

# การจัดการองค์ความรู้ (knowledge Management : KM)

เรื่อง การประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสุโขทัย  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙

## การจัดการองค์ความรู้ (knowledge Management : KM)

หัวข้อ : การบริหารจัดการสำนักงาน

ชื่อเรื่อง : การประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร

ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ : คณะทำงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสุโขทัย

โดย นายจักรภพ ปาลาศ นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ ประธาน  
คณะทำงาน

การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสาร เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร สร้างความน่าเชื่อถือ ความรู้สึกที่ดี สร้างสัมพันธภาพที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเปิดรับข้อมูลที่สะท้อนกลับ ซึ่งอาจเรียกว่า การประชาสัมพันธ์องค์กร โดยอาจแบ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และภายนอกองค์กร ซึ่ง การสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับบุคคลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมาย และกิจกรรมต่าง ขององค์กร เพื่อลดช่องว่างความไม่เข้าใจหรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นเพื่อบุคลากรในองค์กรรับทราบข้อมูลและมี ส่วนร่วมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร เรียกว่า “การประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กร” ส่วนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน หรือองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือ กลุ่มเป้าหมายต่างๆ รวมถึงสื่อมวลชน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนให้ข้อมูลเหตุการณ์หรือบริการต่างๆแก่สาธารณชนเพื่อสร้างและเผยแพร่ชื่อเสียงขององค์กรให้เป็นที่ รู้จักและเชื่อถือศรัทธา เรียกว่า “การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร” โดยสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ เช่น นิทรรศการ แผ่นพับ ใบปลิว นิทรรศการ ภาพกิจกรรม การประชุม การสัมมนา อินเทอร์เน็ต สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ เสียงตามสาย การทัศนศึกษา ตู้อีเมล สติกเกอร์ กล้องรับฟัง ความคิดเห็น ซึ่งผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมกับลักษณะของ หน่วยงานและกลุ่มเป้าหมาย

ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของคนต่อหน่วยงาน นั้นๆ ทั้งนี้การรับรู้หรือภาพดังกล่าวเป็นผลมาจากการกระทำของคนในองค์กรนั้นนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นคำพูด หรือการกระทำ ดังนั้น หากองค์กรใดมีสมาชิกที่เข้มแข็งมีผลงานเป็นที่ปรากฏเป็นรูปธรรม มีการบริการ เป็นเลิศ มีคุณธรรมจริยธรรมเป็นที่น่าเลื่อมใสศรัทธา ภาพขององค์กรที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนย่อมเป็น ภาพที่ดีน่าเชื่อถือ มีผลให้การปฏิบัติงานตามพันธกิจขององค์กรบรรลุเป้าหมาย การสร้างภาพลักษณ์องค์กร Gregory และ Wiechmann ได้กล่าวไว้ มี ๗ วิธีการ หนึ่งในนั้นคือการประชาสัมพันธ์ในสิ่งที่ได้ กระทำจริงให้ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ

การประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นงานสร้างภาพลักษณ์ เป็นการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาแก่องค์กร ด้วยวิธีการให้ข้อมูลข่าวสารรูปแบบต่างๆ ในการสื่อสารเพื่อให้ ไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อวัตถุประสงค์ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ป้องกันและแก้ไขปัญหาความเข้าใจผิด สนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร และเสริมสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กร

การประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่สามารถช่วยให้การดำเนินงานต่างๆขององค์กรประสบความสำเร็จได้ หากแต่เป็นงานที่แยกย่อยและต่อเนื่อง ซึ่งเป็นงานที่ทำได้ไม่ถนัดนัก แต่หากองค์กรมีวิธีการที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชนกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม ก็จะส่งผลให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ในจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ ดัง ดร.เสรี วงษ์มณฑา (เสรี วงษ์มณฑา; ๒๕๔๐) ได้กล่าวไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ เป็นการสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดี อันจะนำไปสู่การสนับสนุนและความร่วมมือและสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างองค์กรและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย”

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุโขทัย ได้ดำเนินการเพื่อสื่อสารบทบาทหน้าที่ นโยบาย กิจกรรม ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ขององค์กร สู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย องค์กรที่เกี่ยวข้อง และบุคลากรในองค์กร เพื่อให้รับรู้รับทราบและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

๑.รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ กิจกรรม โครงการ และนโยบายสำคัญของรัฐบาล กระทรวง เกษตรและสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ และจังหวัดสุโขทัย

๒.จัดหมวดหมู่และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

๓.กำหนดแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) และงบประมาณดำเนินงาน

๔.ดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานและติดตามประเมินผล

๕.แก้ไขปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์

#### **ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์**

๑.การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจและสัมพันธ์ภาพที่ดีของบุคลากรในองค์กร ได้แก่ สร้างกลุ่มไลน์ เฟสบุ๊ค ให้การทำงานมีประสิทธิภาพและสามารถติดต่อสื่อสารสะดวกมากขึ้น

๒.การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร ได้แก่ การจัดรายการวิทยุ ทาง สวท.สุโขทัย , เคเบิลทีวี , หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

#### **ข้อเสนอแนะเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุโขทัย เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ**

๑.การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ควรมีการจัดประชุมสัมมนา หรือทัศนศึกษา หรือการจัดทำเสียงตามสายในองค์กร

๒.การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร โดยการสร้างหรือจัดกิจกรรมโครงการที่แปลกแตกต่างโดนใจ เช่น การร่วมออกหน่วยบริการเคลื่อนที่ร่วมกับจังหวัด , คลินิกเกษตร มีการประชาสัมพันธ์หน่วยงานในรูปแบบต่างๆ เช่น เล่นเกมส์ชิงรางวัล ตอบปัญหาชิงรางวัลมากมาย

๓.นำเสนอข่าวและงานอย่างสม่ำเสมอ ทุกช่องทาง

๔.สร้างอัตลักษณ์ จุดเด่นของหน่วยงานทุกครั้งที่มีโอกาส

#### **สิ่งที่เราได้จากการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร**

๑.เป็นหน่วยงานที่มีชื่อเสียงของประชาชน

๒.เกิดโอกาสในการเรียนรู้ ที่จะปิดจุดอ่อนขององค์กร โดยการสร้างจุดแข็งให้องค์กร เกิดความโดดเด่น

๓.เกิดการพัฒนาและปรับปรุงองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

ภาพการประชุมคณะทำงานจัดทำกระบวนการจัดการองค์ความรู้  
(knowledge Management : KM) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙



ภาพถ่าย การร่วมออกหน่วยบริการเคลื่อนที่ โครงการ “หน่วยบำบัดทุกข์ บำรุงสุข สร้างรอยยิ้มให้ประชาชน”



ภาพถ่าย การร่วมออกหน่วยบริการเคลื่อนที่ “โครงการคลินิกเกษตรเคลื่อนที่ในพระราชานุเคราะห์ฯ”



การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร

