

แบบบันทึกชุดความรู้ระดับหน่วยงาน

๑. ชื่อชุดความรู้ : สูตร “การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี = CDD^S”

๒. ส่วนราชการ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท

๓. องค์ความรู้ที่บ่งชี้

หมวดที่ ๔ เสริมสร้างองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง

๔. ที่มาและความสำคัญของการจัดทำองค์ความรู้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับจังหวัดที่ ๔ เสริมสร้างองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์นี้คือ ทำให้กรมการพัฒนาชุมชนมีภาพลักษณ์ของการบริการประชาชนที่ดี งานประชาสัมพันธ์เป็นงานหนึ่งที่สำคัญในการจะช่วยให้กิจกรรมตามยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชนบรรลุเป้าหมาย และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ ไลน์ ยูทูป วิทยุ และเฟซบุ๊ก (แบบ ๑ ทาง) One-way Communication สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท มีภารกิจปฏิบัติงานในพื้นที่ในหมู่บ้าน ตำบล โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมและสร้างการเรียนรู้ให้ชุมชน มีกิจกรรมงานพัฒนาชุมชนที่ดำเนินการเป็นจำนวนมาก เช่นการดำเนินงานหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง สร้างสัมมาชีพชุมชน OTOP กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กองทุนแม่ของแผ่นดิน การจัดเก็บข้อมูลเพื่อการพัฒนาชุมชน การพัฒนาศักยภาพผู้นำ กลุ่ม องค์กรต่างๆ เป็นต้น แต่คนทั่วไปไม่ทราบว่า พัฒนาชุมชน ทำงานเกี่ยวกับอะไร ดังนั้น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท จึงทดลองการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กร (Two-way Communication แบบ ๒ ทาง) เมื่อวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๒ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๒ โดย Facebook Live ได้ชื่อว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารที่คนไทยนิยมมากที่สุด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ (Social Network) โดยใช้ชื่อว่า “รายการพัฒนา คือ สร้างสรรค์” ณ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดชัยนาท FM ๙๑.๗๕ MHz ชัยนาท ทุกวันศุกร์ เวลา ๑๑.๐๐ – ๑๒.๐๐ น.

เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการ พบว่า ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๒ จำนวนเพื่อน Facebook ๔,๙๕๔ คน จำนวนผู้ติดตาม Fanpage พัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท ๑,๗๓๔ คน จำนวนยอด Share และยอด Like รวมในพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท ๒,๒๖๐ ครั้ง ประเด็นสำคัญคือ **ทราบว่า มีผู้ติดตาม และพบเห็นการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี** สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท พบเห็นภาพวิธีแก้ปัญหาว่า “พัฒนาชุมชน ทำงานเกี่ยวกับอะไร” ภายใต้อายุสูตร “การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี = CDD ยกกำลัง S “

๕. ปัญหาที่พบและแนวทางการแก้ไขปัญหา

ปัญหาที่พบก่อนที่จะมีการจัดทำองค์ความรู้ คือ

๑. คน คือ พบว่าแต่ละอำเภอมีความรู้ความสามารถด้านการจัดรายการสื่อแตกต่างกันไป อำเภอที่ไม่มีผู้มีความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์สื่อด้านนี้ ก็มีความกลัวว่าตนเองจะทำไม่ได้ ไม่ทราบว่าต้องทำขั้นตอนอย่างไร ไม่รู้จักใคร ไม่รู้วิธีการดำเนินการ ฯลฯ (ขาดพี่เลี้ยง) จากนั้นก็จะมอบหมายภารกิจนี้ต่อให้ผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ ให้มาช่วยดำเนินรายการแทนเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กรให้แทน ผลก็คือไม่สามารถที่จะสร้างภาพลักษณ์ทดแทนได้ เนื่องจากพัฒนากรเป็น BRAND AMBASSADOR ของกรมการพัฒนาชุมชน...

ชุมชน และสิ่งที่เป็นปัญหาสำคัญสุด คือ ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ “สื่อสังคมออนไลน์” ที่มีองค์ความรู้อยู่อีกมาก จึงทำให้ไม่สามารถดึงเอาศักยภาพทางด้านนี้เข้ามาปรับใช้กับการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่

๒. การประชาสัมพันธ์ (แบบ ๑ ทาง) One-way Communication คือ สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดชัยนาท มีภารกิจปฏิบัติงานในพื้นที่ในหมู่บ้าน ตำบล แต่คนทั่วไปไม่ทราบว่า พัฒนาชุมชน ทำงานเกี่ยวกับอะไร

แนวทางแก้ไขปัญหา

การแปลงยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ ภายใต้ สูตร “การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี = CDD^S”

C : Coaching กระบวนการสร้างระบบพี่เลี้ยง , Corporate image สร้างภาพลักษณ์องค์กร , Creative โครงการริเริ่มสร้างสรรค์ (ค่านิยมคนกรมการพัฒนาชุมชน)

D : Drive ขับ ดำเนินการ , Digital ทันสมัย , Discovery ใฝ่รู้ (ค่านิยมคนกรมการพัฒนาชุมชน)

D : DJ ผู้จัดรายการวิทยุ

S : Social Media สื่อสังคมออนไลน์

รายละเอียด ดังต่อไปนี้

๑. จัดประชุมชี้แจงทำความเข้าใจโครงการฯ (Drive ขับ ดำเนินการ) ให้ความรู้เรื่อง (Discovery ใฝ่รู้) การเป็นนักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ คิดสร้างสรรค์ (Creative โครงการริเริ่มสร้างสรรค์) ใช้เทคโนโลยีเป็น (Digital ทันสมัย) โดยกำหนดหลักเกณฑ์การคัดเลือก “DJออนไลน์ เสียงใสๆ ขวัญใจชุมชน” ดีเด่นประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ แบ่งออกเป็น ๓ ส่วน ดังนี้

๑.๑ ส่วนที่ ๑ คะแนนจาก “สื่อสังคมออนไลน์” (Social Media) จำนวน ๕๐ คะแนน ผลจากการถ่ายทอดออกอากาศสด (Facebook Live) แบ่งเป็น มีผู้ชมกดถูกใจ (Like) ๑ ครั้งเท่ากับ ๑ คะแนน มีผู้ชมกดส่งต่อ (Share) ๑ ครั้งเท่ากับ ๕ คะแนน (นับตั้งแต่วันออกอากาศจนถึงเที่ยงอีกวัน ไม่เกิน ๒๔ ชั่วโมง) นับรวมกันจนครบกำหนดระยะเวลาการคัดสรร ๕ ครั้ง/อำเภอ แล้วหารด้วย ๕ ผู้มีคะแนนสูงสุดจะมีคะแนนเท่ากับ ๕๐ คะแนน ผู้คัดสรรที่มีคะแนนน้อยลงมาจะใช้วิธีเทียบบัญญัติไตรยางค์ตามลำดับ

๑.๒ ส่วนที่ ๒ คะแนนจาก เจ้าหน้าที่ สวท.ชัยนาท (ที่ได้รับมอบหมาย) จำนวน ๒๕ คะแนน นับรวมกันจนครบกำหนดระยะเวลาการคัดสรร ๕ ครั้ง/อำเภอ แล้วหารด้วย ๕ ประกอบด้วย

๑.๒.๑ มีความสามารถในการใช้ภาษาพูด ต้องชัดเจน ถูกต้อง และคล่องแคล่ว รู้จักการปรับใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับเวลา โอกาส และ รูปแบบ รายการ จำนวน ๕ คะแนน

๑.๒.๒ เป็นผู้อ่านหนังสือได้อย่างแตกฉานเข้าใจข้อความ และเก็บข้อความที่อ่านได้อย่างถูกต้องสามารถถ่ายทอดความคิดออกมาได้อย่างชัดเจน มีความคิดสร้างสรรค์ จำนวน ๕ คะแนน

๑.๒.๓ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ทุกสถานการณ์ เพื่อควบคุมน้ำเสียงที่ประกาศให้นำฟังอยู่เสมอ มีน้ำเสียง นำฟังยอมรับฟังความคิดเห็นของบุคคลอื่น ๆ จำนวน ๕ คะแนน

๑.๒.๔ เป็นผู้แสวงหาความรู้รอบตัวอยู่เสมอ รักการอ่าน เป็นผู้ฟังที่ดีและรู้จักวิเคราะห์กับสิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับทราบได้ดี จำนวน ๕ คะแนน

๑.๒.๕ มีความรู้ความเข้าใจในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ทางเทคนิค และมีความตั้งใจ ที่จะสื่อสาร มีใจรัก และสนใจทางด้านศิลปะการสื่อความหมายประเภทต่าง ๆ จำนวน ๕ คะแนน

/๑.๓ ส่วนที่...

๑.๓ ส่วนที่ ๓ คะแนนจาก กลุ่มงานสารสนเทศการพัฒนาชุมชน จำนวน ๒๕ คะแนน นับรวมกัน
จนครบกำหนดระยะเวลาการคัดสรร ๕ ครั้ง/อำเภอ แล้วหารด้วย ๕ ประกอบด้วย

๑.๓.๑ มีความตั้งใจ การตรงต่อเวลาไม่ขาดผู้ดำเนินรายการในสัปดาห์นั้น ๆ จำนวน ๕ คะแนน

๑.๓.๒ รายการมีเนื้อหาสาระในงานพัฒนาชุมชนที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และผู้ฟังรายการ พัฒนา คือ
สร้างสรรค์ จำนวน ๕ คะแนน

๑.๓.๓ รายการมีเนื้อหาสาระข่าว สถานการณ์ สุขภาพ ฯลฯ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และผู้ฟัง
รายการ พัฒนา คือสร้างสรรค์ จำนวน ๕ คะแนน

๑.๓.๔ สามารถนำผู้ชม และผู้ฟัง เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ พัฒนา คือสร้างสรรค์ จำนวน
๕ คะแนน

๑.๓.๕ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ทุกสถานการณ์ เป็นผู้ฟังที่ดี สามารถดำเนินรายการ พัฒนา
คือสร้างสรรค์ กับผู้ร่วมดำเนินรายการได้ด้วยความราบรื่น จำนวน ๕ คะแนน

๒. ดำเนินการสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Two-way Communication แบบ ๒ ทาง) Facebook Live
(Corporate image สร้างภาพลักษณ์องค์กร) โดยเจ้าหน้าที่จังหวัดร่วมจัดรายการ (DJ ผู้จัดรายการวิทยุ)
เป็นที่เลี้ยง (Coaching กระบวนการสร้างระบบที่เลี้ยง) ให้ผู้ดำเนินรายการของแต่ละอำเภอ และเรียนรู้
จากการปฏิบัติจริง ภายหลังเมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ จะนำผลงานมาประชาสัมพันธ์ผ่านทาง
(Social Network) อื่น ๆ อีกหลายช่องทาง (Social Media สื่อสังคมออนไลน์) เช่น website สำนักงาน
พัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท , youtube ช่อง พช.ชัยนาท , line กลุ่มสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท
และline กลุ่มต่าง ๆ , OA สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท ฯลฯ

๓. ลงนามคำรับรองการปฏิบัติราชการ และถอดองค์ความรู้รายบุคคลหลังจากที่นำไปขับเคลื่อน

๖. ประโยชน์ขององค์ความรู้

๑. ประชาชนผู้รับสารทาง สวท.ชัยนาท และผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ทาง Fanpage พัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท
จะได้เกิดการรับรู้ร่วมกัน เกิดการยอมรับเป็นที่รู้จัก จะก่อให้เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา รวมทั้งผลแห่งชื่อเสียง
ความร่วมมือ และการสนับสนุนจากประชาชนทุกภาคส่วน สามารถตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ที่ ๔ เสริมสร้าง
องค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง ในด้านที่มีผลต่อการปฏิบัติงานพัฒนาชุมชน

๒. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้สื่อออนไลน์
ต่าง ๆ ให้เป็นที่ประจักษ์แก่ ผู้ติดตาม/ผู้เข้าชม และสาธารณชนทั่วไป

๓. เป็นช่องทางการสื่อสารหลากหลาย จะทำให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม แบบการสื่อสาร ๒ ทาง
(Two-way Communication)

๔. ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

๕. ช่วยเพิ่มจำนวนผู้ติดตามข่าวสารงานของ “พัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท” ได้หลากหลายช่องทาง

๖. ทำให้ประชาชนได้รู้จัก “พัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท”

๗. บุคลากรทุกคนในสังกัดมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และสื่อ (Social Media)
ในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ คิดสร้างสรรค์ได้ ใช้เทคโนโลยีเป็น)

๗. เทคนิคในการปฏิบัติงาน

๑. การคัดเลือกข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอ ต้อง สด ใหม่ เป็นประเด็นที่น่าสนใจ ในช่วงเวลานั้น ๆ และเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่ว ๆ ไป เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยค่านัดกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี , ๙๐ วัน “ปลูกผักสวนครัว” เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร , “เอามื้อสามัคคี โคก-หนอง-นา” , ข่าวผลการทำงานที่ได้ลงสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

๒. สร้างการรับรู้ / สื่อสาร ระหว่าง เจ้าหน้าที่ ตลอดเวลา โดยใช้ช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุม , กลุ่ม Line , Facebook เพื่อกระตุ้นเตือนให้เกิดความกระตือรือร้น นำเทคนิคใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดรายการ เช่น การแจกของรางวัล การเล่นเกมดนตรีสด ทำให้รายการน่าสนใจ มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

๓. “การสร้าง แรงจูงใจ” โดยคัดเลือก DJออนไลน์ เสียงใสๆ ขวัญใจชุมชน ดีเด่นประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ จำนวน ๑ คน เพื่อมอบรางวัลเชิดชูเกียรติ

Modle

สูตร “การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี = CDD”

