
- หนึ่งคำไปสู่สถานที่ ประเพณี และวัฒนธรรม ใช้คำสั้นๆ ไม่เยิ่นเย้อ แต่ครอบคลุม



เรื่อง Prada, Paperclip-Shaped Money Clip

เหตุผลที่เลือก การสื่อสารที่เป็นกระแสคนพูดถึงเยอะ โดยไม่ต้องจ้างโฆษณา

ผู้นำเสนอ นางสาวกุลวดี ปันฟ้า

จุดเด่นที่น่าสนใจ

- ปราด้า ใช้สื่อให้เป็นกระแสโดยไม่สนใจว่ากระแสลบหรือบวก เพราะแบรนด์มีความเข้มแข็ง
- ทำให้เกิดกระแสโดยไม่ต้องสูญเสียมูลค่าการโฆษณา
- เกิดกระแสในวงกว้าง มีการทำภาพล้อเลียน ทำให้เกิดการรับรู้ผ่านสื่อโซเชียลมากมาย

ตัวอย่างการสื่อสาร



การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

นำจุดอ่อนหรืออุปสรรคที่ควบคุมได้มาตีแผ่ให้เป็นประเด็นในโซเชียล



เรื่อง McDonald แจกนิทานคู่ แฮปปี้ มีล

เหตุผลที่เลือก เป็นนโยบายเชิง CSR ปี 56 คือ การนำหนังสือนิทานเป็นของแถมในเซ็ท แฮปปี้ มีล นอกเหนือจากของเล่นตุ๊กตา ของเล่นที่มีลิขสิทธิ์ เพราะบริษัทเชื่อมั่นว่าวิธีจะเป็นส่วนสำคัญที่กระตุ้นให้เด็กหันมาเปิดจินตนาการของตัวเองได้มากยิ่งขึ้น

ผู้นำเสนอ นางสาวกุลวดี ปันฟ้า

จุดเด่นที่น่าสนใจ

- เนื้อหาสนใจเด็กๆ เช่น การทานอาหาร การรู้จักแบ่งปัน และความกล้าหาญ
- แจกนิทานคู่แฮปปี้มีลไป 20 ล้านชุดทั่วโลก ในเวลา 2 สัปดาห์
- นอกจากหนังสือที่เป็นกระดาษแล้ว ยังสามารถอ่านนิทานต่างๆ บนไอแพดได้ฟรีในแอปฯ MCPlay

ตัวอย่างการสื่อสาร



การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

- นำนิทานที่เรามีแจกคู่กับสินค้าของกรมอนามัย
- สร้างนิทานหรือเนื้อหาสุขภาพใหม่ๆ นำเสนอเป็นสินค้า Limited

## เรื่อง MUJI

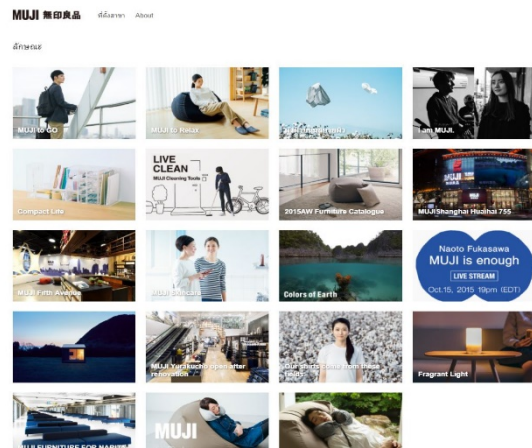
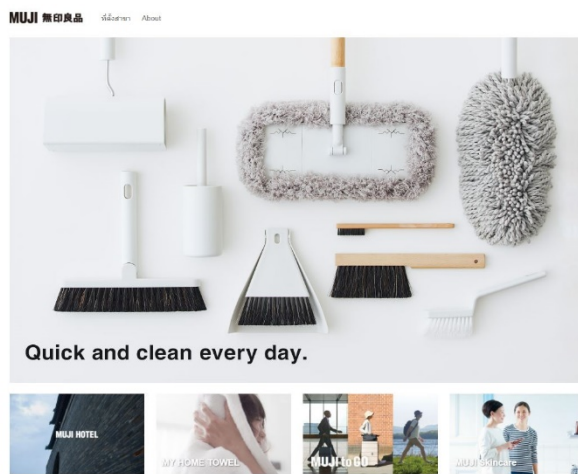
**เหตุผลที่เลือก** ภาพลักษณ์ของแบรนด์มุจิในบ้านเราถูกเชื่อมโยงไปสู่คำว่า Minimalist สิ่งที่ต้องการจะสื่อ คือ ความพอประมาณ และเรียบง่าย ผลิตภัณฑ์ถูกดีไซน์ออกมาให้ตอบโจทย์การใช้ในชีวิตประจำวันและตัดฟังก์ชันที่ไม่จำเป็นทิ้งไป เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้ทำหน้าที่ของมันได้อย่างเต็มที่ ผลิตภัณฑ์ของมุจิจะดีไซน์รูปลักษณ์ออกมาเป็น unisex หมายถึง ไม่ว่าเพศไหนก็สามารถใช้ได้

**ผู้นำเสนอ** นางสาวสุตมาศ วุฒิสาร

**จุดเด่นที่น่าสนใจ**

- สไตล์ที่เรียบง่าย Minimal

**ตัวอย่างการสื่อสาร**



How to choose storage items

Having a compact life

Consultation on how to increase your sofa

2018  
**15th February - 15th March**

Our Interior Advisors will help with recommendations tailored to your lifestyle, from storage advice, to choosing furniture and for total coordination.

\*Only at MUJI ZEN Flagship Store @CentralWorld (+66-2-100-8999 ext. 3505-5)

<b>Special Offer</b> Spend a min. of 30,000.-, get a 1,500.- Cash Coupon Spend a min. of 60,000.-, get a 3,000.- Cash Coupon	<b>Furniture / Rugs / Curtains</b> Get <b>15% OFF</b> Only made to order items
--	--

無印良品週間

**MUJI WEEK**  
“แทนคำขอบคุณ”

เราขอมอบส่วนลด 10%  
ตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม - 17 ธันวาคม 2560

MUJI 無印良品

©2016 MUJI Corporation



**MUJI**  
**INTERIOR ADVISOR SERVICE**  
บริการให้คำปรึกษาด้านการตกแต่งภายในจากมุจิ  
\* บริการนี้มีที่ MUJI@ZEN

## GRAND OPENING MUJI Siam Discovery



opens on 1 Nov'17 2nd Floor

**MUJI**  
無印良品

### การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

สามารถนำแนวความคิดของ MUJI ในเรื่องของความพอประมาณ ความเรียบง่าย ในการออกแบบสื่อออนไลน์ต่าง ๆ มาปรับใช้ภายในกรมได้ เช่น การจัดวาง และการดีไซน์ ที่สามารถสื่อสารให้บุคคลทั่วไปเข้าใจถึงสื่อได้ง่ายขึ้น



เรื่อง แสบๆคั่นๆ 'จ๊อดแปดริ้ว' เสียตีสีสังคม ถูกใจชาวนเน็ต จนต้องกระหน่ำไลค์!

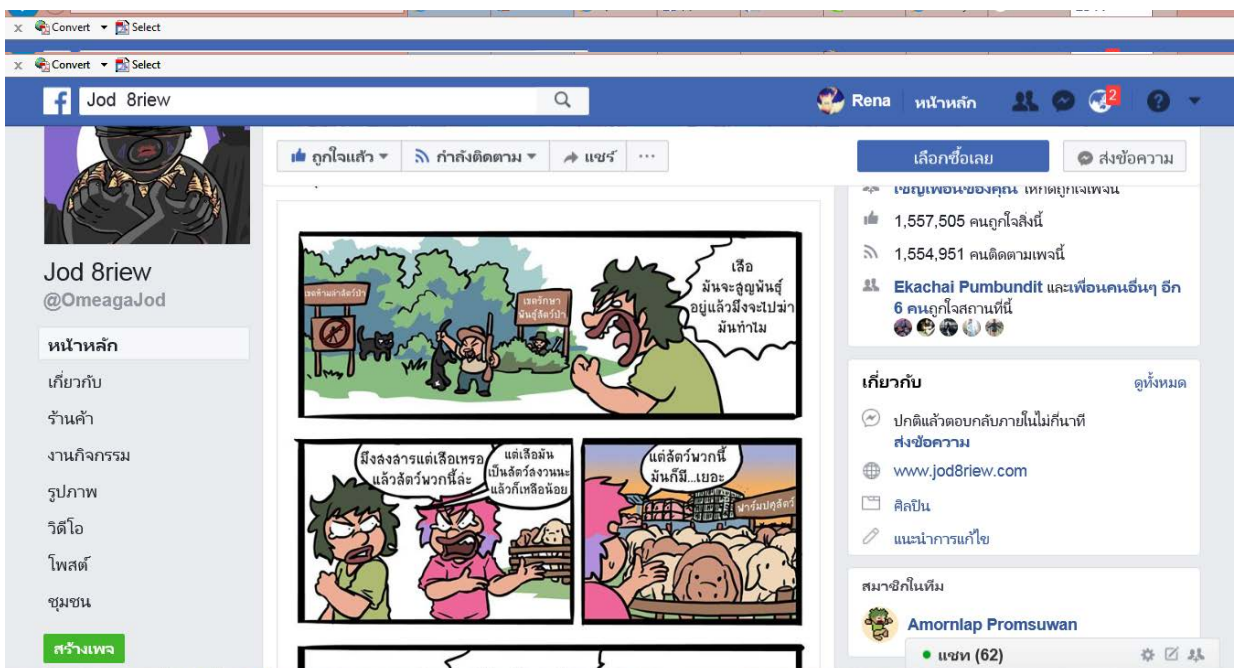
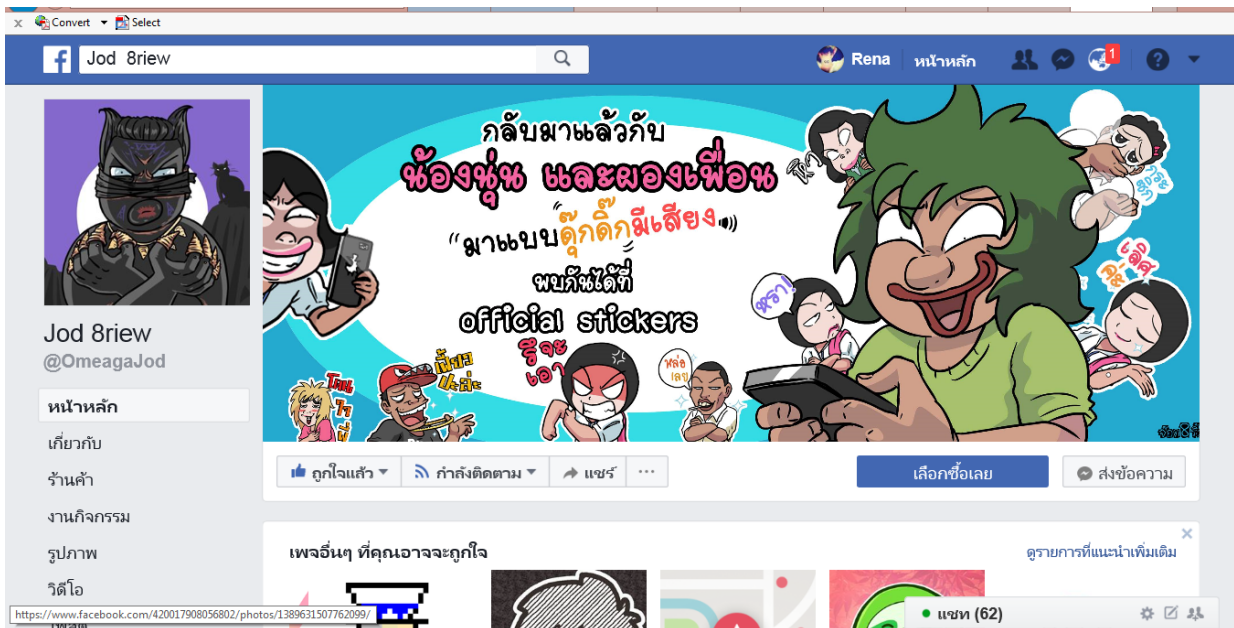
เหตุผลที่เลือก บอกเล่าสารที่ต้องการจะสื่อผ่านลายเส้นการ์ตูนที่มีมุขในการล้อเลียน เสียตีสี ตามกระแส

ผู้นำเสนอ นางสาวสุทธิฉันท์ กล้าพุลสวัสดิ์

จุดเด่นที่น่าสนใจ

- บอกเล่าผ่านตัวการ์ตูนที่มีคาแร็กเตอร์ชัดเจน
- เนื้อหาเสียตีสี ล้อเลียน แทนใจใครหลายๆ คน

ตัวอย่างการสื่อสาร





## การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

นำเสนอข้อมูลสุขภาพให้ออกมาในรูปแบบการ์ตูน ที่มีเอกลักษณ์เป็นที่น่าจดจำให้ประชาชนเข้าใจง่าย  
ครอบคลุมทุกกลุ่มทุกวัย

เรื่อง ภาพยนตร์สั้น เรื่อง “อาย” จากสถาบันมะเร็งแห่งชาติ กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

เหตุผลที่เลือก การจัดทำสื่อวิดีโอ และการเลือกช่องทางในการเผยแพร่ ที่ก่อให้เกิดความตระหนัก และกระตุ้นให้คนมีความคิดที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ได้

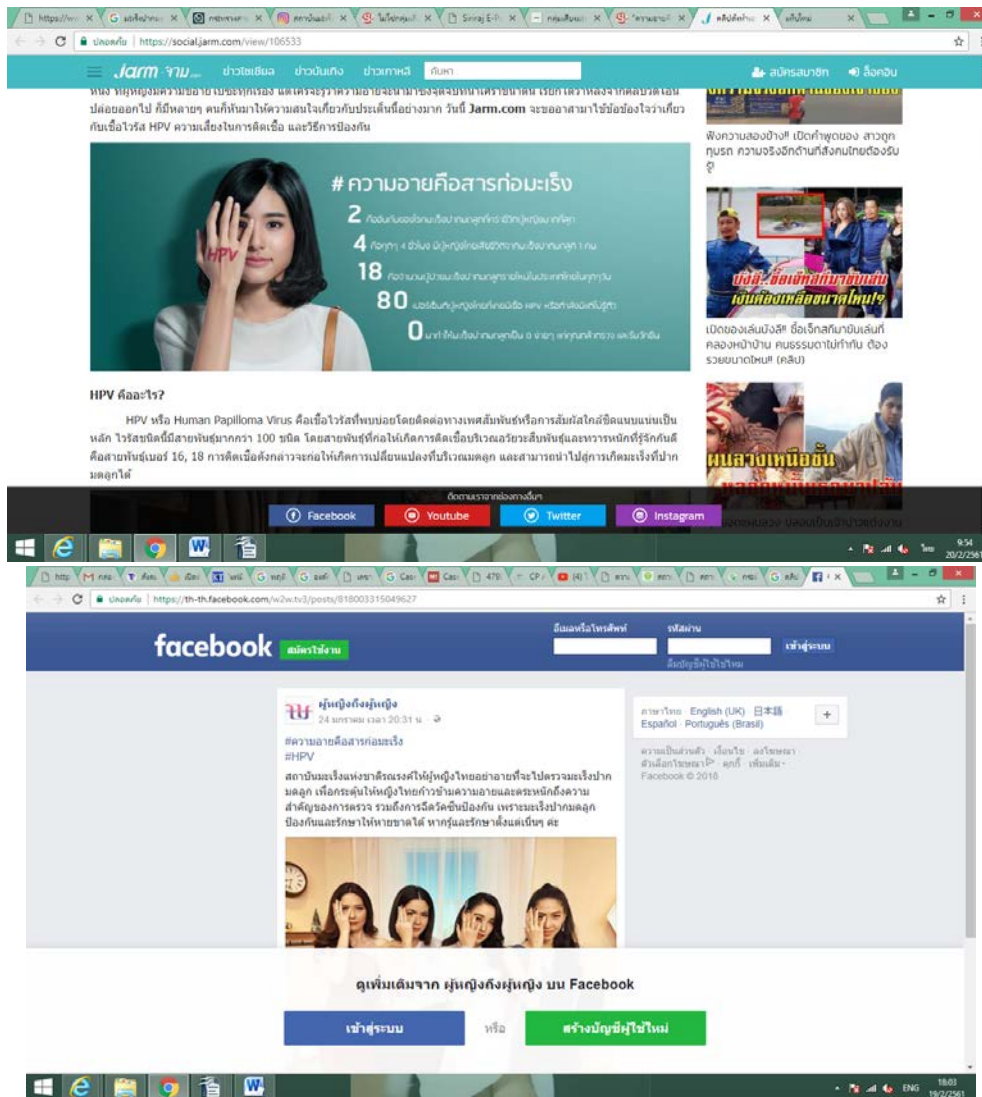
ผู้นำเสนอ นางสาวณพอร เตี้ยสุด

จุดเด่นที่น่าสนใจ

- รมรณรงค์สร้างความเข้าใจและกระตุ้นให้หญิงไทยเข้ารับการตรวจคัดกรองมะเร็งปากมดลูก
- เพื่อสะท้อนถึงความสูญเสียที่เป็นผลมาจากความอายของหญิงสาวที่ไม่กล้าเข้ารับการตรวจภายใน และกระตุ้นให้สังคมไทยให้ความสำคัญกับการตรวจคัดกรองมะเร็งปากมดลูกมากขึ้น
- นำเสนอด้วยสื่อวิดีโอ ที่มีเนื้อหาดึงดูดผู้ชม
- อาศัย Influencer เป็นตัวแทนในการดึงดูดให้ชมวิดีโอ และให้ผู้ชมตระหนักถึงความสำคัญในการตรวจคัดกรอง

ตัวอย่างการสื่อสาร

The image shows two screenshots of digital content. The top screenshot is a YouTube video player. The video title is "จากสถิติทั่วโลก ในทุก 2 นาที จะมีผู้หญิง 1 คนเสียชีวิต จากมะเร็งปากมดลูก" (From global statistics, every 2 minutes, one woman dies from cervical cancer). The video is by "NCI Thailand" and has 16,536 views. The bottom screenshot is a Facebook post from the official page of the Thai Ministry of Public Health. The post features a thumbnail of the same video and text in Thai: "#ภาพยนตร์สั้น เรื่อง 'อาย' ในโครงการ 'ความอาย คือ สارقอหังเร' ของ ศสสถาบันมะเร็งแห่งชาติ". It also includes a link to the YouTube video and shows engagement metrics like 68 likes and 30 shares.



**การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย**

การสร้างภาพยนตร์สั้น เรื่อง “อายุ” ของสถาบันมะเร็งแห่งชาติ กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขเรื่องนี้ สามารถสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และใช้การสื่อสารโดยผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม อาทิ ยูทูป เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ต่างๆ เช่น Sanook รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง โดยใช้ชื่อ “ความอายคือสารก่อมะเร็ง” ที่น่าติดตาม และตรงประเด็น ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนัก และกระตุ้นให้หญิงไทยอยากเข้ารับการตรวจมะเร็งปากมดลูกเพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้ การนำเอากลยุทธ์การสื่อสารจากกรณีศึกษาด้วยภาพยนตร์สั้นที่มีตัวละครแค่เพียง 1-2 คน เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวในภาพยนตร์ได้อย่างชัดเจน ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้และเป็นแนวทางในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อเข้าถึงประชาชนได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่เรียกว่า Emotional Marketing ที่เป็นการสื่อสารด้วยอารมณ์ ความรู้สึกของกันและกัน ที่มีการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมา จนสามารถเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกได้ หรือเรียกได้ว่าเล่นกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภค ดังนั้น การตลาดแบบ Emotional Marketing จึงเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

## เรื่อง FB Fanpage : Drama Lawyer

เหตุผลที่เลือก สอนกฎหมายแบบง่ายๆ ให้คนที่ไม่เรียนกฎหมายก็สามารถเข้าใจได้ (ทำเรื่องง่ายให้เป็นเรื่องยาก)

ผู้นำเสนอ นางสาวประวีณนุช การญจนจรศักดิ์

### จุดเด่นที่น่าสนใจ

- เพจเข้าถึงได้ง่าย อ่านเข้าใจง่าย ไม่ถือตัว
- เนื้อหาสร้างความกระจ่างให้สังคม คนเลยชอบและแชร์
- พยายามไม่ใช้ภาษากฎหมาย เพื่อให้ประชาชนเข้าใจง่าย
- การใช้คำไม่สุภาพ ภาษาที่เป็นกันเอง เพื่อให้รู้สึกเหมือนเพื่อนคุยกัน

### ตัวอย่างการสื่อสาร

**นักกอดหมอนออนไลน์**  
29 มกราคม เวลา 13:25 น. · 🌐

โดยส่วนใหญ่แล้ว คนทั่วไปที่ไม่ได้เป็นนักกฎหมาย หรือแม้แต่คนที่เรียนจบนิติศาสตร์ แต่ไม่ได้ทำงานเกี่ยวกับสายงานคดี อาจจะไม่ค่อยได้มีโอกาสอ่านคำฟ้องอาญาซักเท่าไร เว้นแต่คนทั่วไปที่ได้มีโอกาสเป็นจำเลย มีคำฟ้องส่งมาให้อ่านไม่คิดค่าบริการ

ในการทำคำฟ้องอาญาให้ครบถ้วนที่โจทก์เป็นพนักงานอัยการ หรือบุคคลธรรมดาที่เป็นโจทก์ฟ้องเองนั้น มีองค์ประกอบตามที่ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ได้บัญญัติไว้ในมาตรา ๑๔๘ กล่าวคือ การฟ้องต้องทำเป็นหนังสือ และมี

- (๑) ชื่อศาลและวันเดือนปี
- (๒) คดีระหว่างผู้ใดโจทก์ผู้ใดจำเลย และฐานความผิด
- (๓) ตำแหน่งพนักงานอัยการผู้เป็นโจทก์ ถ้าราษฎรเป็นโจทก์ให้ใส่ชื่อตัว นามสกุล อายุ ที่อยู่ ชาติและบังคับ
- (๔) ชื่อตัว นามสกุล ที่อยู่ ชาติและบังคับของจำเลย
- (๕) การกระทำทั้งหลายที่อ้างว่าจำเลยได้กระทำความผิด ข้อเท็จจริงและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับเวลาและสถานที่ซึ่งเกิดการกระทำนั้นๆ อีกทั้งบุคคลหรือสิ่งของที่เกี่ยวข้องด้วยพอสมควรเท่าที่จะให้จำเลยเข้าใจข้อหาได้ดีในคดีหมิ่นประมาท ถ้อยคำพูด หนังสือ ภาพขีตเขียน หรือสิ่งอื่นอันเกี่ยวกับข้อหมิ่นประมาท ให้กล่าวไว้โดยบริบูรณ์หรือคิดมาท้ายฟ้อง
- (๖) อ้างมาตราในกฎหมายซึ่งบัญญัติว่ากระทำความผิดนั้นเป็นความผิด

**นักกอดหมอนออนไลน์**  
11 ชม. · 🌐

สรุปไม่ได้สารภาพอะไรแต่ให้กรมฯ ชัดกับหลักฐานนิติวิทยาศาสตร์ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือกว่าคำพูดเฉยๆ

ตอนจบพอเดากันได้อยู่บ้างแล้วมั้ง

@ไรอัน



**'บักหมู' ชี้ค่าให้การเจมิบั้น ชัดแย้ง 'นิติวิทยาศาสตร์'**  
ผบ.ช.ก. เผย 'เจมิบั้น' ยันค่าให้การเดิม ทั้งที่ข้อมูลชัดเจนหลักฐานทางนิติวิทยาศาสตร์ ยืนยันโอกาสแล้ว หาก.....

DAILYNEWS.CO.TH

**นักกอดหมอนออนไลน์** ได้แชร์รูปภาพของคุณ  
13 กุมภาพันธ์ เวลา 11:16 น. · 🌐

[Repost]

“ไม่ต้องจบนิติศาสตร์ก็วิจารณ์กฎหมายได้นะคร้าบ”

เราไม่สงวนความรู้ทางกฎหมายรวมไปถึงการวิจารณ์วิจารณ์กระบวนการยุติธรรมไว้เฉพาะผู้เรียนนิติศาสตร์เท่านั้น ประชาชนทั่วไปก็เข้าถึงได้ และอยากให้อ่านให้แสดงความคิดเห็นกันด้วย... ดูเพิ่มเติม



ประชาชนทั่วไปก็ควรศึกษาทำความเข้าใจ ไม่ใช่เรื่องยาก ไม่ใช่เรื่องไกลตัว เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม



**นักกอดหมอนออนไลน์** ได้แชร์รูปภาพของคุณ  
6 กุมภาพันธ์ เวลา 19:10 น. · 🌐

[Repost] เพราะผู้คนในสังคมอีกมากที่ยังเข้าใจว่าการประกันตัวคือการจ่ายเงินค่าปรับแล้วพ้นจากคดี

@@แอดแมน//



[ป.วิ.อ. มาตรา ๑๐๖ - ๑๑๕]





### การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

- การย่อยเนื้อหาวิชาการที่เข้าใจง่าย
- นวก.หรือหมอ ที่สนใจการทำเพจ มาร่วมทำเนื้อหา
- ให้ Admit มีตัวตน เพื่อสร้างการเข้าถึงง่าย ไม่ดูเป็นราชการเกินไป

เรื่อง สื่อสังคมออนไลน์ กับการสร้างความผูกพัน ของกลุ่มผู้มีแนวโน้มเป็น Talent

### เหตุผลที่เลือก

- บริษัทได้รับการยกย่องว่าเป็นองค์กรแห่งความคิดสร้างสรรค์ (Creative Organization)
- ได้รับรางวัลองค์กรที่เป็นต้นแบบแห่งความสุข (Happy Work Place)

ผู้นำเสนอ นางสาวจิรประภา เกิดชา

### จุดเด่นที่น่าสนใจ

- เน้นการออกแบบที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้โดยทั่วไป
- ยึดหลักความเรียบง่าย เช่น การออกแบบรูปภาพ รูปแบบกราฟฟิก การใช้สีต้องมีความเหมาะสม และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์การใช้งาน
- นำเสนอวิธีการปฏิบัติที่น่าสนใจ เพื่อจูงใจให้พนักงานอยากเข้าไปมีส่วนร่วม

### ตัวอย่างการสื่อสาร

- เริ่มต้นจากกลุ่มพนักงานที่มีความจำเป็นและเหมาะสมกับการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ขยายไปยังกลุ่มพนักงานอื่นๆ
- ถ้าพนักงานส่วนใหญ่ยังไม่สามารถปรับตัวได้ / ต่อด้านการเปลี่ยนแปลง ให้ผู้เชี่ยวชาญคอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ หรือนำเครื่องมือออนไลน์ไปปรับใช้กับช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ขององค์กร เช่น ระบบเครือข่ายภายในองค์กร
- เมื่อใดก็ตามที่ระบบใหม่เริ่มประสบความสำเร็จ แม้เพียงเล็กน้อย องค์กรจะต้องแสดงให้เห็นความสำเร็จนั้น เพื่อเป็นการพิสูจน์ให้ทุกคนเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับ
- ต้องยกเลิกระบบเก่าที่เคยใช้ทันที เพื่อไม่ให้พนักงานกลับไปใช้วิธีการแบบเดิม
- กระตุ้นให้พนักงานเข้ามาใช้วิธีการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

### การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

1. การนำไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย นำไปใช้ประกอบเป็นข้อมูลด้านการวางแผนยุทธศาสตร์ การกำหนดมาตรการต่างๆ ในองค์กรกรมอนามัยหรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
2. การนำไปใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ นำไปใช้ประกอบเป็นข้อมูลด้านการศึกษา วิจัยและพัฒนางานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารออนไลน์ของกรมอนามัย
3. การนำไปใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่สาธารณชนในเรื่องการสื่อสารออนไลน์ ทำให้บุคลากรกรมอนามัยและประชาชนเข้าถึงสื่อออนไลน์ด้านสุขภาพได้อย่างทั่วถึง

เรื่อง เชิดชูครูผู้ให้ “อาจารย์ใหญ่ ครูผู้ให้ The Everlasting Teacher” : 7-Eleven Thailand

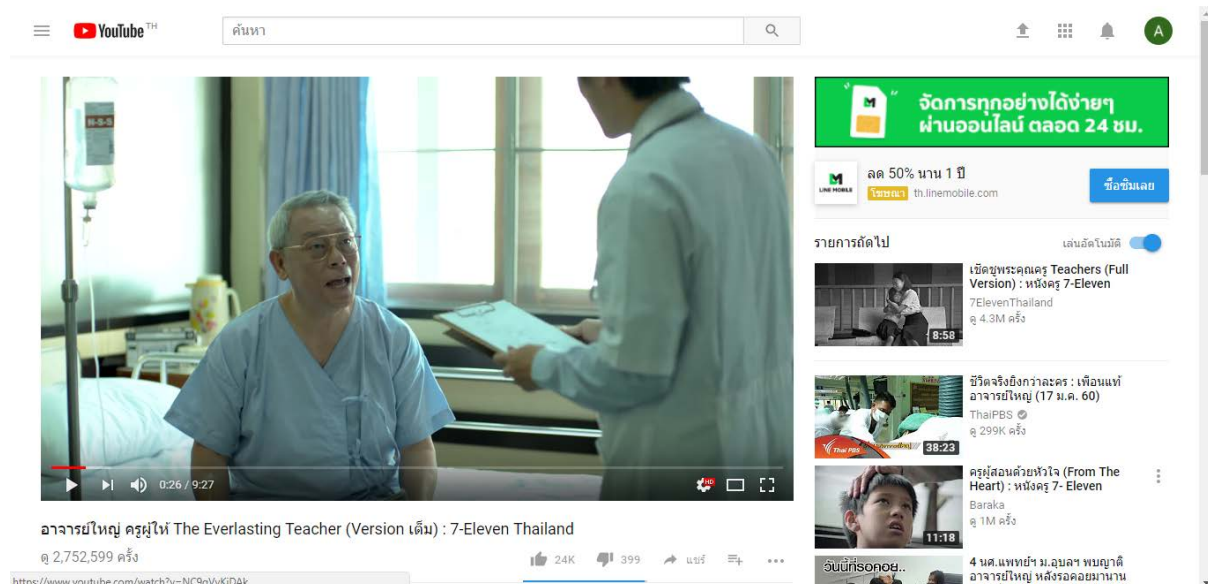
เหตุผลที่เลือก เป็นสื่อ CSR ที่น่าสนใจในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร

ผู้นำเสนอ นางสาวศิริณญา วัลภา

จุดเด่นที่น่าสนใจ

- ต้องการเชิดชูครูและให้ระลึกถึงพระคุณครู/อาจารย์
- วิชาชีพที่สามารถช่วยเหลือ/ให้ความรู้ผู้อื่น เป็นวิชาชีพที่ควรภาคภูมิใจ นำเชิดชู
- ถ้าลูกศิษย์ประสบผลสำเร็จ นอกจากครอบครัวก็คือครูที่ภาคภูมิใจกับความสำเร้่งนั้นด้วย
- อาจารย์ใหญ่ก็คือครูผู้ให้ ที่เป็นผู้ให้แม่ไม่มีลมหายใจ
- ต้องการให้ประชาชนรู้จักว่า 7-11 ร่วมเชิดชูครูผู้ให้ ประชาชนมีทัศนคติที่ดีในภาพลักษณ์ขององค์กร
- การมีโฆษณาเชิดชูครูในช่วงใกล้วันครูให้ประชาชนได้ติดตามทุกปี

ตัวอย่างการสื่อสาร



The image shows a screenshot of a YouTube video player. The video is titled "อาจารย์ใหญ่ ครูผู้ให้ The Everlasting Teacher (Version เดิม) : 7-Eleven Thailand" and has 2,752,599 views. The video content shows an elderly man in a hospital bed talking to a doctor. The YouTube interface includes a search bar, navigation icons, and a list of recommended videos on the right side.

การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

- การนำเสนอในรูปแบบเพื่อให้คนรู้จัก จดจำองค์กร เช่น CSR ที่สร้างคุณค่าด้านจิตสำนึกของประชาชน และเกิดความยั่งยืน
- การนำเสนอที่แสดงให้เห็นว่า ถ้าประชาชนสุขภาพดี นอกจากจะมีประโยชน์ต่อตนเองแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อคนรอบข้าง สังคม ประเทศอย่างไร
- การนำเสนอในรูปแบบสื่อที่ครอบคลุมประชาชนทั้งประเทศมากขึ้น เช่น โทรทัศน์ หอกระจายข่าวของชุมชน

เรื่อง infographic thailand , huebucket

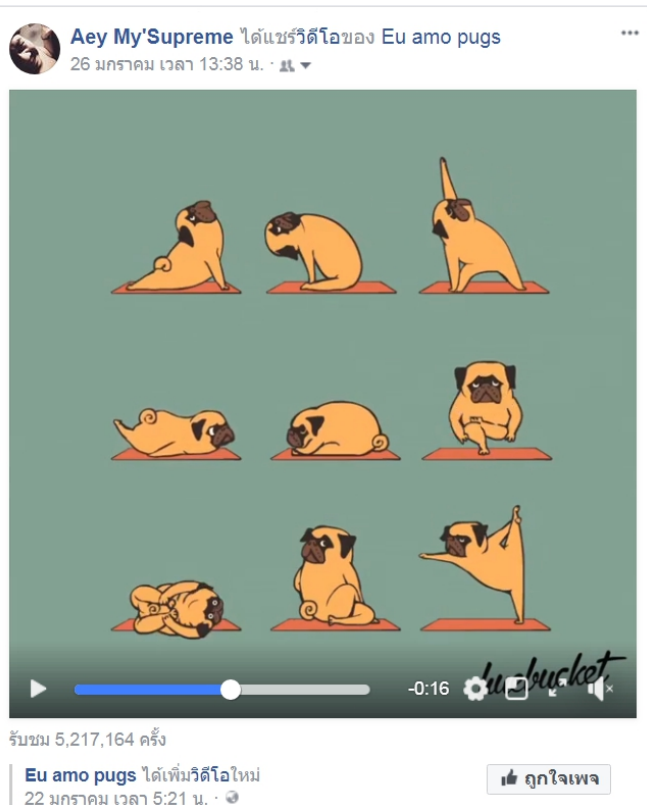
เหตุผลที่เลือก การพัฒนาสื่อในรูปแบบใหม่ๆ ไม่จำเป็นต้องใช้ภาพนิ่งเสมอไป

ผู้นำเสนอ นายณัฐพงศ์ พันธุ์ศาสตร์

จุดเด่นที่น่าสนใจ

- สื่อสารข้อมูลเป็น infographic เพื่อให้มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์และมีความน่าสนใจ และเพิ่มลูกเล่นเล็กๆน้อยๆ เป็นไฟล์ GIF, motion สั้น จาก infographic เดิมที่มีอยู่แล้ว ทำให้มีการเคลื่อนไหวดึงดูด น่าสนใจมากขึ้น

ตัวอย่างการสื่อสาร



การนำมาปรับใช้กับกรมอนามัย

GIF, MOTION สั้นๆนั้น จะมาช่วยเพิ่มความน่าสนใจของ INFOGRAPHIC ของกรมอนามัยให้มีความแปลกใหม่ มีลูกเล่นหน้าสนใจมากขึ้น และทันสมัยมากขึ้น