



การบริหารการเปลี่ยนแปลง Change Management

คุณสุธรรม ส่งศิริ

ที่ปรึกษาสถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
อนุกรรมการ ก.พ. คณะพัฒนาข้าราชการ



การตลาดสำหรับภาครัฐ Marketing in Public Sector

รศ.ดร.จิรประภา อัครบวร

คณบดีคณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



องค์การขีดสมรรถนะสูง High Performance Organization-HPO

ดร.นิธินาถ สีนุเคราะห์

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนา
ปรับปรุงประสิทธิภาพองค์กรและ
บุคลากร และ Change Management
บริษัท เอคเซนเชอร์ โซลูชันส์ จำกัด

● WWW.OPDC.GO.TH

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

โทร. 02 356 9999 ต่อ 8818, 8819,
8920, 8904, 02 356 9956

โทรสาร 02 356 7995, 02 281 8328

Public Sector Management Development Program 2009



หลักสูตรการอบรมการบริหารงาน สมัยใหม่ ประจำปี 2552

สวัสดิการสำนักงาน ก.พ.ร. กำหนดจะจัด
อบรมหลักสูตรการบริหารงานสมัยใหม่
รวม 3 หลักสูตร

การตลาดสำหรับภาครัฐ Marketing in Public Sector

หัวข้อการอบรม

- ทำความรู้จักและเรียนรู้ความจำเป็นของการตลาด
ภาครัฐ : จาก 4Ps สู่ 4Cs
- Workshop : ฝึกการใช้หลักการตลาดเพื่อ
การวางแผนภาครัฐ
- P1/C1 จากมุมมองสินค้าสู่การมองลูกค้าเป็น
ศูนย์กลาง
- P2/C2 จากการจัดวางสินค้าสู่การอำนวยความสะดวก
ในการเข้าถึงสินค้าและบริการ
- P3/C3 จากการโปรโมชันสินค้าสู่การสื่อสารให้
ลูกค้า หรือผู้บริการเข้าใจ
- P4/C4 จากการตั้งราคาสินค้าและบริการสู่
ความคิดความคุ้มค่าของการให้บริการ
- ฝึกการจัดทำแผนการตลาดภาครัฐ

วิทยากร : รศ.ดร.จิรประภา อัครบวร
จัดอบรมวันที่ 16 กรกฎาคม 2552
ผู้เข้ารับการอบรม 200 คน



องค์การขีดสมรรถนะสูง

High Performance Organization-HPO

หัวข้ออบรม

- คุณลักษณะสำคัญของ HPO
- เทคนิคการบริหารงานสมัยใหม่สำหรับ HPO
- HPO กับ PMQA
- หน่วยงานที่เป็น HPO ในประเทศไทย
- Workshop : วิเคราะห์ศักยภาพขององค์กร
โดย Case Study ตัวอย่างและ
Case Study ของหน่วยงานที่เข้ารับการอบรม

วิทยากร : ดร.นิธินาถ สินธุเดชะ
จัดอบรม 2 รุ่น ๆ ละ 200 คน

รุ่นที่ 1 12 มิถุนายน 2552
รุ่นที่ 2 21 สิงหาคม 2552

การบริหารการเปลี่ยนแปลง Change Management

หัวข้อการอบรม

- การเปลี่ยนแปลง : ความหมายและความสำคัญ
- ความหมายของการบริหารการเปลี่ยนแปลง
- การกำหนด Change Initiatives
- กระบวนการ/ขั้นตอนการบริหาร
การเปลี่ยนแปลง
- เทคนิคกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
- หน่วยงาน Best Practices ในการบริหาร
การเปลี่ยนแปลง
- Workshop : การจัดกระบวนการบริหาร
การเปลี่ยนแปลง

วิทยากร : นายสุธรรม ส่งศิริ
จัดอบรม 2 รุ่น ๆ ละ 200 คน

รุ่นที่ 1 11 กันยายน 2552
รุ่นที่ 2 19 ตุลาคม 2552



การตลาดภาครัฐ

Marketing in Public Sectors

ท่านเคยสงสัยบ้างไหมว่า
หน่วยงานของท่านทำกิจกรรม
ดี ๆ มากมาย ทำไมไม่มีผู้ร่วม
กิจกรรมน้อยมาก



ทำไมหน่วยงานที่ติดต่อกับท่านและประชาชนไม่พอใจงานของท่าน ทั้ง ๆ ที่ท่านได้ใช้
ความพยายามอย่างมากในการสร้างความพึงพอใจให้แก่พวกเขาเหล่านั้น

หากท่านต้องการคำตอบ มาร่วมกันหาคำตอบกับเรา

ปัจจุบันโลกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดนิ่ง ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อภาครัฐสูงขึ้นเป็น
ลำดับ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประชาชนเพื่อสร้างความพึงพอใจให้มากที่สุด ถือเป็น
เป็นโจทย์ที่ท้าทายอย่างยิ่ง การพัฒนางานเพื่อสนองความคาดหวังของลูกค้าและประชาชน
จำเป็นต้องใช้เครื่องมือทางการตลาดเข้ามาใช้

การตลาดมิใช่เรื่องใหม่ ภาคเอกชนให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากการตลาดจะ
ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสินค้าบริการของตน หากหน่วยงานภาครัฐใช้มุมมอง
การบริหารเช่นเดียวกับภาคเอกชน โดยนำการตลาดเข้ามาใช้ เพื่อสื่อสารกับผู้ติดต่อกับท่านไม่ว่า
จะในรูปแบบใด ๆ ก็จะช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ รวมถึงความเชื่อมั่นที่มีต่อหน่วยงานของ
ท่าน ซึ่งนับเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง ณ วันนี้ การตลาดจึงมิใช่เรื่องของภาคเอกชนฝ่ายเดียวอีกอีก
ต่อไปแล้ว

ท่านจะสร้างสิ่งเหล่านั้นให้เกิดขึ้นได้ โดยใช้ **การตลาดสำหรับภาครัฐ** “Marketing in Public Sector” การตลาดเป็นกระบวนการเพื่อให้ทราบถึงความจำเป็นและความต้องการ โดยผ่านการ
แลกเปลี่ยนสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และคุณค่ากับบุคคลอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ให้บรรลุความพึงพอใจ
ตามความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ โดยใช้เครื่องมือส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การ
ประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย

การตลาดภาครัฐ คือ กระบวนการที่ทำให้งานบริการภาครัฐเข้าถึงประชาชน

งานของหน่วยงานท่านถือเป็นสินค้าตัวหนึ่ง หากผู้บริโภคเห็นข้อดีและประโยชน์ของสินค้าของท่าน
ย่อมให้ความสนใจ ถึงแม้ว่างานภาครัฐจะเป็นงานที่ประชาชนต้องใช้บริการอยู่แล้ว แต่จะเป็นการ
ดีกว่ามีไข้หรือ หากประชาชนมีความพึงพอใจ มีเชื่อมั่นต่อสินค้าบริการของท่าน เท่ากับหน่วยงาน
ได้รับการยอมรับทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าบริการ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง
การอบรมในครั้งนี้ นอกจากผู้เข้ารับการอบรมจะได้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดภาครัฐแล้ว จะ
นำท่านไปรู้จักกับการตลาดภาคปฏิบัติของหน่วยงานหลายแห่งที่ผันตัวไปดำเนินธุรกิจให้บริการได้
นำไปใช้ และประสบความสำเร็จ ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น “Best Practices” เขาทำอย่างไรเขาจึงได้รับ
การยอมรับ

เป็นเรื่องไม่ยากเกินไป หน่วยงานของท่านเองก็สามารถทำได้เช่นกัน