



# 建立由行業主導的計畫

創建有益心理健康的行業主導計畫能為工作場所帶來獨特的優勢，例如能夠快速與眾多工作場所聯繫並匯集資源。

請點選此處閱讀  
完整版指南



## 要點

- ◆ 行業主導計畫的建立和執行並不存在「萬能」模式。
- ◆ 每個行業的需求、挑戰、對相關問題的認知和對採取行動所做的準備都不相同。
- ◆ 在思考和行動方面有些共通的指導原則。

### 願景和需求 — 定義理由

您的行業主導計畫需要強而有力的理由。這可能因行業而異，反映著行業的趨勢、外部因素或新興關切（例如，心理健康問題的高發生率、吸引和留住人才的困難、影響就業穩定的國內或國際趨勢）。

您還需要一個共同的成功願景 — 產業的發展方向。

有助於釐清需求和願景的問題：

- ◆ 在此行業中，有益心理健康的工作環境是什麼樣的？
- ◆ 我們在哪些方面做得很好，在哪些方面做得不夠？
- ◆ 我們行業的組織和人員受到了哪些影響？
- ◆ 我們想要實現或改變的是什麼？

### 主要受眾和合作者 — 從一開始就讓合適的人參與

您的計畫要能夠反映基層員工、領導者、相關組織，以及來自各小型企業、偏遠地區或農村地區以及來自多元背景的代表人士的觀點。採取具兼容性的方式將有助於確保您的計畫能符合目的並獲得廣泛支持。

有助於確認合適的合作夥伴的問題：

- ◆ 我們希望觸及的目標受眾是哪些？
- ◆ 目標受眾的需求、阻礙和行為模式是什麼樣的？
- ◆ 我們要如何將這些群體聚集在一起？
- ◆ 我們要如何確在磋商過程中建立信任和促進開放？

### 有效的方法 — 確認要包含的元素

每個計畫都會包含不同的要素，例如：研究、策略、意識提升、培訓、資訊、服務、監測和評估、建議和支持，以及倡議。

有助於辨識正確方法的問題：

- ◆ 我們要如何滿足行業內已確認的需求？
- ◆ 我們的計畫將提供哪些資源、商品、服務或支援？
- ◆ 我們希望對計畫做出哪些改變？
- ◆ 我們什麼時候會知道此計畫可以適用至全行業範圍？

### 時機和策略 — 確認具體行動、優先事項和時間表

在清楚了解您的計畫所欲提供的項目後，您可以開始計劃具體的活動和步驟。在您思考要藉由哪些活動來取得最佳成效時，時機也可能是需要考量的重要因素。

有助於辨識正確時機和策略的問題：

- ◆ 我們的計畫能通過哪些關鍵活動來創建和實施？
- ◆ 我們應於何時參與和開展活動以最大化其影響力？有沒有需要避開的典型繁忙時段或其他可能對活動造成影響的行業事件？
- ◆ 我們應該如何安排活動以確保時機正確？
- ◆ 活動是持續進行的，還是有時間限制的？

## • 所需資源 – 找出您需要什麼

您的行業可能可以為您的計畫提供現有資源，或者您可能需要引入外部資源（例如專家或服務提供者）。此步驟亦可協助您了解執行該計畫所需的財務資源。

有助於您辨識所需資源的問題：

- ◆ 我們需要哪些專業知識和經驗來創建和實施我們的計畫？
- ◆ 我們需要哪些資源（例如財務、人員、時間）來建立和執行我們的計畫？
- ◆ 我們是否需要創建特定職務並為此編列預算以執行該計畫？
- ◆ 我們已經擁有哪些可利用的資源？

## • 治理與營運 – 針對治理的安排做出決定

您的計畫需要有治理架構（正式／非正式）和營運模型。有些因素會影響治理架構，包括計畫的資金來源、相關活動、法律規定及負責人員。

有助於您辨別正確的治理架構和營運模式的問題：

- ◆ 誰對我們的計畫負責？
- ◆ 我們要如何在財務層面維持我們的計畫（例如：合作貢獻、捐款、會員費、訂閱費）？
- ◆ 在我們的行業中，最好的會員或人員參與結構是什麼？
- ◆ 我們的活動或利害關係人將如何影響我們所需的營運模式？

## • 評估 – 評估計畫以保持相關性

開發具體方法和掌握績效資訊對形塑和完善您的計畫至關重要。可以進行內部評估或外部評估。

有助於您對計畫進行評估的問題：

- ◆ 我們要如何評估該計畫帶來的影響？
- ◆ 計畫的最終結果需要呈現給誰？
- ◆ 我們需要哪些數據來進行評估？
- ◆ 評估將如何幫助我們完善我們的計畫？



## • 來自業界的重要提示 – 學習現有的行業主導計畫

- 1 了解如何觸及目標受眾 – 例如：善用現有的行業溝通管道，以特定地點的人群為目標，與有影響力的人合作。
- 2 避免單打獨鬥 – 與業界的其他人合作，有需要時也可以諮詢外部顧問。
- 3 從小事做起 – 專注於小目標以蓄積動力。隨著時間的推移，您可以不斷擴展和完善您的計畫。



如果您或您認識的人需要支持，請前往 [緊急幫助頁面](#) 查看您可聯繫的支援服務列表。如有緊急情況，請致電 000。