

การจัดการความรู้ของสำนักประชาสัมพันธ์
กิจกรรมชุมชนนักปฏิบัติ (CoPs) ครั้งที่ ๓
วันพฤหัสบดีที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2552 เวลา 13.30 นาฬิกา
ณ ห้อง ๒๘๐๓ ชั้น ๒๘ อาคารสุขประพฤติ

“การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการประชาสัมพันธ์องค์กร”

 ทำไมต้องมีการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ขององค์กรสำคัญอย่างไร ถ้าการ ประชาสัมพันธ์ไม่ดีจะเกิดโทษอย่างไร จำเป็นหรือไม่ที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรสู่สาธารณะ

“จำเป็น” เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับบุคคลภายนอกได้ทราบว่างค์กรเรา มีบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง เป็นการสร้างความเข้าใจและเป็นการเชิญชวนบุคคลภายนอกได้เข้ามามีส่วนร่วม

หากองค์กรเราไม่มีการประชาสัมพันธ์ก็เหมือนเป็นการปิดบ้าน ไม่มีการเสวนาสังสรรค์กับใคร เมื่อเรามีความต้องการหาข้อมูล เราก็จะไม่มีแหล่งในการขอข้อมูล หากเรามีการ พบปะสังสรรค์เราก็จะมีเพื่อน เมื่อขอความร่วมมือหรือ ขอความช่วยเหลือก็จะกระทำได้ง่ายขึ้น ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของบุคลากรในการประชาสัมพันธ์องค์กร ถ้าเราอยากขาย สินค้า แต่ไม่ได้บอกว่าสินค้ามีคุณภาพดีอย่างไร ก็จะไม่ใครซื้อ หากเราต้องการให้บุคคลภายนอกเข้ามาใช้บริการก็ควรบอกรายละเอียดบทบาทหน้าที่ขององค์กรให้ทราบ

 ใครมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์

→ บุคลากรภายในองค์กร ทุกระดับ ทุกคนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ขององค์กรออกสู่สาธารณะ ไม่ใช่เป็นหน้าที่เฉพาะของนักประชาสัมพันธ์เท่านั้น

สำนักดี - เชิดชูองค์กร สำนักแยะ - ทับถมองค์กร เมื่อมีจิตสำนึกที่ตีร่วมกัน ก็ต้องพร้อมที่จะแสดงตนต่อสาธารณะอย่างภาคภูมิใจว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เมื่อมีใครมาว่าองค์กรให้ฟัง ต้องชี้แจงหรือทำให้เขาเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง หรือรู้สึกทนไม่ได้หากมีใครมาว่าองค์กรเรา

→ บุคคลที่เกี่ยวข้อง อาทิ แม่ค้าขายอาหารหรือ แม่บ้านทำความสะอาดภายใน สำนักงาน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ซึ่งจะได้ยินได้ฟังข้อมูลมาแล้วนำไปเผยแพร่ต่อ



การเตรียมความพร้อมของบุคคล

ด้านบุคลิกภาพ ⇨ การแต่งกาย ควรให้เหมาะสมกับตัวเอง ถูกกาลเทศะ วัน เวลา และสถานที่ เช่น แต่งชุดข้าราชการในวันที่มีประชุมวุฒิสภา หรือการสวมเสื้อสุทธีถือว่าเป็นสากลจะช่วยเสริมบุคลิกภาพให้บุคคลภายนอกเข้ามาติดต่อกับมีความน่าเชื่อถือ **“แต่งตัวดีมีชัยไปกว่าครึ่ง”**

⇨ ความกระตือรือร้น มีจิตการให้บริการ

⇨ การพูดจาดี การใช้น้ำเสียงที่ไพเราะ พูดด้วยความเต็มใจ มีใบหน้ายิ้มแย้ม ในการให้บริการอยู่เสมอ

“หน้าไม่มอง รอไม่นาน บริการประทับใจ”

ลักษณะบุคลิกภาพที่ดี ต้องมีความกระปรี้กระเปร่า ร่าเริง สุขภาพดี ฉลาด มีความสามารถสูง รู้จักกาลเทศะ กระตือรือร้น มีความคิดริเริ่ม เอาใจใส่การทำงาน มีประสาทสัมผัสทางสังคม มีเสน่ห์ หน้าประทับใจ ไม่ทะเล่หน้าเป็น กล้าได้กล้าเสีย มีวัฒนธรรม เชื้อมั่นในตัวเอง มีศิลปะในการฟัง มีความกรุณา ตัดสินใจได้ถูกต้อง มีท่าทางที่มั่นคง

ลักษณะการทำลายบุคลิกภาพ ความเฉื่อยชา ชี้โรค อ่อนแอ ลุกลิ ลุกลอน ชุ่มช้ำม ท้อถอย ไม่เป็นตัวของตัวเอง ปล่อยกายตาม ยถากรรม ลังเลชี้ตลาด เพิกเฉยต่อสังคม ขาดเสน่ห์ ชอบโอ้อวด อดดี ทะนงตน ขาดวัฒนธรรม จองหอง ดื้อรั้น ไม่ยอมให้ผู้อื่นคัดค้าน เจ้าทุกซ์ เห็นแก่ตัว เชื่อโชคชะตา ถากถางเยาะเย้ยผู้อื่น เบื่อตัวเอง รู้สึกผิดหวังอยู่เสมอ

บุคลิกภาพดังกล่าวข้างต้นเป็นบุคลิกภาพที่เราแสดงออกมาให้เห็นชัดเจนแต่บุคลิกภาพที่เรามองไม่เห็นเด่นชัด เช่น ความซื่อสัตย์สุจริต การคดโกง การพูดปด การพูดโกหก ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษาถึง และอาจจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรเสียหายได้

ด้านอารมณ์ ⇨ จะต้องปรับสภาพให้พร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ หรือไม่ก็ปรับตัวปรับอารมณ์ โดยการไปนั่งสงบสติอารมณ์สักพัก คิดแต่สิ่งดี ๆ มีการให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือกัน ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องควบคุมอารมณ์ของตนเองให้ได้และสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ ให้มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร

ด้านความรู้ ⇨ เตรียมหาข้อมูลที่จะต้องปฏิบัติไว้ล่วงหน้า โดยการรับฟังข่าวสารเหตุการณ์ปัจจุบันที่สำคัญ จัดเตรียมเอกสารที่เป็นข้อมูลอ้างอิง การให้ข้อมูลที่ เป็นข้อเท็จจริงนั้น ควรให้ในทางบวก เพื่อเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้น ข้อมูลที่ผู้รับได้รับจากภายนอกองค์กรจะไม่น่าเชื่อถือเท่ากับได้รับข้อมูลจากบุคคลภายในองค์กรโดยตรง ดังนั้น บุคลากรภายในองค์กรต้องมีความรู้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ กับบุคคลที่ต้องการข้อมูล และสามารถแนะนำได้ว่าหาข้อมูลจากแหล่งใด



เทคนิคการให้บริการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร

- เมื่อต้องรับมือกับผู้ขอรับบริการที่มาติดต่อด้วยอารมณ์โกรธ พยายามเบี่ยงเบนความสนใจไปเรื่องอื่น เพื่อให้ อารมณ์ดีขึ้น เช่น กรณีมีผู้ มาร้องเรียน ก็ชวนคุยเรื่องอื่น ก่อน ให้ทานเครื่องดื่ม แล้วจึงค่อย ๆ สอบถามเรื่องที่จะมาขอรับบริการ
- ยิ้มไว้ ตั้งใจฟัง คิดวิเคราะห์ก่อนตอบคำถาม หรือให้บริการ
- พยายามจดจำบุคคล ชื่อ ผู้ที่มาขอรับบริการบ่อย ๆ เพื่อให้เขาประทับใจ
- เมื่อรู้สึกว่ามีสถานการณ์ที่รับมือไม่ได้ในการให้บริการ เช่น ผู้ขอรับบริการด่าว่า ควรให้เพื่อนช่วยคลี่คลาย และไปนั่งสงบสติอารมณ์สักพัก คิดในแง่บวก พยายามปรับอารมณ์ตัวเองให้ได้



การส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร

- การเป็นผู้แทนองค์กรไปร่วมประชุม สัมมนา หรือเข้าร่วมในกิจกรรม รมภายในและภายนอก องค์กร จะส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรสู่สาธารณชนได้อย่างไร
 1. จะต้องประพฤติปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบของที่ประชุม สัมมนา หรือกิจกรรม รมที่ได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด
 2. มีความรับผิดชอบ มีน้ำใจเอื้อเฟื้อและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี
 3. นำองค์ความรู้เกี่ยวกับองค์กร เผยแพร่ต่อบุคคลภายนอกได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ในการให้คำตอบควรจะนำข้อมูลพื้นฐานของความเป็นจริงมาตอบ
 - พฤติกรรมของแต่ละบุคคล จะสะท้อนกลับมาถึงภาพลักษณ์ของตนเองได้ เช่น มีความตั้งใจจริง ทำจริง มีความทุ่มเท การมีส่วนร่วม ไม่เห็นแก่ ตัว จะทำให้บุคคลรอบข้างมีความเชื่อถือ ยอมรับ ซึ่งจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ขององค์กร
- การประชาสัมพันธ์ เกิดจากผู้ให้ ผู้ให้ก็ คือ “เรา” ถ้าตัวเราน่าเชื่อถือ น่าศรัทธาผู้รับจะเกิดความเชื่อถือและศรัทธา
- การสื่อสาร ผู้ให้ต้องรู้ว่าผู้รับต้องการอะไร เพื่อจะให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามความต้องการ ซึ่งจะ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับเกิดความพึงพอใจ
- ไม่ว่าเราจะทำอะไรที่ไหน สิ่งสำคัญที่สุดก็คือการมีส่วนร่วม รับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง ให้ความช่วยเหลือต่อผู้อื่น และสุดท้ายต้องมีความภูมิใจในองค์กร

ณ ที่นี้ที่ทำงานที่ฉันรัก

ณ ที่นี้ที่พึงพิงอย่างหรรษา

ณ ที่นี้บริการเต็มเวลา

ณ ที่นี้ใครได้มาประทับใจ